

全国高校「电子商务及法律」专业联盟推荐教材

电子商务法

贺琼琼 主编



全国高校电子商务及法律系列规划教材



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

全国高校
电子商务及法律
专业联盟推荐教材

电子商务法

贺琼琼 主编



全国高校电子商务及法律系列规划教材



Electronic Commerce Law



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法/贺琼琼主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2016. 11
全国高校电子商务及法律系列规划教材
ISBN 978-7-307-18770-2

I. 电… II. 贺… III. 电子商务—法规—中国—高等学校—教材
IV. D923.99

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 243889 号

责任编辑: 詹 蜜 责任校对: 汪欣怡 版式设计: 马 佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北民政印刷厂

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 16 字数: 330 千字 插页: 2

版次: 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-18770-2 定价: 32.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

贺琼琼

湖北荆州人，法学博士，毕业于武汉大学法学院。现为湖北大学政法与公共管理学院副教授，硕士生导师，中国国际私法学会理事、湖北省国际法学会理事。主要研究方向为网络与电子商务法、国际法等。目前已在《武汉大学学报》《武大国际法评论》《中国国际私法与比较法研究》《中国教育报》《时代法学》等期刊发表学术论文20多篇，出版专著1部、参著著作2部，主持和参与各类科研与教学项目7项。

前 言

电子商务是战略性新兴产业，是现代服务业和信息经济时代国家基础设施的重要组成部分。与传统实体交易相比，电子商务大大节省了交易成本，提高了交易效率。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》和《2015年中国网络购物市场研究报告》显示，截至2015年12月，中国网民规模达6.88亿，中国电子商务交易额达18.3万亿元，其中，B2B电商交易额为13.9万亿元，B2C电商交易额为2.02万亿元。网络购物用户规模达4.13亿，手机网络购物用户规模达3.40亿，当年度网络零售市场交易规模达3.8万亿元。中国网络购物市场交易总次数达256亿次，年度人均交易次数62次。网络购物正在成为人们日常生活最重要的消费方式之一。

但是，在电子商务繁荣发展的同时，还存在很多法律方面的障碍。比如，电子商务的主体资格问题、电子商务经营的市场准入问题、电子商务中的消费者权益保护问题、电商平台责任和义务以及电商平台之间的恶性竞争问题、电子商务中的数据信息保护问题、电子商务的监管问题，尤其是近年来的电商售假、虚假打折和退货难等问题让消费者不堪其扰。电商交易的安全得不到保障，电子商务的纠纷解决成为一大难题，而且随着我国跨境电子商务的飞速发展，电子商务纠纷的管辖和法律适用问题都面临着诸多的挑战和不确定性。

2013年底，我国正式启动了电子商务法的立法工作。根据十二届全国人大常委会的立法规划，《电子商务法》的立法被列入第二类立法项目，由全国人大财经委负责起草，在条件成熟的时候提请全国人大常委会审议。随着电子商务和电子商务法的不断发展和完善，社会对电子商务及法律人才的需求不断增加，对电子商务及法律专业课程体系也提出了新的要求。考虑到国内开设电子商务法课程的法学院校越来越多，但专门针对电子商务法的教材并不多见。为了适应当前电子商务及法律专业教学改革和教材建设的需要，我们对历年来的教学和研究内容进行梳理，在借鉴前人研究成果的基础上，系统总结电子商务法的相关理论和实践，编写了《电子商务法》，希望能在电子商务法律的研究以及我国网络经济的发展方面尽一点微薄之力。

本书共分为十章，内容涉及电子商务法概述、电子商务国内外立法、电子商务主体法律制度、电子合同法律制度、电子签名与电子认证法律制度、电子商务中的

消费者权益保护制度、电子商务中的个人信息保护制度、电子商务监管制度、电子商务平台的义务和责任制度、电子商务纠纷解决制度。本书强调研究的前沿性和现实性，不仅介绍了先进国家近年来的电子商务法律理论和实践，而且系统分析和整理了当前我国电子商务发展中较为突出的法律问题。为了对每章的知识进行巩固，本书在各章之后设置了案例讨论和思考题，力求理论与实践相结合，为电子商务法的理论研究和实务应用提供一定的参考。

本书由贺琼琼负责体系的编写和定稿，参与撰写的人员分工如下：贺琼琼：第一、二、三、四、五、七章；李增辉、贺琼琼：第六章、第九章；康长乐、贺琼琼：第八章；张耀方、贺琼琼：第十章。本书的撰写和出版得到了湖北大学政法与公共管理学院与武汉大学出版社的大力支持。武汉大学出版社的詹蜜和陈豪编辑为本书的顺利出版付出了辛勤的劳动。李曼和宁永红老师为本书搜集和整理了大量的资料。此外，在编写的过程中，本书参考了许多国内外学者的文献、著作和资料，在此一并致谢！

本书是湖北大学《电子商务及法律专业人才培养模式创新的理论与实践研究》课题的研究成果（项目编号：201437），是电子商务及法律专业人才培养系列教材之一，也是我校实施荆楚卓越法律人才协同育人培养计划的一部分。电子商务法是一个新的领域，无论是理论建构还是实践应用都发展较快，很多内容还处于不断的发展和探索之中，要对电子商务法进行充分的分析和理论探讨，难度较大。鉴于编写时间紧和编者水平有限，本书以介绍和分析电子商务运行过程中的主要法律问题为主线，内容没能涵盖电子商务法的所有方面，体系或逻辑结构还存在不够严密之处。因此，观点和体系不同以及书中错误在所难免，本书如有不当之处，恳请读者批评指正。

编者

2016年6月1日

目 录

第一章 电子商务法概述.....	1
第一节 电子商务与电子商务法.....	1
一、电子商务概述.....	1
二、电子商务法概述.....	4
三、电子商务与电子商务法的互动关系.....	5
第二节 电子商务法的性质和地位.....	6
一、电子商务法的性质.....	6
二、电子商务法的地位.....	7
第三节 电子商务法的调整对象和调整范围.....	8
一、电子商务法的调整对象.....	8
二、电子商务法的调整范围.....	8
第四节 电子商务法的基本原则	11
一、电子商务法基本原则的概念	11
二、电子商务法基本原则的内容	12
第二章 电子商务立法	16
第一节 国际电子商务立法	16
一、国际组织的电子商务立法	16
二、其他国家的电子商务立法	21
三、国际电子商务立法的特点	22
第二节 我国的电子商务立法	25
一、我国电子商务实践与立法发展现状	25
二、我国电子商务的立法模式	30
三、我国电子商务立法的指导思想	32
四、我国电子商务立法的框架	33
第三章 电子商务主体法律制度	35
第一节 电子商务主体概述	35

一、电子商务主体的概念	35
二、电子商务主体的分类	35
第二节 电子商务主体的身份认证	37
一、电子商务主体身份认证的意义	37
二、电子商务主体身份认证的原则	37
三、我国电子商务主体身份的认证	38
第三节 电子商务主体的市场准入与退出	40
一、电子商务主体的市场准入	40
二、电子商务主体的市场退出	40
三、我国电子商务主体市场准入的立法及实践	41
 第四章 电子合同法律制度	43
第一节 电子合同概述	43
一、电子合同的定义和特征	43
二、电子合同的分类	44
第二节 电子合同的订立	45
一、电子合同的书面形式	45
二、电子要约与要约邀请	47
三、电子要约的撤回和撤销	51
四、电子要约与承诺的发出与收到	52
第三节 电子合同的生效	60
一、非完全民事行为能力人订立的电子合同	60
二、自动信息系统订立的电子合同	62
第四节 电子格式合同	65
一、电子格式合同概述	65
二、电子格式合同的类型	66
三、电子格式合同的效力	67
四、电子格式合同的解释	69
第五节 电子错误	69
一、电子错误的定义	69
二、电子错误的相关立法	70
三、人为电子错误	75
四、自动信息系统错误	78
五、我国电子错误的立法和实践	80

第五章 电子签名与电子认证法律制度	84
第一节 电子签名法律制度	84
一、电子签名的概念	84
二、电子签名的类型	85
三、电子签名的立法模式	87
四、我国的电子签名立法	90
第二节 电子认证法律制度	90
一、电子认证与认证机构概述	91
二、电子认证机构的设立和管理	92
三、电子认证机构的法律责任	93
第六章 电子商务中的消费者权益保护制度	96
第一节 电子商务消费者权利保护概述	96
一、电子商务消费者和经营者的界定	96
二、电子商务消费者的权利	97
三、电子商务经营者的义务	99
第二节 电子商务消费者权益保护存在的问题及原因	99
一、电子商务消费者权益保护存在的问题	99
二、电子商务消费者权益易受侵害的原因	101
第三节 电子商务消费者权益保护的原则	103
一、对消费者特别保护的原则	103
二、与经济发展水平相适应的原则	104
三、注重企业社会责任的原则	104
四、非法律辅助保护原则	104
五、技术中立原则	105
第四节 我国电子商务消费者的权利保护	105
一、我国电子商务消费者权利保护的立法概述	105
二、我国电子商务消费者权益保护立法的不足	106
三、我国电子商务中消费者权益保护的具体措施	108
第七章 电子商务中的个人信息保护制度	114
第一节 个人信息概述	114
一、个人信息的概念	114
二、个人信息的分类	115
三、个人信息的价值	116

第二节 个人信息权	117
一、个人信息权的界定	117
二、个人信息权的权利属性	117
三、个人信息权的内容	120
第三节 电子商务中的个人信息侵权	121
一、电子商务中个人信息侵权的主体	121
二、电子商务中个人信息侵权的主要表现	122
三、个人信息侵权的危害	124
第四节 电子商务个人信息的法律保护	125
一、个人信息保护的基本原则	125
二、个人信息保护的模式	129
三、个人信息保护的立法	133
四、个人信息侵权的法律责任	138
第八章 电子商务的监管制度	143
第一节 电子商务监管概述	143
一、市场监管的一般理论	143
二、电子商务监管的概念及特点	144
三、电子商务监管面临的挑战	145
第二节 电子商务监管的基本原则	146
一、合作治理原则	146
二、有效监管原则	150
三、适度监管原则	150
四、安全保障原则	151
第三节 电子商务监管的措施	153
一、电子商务监管措施的性质	153
二、电子商务监管措施的类型	153
第四节 电子商务监管体系	155
一、电子商务监管体系概述	155
二、政府治理监管体系	156
三、非政府治理监管体系	160
第五节 我国电子商务监管存在的问题及完善	163
一、我国电子商务监管存在的问题及原因	163
二、我国电子商务监管制度的完善	171

第九章 电子商务平台的义务和责任	183
第一节 电子商务平台概述	183
一、电子商务平台的含义	183
二、电子商务平台的类型	183
三、电子商务平台的法律地位	184
第二节 电子商务平台侵权责任的认定	186
一、电子商务平台侵权责任的归责原则	186
二、电子商务平台侵权责任的构成要件	187
第三节 电子商务平台的义务	189
一、作为网络内容服务提供者的义务	189
二、作为广告发布者的义务	190
三、作为交易场所提供者的义务	191
四、作为支付服务提供者的义务	192
第四节 我国电子商务平台责任的立法	192
一、我国电子商务平台责任立法概述	192
二、通知规则	193
三、红旗规则	196
第十章 电子商务的纠纷解决制度	204
第一节 电子商务纠纷解决概述	204
一、电子商务纠纷的概念	204
二、电子商务纠纷的特点	205
三、电子商务纠纷解决的基本原则	206
第二节 电子商务纠纷解决的方式	206
一、线下解决	207
二、第三方交易平台在线纠纷处理	209
三、在线争端解决机制	211
第三节 电子商务纠纷的管辖权	217
一、传统管辖权确立的依据	217
二、电子商务对现行管辖权规则的挑战	218
三、电子商务纠纷管辖权的几种理论	220
四、我国电子商务纠纷管辖的立法及实践	224
第四节 电子商务纠纷的法律适用	226
一、电子商务对法律适用带来的挑战	227
二、电子商务合同纠纷的法律适用	228

三、电子商务侵权的法律适用.....	230
第五节 电子商务纠纷证据的认定.....	232
一、电子证据的概念.....	232
二、电子证据的特征.....	232
三、电子商务对传统证据制度的挑战.....	233
四、电子证据书面形式的认定.....	234
五、电子证据原件的认定.....	234
参考文献.....	239

第一章 电子商务法概述

第一节 电子商务与电子商务法

一、电子商务概述

(一) 电子商务的含义

电子商务，也称电子交易、网上交易、网上贸易、电子贸易或电子商业等，对应的名称有 E-Commerce 或 E-Business。

作为一种新兴的商业模式，电子商务已经成为现代商业重要的表现形式。但是，关于什么是电子商务，迄今没有形成一个权威的，能为多数人接受和认可的定义。从字面理解，电子商务是“电子手段+商务活动”，但关于这部分的内容，也存在不同的理解。比如，联合国国际贸易法委员会的《电子商务示范法》虽未直接对电子商务进行定义，但以列举的方式解释了电子手段包含信息通信技术、光学技术以及其他能够生成、储存和传递信息的技术手段。“商务”则是契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的各种事项，包括但不限于供应或交换货物与服务的任何贸易交易；分销协议；商务代表或代理；租赁；工厂建造；咨询工程设计；许可贸易；投资；融资；银行业务；保险；开发协议或特许；合营或其他形式的工业或商务合作；空中、海上、铁路或公路的客、货运输。该《示范法》认为，以上述所说的电子手段进行的所有商务活动都属于电子商务。世界贸易组织将电子商务定义为通过电子通信网络进行产品的生产、广告、销售和分配。欧共体理事会认为，电子商务是通过电子手段进行的商务活动，包括了对货物和服务的电子贸易、数字内容的网上交货、电子资金转移、电子股票交易、电子提单、商业拍卖、设计开发以及广告和售后服务等各种商业行为。

除此之外，专家学者也从不同角度阐述了对电子商务的理解。比如，高富平教授提出“网络商务”的概念，他认为，电子商务强调的是商务手段电子化或无纸化，核心是解决电子形式具有书面形式效力、电子数据如何作为有效证据的问题。“网络商务”则可以全面描述现代商务生存和运营的状态，具有电子商务不能涵盖的内容，“网络商务”是电子商务的高级形态，电子商务已经演绎为“网络商务”。此外，

齐爱民教授在《中华人民共和国电子商务法建议稿》第7条第1款将电子商务定义为：电子商务是指以数据电文形式缔结、履行或者进行相关辅助活动的商务，包括以计算机、电视机、固定电话及移动电话机等电子设备为终端的计算机互联网、广播电视网、固定通信网、移动通信网等信息网络以及向公众开放的局域网络上进行的商务活动。杨坚争教授认为，电子商务是指交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络所进行的各类商业活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。上述机构或学者从不同的角度对电子商务的定义进行了解释，有的侧重于电子商务的功能，有的侧重于电子商务的内容，尽管都对电子商务做了较为形象的描述，但都无法全面涵盖电子商务的所有特征。本书认为，电子商务是指商务活动的参与人之间利用网络信息技术所进行的商品或服务交易以及与之直接相关的商务活动，其实质就是传统的商品或服务交易活动的电子化或网络化。

（二）电子商务的特征

1. 主体的虚拟性

网络空间又被称为虚拟空间。在网络上，主体、主体的权限和意思表示、电子商务场所、机构和人员都具有虚拟化的特点。个体之间的交往是虚拟的，个体的性别、年龄、相貌和身份等体质特征都能够借助于网络的虚拟性加以隐匿和篡改，我们面对的不是一个个活生生的人，而是一连串的数字或符号，人们借助于数字化的信息符号来进行各种商务活动。在电子商务交易的过程中，交易双方从磋商、订立合同到支付货款，整个过程无需见面，都可以在网上通过技术完成，整个交易过程完全虚拟化。卖方只需要通过网络将产品信息发布出去，扩大商品或服务的销售渠道。买方可以根据自己的需求在多个网络空间或平台上挑选产品或服务。通过线上交流，买卖双方达成协议签订合同最终通过电子支付完成付款，整个交易的过程都在虚拟环境下完成。

2. 范围的跨国界性

电子商务存在于一个虚拟的社会中，电子商务的开放性突破了传统的交易方式、时间和地域的限制，电子商务没有国界地域限制，只要具备一定的条件，只要有网络，任何人可以与任何国家或地区的主体进行交易。

3. 交易活动的技术性

计算机网络技术是电子商务发展的基础性因素，电子商务的建立、运行都离不开信息与通信技术的支持。以互联网为平台的电子商务是随着 EDI 技术和互联网技术的发展而逐渐发展来的。在电子商务中，信息系统中的欺诈、病毒和黑客非法入侵等阻碍电子商务发展的问题必须通过技术手段加以解决，但技术本身也有缺陷，仅靠技术来解决问题只能解一时之需，除了技术手段之外，还需要通过法律制度来保障。

4. 高安全需求性

电子商务主体的虚拟、交易活动的技术性以及交易标的的数字化等特征决定了电子商务运行比传统商务过程更容易受到攻击,电子商务中的风险远高于线下交易,安全性成为电子商务的核心要求。实践中,交易是否安全是影响交易主体选择电子商务交易形式的重要因素。安全是电子商务的生命,没有安全,就没有电子商务的存在及发展。

(三) 电子商务的分类

1. 按电子商务交易主体不同划分

按电子商务交易主体不同,可分为企业与企业之间的电子商务;企业与消费者之间的电子商务;消费者与消费者之间的电子商务;企业与政府之间的电子商务;政府与公众之间的电子商务。

企业与企业之间的电子商务(Business to Business, B2B),是指企业与企业之间利用互联网或其他信息技术手段进行的各种商务活动。企业与消费者之间的电子商务(Business to Consumer, B2C),是指企业针对消费者开展的电子商务活动的总称。消费者与消费者之间的电子商务(Customer to Customer, C2C)是通过专门为消费者之间建立的电子商务平台进行的。比如,网络个人拍卖或提供在线服务等,这种电子商务扩大了消费者之间交易的范围,增加了交易主体的数量,但也存在支付安全及信用保证等问题。随着社会信息化程度的加强,电子商务风险和安全管理水平提高,这类电子商务的发展前景会越来越广阔。企业与政府之间的电子商务,是指企业与政府之间进行的电子商务活动,比如,政府通过网络进行的采购,该活动属于电子政务的一部分,未来这种电子商务将得到更好发展。政府与公众之间的电子商务是指政府向公众开展的电子商务活动,政府通过网络对社会公众报税、收税和发送社会福利等,随着电子政务的发展,这类服务也将成为电子商务未来发展的重点内容。

2. 按电子商务活动的内容不同划分

按照电子商务活动的内容不同可分为贸易型电子商务和服务型电子商务。贸易型电子商务是指转移财产所有权的电子商务活动,包括有形商品贸易和无形商品的贸易。通常情况下,有形商品需要传统物流配送渠道,如邮政、物流和快递系统才能完成;无形商品的交易则可以通过网络实现标的物的交付。无形信息商品是指以数字形式表现的信息、知识、娱乐产品等。服务型电子商务是指提供服务的电子商务活动,其重要特点是不转移任何财产,只提供某种设施、互联网接入、传输、信息服务等。有些情况下,许多电子商务企业既提供信息服务,又兼顾信息转让,很难分清其属于服务型还是贸易型电子商务。

3. 按信息网络范围不同划分

根据电子商务交易的范围可分为本地电子商务、远程国内电子商务、全球电子

商务。本地电子商务是指利用本城市、本地区或本社区内信息网络进行的电子商务活动。远程国内电子商务是指在本国范围内进行的电子商务活动。全球电子商务是指在全世界范围内，不同国家之间的电子商务交易方通过网络进行贸易活动。

二、电子商务法概述

(一) 电子商务法的概念

电子商务法是指调整电子商务活动中所产生的各种社会关系的法律规范的总称。电子商务法通过调整人们在电子商务活动中，包括销售、广告、物流、生产等环节产生的各种社会关系，从而使电子商务参与者在进行电子商务活动时遵循一定的规范，引导其行为，以达到电子商务行为的有序化。电子商务法的规范既可能涉及经济法、民法、合同法，也可能涉及反不正当竞争法、消费者权益保护法和知识产权法等领域，电子商务法是一个新兴的綜合的法律领域。

狭义的电子商务法，是指调整以数据电文为交易手段的、因交易形式所引起的商事关系的法律规范体系，这类法律一般仅适用于采取电子手段的交易关系。在我国，主要包括《电子签名法》、《合同法》第 11 条、《电子认证服务管理办法》《非金融机构支付管理办法》以及《网络交易管理办法》等。

广义的电子商务法，是指电子商务交易行为本身及其引出的其他问题的规范，一般不仅可适用于线上电子商务活动，也可适用于线下交易活动。比如，关于电子商务经营主体市场准入的法律规范；关于消费者权益保护的法律规范；关于个人信息保护的法律规范；关于电子商务市场竞争的法律规范；关于电子商务交易平台责任的法律规范；关于电子商务物流服务的法律规范；关于网络与信息安全的法律规范；关于互联网广告以及电子商务其他衍生服务的规范等。这些法律及其规定在一定程度上解决了电子商务活动中产生的法律问题，此外，通过修订和调整，对电商行业出现的新问题作出了回应。无论是单行的电子商务法律，还是单行法中有关电子商务的规定，都属于广义的电子商务法的范畴。

(二) 电子商务法的特征

电子商务法本质上属于商法，具有传统商法共有的某些特征。但电子商务法还具有自己独有的特征。

1. 电子商务法是网络商事行为法

电子商务的发展本身具有复杂性、动态性和发展性，从国际电子商务和各国电子商务立法的实践来看，无论是综合立法模式，还是电子商务基本法与单行法并行，抑或是纯粹的单行法立法模式，都没有用“定义”或“法定范围”的形式圈定电子商务的发展，而是不同程度地展现了电子商务“行为法”的特征。作为一种现代商业行为，电子商务与传统商业行为没有本质的不同。电子商务是以“电子”为手段，以“营利”为目的的商事行为，电子商务法律关系本质上是一种商事法律关系，

电子商务法是网络商事行为法。

2. 电子商务法是公私法融合的产物

电子商务法既包括任意性的私法规范,又包括强制性的公法规范,前者可称为电子商务交易法,后者可称为电子商务安全法。电子商务交易法主要是规范平等主体的公民、法人之间通过互联网络进行交易的商业行为的法律规范的总称,这种任意性规范是电子商务法给交易主体的意思自治以充分的选择权。电子商务安全法主要是关于电子商务信息系统安全的法律规范的总称,这种强制性规范体现为电子商务法要求当事人必须在法律规定的范围内为或不为,违反这种规定就要受到国家强制的制裁。在电子商务法律关系中,既有国家工商行政部门对有关主体审查、备案、注册、监管,行使电子商务监管行为时与被监管人之间形成的行政法律关系,有税收部门对电子商务经营行为税收征收行为的经济管理关系,这些都属于公法范畴,也有电子商务活动中的民事行为,比如合同行为或侵权行为,电子商务法律关系具有公法和私法相结合的特点。

3. 电子商务法是综合性的法

综合性是电子商务法的内在要求。电子商务活动不仅是交易双方的活动,它还涉及很多主体,比如,网络接入服务提供商、网络内容服务提供商等,电子商务法律规范不仅要规范交易双方的活动,还要规范其他主体的行为或职责。此外,电子商务涉及合同、税收、知识产权、交易安全、消费者权益、管辖制度等多方面的问题,因此,电子商务法是涉及民法、经济法、行政法、国际法等多个领域具有很强的综合性的法律。

4. 电子商务法是具有国际性的内国法

电子商务法所规范的社会关系存在于一个虚拟的社会中,各国在制定各自的电子商务法时不仅要考虑本国国情,还要考虑国际通行做法。国际性是电子商务法发展的要求。“网络无国界”,电子商务是一种世界性的经济活动,其法律框架不应局限于一国范围内,电子商务法具有国际性。要实现电子商务法的统一法律规则,需要世界各国共同努力。联合国国际贸易法委员会一直致力于国际贸易法的统一,在电子商务领域形成了一系列统一的法律范本,供各国参照执行。参与电子商务法律关系的既有本国公民,也有外国的企业或个人,电子商务借助于网络空间,传统的国家边界在网络空间不能适用。

三、电子商务与电子商务法的互动关系

(一) 电子商务的发展推动电子商务法律体系的形成

现有的电子商务法律体系是在电子商务不断飞速发展的推动下形成的。比如,随着电子商务的发展,传统合同的书面形式、签名与原件规则面临挑战;网络的即时性使电子要约的撤销不可能,两大法系关于承诺生效的理论趋于融合,电子交叉