E-Commerce Letters 电子商务评论, 2026, 15(11), 164-171
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2026.15111223

Hans汉斯

乡村振兴视域下农产品电商预售模式的违约责任认定与救济机制研究

王　乐

扬州大学法学院，江苏　扬州

收稿日期：2026年5月15日；录用日期：2026年5月27日；发布日期：2026年11月12日

摘　要

在乡村振兴的背景下，农产品电商预售已经发展为一种新的产销方式，其将小农户与大市场高效地连接起来，对农业升级、农民增收都有直接意义。但该模式也伴随着预售规则不明确、违约责任难确定、消费者权益保护不充分等问题，故尚未充分发挥其在乡村振兴中的应有作用。因此本文从乡村振兴的实际需求出发，先系统、有层次地梳理农产品电商预售的主要特点及其法律属性，论证其买卖合同实质上更接近于“预约合同”和“本约合同”的结合体。继而对预售中常见的几种违约情形予以细致分析，结合《民法典》及相关司法解释，厘清违约责任的认定标准，并对“预约”与“本约”对责任承担的不同影响作出清楚区分。在此基础上，本文对“定金罚则”在该模式下的适用边界作了讨论。最后，从立法、司法、行政监管、平台治理等角度，提出了一个真正有利于乡村产业振兴和农业现代化的多元化救济机制。

关键词

乡村振兴，农产品电商，预售模式，违约责任，预约合同

Research on the Identification of Liability for Breach and the Relief Mechanism of the Agricultural Products E-Commerce Presale Model from the Perspective of Rural Revitalization

Le Wang

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

文章引用：王乐. 乡村振兴视域下农产品电商预售模式的违约责任认定与救济机制研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(11): 164-171. DOI: 10.12677/ecl.2026.15111223

Received: May 15, 2026; accepted: May 27, 2026; published: November 12, 2026

Abstract

Against the backdrop of rural revitalization, the presale of agricultural products e-commerce has naturally evolved into a new mode of production and distribution, effectively and efficiently connecting smallholder farmers with the broader market. As such, it holds direct and significant positive implications for agricultural upgrading and increasing farmers' incomes. However, it must be acknowledged that this model also faces issues such as unclear presale rules, difficulties in determining liability for breach, and inadequate protection of consumer rights and interests. Consequently, it has yet to fully realize its potential role in rural revitalization. Hence, starting from the actual needs of rural revitalization, this paper first systematically and hierarchically outlines the main characteristics and legal attributes of agricultural products e-commerce presales, arguing that the nature of such sales contracts is essentially a combination of a "preliminary contract" and a "formal contract." The paper then provides a detailed analysis of several common types of breach of contract in presales, drawing on the *Civil Code* and relevant judicial interpretations to clarify the criteria for determining liability for breach. Notably, it makes a clear distinction between the different impacts of "preliminary contracts" and "formal contracts" on liability assumption. On this basis, the paper offers a highly appropriate discussion of the application boundaries of the "deposit penalty rule" in this model. Finally, from the perspectives of legislation, judicial practice, administrative supervision, and platform governance, the paper proposes a diversified relief mechanism that truly supports the revitalization of rural industries and agricultural modernization.

Keywords

Rural Revitalization, Agricultural Products E-Commerce, Presale Model, Liability for Breach, Preliminary Contract

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. 引言

由于数字技术越来越有力地渗透农业农村经济，电商预售农产品新零售模式发展迅猛，“以销定产”的方式使平台能将消费者需求提前集中收集，改变了传统农业“先生产、再销售”的逻辑，既有利于降低市场风险，又有利于提高农产品附加值，故而成为农业供给侧结构性改革、乡村振兴十分有力的抓手。

当前学界对电商预售的研究，主要围绕消费者权益受损的表现与一般法律对策展开。卢砚的研究系统揭示了预售模式下消费者面临的“预付定金不退”、格式条款不公、知情权与隐私权受侵害及维权举证难等困境，并指出现行法律法规对此收效有限[1]。肖琦则进一步聚焦于“超长预售”、价格欺诈及消费者反悔权适用等争议，批评了平台规则的法律约束力不足[2]。在法理层面，吴光荣与王利明深入探讨了预约合同与本约合同的司法认定标准[3]，明确了违反预约不宜继续履行的救济原则，并提出了基于交易成熟度的酌定赔偿规则，为解决交易阶段化产生的纠纷提供了核心法理依据[4]。然而，既有研究多聚焦于工业品或一般性电商预售，专门针对农产品因季节性和易腐性引发的特有违约形态、以及如何将其置于乡村振兴战略下进行系统性违约责任与救济机制设计的研究尚属空白。

农产品电商预售本身不是即时交货，农产品又易腐难存。部分经营者又只顾短期利益，因此农产品

电商预售中违约问题频发，既损害了消费者合法权益，也直接破坏了市场信任的基础，若任其发展，就会对农产品电商新兴产业的长远发展形成实质性的威胁。

本文在乡村振兴的背景下对农产品电商预售中违约责任的认定逻辑作了系统梳理，由此提出并论证了一个多元的救济体系，绝不只是对现有理论的深化，更意在为新形势下农产品电商有序发展、保护农民及消费者合法权益、以数字技术真正赋能乡村振兴，都提供切实可行的法治支撑。

本文旨在填补既有研究空白，将上述法理与立法建议聚焦于农产品电商预售领域，置于乡村振兴战略视域下，系统论证其违约责任认定逻辑并构建贯穿立法、司法、行政与平台联动的四维救济机制，为农业产业振兴提供制度保障。

2. 农产品电商预售模式：机遇、特征与法律属性

2.1. 乡村振兴战略下的机遇

乡村振兴要真正落地，关键是激发农村自己的活力，最终实现农业强、农村美、农民富。在这个过程中，农产品电商预售模式确实扮演了极为重要的角色。江西抚州临川区通过农技推广推动特色作物规模化发展，2024 年特色农产品产值同比增长 10.2%；山东寿光通过推广蔬菜保鲜加工技术，带动当地果蔬产业产值突破 300 亿元[5]。

2.1.1. 提升产品价值，缓解资金压力

通过预售，经营者可以提前把消费者锁定下来，在农产品还没成熟或者还没上市之前，就把资金先收回来。这对农户和农业企业来说，等于有了一笔宝贵的启动资金，也在一定程度上缓解了传统农业融资难、融资贵的问题。预售能有效防止厂商盲目生产，降低库存风险，减少资金周转的困难[1]。

2.1.2. 降低市场风险，达到以销定产

由于传统农业要同时应对“靠天吃饭”、“跟市场博弈”两重风险，故预售模式有其极大的优势：经营者可根据现有订单安排生产，也可主动、合理地引导农民调整种植结构，因此能很好地避免农产品卖不出去的风险，实现“小农户”与“大市场”的直接高效对接。此外，平台经济发展能够有效平抑农产品价格波动，平台经济发展通过促进农业产业集聚和提升供应链效率两个中介路径，对农产品价格波动产生显著的平滑效应[6]。这意味着，电商预售模式不仅是“以销定产”的营销创新，更是依托平台经济数字底座。从宏观层面稳定农产品市场价格的制度性力量，对于保障农户收益和消费者福利具有双重积极意义。

2.1.3. 以推进品牌建设来满足个性化的种种需求

由于“认养一亩田”“定制生态果园”这类个性化预售有利于促成消费者与生产者直接、充分地互动，因此有利于建立品牌信任感，也有利于形成品牌溢价能力，更重要的是它很好地满足了消费者对高品质、绿色、个性化农产品的需求，故属于农产品供给侧结构性改革的明确方向。例如，蔡吉炜在对贵州罗甸县火龙果产业的研究中，就强调了通过电商平台进行品牌建设、开展“认购模式”是推动产业高质量发展的关键举措，这直接呼应了预售模式的个性化与服务化趋势[7]。

2.2. 农产品电商预售的特征

农产品电商预售除了具备一般电商预售的共性之外，还因为农产品自身的特点，表现出一些很明显的独特性：

第一，产品的时效性较强，容易腐坏。

生鲜农产品的新鲜程度，直接决定了它的价值，所以对物流和配送时间的要求较高。一旦出现违约，

比如延迟发货或者运输途中损坏，农产品可能就变质了，甚至直接变成“全损”。

第二，由于供给受季节影响极大，所以供给的不确定性较高。

由于农产品生长周期本身受自然规律的严格支配，季节性极强，而天气变化、病虫害又都是经营者难以控制的风险因素，故农产品经营中所涉的交付风险实际上大大超过工业品。因此“超长预售”或者“没法按时交货”的问题在农产品领域更突出。

第三，由于信息透明，所以信任程度较高。

由于农产品属于典型的“信任品”，消费者在购买之前不可能直接判断其口味及农残是否超标，因此商家预售时所披露的产地、品种、种植标准、采摘加工过程诸种信息，是否真实、是否全面，对消费者的知情权有直接重大影响。简言之，消费者的知情权极易被侵害。这一信息劣势的后果在学理上已有明确揭示，当买方无法有效识别产品质量时，市场均衡将向低质量供给倾斜，优质供给逐步被挤出市场[8]。

2.3. 法律属性：预约合同与本约合同的辨析

界定农产品电商预售合同的法律属性，是分析违约责任的前提。根据《民法典》第 495 条，预约合同是约定将来订立合同的协议，本约合同则是为履行预约而最终订立的合同。二者的区别在于：预约的标的是“订立本约”，本约的标的是“交付商品”，在能否强制履行及赔偿范围上存在实质差异。

吴光荣教授指出，区分预约与本约的核心在于当事人是否保留对最终交易的决策权[3]。若合同已经具备标的物、数量、价格等主要条款，且未明确约定另行签订书面合同，应认定为本约；反之，若仅表达交易意向、主要条款尚需协商，则认定为预约。

结合农产品电商预售实务，消费者支付定金或全款时，商品名称、规格、数量、价格、发货时间等关键信息已在详情页明确，消费者的购买行为即表示接受这些条款。即便称之为“预售”，其本质是对“将来交付”这一义务的预先设定，而非对未来“是否签订购买合同”的约定。因此，司法实践应倾向于将此类预售合同认定为附履行期限的本约合同。

王利明教授亦指出，若将预售简单归为预约，消费者在遭遇违约时仅能请求“签订本约”，而无法直接要求“交付货物”，这与当事人真实意思不符[4]。综上，本文认为，消费者“下单并支付”的农产品预售订单，通常构成“对将来特定农产品的附履行期限的买卖合同”，即本约。这一界定是下文讨论违约责任的前提。

3. 乡村振兴背景下农产品电商预售的违约形态与成因

3.1. 主要违约形态分析

由于农产品电商预售中的违约行为既损害消费者的利益，又不利于乡村产业振兴所依赖的市场环境，因此农产品电商预售中的违约行为可归纳为若干典型形态。

3.1.1. 超长预售及逾期交付

超长预售及逾期交付是最常见、最典型的违约形式，故而其问题非常明确：经营者经常任意延长预售期，把本可在 7 天内发货的商品拖到 45 天甚至更久，因而长期占用消费者的预付资金。预售期结束以后又以“天气不好”“产量不够”为借口无限期拖延发货，或直接单方面取消订单，此种做法实质上是把成本、风险都转嫁给消费者。

3.1.2. 从价格波动讨论欺诈行为

一商家利用信息不对称的特点，有十分明确的先涨后降虚假促销套路：预售前先把原价抬高，再推出一个优惠幅度很大的预售价，故而制造“买到就是赚到”的假象。从 2020 年“双 11”期间的数据就可

以很清楚地看到，当时有 32.4%的消费者就此类行为提出正式投诉[2]。更严重的是，定金预售模式下若商品实际上市时的市场价比预售价格还低，消费者所付的定金实质上等于变相提高了其购买成本，因此这也属于典型的不公平交易。

3.1.3. 定金纠纷及反悔权争议

消费者有时冲动下单，或者对商品信息了解不够充分，故付款定金之后想要反悔，而商家经常以定金不退为由予以拒绝。更值得重视的是生鲜农产品是否适用“七天无理由退货”。根据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第六条[1]，鲜活易腐的商品，不适用该规则。因此也成了部分商家规避退货责任的借口。卢砚对此做了分析：格式合同中所列“定金不退”及“不适用七天无理由退货”条款实质上侵害了消费者的公平交易权[1]。

3.1.4. 所购商品的质量与商品描述不符

由于现实中“图片是卖家秀、发过来是买家秀”的情况极为常见。除此之外，商家通过虚假标注产地，将普通大米标成“五常大米”；亦有冒用“有机”“绿色”认证，夸大产品功效；一级虚报重量，以次充好等情况，诸种行为都直接侵害消费者的知情权、公平交易权。

3.2. 违约多发的深层原因

农产品电商预售中之所以频频出现违约问题，除了经营者自身的原因外，还有一些更深层次的结构性因素在起作用。

3.2.1. 农业生产本身具有很强的不确定性

由于农产品受自然条件影响极大，故可以得出履约困难的根本原因：突袭的暴雨就会使预期的樱桃产量减少七成，而此种自然事件经营者显然是无法控制的。但正因商业风险、不可抗力难于区分，二者也是司法认定中的常见难点。

3.2.2. 信用体系和监管机制还不够健全

农村电商这几年发展很快，但与之配套的信用评价体系还没有真正建立起来，违法成本也比较低。很多电商经营者是“小散户”或者“家庭作坊”，平台对他们的资格审查并不严格，出了问题“跑路”的成本较低。与此同时，行政监管方面存在跨地区、跨部门协调难的问题，像“九龙治水”一样，容易出现监管盲区[1]。目前经营者社会评价体系不健全，针对经营者失信问题的惩罚机制不健全，导致经营者失信成本较低。因此，在高额利润的诱惑下，有的经营者不愿意按时履约，甚至有经营者直接关店跑路，导致大量消费者上当受骗[9]。

3.2.3. 消费者维权意识和成本不对等

购买农产品的消费者大多是普通居民，遇到金额不大的纠纷，往往因为诉讼周期长、鉴定费用高、举证困难(比如电子证据容易丢失)而选择放弃维权。这在客观上反而纵容了违约行为的发生[1]。

3.2.4. 法律适用和规则供给还跟不上

目前针对电商预售的专门立法仍然比较滞后。虽然《中华人民共和国电子商务法》(后文简称《电子商务法》)等提供了一些原则性的规定，但缺少针对农产品特性(比如季节性、易腐性)的更精细化的规则设计。另外，平台自己制定的预售规则，在司法实践中是否具有法律约束力，仍是一个有争议的问题。

[1]《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第六条 下列商品不适用七日无理由退货规定：(一) 消费者定作的商品；(二) 鲜活易腐的商品；(三) 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；(四) 交付的报纸、期刊。

4. 违约责任的核心法律问题

4.1. 责任承担的确定

在认定为本约的前提下，违约责任的承担方式如下。

4.1.1. 继续履行

对于“超长预售”或“逾期交付”，在合同仍有履行可能时，消费者可以要求经营者继续履行，即在约定或催告后的一定期限内发货。但此方式对生鲜农产品存在局限性，若商品成熟期已过或已变质，继续履行可能已无实际意义。

4.1.2. 损害赔偿

此种方式是最主要、最普遍的救济方式，故而其赔偿范围宜严格按《中华人民共和国民法典》(后文简称《民法典》) 584 条所确立的完全赔偿原则来确定，即包括实际损失(商品价格上涨所致差额及维权所支出的合理费用)以及可得利益损失(合同完全履行后消费者本可以取得的实际利益，诸如转售利润)。王利明教授对此做了十分清楚、严谨地梳理：可得利益损失必须符合可确定性、可预见性诸种具体要件[4]。与此形成天然契合的是，农产品价格波动剧烈，农产品交易中可得利益的计算本就极为复杂。

4.1.3. 违约金与定金

由于农业生产很容易受自然灾害、极端天气的影响，故经营者经常以此类因素作为免责理由，因此也自然地牵涉到法律上的“不可抗力”及“情事变更”制度。

4.2. 不可抗力与情事变更的审慎适用

农业生产极易受到自然灾害、极端天气的影响。经营者常以此作为免责理由。这涉及法律上的“不可抗力”与“情事变更”制度。

不可抗力(《民法典》第 180 条)：指不能预见、不能避免且不能克服的客观情况。如突发的洪涝、冰雹导致农作物绝收，可构成不可抗力。但一般的“阴雨天导致采摘延误”或“销售旺季价格上涨”则不构成不可抗力，经营者不能当然免责。

情事变更(《民法典》第 533 条)：指合同成立后，发生了当事人在订立合同时无法预见的、不属于商业风险的重大变化。若因国家政策调整、大面积病虫害导致某种农产品市场价格暴涨暴跌，继续履行对一方明显不公，受不利影响的当事人可与对方重新协商；协商不成的，可以请求法院或仲裁机构变更或解除合同。

5. 农产品电商预售违约救济机制构建

为解决农产品电商预售中的违约争议，保障乡村振兴战略的顺利实施，需要构建一套系统性、多层次、高效率的救济机制。

5.1. 立法完善：细化规则，补齐短板

为根治农产品电商预售的法律适用难题，需在三个层面完善规则。首先，明确合同法律定性，建议《电子商务法》司法解释规定：当商品详情页已列明名称、规格、数量、价格、交付时间等主要交易条件时，消费者下单付款后所成立的合同即应认定为买卖合同(本约)，从而直接适用《民法典》合同编规则。其次，完善违约金与定金规则，鉴于农产品价格波动大，应健全约定损害赔偿的调整制度；若经营者构成根本违约，则必须双倍返还定金。最后，明确“七天无理由退货”的适用边界，在坚持生鲜农副产品原则上不适用的同时，细化例外：以“认养”方式定制的鲜活农产品排除适用；而普通预售的标准化包装商品(如干货、大米)，若未拆封且不影响二次销售，应允许适用，从而平衡消费者反悔权与经营者权益，

此安排亦是对肖琦所论反悔权适用争议的合理回应[2]。

5.2. 司法优化：多元解纷，降低成本

针对消费者维权成本高、举证难的困境，司法层面应从三方面优化。第一，推广在线争议解决机制(ODR)，借鉴卢砚关于强化在线争端解决机制的建议[1]，利用互联网法院或线上调解平台，建立在线协商、调解与仲裁机制，对标的额较小的农产品预售纠纷设立线上小额诉讼程序，实行一审终审，快速定分止争。第二，合理分配举证责任，为保护信息弱势方的消费者，可适度适用举证责任倒置：消费者仅需证明下单记录、付款凭证及商品存在质量问题即完成初步举证；经营者若主张商品合格或免责，需承担证明产地、质量及免责事由的举证责任。第三，强化惩罚性赔偿的威慑作用，对于明知农产品不符合食品安全标准，或存在虚假宣传、欺诈行为的经营者，应依法适用《中华人民共和国消费者权益保护法》及《中华人民共和国食品安全法》中的惩罚性赔偿，切实提升违法成本，遏制失信行为。

5.3. 行政监管：协同联动，源头治理

5.3.1. 建立跨区域、跨部门协作监管机制

由于农产品电商交易有“生产者–平台–消费者”跨地域的明显特点，因此要主动、有计划地开展专项整治，打破工商、农业、质监、药监诸部门之间的壁垒，健全信息共享、联合执法的监管体系，对“网红农产品”虚假宣传、价格欺诈等行为予以有力震慑。

5.3.2. 强化农产品溯源与信用体系建设

以区块链等数字化技术为基础，有计划、有系统地建立“田间到餐桌”的农产品全流程溯源体系，再以大数据为工具建成经营者信用评价体系，对失信商家予以明确、可执行的信用惩戒，如限制其进入电商平台、向社会公开曝光等，由此切实提高其失信成本，也呼应了农村农技推广服务中所论的创新思路。

对于“超长预售”实行备案与上限管理，考虑到农产品周期，平台和监管部门应要求商家对超过30天的超长预售进行备案，并给予消费者更显著的风险提示。对于无故取消订单、实施超长预售后又违约的商家，应依法严惩。

5.4. 平台自治：压实责任，提升服务

鼓励成立地方性农产品电商协会，制定行业公约，建立内部“黑名单”制度，对失信经营者进行行业排斥。这种基于集体声誉的机制能有效补充法律制裁的不足。这种基于集体声誉的约束机制在信息不对称严重的“柠檬市场”中尤为重要。理论上，良好的集体声誉能够替代高昂的法律执行成本，形成正向筛选。例如，可以借鉴P2P网贷行业自律的教训，建立跨平台的信用信息共享“白名单”，使失信经营者“一处失信，处处受限”。

由于电商平台预售规则宜细化，故首先要明确禁止先涨后降等虚假促销手段，然后强制要求商家在商品详情页醒目处如实、清楚地说明“定金”与“订金”的区别，以及发货时间、“七天无理由”适用条件诸种信息，对违反规则的商家宜采取高额罚款、降权、关店诸种严惩措施。

由于要保护消费者预付定金的安全，故平台宜引入第三方资金托管机制，凡超长预售订单没有按约定时间发货的，平台即可依法、及时地划转托管资金先行赔付消费者，同时宜鼓励经营者投保农产品电商履约保证保险，让保险公司就自然灾害、市场波动等风险造成的违约损失予以合理补偿。

5.5. 消费者维权赋能与社会共治

政府、媒体与平台应形成合力，通过官方媒体公益广告、社区宣传、平台弹窗提示等多种方式，常态化普及“定金”与“订金”的区别、“七天无理由退货”的真实适用范围、以及正规维权的具体渠道与

流程。引导消费者在参与预售时仔细阅读条款，实现从“被动上当”到“主动避坑”的转变，提升其自主判断能力。同时，应加快建设、完善全国统一的网络消费投诉与举报平台，实现“一个入口、全流程追踪”。通过简化投诉流程、推行在线举证、缩短处理时限，彻底降低消费者的维权成本。当每一次违约都能被轻松记录、投诉并获得有效回应时，社会监督的阳光才能真正穿透信息不对称的阴霾，“让每一次违约都暴露在阳光下”从愿景变为现实。

6. 结语

农产品电商预售模式是数字技术赋能乡村振兴十分典型、成熟清晰的示范，既有利于重构产销关系，又为农业增效、农民增收打开了新的通道，但毋庸讳言，其要实现高质量发展必然需要法治的有力护航。预售中诸种违约问题若不能得到及时、公正、妥善地解决，就会逐步消解消费者信任，也就直接动摇乡村产业振兴的基础。

本文对农产品预售中主要违约形态做了相关分析，继而引入《民法典》及最新司法解释的相关规定，因此提出以“预约”与“本约”区分作为违约认定的核心逻辑，并由此从立法、司法、行政监管、平台治理等维度构建起多元化的救济机制。其核心思路可归纳为三点：第一是法律性质，即将已经包含核心交易条件的预售合同认定为本约，直接适用完整的合同责任体系，第二是责任承担，主张完全赔偿与惩罚性赔偿并重以形成充分威慑，第三是救济途径，主张采用多元、高效、低成本的解纷方式切实保护各方权益。

从今后的发展方向可以看到，要系统、有层次地总结司法实践经验，把《民法典》所确立的公平正义理念与乡村振兴实践更好结合，完善相关法律规则，先营造安全、诚信、健康的农产品电商预售环境，再由此形成以法治为保障、以信用为基石、以科技为驱动的乡村振兴新格局。

参考文献

[1] 卢砚. 电商预售消费者权益保护法律问题探究——以天猫商城为例[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津大学, 2018.

[2] 肖琦. 电商预售中的消费者权益保护研究[J]. 电子商务, 2024(21): 81-84.

[3] 吴光荣. 论预约合同的司法认定与违约救济——以《合同编通则解释》的相关规定为中心[J]. 法学评论, 2024, 42(2): 54-75.

[4] 王利明. 民法典合同编通则中的重大疑难问题研究[J]. 云南社会科学, 2020(1): 77-94+186-187.

[5] 过忠华. 乡村振兴背景下基层农业技术推广现状、现存问题及创新策略[J]. 中国农业知识仓库, 2025, 21(4): 1-4.

[6] 王一诺. 平台经济发展对农产品价格波动的影响效应与传导机制[J]. 商业经济研究, 2026(3): 96-99.

[7] 蔡吉炜. 乡村振兴背景下特色农产品电子商务发展研究——以贵州省罗甸县火龙果产业为例[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 2987-2993.

[8] 何开月. 银发经济背景下老年线上消费平台的供需错配问题与优化路径[J]. 老龄化研究, 2026, 13(6): 40-48. https://doi.org/10.12677/ar.2026.136322

[9] 贾亚伟. 预付式消费中消费者权益保护现状及法律对策研究[J]. 上海商业, 2022(12): 82-85.