

数字化时代政府电商监管模式、困境及对策研究

古建宇

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月15日; 录用日期: 2025年9月26日; 发布日期: 2025年10月16日

摘要

数字化时代, 数字经济高速发展, 电子商务产业已成为连接生产与消费、驱动经济增长的核心载体, 但其跨区域、跨业态、数据驱动的数字化特性, 也对政府监管提出了更高的要求, 本文通过分析梳理中国以全面监管为主导的监管模式, 以数字经济时代电商平台监管实践为研究对象, 系统剖析当前政府电商监管模式面临的核心困境, 为数字经济背景下政府优化电商监管模式、平衡监管与发展关系提供理论参考与实践路径, 助力电子商务平台健康可持续发展。

关键词

数字经济, 电子商务平台, 电商监管

Research on the E-Commerce Regulation Model, Dilemmas, and Countermeasures of the Government in the Digital Era

Jiangu Gu

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 15, 2025; accepted: September 26, 2025; published: October 16, 2025

Abstract

In the digital era, with the rapid development of the digital economy, the e-commerce industry has become a core carrier for connecting production and consumption and driving economic growth. However, its cross-regional, cross-industry, and data-driven digital characteristics have also put forward higher requirements for government supervision. By analyzing and sorting out China's

regulatory model dominated by comprehensive supervision, this paper takes the regulatory practice of e-commerce platforms in the digital economy era as the research object, and systematically analyzes the core dilemmas faced by the current government's e-commerce regulatory model. It aims to provide theoretical references and practical paths for the government to optimize the e-commerce regulatory model and balance the relationship between supervision and development under the background of the digital economy, thereby assisting in the healthy and sustainable development of e-commerce platforms.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce Platforms, E-Commerce Regulation

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

随着数字化浪潮席卷全球，数字经济已成为推动全球经济结构优化、重塑产业格局与驱动经济高质量发展的核心引擎。在这一进程中，电子商务产业凭借其打破时空壁垒、高效连接生产端与消费端的独特优势，迅速成长为数字经济的支柱性业态。从传统电商平台的商品交易，到直播电商、社交电商等新业态的蓬勃兴起，电子商务不仅深刻改变了消费者的生活方式和企业的经营模式，更在促进就业、扩大内需、推动国际贸易便利化等方面发挥着不可替代的作用。然而，电子商务产业的数字化特性也使其监管面临前所未有的挑战。其跨区域、跨业态的运营模式，打破了传统监管的地域边界与行业划分；数据作为核心生产要素的广泛应用，既催生了精准营销、智能供应链等创新场景，也带来了数据安全、隐私泄露、算法歧视等新型风险；加之平台经济的“双边市场”属性，使得平台与商家、消费者之间的利益关系更为复杂，虚假宣传、假冒伪劣、垄断竞争等问题时有发生。这些特性共同对政府监管的精准性、适应性与前瞻性提出了更高的要求。中国作为全球电子商务规模最大、业态最丰富的市场，始终高度重视电商平台的监管工作，逐步构建了以“全面监管”为主导的监管体系。通过完善法律法规、强化部门协同、推进技术赋能等方式，在规范市场秩序、保护消费者权益方面取得了显著成效。2021 年国家市场监督管理总局发布《网络交易管理办法》，并多次出台相关配套政策，但仍然难以完全匹配电子商务产业的发展速度与创新深度。

在此背景下，本文系统梳理中国电子商务平台的发展现状与现有监管模式，以数字经济时代中国电商平台监管实践为研究对象，通过分析电商平台发展现状与全面监管模式的特点，聚焦当前监管模式的核心困境，探索兼顾“规范”与“发展”的监管路径，这不仅是应对电商领域新型风险、维护市场公平秩序的现实需求，更是推动电子商务产业健康可持续发展、助力数字经济行稳致远的关键课题。

2. 文献综述

目前国内对于电商监管的研究，既有宏观层面的针对不同监管主体及其互动的研究，例如杨恺琳针对电商平台的监管义务，指出电商平台在事前监管中审核标准不清和事中监管中的报告责任缺失等问题，并提出政府应当为电商平台监管提供激励，平台应当与政府监管部门共享数据信息[1]，金玉指出电商平台虚假宣传对于市场的严重危害，既会损害消费者权益，也会动摇电商市场信任根基，影响市场竞争的公平性，表明应当促进监管体制健全和行业自律发展，并优化消费者维权环境，以维护行业整体利益，

推动电商行业健康发展[2]。也有中观层面的针对不同电商细分领域的研究,例如汪玲针对电商外卖食品安全监管问题,提出法律法规有待健全和监管手段单一等主要困境,建议明确相关外卖平台的准入审核标准和处罚措施,并通过大数据和物联网等技术创新监管手段,做到全流程快速监管[3],周剑平对电商直播的演变逻辑和组成要素进行了详尽的分析,指出在电商直播监管需求端,存在增长快和更新快的难题,加剧了监管难度,而在供给端则存在着立法不完善和执法偏差的问题,提出应当建立多元主体共同参与的监管机制,强调法治原则,并加强过程透明化和监管技术支撑[4],王星丽针对跨境电商行业,指出跨境电商监管制度不够完善,支付体系和营商环境缺乏信任度,提出要健全支付结算体系,加强跨境电商行业的信用建设[5]。还有微观层面的针对不同电商具体监管问题的研究,如何姣姣提出当下电商行业出现算法主导下的“价格歧视”,指出其法律性质实为差别待遇,但对于算法提供的不同价格(超低价、一般价格、超高价格)带来的结果各不相同,有弊亦有利,应当以其影响结果因素为导向制定相关监管政策,而非一刀切的禁止[6],飞中琳针对电商的商品质量问题,提出商品质量监管面临政策缺位、动态监管难、平台责任缺失三重挑战,表示必须从完善法律法规、丰富监管手段、明确监管职责三个维度同时发力,以真正激发市场活力,保障消费者权益[7],李怡和程晋石基于动态博弈的视角,探讨政府对电商隐私保护的监管,在政府对平台和商家进行奖惩的背景下,构建“平台-商家”关于隐私保护的博弈模型,提出政府应当建立合适的奖惩机制以激励平台和商家保护消费者隐私,同时平台应当意识到提高隐私保护水平对于构建可持续发展的电商生态的重要性[8]。

通过对相关研究文献的梳理,可以发现学者们普遍认为监管体系不健全,监管手段缺乏以及数据壁垒是电商监管的重要难题,并提出了一些解决策略。但是学界对于系统性归纳我国电商平台监管模式的研究尚有缺乏,本文将结合我国电商平台实际发展情况,梳理我国以“全面监管”为主导的监管模式,剖析其发展困境,并提供相应对策。

3. 电子商务平台概述

电子商务平台是新经济下以技术创新为主导,兼具有市场创造型和需求协调型的双边市场特征的行业[9]。一般来说,电子商务平台具有以下特征:

1) 网络外部性,一个电子商务平台使用者数量越多,愿意在这个平台购买店铺以销售的卖家就越多,平台对商家更有议价权,就可以更多地要求商家通过降价、打折等手段吸引客户,最终不断膨胀,可能形成事实上的垄断,但平台往往不认可由于降价、打折等行为而导致的垄断指控。

2) 单边收费:由于电商平台提供的服务差异小,所以具有易模仿快速迭代的特性,相对来说需求弹性大,一旦对消费者收费,会损失大量的用户,所以电商平台虽然是提供双边服务,但往往只对转平台成本高、对平台依赖度高的商家收费。

3) 双重身份:电商平台往往具有局部市场规制者与市场主体双重身份。所以在电商平台上发生的交易行为往往是复杂嵌套的,自然市场的规制功能转移到了平台身上,消费者对商品的购买费用、商家在平台开店的成本都包含对平台的信任费用,平台可能根据利益的倾向性选择谋取私利,如商家向平台交费以获取“差别待遇”,平台引导消费者消费造成事实上的不公平;或平台在商家不知情的情况下提高商品价格向消费者售卖并赚取差价等。

4) 边际成本几乎为零:由于网络的虚拟性和延展性,在平台构建成熟之后,新商家的入驻对于平台几乎不消耗成本,但其边际收益仍然保持较高水准,由于平台企业天生的逐利动机,电子商务平台往往采取各种手段以扩张用户群体。

4. 中国电子商务主要监管内容

基于中国的现实国情和电子商务平台发展现状,为了保证在中国电商快速迭代、竞争强、多元化的

市场环境下，电子商务平台能够同时保障消费者和商家的权益，同时促进行业健康发展，中国的电子商务平台监管工作主要从以下三个方面展开。

4.1. 打击不正当竞争行为

打击不正当竞争行为包括对于平台的不正当竞争行为的监管和对商户的不正当竞争行为的监管两个部分。平台的不正当竞争行为主要是指平台的垄断行为以及延伸出来的平台利用其行业支配地位以牟利的行为。最典型的垄断行为即“排他交易”[10]，指的是平台为了牟取私利，限制商家只能在该平台上交易或者只能与其指定的经营者进行交易的行为，“排他交易”还含有一种比较少见的特殊情况——“拒绝交易”，指的是具有支配垄断地位的平台恶意拒绝商户的入驻。在中国的电子商务行业中，比较常见的是平台要求商家“二选一”的行为，还有一些其他垄断行为也受到中国政府的监管，如不公平价格行为，以高价格销售垄断商品以盈利或以低于成本的价格售卖商品以吸引消费者，这些都是破坏市场、打破竞争的行为。商户的不正当竞争行为分为两类，一是商户之间的恶意竞争，在电子商务行业中，商家通过恶意给其他同行商家刷差评，以削弱同行商家诚信度和消费者认可度的方式，来为自己赚取竞争优势，该行为直接侵犯同行商家的合法权益，构成违法行为；二是商户对消费者的恶意欺骗，通过网络刷单、刷好评或者其他虚假不实的宣传等方式来欺骗消费者，骗取消费者的信任让其为产品买单以盈利。

4.2. 开展数据与信息保护工作

随着大数据进入平台算法机制，对于个人生活的渗透愈加深入，个性化的推荐虽然方便了消费者，但无形中也形成信息茧房，电子商务平台通过对用户信息的收集来为用户精准画像，继而为用户投放商品，可以说在信息时代，掌握数据就掌握了金钱。在这一方面，中国政府主要是对个人信息和企业数据进行保护。针对个人信息的保护主要是由于电子商务平台出现强制收集信息的行为，并且伴随着个人信息泄露等社会事件的出现，群众对于个人信息的保护意识提高，2021年8月，全国人大通过《中华人民共和国个人信息保护法》，主要对社会普遍关心的问题进行了回应，包括“大数据杀熟”导致的差异价格，“公共场所的信息采集”、“人脸、指纹识别”等问题等，明确了个人信息处理的规则，“告知-同意”是数据保护的核心原则，匿名化处理则是数据使用的基本要求[11]。但是其在事实层面上收效甚微，“告知-同意”的原则并没有为数据的收集划上边界，电子商务平台为了提供更个性化的服务以提高平台的使用量，又或者出于其他谋取私利的动机，会让用户提供更多本不需要提供的隐私信息，而由于不同意就无法使用该平台，同时告知书往往复杂难辨，一般的消费者很少仔细阅读告知书，或者阅读了也受限于告知书的专业性和权限的模糊性而不知道自己究竟授予了平台哪些权限，更不知道授予之后会产生哪些后果。此外，由于《个人信息保护法》出台的时间较晚，许多信息暴露问题在法律规范发布之前就已经产生，导致部分消费者即使意识到自身有信息暴露的风险，也认为自己的信息早就已经暴露，所以对信息保护不再重视，对于平台的告知书往往采取“摆烂”态度，但就算消费者不重视自己的权益，也不是政府放弃对个人信息的保护的理理由，反而政府更应该对信息泄露问题予以特别重视和严厉打击。

4.3. 减少假冒伪劣商品

由于电子商务平台的交易不是面对面交易，所以平台和商户、商户和消费者之间往往存在着严重的信息不对称，对商品的质量监管成为了电商监管领域的重中之重，尤其是提升商品的质量监管水平，可以在一定程度上缓解买方的逆向选择——即消费者不确定商品的质量导致不敢购买商品，和卖方的道德风险问题——即卖方向买方提供假冒伪劣产品，减少信息不透明对正常市场活动的影响。对于商品质量的监管主要分为两个部分，一是侵权监管，主要是打击贩卖盗版产品的商家，包括商标侵权、外观设计侵权、版权侵权等，这些行为同时侵害了被侵权商家和消费者的合法权益，严重破坏市场秩序，尤其是

在电商平台还没有进行严厉监管的勃发年代,各种假冒伪劣商品层出不穷,导致消费者对平台信任度降低,严重阻碍了电子商务行业稳定发展;二是产品本身的质量监管,以电子商务最普遍广泛的服饰行业为例,涉及到的质量问题就有服饰本身的纤维含量是否达到标准要求等,在产品质量监管这一领域,涉及监管力度最大的是食品安全问题,其次是国家设定有明确标准规范的一些物品,如安全领域的灭火器、家电行业的大功率电器等。由于产品质量直接关系到平台用户对平台的认可度,进而影响用户数量,所以平台在商品质量监管领域出力颇多,尤其是依托技术优势和智能系统开发了许多检测功能,以阿里巴巴为例,阿里巴巴就有专门的平台监管部门,依托智能比对程序自动检测各种侵权问题并予以处置,据《2017年阿里巴巴知识产权保护年度报告》显示,在天猫平台上,97%的知识产权疑似侵权被主动预警拦截,平台主动防控删除的商品达到了权利人投诉的24倍,足可见平台治理在电子商务商品质量监管中的巨大贡献,与政府的监管起到相当程度的互补作用。

5. 中国电子商务的监管模式

在中国的电子商务平台发展初期,由于政策在现实中的延滞性,同时政府监管和平台各自有着不同的利益诉求,两者开展合作较少、合作困难,这个阶段的电子商务监管模式效率比较低,政府和平台之间存在着诸多矛盾与冲突。随着电子商务平台逐渐发展,平台监管和政府监管都有了更多共同的利益诉求,于是开展了更多的合作,中国的电子商务监管模式由此向全面监管模式发展。

中国的全面监管模式具体由行政监管、二级监管、合作监管三种监管方式组合。

1) 行政监管:是政府作为单一行政主体实施的监管。政府主体实施其公权力对电子商务平台实施监管,所以这种监管具有明显的行政特征,在具体表现中具有强制性。行政监管以政府行政命令和政府直接参与为主。在政府实施行政监管的过程中,政府依托相关法律法规以维护平台秩序,从事前、事中和事后三个阶段同时监管平台、商家、消费者的行为。

① 事前监管,行政监管中的事前监管主要通过两个方面执行,一是发布相关的监管政策以及相应的配套实施办法,如2020年出台的《网络直播营销规范》,二是通过检查商家的办商资质对其颁发相应的行政许可,行政许可既是一次在事前筛选出合格商家的监管,在商家违反规定之后,撤销其办商许可又是事后监管范围中的处罚。

② 事中监管,政府对平台上处于运营状态中的各类主体实施检查,监督其是否有违法违规行为。该监管主要是采取抽检的方式,如2024年10月,贵州省市场监督管理局对淘宝等电子商务交易平台销售的幼儿用品、学生用品等进行质量抽检,并公布不合格产品信息及企业名单。

③ 事后监管,事后监管分为两类,一是通过事后调查的形式,比如在接到消费者的举报之后,市场监督管理局依法对被举报者展开调查;二是通过行政处罚的方式,比如在市场监督管理局调查认定被举报者具有违法违规行为之后,依法对其做出行政处罚。

2) 二级监管:二级监管中平台作为政府的下级监管主体,在这种监管方式中,政府对电子商务平台行使监督权,对平台在监管过程中的违法行为或不当行为进行监督,责令其整改,同时政府发包一部分监管责任给平台,平台需严格按照政府法令对平台内的商户和消费者进行监管,比如名字不能政治敏感信息等,在这种情况下,电子商务平台承担部分政府监管政策执行的责任,有配合政府监管的义务。二级监管模式下,政府将一部分复杂,且政府难以直接监管的责任发包给平台,监督平台落实监管责任,严格遵守法律法规,否则对其进行处罚。

3) 合作监管:合作监管是一种政府和电子商务平台之间处于平等关系的监管方式。合作监管通过共享监管主体间的资源、信息与利益协商等方式来实现监管的目的。在合作监管中,政府与电子商务平台是“平等-合作”关系而非二级监管中的“命令-服从”关系,其监管属性较为温和,政府与平台企业都

需要在监管过程中做决定并执行，都需要为问题的解决做出贡献，并对监管负责。合作监管的具体表现形式有两种，一是以座谈会的形式，由政府监管部门召开会议，电子商务平台派遣代表参与，如 2023 年 11 月 2 日，山东省市场监督管理局在济南召开的“促发展保安全，推动网络市场健康发展”电商企业行政指导座谈会；二是资源共享，政府监管部门依法公开信息，电子商务平台向政府监管部门开放实时数据，为监管提供支持。合作监管的特征在于打破政府与电商平台之间的监管壁垒，政府和企业可以在信息收集、调查和执法的过程中进行协作，更易于创新监管手段，加强监管能力。

6. 中国电子商务监管面临的困境

6.1. 政策供给跟不上业态创新

电子商务业态呈现“迭代周期短、形态多元化”的演进特征，直播电商、AI 生成内容营销、跨境电商等新型业态持续涌现，其交易逻辑与风险形态均在传统电商的基础上不断加速迭代发展。然而，政策制定往往需历经议程设置、调研论证、意见征集及颁布实施等规范流程，周期普遍长达 6 至 12 个月，导致政策供给与业态创新形成显著的时序差，进而导致一方面，新型违规行为因缺乏明确规制依据陷入规制缺位，例如，AI 虚拟主播虚假宣传、算法生成商品虚假评价等数据驱动型违规行为，现有《网络交易管理办法》尚未对其责任主体界定、违规认定标准及处罚裁量权作出细化规制，导致监管部门面临执法无据的治理困境，另一方面，部分政策存在“一刀切”的规制倾向，对新兴业态的发展造成了不良的影响，如社区团购监管政策在规范平台低价倾销行为的同时，也对中小平台的下沉市场补贴推广、用户拓展策略形成了过度的约束，与“平衡监管与发展关系”的核心诉求相悖，一定程度上抑制了业态创新活力，削弱了市场主体的竞争能力。

6.2. 监管手段跟不上治理需求

电子商务的数据密集属性使监管需求从传统的“线下抽检、事后追溯”转向了“实时监测、精准识别”，但由于当前政府监管体系的数字化转型进程滞后，同时政府部门间、政府与平台间的数据共享都存在一定的壁垒，导致出现监管效能不足的问题，具体表现为两点：其一，针对“大数据杀熟”等基于算法模型的违规行为，传统监管范式难以破解高级算法下的隐性违规，同时，政府现行的“消费者举报 + 事后核查”的监管模式存在显著效能短板，在阿里巴巴 2026 财年第一季度财报电话会议上，电商事业群 CEO 蒋凡披露，2025 年 8 月淘宝闪购的日订单峰值达到 1.2 亿单，庞大的交易数据量远超人工核查的承载能力，这些技术问题都导致了监管的治理盲区形成。对比前文中提到的，“阿里巴巴智能比对程序主动拦截 97% 知识产权疑似侵权行为”，可以看出，政府端监管技术赋能水平与平台技术能力存在明显的差距。其二，政府部门间、政府与平台间的数据壁垒加大了监管难度，实践中，市场监管、网信、税务、海关等部门的数据系统相互独立，市场监管部门掌握商家违规记录，网信部门管控平台数据流向，税务部门追踪交易资金信息，数据不通导致监管无法通过“交易数据 + 资金轨迹 + 数据流向”的联动核查来识别刷单炒信、虚假交易等复合型违规行为，而只能局限于单一环节核查。

6.3. 监管体系不适配电商特性

电子商务具有“跨区域运营”和“跨业态融合”的本质属性，与传统的属地化管辖、分行业监管的监管体系存在天然的冲突，导致跨区域、跨业态监管的协同效能不足，从跨区域维度看，属地管辖原则与电商无边界运营的矛盾导致权责模糊，容易出现推诿扯皮的问题，例如，一家电商商家注册地位于浙江，平台服务器部署于广东，消费者所在地为四川，当发生“假冒伪劣商品”消费纠纷时，浙江(商家属地)、广东(平台属地)、四川(消费者属地)的市场监管部门就容易因主导核查主体、处罚责任归属问题产生推诿，

同时, 跨省协同需经层级上报、多轮协商, 监管响应时长远超消费者对纠纷处理的时效预期。从跨业态维度看, 业态融合导致监管权责交叉与空白并存, 以直播电商为例, 其融合电商交易、传媒传播、广告营销三大业态, 市场监管部门负责商品质量与虚假宣传管控, 广电部门监管直播内容合规, 网信部门治理网络信息安全, 然而, 当出现有主播夸大宣传劣质商品时, 三部门均具备监管权限却无明确牵头主体, 就可能引发重复检查(如市场监管与广电均要求平台提供直播回放)等问题; 而针对直播中出现的“私下交易”“私域引流”等行为, 又因权责边界模糊陷入监管空白, 难以形成协同治理合力, 与全面监管模式的系统性要求相悖。

7. 对策与建议

7.1. 优化政策供给机制以适配业态创新节奏

为缓解电子商务高速发展下的政策更新压力, 需要构建动态化、多元协同共制的政策体系。该体系需要建立电商业态风险监测与研判系统, 实时追踪新兴业态的发展动态与潜在风险, 并建立反应迅速的消费者反馈系统, 通过 12135 等消费者投诉平台和电商平台的实时数据, 自动抓取舆情并研判风险, 自动匹配现有政策与新型风险的适配度, 并重点标注出政策空白点, 以缩短政策制定与修订周期, 避免政策真空导致的监管空缺; 同时要摒弃“一刀切”式的政策, 要结合电商主体规模、业态类型和发展实际情况来实施分类监管, 可以建立电商主体分类监管清单制度, 精准分类并规制新兴业态(如 AI 生成内容营销)、成熟业态(如线上外卖)和高风险业态(如跨境生鲜平台), 对新兴业态既要审慎, 也要包容, 在保障监管有效性的同时, 为行业创新预留合理空间, 推动政策供给与业态发展相协调。在政策制定过程中, 强化与电商平台、商家代表、消费者代表的沟通协调, 以听证会、座谈会等形式公开征求意见, 确保政策合理、合情、有效。

7.2. 强化技术赋能以提升监管治理效能

针对监管手段与监管治理需求的差距, 需加快监管体系的数字化转型。首先要推进跨部门监管数据共享平台建设, 可以建立全国电商监管数据共享中枢平台, 要求所有线上电商平台将每日的交易数据脱敏后(应当包含用户 ip、商户 id、订单 id、交易金额、商品类目等核心信息)上传到该平台, 由市场监管总局享有一级权限, 地方市场监管局、网信办和税务局等享有二级权限, 打破政府部门间的数据壁垒, 实现监管信息的整合与联动应用; 同时要加强政府与电商平台的数据共享和技术协同, 可建立政企联合监管技术实验室, 联合开发监管工具, 破解新型风险, 联合平台技术专家授课, 加强政府监管人员技术培训, 加快借助平台的技术优势优化监管手段, 补足监管技术短板, 推动监管从“事后追溯”向“实时预警、精准识别”转变, 以提升对算法歧视等新型风险的治理能力。

7.3. 重塑协同监管体系以适配电商特性

为化解监管体系与电商“跨区域、跨业态”特性的冲突, 需构建权责清晰、协同高效的监管格局。首先要明确跨区域监管中的权责划分, 建立统一的跨区域监管协调机制, 减少因属地管辖等因素导致的监管推诿与效率损耗; 针对跨业态融合场景, 则要细化各监管部门的职责边界, 确定负责牵头监管的主体, 避免存在监管交叉与空白, 具体来说, 要建立全国统一的电商监管协同平台, 接消费者投诉后, 系统按“谁先接诉、谁近管辖”的原则, 智能分派牵头部门, 由接诉部门第一时间响应, 根据被投诉商户的信息, 若在管辖区域内则自动受理, 若不在管辖区域内, 则限时 1 日内转接至实际管辖地相关部门, 并告知投诉人, 此外, 还要统一全国电商监管处罚标准, 并增加投诉案件办理进程透明度, 使消费者能够通过投诉单号对投诉案件的分派、核查、处罚、反馈等环节进行全流程跟踪。同时应当推动政府、平台、商

家、消费者等多元主体参与监管，压实平台监管责任，培育行业自律机制，形成多方协同的治理合力，提升监管体系对电商特性的适配性。

8. 结论

本文以数字经济背景下中国电子商务平台监管为研究对象，沿“梳理监管模式－剖析困境－提出对策”逻辑展开研究，核心结论如下：

其一，中国的电商监管模式为“全面监管”模式。该模式融合行政监管(事前事中事后全流程管控)、二级监管(政府发包－平台执行)与合作监管(政台资源共享)。

其二，当前监管仍存三大核心适配性困境：政策供给滞后于业态创新，导致“政策真空”与“一刀切”等问题的出现；监管技术数字化不足，数据壁垒与技术差距制约隐性风险治理；监管体系与电商“跨区域、跨业态”特性冲突，引发权责模糊与监管空白。

其三，构建动态化、多元协同共制的政策体系，便于提高政策更新效率，以适配电子商务快速发展的节奏；促进监管部门技术赋能与数据共享可提升监管治理效能；塑造权责清晰的协同体系可化解监管体系与电商“跨区域、跨业态”的特性之间的适配矛盾。

未来，我国需在保留政府主导优势的基础上，进一步健全全面监管模式，推动监管向精准化、实时化转型，为电商健康发展与数字经济提质提供支撑。

参考文献

- [1] 杨恺琳. 电商平台对平台内经营者的监管义务研究[J]. 法制博览, 2025(10): 136-138.
- [2] 金玉. 数字经济时代电商平台虚假宣传整治的现实挑战与实践路径[J]. 改革与战略, 2025, 41(3): 156-159.
- [3] 汪玲. 电商平台外卖食品安全监管问题研究[J]. 食品安全导刊, 2024(30): 13-15.
- [4] 周剑平. 电商直播监管的难点与对策创新[J]. 中国流通经济, 2021, 35(8): 72-80.
- [5] 王星丽. 中国跨境电商发展存在的问题及对策研究[J]. 江苏商论, 2025(3): 39-42.
- [6] 何姣姣. 电商平台算法价格歧视的监管机制研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2024.
- [7] 飞中琳. 直播电商产品质量监管: 现状、挑战与建议[J]. 上海质量, 2025(4): 58-61.
- [8] 李怡, 程晋石. 基于政府监管的电商平台与商家隐私保护合作策略研究[J]. 西安电子科技大学学报(社会科学版), 2024, 34(3): 42-55.
- [9] 曲振涛, 周正, 周方召. 网络外部性下的电子商务平台竞争与规制——基于双边市场理论的研究[J]. 中国工业经济, 2010(4): 120-129.
- [10] 王靓. 政府对电商平台企业滥用市场支配地位反垄断监管研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2022.
- [11] 江小涓, 黄颖轩. 数字时代的市场秩序、市场监管与平台治理[J]. 经济研究, 2021, 56(12): 20-41.