



电子商务专业系列教材
D Z S W Z Y X L J C



电子商务政策法规

娄策群 王伟军 程 蕾 主编



华中师范大学出版社

电子商务专业系列教材

电子商务政策法规

主编：姜策群 王伟军 程 蕾

编者：（以姓氏笔画为序）

王伟军 孙 彬 冯益鸣

周承聪 胡玲丽 姜策群

陶书志 程 蕾 程 璇

华中师范大学出版社

内 容 提 要

本书在阐述电子商务政策法规的概念、作用、制定、实施以及国内外电子商务政策法规现状的基础上,讨论了电子商务中政府管理的政策选择、电子商务主体的法律规范、信息基础设施建设政策与管理规范、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证的法律问题、电子合同的法律规范、电子货币与网上支付的法律问题、电子商务物流法律制度、电子商务税收政策与法规、电子商务市场行为规范、电子商务与知识产权保护、电子商务诉讼及纠纷解决等内容。本书将电子商务政策与电子商务法规融为一体,注重内容的系统性、新颖性和实用性。

本书适合于各类院校电子商务专业使用,也适用于工商管理、电子政务、信息管理与信息系统等专业的教学,对电子商务实际工作和理论研究人员也有较高的参考价值。

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

电子商务政策法规/娄策群,王伟军,程蕾主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2008. 11

(电子商务专业系列教材)

ISBN 978-7-5622-3798-3

I. 电… II. ①娄… ②王… ③程… III. ①电子商务—经济政策—中国—高等学校—教材 ②电子商务—法规—中国—高等学校—教材

IV. F713. 36 D922. 294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 152373 号

书 名: 电子商务政策法规

主 编: 娄策群 王伟军 程 蕾◎

选题策划: 华中师范大学出版社第二编辑室 电话: 027—67867362

出版发行: 华中师范大学出版社

地 址: 武汉市武昌珞喻路 152 号 邮编: 430079

发行电话: 027—67863426 67867076 67863040 67867371 67861549

邮购电话: 027—67861321 传真: 027—67863291

网址: <http://www.ccnupress.com> 电子信箱: hscbs@public.wh.hb.cn

责任编辑: 顾晓辉 封面设计: 罗明波 责任校对: 张 忠

印 刷 者: 武汉理工大印刷厂 督 印: 章光琼

开本/规格: 787mm×960mm 1/16 印 张: 21.5 字 数: 420 千字

版次/印次: 2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

印 数: 1—3 100 定 价: 38.80 元

敬告读者: 欢迎举报盗版, 请打举报电话 027—67861321。

前 言

自2001年教育部首次批准浙江大学、西安交通大学、华中师范大学等13所高校开办电子商务专业以来,电子商务专业教育发展迅猛。据2005年统计,我国开办电子商务本科专业的高校达到300多所,开办电子商务专科专业的各类高校达到800多所。这显示出电子商务专业的市场认可程度是相当高的,但同时也给电子商务专业教育的从业者们提出了更高的要求,我们必须为电子商务专业的建设不懈努力。毕竟电子商务专业是一个新专业,其人才培养方案、课程体系、教学大纲等还需要不断地修订与完善。在这个过程中,专业教材的建设是一项重要内容。

早在2001年,在华中师范大学的大力支持下,我们就开始了“电子商务专业系列教材”的建设,经过几年的努力,以华中师范大学信息管理系电子商务教研室教师为核心的教材编写团队完成了这项工作,出版了《电子商务概论》、《电子商务物流》、《网络营销》、《电子商务安全认证系统》、《网上支付与电子银行》、《电子商务政策法规导论》、《电子商务网络建设》、《电子商务数据库》、《Web站点设计与管理》、《CI与网络广告》、《电子证券与投资分析》、《电子出版与网上发行》等12本教材。受到市场的广泛欢迎与好评,其中不少教材多次重印。

教材建设是一个永不停息的过程,随着电子商务的发展和对电子商务研究的深入,教材的内容也需要不断吸收新的研究成果,以反映学科发展的内容,适应市场的需求。于是我们又开始了“电子商务专业系列教材”的修订与增补这项浩繁的工作。我们认为,电子商务专业是在网络经济时代到来后适应商务运作的变化而产生的以商务的电子化为主体,融入经济学、管理学、计算机科学、信息科学等知识而形成的一个综合性的专业,它是打破学科界限、按照市场人才需求而形成的职业性专业。在专业知识上,电子商务职业要求从业者具有多学科知识,而这些知识的体系化表现为以多学科知识为基础和在某一知识模块中多学科知识的融合。基于这种思想,本次电子商务专业系列教材的修订与增补,按照知识基础与知识模块设计了五大系列,即电子商务理论与基础(包括《电子商务概论》、《电子商务政策法规导论》、《国际电子商务》、《管理学》、《电子商务专业英语》),电子商务流程(包括《电子商务物流管理》、《网上支付与金融服务》、《网络营销》),电子商务技术(包括《电子商务网络建设》、《电子商务数据库》、《Web站点建设与管理》),电子商务集成与应用(包括《电子商务系统分析与设计》、《电子

商务安全认证系统》、《电子商务案例分析》、《电子商务项目管理》、《客户关系管理》和实验(包括《电子商务实验》)共 17 本教材。

该系列教材的编写立足于“新”，即反映电子商务的新理论、新知识、新技术；规范于“质”，即反映电子商务活动的信息流、物流和资金流的运作机理；重在于“用”，即强调电子商务的操作技能与应用。

该系列教材适合于各类学校的电子商务专业的教学之用，也可供电子商务从业人员参考。

编委会

2008 年 9 月

目 录

第一章 电子商务政策法规概述	1
第一节 电子商务政策法规的概念、内容与作用	1
第二节 电子商务政策的制定与实施	8
第三节 电子商务立法与实施	11
第四节 国内外电子商务政策与法规的现状	15
第二章 电子商务中政府管理的政策选择	28
第一节 电子商务发展中政府管理的地位与模式	28
第二节 电子商务发展中政府管理的主要任务	32
第三节 政府对电子商务的电子化管理与应用	39
第三章 电子商务主体的法律规范	47
第一节 电子商务主体的概念与构成	47
第二节 电子商务主体的市场准入制度	52
第三节 电子商务主体的规范行为	59
第四章 信息基础设施建设政策与管理规范	64
第一节 国家信息基础设施及其在电子商务中的作用	64
第二节 国家信息基础设施建设的政策选择	66
第三节 国家信息基础设施的管理规范	72
第四节 信息基础设施安全保护的政策法律措施	82
第五章 数据电文法律制度	92
第一节 数据电文的概念	92
第二节 数据电文的功能等价标准	94
第三节 数据电文的效力	101
第四节 数据电文的传递与保存	106
第六章 电子签名法律制度	119
第一节 电子签名的概念与实现方法	119
第二节 电子签名的类型及其特点	127
第三节 电子签名的法律效力	135
第七章 电子认证的法律问题	142
第一节 电子认证概述	142
第二节 电子认证机构的设立和管理	146
第三节 电子认证机构的数字证书业务	153

第四节 电子认证活动中的法律问题	158
第八章 电子合同的法律规范	167
第一节 电子合同概述	167
第二节 电子合同的订立	169
第三节 电子合同的履行及违约救济	179
第九章 电子货币与网上支付的法律问题	191
第一节 电子货币与网上支付的概念与作用	191
第二节 电子货币的法律问题	195
第三节 网上支付的法律问题	203
第十章 电子商务物流法律制度	210
第一节 运输法律制度	210
第二节 仓储法律制度	219
第三节 配送法律制度	223
第四节 我国物流法律制度的现状与完善	227
第十一章 电子商务税收政策与法规	234
第一节 电子商务税收概述	234
第二节 电子商务对税收的影响	238
第三节 电子商务的税收征管	244
第四节 国内外电子商务税收政策法规概况	248
第十二章 电子商务市场行为规范	254
第一节 电子商务市场中的不正当竞争及法律管制	254
第二节 网络广告的法律规范	262
第三节 电子商务中的消费者权益保护	269
第十三章 电子商务与知识产权保护	278
第一节 电子商务与著作权的法律保护	278
第二节 电子商务专利技术涉及的法律问题	291
第三节 电子商务环境下商业秘密的法律保护	294
第四节 域名纠纷及其法律规范	298
第十四章 电子商务诉讼及纠纷解决	306
第一节 传统管辖权基础及其面临的挑战	306
第二节 电子商务纠纷的法律适用	316
第三节 电子商务诉讼中的电子证据	320
第四节 在线争议解决机制	323
参考文献	331
后记	336



第一章 电子商务政策法规概述

电子商务的发展与运行需要有良好的政策与法律环境。为引导和推进电子商务的发展、调节和规范电子商务行为,许多国际组织和各个国家都从不同角度对电子商务的发展所面临的政策与法律问题进行了研究,已经或正在制定和实施电子商务政策与法规。明确电子商务政策法规的概念和作用,掌握电子商务政策法规制定与实施的原则和方法,了解国内外电子商务政策法规的状况,是研究、制定、实施和学习电子商务政策法规的前提。

第一节 电子商务政策法规的概念、内容与作用

一、电子商务政策法规的概念及相互关系

总的来说,政策法规是国家行政机关、立法机关和其他有关机构制定与颁布的各种政策、法律、规章的总和。但政策和法规又是两个既有区别又有联系的概念。

1. 电子商务政策的概念

“政策”是我国当今社会人们最常用的词汇之一,但对这一概念的定义和理解却有一定的差别。《辞海》中将“政策”一词解释为:党和国家为实现一定历史时期的路线而制定的行为准则。有学者认为,政策是指某一团体组织为了达到自身的目的,在若干可取的行动方案中作出的一种选择。也有学者认为,政策是政党和政府用来调节或约束社会力量以达到政策制定者预期目标的一种策略和策划。因此,可以认为,政策是指国家、政党为实现一定时期内的目标与任务而规定的行动准则和行为方向。这一定义的内涵表明:(1)制定政策的主体是政党和国家;(2)政策必须达到一定的目标,实现一定的任务;(3)政策的实现是一个客观过程;(4)政策是一定时期的社会规范;(5)政策不是面向过去,而是面向现在和未来。从本质上讲,政策是一种政治措施,也是人们利益的根本体现。

根据政策的一般定义,结合电子商务的特点,可以认为,电子商务政策是党和国家为了推进电子商务的发展,指导电子商务的运作而制定的在一定时期内调整电子商务中社会经济关系的行动准则与行为方向。由此可见,(1)电子

商务政策的制定者是政党和政府；(2) 电子商务政策是在一定时间和空间范围内起作用的；(3) 电子商务政策所调整、规范的对象是电子商务活动中的各种社会经济关系；(4) 电子商务政策是指导和约束电子商务主体行动的基本准则。电子商务政策的主要表现形式有：党和政府有关会议所形成的关于电子商务的会议文件；党和政府所做的有关电子商务的决定、决议；党和国家领导人有关电子商务的指示、讲话和报告；党和国家制定的有关电子商务的发展纲要和规划等。

2. 电子商务法规的概念

法规包括法律和规章两大部分。法律是由国家立法机关颁布，并由国家执法机关强制力保证实施的调整某一活动领域社会关系的行为规范。规章则是一定的团体根据法律的、行政的授权而制定的约束人们行为的规程、条例等。

电子商务法规是由国家立法机关制定并经国家强制力保证实施的调整电子商务活动领域商事关系的法律以及由有关管理机关制定的电子商务规程、条例的总和。

3. 电子商务政策与电子商务法规的关系

电子商务政策与法规既有一些相同和相异之处，也存在着一定的相互联系。

(1) 电子商务政策与法规的相同之处

① 电子商务政策与法规在本质上都是属于上层建筑，都是统治阶级意志和利益在电子商务领域的集中表现。

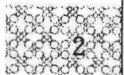
② 电子商务政策与法规都是带有某种强制力的电子商务活动的行为准则和规范。

③ 电子商务政策与法规都是国家管理电子商务的基本调控手段，对电子商务的发展都有较大的推动和促进作用。

(2) 电子商务政策与法规的不同之处

① 两者的制定机关不同。电子商务政策是由党和国家的有关领导机关制定的，而电子商务法规是由国家立法机关和由法律或行政授权的电子商务管理机关依照特定的立法程序制定的。从广义上讲，政府制定电子商务方面的行政法规的活动也属于立法活动。我国的立法机构是全国人民代表大会、地方各级人民代表大会及其常设机构。国务院根据宪法和法律制定电子商务行政法规也是国家重要的电子商务立法活动。

② 两者的内容构成要素不同。一项完整的电子商务政策，应该由政策目标、基本指导原则和政策措施组成。而一项电子商务法律规范，在逻辑上应由假定、处理和制裁三个要素组成。假定是规定运用某一行为规则的情况和条



件；处理是行为规则本身，即允许做什么，禁止做什么和应当做什么；制裁是规定违反该项法律规范时，将要承担什么样的法律后果。

③ 两者的表现形式不同。电子商务政策通常以决议、决定、报告、宣言、声明、发展纲要、发展规划及其他文件形式发表，呈现出非条文化的特点。而电子商务法规常以法令、条例、规程等形式颁布，有明显的条文化特点。

④ 两者的实施手段不同。电子商务政策主要靠宣传教育和行政纪律来约束，执行起来有一定的弹性。电子商务法规由专门的执法和司法机关来执行，具有很强的强制性。

⑤ 两者的稳定性不同。电子商务政策和电子商务法规都要有相对稳定性，朝令夕改，人们就会无所适从。但比较起来，电子商务政策的稳定程度要比电子商务法规低一些。电子商务政策可随客观情况变化和执行情况好坏作相应的调整或修改。电子商务法规是在电子商务政策实施后取得经验的基础上确定下来的行为规范，适用时间较长，而且电子商务法规的制定、修改和废除都要经过复杂的法定程序，从而使电子商务法规比电子商务政策有更好的稳定性。

⑥ 两者的影响面和作用程度不同。电子商务政策影响面广，着重电子商务宏观方面的调控，不科学的电子商务政策可能会造成极大的危害。电子商务法规的作用面较小，更侧重于电子商务微观方面的调控，不容易出现大的偏差。

(3) 电子商务政策与法规之间的联系

① 电子商务政策是制定电子商务法规的依据，电子商务法规则是电子商务政策的具体化、规范化和定型化。一项电子商务政策经过实践证明在现在和将来一段时间内是正确的、有效的，就可以用法律的形式将其固定下来，这就是电子商务政策的法律化。

② 电子商务政策是适用电子商务法规的指导，电子商务法规则是实施电子商务政策的工具。

③ 电子商务政策与法规可以相互补充，在没有电子商务法规的领域，可以按电子商务政策规定办事。

二、电子商务政策法规的内容

1. 电子商务发展政策

电子商务正在发展之中并将不断发展。指导和促进电子商务的发展是电子商务政策的基本职能，电子商务发展政策是电子商务政策的重要内容。电子商务政策应确立电子商务在发展国民经济和提高企业及国家竞争力中的地位，明确政府和经济主体在电子商务发展中的地位与作用，确定电子商务的发展方向

和发展目标,提出保证电子商务发展的对策和措施。电子商务发展政策具体体现为国家电子商务发展战略、发展规划、发展模式,地区电子商务发展战略和发展规划,企业电子商务发展战略等。

2. 电子商务管理政策

电子商务是一种涉及面广泛、活动内容复杂的社会活动,需要科学的管理。电子商务政策要明确加强电子商务管理的必要性,确定政府在电子商务管理中的地位、模式和方式,鼓励涉足电子商务的各个单位加强内部管理,提出电子商务环境下政府管理体制改革、政府和企业机构重组和业务流程再造的目标、原则和步骤。

3. 信息基础设施政策与法规

信息基础设施是开展电子商务活动的物质基础。电子商务政策应对信息基础设施建设作出规划和计划,确定信息基础设施建设的目标、步骤及保障措施,提出信息基础设施使用、维护及保证信息基础设施安全的对策与法律规范。

4. 数据电文与电子签名的法律问题

在电子商务中,信息交流是各项活动的基础,而作为信息载体的传统书面文件、合同、票据和手书签名都要被淘汰,代之以数据电文和电子签名。因此,从法律上规定数据电文、电子签名与书面形式和手书签名的等价功能、法律效力、生效条件及使用规则等是电子商务的法律基础。数据电文与电子签名必须满足以下要求:

(1) 电子商务立法应规定对数据电文适用法律的要求,包括数据电文的法律承认、书面形式、签字、原件、数据电文的可接受性和证据力、数据电文的留存等;

(2) 数据电文的形成与传递的要求,包括当事各方对数据电文的承认、数据电文的归属、确认收讫、发出和收到数据电文的时间和地点等;

(3) 电子签名的法律要求与法律效力等。

5. 电子合同的法律规范问题

在电子商务中,合同的形式发生了极大的变化:一是订立合同的双方或多方大多是互不见面的;二是表示合同生效的传统签字盖章方式被数字签名所代替;三是采用数据电文形式订立的合同,收件人的主营业地为合同成立的地点,没有主营业地的,其经常居住地为合同成立的地点。电子商务合同形式的变化,给世界各国都带来了一系列法律新问题。除了修改并发展现存合同法,以适应新的贸易形式外,还应制定电子合同法,或在电子商务法中对“电子代理人”的法律地位、电子合同的要约与承诺、电子合同订立的途径与形式、电

子合同成立的时间与地点、电子合同履行的方式与地点、电子合同履行中的验收、网上格式合同的法律规范等作出规定。

6. 电子商务认证的法律问题

电子商务活动需要第三方认证机构的认证,以保证电子商务的安全。认证机构在电子商务中扮演着一个监督管理买卖双方签约、履约的角色,买卖双方有义务接受认证中心的监督管理。在整个电子商务交易过程中,认证机构都有着不可替代的地位和作用,它不仅要对进行电子商务交易的买卖双方负责,还要对整个电子商务的交易秩序负责。电子商务法要明确电子商务认证的作用,认证机构的条件、结构、许可与管理,电子商务认证机构的电子证书业务规范,认证机构与在线当事人的关系与责任等。

7. 电子货币与网上支付的法律问题

电子商务离不了电子货币和网上支付。我国目前在有关电子支付的法律的制定方面刚刚起步,大量的法律新问题需要研究与规范。电子商务法应明确电子货币与网上支付在电子商务中的法律地位;规定电子货币发行与管理的机构及其职责;明确电子支付的当事人包括付款人、收款人、银行和中介机构在支付活动中的法律关系,进而确定各当事人的权利;规定电子支付的伪造、变造、更改与涂销的法律责任认定和追究问题等。

8. 电子商务物流政策与法规

物流配送是电子商务的重要组成部分。虽然电子商务物流并非独立于传统商务物流体系,而是要借助于传统的物流体系来进行,但电子商务对物流的要求有别于传统商务对物流的要求,电子商务时代的来临将使传统的物流与信息流、资金流进行重新整合。因此,必须建立与电子商务相适应的物流政策法规来保障电子商务物流配送的快捷性、准确性和安全性,促进电子商务和物流行业的发展。

9. 电子商务金融与税收的政策与法律问题

电子商务发展和运作过程中涉及大量的资金筹措、利用、管理等问题。电子商务政策应引导有关方面建立起良好的电子商务金融环境,规定电子商务所需资金筹措与运用的原则与办法,确定不同金融机构在电子商务资金利用与管理中的地位与作用,制定电子货币、电子支付的管理制度与发展战略,鼓励和促进网络银行的发展,推进网络保险、电子证券的发展与创新。电子商务的发展既给税收带来了新的机会,又给税收提出了挑战。电子商务税收政策成为电子商务政策的关键内容,各国政府都在抓紧研究电子商务税收问题、制定电子商务税收政策。电子商务税收政策应对网上交易的税收原则、税收目标、税种与税率、税收管辖权模式和课征方式等作出政策性规定。



10. 电子商务市场的法律规范问题

网上交易市场是一个开放的市场,但并非一个可以随意进出的市场。进入电子商务市场的经济主体应具备一定的条件并经过一定的程序,在网上经营活动中应遵循相应的规则,网上消费者也要遵循一定的消费规则,否则,网上交易市场将是一个混乱、不规范、不公正的市场。电子商务法应对进入网上交易市场的经济主体的条件、资格作出要求,对进入网上交易市场的程序作出规定,提出不同经济主体的经营行为规范以及消费者在电子商务市场中的行为规范,以保证电子商务市场的正常运行。

11. 电子商务中的知识产权保护问题

电子商务的核心问题是“数据信息”,知识产权法律制度作为保护信息为内容的知识产权的法律手段,应当成为电子商务法律的重要内容。网络上涉及的知识产权问题常常包括网络技术给版权制度、专利制度和商标制度带来的新问题。在专利领域,计算机软件能否成为专利制度保护的客体,互联网的广泛性和开放性对专利的“新颖性”特点提出了挑战,发明人通过电子信箱与同事通信中披露了自己的有关发明是否构成“公开”,在专利的电子申请方式中涉及的法律问题等都是电子商务法需要解决的问题。“域名”作为一种互联网上的地址名称,在区分不同的站点用户上起着非常重要的作用,随着域名商业价值的不断增强,人们逐渐认识到域名的滥用会在很大程度上侵犯、干扰和削弱商标或其他名称的价值,法律已经开始将某些知识产权的权利内容赋予域名,保护权利人利益,防止由于域名的错误使用而产生的侵犯、干扰或削弱商标或其他名称的价值的法律纠纷,域名的存在和登记规则也在实际中带来了一些问题,需要法律作出规定并进行解决。

12. 电子商务中的消费者权益保护问题

电子商务中消费者权益保护包括网上隐私权保护与其他权益保护。网上隐私权是指公民在网上享有的私人生活安宁与私人信息依法受到保护,不被他人非法侵犯、知悉、搜集、复制、利用和公开的一种人格权。网上隐私权的保护也应该制定相应的规则,并使其规范化,从而在个人隐私权得到有效保障的前提下推动电子商务的发展。电子商务法还要对消费者在网上消费中的其他权利作出规定,使消费者网上消费的相关权益免受侵犯。

13. 电子商务中的管辖权问题

从国际法角度来看,管辖权是国家通过立法、司法和行政等手段对特定的人、物、事进行管理和处置的权利。从国内法的角度来看,管辖权是指一国法院系统内部不同级别、不同地区法院受理案件的权限。在电子商务中,由于其跨地区、跨国境的特性,管辖权冲突会更加普遍。如果管辖权问题得不到妥善

解决,会极大地影响诉讼效率,损害人的合法权益。因此,电子商务法应对电子商务管辖权作出规定,提出解决电子商务管辖权的办法和措施。

三、电子商务政策法规的作用

1. 引导电子商务发展

虽然通过简单的电子方式进行的商品交易活动早已存在,但通过互联网进行商品交易活动的现代电子商务在发达国家的发展时间并不长,我国电子商务的发展历程更短。电子商务应朝着什么方向发展,如何发展,是一个值得特别关注的问题,需要正确的引导和规划。政策具有引导事物发展方向的功能,即政策对事物发展方向有一种指导与制约作用。科学合理的电子商务政策能够通过确定电子商务发展的正确方向,规定电子商务发展长期、中期和近期目标,提出实现电子商务发展目标的行之有效的政策措施,从而引导和推进电子商务的顺利发展。

2. 协调电子商务活动

电子商务涉及社会的方方面面,工商企业、政府机关、金融机构、网络服务商、物流配送机构、消费者都要参与电子商务活动,这就需要很好地协调,否则,电子商务活动就会出现混乱,甚至无法进行。政策具有协调功能,能够协调人与社会、人与事物、事物与事物、机构与机构之间的相互关系,保证经济社会持续、稳定、协调地发展。法律也具有协调利益的功能。法律规定权利,就是在协调利益。电子商务政策通过确定不同机构在电子商务中的地位与作用,鼓励不同机构在电子商务活动中通力合作,从而协调参与电子商务活动的不同机构和组织之间的关系。电子商务法规通过规定不同机构、个人在电子商务活动中的权利和法律责任来协调机构之间、个人之间的关系。

3. 配置电子商务资源

电子商务的发展和电子商务活动的开展都离不开资金、设备、人才、技术、信息等有形资源 and 无形资源。电子商务领域与其他领域之间、电子商务领域内部都存在着资源的竞争和资源分布不合理的现象,需要对电子商务资源进行合理配置。政策和法律都具有资源配置的功能。一项政策的出台或废止,会导致人力、物力、财力资源在空间布局和流向上的变动。法律通过对权利和义务的配置来实现对资源和利益的配置。立法是对权利和义务的分配,执法是对权利和义务的落实,司法是对权利和义务的保护,守法是对权利和义务的享用。电子商务政策通过对电子商务优先发展与重点发展的地区、行业 and 项目的确定,促进电子商务资源向这些地区、行业 and 项目流动。电子商务法规通过对不同电子商务主体权利与义务的规定 and 实施,实现利益 and 某些资源在不同电子

商务主体之间的分配。总之,科学合理的电子商务政策法规能够优化电子商务资源和利益在不同机构之间、个人之间的配置,从而促进电子商务的发展。

4. 规范电子商务行为

在电子商务活动中,人们会表现出各种各样的行为,有的是合情、合理、合法的正当行为,也有的是不合情理、有违法纪的不正当行为。正当行为能推动电子商务的发展与运行,而不正当行为则会阻碍电子商务的发展与运行。然而,什么是正当的电子商务行为,什么是不正当的电子商务行为却没有固定的标准,需要有关方面作出相应的规定。政策和法律都是调整人们行为和关系的准则,都具有规范行为的功能,只是规范的程度与作用的方式不同而已。电子商务政策法规通过规定一定时期内发展电子商务和进行电子商务活动应该做什么、不应该做什么,应该怎样做、不应该怎样做等来指导、规范和调整人们的电子商务行为,使积极参加并正当进行电子商务活动成为人们的自觉行动。

第二节 电子商务政策的制定与实施

一、电子商务政策的制定

要使电子商务政策对电子商务发展与运作有极大的指导和推动作用,必须制定科学合理的电子商务政策,形成完善的电子商务政策体系。电子商务政策体系的形成必须合理确定电子商务政策的内容,遵循正确的政策制定原则,按照合理的程序来制定电子商务政策。

1. 制定电子商务政策的原则

(1) 放眼世界原则

电子商务便于开展全球性商品交易活动,在电子商务政策中,要鼓励我国的企业通过网络参与国际市场竞争,加入全球电子交易网络,将自己的产品推向国际市场。电子商务政策中一些政策目标和措施要与国际接轨,便于网上国际贸易的进行。此外,发达国家电子商务起步较早,发展更快,在制定电子商务政策的过程中,应注意借鉴国外发展和管理电子商务的先进经验,以保证我国电子商务政策的合理性、科学性。

(2) 立足国情原则

电子商务政策虽然要与国际接轨,但主要还是在一定范围内产生作用的,用于指导和保证全国或地区电子商务的运行与发展,因此,电子商务政策在放眼世界的同时,更应立足国情。国情除了包括政治制度、经济基础、管理体制、文化传统、科技水平、社会结构、自然环境等构成的基本国情外,对于电

电子商务政策的制定来说,还包括一个国家电子商务方面的实际情况。我国电子商务政策的总体目标和具体目标必须与我国社会发展、经济建设的总目标相适应,与我国电子商务发展水平和要求相适应。电子商务政策中所提出的实现电子商务发展目标及解决问题的步骤、策略、手段和措施不能脱离我国国情,做到积极而不冒进,稳妥而不保守。

(3) 系统协调原则

电子商务政策本身是一个复杂的体系,由众多的具体电子商务政策所组成,与其他方面的政策也有着一定的联系。电子商务政策的内容是多方面的,应制定多方面的电子商务政策,保证电子商务政策的完整性。不同类型的电子商务政策在调节对象与内容方面应有明确的分工,在调节方式上应有不同的特色,做到各种电子商务政策之间不矛盾、无冲突,形成既有总体电子商务政策,又有具体电子商务政策,目标一致、分工协调的电子商务政策体系。电子商务政策应与国家管理体制和其他方面的政策保持协调,真正成为国家政策体系的有机组成部分。

(4) 逐步完善原则

由于电子商务政策制定者的知识结构与认识水平的限制,电子商务政策可能有遗漏疏忽甚至错误的地方,加之国情的变化和电子商务的发展会导致一些新的问题需要解决,因此,电子商务政策不是一个固定不变的静止体系,而是一个不断发展和逐步完善的动态体系。电子商务政策制定者应根据所发现的问题和情况的变化对电子商务政策作相应的调整,使其管理与调控功能得到不断强化。但是,电子商务政策也应有相对稳定性,决不能朝令夕改,立废无常,否则会降低电子商务政策的严肃性和权威性,导致电子商务运行与发展的混乱。

2. 制定电子商务政策的程序

一般来说,制定电子商务政策的基本程序为:

(1) 提出问题,确定目标

每一项电子商务政策都是为了解决当时情况下电子商务中存在的问题而制定的,这就要求电子商务政策的制定者首先应深入实际进行研究,从电子商务活动实践及矛盾中归纳出需要从政策上解决的问题,了解现有政策对这一问题的有关规定。其次,对所要解决问题的性质、特点、范围、原因及历史、现状和趋势等作科学的分析,确定某种价值标准和价值取向,从而确定正确的、包括一定质和量要求的电子商务政策目标,为形成具体的电子商务政策内容提供依据。

(2) 拟定、论证方案

这是具体编制电子商务政策的过程,包括制定电子商务政策编制计划,确定编制的时间表、重要项目、基本方向、调节范围;规定电子商务政策目标的具体内容和实现目标的途径、方法和手段,形成完整的电子商务政策草案;对所形成的电子商务政策方案在技术上、经济上的可能性以及实施后果进行评价、论证,为电子商务政策的审批提供依据。

(3) 审批、公布

有关部门和机构在充分听取各方面意见,对电子商务政策方案的利弊进行权衡后,予以批准并将其公布。

二、电子商务政策的实施

电子商务政策实施,也叫电子商务政策执行、政策落实,是将电子商务政策变为现实行动的过程。电子商务政策若不能在实践中加以贯彻执行,就是一纸空文,毫无作用。若电子商务政策虽然得到了实施,但在实施过程中受到阻碍、歪曲,使政策失真、走样,其结果就要么降低了政策效能,要么偏离了政策目标。在我国,很多政策得不到贯彻,“上有政策,下有对策”的现象时有发生,在电子商务政策实施方面应引以为戒,切实抓好电子商务政策的实施工作。

1. 设计实施方案,做好实施准备

电子商务政策的实施首先要制定详尽的电子商务政策实施方案,确定实施步骤、实施范围和基本对策,并要在思想上、组织上、技术上、人员上作好电子商务政策执行的准备。政策实验常常被看做电子政策规划阶段的一个环节,是政策执行活动的重要内容。对于某些电子商务政策可先花一定时间,在有限的范围内进行执行实验,以取得实施经验,更好地指导实施工作。

2. 开展政策宣传,进行政策传递

电子商务政策的宣传与传递是指在电子商务政策产生后,通过一定的渠道,以某种方式传达到政策的执行者和承受者。电子商务政策宣传与传递的条件是电子商务政策制定者掌握着传递政策的必要手段,如行政手段、法律手段、经济手段、人际关系、组织系统等;具有电子商务政策宣传与传递的必备要素,如专门人才、组织机构、宣传媒介等;承受者能接受该项电子商务政策。电子商务政策宣传要遵循说服原则、适时原则和个性化原则。电子商务政策宣传与传递主要有三种方式:一是行政方式,即借助于行政权力,通过行政组织逐层逐级向有关部门和个人传达电子商务政策的基本目的和内容,一般是通过下达文件或宣传材料来实现的;二是会议方式,即通过召开不同级别、不同范围、不同形式的会议,传达、宣传和解释电子商务政策,布置执行的步骤