

电商平台治理评价影响因素的实证研究

王艺霖

上海政法学院, 上海

收稿日期: 2022年12月18日; 录用日期: 2023年1月12日; 发布日期: 2023年1月19日

摘要

电商平台经济是21世纪飞速发展、具有典型影响力的经济形态。但随着电商平台的不断壮大, 电商平台治理备受争议。进行实证研究, 基于文献回顾, 总结出电商平台治理的影响因素, 通过问卷调查建立模型进行检验。总体而言, 电商平台自身的交易规则制定程序与内部纠纷解决机制建设对电商平台治理的满意度影响最大; 在平台外部因素中, 行政监管比司法判决对电商平台治理满意度影响更大。今后应更加注重电商平台内部治理, 以提高电商平台治理满意度。

关键词

电商平台, 平台治理, 影响因素, 实证研究

Empirical Study on the Factors Affecting the Evaluation of E-Commerce Platform Governance

Yilin Wang

Shanghai University of Political Science and Law, Shanghai

Received: Dec. 18th, 2022; accepted: Jan. 12th, 2023; published: Jan. 19th, 2023

Abstract

E-commerce platform economy is an economic form with rapid development and typical influence in the 21st century. However, with the continuous growth of e-commerce platforms, e-commerce platform governance is controversial. Carry out empirical research, summarize the influencing factors of e-commerce platform governance based on literature review, and establish a model to test through questionnaire survey. In general, the e-commerce platform's own transaction rule making procedure and internal dispute resolution mechanism construction have the greatest im-

pact on the satisfaction of e-commerce platform governance; among the external factors of the platform, administrative supervision has a greater impact on the satisfaction of e-commerce platform governance than judicial decisions. In the future, more attention should be paid to the internal governance of e-commerce platforms to improve the governance satisfaction of e-commerce platforms.

Keywords

E-Commerce Platform, Platform Governance, Influencing Factors, Empirical Research

Copyright © 2023 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

互联网经济的飞速发展，带来了经济、社会、生活方方面面的变革，大数据、云计算等技术催生了涵盖生产生活每个角落的网络平台的出现与发展。中国共产党第二十次全国代表大会上，习近平总书记指出，当前我国互联网上网人数达十亿三千万人。经过二十年发展积累下中国规模巨大的网民数量，与互联网市场下诞生的网络平台结合，促成了所谓“平台革命”的平台经济的突飞猛进。而其中，网购平台即电子商务平台的兴起最具代表性。

2022年8月，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第50次《中国互联网络发展状况统计报告》。报告指出，截至2022年6月，我国网络购物用户规模已达8.41亿，占网民整体的80%。电子商务平台凭借价格低廉、服务公开、方式快捷等优势，成为中国特色社会主义市场经济下驱动消费的重要支撑[1]。然而，随着用户人数不断增多、网络交易纠纷的增多，流量涌入、资本不断扩大和资源重新分配，平台也逐渐发展成为庞然大物，由最初的提供交易信息与服务的中介发展成为主导交易行为甚至是创造行业规则的主体。人们对于电子商务平台的管理的指责与质疑也不断增多，所产生的社会治理的问题亟待解决。

未毕业和已毕业的大学生是获得社会新观念、使用新产品的前沿群体，是具有开拓性的发展和服务的主力军，是促进社会发展、推动国家历久弥新的关键力量。本文通过对电子商务平台治理领域的理论研究，以及对各地区的大学生做问卷调查结果进行实证研究，探讨公众对电商平台治理的满意度究竟如何，影响满意度高低的因素又有哪些。这对于客观评价目前我国电商平台建设现状，进而总结经验教训，促进电商平台治理水平以及公权力机关对电商平台监管水平的提高都有着十分重大的作用。

2. 文献回顾

2.1. 电商平台治理面临的挑战

电子商务平台并不存在一个获得一致认可的权威定义，但学界公认的基本内涵却是大致相同的，即通过互联网技术供交易双方或者多方独立开展交易活动的场所。不同的法律规范对这种主体有不同的描述，有网络服务提供者、互联网信息服务提供者、网络交易平台、第三方电子商务交易平台等。2018年通过、2019年实施的《中华人民共和国电子商务法》第二条对电子商务做了定义，即通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。电子商务平台也就是这类经营活动的发生场所，其中电子商务平台提供网络交易场所，以供包括商品或服务的信息发布、交易合同的订立、合同权利义务的履行、交

易费用的支付、商品服务的评价与售后在内的各项服务。

随着平台经济的发展，电子商务平台也完成了从最初草创、“野蛮生长”到如今制度完善、管理规范的跨越。与规模的不断发展壮大一起的，是用户数量的不断增加，以及交易量的不断上升，电商平台已经成为制定并运行交易规则、平台规则的“交易主导者”[2]，市场和法律赋予其的权力与责任也不断增加。与此同时，消费者与经营者的纠纷也不断发生，每天数以亿计的交易活动依照不同的平台规则在不同的平台上进行，其中伴随着无数的投诉、冲突以及欺骗甚至是犯罪，其中绝大多数的纠纷都要依靠电商平台在内部进行处理。除此之外，由于数量庞大的交易和技术壁垒等因素，政府已经没有能力对平台上的所有行为进行全面介入式的全方位监管。

综上所述，“平台革命”造成监管模式的变革是不可逆转的[3]，网络交易平台提供者、消费者、销售者三者间以及相互之间的交易行为以及产生的纠纷如何处理，涉及电商交易行为的各主体的利益如何维护，电商平台在内部的运行、治理以及行政部门与司法机关的外部监管如何达成平衡与互为补充，都是电商平台治理面临的重要挑战。

2.2. 电商平台治理满意度影响因素之综述

民众对电商平台治理的满意评价归根结底是对在电商平台上的交易行为的满意度如何。一份调研报告指出，侵权类案件是涉及电商平台类案件进入司法程序最多的类型。同时，该类案件一般案件事实清楚，争议不大，但是调解率低，争议双方通常不愿意走调解程序[4]。

究其原因，已经进入到诉讼程序的争议在所有电商平台争议中只占很小的份额，绝大多数争议在司法程序启动之前已经处理结束，其中经过了争议双方自行和解、平台方介入进行内部处理，以及内部处理不服找市场监督管理部门或者消费者协会等行政部门举报投诉这三个流程，只有在上述三个流程都无法将纠纷解决时，才会进入司法程序。平台内部有专门的协商调解和投诉举报机制，会倒逼平台内经营者与消费者之间尽快解决纠纷，虽然大多数情况下会牺牲平台内经营者的利益来满足消费者利益。同时，法律规定的“通知删除”规则也维护知识产权人的利益，提高平台侵权纠纷的处理效率。通过平台内部解决不了纠纷，就可以向市场监督管理部门、消费者协会等行政部门申请监管介入，通过公权力机关进行维权与纠纷解决。通过上述环节，大部分纠纷得到快速解决，而进入司法程序的少部分案件，司法部门调解不成进行裁判，判决的赔偿金额也往往无法使原被告满意，与标的额相差过大，甚至仅仅是原告起诉赔偿金额的十分之一，法定赔偿使用率高但赔偿数额低。进入诉讼程序的纠纷双方不甘心调解，而法院判决又无法使得双方满意信服，则纠纷双方对电商平台治理的评价当然不会很高。

在这里可以暂时下一个结论，电商平台治理满意度的影响因素就在这纠纷解决的四个环节之内，即交易本身、平台处理、行政监管、司法判决。如果电商平台交易行为本身没有产生纠纷，自然不会影响电商平台治理满意度问题。而一旦出现纠纷，当争议双方无法协商解决，那就要依靠平台、行政与司法的介入[5]，而这三阶段的纠纷处理就影响公众对电商平台治理的满意度。

平台交易规则是电商平台治理的依据与基础，既是规范平台内交易行为的“法律”，也是平台经营者进行治理的“法律”。《电子商务法》赋予电商平台制定平台交易规则的权力，即平台经营者有权制定格式条款来进行准入资格的规范。这种格式条款是必须接受以获得准入，无论是平台内经营者还是消费者，只有承诺遵守格式条款及相关规则并提供自身材料，审查通过才能获得准入资格。相当于平台交易涉及的所有用户都让渡部分自由权利，自愿接受平台的监管审查与处置，即受到平台的规范，同时也享受平台提供的服务[6]。但平台交易规则与其格式条款的制定与运行存在可以质疑的地方：由于交易规则与格式条款有过于“霸道”的强制性，其效力事关消费者、平台内经营者以及平台交易行为之外多方主体的利益，因此其制定过程中是否征求了民众的意见，规则是否加重了平台内经营者和消费者的义务、

排除了平台自身责任，规则是否与法律法规有冲突，都是十分重要的疑问[7]。

电商平台的治理运行与行政公权力监管之间的矛盾是永恒的问题。针对日新月异的平台数字市场，过多的行政干预的结果是会破坏竞争而不是保护竞争，甚至可能会进而损害消费者的利益。同时打击平台经营者的积极性，不利于整个数字行业的创新发展。但是如果还认为平台只是“单纯通道”的地位，仅要求其遵守“避风港原则”以及“红旗原则”，进到格式条款的提醒义务就可以免除责任，那早已不足以应对平台成为交易行为的主导者与管理者的现状。同时，针对相对而言更加分散的用户，出于维护弱者的需要，以及为了避免平台通过垄断导致的市场失灵的后果，必须通过恰当的公共政策、完善的授权程序、严格的监管与规制，从立法、执法层面对平台治理行为进行约束，维护市场竞争。“社会权力的大小决定着企业社会责任的内容边界”。公权力的行使都必须严格遵守合法与合理原则，而如果没有规范可以控制平台权力，将必然导致平台的权力膨胀和滥用进而损害用户利益，因此行政部门对电商平台的监管和处理也必须制定规则、严格执行，实现政府规制与平台治理有机结合[8]。

除此之外，上文提到的关于进入到司法程序的案件，数量虽然较总体纠纷数量小很多，但依然是平台治理中不可忽视的部分。司法机关如何保持类案判决的一致性，依据法律、通过说理解决纠纷，捍卫司法作为最后一道防线的公平正义，保持司法的公信力，也是在电商平台治理中的重要议题。

基于以上文献分析的基础，结合中国目前的电商平台治理的实践现状与发展前景，故将当前民众对电商平台治理满意度的影响要素归纳为平台规则制定、平台纠纷处理、行政部门监管和司法裁判审查四个方面，以这四个方面的要素作为本文的研究假设，建立相关模型进行检验。

3. 研究假设和理论模型

将公众对电商平台治理的总体满意度设为因变量，电商平台治理的四个方面：平台交易规则制定的透明民主合法、平台内部纠纷解决机制高效、行政部门监管平台运行的完善、司法机关判决公正的评价设为自变量，建立多元回归模型，来探究平台交易规则制定程序、平台内部纠纷解决机制、行政部门监管和司法机关审查对最终总体满意度的决定程度大小，以后续有针对性地改进这四个方面，最终提高电商平台治理的总体满意度。

3.1. 研究假设

H1: 平台交易规则制定程序会影响电商平台治理的总体满意度

具体而言，平台交易规则制定程序包括：制定平台交易规则提前公示，公开征求民众对规则的意见建议以及规则不违法法律、法规。平台交易规则的制定越透明、民主、合法，电商平台治理的总体满意度就越高。

H2: 平台内部纠纷解决机制建设的满意度会影响电商平台治理的总体满意度

具体而言，平台内部纠纷解决机制建设包括：纠纷投诉的渠道畅通、纠纷解决的效率高以及不服调解处理结果的救济渠道完善。平台内部纠纷解决机制建设的满意度越高，电商平台治理的总体满意度就越高。

H3: 行政部门监管电商平台运行的满意度会影响电商平台治理的总体满意度

具体而言，行政部门监管电商平台运行包括：恰当的公共政策、完善的授权程序以及严格的监管与规制。行政部门监管电商平台运行的完善度越高，电商平台治理的总体满意度就越高。

H4: 司法机关对涉及电商平台治理案件的判决满意度会影响公共法律服务建设的总体满意度

具体而言，司法机关对涉及电商平台治理案件的判决包括：依据法律作出判决、维护多方利益以及维护司法公平正义。司法机关判决的满意度越高，电商平台治理的总体满意度就越高。

3.2. 理论模型

$$OS_i = \beta_0 + \beta_1 PL_{1i} + \beta_2 TA_{2i} + \beta_3 TE_{3i} + \beta_4 PE_{4i} \quad (1)$$

其中, 因变量 OS_i 为电商平台治理的总体满意度, PL_{1i} 为平台交易规则制定程序满意度, TA_{2i} 为平台内部纠纷解决机制建设满意度, TE_{3i} 为行政部门监管电商平台运行满意度, PE_{4i} 为司法机关对涉及电商平台治理案件的判决满意度, 四个自变量综合起来会影响电商平台治理的总体满意度, 模型的研究目的就是要探究哪个方面的因素对总体满意度的影响最大, 这样就可以更有针对性。

4. 电商平台治理评价影响因素的实证检验

4.1. 问卷设计、发放、收集与整理

将受访者对电商平台治理的总体满意度作为因变量, 上文总结的四个自变量加上受访者的性别、学历、专业、电商平台使用情况等状况作为问卷的主要问题。问卷设计完毕, 使用“问卷星在线问卷调查平台”进行问卷的发放与收集并进行数据整理。受访大学生共 1204 人, 主要面向全国各地的大学生, 其中包括正在读书的专本学生或研究生, 还包括已经工作的拥有大学学历的人, 根据地区的分布, 全国大部分地区都包含了, 体现了调查研究的科学性。其中男女性别占比较为均衡。在本次调查中, 已经工作的大学生人员占比 40%, 研究更具有实践性和可信度。

4.2. 效度和信度检验

如表 1 所示, 对问卷题项进行 KMO 和 Bartlett 的检验, KMO 值为 0.780, 大于 0.6, 且巴特利特显著性水平小于 0.05, 从而表明该组数据适合进行因子分析。

Table 1. The test of KMO and Bartlett
表 1. KMO 和 Bartlett 的检验

KMO和巴特利特检验		
KMO取样適切性量数。		0.780
	近似卡方	351.282
巴特利特球形度检验	自由度	6
	显著性	0.000

由于设计问卷时已经将影响总体满意度的自变量设计为四个因素, 即平台交易规则制定程序、平台内部纠纷解决机制建设、行政部门监管电商平台运行和司法机关对涉及电商平台治理案件的判决, 因此直接抽取四个因子, 表 2 为旋转成份矩阵。可以看出, 电商平台治理度在第一个因子中载荷较大, 可以把第一个因子命名为交易规则因子。平台内部纠纷解决机制建设在第二个因子中载荷较大, 可以把第二个因子命名为内部纠纷解决因子。行政部门监管电商平台运行在第三个因子中载荷较大, 可以把第三个因子命名为行政监管因子。司法机关对涉及电商平台治理案件的判决在第四个因子中载荷较大, 可以把第四个因子命名为司法判决因子。

然后进行信度检验, 目前衡量可信程度的指标最常用的是 Alpha 信度系数法, 如果量表的信度系数在 0.9 以上, 说明量表的信度很好, 如果在 0.8~0.9 之间, 说明量表的信度可以接受。

由于所做的每一个自变量因子都只有一道题, 只有一个题项没有办法做单个变量的信度检验, 因此做整个量表的信度检验, 看其具不具备内部一致性。

Table 2. Rotated component matrix a**表 2.** 旋转后的成分矩阵 a

	旋转后的成分矩阵 ^a			
	成分			
	1	2	3	4
15) 您对电商平台交易规则制定程序的满意度评价?	0.961	0.170	0.168	0.141
16) 您对平台内部纠纷解决机制建设的满意度评价?	0.201	0.896	0.266	0.294
18) 您对司法机关对涉及电商平台治理案件的判决的满意度评价?	0.211	0.283	0.869	0.347
17) 您对行政部门监管电商平台运行的满意度评价?	0.176	0.328	0.362	0.855

提取方法：主成分分析法；旋转方法：凯撒正态化最大方差法；^a旋转在5次迭代后已收敛。

四个因子所包含题项的 Cronbach's Alpha 系数如表 3 所示，信度系数为 0.833，大于 0.8，说明信度也较为理想，量表的内部一致性比较高，量表中四个题项都是针对总体满意度给出的调研题项。

可靠性；标度：所有变量

个案处理摘要			
		个案数	%
个案	有效	204	100.0
	排除 ^a	0	0.0
	总计	204	100.0

a. 基于过程中所有变量的成列删除。

Table 3. Reliability statistics**表 3.** 可靠性统计量

可靠性统计	
克隆巴赫Alpha	项数
0.833	4

项统计			
	平均值	标准偏差	个案数
15) 您对电商平台交易规则制定程序的满意度评价?	4.01	0.806	204
16) 您对平台内部纠纷解决机制建设的满意度评价?	4.05	0.889	204
17) 您对行政部门监管电商平台运行的满意度评价?	4.25	0.789	204
18) 您对司法机关对涉及电商平台治理案件的判决的满意度评价?	4.22	0.816	204

4.3. 回归结果

以电商平台治理总体满意度为因变量，以新生成的交易规则因子、内部纠纷解决因子、行政监管因子、司法判决因子这四个公因子得分为自变量，使用全部数据进行线性回归(OLS)得出的全样本模型结果如表 4 所示。

Table 4. Model regression result 1**表 4.** 模型回归结果 1

模型	系数 ^a				t	显著性	共线性统计	
	未标准化系数		标准化系数				容差	VIF
	B	标准错误	Beta					
(常量)	3.515	0.061			57.705	0.000		
4 REGR factor score 1 for analysis 1	0.197	0.061	0.214		3.230	0.001	1.000	1.000
REGR factor score 2 for analysis 1	0.191	0.061	0.207		3.123	0.002	1.000	1.000
REGR factor score 4 for analysis 1	0.138	0.061	0.150		2.263	0.025	1.000	1.000
REGR factor score 3 for analysis 1	0.126	0.061	0.136		2.056	0.041	1.000	1.000

a. 因变量：19、您对当前电商平台治理的总体评价？

最终四个自变量都通过了统计检验，进入了最终模型，显著性均小于 0.05，因此都是可以显著影响因变量的。且 VIF 都小于 5，因此自变量之间都不存在多重共线性，从侧面更加反映了回归模型的准确性和可靠性。

基于以上的全部分析，得出自变量和因变量之间的回归方程为：

电商平台治理总体满意度 = 3.515 + 0.197*平台交易规则制定程序 + 0.191*平台内部纠纷解决机制建设 + 0.138*行政部门监管电商平台运行 + 0.126*司法机关对涉及电商平台治理案件的判决

最终模型为：

$$OS_i = \beta_0 + 0.197PL_{1i} + 0.191TA_{2i} + 0.138TE_{3i} + 0.126PE_{4i} \quad (2)$$

四个自变量影响因素的 B 回归系数都大于 0，都为显著正向影响因变量。回归系数从大到小依次是交易规则、内部纠纷解决、行政监管、司法判决，说明从问卷情况看，交易规则对总体满意度的影响最大，然后是内部纠纷解决，今后要提高公共法律服务建设的总体满意度，应更加注重加快平台交易规则制定程序完善和平台内部纠纷解决机制建设，再然后才是政部门监管电商平台运行，司法机关对涉及电商平台治理案件的判决则相对没那么重要，因为司法审查毕竟属于纠纷解决和利益维护的最后一道防线，并且司法程序耗时长、成本高，能够到达司法程序的案件少之又少，应该更多对电商平台内部治理上下功夫。

为进一步分析不同类别学生的满意度偏向，将受访学生基本情况题项包括性别(男性和女性，以男性为参考类别)、年龄(18 岁以下、18~22 岁、23~27 岁、28~32 岁、33 岁以上，以 23~27 为参考类别)、学历年级(大一、大二、大三、大四、研一、研二、研三、工作，以研一为参考类别)、专业(法学类、社会类、经管类、文学类、其他。参考类别为法学类)设置为虚拟变量，以实体平台因子、专业人才因子、便民措施因子、网络技术因子为自变量，进行逐步回归。

得到了如下表 5 的警告。

Table 5. Warning**表 5.** 警告

警告
对于具有因变量19、您对当前电商平台治理的总体评价？的模型，下列变量是常量或缺失相关性：年龄18以下，年龄33以上，学历大一，学历大二，学历大三，学历大四，学历研二，学历研三，学历工作，专业社会类，其他专业。将从分析中删除这些变量。
方程中未输入变量。

没有查出相关原因，但既然全部有关学历的虚拟变量都显示“常量或缺失相关性”，故推测学历的相关性不大，因此去掉学历的虚拟变量，保留四个因子以及性别虚拟变量、年龄虚拟变量和专业虚拟变量再进行回归。

得出的全样本模型结果如表 6 所示。

Table 6. Model regression result 2

表 6. 模型回归结果 2

模型	系数 ^a				t	显著性	共线性统计	
	未标准化系数		标准化系数				容差	VIF
	B	标准错误	Beta					
(常量)	3.777	0.102			37.147	0.000		
REGR factor score 1 for analysis 1	0.185	0.060	0.200		3.097	0.002	0.992	1.008
REGR factor score 2 for analysis 1	0.183	0.060	0.198		3.052	0.003	0.985	1.015
6 性别虚拟	-0.361	0.128	-0.188		-2.822	0.005	0.938	1.067
REGR factor score 4 for analysis 1	0.165	0.060	0.179		2.750	0.007	0.982	1.018
REGR factor score 3 for analysis 1	0.144	0.060	0.156		2.391	0.018	0.975	1.026
专业文学类	-0.538	0.265	-0.132		-2.031	0.044	0.982	1.019

a. 因变量：19、您对当前电商平台治理的总体评价？

加入虚拟变量以后，最终四个自变量和两个虚拟变量通过了统计检验，进入了最终模型，显著性均小于 0.05，因此都是可以显著影响因变量的。且 VIF 都小于 5，因此自变量之间都不存在多重共线性，从侧面更加反映了回归模型的准确性和可靠性。

虚拟变量加入后，四个影响因素的系数变化不大，影响从大到小依次仍然是交易规则、内部纠纷、行政监管、司法判决，基本和没有加入虚拟变量的模型一致。虚拟变量中，显著的只有性别——女性(以男性为参考类别)、专业——文学类(以法学类专业为参考类别)，且 B 回归系数都为负相关，说明女性学生比男性学生对电商平台治理总体更不满意，文学类专业的学生比法学类专业的学生对电商平台治理总体更不满意。第一个结果比较好理解，女性学生总体来说对于涉及电商平台交易的纠纷的忍耐程度会比男性更低，在电商平台治理的过程中如果遇到过不好的经历会更加不满。而第二个结果，文学类对电商平台治理总体更不满意的原因因样本程度不够，仍需要再收集更多的样本，进一步探究文学类专业学生是否在对电商平台治理上更加不满意及其原因[9]。

5. 结论

本次电商平台治理评价影响因素调查共有 1204 人参与，专业、年龄、地区、学历背景等基本和研究目的相匹配，因此整体而问卷具有较强的合理性和可信度。

从结果看，平台内部的治理的影响要大过行政与司法对平台纠纷介入的影响。对于电商平台治理，公众接触最多、更直接面对的是电商平台本身，即平台经营者预先制定的交易规则以及依照规则运行整个平台、处理和解决纠纷。大多数消费者、平台内经营者或者知识产权人的纠纷基本上都能够在平台内部的框架内解决，这是成本最低、效率最高的纠纷解决的方法。相对来说，行政与司法手段往往需要花费更多的时间成本，而利益是否得到应有的保障也是未知数，民众更愿意选择立竿见影、耗时短、效率

高的方式去维护自身利益。而从外部的监督来说，行政监管比司法手段更受到民众的欢迎，这也很好理解，通过向行政部门举报投诉肯定比自己向法院起诉审理更快速更方便。

综上，提升电商平台自治满意度，最重要的还是要在电商平台自身运行建设上下功夫。电商平台经营者的首要目的是获得经济利益，而如果没有一个良好的市场秩序是无法实现获得利益的目的，一个混乱的市场注定不会得到什么良好的收益，因此平台会自发地甚至是强力维护其所依附于的市场的秩序。如果平台没有制定完备可行的交易规则并严格施行，平台内的消费者或者经营者的不规范行为太多而平台不加以制止、处罚，平台内交易行为产生的纠纷、侵权等问题平台没有高效的解决渠道，“用脚投票”的用户就会因为平台经营者的不作为、信誉差而选择离开，因此平台也会竭尽全力去维护用户的利益，维护用户利益也就是在维护其自身信誉。同时，市场不断扩大、提供的服务逐渐增多、用户身份与用户结构也越来越复杂，带来新的纠纷类型、骗局以及管理上的问题。而如果平台经营者无法解决不断出现的问题，势必造成平台运行的混乱，进而影响到平台交易的进行。而网络环境下相同行业的平台之间竞争激烈，当一家平台进步而另一家平台不进步，不进步的平台就相当于退步，用户也会更加青睐愿意不断优化、不断创新管理的平台而放弃不思进取的平台。

同时也不能忽略行政与司法的救济渠道。电商平台经营者是追求利益的主体，如果没有规范可以控制平台权力，平台会制定严苛的准入规则以提高消费者与平台经营者的责任，免除自己的责任，在维持平台运行、避免责任的时候，也会粗暴地采取直接断开连接、删除商品甚至是取消交易资格的手段。平台的关店、删帖、禁封账号等制裁手段是用户无法反抗的。因此外部的监督是不可缺少，开放、透明的规则体系变得尤为重要，平台的门槛准入机制、监督惩戒机制等平台内部必须公开透明，同时公权力机关授予平台权力的范围也必须有正式的法律法规或者文件来划定。要建设好对行政与司法对电商平台监督与审查，达到内部与外部的有机统一与平衡。

参考文献

- [1] 杨立新. 网络交易法律关系构造[J]. 中国社会科学, 2016(2): 114-137.
- [2] 姚辉, 阙梓冰. 电商平台中的自治与法治——兼议平台治理中的司法态度[J]. 求是学刊, 2020(4): 90-102.
- [3] 熊丙万. 专车拼车管制新探[J]. 清华法学, 2016(2): 131-148.
- [4] 吴献雅, 赵克南. 关于涉电商平台知识产权侵权案件的调研报告[J]. 法律适用, 2017(12): 98-103.
- [5] 黎军. 论司法对行业自治的介入[J]. 中国法学, 2006(4): 69-78.
- [6] 杨立新. 网络交易规则研究[J]. 甘肃社会科学, 2016(4): 173-182.
- [7] 王坤, 周鲁耀. 平台企业的自治与共治[J]. 浙江学刊, 2021(1): 4-15.
- [8] 戴昕, 申欣旺. 规范如何“落地”——法律实施的未来与互联网平台治理的现实[J]. 中国法律评论, 2016(4): 89-106.
- [9] 冯涛, 程宝燕. 个人捐赠参与学生资助影响因素的实证研究[J]. 教育与经济, 2016(6): 64-69+76.