



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

全国高等教育规划教材 ● 电子商务专业

电子商务法

DIANZI SHANGWU FA

(第2版)

苏丽琴 主编



教材特点

- 工学结合——教材体系突出教学过程的实践性、开放性和职业性，强化职业能力培养
- 校企联手——教材内容兼顾职业资格考证，提升岗位竞争能力
- 案例贴切——教材案例贴近实际，缩短校内学习与实际工作的距离
- 资源丰富——教材配有教学建议、电子教案和参考答案等教学资源，免费下载，方便教学
- 作者优秀——来自一线的“双师型”骨干教师，倾力打造实用型精品教材



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

内 容 简 介

本书从学理上将电子商务法学科体系划分为四大部分,共 11 章内容,分别为电子商务法基本理论(第 1 章)、电子商务交易法(第 2~4 章)、电子商务权益保护法(第 5~7 章)和电子商务管制法(第 8~11 章)。本书在吸取最新电子商务立法信息的基础上,采用比较分析、案例分析、归纳推理等研究方法,力求做到基本概念和观点明确,阐述简明清晰,原理与案例相结合,学理与法理相结合,理论与实践相结合。

本书主要适合作为相关院校电子商务本(专)科专业的教材,也可作为相关法律专业电子商务法课程的参考教材以及法律界和企业界相关人员的参考读本。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法 / 苏丽琴主编. —2 版. —北京: 电子工业出版社, 2010.6

(全国高等教育规划教材. 电子商务专业)

ISBN 978-7-121-10981-2

I. ①电… II. ①苏… III. ①电子商务—法规—中国—高等学校—教材 IV. ①D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 097675 号

策划编辑: 王沈平

责任编辑: 李蕊

文字编辑: 李雪梅

印 刷:

装 订: 北京京科印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 16 字数: 409.6 千字

印 次: 2010 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 3000 册 定价: 28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

出版说明

为了适应我国职业教育改革的要求,满足高等职业院校对新型财经类教材的需要,电子工业出版社从 2004 年开始出版财经类高等职业教育规划教材,目前已出版和正在出版“经济管理基础课”、“市场营销专业”、“财务会计专业”、“电子商务专业”、“连锁经营管理专业”和“国际贸易专业”以及反映教学改革成果和经验的“教学改革示范系列”、“工作过程导向系列”和“任务驱动与项目导向系列”等教材。

由于教材主编多是全国性或地区性专业学会的专家、学者,国家级和省市级科研或教研项目的负责人和参与者,活跃在教学一线的“双师型”教师和企业精英,且教材全部配备了相应的教学资源,所以教材一经推出,就受到了相关院校师生的欢迎,众多教材荣获“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”、省市级优秀教材或科研成果等奖项,不少教材成为了市场畅销书。

为了贯彻和落实教育部 16 号文件精神,反映近年来我国高等职业教育改革的成果和经验,新近修订和策划出版的财经类教材力求体现教育部 16 号文件精神,体现教材对学生就业能力的培养,提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。

财经类系列教材具有以下主要特点。

(1) 教材内容和体系力图体现“工学结合”精神,突出教学过程的实践性、开放性和职业性,强化对高职学生职业能力的培养。

(2) 教材内容兼顾学历课程与职业资格应试要求,多种教材融“教、学、做”为一体,以“工学交替”、“任务驱动”、“项目导向”等形式,按岗位工作流程和需要进行编写,以便学生在毕业时顺利取得学历证书和职业资格证书。

(3) 教材内容适当引用实际案例,通过案例教学和实训操作,缩短学生校内学习与实际工作的距离,提升高职学生的岗位竞争能力,以期实现“教学与实践零距离,毕业与上岗零过渡”。

(4) 教材配有丰富的教学资源,为教学提供全方位、立体化的解决方案。教学资源除包括教学所必需的课程教学建议、电子教案和习题参考答案外,许多教材还增加了成套的模拟试卷及其答案和课程教学网站。利用教学资源,可为课程教学安排提出指导性意见,减轻教师的备课负担,解决教师在组织教学资料方面遇到的困难;同时,精美、形象电子教案也有利于学生更好地理解教材内容,提高学习兴趣。

我们相信，财经类教材的出版，对于高等职业教育的改革与发展以及高等职业专业人才的培养将起到积极的推动作用。我们希望，通过精心打造的优秀教学产品，让科学的教学理念、实用的专业知识在广大受众中得以传播。

电子工业出版社 职业教育分社

2010年1月

教学资源网名称：华信教育资源网

教学资源网地址：<http://www.hxedu.com.cn>

客户服务热线：010-88254483；传真：010-88254483；电子邮件：hxedu@phei.com.cn

第2版前言

借助现代信息技术和计算机网络开展各类商务活动的电子商务较之传统的商务活动发生了极大的变化,尤其是近年来电子商务的飞速发展出现了许多新的法律问题。而传统法律框架下的诸多规则已难以直接使用,这些新问题就需要新的法律予以解决。《电子商务法》正是以电子商务实施过程中所产生的各种社会关系为调整对象的法律规范的总和。

本书自2006年3月出版以来,作为电子商务专业及相关专业的电子商务法课程教材,在多所院校多次得到选用并获得了好评。但电子商务日新月异的发展引发了许多新的法律问题,使得电子商务法学术领域不断面临新的挑战。几年来有关电子商务方面的法律问题、法规办法止旧立新。鉴此,编写组决定与时俱进,修订再版。

再版时保持了“两不变”。一是保持全书的体系结构不变:本书主要包括电子商务法基本理论、电子商务交易法、电子商务权益保护法和电子商务管制法四大部分,共11章内容。二是保持全书的主要特色不变:突出电子商务法律的独特性,讲求基本法理知识的够用性;体现法律类教材的实用性,突出全书整体的创新性。力求语言精练顺畅,内容深入浅出。每章必设案例分析,便于理论联系实际。

本书在修订过程中,主要进行了以下工作:

- (1) 多渠道搜集最新资料,吸纳了2006年1月至2010年3月以来新出台的相关电子商务法律法规资料。
- (2) 重新编写了《电子合同》和《网络作品著作权保护法律问题》两章的内容。
- (3) 增加了许多新的更具代表性的案例。
- (4) 对原各章内容进行合理增删。将各章已经过时的内容予以删减,将各章内容不够完善之处予以补充。

华北科技学院苏丽琴教授继续担任本书再版主编,副主编为余洪滨、王冰、宋玉萍和代海涛。主编负责各章修改后的审阅以及全文的总撰定稿。再版后各章节的编写分工如下:苏丽琴负责撰写第2版前言、内容简介,修改第1章、第6章,并重新编写第2章;余洪滨负责修改第4章和第10章;王冰负责修改第3章;宋玉萍负责修改第9章和第11章,并重新编写第5章;代海涛负责修改第7章和第8章。修订编写过程中,朱启莲和王淑江主要负责对本教材相关试题以及案例资料的搜集、整理和录入。

同时,本书在修订过程中,参阅了相关法律书刊以及网站的诸多资料,在此,对所有给予我们帮助的作者表示衷心的感谢!本书在编写过程中也得到了电子工业出版社和王沈平老师的大力支持和帮助,在此诚致谢意。

因《电子商务法》本身是一门新兴的有待与时俱进的课程，加之作者水平有限，书中疏漏之处在所难免，恳请各位专家、读者批评指正。

编 者

2010年3月

第 1 版前言

以互联网和信息技术应用为本质特征的电子商务从 20 世纪 90 年代兴起、发展,不断普及,现已渗透到了社会生活的各个方面。电子商务通过对信息技术手段的广泛、深入运用,降低了经营成本,提高了生产效率,优化了社会资源配置。与此同时,人们也越来越意识到:极大推动了社会生产力发展的电子商务,给传统商业模式及社会生活的方方面面带来了前所未有的冲击,给现有法律制度、司法体系及伦理道德规范带来了巨大挑战,许多传统法律制度中的规则不适合于调整电子商务活动中的商事主体的行为,若硬行套用调整,将会产生不公平的后果或阻碍电子商务的发展。

为适应电子商务在全球的兴起和快速发展,20 世纪 90 年代以来,国际、国内相关组织和立法机关逐步制定了一系列的相关法律和政策法规,尤其是 2005 年 4 月 1 日起施行的《中华人民共和国电子签名法》的颁布,标志着我国电子商务立法进入了新的阶段。相信,随着电子商务的快速、健康发展,电子商务法律法规体系定会日臻完善,以更好地保障电子商务的良性运行。

本书共分四大部分 11 章内容,分别为电子商务法基本理论、电子商务交易法、电子商务权益保护法和电子商务管制法,涉及电子合同、电子支付、电子签名与电子认证、域名、网络作品著作权保护、网络消费者权益保护以及电子商务中的广告、税法、安全等相关法律问题和电子商务的法律救济。

全书有如下主要特色:

- (1) 注重透析基本的法理知识,以够用为度,突出应知应会的基础法律知识;
- (2) 注重电子商务法与传统法律知识的联系与不同,突出电子商务法律的独特性;
- (3) 注重体现高职高专教材特色结构,突出实践性、应用性和创新性原则;
- (4) 注重理论联系实际,章节配有案例并予以简要分析,章后设有案例分析题,旨在培养学生应用所学法理分析、解决实际问题的能力;
- (5) 力求语言精练顺畅,内容深入浅出;
- (6) 力求体系结构合理、章节安排紧凑,逻辑性强;
- (7) 每章前设“学习目标”,章后设“本章小结”与思考题,便于学生有的放矢地学习与提高;
- (8) 全书配有电子教案,便于授课教师备课参考及学生自学。

本书由苏丽琴任主编,余洪滨、王冰和苏丹任副主编。苏丹、代海涛、宋玉萍参加了编写工作。由主编提出全书编写体例并负责全部书稿的统稿和定稿,主编和副主编共同负责书稿的审改。各章编写分工如下:苏丽琴编写第 1 章、第 6 章;余洪滨编写第 4 章、第 10 章;王冰编写第 3 章;苏丹编写第 2 章、第 5 章;代海涛编写第 7 章、第 8 章;宋玉萍编写第 9 章、第 11 章。

本书在编写过程中参阅了大量的书籍、报刊、杂志和相关网站的资料信息及研究成果，在此，对所有给予我们帮助的作者表示衷心的感谢！在本书编写的过程中得到了王丹、李跃贞同志的大力支持与帮助，在此一并表示衷心的感谢！

由于《电子商务法》本身是一门新兴的有待于进一步发展完善的课程，加之作者水平有限，书中缺点和错误在所难免，恳请专家、读者不吝赐教。

编 者

2005 年 10 月

目 录

第 1 章 电子商务法基础	1
1.1 电子商务对传统法律提出的挑战.....	1
1.1.1 电子商务的概念、特征与分类	1
1.1.2 电子商务对传统法律提出的挑战.....	2
1.2 电子商务法概述	4
1.2.1 电子商务法的调整对象和范围	4
1.2.2 电子商务法的性质和特征	5
1.2.3 电子商务法的内容	7
1.3 电子商务法律关系	7
1.3.1 电子商务法律关系概述	7
1.3.2 电子商务法律关系的构成要素	8
1.3.3 电子商务法律关系的分类	13
1.4 电子商务立法	14
1.4.1 国外电子商务立法	14
1.4.2 国际电子商务立法的启示	17
1.4.3 我国电子商务立法的现状	19
1.4.4 我国电子商务的立法模式	21
本章小结	23
案例分析	23
思考题	24
第 2 章 电子合同	25
2.1 电子合同概述	25
2.1.1 电子合同的概念	25
2.1.2 电子合同的特征	27
2.1.3 电子合同的类型	28
2.1.4 电子合同的法律地位	29
2.1.5 电子合同与传统合同的区别	30
2.2 电子合同的订立过程	31
2.2.1 电子合同的主体	31
2.2.2 电子合同的订立程序	33
2.3 电子合同的成立与生效	38
2.3.1 电子合同的成立	38
2.3.2 电子合同的效力	40



2.4 电子合同的履行	45
2.4.1 电子合同履行的概念	45
2.4.2 电子合同的履行原则	45
2.4.3 电子合同履行的特殊方式	46
2.4.4 电子合同当事人的权利与义务	46
2.5 电子合同的违约救济	46
2.5.1 电子合同违约的归责原则	47
2.5.2 电子合同违约的免责事由	47
2.5.3 电子合同违约救济的主要方式	48
本章小结	49
案例分析	50
思考题	50
第3章 电子签名与电子认证法律问题	51
3.1 电子签名法	51
3.1.1 电子签名法的概念与功能	51
3.1.2 电子签名的概念、实现方法及功能	52
3.1.3 数字签名技术	54
3.1.4 电子签名和数据电文的法律效力	56
3.2 电子认证法律问题	61
3.2.1 电子认证概述	61
3.2.2 电子认证法律关系	65
3.2.3 电子认证机构的设立及管理	70
本章小结	73
案例分析	74
思考题	75
第4章 电子支付法律问题	76
4.1 电子支付概述	76
4.1.1 电子支付的概念与特征	76
4.1.2 电子支付的主要形式	77
4.1.3 电子支付引起的法律问题	81
4.2 电子支付法律关系和法律责任	83
4.2.1 电子支付法律关系的当事人	83
4.2.2 电子支付法律关系的内容	87
4.2.3 电子支付法律责任的承担	89
4.3 电子支付的国内立法及其风险防范	92
4.3.1 我国的电子支付立法	92
4.3.2 电子支付的风险防范	94



本章小结	96
案例分析	97
思考题	97
第 5 章 网络著作权保护法律问题	98
5.1 网络著作权概述	98
5.1.1 网络著作权及我国立法现状	98
5.1.2 网络著作权的客体	99
5.1.3 网络著作权的内容	102
5.2 网络著作权的限制	105
5.2.1 网络著作权的合理使用	106
5.2.2 网络著作权的法定许可	107
5.2.3 网络著作权的强制许可	108
5.2.4 网络著作权的默示许可	109
5.3 网络著作权侵权行为及法律责任	109
5.3.1 网络著作权侵权行为概述	109
5.3.2 网络服务提供商的法律责任	112
5.3.3 网络著作权的侵权责任	115
本章小结	117
案例分析	117
思考题	118
第 6 章 域名法律问题	119
6.1 域名概述	119
6.1.1 域名的概念、功能和法律特征	119
6.1.2 域名的结构	121
6.1.3 域名的商业价值	121
6.1.4 域名与商标	122
6.1.5 域名与企业名称	123
6.2 我国域名管理的法律规定	125
6.2.1 域名管理机构	125
6.2.2 域名的注册与审批	127
6.2.3 中国互联网域名体系结构	128
6.2.4 域名的注销	129
6.3 域名争议及其法律保护	130
6.3.1 域名争议概述	130
6.3.2 域名的恶意抢注	130
6.3.3 其他因域名引起的不正当竞争	133
6.3.4 域名争议的国际和国内解决机制	135



6.3.5 我国关于域名保护的相关立法	137
本章小结	138
案例分析	139
思考题	140
第7章 电子商务中消费者权益保护法律问题	141
7.1 消费者隐私权和知情权的法律保护	141
7.1.1 隐私权和知情权概述	141
7.1.2 个人信息隐私权的保护	145
7.1.3 电子商务中消费者知情权的保护	150
7.2 消费者索赔权的法律保护	153
7.2.1 电子商务中消费者索赔权履行中存在的问题	153
7.2.2 电子商务中消费者索赔权的保护	154
7.3 消费者公平交易权的法律保护	155
7.3.1 电子商务中消费者公平交易权实现中存在的问题	155
7.3.2 电子商务中消费者公平交易权的保护	156
7.4 消费者安全权的法律保护	158
7.4.1 电子商务中消费者安全权存在的问题	158
7.4.2 电子商务中消费者安全权的保护	159
案例分析	160
本章小结	161
本章思考题	161
第8章 电子商务中的广告法律问题	162
8.1 电子商务中的广告概述	162
8.1.1 网络广告的概念与特征	162
8.1.2 网络广告的类型	163
8.2 电子商务中的广告法律问题	164
8.2.1 网络广告主体的界定问题	164
8.2.2 网络广告的审查问题	165
8.2.3 网络广告衍生的新法律问题	167
8.2.4 网络广告与不正当竞争行为	171
8.2.5 违法广告应承担的法律责任	172
8.3 网络广告法律问题的对策与建议	173
8.4 完善我国的网络广告法律制度	174
8.4.1 网络广告的一般法规则	175
8.4.2 网络广告的特别法规则	175
8.4.3 网络广告的经营活动规则	176
8.4.4 网络广告的法律责任	177



案例分析	177
本章小结	177
本章思考题	178
第 9 章 电子商务中的税收法律问题	179
9.1 电子商务对税收政策产生的影响	179
9.1.1 无形产品交易带来的税收问题	179
9.1.2 纳税主体的难确定性	180
9.1.3 对增值税属地原则的冲击	182
9.1.4 电子商务带来的避税问题	183
9.1.5 无纸化带来的税收计征问题	183
9.2 国际与国内电子商务税收政策	184
9.2.1 国际电子商务税收政策	184
9.2.2 我国电子商务税收政策的思路	188
本章小结	192
案例分析	192
思考题	193
第 10 章 电子商务安全法律制度	194
10.1 电子商务安全概述	194
10.1.1 电子商务安全的概念与特征	194
10.1.2 电子商务安全的威胁	195
10.1.3 黑客与电子商务	196
10.2 电子商务安全法律制度	199
10.2.1 计算机信息系统安全保护等级制度	199
10.2.2 有害数据防治制度	200
10.2.3 互联网管理制度	202
10.2.4 危害电子商务计算机信息系统安全犯罪	204
10.3 电子商务安全的技术保障和法律保障	207
10.3.1 加密技术的开发应用	207
10.3.2 安全法律保障制度	211
本章小结	214
案例分析	215
思考题	216
第 11 章 电子商务法律救济	217
11.1 电子商务纠纷的司法管辖	217
11.1.1 司法管辖权概述	217
11.1.2 电子商务对司法管辖权的冲击	219



11.1.3 国外电子商务司法管辖权立法与实践.....	220
11.1.4 我国电子商务司法管辖权的立法与实践.....	221
11.2 电子商务纠纷的法律适用.....	225
11.2.1 电子商务对传统法律适用规则的挑战.....	226
11.2.2 电子商务纠纷的法律适用	227
11.2.3 电子商务涉及的实体法	228
11.2.4 电子商务纠纷法律适用的发展趋势.....	229
11.3 电子商务争议解决替代方式：在线争议解决机制.....	230
11.3.1 在线争议解决方式的产生	230
11.3.2 在线争议解决方式的优势	231
11.3.3 在线争议解决方式的主要模式.....	231
11.3.4 在线争议解决方式的发展	232
11.4 电子商务诉讼中的证据制度.....	233
11.4.1 电子证据的概念和特点	233
11.4.2 电子证据的可采纳性	234
11.4.3 电子证据的证明力	235
11.4.4 电子证据的保全	236
11.4.5 电子商务法律救济实践指南	237
本章小结	237
案例分析	238
思考题.....	239
参考文献.....	240

第1章 电子商务法基础

【学习目标】

- 理解、掌握电子商务法的调整对象、内容及电子商务法律关系；
- 理解电子商务法的性质和特征；
- 了解电子商务对传统法律提出的挑战及电子商务的国际、国内立法。

1.1 电子商务对传统法律提出的挑战

1.1.1 电子商务的概念、特征与分类

电子商务是电子技术与商务活动的结合，是商务活动的电子化、信息化和网络化。计算机网络的商务应用，彻底改变了传统的商务活动模式，产生了网络电子商务的全新商务形态。但从目前来看，电子商务还没有一个完整统一的概念。全世界各个有影响的国际组织、跨国公司都有各自对电子商务的定义。国际标准化组织（ISO）将电子商务定义为“企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一个通用术语”。联合国国际经济合作与发展组织的定义为：电子商务是发生在开放网络 Internet 上的包含商家与商家、商家与消费者之间的商业贸易。著名的 Intel 公司认为：电子商务=电子市场+电子交易+电子服务。IBM 公司认为：电子商务=信息技术+Web+业务。HP 公司认为：电子商务是通过电子化的手段来完成商业贸易活动的一种方式。

1. 电子商务的概念

电子商务组成要素必须包括两方面的因素：一是电子方式，二是商务活动。电子商务必须是利用电子方式或电子信息技术来进行的商务活动。因此，对于电子商务概念含义应从以下几个方面理解。

- （1）电子商务是商务活动的电子化和网络化；
- （2）电子商务是利用电子信息技术进行商务活动的过程；
- （3）电子商务内容广泛，是以信息流、物流、商流、资金流为核心，包括销售支付、运输、售后服务等在内的全方位的商务活动；
- （4）电子商务参与的主体广泛，包括消费者、销售商、供货商、银行、金融机构和政府机构等；
- （5）电子商务是高效率、低成本的商务活动；
- （6）电子商务是跨越国界、跨越时空的全球性商务活动。



2. 电子商务的特征

与传统的商务模式相比，电子商务具有如下特征。

- (1) 交易主体的虚拟化；
- (2) 部分网上交易对象的无形化、信息化和数字化；
- (3) 支付手段的电子化，高度信用化；
- (4) 交易成本的明显降低，交易机会大大增加；
- (5) 电子商务交易的全球化、跨国化。

3. 电子商务的分类

作为一种新型的商务模式，电子商务的应用范围越来越广泛。依据不同标准，可对电子商务进行不同的分类。按电子商务应用的领域，可分为企业对消费者（B to C）、企业对企业（B to B）、企业对政府机构（B to G）、消费者对政府机构（C to G）的电子商务；按开展电子交易的信息网络范围划分，可分为本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务；按电子商务交易的内容划分，可分为电子购物与贸易、网上信息商品服务、电子银行与金融服务、售后跟踪服务等。

1.1.2 电子商务对传统法律提出的挑战

在人类的行为规范体系中，法律是最系统、最具有强制力的行为规范。对于传统的商务模式，各国早就建立了一套完备的法律制度进行规制和调控。但全新的网络电子商务模式出现并广泛应用后，由于其具有高技术性、全球性和无纸性等特征，造成许多传统法律制度中的规则不适合于调整电子商务活动中的商事主体的行为，如果硬行套用调整，将会产生不公平的后果或阻碍电子商务的发展。而电子商务的内容相当丰富，包括电子合同、电子税收、网络知识产权、域名、电子商务安全、网络广告、电子支付、电子产品质量认证等。电子商务对传统法律制度造成的冲击和挑战也正体现在上述几方面。

1. 电子合同问题

对数据电文传递过程中的要约与承诺、合同条款、合同成立及生效的时间和地点、通过计算机订立的合同对当事人是否具有约束力等问题，传统的合同法已无法应对。例如，商家登载于网页上的商品信息是要约还是要约邀请？电子要约与电子承诺的构成、生效条件是什么？电子合同的形式应归属于口头、书面或其他什么形式？合同成立、生效的时间和地点与传统合同一样吗？电子合同是否可撤销？无纸化电子合同发生争议后，没有原件的打印，合同是否具有证明力？电子合同的种类有哪些？

2. 互联网的知识产权问题

在互联网上存在着大量的电子文件、电子新闻、电子书籍及软件，这些都可被任意下载，无疑构成了对著作权人著作权的侵犯。故著作权的保护成为一个极受人们关注的焦点，公众对网上著作权的认识和观念也有待提高和更新。如何对被指控侵权的人实施有效



的制裁是一个亟待解决的难点。就商标而言,传统的商标登记和使用有地域性,而在互联网上则无此地域界限,因而潜在的侵权事件将不断增多。此外,作为企业在互联网上识别标示的域名,在与某种商品或服务相联系后,就足以标示商品和服务的来源,从而具备了商标的标示性。再加上商标的地域性、多重性与域名的全球性、唯一性的冲突,域名与商标间的抢注纠纷也日益增多。抢注者通常都是抢注一些知名企业、著名的老字号店名、知名品牌或城市,甚至是国家的名称。这样,一是希望可以借此提高自己网站的关注率;二是希望鱼目混珠,假冒其他知名的品牌推销自己的产品;三是希望那些著名企业出巨额资金来向抢注者购回或高价租用被抢注的域名。在电子商务活动中,这无疑会给企业的竞争力带来负面影响,同样需要立法规范。

3. 电子商务涉及的税法问题

现有的税收征管措施和税种确立主要建立在商务主体开展的传统商务模式之上。交易双方的交易信息及账册都存储在纸介质之上,营业主体都有固定的营业地点及经营范围,这样十分方便税务部门核查、监控及催收。但在电子商务交易过程中,网上流动营销十分普遍,营业主体不一定有固定的营业地点及经营范围,同时网上交易的信息及账册记录信息以数据电文记载,存储于磁盘介质之中,使这些信息的固定性、可信性、不可删改性大打折扣。这就给税务部门获取电子商务的真实交易资料及对纳税对象的核查、监控、催收造成了极大不便。采用传统的税管手段已难产生应有的法律效果。同时,电子商务中生产、流通、分配、消费等环节的界限已在一定程度上难以区分,这就对网上交易征税时税种及征税地的确定带来了困难,是征生产环节税、流通环节税还是消费环节税,确实很难确定。另外,由于互联网带来的便利,跨国交易增多,如何规定跨国税收规则、如何避免双重征税也是有待解决的棘手问题。

4. 网上支付的法律问题

在电子商务交易过程中,由于金融电子化,完成交易的各方都是通过无纸化的电子手段,如信用卡支付、远程网上结算及电子资金划拨等进行支付和结算。网上电子支付行为越来越普及后,传统银行法中的货币发行、支付风险、支付责任等规定就很难直接套用于电子支付行为。在电子支付的过程中,电子货币的发行人是哪些机构,电子支付的安全性由谁保障,支付中出现资金冒领等损失由谁承担等,都应制定新的法律法规予以调整。另外,网上支付中电子货币、电子现金、电子钱包等,在法律上也存在着很多问题,如电子货币是否具有效力、什么地方将被作为支付地点等。

5. 电子商务安全与隐私权的问题

互联网电子商务的安全和隐私权问题已成为人们广为关注的焦点,如何保证商业秘密不被泄露和盗用,如何确保数据库的保密性,如何保证网络交易系统的安全运行,如何防止商业欺诈,以及如何判定交易人的身份及用户的信用,如何进行电子签名的识别与防伪,如何保证商家安全收款等,都是不容忽视的关键所在。网络的公开性使信息可以在网上自由交换,这样一个开放的平台无疑会与隐私权,如个人账户、信用卡密码、消费者喜好等产生矛盾。如果隐私权得不到保护,将会使许多人对电子商务望而却步。