

电商数据确权的知识产权路径及其完善

叶 栋

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年8月6日; 录用日期: 2025年8月18日; 发布日期: 2025年9月3日

摘 要

近年来,我国电子商务蓬勃发展,电商数据作为重要生产要素对于电商平台优化运营决策、促进市场竞争和推动创新发展等方面具有极其重要的作用,但随之而来的确权问题也日益凸显。国家先后确定两批试点地方,电商数据的知识产权确权登记制度探索成为各试点工作之一,各地开始不断探求电商数据的知识产权保护规则并付诸实践,回应电商数据确权的现实需要。本文将以电商数据对电商平台的重要作用为切入点,对电商数据保护的相关立法概况和主要制度进行梳理和归纳,从电商数据确权的既有理论路径及电商数据知识产权确权的合理性与必要性角度说明电商数据知识产权确权模式的比较优势,最后从拓展既有知识产权制度适用与特别制度设计方面对电商数据知识产权确权制度提出完善建议。

关键词

电子商务, 电商数据, 数据产权, 法律规制

The Intellectual Property Rights Path for the Confirmation of E-Commerce Data Ownership and Its Improvement

Dong Ye

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Aug. 6th, 2025; accepted: Aug. 18th, 2025; published: Sep. 3rd, 2025

Abstract

In recent years, e-commerce in China has flourished. As an important production factor, e-commerce data plays a crucial role in optimizing operation decisions for e-commerce platforms, promoting market competition, and driving innovative development. However, the issue of rights confirmation has become increasingly prominent. The state has successively designated two batches of

文章引用: 叶栋. 电商数据确权的知识产权路径及其完善[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 406-413.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492927

pilot areas, and the intellectual property rights confirmation and registration of e-commerce data has become one of the pilot projects. Various regions have begun to explore and implement the rules for the intellectual property protection of e-commerce data to respond to the practical needs of rights confirmation for e-commerce data. This article will take the significant role of e-commerce data for e-commerce platforms as the entry point, sort out and summarize the relevant legislative overview and main systems of e-commerce data protection, explain the comparative advantages of the e-commerce data intellectual property rights confirmation model from the existing theoretical paths of e-commerce data rights confirmation and the rationality and necessity of e-commerce data intellectual property rights confirmation, and finally put forward suggestions for improving the e-commerce data intellectual property rights confirmation system from the aspects of expanding the application of existing intellectual property systems and designing special systems.

Keywords

E-Commerce, E-Commerce Data, Data Property Rights, Legal Regulation

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

在数字化浪潮的席卷下，电子商务凭借其便捷性、高效性以及打破时空限制的显著优势，已然成为当今商业领域的核心驱动力。随着全球电商市场规模持续攀升，我国作为电商大国展现出蓬勃的发展态势，电商数据也随之呈爆发式增长。电商数据是指在电子商务活动中，以电子或其他形式记录的各类信息集合，包含原始用户行为数据、经平台处理分析后的衍生数据、商家经营数据等多种类型，其生成与流通涉及用户、平台、商家等多元主体，涵盖商品信息、用户行为、交易记录等诸多关键内容，兼具人格利益和财产利益属性，不仅是电商企业运营决策的重要依据，更深刻改变着我们的经济发展方式。我国数字经济正迈向“做强做优”的高质量发展阶段，电商数据作为其中的关键要素，其赋能作用仍未充分发挥，亟须加快推进电商数据基础制度建设以充分挖掘其内含价值。自2015年国务院发布《促进大数据发展行动纲要》以来，电商数据资源的战略性地位不断得以强化，电商数据产权问题逐渐受到关注。需加快构建电商数据基础制度，充分发挥我国海量电商数据规模及丰富应用场景优势，激活电商数据要素潜能，增强经济发展新动能。目前，我国现行法律并未对电商数据的财产权属性作出明确规定，电商数据权利性质不清、权属不明等问题一直没有得到妥善的处理。在此背景下，因电商数据交易或市场竞争而产生的纠纷只能援引传统知识产权制度体系下的法律规定进行解决，权利未能得到及时有效的救济，严重阻碍电子商务产业的发展。因此，如何建立健全电商数据知识产权保护体系极具现实意义。

2. 电商数据对电商平台的功能界定

2.1. 优化运营决策

首先，电商数据涵盖历史销量、搜索热度及价格波动等多方面的信息，这些数据为电商平台选品决策提供依据。电商平台通过数据分析工具对不同季节、不同区域的消费偏好以及用户评价中的高频关键词进行挖掘，能够在精准识别潜在爆款商品的同时科学预测市场需求量，进而优化库存结构以降低滞销风险，可以显著提升选品与市场真实需求的匹配度[1]。其次，基于用户年龄、消费频次以及客单价等电

商数据构建的用户画像，结合用户的点击路径轨迹、页面停留时长等行为数据，电商平台可实现精细化分层营销：针对高价值用户群体推送定制化会员权益，而对新注册用户则投放首单立减、新人礼包等获客激励[2]，同时通过实时监测营销活动的转化率、复购率等效果数据，动态调整投放策略与资源分配比例，有效提升营销资金的使用效率与用户转化成功率。最后，平台通过结构化梳理售后评价文本、客服对话录音等用户反馈数据，运用数据分析模型提取核心诉求与问题焦点，形成具有针对性的服务优化方案：依据物流投诉数据中高频出现的配送延迟区域信息，优化仓储中心的地理布局与配送路线规划；通过分析用户在支付环节的操作轨迹数据简化结算流程，提升服务体验的流畅性与用户满意度，增强用户的持续使用黏性[3]。

2.2. 促进市场竞争

电商数据通过对用户浏览轨迹、收藏列表、购买记录等行为数据进行全面深入的分析，可对用户偏好进行精细划分，发掘特定人群对小众品类的潜在需求，进而锁定未被充分满足的市场空白领域。基于以上分析结果，电商平台能够针对性聚焦特色产品开发或专属服务设计，通过强化对小众品类商品的专业化供给实现差异化定位，能够有效地规避同质化竞争带来的市场挤压风险，提升市场竞争力。同时，区域消费数据包含下沉市场用户的消费频次、品类偏好，以及跨境场景下不同国家或地区用户的支付习惯、商品功能需求等细分信息[4]，这些数据为平台的市场拓展提供了决策依据：针对低线城市销售数据上升的分析结果，电商平台可加大区域仓储建设与本地配送渠道投入；依据用户对高性价比产品的搜索热度与购买转化率数据，优化跨境供应链布局与本地化运营策略，从而系统性扩大市场覆盖范围，稳步提升市场份额占比[5]。

2.3. 推动创新发展

用户评价中包含对产品材质、性能等需求反馈数据及市场趋势数据，为电商平台联合商家优化产品设计指明了技术更新与迭代的方向，通过将用户反馈数据中的高频诉求转化为具体改进参数，可显著提高产品功能与市场需求的适配度；同时，基于对市场趋势数据的前瞻性分析，电商平台能指导商家开展产品创新，推出契合产业发展方向的新兴产品，从而抢占市场先机。此外，通过数据挖掘技术对用户生命周期各阶段的行为特征进行分析，可构建个性化的售后方案：为高频购买的老用户提供会员专属的售后服务通道，为具备流失风险的用户推送针对性的补偿服务，此举不仅能提升用户满意度，更能通过服务差异化推动产业的创新发展。综上，电商数据通过深度渗透产品设计、市场拓展、客户服务等运营全流程，推动电商平台决策逻辑从经验依赖转向数据驱动，进而系统性强化其市场竞争力与持续创新能力，实现电商产业的可持续发展[6]。

3. 通过知识产权的电商数据确权实践

我国《民法典》《网络安全法》以及《数据安全法》都对电商数据权利保护进行了可供参考的规定，并在前述法律构成的电商数据相关立法框架下还出台了更为细致的法律法规如《数据出境安全评估办法》等，但是都未对电商数据权利性质进行明确的规定。虽然根据我国《著作权法》的相关规定，具有独创性的电商数据集合可以依据汇编作品的有关规定进行保护，《反不正当竞争法》的保护范围也包括符合商业秘密要件的电商数据集合。但是现阶段，我国仍然存在大量极具商业价值却不符合独创性要求或者商业秘密要件的电商数据集合，现行立法无法给予这些电商数据全面的保护，这对于我国电子商务产业的发展极为不利[7]。数据知识产权作为数据产权的一种具体实现路径，特指通过知识产权制度对符合知识产权保护要件的数据或数据产品赋予的权利，在电商数据保护方面具有极其重要的作用。电商数据的

属性与知识产权客体的核心特征高度契合，并且依托现行知识产权成熟制度框架不仅可以降低电商数据的保护成本，而且能够激励电商数据的创新与价值释放，既为电商数据保护提供了可实践的路径，又为电商产业的发展奠定了制度基础。

3.1. 电商数据知识产权确权的实践概况

2022 年国家知识产权局确定北京市、上海市、江苏省、浙江省、福建省、山东省、广东省、深圳市等地方成为首批工作试点，从推动制度构建、开展登记实践等方面开展试点工作，电商数据知识产权登记即为试点工作内容之一。2023 年国家知识产权局在已有试点地方的基础上，新增天津市、河北省、山西省、安徽省、河南省、湖北省、湖南省、贵州省、陕西省等地方共同作为 2024 年试点地方，进一步加快了构建电商数据知识产权确权体系的步伐。

截至目前，在首批试点之中，除深圳市外都已经出台了数据知识产权登记管理办法可适用于电商数据的知识产权登记，其中深圳市的登记管理办法还处于征求意见稿阶段。第二批试点也都已经发布了适用于电商数据知识产权登记的管理办法。此外，海南省虽然并不属于上述两批试点省份之一，但也已经发布相关规定积极参与电商数据知识产权登记制度的探索与建设。各试点正加快推进电商数据知识产权相关法律法规的制定和完善，推动电商数据知识产权确权工作稳步前进。

3.2. 电商数据知识产权确权的主要制度

目前关于电商数据最主要的确权及保护方式是电商数据知识产权登记制度。电商数据确权登记是流通和交易的前提，首批试点地方不仅在电商数据知识产权规则方面积极探索，颁布电商数据知识产权相关地方规范性文件，促进电商数据要素的流通和利用，而且努力开展电商数据知识产权确权登记。电商数据知识产权保护规则采用权利登记的方式，在一定程度上为权利主体持有、使用、经营相关电商数据提供了支撑，强化了权利主体通过产权获得电商数据收益的信心，激励了电商数据加工处理和流动流通。电商数据知识产权登记的目的最终指向电商数据确权，即实现电商数据自由流通和交易，平衡电商数据交易与电商数据安全，进而释放电商数据价值，以经济效益激励电商数据使用与电商数据创新。因此，未来电商数据知识产权登记制度依然要在电商数据交易、电商数据资产入表等活动中获得实践与落实，在行政执法、司法审判中也将获得积极运用，并在这些相关领域内不断落实发展与完善，才能更好地为电商经济发展提供制度支撑，探寻新的电商数据创新点与价值实现。

4. 电商数据知识产权确权模式的比较优势

4.1. 电商数据确权的既有理论路径

对电商数据进行确权首先要解决的问题是确定电商数据的权利属性。对此，理论界长期存在争论，即电商数据权利在性质上究竟归属于人格权范畴还是财产权体系。目前主流学说包含以下四种：人格权说、物权说、新型财产权说和知识产权说。

人格权说认为，电商数据包含个人信息，通过收件人姓名、收件地址等信息可以精准定位至个人，因此电商数据权利性质与姓名权或肖像权一样具有人格权属性，电商数据权利也应当归属于人格权。该说看似在理，但其最大的问题在于以偏概全。不可否认有一部分电商数据的确来源于个人信息，具有很强的人格属性，但并非所有的电商数据都来源于个人信息，例如金融电商数据、气象电商数据等都与个人信息毫不相干，并不具有人格权属性。况且，即使是来源于个人信息的电商数据，在进行匿名化或者去标识化等脱敏处理后也无法溯及特定人，不再具有人格权属性。因此，人格权说最大的问题在于其片面性。

物权说认为,“物”是可为人感知其客观存在并占用一定物理空间的实体。电商数据虽然不是有体物,但是我国民法在法律特别规定的情况下,无体物也可以成为“物”,电商数据当然也不例外。其次,“物”必须通过支配而体现财产属性或经济价值,电商数据能够被主体支配和控制并且具有巨大的经济价值。最后,作为法律关系的“物”应该是身外之物,不具有人身性,虽然有一部分电商数据来源于个人信息,但其本身并不具有人身性。根据申卫星教授主张的物权说,电商数据权利属于物权,但是应该将其所有权与用益权相分离,作为电商数据来源的个人享有其所有权,而作为权利主体的企业则享有其用益权[8]。尽管如此,物权说还是存在一个明显的漏洞,即物权具有绝对性和排他性,如果将电商数据权利归属于物权范畴,将电商数据归属于权利主体排他性的占有,那么不仅会对物权的基本属性造成冲击,还会阻碍电商数据的流通和使用,极大地限制和阻碍电商经济的发展。

新型财产权说认为,电商数据作为新型生产要素,具有不可估量的经济价值,因此电商数据权利无疑是一种财产性权利,但是传统的财产权又无法与其完美地匹配适用,所以需要创设一种新型的财产性权利。在将电商数据权利确权为新型财产权的前提下,肯定了电商数据的财产属性,有助于激发主体开发电商数据的积极性,促进电商产业的快速发展。但是肖冬梅教授却认为电商数据权利不仅仅属于某种特定权利,而是具有双重属性,即人格权与财产权的结合,其人格权部分包含对电商数据的知情同意、修改、遗忘等内容,而财产权部分则主要是指电商数据的收集、使用、收益等[9]。因此该说忽视了某些电商数据的人格权属性。

知识产权说认为,无论是电商数据的收集还是处理,都需要付出大量的人力物力和财力,属于智力劳动成果,符合知识产权保护人类智力成果的目的。同时,电商数据的不完全排他性、非损耗性与非竞争性也与知识产权客体的特征高度类似。因此,电商数据应当受到知识产权的保护,并且有利于激发权利主体的积极性,促进电商经济的发展。但是,传统的知识产权制度只能保护具有独创性的电商数据集合,其余不符合要求的电商数据则无法得到保护。并且实践中除了司法工作人员对于独创性的认定存在较大差异[10],电商数据集合本身所固有的属性即大规模性也导致独创性难以认定[11]。同时,《专利法》所要求的新颖性、实用性和创造性也导致适用该法对电商数据确权的门槛过高。

综合分析上述观点可见,电商数据权利因其特点导致无法通过既有的权利模式对其进行规制和保护,人格权说、物权说和新型财产权说都因存在片面性而在权利保护方面显得捉襟见肘。例如物权说,意在将电商数据视为所有权客体,赋予权利主体绝对性的排他权,但是电商数据往往涉及多元的利益主体,如果赋予其绝对性的权利,则可能会侵害其他主体的权益。而无论是人格权说还是新型财产权说都未能全面涵盖电商数据的基本属性[12]。相较而言,将电商数据纳入知识产权的保护范畴显得较为合理,但仍需对传统的知识产权制度体系进行创新和完善。

4.2. 电商数据知识产权确权的合理性

首先,电商数据本身是一种非物质性存在,其在占有层面上的不完全排他性,以及在使用环节中的非损耗性与非竞争性,都与作为知识产权保护对象的知识产品的特征高度相似;其次,作为知识产权保护对象的作品、发明、商标和商业秘密在本质上都属于特定的信息,而电商数据是指在电子商务活动中以电子或者其他形式对各类信息的记录,因此两者在本质上都属于信息,具有关联性[13];再次,从理论上来说,对原始电商数据进行处理行为后产生的价值增值归属符合洛克的劳动应得说[14],无论是知识产权的保护对象还是电商数据,都需要劳动者投入人力物力财力才能产生,都具有智力成果属性,应当赋予电商数据与知识产权保护对象相同的权利。作品、发明、商标等是随着科学技术的发展而逐渐被纳入知识产权的保护范围,因此,电商数据同样可以在其发展过程中引导制度的变革,成为知识产权的保护对象[15]。参照知识产权法权利模式对电商数据进行赋权和分配,也符合电商数据性质与知识产权性质之

间严密的内在逻辑[16]。

4.3. 电商数据知识产权确权的必要性

首先, 电商数据知识产权保护有利于激发电商数据创新活力。无论是电商数据的收集还是加工, 都需要投入大量的成本, 包括但不限于智力劳动和物质财产。通过对电商数据产品或服务进行知识产权赋权, 权利主体可以获得对电商数据产品或服务的可转让性、可收益性等权利, 有利于激发权利主体的生产积极性, 在产权激励机制的作用下增强其对电商数据开发的投入动力, 形成更多创新性的电商数据产品和服务[17]。其次, 电商数据知识产权保护有利于保障电商数据相关方的合法权益。电商数据流通涉及个人、企业等多方主体, 需要明确各方的权利和义务, 平衡各方的利益关系, 电商数据知识产权保护可以为电商数据相关方提供更有力的权益保障, 并规范电商数据流通的发展和利益平衡问题。实践中, 大量关于电商数据权益的纠纷因为缺乏相应的法律依据而得不到有效的解决, 法院只能援引《反不正当竞争法》等法律进行审理, 当事人的权利无法得到及时的救济。因此有必要将电商数据纳入知识产权的保护范围, 维护公平竞争和正当竞争、促进效率最大化、维护公众利益与社会公共利益。最后, 电商数据知识产权保护有利于规范电商产业的行为和秩序, 促进电商经济的发展。电商数据价值的实现需要通过市场机制进行优化配置, 电商数据知识产权保护可以为电商数据的市场化配置提供规范化路径, 明晰电商数据权利归属, 增强电商数据流通的确定性和可预见性, 减少电商数据交易的法律风险, 进而降低各方主体在电商数据流通过程中为了规避风险而付出的检索、交流等交易成本, 促进电商数据自由、有序和安全流通[18]。

5. 电商数据知识产权的制度完善方向

目前关于电商数据知识产权确权的争论主要分为两种立场, 一种观点认为电商数据知识产权确权涉及的电商数据多为企业电商数据, 只要其符合知识产权或者商业秘密的相关规定就可以纳入现行知识产权制度的保护范围, 因此, 根据既有的知识产权制度足以对电商数据知识产权的确权及保护, 无需另行制定单独的确权制度。另一种观点认为鉴于现行知识产权制度囿于传统知识产权构成及目的的束缚, 已经不再适用于电商数据的知识产权确权, 传统知识产权制度已经落后于电商数据时代的发展, 强行适用反而可能阻碍电商数据的流通与利用, 应当设置独立的法律规定对电商数据知识产权进行确权[19]。笔者认为, 短期内可依托既有知识产权制度进行针对性完善与细化适用, 明确《著作权法》中对电商数据集合的独创性认定标准, 细化《反不正当竞争法》中商业秘密条款对电商数据的保护边界, 先将一部分电商数据纳入保护范围, 使现行制度能快速覆盖符合保护要件的电商数据。从长期来看, 则需在既有制度基础上构建以电商数据知识产权登记、运用和保护等阶段为重点的特别制度对其进行保护。因此, 可以在完善既有知识产权制度的基础上, 通过特别制度设计对电商数据知识产权进行全面妥善地保护。

5.1. 既有知识产权的电商数据确权拓展

根据我国《著作权法》的规定, 在电商数据集合符合独创性要求时可以将其认定为汇编作品进行保护。同样, 具有新颖性、实用性和创造性等鲜明技术特征或独特技术的算法程序也可以得到《专利权法》的保护。此外, 《反不正当竞争法》规定的商业秘密条款也可以适用到电商数据知识产权保护当中[20]。虽然上述三种方式都存在一定的局限性, 但是仍然为我们探索电商数据知识产权确权提供了一定的思路。例如, 符合独创性要求的电商数据集合可以认定为汇编作品, 非独创性电商数据集合则可以尝试通过邻接权制度对其进行保护。既有的邻接权制度保护非独创性电商数据集合可以降低立法成本, 通过增设邻接权保护对象以融入我国《著作权法》保护体系[21], 将独创性电商数据集合的著作权保护体系与非独创

性电商数据集合的邻接权保护体系有效衔接,完善我国电商数据知识产权确权制度。鉴于电商数据知识产权确权的目的,一方面是通过赋予主体相应的权利激发其积极性,鼓励电商数据的开发;另一方面,通过确权降低电商数据交易的成本,促进电商数据流通和利用。因此,利用现行知识产权制度的理论基础和现有框架才能更快建立符合电商数据特征的产权确权体系,更有利于电商经济的蓬勃发展。

5.2. 电商数据知识产权的特别制度设计

电商数据知识产权特别制度应当以电商数据知识产权登记、运用和保护等阶段为重点进行设计,围绕电商数据知识产权制度规定各阶段核心目的,从不同角度建立和完善电商数据知识产权特别制度。

首先,电商数据知识产权特别制度设计应当在电商数据知识产权登记阶段加强电商数据的源头管理,区分电商数据所属的不同行业。我国作为世界第二大经济体,电商数据纷繁复杂,体量庞大,如果不进行电商数据来源确定及电商数据行业分类,则可能因为电商数据质量低劣和电商数据数量繁杂而阻碍电商产业的发展。因此,电商数据知识产权登记有必要加强电商数据源头管理及电商数据行业分类。这也与电商数据知识产权登记实践中申请人需要提交证明说明电商数据来源、电商数据集合形成时间以及电商数据所属行业的做法相一致。注重电商数据来源的主要目的是确保电商数据的安全性及价值性,而区分电商数据所属不同行业并根据专利、商业秘密、著作权等与电商数据相关的知识产权的不同特点和战略需求,提高登记效率,共同建立高质量高效能的电商数据知识产权体系,不断增进电商数据知识产权价值,提升国内外领先的电商数据知识产权竞争力。

其次,电商数据知识产权特别制度设计也应当注重电商数据知识产权的运用。电商数据知识产权的登记是电商数据流通和利用的前提^[22],因此,在电商数据已经确权登记的情况下,解决了电商数据流通的后顾之忧,权利主体可通过电商数据交易、质押、许可使用等方式深层次挖掘电商数据潜在价值^[23]。鼓励权利主体通过数据交易所等平台进行电商数据知识产权交易,参与推动电商数据要素流通和电商数据融合应用。电商数据知识产权的合理运用不仅可以促进电商数据合规合法流通,提升电商数据价值,推动电商行业发展,而且能够凸显电商数据知识产权制度价值,将制度转变为国家级行业标准,将制度优势转变为电商行业竞争优势。

最后,电商数据知识产权的特别制度应当包括电商数据知识产权保护路径。电商数据知识产权保护应当注重事前防范和事后救济。事前防范手段包括对电商数据知识产权进行合规管理,或是委托专业机构通过电商数据知识产权库进行管理和保护^[24],通过预防手段从源头上降低甚至杜绝电商数据知识产权侵权的可能性,也可以为电商数据知识产权购买保险,提高转移和化解产权风险的能力。事后救济可以通过设置多元化的纠纷解决机制,对于交易或侵权等原因产生的电商数据知识产权纠纷案件,权利主体可以通过平衡权利救济的各种成本合理选择包括但不限于调解、诉讼、仲裁等维权途径。同时,电商数据知识产权登记证书可作为权利归属的初步证据提交给司法部门作为维权的重要依据。

6. 结语

电商数据作为数字经济时代的生产要素,对于电商产业的发展至关重要,其确权机制的完善对电商产业的可持续发展具有决定性意义。当前,我国通过地方试点探索构建电商数据知识产权确权体系,已在登记制度、权利边界界定等方面取得阶段性成果。未来,应在既有知识产权框架下拓展保护路径,通过汇编作品、商业秘密及邻接权制度覆盖不同类型电商数据,并针对性设计登记管理、交易规范及多元救济等特别制度,形成基础制度与特别规则共同作用的体系化确权模式。这一制度建构不仅能平衡个人、企业与公共利益,激发电商数据创新活力,更能为电商数据的合规流通与高效利用提供法治保障,推动我国电商产业在全球数字竞争中占据优势地位。

参考文献

- [1] 严青. 中小企业电商数据化运营路径探索[J]. 投资与合作, 2022(11): 181-183.
- [2] 魏秀安. 数据挖掘在跨境电商中的应用[J]. 山西财政税务专科学校学报, 2023, 25(1): 40-43.
- [3] 朱英山. 生鲜电商供应链发展现状及提升路径研究[J]. 中国商论, 2022(21): 91-94.
- [4] 郭戈. 跨境电商供应链数据分析及优化研究[J]. 上海商业, 2023(11): 41-43.
- [5] 潘梦. 电商平台用户运营策略对用户黏性提升的影响研究[J]. 产业创新研究, 2025(1): 160-162.
- [6] 陈梅芳. 大数据技术在电商企业中的应用分析[J]. 现代商业研究, 2024(16): 179-181.
- [7] 马忠法, 胡玲. 论数据使用保护的知识产权制度[J]. 电子知识产权, 2021(1): 14-26.
- [8] 申卫星. 论数据用益权[J]. 中国社会科学, 2020(11): 110-131+207.
- [9] 肖冬梅. “数据”可否纳入知识产权客体范畴? [J]. 政法论丛, 2024(1): 137-148.
- [10] 朱文玉, 李想. 大数据知识产权保护路径探析[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2022, 19(9): 85-90.
- [11] 余炳涛. 大数据背景下数据财产权益的法律保护模式研究[J]. 法制博览, 2023(19): 15-17.
- [12] 张新宝. 论作为新型财产权的数据财产权[J]. 中国社会科学, 2023(4): 144-163+207.
- [13] 冯晓青. 知识产权视野下商业数据保护研究[J]. 比较法研究, 2022(5): 31-45.
- [14] 钟博文. 企业数据的财产权保护[J]. 上海商业, 2023(3): 41-43.
- [15] 刘鑫. 企业数据知识产权保护的论证立与规范构造[J]. 中国法律评论, 2023(2): 38-50.
- [16] 杨利华, 王诗童. 商业数据知识产权保护的正当性研究[J]. 武陵学刊, 2024, 49(1): 97-106.
- [17] 刘维. 论数据产品的权利配置[J]. 中外法学, 2023, 35(6): 1581-1599.
- [18] 王利明. 数据何以确权[J]. 法学研究, 2023, 45(4): 56-73.
- [19] 单晓光. 数据知识产权中国方案的选择[J]. 人民论坛·学术前沿, 2023(6): 38-47.
- [20] 苏志甫. 数据要素时代商业数据保护的路径选择及规则构建[J]. 信息通信技术与政策, 2022(6): 14-26.
- [21] 王淇, 李牧. 数据知识产权保护的思考[J]. 中国市场监管研究, 2021(4): 11-13.
- [22] 叶雅珍, 朱扬勇. 数据知识产权: 一种可流通交易的数据权[J]. 大数据, 2024, 10(2): 192-195.
- [23] 汪炜, 付明萱. 数据知识产权质押融资完善对策研究[J]. 科技创业月刊, 2024, 37(2): 185-188.
- [24] 何培育, 杨莉. 数字经济时代企业数据知识产权保护困境与对策探析[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2023, 37(6): 80-90.