

文章编号: 2096-1472(2016)-08-41-03

构建一种电子商务第三方评价系统

林来杰

(温州职业技术学院信息技术系, 浙江 温州 325035)

摘要: 为了解决当前国内电子商务评价体系的不足, 本文研究构建一种第三方评价系统。应用当前较为成熟的WEB与数据库开发技术, 开发一个第三方评价网站。电子商务卖家按照要求将商品信息以及检验报告信息上传到第三方评价网站, 电子商务买家在购买商品后, 在第三方评价网站进行商品评价, 由此形成了独立于电子商务网络销售平台的评价体系。而第三方评价网站与电子商务网络销售平台之间通过简单的链接进行跳转访问, 实现功能上的无缝对接, 使用方便。

关键词: 电子商务; 第三方评价; 网络销售平台; 卖家; 买家

中图分类号: TP399 **文献标识码:** A

Construct a Third-party Evaluation System for E-commerce

LIN Laijie

(Department of Information Technology, Wenzhou Vocational and Technical College, Wenzhou 325035, China)

Abstract: In order to solve the shortage of domestic e-commerce evaluation system, this article research to construct a third-party evaluation system. Develop a website about third-party evaluation by applying the currently mature web and database development technology. E-commerce sellers upload product information and report information as required by the inspection to a third-party evaluation website, e-commerce buyer conduct product evaluation in the third-party evaluation website after the purchase of goods, thereby forming an evaluation system independent of the online market platform. The third-party evaluation website and online market platform can hop by a simple link, which is seamlessly connected functionally and easy to use.

Keywords: e-commerce; third-party evaluation; online market platform; seller; buyer

1 引言(Introduction)

近年来, 随着我国电子商务的发展, 电子商务活动日益占据人民生活的各个方面, 人们从网上购买各种生产生活用品。越来越多的企业将产品营销的重心转到互联网上, 纷纷做起了电子商务。国内几家电子商务企业更是影响巨大, 如阿里巴巴、京东、苏宁易购等。2015年11月11日, 阿里巴巴的“天猫网”的营业额就突破900亿人民币。

但是, 围绕着这些知名电子商务平台的负面新闻不断, 如“淘宝网”的假货泛滥, 电子商务卖家们为了取得靠前的网页浏览排名, 依靠刷单等虚假交易形式, 提升自己的营销数据, 并且, 对所售商品进行各种有目的有计划的“好评”, 以此引导真正的消费者进店购买。由于电子商务是基于互联网的一种商务模式, 它以电子信息作为信息的载体, 具有远程的不可见的甚至虚拟的特点。因此, 消费者在购买活动中, 非常依赖其他用户的评价。如果评价都可以造假, 那么消费者就难以在购买商品前对商品进行可靠的判断, 由此产生了很多的交易纠纷。同时, 越来越多的退货行为, 增

加了物流的负担, 并且造成购买行为参与方的人力物力以及时间上巨大浪费。

由此可见, 一个有效的评价体系在保证电子商务的健康发展是多么重要^[1]。那么如何构建一个合理有效的评价体系呢? 按照国外第三方信用体系建设运行的实践经验^[2,3], 构建一个独立的电子商务第三方评价体系应该是一个解决问题的方向。

本文研究如何构建一个独立的电子商务第三方评价体系, 与现有的电子商务网络销售平台对接, 完成电子商务参与方对商品的评价。

2 构建电子商务第三方评价系统(Build third-party evaluation system of e-commerce)

电子商务第三方评价系统由第三方评价机构、电子商务销售平台、卖家服务系统、买家评价服务系统、争议处理系统组成, 系统结构图如图1所示。

电子商务第三方评价系统要对接各电子商务销售平台在售产品, 允许卖家提供在售商品的一般数据和各种客观数

据,允许买家提供在售商品的使用评价,建立买卖双方在产生具体分歧时的第三方评价介入,确保评价的数据的实时性、客观性。系统组成关系如图2所示。

(1)第三方评价机构

第三方评价系统的核心是一个独立的第三方评价机构,独立开展电子商务第三方评价工作,包括依法依规的评价规则的建立、评价流程的建立和优化、数据的接收处理与发布、争议的处理等^[4,5]。

技术上,依托当前成熟的基于互联网的数据库管理技术,开发运行第三方评价网站作为第三方评价的工作平台,实现数据的接收、数据处理、数据传输与发布^[6]。评价网站给卖家提供数据上传接口,允许卖家提供与在售商品有关的信息。评价网站给买家提供在售商品使用评价信息,形成该在售商品的买家评价信息。同时,评价网站应能建立当买卖双方就某一评价出现争议时的处理流程,这一流程应该是一个可以验证的客观的方式,可以提交检验机构进行验证。

(2)电子商务销售平台

电子商务销售平台提供卖家开展电子商务销售活动,发布相关商品信息的平台。卖家作为一个在电子商务销售平台开展销售活动的主体,拥有发布销售商品信息的权限。卖家应在每一个商品的详情页的醒目位置,加入跳转到第三方评价网站的链接,方便购买者在购买前浏览该商品的相应评价,由此在技术上实现了第三评价网站和电子商务销售平台的信息对接。

(3)卖家服务系统

卖家服务系统是第三方评价网站提供给卖家的数据服务接口。卖家按网站的要求,上传电子商务销售平台在线销售商品的详情页链接、在线销售商品的商品详情图片、参数。作为第三方评价网站,强烈要求卖家提供由正规商品检验机构提供的商品检验报告单数据。对于能够提供检验数据的商品,网站将提高商品权重,给予更高的展示排名,相应商品将能获得更多的展示机会。

(4)买家评价服务系统

买家评价服务系统为购买电子商务销售平台在线销售商品的买家提供评价数据上传服务。买家可以上传商品的使用评价,形成商品的用户评价。评价有总体评价,也有分指标评价,评价指标分为“好评”“中评”“差评”等三个等级。

(5)争议处理系统

为了处理买卖双方对某一商品的评价产生的分歧,争议系统为买卖双方提供证据上传平台,这些证据的可采信度将影响商品的评价值。系统将对争议情况给出相应的信息。

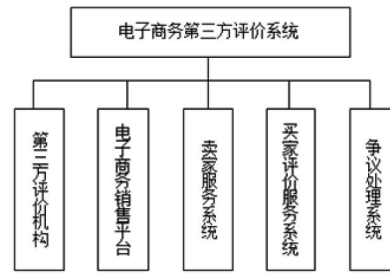


图1 系统组成结构图

Fig.1 System structure diagram

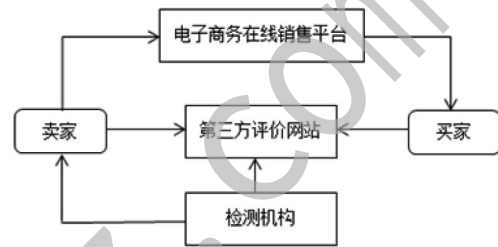


图2 系统组成关系图

Fig.2 System composition diagram

3 评价实现流程与算法(Process and algorithms of implementing evaluation)

围绕商品,对商品进行评价,根据评价的情况给商品赋予相应的评价指标,从而进一步给商品的质量和信誉做出评判,并影响商品在系统展现的排序^[7,8]。

(1)基本评价数据赋值

卖家上传到第三方评价网站的每一种商品,网站赋予以下基本评价参数:商品评价的基础值P1,与是否提供检测报告有关的评价值P2,反映“好评”的参数A,反映“中评”的参数B,反映“差评”的参数C,反映“争议”的参数Z。用户评价过程参数P,争议过程参数ZY,争议处理时效ZT。

赋值流程如图3所示:

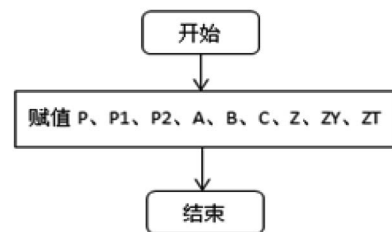


图3 赋值流程

Fig.3 Assignment process

(2)买家评价

买家在购买了商品以后,根据商品的质量、体验,以及

是否与卖家商品描述相符等情况, 登录第三方评价网站进行评价。如果是“好评”, 则商品评价的基础值 $P1$ 加2, A 加1; 如果是“中评”, 商品评价的基础值 $P1$ 加1, B 加1; 如果是“差评”, C 加1, 进入争议处理流程, Z 加1。

评价流程如图4所示:

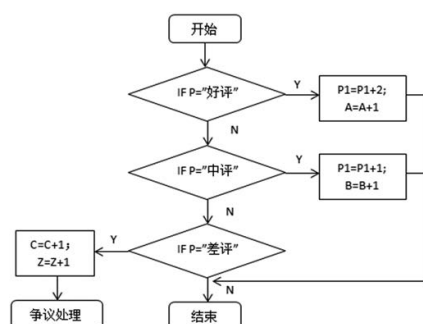


图4 评价流程

Fig.4 Evaluation process

(3) 争议处理

由于买家给出了差评, 系统进入争议处理流程, 这个流程允许卖家提供必要的证据进行澄清。

在一定时效内, 卖家如果确认接受争议处理, 系统进入争议处理流程, 否则“差评”自动确认, 基础评价价值 $P1$ 除以3。卖家应提供足够的证据, 证明商品的质量或相关承诺是否相符。如果卖家能提供有说服力的证据, 则“差评”不成立, C 减1, Z 减1。否则“差评”成立, 基础评价价值 $P1$ 除以3。

争议处理流程如图5所示:

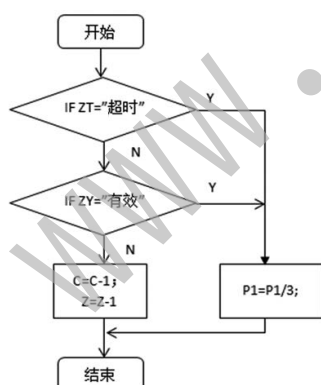


图5 争议处理流程

Fig.5 Dispute resolution processes

4 系统应用(Application of the system)

我国各大电子商务网络销售平台中, “淘宝网”是影响比较大的一个电子商务平台。“淘宝网”的评价方式不能很好地保证客观评价, 消费者对部分产品抱有很大的疑虑, 影响了产品的营销。因此, 如果能结合“淘宝网”, 建立“淘宝网”和第三方评价网站的数据链接, 使买家能够在购买活

动之前访问电子商务第三方评价网站进行查询, 再通过第三方网站跳转到“淘宝网”产品详情页进行购买, 然后在完成购买以后进行第三方评价, 这样就完成了一个完整的第三方评价的过程。

(1) 开发电子商务第三方评价网站

电子商务第三方评价网站可以采用 .NET Framework 4.0、IIS应用程序服务器和SQL Server数据库管理系统的架构。这样的架构具有开发部署容易、运行效率高、易于管理等优点, 开发应用技术比较成熟。系统技术架构如图6所示。

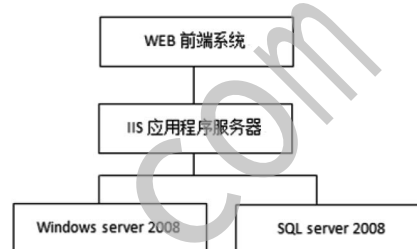


图6 系统技术架构

Fig.6 Technology architecture of system

网站页面提供了用户评价、评价数据, 以及点击到电子商务网络销售平台(如淘宝网)的跳转链接。当用户点击页面上的“去购买”, 浏览器即可载入电子商务网络销售平台(如淘宝网)商品详情页页面, 用户完成购买行为。这样, 用户通过简单的点击操作就可以完成浏览、评价, 以及去购物的各种操作, 非常方便。前端页面如图7所示。



图7 前端页面

Fig.7 The front page

(2) 与电子商务网络销售平台的链接实现

卖家首先将产品数据上传到第三方评价网站, 网站生成相应的页面, 并生成链接地址。卖家通过电子商务网络销售平台(如“淘宝网”)提供的后台页面编辑功能, 在商品详情页中为指向第三方评价网站的图片(如内容为“一评第三方评价GO”的图片)添加这个链接地址。商品详情页如图8所示。

当消费者到电子商务网络销售平台商品详情页点击这个链接, 即可跳转到第三方评价网站, 从而实现了电子商务网络销售平台与第三方评价网站的链接。



图8 商品详情页

Fig.8 Product details page

5 结论(Conclusion)

第三方评价开创了一种客观公正的评价模式,可以客观反映消费者对于网上购物商品的评价,引导消费者购买质量可靠的商品。同时通过努力推广,使消费者认可第三方评价模式,使“淘宝网”的卖家主动接受第三方评价的规则,主动提供第三方评价的监督,并且提供可靠的产品检测数据和报告,则能极大地提高消费者对卖家产品的信任。第三方评价也有助于挤出国内电子商务销售平台上的假冒伪劣商品,净化电子商务市场,促进电子商务健康有序地发展。

参考文献(References)

- [1] Li Y S,et al.Trustworthiness Evaluation of Registered In-

(上接第52页)

式启发教学思路,使同学们对软件开发模式和开发过程中涉及的SSH等技术有一个更系统和深刻的认识,以便在开发过程中更灵活应用。

参考文献(References)

- [1] Zavala-Romero O,et al.An open source Java web application to build self-contained web GIS sites [J].Environmental Modelling & Software,2014,62:210-220.
- [2] Meng J C,Shi C D,Luo L M.Performance Optimization of Teaching Web Application Based SSH Framework[C]. Proceedings of the 2015 International Conference on Software Engineering and Information Technology,2015:93.
- [3] Ma D M,Yao L,Xue H D.A Web-Based Groundwater

formation in a Trusted E-commerce Data Service[C]. ICEBE,2013:353-357.

- [2] FOULIRAS P.A Novel Reputation-based Model for E-commerce[J].Operational Research,2013,13(1):113-138.
- [3] Joia L A,Oliveira L B.Development and Testing of an E-commerce Web Site Evaluationmodel[J].Journal of Electronic Commerce in Organizations,2008,6(3):37-53.
- [4] 陈显友,周静.基于第三方电子商务信用评价机制的构建[J].国际金融,2013(1):65-68.
- [5] 罗磊磊.网络购物信用评价机制存在的问题及对策[J].科技广场,2013(1):124-127.
- [6] 王涛.基于web的教师信息管理系统的设计与实现[J].电子设计工程,2014(21):124-126.
- [7] 陈浩,李银胜.面向多维度的电子商务主体信誉评价与计算[J].计算机应用与软件,2015(10):26-30.
- [8] 陈显友.基于第三方评价的B2C网购影响消费者信任的主要因素研究[J].征信,2013(3):39-42.

作者简介:

林来杰(1970-),男,硕士,讲师,工程师.研究领域:电子商务,网络技术.

Management Information System[C].Applied Mechanics and Materials.Trans Tech Publications,2015,737:688-691.

- [4] 王艳,马佳琳.CDIO理念在《Web程序设计》课程中的应用与实践[J].软件工程,2016,19(2): 50-51.

作者简介:

张宜浩(1982-),男,博士,讲师.研究领域:机器学习,推荐系统.

涂 飞(1979-),男,博士,讲师.研究领域:服务计算,软件工程.

刘小洋(1980-),男,博士,副教授.研究领域:无线通信,计算机应用.