

# 公共价值视角下的电子商务协同治理之探

李玉冰

贵州大学, 公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年2月23日; 录用日期: 2024年3月14日; 发布日期: 2024年5月8日

## 摘要

电子商务已经成为了便利群众生活、促进产业升级转型的重要引擎。电商的迅猛发展引发了新的治理问题, 各种价值失范问题严重影响了电商行业的健康发展。公共价值是电商发展的合法性基础。为实现电子商务的可持续发展, 本研究首先就电子商务存在的大数据杀熟、隐私数据泄露、追责困难等价值失范问题进行阐释。然后探讨公共价值视角下的电子商务协同治理之路。为促进电商发展, 多元主体必须基于公平、安全、责任的价值共识开展合作, 各司其职打造良好的电子商务发展生态。

## 关键词

公共价值, 电子商务, 协同治理

# An Exploration of Collaborative Governance of E-Commerce from the Perspective of Public Values

Yubing Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 23<sup>rd</sup>, 2024; accepted: Mar. 14<sup>th</sup>, 2024; published: May 8<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

E-commerce has become an important engine for facilitating the life of the masses and promoting industrial upgrading and transformation. The rapid development of e-commerce has triggered new governance problems, and a variety of value failures have seriously affected the healthy development of the e-commerce industry. Public value is the basis of legitimacy for the development of e-commerce. In order to realize the sustainable development of e-commerce, this study first explains the value misconduct problems of e-commerce, such as big data killing, privacy data lea-

kage, and difficulty in pursuing responsibility. Then it explores the road of collaborative governance of e-commerce under the perspective of public value. In order to promote the development of e-commerce, multiple subjects must cooperate based on the value consensus of fairness, security, and responsibility, and each of them should play its own role to create a good e-commerce development ecology.

## Keywords

Public Value, E-Commerce, Collaborative Governance

Copyright © 2024 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

科技改变生活,信息通讯技术的发展改变了传统商务活动过程,催生了新的商业模式,即电子商务。电子商务是数字革命的产物,是利用数字技术进行服务买卖的过程。与传统实体经济相比,电子商务具有不受时空限制、精准性、低成本的特点。买方和卖方能够随时随地通过信息技术进行沟通和交易;大数据精准投放可以为买卖双方节省交易成本,同时数据分析使精准化和高质量的服务成为可能;以数字技术为支撑,商家运营成本明显降低。这些特点促进了电子商务的发展,特别在后疫情时代,推动着全球经济的数字化转型。我国电子商务发展也蒸蒸日上,商务部2022年《中国电子商务报告》显示2022年我国全国电子商务交易额达43.83万亿元,电商从业人数高达6937.18万人[1],新业态的电子商务(如抖音、快手直播卖货)不断崛起,电子商务是激发经济活力、促进灵活就业的强大引擎。

电子商务的迅速发展带来了新的治理难题。大数据杀熟、垄断和不正当竞争、隐私数据泄露、交易欺诈等问题层出不穷,损害了消费者权益,不利于电子商务的良性发展。电子商务涉及交易平台、政府、消费者、商家等多方利益,彼此间形成的关系网络为电子商务的协同治理奠定了基础。多元主体该如何协同治理?传统市场监理论,如市场失灵论、政府失灵论都强调单一功能、手段和方法,无法应对对电子商务发展的复杂情况,落后于实践所需[2]。公共价值理论为电子商务的协同治理提供了新的思考和视角。

公共价值理论来源于治理理论,是对新公共管理理论效率至上的回应。公共价值理论把公共活动看作是创造公共价值的过程,主张回应公众偏好、推行合作治理、应对效率、责任与公平问题[3]。第一,电子商务活动具有“公共性”。电商活动依靠信息通讯技术运作,其中信息通讯基础设施属于公共产品。其次,电子商务不再仅是“一对一”的交易,过程涉及政府、消费者、商家、第三方平台等多个主体。电商平台掌握了大量数据,在数据被称为“石油”的时代,“得数据者得天下”。所以电商平台实际上具有维护市场秩序、保护公众权益的职责,公共性愈加突出[4]。第二,电子商务就是创造公共价值的过程。电子商务的核心是服务,电子商务不论是提供私人服务还是公共服务都极大提高了服务供给效率。同时电子商务促进了物流与配送行业、电子支付与金融等多个行业发展,吸纳了大量劳动力,为社会创造了巨大经济价值。第三,公共价值是电子商务发展的目标,可以引导电子商务良性发展。电子商务的可持续发展不能仅关注经济价值,还要注重社会价值。公共价值理论强调工具理性与价值理性的辩证统一,关注除经济价值之外的其他价值,比如公平、安全等,公共价值所指正是电子商务的建设目标。同

时，公共价值是一种软约束，能够让多元主体将价值内化于心，外化于行，从根本上降低交易成本，提高服务效率和质量。本文从公共价值理论视角出发，梳理电商平台价值失范的表现，探讨基于公共价值的电子商务协同治理之道，助力电子商务的健康发展。

## 2. 电子商务的价值失范表现

电子商务活动就是创造公共价值的过程。电商兴起催生了多个行业发展，在优化产业结构、促进就业、便利公众生活等方面发挥了关键作用，为社会创造了巨大经济价值。电子商务在创造价值的同时也面临价值失范问题。首先电子商务借助信息通讯技术开展商业活动，技术发展日新月异，而相关法律法规具有滞后性，同电商的快速发展不匹配。其次，政府监管效力不足、社会参与监督渠道不畅通。再次，电商行业自律氛围尚未形成、行业间恶性竞争依旧存在。这些原因导致了大数据杀熟、隐私泄露、虚假宣传、伪冒产品等问题屡禁不止，侵犯了消费者权益、扰乱了市场秩序，对整个电子商务生态造成了负面影响。

### 2.1. 大数据杀熟挑战社会公平

大数据杀熟有损社会公平。大数据杀熟曾被一次次推上舆论的风口浪尖，是指经营者对消费者的消费偏好进行收集、分析和挖掘，利用消费者路径依赖和信息不对称，对同一服务进行差别定价，向老顾客收取高于新顾客的售价<sup>[5]</sup>。电商企业对客户的浏览页面、页面停留时间、消费历史等数据进行分析，实现对客户精准“画像”和分类。商家利用消费者路径依赖的心态在价格上实现“千人千面”。加上信息不对称，消费者不易察觉，经营者更是肆无忌惮的进行“杀熟”。大数据杀熟带来了一系列负面影响。首先损害了消费者的知情权。企业掌握了算法和数据，消费者无法知晓个人消费偏好数据用于何种目的也不知道数据处理的逻辑。虽然消费者使用电商平台时页面都会显示用户协议和隐私政策，但协议内容复杂冗长，消费者很难清楚直观地知道个人数据被收集的范围及用途，协议大多成了摆设。大数据杀熟并非根据商品的真实价格，而是根据消费行为的差异，由此产生的价格歧视有违社会公平。最后，大数据杀熟会对企业形象产生不良影响，引发社会质疑，最终影响企业的可持续发展。

### 2.2. 数据泄露与隐私困境

数据是电商平台运行的“血液”，数据本身没有价值，经过收集和挖掘分析才能被激发价值。在消费者数据收集阶段存在过度和违规收集问题。电商为提供个性化和精准化的服务，会广泛收集消费者个人隐私数据，包括但不限于家庭住址、浏览记录、购买记录等。甚至某些平台存在强制收集的情况，比如消费者必须注册某电商平台会员才能消费，个人数据被迫与平台共享。在数据存储阶段存在隐私泄露风险。电商平台需要将大量数据存储在服务中，当服务器存在安全漏洞或遭受黑客攻击时意味着大量隐私数据泄露。消费者个人数据可能被不法分子利用进行传销、欺诈等违法行为，对个人隐私和财产安全构成严重威胁。在数据利用上，存在平台有意泄露消费者数据以谋取不法收益的情况。同时信息通讯技术对数据的分析虽然可以实现服务精准推送但是也对消费者形成了信息茧房。双11购买数据泄露、大众点评数据泄露等电商平台信息泄露问题引发了广泛关注，消费者数据和隐私安全不容忽视。

### 2.3. 责任困境与信任危机

责任问题引发信任危机。首先责任划分困难。电子商务交易过程涉及消费者、平台、商家多个主体，平台作为交易中介，起着提供买卖信息和交易场所的功能，消费者和商家在平台上完成交易过程。通常情况下商家是服务的实际提供者，平台声称提供信息服务，实际交易的达成还牵扯技术企业。当交易纠纷发生时，主体间的责任划分十分困难。纠纷究竟是商家一方导致，还是平台没有履行好监管职责，还

是技术企业的算法漏洞导致，这些问题都增加了追责难度。其二，责任形式难界定。责任形式也是一大难题。各相关方各自要承担多少法律责任？承担何种形式的法律责任？这些问题都缺乏相关法律规定。其三，追责困难。除了多元主体导致的追责困难，电商交易的虚拟性和匿名性也是主要原因。电商产品区别于现实市场中“看得见、摸得着”的产品，产品介绍真假难辨、好坏难分，虚假宣传铺天盖地，假冒伪劣产品更是层出不穷，增加了消费者判断以及监管难度。同时电商交易还有匿名性的特点。尽管当前很多电商平台都要求实名认证，但某些交易依然可以匿名进行，增加了对交易参与者的身份识别和确认的难度。即使发现了违规交易，监管部门也面临管辖不清、取证不便等新的难题[6]。特别是跨境电商不仅具备虚拟性和匿名性，还涉及不同国家和地区的法律制度和司法程序，跨境电商纠纷的追责更是难题。信任是公众参与电商交易的基础，电子商务发展面临的责任问题在一定程度上引发了消费者的信任危机，不利于电子商务的可持续发展。

### 3. 公共价值视角下的电子商务协同治理之探

总的来说，良好的电子商务运行生态还未形成。电子商务的发展不仅是行业内关心的话题，更是整个社会关注的热点，电子商务面临的价值失范问题需要多元主体协同治理，共促电商发展。

#### 3.1. 明确电商发展的价值共识

价值共识是多元主体都予以认同的价值，是协同治理的基础要素，是治理的目标和行为准则，是指引电子商务朝着便利公众生活、促进公平竞争发展的灯塔。电子商务的发展必须重视公平、安全和责任。首先一定要保障公平。公平是市场经济体系的基本原则，是产业稳定运行的保障。电商发展要从技术和行业规则上规避大数据杀熟的发生，保障消费者的合法权益。同时公平的行业秩序能够减少行业垄断和各种不公平竞争，营造良好的发展生态。其次守住安全底线。电商平台汇集了大量个人信息，容易成为不法分子的目标，所以安全问题直接关乎消费者的生命和财产安全。安全的营商环境不仅能增强消费者信任，增加消费频次保证交易稳定，还能吸引更多投资者促进行业发展。最后筑牢责任底线，重塑公众信任。电商平台是交易服务的场所，商家是提供服务的主体，二者都有维护消费者权益的责任，都要承担一定社会责任。负责任是企业打造诚信营商环境、提升公信力、增强社会信任的关键。

#### 3.2. 确保多元主体参与

电子商务的健康发展需要多元主体基于共同的价值目标，相互合作最终实现价值共创。十九大报告提出要打造共建共治共享的社会治理新格局[7]，电子商务的健康发展亦是如此，需要行业自律、社会监督与政府监督三管齐下。电商平台是电商生态的核心，平台必须承担监管责任。平台通过监控质量、披露信息等方式扮演着市场秩序的维护者。平台需加强对入驻商家的审核，严格把控入驻商家的质量。推进商家信息和产品的透明化管理，让消费者更容易了解经营者的信息以及所购商品的基本情况，从而做出更明确的消费决定。由于平台储存了大量数据，为预防数据泄露，平台必须在技术层面建立数据安全保护机制，预防服务器遭受黑客攻击导致的信息泄露。同时，建立健全投诉机制，细化纠纷处理办法，保护消费者和商家的合法权益，营造良好的市场氛围。电商企业是电子商务的重要参与方，是参与市场监管、维护市场秩序的重要角色。电商平台的监管动机来源于提高企业收入。如果市场中存在机会主义行为，企业分配到的平台交易额会减少[8]，因此企业有主动监管市场秩序的意愿。电商企业要避免恶性竞争，履行好自身义务，遵守行业准则，保证服务质量，增强消费者对服务的信任，共同营造公平的竞争环境。

公民是电商服务的接受者，也要积极参与到对电商服务的监管中。企业和政府要引导消费者树立理性的消费理念，增强消费者权益保护意识。增加和畅通消费者意见反馈渠道，平台和商家要重视消费者



投诉并对投诉做出积极反映。虽然随着维权意识的增加消费者拥有了更多话语权，但是消费者同电商平台和企业相比依然处于弱势地位，社会监督的效力有限，所以政府监管发挥核心作用。政府在多元共治中扮演“元治理”的角色，发挥监管和引导作用。歧视定价、恶性竞争、买卖信息、假冒伪劣等市场失灵问题必须由政府介入干预，相关部门要加强监管和执法力度，严格查处平台或商家违法经营行为，维护市场秩序和公平竞争。同时政府也要加强与电商平台的沟通与合作，建立数据和信息共享机制。为助力电商发展，为公众提供更加高效便捷的服务，相关部门要加强电子商务基础设施建设、推动物流配送网络建设等方面的工作。多元主体共同努力有望建成“规范管理、精准巡查、社会共治、协同执法”的电子商务发展生态[9] (见图 1)。

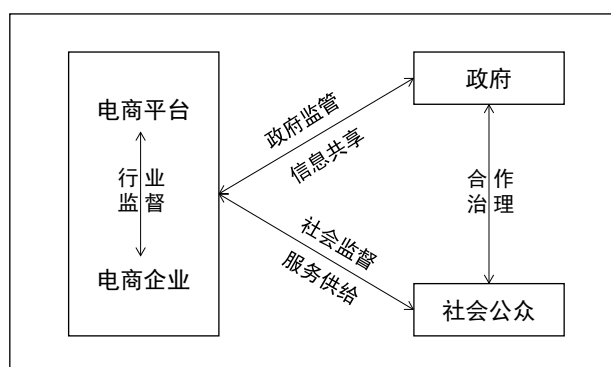


Figure 1. E-commerce development ecology  
图 1. 电子商务发展生态

### 3.3. 完善法律制度，确保程序正义

电商平台的发展离不开法律制度的完善，法律是规范交易行为，维护市场秩序的基石。电子商务的迅速发展带来了新的交易模式，也暴露出了法律的滞后性。我国目前电子商务立法处于多头，各自为政的状态，且专门针对电子商务交易的专业法律较少[10]。相关部门要及时完善信息收集、信息管理、隐私保护等法律法规，就平台、商家及各相关方的责任、义务与权利做出具体规定，减少推诿扯皮的情况，为多元主体履职尽责提供法律依据，进而增强消费者信任。完善行业规范，加大对入驻商家的资格审查，加强对产品销售、产品售后等环节的质量管控，切实保护消费者权益。为防范化解重大风险，有关部门需建立风险防范机制，做好事前、事中、事后的风险防控。另一方面，法律监管必须要平衡好管理与创新的关系。创新是产业发展的源泉，政策制定者要不断调整管理政策，增强政策的灵活性以促进企业创新活力和竞争力。要建立创新机制，鼓励企业在技术研发和人才培养上不断创新，为电子商务发展提供源源不断的创意。

## 4. 小结

数字经济的发展离不开电子商务，电子商务的迅猛发展对社会生产产生了重大影响，成为了经济增长的巨大引擎。科技发展的出发点和落脚点都是人，然而电子商务发展日新月异的同时却面临一系列公共价值失范问题。引起广泛关注的大数据杀熟问题破坏了社会公平，损害了消费者权益，不利于电子商务的可持续发展。电商平台的信息和隐私安全问题日益突出，信息收集、存储和利用都存在信息泄露的风险，对消费者的生命和财产安全构成巨大威胁。责任是现代市场经济的基础，然而参与主体多样化、网络交易的虚拟性、法律规定的模糊性等问题导致了追责困难，有损公众信任。为营造良好的行业发展生态，增强电子商务发展的合法性和公信力，电商发展必须由多元主体基于价值共识展开合作治理。公

平、安全 and 责任是开展合作的价值基础，多元主体在合作的过程中要明确角色定位，各自发挥资源优势参与到治理中。其中政府要始终扮演“元治理”的角色，发挥监管和引导作用。法律是电商发展的制度保障。相关部门要针对当前存在的法律滞后和法律空白采取措施，完善制度基础，保障程序正义，同时平衡好监管和创新的关系，鼓励电商平台积极创新为行业发展注入活力。

## 参考文献

- [1] 商务部电子商务和信息化司. 中国电子商务报告(2022) [M]. 北京: 中国商务出版社, 2023.
- [2] 蓝志勇, 吴件. 电商时代的协同监管理论之探[J]. 中国行政管理, 2021(6): 37-43.
- [3] 何艳玲. “公共价值管理”: 一个新的公共行政学范式[J]. 政治学研究, 2009(6): 62-68.
- [4] 刘权. 网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角[J]. 法学研究, 2020, 42(2): 42-56.
- [5] 邹开亮, 刘佳明. 大数据“杀熟”的法律规制困境与出路——仅从《消费者权益保护法》的角度考量[J]. 价格理论与实践, 2018(8): 47-50.
- [6] 周辉. 微商治理: 平台责任与政府监管[J]. 中国科技论坛, 2016(10): 26-31.
- [7] 人民网. 打造共建共治共享的社会治理格局[EB/OL]. <http://dangjian.people.com.cn/n1/2018/0621/c117092-30070683.html>, 2024-02-20.
- [8] 王勇, 冯骅. 平台经济的双重监管: 私人监管与公共监管[J]. 经济学家, 2017(11): 73-80.
- [9] 柴跃廷. 电子商务监管主要问题、成因及对策建议[J]. 中国市场监管研究, 2017(4): 27-30.
- [10] 王鹤霏. 多元共治视角下电子商务的政府监管问题探析[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2018, 51(3): 105-113+144.