



21世纪高职高专精品系列规划教材

电子商务专业

21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN JINGPIN XILIE GUIHUA JIAOCAI  
DIANZI SHANGWU ZHUANYE

# 电子商务法教程

DIANZI SHANGWUFA  
JIAOCHENG

张楚◎主编

谭华霖 张樊◎副主编



21世纪高职高专精品系列规划教材  
电子商务专业

21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN JINGPIN XILIE GUIHUA JIAOCAI  
DIANZI SHANGWU ZHUANYE

DIANZI SHANGWUFA JIAOCHENG

# 电子商务法教程

电子商务概论

网络营销

**电子商务法教程**

电子商务信息安全

电子商务网页设计与制作

电子商务网站建设

电子商务网络数据库基础与应用

ISBN 978-7-5638-1602-6



9 787563 816026 >

定价：24.00元





21世纪高职高专精品系列规划教材

电子商务专业

21SHIJI GAOZHIGAOZHUAN JINGPIN XILIE GUIHUA JIAOCAI  
DIANZI SHANGWU ZHUANYE



# 电子商务法教程

DIANZI SHANGWUFA  
JIAOCHENG

张楚◎主编

谭华霖 张樊◎副主编

首都经济贸易大学出版社

·北京·

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务法教程/张楚主编. —北京:首都经济贸易大学出版社,2009.2

(21世纪高职高专精品系列规划教材·电子商务专业)

ISBN 978-7-5638-1602-6

I. 电… II. 张… III. 电子商务—法规—高等学校:技术学校—教材 IV. D912.29

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第119881号

### 电子商务法教程

张 楚 主编 谭华霖 张 樊 副主编

---

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail [publish@cueb.edu.cn](mailto:publish@cueb.edu.cn)

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京地泰德印刷有限责任公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 295千字

印 张 16.25

版 次 2009年2月第1版第1次印刷

印 数 1~4000

书 号 ISBN 978-7-5638-1602-6/D·91

定 价 24.00元

---

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

## 出版说明

21世纪是信息化的时代,在全球信息化的大趋势下,各国电子商务在不断发展和完善。随着我国电子商务的蓬勃发展,培养多层次电子商务专业人才成为各界的迫切要求。

国内外教育学者都在积极探寻电子商务专业的教育教学模式,尤其是以培养应用型人才为主的高职高专的教学,更需要一套有别于本科层次的教学模式,那就是在保证基本理论教学的基础上增加实际应用部分的训练。相应地,高职高专教材的编写同过去相比也发生了较大变化,不再是本科教材的简写版,而是在讲解必备理论知识的基础上突出与实际相结合的特点。针对这一变化和要求,我们出版了这套颇具特色的高职高专电子商务专业规划教材。

本套教材有如下特点。

第一,为了让同学们对即将学习的内容有一个感性的认识,每一节都从“引导案例——打开知识的大门”开始,带着引导案例后的问题,展开对本节内容的讲述。

第二,在每一节正文内容讲完之后,设置了“本节内容图表化”,用图表的形式将本节内容作一归纳总结,这样方便学生对本节所讲内容的脉络有一个清晰整体的把握。

第三,在“本节内容图表化”之后安排有“开阔视野——还有你所不知道的”。这一部分介绍与本节内容相关的最新知识或最新应用,尽可能拓展学生们的知识面和眼界。

第四,在“开阔视野”之后安排有“案例学习——看看你的分析能力”。这一部分主要选取现实中的企业案例,让学生在对实际案例的分析中领悟本节所讲的理论知识,并通过回答案例之后的问题来检验自己对本节知识的应用能力。

第五,在“案例学习”之后设置了“班级讨论——加深你的知识理解”。这一部分由几道讨论题组成,最好由老师在完成本节教学内容之后,有准备地组织大家在课堂上展开班级讨论,让学生在轮流发言的过程中加深并补充对知识的理解。

第六,在“班级讨论”之后设置了“自己动手——锻炼你的实践能力”。这一部分向学生提出了实际操作的科目,可由老师指导,让学生将其作为课后实践作业来完成,也可以作为平时实践测评的内容。

第七,在每一小节的最后设置“小节复习——牢记本节主要内容”。这一部分归纳出学生应当掌握的重点内容,便于老师进行阶段性知识点考核。

当然,由于不同课程的特点不同,有个别教材并不一定同时具备以上所有特点,不过这并不妨碍读者对教材的使用。

本套教材力求有所创新,以便更好地为教师和学生服务,但是由于时间有限、难度较大,疏漏之处在所难免,希望各位老师、同学以及各界同仁在使用过程中,如有意见和建议随时与我们联系沟通。

# 前 言

## • PREFACE •

据中国互联网络信息中心的最新调查统计结果显示,我国网民人数已经达到了2.53亿人,超越美国成为全球网民人数最多的国家。在网民人数成为全球第一的背后,是我国电子商务技术的进步和商业模式的革新。越来越多的人投身于网络创业,这不仅极大地缓解了社会的就业压力,也带来了社会关系的新变化。

我国电子商务发展迅猛,但仍存在诸多问题,如消费者权益的保护、电子支付安全、电子商务的行政许可、电子商务税收的流失等。如何有效地规范并促进电子商务产业的发展,成为目前这一阶段电子商务发展的重要话题。我国自20世纪末以来,已经陆续出台了一些涉及电子商务的法律、法规等规范性文件,但立法工作仍然任重道远。同时,电子商务的虚拟化,给法的执行也带来了一定的障碍。立法层面的完善和法的充分执行都需要电子商务法学这一学科的普及与发展。

本书系统地介绍了电子商务法的基础知识,把握我国电子商务最新的立法动态和司法实践,将案例贯穿于每一章节,以实务教学为主,适应了高职高专培养实践性人才的需要。全书由张楚担任主编,谭华霖、张樊担任副主编。

全书分工如下(按章节顺序):

张楚、谭华霖:第一章;赵占领:第二章;王辉:第三章;蔡雄山:第四章;张樊:第五章,第六章第二节;郭斯伦:第六章第一节;李俊慧:第六章第四节、第五节;张雨林:第六章第三节,第七章;赵福军、程旭辉:第八章。程旭辉、魏雅军、孙晓云对每章案例选取进行了资料搜集整理工作。

为了配合教学,编者还为此书专门提供了相关的影像教学资料 and 多媒体教学课件,读者可以登录 [www.newiplaw.com](http://www.newiplaw.com) 的“信息网络法”栏目网站下载。

电子商务的发展“一日千里”,因时间仓促,本书疏漏难免,编者衷心希望得到专家和读者的指点 and 反馈。

我们的电子邮箱是: [chuzh@cupl.edu.cn](mailto:chuzh@cupl.edu.cn)。

作者  
2008年9月

# 目 录

## • CONTENTS •

- 1 电子商务导论 / 1
  - 1.1 电子商务概论 / 1
  - 1.2 电子商务法的一般理论 / 6
  - 1.3 国际电子商务立法 / 12
  - 1.4 我国电子商务立法的思考 / 17
  
- 2 电子商务法律主体制度 / 23
  - 2.1 电子商务法律主体概述 / 23
  - 2.2 在线自然人用户 / 28
  - 2.3 电子商务企业 / 36
  - 2.4 电子商务主体的认定 / 44
  - 2.5 网络服务提供商的侵权责任 / 48
  
- 3 电子合同法律制度 / 54
  - 3.1 电子合同概述 / 54
  - 3.2 电子合同的成立 / 62
  - 3.3 电子合同的生效 / 73
  - 3.4 电子合同的履行与违约救济 / 83
  
- 4 电子签名与电子认证法律制度 / 93
  - 4.1 电子签名法律制度 / 93
  - 4.2 电子认证法律制度 / 107



<b>5</b>	<b>电子支付法律制度 / 118</b>
5.1	电子支付概述 / 118
5.2	电子资金划拨关系与规范 / 126
5.3	电子货币的法律问题 / 133
5.4	网络银行的法律制度 / 143
<b>6</b>	<b>电子商务市场规制法律制度 / 151</b>
6.1	网络广告 / 151
6.2	垃圾邮件的规范治理 / 162
6.3	电子商务消费者权益的保护 / 166
6.4	电子商务税收法律问题 / 175
6.5	有害软件相关法律问题 / 185
<b>7</b>	<b>电子证据法律制度 / 194</b>
7.1	电子证据概述 / 194
7.2	电子证据国际立法现状 / 200
7.3	我国面临的电子证据难题 / 208
7.4	我国现行电子证据法律制度 / 216
<b>8</b>	<b>网络案件的管辖及争端解决机制 / 222</b>
8.1	网络纠纷案件的司法管辖 / 222
8.2	网络纠纷案件司法管辖的法律冲突 / 232
8.3	构筑网络在线争端解决机制 / 243
	<b>参考文献 / 251</b>

# 电子商务导论

## 【本章概要】

本章从宏观角度介绍电子商务法,系对全书的概括、总结,在电子商务法的学习中处于重要地位。本章首先介绍了电子商务基本概念、电子商务发展对既有法律的突破;进而介绍了电子商务法的一般理论,从全球角度考察了电子商务立法情况;最后对我国的电子商务立法现状作一梳理,并对电子商务法的发展进行展望。

## 【关键术语】

电子商务 电子商务法 国际立法 基本原则 立法模式

## 1.1 电子商务概论

### 引导案例—— 打开知识的大门

这样一些事情经常出现在现代都市人的生活中:周围朋友或同学在网上浏览商铺、订购商品;企业之间通过电子通信手段异地交流、签署文件……这种便捷的生活方式就是电子商务。

- 试列举你所熟悉的电子商务形式。
- 试了解自己不熟悉领域的电子商务模式。

电子商务法,是随着电子通信技术在商事领域广泛、综合的应用而新兴起的一个商事法律领域,作为一种商事法律规范体系,它是电子商务活动实践的产物。认识电子商务法,了解其特征,有必要首先从研究电子商务的基本概念开始。

### 1.1.1 什么是电子商务

从字面理解,电子商务就是“电子技术+商务活动”。这里有一个界定商务范围

和电子化范围的问题。一般而言,可以在广义和狭义两种含义上使用电子商务的概念。

#### 1.1.1.1 广义的电子商务

广义的电子商务,就是指一切以电子技术手段为基础所进行的与商业有关的活动。

首先,这里所谓的“电子技术”,是一个开放的概念,它包括但不限于电子通信与电子计算技术。其次,这里所谓的“商务”,正如联合国国际贸易法委员会的《电子商务示范法》对“电子商业(商务)”中的“商业”一词所作的解释:“使其包括不论是契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。”也就是说,所有这些商业活动运用的“数据电文”就是电子商务。这是一种广义的理解。

#### 1.1.1.2 狭义的电子商务

狭义的电子商务,则是指以互联网为运行平台的商事交易活动,即 I - COMMERCE。这是当前发展最快、前途最广的电子商务的形式,也是电子商务的主流。目前企业界所说的电子商务,一般是指互联网电子商务,即 I - COMMERCE。

首先,狭义的电子商务是利用计算机网络进行的商务活动,它利用现有的计算机硬件设备、软件设备和网络基础设施,并通过由一定的协议连接起来的电子网络环境进行商务活动。其次,如果将商务圈定在交易范畴内,那么电子商务只包括不同主体之间通过互联网完成的商务活动,所有这些商务活动都是一种交易,都需要订立合同或契约,而不是单纯的信息传递。这种意义上的电子商务被称为狭义的电子商务,也可以称为在线交易(On - line Transaction)。

### 1.1.2 电子商务的特征

电子商务本质上仍然是一种商务活动,其与传统商务的不同之处就在于利用了现代通信技术,因而具有以下特点。

第一,电子商务构造了虚拟的商业环境。电子商务广泛采用先进的网络通信技术作为营销手段,从而将各类商业活动所需要的信息完整地展现出来,完成意思的传递、合意的达成、钱款的支付,以及除实体商品交付外的部分物流的转移等。因此,经济学界认为电子商务构成了一个异于现实社会的虚拟商业环境,称为虚拟市场或虚拟商业。

第二,电子商务能够跨越时间和空间的局限性,真正实现贸易的全球化。

第三,电子商务实现了信息化和无纸化交易。在电子商务的交易中,传统记载交易

者意思和交易内容的纸张被电子信息这一新的介质所替代。

第四,交易自动化、迅捷化。在以网络为基础的社会中,产品信息、供求信息、订购信息等,在弹指之间便可传递到世界各地。

### 1.1.3 电子商务对传统法律的挑战

电子商务作为商务形式的革命,其赖以运行的方式、手段与环境,在为商业带来新的机会的同时也带来了全新的法律问题。

#### 1.1.3.1 交易无纸化

电子商务的突出特点是信息数字化(或电子化)和网络化。数据电文的应用使管理信息、财务记录、交易记录等完全电子化、网络化,如何保证这些信息安全并具有证据效力则成为必须解决的问题。电子商务法需要解决由于内部记录、电子合同等信息介质改变而引起的电子证据效力的电子记录规则、签章有效性、电子合同订立和履行等方面的问题。

#### 1.1.3.2 交易环境的改变

互联网商务没有地域限制,任何人均可随时从事国际贸易;在线商业活动每天24小时不间断全球营业。这就为确定交易发生地或行为地、发生的时间带来困难。

网络构筑了一个区别于现实社会的虚拟商业环境,但是,法律不承认虚拟,法律必须帮助人们确定和判断谁在跟你进行交易。于是交易主体身份认证和信用信息服务成为新的服务领域。

#### 1.1.3.3 交易内容的变化

在网络时代信息本身成为交易的标的物,信息产品既可以以有形载体存在,也可以以无形载体存在,而网络又使得没有任何载体的信息交易成为可能。数字化技术使许多原来需要纸、磁介质、物理介质传递的信息制品,如书、软件、音乐、影视剧等,现在可以在线下载、阅读、收看……现在信息脱离了载体成为独立的可交易“财产”。而传统有关贸易的法律基本上是针对有形货物的,并不针对无形信息产品。因此,信息产品的法律规范成为电子商务法要解决的问题之一。<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 张楚. 网络法[M]. 北京:高等教育出版社,2003:7~8.

## 电子商务产生的技术背景

开阔视野——  
还有你所不知道的

电子商务的主体包括企业、个人和政府,它有以下几种交易类型。

(1) 企业和企业之间的交易(Business to Business,简称 B2B)。企业和企业之间的电子商务交易是现代发展比较迅速的一种交易类型,也是在全球电子商务中所占比重最大的<sup>①</sup>。B2B 是企业与企业之间以信息技术来改进传统的商务交易的经营方式,在企业间通过互联网进行交易,能对社会各种经济信息加以合理地利用。例如,企业可以利用自身的网络或增值网络(Value-added Area Network,简称 VAN)向其供应商进行整批的订单采购或支付货款等交易活动。对于 B2B 来说,企业和企业之间是平等主体的法律关系,而这种平等主体之间的权利义务主要是由双方当事人在签订的合同条款来确定的。

(2) 企业和个人之间的交易。企业和个人之间的电子商务交易又可以分为“企业对个人的交易”(Business to Customer)、“个人对企业的交易”(Customer to Business)以及“个人对个人的交易”(Customer to Customer)三种方式。这种企业和个人之间的交易类型是现代增长最快的交易类型,也是未来全球电子商务发展中最有潜力的一种类型。但是这种交易与企业和企业之间的交易在法律上面临的问题有所不同,因为企业和个人之间的交易还涉及有关消费者权益保护和个人隐私权保护的法律问题,而这也是全球电子商务在发展过程中的一项重要议题。

(3) 企业和政府之间的交易。企业和政府之间的电子商务交易,主要指政府部门在将来实施全面的信息电子化后,企业可以通过互联网与政府进行电子交易,如招标和政府采购等活动。

(4) 个人和政府之间的交易。个人和政府之间的电子商务交易,主要包括政府的行政部门在未来可以通过互联网对市民进行社会福利的给付或进行人事招聘的活动,或市民可以利用互联网向政府申报税务和缴纳税款等活动。

案例学习——  
看看你的分析能力

“威客”是英文 Witkey(Wit 是智慧,Key 是钥匙)的音译。在网络时代,凭借自身的创造能力——智慧和创意,在互联网上帮助别人,并因此获得报酬的人就是“威客”。通俗地讲,“威客”就是在网络上出卖智

<sup>①</sup> 《Measuring Electronic Commerce》,Committee for Information, Computer and Communication Policy,OECD/(97)185, [http://www.oecd.org/disti/sti/it/ec/prod/e\\_97-85.htm](http://www.oecd.org/disti/sti/it/ec/prod/e_97-85.htm).

力成果的人,或者说是网络上做知识商品买卖的人。威客网一般采用悬赏竞标机制,由个人和企业在网上发布任务,并公布任务期限和赏金,这笔赏金要先汇给作为中介的网站,通过审核后才能正式发布。威客族通过竞标接下并完成任务,获得报酬。小到给宠物起名,大到帮企业做形象策划、管理咨询等,赏金也根据难度不同从几十元到上万元不等。例如,小王是青海省某地的大学生,所学专业是平面设计,他利用业余时间通过威客网,已经成功地为北京、上海等地的十几家企业设计了公司 LOGO,并获得 3 000 多元的报酬。

■ 你认为“威客”是否在从事电子商务活动?

■ “威客”和发布任务的人之间存在着何种交易? 如何来看待这种交易的法律性质?

### 班级讨论——加深你的知识理解

- 一、如果你是一名“威客”,你认为有哪些法律能够保护你的合法权益?
- 二、你认为企业在与消费者进行电子商务的过程中应该注意哪些问题?
- 三、你从事过哪些电子商务活动?

### 自己动手——锻炼你的实践能力

- 一、在淘宝网或卓越网上参与一次网上购物,记录下购物的每一个过程,将购买的商品向同学们展示,并与同学们进行交流。
- 二、通过在网上查找资料,了解企业间是如何进行电子商务交易的?

### 小节复习——牢记本节主要内容

#### 一、解释概念

电子商务法 电子技术手段 电子商务

#### 二、简答

1. 什么是电子商务?
2. 电子商务有哪些特征?
3. 电子商务对传统法律有哪些影响?

## 1.2 电子商务法的一般理论

### 引导案例—— 打开知识的大门

《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》(国办发[2005]2号)提出推动电子商务法律法规建设:认真贯彻实施《中华人民共和国电子签名法》(简称《电子签名法》),抓紧研究电子交易、信用管理、安全认证、在线支付、税收、市场准入、隐私权保护、信息资源管理等方面的法律法规问题,尽快提出制定相关法律法规的意见;根据电子商务健康有序发展的要求,抓紧研究并及时修订相关法律法规;加快制定网上开展相关业务的管理办法;推动网络仲裁、网络公证等法律服务与保障体系建设;打击电子商务领域的非法经营以及危害国家安全、损害人民群众切身利益的违法犯罪活动,保障电子商务运行的正常秩序。

- 你知道有哪些法律是用来调整因电子商务引起的社会关系的?
- 你认为建立、健全电子商务法律法规体系需要从哪几个方面着手?

### 1.2.1 电子商务法的概念及调整范围

#### 1.2.1.1 电子商务法的概念

一般认为,法律是调整特定社会关系或社会行为的行为规范。电子商务的发展和自身的规范及要求导致电子商务法的产生。顾名思义,电子商务法是调整电子商务活动或行为的法律规范的总和。但是,正如我们在第一节中指出的,人们对电子商务存在着不同的理解,这就使电子商务法调整范围显得难以把握和统一。

我们认为,电子商务法的基础是电子商务活动(尽管对于电子商务有广义和狭义两种理解)。电子商务法不仅调整交易形式,而且还调整交易本身和交易引起的特殊法律问题。如,在线货物买卖、在线信息产品交易、在线服务、在线特殊交易,以及由此而引起的法律问题。

综上所述,电子商务法不是试图涉及所有的商业领域,重新建立一套新的商业运作规则,而是将重点放在探讨因交易手段和交易方式的改变而产生的特殊商事法律问题。这也就界定了电子商务法研究的范围:商业行为在互联网环境下的特殊问题。

#### 1.2.1.2 狭义的电子商务法

我们把调整以数据电讯为主要内容的电子商务法称为狭义的电子商务法。狭义电

子商务法强调电子商务的行为手段,狭义的电子商务法的任务是,在电子通信技术的商业化应用上,建立一个使之顺畅运行的法律平台,即要从法律上建成一个使各种通信技术都能畅通无阻地应用于其中的商事交易活动的环境。狭义的电子商务法所调整的商事关系又有着以下一些特点。

(1)它是以数据电讯为交易手段的商事关系。换言之,凡是以口头或传统的书面形式所进行的商事关系,都不属于电子商务法的调整范围。

(2)该商事关系是由交易手段的使用而引起的,一般不直接涉及交易方式的实质条款。因为交易手段只是交易行为构成中的表意方式部分,而并非法律行为中的意思本身,亦不充当交易标的物。

(3)该商事关系并不直接以交易的标的物为其权利义务内容,而是以交易的形式为其内容,即因交易形式的应用而引起的权利义务关系。诸如对电子签字的承认、对私用密钥的保管责任等,均属此类。

### 1.2.1.3 广义的电子商务法

广义的电子商务法更加强调整电子商务中交易行为本身及其由此引出的其他问题,既注重形式方面的规范,又注重电子交易内容的规范,将电子商务法视为调整电子商务形式和内容两个方面行为的规范总和。广义的电子商务法主要调整以下内容。

(1)电子商务网站建设及其相关法律问题。电子商务网站是电子商务运营的基础。在电子商务环境下,交易双方的身份信息、产品信息、意思表示(合同内容)、资金信息等均需要通过网站发布、传递和储存。规范电子商务网站建设是电子商务法的首要任务。

(2)在线交易主体及市场准入问题。虚拟主体的存在使电子商务交易的安全性受到严重威胁。电子商务法首先要解决的问题就是确保网上交易主体的真实存在,且确定哪些主体可以进入虚拟市场从事在线业务。目前,在线交易主体的确认只是一个网上商业的管制问题,主要依赖政府工商管理部門的网上商事主体公示制度和认证中心的认证制度来加以解决。

(3)数据电文引起的法律问题。电子商务的突出特点是信息数字化(或电子化)和网络化,主要表现为:一方面企业内部的信息和文档电子化;另一方面对外交易联络、记录的电子化,尤其是电子合同等的应用。这些特点带来了许多法律问题。电子商务法需要解决由于内部记录、电子合同等引起的诸多问题,突出表现为有效电子记录规则、签字有效性、电子合同订立和履行等方面的问题。



(4)网上电子支付问题。在电子商务简易形式下,支付往往采用汇款或交货付款方式,而典型的电子商务则是在网上完成支付的。网上支付通过信用卡和虚拟银行的电子资金划拨来完成。而实现这一过程涉及网络银行与网络交易客户之间的协议、网络银行与网站之间的合作协议,以及安全保障问题。因此,需要制定相应的法律,以明确电子支付的当事人(包括付款人、收款人和银行)之间的法律关系,并建立相关的电子支付制度,认可电子签字的合法性。同时还应出台对电子支付数据的伪造、变造、更改、涂销等问题的处理办法。

(5)电子商务市场规制问题。电子商务市场规制包括了对在线不正当竞争行为的规制、在线消费者权益保护、垃圾邮件的法律管制以及恶意软件的规制、网上税收等问题。

(6)网上个人隐私保护问题。计算机和网络技术为人们获取、传递、复制信息提供了方便,但网络的开放性和互动性又给个人隐私保护带来麻烦。如何规范银行和商家对个人隐私的利用行为,以及如何保护消费者的隐私权成为一个新的棘手问题。这一问题的解决是保护消费者权益、树立消费者信任的重要组成部分。

(7)在线交易法律适用范围和管辖冲突问题。电子商务的本质是商务。虽然在线交易是在“网络”这个特殊的“虚拟环境”中完成的,但实体社会的商法框架和体系对电子商务仍然有效。由于互联网超越地域性,法院管辖范围也需要作相应的调整。因此,对于网络环境引起的法律适用范围和法院管辖等问题的研究也就成为电子商务法的重要组成部分。

### 1.2.2 电子商务法的性质与特征

传统商法的主要特点是习惯性和无国界性,全球化特征在电子商务法中表现得更为突出。这是因为网络没有中心、没有国界,在网络环境中的商务活动也不受国界的限制。这种状况决定了电子商务许多领域的问题只有国际社会采取一致规则才能解决,也只有进行广泛的合作才能有成效。因此,在电子商务立法过程中,国际社会特别是联合国起到了非常重要的作用。它较早地制定了供各国参照模仿及补充适用的示范法,起到了统一观念和原则的作用,为世界电子商务立法的协调一致奠定了基础。因此,电子商务法的首要特征是全球性。

电子商务法是在21世纪占主导地位的商事交易法,它具有以下两个基本特征:其一,它以商人的行业惯例为其规范标准;其二,它具有跨越任何国界、地域及全球化的天然特性。