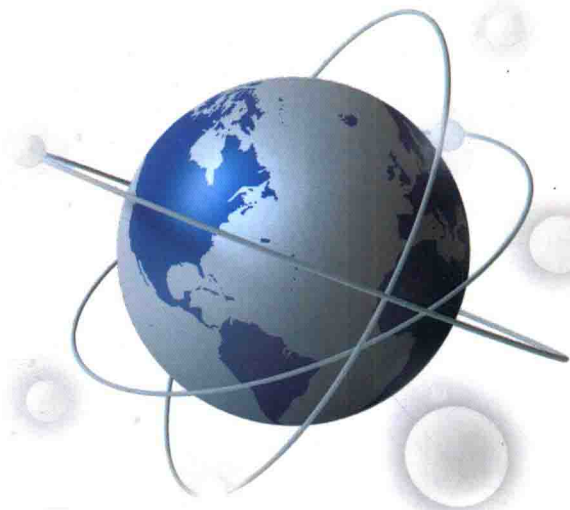




高职高专“十三五”电子商务系列规划教材



电子商务 法律法规


LAWS AND REGULATIONS

E-COMMERCE

(第2版)

钟慧莹 主编

李宏宇 庞洋 宫楠 副主编



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

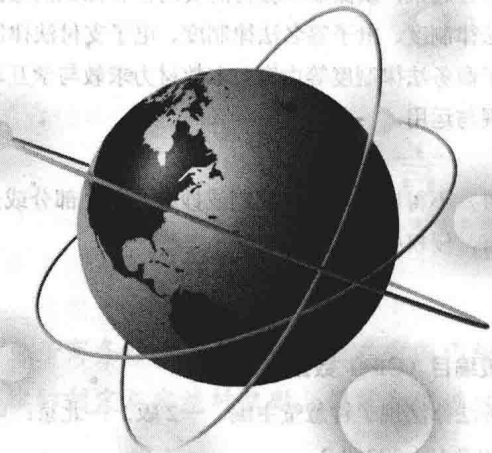
<http://www.phei.com.cn>



高职高专“十三五”电子商务系列规划教材

内容简介

本书是“十三五”规划教材《电子商务系列规划教材》中的一本，主要介绍电子商务法律、法规的基本知识，包括电子商务法律、法规的概述，电子商务合同的订立、履行、变更、解除，电子商务纠纷的解决等。本书可作为高职高专电子商务专业及相关专业的教材，也可供从事电子商务工作的从业人员参考。



电子商务 法律法规

E-COMMERCE
LAWS AND REGULATIONS

(第2版)

钟慧莹 主编

李宏宇 庞洋 宫楠 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《电子商务法律法规（第2版）》坚持以“理论+实践”的教学模式为主导，即把电子商务法的课程体系划分为课堂理论教学和电子商务法律实践环节，紧紧围绕电子商务法律实践工作流程，将实体法与程序法有机结合起来，以保证本教材的实用性和知识的全面性。本教材涵盖了电子商务法概述、电子商务主体确认的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度、其他相关电子商务法律制度等内容。本教材力求教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法律法规的掌握与运用。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

电子商务法律法规 / 钟慧莹主编. —2 版. —北京：电子工业出版社，2016.6
ISBN 978-7-121-29268-2

I. ①电… II. ①钟… III. ①电子商务—法规—中国—高等学校—教材 IV. ①D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 150720 号

策划编辑：姜淑晶

责任编辑：张 京

印 刷：北京季峰印刷有限公司

装 订：北京季峰印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1 092 1/16 印张：13.75 字数：352 千字

版 次：2010 年 1 月第 1 版

2016 年 6 月第 2 版

印 次：2017 年 2 月第 3 次印刷

定 价：38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）88254199，sjb@phei.com.cn。

前 言

2015年中国迎来了全民电商时代,这表明电子商务作为一个新兴行业在中国已经从快速发展期过渡到成熟稳定期。为此,电子商务法律的制定与实施对鼓励、规范和促进电子商务持续健康发展非常重要。

电子商务法课程是全国高等学校电子商务专业教学中不可或缺的主干课程。电子商务法的调整对象是电子商务交易活动中发生的各种社会关系,而这类社会关系是在广泛采用新型信息技术并将这些技术应用到商业领域后才形成的特殊的社会关系,它交叉存在于虚拟社会和实体社会之间,有别于实体社会中的各种社会关系,且完全独立于现行法律的调整范围。

《电子商务法律法规(第2版)》仍坚持以解决实际电子商务法律问题为目的,紧紧围绕电子商务法律实践工作流程,将实体法与程序法有机地结合起来,以保证本教材的实用性和知识的全面性。在内容安排上,保持了上一版教材的结构体系,在此基础上,结合近年来电子商务及相关法律发展的内容,对第1版教材中的部分章节进行了完善和充实,并更换了绝大部分案例。

《电子商务法律法规(第2版)》以“理论+实践”教学模式为主导,即把电子商务法的课程体系划分为课堂理论教学和电子商务法律实践环节。本书包括如下模块。

引导性案例:每章都设有“引导性案例”,通过具体生动的典型案例,将学生带入特定事件的现场进行案例分析,引导学生参与分析、讨论、表达等活动。通过学生的独立思考或集体协作,让学生在具体的问题情境中进一步提高其识别、分析和解决某一具体问题的能力,培养学生的学习兴趣,激发学生理论学习的热情。

本章学习目标:每章均设有“本章学习目标”。学习目标是分析教材和指导学生行为的依据,对学生了解预期结果具有明确的导向和激励作用,是教学活动的出发点与落脚点。学习目标的达成与否是对教师教学评价的主要内容和标准之一,也是对学生学习评价的主要内容和标准之一。

能力指标解析表:为了在教学中使学生更好地了解每章应掌握的内容及应达到的相应能力,本教材每章都设置“能力指标解析表”,并以权重的方式对该章的知识能力体系进行分解,

学习及实训后便于学生检验对该章内容的掌握程度。

职业指导: 为了使学生更好地将在校时的“所学”与就业时的“所需”结合起来,本教材设有“职业指导”,介绍电子商务行业的发展状况、人才需求等情况。

理论知识: 每章的单元内容主要阐述基本理论知识,并与本章实践技能操作相对应,学生可以用最短的时间掌握“3基”,并将所学的知识转化到实践领域。

法律提示: 在讲述一些关键法律问题时列示出相应法条,便于学生掌握该法条的核心所在。

自测题: 本教材每章均设有“自测题”。课堂教学中,教师将电子商务法的有关知识传输给学生,学生通过自测题可以检验自己的掌握程度并反馈给教师,教师可以据此诊断教学效果,随时反思自己原来的教学方案,调整课时计划;同时,知识和技能掌握情况反馈能有效调动、激励学生和教师双方的非智力因素,使教与学达到最佳效果。

实训题: 在电子商务法教学中,实践技能操作能够使学生的基本理论、基本知识与实践充分结合,使学生更加深入地了解电子商务实践中可能发生的法律问题,运用基本理论对网上的真实案例进行解读,亲身体会电子商务活动中的法律问题。

小组任务: 为了巩固所学的理论知识,增强学生的实践技能和团队精神,本教材在每章最后均以小组为单位进行案例模拟与角色分配。学生通过案例模拟,可对所学法律内容有更深层次的理解,同时,对诉讼程序也更加熟悉。

本教材由钟慧莹担任主编;由孔令秋担任主审。具体编写分工如下:第1、2、5章由钟慧莹(广东省机械高级技工学校)编写,第3章由宫楠(黑龙江大学)、张贺斌(东北农业大学)编写,第4章由庞洋(哈尔滨职业技术学院)编写,第6章由李宏宇(黑龙江司法警官职业学院)编写。

本教材在编写过程中参阅和借鉴了大量的相关书籍、报纸、学术论文和网站,在此表示感谢。由于作者水平有限,书中的缺点和错误在所难免,恳请专家、读者不吝赐教。作者邮箱为klq2006@126.com。

编者

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录



第1章 电子商务法概述	1
1.1 电子商务法的基本含义.....	3
1.1.1 电子商务概述.....	3
1.1.2 电子商务法是独立的法律部门.....	5
1.1.3 电子商务法的定义.....	6
1.1.4 电子商务法的基本原则.....	7
1.1.5 电子商务法的作用.....	8
1.1.6 电子商务法律关系.....	10
1.2 电子商务立法概况.....	14
1.2.1 国际社会电子商务立法概况.....	14
1.2.2 我国电子商务的法制建设.....	20
1.3 电子商务法体系说明.....	27
自测题.....	29
实训题.....	30
小组任务.....	32
第2章 电子商务主体确认的法律制度	33
2.1 电子商务主体概述.....	35
2.1.1 电子商务交易服务提供者.....	35
2.1.2 电子商务交易参与方.....	36
2.2 电子商务交易平台建立与运行法律制度.....	36
2.2.1 电子商务交易平台建立的法律制度.....	36
2.2.2 网络服务法律制度.....	42

2.2.3 第三方电子商务交易平台运行的法律制度	45
2.3 电子商务交易方的确认的法律制度	47
2.3.1 电子商务经营者交易主体的法律规范	47
2.3.2 电子商务企业登记与公示制度	49
2.3.3 电子商务交易参与方的规范行为	49
自测题	51
实训题	53
小组任务	54
第3章 电子签名法律制度	56
3.1 电子签名法律制度概述	59
3.1.1 数据电文、电子签名与电子认证的含义	59
3.1.2 我国的《电子签名法》	64
3.2 数据电文的法律效力	66
3.2.1 数据电文符合法定书面形式要求	66
3.2.2 数据电文符合法定原件形式要求	67
3.2.3 数据电文可以满足法律、法规规定的文件保存要求	67
3.2.4 数据电文作为证据使用时的可采性	68
3.2.5 数据电文作为证据使用时的真实性判断	68
3.2.6 数据电文的发送与接收	69
3.3 电子签名的法律效力	72
3.3.1 可靠的电子签名应当具备的条件	72
3.3.2 电子签名人的法律义务	73
3.3.3 电子签名人的法律责任	74
3.4 电子认证的法律规定	76
3.4.1 电子认证机构的基本含义	76
3.4.2 电子认证机构的设立	77
3.4.3 电子认证服务的内容	80
3.4.4 电子认证过程中有关各方的义务性规定	81
3.4.5 电子认证服务提供者的业务的暂停与终止	84
3.4.6 电子认证服务机构及工作人员的法律任	85
自测题	89
实训题	90
小组任务	91

第 4 章 电子支付法律制度	92
4.1 电子支付概述.....	95
4.1.1 电子支付与电子支付系统.....	95
4.1.2 电子银行.....	96
4.1.3 电子支付法律关系.....	100
4.2 国内外电子支付的立法状况.....	106
4.2.1 国外电子支付立法现状.....	106
4.2.2 我国电子支付立法现状与发展前景.....	107
4.3 电子银行法律制度.....	110
4.3.1 电子银行的设立与运行.....	111
4.3.2 电子银行的风险管理.....	113
4.3.3 电子银行的法律 responsibility.....	114
4.4 第三方支付法律制度.....	115
4.4.1 第三方支付概述.....	116
4.4.2 第三支付的申请与许可.....	117
4.4.3 对客户备付金的保护措施.....	118
4.4.4 实名制管理.....	119
4.4.5 罚则.....	119
自测题.....	121
实训题.....	122
小组任务.....	124
第 5 章 电子商务安全保障与争议解决法律制度	125
5.1 电子商务安全与网络犯罪的防范.....	127
5.1.1 电子商务安全与网络犯罪概述.....	127
5.1.2 我国电子商务安全的法律保护.....	132
5.1.3 网络犯罪及其防范.....	137
5.2 电子商务争议解决法律制度.....	146
5.2.1 电子商务中的民事诉讼管辖.....	146
5.2.2 在线争议的非诉讼解决方式.....	150
5.2.3 电子证据的运用.....	154
自测题.....	157
实训题.....	159
小组任务.....	161

第6章 其他相关电子商务法律制度	162
6.1 电子商务中网络隐私权保护法律制度	166
6.1.1 网络隐私权概述	166
6.1.2 国外网络隐私权保护的立法概况	168
6.1.3 我国网络隐私权的保护现状	169
6.1.4 我国网络隐私权保护的立法建议	171
6.2 信息网络传播权保护法律制度	174
6.2.1 信息网络传播权概述	174
6.2.2 我国信息网络传播方面的立法概况	177
6.2.3 信息网络传播的法律保护	178
6.2.4 著作权人和互联网内容提供者的保护责任	181
6.2.5 网络服务提供者在经营活动中应承担的义务	182
6.2.6 网络服务提供者免除赔偿责任的情况	183
6.2.7 法律责任	187
6.3 电子商务中消费者权益保护法律制度	188
6.3.1 电子商务交易中的消费者	188
6.3.2 侵害电子商务消费者权益的原因分析	190
6.3.3 电子商务消费者的权利及其法律保护	191
6.3.4 电子商务经营者的义务	194
6.3.5 网上消费者协会	195
6.3.6 电子合同与消费者权益的保护	196
6.3.7 我国电子商务消费者权益保护制度的完善	198
6.4 电子商务税收法律制度	198
6.4.1 电子商务对传统税收理论与实践的冲击	198
6.4.2 电子商务税收法律制度构建的基本前提	201
6.4.3 科学界定电子商务中的课税对象	203
6.4.4 开征电子商务新税——网络信息商品税	204
自测题	206
实训题	207
小组任务	208
参考文献	209

第 1 章

电子商务法概述



引导性案例

全国人大财经委已起草形成电子商务法法律草案稿

目前我国电子商务立法工作正在积极推进,“电子商务法草案”已经完成。发展十余年的电商行业一直面临无法可依的尴尬局面即将结束。

据悉,电子商务法立法工作于 2013 年年底正式启动,2016 年 3 月 10 日全国人大财政经济委员会副主任委员乌日图答记者问时透露,电子商务立法已列入第十二届全国人大常委会五年立法规划,目前法律草案稿已经形成,将尽早提请审议。

乌日图表示,电子商务出现时间不长,却在经济发展、改善流通,特别是方便人民群众生活等方面发挥了非常重要的作用。但电子商务也存在一些急需适用法律规范的问题,如电子商务经营形式的合法性问题、电子商务经营的市场秩序问题、侵犯消费者权益问题等。“特别是一些随着电子商务发展遇到的新问题,如电商的平台责任问题、数据信息保护问题,都需要通过法律加以规范。”电子商务立法坚持问题导向,对电子商务经营的主体责任、交易与服务安全、数据信息保护、维护消费者权益及市场秩序、公平竞争等内容都进行了规范。

案例分析:因为电子商务是新兴事物,具备发展变化快、涉及层面复杂等特点,相关法律的起草需要凝聚方方面面的智慧,才能更加客观和符合国情。在 2014 年全面系统地开展了 16 项电子商务立法专题研究后,2015 年形成了包括部委版、中国电子商务协会的企业版、北京大学的学术机构版、地方财经委的地方版 4 个版本的大纲。电子商务法起草组对这 4 个版本的大纲进行了充分讨论后,形成了两个版本的立法草案建议稿,一个是把部委、协会和学术机构三家的合二为一,另一个由上海、江苏、浙江三地的人大财经委联合起草。然后这两个草案建议稿又经过听取各方意见再次整合,在 2015 年年底终于形成唯一的送审版本。目前已经整合的电子商务法草案送审版可谓非常全面,“可以满足行业的期待”。电商法将涉及电子商务主体、电子商务监管体系、电子商务市场准入与退出、电子合同、电子支付、快递物流、知识产权保护、消费者权益保护、市场权益与公平竞争、争端解决机制、网络安全和

跨境电商等内容。

(http://www.legaldaily.com.cn/bm/content/2016-03/11/content_6520163.htm?node=20730;
<http://www.mofcom.gov.cn/article/shangwubangzhu/201603/20160301274283.shtml>)



本章学习目标

1. 掌握电子商务的概念,熟悉电子商务的基本构成要素。
2. 掌握电子商务法的特点和电子商务法律关系。
3. 理解电子商务法的作用。
4. 了解电子商务方法概况。



能力指标解析表

电子商务法概述

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重
电子商务法的基本含义	0.5	电子商务概述	0.1	电子商务的含义	0.5
				电子商务的基本构成要素	0.5
		电子商务法是独立的法律部门	0.1	法律部门划分的理论依据	0.2
				电子商务法的调整对象	0.4
		电子商务法符合独立法律部门的标准和要求	0.4		
		电子商务法的定义	0.2	电子商务法的定义	1
电子商务法的基本原则	0.2	中立原则	意思自治原则	0.25	
			功能等同原则	0.25	
			安全原则	0.25	
电子商务法的作用	0.2	为电子商务的规范发展提供了法律环境	0.4		
		促进新技术在电子商务中的广泛应用	0.3		
电子商务法律关系	0.2	有效地遏制了侵犯电子商务交易安全的行为	0.3		
		电子商务法律关系的含义	0.25		
		电子商务法律关系的主体	0.25		
		电子商务法律关系的客体	0.25		
电子商务法律关系的内容	0.25				

续表

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重
电子商务立法概况	0.4	国际社会电子商务立法概况	0.4	联合国的电子商务立法	0.2
				世界贸易组织的电子商务立法	0.2
				地区性组织的电子商务立法	0.2
				世界主要国家的电子商务立法	0.2
				各国电子商务立法的特点	0.2
		我国电子商务的法制建设	0.6	加强电子商务发展政策性文件	0.4
		有关电子商务的法律	0.3		
		规范电子商务应用的管理办法	0.3		
电子商务法体系说明	0.1	电子商务法体系说明	1	电子商务法体系说明	1



职业指导

根据国务院2015年发布的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，到2020年统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。为此，加强对电子商务法的宣传、培养具有电子商务法律知识的专门人才，已经成为电子商务发展的重要支撑点。

目前，电子商务行业人才总体上需求量仍然很大，复合型、开拓型和既有专业能力又有实践经验的人才新一轮人才招聘中的新宠，既懂电子商务技术又懂电子商务法律的人才更为抢手。建立安全、稳定的电子商务安全交易平台与法律环境，培养既懂电子商务又懂电子商务法律的专门人才成为重中之重。为此，开展电子商务基础理论、发展规律研究，探索建立电子商务学科体系，引导高等院校加强电子商务学科建设和人才培养，为电子商务发展提供更多的高层次复合型专门人才。据预测，到2020年电子商务人才需求缺口将达400万人。

1.1 电子商务法的基本含义

1.1.1 电子商务概述

1. 电子商务的含义

电子商务是运用现代通信技术、计算机技术和网络技术进行的一种社会经济形态，其目的是通过降低社会经营成本、提高社会生产效率、优化社会资源配置，从而实现社会财富的最大化利用。它建立在全社会的“网络就绪”的基础上，利用信息技术实现社会商业模式、管理模式、组织结构创新与变革，使全社会资源以透明、快捷、互动的方式流动，带来整

个社会生产经营活动价值链的改变。电子商务是经济和信息技术发展并相互作用的必然产物。目前,对电子商务概念的认识大致分为两类:广义的电子商务概念和狭义的电子商务概念。

广义的电子商务(Electronic Business, EB)是指利用电子手段进行的商务贸易活动。这里的电子手段,无论初级的还是高级的,均涵盖其中。既包括较为先进的互联网技术,也包括以往的电报、电传等技术手段。

狭义的电子商务(Electronic Commerce, EC)涵盖于广义的电子商务概念之中,仅将通过互联网进行的商业活动归属于电子商务。其准确描述为:依托计算机及网络进行货物贸易和服务交易,并提供相关服务的商业形态。具体细分为:企业之间电子商务(Business to Business, B2B);企业和消费者之间电子商务(Business to Consumer, B2C);消费者之间电子商务(Consumer to Consumer, C2C);政府和企业之间电子商务(Government to Business, G2B)。

本教材采用狭义电子商务的概念,并以此为基础构建电子商务法体系。

2. 电子商务的基本构成要素

电子商务是由诸多参与方构成的,并且在交易过程中辅以信息流、资金流和物流来完成交易过程。为此,电子商务的立法也围绕电子商务的基本构成要素而进行。

(1) 电子商务运行平台

电子商务运行平台主要是指计算机网络平台。网络平台是网络基础设施,是实现电子商务底层的硬件基础设施,是商业、业务信息的传输系统。网络主要包括企业内联网、EDI和互联网等,在电子商务中主要是指互联网。电子商务运行平台的主体主要是针对网上交易服务提供者而言的,根据其服务内容可以分为以下几种。

① 网上交易平台服务提供者。网上交易平台服务提供者从事网上交易平台运营并为买卖双方提供交易服务。网上交易平台是平台服务提供者地开展网上交易提供的计算机信息系统,该系统包括互联网、计算机、相关硬件和软件等。

② 网上交易辅助服务提供者。网上交易辅助服务提供者优化网上交易环境和促进网上交易,为买卖双方提供身份认证、信用评估、网络广告发布、网络营销、网上支付、物流配送、交易保险等辅助服务。

生产企业自主开发网上交易平台,开展采购和销售活动,也可视为网上交易服务提供者。

(2) 电子认证机构

电子认证机构(Certification Authority),即CA认证中心,是指作为第三方的数字签名认证机构,通过给从事交易活动的各方主体颁发数字证书、提供证书验证服务等手段来保证交易过程中各方主体电子签名的真实性和可靠性的机构。

(3) 电子商务交易方

电子商务交易的交易方,即利用网络进行电子商务活动的交易人,具体指买方和卖方。

① 买方,是在电子商务交易中利用互联网购买或获得商品或服务的企业或个人。

② 卖方,是在电子商务交易中利用互联网出售商品或服务的企业或个人。现行法律制度规定,从事商品和服务交易须具备相应的资格,交易方应当符合其规定。

电子商务买卖双方包括个人用户与企业用户。个人用户主要利用互联网进行消费活动;

企业用户利用互联网发布产品信息、进行网上洽谈、网上采购与销售,同时也可以利用网络进行企业内部管理。

(4) 网上金融机构

网络金融,又称电子金融(e-finance),从狭义上讲是指在国际互联网(Internet)上开展的金融业务,包括网络银行、网络证券、网络保险等金融服务及相关内容;从广义上讲,网络金融是以网络技术为支撑,在全球范围内的所有金融活动的总称,它不仅包括狭义的内容,还包括网络金融安全、网络金融监管等诸多方面。它不同于传统的以物理形态存在的金融活动,它是存在于电子空间中的金融活动,其存在形态是虚拟化的,运行方式是网络化的,它是信息技术特别是互联网技术飞速发展的产物,是适应电子商务(e-commerce)发展需要而产生的网络时代的金融运行模式。现今的网上金融机构主要是指电子银行和第三方支付平台。作为电子商务必不可少的支撑机构,电子银行业务不同于传统银行业务,电子银行业务实际上为商业银行等金融机构开展其他业务、销售产品与服务提供了一个电子网络平台,并可以在此基础上构成可独立存在的业务品种。电子银行可以为用户提供24小时全天候服务,并采用网上支付手段,极大地方便了用户。第三方支付即由非金融机构提供的支付服务,是指非金融机构在收、付款人之间作为中介机构,通过网络支付提供部分或全部货币资金转移服务。为此,网上支付业务规模不断增长,服务效率稳步提高,网上资金交易和转移日益频繁,客户对电子渠道服务的依赖程度不断加深。

(5) 物流中心

物流中心主要进行商品与服务的配送与传输。对于大多数实体商品和服务来说,物流可能仍通过传统的渠道进行,而网络信息产品和服务则可以直接通过网络传输方式进行配送,如软件、信息咨询服务等。

1.1.2 电子商务法是独立的法律部门

电子商务作为新兴的交易方式,充分利用现代信息及网络技术。由于网络的虚拟性、无形性,使电子商务较传统的交易方式有很大的不同。为此,该种商业行为在互联网环境下形成的独立的调整对象孕育了新的部门法——电子商务法。

1. 法律部门划分的理论依据

对于电子商务法是否是独立的法律部门(部门法)尚有争议。有学者认为电子商务法从属于民法,有学者则认为电子商务法从属于传统商法。对于部门法的划分,应以法律调整的对象划分为主要标准。

法律调整的对象,即社会关系,其具有复杂性、多样性、广泛性、层次性和体系性。在一定程度上,可根据一个国家的法律体系所调整的社会关系的类别来决定该法律体系划分为哪些法律部门;对于某一规范性法律文件,也可根据其调整对象来判断其归属。电子商务法是否以新生事物为调整对象是认定电子商务法是否是独立的法律部门(部门法)的主要依据。

2. 电子商务法的调整对象

调整对象是立法的核心问题,也是一法区别于另一法的基本标准。根据电子商务的本质和特点,电子商务法的调整对象应当是电子商务交易活动中发生的各种社会关系,而这类社会关系是在广泛采用新型信息技术并将这些技术应用到商业领域后才形成的特殊的社会关系,它交叉存在于虚拟社会和实体社会之间,有别于实体社会中的各种社会关系,且完全独立于现行法律的调整范围。电子商务是利用电子手段而开展的商务活动,所以电子商务法的调整对象应当包括技术范围与商务范围。

(1) 电子商务法所涉及的技术范围

电子商务是通过电子手段传递信息的。例如,通过因特网进行的自由格式的文本的传递,以电子数据交换方式进行的通信,计算机之间以标准格式进行的数据传递,利用公开标准或专有标准进行的电文传递。电子商务法在考虑比较先进的通信技术,如电子数据交换和电子邮件的同时,也应考虑到适用于不太先进的通信技术,如电传、传真等,并且任何通信技术均不应排除在电子商务法范围之外,未来技术的发展也必须顾及。

(2) 电子商务法所涉及的商务范围

从本质上讲,电子商务仍然是一种商务活动。因此,电子商务法需要涵盖电子商务环境下的合同、支付、商品配送的演变形式和操作规则;需要涵盖交易双方、居间商和政府的地位、作用和运行规范;也需要涵盖涉及交易安全的大量问题;同时,还需要涵盖某些现有民法尚未涉及的特定领域的法律规范。

3. 电子商务法符合独立法律部门的标准和要求

电子商务关系是因互联网在经济活动中的应用而产生的一种新型社会关系,这种新型社会关系交叉存在于实体社会和虚拟社会之间,具有独特的性质。传统法律能够调整其中一部分内容,而对于另一部分因使用数据电文等网上交易手段产生的一系列新问题,如网络通信记录与电子签字效力的确认、安全标准与电子认证机构的确立、网站及在线交易主体的设立与市场准入、电子合同的订立与证明、电子产品交付与电子支付等建立在传统书面形态下的法律体系是难以调整的,必须制定新的专门法。因此,电子商务法并不应当试图去构建所有的网络贸易秩序规则,而应当将重点放在因交易手段和方式的改变而产生的特殊商事法律关系的调整上。也就是说,电子商务法是调整网络贸易中产生的、传统法律难以调整的商事关系的规则。电子商务法以其独立的、特有的调整对象,使之成为一个独立的部门法。电子商务法是一个非常庞杂的法律体系,涉及许多领域,既包括传统的民法领域,如合同法、著作权法等,又有新的领域,如数字签名法、数字认证法等。为此电子商务法有其独特的调整对象和适用领域。

1.1.3 电子商务法的定义

与电子商务概念相应,大部分的国内外法律法规文件或论著都对电子商务法有广义和狭义两种解释。

广义的电子商务法与广义的电子商务相对应,包括所有调整以数据电文方式进行的商务活动的法律规范。其内容涉及广泛,是具有形式意义的电子商务法,包括调整以电子商务为交易形式和以电子信息为交易内容的法律规范,如联合国的《电子商务示范法》。

狭义的电子商务法对应于狭义的电子商务,是调整以数据电文为交易手段而形成的由交易形式所引起的商事关系的法律规范。这是实质意义上的电子商务法,也是作为部门法意义上的电子商务法。它不仅包括以电子商务命名的法律法规,还包括其他各种制定法中有关电子商务的法律规范,如我国《合同法》中关于数据电文的规定、《刑法》中关于计算机犯罪的规定等。

本教材采用狭义的电子商务法概念,并从狭义的电子商务法的角度来研究相关的法律问题,所以电子商务是依托计算机及网络进行货物贸易和服务交易,并提供相关服务的商业形态。也就是说,只有通过互联网进行的商业活动才归属于电子商务。相应地,电子商务法所解决的问题均应集中于计算机领域中发生的商事活动,如网络通信记录与电子签名效力的确认、认证机构及其权利义务的确立等方面。

1.1.4 电子商务法的基本原则

电子商务是新兴的立法领域,除了遵循法律的一般原则外,还应符合网络环境的新的法律原则。

1. 中立原则

电子商务法的基本目标就是在电子商务活动中建立公平的交易规则。为了实现各方利益的平衡,达到公平的目标,就必须确立电子商务法的中立原则。中立原则包括以下几个方面。

(1) 技术中立

电子商务法对电子商务中各种现行技术不应有任何歧视性要求。同时,还要给未来技术的发展留下法律空间。例如,新计算机的问世、新一代高速网络的出现等,都将考验电子商务法的技术中立性。当然,技术中立原则在实施过程中势必会遇到许多困难。而克服这些具体困难的过程也就是技术中立原则的实现过程。

(2) 媒介中立

媒介中立是中立原则在各种通信媒体上的具体表现,所不同的是,技术中立侧重于信息的控制和利用手段,而媒介中立则侧重于信息依赖的载体。电子商务法应以中立的原则来对待这些媒介,允许各种媒介根据技术和市场的发展规律而相互融合、互相促进。只有这样,才能使各种资源得到充分的利用,从而避免人为的行业垄断。开放性互联网的出现正好为各种媒介发挥其作用提供了理想的环境,达到兴利除弊、共生共荣的目的。

(3) 实施中立

实施中立是指在电子商务法与其他相关法的实施上不可偏废;在本国电子商务活动与国际性电子商务活动的法律待遇上应一视同仁。特别是不能将传统书面环境下的法律规范(如书面、签名、原件等法律要求)的效力置于电子商务法之上,而应中立对待,根据具体环境特征的需求决定法的实施。