

网络与电子商务法 教程

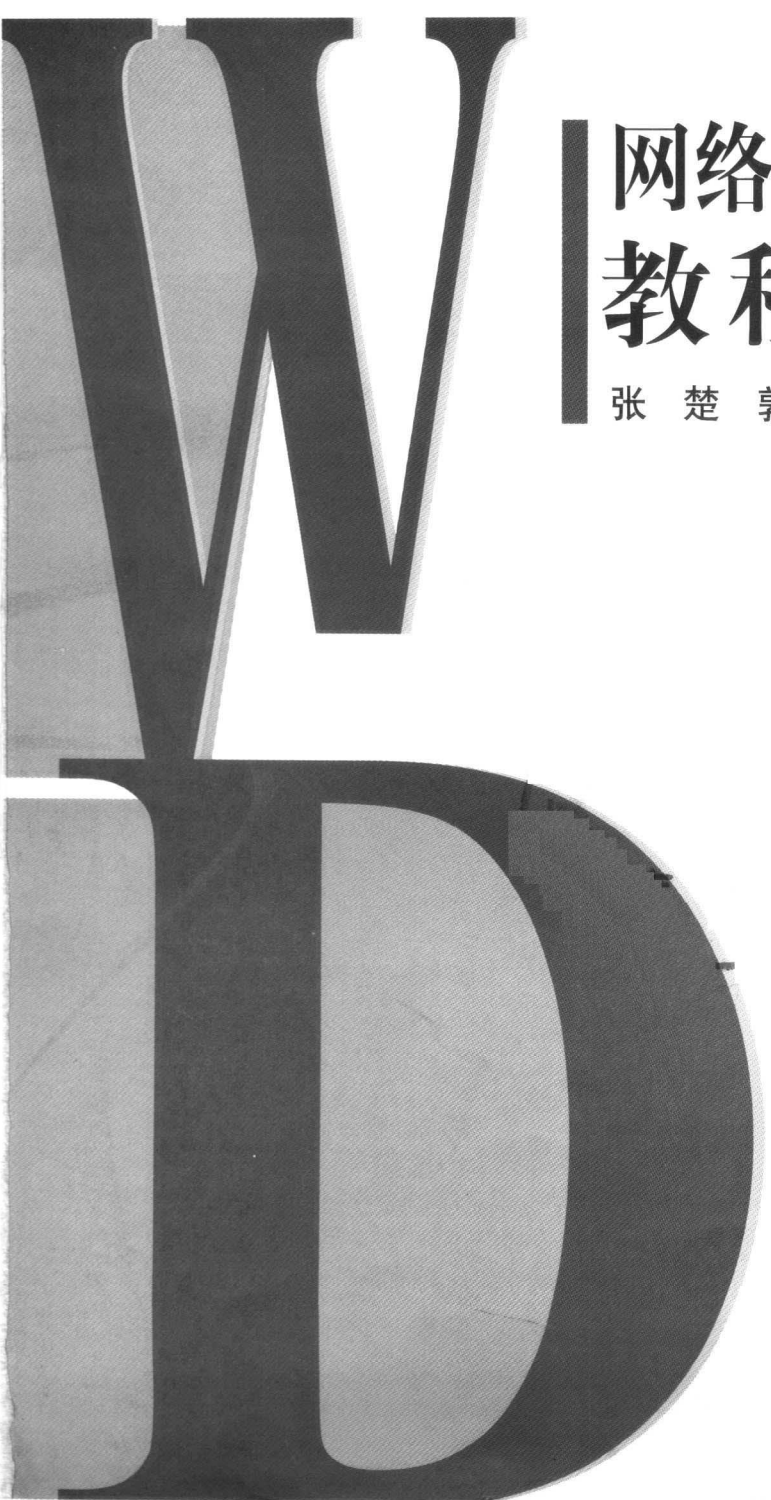
张 楚 郭斯伦/编著

21世纪高等院校商法经济法专业核心课精品系列教材



首都经济贸易大学出版社

21世纪高等院校商法经济法专业核心课精品系列教材



网络与电子商务法 教程

张 楚 郭斯伦/编著

首都经济贸易大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络与电子商务法教程/张楚,郭斯伦编著. —北京:首都经济贸易大学出版社,2005.1

(21世纪高等院校商法、经济法专业核心课精品系列教材)

ISBN 7-5638-1108-7

I. 网… II. ①张…②郭… III. ①计算机网络—科学技术管理—法规—中国—高等学校—教材②电子商务—法规—中国—高等学校—教材 IV. ①D922.17②D922.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 081845 号

网络与电子商务法教程

张楚 郭斯伦 编著

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)
E-mail 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 北京永生印刷有限责任公司
开 本 787毫米×980毫米 1/16
字 数 316千字
印 张 16.5
版 次 2005年1月第1版 第1次印刷
印 数 1~5 000
书 号 ISBN 7-5638-1108-7/D·69
定 价 23.00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

出版总序

2001年11月10日。

这是一个历史性的庄严时刻。

世界贸易组织第四届部长级会议以全体协商一致的方式,审议并通过了我国加入世贸组织的决定。

它不仅标志着我国成为当今全球最大、最具代表性的国际经济组织的成员,而且标志着我国在融入经济全球化、参与国际经济竞争方面又迈出了决定性的一步,使我国的改革开放和经济发展从此步入了一个崭新的阶段。

入世,机遇与挑战并存。

可以预见到的是,经济领域中的竞争会更加激烈。

从某种意义上说,市场经济也是一种法制经济。

经济领域竞争的实质,是人才的竞争;而人才的培养,有赖于教育,尤其是培养高素质专业人才的高等教育。目前甚至今后相当长的一个时期内,我们还缺乏一大批既熟悉现代市场经济运行规则和世贸组织规则,又精通法律专业知识,适应国际竞争需要的高级法律人才。

教育是当代科技生产力发展的基础,是科学技术转化为现实生产力的条件,是培养高素质人才和劳动者的根本途径,也是实现管理思想、管理模式、管理手段现代化,实现依法治国的重要因素。

《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出:“当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国际竞争日趋激烈。教育在综合国力的形成中处于基础地位,国力的强弱越来越取决于劳动者的素质,取决于各类人才的质量和数量,这对于培养和造就我国21世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。”

中共中央和国务院的决定为高等教育的改革与发展确定了基本目标和方向。

教材是体现教学内容的知识载体,是进行教学的基本工具,更是培养人才的重要保证。

教材质量直接关系到教育质量,教育质量又直接关系到人才质量。因而,教材质量与人才质量密切相关。

正是由于教材质量在实施科教兴国和依法治国的发展战略中具有十分重要的作用,我们在策划与组织编写这套教材的过程中倾注了大量的人力、物力和财力。

我们希望奉献给广大教师、学生、读者的是一套经得起专家论证和实践检验的

商法、经济法专业核心课精品系列教材。

在策划和编写本套教材的过程中,我们始终贯彻精品战略的指导思想,使之具有如下特点:

第一,以全面推进素质教育为着眼点,以教育部《普通高等教育教材建设与改革的意见》为指导,面向现代化,面向未来,面向经济全球化,充分考虑学科体系的完备性、系统性和科学性,以及我国加入世界贸易组织后法学研究和法制建设所面临的一系列新课题,以适应教学和教材改革的需要,适应形势发展的需要,适应培养高素质、创造型、复合型法学人才的需要,并力求教材在内容质量方面具有体系新、内容新、资料新、方法新的特点。

第二,在广泛调查研究的基础上,通过多所高等院校一批有着丰富教学经验的专家教授论证和推荐,优化选题,优选编者。参加本套教材论证和编写的专家教授分别来自中国社会科学院、北京大学、中国人民大学、中国政法大学、中国人民公安大学、对外经济贸易大学、复旦大学、上海交通大学、首都经济贸易大学、北京工商大学等多所国内著名或知名高等院校及研究机构。

第三,在选择教材内容以及确定知识体系和编写体例时,注意素质教育和创新能力、实践能力的综合培养,为学生在基础理论、专业知识、业务能力以及综合素质的协调发展方面创造条件。在确定选题时,一方面考虑了当前法学发展和司法实践的迫切需求,一方面又贯彻了教育部关于专业核心课的设置及素质教育的要求;在编写体例上,在充分学习和借鉴国外经典教材的基础上,每本书编选了数十个带有典型意义的案例,并将案例在全书中所占比例大幅度提高,达到1/3左右。这样,不仅能使法律学科的实用性得到凸显,同时也使学生能够进一步深化对各法律学科的理解,增强其运用法律解决实际问题的能力。为方便学生学习及教师教学,本书还将最新法律法规附在书后,使学生能方便地研读法律条文,加深对法规的理解。

第四,考虑到商法及经济法在经济生活中的重要地位,本丛书特将商法和经济法作为一个系列出版。这样做并不代表或反映编者对各法学学科进行划分的意见和观点,而只是反映了编者对学科实际应用的重视。

本套丛书自身也是开放式的。我们将根据学科发展的需要、教学改革的需要、专业设置和课程调整的需要、社会实践及法制建设的需要,不断加以补充和完善。

本套教材不仅是一大批法学专家教授多年科研成果的总结和教学实践的总结,而且在编写体例上也有所突破和创新,希望它的问世能够对我国法律人才的培养有所帮助。

出版者

前 言

2001年,我在专著《电子商务法初论》(2000年4月出版)的基础上,出版了法学专业选修教材《电子商务法》。由于“电子商务法”并非法学核心课程,该书当时在法学院系里使用得并不多,倒是国内新开设的电子商务专业对此类教材有较大的需求。以我作为合作者之一的、适用于电子商务专业的《电子商务法》(2002年版)为例,就曾印刷数万册之多。

2002年,我从工科院校回到母校中国政法大学任教,为本科生开设了“网络与电子商务法”课程。2004年又在中国政法大学研究生院开设了通选课。研究生们对此课程的热情程度,是令人始料不及的。为了适应教学的需要,应首都经济贸易大学出版社之约,我们编著了本教材,希望能为“网络与电子商务法”课程建设做点贡献。

为了弥补纸质教材更新慢的缺陷,我们在www.shecan.net网站上开设了教学专栏,读者可以在上面下载电子课件,同时还可获得相关的资源。欢迎对本教材提出意见和建议,我的邮箱随时恭候您的来信:zhengfazhangchu@263.net。

感谢母校为我提供了在法学院讲授“网络与电子商务法”的讲台,感谢出版社编辑的盛情与辛劳。

张 楚

2004年8月于转河之滨

目 录

第一章 电子商务法导论	(1)
第一节 电子商务概述	(1)
第二节 电子商务法	(10)
复习思考题	(28)
第二章 网站设立与服务提供者制度	(29)
第一节 网站及其设立法律制度	(29)
第二节 网络服务提供商的法律责任	(33)
复习思考题	(40)
第三章 在线交易及其法律关系	(41)
第一节 在线交易模式概述	(41)
第二节 在线交易的主体	(44)
第三节 在线交易的客体	(51)
复习思考题	(51)
第四章 电子合同	(52)
第一节 电子合同概述	(52)
第二节 电子合同的订立	(61)
第三节 电子合同的履行	(81)
复习思考题	(84)
第五章 在线信息产品交易	(85)
第一节 信息产品及在线信息产品交易	(85)
第二节 电子信息合同的履行问题	(88)
复习思考题	(93)
第六章 网上拍卖和网上竞拍	(94)
第一节 概 述	(94)
第二节 相关法律问题	(99)
复习思考题	(103)
第七章 网络环境下的知识产权	(104)

第一节 网络与著作权	(104)
第二节 网络与域名权	(111)
第三节 网络商业方法的可专利性	(116)
复习思考题	(117)
第八章 电子支付及其规范	(118)
第一节 在线电子支付概述	(118)
第二节 电子资金划拨	(124)
第三节 网上银行	(133)
复习思考题	(137)
第九章 电子商务认证制度	(138)
第一节 电子商务认证概述	(138)
第二节 电子认证机构	(142)
第三节 电子认证机构的证书业务规范	(150)
第四节 电子认证机构与在线当事人之间的法律关系	(155)
复习思考题	(161)
第十章 网络广告及其规范	(162)
第一节 概述	(162)
第二节 相关法律问题	(164)
复习思考题	(171)
第十一章 电子商务中的消费者保护	(172)
第一节 概述	(173)
第二节 网上格式合同	(174)
第三节 相关法律问题	(178)
复习思考题	(183)
第十二章 电子商务税收	(184)
第一节 概述	(184)
第二节 国际和国内探索	(187)
复习思考题	(192)
第十三章 电子商务纠纷解决制度	(193)
第一节 电子商务纠纷的管辖	(193)
第二节 电子商务纠纷的法律适用	(196)
第三节 电子商务诉讼中的证据制度	(199)
第四节 电子商务争议解决替代方式:在线争议解决方式	(202)
复习思考题	(207)
附录 案例选编	(208)

案例 1	网络作品能否享受著作权的保护	(208)
案例 2	网页是否属于著作权法保护的客体	(212)
案例 3	如何对信息网络传播权予以保护	(215)
案例 4	网络服务提供者对于网站上个人主页的侵权行为应否负责	(219)
案例 5	如何对计算机软件进行知识产权保护	(222)
案例 6	对于计算机软件可否给予专利权保护	(225)
案例 7	在计算机软件使用界面中标示他人注册商标字样 是否构成侵权行为	(230)
案例 8	抢注注册商标为域名是否构成违法行为	(233)
案例 9	如何在域名管理中对驰名商标予以特殊保护	(237)
案例 10	将与他人域名相似的文字注册为域名是否构成违法行为	(244)
案例 11	网上言论是否会构成对他人名誉权的侵犯	(248)
主要参考文献		(253)

电子商务法导论

本章要点及学习要求

本章讲述了电子商务与电子商务法的发展、特征、作用以及基本原则;简要介绍了电子商务与电子商务法的含义及其主要类型;对世界各国及国际组织的电子商务立法概况作以简述,并进行详细分析,旨在从中归纳出若干经验启示,以完善我国的电子商务立法。

要求掌握电子商务的特征、类型及其优点,电子商务法的性质、特征、地位、作用以及基本原则;了解目前电子商务立法的国际概况及其对我国的启示与借鉴意义。

第一节 电子商务概述

一、电子商务的概念

(一) 电子商务的词源

在英文中,电子商务有三种表达方式,即 Electronic Commerce, E-commerce 和 E-Business,但这三种表达方式所使用的时期不同,所代表的含义也有较大的区别。Electronic Commerce 一词出现在 20 世纪六七十年代,当时在手工操作的系统中,开始出现了诸如电子汇款、电子结算、电子证券交易和电子合同交易等由计算机及计算机网络系统参与的自动化系统,但是互联网技术并未广泛使用于电子交易之中。E-commerce 一词出现于 20 世纪 90 年代中期,由于互联网技术的商业化运作,人们逐渐从手工操作、纸介档案方式过渡到自动化操作、网络程序方式,经营方式也伴随着互联网的广泛应用

而发生了巨大改变,一个公开性、全球性的由电子技术、网络技术、商业经营者、银行业者、全球消费者等构成的巨大电子商务市场蓬勃发展起来。E-Business 一词起源于 20 世纪 90 年代末,其词义比 E-commerce 广泛,假如说 E-commerce 是指更有效率地在通讯技术所创造的新市场内进行交易,那么 E-Business 就代表着一个企业为充分利用广泛的新兴信息技术而对商业运作进行全面的重新构建。

(二)电子商务的不同概念

1997 年 11 月 6~7 日,国际商会在法国巴黎举行了世界电子商务会议,电子商务有了基本定义,即电子商务(Electronic Commerce)是指实现整个贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(如共享数据、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。显然,这一定义针对从 20 世纪六七十年代兴起的 Electronic Commerce 商业形式是恰当的。

欧共体理事会在向欧洲议会提交的关于商务的白皮书中把电子商务定义为:“通过电子手段进行的商务活动。基于对包括文本、声音和图像等的数据的电子化的处理和交换,电子商务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、合作设计开发以及针对用户的直接广告和售后服务等各种各样的商业行为。”

加拿大电子商务协会对于电子商务的定义是:电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它还包括公司间和公司内利用电子邮件(E-mail)、电子数据交换(EDI)、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能(如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判等)。

联合国经济合作和发展组织(OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务(EC)的定义是:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

全球信息基本设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会报告草案中对电子商务的定义是:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公私企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。^①

IBM 公司认为,电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动。它是在因特网的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背

^① 方美琪主编:《电子商务概论》,清华大学出版社,1999 年 9 月第一版,第 1~2 页。

景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动,这种活动在因特网上展开。网络 and 计算是电子商务的基础,Internet、Intranet 和 Extranet 是电子商务的三种基本模式。

在国际立法及各国电子商务立法中,对于“电子商务”的概念,大多采用广义的理解。联合国贸法会没有在《电子商务示范法》正文中对电子商务作出定义,而是建立了“电子数据交换(EDI)”的概念,显然,这一术语所包含的范围比“电子商务”要广泛得多。在美国、澳大利亚、新加坡等国的电子商务立法中,采用了 Electronic Transaction 的概念,这一术语可以译为“电子交易法”,其内涵也较“电子商务”概念广泛。美国《统一电子交易法》曾经在草案中对“交易”(Transaction)一词作过解释:“交易是指两个或多个人之间的有关企业经营、商事营业,或政府事务的一系列行为。”因此,采用“交易”而不采用“商务”,“电子交易法”的适用范围比“电子商务法”要广泛一些。

新西兰出版委员会在其《电子商务报告》的第一部分——《法律与企业社区指南》里指出:“电子商务,是指通过电子方式,而非纸质方式所订立的商事交易的概括性词语。它并不局限于因特网的商业使用,尽管该使用方式是电子商务的重要范例。”可见,新西兰是从广义的角度来认识电子商务的。

韩国《电子商务基本法》对电子商务的定义是:“电子商务,是指部分或全部地利用电子数据进行货物或服务交换的交易行为。”从该条也可以看到,韩国电子商务法使用的是广义的电子商务概念。

概况地说,电子商务是一种商务活动的新形式,它通过采用信息技术手段,以数字化通信网络和计算机装置替代传统交易过程中纸介质信息载体的存储、传递、统计、发布等环节,从而实现商品和服务交易,以及交易管理等活动的全过程无纸化,并达到高效率、低成本、数字化、网络化、全球化等目的。

(三)广义的电子商务和狭义的电子商务

1. 从电子手段的角度来划分广义的电子商务和狭义的电子商务。广义的电子商务包括利用各种电子通信手段从事的商务。凡是在商务活动中使用了电子商务交换(EDI)、电子邮件、电报、电传或传真等电子手段传递和表达商业信息,就被称为电子商务。这里的电子技术包括了传统电子通讯与电子计算技术(含网络通信技术)。按照电子商务所依赖的技术基础划分,广义的电子商务应当包括电子通讯商务(Tele-commerce)、封闭型计算机网络商务(EDI-commerce)和因特网电子商务(I-commerce)三大部分。

狭义的电子商务指利用计算机网络进行的商务活动,即“将传统的交易行为转移到计算机网络上的商务活动。”在此意义上,电子商务是一种整合了商业运作中的信息流、资金流和物流,并以电子传递形式或部分电子形式通过计算机网络来完成的商品交易新模式。

狭义的电子商务所运行的平台,是计算机网络,主要包括企业内部网(Intranet)、广域网(WAN)和因特网(Internet),因特网也称为国际互联网。从发展的观点看,在考虑

电子商务的概念时,仅仅局限于利用互联网进行的商业贸易是不够的,将利用各类电子信息网络进行的推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。对以因特网为手段的电子商务法的研究基本上代表了对整个电子商务法的研究,因为因特网上的电子商务可以直接或变通地运用于其他形式的电子商务。因此,本书所称的狭义电子商务是指利用互联网开展的电子商务。

2. 从商务范围角度来划分广义的电子商务和狭义的电子商务。联合国《电子商务示范法》对“电子商业(商务)”中的“商业”一词作了最广义的解释:“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。商务性质的关系包括但不限于下列交易:供应或交换货物或服务的任何贸易交易;分销协议;商务代表或代理;客账代理;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。”

这一定义得到了国际社会的响应,广义电子商务包括企业外部的交易活动和企业内部的管理活动,商务范围几乎涵盖了所有经营性和非经营性活动、契约性活动和非契约性活动,包括所有生产、销售、服务和从事这些活动所涉及的活动。之所以将企业内部的活动也纳入电子商务,主要是因为有关电子商务法律规则的设计是以数据电文或数据电讯为基础设计的,而不管使用这种数据电文用于内部商务活动,还是对外的交易活动。

狭义的电子商务称为在线交易(On-line Transaction),即在不同商业主体之间以契约形式,通过互联网这一平台而进行的电子交易活动。在线交易有两个基本特征:一是利用计算机网络技术或互联网,二是从事交易活动或服务活动。显然,广义的电子商务与在线交易是有所区别的,广义电子商务的范围远远超出在线交易的范围,在线交易仅仅是电子商务的核心内容。例如,有关数据电文、电子签名认证的规范适用于所有的使用数字电讯活动甚至非商务活动,而在线交易法律规则主要适用于调整电子合同、电子支付等在线交易活动。

二、电子商务的特征

电子商务具有下列特征:

1. 电子商务具有世界性。互联网建立了一个异于现实社会的虚拟商业环境,这一虚拟市场具有全球性、世界性。电子商务广泛采用先进的网络通信技术作为其自身的手段,可以将各类商业活动所需要的信息完整地再现出来,完成意思的传递、合意的达成、资金的支付以及除实体商品交付之外的部分信息化商品的转移等商业活动。这一虚拟市场没有地域界限,超越了领土范畴,导致了相关法律规范的重大改变。

2. 电子商务不受时间的局限。电子商务没有时间上的间断,任何时间都可以进行交易。虚拟市场上的这种新的竞争形式正在波及到人们非常熟悉的现实市场,对于现实市场构成一种新的竞争冲击,这是任何人都不可忽视的。

3. 电子商务的介质是无形的电子信息。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。这些电子信息可以借助于相应的计算机软硬件工具和网络环境方便地读取。由于电子信息具有易丧失性、易复制性、易破坏性等特征,因此,电子商务对于信息安全的要求极高。

4. 电子商务具有低成本、高效率性。电子商务中,产品信息、供求信息、订约信息等可以十分迅捷地传达到世界各地,这不仅使产品行销更加方便,而且使企业与企业、企业与消费者之间的沟通和达成交易变得更为迅速和高效。

三、电子商务的类型

(一) 贸易型电子商务和服务型电子商务

按照商务活动的内容进行分类,电子商务可以主要分为贸易型电子商务和服务型电子商务。贸易型电子商务是移转财产权利的电子商务,包括有形货物的贸易和无形的信息产品的贸易。二者的区别主要在于有形货物的电子交易仍然需要利用传统物流配送渠道进行产品的交付;而无形信息产品的交易则可以通过网络实现标的物的交付。

服务型电子商务包括为开展电子商务提供服务的经营活动和通过网络开展各项有偿服务活动的经营活动。服务型电子商务区别于贸易型电子商务的一个重要特点是它不移转任何财产,而只提供某种设施、因特网接入或传输信息服务等。例如,ISP(网络服务提供商)主要是为电子商务提供基础性服务的主体,提供网络接入服务、交易平台服务、电子邮件、主机服务等;认证机构则是为电子商务提供信息安全服务的经营者。

(二) 企业—消费者电子商务、企业—企业电子商务和企业—政府电子商务

按照电子商务交易对象分类,可以分为企业—消费者电子商务、企业—企业电子商务和企业—政府电子商务等几种类型。

企业—消费者电子商务,使全球消费者具有广泛的选择性,在因特网上进行比较、挑选,购买各种消费商品和服务。目前,这种电子商务方式日益深入人心,成为越来越多的消费者进行购买商品和服务时的重要途径。

企业—企业电子商务,便于企业在互联网上对于每一笔交易寻找最佳伙伴,并完成全部交易活动。这一电子商务方式,可以说是电子商务中最重要、涉及资金量最大的方式。

企业—政府电子商务,涉及企业与政府之间的各项事务,例如,政府采购、征税等政府行为,都可以通过电子商务方式进行。

(三) 完全电子商务和简单电子商务

按照电子商务是否包含支付内容,电子商务可以分为简单电子商务和完全电子商务。简单电子商务,也称为间接电子商务,是通过网络达成交易,但在网下完成支付的电子商务。能够通过网络达成交易,也能够实现网上支付的电子商务,是完全电子商务或直接电子商务。例如,信息产品交易和信息服务不仅可以实现在线支付,而且可以实

现在线履行,使信息传递、货币支付、商品支付均在网络上进行,可以视为最为典型、最完全的电子商务。简单电子商务的完成,依赖于一些外部因素,如邮政或运输体系的工作效率,主要适用于一些不便于网络传输的商品的交易。完全电子商务则不受地理因素的限制,完全可以在极短的时间内完成产品的交付、货币的支付,适宜仅依靠网络传输即可进行交易的商品。

(四)EDI 商务、Internet 商务和 Intranet 商务

EDI 商务,是将商务或行政事务按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理或文档数据格式,从计算机到计算机的电子传输方法。这是一个传统的无纸化商务方式,即将商业往来文件标准化和格式化,在进行贸易活动的企业之间通过固定的计算机系统进行数据传输和自动化处理的商务方式。EDI 商务具有严格准入和登记制度,可以保证交易双方的安全和信用,甚至可以实现包括付款在内的交易活动自动化。虽然 EDI 商务出现得较早,但 EDI 商务并未广泛推广开来,主要是由于这种商务系统造价高昂,只有很少一些银行和大公司才使用,而且由于应用者少,造成交易成本效率比并不显著。

Internet 商务,是以国际互联网为运行平台而进行国际商业活动的新形式,它通过采用互联网技术进行网上交易,具有少投入、低成本、零库存、高效率的特点。这种商务方式是目前电子商务的最主要的方式。随着计算机降价、Internet 网络的迅速普及,EDI 也开始利用因特网,出现了使用可扩展标识语言(XML)的 EDI,即 Web-EDI 或称 Open-EDI,逐步取代传统的 EDI。经过这样改造,使 EDI 形式在保留一些原来特有性能的基础上,有了更方便的应用,因此,它仍将不断发挥应有的作用。我国商务部也正积极地推广这种贸易形式,并允许它直接作为海关审查的合同文本。

Intranet 商务是在 Internet 基础上发展起来的企业内部网,或称内联网。它在原有的局域网上附加一些特定的软件,将局域网与因特网连接起来,从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与因特网之间的最主要的区别在于,Intranet 内的敏感或享有产权的信息受到企业防火墙安全网的保护,它只允许有授权者进入内部 Web 网点,外部人员只有在许可条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大、中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门的各种信息通过网络予以连通,使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息,利用在线业务的申请和注册代替纸张介质的内部流通形式,从而有效地降低了交易成本,提高了经营效益。^①

四、电子商务的发展历史

将纸质文档进行的交易用电子方式进行替代,始于 1839 年电报出现之时。但直到

^① 杨坚争、杨晨光等著:《电子商务基础与应用》,西安电子科技大学出版社,2000 年 4 月第二版,第 9~10 页。

计算机技术和网络通信技术相互促进、并行发展的现代社会中,电子交易方式才有了突飞猛进的发展态势。

20 世纪 70 年代,在美国首先出现了航空公司机票预订系统(SABRE)和电子资金交换系统(EFT),这些电子商务方式,在世界各国迅速普及开来。例如,信用卡(credit card)、自动柜员机(ATM)、零售业销售终端和联机电子资金转账(POS/EFT)等,在各国均飞速发展起来。甚至 20 世纪 80 年代出现的家庭银行系统在世界各国也快速发展,并在互联网环境下,逐渐发展为网上银行系统。

然而,上述电子商务形式,还不能达到企业与企业之间、企业与消费者之间自由进行电子交易的程度。20 世纪 70 年代末 80 年代初出现的电子数据交换(EDI)方式在电子商务发展过程中起了非常重要的作用。这主要是由于计算机应用逐渐转向文字处理和商业应用,文字处理软件和电子表格(Spread Sheet)软件的出现,为 EDI 的出现提供了契机。

传统的 EDI,是指将组织内部及贸易伙伴之间的商业文档和信息,以直接读取的、结构化的信息形式在计算机之间通过专用网络传输,这些信息的接收者可以直接处理信息。EDI 模式发展到 1985 年,在欧、美两大区域的共同努力下,于 1986 年正式形成了国际 EDI 通用标准,即 UN/EDIFACT。1997 年之后,全世界逐渐趋于统一的 UN/EDIFACT 标准。

但是,EDI 主要存在如下几个弊端,导致其无法在商业活动中被广泛采用:

第一,EDI 对于贸易伙伴之间的依赖和信任程度要求很高,企业与企业之间应达到:供应商自动使用消费者计算机产生的订单作为其生产计划的输入而无须任何人工干预,且不需纸面文件或声音方式的订单确认。此外,贸易伙伴之间还必须和平友好地处理电子数据交换中的任何错误。显然,这种电子商务模式,并不适宜推广应用。

第二,EDI 需要的建造费或租赁费高昂,对于中小企业来说,它们宁可采用原来的纸质交易方式,也不会采用 EDI 方式。此外,EDI 方式也未必会给使用者带来更多的效益,虽然减少了纸张成本和人员费用,但在建造和租赁线路方面花费颇多,其成本效率比并不显著。

第三,EDI 交易仅限机器间的通信,采用的是机器码。因此,EDI 只能交换预定的交易数据,公司间普通的通信仍需借助纸张、电话、传真等通信方式。这种状况使 EDI 虽然已经存在了 20 多年,但很难广泛普及。

1991 年,美国政府首先宣布因特网可以面向社会公众开放,使在因特网上进行商务活动成为可能。利用这种快速处理数据、图文、声像的网络技术,人们发现了一种进行商业交易的最好平台。1995 年,因特网上的商业业务信息量首次超过了科教业务信息量,这既是因特网此后产生爆炸性发展的标志,也是电子商务从此大规模起步发展的标志。

目前,电子商务在全世界已经迅猛发展起来。据 2002 年 11 月联合国贸易与发展

会议(UNCTAD)公布的数字,到2002年底,全球互联网用户人数达到了6.55亿,比上年同期增长了30%。世界电子商务的发展并不平衡。从1998年到2003年,美国电子商务交易额始终占全球电子商务交易额的50%以上,在全世界范围内已经形成了以美国为首、欧洲和亚洲发达国家随后的国际电子商务发展格局。在中国,电子商务概念首次引入是1993年,第一笔网上交易发生在1996年。1993年12月,国务院决定成立由20多个部委参加、共同组成的“国民经济信息化联席会议”,统一领导与组织全国信息化工作及重点工程建议。1996年4月,联席会议改组为“国务院信息化工作领导小组”,此后,我国政府先后出台了《国家信息化“九五”规划和2010年远景规划(纲要)》、《1997~1998年国家信息化建设工作要点》等政策性文件,加快发展电子商务体系。1998年,我国企业间电子商务示范项目开始启动;1999年,消费类电子商务市场全面启动。1998年,国务院机构调整,信息产业部成立,国家信息化办公室也同时保留,我国信息化建设进入了一个新的时代。2000年是企业上网年,电子商务开始进入快速发展时期;2003年是电子商务成熟发展的时期,各类电子商务模式在中国均已出现并呈现出进一步发展的态势。

五、电子商务的意义

电子商务与传统商务相比,在经济效益和社会效益上,均具有明显的优点:

(一)电子商务的经济效益

1. 加快通信速度。现代企业可以通过互联网的优势,进行实时传输商务邮件、图片图像,甚至进行实时网上会议、网上谈判,大大加快了通信的速度,使企业能够在最短的时间内掌握其所需要的商业信息。

2. 增大信息流量。互联网具有更新速度快、信息容量大的特点,企业可以在互联网上发布自己企业的产品信息,企业相互之间也可以在最短的时间内了解相关的产品信息,这一方式克服了传统商业中信息交流不畅的缺点。

3. 降低生产成本。电子商务可以实现无纸化办公,节约了通信费用和人员费用,通过互联网进行电子商务更比EDI方式的准入成本大大减少,这也是大量中小企业有能力并愿意利用电子商务模式的原因所在。

4. 减少库存和产品积压。电子商务中的物流管理,是一个整合性物流管理平台,它将供、产、销各个环节中的信号、数据、消息、情况等通过信息技术,进行系统的智能采集和分析处理,并配合决策支持技术,对企业物流体系中涉及的各部门进行有效的组织和协调,从而实现企业物流管理和决策的高效率和高质量,以及低物流成本的目标。它的主要功能包括发货仓库和在途的库存量的及时监控、运输货物在途状况的追踪查询、物流运送各个环节的自动预警机制和整个流程自动化的提高。利用电子商务技术优化物流管理,首先完成企业内部业务流程一体化,然后再向企业外的合作伙伴延伸,实现信息共享,最终达到生产、采购、库存、销售以及财务和人力资源管理的全面集成,令物