

电商平台自律的概念及维度构建

——基于扎根理论的探索性研究

胡立松

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年9月13日; 录用日期: 2025年9月25日; 发布日期: 2025年10月17日

摘 要

目前学术界对电商平台自律还没有形成统一观点, 其概念也未有明确、统一的界定。本文利用扎根理论研究方法对电商平台自律的内涵及维度展开了探索性研究。研究结果显示, 电商平台自律的概念结构呈现出双重向度, 即在律己维度上, 平台通过内部责任与约束, 确保自身自律运营; 在律他维度上, 平台对外通过规范与监督、声誉奖惩、交易保障, 引导并规范商业活动成员的行为。据此, 提出电商平台企业应注重自律机制建设, 强化核心维度治理效能的管理建议。

关键词

电商平台, 自律, 扎根理论

The Concept and Dimensional Construction of E-Commerce Platform Self-Regulation

—An Exploratory Study Based on Grounded Theory

Lisong Hu

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: September 13, 2025; accepted: September 25, 2025; published: October 17, 2025

Abstract

Currently, academics have not reached a consensus on e-commerce platform self-regulation, nor has a clear and unified definition of the concept. This paper uses grounded theory research to conduct an exploratory study on the connotation and dimensions of e-commerce platform self-regulation.

文章引用: 胡立松. 电商平台自律的概念及维度构建[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1281-1286.
DOI: 10.12677/ecl.2025.14103269

The results show that the conceptual structure of e-commerce platform self-regulation exhibits a dual dimension: in the self-regulation dimension, platforms ensure self-regulation through internal responsibilities and constraints; in the other-regulation dimension, platforms guide and regulate the behavior of participants in commercial activities through external regulation and supervision, reputation rewards and penalties, and transaction guarantees. Based on this, management recommendations are proposed: e-commerce platform companies should focus on building self-regulatory mechanisms and strengthening the governance effectiveness of core dimensions.

Keywords

E-Commerce Platform, Self-Regulation, Grounded Theory

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

电商平台经济发展初期,由于缺乏有效规制,呈现出野蛮增长的状态,导致一系列社会问题频发[1]。随之带来的负外部性和破坏性日益加剧,平台商业生态系统的整体价值正受到冲击[2]。电商平台企业不同于传统线性企业,其作为一种聚集多边用户的公共资源,具有非排他性和竞争性,在平台运营过程中,各参与主体均可能存在违规行为。政府虽介入监管,但具体实施时仍面临信息、技术和组织上的劣势,并且过度监管可能会抑制平台经济的活力,使平台丧失自主创新发展机遇[3]。事实上,相较于政府监管,身负技术优势的平台进行自我规制更具灵活性,能够更及时识别平台自身及平台内成员的合规问题[4]。2024年,京东、淘宝、拼多多、抖音和快手五大平台企业在北京联合签署了《网络交易合规经营自律公约》,显然各大电商平台对加强自律逐渐达成共识。随着行业自律规范在互联网平台中的深化应用,平台自律逐渐演化为特定平台治理场景下的一种自我规制形态。

目前,针对平电商平台自律展开的研究还较少。有学者从律己角度认为平台企业自律仅需规范和调控自身行为,即对不正当竞争、社会责任异化或缺失等不合规行为的自我约束[5]。还有学者则综合律己和律他视角,认为平台自治超越了传统私主体自治的范畴,即平台自治不仅包括内部管理,还涉及大量外部管理职能,其管理不仅影响平台内部,还覆盖到利用平台开展业务的商家和买家[6]。可见当前学界对电商平台的概念界定和维度构成尚未达成共识,这不利于电商平台自律理论的完善和发展,也难以促进电商平台生态治理工作的顺利进行。因此,本研究通过扎根理论对电商平台自律的内涵及维度进行探索性研究,以期对平台自律的研究进一步深入,并为电商平台企业自律实践活动提供实践指导。

2. 研究设计

2.1. 研究方法

扎根理论旨在通过系统化的数据收集与分析,从经验资料中归纳出具有理论意义的概念、范畴及其关系,从而建构理论[7]。其研究流程包括:确定研究目的并收集资料(如案例、文献、访谈等);对原始资料进行开放式、主轴式和选择式三级编码,依次实现概念提炼、范畴整合和核心理论建构;最后进行理论饱和检验与结果讨论[8]。本文遵循该分析逻辑,基于半结构化访谈和文献资料,借助 NVivo14 进行三级编码,对电商平台自律的概念及其维度进行探索性分析。

2.2. 数据收集

本研究采用一手与二手资料相结合的方式，以半结构化访谈获取一手资料，并辅以文献、平台官网及媒体报道作为二手资料，以确保数据的完整性。具体过程如下：(1) 半结构化访谈。研究对象为电商平台管理人员及平台内商家，访谈方式结合线上与线下。正式访谈前，研究团队向受访者说明研究目的与保密原则，并在征得同意后进行录音和记录，每次约 1 小时。线下访谈于 2025 年 4 月至 5 月在江苏某市电商平台商户开展，线上访谈则通过腾讯会议邀请来自淘宝、京东、拼多多等平台的商家及某平台企业管理人员。最终共完成 25 名受访者访谈，基本信息见表 1。(2) 二手资料。主要来源于电商平台官方网站、知网数据库及主流媒体报道，共收集平台官网资料 6 份、相关学术文献 5 篇、媒体报道 5 篇。

Table 1. Respondent characteristics statistics
表 1. 受访者特征统计

名称	类别	人数	名称	类别	人数
性别	男	11	身份类型	平台商家	20
	女	14		平台管理人员	5
年龄	18~25 岁	4	所在地	上海	4
	26~35 岁	10		江苏	11
	36~45 岁	7		重庆	2
	46 岁及以上	4		四川	1
受教育程度	高中以下	3		安徽	1
	高中/中专	5		北京	1
	专/本科	14		浙江	5
	硕士及以上	3			

3. 研究实施

对所获取资料进行梳理，剔除无关内容，最终形成约 5.3 万字的原始质性资料，用作编码分析的基础数据。依据理论饱和原则，随机抽取其中 1/3 用于理论饱和度检验，其余 2/3 则用于扎根理论的三级编码分析。

3.1. 开放式编码

开放式编码是扎根理论分析的初始阶段，旨在通过解构原始资料并赋予概念标签，提炼出具有理论意义的初始概念与范畴。在此过程中，研究者需保持开放与客观，避免主观预设，通过持续比较、整合与归纳形成逻辑清晰的分析结果。本文对原始资料进行多轮梳理与筛选，合并相似概念、剔除冲突概念，最终获得 38 个初始概念(编号 An)，并归纳为 11 个副范畴(编号 Bn)，结果见表 2。

Table 2. Open coding results (partial excerpt)
表 2. 开放式编码结果(部分节选)

范畴化	概念化	部分初始语句
B1 合规运营	A1 遵守法律法规	现在都得按国家电商法来，这是平台的首要责任，他们现在也不敢乱来

续表

B2 数据保护	A2 避免强制独家	我们不会要求商家只能在我们平台开店，尊重商家的多平台选择权
	A3 信息真实披露	平台政策这些都是公开透明的，我们能查到完整说明
	A4 禁止虚假宣传	我们对不管是商家还是消费者的活动宣传都是真实可靠的
	A5 加密用户信息	现在平台对买家的电话、地址等信息做了加密处理
	A6 发布隐私政策	平台要求在店铺页面明确展示隐私政策，有模板可以用
	A7 保障数据安全	店铺后台登录都启用了多重验证，平台说是防止账号被盗
	...	...
B11 售后纠纷处理	A35 多样化申诉通道	平台提供了在线申诉、热线等多种投诉渠道
	A36 设置仲裁机构	之前在闲鱼卖东西被恶意退货，向平台投诉，有个闲鱼小法庭会出面仲裁
	A37 仲裁程序规范	争议仲裁流程都在平台公示，比如双方举证材料等
	A38 快速纠纷理赔	纠纷处理完后，钱款很快会到账

3.2. 主轴式编码

主轴式编码旨在基于开放式编码所提炼出的概念与副范畴，进一步挖掘其内在逻辑关系，整合并提升为更高层次的抽象范畴。通过对开放式编码阶段的 11 个副范畴之间的相互关系进行深入分析与归纳，最终提炼出 4 个主范畴，分别为：平台内部责任与约束、规范与监督、声誉奖惩、交易保障，主轴式编码结果见表 3。

Table 3. Spindle coding results
表 3. 主轴式编码结果

主范畴	副范畴
C1 平台内部责任与约束	B1 合规运营
	B2 数据保护
	B3 责任建设
C2 规范与监督	B4 规则透明
	B5 准入审查
	B6 行为监督
C3 声誉奖惩	B7 信用评价
	B8 声誉激励
	B9 违规惩戒
C4 交易保障	B10 支付风险控制
	B11 售后纠纷处理

3.3. 选择性编码

选择式编码是在主轴式编码的基础上凝练核心范畴，系统整合相关主范畴，明确其内在关系与逻辑主线。研究者需要不断地对不同概念和范畴的关系进行比较和总结，最终形成故事链。本文以“电商平

台自律”为核心范畴，最终得出电商平台自律维度构成的故事线，并抽象出电商平台自律由平台内部责任与约束、规范与监督、声誉奖惩、交易保障 4 个维度构成，编码结果如图 1 所示。

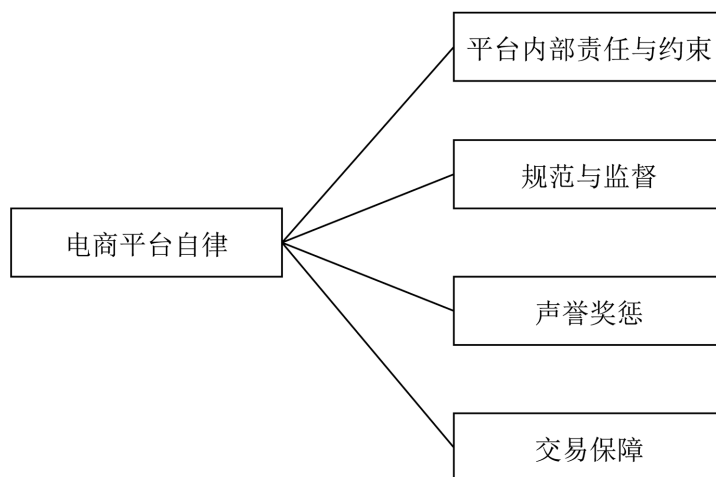


Figure 1. Selective coding results
图 1. 选择性编码结果

3.4. 饱和度检验

理论饱和度检验是扎根理论研究中的关键环节，用于确保研究数据的充分性。一方面通过分析和归纳新增原始资料，观察是否出现新的范畴；另一方面则考察在对新增资料进行语义分析时，是否形成新的概念关系。本研究通过对剩余随机抽取的 1/3 原始资料进行相同的编码流程，结果显示没有发现新的范畴，也没有新的关系产生，证明理论饱和度通过检验。

4. 研究结论与管理启示

4.1. 研究结论

本研究基于扎根理论的质性研究方法对电商平台自律的概念和维度特征进行深入的探索。研究结果显示，电商平台自律由平台内部责任与约束、规范与监督、声誉奖惩、交易保障 4 个维度构成。平台内部责任与约束指平台在合法合规经营、数据安全和责任建设等方面的自我规制，是平台自律的基础。如平台管理人员(G03)指出“平台设有专门合规部门，确保运营符合法律要求并定期修订规则以防数据泄露”。规范与监督指平台通过建立清晰的规则体系，明确商家权责并实施监督，以规范其经营行为。如商家(S03)所述“平台在入驻审核和日常检查中严格把关，防止违规行为”。声誉奖惩是指通过信用评价、正向激励与惩戒机制，引导商家形成持续合规动机，是柔性治理的重要方式。如商家(S09)提到“高评分可带来更多曝光，而违规则会导致扣分与限流”。交易保障则体现为支付安全与纠纷处理机制，旨在规范履约、降低风险并维护秩序。如商家(S17)所言“货款需客户确认后才发放，且平台在投诉时会介入调解，从而保障交易公平”。

综上，电商平台自律的概念结构呈现出由内而外的双重向度，即在律己维度上，平台对内强化合规意识和责任履行，确保自身自律运营；在律他维度上，平台对外通过规则制定、监督执行、声誉奖惩与交易保障等手段，引导并规范商业活动成员的行为。因此，电商平台自律已不仅局限于自我约束的管理行为，而是逐步演化成为一种融合制度建构、过程监管、激励惩戒与保障服务的综合治理能力。这一治理能力表现为平台在履行内在合规义务的同时，延伸出对商家行为的制度规范与服务引导。

4.2. 管理启示

第一，平台应聚焦责任内化，强化合规治理与制度约束。通过制度化、常态化的责任机制，不仅能增强商家对平台自律的感知与信任，也有助于其积极参与治理。平台需严格遵守相关法律法规，建立合规自查和信息披露机制，明确治理架构与责任分工，减少“既当裁判又当球员”的质疑。

第二，规范与监督是提升治理效能的重要杠杆。平台应制定兼具约束与引导的行为准则，完善准入与动态管理机制，确保参与主体具备基本自律能力与长期合作意愿。同时，应构建多主体参与的监督体系，提高规则执行透明度与可追溯性，从而营造公平、稳定的经营环境。

第三，声誉奖惩作为柔性治理工具，可有效激励商家合规经营。平台应建立科学透明的信用评价体系，将声誉结果与流量、补贴、活动资格等资源挂钩；同时完善黑名单和灰名单制度，对屡次违规的商家与消费者实施惩戒，营造良性竞争环境。

第四，健全交易保障体系，提升商家安全感与信任度。平台需在支付安全、纠纷处理和风险控制上持续投入，如与第三方支付机构合作并公开安全评估结果，完善“资金托管 + 先行垫付”机制，以保障交易公平，增强商家对平台的依赖。

基金项目

国家社会科学基金项目“数字经济背景下平台垄断的多元共治研究”（项目编号：21BGL037）。

参考文献

- [1] 尧戈. 告别平台经济的野蛮生长[J]. 上海企业, 2021(4): 5.
- [2] 肖红军. 责任型平台领导: 平台价值共毁的结构性治理[J]. 中国工业经济, 2020(7): 174-192.
- [3] 邢畅. 数字经济视域下政府微观权力弱化的伦理思考[J]. 理论界, 2021(4): 90-96.
- [4] 蒋慧. 数字经济时代平台治理的困境及其法治化出路[J]. 法商研究, 2022, 39(6): 31-44.
- [5] 李文鹤, 杨孟妍, 修勤绪, 等. 共生视角下网络平台自律的多元驱动机制研究[J]. 管理学报, 2024, 37(1): 84-99.
- [6] 王坤, 周鲁耀. 平台企业的自治与共治[J]. 浙江学刊, 2021(1): 4-15.
- [7] Makri, C. and Neely, A. (2021) Grounded Theory: A Guide for Exploratory Studies in Management Research. *International Journal of Qualitative Methods*, 20, 247-271. <https://doi.org/10.1177/16094069211013654>
- [8] 李志刚, 何诗宁, 于秋实, 等. 海尔集团小微企业的生成路径及其模式分类研究——基于扎根理论方法的探索[J]. 管理学报, 2019, 16(6): 791-800.