

 面向 21 世纪**电子商务**专业核心课程系列教材
全国高等院校电子商务联编教材



高富平 张 楚 编著

电子商务法

Law in E-Business

北京大学出版社
<http://cbs.pku.edu.cn>

面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材

全国高等院校电子商务联编教材

电子商务法

Law in E-Business

高富平 张 楚 编著

北京大学出版社

Peking University Press

内 容 提 要

本书是一本全面论述电子商务法的著作。共分三篇：第一篇，电子商务法基础，主要论述什么是电子商务法、网站及其责任和电子商务的主体；第二篇，电子商务基本法律制度，包括数据电文的法律制度、签名认证法律制度，电子合同及其不同类型的在线交易法律调控的法律制度；第三篇，电子商务相关法律问题，主要涉及消费者保护、个人资料保护、不正当竞争、法律救济等与电子商务密切相关的法律问题。

本书适合作高等院校电子商务本专科专业学生、MBA 学生、经济管理类专业硕士生及本科高年级学生的教材；也适合企业各部门管理人员、信息技术人员使用；还可作为相应层次电子商务培训班的教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法/高富平，张楚编著. —北京：北京大学出版社，2002.1

(21 世纪电子商务专业核心课程系列教材)

ISBN 7-301-05028-3

I. 电… II. ①高… ②张… III. 电子商务—科学技术管理—法规—中国—高等学校—教材 IV. D0922.17

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 039935 号

书 名：电子商务法

著作责任者：高富平 张 楚

责任编辑：黄庆生 王登峰

标准书号：ISBN 7-301-05028-3/TP·0536

出版者：北京大学出版社

地 址：北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

电 话：出版部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765013

网 址：<http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱：xxjs@pup.pku.edu.cn

印刷者：河北省滦县滦兴书刊印刷厂

发 行 者：北京大学出版社

经 销 者：新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 22 印张 544 千字

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

定 价：33 元

面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材

编委会

顾 问

王其文（北京大学光华管理学院副院长，博导）

丁秋林（南京航空航天大学计算机应用研究所所长，博导）

编委会主任

宋 玲（信息产业部信息化推进司司长、中国电子商务协会理事长）

编委会副主任

谢新洲（北京大学新媒体与网络传播系主任，教授）

张会生（信息产业部信息化推进司综合处处长、中国电子商务协会副理事长）

编委会成员

张宝泰（信息产业部信息化推进司发展处处长、中国电子商务协会副理事长）

洪京一（信息产业部信息化推进司基础处处长）

刘 航（信息产业部信息化推进司综合处副处长）

赖茂生（北京大学信息管理系副主任、博导）

马费成（武汉大学信息管理学院院长、博导）

张 进（南京审计学院博士后）

总 策 划

姚国章

副总策划

王曰芬 黄建康

策划编辑

黄庆生

编写人员（按姓氏笔划排序）

- | | |
|---------------|---------------|
| 丁晟春（南京理工大学） | 王曰芬（南京理工大学） |
| 王立松（南京航空航天大学） | 王全胜（南京大学） |
| 傅铅生（南京航空航天大学） | 甘利人（南京理工大学） |
| 伍琳瑜（南京邮电学院） | 刘 玉（南京审计学院） |
| 李世收（南京工业大学） | 汪 群（河海大学） |
| 陈 兵（南京航空航天大学） | 张忠林（南京理工大学） |
| 张 铎（北方交通大学） | 张 楚（北京邮电大学） |
| 邵兵家（重庆大学） | 陆敬筠（南京工业大学） |
| 罗正军（南京航空航天大学） | 林自葵（北方交通大学） |
| 姚国章（南京邮电学院） | 姚志国（审计署南京特派办） |
| 徐月芳（南京航空航天大学） | 高富平（华东政法学院） |
| 钱旭潮（河海大学） | 钱红燕（南京航空航天大学） |
| 黄建康（南京审计学院） | 盛晓白（南京审计学院） |
| 潘 郁（南京工业大学） | |

丛书总序

王其文（2002年1月）

以互联网为核心的信息技术正在对人类社会的发展、进步和繁荣起着越来越重要的影响。以互联网在经济活动中的应用为本质特征的电子商务已经渗透到社会生活的方方面面，成为推动新世纪世界经济增长的重要力量。

在我国，电子商务的发展在经历了“概念炒作”的第一阶段和“DOT COM 公司竞相涌现”的第二阶段后，目前已基本进入理性发展的第三阶段。这一阶段的主要特征是：大量的传统企业作为电子商务发展的主角，通过网络和其他信息技术在生产经营活动各个环节中的应用，以达到降低生产成本、提高效率、开拓市场和服务客户等目的，继而提高企业的市场适应能力和竞争实力。

在经历了长达十五年之久的艰苦谈判以后，中国加入 WTO 最终变成了现实。对数以千万计的中国企业来说，“入世”为它们打开国际市场的同时，也对它们的生存、发展带来了前所未有的挑战，惟有审时度势、苦练内功、不断提升企业的核心能力，适应世界经济全球化的需要，才能在日益加剧的国际、国内竞争中赢得更为广阔的发展空间。发展电子商务是中国企业迎接“入世”挑战，增强企业实力的必然选择。从未来的发展趋势看，网上市场已成为另一个“WTO”，没有电子商务这张入场券，企业必将被排斥在“网络 WTO”之外。不要低估这个虚拟的“WTO”的作用，实际上，经济全球化的发展越是深入，它的作用和地位就越是突出。尽管加入“网络 WTO”不需要漫长的等待和繁琐的程序，但需要每一个企业切切实实的行动。

制约中国电子商务发展的因素有多种，但我认为，最关键的还是缺乏适应电子商务发展要求的高素质、复合型人才，“入世”的冲击将使这一问题更加表面化。可喜的是，培养高层次电子商务人才已受到我国政府和各高校的普遍重视。2001 年第一批经国家教育部批准的 13 所高校，如北方交通大学、北京邮电大学、南京理工大学、南京审计学院等已经正式开始招收“电子商务”专业本科生。有关高校在 MBA 人才培养上也增加了电子商务研究方向的比重，有的高校已经开始通过网上远程教育的方式培养电子商务的专门人才，如重庆大学、华南理工大学、厦门大学等。作为高等教育发展的后起之秀，目前国内有很多高职高专的院校把培养电子商务应用型人才作为自己的责任，这几年的招生规模在不断扩大。此外，电子商务自学考试和各种形式的在职培训以及职业技能教育对培养各种层次的电子商务人才也起着不可或缺的作用。可以说，在还没有成熟的国际经验可以借鉴的情况下，我国电子商务专业人才的培养已经有了一个良好的开端。但是，我们也应看到，目前我国在电子商务人才培养方面还存在诸多的不足，如课程设置、教材与实验室建设、师资配备等许多方面离高层次、复合型的电子商务人才培养要求还存在不小的差距。

在电子商务教材建设方面，目前市场上已经有多种，不同的版本都各具特色，为中国电子商务教育的发展起到了重要的推动作用。摆在读者面前的这一套由北京大学出版社组织编

写的“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”的特色体现在以下三个方面:

第一, 系列教材的课程设置较为全面、科学。全套教材一共有 12 种, 分别是:《计算机网络技术》、《电子商务原理》、《电子商务网站设计与管理》、《电子商务数据库技术》、《企业信息化建设与管理》、《电子商务与企业管理》、《电子商务法》、《电子商务与现代物流》、《网络安全与电子商务》、《网络营销与管理》、《网络金融学》和《电子商务案例》, 基本涵盖了电子商务学科发展的各个方面, 既可以作为电子商务本、专科专业学生的教材, 也适合 MBA、经济管理类专业的硕士生和本科生选用, 对高职、高专的学生来说, 可以选用其中的数种, 舍去一部分较难的内容, 同样是一套合适的教材。

第二, 作者队伍阵容强大。系列教材的 20 余位作者来自国内十余所大学和政府机构, 不少是近年来活跃在电子商务教学与科研领域的专家、教授, 其中将近一半具有博士学位或在读博士, 具有一定的学术造诣。来自不同学校和机构的各位作者自始至终秉着“信任、合作、创新、发展”的原则, 视推动我国电子商务教育发展为己任, 充分发扬了良好的团队精神。是他们的精诚团结和卓有成效的工作才完成了这项有意义的任务, 为读者奉献上了有价值的作品。

第三, 有较大的创新之处。在电子商务学科建设方面, 国际上也没有完全成熟的经验, 尽管有各类商业性的培训, 但在课程设置和教学内容等方面明显缺乏系统性和科学性。本系列教材在课程设置、内容安排上有较大的创新, 较好地把握了信息技术和经济管理的基本理论紧密结合起来, 内容深入浅出, 融会贯通, 不但适合课堂教学, 而且也适合学生自学。

这套教材虽有 12 本之多, 但只是集中在培养电子商务专业人才的一个方面——电子商务技术的层面。作为一个从事电子商务的高素质、复合型人才, 管理学领域的基础知识应该是他们的基本功, 比如生产作业管理、财务会计、市场营销、人力资源管理、组织行为、战略管理等。这些内容有些包括在本套系列教材的章节中, 有些因为已经有了多种现成的教材, 所以系列教材选题时不是面面俱到, 而是集中在国内的教材比较缺乏的课程上。

当然, 作为一套颇具新意的电子商务专业教材, 肯定会有一些不足之处, 比如还缺乏有关电子商务实验的课程, 另外在吸收国外同行的学术研究成果方面也显不够。相信在教师和学生使用过程中还会发现不少问题, 希望各位作者充分把握学科的发展趋势, 注意吸收国内外最新的研究成果, 最大限度地考虑读者的各种需求, 在再版时进一步完善。

丛书介绍

由全国十余所大学 20 多位专家、学者共同参与编写的“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”今天终于与读者见面了，我们怀着欣喜和不安的心情期待着广大读者的评判。喜的是，经过全体参编人员历时一年的艰苦努力总算有了一个满意的结果；不安的是，尽管我们已经尽了最大的努力，但我们知道，离读者的需要和社会的发展还存在不小的差距，我们还需要继续坚持不懈的努力。

组织编写这套教材的目的是为了适应信息技术的发展需要，推动中国经济和社会的信息化进程，加快中国电子商务的发展步伐，促进高层次、高素质、复合型的电子商务专业人才的培养。众所周知，中国加入 WTO 后，国内市场国际化的进程将大大加快，参与世界经济全球化的程度也将大大深入。在新形势下，如何提升我国的综合国力和增强我国企业的国际竞争力，已成为各级政府和相关企业共同面临的紧迫任务。国际、国内的实践证明，发展电子商务是推动国民经济发展、促进社会繁荣、进步的重要举措，共同推进中国电子商务的发展已成为各级政府和广大企业的共识。发展电子商务的关键是人才，培养电子商务人才的重点在于教育。而教材建设在电子商务教育中又起着十分重要的作用。北京大学出版社把电子商务专业教材建设作为一项重要任务，组织了这样一套有价值、有特色、有创新的适合于电子商务专业本、专科专业教学，同时也适用于 MBA、经济管理类专业硕士生、本科生学习电子商务知识的教材。

本系列教材一共有 12 种，每一种的主要内容如下：

《计算机与网络技术》作为电子商务技术基础课，主要包括计算机硬件基础及系统结构、常用外设和接口、计算机多媒体技术、计算机网络基础和综合布线等四部分。除了介绍一般的计算机组成原理外，还包含了当前最新的计算机接口、外部设备和计算机网络等实用技术，是一本通俗易懂、注重实用的教科书。

《电子商务原理》的目的是全面介绍电子商务的应用和相关技术。全书分别介绍了电子商务的概念、发展历史及其对社会经济的影响，电子商务的机理与运行模式，电子商务的网络基础——Internet 和 WWW，电子商务的安全技术，电子商务的支付技术，电子商务物流，电子数据交换标准——EDI 和电子商务交换标准，最后探讨了企业电子商务应用战略。

《电子商务网站设计与管理》在介绍电子商务应用系统工作流程与电子商务网站类型、结构及功能的基础上，概括了电子商务网站设计与管理总体思路；详细地阐述了电子商务网站规划的意义和具体内容；介绍了电子商务网站运行的技术环境和当前流行的网站开发技术与工具；全面地论述了电子商务网站内容设计的流程、网页的构建过程、网站管理的具体内容和管理系统的建立。此外，本书还介绍了几种典型的电子商务网站的解决方案和功能结构；最后以一个实际企业为例，全面而具体地讲解了电子商务网站设计与管理的具体实践操作。

《电子商务数据库技术》全面地介绍了信息管理的模型以及关系数据库的相关理论、

基于 Web 的数据库技术的基本概念、开发方法和工作内容。重点阐述 SQL 语言和集成开发工具、数据库设计方法和开放数据库互联 (ODBC) 技术等基础知识,详细地介绍了当前流行的关系数据库管理系统主要技术内容,并通过实验教学和案例分析,为读者全面了解数据库技术在电子商务中的应用,运用计算机网络从事商业活动,应用、维护和开发电子商务网站打下坚实的基础。

《电子商务与企业管理》着重讨论了三个问题:电子商务对企业管理的影响;电子商务在企业管理中的应用;适应电子商务发展的企业管理变革。全书的内容包括:概论、电子商务与企业组织结构变革、电子商务与企业竞争力、电子商务与人力资源管理、网络财务管理、虚拟企业管理、电子化采购管理、电子商务服务管理、电子商务与供应链管理、电子商务与客户关系管理、电子商务与知识管理、电子商务与业务流程重组、电子商务与企业文化建设。本书内容新颖、实用性强,较好地吧 IT 技术和经济管理的基本理论结合了起来,有一定的创新。

《电子商务与现代物流》主要从电子商务与现代物流的关系入手,系统地介绍了在电子商务环境下如何开展现代物流管理。首先介绍了现代物流基础知识和物流的基本功能,通过探讨电子商务与物流的关系,引出物流模式,对物流管理、企业物流管理作了详尽的论述,强调了物流信息技术和物流信息管理的重要性,结合电子商务条件下的物流特点,介绍了供应链管理的基本知识和几种主要的供应链管理方法。

《电子商务法》的内容分成三篇:第一篇,电子商务法基础,主要论述什么是电子商务法、网站及其责任和电子商务的主体;第二篇,电子商务基本法律制度,包括数据电文的法律制度、签名认证法律制度,电子合同及其不同类型的在线交易法律调控的法律制度;第三篇,电子商务相关法律问题,主要涉及消费者保护、个人资料保护、不正当竞争、法律救济等与电子商务密切相关的法律问题。

《网络安全与电子商务》主要围绕保障电子商务活动的安全性进行展开,这些保障措施包括网络安全技术、信息加密技术和电子支付安全技术。该书包括三部分:第一部分为计算机网络安全基础,主要介绍 TCP/IP 协议,网络安全的基本概念,常见的网络攻击与防范手段;第二部分介绍了密码学基础,主要包括密码学的基本概念,现代加密技术,密钥管理技术和鉴别与认证,并穿插介绍了 DES 算法、RSA 算法和数字签名技术等内容;第三部分着重电子商务中支付安全的研究,重点剖析了 SSL 协议和 SET 协议,并以某图书批销系统为例,说明在具体的电子商务应用中保障其安全性所采取的各种措施。

《网络营销与管理》的出发点有两个,一是传统企业如何利用互联网开展市场营销活动;二是互联网企业如何利用市场营销方法规划并发展自己的业务。全书从网络营销特征、网络营销环境、顾客网络购买分析、网络调研、网络目标市场选择、网站策略、顾客策略、成本策略、渠道策略、网络沟通等方面讨论网络与营销的整合,形成网络营销体系。

《网络金融学》讨论了以下问题:网络经济与网络金融的关系;网上银行基本知识;银行 CALL CENTER (呼叫中心)应用;网上证券业务;网上保险业务;其他网络金融业务;电子货币;网络金融安全;网络金融法规建设;网络金融对传统金融理论的冲击。作为电子商务应用的重要领域,金融业的电子商务发展颇受关注,本书深入浅出,全面讨论了与网络相关的各种金融问题。

《企业信息化建设与管理》从信息系统开发与信息资源利用的双重角度,介绍了企业信息化建设与管理的问题。全书包括三个部分,第一部分主要介绍了有关信息化管理的基

基础知识,具体包括信息、信息资源、信息资源开发与管理、信息化与信息化管理、企业信息化建设与管理任务等方面的内容;第二部分主要介绍了企业信息化建设的内容,具体叙述了计算机网络建设、网站建设、数据库建设、办公自动化系统建设、制造企业的生产作业信息化管理、进销存业务信息化管理、财务信息化管理、人力资源的信息化管理、知识管理系统、ERP、BPR、DSS、CRM 以及电子商务等有关内容;第三部分主要介绍了企业外部信息资源的开发方法,具体涉及客户信息资源的开发、市场信息资源的开发、网络信息资源的开发以及竞争信息资源的开发。

《电子商务案例》包含上、中、下三篇。上篇为“行业电子商务发展案例”,主要提供了零售业、国际贸易业、银行业、证券业、保险业、旅游业、航空业、汽车制造业和医药业的电子商务发展研究报告,并对各行业的典型案例作了详细介绍;在该篇的“其他行业”部分对邮政、铁路运输、农业、化工、安全认证和移动电子商务等行业的电子商务应用典型案例进行了介绍。中篇为“企业电子商务案例”,分别从不同角度、不同层次的企业电子商务应用出发,精选了 20 余个案例进行分析,案例的类型有企业电子商务基础应用、ERP、网络营销、网上交易、EDI 和综合电子商务应用等。下篇为“电子政务理论与案例”,全面、系统地分析了电子政务的基本理论,提供了国内外多种形式的电子政务案例。

在整套系列教材的编写过程中,作者参考了大量的国内外优秀的文献,部分已在教材的不同位置进行了标注,有的因为出处不详等原因无法标注,敬请原作者谅解。在此,谨向各位文献的原作者和提供文献的各类媒体致以最诚挚的谢意。

在长达一年的书稿编写过程中,我们得到了来自各界的帮助与支持。北京大学出版社的各位领导自始至终给予了指导与支持;各位作者参编学校的领导和同事都给予了不同形式的关心、合作和帮助;编委会顾问北京大学光华管理学院王其文教授和南京航空航天大学计算机应用研究所所长、博士生导师丁秋林教授给编委会工作给予了很多建设性的指导,王其文教授还在百忙之中欣然作序;南京审计学院院长助理张进博士、经济学系主任兼电子商务研究所所长盛晓白教授、电子商务教研室主任兼电子商务研究所副所长黄建康副教授、经济学系刘玉老师等给教材编写工作予以了大力的支持;IBM 中国有限公司大学合作部的李晶晖经理、教育专员曹晶小姐也给予了相应的帮助;兄弟院校各位专家、教授对我们的关心、帮助和指导无法一一列举。在此,一并表示最衷心的感谢。

我们恳切希望各位读者对我们的教材提出中肯的批评,也希望各位专家、学者能给予更多的指导和帮助。

“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”编委会

2002 年 1 月

前 言

电子商务是指利用现代信息技术和计算机网络所进行的各种商务活动。作为一种商务活动，电子商务无疑应当适用传统的法律规范，受现有的司法体制管辖。但是，计算机和互联网技术的使用使得商务活动发生了极大的变化，也使得传统法律的某些规则难以直接适用或变得无意义，同时又有一些新的问题产生，需要新的法律来加以解决。这类调整电子商务的法律规范就构成了电子商务法，对之加以研究的学科即构成电子商务法学。

自 1996 年联合国《电子商务示范法》颁布之后，电子商务立法和法学的研究就成为世界的一个热点。虽然在一些发达国家，如美国，有关研究可以说已经初具规模并形成体系，但直到今天，对于哪些属于电子商务法范畴，哪些可以成为电子商务法学的研究对象，还没有形成一致的认识。同样，在国内，电子商务法也主要停留在国外立法的移植、介绍阶段，还没有对电子商务法的基本理论和体系进行深入研究。

在体系上，本书共分三篇：第一篇，电子商务法基础，主要论述什么是电子商务法、网站及其责任和电子商务的主体；第二篇，电子商务基本法律制度，包括数据电文的法律制度、签名认证法律制度，电子合同及其不同类型的在线交易法律调控的法律制度；第三篇，电子商务相关法律问题，主要涉及消费者保护、个人资料保护、不正当竞争、法律救济等与电子商务密切相关的法律问题。

本书的体系安排反映了作者对电子商务法理论和体系初步设想。尽管本书的体例安排和内容是在各自研究电子商务和网络法成果的基础上合作的结晶，但是这只能算是一种尝试。电子商务法是一个新法学领域，大量的新问题尚待进一步研究，尤其是在我国未有框架性立法的情形下，书中错漏在所难免，恳请读者给予批评指正。

本书电子商务法教程体系全面，可广泛适合于电子商务、法学、贸易、管理、信息技术等专业本科、研究生使用，在适用中可针对不同的对象对本教材进行取舍。本书也可供从事实务或研究工作的人员阅读参考。

本书写作的分工如下：

高富平：第 1 章至第 3 章，第 7 章，第 8 章第 1 节和第 2 节、第 9 章至第 17 章；

张 楚：第 4 章至第 6 章，第 8 章第 3 节。

编 者

2001 年 12 月

目 录

丛书总序

丛书介绍

前言

第一篇 电子商务法基础

第1章 电子商务法导论.....	1
1.1 电子商务的内涵与范围.....	1
1.1.1 什么是电子商务	1
1.1.2 电子商务类型和特点.....	3
1.1.3 相关概念辨析.....	5
1.2 电子商务法.....	7
1.2.1 电子商务法的调整对象和范围	7
1.2.2 电子商务法的地位、性质与特征	10
1.2.3 电子商务法的作用.....	12
1.3 电子商务立法.....	12
1.3.1 国外电子商务立法.....	13
1.3.2 我国电子商务立法现状	15
1.3.3 电子商务立法的基本问题	17
1.4 本章小结.....	20
1.5 思考题.....	22
第2章 网站设立和网络信息服务法.....	23
2.1 网站设立中的法律问题.....	23
2.1.1 接入互联网.....	23
2.1.2 域名及其注册.....	24
2.2 网站设立及其网络服务的法律管制.....	27
2.2.1 网站分类及其管制.....	27
2.2.2 经营性信息服务网站设立的主要条件和程序	29
2.3 网络服务提供者的义务和责任.....	30
2.3.1 网站经营者作为公共信息服务提供者的义务和责任.....	30
2.3.2 网站经营者与特定用户之间的网络信息服务合同义务.....	32
2.3.3 网络服务提供商及其侵权责任一般原则	33
2.3.4 国外立法经验.....	36

2.3.5 网络中介服务商的侵权责任	39
2.3.6 ISP 和 ICP 在侵权行为中的责任比较: 案例两则	42
2.4 本章小结	44
2.5 思考题	44
第 3 章 在线交易主体及其规制	45
3.1 在线交易概述	45
3.1.1 在线交易参与主体	45
3.1.2 在线交易的标的物	46
3.1.3 在线交易的模式	47
3.2 在线(虚拟)企业的设立和交易主体认定问题	50
3.2.1 在线(虚拟)企业	50
3.2.2 在线企业的登记管理	51
3.2.3 在线交易主体的认定的基本原则	52
3.2.4 在线企业(在线商店)的设立中的法律问题	54
3.2.5 专卖店设立合同的基本内容	56
3.2.6 案例分析: 在线交易当事人认定	57
3.2.7 网站作为商业信息发布者的义务和责任	60
3.3 本章小结	62
3.4 思考题	62

第二篇 电子商务基本法律制度

第 4 章 数据电讯法律制度的形成与确立	63
4.1 传统书面形式制度与数据电讯的矛盾	63
4.1.1 传统书面形式概述	63
4.1.2 传统书面形式制度的范围与内涵	64
4.1.3 关于书面形式问题的解决方案	68
4.1.4 数据电讯制度产生的必然性	70
4.2 《电子商务示范法》概述	71
4.2.1 《电子商务示范法》的起草背景	71
4.2.2 《电子商务示范法》的基本结构	73
4.2.3 《示范法》的方法与解释原则	74
4.3 数据电讯法律制度的基本内容	76
4.3.1 数据电讯的概念	76
4.3.2 数据电讯的功能等价标准	80
4.3.3 数据电讯的效力	84
4.3.4 数据电讯的通讯与保存规则	87
4.4 本章小结	94
4.5 思考题	95

第5章 电子签名的法律效力	96
5.1 传统签名的概念与功能.....	96
5.1.1 签名的含义.....	96
5.1.2 签名的功能及其形式演变.....	97
5.2 电子签名的概念.....	98
5.2.1 电子商务安全与电子签名的产生.....	98
5.2.2 广义的电子签名.....	100
5.2.3 狭义电子签名.....	102
5.2.4 折衷式概念——强化电子签名.....	104
5.2.5 电子签名立法模式简析.....	105
5.3 数字签名及其应用环境.....	106
5.3.1 技术性概念与术语.....	106
5.3.2 数字签名的运行环境与过程.....	108
5.4 《电子签名统一规则》的基本内容.....	112
5.4.1 适用范围.....	112
5.4.2 基本原则.....	112
5.4.3 电子签名的基本要求.....	113
5.4.4 电子签名的预决性.....	113
5.4.5 电子签名使用人的义务.....	114
5.4.6 证书服务者的义务.....	114
5.4.7 电子签名的可信赖性.....	115
5.4.8 关于相对方的义务.....	115
5.5 电子签名的效力.....	116
5.5.1 电子签名的法律要求.....	116
5.5.2 电子签名的归属与完整性推定.....	117
5.5.3 电子签名的使用及其效果.....	118
5.6 本章小结.....	121
5.7 思考题.....	122
第6章 电子商务认证法律关系	123
6.1 电子认证概述.....	123
6.1.1 认证的意义与作用.....	123
6.1.2 认证的方法及分类.....	125
6.1.3 认证机构的风险.....	126
6.2 认证机构的设立与管理.....	129
6.2.1 认证机构概述.....	129
6.2.2 认证机构的条件及其许可.....	131
6.2.3 认证机构的管理.....	133
6.3 认证机构的证书业务规范.....	135
6.3.1 认证机构在证书颁发中的职责.....	135
6.3.2 认证机构在证书管理中的职责.....	138

6.3.3 认证机构的自身管理规则	139
6.4 认证机构与在线当事人之间的法律关系	140
6.4.1 认证机构业务的性质	140
6.4.2 认证机构与证书持有人之间的关系	141
6.4.3 认证机构与证书信赖人之间的关系	143
6.4.4 认证机构的主要义务	145
6.4.5 认证机构的责任	145
6.5 本章小结	148
6.6 思考题	149
第7章 电子合同	150
7.1 电子合同的概念与特征	150
7.1.1 合同	150
7.1.2 合同的形式: 电子合同的产生	150
7.1.3 电子合同的定义	151
7.2 电子合同的订立: 一般规则	151
7.2.1 要约和承诺: 一般原理	151
7.2.2 要约与要约邀请	153
7.2.3 在线交易中要约和承诺的特殊规则	155
7.3 电子合同订立的特殊法律问题	157
7.3.1 电子自动交易及相关问题	157
7.3.2 点击合同订立中的法律问题	159
7.3.3 电子错误对合同效力的影响	161
7.4 电子合同的履行及违约救济	162
7.4.1 电子合同的履行概述	162
7.4.2 电子合同的违约救济	163
7.5 本章小结	166
7.6 思考题	167
第8章 在线信息产品交易法	168
8.1 信息产品及其交易概述	168
8.1.1 信息产品及其特点	168
8.1.2 信息产品上的权利及其贸易	169
8.1.3 在线信息产品交易模式	170
8.2 数据库的法律保护	172
8.2.1 数据库	172
8.2.2 数据库的著作权保护	173
8.2.3 数据库著作权内容	174
8.2.4 数据库的特殊保护: 信息可以作为一种财产	174
8.2.5 案例	176

8.3 电子信息合同的履行问题.....	177
8.3.1 电子信息合同履行的方式与地点.....	177
8.3.2 电子信息合同履行中的验收.....	179
8.3.3 电子信息合同履行中的电子控制问题.....	181
8.3.4 电子合同终止后当事人的权利义务.....	183
8.4 本章小结.....	184
8.5 思考题.....	185
第9章 网上竞买和网上拍卖的法律调整.....	186
9.1 网上拍卖与网上竞价买卖.....	186
9.1.1 什么是拍卖.....	186
9.1.2 现行互联网上的竞卖(买)活动: 网上拍卖与网上竞价买卖区分.....	187
9.1.3 网上拍卖与网上竞价买卖之区别.....	188
9.2 网上拍卖法律规制问题.....	189
9.2.1 网上拍卖的法律规制问题.....	189
9.2.2 实例分析.....	191
9.3 网上竞价买卖的法律调整.....	191
9.3.1 网上竞价买卖合同: 集体议价要约与承诺之分析.....	191
9.3.2 网上竞价买卖的法律调整.....	192
9.4 本章小结.....	193
9.5 思考题.....	194
第10章 在线证券交易法律调整.....	195
10.1 在线证券交易及其法律基础.....	195
10.1.1 在线证券交易: 作为一种典型在线商务活动.....	195
10.1.2 证券交易模式.....	196
10.1.3 在线证券交易的法律调整.....	197
10.2 在线证券交易几个特殊法律问题.....	197
10.2.1 投资者身份的确认.....	197
10.2.2 风险揭示书的法律性质.....	198
10.2.3 网上电子交易系统的法律性质.....	200
10.3 在线证券交易的管制问题.....	201
10.3.1 证券公司网上委托业务的资格条件和核准.....	201
10.3.2 关于在线证券交易佣金的控制问题.....	202
10.3.3 在线证券交易风险和安全管理.....	203
10.4 本章小结.....	205
10.5 思考题.....	205
第11章 网络广告的法律规范问题.....	206
11.1 网络广告及其所涉及的法律问题.....	206
11.1.1 网络广告及其类型.....	206
11.1.2 网络广告的特点及其法律问题.....	207

11.2 网络广告内容规制及其虚假广告问题.....	208
11.2.1 现行法仍适用于网络广告行为	208
11.2.2 网络虚假广告	208
11.2.3 网站虚假广告案.....	208
11.2.4 广告发布者的责任.....	209
11.2.5 网站经营者在广告发布中的责任	210
11.3 网络广告与不正当竞争.....	211
11.3.1 网络广告引起的不正当竞争行为	211
11.3.2 创联诉信诺立广告和网页抄袭案	212
11.4 网络广告行政监督和管理.....	212
11.4.1 网站广告经营主体资格的管制	212
11.4.2 特殊广告发布前审查管制.....	213
11.4.3 网络广告管理的难点和相应措施	214
11.5 本章小结	214
11.6 思考题.....	215
第 12 章 电子支付中的法律问题.....	216
12.1 在线电子支付基础知识.....	216
12.1.1 在线电子支付的手段.....	216
12.1.2 在线电子支付的安全交易标准和认证	219
12.1.3 电子支付流程与当事人的法律关系	220
12.1.4 招商银行的网上支付系统	222
12.2 电子支付或资金划拨中的法律问题	222
12.2.1 国内外有关电子支付的立法	222
12.2.2 电子支付当事人及其权利义务	224
12.2.3 电子支付中的法律问题探析	225
12.3 电子货币和网上银行的法律规范问题	228
12.3.1 网上银行与电子货币.....	228
12.3.2 网上银行的法律问题.....	230
12.3.3 电子货币的相关法律问题	232
12.4 本章小结.....	235
12.5 思考题.....	236

第三篇 电子商务相关法律问题

第 13 章 电子商务中消费者权益保护的法律问题	237
13.1 消费者权益保护概述.....	237
13.1.1 网络环境下的消费者保护：消费者信任问题	237
13.1.2 经合组织对消费者保护主要框架	238
13.2 在线交易中的消费者权益保护	241
13.2.1 网络购物环境下特殊法律规则：其他国家和地区消费者的保护方法.....	241