



教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

电子商务法

DIANZISHANGWUFA

刘映春 编著

中央广播电视大学出版社

294

0.1

D922.294

L710.1

4

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

电子商务法

刘映春 编著

中央广播电视大学出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法 / 刘映春编著. —北京: 中央广播电视
大学出版社, 2004.8

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978-7-304-02264-8

I. 电… II. 刘… III. 电子商务-法规-中国-
电视大学-教材 IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 086414 号

版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

电子商务法

刘映春 编著

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部: 010-58840200 总编室: 010-68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号

邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 李 朔

责任编辑: 李永强

印刷: 北京云浩印刷有限责任公司

印数: 25001~30000

版本: 2004 年 8 月第 1 版

2007 年 7 月第 6 次印刷

开本: 787×1092 1/16

印张: 17 字数: 387 千字

书号: ISBN 978-7-304-02264-8

定价: 23.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

课程组成员名单

主 审：戴凤岐

审稿组成员：李 克 程 啸

主 编：刘映春

课程组组长：刘志敏

课程组成员：刘志敏 刘 臣

刘映春 李 朔

前言

电子商务是广泛采用新型信息技术或网络技术并将这些技术应用于商业领域后的结果,电子商务形成的社会关系交叉存在于虚拟社会和现实社会之间,具有独特的性质。由于电子商务所具有的种种特征,在现实中引发了大量的矛盾冲突,这些冲突体现在法律上,无疑会引起对传统法律的挑战。因此,商务行为在因特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。随着计算机网络技术的飞速发展和广泛应用,电子商务将成为未来商务活动的主要形式,而电子商务法也将在商事法领域中发挥越来越重要的作用。

电子商务法是调整以电讯为交易手段而形成的交易形式所引起的商事关系的法律规范体系。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,又包括许多新的领域,如电子签名法、电子认证法等,这些法律规范总体上属于商法的范畴。为了规范电子商务,使之在法律的轨道上有秩序地发展,从发达国家到一些发展中国家,都纷纷制定了电子商务的法律规范,以适应并促进电子商务的发展。联合国和一些国际组织也主持制定了一系列调整国际电子商务活动的法律文件。可以说,电子商务法将是 21 世纪占主导地位的商事交易法。

我国在电子商务法方面,明显滞后于世界上电子商务发展较快的国家。为了适应电子商务的发展,我国政府对一些法规作了修改,出台了一系列网络管理的规则,并已经着手制定专门的电子商务方面的法律。2004 年 8 月 28 日第十届全国人民代表大会常务委员会第十一次会议通过了,《中华人民共和国电子签名法》,该法自 2005 年 4 月 1 日起施行,这标志着我国电子商务立法已经进入了实质性发展阶段。

网络没有中心,也没有国界,在网络环境中的商务活动也不受国界的限制。电子商务中的许多问题只有国际社会采取一致规则才能解决,所以电子商务法具有跨越国界、地域的全球化的特性。在本教材的编写过程中,我们主要归纳了联合国及其他国际组织有关电子商务的法律文件,同时介绍了一些国家的相应制度,借鉴了目前我国电子商务法理论研究的通说理论和观点,吸收了学术界关于电子商务法学的最新研究成果。

本教材主要包括三部分内容:一、电子商务法绪论,内容涉及电子商务法的基本理论问题。二、电子商务法本体论,内容涉及数据电文、电子签名、电子认证、电子合同、电子信息交易、电子支付等法律制度。三、电子商务法相关制度论,内容涉及电子商务中的消费者权益保护问题、知识产权问题、隐私权问题,以及电子商务的安全问题和电子商务纠纷的解

决问题。

电子商务专业的学生,通过以前的学习,已经掌握了一定的电子商务的专业知识。在学习本课程的过程中,学生应从法学的角度去理解问题,注重掌握和理解电子商务法的基本概念、基本原理和基本内容。在此基础上,作为知识的扩展,可以了解教材中其他各国的相应法律制度,进行归纳总结和分析,以便对我国未来的电子商务立法具有前瞻性认识。

电子商务立法,在国际上也是一个新兴的商事法律领域,我国的立法与研究也是刚刚起步。我国还没有一部专门的电子商务法,对于电子商务法的基本理论和具体制度,也没有完善的立法和成熟的理论可以借鉴。教材中的错误和不妥之处是难免的,诚恳希望学者及各界专家批评指正,以便在今后的教材修订时改正。此外需指出的是,教材同不断变化的相关法律、法规总会有一定差距,所以教材涉及的法律条文仅供大家学习参考。

本教材的完成是编者与课题组和专家审定组成员共同努力的结果。这里,要特别感谢首都经济贸易大学戴凤岐教授、北京政法职业学院李克教授、清华大学法学院程啸博士等专家组成员,在教学大纲、课程一体化方案设计和教材的审定过程中给予的热情关心、指导和帮助。课程组组长、中央广播电视大学的刘志敏,对整个课程建设和教材的编写作了全面、具体的指导工作,中央广播电视大学的陈凌明、杨军毅、刘爱君付出了辛勤的努力,做了大量的工作,在此向他们表示衷心的感谢。中央广播电视大学出版社的李朔编辑和李永强编辑在本书的编写过程中始终给予积极的协助和支持,付出了大量辛勤的劳动,在此谨表谢意!

编 者

2004年7月于北京

目 录

第一编 电子商务法绪论

2	第一章 电子商务基本原理
3	第一节 电子商务的概念与特征
9	第二节 电子商务的发展沿革
14	第二章 电子商务法的基本理论
15	第一节 电子商务法的概念与特征
18	第二节 电子商务法的性质与地位
20	第三节 电子商务法的调整对象、体系和基本原则
25	第三章 电子商务立法概况
26	第一节 电子商务对传统法律的挑战以及法律的应对方法
30	第二节 国际组织电子商务立法概况
33	第三节 世界主要国家电子商务立法概况
40	第四节 我国电子商务立法概况

第二编 电子商务法本体论

50	第四章 数据电文法律制度
51	第一节 数据电文的概念

53	第二节	传统书面形式与数据电文的矛盾
64	第三节	数据电文的法律效力
68	第四节	数据电文的传递规则
80	第五章 电子签名法律制度	
81	第一节	电子签名的概念
84	第二节	数字签名
90	第三节	电子签名的法律效力
97	第六章 电子认证法律制度	
98	第一节	电子认证的概念和功能
101	第二节	公钥基础设施
105	第三节	认证机构
114	第四节	认证证书业务规范
123	第五节	电子认证法律关系当事人及其行为规范
130	第七章 电子合同法律制度	
131	第一节	电子合同概述
133	第二节	电子合同的成立
145	第三节	电子合同的效力
157	第八章 电子信息交易法律制度	
158	第一节	信息、信息权及信息交易
163	第二节	电子信息交易法律关系
168	第三节	电子信息交易的履行问题
177	第九章 电子支付法律制度	
178	第一节	电子支付概述
183	第二节	网上银行及其法律问题
187	第三节	电子货币及其法律问题

- 191 第四节 电子支付的安全机制

第三编 电子商务法相关制度论

198 第十章 电子商务中的消费者权益保护问题

- 199 第一节 电子商务与消费者权益保护
205 第二节 网络格式条款及其规制
209 第三节 电子商务环境中的消费者权益保护立法

212 第十一章 电子商务中的知识产权问题

- 213 第一节 电子商务中的著作权保护问题
221 第二节 商标与域名问题
226 第三节 电子商务中的专利权保护问题

231 第十二章 电子商务中的隐私权保护问题

- 232 第一节 电子商务中的隐私权问题
234 第二节 个人资料的保护

240 第十三章 电子商务安全问题

- 241 第一节 电子商务的风险与安全问题
242 第二节 安全电子商务

246 第十四章 电子商务纠纷的解决

- 247 第一节 管辖权问题
255 第二节 电子商务纠纷的法律适用

259 参考资料

第一编

电子商务法绪论

第一章 电子商务基本原理

第二章 电子商务法的基本理论

第三章 电子商务立法概况

第一章 电子商务基本原理

学习目标：

1. 了解在不同领域中对电子商务的不同理解
2. 了解电子商务的产生和发展趋势
3. 掌握电子商务的含义
4. 掌握电子商务的技术特征和商务特征

关键概念：

电子商务 信息技术 因特网 数据交换

信息技术已经发展成为一种新的、数字化的工具，它覆盖了整个世界的绝大部分地区，不仅使全球可共享丰富的信息，同时，也使传统的由买卖双方构成的经济模式发生了深刻的变化。企业和消费者在通过电子技术手段尤其是因特网进行商业活动并获取收益的同时，也发展着一种新的商业交易形式——“电子商务”。20 世纪 90 年代以前，因特网主要用于科学研究、学术交流、教育及新闻传播等领域。直到进入 90 年代以后，其商业应用才得到飞速的发展。这个覆盖全球的网络，以其无可比拟的优势和特点，向人们展示了巨大的商业机会。数以万计的大小企业、个人、甚至政府，都纷纷加入到因特网之中，寻求和创造商业利益。目前，国际上所有的大企业都已经或正在上网，电子商务顿时风靡整个世界。因特网这一新兴电子技术所带来的商业机会，正进一步冲击着社会的各个角落，甚至带来一场新的产业革命。

第一节 电子商务的概念与特征

一、电子商务的概念

(一) 电子商务的定义：各家学说

“电子商务”有多种不同的表达方式。在英文中，有 electronic commerce, electronic trade, electronic business, electronic service, electronic transaction, cyber shopping 等，虽然这些词的含义各有侧重，不尽一致，但都是指通过网络的商贸活动。目前，最常见的是 electronic commerce (简称为 E-commerce 或缩写为 EC)。在中文里，常见的表述有电子商务、电子交易、电子商业、电子贸易、电子商贸、网上商务、网上贸易等，在我国大陆和台湾省使用较多的是电子商务，而在我国香港地区多使用电子商贸。

1. 国际上关于电子商务的各种定义

对于电子商务的概念，各国政府、各种学者、组织、学术团体、企业等都根据自己的理解、工作需要、商业目的、参与电子商务的程度等方面的理由给出了不同的定义，下面列举几种有代表性的观点：

第一，美国政府在《全球电子商务纲要》中指出：电子商务是通过因特网 (Internet) 进行的各种商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务将涉及世界各国。

第二，世界贸易组织 (World Trade Organization, 简称 WTO) 认为：电子商务可以简单地定义为，通过电子通信网络进行商品和服务的生产、市场营销、销售和分配。

第三，联合国国际贸易法委员会认为：电子商务是指在 Internet 上进行的商务活动，它是纸上信息交流和存储方式的一种替换形式。其主要功能包括网上的广告、订货、付款、客户服务和货物递交等销售、售前和售后服务，以及市场调查分析、财务统计及生产安排等多项利用 Internet 开发的商业活动。电子商务的一个重要特征是利用环球网 (Web) 进行技术传输和商业信息处理。

第四，欧洲经济委员会认为：电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易。这里的电子方式包括电子数据交换 (electronic data interchange, 简称 EDI)、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件 (E-mail)、传真、网络、电子公告系统条码、图像处理、智能卡等^①。

2. 我国关于电子商务的各种定义

我国许多学者也从不同的角度对电子商务做出了解释。人们多从其采用的技术与手段，

^① 马海群：《信息法学》，295页，北京，科学出版社，2002。

或者赖以运行的技术环境等角度,来对电子商务进行描述和概括。举例如下:

第一,侧重描述电子商务的技术手段的定义,如:“电子商务主要是指利用 web 技术提供的通信手段在网络上进行的交易活动。”^①“电子商务是通过文本、声音和图像等数据的电子化处理和交换,从而以电子手段来进行的商务活动。”^②“电子商务是使用电子传输媒介(电信)从事一地到另一地需要进行物理或数字运输的产品和服务的交换,包括购买和销售。”^③

第二,侧重描述电子商务的技术环境的定义,如:“电子商务是以互联网络(Internet)为平台而进行的商务活动。”^④“电子商务是通过计算机互联网络进行的各种商务活动的总称。”^⑤

第三,兼顾技术手段和技术环境的定义,如:“电子商务是指对整个交易活动实现电子化,或指买卖双方之间依托计算机网络(主要是指 Internet 网络),按照一定的标准所进行的各类商贸活动。”^⑥“电子商务是指利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,再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。”^⑦

综上所述可以看出,人们根据自己的理解对电子商务进行了解释,虽然侧重点有所不同,但其实质、内涵却基本一致,都强调利用电子信息技术和网络来开展商贸活动。

(二) 广义的电子商务和狭义的电子商务

仅从字面来理解,电子商务=电子技术+商务活动。作为完整的电子商务的概念,可以从广义和狭义两个方面来解释。

1. 广义的电子商务

广义的电子商务是指所有利用电子技术手段和信息技术进行的商业贸易活动。广义的电子商务中的电子技术,是一个开放的概念,它包括但不限于电子通讯与电子计算技术。美国《统一电子交易法》对电子的解释是:“电子,是指电讯、数字、磁力、无线、光学、电磁技术以及与其相关或相似的技术。”以联合国国际贸易法委员会制定的《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》(以下简称《电子商务示范法》)中的术语来解释,所谓电子技术手段,就是“数据电文”。这是一种广义的理解。在广义的电子商务的概念下,我们可将一切现有的或者将来可能出现的通讯计算机技术的商业化应用,纳入电子商务法的调整范围之内,进而为全方位的电子商务的运行提供一个统一的、顺畅的运行平台。

2. 狭义的电子商务

狭义的电子商务是指基于网络所进行的各种商贸活动、交易活动、金融活动和服务活动

① 蒋坡:《我国电子商务法律调整问题》,载《政治与法律》,2000(1)。

② 杨迅:《电子商务的发展及其法律体系的构建》,载《复旦学报》(社科版),2001(1)。

③ 杨迅:《电子商务的发展及其法律体系的构建》,载《复旦学报》(社科版),2001(1)。

④ 刘德良:《论我国电子商务立法的指导思想与基本原则》,载《武汉理工大学学报》(社科版),2001(4)。

⑤ 蒋坡:《我国电子商务法律调整问题》,载《政治与法律》,2000(1)。

⑥ 李晓安:《亟待建立电子商务法律机制》,载《现代电子技术》,2001(1)。

⑦ 田文英:《电子商务法概论》,2页,西安,西安交通大学出版社,2000。

的统称,即 I-commerce。这是当前发展最快的电子商务形式,是全新的商贸活动,也是企业和消费者认同的“电子商务”;是前途最广的电子商务的形式,是电子商务的主流。目前企业界所说的电子商务,一般是指因特网电子商务。

3. 电子商务的法律定义

在立法实践中,目前只有韩国的《电子商务基本法》对电子商务做出了定义。该法第2条规定:“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。”从中可以看出,韩国电子商务法使用的也是广义的电子商务概念。

(三) 电子商务的含义

目前,无论从联合国国际贸易法委员会已颁布和正在起草的有关电子商务的法律文件,还是从世界各国的电子商务法律文件来看,使用最为广泛的是广义的电子商务的概念。因而其与商业界所说的电子商务,在外延上有较大不同。

本书所说的电子商务是一种广义上的电子商务,是指所有利用包括电讯、数字、磁力、无线、光学、电磁技术等电子技术手段和信息技术进行的商贸活动、交易活动、金融活动和服务活动的统称。尽管以因特网为运行平台的商事交易活动,即 I-commerce 已经成为电子商务的主导潮流,但是它并不与电讯、EDI 等电子商务形式相抵触。相反,在因特网这一无比广阔的平台,各种不同的电子商务形式,还会相互融合,发挥出前所未有的效率。如果仅仅将电子商务法的适用范围局限于因特网商务活动,不仅会妨碍现有通讯技术的应用,还可能阻碍新技术的开发与推广。因此,“无论是以 EDI 为代表的封闭型的计算机网络,还是开放型的因特网;亦不管是模拟式的电子通讯,还是数字化的数据交换,只要它们被运用于商事交易活动,都将是电子商务法调整的内容。”^①

二、电子商务的特征

电子商务可以简单的表述为:电子商务 = 电子技术 + 商务活动。据此,电子商务就具有技术和商务两方面的特征。

(一) 电子商务的技术特征

电子商务的技术特征主要有以下几个方面:

第一,电子商务以现代信息网络技术为支撑。它伴随信息网络的发展而产生,电子商务实施和完成的每一步都需要依靠信息技术。离开了信息技术,电子商务就如无水之鱼。

第二,电子商务打破了传统商务活动的时空观念。它以网络虚拟市场作为运作空间,以数字化的信息流作为处理的主要内容,人们的商务活动不再受时间和空间的限制,即使远隔千里也能很方便地完成交易。

第三,电子商务以全国或全球市场为其经营市场。过去由于国界、运输、劳务、财力、

^① 张楚:《电子商务法初论》,19页,北京,中国政法大学出版社,2000。

技术等条件的限制,许多企业的经营市场局限在较小的地域范围,很难将市场拓展至全国或国外。如今,网络遍布全球每一个角落,企业十分容易将业务发展到国外市场。

第四,电子商务具有极大的便捷性和更高的协调性。参与电子商务的主体,在电脑上能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务劳动,克服了空间和时间的限制,消费者在家里也能享用电子商务提供的各种服务。传统商务活动就需要每一个环节的紧密协调,在电子商务环境中,这种协调要求更高,它要求企业、银行、配送中心、通信部门、技术部门、最终用户等通力协作,任何一个环节出了差错,就会导致电子商务活动的半途而废^①。

(二) 电子商务的商务特征

1. 电子商务交易过程的阶段

大致而言,电子商务的交易过程有三个阶段^②:

第一阶段,即交易前,主要是指交易双方在交易合同签订之前所进行的一些活动,包括在因特网及其他各种商务网络上,卖方发布自己的产品和交易的有关信息,买方寻找适合自己的商品和交易机会,双方通过电子网络交换信息,比较商品价格和交易条件,了解对方国家、地区的有关贸易政策,从而选择合适的交易对象。

第二阶段,即交易中,主要指签订合同、进行交易的过程。这一过程涉及面很广,如与金融机构、运输部门、税务机关、海关等方面进行电子单证的交换,即电子数据交换(EDI)和电子支付等。

第三阶段,即交易后,主要指在交易双方完成各种交易手续之后,商品交付运输公司起运或通过邮局邮寄,或者直接通过电子化方式传送数字产品或提供服务,并向用户提供方便、及时、优质的售后服务等。

2. 电子商务活动的特点

从电子商务上述三个阶段可以看出,电子商务在商务活动中的特点主要体现在以下三个方面:

第一,交易无纸化。电子交易以电子媒介取代了传统商务的纸张媒介,并以电子形式取代了传统的书面、签名形式。同时,信息的交流、记录、存储通过光、磁、电等技术手段完成。

第二,交易环境发生了变化。传统交易是“面对面”的交易,在特定地点与特定对象之间进行,交易双方或者由于在场、或者通过电话等必然地发生某种物理联系。电子交易则在很多情况下表现为“机对机”的交易,交易在互联网上进行,机与机之间的通信可以取代人与人之间的直接接触,交易对象可能是互联网上遇到的任何人。在此情景中,传统的时空界限被突破,交易的环境具有更大的开放性。

第三,交易内容发生了变化。在电子商务时代,信息本身成为交易标的物。信息产品既可依托有形载体存在,也可依托无形的载体存在,而电子技术又使得没有任何载体的信息交

① 马海群:《信息法学》,301页,北京,科学出版社,2002。

② 刘采:《全球电子商务》,27页,北京,人民邮电出版社,1999。

易成为可能。数字化技术使许多原来需要纸、磁介质、物理介质传递信息制品,如书、软件、音乐、影视剧等,现在可以在线下载、阅读、收看等,使信息脱离了载体成为独立的可交易“财产”。而传统有关贸易的法律基本上是针对有形货物的,而不针对无形信息产品。

三、电子商务的类型

与传统商务相比,电子商务不但涵盖的业务范围很广,而且种类也比较多。按照不同的划分方法,电子商务可以分为不同的类型。

(一) BtoB, BtoC, BtoG 和 GtoC

按照电子商务交易双方主体不同划分,电子商务可以划分为企业与企业、企业与消费者、企业与政府、政府与个人等四类电子商务。

第一,企业与企业(Business to Business,简称 BtoB 或 B2B 或 BB 或 B-B)的电子商务是指企业与企业之间利用网络进行的各种商务活动。这种电子商务正在成为电子商务的主流,企业之间利用网络可以完成采购、信息沟通、付款、发货等工作,企业之间的交易与合作是这类电子商务的主要内容。这一类电子商务已有多年的运作历史,特别是企业通过专用网或增值计算机网络(value-added network,简称 VAN)采用 EDI 方式进行的电子商务起源最早,也较为成熟。

第二,企业与消费者(Business to Consumer,简称 BtoC 或 B2C 或 BC 或 B-C)的电子商务是指企业与消费者之间发生的商务活动,包括企业对消费者和消费者对企业两种形式。这种商务的基本形式是电子零售业,即企业借助网络开展在线销售活动,它是消费者通过网络参与经济活动的高级形式。目前这类电子商务发展很快,不但一些传统企业开展了网上销售,而且还出现了专门的网站从事网上销售。在发达国家,网上购物已具有相当规模,最近两年网上购物在我国也有一定的发展。随着上网人数的急剧膨胀,它将是未来最有潜力的商务。

第三,企业与政府(Business to Government,简称 BtoG 或 B2G 或 BG 或 B-G)的电子商务是指企业与政府之间发生的电子商务活动。这种商务活动可以覆盖企业与政府之间的许多事务,如政府通过网络从企业采购物品、向企业发放许可证、向企业传递政府管理信息,企业通过网络向政府传递统计资料或企业的相关信息、交纳税款、办理进出口业务等。当前,各国的政府信息化工作正在如火如荼地进行,这为企业与政府开展电子商务打下了良好的基础,预计在未来这种电子商务会有较快的发展。我国的电子报关、网上交税、政府网上采购等都有了长足的发展。

第四,政府与个人(Government to Consumer,简称 GtoC 或 G2C 或 GC 或 G-C)的电子商务是指政府与个人之间发生的电子商务。这类电子商务发展比较缓慢,尚处于起步阶段,但有些国家已经在进行探索。如在美国一些政府网站向消费者推销产品,在澳大利亚一些个人纳税通过网络进行。未来这种电子商务应集中在个人报税、社会福利基金的发放等方面。

（二）完全电子商务和不完全电子商务

按照商务在网上的实现程度划分，电子商务可分为完全电子商务和不完全电子商务。

完全电子商务是指商务活动的全过程，从订购、付款到交货都可以在网上完成。这类商务的对象通常是知识产品或服务，如订购软件、电子图书或信息服务。

不完全电子商务是指商务活动全过程的完成既要利用网络，也要依赖传统的商务活动，如购买有形的商品，可以在网上订购、支付，但最终用户获得商品还必须借助于传统的商品配送系统。无论未来电子商务多么发达，这两种形式都将始终存在。

（三）本地电子商务、国内电子商务和国际电子商务

根据电子商务的辐射范围，其可以分为本地电子商务、国内电子商务和国际电子商务。

本地电子商务是指在本城市区域或本地区所开展的电子商务活动，它是国内电子商务和国际电子商务的基础。

国内电子商务是指在本国区域内进行的网上商务活动，其发展程度依赖于一个国家的信息化水平和是否有一个高效的物流网络。

国际电子商务是指企业与国外客商进行的电子商务活动。

（四）EDI 商务，Internet 商务和 Intranet 商务

按照使用的网络类型划分，目前在电子商务中使用的网络有三种：EDI 商务、Internet 商务和 Intranet 商务。

EDI 商务主要是应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务的电子商务，相对于 Internet，EDI 较好地解决了安全保障问题，随着网络的发展，Web-EDI 正在逐步取代传统的 EDI。Internet 商务是电子商务的主流，也是我们平时所说的电子商务。Intranet 将企业在不同地方的各分支机构及内部各部门通过信息网络连通，企业内部的各种交易和信息交流都可以在 Intranet 上完成。

（五）贸易型电子商务和服务型电子商务

按照商务活动的内容分类，电子商务主要包括两类商业活动：一类是贸易型电子商务，一类是服务型电子商务。

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，如邮政、快递和物流配送系统；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。信息产品是指以数字形式存在的信息、知识、娱乐产品等，信息产品具有不可破坏性或不可消耗性、可变性（容易改变）和容易复制性，在网络环境下，所有的信息产品都可以通过数字的形式表现、传递、复制，成为电子商务领域最核心和最活跃的领域。

服务型的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、传输、信息服务等。网络服务提供商（Internet service providers，简称 ISP）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、