

网络化治理视角下社区电商最后一公里的公共责任分担研究

荆雅莉, 孟 昕

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年12月29日; 录用日期: 2026年1月12日; 发布日期: 2026年2月3日

摘 要

当前, 我国社区电商最后一公里服务的快速发展在便利居民生活的同时, 也引发了空间争夺、安全风险与权益纠纷等一系列公共治理问题, 其核心在于平台、物业、社区及消费者等多元主体间的公共责任配置失效与协同机制缺失。本研究基于网络化治理理论, 通过对政策文本与平台协议的系统分析, 揭示出制度供给滞后与平台责任规避是导致社区电商发展实践中责任链条断裂与协同失败的主要原因。为破解此困境, 基于网络化治理理论, 通过对政策文本、平台协议的系统分析, 发现制度供给的滞后与平台企业的责任规避是导致社区电商发展实践中责任链条断裂与协同失败的主要原因, 因此, 破解社区电商发展困境的关键在于构建一个制度化的协同治理网络, 通过凝聚多元主体的公共价值共识、搭建协商平台、创新激励机制、建立信息共享与监督机制等路径, 推动公共责任向有序共担发展, 从而为促进社区数字新业态的健康发展提供治理方案。

关键词

网络化治理, 社区电商, 协同治理, 公共责任

A Study on the Sharing of Public Responsibilities in the Last Mile of Community E-Commerce from a Networked Governance Perspective

Yali Jing, Xin Meng

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: December 29, 2025; accepted: January 12, 2026; published: February 3, 2026

Abstract

Currently, the rapid development of last-mile community e-commerce services in China has brought convenience to residents' lives while also triggering a series of public governance issues, including spatial competition, security risks, and rights disputes. At its core lies the failure of public responsibility allocation and the absence of coordination mechanisms among multiple stakeholders, including platforms, property management companies, communities, and consumers. This study, grounded in networked governance theory, systematically analyzes policy texts and platform agreements to reveal that lagging institutional supply and platform responsibility avoidance are the primary causes of broken responsibility chains and failed coordination in community e-commerce practices. To address this dilemma, based on networked governance theory and through systematic analysis of policy texts and platform agreements, this study identifies the lag in institutional supply and platform companies' avoidance of responsibility as the primary causes of broken responsibility chains and failed coordination in community e-commerce development practices. Therefore, the key to overcoming the challenges in community e-commerce development lies in constructing an institutionalized collaborative governance network. This involves fostering public value consensus among diverse stakeholders, establishing negotiation platforms, innovating incentive mechanisms, and implementing information-sharing and oversight systems. Such approaches will promote the orderly sharing of public responsibilities, thereby providing a governance solution to foster the healthy development of new digital business models within communities.

Keywords

Networked Governance, Community E-Commerce, Collaborative Governance, Public Responsibility

Copyright © 2026 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,在电子商务与互联网技术的推动下,传统零售业态持续推进,整合在线服务、线下体验和现代物流的新零售模式迅速崛起。以社区团购为代表的社区电子商务已从一种新兴商业模式,演进为重塑中国城市商业生态与居民日常生活的关键基础设施。社区电子商务,作为新零售的重要形态之一,是深度服务于特定地理与社会单元的在线交易模式。其核心在于整合线上线下资源,以生鲜等高频消费品类为切入点,通过线上预定、线下自提的预售方式,构建起融合社区场景、团体购买模式与社会化属性的零售闭环。这种模式通常依赖团长等社区关键人基于熟人、半熟人社会关系进行推广和履约,有效降低了获客成本,并借助以销定采的供应链模式减少损耗[1]。根据《中国新电商发展报告 2025》显示,2024年中国社区中心零售市场规模已达到4.8万亿元,并预计在2025年突破5.2万亿元[2]。这一市场的爆发性增长,尤其在公共卫生事件期间因居民出行受限而得到极大催化,吸引了众多互联网巨头携资本入场,通过激烈的竞争迅速普及。

然而,这种爆发式增长在提升商业效率与消费便利的同时,也因其商业逻辑与传统社区治理结构之间的深刻矛盾,引发了一系列公共性治理危机。早期的非规范化发展与无序竞争成为首位问题,各大平台为抢占市场份额,普遍采取高额补贴策略,如通过0.99元鸡蛋等低于成本的价格进行倾销。这种不可持续的竞争不仅扰乱了市场价格,挤压了传统菜市场与小商贩的生存空间,也给平台自身带来了亏损。

其更深层的矛盾在于运营活动对线下社区产生的复杂负外部性。平台的自提点设置、高频次配送等环节深度侵入社区公共空间, 引发了占道经营、安全隐患、噪音扰民、垃圾堆积等具体问题。然而, 在由平台企业、加盟经营者、物业服务企业、基层组织及消费者构成的多元行动者网络中, 公共责任边界高度模糊, 协同机制严重缺失, 具体表现为平台企业常利用其市场主导地位, 将管理成本与风险转嫁给团长或第三方, 自身则退居幕后; 而属地政府和社区组织则面临规则滞后、监管手段不足的困境, 难以进行有效协同治理。这种状态, 使得商业扩张的负外部性持续累积, 最终损害社区整体福利, 成为制约该业态健康可持续发展的瓶颈。

近年来, 学界围绕平台经济治理与社区协同的探索展开了深入探讨, 为理解上述公共责任困境提供了理论依据。2024年, 我国市场监督管理总局指出, 社区电商平台所承担的公共责任具有典型的复合性, 它并非单一的行政或民事责任, 而是涉及公共秩序、安全与环境福祉的混合责任束[3]。在法理上, 电商平台因其组织与契约的双重属性, 同时承载了公法上的审查监管义务与私法上的安全保障责任[4]。这种复合性在规范层面得到确认, 《电子商务法》中“平台的相应责任”, 被解释为兼具民事、行政乃至刑事等多元法律责任[3]; 在司法实践中, 最高人民检察院2025年办理的社区团购食品安全民事公益诉讼等典型案例中, 检察机关通过听证与诉讼, 不仅推动了行政监管制度的完善, 更直接促使平台企业修改格式条款, 承诺以食品经营者身份对消费者承担首负责任和兜底保障责任[5]。这些研究与实践共同揭示, 平台在社区场域中的责任已超越传统范畴, 其治理亟需从单一平台责任转向多元主体合作规制的新范式[6], 因此本文中的“公共责任”是指涉及公共秩序、安全与环境福祉的复合性责任, 其性质兼具行政法上的监管协调责任与民法上的侵权连带或补充责任。

网络化治理理论认为当单一的政府科层权威或纯粹的市场竞争机制均无法有效应对兼具高度专业性与利益多元性的公共问题时, 一个由公共部门、私营机构及社会组织等多方行动者, 基于资源相互依赖、目标部分共识而构建的协作网络, 便成为治理的关键形态[7]。社区电商最后一公里所引发的治理挑战, 涉及多元主体、模糊权责与集体行动困境, 正是这一理论的经典适用场域。因此, 本文试图运用网络化治理理论, 结合平台责任复合性的最新研究成果, 系统剖析社区电商最后一公里场景中多元主体之间公共责任配置失灵的根源, 并构建制度化协同治理网络的可行路径, 为促进我国数字新业态的健康发展提供理论参考与实践方案。

2. 网络化治理视角下社区电商多元主体的协同性失灵

社区电商“最后一公里”所引发的公共责任问题, 其根源并非某一方的单独责任, 而是由平台、商家、社区、消费者等多方共同构成的治理体系未能有效协作的结果。从网络化治理的角度看, 这一问题主要源于两方面: 一是现有的管理规则存在模糊和冲突之处, 未能清晰界定各方权责; 二是在实际运作中, 各参与方基于自身利益采取行动, 缺乏有效协调与配合。这两方面因素相互叠加, 导致问题反复出现、难以解决, 不仅使相关责任难以落实, 也损害了社区的整体环境和公共利益。

2.1. 多层级规范冲突与责任真空

有效的协同治理需要以清晰一致的规则体系为基础。然而, 当前规制社区电商末端服务的规范呈现出碎片化特征, 不同层级的规则之间存在冲突、滞后与空白, 从根本上削弱了协同的可能性[8]。在国家法律与地方监管层面, 存在明显的规则供给滞后问题。以《电子商务法》为核心的法律框架, 主要聚焦于线上交易活动, 而对于线下仓储设置、末端配送管理、社区关系协调等具体场景, 缺乏可操作的责任链条。这导致基层行政部门在处理相关纠纷时, 时常面临依据不足或规范模糊的困境。在平台规则层面, 则体现出责任外部化的显著倾向。平台企业常常利用其市场地位与技术优势, 通过单方制定的用户协议

与合作合同, 构建起一套权责失衡的内部规则。该体系通常将商品质量管控、自提点安全运营及邻里纠纷调处等实质性责任, 转移至加盟团长或第三方服务商。平台自身则掌控核心数据、定价权与规则解释权。但这种规则设计在司法实践中受到审视, 相关司法观点指出, 平台主张免责的前提是必须实质履行其审查与监管义务[9]。这表明平台规则存在将运营风险系统性地转嫁给能力较弱的合作方及社区公共空间的倾向, 消解了责任共担的基础。与此同时, 社区层面的既有规约体系则表现出应对失效。传统的物业管理协议与居民公约, 大多未能预见社区电商带来的高频次、小批量物流冲击, 导致物业服务机构在管理时缺乏依据, 往往采取简单的一刀切措施。这不仅无助于问题解决, 反而激化了矛盾。不同性质与层级的规则之间缺乏协调机制, 致使治理网络在规则层面即预设了冲突。

2.2. 各级主体孤立与责任流转中断

在多层级规则模糊的背景下, 治理网络中的多元行动者为规避风险与维护自身利益, 通常倾向于采取孤立的策略性行动, 而非致力于合作解决问题, 导致责任在互动过程中被悬置。在社区电商发展网络中, 平台企业的行动逻辑核心在于追求规模效率与风险控制, 当出现消费纠纷或社区投诉时, 平台通常援引其格式合同, 将问题界定为平台内经营者与消费者之间的双边争议, 或归属于第三方配送责任, 从而将自身置于仲裁者而非责任共担者的位置。这种做法导致了网络层面的责任悬置; 而作为关键节点的团长或社区经营者, 其行动受到平台考核与社区口碑的双重压力, 往往缺乏处理复杂纠纷的授权与资源, 在问题发生时可能选择回避或退出, 成为责任链条中最易断裂的环节; 物业服务的首要目标则是维护小区秩序稳定与规避管理风险, 由于缺乏针对性的管理依据, 其行动通常倾向于采取直接禁止入驻等最小化自身责任的措施。这种简单化处理虽降低了物业的短期风险, 却以牺牲社区整体便利为代价, 并同时阻塞了协商渠道; 基层政府与社区组织虽负有属地协调职责, 但在面对具有跨区域特性的平台经济时, 常面临监管授权不明、治理工具不足的困境。其协调行动因缺乏对平台的有效约束力而权威受限, 容易陷入反复调解却无法根治问题的循环[10]; 作为服务终端的消费者, 在正式投诉渠道未能提供有效救济后, 其不满可能转化为在社交媒体进行舆论抗争或在局部范围内发起抵制。这种非制度化的对抗方式进一步侵蚀了各方互信, 使得消费者权益在正式责任网络中落空。

因此, 多元主体的孤立行动模式共同导致了责任流转的系统性中断, 社区电商发展过程中任何具体问题的触发, 都迅速演变为一场责任推诿。平台、经营者、物业、基层管理者与消费者之间难以启动以解决问题为导向的对话, 责任在传递过程中被持续推诿, 导致无法达成集体行动。

2.3. 治理效能衰减与社区价值受损恶性循环

规则的缺失与主体的孤立行动使得社区电商的相关治理体系处于一种低效能状态, 并对社区公共价值造成持续性损害。最直接的后果是社区公共生活品质的退化, 如公共空间被无序占用、安全隐患积累、环境卫生恶化、消费信任关系破裂以及邻里关系紧张等等。更深层次的危机在于, 这种状态具有自我强化的路径依赖特性, 反复的冲突与失败的调解持续消耗基层治理资源, 平台则将社区矛盾内化为需用技术或合同手段规避的运营成本, 居民则对制度化解决问题丧失信心, 整个治理网络因此陷入运行成本攀升而协同效能持续衰减的困境[11]。长此以往, 整个治理网络不仅未能有效解决既有问题, 其自身的运行成本不断攀升, 而整体效能却持续下降, 陷入一种高成本、低信任、弱协同的治理内卷与锁定状态。要打破这种负向锁定, 仅凭道德呼吁或对单一主体的施压已难以奏效, 必须从网络结构和互动规则层面进行重构, 这正是探索协同治理路径的必要性所在。

3. 网络化治理视角下社区电商最后一公里治理困境的解决路径

要系统性地解决社区电商最后一公里服务引发的治理困境, 关键在于认识到这并非单一主体的失职,

而是多元主体间因目标不一致、激励不相容导致的协同失效。传统依赖政府单方面规制或平台道德自律的模式,难以应对平台经济的复杂性和负外部性。因此,根本出路在于运用网络化治理思维,该网络的构建应遵循从凝聚价值共识到平台搭建,再到激励规则设计,最后形成监督运营的递进逻辑。

3.1. 确立各级主体的公共价值共识与协作原则

构建协同治理体系的首要前提,是推动掌握技术、资本与规则制定权的平台企业,以及具有属地管理责任的基层政府,在认知层面实现根本转变。各方必须超越传统的对抗思维或简单的商业契约关系并认识到在社区场域中共生共荣的伙伴关系。平台企业必须承担起与其市场支配、数据控制及技术影响力相匹配的社会责任,这不仅是道德要求,更是《电子商务法》等规范中“相应责任”的法定内涵[3]。这意味着责任配置的最终目的并非在法律或合同层面机械地划分界限、撇清责任,而是基于提升社区整体福祉这一共同目标,明确各自的核心资源与能力优势,界定其在公共问题解决中应承担的相应角色与贡献,从而形成相互依赖的协作关系。

3.2. 完善基层规则并搭建协商平台

协同治理需要稳定、清晰的规则框架作为行动依据,在城市层面研究出台具有指导性的规则指引社区电商的发展必不可少。其一,是建立强制性的协商平台,明确规定在社区电商活动达到一定密度的社区,必须由街道办事处或乡镇政府牵头,组织平台企业的区域运营负责人、物业服务企业、社区居民委员会、业主委员会代表以及市场监管、城市管理等相关职能部门,共同组建常态化的社区电商服务共治组织。这一组织并非临时议事机构,而应被赋予明确的法定地位与定期议事机制,为多元主体提供面对面对话、协商的固定平台;其二,该共治组织应有权依据上级法律法规与政策精神,结合本社区的人口结构、空间布局、管理传统等具体情境,通过民主协商程序,共同议定并颁布诸如自提点/前置仓的设置标准与申请流程、配送车辆的活动时段与路径规范、公共环境卫生责任划分、以及小额高频纠纷的快速调解程序等具体规则。由此形成的社区服务公约,因其生成过程具有广泛的参与性与共识性,可以有效弥补顶层法律的原则性与滞后性,提升规则的可接受度与可执行性,实现治理的精细化与本土化。

3.3. 基于博弈论与机制设计理论的创新激励机制

传统依赖道德呼吁或软性约束难以改变平台基于成本收益计算的决策逻辑。从博弈论视角看,平台与政府、社区在治理中常陷入囚徒困境,通常平台单方面选择“合作”主动投入成本承担管理责任,而政府或社区“不合作”监管或配合不到位,则平台将面临损失;平台选择“不合作”规避责任而社区选择“合作”独自承担管理成本,平台则能通过搭便车获益。在这种结构下,每一方基于自身短期理性,最可能的选择都是“不合作”,最终导致公共问题持续恶化、整体利益受损的困境。要破解此困境,必须通过机制设计,改变博弈的支付结构,使“合作”成为各方的占优策略。通过建立明确、有效且具有约束力的规则,实质性地改变各方的行为激励,将社区治理与公共利益维护的外部要求,转化为能够直接影响平台商业运营与市场发展的内部决策因素,从而使主动参与合作、履行社会责任,成为平台在权衡利弊后自觉、理性的选择。

具体可构建以下耦合机制:

第一,建立社区评议与行政准入挂钩的强制约束机制,解决平台责任悬浮问题。地方政府可出台规章,授权社区共治委员会对平台在本社区的履约质量、合规情况与社会责任履行进行定期量化评议[12]。评议结果须作为市场监督管理部门审核该平台在当地新增服务网点备案、申请特定经营许可或参与政府牵头的社区服务项目的核心依据。对于连续评议不达标或出现重大社区冲突的平台,可依法采取限制扩张、责令区域业务整改乃至暂停服务等措施。

第二, 标准化责任契约与风险共担基金。此机制旨在解决责任不清与风险外溢问题。地方政府应联合司法、市场监管部门及行业协会, 研制推广《社区电商末端服务标准合同》示范文本, 清晰界定平台、物业、站点经营者及配送方的权利义务, 特别是安全事故、邻里纠纷中的首问负责方与连带责任追溯路径。同时, 可探索建立区域性社区电商服务风险共担基金, 要求平台企业按业务规模缴纳一定资金。该基金用于支付公共空间维护补偿、突发事件先行处置及小额纠纷快速理赔等, 由共治委员会监督使用。这通过合同与金融工具, 将部分潜在的负外部性成本内部化为平台的运营成本, 实现了责任的清晰化与风险的池化管理[13]。

第三, 构建双向信誉激励系统, 利用市场声誉实现动态调节。推动平台企业将其内部对团长及配送员的绩效考核体系, 与共治委员会的社区评议、消费者在线评价等外部信号深度挂钩。对评价优异的站点, 平台在流量分配、佣金激励上予以倾斜; 对评价低下者, 则实施降权或淘汰。同时, 平台在区域或城市的综合社会责任评价, 应纳入公共信用信息平台, 定期向社会公布。这构建了一个社区评价影响个体收益, 个体行为影响企业声誉的双向闭环[14], 驱使平台算法与管理规则自动向社区友好方向调整。

3.4. 建立信息共享与动态监督网络

有效协同依赖于充分的信息交换与透明的监督反馈。为此, 必须建立常态化的信息共享与动态监督机制。基础环节是建立必要的信息备案与通报制度。平台企业应向社区共治委员会备案其在辖区内服务网点的准确位置、经营者基本信息、日常业务规模等关键数据。同时, 对于“618”、“双十一”等可能引发订单量激增、严重影响社区正常秩序的大型促销活动, 平台有义务提前向共治委员会进行风险告知与运营方案报备, 以便社区提前做好应对准备。关键举措是构建多元化、过程性的动态监督网络。共治组织应整合资源, 设立线上线下相结合的社区投诉与建议统一受理渠道, 定期组织由居民代表、业委会成员、第三方专家乃至媒体观察员参与的公开评议会, 对平台及站点在本社区的服务质量、合规情况及社会责任履行表现进行评议, 并将评议报告向社会公开。该评议结果不仅应作为平台企业改进服务的重要依据, 更应与前述信用评价体系联动, 形成从问题发现、评议质询到结果应用的管理闭环; 同时系统性提升基层治理主体的协同能力至关重要。应通过专项培训、经验交流、案例教学等方式, 提升街道办事处干部、社区工作者、物业服务人员等在法律法规、商业合同、应急管理、沟通协商等方面的专业知识与实务技能。赋能基层, 使其在与资源、技术、专业能力均占优势的平台企业对话和协作时, 能够更加专业、自信、有效地维护社区公共利益, 最终保障整个协同治理体系可持续地有效运转。

4. 主要研究结论与展望

4.1. 主要研究结论

本研究通过对社区电商最后一公里责任问题的分析, 主要得出以下结论: 第一, 该问题的本质是平台经济的运行逻辑与传统的社区管理模式之间发生了冲突; 第二, 深入分析发现, 问题根源在于: 上层的管理规则存在空白且更新缓慢, 而平台企业自行制定的规则又倾向于规避自身责任, 这导致在实际操作中, 各方权责不清、互相推诿, 无法形成合力。第三, 解决问题的根本出路在于进行系统的制度设计, 推动建立一个多方制度化协同的治理体系。这需要通过制定基层协作规则、创新激励工具、建立信息与监督机制等具体办法, 将原来松散、甚至对立的各方, 重新组织成权责清晰、利益共享、行动一致的治理共同体。

4.2. 展望

本研究将网络化治理理论应用于中国基层社区的具体场景, 通过分析规则冲突与主体博弈, 深化了

该理论对复杂责任问题的解释。在实践层面, 研究为政府、社区及平台企业如何协同应对新业态挑战提供了具体思路, 尤其强调了建立基层共治平台和标准化工具的重要性。未来的研究可以在几个方向继续深入: 一是开展不同城市间的比较研究, 分析不同地方政策和社区结构下, 治理办法的差异与实际效果。二是运用大数据分析, 例如对电商平台的公开投诉数据、社区论坛的讨论内容进行挖掘, 更精准地定位矛盾焦点和演变趋势。三是可以探索数字技术如何在协同治理中发挥作用, 同时关注技术应用可能带来的新问题, 研究技术与制度如何更好地结合。

参考文献

- [1] Wang, Y., Xu, F., Lin, Z., Guo, J. and Li, G. (2024) Community Group Purchasing of Next-Day Delivery: Bridging the Last Mile Delivery for Urban Residents during COVID-19. *Sustainability*, **16**, Article No. 7233. <https://doi.org/10.3390/su16167233>
- [2] 中华人民共和国国家互联网信息办公室. 中国新电商发展报告(2025) [R]. 2025. https://www.cac.gov.cn/2025-07/28/c_1755417344368120.htm, 2025-07-28.
- [3] 国家市场监督管理总局. 对十四届全国人大二次会议第0140号议案的办理意见: 国市监议[2024]159号[EB/OL]. 2024-07-31. <https://law.esnai.com/view/218988/>, 2026-01-18.
- [4] 伏创宇. 我国电子商务平台经营者的公法审查义务及其界限[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2019(2): 113-123.
- [5] 中华人民共和国最高人民检察院. 守护公共利益: 团购问题之解[EB/OL]. 2025-12-17. https://www.spp.gov.cn/zdgz/202512/t20251217_713807.shtml, 2026-01-18.
- [6] 赵鹏. 从平台责任到合作规制——互联网规制模式转型及其正当程序规范[J]. 法商研究, 2025, 42(3): 35-48.
- [7] Rhodes, R.A.W. (1997) *Understanding Governance: Policy Networks, Governance, Reflexivity and Accountability*. Open University Press.
- [8] Scott, W.R. (2014) W. Richard Scott (1995), *Institutions and Organizations. Ideas, Interests and Identities*: Paperback: 360 Pages Publisher: Sage (1995) Language: English ISBN: 978-142242224. *M@n@gement*, **17**, Article No. 136. <https://doi.org/10.3917/mana.172.0136>
- [9] 湖南省高级人民法院. 适用“避风港原则”免除电商平台赔偿责任, 应以实质尽到合理审查、监管义务为前提[EB/OL]. <http://hngy.hunancourt.gov.cn/article/detail/2025/11/id/9092797.shtml>, 2025-12-01.
- [10] 贾开, 蒋余浩. 人工智能治理的三个基本问题: 技术逻辑、风险挑战与公共政策选择[J]. 中国行政管理, 2017(10): 40-45.
- [11] 黄晓春, 周黎安. “结对竞赛”: 城市基层治理创新的一种新机制[J]. 社会, 2019, 39(5): 1-38.
- [12] 蒋国银. 平台经济数字治理: 框架、要素与路径[J]. 人民论坛·学术前沿, 2021(Z1): 32-39.
- [13] 沈伯平, 张奕涵. 平台企业: 制度空隙、规制与监管[J]. 上海经济研究, 2022(4): 43-52.
- [14] 邓理, 王中原. 嵌入式协同: “互联网 + 政务服务”改革中的跨部门协同及其困境[J]. 公共管理学报, 2020, 17(4): 62-73+169.