

职业打假者适用惩罚性赔偿研究

陈 燕

青岛大学法学院，山东 青岛

收稿日期：2025年12月10日；录用日期：2026年1月4日；发布日期：2026年1月15日

摘要

《消费者权益保护法》颁布之后出现了“知假买假”这一灰色地带，职业打假人出现在公众视野，其是否具有消费者的身分成为案件争议焦点。消费者的判断标准存在分歧，采取综合标准可以避免随意扩大或者限缩《消费者权益保护法》的适用范围。分类型区分职业打假者是否具有消费者的身分，有利于保护民营经济发展，也有利于打击制假售假行为。

关键词

职业打假者，消费者判断标准，惩罚性赔偿

A Study on Punitive Damages for Professional Counterfeit Detectors

Yan Chen

School of Law, Qingdao University, Qingdao Shandong

Received: December 10, 2025; accepted: January 4, 2026; published: January 15, 2026

Abstract

Following the enactment of the Consumer Rights Protection Law, the practice of “knowingly purchasing counterfeit goods” emerged as a gray area, bringing professional counterfeit fighters into public discourse. Whether these individuals qualify as consumers has become a central point of legal contention. Divergent criteria for defining consumers exist, and adopting a comprehensive standard helps prevent arbitrary expansion or narrowing of the law’s applicability. Classifying professional counterfeit fighters based on typology to determine their consumer status can contribute to safeguarding the development of the private economy while effectively combating the production and sale of counterfeit goods.

Keywords

Professional Counterfeit Fighters, Criteria for Consumer Identification, Punitive Damages

Copyright © 2026 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. 职业打假者与惩罚性赔偿的概述

(一) 职业打假者的定义与特征

现阶段中国并无相关法律法规对“职业打假人”进行明确定义。2019年4月，浙江省市场监督管理局发布《关于有效应对职业投诉举报行为营造良好营商环境的指导意见(征求意见稿)》，对此种“职业索赔”举报给出了明确定义。职业投诉举报是指：以牟利为目的，通过知假买假，甚至调包、夹带、造假等非正常消费方式人为制造索赔理由，或者明知经营行为轻微违法，向市场监管部门投诉举报，不达目的就滥用信息公开、行政复议、行政诉讼、监察投诉等权利，胁迫或变相胁迫生产经营者让步，以期得到高额不当利益的行为。结合指导意见的规定，笔者认为职业打假者是指那些以打击假冒伪劣商品为职业，长期寻找并购买在产品质量、包装标志、有效期限、广告宣传等方面存在问题的商品，并通过法律途径向商家索赔或向有关部门举报，进而获取一定利益的群体。其具有以下鲜明特征。

第一，知假买假。这是职业打假人区别于普通消费者的典型特征。他们会主动寻找并购买假冒伪劣商品，而非被动地遇到问题后再进行维权。

第二，具备专业知识与技能。职业打假者通常具备一定的法律知识和谈判技巧，以便更有效地与商家沟通并索赔。同时，他们还需要具备敏锐的洞察力和逻辑思维能力，以便在海量的商品信息中准确识别出假货。

第三，大部分都具有团队化运作。职业打假者往往不是单打独斗，而是以团队形式存在。他们内部分工明确，有的负责寻找目标商品，有的负责购买和取证，还有的负责投诉和索赔。

第四，主观目的是获利而非消费。职业打假者的主要动机是获取经济利益，他们通过购买问题商品并依法索赔或举报，来获取一定的赔偿或奖励，并非为日常的生活消费而购买商品或者接受服务。

(二) 惩罚性赔偿的历史发展与立法目的

1、惩罚性赔偿的历史发展

中国惩罚性赔偿的历史发展可以追溯到上世纪90年代，我国最早规定适用“惩罚性赔偿”的法律是1994年施行的《消费者权益保护法》。这是在借鉴英美国家的惩罚性赔偿制度的基础上，我国进行的首次立法尝试。1994年后，惩罚性赔偿制度陆续被引入到多个领域，但一直未有显著的进展与实质性适用。2013年，《商标法》第六十三条的确立，正式拉开了我国构建知识产权侵权惩罚性赔偿制度的帷幕。随后，《专利法》《著作权法》、《反不正当竞争法》以及《民法典》等众多法律关于惩罚性赔偿制度的进一步修改与确立，标志着我国基本实现了惩罚性赔偿制度在知识产权领域的全覆盖。除了知识产权领域，惩罚性赔偿制度还在其他领域得到了拓展和应用，如食品安全领域等。在食品安全领域，消费者有权请求销售不符合食品安全标准的食品的经营者支付价款数倍的惩罚性赔偿金。中国惩罚性赔偿的历史发展经历了从早期立法尝试到知识产权领域的引入与发展，再到司法实践与解释的完善，以及其他领域的拓展等阶段。随着法律制度的不断完善和司法实践的深入推进，惩罚性赔偿制度将在保护消费者权益、维护市场秩序等方面发挥更加重要的作用。

2、惩罚性赔偿的立法目的

1) 惩戒与惩罚

惩罚性赔偿的首要目的是对侵权人的恶意行为进行惩罚。当侵权人主观上具有恶意，明知自己的行为会侵害他人权益却仍然实施侵权行为时，法律通过惩罚性赔偿来加重其经济负担，以此作为对其恶意行为的惩戒。惩罚性赔偿在一定程度上遏制了造假卖假行为，有利于建设良好的市场秩序，保护消费者的合法权益。

2) 遏制与预防

惩罚性赔偿不仅着眼于过去的侵权行为，更旨在遏制未来的不法行为。通过提高赔偿金额，使侵权人意识到其行为的严重性，从而在未来的行为中更加谨慎，避免再次实施侵权行为。这种遏制作用有助于维护社会秩序和公共利益。这一肇始于英美法系的制度率先规定在我国的《消法》中，其目的是希望通过该项制度具备的各项功能，惩罚与警示违法的经营者鼓励消费者运用司法手段维护自己的合法权利，从而进一步督促经营者诚信经营，形成市场发展的良好秩序[1]。

3) 补偿与激励

惩罚性赔偿的规范作用在于通过支付超过实际损失的数额而产生的对经营者的惩戒与警示作用，以及对消费者产生的引导与激励作用[2]。虽然惩罚性赔偿的金额超过了受害人的实际损失，但其中也包含了对受害人的补偿。这种补偿不仅是对受害人经济损失的弥补，更是对其精神损害和权益受侵害的一种慰藉。通过惩罚性赔偿，受害人能够得到更为充分的救济。

2. 韩付坤诉李沧区多美好批发超市案案情回顾

(一) 案件基本情况

2018年7月1日、7月5日，韩付坤在多美好超市处先后两次购买了各六瓶 SALVALAI 红酒(品名：阿玛罗尼·威爵红葡萄酒 2010 年)，共计 12 瓶，韩付坤通过刷卡方式向多美好超市支付酒款共计 20160 元，多美好超市给韩付坤开具了增值税发票。韩付坤提供了购买过程的录像视频，拍摄的内容显示了韩付坤进入多美好超市店铺、购买进口红酒、多美好超市取货、韩付坤结账付款、多美好超市向韩付坤开具发票、韩付坤携购买的红酒走出多美好超市店铺、及上车查验的全过程。在录像视频中显示了韩付坤向多美好超市购买红酒时及上车后将所购红酒拿出检查，并将每瓶红酒酒瓶 360 度旋转拍摄，以显示酒瓶上均没有粘贴中文标签。录像显示，韩付坤第一次购买的 6 瓶红酒，系多美好超市从店内展示柜中所取，而非多美好超市所称从整箱中所取。第二次的 6 瓶红酒，系多美好超市整箱(6 瓶)出售，视频(1'09" 处)显示箱体底部无多美好超市所称粘贴中文标签。庭审中韩付坤向法庭出示涉案 12 瓶红酒的实物证据，没有中文标签和中文说明。多美好超市提交的四份生效判决中，广东省珠海市香洲区人民法院作出的(2017)粤 0402 民初 6920 号民事判决，查明韩付坤在该院同时起诉了多个不同的被告，且均是以所购产品没有中文标签为由要求被告退还货款并支付货款十倍的赔偿，韩付坤在多个案件中提交的证据形式也基本一致，据统计该批案件数量在 50 宗以上，涉案标的达 400 万元以上。广东省珠海市斗门区人民法院(2016)粤 0403 民初 2701 号民事判决、(2016)粤 0403 民初 2695 号民事判决、广东省珠海市中级人民法院(2017)粤 04 民终 1728 号民事判决均驳回韩付坤主张十倍赔偿的诉讼请求¹。

(二) 案件争议焦点

1、韩付坤是否属于消费者

一审法院认为消费者的判断标准是其购买商品或者服务时的目的，韩付坤购买红酒之后并未实际使用，且在其他法院以相同理由提起若干索赔案件，可以认定其购买的目的是营利而非生活需要，所以

¹韩付坤诉李沧区多美好批发超市案，山东省高级人民法院(2020)民再第 386 号。

韩付坤不是消费者。

二审法院认为消费者的判断标准不是购买者的主观目的，而是标的物的性质。不管是处于何种目的购买的商品，只要商品是生活资料就是消费者，所以韩付坤是消费者。同时，对于职业打假者身份的认定，二审法院认为，职业打假者的判断标准模糊，不能轻易将韩付坤定义为职业打假者。

再审法院对于韩付坤的消费者身份问题并未正面回答，但是从判决理由中可以看出再审法院默认韩付坤具有消费者的身分。再审法院引用了《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款规定，适用该规定需要具有消费者的身分。

2、涉案红酒是否为不符合食品安全标准的食品

一审、二审以及再审法院在涉案红酒是否为不符合食品安全标准的食品问题上具有一致意见，依据《中华人民共和国食品安全法》第九十七条“进口的预包装食品、食品添加剂应当有中文标签……。预包装食品没有中文标签、中文说明书或者标签、说明书不符合本条规定的不得进口”。涉案红酒属于进口预包装食品，但没有中文标签，不符合国家强制性标准的规定，不能在中国境内销售，故涉案红酒属于不符合食品安全标准的食品。

3、是否应支持韩付坤的十倍惩罚性赔偿

该问题是具有争议性的问题，三家法院的态度也不尽相同。一审法院认为涉案红酒是不符合食品安全标准的食品但是却不具有食品安全问题，韩付坤并未受到误导或者欺诈而购买涉案红酒，符合《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款但书所规定的情形，一审法院不支持十倍赔偿请求。

二审法院支持十倍赔偿请求。二审法院认为韩付坤即使是知情者也不影响其权利的行使，依据《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条“因食品、药品质量问题发生纠纷，购买者向生产者、销售者主张权利，生产者、销售者以购买者明知食品、药品存在质量问题而仍然购买为由进行抗辩的，人民法院不予支持”。同时，二审法院认为价款十倍的惩罚性赔偿不以消费者人身权益遭受损害为前提，不符合食品安全标准的食品就是不安全的食品，所以二审法院支持十倍的惩罚性赔偿。

再审法院与一审法院态度一致，不支持十倍惩罚性赔偿。再审法院认为不符合食品安全标准的食品是食品实质上有毒、有害，不符合应当有的营养标准，对人体健康可能造成任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。涉案红酒无中文标签并不会对其造成任何购买或食用误导。因此，本案符合《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条第二款但书所规定的情形，再审法院不支持十倍惩罚性赔偿的请求。

3. 消费者的判断标准之争

《消法》第2条规定：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”该条只规定了《消法》的调整范围，但是并未明确表述何为消费者，不同学者对消费者的解读不同，对于职业打假者是否适用《消法》的判断也存在分歧。消费者权益保护法第二条是为了区分生活消费与生产经营消费，而非为了区别生活消费与知假买假^[3]。判断某人是否具有消费者身份，最主要的是判断其是否为“生活消费”，何为“生活消费”学者存在以下三种观点。

第一种观点认为应凭购买者的购买动机和目的作为判断标准。梁慧星教授认为，“买假索赔”案件以获得双倍赔偿为目的并不是“为生活消费的需要”。因此，按《消法》第2条规定，应否定“知假买假”的消费者地位，其权益也不应受《消法》保护，自然也不能适用《消法》规定获得惩罚性赔偿^[4]。

第二种观点认为 应该以购买的物品属性为判断标准，消费者与经营者之间的角色是会发生转换的只要是购买生活消费品，那么不论其目的是为物质文化生活的直接消耗还是为打假获得物质利益都属

于“生活消费”的范畴都可以适用《消法》[5]。

第三种观点认为以购买者购买后是否转售为判断标准，肯定“知假买假者”的消费者地位。王利明教授认为，购买商品和接受劳务本身就体现着消费者一定的经济利益追求。因此，任何人只要其购买目的不是为了将商品或者服务再次转卖，不是为了专门从事商品交易活动，其便是消费者。只要“知假买假”者购买商品不是为了销售，不是为了再次将其投入市场交易，就不应当否认其为消费者[6]。

以上观点都具有合理性，但是都不足以解决“生活消费”的判断问题。《消法》的立法本意，是矫正市场交易中消费者与经营者之间天然存在的信息不对称、缔约能力失衡等结构性矛盾，通过特殊保护实现交易公平。因此，判断“生活消费”不应局限于单一的主观目的或客观标的物属性，而需构建契合立法本意的综合判断标准，既精准界定“消费者”的内涵与外延，又防范权利滥用。主要判断依据应包括：第一，商品的属性。商品属性是判断“生活消费”的基础前提，核心在于界定商品是否具有满足个人或家庭物质文化需求的核心功能。对于食品、服装、家电等明确属于生活资料的商品，原则上推定购买行为具有生活消费属性；对于兼具生产与生活双重属性的商品，则需由购买者举证证明其购买的核心用途是生活消费。若购买者无法举证，则应承担举证不利后果，不认定为“生活消费”。这一标准的底层逻辑是：经营者对商品的功能属性、使用场景具有信息优势，而普通消费者对双重属性商品的“生活用途”举证难度较低，此举既符合信息不对称的矫正需求，也避免经营者以“商品可用于生产”为由规避责任。第二，购买商品的数量。购买数量是判断是否脱离“生活消费”本质的关键指标。普通消费者的购买数量必然与个人或家庭的日常消耗需求相匹配，超出合理范围的批量购买，往往意味着购买行为脱离了“消耗性使用”的核心特征，转向营利或其他非消费目的。因此，对于购买数量显著超出日常合理需求，应由购买者举证证明该数量符合生活消费需求；若无法举证，则应认定其超出“生活消费”范畴。批量购买者往往具备更强的市场议价能力与信息获取能力，已不再处于缔约能力失衡的弱势地位，甚至可能通过批量索赔形成对经营者的反向制约，与《消法》保护弱势消费者的制度预设相悖。第三，是否实际使用该商品。是否实际使用商品并非绝对标准，但可作为判断“生活消费”的重要参考，需结合购买时间、商品保质期、使用场景等因素综合考量。若购买者在商品保质期内未使用，且无合理理由，同时存在批量购买、快速索赔等行为，则可推定其缺乏“生活消费”的实际意图。“生活消费”的本质是“为使用而购买”，未使用但无正当理由的购买行为，往往与“知假买假、以索赔为目的”的营利行为相关联，此类行为无需《消法》通过特殊保护矫正强弱失衡。第四，是否经常性转售商品。任何人只要其购买商品和接受服务不是为了将商品或者服务再次转手，不是为了专门从事某种商品交易活动，其购买行为便是为了“生活消费”他就是消费者[5]。《消法》所保护的消费者，其购买行为的核心是“消耗性使用”而非“交易获利”。若购买者经常性转售所购商品，或以转售为目的批量采购，则其身份已转化为经营者，不存在《消法》所预设的信息不对称与缔约能力失衡问题，自然不应纳入“消费者”范畴。

4. 职业打假者适用惩罚性赔偿建议

(一) 分类型区分职业打假者是否具有消费者身份

在实践中，职业打假者是否是消费者，这决定了其是否适用十倍惩罚性赔偿。笔者认为对于职业打假者不应该以全有或者全无的方式肯定或者否定其消费者的身分，因为职业打假者具有打击制假售假行为的利处，也有阻碍民营经济发展的不利之处，需要辩证地看待职业打假人的存在。职业打假者之所以能长期存在，并得到诸多民众与学者的支持，重要原因在于其行为某种程度上能抑制制假售假行为，弥补政府监管资源和能力的不足，在净化市场环境和制衡经营者盈利意图肆意扩张方面具有积极意义[7]。笔者认为对于职业打假者要行分类讨论其是否具有消费者的身分。在实践之中，职业打假者也具有区别，一种是有组织性的职业打假者，即恶意营利型职业打假者，以索赔为目的专门从事打假工作的打假组织，

其特点在于人员众多，内部分工明确，以打假为业。该群体无论是主观还是客观上均已经基本具备独立职业活动的特征，不应当归为一般的消费者群体，应赋予其独立的法律地位，将其与一般的打假人进行区分[8]。另一种职业打假者是单打独斗型，即个体合规型职业打假者，对此类职业打假者可以将其界定为消费者，其打假行为对于民营经济的发展影响较小，不会扰乱正常的市场秩序，有利于规范市场行为，对其打假行为，根据法律规定决定是否适用十倍惩罚性赔偿。

以上两类职业打假者需要在“运作模式、行为频次、涉案金额、维权对象、行为合法性”五个维度，建立清晰的区分标准：运作模式上，恶意盈利型职业打假者存在公司化或团队化运作，有“寻货-取证-索赔-诉讼”固定分工，或接受第三方有偿委托打假；个体合规型职业打假者无组织架构，仅个体独立开展维权，无固定协作伙伴与分工。行为频次上，恶意盈利型职业打假者12个月内针对同类合规瑕疵（如标签、宣传表述问题）提起诉讼或举报5次以上，且跨区域批量维权；个体合规型职业打假者12个月内同类维权行为小于3次，无持续、重复维权记录。在涉案金额上，恶意盈利型职业打假者单次购买数量或金额显著超出生活需求（如一次性购买某食品20箱）或12个月内累计涉案金额20万元以上；个体合规型职业打假者单次购买符合日常消费规模或12个月内累计涉案金额低于10万元。维权对象上，恶意盈利型职业打假者专门针对个体工商户、小微企业等弱势经营者，规避大型企业合规审核壁垒；个体合规型职业打假者无特定维权对象偏好，维权行为随机，涵盖不同规模经营者。

分类界定的本质是回归《消法》立法本意，消费者身份的核心是“为生活消费需求”，且需具备信息不对称、缔约能力失衡的弱势特征。恶意营利型职业打假者通过团队化运作、专业知识积累，已逆转与经营者的强弱关系，甚至成为信息优势方与权利滥用方，其行为与“生活消费”本质相悖；而个体合规型职业打假者的行为未脱离日常消费范畴，维权手段合法，仍符合消费者的核心特征，其行为对规范市场具有积极意义，应保留其获得惩罚性赔偿的权利。

（二）建立职业打假者信用档案

在监管主体上，由市场监管部门、司法机关以及相关行业协会共同负责建立职业打假者信用档案。以市场监管总局为核心主管机构，统筹信用档案的整体规划和跨部门协调；地方各级市场监管部门负责辖区内职业打假者信息的采集、初审与日常管理，形成“国家-省-市-县”四级联动管理体系。司法机关、行业协会和辅助协作单位则作为共同参与者。最高人民法院、地方各级人民法院从案件审理角度提供法律层面的信息支持，提供打假相关诉讼案件数量、判决结果、恶意诉讼或虚假诉讼认定、强制执行情况等司法信息，同步案件审理过程中发现的违规打假线索。消费者协会、相关商品流通行业协会，负责参与信用评价标准制定、提供行业内打假行为合规性意见。有些知假买假者只会挥刀向更弱者，专门挑个体经营者下手，一般仅仅专注于标签、包装、宣传之类的问题；他们甚至会人为制造食品安全问题，比如把超市里临近过期的食品找地方藏匿起来，等到其过期后再故意翻出来购买[9]。对于此类打假者，行业协会需要对其进行规范引导，收集经营者反馈的恶意打假投诉信息，以便有效进行规制。

在信用档案的纳入标准上，需要满足以下条件：第一、12个月内针对同类合规瑕疵提起诉讼或举报累计大于5次，且无证据证明其购买行为具有生活消费属性；第二、单次购买商品数量显著超出日常生活需求，且以索赔为唯一目的；第三、存在恶意造假行为，包括但不限于：藏匿临期食品至过期后购买索赔、篡改商品标签或包装制造瑕疵、虚构商品质量问题进行举报或诉讼；第四、专门针对个体工商户、小微企业等弱势经营者发起批量索赔，且索赔标的累计超过10万元，未发现经营者存在实质质量违法；第五、被司法机关认定为“恶意诉讼”“虚假诉讼”2次以上，或因打假相关行为被行政处罚；第六、以胁迫、威胁等不正当手段迫使经营者妥协赔偿，经经营者举证且查证属实。

在信用档案核心信息内容上实行“一人一档”管理，信息内容严格遵循“合法采集、最小必要、脱敏保护”原则，主要包括：基础身份信息（脱敏处理）、打假行为记录、合规性评估信息和不良行为记录。打

假行为包括每次打假的时间、地点、涉案商品名称及规格、购买数量及金额、举报或诉讼对象、举报或诉讼请求、处理机关及处理结果。合规性评估信息由主管机构联合协同单位对打假行为进行合法性与合理性评估。不良行为则包括恶意造假、恶意诉讼、胁迫经营者等违规行为的具体事实、查证依据、相关机关认定结果。

在信用档案动态管理上，基础信息、打假行为记录、处理结果等信息实时更新。合规性评估每 6 个月复核一次，根据最新行为记录调整。信息留存期限，正常打假行为记录留存 3 年；不良行为记录中，一般违规行为留存 3 年，恶意造假、恶意诉讼等严重违规行为留存 5 年，留存期满后自动脱敏归档，不再作为信用评价依据。信息仅限主管机构、协同参与主体因履行监管、审理、规范引导职责需要查询，严禁向无关第三方泄露，共享过程符合《个人信息保护法》相关规定。

信用档案退出机制构建上，包括自动退出、申请退出和强制退出。自动退出时信用档案纳入后，连续 2 年无新增不良行为记录，且 12 个月内打假行为在 2 次以下、无违规情形的，自动退出信用档案重点监管范围，转为普通信息归档；申请退出是信用档案纳入后，职业打假者纠正违规行为，连续 1 年无不良记录，可向属地市场监管部门提交书面退出申请，附相关整改证明材料，主管机构联合协同单位审核后，符合条件的予以退出。强制退出是因个人死亡、身份信息注销等法定情形，经核实后终止信用档案管理，相关信息按规定归档保存。

在权利救济途径上，职业打假者对信用档案中的信息内容有异议的，可在知晓信息记录之日起 15 个工作日内，向属地市场监管部门提交书面异议申请，说明理由并提供相关证据材料；市场监管部门收到异议申请后，7 个工作日内启动核查，必要时征求协同单位意见，核查结果在 15 个工作日内书面告知申请人；经核查确认信息有误的，立即更正并同步至所有共享单位；信息无误的，说明核查依据并驳回异议；对异议处理结果不服的，可在收到结果之日起 10 个工作日内，向省级市场监管部门提交复核申请，省级市场监管部门在 20 个工作日内完成复核并作出最终答复；对复核结果仍有异议，或认为信用档案管理过程中存在违法采集信息、滥用信息等行为的，可依法申请行政复议或提起行政诉讼。

参考文献

- [1] 陈年冰. 重视惩罚性赔偿制度的激励功能——以《消费者权益保护法》中的惩罚性赔偿制度为例[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2013, 43(2): 69-73.
- [2] 李毅君. 消费者权益保护法中惩罚性赔偿条款的适用[J]. 人民司法, 2015(23): 82-86.
- [3] 肖嘉楠. 知假买假者有权主张多倍赔偿金[J]. 人法司法, 2023(11): 67-71.
- [4] 梁慧星. 消费者权益保护法第 49 条的解释与适用[N]. 人民法院报, 2001-03-29(3).
- [5] 壬子, 何山.“还我一个宁静的公序良俗”——消费者权益保护法有关问题访谈录[J]. 中国律师, 1998(3): 35-37.
- [6] 王利明. 消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围[J]. 政治与法律, 2002(2): 2-11.
- [7] 尚连杰.“知假买假”的效果证成与文本分析[J]. 华东政法大学学报, 2015, 18(1): 81-91.
- [8] 崔格豪. 食品市场职业打假人权利的法律边界[J]. 食品与机械, 2023, 39(12): 60-64.
- [9] 王瑞金. 对职业打假人的两种评价[J]. 中国质量监管, 2024(1): 36-38.