

第一章

因特网的商业潜力

因特网的吸引力 ·
开发因特网的潜力 ·

疑惑足以败事，一个人往往因为遇事畏缩的缘故失去了成功的机会。 —— 莎士比亚《一报还一报》，第一幕第四场。

本书是对现阶段有关网上交易活动的法律指南。因特网的商业潜力与相关法律调整联系密切，因此在本书的最初，对正在兴起的因特网商业吸引力作一简要回顾很有必要。

第一节 因特网的吸引力

不断加剧的商业竞争压力迫使厂商们开拓新的商业渠道。这些压力包括零售竞争的白热化、产业的逐渐成熟、利润的减少、产品差别和增加附加值的需要，以及直接与消费者联系的愿望等。无论是零售商还是制造商都不可幸免。因为天性使然，所以有些商品毫无疑问要比其他商品在网上卖得更

好，或者他们比其他商品更适合于网上销售。其原因是多种多样的：

- 送货环节。那些正在网上张贴或易于张贴的商品当然很适合于因特网这种媒介，像软件包括游戏软件就是这样，它们可以通过因特网直接下载。而那些笨重的大件商品，在任何情况下都要求送货上门，虽然也可以通过因特网销售，但明显不如软件商品便捷。
- 以信息为基础的选择和购买。对那些在购买时需要选择和比较的商品，像个人计算机和保险单来说，因特网是理想的营销渠道。对那些传统做法是通过散发价目单、小册子来销售或通过电话来直销的商品来说，因特网销售显然改进了商品信息的展示程度。
- 受地域限制而在本地无法采购的专家服务或国际性商品；
- 琐碎商品或需要反复购买的商品。
- 便于对用户进行统计。那些适合于典型网络用户且能对其概况进行精确描述的商品，包括个人计算机产品和休闲服务。

网上销售具有如下优势：

- 降低流通费用；
- 更多的访问者及对他们的新偏好有更好的了解；
- 提供更广范围贮存的能力得以提高；
- 更易于捕捉消费者信息并使高度微观市场定位成为可能。

在多数商业领域，最先进入某个新领域往往意味着最大的投资和最大的浪费。但是，这一传统规则对因特网并不适用。对意欲从事因特网网上业务的厂商来说，首先开展某项网上新

业务不仅对吸引投资者的兴趣或提高资本回报率是基本的，而且更早进入因特网领域对获取技术上的和网上营销方式上的经验也将大有裨益。

第二节 开发因特网的潜力

随着因特网作为商业渠道的逐渐成熟，人们越来越清楚地认识到哪些传统商业方法将继续在因特网上发挥作用，而哪些则不能。离线销售向在线销售的简单转变当然具有巨大的商业价值，但它本身并不足以促使网上销售最大潜力的实现。我们常常所说的电子商务革命将通过因特网这一媒介以一种全新的商业模式得到充分的发展。对现代商业世界来说，最大的机遇正是给商业和服务带来革命性变化的网络潜力。

给因特网带来最大商业潜力的是与企业对消费者（business-to-consumer，简称‘B2C’）电子商务相对而言的企业对企业（business-to-business，简称‘B2B’）电子商务。一旦认识到了这一点，我们下面紧接着要做的就是提高网络运行速度或宽带容量及改进信息更新和查找功能。随着人们对因特网重要性的进一步认同，极有可能的是，当前流行的像采购、流通、定价、市场营销、产品开发和顾客服务等商业活动都将发生巨大的变化。



哪些将可能成为因特网成长过程中的障碍

在本书撰稿之际，因法律的不完备性和非统一性，可能存在的发展因特网作为商业媒介的障碍还很多，每一障碍都有其法律上的限度。人们已认识到的风险包括：

- 存在病毒侵入、破坏性电子邮件和其他危及网络安全的可能；
- 缺乏对网上交易实施有效保护的机制；
- 用户获取非法或侵权资料的可能性；
- 培养顾客信用的问题；
- 对交叉领域的资料进行保护的问题；
- 避免诽谤的问题；
- 就义务法的适用进行协商的问题；
- 不充分或不明确的法律规定；
- 就版权和其他知识产权进行协商的问题；
- 交叉领域税务法的适用问题；
- 不充分的品牌保护问题；
- 顾客可能存在的欺诈行为。

有一种观点认为这就是生产力发展过程中的两难，不过这种两难也只是如此而已，我们不可能因噎废食。当总体上的 IT 技术和特别的因特网技术作为产业工具在全世界范围内迅速蔓延时，它们对经济增长所作出的贡献将无法估量。但需要说明的是，本书的内容仅仅与 IT 和因特网的使用有关，而不涉及到 IT 和因特网产品和服务的生产、供应和流通问题。

第二章

如何创建电子商务业务

导论	·
域名	·
网站开发协议	·
垃圾邮件的处理 Spamming	·
滥用网站标签行为 Meta-tagging	·
与其他网站的链接	·
加框行为 Framing	·
远程销售指令	·
网站内容提供协议	·
网站主持协议	·
本章小问题	·

第一节 导 论



电子商务意味着什么

电子商务简言之就是商业行为的电子化，它以电子处理程序和资料包括文字、音响和图像的电子传输为基础。电子商务能使厂商通过因特网从自己

的网站上销售商品和服务，这包括网上订购的资料或商品供应的网上发送；另外，它还可以是一种提供服务的方式，像网上咨询或网上售后服务支持等。

但电子商务应包括更多的程序。单纯从商业的角度讲，一个真正的电子商务从一开始到最终完成应该是通过完整的网上供应链而几乎全部电子化的。当顾客或其他购货商通过网站发出订单时，所有的其他工作，像信用卡审查、存货检查、分类账更新、送货跟踪和存货记录等，都可以在完全没有任何手工介入的情况下来完成。也许惟一的手工操作是在仓库中装货和发货。而在提供服务或电子化产品像数字化音乐的情形中，则完全没有人工的介入。

然而，对那些信息资源和技术知识有限的厂商来说，电子商务之路并非一帆风顺的康庄大道。他们会面临众多技术和策略上的挑战。幸运的是，已有许多供应商致力于向他人提供创建电子商务时的服务。他们的服务是全方位的，从能用于网络目的的配电盘到确保内部商业网站安全的系统工具再到网站主持服务等，包罗万象，应有尽有。当然，本书也是贵公司创建电子商务时所必不可少的。

商业企业的领导者们很快意识到正在蓬勃发展的电子商务现实，它对传统商业模式的冲击将不会消失。为维护现有的市场地位，已成立的公司正处于尽早行动以在新一轮的竞争中取得领先优势的壓力之下。在白热化的竞争环境中，商人们要在使自己的企业尽可能地快速灵活与确保避免不必要的风险之间寻求最佳平衡。

本书的出版目的在于审查并解释与作为商业渠道的因特网有关的法律问题。不过，为保证内容的完整性，在步入正题之前，我们将首先对商人们如何创建商业网站的部分实践性细节

问题作一简要说明。



网站是什么

万维网 (The World Wide Website, 也可译为“全球网”或“环球网”) 是贵公司在因特网中显示其电子面貌的全部所在。它就是贵公司的门面和橱窗, 潜在的或现有的顾客可以通过浏览它来熟悉贵公司的商品或服务。公司的万维网网址不过是各个独立网页之间的链接, 而网页的内容和复杂程度则完全是由你自己决定的。有的网站由数千张网页构成, 而有的则可能只有为数不多的几十张。网页的内容也有很大差异, 有的只是简单的文字资料或图片, 而有的则包罗万象, 错综复杂, 能使顾客实现信息搜索、订购商品和网上支付。

网站的技术基础是包含有特殊格式密码的数据资料的贮存, 这些密码决定了被贮存的数据资料显示时的样态。这些密码是一种名叫超文本标记文件 (hypertext mark-up language 即 HTML) 的格式语言的部分内容。HTML 描述资料 and 任何声音或图片夹的形状、色彩和字体风格, 它还能保证网站的参观者从一个网页转到另一个网页。



网站应该使用谁的硬件

在现已觉察的众多与作为商业媒介使用的因特网有关的危险中, 其中大部分与支持该网站运行的技术的工作方式或构造有关。在建立自己的网站时, 贵公司面临的关键性选择是用自己的还是其他公司提供的硬件。通常情况下“其他公司”指主持贵公司网站的网络服务供应商 (Internet Service Provider, 简称 ISP)。ISP 把贵公司的网站放在由他提供并管理的某台专用计算机上。使用 ISP 的主要好处在于能与该 ISP 的其他客户共

享与因特网联系的宽带从而节省费用。当然，与此同时，贵公司也必须承担把公司的机密信息放在局域网计算机上的风险。不过，这种风险可以通过与 ISP 签订精心设计、条款详尽的协议来予以控制。

第 二 节 域 名

一、域名管理

因特网越来越被厂商们用于提高他们自身及其产品的知名度，在某些情况下既包括采购又包括销售。对任何厂商来说，域名的选择具有重大的价值，而不仅仅是一个身份证明。一般情况下，恰当选择所使用的商业名称会立即得到顾客、供应商和商业部门的认同。因此，在创建电子商务时，绝大部分已成立的公司希望能以自己公司的名称作为自己网站的域名；而那些刚刚成立尤其是以从事因特网交易为目的的公司则会精心设计一个能恰如其分地表现其营业特征的域名。因此，贵公司如果意欲进入电子商务领域，就必须确定身份以使参观者能很容易地找到贵公司的网站。而在电子商务领域，身份的确定是由域名来完成的。

域名与传统意义上的商标有相同的基本特征（见本书第七章第四节内容）。像商标一样，它们作为公众标示把特定的产品和服务区别开来并与特定的网站联系起来。不过，域名与商标也有很多不同之处。譬如，商标除了它本身所包括的信息内容外没有其他作用；而域名就像电话号码或街道门牌一样，还可以作为地址使用。如果知道了贵公司的域名，一个潜在的顾客就可以与贵公司进行联系和交易。

当决定建立网站时，贵公司首先面临的问题就是要选择域

名。现阶段创建网站的最重要步骤之一就是赋予自己的网站有效的域名。该域名应该易于记忆，并能代表你的公司。如果域名以公司名称或主要商品品牌为基础，那些希望进入贵公司网站的用户就可以很快地找到它。然而，随着因特网的发展，域名已日益成为稀缺资源。当不止一个的公司希望使用相同的域名时，争端就产生了。具有优先权的域名因因特网本身的限制而更不易得到。



为什么域名会具有价值

正如商标和品牌在所有类型的产品和服务的营销活动中——不仅在消费者层面上，而且还包括商业和产业层面上——变得如此重要一样，在电子化的今天，与这些产品或服务相联系的网站域名也具有极高的财产价值。域名本质上存在于虚拟的电子真空中。但这种虚拟一旦实现，一些域名在广阔的商业范围内都会具有价值。因此，如果贵公司有一个关键性的品牌或商标，那么注册和培育相应域名的重要性是不言而喻的。

评估域名或其他数字化财产——特别是那些与已确立的商标或品牌相关的财产的价值，其确切概念是一个越来越引起广泛关注的主要问题。随着人们日益认识到域名对公司的重要性，确定适当域名的必要性也是与日俱增。拥有一个与商标或品牌联系紧密的适当域名意味着销售额、贸易量和其他包括域名在内的交易量的增长。注册一系列域名的费用相对低廉，而这些域名在将来极有可能会带来成千上万英镑的财富，两者根本无法相提并论，意识到这一点很重要。



哪些限制增添了域名选择的难度

在物质世界中具有相似名称的两个公司可以凭借名称中的细

微差别而区分开来 但这一点在因特网中并不适用。一个可能的例子就是域名 `sun.co.uk` 在一般场合，绝不会有人把名称相同的计算机公司与报业公司弄混。然而 既然每个公司都可以单独地主张权利要求使用该因特网地址 所以如果仅仅根据这一域名 人们就无法辨别出究竟是哪家公司在使用它^[1]。我们可以从另外一个案例（见本书第七章第四节）更清楚地看出域名表述上的限定性以及因此而引起的获得限定性 同时也说明域名体系与商标体系是两个完全不同的概念。简单地说 同样的商标可以被许多不同类型的商品使用。譬如 “polo”是个英国商标 依据商标法可以被生产不同产品像糖果、衣服和汽车的公司注册使用。然而对域名来说 这却是不可能的 只有一家公司可以使用 `http://www.polo.co.uk/` 的域名。每个域名都是排它惟一的。

有限责任公司的名称经公司登记注册后就不会被其他任何人注册。这是否意味着我们已自动取得了该名称在因特网上的保护？

答案是否定的。如果因商业目的而欲进入因特网领域，贵公司需要注册域名。注册域名的程序与法律上要求注册公司名称和编号的程序完全不同。在英国和事实上世界上的任何国家都设有域名注册官方管理机构。域名注册程序事实上是非常简单的，厂商们也完全可以自己来注册域名。然而，作为商业组织来说，通过域名注册代理机构来完成域名注册不失为谨慎精明之举。这些代理机构一般与国家域名注册管理处有良好关系，可以很便利地在全球范围内进行域名注册。事实上，更谨慎的做法是在不止一家的注册代理机构进行申请登记——这样做可以保证贵公司有最大的可能获得已选定的域名。



在考虑域名时我们能事先调查获得的可能性吗

当然可以这样做。所有的域名注册代理机构都有一个网

站，任何潜在的客户都能即刻进行免费查询，从而得知某一特定的域名是否已经被注册。事实上，因特网域名注册体系正日臻完善，你可以在世界上的任何角落进行查询，一个彻底的查询在短短 15 秒钟内就能完成。

在英国注册时你所选定的域名将以 “.uk” 作为后缀。譬如，可以在英国注册像 XYZ limited.co.uk 的域名。

通过注册代理机构申请域名注册是明智之举因以下一个不可回避的事实而更明显：在全球市场上，各国间有关域名注册的条件不尽相同，而这些差别是为了区分域名的不同注册地所必不可少的。譬如对法国域名注册管理处来说，除非贵公司在法国有注册营业所且在该国注册时登记为缴纳增值税公司，否则将不会允许域名中含有 “Fr” 的字眼。普通公司很可能对这些具体条件上的差异一无所知，而注册代理机构则可以就有关国家注册管理处的要求和管理问题向你提供详尽的建议。

域名由不同的主管注册员根据 “先申请先注册” 的原则进行分配。所以只要你所选择的域名没有被其他机构抢先注册，也不违反有关商标保护的规定（这一点我们将在本书的第七章第四节作进一步阐述），你的注册将会一帆风顺。



在英国主管域名注册的国家机构是什么

一个名叫 “Nominet.uk” 的公司是英国的域名注册审查机构。它特别规定，除了其他情形之外，如果据它看来某个域名容易在因特网用户中产生混乱，它将不批准该域名注册申请。另外，在所有的发达国家都有类似的官方机构。在美国该机构是 InterNic 公司，它专为审批域名注册的目的而设立。当然，由于各国法律规定和文化传统的差异，每个国家的管理机构对域名注册都有不同的政策。

既然选择域名注册代理机构的重要性显而易见，那我们在聘用代理机构时应考虑哪些问题？

首先，贵公司应该了解该代理机构是否正卷入与贵公司有意选择的域名相关的任何诉讼或争端之中；其次，贵公司应该了解该代理机构自己所有的域名数量，以及其中有多少准备向他人出售。

贵公司也应该考虑以下问题：

- 贵公司的名称和该代理机构的名称将如何出现在注册卡中？
- 该代理机构是在自己的服务器上储藏名称还是就该事项与他方签有协议？如果使用自己的服务器，他们又能提供哪些备件设施？
- 对你所关心的官方注册管理机构的争端解决政策，他们能进行哪些指导？
- 他们自己对域名纠纷的政策？

贵公司还应该审查他们的服务协议条款和条件，并咨询贵公司将与官方注册管理机构签订的协议事宜。如果贵公司想把域名注册为“**co.uk**”类型（见本章第二节部分内容），他们能够提供一整套有关 **Nominet.uk** 条款和条件的文件吗？对此有所了解是很重要的，因为贵公司除与注册代理机构签有协议外，还将与官方注册管理机构签订协议。

二、域名分类



域名是如何分类的

域名有两种划分方法，一种是按组织类别划分的域名即 **generic**，从该域名中可以看出使用该域名的组织机构的种类；

另一种是按该组织所在国划分的域名即 `country`，从该域名中可以看出该域名是在哪个国家注册的。

Generic 事实上，`generic` 域名的使用规则是美国国家标准协会（`National Standards Institute`，简称为 `NSI`）而不是英国制定的。认识到域名的选择与可获得性间的区别很重要。正如我们已知的那样，在英国由 `Nominet.uk` 管理域名注册事项。`generic` 域名的注册体系在现阶段是相当宽松的，这已经给美国的企业界带来了不少好处。这是因为美国依然是最大的因特网单个用户，直到现在万维网的增长在北美也最为明显。自由使用 `generic` 域名的实例是美国的众多大学，它们的域名都以“`.edu`”为全球主干。然而，对 `generic` 域名的随意注册也意味着美国公司一般使用的“`.com`”域名对任何人都是开放的。



`generic` 域名包括哪些

顶级的 `generic` 域名包括：

- `.com`，被用于商业组织 `commercial organisations`；
- `.net`，被用于网络用户 `network organisations`；
- `.org`，被用于综合性组织 `miscellaneous organisations`。

所有被因特网分配名称和编号公司（`Internet Corporation for Assigned Names and Numbers`，简称为 `ICANN`）所认可的公司都有权获得以上域名。

顶级的 `generic` 域名注册到现在已有 10 年的历史。

与 `.uk` 注册名相比，使用 `.com` 后缀有哪些好处？

现阶段还没有作出选择的法律基础。如果贵公司有意在除英国之外的其他司法管辖地注册域名，除使用 `.co.uk` 注册外，还使用 `.com` 域名会大有帮助。

在某些情况下，贵公司可能希望能注册这样的一个 `generic`

域名，该域名的吸引力在于它不仅包括了你所选定的名称，而且还能很清楚地标明贵公司所从事的商业类别。像有些律师事务所在其域名中就有“law”的字眼。总之，如果贵公司有在全球范围内开拓业务的雄心，你就应该申请 generic 域名注册。

Country

country 域名体系以在国际范围内都被认可的两个字母缩写代码为基础，该代码体现在国际标准化组织（International Standards Organisation，简称为 ISO）3166 条款中。在我们国家，country 域名以“.co.uk”为主干标记。如果某个域名以“.co.uk”为后缀，就说明该注册地位于英国且受 Nominet 管辖。

country 域名由国家官方命名机构根据“先申请先注册”的原则进行注册。像在英国，该官方机构则为 Nominet.uk。country 域名注册在两年内有效，超过此期限就应该办理展期手续。顶级的 country 域名由 240 多个国家的代码组成，像英国以“.uk”表示，法国是“.fr”，爱尔兰是“.ie”等。每个国家的代码都会被进一步分成称为第二等级域名的次域名，每一次级域名都与体现组织所属类别的 generic 域名相联系。包括：

- .co.uk，被用于英国商业企业（commercial enterprises）；
- .org.uk，被用于英国非商业组织（non-commercial enterprises）；
- .net.uk，被用于英国网络服务供应商 ISP；
- .ltd.uk 和 plc.uk，仅被英国注册公司（有限公司 Ltd. 和公开公司 Plc.）使用。

我们已经指出，恰当使用的 **generic** 域名能使他人很容易地了解贵公司的营业特征。不过，在当前全球域名资源稀缺的情况下，使用像“**.arts**”或“**.shop**”之类的附注也是一种简单易行的权宜之举。随着因特网在全球领域的不断扩展，无疑会出现越来越多的供商业和私人使用的风格独特且意义丰富的网站地址。

然而，在本书撰稿之际，就因特网域名体系应该如何运作的问题在全球范围内都存在争论。这导致了美国政府的最初提议——当其他国际组织显然有意剥夺美国政府对因特网的控制权而使它备受挑战时。

目前有 7 种顶级的新域名，它们被建议在 2000 年投入使用。包括：

- **.web**，它正是所有以网络为主营业的公司所期望的域名后缀；
- **.shop**，这对所有从事网上零售业务的公司更有吸引力，而未来的购买者也更愿意参观以 **.shop** 而不是以 **.com** 为后缀的网站；
- **.firm**，这对那些错过 **.com** 注册的厂商会大有帮助；
- **.info**，如果某一网站最基本的功能是提供信息，这将是它的最佳域名后缀；
- **.arts**，是 **.org** 的替代品；
- **.rec**，它将被为商业目的而提供诸如电视、运动、电影、音像、游戏或旅游等服务的厂商所使用；
- **.nom**，即个人网站域名。

在 ICANN 建立新的顶级的域名体系并接受注册申请前，上述域名将不会获准注册。



还有其他顶级的 **generic** 域名可供选择吗

当然还有。为加强欧洲商业基础设施的建设，欧洲委员会（The European Commission）提议 ICANN 采用一种新的 **.eu** 域名。欧洲金融服务局（the Financial Services Authority，简称为 FSA）也正在制定新的计划。根据该计划，那些被 FSA 管理的公司将可以使用 **.fin** 域名。

三、注册前搜索的重要性



为什么进行彻底的注册前搜索是必不可少的

许多域名注册代理机构除当时可以进行的搜索外，一般不作进一步的检查就售出了某个域名。当贵公司要求注册某个域名时，代理机构会查询官方注册管理处或网络中心的数据库资料以检查贵公司所申请的域名是否与已注册或已申请的域名完全相同。如果不存在相同的情况，它们就会把那个域名卖给贵公司。

域名选择过程中过分简单化的做法可能会引发很多危险。因为搜索的简单化很可能遗漏与你所偏好的域名相近似的情况，而域名的近似同样会对网络用户造成混乱。这样的结果就是贵公司因疏忽或大意侵犯了他人的权利而应承担相应的责任。或者，贵公司还可能无法发觉正在进行的与你所偏好的域名相似或产生冲突的域名注册。

因此，谨慎的做法是设计一套与商标注册中或公司名称申请中的搜索一样高效的搜索策略。大多数厂商会委托专业代理机构进行注册前搜索。

当着手搜索时，贵公司首先应采用适用其目的的搜索策

略。例如，有些公司把它们的搜索限定在在英国注册或以“.com”为后缀的域名——虽然最彻底的搜索方式是全世界范围的。其次，决定贵公司要搜索什么也是很重要的。要使贵公司注册的域名清白无瑕，事先应考虑的因素包括：

- 与贵公司所偏好的域名含有相同字符链的所有其他名称；
- 该名称是谁注册的；
- 出现在域名注册协议中的人是谁；
- 注册人所在地；
- 该名称最早注册时间。

根据注册管理处所能提供的资料多少，注册记录还可能揭示其他的事实。它还可以表明该注册所在的服务器。因为可能还有其他的域名属于贵公司或其他商标所有公司所有，所以查看同一服务器上是否还有其他的域名注册将大有帮助。

我们的搜索代理机构确认有一个注册登记与我们公司的名称发生冲突。如果我们认为这是一个故意侵权的注册，我们将如何行动？

如果你确信该注册冲突是他人为谋利而进行的盗版行为，贵公司应该进行进一步的搜索。首先，可以搜索使用同样字母链的注册。侵权者可能对贵公司的域名或商标的变异进行了注册，所以你还应该对近似域名或商标的注册情况进行搜索。如果他们确实构成盗版侵权，这些都将是揭示侵权行为的证据。在某些情况下，贵公司还可以与其他受同一侵权者侵权的公司联合行动以减少费用，这就是 **Marks[^] Spencer** 在与 **One on a Million** 诉讼案^[2]（关于本案例将在本章第五节作详细阐述）中所采用的策略。其次，贵公司还可以调查在这些服务器上是否还有其他注册以及服务器归谁所有。