

# 儒家义利观与电商平台社会责任

陈时涛

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月27日; 录用日期: 2025年11月11日; 发布日期: 2025年12月9日

## 摘要

随着数字经济的蓬勃发展, 电商平台在社会经济生活中扮演着日益重要的角色, 其社会责任问题也逐渐引起广泛关注。本文以儒家义利观为理论基础, 探讨电商平台社会责任的伦理根基与实践路径。通过分析儒家思想中“义以为上”、“见利思义”、“义利两有”等核心观念, 揭示其对电商平台构建健康商业生态的启示意义。

## 关键词

义利观, 电商平台, 社会责任, 儒家伦理

# The Confucian Perspective on Right-Interest Relation and the Social Responsibility of E-Commerce Platforms

Shitao Chen

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 27, 2025; accepted: November 11, 2025; published: December 9, 2025

## Abstract

With the burgeoning growth of the digital economy, e-commerce platforms have assumed an increasingly pivotal role in socio-economic life, while the issue of their social responsibility has progressively garnered widespread attention. Grounded in the Confucian theory of the Right-Interest Relation, this paper explores the ethical foundations and practical pathways for the social responsibility of e-commerce platforms. By analyzing core Confucian tenets such as “righteousness as the supreme principle” (yi yi wei shang), “considering righteousness in the face of gain” (jian li si yi), and the “coexistence of righteousness and interest” (yi li liang you), it elucidates their instructive

significance for constructing a robust and sustainable business ecosystem within the e-commerce domain.

## Keywords

Perspective on Right-Interest Relation, E-Commerce Platforms, Social Responsibility, Confucian Ethics

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

在数字化浪潮席卷全球的背景下，电商平台已然成为现代商业系统的核心枢纽，重构了传统交易模式与商业逻辑。据商务部发布的《2023 中国电商市场数据报告》[1]，2023 年中国电子商务市场规模达 50.57 万亿元，较 2022 年的 47.57 万亿元同比增长 6.31%，中国电子商务行业直接从业人员达 755 万人，较 2022 年的 722 万人同比增长 4.57%；间接从业人员达 6550 万人，较 2022 年的 6325 万人同比增长 3.55%。在这一繁荣景象背后，电商平台的社会责任缺失问题却也日益凸显：大数据杀熟、虚假宣传、劣质商品、数据垄断等乱象频发，不仅损害了消费者权益，更阻碍了行业创新与可持续发展。

儒家义利观作为中国传统商业伦理的精髓，其现代价值与应用潜力值得深入挖掘。值得注意的是，2025 年在孔子故里曲阜举行的“诚孝主题”电商峰会，首次系统探讨了儒家文化与电商生态的融合路径，与会企业代表共同倡导将“诚孝真善、义利并举”作为电商行业的核心价值观，标志着儒家伦理在现代商业环境中重新获得关注。

学界对企业社会责任的研究多基于西方理论框架，强调外部制度约束与激励机制，却往往忽视了中国独特文化语境下企业行为的伦理基础。本文从儒家义利观这一本土理论视角出发，解析电商平台社会责任的内涵与实现机制，丰富了企业社会责任理论体系，为电商平台在实践层面履行社会责任提供了具有文化适应性的路径参考。

## 2. 儒家义利观的理论内涵

儒家义利观发端于春秋战国时期，在诸子百家的思想碰撞中逐渐成熟。先秦儒家对义利关系进行了系统阐述，为后世商业伦理奠定了坚实基础。孔子作为儒家学派的创始人，首先明确了“义以为上”的价值取向，《论语·阳货》中记载：“君子义以为上，君子有勇而无义为乱，小人有勇而无义为盗。”他将“义”视为君子的本质属性，强调道德价值优于物质利益。值得注意的是，孔子并非完全排斥利益追求，而是主张“见利思义”（《论语·宪问》），在获取利益时必须考虑手段的合法性与道德正当性，所谓“不义而富且贵，于我如浮云”（《论语·述而》）[2]。

孟子在孔子基础上进一步强化了义的优先性，提出“舍生取义”的极端情境下的价值选择：“生亦我所欲也，义亦我所欲也；二者不可得兼，舍生而取义者也。”（《孟子·告子上》）这一观点将义的价值提升到生命之上，凸显了儒家道德原则的绝对性。与此同时，孟子并非完全否定利的合理性，而是反对将利益作为政治决策的出发点，他在《孟子·梁惠王上》中提出：“王何必曰利？亦有仁义而已矣”，认为推行仁义自然能实现国家长治久安这一根本利益[3]。

荀子在整合前人思想的基础上，提出了更为辩证的“义利两有”观。他认为“义与利者，人之所两有也”（《荀子·大略》），承认人们对道德和利益都有天然需求，关键在于是“以义制利”还是“唯利是求”。

这种观点更贴近人性实际，为商业活动中的合理逐利提供了理论空间[4]。

儒家义利观作为一个完整的伦理体系，包含多个相互关联的核心理念。“义以为上”作为儒家义利观的核心旨趣，明确反对见利忘义的行为取向。儒家通过“君子”与“小人”之辨，确立了道德理想人格的标准。在儒家看来，君子与小人的本质区别不在于社会地位或财富多寡，而在于价值排序和思维方式——君子“喻于义”，将道德原则作为行为准则；小人“喻于利”，将个人利益作为行事出发点。这种区分并非完全否定利益需求，而是强调在面临义利冲突时的优先选择。

儒家在强调“义”的优先性的同时，也肯定合理之利的正当性。孔子明确表示：“富而可求也，虽执鞭之士，吾亦为之。”（《论语·述而》）这表明儒家并非一概排斥财富追求，而是强调“义然后取”（《论语·宪问》），即只有符合道义的利益才可以心安理得地获取。这种辩证思维为商业活动的正当性提供了理论依据，也为现代企业合理追求利润留下了空间[2]。

尤为值得注意的是，儒家提出了“因义得利”的长期战略思维。孟子见梁惠王时阐述的“仁义而已”的观点，表面上看似将道德与利益对立，实则揭示了行义可能带来长远利益的客观规律。在儒家看来，秉持道德原则的行为虽然不以利益为直接目的，却往往能在客观上产生更大的利益效果，这种思路为企业履行社会责任提供了理论支持。

### 3. 电商平台的社会责任

电商平台作为数字经济的核心组织形态，已远远超越了传统中介的简单角色，演变为集信息撮合、资源整合、规则制定、生态治理于一体的商业基础设施。这种角色的转变极大地拓展了其社会责任边界[5]。平台不仅需要对直接交易环节负责，还应承担起对更广泛利益相关者的责任，包括消费者、商家、员工、社区及环境等。

近年来电商行业快速发展伴生的诸多问题，暴露出平台社会责任的大面积缺失。2024年消费者协会报告显示，电商领域投诉量已连续三年位居服务类投诉首位，其中虚假宣传、质量问题、售后推诿成为三大痛点。这些问题的背后，是平台对短期经济利益的过度追逐，而忽视了对“义”的基本坚守。抖音电商披露的数据显示，过去一年，平台查处了约1300万起违规行为，无限期封禁47万名违规作者的带货权限。这一数字既反映了平台治理的努力，也从侧面揭示了电商领域违规行为的普遍性[6]。

电商平台的社会责任体现在多个维度，每一维度都与儒家义利观形成深刻呼应。在消费者权益保护层面，平台有责任构建安全、透明的交易环境。当前仍有一些平台通过算法合谋实施大数据杀熟，或对主播违规行为采取默许态度，这些现象本质上都是“见利忘义”的表现。儒家“己所不欲，勿施于人”的忠恕之道，为平台对待消费者的方式提供了基本伦理准则——平台不应将自身不愿承受的风险转嫁给消费者。

在公平竞争环境营造方面，平台既当“裁判员”又当“运动员”的双重角色常常引发利益冲突。部分平台利用数据优势对第三方商家形成不公平竞争，或通过算法歧视性推送扰乱市场秩序。这些行为违背了儒家“义以为上”的原则，破坏了“和而不同”的商业生态。儒家强调“礼之用，和为贵”，在平台经济中，“和”的状态体现在多元主体共生共赢的生态平衡，这要求平台在追求自身利益的同时，必须兼顾生态内其他主体的合理利益。

在可持续发展领域，电商平台的责任范围已从线上延伸至线下，覆盖从生产到消费的全链条。值得肯定的是，近年来主流平台在推动绿色电商方面已取得显著进展。阿里巴巴于2016年启动“绿色物流计划”，通过电子面单、智能装箱算法减少包装材料消耗；京东则通过“清流计划”推广可循环快递箱，并承诺2030年实现物流车100%新能源化。这些实践体现了平台对长远利益的重视，是“义以生利”理念的现代诠释。

平台在社会公益领域的探索也展现出创新活力。谦寻控股作为最早投身直播助农的企业之一,自2016年起开展产业带溯源公益直播,已走过16个省市21个站点,引导成交额累计超8亿元。该公司提出的“直播向善”理念,通过“消费向善”、“人文向善”、“智能向善”三个维度构建公益新模式,让商业流量成为公益价值的载体。这种将公益融入商业模式的尝试,为“因义得利”提供了现代注解。

## 4. 儒家义利观与电商平台社会责任的融合发展

### 4.1. 义利共生：平台价值取向的重构

电商平台履行社会责任的首要路径,是基于儒家义利观重构核心价值观,从“逐利优先”转向“义利共生”。现代儒商精神强调“以人为本的管理观、义利共生的义利观、无信不立的诚信观、以和为贵的和谐之道”,为平台价值观建设提供了具体方向。

在实践中,头部平台已开始这方面的探索。抖音电商发布的《抖音电商社区运营规范》,首次以“倡导”与“反对”对照的形式,系统性地明确了“遵纪守法、合规经营、真实可靠、诚信履约、专业有趣、多元美好”六大核心原则。这种将治理标准公之于众并接受监督的做法,体现了平台对“义”的主动追求,也反映了平台对“义利共生”理念的认可。

儒家强调“义然后取”的道德经济观,为平台平衡经济效益与社会效益提供了思路。在2025年曲阜“诚孝主题”电商峰会上,与会企业代表一致认为,电商行业需要将儒家文化中的“诚、信、义”等伦理道德原则贯彻到商业经营之中,这正是目前电子商务行业所需要的品质。平台应当建立伦理决策机制,在推出新业务、新技术前进行道德风险评估,确保商业创新不偏离道德轨道。

电子商务平台同时具有企业、市场、监管者的三重身份,如何在“义”与“利”中找到一个平衡点,构造一个能够推动平台长期健康发展的价值取向,是平台履行社会责任不可忽视的一步[7]。

### 4.2. 见利思义：平台治理体系的完善

“见利思义”为平台治理提供了伦理准则。面对复杂的利益权衡,平台需要建立完善的内部治理体系,确保各方利益得到公平对待。根据《网络交易平台经营者履行社会责任指引》,平台应当建立健全交易规则、交易安全保障、消费者权益保护、不良信息处理等管理制度[8]。

在数据治理领域,平台收集、使用用户信息应遵循合法、正当、必要的原则。当前部分平台过度收集用户数据、滥用算法推荐的行为,明显违背了“见利思义”的要求。儒家强调“己所不欲,勿施于人”,平台应当以对待自身数据的态度来保护用户数据,建立严格的数据访问权限控制和加密保护机制。

在知识产权保护方面,平台应主动采取技术手段屏蔽侵犯知识产权和制售假冒伪劣等违法商品信息。一些平台推出的“原创保护计划”,通过技术手段为原创作品提供电子存证、侵权监测、维权服务,体现了平台对“义”的担当。这种保护创新的举措,虽然短期内可能增加平台运营成本,但从长期看却有助于构建健康的创作生态,最终使平台受益。

在消费纠纷解决方面,平台应建立消费纠纷和解和消费维权自律制度。儒家重视“和”的价值,但强调“和而不同”、“和而不流”。平台在调解消费纠纷时,不应简单地“和稀泥”,而应基于事实和规则进行公正裁决。一些平台推出的“先行赔付”机制,由平台先对消费者进行赔偿,然后再向商家追偿,这种做法既快速化解了矛盾,又体现了平台的责任担当。

### 4.3. 义以生利：平台生态的共赢模式

儒家“义以生利”的伦理思想,为电商平台构建可持续商业模式提供了重要的理论基础。平台企业不应将社会责任视为经营成本,而应充分认知其对培育长期竞争优势的战略价值。这一命题在电商平台

赋能中小微商家发展的实践中得到显著印证。以拼多多、淘宝等电商平台推行的助农商业模式及小红书发起的“萤火虫”公益项目为例，相关平台通过流量倾斜、专业赋能、资源整合等系统性支持机制，有效促进乡村创业者、残障人士等社会弱势群体实现平台化创业与就业。此类实践举措不仅显著推动社会包容性增长，亦有助于平台丰富内容生态体系，提升用户黏性与品牌声誉资本。这种“以义生利”的商业实践范式，为平台经济与社会价值的协同创造提供了可操作性路径。

## 5. 结语

本文通过系统梳理儒家义利观的理论内涵，深入分析了电商平台社会责任的理论基础与实践路径。儒家“义利观”为电商平台社会责任提供了丰富的伦理资源。其中，“义以为上”为平台确立了价值导航，“见利思义”为商业决策提供了伦理检验标准，“义利两有”承认了经济价值与社会价值的双重重要性，“以义制利”强调了道德对利益的规范作用，“义以生利”揭示了社会责任对长期竞争力的培育功能。这些思想相互关联，共同构成了电商平台社会责任的理论基础。

在现代市场经济发展中，儒家的“义利观”无疑具有纠偏作用。电商平台作为数字经济时代的关键组织形态，其社会责任的实践不仅关系到行业自身的可持续发展，更对整个社会诚信体系建设具有重要影响。汲取儒家义利观的智慧，构建兼具经济效益与社会价值的平台生态，是平台经济迈向更好未来的必由之路。

## 参考文献

- [1] 福建省商务厅. 超 7000 万人干电商规模超 50 万亿《2023 中国电商市场数据报告》重磅发布[EB/OL]. [https://swt.fujian.gov.cn/xxgk/jgzn/jgcs/dzswhxhc/gzdt\\_598/202406/t20240627\\_6475415.htm](https://swt.fujian.gov.cn/xxgk/jgzn/jgcs/dzswhxhc/gzdt_598/202406/t20240627_6475415.htm), 2024-06-18.
- [2] 王明亮. 论孔子义利观及其对现代企业发展的启示[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2016(7): 153-154.
- [3] 林桂榛. 论孟子的义利观——《孟子》义利学说考察[J]. 合肥联合大学学报, 2001(1): 24-30.
- [4] 王春华, 于联凯. 义利两有——荀子对孔子义利观的新开拓[J]. 临沂大学学报, 2018, 40(2): 20-28.
- [5] 朱晓娟, 李铭. 电子商务平台企业社会责任的正当性及内容分析[J]. 商业经济研究, 2020(1): 104-107.
- [6] 中国食品安全网. 中消协发布《中国消费者权益保护状况年度报告(2024)》[EB/OL]. <https://www.cfsn.cn/news/detail/22/302552.html>, 2025-06-20.
- [7] 孙颖, 袁也然. 电子商务平台经营者特殊法律地位及其义务性质再界定[J]. 中国市场监管研究, 2019(7): 26-32.
- [8] 中华人民共和国政府. 工商总局关于发布《网络交易平台经营者履行社会责任指引》的公告[EB/OL]. [https://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content\\_2750431.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content_2750431.htm), 2014-05-28.