

# 网络化知识产权保护研究

朱晓萍 王莉 范文

南京磁谷科技有限公司

DOI:10.32629/ej.v2i6.329

**[摘要]** 我国知识产权保护过程中面临着诸多的问题和困境,网络化知识产权保护尤其如此。本文主要分析了网络知识产权侵权的主要原因,并结合出现问题的主要原因,提出完善网络知识产权保护的有效措施。

**[关键词]** 网络化; 知识产权保护; 有效措施

大数据技术和互联网+技术对社会发展产生了十分显著的影响,其也在生产生活过程中发挥着不可忽视的作用。现今社会,人们越来越重视知识产权,网络也成为了呈现知识产权的重要载体,网络知识产权保护也是法律制度设计中应当重点关注的内容。

## 1 网络知识产权概述

网络知识产权主要指数字网络技术飞速发展所出现的或与其相关的多种知识产权。除传统的知识产权外,网络知识产权也涵盖数据库、多媒体、计算机软件、数字化产品和电子版等多项内容。

## 2 网络知识产权侵权的主要原因

### 2.1 法律建设滞后

人们在网络世界的行为记录难度较大,侵权行为的隐蔽性较强。互联网的容量巨大,网络中的数据流量也较多,其与互联网开放式的发展模式有关,同时在发展中并未制定科学有效的约束机制,仅仅依靠被动管理,无法实现良好的管理效果。法律制定应充分考量法律制度的稳定性及权威性,但是法律出台相对滞后,无法满足实际需要,最终与时代发展脱节。

### 2.2 网络发展弊端不可避免

网络是网络犯罪的源头。0和1是网络表达的主要方式,网络传播的信息十分丰富。但是网络中也可不留痕迹的获取资源,上网用户只需清除历史记录即可,且获取资源后便可发布,而该方式无法明确信息发布的时间和信息发布者。再者,网络侵权入侵时会受到电流消失的影响,使其记录不留痕迹,虽然使用者能够设置系统自动记录访问过的系统,但是入侵者也可修改或删除历史记录,这为取证工作造成了重大的障碍,同时也深入展现了网络世界的不确定性和不可控性,不利于网络知识产权的保护。

网络发展推动了社会信息化的建设。网络在人们的生产生活中发挥着越来越重要的作用,可以说,网络起到了桥梁和纽带的作用。而大量信息的出现也转变了人们对世界的认识,网络打破了时空的局限。人们利用网络了解世界的同时也拉近了自己与网络之间的距离,而个人隐私泄露问题由此产生并发展,网络世界降低了用户隐私的安全性。另外,计算机也具有较强大的信息收集和处理能力,也促进了侵权行为的蔓延与普及。人们在享受网络带来便利的同时,也不得不将自己的个人隐私公之于众。

## 3 完善网络知识产权保护的有效措施

### 3.1 制定完善的网络知识产权保护法

虽然我国很多部门均制定了网络知识产权保护的法律条文,但很多内容均不具备实践性,而且制定法规的部门也有所不同,并未以全国人大常委会通过的法律出现在大众视野,这一方面加大了各方的矛盾冲突,另一方面也折射出我国的网络知识产权法律依然需要不断的优化和完善。所以,

有必要不断加快网络知识产权保护立法,修订和整合现有法律,建立具有包容性和前瞻性的网络知识产权保护法,构建专门的管理机构,加大监督和管理力度。

### 3.2 建立科学的网络知识产权利益共享机制

知识产权实质上是一种私权,其与人的切身利益有着十分密切的联系。但是在互联网高速发展的今天,知识产权的社会性明显增强。网络传输的智力成果也成为了社会建设和发展中一笔不可忽视的财富。所以,在网络知识产权保护的过程中,一方面要维护产权所有人的利益,另一方面也需维护公众的利益,以期增大知识产权的经济效益和社会效益。其一方面是立法原则,另一方面也是一项司法原则,应以此为基础建立网络知识产权权利共享机制。在支持产业联盟发展中创造较高的价值,最终实现技术成果在全社会的共享与应用。

### 3.3 大力创新网络知识产权保护技术

合理利用网络技术积极保护网络知识产权,是当前应用的主要手段,采用先进技术保护网络知识产权一方面可有效预防网络侵权行为,另一方面也能够促进知识产权立法思路的发展与创新。但网络信息技术发展速度较快,网络技术发展的同时,侵权技术也在进步,这就要求相关人员大力发展网络保护技术,以此为基础与各利益方联合,不断研发新技术,同时合理应用网络反制技术保护网络知识产权。

### 3.4 增强网络知识产权保护意识,创建网络知识产权道德规范

与发达国家相比,我国并不重视网络知识产权保护。在我国互联网发展中,盲目模仿驱动机制也成为了网络知识产权保护意识更加淡薄的导火索。对此,相关部门需积极组织网络知识产权教育培训工作,有针对性地开设课程,加强教育培训的针对性,从而不断深化人们的网络知识产权意识,促进网络文明建设,创建合理完善的网络监督机制,以期建立起更为完善的网络知识产权意识和理念,有效减少网络知识产权的侵权行为。

## 4 结语

现如今,我国网络知识产权保护工作现状不容乐观,受到多种因素的影响,我国网络知识产权工作存在着诸多的不足。为转变现状,相关部门和工作人员需要在日常工作中采取针对性措施,创新保护技术,以此推动网络知识产权保护工作的顺利开展。

## [参考文献]

- [1] 马潇. 网络化知识产权保护研究[J]. 特区经济, 2018, (05): 103-104.
- [2] 徐巍, 王瑾. 关于知识产权强企路径实现的若干思考[J]. 天津科技, 2018, 45(12): 21-24+28.
- [3] 张志成. 中国创新经济与知识产权严格保护[J]. 文化纵横, 2018, (06): 128-135.

# 探析网络信贷消费在大学生中的发展现状与建议——基于“蚂蚁花呗”的调查

周利星<sup>1</sup> 陈亮亮<sup>2</sup>

1 广东省行政职业学院经管系 2 广东省深圳市龙华区福城街道办事处

DOI:10.32629/ej.v2i6.327

**[摘要]** 互联网经济的高速发展带动了各类网络信贷产品与服务的兴起,“蚂蚁花呗”就是其典型代表。这种小额信贷金融平台凭借其便捷性、低门槛性、在时限内还款免息等优势受到经济能力不足的大学生们们的欢迎。作为新兴互联网便捷信用卡的“蚂蚁花呗”,在引领大学生消费的同时,也存在着一定的消费风险。基于此,本文以“蚂蚁花呗”为例,选取广东高校大学生为样本,采用调查问卷和个人访谈法,探索大学生使用花呗的行为特征及重要影响因素,并对大学生提出信贷消费的建议,以促进网络信贷的优化发展,保证大学生的理性消费。

**[关键词]** 蚂蚁花呗; 信用支付; 理性消费; 大学生

## 引言

据“网贷之家”报告显示,截至2019年8月底,互联网信贷行业累计平台总数为6621家,其中正常运营平台数将近1000家,贷款余额总量为6428.79亿元。面对网络平台的快速崛起,作为平台使用主体的大学生,其认知情况、使用需求、偿还状况、行为影响等问题受到越来越多的关注。基于此,为促进网络信贷的优化发展,保证大学生的理性消费,本文试图以“蚂蚁花呗”为例,研究大学生对网络个人消费信贷使用的现状,探寻相关对策。

## 1 研究对象与方法

在查阅相关调查报告与文献资料的基础上,本文设计了在校大学生对花呗使用情况的调查问卷,问卷包括被调查者的基本信息(包括性别、年级、每月可支配金额等)、对花呗的认知情况、对花呗的使用情况(如使用频率、使用金额、网购频率等)、消费习惯(如消费用途)和偿还情况(如还款资金、偿还压力、逾期还款)以及对花呗的总体评价。同时根据调查的结果,结合个人访谈法,询问被调查者对“蚂蚁花呗”的基本看法和使用过程中存在的不足。通过以上项目来综合了解花呗在大学生群体中的使用现状,进一步探索大学生使用花呗的行为特征及影响因素。本次调查使用问卷星和面对面发放方式相结合,共发放和回收问卷510份,剔除8份无效问卷,有效问卷502份,问卷回收有效率达到98.4%。

问卷回收后,利用统计软件SPSS19.0分析,Cronbach  $\alpha$  系数为0.977,信度系数数值大于0.9,说明研究数据信度质量很好。针对“项已删除的  $\alpha$  系数”,分析项被删除后的信度系数数值并没有得到明显的提升,说明该项全都应该保留,进一步说明了研究数据信度水平高。

## 2 大学生“蚂蚁花呗”消费现状调查分析

表1 “蚂蚁花呗”使用者基本情况统计表

类别	选项分类	数量	比例	类别	选项分类	数量	比例
性别	男	107	21.6%	主要用途	饮食消费	240	60.9%
	女	395	78.4%		服饰鞋包	230	58.4%
认知情况	了解,使用过	363	72.3%		生活用品	107	53.8%
	了解,未使用过	66	13.1%		护理化妆	178	45.2%
	不了解,使用过	24	4.7%		交通出行	136	34.5%
	不了解,未使用过	49	9.7%		娱乐消遣	124	31.5%
使用频率	四次或以上	122	31.0%	还款资金	本月生活费	257	65.2%
	两到三次	80	20.3%		兼职还款	173	43.9%
	一次	61	15.5%		下月生活费	127	31.5%
	其他	130	33.0%	有	163	41.2%	
使用金额	500元以下	218	55.3%	还款压力	无	231	58.7%
	500-1000	82	23.4%		有过	62	15.7%
	1000-2000	50	12.7%		没有过	332	84.3%
	其他	34	8.6%	总体评价	利大于弊	123	24.5%
增加	223	56.6%	弊大于利		81	16.1%	
未增加	171	43.4%	利弊参半		298	59.4%	

2.1样本基本构成。以在校大学生为样本的总体中,男生占21.6%,女生占78.4%。被调查者中63.7%的学生每月生活费在1000至1500元之间,22.3%的学生每月生活费在1000元以下,然而每月生活费在1500元至2000元之间的学生比例亦达到了9.3%,可见每月生活费在1500元以下的占了近九成。而他们的生活费主要来源于家庭供给,占比82.4%,但也有10.3%的学生有一定的经济能力,表示每月生活费主要来源于兼职所得。

2.2大学生对于“蚂蚁花呗”的了解情况。调查结果显示,72.3%的大学生了解并使用过花呗,13.1%的学生了解但未使用过花呗,4.7%的学生不了解但使用过花呗,也有9.7%的学生不了解且未使用过花呗。可见,花呗在大学生校园的普及率已经达到了一个相当高的水平。对此,我们要对花呗有一个清醒的认识,“蚂蚁花呗”得益于网络经济的高速发展衍生出来的各类网络信贷产品与服务,并凭借其便捷性、低门槛性、信用额度较大、在时限内还款免息等优势取得了突飞猛进的发展,成为了当今互联网上涵盖范围最广的个人信贷消费平台,在我们的访谈中近乎所有的人都听说过花呗。

2.3大学生对于“蚂蚁花呗”的使用情况。调查数据表明,在“蚂蚁花呗”的使用年限、使用频率以及使用金额方面,将近一半的学生使用花呗超过了6个月,五成以上的学生每周使用频率在两次以上;约55%的大学生群体表示每月花呗使用金额在500元以下,23%的大学生群体每月花呗使用金额在500至1000元之间不等,13%的大学生群体每月花呗使用金额在1000至2000元之间,更有甚者,8%的大学生每月花呗使用金额在2000元以上。在进入大学校园以后,大学生的消费欲望得到了空前的释放,周围的环境也在促进大学生消费观念的转变。然而这一消费群体绝大部分没有可靠的经济收入,每月的开销主要来源于父母提供的生活费。网络信贷消费的兴起能让大学生享受“先消费,后付款”的购物体验,提前购买所需物品,并且“蚂蚁花呗”信用额度会随着消费次数的增加和良好的信用而提高,这就为大学生网购提供了广泛的空间。对于有一定消费潜力且对新鲜事物接受较快的大学生,“蚂蚁花呗”这类网络信贷产品展现了无可比拟的优势。与传统信用卡相比,花呗依托的第三方支付平台门槛更低、操作更加简便和时不时的红包优惠活动,吸引了很多年轻的消费者。不过“蚂蚁花呗”的风靡也非一时一刻才出现的,因为学生们的消费习惯和理财观念方面的教育在中国的传统教育中显得非常苍白,很多学生无法抵挡超前消费的诱惑,难以控制自己的消费行为。然而,调查结果显示也有23%的学生没有使用过花呗这一消费信贷产品,而且短期内也是不准开通“蚂蚁花呗”,他们具有更加传统的消费观念,认为自己没有使用花呗的必要,并且对于花呗这样的第三方贷款平台的认识更为深刻,担心一旦使用花呗,就会控制不住自己的购物欲望,导