



从“亮照亮证”到“信息可得”—— 论电子商务经营者的信息公示义务及其 实现路径

论文作者：（请填写）

学 号：（请填写）

学 院：（请填写）

专 业：（请填写）

2025 年 12 月 23 日

目录

摘要	2
1 引言	2
1.1 选题背景与问题意识	2
1.2 研究思路与结构安排	2
2 信息公示义务的规范要点与制度价值	2
2.1 规范要点：公示什么、如何公示、何时更新	2
2.2 制度价值：把“信息差”转化为可管理的风险	3
3 实践痛点与成因：形式合规为何难以转化为实质效果	3
3.1 入口不显著与跨端不一致：消费者“找不到”	3
3.2 真实性与可核验不足：贴图不等于可信	3
3.3 变更不同步与动态逃逸：追责对象被不断“换皮”	3
3.4 成因：激励失衡与平台治理标准不统一	4
4 完善路径：以“可得性、可核验、可追溯”为核心的可执行方案	4
4.1 做实“可得性”：统一入口与分层披露	4
4.2 增强“可核验”：从贴图到可点击校验	4
4.3 补齐“可追溯”：变更同步 + 历史留痕	4
4.4 平台协同与责任闭环：让违法成本高于逃逸收益	4
5 结语	4

摘要

电子商务放大了交易中的信息不对称：消费者多依赖页面呈现，难以准确识别经营者身份与资质，纠纷中易出现“找不到人、追不了责”。为降低结构性风险，《电子商务法》确立经营者信息公示义务。本文主张将合规标准从“贴出证照”提升为“信息可得”，并围绕入口显著、内容真实、便于核验、变更同步提出改进建议，强调平台协同与责任闭环以提升制度实效。

关键词：电子商务法；信息公示义务；亮照亮证；消费者保护；平台治理

1 引言

1.1 选题背景与问题意识

电子商务交易具有非接触、跨地域与强平台化特征，消费者对经营者的判断高度依赖页面信息。若经营者隐匿主体或频繁变更信息，消费者就会遭遇识别困难与维权成本上升。信息公示义务意在固定“谁在卖、如何联系、能否追责”等关键信息；但实践中常被简化为贴图或编号，出现形式合规与实质效果的落差。

1.2 研究思路与结构安排

本文采用规范分析与问题导向相结合的方法：第一章阐释规范要点与价值；第二章总结实践问题与成因；第三章提出以可得性、可核验、可追溯为核心的改进方案；结语归纳观点。

2 信息公示义务的规范要点与制度价值

2.1 规范要点：公示什么、如何公示、何时更新

信息公示义务的核心不在“展示一张证照”，而在于确保经营者在网络交易中始终“可识别、可联系、可追责”。《中华人民共和国电子商务法》要求电子商务经营者依法登记，并在首页显著位置持续公示营业执照信息、行政许可信息等关键身份要素。¹

从合规结构看，可以概括为“三个问题”：

- (1) **公示什么：**主体身份信息（名称、统一社会信用代码/登记信息、联系方式等）、许可资质信息（依法需许可的行业）、与消费者权益密切相关的规则信息（售后、争议处理等）。

¹ 《中华人民共和国电子商务法》（2018年8月31日通过，2019年1月1日起施行）。

- (2) **如何公示：**入口易发现、少层级、跨端一致；表达应可理解，避免“贴图即完事”。
- (3) **何时更新：**关键信息变更应及时同步，避免基于过期信息交易。

2.2 制度价值：把“信息差”转化为可管理的风险

信息公示义务的重要性在于网络市场天然存在信息不对称：消费者难以区分“真实可追责”与“短期套利后退出”。相关研究指出，质量不确定会诱发市场失灵。² 信息公示通过降低识别与核验成本，提升交易确定性。

因此，本文主张以“信息可得”作为解释轴心，将合规评价从“有没有贴出来”推进到“能不能被消费者有效使用”。最低限度应满足：

- (1) **可见：**入口显著、少层级、跨端一致；
- (2) **可信：**信息真实、可核验、不过期；
- (3) **可用：**足以联系经营者、留存证据并支撑后续救济。

换言之，“亮照亮证”只是形式起点，“信息可得”才是效果终点。

3 实践痛点与成因：形式合规为何难以转化为实质效果

3.1 入口不显著与跨端不一致：消费者“找不到”

实践中最常见的问题是入口被折叠：网页端似乎“有公示”，但在 APP、小程序、直播间或分享短链里难以找到。对消费者而言，“找不到”在效果上等同于未公示，也容易造成取证困难。

3.2 真实性与可核验不足：贴图不等于可信

执照贴图可能被裁剪、过期或伪造；若缺乏便捷核验渠道，公示信息就会沦为“装饰性合规”，难以发挥风险预防作用。

3.3 变更不同步与动态逃逸：追责对象被不断“换皮”

网络经营的流动性强，主体名称、地址、许可范围甚至店铺经营主体都可能频繁变更。若变更后仍沿用旧信息，消费者就会遭遇追责错位；更极端的情形是通过多主体轮换、店铺转让等方式实现“动态逃逸”。相关规制已明确网络交易治理要求并强化平台与经营者的合规责任，但落地仍依赖技术与流程。³

²George A. Akerlof, The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, *The Quarterly Journal of Economics*, 1970, 84(3): 488–500.

³《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局令，2021 年施行）。

3.4 成因：激励失衡与平台治理标准不统一

成因具有结构性：不诚信主体有隐藏信息的动机；平台治理若缺乏统一标准与外部监督，容易“选择性治理”。关键在于把规则固化为可验证、可执行的流程。

4 完善路径：以“可得性、可核验、可追溯”为核心的可执行方案

4.1 做实“可得性”：统一入口与分层披露

首先要解决“找不到”的问题：在网页、APP、小程序、直播间等端口统一提供“一键可达”的主体信息入口；将主体名称、联系方式、许可资质、售后规则等关键信息置于优先位置。对高风险行业适当增加补充披露要素，实现分层治理。

4.2 增强“可核验”：从贴图到可点击校验

仅展示图片难以防伪。可行做法是引入“可点击校验页”：平台核验后生成统一标识，消费者点击即可看到核验时间、有效期与许可范围；同时设置到期提醒与抽检机制，使真实性可检查。

4.3 补齐“可追溯”：变更同步 + 历史留痕

信息公示必须贯穿交易全流程。建议明确两点：其一，关键信息变更应及时同步到公示页；其二，历史订单应能回溯到“下单当时”的有效信息（含主体、规则与联系方式），并允许消费者留存。对频繁变更且投诉率高的经营者，平台应触发强化审查、限制上新或限制结算等措施，抑制“动态逃逸”收益。

4.4 平台协同与责任闭环：让违法成本高于逃逸收益

最后形成“闭环”：平台把“未完成基础公示/核验不得经营”规则化并稳定执行；对拒不公示、虚假公示、长期不更新等行为，与行政监管和信用惩戒联动，提高综合违法成本，压缩逃逸收益。

5 结语

信息公示义务的关键，不是“有没有展示”，而是“能不能被有效使用”。如果入口隐蔽、信息不可核验、变更不同步，消费者仍会陷入识别与追责困境。本文以“信息可得”为解释轴心，提出以可得性（显著入口）、可核验（点击校验）、可追溯（历史留痕）为核心的改进方向，并强调平台协同与责任闭环。通过把规则转化为可执行流程，才能让“亮照亮证”真正服务于交易安全与消费者保护。

同时也应看到，信息披露并非越多越好：过度披露可能造成信息过载，反而削弱消费者的理解与选择。未来完善制度时，应在“关键事实充分披露”与“用户可理解”之间取得平衡，并结合不同业态风险水平动态调整披露与核验强度，使规则既能落地又不损害交易效率。