# 信任对电子服务的重要性及信任体系

2019329621004 梅雨欣 19计算机科学与技术（1）班

马云在2015年1月24日达沃斯论坛上，与CBS名嘴查理·罗斯对话中表示，“对电子商务，最重要的是信任。”电子商务在我国迅猛发展，信任问题也存在于生活中的方方面面，比如在支付宝查看芝麻信用分、使用花呗，在电商网站上浏览并选择商品等。我们在数字时代的点点滴滴，使用服务或评价商品的过程里也在逐步渗透对目标产品的信任程度的隐性比较。

在今年寒假快结束时，我计划买一个二手安卓手机作为竞赛写Android程序的测试机。当时我通过查询CSDN、友盟榜单、艾瑞等大致确定了近几年Android测试机的常用机型，同时也对比了在京东、淘宝等电商平台上的购买金额，大致筛选了几款。横向对比淘宝上面的商品，综合考虑了开店年限、销售量、店铺服务等级、评论打分等多个指标，我发现每家店铺情况都差不多，都不能保证到手机型的使用程度和消耗情况。最后我在学校的二手平台上发布收购请求，第二天就有人主动联系我了。我发现他是我的直系学长，马上毕业，看了支付宝的芝麻分是740分，也很痛快地直接用另一个手机录制了使用华为mate9的视频，让我大概清楚成色和一些配置参数。经过协调后，我们决定开学后线下见一面，由我直接使用这台手机进行USB调试，检验效果。最后也以一个很合理的价格买下了这台手机和原装数据线。

显而易见，在这个购买的过程中也体现了信任对于电子服务的重要性，第一步对电商平台的评价体系主要以开店年限、销售量、店铺服务等级、评论打分等指标确定可信度；第二步对校园二手平台的评价体系主要考察卖家身份、亲切感、芝麻分、视频展示与线下使用等。综合比较二者，最后还是选择了相较于更信任的校园二手平台，实际使用过程中也确实满足了我的需求。其实这样做出选择，如果最后购入的商品我并不满意，将会在心里对这个平台、这个卖家做一个标注，下次类似情景根据此次经验调整架构信任体系，以便做出更合适、正确的决策。

在这里，也引入2020年美国大学生数学建模竞赛C题，出题背景是亚马逊为客户提供了对购买进行评分和评价的机会；其他客户可以根据这些评论以协助他们完成购买决策；公司使用这些评价数据来深入了解其参与的市场、参与的时间以及产品设计功能选择的潜在成功。这些评价指标转化何尝不是一种可信度评价体系？这种国际题目的提出也展现了电子商务中信任是决定网上商家成功与否的关键所在，即信任对于电子服务的重要意义。如何建立、保持并增进消费者对网站的信任，将潜在的消费者转变为现实的消费者，以至为忠诚的消费者，与顾客建立长期的关系，是电子商务网站关注的重点及其实现盈利的关键。

很多人谈到电子商务的最大的缺陷之一是“交易的安全性得不到保障”，因此接下来探讨一下我认为比较好的信任体系，便于保证交易的安全性和可靠性。个人认为综合参考京东和淘宝的信任体系架构参考价值较大：店铺评分、开店年限、店铺等级、服务打分、行业打分、物流打分、购买用户对商品的评价、评价等级、追评情况等因素。在京东自营商城服务，产品都是放在京东仓库里的，下单后直接发货，无需与商家进行直接协调，同时增加了可信度，大多数情况下，自营商城的可信度是相当高的，也更容易获得可信度。