

数字经济时代电子商务监管体系构建研究

于子妍

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年2月23日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年4月7日

摘要

在数字经济时代, 电子商务已成为推动全球经济增长的重要引擎, 深刻影响着市场结构、商业模式及消费者行为。然而, 伴随行业规模的持续扩张, 电子商务市场监管面临新的挑战, 亟需优化监管体系以适应新兴业态的发展需求。本文基于对现行电子商务监管体系的系统性分析, 探讨了其在法律滞后、监管碎片化、消费者权益保护机制不完善以及社会共治体系缺失等方面的主要问题, 并提出了相应的优化路径: 一是健全电子商务法律法规体系, 针对社交电商、直播电商、跨境电商等新型业态制定细化监管规则; 二是构建政府监管与平台治理协同机制, 提升政府监管与平台治理的协同效能; 三是健全消费者权益保护体系, 优化在线争议解决机制, 健全商品质量监管, 加强个人信息安全保障; 四是构建社会共治模式, 强化行业自律、公众监督与第三方治理, 构建多主体协同监管体系。通过制度创新、技术赋能和多元共治模式的结合, 可有效提升电子商务监管的科学性、精准性和可持续性, 为行业的高质量发展提供制度保障。本文的研究不仅丰富了电子商务监管体系的理论框架, 也为我国乃至全球数字经济治理体系的优化提供了重要参考。

关键词

电子商务监管, 法律体系, 平台治理, 消费者权益保护, 社会共治

Research on the Construction of E-Commerce Regulatory System in the Era of Digital Economy

Ziyan Yu

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Feb. 23rd, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Apr. 7th, 2025

Abstract

In the era of digital economy, e-commerce has become an important engine for global economic growth, which profoundly affects the market structure, business model and consumer behavior. However, along with the continuous expansion of the industry scale, e-commerce market supervision faces new challenges, and there is an urgent need to optimize the regulatory system to meet the development needs of the emerging industry. Based on the systematic analysis of the current e-commerce regulatory system, this paper discusses the main problems in the legal lag, regulatory fragmentation, imperfect consumer rights protection mechanism, and the lack of social co-management system, and puts forward the corresponding optimization paths: firstly, to improve the e-commerce laws and regulations, and to formulate detailed regulatory rules for the social e-commerce, live broadcasting, cross-border e-commerce, and other new types of business; secondly, to build a synergistic mechanism between government supervision and platform governance, and improve the synergistic effectiveness of government supervision and platform governance; the third is to improve the consumer rights and interests protection system, optimize the online dispute resolution mechanism, improve the supervision of commodity quality, and strengthen the protection of personal information security; and the fourth is to build a model of social co-governance, strengthen the industry's self-regulation, public supervision and third-party governance, and build a multi-body collaborative supervision system. Through the combination of institutional innovation, technological empowerment and multiple co-governance modes, the science, precision and sustainability of e-commerce regulation can be effectively enhanced, providing institutional guarantee for the high-quality development of the industry. The research in this paper not only enriches the theoretical framework of e-commerce regulatory system, but also provides an important reference for the optimization of the governance system of China and even the global digital economy.

Keywords

E-Commerce Regulation, Legal System, Platform Governance, Consumer Protection, Social Co-Governance

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来，数字经济已成为全球经济增长的重要驱动力，其核心特征包括数据驱动、网络协同、智能化发展以及全球化布局。根据 2024 年的《全球数字经济发展研究报告》，数字经济的产值在许多国家已占据 GDP 的重要比例[1]。在中国，数字经济对 GDP 的贡献率持续上升。数字技术(如云计算、大数据、人工智能、区块链等)的不断演进，使得生产方式、商业模式和消费习惯发生了深刻变革。与此同时，数字基础设施的不断完善，加速了企业数字化转型，也促使电子商务成为商业交易的重要形式。在此背景下，电子商务产业呈现出高度融合化、跨界创新化、智能升级化的趋势。新兴业态(如社交电商、直播电商、跨境电商等)不断涌现，形成了更加复杂的商业生态。然而，数字经济的迅猛发展也带来了新的监管难题，如平台垄断、数据安全、消费者权益保护等问题，这使得构建科学、合理、可持续的电子商务监管体系显得尤为重要。

电子商务作为数字经济的重要组成部分，近年来呈现出井喷式发展。据相关数据显示，全球电子商

务市场规模持续扩大，尤其是中国、美国、欧洲等主要市场的在线交易额屡创新高。在全球化和信息技术进步的推动下，电子商务不仅促进了传统零售行业的升级，也推动了制造、物流、金融等相关行业的发展。电子商务的发展促进消费升级，降低了交易成本，也助力了产业数字化转型，并推动了就业与创业。然而，电子商务的迅猛发展也带来了诸多社会挑战，例如消费者权益保护难度加大、信息安全风险增加、市场竞争不公平现象加剧等。因此，如何在促进电子商务健康发展的同时，加强市场监管，保障公平竞争和消费者利益，是当前需要重点研究的问题。

在电子商务蓬勃发展的背景下，监管体系的建设显得尤为紧迫。传统的市场监管模式主要依赖于实体经济的管理规则，但面对数字经济去中心化、跨境交易和数据驱动特性，现有的监管体系在很多方面已显得滞后或存在盲区。数字经济时代的电子商务监管体系建设，不仅是市场健康发展的必然要求，也是保障消费者权益、维护社会公平正义的必要措施。研究电子商务监管体系的优化路径，构建更具前瞻性、科学性和可操作性的监管机制，将对推动数字经济可持续发展具有重要的现实意义。

2. 数字经济背景下电子商务的发展与监管需求

2.1. 数字经济的特征与发展趋势

(1) 数字经济的核心特征

数字经济(Digital Economy)是指以数字技术为核心驱动力，通过数据资源的开发、利用和共享，推动经济活动的创新、变革和升级。美国学者唐·塔普斯科特在《数字经济时代》一书中提出“数字经济”这一概念，指的是信息技术特别是互联网在经济活动中的广泛应用[2]。近年来，随着云计算、大数据、人工智能、区块链等技术的快速发展，数字经济的内涵不断拓展，已成为全球经济增长的重要引擎。

数字经济是指以数据资源为关键生产要素、以信息技术为核心驱动力、以数字化交易方式为主要特征的新型经济形态[3]。与传统经济相比，数字经济具有以下几个显著特征。第一，数据成为新的生产要素。在数字经济时代，数据被视为“第五大生产要素”，与土地、资本、劳动力和技术并列。企业依靠对数据的收集、分析和应用来优化决策，提高生产效率，并通过精准营销、智能推荐等方式满足消费者个性化需求。第二，网络平台成为市场运行的关键载体。数字经济的兴起催生了以电商、社交媒体、共享经济等为代表的数字平台。这些平台不仅连接供需两端，还提供支付、物流、信用评估等多重服务，极大地降低了市场交易成本，提升了经济运行效率。例如，淘宝、京东等电商平台，不仅提供商品交易，还整合了支付、物流、售后等服务，实现了完整的商业生态闭环。第三，去中心化和分布式协作成为重要趋势。数字技术的进步使得商业模式从传统的集中式管理逐步向去中心化、分布式运营模式演变。例如，区块链技术的应用，使得交易过程无需依赖中心化的信用中介，而是依靠智能合约和去信任机制来完成交易，提高了安全性和透明度。第四，数字经济具有高度创新性和渗透性。数字技术不断推动新兴业态的发展，如人工智能、物联网、云计算等技术的融合催生了数字金融、智慧零售、远程医疗、智能制造等多个行业变革。与此同时，数字经济不仅仅局限于互联网行业，而是深入到了传统产业，通过智能化、数字化改造，提升整个经济体系的竞争力。最后，全球化和无边界交易加速市场融合。数字经济突破了传统贸易的时间和空间限制，使跨境电商、远程协作、数字金融等全球化业务成为可能。例如，阿里巴巴的速卖通和亚马逊的全球购让全球消费者可以轻松采购来自世界各地的商品。这一特征不仅促进了国际贸易的发展，也推动了全球市场规则的标准化和数字贸易的合规化。

(2) 数字经济的发展趋势

随着新一代信息技术的不断进步，数字经济正朝着更智能化、更融合化、更可持续化的方向发展。

首先,人工智能和大数据驱动商业智能化。人工智能、大数据分析和云计算技术的融合,使企业能够更精准地预测市场需求,优化生产流程,提高客户体验。其次,数字经济与实体经济深度融合。数字技术的广泛应用,不仅催生了全新的商业模式,还推动了传统产业的数字化升级。制造业通过工业互联网实现智能制造,农业通过物联网和大数据提升精准种植水平,零售业通过线上线下融合(O2O)优化供应链和用户体验。未来,数字技术与实体产业的结合将更加紧密,推动各行业转型升级。再者,区块链、物联网等技术将提升数字经济的安全性和信任度。区块链技术的不可篡改性使其在金融交易、供应链管理、数据安全等领域的应用日益增多。此外,数字经济的发展将进一步推动全球化和跨境贸易。5G网络的普及、云计算的提升,以及跨境支付、国际物流等配套基础设施的完善,使得跨境电商、数字贸易等领域迎来了更广阔的发展空间。数字经济正在打破国家间的市场壁垒,使企业能够更加便捷地拓展国际市场,同时也推动全球贸易规则的数字化和智能化。最后,政府监管与数字治理将成为数字经济发展的保障。随着数字经济的发展,数据安全、市场竞争、用户隐私保护等问题逐渐凸显。各国政府正在加强数字经济的法律法规建设,制定更严格的数据保护政策,优化电子商务监管体系,以确保市场公平竞争,维护消费者权益。例如,欧盟的《通用数据保护条例》(GDPR)[4]和中国的《数据安全法》[5]均是为了规范数据使用,保障数字经济的健康发展。

2.2. 电子商务发展及研究现状

(1) 电子商务的发展现状

随着数字经济的快速发展,电子商务已成为全球经济增长的重要动力。近年来,全球电子商务市场规模保持稳步增长,特别是在新兴市场国家,电子商务交易额在零售总额中的比重不断提高。以中国为例,根据2023年发布的《中国电子商务报告》,2022年我国电子商务交易额超过43万亿元,网络零售额已突破13万亿元[6]。从全球范围来看,中国、美国和欧盟是主要的电子商务市场,其中中国的电子商务交易规模已处于全球领先地位。随着电子商务的发展,移动电商逐渐成为主流,用户可以随时随地通过智能手机完成购物;社交电商依托社交媒体平台迅速崛起,推动了线上消费新模式;直播带货成为热门销售方式,增强了用户互动体验并提高了商品转化率;跨境电商也得益于国际物流和支付手段的完善,其发展速度远超传统贸易方式。

在中国,电子商务已形成完善的生态体系,涵盖了平台经济、社交电商、跨境电商和智慧物流等多个领域。当前,主要的电子商务模式包括B2C(企业对消费者)模式,如天猫、京东、拼多多等平台,主要由品牌商或零售商直接向消费者销售商品;C2C(个人对个人)模式,如淘宝、闲鱼等,个人用户可以通过网络平台自由交易;B2B(企业对企业)模式,如阿里巴巴国际站、慧聪网等,帮助企业间进行大宗采购或贸易合作。此外,跨境电商平台如全球速卖通、网易考拉和亚马逊中国推动了国内品牌在全球市场的扩张,而社交电商依托微信、小红书等社交平台,通过KOL(关键意见领袖)营销和裂变传播,实现了销售增长。近年来,直播电商的兴起进一步推动了行业发展,抖音、快手等短视频平台的直播带货模式已经成为电商行业的新增长点。

电子商务的繁荣不仅促进了消费升级,也推动了相关配套产业的快速发展。数字支付体系日益完善,支付宝、微信支付等第三方支付方式已成为主流,同时,数字货币和区块链支付技术也在探索应用。智慧物流的进步使得智能仓储、无人机配送、自动分拣等技术逐步应用,提升了物流配送效率,实现了部分地区“当日达”或“小时达”的服务。与此同时,大数据和人工智能技术的广泛应用也推动了供应链管理的优化,使企业能够更精准地预测市场需求,提高库存管理效率,降低运营成本。电子商务的蓬勃发展不仅提升了市场交易效率,也为实体经济赋能,推动了传统零售业、制造业和服务业的数字化转型,为中小企业提供了拓展市场、实现全球化销售的机会。

(2) 电子商务监管的研究现状

随着数字经济的快速发展,电子商务已成为全球经济增长的重要动力,但与此同时,市场垄断、消费者权益保护、数据安全等问题也日益凸显。现有研究围绕政府监管模式、平台治理、社会共治以及技术赋能监管等方面展开,形成了多角度、多层次的研究体系。杜昕然强调数字商务其在数字经济中的核心地位,通过构建多主体协同机制、加强数据价值转化、完善法律法规体系等措施,能够推动数字商务高质量发展,助力数字经济与实体经济深度融合[7]。王鹤提出,电子商务监管应从单一政府主导模式向多元共治模式转变,强调政府、企业、社会组织、消费者共同参与市场治理[8]。洪银兴指出,数据已成为关键生产要素,政府应加快完善数字经济基础设施,推动数据市场化,优化企业数字化环境,以实现数字经济与实体经济的高质量融合发展[9]。蓝志勇从监管理论的角度出发,提出应突破传统的市场失灵理论,转向公共价值失灵理论,推行政府-企业-社会三方协同监管[10]。陈晓红等则从数字经济理论体系出发,探讨了数字经济对宏观经济增长、产业组织、市场竞争、产权制度等方面的影响,他指出未来数字经济理论的发展需要更加注重数据要素测算、治理政策优化,以及中国特色理论体系的构建,以支撑全球数字经济的持续健康发展[11]。许宪春的研究表明,中国数字经济增速较快,但与发达国家相比,数字经济占 GDP 比重仍有提升空间,特别是在数字化交易和数字化媒体方面,强调加快基础设施建设、优化经济结构,并完善统计测算体系,以支持数字经济高质量发展[12]。匡增杰的研究指出,利用区块链技术创新跨境电商海关监管模式,可提高监管效率并促进贸易便利化[13]。倪楠的研究则强调了大数据与人工智能在监管中的应用,电子商务监管应向智能化、数据化、自动化方向发展,以提升监管效能[14]。

3. 电子商务监管体系的现状分析

3.1. 国内电子商务监管体系概述

中国电子商务行业的发展速度全球领先,为规范市场秩序、维护消费者权益和促进行业健康发展,政府逐步建立了一套较为完善的电子商务监管体系。当前,国内电子商务监管体系主要包括法律法规体系、监管主体、监管模式三个方面。

在法律法规体系方面,中国政府相继出台了一系列电子商务相关法律法规,为行业发展提供了法律依据。其中,《电子商务法》(2019年1月1日正式实施)[15]是中国首部专门针对电子商务的综合性法律,明确了电子商务经营者的责任与义务,规范了电子商务交易行为,为平台治理、消费者权益保护、数据安全及知识产权保护等方面提供了法律支撑。此外,《消费者权益保护法》[16]《网络交易管理办法》[17]《反不正当竞争法》[18]《数据安全法》[5]《个人信息保护法》[19]等相关法律法规共同构成了电子商务监管的法律框架,为不同层面的监管提供了指导。

在监管主体方面,电子商务的监管涉及多个政府部门,包括市场监管总局(负责网络市场监管、广告监测等)、国家互联网信息办公室(负责网络信息内容监管)、工业和信息化部(负责互联网行业管理)、商务部(负责电子商务发展政策及跨境电商监管)、海关总署(负责跨境电商通关监管)、国家税务总局(负责电商税收管理)等。这些部门各司其职,在各自的职责范围内对电子商务行业进行监管。然而,由于电子商务涉及多个领域,政府部门间的协调与信息共享仍有待优化,以避免重复监管或监管漏洞。

在监管模式方面,中国电子商务监管主要采取“政府监管 + 行业自律 + 社会监督”的模式。一方面,政府部门通过法规约束、行政处罚、市场检查等方式实施监管;另一方面,电商平台作为市场主体,被赋予一定的监管责任,要求其落实商家资质审核、消费者投诉处理、交易数据存证等职责。例如,京东、天猫等大型电商平台建立了较为完善的风控系统和信用评价体系,以维护市场秩序。同时,社会监督力量也在发挥作用,消费者通过投诉举报、舆论监督等方式推动电子商务市场的透明化和规范化。

总的来看,中国的电子商务监管体系已初步建立,但在面对新兴电商模式(如直播电商、社交电商)、跨境电商快速发展、平台垄断及数据安全等新挑战时,仍需要不断完善和调整。

3.2. 国际电子商务监管体系比较分析

在全球范围内,各国对电子商务的监管体系各具特色,既有共性,也有显著差异。主要经济体,如美国、欧盟、日本等国家和地区,分别采用不同的监管模式,以适应本国市场特点和法律体系。

美国的电子商务监管体系以市场自律为主,政府监管为辅,强调自由市场竞争,政府主要在反垄断、消费者保护和数据安全方面进行干预,具有市场导向强、政府干预少、行业自治度高的特点。例如,美国联邦贸易委员会(FTC)负责监督电子商务市场的公平竞争,防止垄断行为和虚假广告;美国商务部(DOC)负责推动电子商务发展,并对数据跨境流动制定相关政策。在数据保护方面,美国采用行业自律模式,如《儿童在线隐私保护法》(COPPA) [20]等针对特定群体的法律,而没有统一的个人数据保护法。

欧盟则采取较为严格的电子商务监管模式,注重消费者权益保护、数据隐私安全和市场公平竞争。欧盟《通用数据保护条例》(GDPR) [4]是全球最严格的数据保护法规之一,要求企业在收集、存储和处理用户数据时必须获得用户明确同意,并保障用户数据的可删除权。此外,欧盟近年来加强了对大型科技公司的反垄断监管,要求平台企业不得滥用市场支配地位,其中就包括欧盟委员会对谷歌、亚马逊等企业开出了巨额罚款,以遏制其在数字市场中的垄断行为。

日本的电子商务监管模式介于美国和欧盟之间,采取“政府引导 + 行业自律”的模式。日本政府鼓励行业自律,并制定相应法规,如《关于电商与信息交易准则》《电商消费者合同法》《关于消费者在电商中发生纠纷的解决框架》《特定交易商相关法律》《完善跨国电商交易环境》以及《关于跨国电商交易纠纷的解决框架》等[21],对电商交易进行规范。日本的电子商务监管在保护消费者权益方面较为严格,政府要求平台企业对虚假广告、欺诈行为进行主动监管,并加强对支付安全的管理。同时,日本政府大力推动跨境电商发展,通过简化通关手续、鼓励外贸电商企业等措施促进全球贸易。

4. 数字时代电子商务监管体系的不足

4.1. 电子商务法律法规体系的滞后及不完善

随着数字经济的快速发展,电子商务已成为推动经济增长的重要动力。然而,现行法律法规体系在应对新兴电商模式时,仍存在滞后性和适应性不足的问题,无法有效规范市场秩序并保障各方权益。

首先,当前的电子商务法规主要针对传统线上交易模式制定,对于社交电商、直播电商、跨境电商、短视频电商等新兴业态,法律规范相对滞后。例如,社交电商和直播电商的商业模式日趋多元,但相关法律对主播责任、带货商品质量、信息披露等方面缺乏明确规定,导致消费者权益容易受到侵害。此外,法律对“数据杀熟”、虚假交易、平台二选一等不正当竞争行为的界定尚不清晰,导致部分企业钻法律空子,破坏市场公平竞争。

其次,跨境电商的兴起给传统贸易监管体系带来了新挑战。目前,跨境电商在商品质量、关税管理、消费者权益保护等方面仍存在法律漏洞,特别是在国际贸易规则尚未完全适配数字经济环境的背景下,如何在保障消费者权益的同时,促进跨境电商的合规发展,仍然是一个亟待解决的问题。此外,国内电子商务法与国际贸易法规的衔接不足,导致跨境商品质量标准不统一、维权渠道复杂,消费者维权难度较大。

最后,尽管我国已经出台了《电子商务法》[15]《数据安全法》[5]《个人信息保护法》[19]等法律法规,但具体执行过程中仍然存在地方执法标准不统一、监管权责划分不清等问题。例如,在数据合规监管方面,电商平台的数据收集范围、用户隐私保护责任等仍然存在模糊地带,部分企业利用技术手段绕

开监管，滥用消费者数据，侵害消费者隐私权益。因此，电子商务法律法规体系的滞后性和不完善性，成为当前市场监管面临的重要挑战。

4.2. 政府监管体系的碎片化与监管协同机制不足

电子商务行业的监管涉及多个政府部门，包括市场监管总局、税务总局、海关总署、网信办、工业和信息化部等。然而，由于各部门的监管权限存在交叉，且缺乏高效的信息共享和执法协同机制，导致监管效率较低，部分违法行为难以及时发现和处理。

首先，监管职能分散导致执法权责不清。例如，市场监管总局负责网络交易行为监管，网信办负责数据安全，税务总局负责电商企业的税收监管，而海关则负责跨境电商的通关管理。在实际执法过程中，部分违法行为涉及多个监管领域，但由于各部门之间缺乏高效的协作机制，往往出现“多头管理”或“监管空白”的问题。以虚假宣传为例，一些直播带货的虚假宣传行为涉及消费者权益保护、广告法合规、市场竞争等多个领域，但由于不同部门的监管重点不同，导致部分违法行为得不到及时处理。

其次，地方政府在电子商务监管中的角色定位不明确，导致区域监管标准不统一。部分地方政府为了吸引电商企业落地，采取宽松的监管政策，导致不同地区的电商治理水平参差不齐。一些地方政府对网络销售假冒伪劣商品的执法力度较低，使得不法商家利用监管漏洞进行“游击式经营”，不断更换经营主体以规避监管。此外，由于地方政府与国家层面监管体系缺乏有效衔接，部分地方在电商税收管理、物流配送、消费者投诉处理等方面的执行标准存在较大差异，影响了全国电子商务市场的公平性和规范化发展。

此外，政府监管在技术手段方面仍然存在较大局限性。目前，大部分电子商务监管仍依赖人工执法，缺乏大数据、人工智能、区块链等技术的深度应用，导致监管滞后、执法成本高。例如，电商平台的虚假交易、刷单行为往往通过复杂的技术手段进行隐藏，而传统的人工审查方式难以精准识别违规行为，导致部分不法商家屡次逃避监管。因此，政府监管体系的碎片化与技术手段的滞后，严重影响了电子商务市场的规范化治理。

4.3. 消费者权益保护体系的缺陷

电子商务的兴起极大地提升了消费者的购物便利性，但消费者在网络交易中的信息弱势地位依然突出，现行的消费者权益保护体系仍存在多方面的不足。

首先，在线消费争议解决机制尚不健全，消费者维权难度较大。目前，大多数电商平台设有投诉和退款机制，但由于售后服务体系不完善，消费者在遇到假冒伪劣商品、虚假宣传、霸王条款等问题时，往往需要付出较高的维权成本。特别是在跨境电商交易中，由于涉及不同国家的法律体系和管辖权问题，消费者维权更为复杂，部分消费者因时间和成本原因选择放弃维权。此外，部分电商平台在处理消费者投诉时，缺乏独立的仲裁机制，导致消费者与商家之间的信息不对称问题加剧。

其次，商品质量和售后保障问题突出，部分平台对商家的管理较为松散，导致市场上假冒伪劣产品泛滥。一些商家利用虚假宣传、刷单炒信等手段误导消费者，而电商平台的审核机制不够严格，使得消费者在购买后才发现商品质量存在严重问题。此外，一些商家采取“先发货再拖延退款”的方式恶意损害消费者利益，而现行法律法规在商家违约责任追究方面的执行力不足，导致消费者权益难以得到有效保障。

最后，消费者个人信息保护问题日益严峻。近年来，部分电商平台过度收集消费者数据，并利用大数据技术进行精准营销，甚至进行价格歧视(即大数据杀熟)。此外，消费者在电商平台的购物行为、搜索记录等数据，往往未经明确授权便被平台用于广告推送或数据交易，侵犯了消费者的隐私权。虽然《个

人信息保护法》[19]已对数据收集和使用做出一定规范,但部分电商平台仍然缺乏合规意识,用户数据的安全性问题依然严峻。

4.4. 社会共治模式的缺失

电子商务治理不仅需要政府和平台的监管,还需要行业协会、社会组织、消费者等多方主体共同参与,形成社会共治模式。然而,当前社会共治体系仍存在较大不足,未能充分发挥多元治理主体的作用。行业协会的自律机制尚不健全,尽管部分行业协会已制定相关行业标准 and 行为规范,但由于缺乏强制执行力,市场主体的自律性较弱,部分企业仍存在价格欺诈、虚假宣传等违规行为,影响市场公平竞争秩序。同时,公众监督机制尚未完善,尽管部分平台设有用户投诉和举报机制,但由于处理流程繁琐、反馈周期较长,消费者的监督作用未能得到充分发挥。此外,第三方监督机构的独立性和权威性仍有待提升,由于电子商务平台的数据高度集中,社会监督机构难以获取完整的交易和信用信息,导致在商品质量检测、信用评价、合规审核等方面的监督作用受限。因此,应进一步推动社会共治体系建设,强化行业自律、公众监督和第三方机构的独立监管职能,以构建更加完善的电子商务治理生态。

5. 数字经济时代电子商务监管体系的优化路径

5.1. 完善电子商务法律法规体系

电子商务的快速发展对传统法律体系提出了诸多挑战,现行法律法规在应对数字经济新模式、新技术、新风险时,仍存在滞后性和适应性不足的问题。当前,全球范围内的电子商务法律体系仍处于不断完善的阶段,如何构建更加健全、科学、符合市场需求的法律框架,是各国政府面临的共同课题。

首先,健全已有的电子商务法律法规体系。电子商务法律法规的完善应当围绕当前行业发展的关键问题进行针对性补充和修订。应进一步细化《电子商务法》[15]的相关条款,明确社交电商、直播电商、社区团购、跨境电商等新型业态的法律适用范围和责任边界。目前,《电子商务法》[15]虽然对电子商务经营者、交易规则、消费者权益保护等方面进行了基本规定,但对于新兴业态的法律规范仍然较为笼统,导致部分电商经营者钻法律空子,进行不正当竞争和违法经营。因此,应尽快出台相应的配套法规和实施细则,以适应新型电子商务模式的发展需求。

其次,应针对电子商务平台的责任边界进行进一步明确,强化平台的监管义务。目前,一些大型电商平台往往在监管缺位的情况下,纵容商家违规经营,而在消费者维权时又推卸责任。因此,法律应对电子商务平台的责任承担范围进行细化,例如,加强对入驻商家的资质审核义务,确保平台对商家信息的真实性和合法性负有审查责任;明确电子商务平台对交易纠纷的责任承担机制,在商家失联或无力履行赔偿义务时,平台是否应承担兜底责任;强化平台对商品信息真实性的审核责任,对涉及食品、药品、医疗器械、儿童用品等高风险商品的销售行为,要求平台建立更加严格的审核和检测机制。

再次,强化数据安全与隐私保护立法。数据安全与隐私保护已成为数字经济时代的重要议题,电子商务平台掌握着海量用户数据,但部分平台滥用消费者数据的行为屡禁不止,例如“大数据杀熟”、个性化广告推送、未经授权共享用户信息等问题。针对这一问题,应在现有《数据安全法》[5]《个人信息保护法》[19]的基础上,进一步细化电子商务领域的数据合规要求:建立电子商务平台的数据采集和使用透明度标准,要求平台明确向用户披露其数据的收集范围、用途及存储期限,并提供用户自主选择的权利;严格规范算法推荐行为,限制平台基于用户画像进行价格歧视等行为,确保消费者享有公平交易的权利;强化用户数据保护机制,要求电商平台采取更严格的加密存储和访问控制措施,并对涉及消费者敏感信息的行为(如交易数据、支付信息等)进行严格审查。

最后,构建跨境电商法律监管框架。跨境电商的兴起对传统贸易法律体系提出了新挑战,现有的跨

境交易监管规则在商品质量、税收管理、知识产权保护等方面仍存在诸多漏洞。因此，应加快推进跨境电商法律体系建设，构建更加完善的监管框架：第一，建立跨境商品质量认证体系，要求境外商家提供符合我国标准的质量认证文件，并加强对高风险商品(如食品、药品、化妆品等)的准入监管；第二，加强跨境交易税收监管，防止部分企业利用跨境电商的监管漏洞逃避税收义务；第三，推动国际合作，建立跨境电商纠纷解决机制，确保消费者在跨境购物时的合法权益得到有效保护。

5.2. 构建政府监管与平台治理协同机制

电子商务市场的健康发展不仅依赖于法律法规的完善，还需要有效的监管执行机制。由于电子商务涉及多个监管领域，如市场监管、税收管理、知识产权保护、消费者权益保障、网络安全等，因此，仅依靠单一部门进行监管往往难以实现精准、高效的市场治理。因此，需要构建政府监管与平台治理协同机制，实现多部门联动监管、技术赋能监管和平台自律监管的有机结合，以提升电子商务市场的治理能力。

首先，建立跨部门协同监管机制。目前，电子商务行业涉及市场监管总局、税务总局、海关总署、网信办等多个政府部门，但由于监管职能交叉、信息共享机制不完善，导致部分违法行为难以及时发现和处理。为提升政府监管效率，第一，应构建全国统一的电子商务监管平台，整合各部门监管数据，推动市场监管、税务、海关、公安、消费者保护机构等部门的信息互通，实现对市场主体的全链条监管；第二，建立跨部门联合执法机制，针对电商领域的典型违法行为，如假冒伪劣商品销售、价格欺诈、逃税等，开展跨部门联合执法，提高执法效率和震慑力；第三，强化地方政府监管责任，推动地方政府建立专门的电子商务监管机构，加强对区域内电子商务经营者的日常监管。

其次，强化电子商务平台的主体责任。电子商务平台不仅是市场交易的中介方，更是市场秩序的重要维护者。为提升平台的市场治理能力，应进一步强化其主体责任。推行电子商务平台信用评级制度。对平台的合规情况、商家管理能力、消费争议解决效率等进行综合评价，并定期向社会公布，以促进平台竞争力提升。建立违规商家黑名单机制。对于屡次违规的商家，除实施封号、罚款等措施外，还应通过行业信用体系进行公示，防止商家换名逃避监管。优化平台内部举报与投诉机制。确保消费者和行业内部人员能够便捷、高效地举报违法违规行为，并要求平台在规定时限内作出处理反馈。

最后，推动智能监管技术应用。传统的电子商务监管方式往往依赖人工审查，面对海量的交易数据和复杂的市场行为，难以实现高效监管。因此，应借助先进的数字技术构建智能监管体系，提高市场监管的精准性和时效性。比如，应用大数据技术进行实时监测，对异常交易、刷单行为、价格操纵等市场违规行为进行实时识别，提高执法效率；利用区块链技术增强交易透明度，确保商品信息、交易记录、信用数据不可篡改，提高市场信任度；推广人工智能技术，提高自动化执法能力，如基于人工智能的舆情监测系统，能够快速识别网络上的消费者投诉和市场风险信号，便于监管部门提前介入。

5.3. 健全消费者权益保护体系

在数字经济环境下，消费者权益保护问题愈发突出。随着电子商务行业的迅猛发展，消费者在网络购物过程中面临的权益侵害问题日益增多，主要包括虚假宣传、商品质量缺陷、售后服务不完善、个人信息泄露等问题。传统的消费者保护机制难以满足数字经济环境下的新需求，亟需从维权渠道、平台监管、信用体系建设等多个层面进行优化，以构建更加完善的消费者权益保护体系。

电子商务交易具有虚拟性、跨地域性等特点，使得消费争议的处理变得更加复杂。传统的消费者权益保护模式以行政监管和诉讼为主，但由于电子商务交易量巨大，依靠行政和司法途径解决纠纷往往存在成本高、周期长的问题。为此，应建立高效便捷的在线消费争议解决机制，提高消费者维权的便利性和成功率。第一，政府应推动电商平台设立独立的第三方调解机构。推动电子商务平台设立独立的消费

争议调解机构，负责调解消费者与商家之间的纠纷，降低消费者维权成本，提高争议解决效率。第二，推行“先行赔付 + 信用惩戒”机制。要求电商平台对消费者投诉进行快速处理，对于商家责任明确的案件，平台应先行赔付消费者，随后再向商家追偿，并将违规商家的不良记录纳入信用系统，以形成有效的市场约束机制。第三，优化在线投诉举报渠道。政府应加强对电商平台售后服务的监管，简化电商平台的投诉流程，提高投诉处理效率，并建立跨平台投诉联动机制，确保消费者能够在最短时间内获得反馈和解决方案。

电子商务交易的非现场性增加了消费者对商品质量的担忧，而部分电商平台对入驻商家的监管力度不足，使得假冒伪劣商品和虚假宣传问题长期存在。第一，建立全国统一的电子商务商品质量标准体系。由政府牵头制定电子商务商品质量检测标准，并推动建立统一的商品认证体系，对高风险商品实行强制检测，确保市场上流通的商品质量合格。第二，推行商品溯源机制。利用区块链等技术构建商品溯源系统，使消费者能够通过平台查询商品的生产、流通和检测信息，提高商品质量的透明度。第三，完善退换货机制。推动电商平台落实“七日无理由退货”等售后保障措施，并针对特殊商品(如定制商品、生鲜食品等)建立更加灵活的退换货规则，确保消费者的权益得到合理保护。

在电子商务交易过程中，消费者的个人信息(如姓名、地址、支付信息、购物习惯等)往往被平台和商家收集，并在未经消费者同意的情况下被滥用，甚至成为诈骗犯罪的目标。因此应采取措施强化个人信息保护：第一，推行“最小化数据收集”原则。要求电商平台和商家仅收集完成交易所必需的用户信息，并对数据的存储、处理和共享进行严格管理，杜绝数据滥用。第二，严格规范个性化营销行为。限制电商平台基于大数据技术进行的价格歧视(即大数据杀熟)、过度精准营销等行为，并建立用户自主选择机制，使消费者可以自主决定是否接受个性化推荐。第三，提升数据安全防护水平。推动电商企业加强用户数据的加密存储和访问控制，防止数据泄露，并建立企业信息安全责任追究机制，对于因信息泄露导致消费者损失的企业应依法承担相应责任。

电子商务环境下的信用评价体系直接影响消费者的交易安全 and 市场信任度。然而，当前部分电商平台的信用评价机制存在漏洞，如商家刷好评、恶意差评等问题。为此，可从以下方面来推进信用体系建设：第一，建立全国统一的电子商务信用数据库。整合政府、平台和消费者的信用数据，形成全国性的电子商务信用评价体系，确保信用信息的共享和透明化。第二，引入区块链技术确保信用数据真实可信。通过区块链技术记录交易和评价信息，防止信用信息被篡改，提高消费者对信用评价体系的信任度。第三，加强对商家信用的动态监管。对存在欺诈行为的商家进行信用惩戒，如限制其在平台上的经营权限，甚至将其列入行业黑名单，以提高信用体系的约束力。

5.4. 构建社会共治模式

电子商务市场的治理不仅需要政府和企业的参与，也需要行业协会、社会组织、消费者等多方主体共同协作，从而形成有效的社会共治模式。然而，目前电子商务治理中的社会共治体系仍较为薄弱，需从行业自律、公众监督和第三方监管等方面进行优化。

行业自律是市场主体自发维护行业秩序的重要方式，有助于减少恶性竞争和违法违规行为。然而，当前行业协会的作用仍然有限，行业规范的执行力度不足。

首先，应鼓励行业协会制定行业标准。推动电子商务行业协会制定公平交易、价格透明、商品质量、数据合规等方面的行业标准，并对从业者进行行业规范培训，提高市场参与者的合规意识。其次，建立行业内的信用评价机制。鼓励行业协会建立商家信用评级体系，推动信用信息共享，使不诚信经营的商家受到市场约束，提高行业整体的诚信度。

消费者作为电子商务市场的核心主体，其监督作用应得到充分发挥。然而，当前消费者的监督渠道

较为有限，维权成本较高，导致市场中的不良商家得不到有效制约。因此，第一，应优化消费者投诉与反馈机制。推动电商平台建立更加便捷、高效的投诉处理机制，并公开消费者举报数据，使社会舆论能够发挥更大监督作用。第二，鼓励消费者组织参与市场监管。支持消费者权益保护组织开展市场调查和消费监督，对违规商家进行曝光，并推动政府监管机构加强对典型案件的处理。

独立的第三方监督机构在电子商务市场治理中发挥着重要作用，如商品质量检测、信用评估、数据合规审核等。然而，当前第三方机构的权威性和影响力仍然有限。针对这一问题，第一，可建立独立的电子商务监督机构。由政府支持建立具有公信力的独立机构，负责市场监管、信用评估、商品质量检测等事务，确保市场治理的公平性和透明度。第二，不断推动平台数据共享，增强社会监督能力。政府应推动电商平台向第三方监管机构开放必要的交易和信用数据，使社会监督机构能够获取充分的信息支持，提高监督的有效性。

6. 结论与展望

在数字经济的推动下，电子商务行业已成为全球经济增长的重要引擎。然而，电子商务的迅猛发展不仅带来了市场效率的提升，也暴露出一系列监管挑战。本文通过分析数字时代电子商务监管体系的不足，提出了一套系统化的优化路径，以期构建更加完善、高效的监管体系，保障电子商务行业的健康发展。

电子商务监管的核心问题主要包括：法律法规体系滞后、政府监管体系碎片化、消费者权益保护体系缺陷以及社会共治模式缺失等。针对这些问题，电子商务监管体系的优化应当从法律、政府、平台、消费者、行业协会等多主体协同角度入手，综合运用制度创新、技术创新、治理模式创新等手段，以构建更加公平、透明、安全的市场环境，为电子商务行业的可持续发展奠定制度基础。本文的研究主要基于现有法规和监管实践，但由于电子商务行业发展迅速，法律法规和市场环境仍在不断演变，研究的适用性和资料的实时性存在一定局限。此外，跨境电子商务的监管体系复杂，本文对国际监管合作的探讨尚不够深入。

未来的研究可以进一步关注新技术在监管中的应用，如区块链、人工智能如何在交易追踪、违规识别等方面发挥更大作用；同时，加强国际监管合作的研究，探索统一的数字贸易规则，提升跨境监管效率。此外，不同类型的电子商务模式(如直播电商、社交电商)的监管需求各不相同，未来可以进一步细化研究，以实现更加精准、灵活的监管策略。电子商务监管体系的优化是一个持续发展的过程，需要结合市场变化、技术进步和政策调整，不断探索更加科学、智能、可持续的监管模式，以保障市场公平、维护消费者权益，推动电子商务行业长期稳定发展。

参考文献

- [1] 中国信息通信研究院. 2024 年全球数字经济发展研究报告[R/OL]. <https://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202501/P020250116675154243240.pdf>, 2025-01-16.
- [2] Tapscott, D. (2014) *The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Anniversary Edition, McGraw-Hill Education.
- [3] 国务院. 国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知[EB/OL]. 国发〔2021〕29 号. https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/12/content_5667817.htm, 2021-12-12.
- [4] European Union (2016) General Data Protection Regulation (GDPR). <https://gdpr-info.eu/>
- [5] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国数据安全法[EB/OL]. http://www.npc.gov.cn/c2/c30834/202106/t20210610_311888.html, 2021-06-10.
- [6] 电子商务司. 中国电子商务报告(2022) [EB/OL]. http://dzsws.mofcom.gov.cn/ztbd/ndbg/art/2023/art_21d89f715e43476eae4c420a9d787d41.html, 2023-06-09.

-
- [7] 杜昕然, 葛红玲. 数字商务: 理论、实践与政策探析[J]. 国际贸易, 2024(11): 24-32.
- [8] 王鹤霏. 多元共治视角下电子商务的政府监管问题探析[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2018, 51(3): 105-113+144.
- [9] 洪银兴, 任保平. 数字经济与实体经济深度融合的内涵和途径[J]. 中国工业经济, 2023(2): 5-16.
- [10] 蓝志勇, 吴件. 电商时代的协同监管理论之探[J]. 中国行政管理, 2021(6): 37-43.
- [11] 陈晓红, 李杨扬, 宋丽洁, 等. 数字经济理论体系与研究展望[J]. 管理世界, 2022, 38(2): 208-224+13-16.
- [12] 许宪春, 张美慧. 中国数字经济规模测算研究——基于国际比较的视角[J]. 中国工业经济, 2020(5): 23-41.
- [13] 匡增杰, 于倜. 区块链技术视角下我国跨境电商海关监管创新研究[J]. 国际贸易, 2021(11): 51-59.
- [14] 倪楠. 人工智能时代电子商务技术监管研究[J]. 行政论坛, 2020, 27(4): 131-136.
- [15] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国电子商务法[EB/OL].
http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content_2060827.htm, 2018-08-31.
- [16] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国消费者权益保护法[EB/OL].
https://www.gov.cn/jrzq/2013-10/25/content_2515601.htm, 2013-10-25.
- [17] 市场监督管理总局. 网络交易监督管理办法[EB/OL]. 国家市场监督管理总局令第37号.
https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/16/content_5593226.htm, 2021-03-15.
- [18] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国反不正当竞争法[EB/OL].
https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html, 2019-04-23.
- [19] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国个人信息保护法[EB/OL].
https://www.gov.cn/xinwen/2021-08/20/content_5632486.htm, 2021-08-20.
- [20] Federal Trade Commission (FTC) (2013) Children's Online Privacy Protection Rule; Final Rule.
<https://www.ftc.gov/system/files/2012-31341.pdf>
- [21] 新华社. 东鉴日本——中国电商监管海外镜鉴[EB/OL]. 中央政府门户网站.
https://www.gov.cn/xinwen/2014-11/09/content_2776693.htm, 2014-11-09.