

# 2017-2018中国互联网信用报告

2017-2018 China Internet Credit Report



# CONTENT



中国互联网信用发展简析 ◆

中国互联网信用建设---政策指导 ◆

2017-2018中国互联网不诚信行为分析 ◆

中国国民对第三方互联网信用评估认知度分析 ◆

2017-2018第三方信用推动中国互联网良性发展的巨大作用 ◆

中国互联网第三方信用认证所能解决的问题 ◆

# 中国互联网信用发展简析

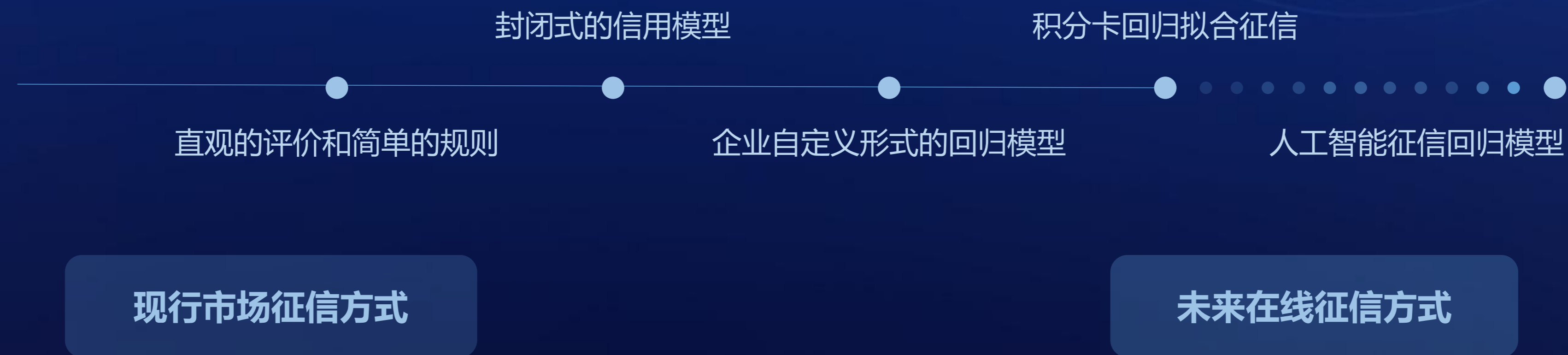
A Brief Analysis of the Development of Internet Credit in China

## ■ 传统征信数据较为单一 ■

以央行为主导的传统征信主要以收集银行的信贷信息作为企业和个人用户的核心，根据一个人的借贷历史和还款表现，再通过逻辑回归的方式来判断一个人的信用情况，数据缺乏多样性。

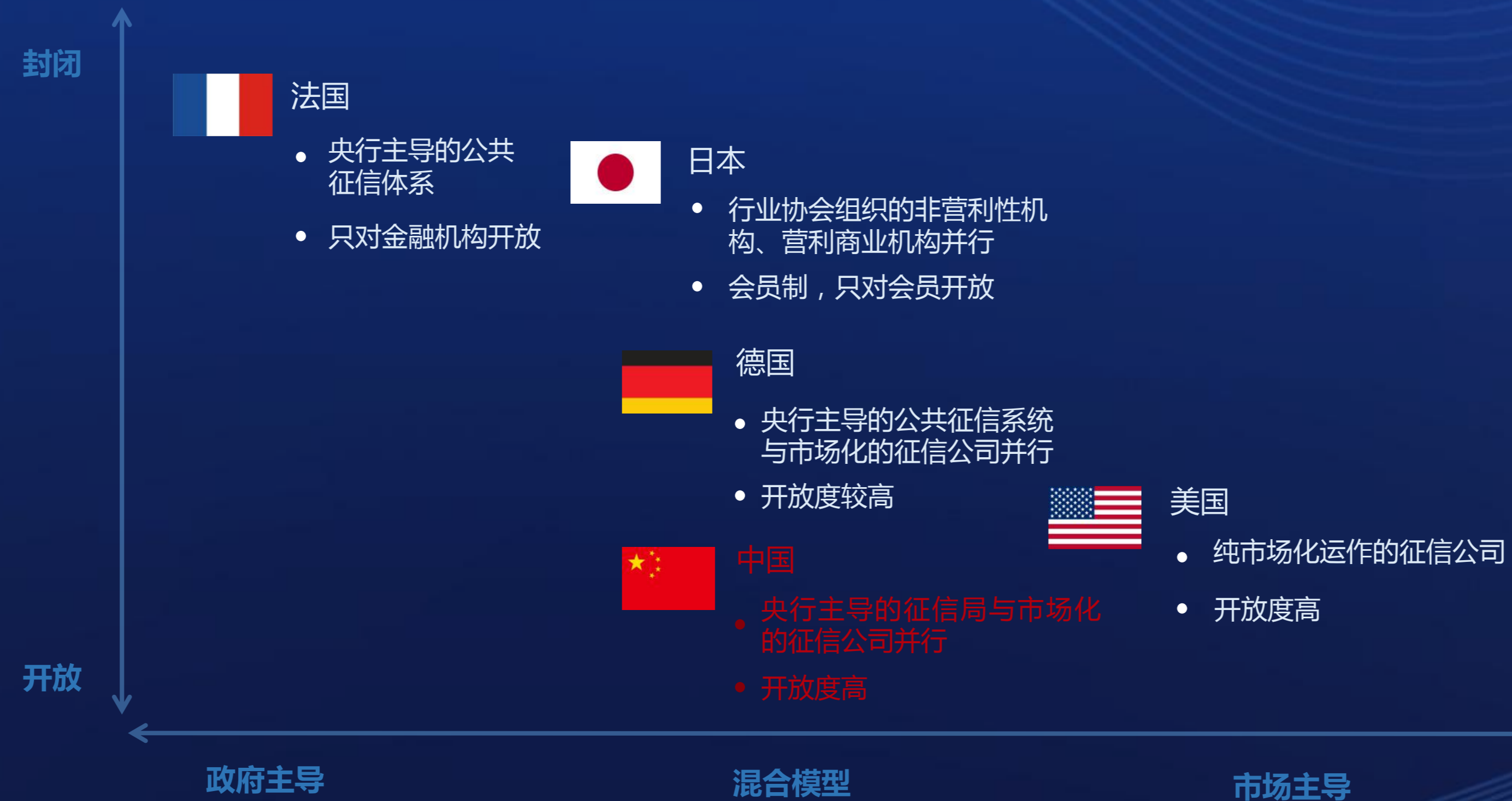


## ■ 信用演变历史 ■



## ■ 中国互联网信用发展简析 ■

## 中国互联网信用市场发展模式



## ■ 中国互联网信用发展简析 ■

中国互联网信用市场最终将形成公私并行的多元化格局。



互联网人口众多



文化多元化



独立开放



技术发达

中国互联网信用特点

# 中国互联网信用建设——政策指导

Related policies of China's Internet credit construction



## ■ 与互联网信用有关的国家政策法规 ■



2004

中华人民共和国电子签名法



2016

中华人民共和国网络安全法



2018

中华人民共和国电子商务法

## ■ 与互联网信用有关的国家政策法规 ■

- 社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）的通知

-----国务院 2014年6月14日

- 推进普惠金融发展规划（2016—2020年）

-----国务院 2015年12月31日

- 关于建立完善守信联合激励和失信联合惩戒制度加快推进社会诚信建设的指导意见

-----国务院 2016年5月30日

## ■ 国家高度重视信用体系建设 ■

### 2017年1月

《国务院关于印发“十三五”市场监管规划的通知》**提出加快构建中小企业征信体系**，发展各类信用服务机构，鼓励征信机构、消费者协会、互联网企业、行业组织等社会力量依法采集企业信用信息，建立覆盖各领域、各环节的市场主体信用记录，提供更多的信用产品和服务，**扩大信用报告在市场监管和公共服务领域中的应用。**

### 2018年9月

《国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)的通知》加快建立守信“红名单”和失信“黑名单”及管理办法，**实施守信联合激励和失信联合惩戒措施。**在部分地区试点建立失信企业惩罚性赔偿制度，在总结评估的基础上逐步扩大试点范围。**建立完善信用分级分类监管机制，根据企业信用风险等级合理配置和调度监管资源。**

### 2018年10月

《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》提出进一步放宽服务消费领域市场准入；完善促进实物消费结构升级的政策体系；加快推进重点领域产品和服务标准建设；**建立健全消费领域信用体系**；优化促进居民消费的配套保障；加强消费宣传推介和信息引导。

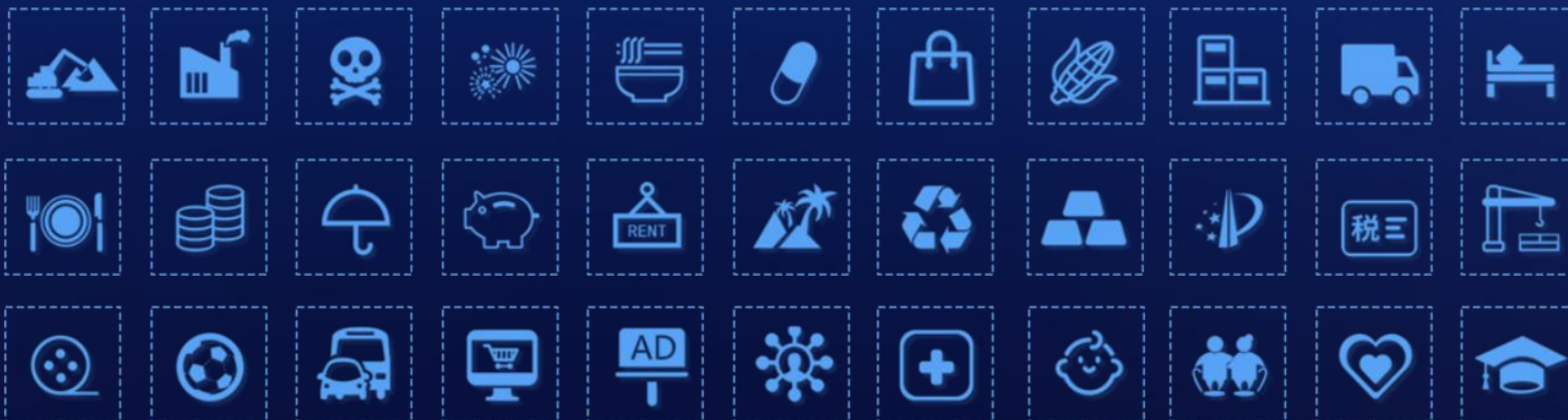
## ■ 政府红利：部署大力推进重点领域诚信建设 ■

加快推进政务诚信建设

深入推进商务诚信建设

全面推进社会诚信建设

大力推进司法诚信建设

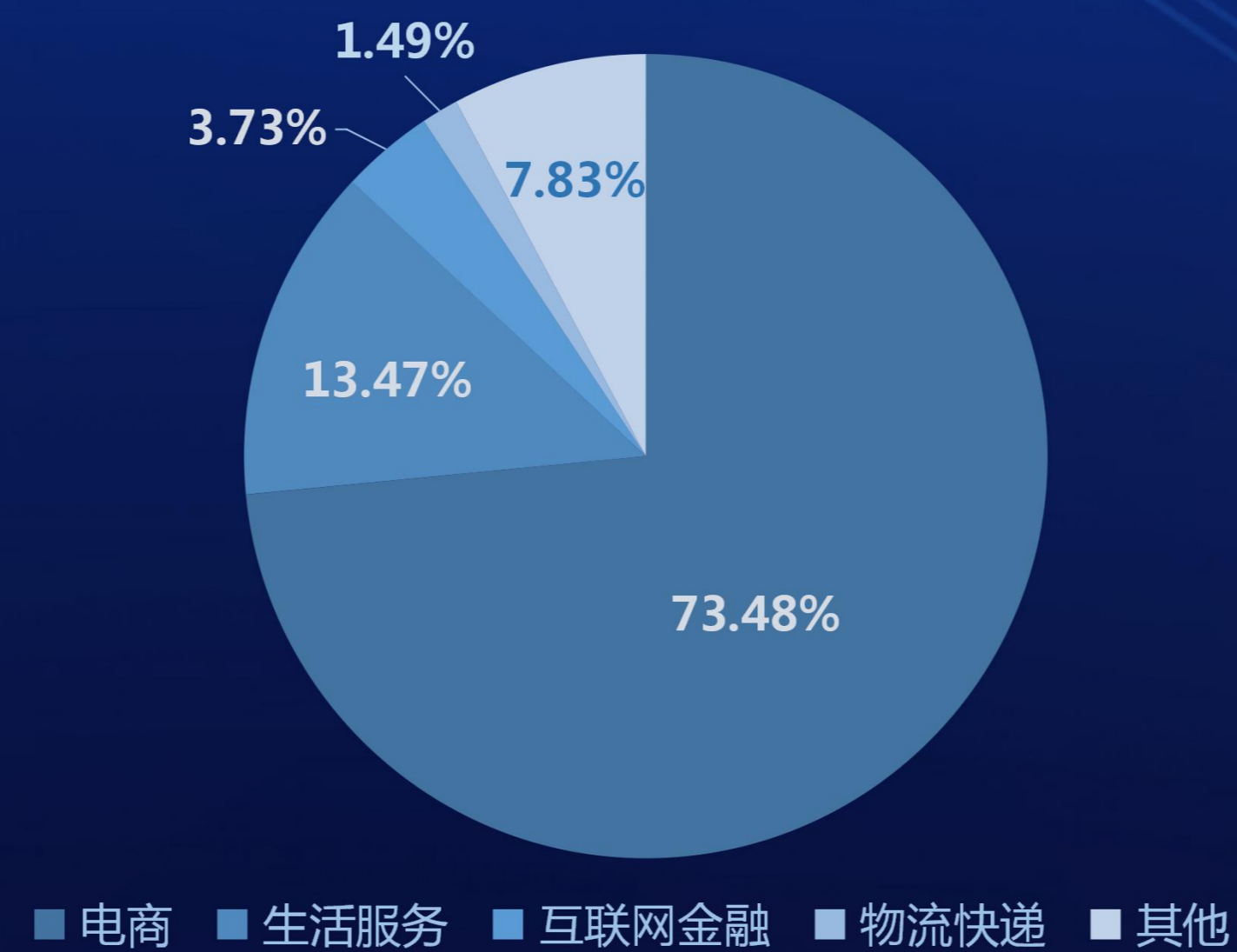


# 2017-2018中国互联网 不诚信行为分析

2017-2018 Analysis of China's Internet Untrustworthy Behavior

## ■ 2017-2018诚信数据分析 ■

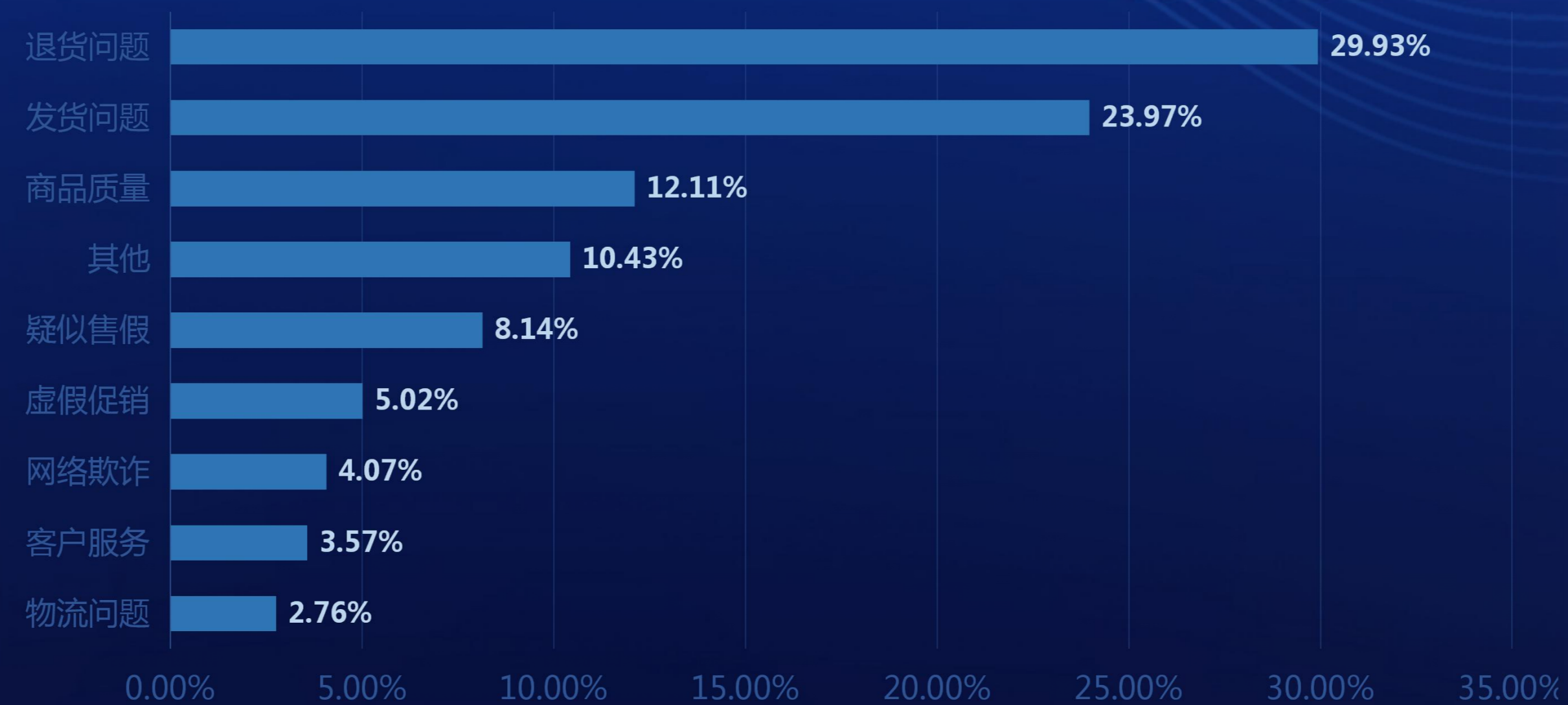
2017—2018年全国投诉领域在电商领域尤为突出，占据了近3/4。



2017-2018年度全国投诉领域分布

## ■ 2017-2018年全国电商被投诉问题 ■

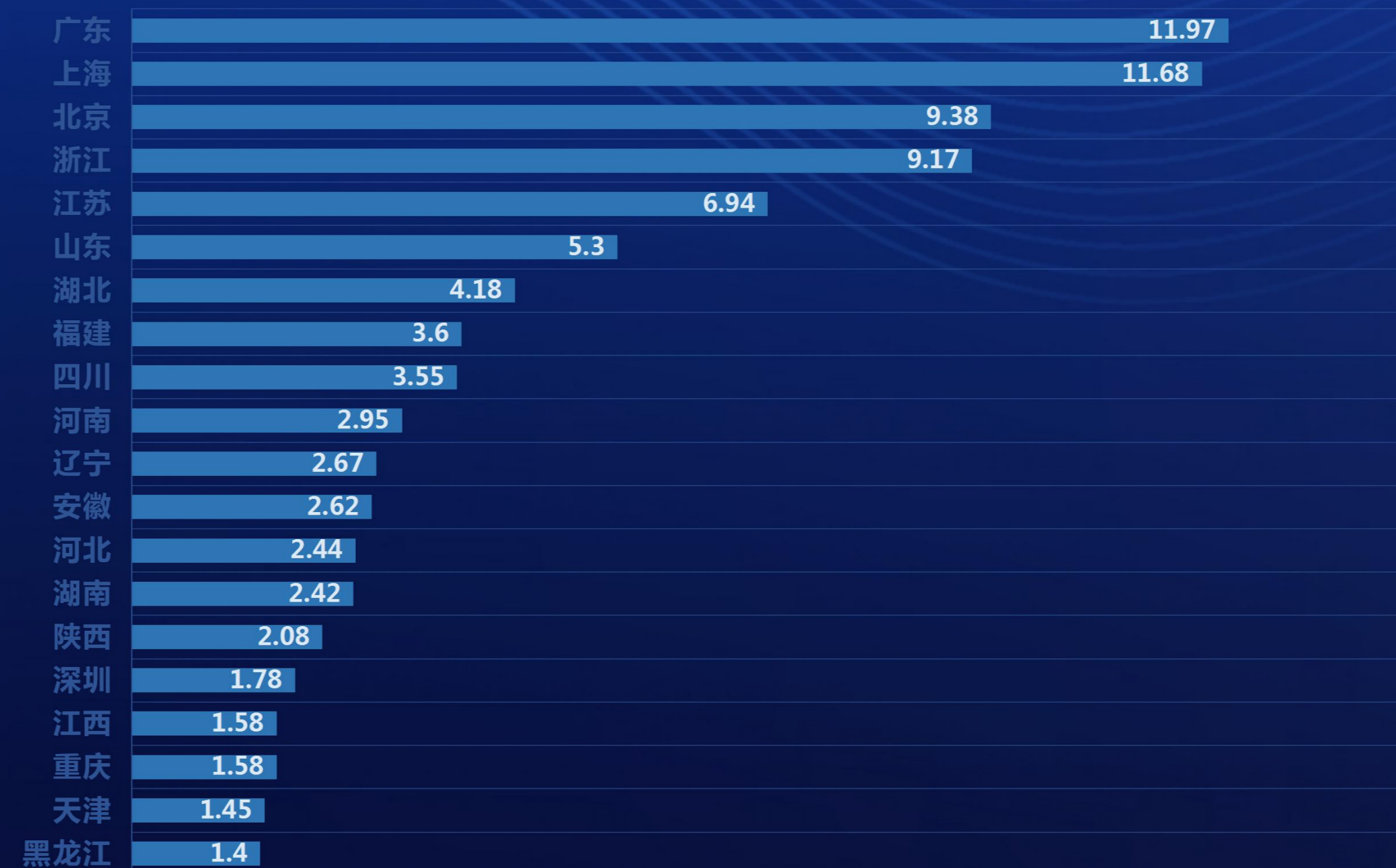
退货问题、发货问题及商品质量问题依旧是电商“老大难”问题，位列热点投诉问题前三位。



2017-2018年度全国电商被投诉问题

## ■ 2017-2018诚信数据分析--地域分布 ■

网络消费投诉集中地区主要为北上广以及江浙地区，与当地的网络购物热度有直接关联。随着中西部地区网络购物的普及，以及消费者维权意识的提高，湖北、四川等地的网络消费投诉量也上升明显，位列全国前十大网络消费投诉户集中地区。



2017年度全国TOP20热点电商消费投诉地区



## ■ 投诉性别分布 ■

近年来，男性用户的网购频次、规模越来越大，而且维权意识更强，出现消费纠纷维权更积极。女性用户只有提高自身维权意识，才能畅享网购的乐趣。



## ■ 2017-2018中国互联网案例—虚假宣传 ■



虚假宣传是消费者投诉电商问题的重灾区。消费者网购时，通常依靠商家提供的图片和文字说明了解商品或服务的信息。但从消费者投诉来看，商家提供的图片和文字说明中，经常见到以次充好、以假充真，或夸大宣传、虚假评价，个别电商平台甚至为了利益，与经营者合伙欺骗消费者。

## ■ 2017-2018中国互联网案例—网络售假 ■



电商曾一度是售假的温床，有专家分析，制售假货的根本原因有三，第一，非法利益巨大；第二，违法成本低；第三，对自主创新的保护仍有缺失。网购具有虚拟、跨地域等特点，当消费者购买了异地的商家假冒伪劣商品，当地的工商部门没有管辖权，消费者陷入维权成本高、举证困难等问题。由于一部分贵重商品鉴定步骤繁琐，维权往往不了了之。

近年，微商的兴起，由于缺乏监管，又成为售假的另一窗口。选择微信购物，有的消费者遭遇付款后对方不发货、所购产品为假冒伪劣产品等情况。

## ■ 2017-2018中国互联网案例—刷单炒信 ■



新修订的《反不正当竞争法》中规定经营者采用刷单、炒信用等方式，情节严重的，最高可处200万元罚款，吊销营业执照。

长期以来，网络零售电商里流传着一句“刷单会死，不刷等死”的俗语，消费者通过网络购买商品或服务时，往往会看该产品的成交记录和信用等级，但现实中，这些却未必真实可靠。

从消费者投诉来看，一些不良商家利用虚假交易和虚假好评欺骗消费者的做法相当普遍。除了一些网络职业“刷手”，一些商家为了“安全起见”，采取大量邮寄空快递等方式刷成交量。

## ■ 2017-2018中国互联网案例—物流滞缓 ■



快件延误，物品损坏、短缺或丢失，投递服务态度差等问题时有发生。由于各种原因，消费者和卖家都会成为快递不能及时送达的受害者。特别是在节假日期间，延迟两三天送到的情况非常普遍。每年“双十一”之后，都会有不少消费者投诉送货迟缓问题，个别消费者，尤其是偏远地区的消费者反映，下单后几个月都没有收到货物。

由以上现象可以得出结论

- ◆ 1、消费者投诉多指向电商虚假宣传问题。
- ◆ 2、电商售后服务问题多遭诟病。
- ◆ 3、网购诈骗多无通道解决。

# 中国国民对第三方互联网 信用评估认知度分析

Analysis of the recognition of third-party Internet credit evaluation by Chinese nationals

## ■ 第三方互联网信用评估认知度了解及作用 ■

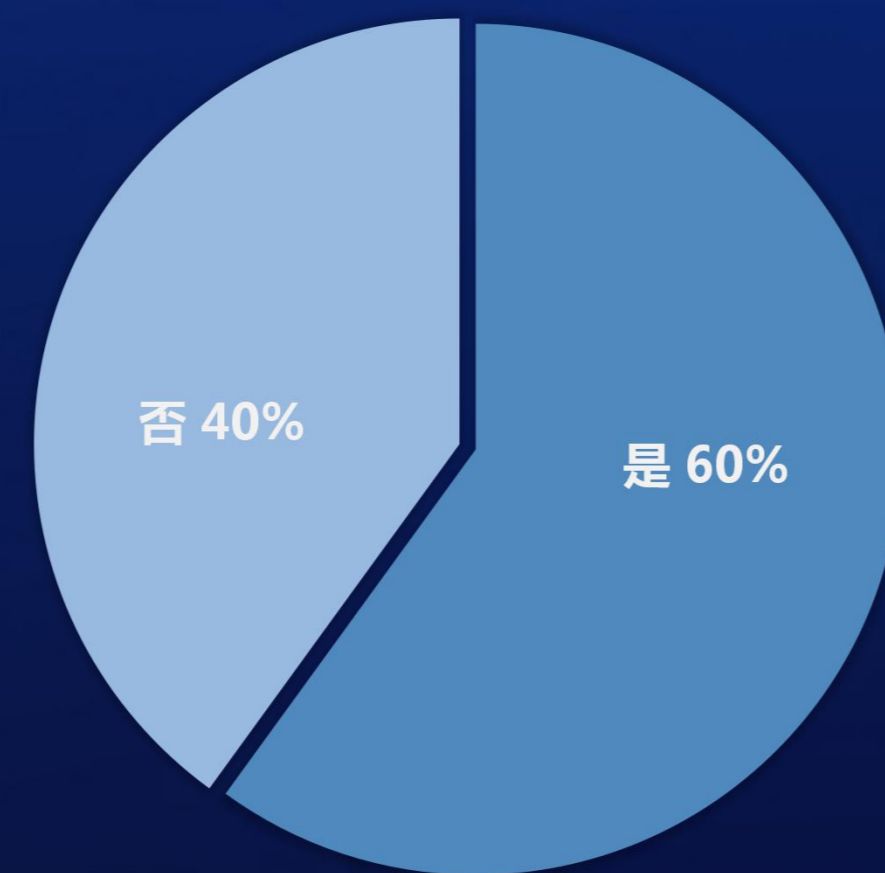
本部分报告将分别从企业和个人角度对信用认证认知度加以分析。



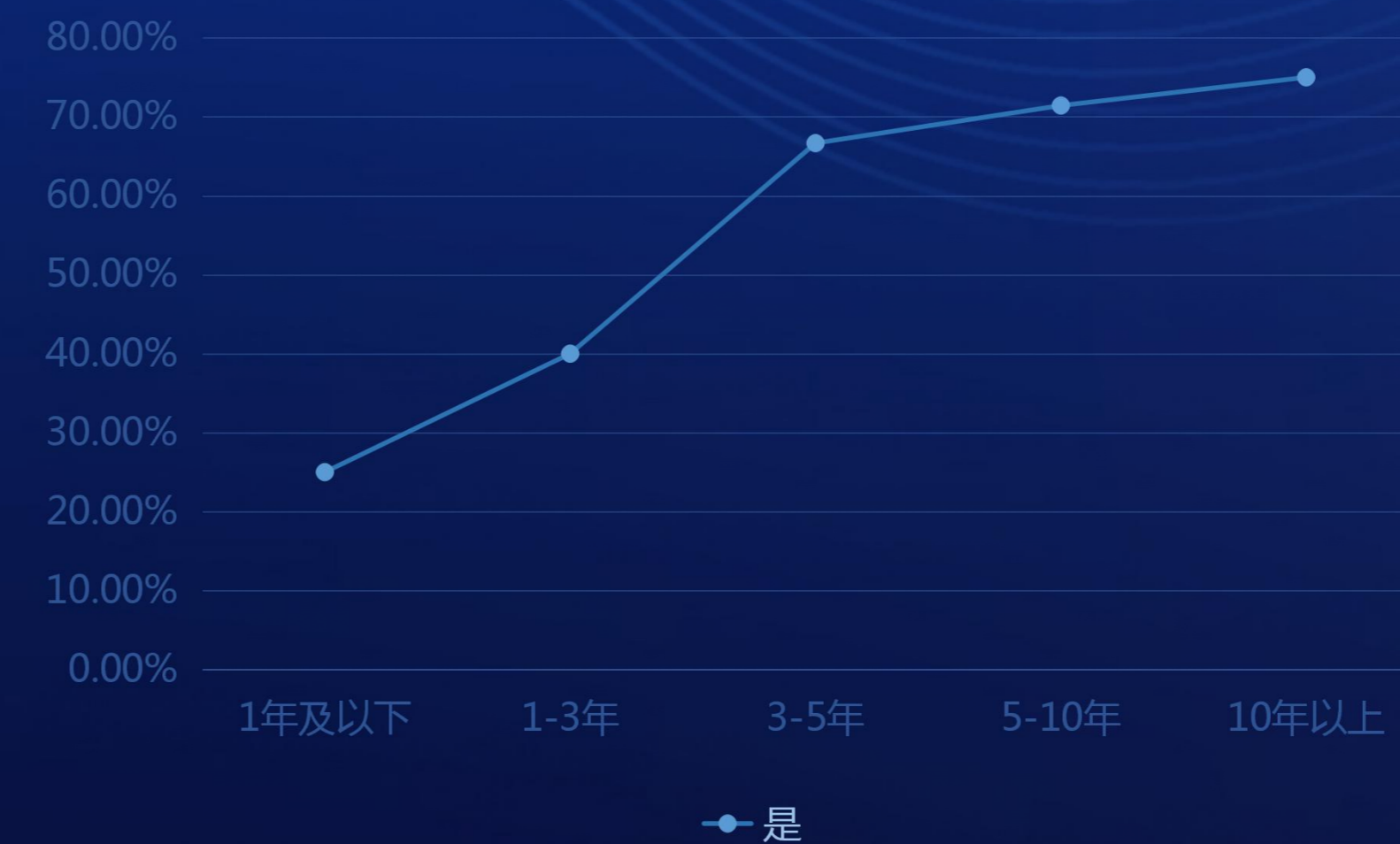


## ■ 第三方互联网信用评估认知度分析---企业 ■

调查显示：企业经营年限与是否进行信用认证呈现。以下关系：企业经营年限越久，信用认证比例越高。



企业信用认证情况分析图

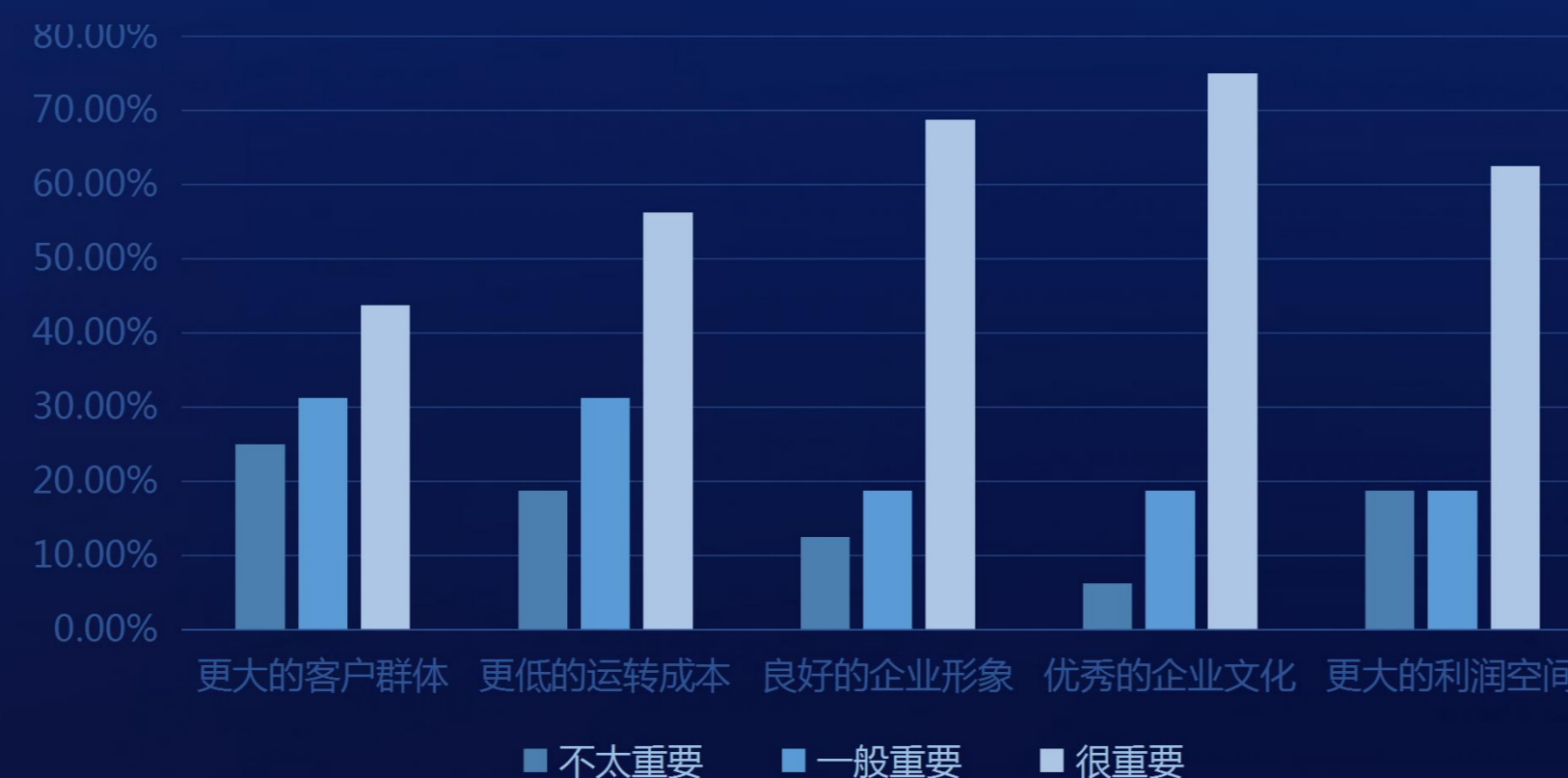


企业经营年限与是否认证关系图

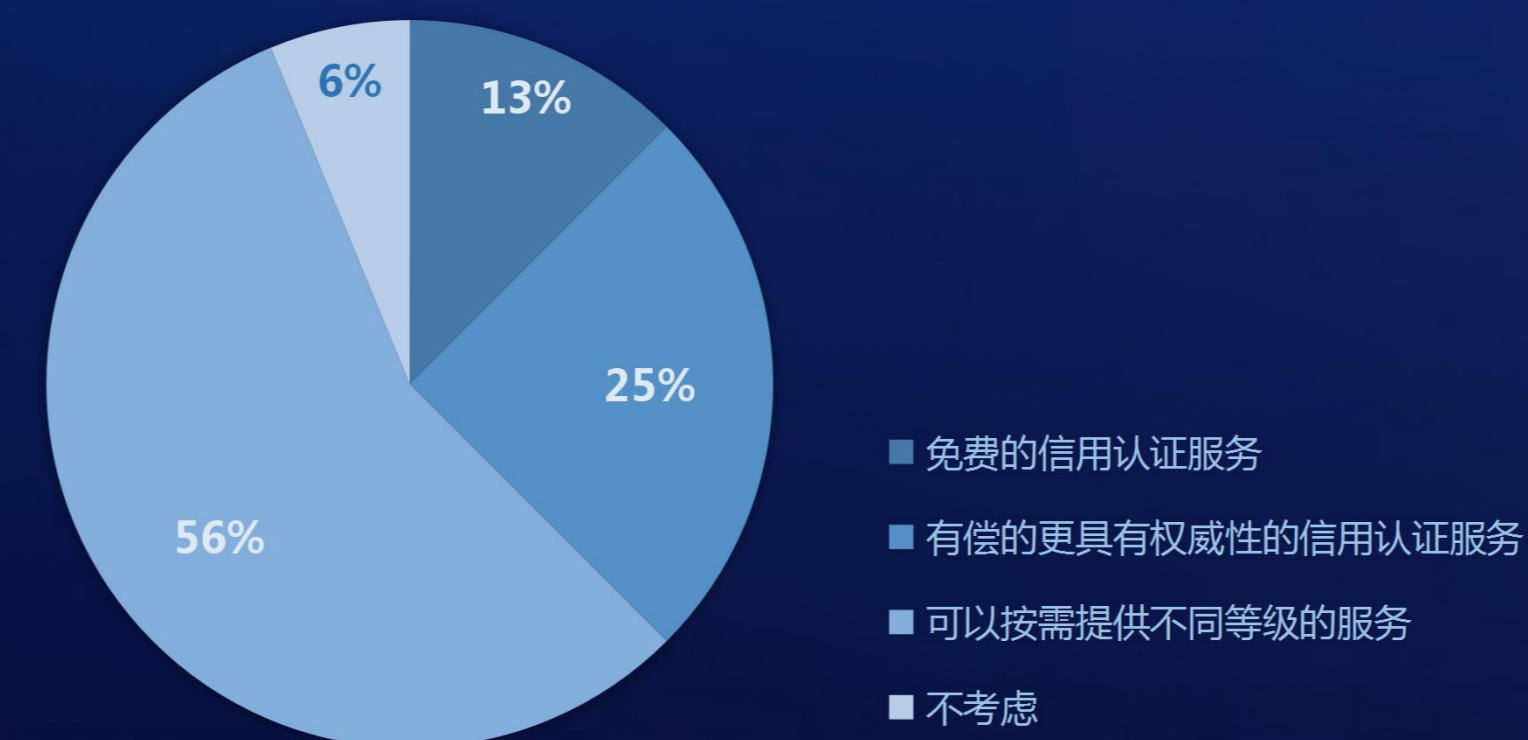
## ■ 第三方互联网信用评估认知度分析---企业 ■

调查显示：绝大部分企业管理者对于诚信在帮助企业形成优秀的企业文化、树立良好的企业形象、扩大客户群体、降低运转成本、提高利润空间等方面均有重要作用。

目前，企业对于信用认证服务的需求度总体上超过90%，在免费、有偿、按需等三个方面有所侧重，按需提供不同等级服务需求度最高。



诚信对于企业经营重要性认知



企业对于信用认证服务的需求度分析

## ■ 第三方互联网信用评估认知度了解及作用 ■

本部分报告将分别从企业和个人角度对信用认证认知度加以分析。

个人

对商家及平台信用认知

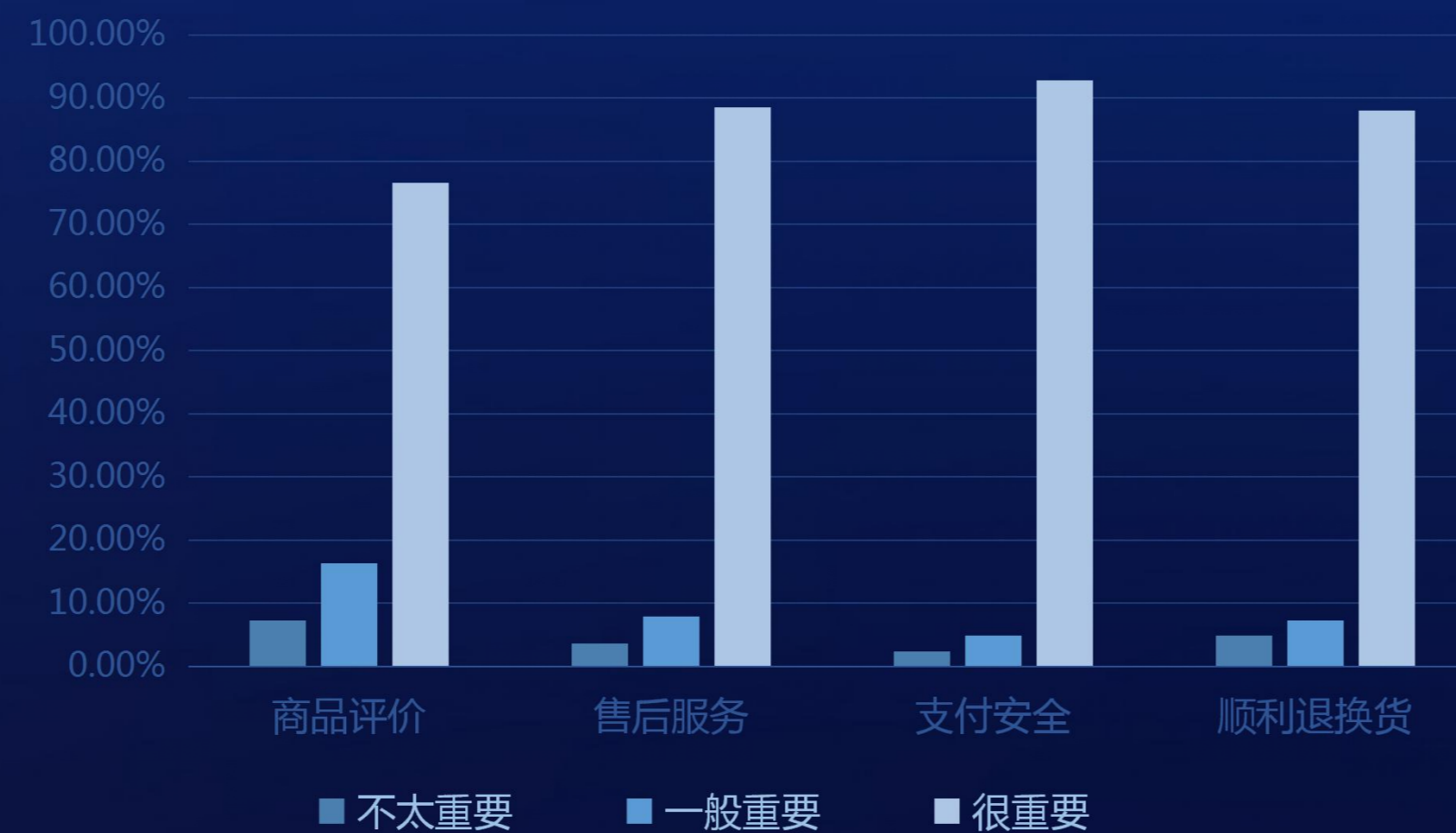
对电子商务各环节认知

信用认证需求分析

## ■ 第三方互联网信用评估认知度分析---个人 ■

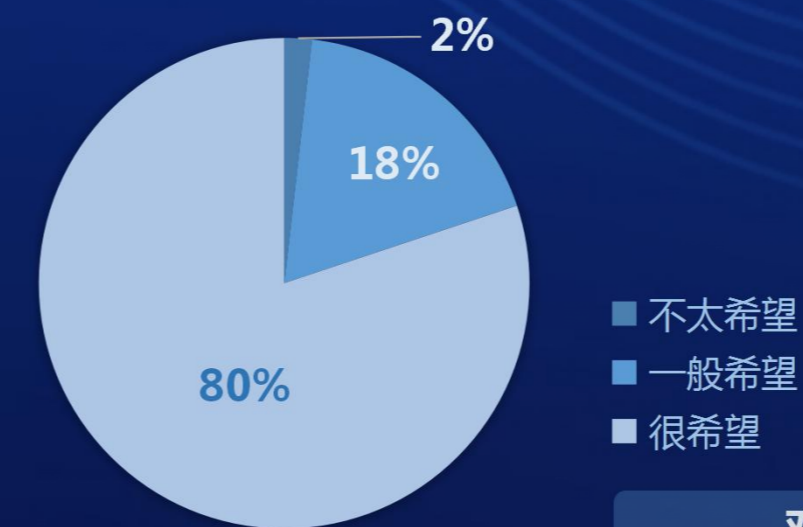
个人消费者认为商品评价、售后服务、支付安全、顺利退换货等电子商务流程性环节都很重要。

个人消费者在这些方面对于电子商务有较高期待。

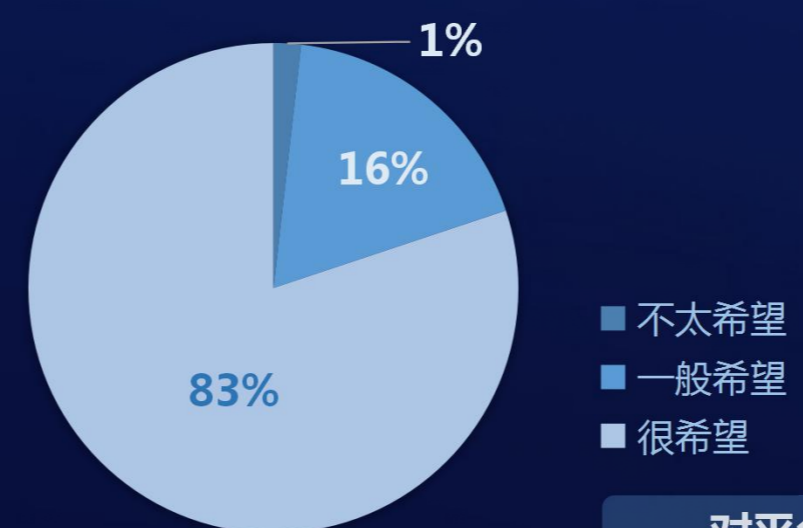


个人消费者对电子商务各环节重要性认知度分析

个人消费者对于看到商家及平台的信用评估的意愿较为强烈，很希望看到商家及平台信用报告的比例高达80%。



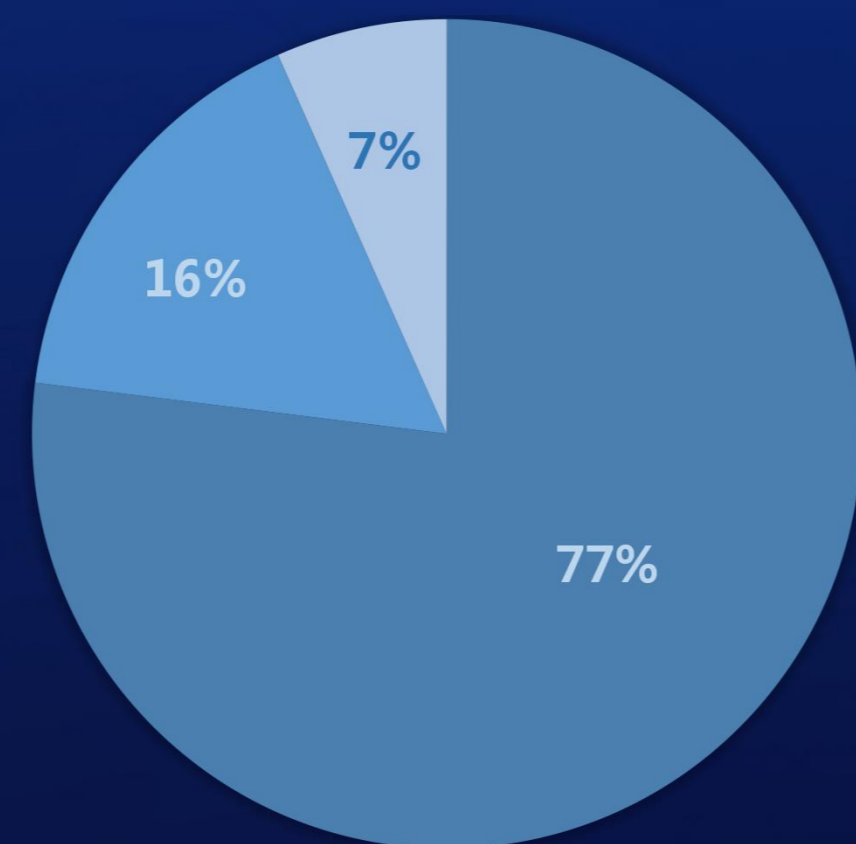
对商家信用报告需求意愿分析



对平台信用报告需求意愿认知度分析

## ■ 第三方互联网信用评估认知度分析---个人 ■

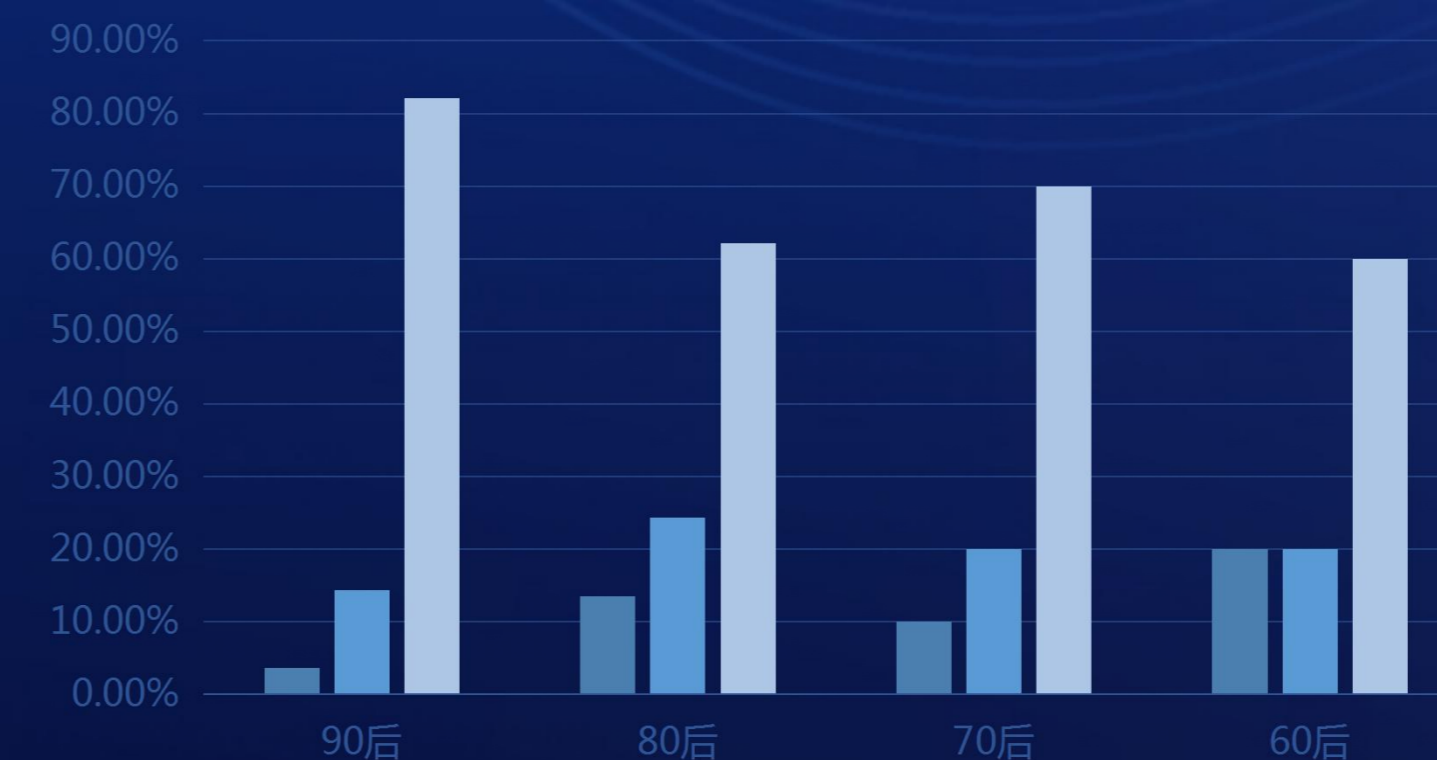
以商品评价为例，分析个人消费者对电子商务信用认知程度。



■ 很重要 ■ 一般重要 ■ 不太重要

对商品评价重要性认知度分析

以年龄层为因变量分析个人消费者对商品评价重要性认知可以看出，总体来说，越年轻的群体，对商品评价的重要性认知度越高。

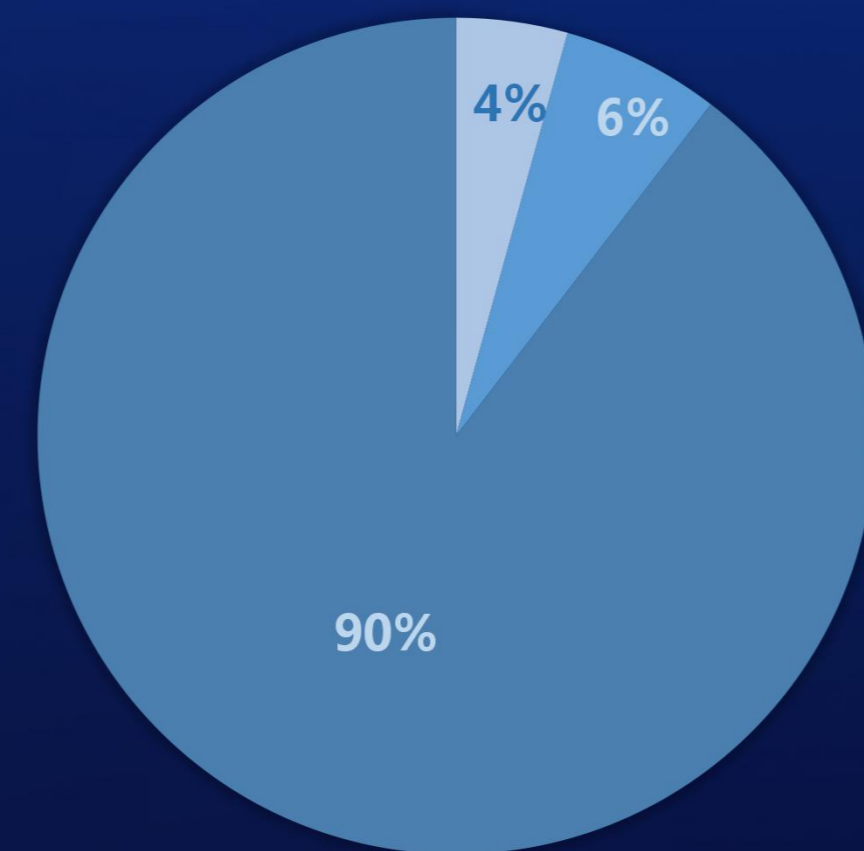


■ 不太重要 ■ 一般重要 ■ 很重要

年龄层对商品评价重要性认知度影响程度分析

## ■ 第三方互联网信用评估认知度分析---个人 ■

以学历为影响因素，分析个人消费者对商家信用认知程度。

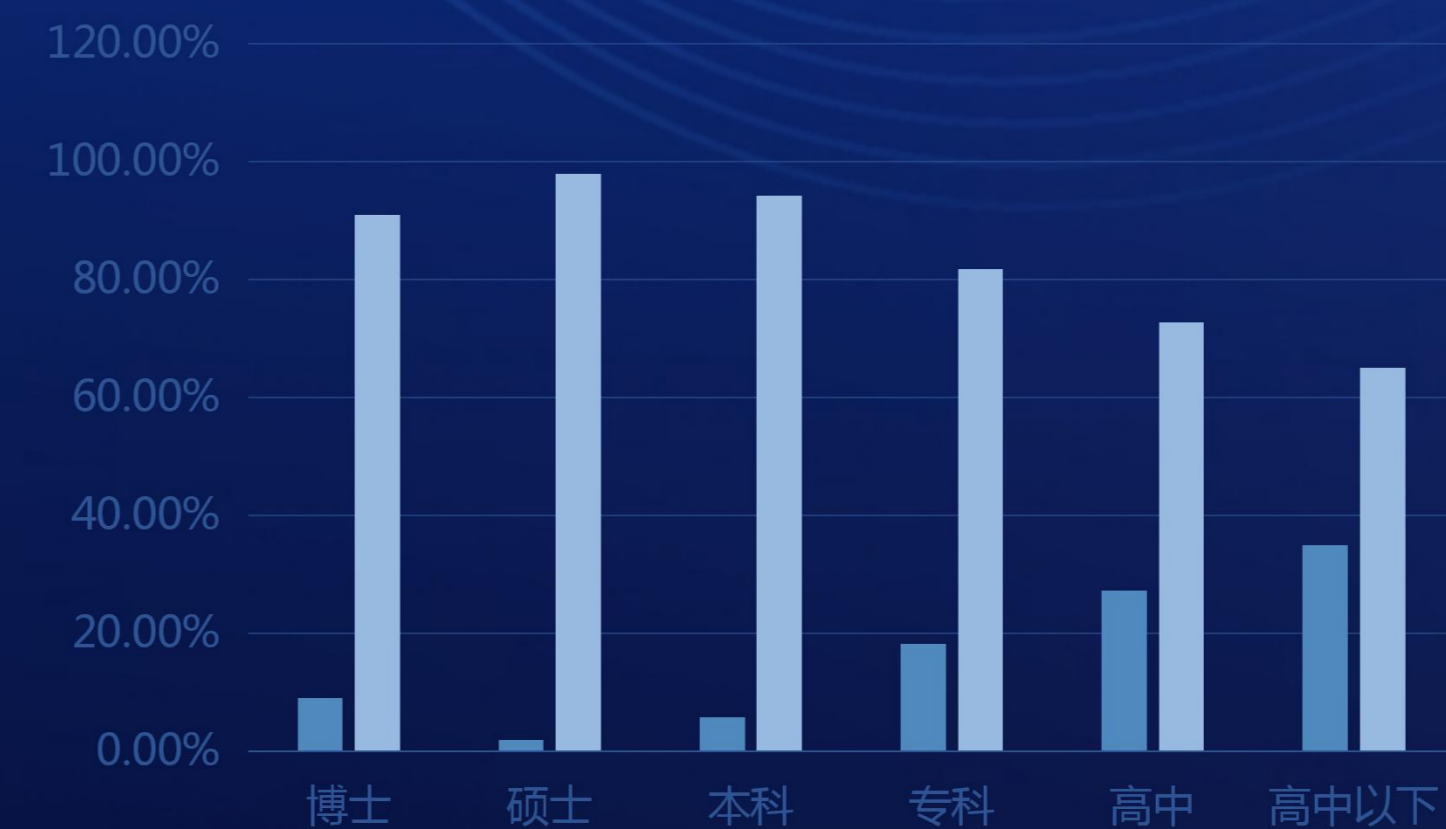


■ 不太重要 ■ 一般重要 ■ 很重要

个人消费者对商家信用认知度分析

高达90%的个人消费者认为商家信用很重要。

总体而言，学历越高，对商家信用重要性认知越高。



■ 一般重要 ■ 很重要

学历对商家信用认知度影响程度分析

随着社会发展，我国国民对于互联网信用评估认知度在不断提高。

- ◆ 从企业角度来看，信用认证对于其经营发展具有正向积极作用，且大部分企业对按需提供信用认证服务有较高期待。
- ◆ 从个人角度来看，对信用及信用认证的认知程度随着学历、年龄有所变化，不难看出，年轻的高学历群体对信用认证的需求表现最为突出。

通过分析互联网信用认证认知程度，解构互联网信用认证需求，可以发现，互联网信用认证具有很大的需求空间，市场期待更为优质的互联网信用认证产品及服务。

# 2017-2018第三方信用推动中国 互联网良性发展的巨大作用

The great role of third-party credit certification in promoting the benign development of  
the Internet in China from 2017 to 2018



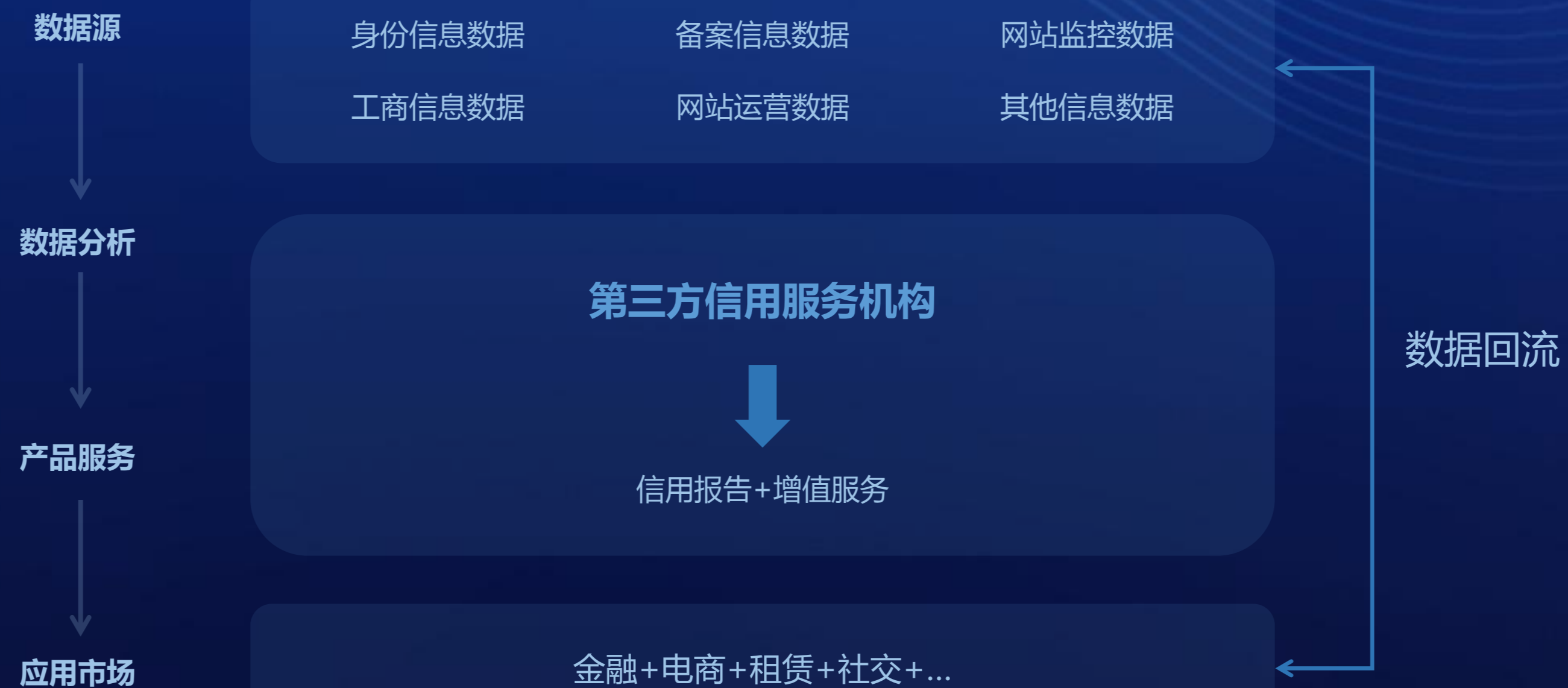
# 中国互联网第三方信用体系



## ■ 利用大数据推动互联网第三方认证 ■

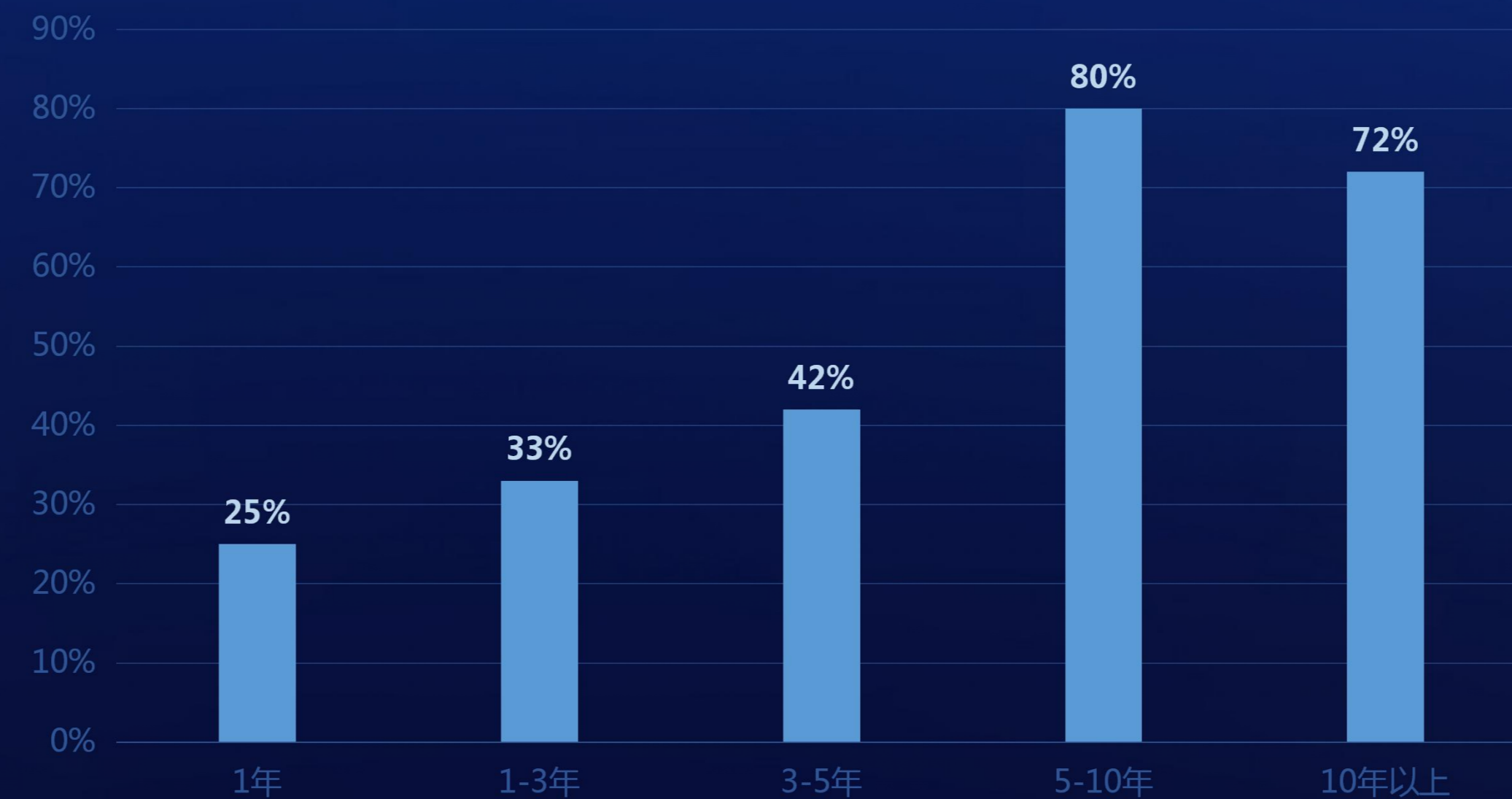


## ■ 互联网信用服务过程 ■



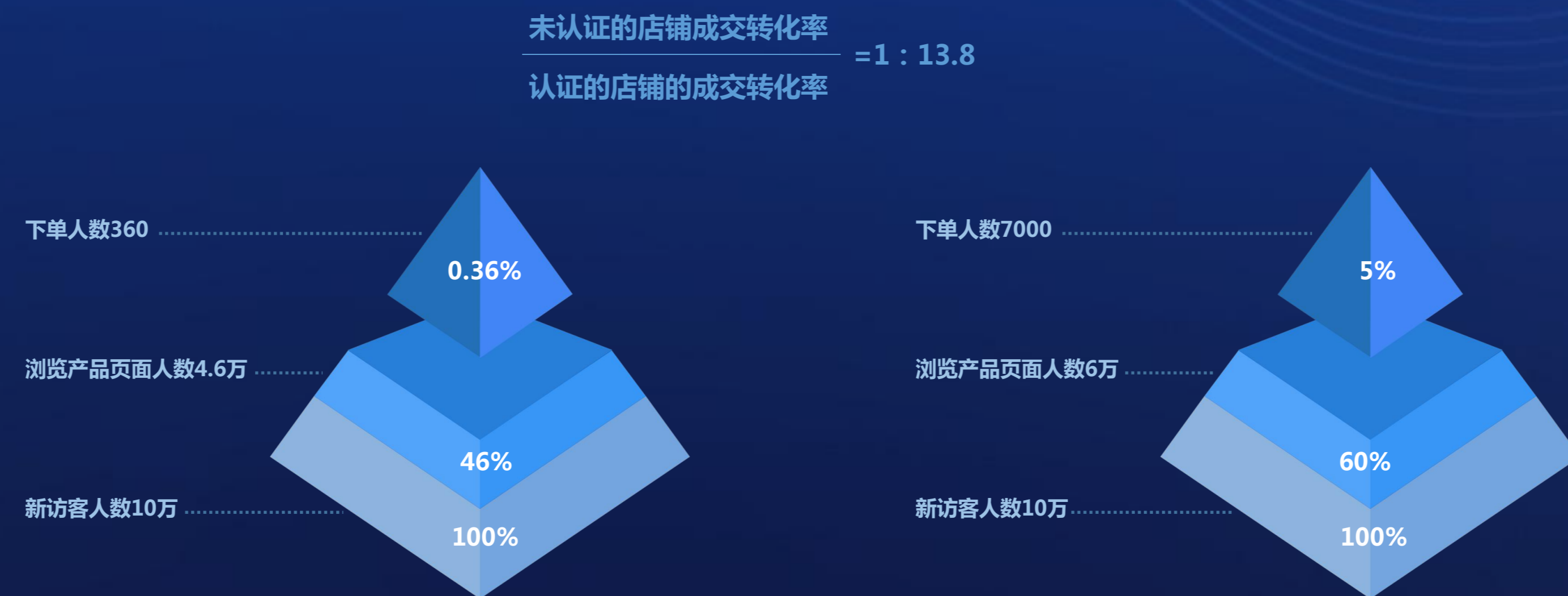
## 企业对第三方信用认证调查结果

第三方信用认证作用与企业成立年限有关，其中在成立5~10年的企业中，高达80%的企业认为有很大帮助。成立3~5年的企业中有42%认为帮助较大。整体来说由于很多中小企业不重视第三方信用认证，随着时间和激烈的竞争而被淘汰；同时也说明，第三方信用认证确实存在选择“择优”的过程，随着企业年限的增长认证的占比越来越高。



## 企业对第三方信用认证调查结果

由于店铺的信任度未知，大量的客户在从浏览产品到下单的过程中流失。未认证的店铺与认证的店铺下单比率为1:13.8。



经过认证的店铺更加容易让用户放心下单，成交转化率远高于未认证的店铺。

- ◆ 1、政府属于信用监管方，基础实施属于第三方机构，全面覆盖。
- ◆ 2、数据来源丰富，政府与第三方机构共建大数据库，关键是实现数据流通。

# 中国互联网第三方信用认证 所能解决的问题

China Internet third-party credit certification can solve the problem

## ■ 盘石数据流 ■





## ■ 我们能解决的——诚信认证 ■

诚信龙头单位



诚信网站



诚信示范网站



知名网站



## ■ 我们能解决的——诚信认证 ■

### 安全卫士 启信鸟终端应用



- 1、网站安全评星
- 2、网站信用评星
- 3、企业诚信档案
- 4、网站认证证书
- 5、网站运行监测
- 6、认证申请入口
- 7、网站认证案例
- 8、网站投诉申请

## ■ 我们能解决的——诚信认证 ■



### 国家机构政策法规和监督指导

严格依据工信部、商务部、国资委、发改委法规政策指导；中国电子商务协会、北京盘石，监督指导与技术支持；多重数据库对比，确保验证结果准确、诚信。



### 网站一次认证，全网数据共享

互联网信用认证平台大数据收录；  
PC端、移动端共同展现；  
门户网站安全监控全面对接。



### 防范恶意假冒，树立诚信网站

助网站防范钓鱼假冒网站，树立网站形象；  
助中小企业网站解决诚信难题，赢得客户信任；  
助网民便捷核验网站真实身份；防范欺诈被骗。



### 网站基础信息认证

收录网站基础信息：域名，ICP备案号；  
企业工商注册信息；事业单位及组织机构信息；  
网站具有防伪技术；用户信息安全保护。

## 我们能解决的—APP认证

### APP实名认证



#### 检测内容

实名认证检测

病毒检测

### APP实名认证



#### 检测内容

实名认证检测

敏感权限查验

代码加密检测

动态防护检测

盗版检测

漏洞分析检测

用户信息安全保护监测

信息内容审核管理检测

用户行为日志记录检测

病毒检测

# 我们能解决的—APP认证



APP安全认证



中国移动互联网安全信用认证中心



国家专网移动应用管理平台

## 我们能解决的——金融认证



### 金融研究院

2018年5月4日，由中国移动通信联合会(CMCA)和北京盘石信用管理有限公司联合发起的中国移动通信联合会磐石互联网金融研究院在北京正式成立。

为搭建互联网金融领域信息交流、人才培养培训平台，成为专业、开放的现代化智库，进行与互联网金融相关业务的调查和研究，协助政府部门推动互联网金融的发展，为社会经济发展服务，成立了由中国移动通信联合会(CMCA)和北京盘石信用管理有限公司联合发起的学术研究机构——中国移动通信联合会磐石互联网金融研究院，隶属于中国移动通信联合会，北京盘石信用管理有限公司担任理事长单位，并将在中国移动通信联合会的领导和指导下开展工作，落实联合会对分支机构的工作部署安排。

中国移动通信联合会磐石互联网金融研究院希望能为中国的互联网金融事业添砖加瓦，贡献力量，同时希望各个相关单位及各位同仁积极参与，为我们互联网金融行业的发展共同努力。

## 我们能解决的——金融认证

### 互联网金融行业认证系列



互联网金融行业龙头认证

- 中国移动通信联合会磐石互联网金融研究院常务理事单位（颁发实物牌匾）
- 加入中国移动通信联合会磐石反欺诈中心
- 互联网金融行业龙头网站认证证书（颁发实物证书和离线电子签章PDF证书）
- APP安全检测认证服务（合格后颁发证书）
- 诚信企业档案管理服务
- 云信网站运行监控服务
- 诚信小程序认证证书
- 实地认证考察服务证书（颁发实物证书）



互联网金融行业示范认证

- 中国移动通信联合会磐石互联网金融研究院理事单位（颁发实物牌匾）
- 加入中国移动通信联合会磐石反欺诈中心
- 互联网金融行业示范网站认证证书（颁发实物证书和离线电子签章PDF证书）
- APP安全检测认证服务（合格后颁发证书）
- 诚信企业档案管理服务
- 云信网站运行监控服务

## 我们能解决的——金融认证

针对于风控模型产品的设计，让小白客户经理以最简单、最快速的方式操作，节约的用户的学习成本；平台根据用户的业务需求进行私人定制，并一站式解决信用评分、贷款额度及产品定价等服务。





## ■ 我们能解决的—区块链认证 ■

2018年08月11日，由中国移动通信联合会(CMCA)和北京盘石信用管理有限公司联合发起的中国移动通信联合会全球区块链产业研究院在北京正式成立。为促进中国区块链技术行业应用良性健康发展，为中国区块链网络成为下一代成熟的信用机制网络积极发挥作用，成立了由中国移动通信联合会(CMCA)和北京盘石信用管理有限公司联合发起的学术研究机构--中国移动通信联合会全球区块链产业研究院。中国移动通信联合会全球区块链产业研究院隶属于中国移动通信联合会，北京盘石信用管理有限公司担任理事长单位，并将在中国移动通信联合会的领导和指导下开展工作，落实联合会对分支机构的工作部署安排。



## ■ 我们能解决的—区块链认证 ■

## 评估与认证流程



## 区块链行业可信项目

- 1、区块链系统评测服务（赠送服务）
- 2、功能及性能检测报告
- 3、颁发区块链行业可信项目认证证书
- 4、颁发区块链行业可信项目线上和线下牌匾



## 区块链行业示范项目

- 1、区块链系统评测服务（赠送服务）
- 2、功能及性能检测报告
- 3、颁发区块链行业示范项目认证证书
- 4、颁发区块链行业示范项目线上和线下牌匾



## 区块链行业龙头项目

- 1、区块链系统评测服务（赠送服务）
- 2、功能及性能检测报告
- 3、颁发区块链行业龙头项目认证证书
- 4、颁发区块链行业龙头项目线上和线下牌匾

# 品牌排行榜

品牌排行榜

# 品牌排行榜

## 金融行业品牌排名

1  信用等级: AAA 97% 满意度指数: ★★★★★ 95% 品牌综合得分: 优秀 95	2  信用等级: AAA 96.5% 满意度指数: ★★★★★ 96% 品牌综合得分: 优秀 95	3  信用等级: AAA 95% 满意度指数: ★★★★★ 95% 品牌综合得分: 优秀 94	4  信用等级: AAA 95.4% 满意度指数: ★★★★★ 95.4% 品牌综合得分: 优秀 95
5  信用等级: AAA 95.3% 满意度指数: ★★★★★ 95.2% 品牌综合得分: 优秀 95	6  信用等级: AAA 94.9% 满意度指数: ★★★★★ 94.9% 品牌综合得分: 优秀 94	7  信用等级: AAA 94.3% 满意度指数: ★★★★★ 94.3% 品牌综合得分: 优秀 94	8  信用等级: AAA 94.2% 满意度指数: ★★★★★ 94.2% 品牌综合得分: 优秀 93
9  信用等级: AAA 94% 满意度指数: ★★★★★ 94% 品牌综合得分: 优秀 94	10  信用等级: AAA 93.9% 满意度指数: ★★★★★ 93.9% 品牌综合得分: 优秀 93	11  信用等级: AAA 93.8% 满意度指数: ★★★★★ 93.8% 品牌综合得分: 优秀 93	12  信用等级: AAA 93.7% 满意度指数: ★★★★★ 93.7% 品牌综合得分: 优秀 93
13  信用等级: AAA 93.6% 满意度指数: ★★★★★ 93.6% 品牌综合得分: 优秀 93	14  信用等级: AAA 93.5% 满意度指数: ★★★★★ 93.6% 品牌综合得分: 优秀 93	15  信用等级: AAA 93.4% 满意度指数: ★★★★★ 93.4% 品牌综合得分: 优秀 93	16  信用等级: AAA 93.3% 满意度指数: ★★★★★ 93.3% 品牌综合得分: 优秀 93.3

## 电商行业品牌排名

1  信用等级: AAA 93% 满意度指数: ★★★★★ 93% 品牌综合得分: 优秀 90	2  信用等级: AAA 92.27% 满意度指数: ★★★★★ 92.7% 品牌综合得分: 优秀 97	3  信用等级: AAA 92.1% 满意度指数: ★★★★★ 92.1% 品牌综合得分: 优秀 96	4  信用等级: AAA 91.9% 满意度指数: ★★★★★ 91.9% 品牌综合得分: 优秀 95
5  信用等级: AAA 91.89% 满意度指数: ★★★★★ 91.89% 品牌综合得分: 优秀 95	6  信用等级: AAA 91.46% 满意度指数: ★★★★★ 91.46% 品牌综合得分: 优秀 94	7  信用等级: AAA 91.85% 满意度指数: ★★★★★ 91.85% 品牌综合得分: 优秀 95	8  信用等级: AAA 91.8% 满意度指数: ★★★★★ 91.8% 品牌综合得分: 优秀 93
9  信用等级: AAA 91.52% 满意度指数: ★★★★★ 91.52% 品牌综合得分: 优秀 93	10  信用等级: AAA 91.5% 满意度指数: ★★★★★ 91.5% 品牌综合得分: 优秀 94	11  信用等级: AAA 91.49% 满意度指数: ★★★★★ 91.49% 品牌综合得分: 优秀 92	12  信用等级: AAA 91.45% 满意度指数: ★★★★★ 91.45% 品牌综合得分: 优秀 92
13  信用等级: AAA 91.4% 满意度指数: ★★★★★ 91.4% 品牌综合得分: 优秀 91	14  信用等级: AAA 91.33% 满意度指数: ★★★★★ 91.33% 品牌综合得分: 优秀 91	15  信用等级: AAA 91.1% 满意度指数: ★★★★★ 91.1% 品牌综合得分: 优秀 91	16  信用等级: AAA 91% 满意度指数: ★★★★★ 91% 品牌综合得分: 优秀 91

## 区块链行业品牌排名

1  信用等级: AAA 97% 满意度指数: ★★★★★ 96.5% 品牌综合得分: 优秀 96.5分	2  信用等级: AAA 96.5% 满意度指数: ★★★★★ 96.5% 品牌综合得分: 优秀 96.5分	3  信用等级: AAA 96.2% 满意度指数: ★★★★★ 96.2% 品牌综合得分: 优秀 96.2分	4  信用等级: AAA 96% 满意度指数: ★★★★★ 96.1% 品牌综合得分: 优秀 96.05分
5  信用等级: AAA 95.6% 满意度指数: ★★★★★ 96% 品牌综合得分: 优秀 95.8分	6  信用等级: AAA 95.5% 满意度指数: ★★★★★ 95.4% 品牌综合得分: 优秀 95.45分	7  信用等级: AAA 95.3% 满意度指数: ★★★★★ 95.6% 品牌综合得分: 优秀 95.45分	8  信用等级: AAA 95.2% 满意度指数: ★★★★★ 95.1% 品牌综合得分: 优秀 95.15分
9  信用等级: AAA 95% 满意度指数: ★★★★★ 95% 品牌综合得分: 优秀 95分	10  信用等级: AAA 94.6% 满意度指数: ★★★★★ 94.5% 品牌综合得分: 优秀 94.55分	11  信用等级: AAA 94.5% 满意度指数: ★★★★★ 94.4% 品牌综合得分: 优秀 94.55分	12  信用等级: AAA 94.2% 满意度指数: ★★★★★ 94.3% 品牌综合得分: 优秀 94.25分
13  信用等级: AAA 94.1% 满意度指数: ★★★★★ 94.2% 品牌综合得分: 优秀 94.15分	14  信用等级: AAA 94% 满意度指数: ★★★★★ 94.1% 品牌综合得分: 优秀 94.05分	15  信用等级: AAA 93.8% 满意度指数: ★★★★★ 93.7% 品牌综合得分: 优秀 93.75分	16  信用等级: AAA 93.7% 满意度指数: ★★★★★ 93.8% 品牌综合得分: 优秀 93.75分

## ■ 部分数据源 ■

◆ 国家计算机网络应急技术处理协调中心

◆ 艾瑞资讯集团

◆ 中国消费者协会

◆ 电商315曝光台

◆ 电子商务数据中心

◆ 电子商务消费纠纷调解平台

◆ 中国电子商务法律求助服务平台

◆ 中国电子商务研究中心研究报告

◆ 电商快评汇总

# 答记者问环节

