



北京邮电大学

BEIJING UNIVERSITY OF POSTS AND TELECOMMUNICATIONS

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 实践困境与完善路径：从“形式合规”走向“信息可得” 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 3

3.5 完善路径：以可得性、可核验、可追溯为主线的连续治理 4

4 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，这一义务回答三个连续问题：**公示什么**（主体身份、必要资质与关键规则）、**如何公示**（入口显著、表达可理解、跨端一致）、**何时更新**（变更及时同步，避免依据过期信息交易）。

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）。

2.2 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”。所谓可得，至少包含三个层面的实质效果：其一是**可见**，即入口显著、获取路径短、跨端一致；其二是**可信**，即信息真实可核验、不过期不缺项；其三是**可用**，即消费者能够据此联系经营者、留存证据并在争议解决中完成责任对接。换言之，“亮照亮证”只是形式起点，“信息可得”才是效果终点；法律要保障的并非页面上有一张图，而是消费者在交易全流程中都能抓住真实的责任主体。

3 实践困境与完善路径：从“形式合规”走向“信息可得”

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

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。

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）。

3.5 完善路径：以可得性、可核验、可追溯为主线的连续治理

要让信息公示义务真正落地，不能只停留在“要求展示”，而应当围绕消费者体验把义务做成可检查的流程：能否快速找到、是否真实可核验、变更后能否追溯到下单时的有效信息。由此，完善路径可概括为“可得性—可核验—可追溯”的连续治理，并通过平台规则与监管联动保证执行力。

在**可得性**层面，应把“首页显著位置”具体化为跨端一致的统一入口与较短的获取路径，避免信息只在网页端可见、在 APP/小程序/直播间被隐藏；平台可将入口可达性纳入准入与抽检。在**可核验**层面，应减少单纯贴图，推广可点击校验页与统一标识，展示核验时间、有效期与许可范围，并配合到期提醒与抽检，压缩伪造与过期信息的生存空间。在**可追溯**层面，应要求变更同步与历史留痕，使历史订单可回溯到下单时的主体与规则信息，减少追责错位。最后以**责任闭环**收束：平台稳定执行“未完成基础公示/核验不得经营”，对拒不公示、虚假公示、长期不更新等行为与行政监管、信用惩戒联动，提高违法成本，使隐藏信息不再成为理性选择。

4 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。