

房地产电商平台信任机制缺失的现状、挑战及构建策略研究

朱映羲

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年8月11日; 录用日期: 2025年8月25日; 发布日期: 2025年9月9日

摘要

房地产电商平台的快速发展为购房者提供了便捷的交易渠道, 但信任机制的缺失严重制约了行业的健康发展。当前, 平台普遍存在信息虚假、资金安全无保障、服务不规范等问题, 导致消费者权益受损、市场失信加剧。信任缺失不仅阻碍了行业数字化转型, 降低了交易效率, 还削弱了平台竞争力, 并引发监管难题, 破坏市场秩序。为应对这些挑战, 本文提出构建多层次的信任机制策略: 一是保障消费者权益, 通过严格的信息审核、第三方资金存管和标准化服务流程重塑市场诚信; 二是助力行业转型, 运用VR、AI等技术打造全流程数字化交易闭环, 提升交易效能; 三是增强平台竞争力, 拓展信用数据驱动的增值服务, 构建差异化优势; 四是完善监管体系, 推动多方协同治理, 规范市场环境。通过技术创新与制度完善相结合, 房地产电商平台可建立可持续的信任生态, 提升消费者信心, 推动行业高质量发展。未来, 平台需进一步优化信任机制, 以实现长期健康发展。

关键词

房地产电商, 信任机制, 消费者权益, 数字化转型, 监管体系

Research on the Current Situation, Challenges and Construction Strategies of the Lack of Trust Mechanism in Real Estate E-Commerce Platforms

Yingxi Zhu

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 25th, 2025; published: Sep. 9th, 2025

文章引用: 朱映羲. 房地产电商平台信任机制缺失的现状、挑战及构建策略研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 969-974. DOI: 10.12677/ecl.2025.1493001

Abstract

The rapid development of real estate e-commerce platforms has provided homebuyers with convenient transaction channels, but the lack of trust mechanisms has seriously restricted the healthy development of the industry. At present, the platform generally has problems such as false information, lack of financial security, and irregular services, which have led to the damage of consumer rights and the aggravation of market dishonesty. The lack of trust not only hinders the digital transformation of the industry and reduces transaction efficiency, but also weakens the competitiveness of the platform, and causes regulatory problems and disrupts the market order. In response to these challenges, this paper proposes a strategy to build a multi-level trust mechanism: first, to protect consumer rights and interests, and reshape market integrity through strict information review, third-party fund custody and standardized service processes; second, to help the industry transform, and use VR, AI and other technologies to create a full-process digital transaction closed loop to improve transaction efficiency; third, to enhance the competitiveness of the platform, expand credit data-driven value-added services, and build differentiated advantages; fourth, to improve the regulatory system, promote multi-party collaborative governance, and standardize the market environment. Through the combination of technological innovation and institutional improvement, real estate e-commerce platforms can establish a sustainable trust ecology, enhance consumer confidence, and promote high-quality development of the industry. In the future, the platform needs to further optimize the trust mechanism to achieve long-term healthy development.

Keywords

Real Estate E-Commerce, Trust Mechanism, Consumer Rights, Digital Transformation, Regulatory System

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

在国家数字经济战略和房地产行业转型升级的双重推动下，房地产电商平台作为新型交易模式正在快速发展。国务院《“十四五”数字经济发展规划》(国发[2021] 29 号)明确提出“促进生活消费品质升级，发展线上线下融合的房地产服务新模式”；住房和城乡建设部等六部门《关于推动物业服务企业加快发展线上线下生活服务的意见》(建房规[2023] 1 号)进一步强调“探索房产交易全流程数字化闭环管理”[1]。然而，房地产电商平台在实际运行中面临着信任机制建设滞后的突出问题。平台在信息真实性、资金安全性、服务规范性等方面存在的缺陷，不仅影响了消费者的使用体验，也制约了行业的健康发展。这些问题的存在，与当前国家推进放管服改革、优化营商环境的政策要求不相适应，也阻碍了房地产行业数字化转型的进程。在此背景下，加强房地产电商平台信任机制建设显得尤为重要。这既是落实国家数字经济发展战略的具体举措，也是完善房地产市场治理体系的重要内容。通过建立健全平台信任机制，可以有效提升交易透明度，保障消费者权益，促进行业规范有序发展，为房地产市场的平稳运行提供有力支撑。

2. 房地产电商平台信任机制缺失的现状

当前房地产电商平台普遍面临信任机制缺失的困境，主要表现为交易流程透明度不足与服务质量参

差不齐。在信息真实性方面，平台房源展示往往存在过度美化甚至虚假宣传的问题，图片与实景差异、隐瞒房屋缺陷等情况屡见不鲜，导致消费者线上获取的信息与线下实地考察形成明显认知偏差[2]。在交易安全保障环节，资金监管机制不健全使得购房定金、首付款等大额资金面临挪用风险，电子合同的法律效力认定和纠纷处理流程也缺乏明确规范。服务环节中，部分中介机构利用信息不对称抬高佣金或捆绑销售，后续的物业交割、权证办理等配套服务更是时常出现责任推诿。更深层次的问题在于，平台对入驻商户的资质审核流于形式，缺乏有效的信用评价体系和违规惩戒措施，消费者维权时往往陷入举证困难的境地。这种系统性信任缺失已形成恶性循环——用户因不信任而降低交易意愿，平台则因交易量不足而减少质量管控投入，最终制约了整个行业的数字化转型进程。

3. 房地产电商平台信任机制缺失带来的挑战

3.1. 损害消费者权益，加剧市场失信

房地产电商平台信任机制的缺失正在对消费者权益和市场信用环境造成深远的负面影响。根据中国消费者协会 2024 年典型案例通报整理，某头部平台因未严格审核房源信息，导致消费者预订的“精装学区房”实为毛坯仓库，引发群体投诉。在交易过程中，消费者面临着多重风险：虚假房源信息误导购房决策，隐蔽条款埋下纠纷隐患，资金监管缺位导致财产安全无法保障。当权益受损时，消费者往往陷入维权困境——责任主体相互推诿，投诉渠道不畅，取证难度大，使得多数纠纷难以得到妥善解决。这种状况不仅造成消费者经济损失，更严重的是动摇了市场信用基础。诚信经营者因违规成本不对称而逐渐边缘化，投机者则利用监管漏洞牟利，形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。随着负面体验的累积，消费者对线上交易渠道的信任度持续走低，转而回归传统交易模式，这不仅阻碍了行业数字化转型，更使平台陷入用户流失与服务质量下滑的恶性循环[3]。

3.2. 阻碍行业转型，降低交易效率

房地产电商平台信任机制的缺失正在成为行业数字化转型的重要掣肘。根据《中国房地产数字化白皮书 2023》显示，某平台推广 VR 全景看房技术时，因缺乏房屋缺陷披露标准，隐瞒渗水、裂缝等质量问题，用户投诉率上升 40%。在缺乏可靠信任基础的环境下，线上交易平台难以突破信息中介的局限，消费者不得不频繁切换线上线下场景，既要通过平台获取房源信息，又必须依赖传统方式实地看房、面签合同，这种割裂的交易体验因流程碎片化增加了额外决策成本[4]。对行业而言，信任缺失导致开发商和中介机构对线上渠道的投入持保留态度，数字化营销工具的创新应用受阻。更深层次的影响在于，当平台无法建立有效的信用评价机制时，优质服务商难以获得市场溢价，劣质服务却因成本优势大行其道，这种逆向选择效应使得行业整体服务质量提升缺乏内生动力。

3.3. 削弱平台竞争力，制约发展空间

房地产电商平台信任机制的缺失正严重削弱其市场竞争力和发展潜力。根据贝壳研究院《2024 居住服务业数字化信任机制建设白皮书》报告，部分领先平台通过建立“房源健康档案”(整合房屋维修记录、邻里投诉等 12 项数据)，使二手房交易纠纷率下降 35%。在信任基础薄弱的环境下，平台难以建立稳定的用户忠诚度，高昂的获客成本与低迷的转化率形成鲜明反差。由于缺乏差异化的信用价值支撑，各平台被迫在房源数量、广告投放等表层维度展开同质化竞争[5]。更为关键的是，信任危机极大地限制了平台业务的拓展空间——金融服务、装修托管等增值业务因用户信任不足而难以开展，产业链延伸遭遇瓶颈。这种状况使得房地产电商平台长期被困在“信息中介”的初级角色，当行业遭遇政策调整时，平台抗风险能力明显不足。

3.4. 引发监管难题，破坏市场秩序

房地产电商平台信任机制的缺失正给行业监管带来前所未有的挑战。线上交易的虚拟性和跨地域特征，使得传统的属地化监管模式难以有效覆盖，虚假宣传、价格欺诈等违规行为在监管盲区肆意滋生。平台、开发商、中介机构之间错综复杂的权责关系，导致监管部门在处置纠纷时常常面临主体认定模糊、证据链条断裂等现实困境。这种监管滞后性助长了市场的无序竞争——部分经营者利用规则漏洞实施短期套利，而合规企业则因违规成本不对称陷入竞争劣势。更值得警惕的是，线上交易的信用风险具有快速传导和放大的特性，当与线下市场波动形成共振时，极易演变为系统性风险[6]。

4. 房地产电商平台信任机制的构建策略

4.1. 保障消费者权益，重塑市场诚信

构建房地产电商平台信任机制的首要策略在于全面保障消费者权益，重塑市场诚信体系。平台应当建立严格的信息审核机制，通过技术手段与人工复核相结合的方式确保房源信息的真实性与完整性，包括房屋状况、产权信息、交易历史等关键要素的透明披露[7]。在交易安全方面，需引入第三方资金存管模式，将购房定金、首付款等大额资金纳入银行监管体系，实现资金流与信息流的分离管理，彻底消除资金挪用风险。针对服务环节的乱象，平台应建立标准化的服务流程与评价体系，明确中介机构的服务边界与责任义务，通过服务全程留痕、用户评价公示等方式形成服务质量的动态监督机制。更为关键的是要构建完善的争议解决与权益保障体系，设立快速响应通道与先行赔付基金，当发生纠纷时能够及时介入并妥善处理，避免消费者陷入维权困境。同时，平台应当建立商户信用档案与黑名单制度，对违规行为实施分级惩戒，通过信用可视化让优质服务商获得市场溢价，形成“守信受益、失信受限”的市场导向。这些措施需要与行业协会、监管部门形成联动，共同制定行业服务标准与行为规范，通过制度约束与技术保障的双重作用，逐步重建消费者对线上房产交易的信任基础，最终实现市场诚信生态的良性循环。

4.2. 助力行业转型，提升交易效能

房地产电商平台要真正助力行业数字化转型并提升交易效能，必须构建贯穿全流程的智能化信任体系。平台应当突破传统信息中介的局限，通过技术创新打造全链条数字化交易闭环。在信息获取环节，需运用VR实景复刻、AI房屋检测等技术手段，实现线上看房体验与线下实勘的高度一致性，消除消费者的信息疑虑。交易环节要建立智能合约系统，将合同条款、付款节点、权证办理等关键要素编码上链，实现交易流程的自动化执行与不可篡改记录[8]。同时，平台应当整合房产评估、贷款审批、税费计算等配套服务，通过数据互通构建一站式解决方案，大幅减少传统交易中的重复核验与等待时间。针对行业痛点，可开发基于大数据的信用评估模型，对开发商、中介机构进行多维度的履约能力评级，为交易匹配提供智能决策支持。更重要的是，平台需要推动行业标准的统一，联合主管部门制定电子签约、资金监管、数据安全等领域的规范体系，为数字化交易扫清制度障碍。这种深度数字化转型不仅能显著提升单笔交易效率，更能通过流程再造降低整体交易成本，使线上渠道真正展现出相对于传统模式的核心竞争力。当平台建立起技术可靠、流程规范、服务完备的新型交易生态时，行业参与者将更有动力拥抱数字化变革，从而形成技术创新与产业升级的良性循环。

4.3. 增强平台竞争力，拓展发展维度

房地产电商平台要突破同质化竞争困局，必须通过信任机制创新构建差异化竞争优势，拓展多元化发展空间。平台应当超越简单的房源信息聚合模式，着力打造以信用价值为核心的新型服务平台。在基

础服务层,可通过建立“房源健康档案”体系,整合房屋检测报告、历史交易记录、邻里关系图谱等深度信息,形成竞争对手难以复制的数据资产。在增值服务维度,依托积累的信用数据,可逐步开展金融服务创新,如基于真实交易数据的按揭预审批、装修分期等衍生业务,将单一的房产交易延伸为全生命周期服务体系。平台还需构建开放共赢的生态圈,通过与政府部门、金融机构、物业服务商等建立数据共享机制,打造覆盖看房、交易、贷款、交割、物业的全链条服务闭环。在商业模式创新方面,可探索会员制信用服务体系,为高信用用户提供交易费率优惠、优先选房等权益,形成用户粘性。同时,平台应注重培育专业经纪人社群,通过建立严格的认证培训体系和分级佣金机制,提升服务供给质量。这种以信任机制为纽带的多维拓展策略,既能强化平台在核心交易环节的竞争优势,又能开辟新的盈利增长点,使平台从单纯的信息中介转型升级为居住综合服务提供商,在激烈的行业竞争中占据更有利的生态位[9]。

4.4. 完善监管体系,规范市场环境

房地产电商平台信任机制的建设必须依托于健全的监管体系,这需要构建多方协同、技术赋能的现代化治理格局。监管部门应当突破传统属地化管理的局限,建立全国统一的线上房产交易监管平台,实现跨区域执法协作与信息共享。在监管方式上,要推动被动响应式监管向主动预防式监管转变,运用大数据分析技术实时监测平台交易动态,对异常交易模式、高频投诉对象进行智能预警和重点核查。针对平台责任界定模糊的问题,需明确平台在信息审核、资金监管、纠纷调处等方面的法定义务,建立平台连带责任追究机制。同时,应当制定专门的房地产电商服务标准,对房源信息发布、电子合同签署、交易资金存管等关键环节作出强制性规范,为行业划定清晰的行为边界。在监管协同方面,要形成政府部门、行业协会、第三方机构、消费者组织共同参与的多元共治体系,通过建立联合惩戒机制和信用信息共享平台,让违规主体“一处失信、处处受限”。此外,监管创新还需注重平衡效率与安全的关系,在防控风险的同时为商业模式创新保留适度空间,避免过度监管抑制市场活力。这种以科技为支撑、以规则为基础、以共治为特色的新型监管体系,既能有效遏制当前市场乱象,又能为行业长远发展提供稳定的制度环境,最终实现规范与发展良性互促的治理目标[10]。

5. 结论

房地产电商平台信任机制的缺失已成为行业发展的主要障碍。通过构建多层次的信任机制,包括强化信息透明度、完善资金监管、优化服务质量及健全监管体系,可以有效提升消费者信心,推动行业数字化转型,增强平台竞争力,并规范市场秩序。未来,房地产电商平台应注重技术创新与制度完善相结合,建立可持续的信任生态,以实现行业的长期健康发展。

参考文献

- [1] 王治山. 国内二手电商平台竞争日渐激烈[J]. 商业观察, 2022(23): 12-14.
- [2] 钟澄, 李寒. 电商平台房地产中介交易法律关系及纠纷处置探讨[J]. 住宅与房地产, 2022(18): 63-66.
- [3] 王春云. 互联网下我国房地产营销策略分析[J]. 福建建材, 2020(5): 111-113.
- [4] 田超. “互联网+房地产” OMO 电商平台商业模式[J]. 现代企业, 2020(5): 131-132.
- [5] 周新玉. 房地产电商综合平台运营模式研究[J]. 中国市场, 2016(6): 105-107+109.
- [6] 朱郭奇, 钱冬, 李文文, 等. 社交电商平台消费者忠诚建立: 对信任与满意度的再认识[J/OL]. 管理工程学报, 1-18. <https://link.cnki.net/doi/10.13587/j.cnki.jicem.2025.05.006>, 2025-07-20.
- [7] 舒辉, 唐飞, 万敏琰. 产业互联网平台企业如何构建数字包容生态?——以赋能与信任共演破解数字鸿沟[J]. 经济管理, 2024, 46(11): 25-46.
- [8] 吴群, 杜媛媛. 平台型电商企业生态圈价值共创的实现机制研究[J]. 管理学报, 2024, 37(5): 48-64.

- [9] 田敏, 张闯, 斯浩伦. B2B 电商平台: 研究现状、分析框架与未来研究方向[J]. 管理现代化, 2024, 44(3): 181-193.
- [10] 张嵩, 王震, 卢宝周. 从制度信任到人际信任——共享出行平台信息生态运行机制对策研究[J]. 情报科学, 2024, 42(5): 138-148.