# 电子商务法概论

田文英　宋亚明　王晓燕　编著

西安交通大学出版社

需要全本请访问 www.ertongbook

# 内容简介

本书首先从电子商务的基本概念及特点入手，对电子商务进行了初步介绍；其次，对电子商务法律问题、电子商务的各国及国际组织的立法现状、电子商务的基本原则进行了概括；最后，对电子商务安全法、电子商务在银行、税收中的法律问题、电子商务与消费者保护以及电子商务与知识产权的法律问题进行了论述，并对涉及电子商务的有关判例加以评析。本书的特点是既有电子商务的基本知识，又有电子商务法及其相关法律的概述，同时辅之以案例评析，内容丰富，资料翔实。本书既适合从事电子商务的有关人员阅读和了解电子商务的法律问题，又为法律人员了解电子商务打开了一个窗口，同时也为政府决策人员、企业管理人员、科技人员熟悉电子商务及其相关法律提供了一个参考，本书还可以作为普通高校有关专业的教材。

**图书在版编目(CIP)数据**

**电子商务法概论/田文英等编著. -西安：西安交通大学出版社，**2000.11
ISBN 7-5605-1346-8

Ⅰ.电… Ⅱ.田… Ⅲ.电子商务-立法-研究 Ⅳ.D912.29

**中国版本图书馆** CIP **数据核字(**2000**)第** 76486 **号**

*

**西安交通大学出版社出版发行**
**(西安市咸宁西路** 28 **号 邮政编码：**710049 **电话：**(029)2668316)
**陕西省轻工印刷厂印装**
**各地新华书店经销**

*

**开本：**850 mm×1 168 mm 1/32 **印张：**11.625 **字数：**294 **千字**
2000 **年** 11 **月第** 1 **版** 2000 **年** 11 **月第** 1 **次印刷**
**印数：**0 001～5 000 16.00 **元**

**若发现本社图书有倒页、白页、少页及影响阅读的质量问题，请去当地销售部门调换或与我社发行科联系调换。发行科电话：**(029)2668357，2667874

# 前　言

随着新世纪的到来，电子商务乘着因特网之东风将人们带进新的网上超市；Internet 将人们带入信息时代的同时，也使人们几千年来形成的商业交易行为及规则发生了巨大变化。电子商务不仅以其强大的生命力冲击着传统的商业交易方式，而且也带来了诸多的法律问题，传统的交易法律制度受到猛烈的冲击，新的适应电子商务活动的法律呼之欲出。笔者正是适应这一客观情况的需要，编写了《电子商务法概论》一书，此书对与电子商务相关的法律问题及各国立法现状与对策进行了简要的介绍，希望在对电子商务法律问题的研究之中起到抛砖引玉的作用。由于编者水平有限，书中难免有错误与疏漏之处，敬请广大读者给予以斧正。

本书在编写过程中，得到王宏波、李建群等同志的大力支持，在此表示衷心的感谢。

本书由田文英、宋亚明和王晓燕撰稿，最后由田文英对全书进行统稿工作。

田文英（第六、九章）

宋亚明（第二、四、五、八章）

王晓燕（第一、三、七章）

编　者

2000 年 8 月

# 目　　录


**第一章　电子商务概述**

**第一节　电子商务的概念与起源**……（1）
**第二节　电子商务的特点与优点** ……（14）
**第三节　电子商务的分类与层次** ……（29）

**第二章　电子商务法概述**

**第一节　电子商务法的概念、特征及性质**……（37）
**第二节　电子商务法的基本原则** ……（54）

**第三章　各国电子商务的立法现状**

**第一节　各国立法现状** ……（59）
**第二节　《电子商务示范法》** ……（70）
**第三节　美国的《全球电子商务纲要》** ……（74）
**第四节　欧洲电子商务政策** ……（78）

**第四章　电子商务安全法**

**第一节　电子商务的安全问题** ……（83）
**第二节　电子商务安全法律制度** ……（88）
**第三节　违反电子商务安全法的法律责任**……（105）

**第五章　电子商务交易法律制度**

**第一节　电子商务合同概述**……（133）
**第二节　电子合同订立的法律问题**……（140）
**第三节　电子商务文件的证据效力**……（150）

第六章　电子商务税收中的法律问题
第一节　电子商务对现行税收制度的影响……（157）
第二节　电子商务涉税的争议和对策……（166）
第三节　电子商务与我国的税收法律制度……（179）

第七章　银行电子化的法律问题
第一节　电子商务对银行业的影响……（192）
第二节　电子银行……（200）
第三节　电子货币……（210）
第四节　银行电子化的法律问题……（219）

第八章　电子商务与消费者权益保护法
第一节　消费者权益保护法概述……（227）
第二节　电子商务对消费者的影响……（234）
第三节　各国解决网上消费者问题的对策……（244）
第四节　电子商务与消费者隐私权保护……（250）

第九章　电子商务的知识产权法律问题
第一节　电子商务中域名的法律问题……（257）
第二节　电子商务中的商标权及其案例……（285）
第三节　电子商务中的商业秘密保护问题……（303）
第四节　电子商务中的版权问题……（322）


需要全本请访问 www.ertongbook

# 第一章　电子商务概述

## 第一节　电子商务的概念与起源

### 一、电子商务的概念

虽然电子商务已经逐渐渗透到人们的日常生活，但对电子商务的概念，世人众说纷纭，各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度，给出了许多不同的表述，到目前为止电子商务仍然没有一个完整统一的定义。

随着电子信息技术的发展，特别是国际互联网在世界各国的普及，全球商务活动越来越受到新兴电子信息技术的影响。在此情况下，电子商务就逐渐产生并日益成为商业界的一个热门话题。在国外，电子商务已从人们理解的电子购物，发展到国际互联网技术推动的商业和市场的交易过程的电子化。但无论从哪个角度讲，电子商务在现今人们的脑子里都已经成为有一定印象的具体交易和交易的处理过程。为了彻底弄清电子商务的概念，下面首先从技术角度给“ 电子商务 ”做一个简要的定义。

所谓电子商务就是指通过电子信息技术、网络互联技术和现代通讯技术，使得交易涉及的各方当事人借助电子方式联系，而无需依靠纸面文件、单据的传输，实现整个交易过程的电子化。然而在国际商务的实践中，人们通常是从以下两个方面来理解电子商务的：(1)互联网上在线销售式电子商务。这是从狭义上理解的电子商务。在此意义上，电子商务意味着通过互联网上的“ 商店 ”所

从事的在线产品和劳务的买卖活动。交易内容可以是有形的产品和劳务,如书籍、日用消费品、在线医疗咨询等;也可以是一些无形产品,如新闻、音像产品、软件及其他类型的知识产品。(2)以整个市场为基础的电子商务。这是从广义上理解的电子商务。它泛指一切与数字化处理有关的商务活动。因此它不仅仅只是通过网络进行的商品或劳务买卖活动,还涉及传统市场的方方面面。除了在网络上寻求消费者,企业还通过计算机网络与供应商、财会人员、结算服务机构、政府机构建立业务联系。这样,电子商务就使整个商务活动,从产品生产、产品促销、交易磋商、合同订立、产品分拨、货款结算、售后服务等产生了划时代的变化。①

由于对电子商务有不同层次的理解,我们认为,电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,在按一定的协议连接起来的电子网络环境下从事各种各样商务活动的方式。因此,对于电子商务概念的科学理解应包括以下几个基本方面:(1)电子商务是整个商务活动的电子化和数字化;(2)电子商务是利用各种电子工具和电子信息技术从事各种商务活动的过程;(3)电子商务渗透到商务活动的各阶段,因而内容广泛,以信息流、物质流或货币流为核心包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、共享资源等;(4)电子商务的参与者包括消费者、销售商、供货商、企业雇员、银行或其他金融机构以及政府等各种机构或个人;(5)电子商务的目的就是要实现企业乃至全社会的高效率、低成本的商务活动。

因此在某种程度上讲,电子商务实际上也可以认为是以现代信息技术,特别是网络互联技术作为推动的跨时空界限的商业领域的一场革命。我们看待电子商务要从动态的角度来考察,它不应该仅仅被看作是一种互联网的在线销售模式,更重要的是它标志着企业与企业之间、企业与消费者之间、企业或消费者与政府行

① 王健. 电子商务知识讲座. 国际贸易问题, 1999 年,第 1 期。

政管理部门之间以信息流、物质流或货币流为核心的商务活动的各个环节都实现了电子化、数字化的处理过程，并且它们之间会相互影响，相互促进。尽管目前许多企业并未实现全部交易过程的电子化和商务过程的网络数字化，但是，伴随着信息技术及其商业应用水平的不断提高，企业与消费者之间的电子商务实践的发展，企业内部（如生产制造、库存管理、财务管理及业务的操作等活动）和企业间（如原料供应管理、投标等活动）的电子商务实践也会得到迅速的发展，这种商业变革甚至会最终影响到政府职能、教育、社会等各个方面的变革。

根据上面的分析可以看出，我们这里所说的电子商务的具体范围包括按以下方式或涉及到以下方式所进行的交易或商务活动：(1)通过国际互联网(Internet)进行的交易；(2)通过增值网络(Value－added net－works，VANs)进行的电子交易，如 EDI；(3)通过电子公告牌(Bulletin board systems，BBSs)进行的采购交易；(4)企业在线式服务(Online services)；(5)通过联接企业计算机网络发生的交易等。至于通过以下传统方式进行的交易，如纸面信函、电话、电传、传真、电视购物、邮购等，就不属于电子商务的研究范畴。但是，如果该交易或商务活动的一部分涉及到企业与外部计算机网络，如国际互联网的联接和信息传递，那么该项交易或商务活动就属于电子商务的范围。①

## 二、电子商务产生的背景②

### (一) 现代电子信息技术是电子商务产生的基础

今天，数字技术革命正在进行，而且正在以前所未有的速度发展着。光导纤维技术使得信息传输几乎实现了瞬间传递，微电子

① 王健. 电子商务知识讲座. 国际贸易问题，1999 年，第 1 期。
② 同上。

芯片技术使得处理和存储大量信息成为可能，电子信息技术促成了当今经济的转型。1946 年，世界上出现了第一台可运行程序的计算机，它 10 英尺高，150 英尺宽，每秒能处理 5 000 个指令，制造成本达几百万美元。25 年之后，1971 年，英特尔公司（Intel）将相当于当年 12 台计算机的处理能力集成到了一片 12 毫米的芯片上，而价格却只有 200 美元。如今，带有奔腾处理器的个人电脑每秒钟可处理 4 亿多条指令。按照目前的发展速度，到 2012 年，个人电脑每秒处理的指令可达 1 000 亿。1980 年，电话语音仅限于在铜导线上传输，对于文字也只是每秒传输一页纸的文字材料。今天，一束如同头发丝一样的光导纤维每秒可传输相当于 9 万册百科全书的信息量。到 2002 年，围绕着地球轨道转动的上百颗卫星将覆盖整个地球并为地球上的企业、学校和个人提供高频带（High－band－width）的信息传输。使用新的打包切换技术（New packets witching technology），全球数字网络与计算机和通讯方面异乎寻常的技术创新力量结合起来将对未来商业活动，乃至整个社会产生重大的影响。

现代信息技术（Information Technology，IT）指的是 20 世纪后半叶发展起来的两项基础的电子技术，即集成电路技术和数据通讯技术。集成电路技术是指将众多晶体管汇集到微小的硅片上，它可以储存和处理大量的信息。近 20 年来，集成电路技术使计算机中央处理器（CPU）的速度从 1985 年的 10MIPS（MIPS：百万条指令／s）到 1993 年的 100MIPS 和 1995 年的 1 000MIPS。按照目前的发展速度，到 2000 年，中央处理器可以处理 6 400 万 MIPS。集成电路技术的发展也使计算机内存芯片（dynamic random－access memory）的容量成倍增长。如 1970 年，每片内存可容纳 1K 的信息量，到 1987 年达到 1M 的容量，1993 年达 16M 的容量。到 2000 年，一片内存条的容量预计可达 1G，大约可容纳 14 500 页的信息，相当于英国大不列颠百科全书 12 卷的信息量。数据通讯技术使计算机之间可以进行通讯并可以实现信息的共享和处理。因

此，计算机的应用得到了飞速的发展。局域网络（Local－area network，LANs）实现了在办公室和办公楼内部数据、程序、打印机、电子邮件等信息的共享。在更广泛的网络中，如国际互联网（Internet），将全球成千上万的计算机连接起来。计算机到计算机之间的数据传输使用了一系列不同的传输媒体，如普通电话线、微波（如在卫星传输中），以及近期出现的光导纤维。光导纤维目前正在代替普通电话线实现复合服务数据网络（Integrated Services Digital Network，IS－DN）传输。通过这项传输媒体，可以进行数据信息的多媒体同时传输，如语音、文本和图像的同时传输。

国际互联网（Internet）技术在现代电子信息技术的推动下以任何其他技术都无法比拟的速度发展着。历史上，无线广播技术经过 38 年的发展使 5 000 万人得以享用；电视技术的发展经过 13 年达到了这个水平；自从第一台微机出现到 5 000 万人正在使用经历了 16 年的时间；而国际互联网自从向公众开放，只用了 4 年的时间就达到了 5 000 万人使用的水平。正因如此，我们说将现代电子信息技术作为电子商务产生的基础是当之无愧的。

### （二）电子商务的起源

现代信息技术的飞速发展使得电子计算机及其相关软硬件的开发和利用在社会各个领域内取得了重大的发展。商务活动是现代信息技术应用较为广泛的领域，最初计算机在商业领域内的利用仅仅局限于作为辅助的信息载体并处理复杂的统计和运算，以提高办事效率。早在 70 年代，利用电子手段（如电子邮件、电子数据交换即 EDI 等）进行的商贸活动就已开展起来。有人据此认为，电子商务在 20 年前商贸界开始积极推行 EDI 的时候就产生了。当时公司之间的信息传输实现了 EDI 方式，其具有代表性的电子商务活动是公司之间运用 EDI 方式传送和接收订单、交货和付款等。如果说以电子方式传输或记录商业信息可以算作是电子商务的最早形态的话，那么，在 EDI 方式出现之前，就有企业应用

电子自动收款机和信用卡等电子方式传输商业信息。但是,无论是电子自动收款机和信用卡,还是 EDI 方式,那时的企业所从事的电子商务活动仅仅限于在封闭的系统中进行运作。当时把电子方式引入商业领域更多地是从方便、快捷等方面来考虑。最多也仅限于参加交易的封闭的当事人之间实现电子传输方式。因此从严格意义上讲,它与我们今天所描述的电子商务相比,仅仅是新的电子传输技术在商业领域内的早期应用,即新的电子方式的传输代替了以往纸面的处理程序。新的信息技术在这个层次上给我们提供了新的技术手段,但是并没有给商业活动带来根本性的变革。就像电话、电报部分代替了书信往来,传真部分代替了电传一样。新的信息传输技术使我们商业活动的信息传输速度、方便程度等大大地提高了。这一切对商业运作的影响虽然很大,但是市场的运作方式、产品结构、消费者和生产者的地位等都没有发生实质性的变化。

不可否认,早期以 EDI 方式实现的电子商务活动应该说已经将新的电子信息技术与商业活动较好地融合起来。但是,大规模的商业化应用仍然受很多条件的限制,如商业伙伴之间的信息传输需要严格统一的标准。另外,网络的互联效应也没有发挥出来。因此,真正大规模、普及化的电子商务活动是在超文本传输协议的开发和国际互联网技术成熟后才开始的。

### (三) 超文本传输协议(HTTP)和超文本语言(HTML)的开发和应用

国际互联网(Internet)信息服务最早是由 Tim Berners - Lee 于 1989 年 3 月开发出来的,当时的国际互联网信息服务被称为网站(Web)。尽管开发者 Tim 能够想象到他的这一开发将会有更加广泛的使用前景,但他最初开发这个网站还是服务于在日内瓦的欧洲核研究中心这个全世界主要的量子物理研究中心。通过这个网站,全世界与该研究中心有关的物理学家可以共享信息,而无


需要全本请访问 www.ertongbook

需考虑大家正在使用的硬件系统平台。该网站有一个通用的系统界面,它可以联接各种不同的硬件系统平台上的不同类型的文件,因此就满足了全球物理学家相互不同的需要。该网站包含了两部分内容:网络服务器(Web servers)和网络浏览器(Web browsers)。

网络服务器可以在任何硬件平台和操作系统上运行,并且满足来自于远程网络浏览器的浏览要求。同时网络服务器还满足客户端软件(Client – side software)的要求,可以按照当地工作站自己的图形处理能力显示网站的文件。这一网站之所以支持交叉平台应用,是因为所有的网络服务器和浏览器都使用统一的传输协议,即超文本传输协议(Hypertext transfer protocol,HTTP)。网站的网页内容安排使用统一的格式:超文本语言(Hypertext markup language)。实际上,超文本语言严格地讲更是一种文本网页的描述语言,而并不是一种新的程序语言。超文本语言主要是一些格式指令,这些格式指令用于向网络浏览器发布指令,决定用户端屏幕上显示的文本和图形的格式。

超文本传输协议和超文本语言的主要特色是它使用户端对信息网络传输和浏览的操作更加简便易行,为用户掩盖了计算机系统的复杂性。用户根本就不需要知道文件的名称、格式,甚至于也可以不了解该信息资源的存放地点。超文本传输和浏览只需用户在计算机屏幕上用鼠标击点相应的位置,而无需了解复杂的计算机指令、计算机名称和文件信息的存放地点等。这样,计算机信息的网络传输和信息浏览获取就可以被那些根本就不了解技术细节的广大用户所接受。

(四)国际互联网的发展

1、国际互联网的普及

国际互联网(Internet)是指在全球范围内使用统一国际互联网通讯协议(Internet Protocol,IP)相互联接并传输信息的计算机网络的集合。通过联接该网络,人们可以相互传输计算机文件。

另外，国际互联网最具特色的是，信息的发布者可以将信息放在与互联网络联接的主机上。信息的收集者通过联接互联网络并使用相应的浏览软件就可以选择获取其他主机上的信息。由于全世界各国的各种机构，包括商业和非商业机构甚至个人纷纷在网上发布信息，因此国际互联网络实际上也是一个庞大的信息源。

1993 年，Mosaic 应用软件的出现使得国际互联网真正得到了广泛的应用。Mosaic 应用软件是世界上第一个图形网络浏览器。它是由美国伊利诺斯大学的全国超计算机研究中心（NCSA）开发成功的。该软件的问世极大地唤起了人们对互联网络信息传输的兴趣，并使得它的应用范围扩大到了更广泛的社会群体。1994 年 4 月，Mosaic 软件的主要开发者 Marc Andreessen 及其开发人员和 Silicon Graphics，Inc.（SGI）公司前业务主管 Jim Clark 联合成立了网景通讯公司（Netscape Communications Corporation）。网景公司于同年 10 月发布了网景浏览器的第一版，并于 11 月发布了该公司第一个商业网络服务器。网景浏览器一问世，就迅速占领了全世界市场，而这时恰逢网络商务活动迅速崛起。

尽管计算机互联网络最早源于 20 世纪 60 年代美国，但是 90 年代以后，互联网的应用范围已经具有国际性了。人们也给予计算机互联网一个新的名称，即国际互联网（Internet），也被译为因特网。几乎每个国家都与国际互联网有联接。各个国家的利用程度可能有所不同，从电子邮件到互联网的全部功能。美国拥有全世界数量最多的国际互联网主机，而芬兰、冰岛和丹麦人均拥有的主机数量要比美国多。国际互联网上可使用多种语言，但英语是主要的使用语言，大约占全世界网页数量的 80％。

衡量国际互联网的增长指标主要有两项：一是互联网主机数量，二是互联网域名的数量。互联网主机（Host）指的是与国际互联网联接的具有独立国际互联网协议地址的计算机。互联网域名（Domain name）指的是在域名系统内的一个范围标记，例如 cn 就表示中国。net. cn 表示中国邮电部负责组建的商业互联网，即

Chinanet 网；edu. cn 表示中国的科研教育网；bta. net. cn 表示北京地区的 Chinanet 网；www. bta. net. cn 表示北京地区 Chinanet 网的一个服务器。域名的最右边的区域具有最高级别，表示各国的国际代码，例如 cn 就表示中国。由于美国是国际互联网的发起国，它的最高级别域名的表示是一个独特情况。它的最高级别域名表示的是网络的类型，如美国的网络类型分为 6 类：com（商业）、edu（教育）、gov（政府）、mil（军队）、org（其他）和 net（网络资源）。互联网主机数和注册域名数的增长情况可以帮助我们了解国际互联网最近几年的发展情况。1993 年 1 月互联网的主机数才 130 万，到 1997 年 7 月就发展到了 1 950 万；同期已注册的域名数从 2. 1 万增加到 130 万。

2、国际互联网的出现是电子商务发展的里程碑

计算机和网络技术早就存在，而且该技术在商业中的应用早已出现，如局域网（LAN）和 EDI 比国际互联网的存在要早十几年。然而，为什么在国际互联网出现之后，诸如“数字时代”、“电子商务”一下子成为全球的热点？这是因为国际互联网与其他通讯媒体相比有两个明显的特点：即双向交互式通讯和开放式标准。

双向交互式通讯指的是国际互联网络所提供的信息交流方式是双向的。信息的提供者在发布信息的同时，可以及时收集信息获取者的信息；信息获取者在收集信息的同时，可以对信息提供者的信息进行选择接收。因此，这种信息通讯和人与人之间直接进行面对面的信息交流有些类似。传统的信息传播是单向的，如广播、电视等在信息发布出去的同时，并不知道有多少接收者，或者不知道接收者是谁。信息的接收者对信息根本就不可能有任何选择。开放式标准指的是国际互联网络是建立在开放式信息传输标准上（如，TCP/IP）。信息提供者在发布信息时可以采取多种多样的方式（如任何多媒体方式），并不局限于复杂的操作性标准。信息接收者在选择信息时，也可以通过方便快捷的方式收集信息，并不受技术性操作标准的约束。因此，国际互联网的信息检索方式

是非常方便快捷的(如 Yahoo),它集中了计算机信息处理的优势,又符合简易方便的可操作性原则。

国际互联网络技术的上述优势,为工商企业提供了新的商务活动的运作模式。双向交互式的特点使企业的信息发布可以有更准确的定位,而且可以即时收集信息接收者的信息反馈,更快地作出调整决策。实时的交易系统也由于交互式的操作成为可能。开放式的特点可以使国际互联网渗透到社会各个层面,具有广泛的市场。正是国际互联网所具备的上述两个优势,才使它在极短的时间内迅速膨胀,被工商企业认为是开展商务活动的又一新的媒体,电子商务才正式被提到全球经济发展的日程上来。

(五)国际互联网的商业利用

最近几年,国际互联网的飞速发展与工商企业对其广泛利用是分不开的。国际互联网的商业利用情况如下:

1、国际互联网的商业价值越来越受到工商企业的重视

在互联网已注册的商业域名(com)增加很快。从 1995 年 1 月到 1997 年 7 月的短短两年多时间,商业域名的数量就从 2.74 万个增加到 7.64 万个。这充分表明了商业机构在国际互联网上所进行的投资增长,网上的商业活动越来越受到工商企业的重视。

2、工商企业对国际互联网的利用程度不同

据调查,上网的企业尽管数量有增无减,但是它们对国际互联网的利用程度还是有所不同的。企业上网有自己的网页,但并不意味着上网企业都已经利用互联网技术从事具体的交易活动。有些公司利用网址只不过发布公司简介,仍然没有摆脱传统的交易方式;而另外一些公司则全部依靠国际互联网上的电子交易商店开展业务,彻底脱离了传统的交易方式。根据 1997 年对北美洲、欧洲和亚洲的大公司所进行的一次互联网利用程度的调查,发现 98%的企业在互联网上建立了网址,但只有 47%的企业在其网址上设置交互式信息交流运作方式,利用国际互联网从事全方位商

业活动的企业也仅有 15%。

3、国际互联网的商业利用潜力巨大

最近几年国际互联网迅速膨胀,通过互联网所达成的商业成交额更是快速增长。据福罗斯特研究公司预测,全球通过互联网进行的商业机构对商业机构的成交额将从 1997 年的 780 亿美元增加到 2002 年的 3 264 亿美元。然而,不可思议的是,1997 年底,Cisco Systems 公司就宣称,以月份为基础估算该公司通过网址所进行的网络设备的年销售额就达到了近 320 亿美元。除此之外,许多公司利用国际互联网传输协议所带来的诸多技术优势,建立公司自己的内部互联网络(被称为 Intranets,内联网),或者建立公司与商业伙伴之间的互联网络(被称为 Extranets,外联网)。内联网和外联网在与国际公共互联网联接时,为了防止未得到授权的人员的侵入,通常设有安全程序,即所谓的‘防火墙’(Fire walls)。内联网、外联网与国际公共互联网的联接,进一步开发了国际互联网的商业利用潜力。

4、信息技术服务产业的迅速发展为电子商务的实现提供了技术支持

国际互联网、公司内联网和外联网等网络基础设施的发展是与电子商务软、硬件及信息技术服务产业的发展密切相关的。以美国为例,最近几年,信息技术产业的发展异常迅猛。涌入与电子商务有关的信息技术产业的风险资本增长势头明显。风险资本投资于软件、信息、通讯、电脑及周边设备、电子与仪器和半导体与设备等与信息技术有直接关系的产业的份额有增无减。1995 年这部分风险投资占美国总风险投资份额的 44.2%;1997 年这一比例增加到 55.8%。

5、国际互联网络的商业应用结构日趋多样化

根据尼尔森(Nielsen)咨询公司 1997 年所做的一项调查,国际互联网络的商业应用持续增长,而且电子网络商业活动呈多样化的趋势。

## 三、电子商务发展的状况与预测①

关于电子商务市场的规模和发展前景，迄今尚无一致公认的评估。

国际电信联盟在 1997 的统计表明，1996 年 Internet 上的商品交易总额为 20 亿至 30 亿美元，预计 1998 年全球电子商务营业额将达到 500 亿美元，2001 年将超过 3 000 亿美元。据国际数据公司的推断，互联网电子商务 1997 年年交易额已达 100 多亿美元（其中美国为 85 亿美元，欧洲为 11 亿美元），2001 年电子商务年交易额将激增到 2 200 亿美元。从 1997 年至 2001 年，美国的互联网电子商务将从 85 亿美元增长到 1 551 亿美元，欧洲将从 11 亿美元增长到 295 亿美元，亚太地区将从 7.2 亿美元增长到 306 亿美元。在线购物的比重将从 1998 年的 12% 上升到 2000 年的 30%。另据该公司推测，在全球通过 Internet 进行的电子交易方面，2001 年公司之间的交易以及居民在旅游、金融服务和电脑销售等方面的电子交易额，将比 1997 年增加 5 到 24 倍；2002 年时企业间的买卖将占网上活动的 79%。Forrester 调查研究公司的一项调查显示，属于售票性质的活动和公司之间的电子商务交易，将是增长最迅速的领域。

据美国联邦电子商务专案小组提出的评估，到 2000 年，全球网络的商业成交额将达到 1 000 到 2 000 亿美元。在线购物额占购物总额的比重将从现在的 12% 上升到 2000 年的 30%。美国 Internet 媒体 Mecklermedia 公司总裁梅克勒 1998 年 9 月说，目前全世界的 Internet 使用者约 7 500 万人，这个数目在 10 年后将增至 4 亿人。另外，1996 年电子商务的交易额只是 20 亿美元，但到

① 姚立新. 电子商务透视. 北京：经济管理出版社，1996 年第 1 版，第 8 页～第 12 页。


需要全本请访问 www.ertongbook