

# 社会工作视角下我国电子商务诚信体系的构建研究

张 银

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月25日; 录用日期: 2024年10月28日; 发布日期: 2024年11月4日

## 摘 要

在互联网的普及和信息技术的进步之下, 我国电子商务正处于快速发展阶段, 为我国经济发展带来新的动力。但由于我国电子商务的发展中存在诚信意识不深刻、交易信息不对称、监管机制不完善以及法律法规不健全等因素的影响, 我国电子商务中诚信缺失的问题突出, 正阻碍电子商务的良性发展。本文从社会工作视角下提出相应的建议和措施, 从加大诚信宣传力度、建立信息管理系统、完善监管机制和倡导健全法律法规四个方面促进我国电子商务诚信体系的构建, 助力电子商务健康发展。

## 关键词

电子商务, 诚信缺失, 诚信体系构建, 社会工作

# Research on the Construction of China's E-Commerce Integrity System from the Perspective of Social Work

Yin Zhang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 25<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 28<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 4<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

Under the popularization of the Internet and the progress of information technology, China's e-commerce is in the stage of rapid development, bringing new impetus to China's economic development. However, due to the development of e-commerce in China, there is a lack of profound sense of integrity,

asymmetric transaction information, imperfect regulatory mechanism and unsound laws and regulations and other factors, which makes the lack of integrity in China's e-commerce prominent, and is impeding the benign development of e-commerce. This paper puts forward corresponding suggestions and measures from the perspective of social work to promote the construction of China's e-commerce integrity system and help the healthy development of e-commerce in four aspects, namely, increasing the strength of integrity publicity, establishing an information management system, perfecting the regulatory mechanism and advocating sound laws and regulations.

## Keywords

E-Commerce, Honesty Deficit, Integrity System Construction, Social Work

Copyright © 2024 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/>



## 1. 引言

人无信不立，业无信不兴，国无信则衰。诚信是中华民族的传统美德，被视为个体的行为规范和道德修养，它既是个人安身立命的根本，也是社会良序发展的基石，从古至今都是维系商品交易、人民交往的重要纽带。一直以来，我国党中央和国务院都很重视诚信文化的建设。党的十八届四中全会把社会诚信建设纳入全面推进依法治国的要求之中；党的十九大提出要推进诚信建设，不断采取各类措施推进社会信用体系建设；二十大指出要弘扬诚信文化，健全诚信建设长效机制。诚信还作为社会主义核心价值观的重要组成部分在社会上得到广泛宣传与弘扬。此外，中共中央办公厅、国务院印发的《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》、国家发改委等九部门出台的《关于全面加强电子商务领域诚信建设的指导意见》、中央网信办及发展改革委等部门印发的“十四五”电子商务发展规划等文件也对诚信建设做出重要指导。总之，诚信是个人层面上的道德修养，更关系到一个国家的社会稳定、经济发展和文化进步，已经被提升到了国家发展的宏伟战略目标的高度。

根据联合国经济合作与发展组织(OECD)的定义，电子商务是指在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间发生的商业交易。在电子商务实际的发展过程中，电子商务已经扩展出涵盖企业之间(B2B)、企业和消费者之间(B2C)、消费者之间(C2C)、政府对消费者之间(G2C)等等多个主体参与的商务模式，形成一个多元化、跨领域的商务生态系统。随着互联网的蓬勃兴起与信息技术的不断革新，当前我国电子商务正处于快速发展阶段，展现出惊人的生命力和影响力，它不仅对国内经济发展带来巨大活力，拉动内需，促进了产业升级与转型，还深刻影响着人们生活的各个方面，改变百姓的生活方式和消费习惯，为市场和社会都带来了前所未有的活力与生机。然而，电子商务作为一种在网络环境下进行的交易活动，其虚拟性和跨时空性的典型特征也容易在整个交易过程中引发诚信问题。线上交易不像传统交易那样可以通过触觉、视觉及嗅觉来接触商品以判断其是否符合心中的预期，而是通过多家对比、品牌知名度、消费者评价以及商品宣传等方式来做出最终的选择。在经济利益的驱动下，虚假宣传、假冒伪劣、货不对板等涉及诚信问题的现象时有发生，大大削弱卖家对电商交易的信任程度，同时买家也会出现仅退款、强制退货等现象，增加商家运营成本。总之，如果只注重交易平台以及在线支付等“硬件”要素的完善，而忽视作为电子商务基石的诚信体系建设，那么交易过程中出现的欺诈行为也将制约电子商务的推广和应用[1]，阻碍电子商务良性发展。电子商务为现代市场经济经济注入了新的动力，已

成为我国市场经济的重要组成部分，但电子商务中的诚信缺失问题已成为电子商务经济良性发展的桎梏。因此，构建电子商务的诚信体系，解除电子商务发展中的诚信危机已成为促进电子商务健康发展的有力举措。

社会工作作为一个追求“助人自助”和社会平等公正的专业和职业，始终坚持以人为本，解决人民生活和发展中的问题，致力于推动社会整体发展和进步，提高社会福祉。要解决电子商务发展过程中的诚信缺失问题，构建电子商务诚信体系，弘扬社会诚信文化，从而为人民带来更加和谐美好的生活。这不仅需要在国家和社会层面得到关注，也与社会工作的工作目标和专业理念十分契合。社会工作在专业价值观和理论的基础上，凭借专业的工作技巧和三大工作方法，能够在介入政府、社会、企业、个人等不同层面扮演特定的角色，发挥出专业优势，为我国电子商务诚信体系的构建带来新的视角和机遇。

## 2. 电子商务中诚信缺失的主要表现

### 2.1. 商品虚假宣传

大多消费者在网上购物时比较追求物美价廉，希望买到性价比高的商品，而商品的质量无疑是他们最为关心的核心问题。但与实体店购物不同的是，网络购物无法实际接触到商品，而是在电商网站上比较多家同类商品，通过商品详情页、历史买家评价、店铺评分等方式了解商品信息去做出最终选择。这种仅以图片和文字描述了解商品信息的购物方式让消费者难以得到商品的所有真实信息，因为部分电子商务主体在经营过程中由于没有相应的道德和法律的必要约束，会忽略诚信经营，在经济利益的驱使下制售劣质产品[2]，这些商品的实际情况与网站上的商品宣传大相径庭。消费者在收到这些与预期不符的商品后大失所望，从而降低网上购物的信任程度，挫伤网上购物的积极性。此外，还有很多经营者通过好评返现等方式来提高商品好评率，以低廉的成本诱使消费者宣传商品，增加商品正面评价和店铺评分，这会误导潜在买家，增加商品销量。这些违反诚信的行为破坏了公平竞争的原则，扰乱消费环境，更严重侵害消费者合法权益，引起消费者的反感，导致很多消费者在购买价值较高的商品时转而选择传统的购物方式，甚至购买任何商品都不再选择网上购物。

### 2.2. 售后保障不足

消费者在商务网站上购买商品时不仅关注商品本身的品质问题，还会关注商品是否有良好的售后服务，减少电商交易的后顾之忧。一方面，在电子交易系统不断完善的基础上，电子商务经营者为了获得消费者的信任往往会推行无忧售后服务，如某购物网站中的退货运费险、急速退款以及某外卖平台上的“安心吃”理赔等等，但是这些售后服务需要满足一定的条件，很多商家在消费者需要商品售后时会出现推卸责任、处理周期长等情况。尤其是消费者在对鲜花、海鲜、蔬菜等具有时效性的商品进行维权时，经营者常以物流配送、气候原因等理由推诿卸责，使得消费者维权困难。所以就算这些电子商务经营者设置了商品售后服务中心，但售后服务条件差、态度恶劣、质量低下给网上消费者留下了非常不好的印象[3]。另一方面，很多借助网络平台盈利的卖家并未设立商品售后服务，仅依靠交易平台提供有限的售后保障。例如，在某二手交易平台中，卖家仅通过注册登录就可售卖商品，买家和卖家双方通过物品信息交流来进行商品交易。在物品质量不一致，买卖双方意见不统一的时候，买家若没有办法举证，只能双方协商，网络二手交易主要负责提供交易平台，不会过多干预，客服基本不会介入[4]。很多买家最后就算成功退货也需要承担运费和手续费，消费者的合法权益得不到完全保障。据相关研究发现，有将近一半的调查对象在进行电商交易时遇到电商网站没有提供退订渠道或退订流程复杂的问题，这对那些需要售后服务的消费者造成极大不便，将大大打击他们对电子商务这种运营模式的信任感，降低网上购物

的好感，减少网购频率。

### 2.3. 个人隐私泄露

很多消费者在电子商务网站上购物时需要先注册个人账号并填写相关个人信息，在交易时，消费者还要填写自己详细的收货信息和支付信息以便确定商品订单，这些个人信息都是通过网络传输和保存的。由于很多商业网站并不注重客户消息的保护，再加上商家因经济利益倒卖他人信息、网络黑客对客户交易信息的非法窃取、网络个人信息安全保护机制不健全等原因，这些消费者的个人信息得不到安全保障，在电子商务交易过程中个人信息被泄露，个人隐私受到侵犯。在信息泄露后，不法分子会通过各种手段推测出消费者的银行卡密码、QQ账号等隐私信息，给消费者带来巨大安全隐患。电子商务关系属于买卖合同关系，根据《合同法》的规定，电子商务经营者负有保守网上商品购买者个人信息秘密的法定附随义务。如果电子商务经营者有意或无意泄露消费者个人信息，或因防护措施不当导致消费者的个人信息被他人窃用，没有履行保密义务，均为违反诚实信用原则[5]。

### 2.4. 网络诈骗泛滥

网络欺诈是网民在网上购物时最容易碰到的问题，也是诚信缺失在电子商务活动中最典型的表现形式[6]。在电子商务活动中，由于缺少严格的监管和验证机制，电子商务主体在网上发布信息受到的约束较少，很多时候难以辨别信息的真实性。电子商务经营者会在网上发布虚假的商品信息和经营信息，一旦收到消费者的货款，这些不法商家就消失得无影无踪。消费者在电商交易中受到欺骗后，很难找到电子商务主体的真实信息进行维权，多数情况下只能自认倒霉。另外，消费者个人信息的泄露更是为网络欺诈提供可乘之机。很多不法分子会利用消费者手机号等敏感信息，以中奖通知、商品丢失赔偿等借口对消费者进行诈骗，在消费者根据其指示在不明网址上进行操作时，这些不法分子就会盗取银行卡内的资金，给消费者带来严重的经济损失。层出不穷的网络欺诈现象加剧很多消费者对网络欺诈的恐惧心理，这无疑是对消费者网络消费信心的沉重打击，削弱消费者通过网络平台购买商品和服务的积极性，阻碍电子商务的长远发展。

## 3. 电子商务中诚信缺失的原因分析

### 3.1. 诚信意识不深刻

造成电子商务中诚信缺失的一个重要原因就是社会诚信意识淡薄，一些传统的社会诚信道德的缺失导致合同履行率低、信用卡诈骗、假冒伪劣商品肆虐、虚假广告泛滥等信用问题普遍存在[7]。首先，因为网络的虚拟性，很多经营者和消费者在网络上淡化了诚信意识，肆意抛开现实的道德束缚和法律管制，发表不真实的信息。其次，虽然社会信用体系建设和电子商务信用评价制度在不断完善之中，但是我国尚未建立一套完整统一的社会信用体系，各电子商务信用评价制度之间缺乏有效联动[8]。制度的独立性带来信息壁垒，没有形成有效的社会成员诚信信息资源共享机制。在这种情况下，违反诚信的行为难以让人知悉，电子商务经营者和消费者没有受到社会的有效约束，这就为诚信缺失者提供了可乘之机。

### 3.2. 交易信息不对称

电子商务交易最大的特点就是交易市场虚拟化，这一特性使得交易双方都是借助网络进行交流沟通，而无法直接面对面交流，导致双方对同一信息的掌握程度不一致。在这过程中，消费者往往被动接受经营者发布的信息，难以精准评估商品的质量。因为经营者作为信息源头，拥有对商品描述进行美

化和修饰的主动权，不少经营者出于盈利目的，会故意夸大商品优点，以增加消费者的购买意愿[9]。当然，交易信息不对称同样也作用于经营者。经营者在交易中也无法完全了解消费者的实际支付能力和个人信誉状况等信息，可能会面临消费者强制退款、恶意评论等风险。在交易信息不对称下，消费者可能没有得到满意的购物体验，降低电商购物的热情，经营者也要应对消费者的不诚信行为，增加运营成本。

### 3.3. 监管机制不完善

当前，我国对电子商务经济的监管力度不够，影响人们对网上经营活动的信任，也为电子商务诚信埋下了安全隐患。根据《中华人民共和国电子商务法》的相关规定，国家市场监督管理总局是电商平台经营行为的主要监管部门，但因电子商务的业务特性和涉及的复杂法律问题，实际监管工作不可能只涉及单一部门，而是政府各部门、行业协会、公共舆论等多元主体对电子商务进行多方面的监管。一方面，当前相关的成文法律条例并没有对各监管主体进行明确的职权划分，导致多方主体在电子商务监管实践中的协调工作难度很大，各主体间协作不畅，缺乏有效联动机制。另一方面，我国电子商务的监管工作尚未获得应有的重视，政府相关部门在其中的参与深度和广度有待提升。更重要的是，目前并没有建立能够跨部门进行市场管制的电子商务监督管理机制，监管机制并不完善，监管效果理想不佳。

### 3.4. 法律法规不健全

电子商务经济作为市场经济的重要组成部分，其正常秩序离不开法律的支撑和规范，只有完善具体的法律法规才能为惩治失信行为提供判罚依据和标准。为更好适应电子商务的快速发展，我国制定了一系列政策和相关的法律法规，很多地方政府也出台了多项相关地方性行政法规，并积极响应我国的电子商务法律体系的建立工作。但是目前电子商务的发展与实际立法进程不同步，现有的法律条文并不适用电子商务交易中出现的所有问题。例如《中华人民共和国电子商务法》作为我国第一部关于电子商务的法律自2019年正式实施，其主要针对网络购物的消费者权益保护，但在电子商务平台的经营、支付安全、物流配送等方面的相应法规还不够完善，这使得在实施《电子商务法》时难以做到全面有效的规范和管理[10]。法律法规不健全让人们在从事电子商务活动时为寻求利益存在侥幸心理，放松对自身行为的约束，再加上消费者和经营者本身的法律意识不强，各种违反诚信原则的行为时有发生，严重损害了电子商务市场的公平竞争环境与消费者信任基础。

## 4. 社会工作助力电子商务构建诚信体系的措施

“十四五”电子商务发展规划中提出要构建电子商务多元共治格局，充分发挥各类第三方组织力量，助力形成政府、企业、行业组织等多方共同参与的电子商务市场治理体系[11]。社会工作是社会治理体系的重要组成部分，社会工作部的成立也明确了社会工作在党的领导下作为一股专业力量参与到政府和社会的协同治理中，在推动社会治理现代化中发挥专业优势。基于专业社会工作在社会治理中的定位和角色，要充分发挥企业社会工作、金融社会工作等专业社会工作在电子商务的作用，积极发挥宣传者、引导者、协调者等角色功能，为电子商务诚信体系的构建贡献专业智慧。

### 4.1. 加大诚信宣传力度

诚信一直是中华民族所传承和发扬的传统美德，但在社会经济浪潮中时常面临与利益博弈的考验，让人们在利益的诱惑下做出违背诚信的行为。社会工作是社会建设的重要力量，可以做诚信文化的宣传者和传播者。在电子商务领域社会工作可以加大诚信的宣传力度，增强诚信意识，推动电商平台、商家

及消费者树立起诚信为本的经营理念与消费观念，共同维护一个公平、透明、可信的交易环境。首先，在社会中，社会工作者可以大力宣传电子商务行业的诚信典范，开展“诚信营商”典型宣传活动，树立并表彰一批诚信经营的标杆企业，以榜样激励的方式在社会中褒扬和鼓励诚信，抵制与惩戒失信，营造一个诚实守信的电商经营环境，引导企业和个人的行为规范。其次，在企业层面，社会工作可以个案工作的方法深入到企业内部，不但要协助企业构建以诚信为核心的企业文化，打造塑造企业的诚信形象，还可通过举办诚信教育培训、开展诚信文化讲座等形式对企业中的工作人员进行诚信文化教育，提高电子商务从业人员的道德素质和诚信意识。最后，面对消费者群体，社会工作要开展小组工作和社区工作，精心设计围绕“诚信”为主题的活动方案，并邀请广大消费者参与。在活动过程中，社会工作者要扮演教育者、宣传者及引导者的角色，通过诚信知识竞赛、分享诚信故事等活动环节传播社会主义核心价值观和网络诚信观念，提高消费者诚实守信的自觉性。总之，社会工作要充分利用深入基层、贴近群众的优势，结合各种专业方法，全方位、多层次地宣传诚信文化，弘扬诚信经商、诚信消费、诚信做人的价值理念，提高全社会的法律与诚信意识，为电子商务发展营造良好的诚信环境。

#### 4.2. 建立信息管理系统

在电子商务行业建立一套有效的信息管理系统，是推动电子商务信息透明、公开、共享，促进电商信息对称，打击诚信缺失问题，构建电子商务诚信体系的关键。其中，社会工作可以扮演研究者、引导者和资源链接者的专业角色，推动建立统一规范的信息管理系统，应对电子商务中信息不对称问题。首先，社会工作要研究我国大型电子商务网站中现有的信息系统的短板和不足，从中汲取教训和提炼宝贵经验，为后续的信息管理系统的优化提供可靠依据。在此基础上，社会工作者要积极链接社会中可用资源，如联结社会中的高新技术人才针对现存的信息系统的局限性研发新技术，以科技赋能信息管理。新构建的信息管理系统应包括经营者和消费者的信用评价、诚信数据等关键信息，充分利用大数据和互联网实现诚信信息的实时更新与广泛共享。其次，社会工作要倡导政府部门充分发挥政府职能，加大信息管理系统的管理，确保信息系统中各种信息的全面透明与公开，让信息管理系统的用户通过查询以往的信用记录更直观的了解对方的信用评价，提供更加精准、可靠的信用参考，降低交易风险。这也能给经营者和消费者带来约束和警示，从而减少失信行为的发生。最后，社会工作在电商平台、经营者和消费者中大力宣传信息管理系统，推动传统信息系统变革，在社会中使用统一规范的信息管理系统，为每一个经营者和消费者形成“信用名单”，帮助有需要的用户能够获得到真实、全面的信用信息，营造一个诚信经营的电子商务环境。

#### 4.3. 推动完善监管机制

社会工作要做完善电子商务监管机制的推动者与参与者，与政府、行业协会、新闻媒体等不同监管主体合作，激发企业自我监管潜能，加强对电子商务领域的监管力度，携手促进电子商务行业净化与发展。一方面，社会工作要深入参与到电子商务经营活动的监管之中，展现专业力量在监管过程中的重要作用。社会工作要与其他监管主体保持合作与联动，做不同监管主体的协调者，成为连接各监管主体的桥梁与纽带，以便各大监管主体可以发挥自身的特殊作用。社会工作应协助各个监管主体各司其职、优势互补，形成监管合力，共同致力于电商行业中存在的失信现象。在这个过程中，社会工作要收集各方监管主体存在的问题和挑战，在政府部门的指导下研究分析现有监管机制的缺陷和不足，提出切实可行的改进之策，在完善监管机制中贡献专业智慧。另一方面，社会工作者要引导和鼓励企业积极实施自我监管，通过培训、讲座等形式向企业传授先进的经营理念与方法，帮助企业组织自我监管队伍，建立健全内部监管体系，让企业实现自我管理和自我约束，提高行业自律。最后，社会工作要

引导社会公众参与到行业监管中，拓宽公众参与监管的渠道，降低公众参与监管的门槛，激发公众的参与意愿与监督意识，让每一个消费者都能成为电子商务行业健康发展的守护者。社会工作能引导每个监管主体都充分参与到电子商务行业的监管中，提高监管意识，明确自身权责，使监管机制更加完善合理。

#### 4.4. 倡导健全法律法规

针对电子商务中存在的诚信缺失问题，健全的法律法规才是祛除电子商务诚信问题的根本保障，要及时修订和完善相关法律法规，为诚信体系建设提供坚实的法律支撑。社会工作要做法律法规完善的倡导者、法律修订的影响人和法律实施落地的推动者，确保电子商务在发展中有健全可靠的法律法规，以便在保护消费者权益、打击网络诈骗、维护市场公平竞争等方面有法可依、有章可循。首先，社会工作者要以实际情况引导立法部门关注到当前电子商务在发展过程中存在的诚信缺失问题和现有法律法规的不足，倡导健全法律法规。其次，社会工作者要会深入到社会和电子商务领域之中，切实了解电子商务中诚信缺失的具体情况，准确把握问题存在的根源，为后续的法律制定提供扎实的事实依据。在这些实践基础上，社会工作者要开展广泛的政策研究和分析，并提出切实可行的解决方案。接下来，社会工作者要充分利用各种渠道和平台，如组织专题座谈会、学术研讨会等，邀请专家学者、网络媒体、电商行业领袖等主体共同参与讨论电子商务诚信问题的解决措施，并传达社会工作者自己的研究成果，扩大影响范围。最后，社会工作者要将相关调研成果与自己的科学分析及时反馈到立法部门，为法律法规的制定提供真实数据和参考意见。在法律试行阶段，社会工作者在社会中要加大法律宣传，推进法律实施。在这个过程中，社会工作者还要跟踪法律实施效果，广泛收集社会各界的反馈意见和民众的声音，为法律法规的优化提出参考建议。

### 5. 总结

我国的电子商务正处于蓬勃发展阶段，成为推动经济增长不可或缺的重要力量。然而电子商务蓬勃发展的背后，诚信缺失问题日益突出，成为制约电子商务持续健康发展的重要因素。我们应该深刻地认识到商品虚假宣传、售后保障不力、个人隐私泄露以及网络诈骗等涉及诚信缺失的问题对电子商务带来的危害，为行业的长远发展埋下了不容忽视的隐患。本文利用社会工作专业力量，从提升诚信意识、加强信息管理、完善监管机制和法律法规建设四个方面做出行动，构建电子商务诚信体系，推动电子商务交易中诚信缺失问题的有效解决，建立一个诚信的交易环境，为我国电子商务的健康、快速、协调发展奠定坚实基础。

### 参考文献

- [1] 包于宁. 电子商务交易中的诚信体系构建[J]. 科技广场, 2006(10): 42-43.
- [2] 王贵东. 电子商务诚信机制的构建[J]. 商场现代化, 2007(13): 90.
- [3] 邱业伟. 电子商务诚信缺失与诚信的构建[J]. 政法论坛, 2008, 26(1): 165-171.
- [4] 谢斌, 潘秋群, 裴宇成, 等. 基于波特五力模型高校二手交易平台的优化与改良[J]. 再生资源与循环经济, 2024, 17(5): 10-14.
- [5] 胡文俊. 我国电子商务诚信体系的现状与构建研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2016(2): 81-82.
- [6] 邱业伟, 李恩情, 吴婷婷. 电子商务诚信机制构建研究[J]. 江苏商论, 2007(10): 55-57.
- [7] 王娟, 胡葳, 郭龙祥, 等. 我国电子商务产业质量诚信体系的建设思路[J]. 标准科学, 2017(11): 121-125.
- [8] 于晓航. 电子商务信用评价制度的立体解构和规范进路[C]//中国法学会法治研究所. 《法治实务》集刊 2024 年第 1 卷——区域协调发展的法治保障研究文集. 上海: 上海人民出版社, 2024: 182-193.

- 
- [9] 蔡彬彬, 贾玉萍, 朱亚坤. 论电子商务诚信体系的构建[J]. 赤峰学院学报(自然科学版), 2014, 30(2): 78-79.
- [10] 买迪努尔·买买提. 《中华人民共和国电子商务法》的实施与制度的完善发展[J]. 现代商贸工业, 2024, 45(14): 182-184.
- [11] 中华人民共和国商务部. 商务部 中央网信办 发展改革委关于印发《“十四五”电子商务发展规划》的通知 [EB/OL]. [http://dzsws.mofcom.gov.cn/gtz/art/2021/art\\_7208992b160e461eb4966224ceb67cc5.html](http://dzsws.mofcom.gov.cn/gtz/art/2021/art_7208992b160e461eb4966224ceb67cc5.html), 2024-07-22.