

电子商务消费者维权机制的法律困境与路径优化

张浩然

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年6月9日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月15日

摘要

电子商务消费者维权机制的有效运行是数字经济高质量发展的重要保障。通过以《电子商务法》的制度框架为切入点, 系统剖析电子商务领域消费者权益保护的法律困境, 揭示其深层次矛盾: 个人信息保护的范围争议、平台责任边界的模糊性以及消费者维权成本高企的技术性壁垒。研究指出, 现行法律因条款抽象性、举证责任配置失衡及电子证据认证规则缺失, 导致消费者维权陷入困境。基于社会共治理念, 提出通过立法细化、平台机制完善、提升消费者维权效率等路径优化方案, 主张通过明确敏感信息认定标准、引入过错推定原则、构建区块链存证体系等举措, 实现政府监管、平台自律与消费者参与的协同联动。研究结论为完善电子商务法治体系、平衡技术创新与权益保障提供理论支撑, 对推动数字经济治理范式转型具有实践意义。

关键词

电子商务, 消费者维权, 平台责任, 社会共治

The Legal Dilemma and Path Optimization of Consumer Rights Protection Mechanism in E-Commerce

Haoran Zhang

School of Law, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Jun. 9th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 15th, 2025

Abstract

The effective operation of the consumer rights protection mechanism in e-commerce is an

important guarantee for the high-quality development of the digital economy. By taking the institutional framework of the “E-Commerce Law” as the entry point, this paper systematically analyzes the legal predicaments in the protection of consumer rights in the e-commerce field, revealing the underlying contradictions: disputes over the scope of personal information protection, the ambiguity of platform responsibility boundaries, and the high technical barriers to consumer rights protection. The research points out that the current laws, due to the abstractness of the provisions, the imbalance in the allocation of the burden of proof, and the absence of rules for the authentication of electronic evidence, have led to the predicament of consumer rights protection. Based on the concept of social co-governance, this paper proposes optimization solutions through legislative refinement, improvement of platform mechanisms, and enhancement of consumer rights protection efficiency. It advocates for measures such as clarifying the standards for identifying sensitive information, introducing the principle of presumption of fault, and building a blockchain-based evidence storage system to achieve the coordinated interaction of government regulation, platform self-discipline, and consumer participation. The research conclusions provide theoretical support for improving the e-commerce legal system and balancing technological innovation with rights protection, and have practical significance for promoting the transformation of the digital economy governance paradigm.

Keywords

E-Commerce, Consumer Rights Protection, Platform Responsibility, Social Co-Governance

Copyright © 2025 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. 引言

消费者信任是电子商务市场可持续发展的基石，因为维权机制不畅导致的交易信任危机，已直接制约服务型消费占比提升[1]。研究电子商务消费者维权机制的法律困境与路径优化，不仅具有回应现实需求的紧迫性，更承载着完善数字经济治理体系的战略意义。本研究通过揭示法律困境的深层诱因，提出以“社会共治”理念重构维权生态，强调政府监管、平台自律、行业自治与消费者参与的协同联动。这一思路与《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)第七条关于“诚信建设”的立法宗旨高度契合，有助于通过法治手段修复市场信任，推动电子商务从“规模扩张”向“质量跃升”转型，最终实现数字经济与民生福祉的良性互动。

2. 法律基础：《电子商务法》的制度突破与规范体系

《电子商务法》自 2019 年施行以来，首次以专门立法的形式回应了电子商务领域的治理需求，其核心目标之一在于构建消费者权益保护的制度框架。该法通过以下三方面实现了立法突破。

(1) 经营者责任的精细化界定：该法第 10 条至第 15 条明确电商经营者的市场准入、信息公示、数据安全等义务，首次将“直播电商经营者”“跨境电商平台”等新型主体纳入规制范围。例如，第 38 条要求平台经营者对关系消费者生命健康的商品承担“严格审核义务”，突破传统《消费者权益保护法》中“一般注意义务”的框架，确立平台在特定领域的安全保障责任[2]。

(2) 信用体系与争议解决机制的创新：第 39 条创设消费者评价制度，禁止经营者“删差评”“刷好评”等行为；第 46 条建立“平台调解-行政投诉-司法诉讼”的多元纠纷解决衔接机制，规定平台应设立便捷的投诉渠道[3]。此外，第 25 条要求政府部门建立“电子商务信用评价制度”，通过信用信息共享

与公示机制，强化对经营者的社会监督。

(3) 数据权益保护的初步探索：第 23 条至第 25 条构建了电商领域个人信息保护的基本规则，要求经营者明示收集使用规则、取得用户同意，并确保数据安全。对跨境数据流动，第 30 条规定平台不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息，为后续《个人信息保护法》的实施奠定制度基础。

在数字经济与实体经济深度融合的背景下，中国电子商务行业持续保持稳健增长。根据国家统计局发布数据，2025 年前四个月全国网上零售额达 47,419 亿元，同比增长 7.7%，其中实物商品网上零售额 39,265 亿元，占社会消费品零售总额比重达 24.3%。消费升级趋势下，智能家居设备、可穿戴医疗监测仪器等新兴品类销售额同比增幅超 15%，成为拉动增长的核心动能。然而，电商市场规模扩张的背后，消费者权益保护问题呈现结构化升级态势。根据全国消协组织受理投诉情况统计，2025 年的第一季度合同问题占 26.56%，售后服务问题占 26.07%，质量问题占 19.67%，虚假宣传问题占 7.27%，安全问题占 5.8%，价格问题占 4.18%，假冒问题占 3.54%，人格权益问题占 1.06%，计量问题占 0.88%，其他问题占 4.97%。这一趋势表明，合同、售后服务、质量问题投诉仍然是主要问题，同时也是制约数字经济高质量发展的系统性风险。

从法律实施层面看，《电子商务法》作为规范电商市场的基础性立法，在明确平台责任、强化信息披露、构建信用体系等方面实现了制度突破。然而，司法实践与消费者权益保护仍面临多重困境。首先，法律条款的抽象性与技术中立性导致适用模糊，例如个人信息保护范围、平台审核义务边界等核心问题缺乏细化标准。其次，部分电商经营者利用格式条款规避质量担保义务，如“不接受七日无理由退货”的单方声明，而平台对入驻商家的资质审核疏漏，致使假冒伪劣商品治理陷入“监管真空”。《电子商务法》第 58~61 条虽然确立了在线争议解决机制，但是电子证据认定标准模糊、跨区域司法管辖冲突等问题，导致消费者实际维权成本远超法定预期。与此同时，消费者维权意识的提升与救济途径的有限性形成鲜明对比，传统诉讼机制难以满足高频次、低额度的电商纠纷化解需求。

3. 电子商务消费者维权机制的实践困境

尽管《电子商务法》的出台标志着我国电子商务治理进入法治化新阶段，但在司法实践与市场运行中，消费者权益保护机制仍面临多重结构性矛盾，集中体现为法律适用的技术性障碍、维权成本的经济性壁垒以及责任配置的制度性缺陷。

3.1. 个人信息保护的范围争议

尽管《电子商务法》搭建了消费者维权的基本框架，但在数字技术快速迭代与商业模式创新的背景下，法律文本与实践需求的脱节日益凸显。法律虽禁止“过度收集”个人信息，但对“必要信息”的认定缺乏量化标准^[4]。

每日优鲜 App 是一款专注于优质生鲜的移动电商平台，为用户提供自营全品类精选生鲜 1 小时达服务。然而，2019 年 12 月 19 日，工信部发布《关于侵害用户权益行为的 App (第一批)通报》，每日优鲜 App 因存在“超范围收集个人信息、不给权限不让用”等问题位列通报名单之中。具体而言，每日优鲜 App 在安装过程中要求获取的权限多达 27 项，包括读取联系人、录音、拨打电话、修改系统设置等敏感权限。用户在拒绝开启某些权限后，无法正常使用 App 的功能，并不断收到权限开启的提醒。这种“不给权限不让用”的做法，严重侵害了用户的合法权益。

根据相关法律法规，App 收集个人信息应遵循最小必要原则，即只收集与所提供服务直接相关且必要的个人信息。每日优鲜 App 作为一款生鲜电商平台，其基本功能为提供购买商品服务，可以搜集的必要个人信息仅包括注册用户手机号码、收货人姓名、地址、联系电话等。然而，每日优鲜 App 却要

求获取包括读取联系人、录音等在内的多项敏感权限，显然超出了必要限度。用户有权决定是否开启 App 要求的各项权限。每日优鲜 App 在用户拒绝开启某些权限后，限制用户使用功能，甚至无法使用基本服务，这种做法侵犯了用户的选择权。

根据相关法律法规，App 在收集、使用用户个人信息前，应明确告知用户收集、使用信息的目的、方式和范围，并获得用户的明确同意。每日优鲜 App 在安装过程中虽然列出了要求获取的权限，但并未充分说明收集这些信息的目的和必要性，也未在用户拒绝开启某些权限后提供合理的解决方案，因此难以认定其尽到了合理的告知义务并获得了用户的明确同意。

本案作为一起典型的 App 超范围收集个人信息案件，推动了相关法律法规的完善和执行。为了应对数字时代个人信息保护的新挑战，我国相继出台了《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规，为个人信息保护提供了更有力的法律保障。同时，监管部门也加大了对 App 侵害用户权益行为的打击力度，维护了市场秩序和用户权益。

3.2. 平台责任边界的模糊性

《电子商务法》第 38 条确立了平台经营者的“相应责任”，但未明确责任构成要件与认定标准。在司法实践中，法院对平台“知道或应当知道”侵权行为存在的判断，往往陷入技术可行性论证的困境[5]。碧萝芷商标侵权案明确了电子商务平台经营者在知识产权保护方面的责任和义务¹，要求平台经营者加强监管，及时采取必要措施防止侵权行为的发生和扩大。

原告某某公司 1 是“碧萝芷”商标的注册人，核定使用范围分别为第 30 类非医用营养类产品和第 5 类医用营养类产品。被告陈某食品店在淘宝开设“好优佳全球购”网店，由周某实际经营，该网店在商品宣传中突出使用“碧萝芷”标识，并在产品详情中使用“碧萝芷”，所售商品为美国普丽普莱公司的“Pycnogenol”牌保健品，商品外包装未使用“碧萝芷”中文标识。原告多次向淘宝平台(运营方为某某公司 2)投诉该网店侵权，但平台未及时采取措施，且其后台将“碧萝芷”列为保健品类目下的品牌。原告认为三被告构成商标侵权，遂诉至法院，请求停止侵权、赔偿损失并消除影响。

被告陈某食品店和周某辩称，使用“碧萝芷”是因翻译软件将“Pycnogenol”译为该词，认为其是商品通用名称，且不知晓“碧萝芷”是注册商标，主观无侵权故意。某某公司 2 辩称，涉案商品与原告商标核定使用商品不相同类似，“碧萝芷”是产品成分描述，其作为平台已尽义务，不构成侵权。

法院经审理认定，被告陈某食品店和周某在类似商品上使用与原告注册商标相同的商标，构成侵权；某某公司 2 未及时转送投诉通知，且后台设置类目行为为侵权提供便利，构成帮助侵权。因侵权行为已停止，法院判决两被告赔偿原告经济损失及合理开支 3 万元，某某公司 2 对其中 1 万元承担连带责任，驳回原告其他诉讼请求。

该案件明确了在电子商务环境中，即使商品本身未使用注册商标，但若在宣传中突出使用他人商标标识，导致公众混淆，仍构成商标侵权[6]。同时，否定了“翻译软件结果等于通用名称”的抗辩逻辑，强调商标显著性和行政机构规范性文件的优先性。通过认定平台对侵权扩大部分担责，倒逼平台提升投诉处理效率，减少消费者维权成本，同时通过商标侵权判定，遏制“搭便车”行为，保障消费者对商品来源的正确认知，维护市场交易秩序。

3.3. 消费者维权的难点

《电子商务法》第 62 条虽规定“举证责任倒置”原则，但平台常以“技术不可行”为由抗辩。例如，在商品质量纠纷中，消费者需证明缺陷与损害的因果关系，而平台仅需提交进货查验记录即可免责。这

¹(2021)沪 0115 民初 76438 号。

种举证责任配置实质上加重了消费者的维权负担。而且由于电子商务交易全程电子化的特征,使得电子合同、支付记录、聊天记录等成为关键证据[7]。但《电子商务法》未明确电子证据的认证规则,导致司法实践中对电子数据真实性、完整性的审查存在技术壁垒。例如,区块链存证技术虽能解决部分证据固化问题,但其法律效力仍受制于《民事诉讼法》对证据形式的要求,技术优势未能充分转化为司法效能。

法官在面对区块链证据时的态度往往呈现两极分化。其中一种是在不作详细审查的情况下就直接不予确认。在文某某与周某某、浙江淘宝网络有限公司著作权权属、侵权纠纷一案中²,法院认为:“原告文某某提交的保全网取证截屏、区块链保全证书,不符合证据采信规则,且无法当庭核验,本院不予确认。”法院对案中所涉及的区块链证据均未作详细审查,而以简单的“不符合证据采信规则,且无法当庭核验”以及“陈某某对该取证方式不予认可”的理由对区块链证据不予确认。相反地,也会存在有些法院在判决中对于区块链存证过于信任,对区块链证据真实性不作详细审查而直接认定。区块链存证的真实性受到许多因素的影响,诸如,存证平台的中立地位、技术实力、平台资质,上链前证据的真实性状况。

电子商务交易之虚拟特性导致跨地域纠纷频发,实践中较高比例的争议呈现跨省级行政区域特征。依我国现行民事诉讼管辖制度,以“被告住所地或合同履行地”为基本管辖原则,致使消费者在权益救济过程中往往被迫选择异地诉讼或仲裁路径。据相关调研数据显示,消费者选择单独维权时,其时间成本可达数月之久,而经济成本构成中,除诉讼必要支出外,差旅费用及法律服务费用等间接支出往往占据索赔标的之显著比例,形成维权成本与收益失衡的实践困境。尽管《民事诉讼法》专章规定的小额诉讼程序旨在提升司法效率,但实证研究表明该特别程序之适用率长期处于低位,其立法预设的程式简化功能尚未在司法实践中得到充分实现,程序供给与纠纷解决需求之间仍存在结构性错配。

4. 电商维权路径的多元探索

4.1. 立法细化

现行法律对个人信息保护的规定存在原则性过强的问题。建议通过司法解释或修法,明确电子商务领域隐私权的保护范围。确立“个人敏感信息”与“一般信息”的区分标准,将生物识别信息、医疗健康数据等纳入敏感信息范畴,实行更严格的收集、使用规则。欧盟在数据保护这块的法律制度较为领先,可以借鉴《通用数据保护条例》(GDPR)经验,引入“目的限定原则”,要求平台在收集用户信息时明确具体用途,禁止超范围使用[8]。

针对平台责任边界争议,需细化《电子商务法》相关规定。明确平台“应当知道”的认定标准,结合算法推荐技术特征,规定平台对高频侵权商品或服务负有主动审查义务。引入“过错推定原则”,在平台未履行信息披露义务时,例如未公示商家资质、投诉处理流程等,直接推定其存在过错。增设“部分连带责任”规则,对于平台未尽到审核义务导致的损害,允许法院根据平台过错程度判定其承担部分赔偿责任。

4.2. 平台机制的完善

在电子商务领域,平台治理机制是维护市场秩序、保障消费者权益的核心环节。其中,信用评价体系与快速维权通道作为平台治理的两大支柱,共同构成了消费者权益保护的坚实防线。而第三方知识产权服务的介入,则为这一防线增添了重要的技术支撑和专业保障。

信用评价体系是电子商务平台治理的基础设施,它通过量化商家信誉,为消费者提供决策参考,有效降低信息不对称带来的交易风险。当前,主流电商平台已建立较为完善的信用评价机制,但仍面临评

²(2020)浙 0110 民初 1172 号。

价真实性、刷单炒信等挑战。传统信用评价体系多依赖于交易完成后的单向评价，易受人为操控。阿里巴巴推出的“诚信通指数”通过整合商家身份认证、交易记录、纠纷处理等多维度数据，构建更全面的信用画像。例如，诚信通档案不仅公开交易数据，还纳入工商注册信息、税务登记等资质证明，显著提升评价的真实性^[9]。针对刷单炒信问题，拍拍网首创的“买卖信用度分离”机制为行业提供创新思路。该平台将买家与卖家的信用度独立计算，并引入区块链技术，确保交易记录不可篡改。具体而言，每笔交易完成后，买卖双方需在预设时间内进行匿名评价，评价数据实时上链，形成透明、可追溯的信用轨迹。易趣网通过建立“信用炒作监测模型”，对异常评价行为进行实时预警^[10]。例如，系统自动识别短期内高频次、规律性好评，并结合 IP 地址、设备指纹等技术手段，锁定疑似刷单账号。一旦确认违规，平台将扣除违规所得信用分，甚至永久封禁账号。

快速维权通道是平台治理机制的关键组成部分，其核心目标是通过优化流程、整合资源，实现消费者投诉的一站式简便处理。瑞金市总工会推出的“三师一室”模式，为劳动争议化解提供新思路。该模式整合法律援助律师、劳动关系协调师、健康工程师等专业力量，构建“预防－调解－仲裁”全链条服务。例如，在处理电商员工工资纠纷时，劳动关系协调师可提前介入，通过沙龙茶叙室等非正式场景，促成双方协商解决。这种争议解决模式同样地适用电商平台。对于商品质量等问题的治理，可以考虑县市监局结合全国 12315 平台，实现投诉举报的“秒级响应”。该平台通过 OCR 识别技术自动提取投诉关键信息，并运用 AI 算法进行智能分派。例如，涉及假冒伪劣商品的投诉，系统将直接推送至属地市场监管部门，同时启动“48 小时核查机制”，确保问题在最短时间内得到处理。对于电商平台，可以考虑与部分法院进行合作，提高案件审查效率，建立诉前调解机制，对达成调解协议的案件，可直接赋予强制执行效力。例如，在处理小额消费纠纷时，平台调解员可组织双方进行在线视频调解，调解结果经法院司法确认后，若一方拒不履行，另一方可直接申请强制执行。

随着电商领域知识产权侵权形式日益复杂，第三方专业服务的介入成为必然趋势。阿里巴巴集团知识产权保护平台与权利人建立深度合作，通过“投诉－下架－处罚”全流程自动化处理，将侵权商品处理周期缩短。例如，权利人上传知识产权证明后，平台可对全站商品进行智能比对，对疑似侵权商品自动下架，并对侵权商家采取搜索降权、保证金扣划等惩罚措施。第三方机构与司法鉴定中心合作，提供极速鉴定服务。在跨境电商商标侵权案中，深圳某知识产权服务公司通过对比国内外商标注册数据库、商品流通记录，仅用 36 小时出具侵权比对报告，为法院采信关键证据奠定基础。知识产权侵权案件里，时间就是金钱，因为侵权判定越晚确定，对于权利人的损害越大，事后追缴赔偿的金额难以判定，所以对于事后赔偿实质上仍难以补偿权利人的损失。对于维权治理体系，可以考虑借鉴淘宝，淘宝将信用评价、技术防控和第三方服务结合起来，为行业的维权治理提供了模板。其接入超过 200 家知识产权代理机构、30 家司法鉴定中心，为中小商家提供检测、鉴定、诉讼的一条龙服务。某服饰原创设计品牌通过该网络，在 6 个月内维权成功多次，原创设计的市场仿冒率呈下降趋势³。

4.3. 提升消费者维权效率

当前消费者在电商纠纷中维权存在实质性困难，并不仅仅是简单的时间、诉讼成本高的问题。针对电商纠纷中电子证据易篡改、难固定的问题，可引入区块链存证技术构建“自证式”维权体系。例如，消费者通过“互联网法院区块链存证平台”实时固化商品页面截图、聊天记录、交易快照等数据，利用哈希值校验确保证据完整性。2023 年杭州互联网法院在某跨境电商纠纷中，首次认可蚂蚁链存证的境外购物小票效力，将举证周期从传统公证的 15 天压缩至实时完成，为跨境维权提供技术范本。此外，可以考虑探索构建自动触发存证机制，当交易金额超过一定阈值或涉及高风险品类，诸如食品、保健品时，

³ 参见 <https://img3.gelonghui.com/pdf/d577f-b8e47de1-0547-4bee-b7a3-d8b391a26a76>。

系统自动生成存证二维码，消费者扫码即可完成证据固化，降低普通用户的技术操作门槛。

现行平台投诉普遍存在机器人审核为主而人工介入滞后的问题，可借鉴淘宝知识产权快速处理通道经验。对于简易纠纷，即针对金额低于 500 元的退换货争议，可以结合 AI 自动识别投诉关键词，匹配平台规则库快速作出退货退款裁决，也可以考虑结合闲鱼的小法庭，抽取一定数量信誉较好的消费者对案件进行裁判，将平均处理时限压缩至 24 小时内。对于复杂争议例如涉及假货鉴定、数据侵权等专业问题的投诉，由平台组建包含知识产权专家、消费者代表、行业协会人员的多方评审团，72 小时内出具争议认定书。例如，京东“先行赔付评审委员会”2023 年处理的大量复杂投诉中，人工干预率较往年下降，消费者满意度大幅度提升⁴。

同时，电商交易跨区域性特征导致单一辖区执法效能受限。2022 年长三角地区试点的“电商违法线索移送机制”，通过数据共享与协同办案，将平均处理周期缩短 30%。此类模式可推广至全国，并依托“全国网络交易监管平台”实现线索归集与任务分派，破解地方保护主义的桎梏。整合市场监管、公安、网信等部门数据，运用大数据分析识别“刷单炒信”“数据杀熟”等新型违法风险点，例如，广东“电商风险监测雷达”已预警并拦截 230 余起跨区域传销式电商案件。

5. 结语

我国电子商务立法正经历从“市场规制法”向“数字社会法”的范式转换。本文揭示了电子商务领域消费者权益保护的特殊性，突破了传统“政府-市场”二元治理框架的局限性，提出“多方协同共治”的法治化解决方案。其实践意义则体现在为立法修订、司法裁判与平台规则优化提供具象化指引。然而，研究仍存在一定局限：例如，对跨境电商维权、算法歧视等新兴问题的探讨尚未深入，且实证分析多基于典型案例与统计数据，缺乏大样本的量化研究。未来研究可进一步结合比较法视角，借鉴域外数字治理经验，并探索消费者行为偏好与法律实效间的动态关联，以构建更具包容性与前瞻性的电子商务法治体系。

唯有将技术理性与法治理性有机融合，在激发平台创新活力与坚守消费者权益底线之间寻求动态平衡，才能推动电商经济蓬勃发展。这一路径不仅关乎个案正义的实现，更关乎数字时代社会治理模式的深层变革，只有当每一位消费者都能在虚拟空间中获得确定性的权利保障，数字经济方能真正扎根于“以人民为中心”的发展土壤，实现创新驱动与公平正义的双重目标。

参考文献

- [1] 刘铭卿. 论电子商务信用法律机制之完善[J]. 东方法学, 2019(2): 151-160.
- [2] 陈思静. 电商平台经营者民事责任设置基础: 逻辑构成与利益平衡[J]. 法学论坛, 2024, 39(5): 65-76.
- [3] 郑令晗, 欧阳婷婷. 电子商务虚假信用评价的裁判尺度研究[J]. 山东工商学院学报, 2024, 38(6): 83-93.
- [4] 丁文莉. “大数据杀熟”背景下消费者权益保护研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2023(11): 46-48, 51.
- [5] 陈龙. 电商平台知识产权纠纷解决机制的困境与出路——不完美程序正义视角下的义务构建[J]. 电子知识产权, 2025(3): 46-57.
- [6] 凡子怡. 跨境电商企业商标侵权问题及应对策略分析[J]. 中外企业文化, 2025(1): 117-119.
- [7] 王铨尧. 电商背景下消费者权益保护的现状与对策探析[J]. 上海商业, 2024(3): 47-49.
- [8] 武浩婕. 电子商务领域消费者个人信息安全生态化保障机制研究[J]. 中国商论, 2025, 34(6): 121-124.
- [9] 常广庶, 刘少卿. 大数据背景下跨境电商信用管理体系建设研究[J]. 征信, 2024, 42(4): 50-56.
- [10] 胡晓霞. 消费纠纷的在线解决: 国外典型经验与中国方案[J]. 法学论坛, 2019, 34(4): 106-115.

⁴ 参见 <https://www.zhihu.com/tardis/bd/art/677948977>。