

电商诚信体系构建与大学生社会责任感培养的双向路径研究

努尔斯曼古丽·吾舒尔

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年3月2日; 录用日期: 2026年3月16日; 发布日期: 2026年4月15日

摘要

在数字经济快速发展的背景下, 电商直播等平台经济形态深刻改变了消费结构与社会交往方式。大学生作为“数字原住民”, 既是电商消费的重要群体, 也是未来社会治理与价值建构的关键力量。围绕电商诚信体系与大学生社会责任感培养之间的关系, 本文在信任理论与道德教育理论框架下, 构建制度与主体双向互动分析路径, 系统探讨二者之间的内在关联。研究认为, 电商诚信体系通过营造稳定信任环境、强化制度约束与拓展参与空间, 在实践中培育大学生的规则意识、行为自律与公共关怀; 与此同时, 大学生以理性消费、主动监督与价值倡导为主要方式, 从需求结构、平台治理与文化生态层面反向促进电商诚信体系优化升级。二者在互动中形成协同机制, 实现商业理性与社会责任的有机统一。本文突破以往单向分析框架, 揭示电商诚信与青年德育之间的共生逻辑, 为数字经济时代商业伦理建设与高校思想政治教育融合发展提供理论参考。

关键词

电子商务, 电商诚信体系, 社会责任

Research on the Two-Way Approach to Building the E-Commerce Credit System and Cultivating University Students' Social Responsibility

Nursmangul Ushur

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

Received: March 2, 2026; accepted: March 16, 2026; published: April 15, 2026

文章引用: 努尔斯曼古丽·吾舒尔. 电商诚信体系构建与大学生社会责任感培养的双向路径研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(4): 614-622. DOI: 10.12677/ecl.2026.154437

Abstract

Against the backdrop of rapid digital economic development, platform-based economic forms such as e-commerce live streaming have profoundly transformed consumption patterns and methods of social interaction. As “digital natives”, university students are not only a significant demographic in e-commerce consumption but also a crucial force in future social governance and value construction. Focusing on the relationship between the e-commerce credit system and the cultivation of social responsibility among university students, this paper constructs an analytical path examining the two-way interaction between institutions and actors within the frameworks of trust theory and moral education theory, systematically exploring their intrinsic connection. The research suggests that the e-commerce credit system cultivates university students’ awareness of rules, behavioral self-discipline, and public concern in practice by creating a stable and trustworthy environment, strengthening institutional constraints, and expanding participation space. Concurrently, university students, primarily through rational consumption, active supervision, and value advocacy, reciprocally promote the optimization and upgrading of the e-commerce credit system at the levels of demand structure, platform governance, and cultural ecology. The interaction between the two forms a synergistic mechanism, achieving an organic unity of commercial rationality and social responsibility. This paper breaks from previous unidirectional analytical frameworks, revealing the symbiotic logic between e-commerce credit and youth moral education, thereby providing a theoretical reference for the integrated development of business ethics construction and ideological and political education in universities within the digital economy era.

Keywords

E-Commerce, E-Commerce Credit System, Social 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. 绪论

1.1. 研究背景

在数字化浪潮席卷全球背景下，以电商直播为代表的平台经济已成为我国消费市场的重要组成部分。大学生作为“数字原住民”群体，既是电商消费的主力军，也是未来社会发展的中坚力量。电商行业的诚信问题，如商品质量风险、虚假宣传等，不仅制约行业健康发展，也对大学生的消费观和价值观产生深远影响。与此同时，大学生社会责任感的培养，作为高校思想政治教育的核心任务，面临着智能时代虚实交融的新环境与新挑战。因此，探讨电商诚信体系构建与大学生社会责任感培养之间的内在联系，寻找二者相互促进的双向路径，具有重要的理论价值与现实意义。

1.2. 文献综述

当前学术界围绕“电商诚信体系”与“大学生社会责任感培养”两个核心领域分别积累了丰富的成果。这些研究构成了探讨双向路径的理论基础。

1.2.1. 电商诚信体系构建的相关研究

此类研究主要从经济学、管理学和法学的视角，探讨电商平台诚信风险的成因与治理机制。在风险

成因分析方面,多数学者将电商诚信问题归结为信息不对称。例如,仲伟霞(2021)指出,网络交易的虚拟性导致消费者在选购商品时面临质量诚信风险,部分卖家以次充好的行为违背了商业诚信原则。在治理机制研究方面,研究重点集中在平台治理与政府监管[1]。仲伟霞(2021)以阿里巴巴为案例,总结了建立商品质量信号显示机制、商家声誉显示机制、质保机制、支付中介风险化解以及市场分割制度等治理经验[1]。孙凤兰、邢冬梅(2016)基于吉登斯的理论指出,现代社会的信任是对抽象系统、如电商平台的信任,这种信任极具风险性,需要通过制度化程序和保障机制来维系其合法性与权威性,而信任危机正源于这些制度的缺失[2]。

1.2.2. 大学生电商消费行为与心理研究

此类研究多采用定量分析方法,聚焦大学生在电商环境下的消费特征、参与行为与驱动因素。在消费行为特征方面,徐莹、肖玲玲(2021)通过对1081名大学生的问卷调查发现,大学生对电商直播消费参与性强,但以低消费为主,主要购买衣食等基本生活用品[3]。何跃(2023)的研究则概括了大学生消费心理的四个特征:从众心理、排他心理、成本控制心理和择优择廉心理[4]。在驱动因素分析方面,徐莹、肖玲玲(2021)的研究进一步区分了观看直播与实际购物的驱动因素。前者主要受“了解商品信息”、“增长见识”、“获取愉悦感”等精神层面因素驱动;而后者则主要由“商品价格”、“性价比”、“优惠力度”等物质因素主导[3]。这表明,大学生的消费行为是心理满足与实际需求交织的结果。

1.2.3. 大学生社会责任感与道德教育研究

此类研究主要基于教育学、伦理学和社会学理论,探讨智能时代大学生价值观培养面临的挑战与路径。在德育新困境方面,王晓敏(2023)运用涂尔干的道德三要素理论,剖析了智能时代道德教育面临的困境,包括人际交往的道德任性、网络空间的真相认知错位、算法歧视对道德价值的重塑以及教育范式的“离身德育”转向[5]。张宜强、上官酒瑞(2024)则从卢曼的系统论出发,指出现代社会的高度复杂性使得人格信任难以维系,必须依赖于系统信任[6]。在德育路径探索方面,王晓敏(2023)提出,应通过传承“慎独”美德培养纪律精神以消解道德任性,通过培育批判性思维提升明辨是非的能力,秉持“科技向善”理念,并践履“知行合一”的传统理念[5]。何跃(2023)则从思政教育角度,建议在高校中加强“财商”教育,帮助学生识别商家营销套路,抵制不良消费观念,营造和谐的校园消费氛围[4]。

1.3. 现有研究评述

既有研究为本课题的开展奠定了坚实基础,但仍存在以下不足:一是研究内容的割裂性。现有研究多将“电商诚信体系”与“大学生社会责任感”作为两个独立的议题分别探讨,二者之间缺乏有效的理论链接,鲜有研究探讨电商诚信环境如何影响大学生的责任意识,以及大学生群体如何反作用于电商诚信体系的建设。二是研究视角的单向性。无论是从电商治理到消费行为的影响研究,还是从道德教育到消费观的引导研究,大多呈现为单向影响与反应或教育接受模式,缺乏对双向互动路径的深入挖掘。三是理论融合的浅层性。虽有研究引入信任理论和道德教育理论来分析电商或德育问题,但将这些理论进行深度融合、用以解释商业伦理建构与青年价值观养成之间共生关系的尝试尚显不足。四是实证研究的缺乏。关于大学生如何认知电商诚信问题、是否愿意并有能力参与诚信监督等问题,目前尚缺乏有力的实证数据支撑。

立足已有研究,开展双向路径研究具有明确的必要性与可行性。

必要性体现在三个方面:其一,电商诚信治理需要引入多元主体参与,仅靠平台与政府监管难以根治诚信问题,大学生作为高素质群体,其参与式监督是实现长效治理的关键[1]。其二,高校思政教育需要拓展实践场域,将大学生引导至电商诚信这一真实议题中,可有效避免德育空洞化[5]。其三,大学生

理性消费需要转化主体身份,通过参与诚信建设,可从被动消费者转变为主动监督者,自然提升理性意识[3][4]。

可行性方面,理论层面,吉登斯、卢曼的信任理论与涂尔干的道德三要素理论可有机整合,为双向路径研究提供学理依据[2][5][6]。实践层面,大学生是电商消费主力,熟悉平台操作;现有电商平台已具备成熟的评价、维权等参与机制;高校思政课程与社团活动也为组织学生参与提供了制度化渠道。

2. 电商诚信体系对大学生社会责任感的涵育作用

电商诚信体系作为数字经济运行的重要制度基础,不仅承担着规范交易行为、维护市场秩序的功能,同时也在无形中塑造着参与主体的价值观念与行为方式。大学生作为网络消费和数字参与的重要群体,在长期接触和运用电商平台的过程中,受到诚信体系结构性力量的持续影响。电商诚信体系通过构建稳定的信任环境、形成规范的制度约束以及提供开放的参与空间,在潜移默化中促进大学生规则意识的形成、行为自律的养成以及公共关怀的增强[7],从而在社会责任感的培养中发挥重要的涵育作用。

2.1. 电商诚信体系的操作化维度与理论对接

电商诚信体系并非单一的道德呼吁,而是一套依托数字技术运行的复杂制度架构。基于信任理论,本文将其界定为声誉机制、惩罚与保障机制以及算法透明度三个核心操作化维度:

第一,声誉机制与卢曼的“系统信任”。现代社会的高度复杂性使得传统建立在熟人网络基础上的“人格信任”难以维系[8],社会秩序的维持必须依赖于“系统信任”[9]。在海量且匿名的电商交易环境中,消费者面临着严重的信息不对称与质量诚信风险。为此,平台建立了以评价积分、信用等级和用户标签为核心的商家声誉显示机制。这种机制将陌生个体之间高度不确定的交易风险,转化为可视化的量化数据与符号,通过简化社会复杂性的功能,在虚拟空间中成功建构了系统信任。

第二,惩罚与保障机制与吉登斯的“制度化程序”。吉登斯指出,现代社会的信任本质上是对诸如电商平台这类“抽象系统”的信任[10]。这种对抽象系统的信任极具风险性,需要通过严密的“制度化程序”和保障机制来维系其合法性与权威性。电商平台设立的违规罚款、先行赔付等强制性约束,以及质保机制和支付中介风险化解手段,正是这种制度化程序的具象化。这些机制构成了系统的底线保障,防止了因制度缺失而可能引发的系统性信任危机。

第三,算法透明度作为“专家系统”的准入点。在吉登斯的理论视阈下,支撑电商平台运转的底层技术逻辑构成了现代社会的“专家系统”[11]。作为“数字原住民”,大学生与这一系统互动的接触点便是平台的算法展示与规则界面。打破技术黑箱、提升商品质量信号显示机制和算法推荐的透明度,是确立系统可靠性的关键。当大学生清晰感知到平台运行的透明与公正时,他们对电商这一宏大抽象系统的信任才得以真正确立。

2.2. 稳定的信任环境培育大学生的规则意识

现代电商活动建立在对抽象系统的信任之上。交易双方往往互不相识,商品与服务跨越空间界限,交易过程依赖平台规则、信用机制和技术保障来维持秩序。电商诚信体系通过明确交易规则、公开信用信息、规范履约流程,为参与者提供了一个相对稳定、可预期的制度环境。在这种环境中,大学生能够清晰地理解行为后果与规则之间的对应关系,从而逐步形成对制度运行逻辑的认知。

稳定的信任环境首先降低了交易不确定性。规则的明确性和执行的一致性,使大学生在参与过程中体验到制度的可靠性。当他们在规则框架内获得权益保障时,便逐渐意识到遵守规则不仅是外在要求,更是实现自身利益的前提条件。这种对规则效用的理解,有助于大学生从功利层面的遵守过渡到价值层面的认同。

其次，诚信体系强化了对“抽象他者”的信任感。在电商环境中，信任不再建立于熟人关系，而是建立于制度安排与技术保障之上。大学生在长期实践中逐步形成对制度权威的认可，认识到规则是维系陌生人社会秩序的基础。这种对抽象系统的信任，能够拓展其社会认知视野，使其理解规则在更广泛社会结构中的意义。

在此过程中，规则意识由被动接受向主动遵守转变。大学生在频繁的线上互动中体会到规则的普遍适用性与稳定性，逐渐形成尊重规则、公平交易、诚实守信的价值取向。规则意识的形成不仅有助于规范其网络行为，也为其日后融入更复杂的社会环境奠定了制度认同的基础。因此，电商诚信体系通过构建稳定的信任环境，实现了对大学生规则意识的持续培育。

2.3. 规范的制度约束促成大学生的行为自律

电商诚信体系不仅依赖价值倡导，更依托制度设计对行为进行规范。信用评价机制、交易记录存档、纠纷处理流程等制度安排，使每一次网络行为都具有可追溯性和可评价性。在这种制度环境中，行为后果与个人信誉紧密相连，从而形成持续性的约束力量。

首先，信用评价机制使行为结果具有累积效应。每一次交易表现都会在信用记录中留下痕迹，形成对未来交易机会的影响。大学生在长期使用过程中逐渐认识到，短期的不当行为可能损害长期利益。这种持续性的制度反馈强化了理性自我约束，使其在做出行为决策时更加审慎。

其次，规范的维权与纠纷处理机制明确了权利与义务的边界。当权利受到保障、违规行为受到相应处理时，制度的公正性得以体现。大学生在制度框架内表达诉求、解决冲突的过程中，学习到以规则方式处理问题的重要性，避免通过情绪化或失范方式寻求解决。这种制度化的行为路径，有助于其形成遵法守规的习惯。

更为重要的是，长期的制度引导促成了外部规范向内部自律的转化。起初，大学生可能基于对惩罚或信用受损的担忧而遵守规则，但随着规范行为的重复与强化，规则逐渐内化为稳定的行为准则。自律不再完全依赖外部监督，而成为自我约束的一部分。

在此意义上，电商诚信体系通过制度化约束塑造行为模式，使大学生在实践中学会对自身行为负责，减少网络空间中的失范行为。行为自律的形成，是社会责任感由外在规范向内在品质转化的重要环节。

2.4. 开放的参与空间激发大学生的公共关怀

电商诚信体系不仅是规则与约束的集合，也为参与主体提供了表达与互动的空间。评价机制、举报渠道以及平台讨论空间等制度设计，使用户在交易之外拥有参与公共事务的可能。这种开放的参与空间，为大学生践行公共责任提供了现实场域。

首先，评价与反馈机制使个体声音成为制度运行的一部分。大学生在发表评价时，不仅表达个人消费体验，也影响其他消费者的决策。这种信息共享行为具有公共属性，使其意识到自身言行对他人利益具有影响力。在持续的参与过程中，大学生逐渐形成对公共后果的自觉关注。

其次，举报与监督机制赋予用户维护公共秩序的权利。当发现违规行为时，通过制度化渠道进行反映，有助于净化平台环境。大学生在行使这一权利的过程中，体会到个体参与对整体秩序的重要意义，增强对公共规则的维护意识。这种参与实践强化了其对社会整体利益的关注，而不仅限于个人得失。

再次，平台讨论与互动空间促进公共理性的形成。围绕商品质量、服务规范及交易规则的交流，使大学生在表达观点的同时，学会倾听与协商。在理性讨论中形成的共识与规则认同，有助于其理解公共领域中多元主体共存的现实，提升公共意识与协商能力。

通过开放参与，大学生在维护自身权益的同时，也承担起对他人和社会整体负责的角色。公共关怀由抽象理念转化为具体实践，社会责任感在参与过程中得到强化。

3. 大学生社会责任感对电商诚信体系的建构作用

如果说电商诚信体系在制度层面对大学生社会责任感发挥着涵育功能，那么反过来，大学生社会责任感的提升同样对电商诚信体系的完善具有积极的建构意义。作为网络消费的重要群体，大学生不仅是制度的接受者，也是市场秩序的参与者与塑造者。其理性选择、主动监督与价值倡导，能够精确作用于声誉机制、惩罚与保障机制以及算法透明度等核心维度，从需求侧、治理侧与文化侧三个层面推动电商诚信体系不断优化，实现制度与主体之间的良性互动。

3.1. 大学生的理性消费选择引导商家诚信经营

在市场经济条件下，消费者的选择行为本身具有资源配置功能。在卢曼的“系统信任”框架下，大学生的理性消费行为实际上是在持续参与信任系统的验证与强化。大学生群体普遍具有较高的教育水平和信息获取能力，能够通过比较商品信息、分析信用评价、识别虚假宣传等方式作出相对理性的消费决策。

理性消费首先表现为对诚信经营者的支持，这直接夯实了电商的声誉机制。通过选择信誉良好、评价稳定、履约规范的商家，大学生在无形中为守信行为提供市场回报，为声誉显示机制提供了真实的市场反馈。同时，具有社会责任意识的大学生会主动回避或抵制存在失信行为的商家，使得以次充好的行为在声誉系统中显露无遗。失去稳定客源的商家在竞争压力下不得不反思经营方式，由此，消费者的理性判断成为市场自我净化的重要力量，大大提升了系统信任的可靠性。

3.2. 大学生的主动监督反馈促进平台制度优化

电商诚信体系的有效运行离不开平台治理的持续改进。大学生在参与交易过程中，通过评价、申诉与维权等方式进行信息反馈，这些行为构成了吉登斯理论中个体与抽象系统互动的准入点。这些行为不仅是维护个人权益的体现，也为平台制度完善提供了重要依据。

首先，真实、理性的评价有助于提高声誉机制的信息透明度。更重要的是，维权与申诉行为能够直接暴露平台惩罚与保障机制中的漏洞。在交易纠纷中，大学生通过制度化渠道表达诉求，反映规则执行中的问题，为平台识别监管盲区、完善质保机制提供了现实依据。

其次，主动监督行为直接推动了算法透明度的提升与惩罚机制的严密化。当大学生积极参与监督、举报虚假营销或违规行为时，平台需要在效率与公正之间保持平衡，以维护整体信任环境。持续的社会监督促使平台打破专家系统的技术黑箱，提升算法逻辑的透明度，并严格落实处理机制，增强对违规行为的识别与处理能力。在这一过程中，大学生由单纯的制度使用者转变为平台治理的协同参与者。

3.3. 大学生的诚信价值倡导引领电商文化健康发展

制度建设固然重要，但电商诚信体系作为一种宏大的抽象系统，其稳固还依赖于广泛的文化认同与合法性支撑。大学生作为青年群体的重要组成部分，在网络空间具有较强的表达能力和传播影响力。其价值立场与行为方式，对电商文化生态具有引导意义。

理性发声能够塑造健康的舆论环境，以诚信为核心的价值表达，在网络空间形成对失信行为的舆论压力，增强社会对诚信原则的普遍认同。大学生在交易中坚持真实评价、遵守承诺、不恶意利用规则，其行为本身构成对诚信价值的实践表达。这种文化侧的引领与倡导，实际上是在降低社会复杂性，使得各项维度的规则(如惩罚机制、声誉机制)不再仅仅依赖强制执行，而建立在广泛认同之上。由此可见，大学生社会责任感不仅体现在个体行为层面，更通过价值倡导为整个数字经济信任体系提供了深层的文化支撑。

4. 双向路径的协同演化与潜在障碍

电商诚信体系对大学生社会责任感具有涵育功能，而大学生社会责任感又反向建构电商诚信体系。这种关系并非简单的因果对应，而是一种持续互动、相互塑造的动态过程。本部分在整合前述两章论证的基础上，从机制层面、价值层面与风险层面对“双向路径”的协同演化逻辑与潜在障碍进行系统阐释，以揭示其内在运行结构与现实张力。

4.1. 双向互动的动态机制：系统完善与个体成长的相互促进

电商诚信体系与大学生社会责任感之间的互动，本质上是一种制度环境与主体成长之间的循环建构过程。从社会化理论视角看，制度环境为个体提供行为框架与价值导向；从结构功能主义视角看，个体行为的改变又反过来调整和优化制度运行逻辑。二者在实践层面形成“制度塑人-人促制度”的动态机制。

首先，诚信体系的优化为责任感培育创造更加稳定与透明的制度条件。当平台规则更加明确、信用机制更加科学、维权渠道更加畅通时，大学生在参与交易与治理过程中能够获得更清晰的行为反馈。这种制度透明度降低了认知成本，提高了规则的可理解性与可操作性，使大学生更容易将规则内化为稳定的价值认同。制度环境越完善，责任意识的形成越具有持续性与系统性。

其次，大学生责任感的提升为诚信体系升级提供内生动力。理性消费、主动监督与诚信倡导，不仅改善市场选择结构，也为平台提供真实有效的数据与反馈信息。在此基础上，平台能够不断优化声誉算法、改进风险识别机制、完善纠纷处理流程。个体的责任实践因此转化为制度改进的现实依据。

更为重要的是，这种互动关系呈现出螺旋式上升的特征。制度优化提升信任水平，信任水平提升增强参与意愿，参与深化又促进制度完善。每一次制度改进都为个体成长提供更高起点，每一次个体责任意识的增强又推动制度迈向更高标准。与单向度的制度规训不同，这种协同演化体现出结构与主体之间的互动生成逻辑，是数字经济时代社会治理模式的一种新形态。

因此，双向路径并非简单叠加，而是形成一种自我强化的循环结构。在这一结构中，制度的理性化与主体的道德成熟相互促进，共同构成电商诚信生态持续优化的动力源泉。

4.2. 双向路径的价值基础：商业理性与社会责任的有机统一

双向路径能够稳定运行，根源在于其价值基础的内在一致性。从表面上看，电商诚信体系强调市场效率与交易秩序，而大学生社会责任感强调公平正义与公共关怀，二者似乎分别属于经济理性与道德理性范畴。然而在现代市场社会中，商业理性与社会责任并非对立，而是高度互嵌。

首先，市场秩序本身以诚信为前提。没有稳定的信任结构，交易成本将显著上升，市场效率难以实现。因此，诚信并非外在于商业活动的道德附加物，而是市场运行的内在条件。电商诚信体系通过规范交易、强化信用约束，所追求的并不仅是利润最大化，而是可持续的市场秩序。

其次，大学生社会责任感所强调的公平、守信与公共利益，并不排斥理性选择。相反，理性消费与理性监督本身是责任意识的重要体现。责任并非否定个人利益，而是在合法合理的框架内实现个体与整体利益的协调统一。因此，责任感的提升有助于市场理性更加成熟，而非削弱市场活力。

从更宏观层面看，双向路径体现了商业文明从“工具理性主导”向“价值理性融入”的转型趋势。电商诚信体系提供制度保障，大学生社会责任感提供价值支持，两者融合推动市场运行逻辑由单纯效率导向转向效率与公正并重。这种融合不仅优化电商生态，也为现代商业文明的发展提供了新的价值范式。

因此，双向路径的深层意义在于实现商业理性与社会责任的有机统一，使市场秩序建立在更为坚实的道德基础之上，从而提升整个数字经济体系的文明程度。

4.3. 双向运行的现实张力：资本权力集中与维权力量的非对称性

前文论证表明，大学生的理性选择与主动监督能够形成群体合力，从需求侧与治理侧对电商平台的制度优化产生积极的建构作用。然而，将这种理论上的双向互动置于现实的商业生态中审视时，必须清醒地认识到，二者之间的博弈并非处于完全平等的地位。尽管大学生具有较高的网络参与热情，但这种基于个体责任感的反向建构，在现实运行中不可避免地面临着巨大的结构性张力。

一方面，电商平台凭借数据垄断和算法霸权，在博弈中占据着绝对的优势地位。平台不仅是交易规则的制定者，往往也是纠纷的最终裁决者。在资本逐利逻辑的深层驱使下，平台可能通过隐蔽的算法算计、繁琐的申诉程序或冷处理机制，系统性地消耗大学生的维权意愿。当维权的时间与精力成本远高于其受损利益时，博弈天平将严重倾斜，导致维权倒逼优化的正向循环面临断裂风险。

另一方面，大学生群体的维权力量存在分散性与个体理性的局限。面对高度组织化的平台资本，个体的维权行动往往呈现出碎片化特征，难以对抽象系统形成持续的系统性压力。同时，部分学生在信息过载和算法信息茧房的规训下，可能陷入情绪化表达甚至是网络群体极化，而非理性的制度探讨。这种缺乏规范性的反抗，反而容易被平台利用，成为其弱化监督合法性、推卸治理责任的借口。

因此，双向路径的稳定运行不能完全寄托于消费者与平台的单打独斗。要突破这种非对称性博弈的困境，既需要提升大学生的媒介素养与法治维权能力，更需要引入政府监管的硬性约束以及社会组织的协同力量，将外部公权力嵌入博弈过程，从而真正规训资本的逐利本性，保障电商诚信生态的持续优化。

5. 结论

本文立足数字经济背景，从双向互动视角系统论证了电商诚信体系与大学生社会责任感之间的协同关系。研究表明，电商诚信体系不仅承担规范市场秩序的经济功能，还在潜移默化中发挥社会化与价值引导功能。通过规则透明化、信用制度化与参与机制常态化，大学生在持续的消费实践中逐渐形成规则意识与自律能力，并在评价与监督过程中增强公共关怀。与此同时，大学生社会责任感的提升并非停留于理念层面，而是通过理性选择与有序参与转化为现实治理力量。其对守信商家的支持、对失信行为的抵制以及对平台制度的理性反馈，共同构成推动电商诚信体系优化的重要社会基础。由此，制度完善与主体成长相互促进，形成螺旋式上升的良性循环。

然而，双向路径的稳定运行仍面临现实挑战。一方面，平台在资本逻辑驱动下可能强化逐利倾向，削弱规则执行的严肃性；另一方面，大学生在信息过载与算法推荐环境中亦可能出现理性不足或情绪化表达，影响信用机制的有效性。因此，实现制度与主体之间的持续协同，需要在强化平台公共责任与外部监管的同时，加强高校对媒介素养、财商教育与理性思维能力的系统培养。

参考文献

- [1] 仲伟霞. 平台型电商在线商品质量诚信风险治理探讨[J]. 征信, 2021, 39(2): 61-64.
- [2] 孙凤兰, 邢冬梅. 现代性中信任问题论衡——基于吉登斯信任理论的思考[J]. 北方论丛, 2016(5): 156-159.
- [3] 徐莹, 肖玲玲. 电商直播情境下大学生消费参与行为与驱动因素分析[J]. 商业经济研究, 2021(3): 55-58.
- [4] 何跃. 数字化电商模式下高校大学生消费心理探讨[J]. 中国科技论文, 2023, 18(10): 1165.
- [5] 王晓敏. 智能时代道德教育的可能困境及其破解路径——基于涂尔干道德三要素理论的思考[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2023, 25(2): 106-112, 148.
- [6] 张宜强, 上官酒瑞. 复杂性与社会信任: 卢曼思想研究[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2024(4): 81-88.
- [7] Ritzer, G. and Jurgenson, N. (2010) Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10, 13-36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- [8] 杜创, 李立卓. 线上声誉、平台经济与高质量发展[J]. 社会科学战线, 2025(8): 61-68.

- [9] 白红义, 万旭琪. 迈向系统信任的数字新闻业: 一个机器自主性的视角[J]. 新闻界, 2025(6): 4-16.
- [10] 王赟, 程薇瑾. 从贝克到吉登斯: 风险社会理论中的认识论差异[J]. 社会科学研究, 2022(3): 145-153.
- [11] 王斌, 路文廷. 空间生产、产业消费与文化认同: 流动性视角下数字传播嵌入文旅产业的核心机制研究[J]. 编辑之友, 2026(2): 49-57.