基于生态系统的电商监管模式研究

周德良 徐宏玲

〔摘要〕 对电商加强监管至关重要。电商具有交易场所虚拟化、交易主体和交易活动数字化等特征。这些特征加剧了电商风险，离散化了虚拟社会组织结构，还改变了现实社会的权力版图。针对以往研究的不足，本文基于扎根理论对国内三家典型电商平台进行探索性研究分析，从电商生态系统的视角出发，归纳提炼出由四种可识别的监管行为组合（强制监管、从属监管、平行监管、自主监管）所构成的电商监管模式，并进一步揭示平台企业监管的权力基础、电商监管模式的层次结构、电商监管的全面性及综合性。

〔关键词〕 电商平台；电商监管模式；政府监管；平台企业监管

〔中图分类号〕F724.6 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1000－4769（2021）01－0083－09

在数字化和网络化背景下，中国电商发展探索出了一条“边发展边治理”的特色之路。《中华人民共和国电子商务法》（简称“电商法”）于2019年元旦正式实施，肩负起了“规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展”[①]的重任，也将电商监管推向新的发展阶段。电商法能否像预期那样达成使命，我们尚心存疑虑。主要原因是，电商法的立法质量以及执行效果在很大程度上取决于对电商认识的准确性。电商法将电商定位于“商务新业态”[②]，而没有从“生态系统”（ecosystem）[③]的视角锚定电商的本质，这将不可避免地给电商法带来先天不足。

作为电商的组织载体，电商平台的性质决定了电商的本质。根据产业组织理论，电商平台是由平台企业和双边用户构成的生态系统。如果不从这个层面解读电商并制定与电商法配套的行政法规，电商监管将遇到很多难题，特别是将错过甚至忽略对重大业务及事项的及时监管，使电商法的先天不足传导给电商监管实践，被误扣“当铺式监管”的帽子。基于此，本文在生态系统的前提下展开研究，在该思路上秉承“边发展边治理”的理念，即在对历史和现实的探索中认识电商监管并寻求其未来演进路径。

一、文献回顾

与电商监管相关的文献包括电商治理研究和直接针对监管的研究。对监管而言，治理是上位概念，属于更加形而上的范畴。本研究定位于实证主义导向，因此如下文献回顾的重点聚焦于平台监管的相关研究。在已有研究中，与本研究相关的主题主要包括：一是平台企业作为监管主体的资格及动机；二是政府与平台企业如果都成为电商监管主体，两种监管之间的关系如何。

Boudreau 和 Hagiu 强调，在双边市场中，之所以需要平台企业监管，是因为政府监管的弊端以及价格策略局限性等问题的存在。他们认为，为维护双边市场秩序和实现平台发展，平台企业有动机实施监

〔作者简介〕周德良，西南财经大学工商管理学院博士研究生；
徐宏玲，西南财经大学工商管理学院教授，四川 成都 611130。

管，并且由于平台企业掌握丰富的资源且拥有多种监管工具，因而平台企业有条件实施监管。[④]Evans 从法学和经济学的视角对平台企业监管进行了较为深入的分析，指出平台企业监管是平台及其所构建的双边市场快速健康发展的基础，也是平台企业获取平台价值的重要保障，因而平台企业存在监管动力。[⑤]朱晓娟和李铭从宏观和微观两个角度入手，从社会关联角度分析电商平台社会责任的正当性来源，指出电商平台管控着平台上的卖方用户，其承担企业社会责任具有正当性与合理性。[⑥]

平台企业监管的主要目的是保障自身利益和平台共同体利益，对社会公共利益往往缺乏关注。为克服平台企业监管的不足，还应该引入政府监管。王肃元指出，监管主体的经济人属性是电子商务的现有监管体系中漏洞日益扩大的根源，因此，应将公共主体如政府纳入电商监管体系。[⑦]政府监管的主要目标是促进市场竞争，防范平台及其双边用户的不良行为，增进社会整体福利。那么，这个过程中政府监管与平台企业的监管之间应该如何相互协调？汪旭晖和张其林认为，平台发展初期，平台企业和政府的利益诉求存在显著差异，这使得两者难以开展有效协同与合作，此时的平台监管是一种平行监管模式。在这种监管模式下，平台监管效率低下，其原因在于平台企业监管和政府监管之间存在着诸多矛盾与冲突。当平台发展成熟时，平台企业和政府具有了更多相同的利益诉求，因而合作意愿增强，此时的平台监管是一种从属监管模式。从属监管模式下，平台企业和政府通力合作，监管效率得到提升，买家权益也得到更好保障。[⑧]郭海和李永慧结合动态平衡与结构平衡两种平衡思想以及事前、事中和事后三种监管方式，提出了单一主体动态平衡和双元主体结构平衡两种监管策略，并由此构建了政府与平台的合作监管模式。[⑨]王勇、刘航和冯骅指出，在协同监管模式中，虽然存在政府和平台两个监管主体，但是两者的监管决策相互独立。对于协同监管模式，如果平台企业承担的连带责任较大，政府与平台协同监管下的商品质量将高于任何一种单一监管模式下的商品质量。[⑩]

已有研究对平台企业参与监管的资格及动机基本达成了共识，在政府监管与平台企业监管的关系上也取得了一些进展。但也存在明显不足，其中最主要的是，研究者们在研究过程中没有明确分析单位，导致研究在不同层面之间不断游移，有的还将基于不同分析单位的研究结论相混淆，也因为分析单位不具体，研究结论对电商监管实践的参考价值受到限制。可见，上述不足为后续研究留下了继续研究的空间。本文以监管事项为分析单位，深入探讨政府监管和平台企业监管以及二者间的分工合作关系，试图发现具有理论价值和实践指导意义的结论。

二、研究方法

本文是基于扎根理论的探索性多案例研究，使用多个案例是为了增进研究结论的外部效度。根据研究目的、案例选择规范和研究可行性，本文以阿里巴巴、京东开放平台、苏宁云台为样本案例。

数据收集遵循三角验证原则，从多个信息源收集案例资料，以提高数据的完整性和可靠性。（1）访谈。利用面谈、电话访谈和社交媒体访谈等形式，从 2016 年 4 月开始对 3 家案例企业的 36 位平台管理人员（各 12 位）和 24 位用户（各 8 位）进行访谈，其中平台管理人员的访谈对象主要有阿里巴巴用户体验设计专家、京东某事业部总裁、苏宁易购某大区零售云公司商品经理等。每次访谈时间为 1 – 2 小时，同时做好访谈录音和笔记。主要访谈内容围绕平台规则、管理制度、监管手段、监管难题以及与政府监管的合作关系等问题展开。此外，笔者还对平台用户进行了补充访谈。访谈内容主要涉及用户的商品交易体验以及对平台监管的看法等。每次访谈结束后，访谈人员都会在 24 小时内对访谈录音和笔记进行整理和交叉核对，并将整理好的访谈资料放入后续编码用的数据库中。另外，通过电话、微信、邮件和社交媒体等方式，对相关数据进行澄清和确认。（2）直接参与。为了获取一手数据，作者分别成为三家平台的买方和卖方用户体验平台服务，了解平台及买方用户的诚信信息，并与相关人员沟通平台规则、监管制度和监管标准。（3）文件档案。主要是案例企业官方网站的文件档案，如《阿里巴巴服务条款》和《京东 JD. COM 开放平台总则》，以及案例企业的专业书籍、年度报告、IPO 招股书、会议文件、工作日志和管理流程等内部文件资料。（4）电子数据库及其他网络资料。首先，笔者从 EBSCO、WILEY、SCIENCEDIRECT、CNKI 收集了 124 篇期刊论文和 26 部著作，这些文献较全面地反映了案例企业的监管对策和制度。其次，以“阿里巴巴监管”“京东开放平台监管”“苏宁云台监管”等为关键词在百度搜索、搜狗搜索、网易新闻等网站进行搜索，共获取了 9265 篇新闻资料，经筛选留下 713 篇非重复且体现案例企业监管的新闻资料。第三，从国家市场监督管理总局及各地市场监督

管理局等政府网站下载获取各类公示公告和通报等。上述几个来源形成了 13 万余字的用于后续编码用的数据库。

本研究按照扎根理论，通过开放式编码、主轴编码与选择性编码挖掘资料范畴，识别范畴性质及范畴之间的关系。为了最大限度地保证数据分析过程的系统性和科学性，本文使用定性研究软件 Nvivo11.0 辅助完成数据编码工作。与此同时，本研究严格遵循以下数据分析策略：（1）成立编码小组，由本文两位作者和三位博士研究生组成，对案例资料进行仔细研读，不断发现并理清案例资料之间的联系和脉络。（2）建立编码数据库，以方便记录案例资料编码结果及修改过程。（3）在编码过程中如果出现新概念或新范畴，则需要对已经编码的结果进行比较，以确定是否需要修正，这一步骤贯穿于案例资料编码全过程。

三、数据编码与分析

（一）开放式编码

开放式编码是对收集到的资料进行解析、提炼并将其概念化和范畴化的过程，也是使发散的资料串联和收敛的过程。[11]在编码中，要求研究者能够对在数据中识别任何可能的理论保持开放。[12]为此，围绕电商监管这一主题，对收集到的案例资料逐句阅读，并基于资料事实贴标签，加以概念化。在贴标签阶段，力求最大限度地忠于案例资料的原始数据，降低研究者个人的选择性知觉影响，使每个标签都可以反映一个相对独立的监管事项（例如，对网购商品的监督检查、对平台卖家不正当竞争行为的行政处罚等）。随后将标签进一步提炼，归纳出“监督检查”“行政处罚”等初始概念。最终，通过开放式编码，共得到 307 个标签，总结出 25 个概念；然后在监管事项层面上对这些零散概念加以筛选并做进一步分析、比较、归类并范畴化，最终形成 12 个初始范畴，如表 1 所示：

表 1　开放式编码示例[13]

原始资料示例	初始概念	初始范畴
2010 年工商总局公布实施《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》。 电子商务经营者从事经营活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。	a1 规章制定 a2 行政许可	AA1 事前监管
2017 年“双十一”前，陕西省工商局对京东等平台及电商销售的小家电、童装童鞋、奶瓶奶嘴、儿童玩具商品进行质量抽检。	a3 监督检查	AA2 事中监管
……	……	……
2015 年底，阿里巴巴与质检总局“国家认监委信息中心”合作，建立“云桥”数据互通机制。	a12 信息共享	AA7 资源共享
要把明确市场主体责任与监管部门职责有机结合。 2019 年 9 月 26 日，苏宁易购与南宁市市场监管局签署备忘录……为电商领域政企协作树立典范，促进电子商务持续健康发展。	a13 职责明确 a14 工作协调	AA8 分工协作
……	……	……
阿里巴巴建立了实时透明化的信用评价体系，涵盖了发货时间、物流效率、产品品质等各个维度的考评。 京东开放平台通过严格的店铺评分打击卖家的违规行为。	a22 信用评价 a23 店铺评分	AA11 声誉机制
阿里巴巴还建立了商盟制度，包括区域商盟和行业商盟。商盟的存在增强了违规行为的制裁力度，成为治理“柠檬问题”的重要机制。 苏宁云台倡导开放、透明、分享、责任、法制的商业文明，保障苏宁预售用户合法权益，维护正常运营秩序。	a24 建立自治规范 a25 创建自治文化	AA12 引导用户自治

（二）主轴编码

主轴编码着重于构建类别之间的关系，是在开放式编码的基础上，使用开放式编码得到的初始概念和初始范畴，依据其向度和属性，比较异同，将类别关联的范畴凝练汇总，形成主范畴。比如，在电商监管中，包括事前监管、事中监管、事后监管三个初始范畴，其类别关联，属性相同，共同指向强制监管，因此由强制监管作为统驭三者的主范畴。基于同样的方法步骤，最终确定 4 个主范畴，其主范畴、

初始范畴和范畴内涵如表 2 所示：

表 2　主轴编码产生的主范畴

主范畴	初始范畴	范畴内涵
A1 强制监管	AA1 事前监管	事前监管主要表现为规章制定和行政许可等
	AA2 事中监管	规范网络交易市场秩序，加强网络交易市场监管
	AA3 事后监管	实现网络交易事后监管，主要体现为事后调查、行政处罚等
A2 从属监管	AA4 约束平台企业权力	政府机关加强对平台企业权力运行的监督和制约
	AA5 配合监管	平台企业配合政府监管工作，规范市场主体及其交易行为
A3 平行监管	AA6 行政约谈与行政指导	工商局等部门对平台企业进行行政约谈与行政指导
	AA7 资源共享	政府部门和平台企业通过信息资源共享，规范用户行为
	AA8 分工协作	政府部门和平台企业建立职责明确、工作协调的分工协作机制
A4 自主监管	AA9 平台规则	制定并实施平台规则，如审查规则、行业规范、处罚规则等
	AA10 信任	平台企业通过改善信任环境和建立交易信任来约束用户行为
	AA11 声誉机制	平台企业通过信用评价和店铺评分来约束用户行为
	AA12 引导用户自治	平台企业通过建立自治规范和创建自治文化等来引导用户行为

（三）选择性编码

选择性编码是指在主范畴中挖掘核心范畴，并揭示核心范畴与主范畴之间以及主范畴之间的关系。它既是对初始范畴和主范畴的继续分析和集中，也是对其中逻辑关系的进一步梳理，更是对研究目的是否得到实现的验证。前述编码得到的主范畴为强制监管、从属监管、平行监管、自主监管，我们认为这四类监管构成了电商监管模式，因此，“电商监管模式”就是本文选择性编码的结果，这一核心范畴也紧扣本文的研究目的。

通过前述数据分析，得到了如图 1 所示的理论框架。下一节将详细阐述该图的具体含义。

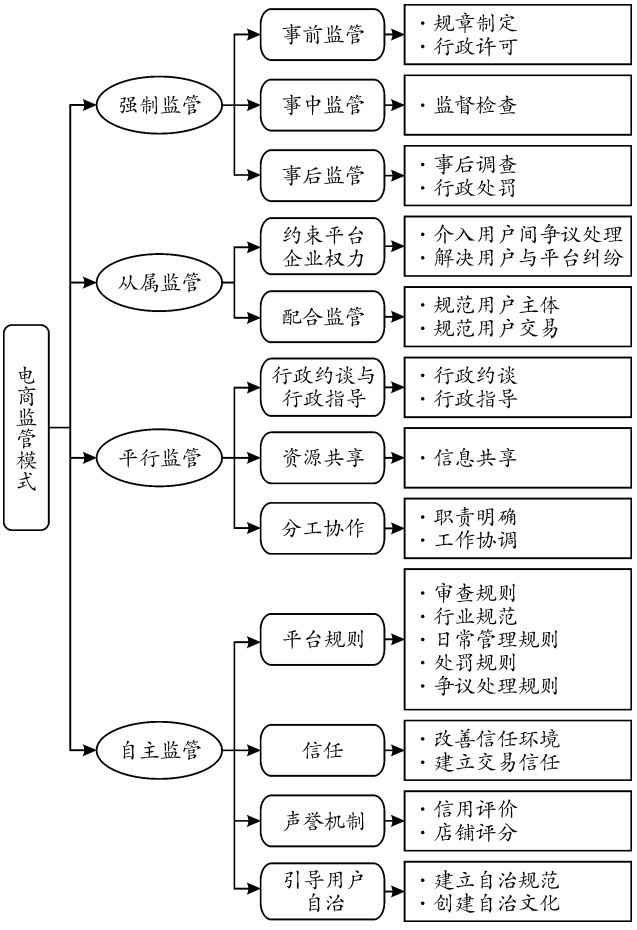


图 1　电商监管模式框架图

四、研究发现

根据前述编码结果，电商监管模式包括四种政府与平台企业的监管组合，即强制监管、从属监管、平行监管和自主监管。每种组合分别具有不同特征与实现机制。

（一）强制监管

强制监管是由政府实施的单一主体监管。相较于平台企业，政府对电商平台履行监管职责时依托的是公权力，因而这种监管具有显著的强制性。可见，强制监管带有明显的行政管理特征，以政府直接参与和行政命令为主。在强制监管上，政府使用公权力执行相关法律法规和维护平台秩序。

政府实施的强制监管，主要是在事前、事中和事后三阶段监管双边用户行为。（1）事前监管。一是规章制定，即政府根据法律制定双边市场交易的规章。如 2010 年工商总局颁布实施《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》。二是行政许可，即政府根据自然人、法人或者其他组织的申请，审查并准许其从事电商交易活动。如核验平台上经营主体的身份真伪，是否具有相应的行政许可，已成为电商监管中最基础的工作。[14]（2）事中监管，即政府对平台上各类主体遵守法律法规的情况实施监督检查。当前，各级质监部门已开始将产品质量监督抽查领域扩展到电子商务产品，加强产品质量监督，保护消费者权益。[15]如 2017 年“双十一”前，陕西省工

商局对京东等网络交易平台销售的小家电、童装童鞋、奶瓶奶嘴、儿童玩具等进行质量抽检。（3）事后监管。一是事后调查，即对网络交易违法行为进行调查取证。如汕头市潮阳区工商局在接到消费者举报后，对广东省某实业有限公司在天猫商城涉嫌虚假宣传进行调查。二是行政处罚，即对电商交易中损害对方利益或扰乱双边市场秩序的行为给予惩戒。如上海市金山区市场监管局责令当事人改正违法行为并做出行政处罚。基于以上分析，提出关于强制监管的命题。

命题 1：电商交易中某些监管事项由政府实施强制监管，强制监管是一元监管，具有明显的行政特征；政府通过直接参与或行政命令等形式对电商实施事前、事中和事后监管，规范和约束双边用户的行为。

（二）从属监管

从属监管是二元监管组合，监管主体既包括政府，也包括平台企业。在从属监管中，政府将相关的监管职责赋予平台企业，但政府与平台企业之间的地位不平等，形成“命令 – 服从”关系，平台企业监管从属于政府监管。一方面，政府对平台企业享有监督权力，对平台企业监管中存在的不当甚至违法行为予以更改或撤销。另一方面，平台企业承担执行和传递政府监管政策和决定的责任，在政府与平台企业之间还形成一种决策与执行关系，平台企业的监管归因于政府监管，因而其行为后果也由行政监管部门承担。

从属模式下，政府更为注重对平台企业的公共管理职责和权能的监督与约束，而平台企业负有配合政府监管的义务。（1）约束平台企业权力。平台企业出于资源竞争的需要进行自我规制，从而衍生出了新的权力[16]，这种权力受到政府权力的约束。一是介入用户间争议的处理，即行政监管部门介入和干预双边用户之间的争议处理过程。如淘宝对争议做出处理并通知支付宝公司支付争议款项后，买家或（和）卖家对淘宝的处理有异议的，可提起仲裁或诉讼。二是解决用户与平台纠纷，即行政监管部门依据法律和行政法规解决用户和平台企业之间的纠纷。如在用户使用京东平台服务过程中产生的任何争议，协议方应协商解决，协商不成时，任何一方有权将争议提起仲裁或诉讼解决。（2）配合监管，即平台企业配合政府监管工作，共同规范市场主体及其行为。一是规范用户主体的市场准入和退出秩序。如商家在设置苏宁云台账号、店铺名称及二级域名时应遵守国家法律法规，不得包含违法信息。二是规范双边市场交易秩序。如商家在阿里巴巴发布商品信息时填写的所有价格，均应严格遵守法律规定、遵循市场规律，确保可以提供所有价格的合法依据或可供比较的出处，商家不得虚构原价，不得虚假促销。基于上述分析，提出关于从属监管的命题。

命题 2：电商交易中某些监管事项由政府和平台企业联合实施从属监管，从属监管是二元监管组合。从属监管中，政府与平台企业之间是一种“命令 – 服从”关系。政府负有强化平台企业权力运行监督和制约的责任，而平台企业负有配合政府监管的义务。

（三）平行监管

平行监管也是一种合作共治的二元监管组合。它强调监管主体间的行为平等与合作，通过监管主体的资源共享和利益协调等方式来实现共同监管。在平行监管中，政府与平台企业是一种“指导与咨询”关系，即政府对平台企业享有指导权和监督权，但没有直接命令、指挥权。而平台企业则向监管部门咨询相关信息。政府与平台企业不仅仅是“参与者”，更是“决定者”，都需要为问题的解决做出实际贡献，并对决策结果负责。

在电商监管实践中，平行监管主要通过行政约谈与行政指导、资源共享和分工协作来实现共同监管。（1）政府部门通过行政约谈与行政指导，促进行业自律，维护良好市场秩序。如 2018 年 10 月 30 日下午，国家市场监管总局召开学习贯彻《电子商务法》、规范网络集中促销活动行政指导座谈会，召集苏宁易购等 13 家网络经营企业，听取加强网络市场监管的意见建议，研讨部署规范网络经营和集中促销活动。（2）资源共享。一是政府依法开放公共信息，建立健全行政处罚信息公开制度。二是平台企业向政府汇集实时数据，提供证据支持。如 2015 年 3 月 2 日，阿里巴巴宣布推出国内首个面向政府开放的大数据产品——阿里经济云图，为政府实现互联网经济分析与决策提供支持。（3）分工协作。一是职责明确。电商平台安全保障义务的提出，与平台由纯粹的中间人变成交易的管理者以及合作治理模式下政府向平台转移监管职责密切相关。[17]对于违法犯罪行为，在法定职责范围内，政府必须敢于负责，积极作为，而平台企业则要落实主体责任和履行法定义务。如浙江省商务研究院院长张汉东说：

“阿里巴巴本身所从事的业务就极具创新性，给监管部门的监管职责和监管范围带来了不小的挑战，而政府在与企业互相学习、互相依靠的过程中，也需要培养从管理企业到服务企业的能力”。二是工作协调，即监管部门与平台企业在监管与执法、消费维权、知识产权保护等方面的协作和监管力量整合，相互提供支持。如江苏省工商局分别与京东集团等国内大型电商平台签署战略协作备忘录，创新了政企协同的工作机制。基于上述分析，提出关于平行监管的命题。

命题3：电商交易中某些监管事项由政府和平台企业合作实施平行监管，平行监管是二元监管组合。这种组合强调政府与平台企业的监管行为平等与合作，主要通过行政约谈与行政指导、资源共享和分工协作来实现。

（四）自主监管

自主监管是由平台企业实施的单一主体监管。平台企业通过对双边用户行为进行规范、引导和约束，维护平台秩序，提升平台的安全性、便利性和竞争力。自主监管范围、力度等是平台企业自愿、自主抉择的结果，取决于平台战略和自治能力。只要合法，行政监管部门不会干涉平台的自主监管。

在自主监管中，平台企业主要利用平台规则、信任、声誉机制以及引导用户自治等方式进行平台监管。（1）平台规则。在平台上，企业、消费者、供应商等按照平台规则进行互动或交易。[18]一是审查规则，即平台企业对双边用户进行审查和登记的规则。如苏宁云台要求商家符合其招商所要求的资质，并对所提供的资质材料的真实性和有效性负责。二是行业规范，即平台企业制定、实施行业标准。如天猫制定了《天猫家用电器行业标准》，规定在天猫销售的家用电器类产品所应遵循的基本标准。三是日常管理规则，主要包括价格管理、产品抽检、退换货管理和缺货管理等方面的规则。如阿里巴巴不定期地对用户在“阿里巴巴中国”上发布的产品发起抽检。四是处罚规则，主要包括罚金、名誉惩罚、开除会员资格、搜索降权、搜索屏蔽、强制下架等。如一旦认定买家存在恶意评价行为，京东开放平台会对消费者实施屏蔽、删除和账号监管等方面的处罚。五是争议处理规则，指平台企业对平台内部事务进行调解或仲裁的规则。如任何一方无正当理由，未按规定提供凭证的，苏宁云台有权按照实际收集到的凭证进行仲裁。（2）信任。电商具有交易主体虚拟化和交易活动数字化等特征，信任是用户之间网上交易的基石。一是改善信任环境，如阿里巴巴激励双边用户守信行为，形成了对双边用户交易行为更为有效的约束，从而促进双边用户在线交易信任环境的改善。二是建立交易信任，京东集团裴健博士曾表示，“说到信任，我们希望客户能够信任我们的企业，能够信任我们的商业价值，也信任我们的服务。我们京东致力建立一个平台，将用户、供应商、品牌商联结到这个平台上。这个平台本质就是一个信任中心，一个价值中心，能够覆盖价值链中更多的环节。”（3）声誉机制。平台企业是电商声誉管理主体。平台企业记录并展示信用评价与店铺评分，激励或约束用户行为。一是信用评价。阿里巴巴卖家信用评价能够在很大程度上约束卖家行为，促进互利共存的电商生态系统的建立。二是店铺评分。如苏宁云台店铺动态评分给每个卖家的机会都一样，只会将最近6个月的评分展示给买家，让卖家提高店铺的综合品质。（4）引导用户自治。一是建立自治规范。如在京东平台上购买第三方卖家出售的大家具商品，产生的相关售后与服务问题，京东鼓励买卖双方协商解决。二是创建自治文化。平台企业通过自治文化建设，使用户自觉维护平台秩序。如阿里巴巴组建淘宝论坛、创办淘宝大学、编撰开店教程，积极向用户传达信息时代的新商业文明。基于上述分析，提出关于自主监管的命题。

命题4：电商交易中某些监管事项由平台企业实施自主监管；自主监管也是一元监管，具有内部管理特征；平台企业利用平台规则、信任、声誉机制以及引导用户自治对电商交易进行约束和管理，维护平台内部秩序，提高平台竞争力。

五、进一步讨论

基于文献梳理和对案例资料的扎根分析，本文构建了电商监管模式的理论模型，归纳提炼出四种可识别的电商监管组合，上述研究发现，有如下几个关键问题值得进一步讨论。

（一）平台企业监管及其权力基础

诺思悖论（North Paradox）[19]指出，行政监管部门在公共利益与自身利益之间面临两难选择，最终导致政府监管政策供给不足和供给过剩并存。这种供给需求结构性不对称问题主要表现在如下几个方面：首先，公众诉求与监管部门回应的结构性错配。中国电商走的是边发展边治理的道路，产品质量安全诉

求增加与监管不足之间的矛盾十分普遍，最为突出的就是买家求偿权的保障得不到有效保护。其次，交易创新与秩序维持的结构性错配。对电商平台，政府监管既要维护其交易秩序的稳定，又希望不妨碍其创新和健康发展。政府监管制度实际上是监管主体与创新主体之间的动态博弈过程。在此过程中，政府面临“鼓励创新”与“维持秩序”相互矛盾的双重压力。从制度变迁的角度看，交易创新与秩序维持在长期内存在明显的周期性变化和不匹配。最后，跨地域交易与属地管辖的结构性错配。电子商务交易效率高、对象虚拟化、地域跨度大。双边用户以网络为交易平台进行各项商务活动，网络虚拟空间突破了现实空间的疆界限制。这种交易特性，使得监管部门难以确定电子商务活动发生的具体地点和确切范围，更不用说准确将其对应到某一特定的司法管辖区域。因此，具有技术和数据优势的平台企业监管必然成为政府监管的延伸和补充。

平台企业向双边用户提供汇聚、配对、互补和信用等标准化的准公共服务，构筑电商生态系统。双边用户在消费准公共服务过程中频繁互动和交易，与平台建立情感上的眷恋和依赖关系，因此，电商生态系统更像是虚拟社会。由于特殊的成本结构，平台企业对所提供的准公共服务很难收费，免费成为通行的定价惯例。平台企业必须运用复杂的商业模式来获取收益，这使其与用户的关系也变得特殊——无论是卖方还是买方用户，在入驻平台时就要与平台企业订立格式合同。格式合同虽然是单个用户与平台企业签订的，但通过平台企业的汇聚、配对等准公共服务的连接，格式合同里有关用户权利义务的条款就很自然地演变成为所有用户共同遵守的契约——平台用户之间的契约，类似于卢梭（J. J. Rousseau）的社会契约，本文称之为“虚拟社会契约”。在现实社会里，人们通过约定让渡自然权利给政府，是为了获取政府提供的公共服务，并使自己的权利受到更好的保护。同样，为了获取免费准公共服务，双边用户也需将部分权利让渡给平台企业，并接受平台企业的监管——这也是电商监管模式中平台自主监管的基础。综上，平台企业与双边用户之间通过“虚拟社会契约”建立了服务与被服务、监管与被监管的关系，“虚拟社会契约”成为平台企业监管的重要权力基础。“正如自然赋予了每个人以支配自己的各部分肢体的绝对权力一样，社会公约也赋予了政治体以支配它的各个成员的绝对权力”。[20]依同理，“虚拟社会契约”也赋予了平台企业对其成员的影响力和支配力，即虚拟社会权力。从权力的外部规定性看，虚拟社会权力相对于国家，具有私人性；但从权力的内部规定性看，虚拟社会权力相对于其成员，又具有公共性。虚拟社会权力不同于公权力，这是因为公权力维护的是社会整体利益，而虚拟社会权力维护的是电商生态系统的集体利益，即平台企业与双边用户的共同利益。

（二）电商监管模式的层次结构

从宏观层面考察，电商监管模式展示出政府与平台企业二元主体的特征，这在以往的研究中已得到证实并反复强调。通过将分析单位细化到监管事项，本文发现了由强制监管、从属监管、平行监管、自主监管四种可识别的监管行为组合构成的电商监管模式。这四种监管行为的差别主要体现在监管主体及之间关系、监管目标、监管权力基础这些维度上，如表 3 所示。

表 3　电商监管模式及主要维度

		强制监管	从属监管	平行监管	自主监管
监管主体	政府	√	√	√	
	平台企业		√	√	√
监管主体间关系			命令—服从	指导—咨询	
监管目标	公共利益	√	√	√	
	集体利益		√	√	√
权力基础	公权力	最大	较大	较小	最小
	虚拟社会权力	最小	较小	较大	最大

如果使用这几个维度加以分析，我们还能发现强制监管、从属监管、平行监管和自主监管之间的层次关系，或者说电商监管模式内部呈现一种清晰的层次结构，如图 2 所示。图 2 中间是一个圆形，表示强制监管。圆形外面是三个同心圆环，从内向外依次代表从属监管、平行监管和自主监管。此外，还有三只从圆心出发的箭头，分别表示监管权力、监管目标和监管主体。需要说明的是，每个箭头表示的都是两个变量间的组合，而不只是一个变量。以监管权力为例，箭头末端（与圆心重合）表示公权力发挥作用最大，虚拟社会权力发挥作用最小（可认为是零）。沿着箭头指向，公权力的作用减弱，至箭头顶端为零，而虚拟社会权力发挥的作用逐步加强，在箭头顶端达到最大。在箭头的中间，则是公权力与虚拟社会权力共同发挥作用。

使用电商监管模式层次结构，结合表 3 和图 2 可对前述得到的四个命题重新诠释。第一，强制监管行为由政府执行，依据的公权力最大，监管目标是维护和提升公共利益。第二，从属监管由政府与平台企业共同完成，监管权基础包括公共权力和虚拟社会权力，监管目标既包括提高公共利益，也包括提升电商生态系统的集体目标。第三，平行监管与从属监管有相似之处，不同的是在实施从属监管时，政府与平台企业间是“命令与服从”关系，而在执行平行监管时，二元主体间是“指导与咨询”关系。第四，自主监管由平台企业实施，主要依据的是虚拟社会权力，监管目标是增进电商生态系统的集体利益。

电商监管模式层次结构也表明了政府与平台企业之间的分工合作。一方面，政府利用平台企业监管的优势可以有效缓解其监管困境。通过完善政策法规、合理定位平台企业在平台监管中的角色和功能，坚持有限管制和间接管制原则，减少直接干预，鼓励和支持平台企业参与平台监管，政府还可以缓解回应的被动性和属地监管资源不足等诸多问题。在这一进程中，政府监管也能更好实现鼓励创新与维持秩序平衡。另一方面，政府对平台企业监管进行一定程度的干预，可以促使平台企业正确理解和处理自身利益与集体利益的关系，从而有助于解决和控制平台企业监管的不足。

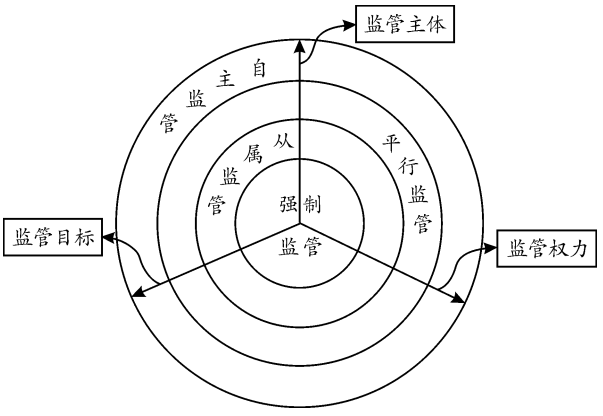


图 2　电商监管模式层次结构

（三）政府对电商监管的全面性与综合性

与单边市场监管的显著区别是，政府对电商生态系统实施的是全面监管，因而也是综合监管，主要体现在三个方面。

首先，从对象看，政府监管既包括对平台企业的监管，也包括对双边用户的监管。政府监管平台企业及其卖方用户不言自明，需要说明的是对买方用户的监管。电商这种新型双边市场存在显著的交叉网络外部性。一方面，随着入驻电商平台的卖方数量的增加，买方接入该平台的意愿会提高，反之，接入平台的买方数量的增加也会提升卖方入驻该平台的意愿。在电商平台上，某一边用户规模的变动，能导致另一边用户数量按相同方向变动。双边用户的数量就会像“滚雪球”一样，不仅越滚越大，还越滚越快，这就是电商平台正的交叉网络外部性。另一方面，在电商生态系统成长阶段，如何快速达到用户的“引爆”规模成为平台企业的首要目标。但片面追求用户规模增长也会使用户良莠不齐，出现用户行为不端问题，引发负的交叉网络外部性。在案例数据中，我们也看到，电商平台上的恶意差评、恶意退款不退货、群体恶拍、恶意投诉与“知识产权流氓”等行为也已引起监管关注并受到了约束。

其次，从交易过程看，政府对电商实施全交易链的综合监管。电商交易链包括搜寻配对、付款交割、仓储物流等众多环节。其中有的在线上进行，有的需要在线下完成。根据案例数据，电商的线上与线下商务活动都已纳入政府监管范围。我们同时还注意到，电商法确定了“平等对待线上线下商务活动”[20]的原则。这一原则的含义，既包括对线上交易与线下交易的平等监管，还包括对线上交易的线下商务活动的严格监管，以避免此类商务活动沦为监管盲区，成为电商健康发展的隐患。对电商全交易链监管涉及税收、劳动用工、安全生产、环保等很多职能部门，其综合性极强。

第三，从对具体电商业务边界的规制看，政府对电商实施的是全面的综合监管。电商生态系统存在较强的网络外部性、规模收益递增等客观经济规律，为很多新技术和新业务提供了广泛并富有吸引力的应用场景。在赢者通吃这一市场规则的作用下，如果监管者缺位，大型电商平台会利用其技术和数据优势跨界经营。跨界使其能够进入新市场、开展新业务、增添新的增长点和竞争力。阿里和腾讯都成功跨入金融服务业，成为众多企业的标杆。但这种暗度陈仓式的跨界，很容易酿成重大社会问题。如在跨界浪潮中诞生的互联网金融，就曾引发多起局部性金融风险爆发，成为金融监管的难点和痛点。除金融外，电商平台跨界的潜在对象还包括信息、文化、传媒等，因此对电商业务边界的监管会涉及政府众多职能部门，具有很强的全面性与综合性。

六、结语

本文将电商锚定为生态系统，使用扎根方法，以监管事项为分析单位，对阿里巴巴、京东开放平台、苏宁云台三个案例进行了探索性研究，提炼出由强制监管、从属监管、平行监管、自主监管构成的电商监管模式。勾勒出电商监管中政府与平台企业之间的分工与合作关系，阐述了电商监管的全面性和综合性。由于将分析单位确定为监管事项，本研究除证实了以往研究所提出的从属监管和平行监管两种监管行为组合外，还提出了强制监管与自主监管两种监管行为，并在理论上探究平台企业监管权来源的基础上，构建了电商监管模式的层次结构模型。这是本文的理论价值所在。本文的实践意义在于，充分认识平台企业在电商发展中的重要作用，明确赋予其监管责任和权利；“将政府监管建在平台上”，加强政府与平台企业间的监管合作；加强监管队伍建设，在各职能部门间建立信息共享机制，形成对电商进行全面综合监管的制度环境。

本文的不足在于，虽然监管事项被确定为分析单位，并得出了四种具体的监管行为，但是每种监管行为适用于哪些监管事项，本文并没有深入探讨。从研究过程看，尽管本文在案例选择、数据收集与编码中力求做到准确和严谨，但主范畴及其所包含的细分概念，其普遍意义仍有待检验。上述既是本文的不足，也是后续研究努力的方向。

---

① 参见《中华人民共和国电子商务法》第一条。

② 参见《中华人民共和国电子商务法》第三条。

③ Thomas，L. D. W.，Autio，E. and Gann，D. M.，*Architectural Leverage*：*Putting Platforms in Context*，The Academy of Management Perspectives，vol. 28，no. 2，2014，pp. 198 - 219.

④ Boudreau，K. J. and Hagiu，A.，*Platform Rules*：*Multi - Sided Platforms as Regulators*，Harvard Business School Working Papers，2008，pp. 163 - 191.

⑤ Evans，D. S.，*Governing Bad Behavior by Users of Multi - Sided Platforms*，Berkeley Technology Law Journal，vol. 27，2012，pp. 1201 - 1250.

⑥ 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》，《社会科学研究》2020 年第 1 期。

⑦ 王肃元：《电子商务监管体系中的公共主体作用》，《中国流通经济》2014 年第 9 期。

⑧ 汪旭晖、张其林：《平台型网络市场“平台 - 政府”双元管理范式研究——基于阿里巴巴集团的案例分析》，《中国工业经济》2015 年第 3 期。

⑨ 郭海、李永慧：《数字经济背景下政府与平台的合作监管模式研究》，《中国行政管理》2019 年第 10 期。

⑩ 王勇、刘航、冯骅：《平台市场的公共监管、私人监管与协同监管：一个对比研究》，《经济研究》2020 年第 3 期。

⑪ Anselm Strauss，Juliet Corbin：《质性研究概论》，徐宗国译，台北：巨流出版社，1997 年，第 69 - 84 页。

⑫〔英〕凯西·卡麦兹：《建构扎根理论：质性研究实践指南》，边国英译，重庆：重庆大学出版社，2009 年，第 61 页。

⑬ 因篇幅所限，这里不再展示贴标签的具体过程。

⑭ 陈磊、杜东为：《从一起伪造营业执照骗取平台开店案看电商平台的“核”“验”义务》，《市场监督管理》2019 年第 4 期。

⑮ 何云福：《试析电子商务产品质量监督抽查新模式》，《中国质量技术监督》2014 年第 7 期。

⑯ 肖梦黎：《平台型企业的权力生成与规制选择研究》，《河北法学》2020 年第 10 期。

⑰ 周樨平：《电子商务平台的安全保障义务及其法律责任》，《学术研究》2019 年第 6 期。

⑱ 崔晓明、姚凯、胡君辰：《交易成本、网络价值与平台创新——基于 38 个平台实践案例的质性分析》，《研究与发展管理》2014 年第 3 期。

⑲〔美〕道格拉斯·C·诺思：《经济史中的结构与变迁》，陈郁、罗华平等译，上海：上海人民出版社，1994 年，第 24 - 25 页。

⑳〔法〕卢梭：《社会契约论》，何兆武译，北京：商务印书馆，2003 年，第 37 页。

㉑ 参见《中华人民共和国电子商务法》第四条。

（责任编辑：陈　果）