

# 互联网时代网络交易平台治理研究

尹晓娟 博士

(国家开放大学经济管理教学部 北京 100039)

**内容摘要:** 虚拟网络交易平台的出现, 满足了各种类型消费者的交易需求, 但同时也出现了各种各样的平台治理问题。本文结合虚拟交易平台现状, 分析了平台治理相关主体之间的关系并对平台治理模式选择展开探讨, 指出平台治理应以构建健康、有序发展的平台生态系统为目的, 即在各种不同的制度关系中运用权力去引导、控制和规范平台的各种商业活动, 促使构成虚拟交易平台商业活动的各参与方以共同利益为基础, 建立多元化、多渠道、高效率的协作机制, 促进公共利益最大化。在当前经济社会背景下, 激活并充分利用各相关主体的自组织管理能力, 构建以“政府+平台企业”为核心, 多元主体共同参与的协同治理结构成为当前虚拟交易平台治理的有效途径。此外, 本文针对当前平台治理活动中存在的主体目标不一致、治理结构不合理、治理边界模糊、权责不清等问题展开分析, 并据此提出平台治理相关建议。

**关键词:** 互联网时代; 虚拟交易平台; 平台治理; 公共利益; 自组织管理

**中图分类号:** F719.9

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2095-9397 (2020) 23-0088-05

**文章著录格式:** 尹晓娟. 互联网时代网络交易平台治理研究 [J]. 商业经济研究, 2020 (23): 88-92

## 引言

近年来, 随着现代信息技术的发展, 虚拟交易平台迅速发展, 其规模和影响力呈现爆炸式增长, 形成了像淘宝、拼多多、滴滴打车等具有寡头垄断性质的互联网交易平台。虚拟网络平台的出现, 极大程度降低了交易成本, 满足了各种类型消费者的消费需求, 对于提高消费体验产生了重要影响。但同时, 平台交易活动中也产生了各种各样的治理问题, 例如侵权假冒、虚假宣传、数据安全、网络水军、用户隐私等, 极大影响了整个行业的健康发展, 也损害了不少消费者的利益, 这些治理问题的危害性随着网络效应的扩散被进一步放大。传统以政府行政部门为主的治理方式在虚拟交易平台治理中, 已难以解决相关治理难题。在互联网时代, 明确平台的治理关系, 构建科学合理的平台治理模式将有助于加快推进平台治理体系和治理能力现代化, 构建良性发展的平台生态环境, 推动行业高质量发展。

## 平台治理模式选择和研究进展

就目前产业实践来看, 市场秩序治理模式主要有四种模式, 分别为市场主导型模式、政府主导型模式、社会主导型模式和综合治理模式, 不同治理模式适合于不同组织类型, 也各有利弊。

市场主导型模式的形成来源于市场秩序的自我完善, 通过市场的发展形成自发调节的秩序, 市场在其中发挥着决定性作用, 政府发挥着宏观指导功能。这一模式的思想来源于新古典经济学的市场出清理论, 该理论指出人们在

追求自身利益最大化的过程中必然会形成有利于社会发展的公共利益。政府主导型模式则认为市场并不是万能的, 有其自身难以克服的、固有的缺陷, 市场秩序的形成需要政府强有力的干预。政府主导型模式中, 政府是市场秩序的主要管理者, 以科层制作为治理的组织逻辑框架, 通过权威力量维持市场秩序, 化解市场中的矛盾冲突。社会主导型模式强调依靠社会组织的力量, 尤其是社会中介组织、行业协会的力量, 对市场交易主体及交易行为起到服务、公证和监督作用。综合治理模式强调调动和协调社会各界力量, 共同对市场秩序进行综合治理, 才能达到令人满意的效果。

互联网时代的虚拟交易平台, 融合了社交、金融、交易等多重功能, 为了自身发展, 虚拟交易平台往往需要吸引多方交易群体, 形成极大的网络效应和规模经济效应。随着应用的不断深入, 虚拟交易平台上链接的主体越来越多, 线下与线上相互融合, 各种交易活动和增值服务也越来越多, 交易主体之间的关系以及交易活动变得复杂、多样和具有不确定性。那么, 哪种治理模式应用于这种复杂动态而多变的系统最为有效呢? 近年来, 围绕着这一问题的研究, 成为学界研究的热点。有的学者侧重于研究政府在平台治理中的主导作用 (陶希东, 2013), 有的学者强调平台企业在治理中的主导作用 (梁晗、费少卿, 2017; 李广乾、陶涛, 2018), 还有学者提出了多元主体协同治理的构想 (孟凡新, 2015; 申尊焕、龙建成, 2017等)。

笔者认为, 治理模式选择与经济社会发展需求往往具有内在一致性, 经济社会发展的不同阶段, 往往需要

不同治理模式，并没有哪一种治理模式适合于发展的各个阶段。选择哪种治理模式，要考虑经济社会发展阶段与市场发育情况。例如，改革开放以后，我国对传统商品交易市场的治理主要采取政府主导型模式，依靠政府行政管理部门进行监管，具有行政和管理相结合的特点。这与我国市场文化基础较弱、市场主体的市场意识不强、遵循市场规则的行为能力不高、市场信用几乎是空白有关。这种特有的监管机制一定程度上与我国经济社会发展阶段相适应。目前，我国互联网应用普及率不断提升，市场交易高速发展，交易结构日趋多元化。“开放”“平等”“去中心化”的互联网特征以及复杂的互动关系，使得人们之间的交流变得更加自由和平等，消费理念更为成熟，面对市场中出现的治理问题，也更有意愿参与平台治理活动中，这为平台治理中多元合作关系的建立奠定了基础。

### 多元主体之间的关系及其对模式选择的影响

结合互联网技术的发展特点及应用实践，厘清平台治理各相关主体的互动与合作关系，可以为平台治理模式选择以及治理机制构建提供必要的理论依据。从现有平台发展来看，其主要涉及的治理主体包括政府、平台企业、交易者和其他社会组织。

#### （一）政府

政府以社会总福利最大化为目标，是市场秩序的维护者。政府以国家法律和制度为基础，拥有强制性权威力量，往往发挥着不可替代的作用。政府在平台治理中能够总揽全局，进行平台治理的顶层设计；统筹兼顾，构建利益均衡机制，领导参与平台治理的多元主体；通过政策、制度、规定、规划等多种措施手段，调节市场失灵，弥补市场在配置资源中的公平短板，维护良好的平台生态。

从平台治理的管理主体来看，目前我国由多个政府行政部门对平台企业进行监管。例如，公安部对网络犯罪、网络安全进行治理；工业和信息化部对网络接入、运营与安全等方面进行管理；国家市场监督管理总局主管市场监管和行政执法等。从行政管理能力来看，信息化推动政府管理能力不断增强，不仅实现了办公的信息化、网络化和智能化，在利用信息技术推进社会服务和社会管理方面也取得了长足进步。例如，运用微博和微信提供政务服务公众号，进行信息共享与互动沟通等多种措施提高治理工作效率和质量。政府各部门之间协同治理机制和手段初步建立，针对融合业务齐抓共管，出台了一系列政策措施，对平台交易提出了明确指导性意见。政企合作治理也在探索中，不断取得新的成效。例如，2018年8月，在政府相关部门的全程指导下，拼多多开

展“双打”工作，对于涉嫌侵权和假冒的商品进行全部下架处理，取得显著成效。

#### （二）平台企业

平台企业作为市场交易的组织者，是平台治理中起关键作用的主体。平台依据交易规则对交易者和交易活动进行管理，是一种权威关系在平台中的运用。这种权威关系不同于企业组织内部的科层制关系，而是基于平台企业的资源控制优势。平台企业不仅可以利用规则的修订、补充和完善来规范市场交易活动，而且可以利用大数据、算法技术使平台企业全面、快速、准确地掌握平台交易活动状况，进而实现市场交易活动的动态治理。平台企业具有进行平台管理的内在动机，通过对平台交易者和交易活动的组织和管理，实现其自身营利目标。网络效应与交易者的多归属属性，决定了平台企业不能仅考虑自身利益，有必要在治理中体现市场的公共利益，市场有序运行和生态化发展有助于平台企业的长远发展，因而平台企业的“管理”与“治理”具有内在一致性。

#### （三）交易者

互联网的开放、平等、去中心化特征使得交易者可以更加容易地参与平台治理当中。面对交易中存在的权利、道德、信息安全等关系到自身和大众利益的热点问题，不少交易者选择通过各种网络媒体发表观点、进行讨论。这种民意的“聚集”，往往能够通过舆论压力对平台治理施加影响。一些身怀强烈责任感和道义感的交易者，甚至愿意主动参与平台治理中。以淘宝大众评审为例，截至2020年7月1日，有431万人注册了评审员，成功处理1600万件评审业务。通过公众参与规则评审，实现互联网下平台的共享和共治，推动淘宝网交易规则体系优化。

#### （四）其他社会组织

这里所说的其他社会组织是指除了政府、平台企业以外的，按照一定的目的、任务和形式建立起来的其他相关组织，例如社交媒体、交易者联盟、协会等。其他社会组织在协调社会利益、化解社会冲突、增进协同等方面也发挥着重要作用。例如，媒体对拼多多假货事件的报道，在促进平台治理方面起到了推动作用。此后，拼多多在治理假货和山寨货方面采取了多项治理措施，取得显著效果。近年来，互联网成为各种社会组织活动的重要平台。低成本、快速、高效的信息传播与互动，使得其他社会组织参与平台治理的力量得以迅速增强。

互联网平台是一种开放、平等、扁平的系统，在相关技术的支持下，各相关主体的自组织管理能力不断增强，有能力参与平台治理当中。从平台治理效率的角度来看，激活并充分利用各相关主体的自组织管理能力，是寻求平

台治理效率的最佳途径。尤其是平台企业，能够对平台上的交易主体及交易活动进行实时追踪、统计、分析和管理工作，在平台治理中的必要性和重要性大大提升。政府以社会福利最大化为己任，作为市场的外生秩序，能够提供强有力的权威治理力量。尤其在当前治理模式尚未成熟的情况下，政府更应当发挥统筹、协调和监管的主导地位，规范市场秩序，维护市场有序运行。其他社会组织通过磋商等柔性手段，在政府与市场参与主体之间构筑沟通的桥梁，平衡各方利益诉求，成为政府治理的重要补充。

综上，在当前经济社会背景下，激活并充分利用各相关主体的自组织管理能力，构建以“政府+平台企业”为核心，多元主体共同参与的协同治理结构成为当前虚拟交易平台治理的有效途径。平台治理实际上体现了政府权威治理、平台企业治理、社会组织治理、交易者自治的融合，即在各种不同的制度关系中运用权力去引导、控制和规范平台各种商业活动，建立多元化、多渠道、高效率的协作机制，促进公共利益最大化。

### 当前我国虚拟交易平台治理面临的挑战

#### （一）主体目标不一致

从目标上看，政府的出发点是以社会福利最大化为目标，而平台企业作为平台经营者，虽然有平台治理的需求，但其以经济利益最大化为最终目标，个体利益与市场公共利益很可能出现不一致的情况，导致平台企业治理行为的偏离。平台企业参与治理的积极性取决于治理目标与利润目标的协同程度，当平台的目标市场定位在中高端市场时，平台为迎合中高端人群的高品质需求，往往倾向于加强治理措施，例如采取严格审查入驻商户资质、产品质量等治理措施来提升平台整体服务品质和声誉，吸引中高端消费人群加入平台，进而支撑商户的高价策略，以便从买方攫取更多交易剩余。当平台的目标市场定位在中低端市场时，为了获取更多交易剩余以及市场竞争的需要，采取低价多量的策略成为必然选择。为了吸引更多交易者加入以扩大市场规模，平台往往倾向于采取较为宽松的管制措施，因为过于严格的管制将会引发市场挤出效应，从而影响市场规模的迅速扩张，进而影响到平台企业利润的获取。2018年7月27日，拼多多正式在纳斯达克挂牌上市，引起人们对拼多多平台上假货、山寨货问题的广泛关注。拼多多的低价策略和利用社交网络营销的商业模式，迎合了中低端消费者的消费需求，带来了市场份额的急速扩张。但同时，平台被曝出存在大量山寨货和假货，遭到了社会各界的口诛笔伐。为了挽回声誉，拼多多不得不加大对商户的监管力度，《2018 拼多多消费者权益保护年报》披露，拼多

多关停 6 万多家涉嫌违规店铺，下架的涉嫌违规商品数量是投诉数量的 150 倍。

主体目标不一致，也使得利用信息不对称的机会主义、道德风险等问题时有发生。信息技术为平台企业及商户开展网络经营、降低交易成本、提高交易效率提供了重要支持，但掌握信息优势的平台企业和商户却可能利用大数据技术，人为地制造信息不对称以攫取利润。这些行为往往更为隐蔽，处于治理的灰色地带，导致难以定性，从而给平台治理带来困难。例如，2019年3月的一篇新闻报道指出，一些消费者向消协或市场监管部门投诉遭遇大数据“杀熟”，平台通过对用户信息的采集和分析，采取价格歧视策略，对在同一平台购买同一商品或服务的老用户收取更高价格。平台企业则往往辩称不存在大数据“杀熟”的行为，新老客户价格的差异是对新用户的一种促销策略造成的。大数据“杀熟”从表面上看是平台企业对用户信息的过度采集和随意使用，更深层次上隐藏的是部分平台企业对用户个人信息保护、知情权、选择权和交易公平权的侵犯。

主体目标不一致凸显单纯依赖平台企业进行市场治理的缺陷，平台企业作为市场主体必然会以营利作为经营目标，与平台治理所提倡的公共利益最大化出发点是不同的，也必然会带来结果的偏差。

#### （二）治理结构不合理

首先，平台治理主体结构不合理。平台交易活动的复杂性、多样性和不确定性，决定了平台治理的复杂性和动态性，决定了多元化社会力量多层次协同治理的必要性。政府和平台企业虽然在当前治理当中居于主要地位，但无法替代其他社会主体在平台治理中的独特作用，而目前广大的平台交易者和社会组织在平台治理中存在着明显不足；其次，社会治理组织结构不科学。尤其是政府行政管理表现出跨部门、跨地区的特点，地方行政管理部门横向上属于地方政府管理，纵向上又分属不同上级主管单位，组织结构呈现“条”“块”分割的现象，导致出现政出多门、职能交叉、多头管理、缺乏协调、互相推诿等问题。组织结构的不科学造成政府部门之间管理权限的模糊不清、行政效率不高、“条”“块”冲突以及协同机制的有效衔接不足。

#### （三）治理边界模糊导致权责不清

平台治理边界是指治理主体在与其他治理主体的相互作用过程中形成的，对治理客体施加影响的有效范围。确定了治理边界，即可明确各治理主体之间的职责和治理活动界限。当前平台治理中存在两个突出的问题：一是过度行政干预。政府在传统商品交易市场中的行政干预思维常常会被生搬硬套应用在虚拟交易平台治理中，而忽视了网



络市场的特性和市场自身的导向功能。有时片面强调政府权威对市场的治理,反而会限制市场的作用。二是治理的滞后与不足。近几年,虚拟交易平台不断创新商业模式,形成许多监管的灰色地带,且其治理涉及多个领域,非常复杂,平台治理措施往往滞后于平台实践,存在许多不足之处。在治理实践中,过度行政干预与治理不足并存,边界模糊不清,是导致治理主体责任不清的根源。这也为当前平台治理提出新的命题:各治理主体都有着自身独有的内在治理逻辑,治理边界该如何确定并进行有效衔接,才能使各治理主体合作治理的效率最大化?

#### (四) 社会信用体系建设滞后

虚拟交易平台为买卖双方交易提供了便利,降低了交易成本,但却无法消除交易中的机会主义和道德风险。在虚拟交易平台中,利用信息不对称牟利的机会主义行为更具隐蔽性,危害范围更广。交易者之间的信用关系缺乏社会信息体系的支持,个人交易决策只能凭借平台提供的有限信息以及他人的评价信息,而平台对交易者是否合法经营以及身份真实性的验证成本很高,也往往仅会在交易者提供信息的基础上对交易者准入进行简单判断和选择。社会信用体系的缺乏使他人无法提前得知交易者信用情况,往往在交易矛盾冲突发生之后才能获知。此外,一些商户通过给消费者返现、骚扰、威胁等各种方式来确保其平台交易获得好评,也阻碍了其他消费者对真实信息的获取。我国社会信用体系的不完善以及信用信息的缺失,使平台企业往往需要投入大量治理成本来解决交易中的机会主义和道德风险事件,也直接影响了平台企业参与治理的积极性。

### 虚拟交易平台治理优化建议

#### (一) 树立平台治理的协同目标

在多元治理结构中,协调一致的治理目标将引导整个治理系统的有序运行。平台连接的利益相关群体构成了平台生态圈,开放、协作、共赢是平台生态圈良性发展的基础理念。因而,平台治理以构建健康、有序发展的平台生态系统为目的,有助于获得多元治理主体在平台治理活动中的价值认同。此外,协调多元主体在治理中的利益和矛盾也是形成协同目标需要考虑的重要一环,尽管治理中的利益和矛盾是协同工作进行后可能产生的结果,但在协同过程中也需要做初步事前协商。有效的沟通和协商不仅是协调各参与方之间利益关系的过程,也是各参与方寻求最优解决方案的过程。只有各参与主体有能力且有意愿参与协同治理工作中,平台治理目标才可能实现。

#### (二) 优化平台治理结构

从总体上看,我国平台治理尚处于初级阶段,新的治

理模式尚未成熟,在此背景下,应增进政府服务理念,激活多元主体参与平台治理的积极性,深入挖掘其治理潜力,从而优化平台治理结构。具体可以从以下几个方面着手:第一,政府利用互联网、大数据、云计算等信息技术手段构建监管服务平台,通过工作流程的设计和实现,达成各系统、各部门之间的高效协作。明确平台企业的数据报送义务,进行数据获取、整理、加工和利用,推动信息共享。监管服务平台的建立不仅有助于推动政府监管机构职能的优化整合,科学配置平台治理的职责和资源,改变“政出多门”的传统治理弊端,而且可以增强政府与平台企业、交易参与者等多元主体之间信息交互的效率,提高治理响应能力和协作能力;第二,鼓励和促进平台企业的技术创新和商业模式创新向治理领域扩散,鼓励平台企业制定更加公平、清晰、透明的平台交易规则,促进平台生态的良性发展;规范和完善内部管理制度,为平台的稳定运行和政府相关监管工作提供支撑;第三,培育多元化参与主体,提高其合作能力与治理水平。从制度层面上,尊重和保护多元主体参与平台治理的独立性和平等性,扩大多元主体的参与渠道和利益表达机会;构建多元主体参与治理的相关制度,明确多元主体参与平台治理的内容、程序和方式,通过配套激励机制解决各治理主体参与动力不足问题,促使其在自身治理逻辑允许的边界内尽可能发挥治理的作用。

#### (三) 探索和明确平台治理边界

治理一定有其边界,不然就容易演变成随意管控,不仅无法达到治理效率最优,还可能浪费社会资源,对社会产生不良影响。厘清平台治理边界有助于明晰各治理主体责任范围,使治理行为有章可循。具体可从以下两个方面进行平台治理边界的探索:第一,通过分类治理,探索不同类型平台治理边界。在平台治理过程中,除了要考虑对构成市场经济秩序的诸要素进行综合治理以外,还要针对不同市场类型、不同行业以及不同类型平台经济主体进行分类治理,并根据分类进行相应治理手段的匹配。例如,对于平台企业治理效果良好的领域,政府应尽量避免对平台治理过程的“直接性”介入,可通过抽查、评估等“间接性”方式对平台企业治理成效进行监督。对平台治理失灵领域,政府可针对治理过程增加“直接性”介入手段,进行强力规范。

第二,通过主动修正传统治理边界,应变互联网环境变化带来的治理困境。从传统交易平台到基于互联网的虚拟交易平台的发展变化,不仅是平台组织形态的转变,也在很大程度上改变了传统平台治理边界。治理主体需要随着交易环境变化及时调整治理边界,这体现了平台治理边界的动态性和阶段性。同时也要看到,作为一种新生事物,

人们对平台治理的理念还有待提高。今后随着对平台的发展成熟和人们对平台治理理念的成熟，平台治理边界也会随之进行调整。例如，对于处于萌芽阶段的初创平台，为鼓励和促进产业创新，除了安全、垄断行为、竞争秩序等问题需要重点治理外，政府应尽量减少干预，充分发挥市场自身调节作用；对于规模化发展的成熟平台，其市场涉及范围交广，社会影响较大。此时平台公共产品属性较强，此时应注重其作为准公共产品提供者需承担的社会责任，鼓励平台企业根据其积累的成熟经验，参与行业标准或规则制定，便于政府加强规范化管理，从而推动整个行业治理的完善。

#### （四）构建一体化、动态化治理机制

从总体上看，我国平台治理尚处于初级阶段，新的多元主体协作治理模式尚未成熟，与平台治理相关的协同治理机制缺乏不无关系。在当前信用体系不发达的情况下，治理的重心应放在促进多元主体与政府部门建立一体化、动态化的治理机制上。

首先，多维度考量各方诉求，协调各方利益，权衡治理成本和收益，完善多元主体参与治理的激励机制。通过正向激励机制（税收减免、信用评价、奖励等）和负向激励机制（负面清单、市场退出机制等）调动各方主体参与治理的积极性。通过正向激励，鼓励多元主体积极参与平台治理，有助于提升平台治理质量和效率；通过负向激励，控制多元社会主体过度的利益追求，明确其社会定位。正向激励和负向激励制度的合理设计，有利于促进社会多元主体的功能协调，共同构建良好的平台治理环境。

其次，加强大数据在平台治理中的运用，构建动态化治理机制。政府作为重要治理主体，应完善数字基础设施，建立跨部门、跨地区的协同机制，加强各部门数据共享，促进协同工作能力的提升。构建政府与平台企业治理业务的联动机制，加强与平台企业在大数据应用方面的交流合作，利用大数据技术降低治理成本、防控风险、提升效率。积极动员社会力量共同参与治理，使政府能够在违法犯罪等事件发生时快速跟进，对交易者和平台企业进行直接管理。甚至也可以将部分行政监管权力委托给平台企业，由平台企业对其平台上的违法行为进行及时制止、证据留存和报告，并积极配合政府部门的行政执法。

最后，完善平台治理的沟通、反馈和评估机制。在信息时代，社会主体都是信息的制造者和传播者，构建程序化、制度化的信息交流机制和多元化的沟通、反馈渠道，有助于协调多元主体之间的利益冲突，形成一致的协同理念，进而在治理行为上与治理目标保持一致。此外，通过“制度”“机制”为导向构建系统性责任评估机制，对各

治理主体治理工作进行全面、客观、系统的考核、评估、规范，及时发现问题，纠正偏差，从而有效推进平台治理工作的开展。

#### （五）加强和完善信用体系建设

信用体系是保证社会和经济良性运行的重要机制，面对交易平台上存在的海量主体和巨量交易，构建信用体系是解决平台治理问题的一个有效途径。平台企业往往会在平台上构建信用评价体系和在线争端解决机制，但仍然难以从根本上解决“市场失灵”的问题，主要原因在于社会整体信用基础的薄弱。这需要从国家层面上加强和完善信用体系建设。通过社会信任制度建设，建立长效的信用激励和失信惩罚机制，从制度上提高失信者的机会成本。搭建公共联合征信系统平台，在法律制度规范下开放和共享特定的信用信息，助推各社会主体向信用主体发展，促进平台业态健康发展。

#### 参考文献：

1. 陈宏彩, 邓蓉敬. 市场秩序治理模式初探 [J]. 中共青岛市委党校. 青岛行政学院学报, 2003 (1)
2. 王雪峰. 商品交易市场发展及相关监管制度建设问题研究 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2016
3. 王俐, 周向红. 平台型企业参与公共服务治理的有效机制研究: 以网约车为例 [J]. 东北大学学报 (社会科学版), 2018, 20 (6)
4. 今日财富. 315 前夕公布年报“第二大电商平台”拼多多能否摆脱假货质疑? [EB/OL]. (2019-03-18) [2020-7-20] <https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5333511944/13de6ef0800100idnn>
5. 中新经纬. 北京消协: 56.92% 的被调查者有过大数据“杀熟”经历 [EB/OL]. (2019-03-27) [2019-4-25]. <http://finance.sina.com.cn/roll/2019-03-27/doc-ihxyzsm0986646.shtml>
6. 陶希东, 刘思弘. 平台经济呼唤平台型政府治理模式 [J]. 浦东开发, 2013 (12)
7. 梁晗, 费少卿. 基于非价格策略的平台组织治理模式探究——以阿里巴巴电子商务平台为例 [J]. 中国人力资源开发, 2017 (8)
8. 李广乾, 陶涛. 电子商务平台生态化与平台治理政策 [J]. 管理世界, 2018 (6)
9. 孟凡新. 共享经济模式下的网络交易市场治理: 淘宝平台例证 [J]. 改革, 2015 (12)
10. 申尊焕, 龙建成. 网络平台企业治理机制探析 [J]. 西安电子科技大学学报 (社会科学版), 2017, 27 (4)
11. 高少丽. 平台经济模式下平台治理相关问题探究 [N]. 中国工商报, 2017-4-29 (3)

#### 作者简介：

尹晓娟, 经济学博士, 国家开放大学经济管理教学部讲师。研究方向: 电子商务。