

# 数字经济背景下直播电商协同治理困境与优化路径研究

成 力, 盘静芳

贵州民族大学民族学与历史学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月9日; 录用日期: 2026年3月23日; 发布日期: 2026年5月21日

## 摘 要

在数字经济高度发展的大环境背景下, 直播电商作为电子商务的新型业态模式, 已成为驱动消费增长、赋能实体经济的核心驱动力。然而, 随着行业规模的快速扩张, 主体交织的复杂生态、算法技术的隐蔽应用以及监管体系的滞后性, 致使虚假宣传、假货泛滥和数据安全等问题频发, 单一主体的治理模式已难以适配行业发展需求, 协同治理已成为破解困境的关键路径。本文基于协同治理理论、数字经济理论与平台治理理论, 系统梳理直播电商协同治理的核心主体、运行机制与实践现状, 深入剖析当前治理过程中存在的主体责任界定模糊、协同机制不健全、技术赋能不足等核心困境, 并结合典型案例提出针对性的优化路径。

## 关键词

数字经济, 直播电商, 协同治理, 平台责任, 技术赋能

# Research on the Dilemma and Optimization Path of Collaborative Governance of Live E-Commerce under the Background of Digital Economy

Li Cheng, Jingfang Pan

School of Ethnology and History, Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: March 9, 2026; accepted: March 23, 2026; published: May 21, 2026

## Abstract

Against the backdrop of the high-quality development of the digital economy, live e-commerce, as a

new form of e-commerce, has become a core engine driving consumption growth and empowering the real economy. However, with the rapid expansion of the industry scale, the complex ecology of interwoven subjects, the hidden application of algorithmic technologies, and the lag of the regulatory system have led to frequent occurrences of problems such as false propaganda, rampant counterfeit goods, and data security risks. The single-subject governance model can no longer adapt to the needs of industry development, and collaborative governance has become a key path to solving the dilemma. Based on the collaborative governance theory, digital economy theory, and platform governance theory, this paper systematically sorts out the core subjects, operation mechanisms, and practical status of live e-commerce collaborative governance, deeply analyzes the core dilemmas existing in the current governance process, such as unclear definition of subject responsibilities, imperfect collaborative mechanisms, and insufficient technical empowerment, and puts forward targeted optimization paths combined with typical cases.

## Keywords

Digital Economy, Live E-Commerce, Collaborative Governance, Platform Responsibility, Technical Empowerment

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

随着 5G、大数据、人工智能等数字技术的快速迭代, 电子商务正从传统的货架式交易向场景化、互动化的新型业态转型, 直播电商作为“内容 + 交易”的融合产物, 凭借即时互动、场景沉浸、精准触达的优势, 实现了爆发式增长。据《2025 直播电商行业发展白皮书》显示, 2019~2024 年直播电商市场规模增长超 12 倍, 2024 年贡献了电子商务增量的 80%, 截至 2025 年底, 行业用户规模已达 6.6 亿, 国内现存直播相关企业超 256 万家[1]。直播电商不仅重构了“人、货、场”的交易链路, 实现了从“人找货”到“货找人”的转变, 更在促进消费升级、扩大就业、赋能特色产业发展等方面发挥了重要作用, 但与此同时, 直播电商行业的快速扩张也伴随着诸多治理难题。由于行业涉及平台、MCN 机构、主播、商家、消费者等多个主体, 法律关系复杂交织, 加之算法技术的隐蔽性的应用, 导致虚假宣传、虚假交易、假货流通、个人信息泄露等乱象频发, 不仅损害了消费者的合法权益, 也影响了行业的可持续发展。

尽管我国已逐步完善相关监管政策, 2025 年 12 月市场监管总局等部门发布《直播电商监督管理办法》, 明确各方主体责任, 但实践中仍存在监管碎片化、平台治理不到位、行业自律不足等问题[2]。传统的“政府单一监管”模式已难以适配直播电商的业态特征, 如何构建多元主体协同治理体系, 破解行业治理困境, 成为当前电子商务领域亟待解决的重要课题。

## 2. 相关理论基础与概念界定

### 2.1. 核心概念界定

数字经济是以数据为关键生产要素、数字技术为核心驱动力、现代信息网络为载体, 从而实现生产、分配、流通、消费全链条数字化转型的经济形态。其核心特征体现在数据化、网络化、智能化, 本质是通过数据资源的深度开发与利用, 优化生产要素配置效率, 重构经济发展模式。数字经济的发展为直播电

商的兴起提供了技术支撑与场景载体, 而直播电商作为数字经济的重要组成部分, 也成为推动数字经济与实体经济深度融合的重要抓手。

直播电商是指通过互联网直播技术, 实现主播与消费者实时互动, 展示商品信息、讲解商品特点, 引导消费者完成在线交易的新型电子商务模式[3]。其核心构成包括五大主体: 直播平台、MCN 机构、主播、商家(供应商)、消费者, 形成了“平台搭建场景、MCN 孵化主播、主播连接商家与消费者”的完整产业链。与传统电商相比, 直播电商具有互动性强、场景化突出、转化效率高的优势, 但其交易过程的即时性、内容的多样性也增加了治理难度。

协同治理是指多个相互独立的主体, 为实现共同的治理目标, 通过沟通协商、资源共享、分工协作, 形成的多元联动治理模式。其核心内涵包括三个方面: 一是主体的多元性, 强调政府、市场、社会组织、公众等多个主体共同参与治理; 二是过程的协同性, 通过建立有效的联动机制, 实现各主体之间的信息共享、分工协作; 三是目标的一致性, 以解决共同的治理难题、提升治理效能为核心目标。

## 2.2. 相关理论支撑

协同治理理论源于协同学与治理理论的融合, 是由美国学者首次系统提出, 该理论认为: 在复杂的公共事务治理中, 单一主体的力量有限, 需通过多元主体的协同合作, 实现治理资源的优化配置与治理效能的提升。协同治理的核心要素包括主体协同、机制协同、资源协同、目标协同, 其运行逻辑是通过建立沟通协商机制、利益协调机制、监督约束机制, 实现各主体之间的良性互动。

数字经济理论认为, 数据作为关键生产要素, 其可复制性、共享性、无限性的特征, 能够突破传统生产要素的约束, 推动产业升级与模式创新。该理论强调数字技术对经济发展的赋能作用, 认为数字技术的应用能够重构产业价值链, 并优化资源配置效率。在直播电商治理中, 数字技术(如大数据、人工智能、区块链)不仅是行业发展的驱动力, 也是提升治理效能的重要工具, 能够实现对直播内容、交易行为的精准监管, 破解信息不对称问题。

平台治理理论是聚焦于平台型组织的治理机制与运行逻辑, 认为平台作为连接多方主体的中介, 具有“准公共组织”的属性, 既要追求商业利益, 也要承担公共责任。平台治理的核心是通过制定规则、技术手段, 规范平台内主体的行为, 平衡各方利益, 实现平台的可持续运营。

## 3. 数字经济背景下直播电商协同治理的现状与运行机制

### 3.1. 直播电商协同治理的现状

随着直播电商行业的快速发展, 我国已逐步构建起“政府监管、平台自律、行业引导、企业合规”的初步协同治理格局, 各主体逐步发挥自身作用推动着行业治理水平的不断提升。从政府监管角度来看, 相关部门正逐步完善法律法规, 强化监管执法力度。2025年12月, 市场监管总局等部门发布《直播电商监督管理办法》, 明确平台、MCN 机构、主播、商家等主体的责任义务, 规范直播营销行为; 此前, 《电子商务法》《网络直播营销管理办法(试行)》等法律法规的实施, 也为直播电商治理提供了法律依据。

从平台治理情况来看, 主流直播平台逐步完善治理规则并强化内容审核与商家管理。抖音电商发布所发布的《抖音电商社区运营规范》, 明确平台倡导和反对的行为以此规范创作者和商家的经营边界; 淘宝直播建立商家入驻审核机制、主播资质审核机制, 对违规行为实行分级处罚, 包括封禁账号、冻结佣金等。同时, 平台逐步运用大数据、人工智能等技术优化内容审核效率。

尽管直播电商协同治理已取得一定成效, 但仍存在诸多问题, 多元主体协同的合力尚未充分发挥, 治理效能仍有较大提升空间。例如, 部分中小平台治理缺位, 违规行为频发; 行业自律的约束力不足, 部分企业和主播存在侥幸心理; 政府监管与平台治理之间的协同联动不够紧密, 信息共享不及时等方面。

### 3.2. 直播电商协同治理的运行机制

结合直播电商的业态特征与协同治理理论, 本文将直播电商协同治理的运行机制概括为四个方面, 即主体联动机制、信息共享机制、利益协调机制、监督约束机制, 四大机制相互支撑、相互作用, 共同保障协同治理的有效运行。

主体联动机制是协同治理的核心, 旨在明确政府、平台、行业协会、商家、消费者等主体的职责分工, 实现多元主体的良性互动。具体而言, 政府承担监管职责, 负责制定法律法规、强化执法监督、搭建监管平台; 平台承担主体责任, 负责规范平台内主体行为、优化内容审核、保护消费者权益[4]; 行业协会承担引导职责, 负责制定行业标准、开展自律教育、推动行业交流; 商家承担经营责任, 负责保障商品质量、规范营销行为、完善售后服务; 消费者承担监督责任, 通过投诉举报、评价反馈等方式, 督促各方主体履行职责。

信息共享机制是协同治理的基础, 旨在破解各主体之间的信息不对称问题, 提升治理效率。由于直播电商交易过程具有即时性、虚拟性的特征, 各主体之间的信息壁垒较为明显, 例如, 政府难以全面掌握平台的交易数据, 消费者难以了解商品的真实信息, 商家难以获取主播的合规资质信息。因此, 需建立健全信息共享机制, 实现政府、平台、行业协会、商家、消费者之间的信息互通。

利益协调机制是协同治理的保障, 旨在平衡各主体之间的利益诉求, 化解利益冲突。直播电商各主体的利益诉求存在差异: 政府追求行业规范发展与公共利益最大化; 平台追求商业利益与平台可持续运营; 商家追求销售额与利润; 主播追求佣金收入与知名度; 消费者追求商品质量与消费体验。利益诉求的差异容易导致利益冲突, 因此, 需建立利益协调机制, 通过协商谈判、利益补偿等方式, 平衡各方利益, 实现“共赢”。

监督约束机制是协同治理的关键, 旨在规范各主体的行为, 保障协同治理的有效实施。监督约束机制包括内部监督与外部监督两个层面: 内部监督主要是平台对自身运营行为的监督、商家对自身经营行为的监督、行业协会对会员单位的监督; 外部监督主要是政府的执法监督、消费者的社会监督、媒体的舆论监督[5]。同时, 需建立健全惩戒机制, 对违规行为进行严厉处罚从而提高违规成本。利用全方位的监督约束, 倒逼各主体履行职责, 规范自身行为。

## 4. 数字经济背景下直播电商协同治理的核心困境

### 4.1. 主体责任界定模糊, 协同合力不足

尽管我国已出台相关法律法规, 明确直播电商各主体的责任义务, 但实践中仍存在主体责任界定模糊的问题, 导致各主体之间相互推诿、协同不力。一方面, 平台与 MCN 机构、主播之间的责任边界不清晰。在直播电商产业链中, 平台、MCN 机构、主播之间的合作关系复杂, 部分 MCN 机构与主播之间存在角色重叠, 双方的法律关系(劳动关系、劳务关系、经纪关系)难以界定。当出现虚假宣传、假货销售等问题时, 平台以“仅提供技术服务”为由规避责任, MCN 机构与主播之间相互推诿, 导致消费者维权困难。

另一方面, 政府监管部门之间的职责分工不明确。直播电商治理涉及市场监管、网信、广电、商务等多个部门, 各部门之间的监管职责存在交叉重叠, 缺乏有效的协同联动机制。此外, 政府监管与平台治理之间的协同不足, 导致政府部门难以全面获取平台的交易数据和直播数据, 平台也缺乏主动向政府部门报送信息的动力, 致使监管效能难以提升[6]。

同时, 行业协会的自律作用未能充分发挥。目前, 直播电商行业协会的数量较多, 但部分协会缺乏权威性和影响力, 行业自律标准不够完善, 对会员单位的约束力度不足。部分协会存在“重收费、轻服务”的现象, 未能有效开展行业培训、合规指导等工作, 难以引导企业和主播依法合规经营。此外, 消

费者的监督作用发挥不充分, 由于消费者缺乏维权意识和维权渠道, 对于部分违规行为未能及时发现和举报, 导致违规行为蔓延[7]。

#### 4.2. 协同机制不健全, 运行效率低下

当前, 直播电商协同治理的各项机制仍不够健全, 导致协同治理的运行效率低下, 难以有效破解行业治理困境。一是信息共享机制不完善。各主体之间的信息壁垒较为明显, 政府部门、平台、行业协会、商家之间缺乏统一的信息共享平台, 信息传递不及时、不全面。此外, 信息共享的标准不统一, 不同主体之间的信息格式、数据口径不一致, 导致信息难以有效整合和利用。

二是利益协调机制缺失。直播电商各主体的利益诉求差异较大, 缺乏有效的利益协调机制, 导致利益冲突频发。由于缺乏有效的利益协调机制, 使得这些利益冲突难以得到妥善解决, 影响协同治理的推进。

三是监督约束机制不健全。一方面, 内部监督流于形式, 部分平台为追求商业利益, 放松对主播和商家的审核, 对违规行为视而不见; 部分商家缺乏自我约束意识, 违规经营行为屡禁不止。另一方面, 外部监督力度不足, 政府监管的覆盖面有限, 难以实现对所有直播行为的实时监管; 消费者的维权渠道不够便捷, 维权成本较高, 导致部分消费者在遭遇侵权后选择放弃维权[8]。此外, 惩戒机制的威慑力不足, 对违规行为的处罚力度较轻, 部分企业和主播存在“屡教不改”的现象。

#### 4.3. 技术赋能不足, 治理智能化水平不高

数字技术是提升直播电商协同治理效能的重要支撑, 但当前我国直播电商协同治理的技术赋能不足, 治理智能化水平不高, 难以适配行业的快速发展。一是监管技术应用滞后。政府监管部门的数字化监管能力不足, 缺乏先进的监管技术和设备, 难以实现对直播内容、交易行为的实时监测和精准监管[9]。此外, 不同监管部门的数字化监管平台相互独立, 难以实现数据共享和协同监管, 形成“信息孤岛”。

二是平台技术治理能力不均衡。主流直播平台(如抖音、淘宝直播)已逐步运用大数据、人工智能等技术, 优化内容审核和交易监管, 但部分中小平台的技术投入不足, 缺乏完善的技术治理体系, 难以实现对违规行为的有效识别和处置。例如, 部分中小平台未建立 AI 内容审核系统, 对直播内容的审核依赖人工, 导致违规内容大量传播; 部分平台缺乏数据安全保护技术, 用户个人信息泄露问题频发。

### 5. 数字经济背景下直播电商协同治理的优化路径

#### 5.1. 明确主体责任边界, 凝聚协同治理合力

明确各主体的责任边界是实现协同治理的前提, 需通过完善法律法规、细化责任分工, 推动各主体履行自身职责, 凝聚协同治理合力。一是完善法律法规, 细化主体责任。建议进一步修订《电子商务法》《直播电商监督管理办法》等法律法规, 明确平台、MCN 机构、主播、商家等主体的责任边界, 细化违规行为的认定标准和处罚措施; 二是明确政府监管部门的职责分工, 建立协同监管机制。通过整合市场监管、网信、广电、商务等部门的监管资源, 明确各部门的监管职责, 避免监管真空和重复监管。建立跨部门协同监管平台, 实现各部门之间的信息共享、联合执法, 提升监管效能。三是强化行业协会的自律作用, 提升行业自律水平。建议培育一批具有权威性和影响力的行业协会, 完善行业自律标准, 加强对会员单位的约束。行业协会应开展行业培训、合规指导、案例警示等工作, 提升企业和主播的合规意识和专业素养; 建立行业信用评价体系, 对合规经营的企业和主播进行表彰, 对违规企业和主播进行通报批评、除名等处罚, 形成良好的行业自律氛围。

以抖音电商为例, 其通过明确平台、商家、主播的责任边界, 构建了“平台监管 + 商家自律 + 主播合规”的治理体系。抖音电商制定了《抖音电商社区运营规范》等文件, 明确了各方主体的责任义务,

对违规行为实行分级处罚;建立了商家入驻审核机制、主播资质审核机制,对违规商家和主播进行封禁账号、冻结佣金等处罚;同时,畅通消费者投诉举报渠道,建立消费者权益保护基金,及时处理消费者的投诉举报,有效提升了治理效能[10]。

## 5.2. 健全协同机制,提升治理运行效率

健全协同机制是提升直播电商协同治理效能的关键,需通过完善信息共享机制、利益协调机制、监督约束机制,实现各主体之间的良性互动,提升治理运行效率。一是完善信息共享机制,打破信息壁垒。建议建立统一的直播电商协同治理信息共享平台,整合政府、平台、行业协会、商家等主体的信息资源,实现信息互通共享。平台应主动向政府监管部门和行业协会共享直播数据、交易数据,便于政府开展精准监管和行业协会开展行业研究;政府部门应及时向平台、商家和主播传递监管政策、违规案例等信息,引导其合规经营;行业协会应向企业和主播共享行业标准、自律要求等信息,提升行业合规水平[11]。同时,统一信息共享的标准和口径,实现信息的有效整合和利用。

二是建立健全利益协调机制,平衡各方利益。建议通过协商谈判、利益补偿等方式,平衡政府、平台、商家、主播、消费者之间的利益诉求,化解利益冲突。同时,建立利益冲突化解机制,及时解决各主体之间的利益纠纷,维护协同治理的稳定;三是完善监督约束机制,强化违规惩戒。建议构建“内部监督+外部监督”的全方位监督体系,强化对各主体行为的监督约束。平台应加强内部监督,建立完善的内容审核、交易监管机制,对违规行为进行实时监测和严厉处罚;商家应加强自我约束,规范经营行为,保障商品质量和服务水平;行业协会应加强对会员单位的监督,对违规会员单位进行严格处罚。此外,加大对违规行为的处罚力度,提高违规成本,对严重违规行为实行“终身禁入”制度,形成强大的惩戒威慑。

以与辉同行团队为例,其通过建立完善的协同机制,实现了合规经营与高质量发展。与辉同行构建了内容、选品、质检、服务、售后全流程运营体系,明确了团队、商家、平台的责任分工,实现了各方主体的协同配合;建立了信息共享机制,与平台、商家共享选品信息、质检信息、售后信息,提升运营效率;建立了利益协调机制,平衡团队、商家、消费者的利益,通过严格品控和完善服务,提升消费者体验,实现了“流量”向“留量”的转化[12]。

## 5.3. 强化技术赋能,提升治理智能化水平

技术赋能是提升直播电商协同治理效能的重要支撑,需通过加大技术投入、完善技术应用、统一技术标准,提升治理智能化水平。加大技术投入,提升监管技术水平。政府监管部门应加大对数字化监管技术的投入,搭建统一的数字化监管平台,运用大数据、人工智能、区块链等技术,实现对直播内容、交易行为的实时监测和精准监管;推动平台提升技术治理能力,实现技术赋能全覆盖。主流平台应继续加大技术投入,优化内容审核、数据安全、交易监管等技术体系,提升技术治理效能;同时,带动中小平台提升技术水平,通过技术共享、合作共建等方式,帮助中小平台建立完善的技术治理体系[13]。

统一技术标准,实现协同治理的技术适配。建议由政府部门牵头,联合行业协会、平台企业,制定直播电商治理的技术标准,统一数据格式、审核标准、技术架构等,实现不同主体之间的技术适配。同时,推动区块链、人工智能等新技术在直播电商治理中的深度应用,探索成熟的应用模式,充分发挥技术赋能的作用。

## 6. 结语

直播电商作为数字经济的重要组成部分,已成为驱动消费增长、赋能实体经济的核心引擎,但随着行业规模的快速扩张,虚假宣传、假货泛滥、数据安全等治理难题日益凸显,单一主体的治理模式已难

以适配行业发展需求, 协同治理成为破解困境的关键路径。提升直播电商协同治理效能, 需从三个方面发力: 一是明确主体责任边界, 凝聚协同治理合力; 二是健全协同机制, 提升治理运行效率; 三是强化技术赋能, 提升治理智能化水平; 通过构建多元协同的治理体系, 实现直播电商行业的规范化、高质量发展。

随着数字经济的持续发展, 直播电商行业将迎来新的发展机遇与挑战, 协同治理作为破解行业治理困境的关键路径, 需要政府、平台、行业协会、商家、消费者等各方主体的共同努力。未来, 应不断完善协同治理体系, 提升治理效能, 推动直播电商行业持续健康发展, 为数字经济高质量发展注入新的动力。

## 参考文献

- [1] 市场监管总局发展研究中心等发布直播电商行业发展白皮书: 多方协同治理取得一定成效[EB/OL]. <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/43/2026/2/1770703142379.html>, 2026-02-10.
- [2] 直播电商监督管理办法[Z]. [https://www.gov.cn/gongbao/2026/issue\\_12666/202604/content\\_7065114.html](https://www.gov.cn/gongbao/2026/issue_12666/202604/content_7065114.html), 2025-12-18.
- [3] 周辉, 魏日升. 直播电商治理的现实困境与优化路径[J]. 中国市场监管研究, 2025(10): 25-32.
- [4] 周朴雄, 潘美钰. 图书情报领域数字化转型研究热点演化与趋势——基于 CiteSpace 的可视化分析[J]. 图书馆工作与研究, 2023(12): 65-71.
- [5] 史文强, 孔昭君, 吴珊, 等. 基于 CiteSpace 知识图谱的军民融合研究热点与趋势分析[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2019, 38(4): 76-90.
- [6] 陈悦, 陈超美, 刘则渊, 等. CiteSpace 知识图谱的方法论功能[J]. 科学学研究, 2015, 33(2): 242-253.
- [7] 安晓明. “一带一路”数字经济合作的进展、挑战与应对[J]. 区域经济评论, 2022(4): 123-131.
- [8] 王亮亮. 电子商务安全性初探[J]. 商场现代化, 2006(6): 151.
- [9] 沈仲明, 黄文良, 杨旭东. 基于终端认证的电子商务安全解决方案[J]. 电信科学, 2009, 25(6): 100-103.
- [10] 吕风香. 数字经济时代下产业融合与协同创新对电子商务发展的影响[J]. 商场现代化, 2025(20): 58-60.
- [11] 李晓婷. 数字经济时代电子商务企业营销创新策略探究[J]. 营销界, 2025(19): 73-75.
- [12] 苏婧. 数字经济赋能区域协调发展研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2024.
- [13] 王剑俊. 新时代红色资源数字治理的理论框架与实践路径研究[J]. 内蒙古师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 54(2): 5-11+123.