

21世纪应用型本科规划教材

# 电子商务法

E-Commerce Law

韩学平 孔令秋 主编  
郭海霞 石磊 副主编  
郭亚杰 主审

 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press

D913.01/51

2008

21

# 电子商务法

韩学平 孔令秋 主 编  
郭海霞 石 磊 副主编  
郭亚杰 主 审

 **东北财经大学出版社**  
Dongbei University of Finance & Economics Press

大 连

© 韩学平 孔令秋 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法 / 韩学平, 孔令秋主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 7

(21 世纪应用型本科规划教材)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 415 - 3

I. 电… II. ①韩… ②孔… III. 电子商务 - 法规 - 中国 - 高等学校 - 教材 IV. D922. 294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 101127 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: [dufep@dufe.edu.cn](mailto:dufep@dufe.edu.cn)

大连天正华延彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 148mm × 210mm

字数: 406 千字

印张: 12 1/2

2008 年 7 月第 1 版

2008 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘贤恩 石真珍 孙 平

责任校对: 边 笑

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 415 - 3

定价: 24.00 元

# 前言

国家发展和改革委员会、国务院信息化办公室制定的《电子商务发展“十一五”规划》要求,在“十一五”结束时,电子商务支撑体系基本满足应用需求,法律法规、人才培养、技术服务等基本适应电子商务发展的需要。为此,加强对电子商务法进行宣传、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。

“电子商务法”课程是一门以培养电子商务法律专门人才为目标的主干课程,是随着电子商务这一新兴产业的产生而产生的,已经成为全国高等学校电子商务专业、法学专业教学中不可或缺的专业课程。

本教材立足于创立全新的电子商务法课程教学模式,以“6+2+2 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、双语教学和电子商务法律实践环节三个模块,并将其有机结合,其课时比例分配为6:2:2;以“3+2人才培养模式”为定位,“3”即“3基”,包括基本理论、基本

知识、基本技能，“2”即素质教育与创新人才培养，力图探索出一条具有普遍适用性的电子商务法教学模式。与其他版本的电子商务法教材相比，本书具有强化理论教学、突出实践技能、强调应用、兼顾专业外语的教学和模块化的结构等特点。本书每章都包括如下模块：

**学习目标。**学习目标是分析教材和指导学生学习的依据，对学生了解学习的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归宿。学习目标达成与否是对教师的教学质量和学生的学习效果进行评价的主要内容和标准之一。

**本章案例导读。**每章所设案例旨在通过教师的指导和教学的互动性让学生对问题进行探索形成独特见解，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，培养学生分析问题和解决问题的能力，激发学生的学习兴趣。

**理论知识。**每章的主要内容是阐述基本理论知识，并与本章实践技能操作相互对应，使学生以最短的时间掌握“3基”，并将所学的知识转化到实践领域。

**关键概念。**对每章中主要的概念加以列示，便于学生掌握该章核心内容之所在。

**技能训练。**在电子商务法的教学中，学生通过实践技能操作可使基本理论、基本知识与实践充分结合，增强综合技能。在实践教学中，它包括以下内容：了解电子商务模拟操作系统

中可能发生的实际法律问题；运用基本理论对网上真实案例进行解读；亲身体会电子商务活动中的法律问题，如网络维权、在线仲裁等。

知识训练。在课堂教学中，教师将电子商务法的有关知识传授给学生，必然会产生效果，教师通过学生关于电子商务法律知识 and 技能掌握情况的反馈信息，不仅可以诊断教学效果，随时修正教学方案、调整课时计划，而且能有效调动、激励学生和教师两方面的因素，使教与学达到最佳效果。

为方便教学，本书配有电子版教学辅助材料（知识训练参考答案、综合试题及答案、能力指标体系、电子商务法英文核心词汇），请授课教师登录东北财经大学出版社网站（[www.dufep.cn](http://www.dufep.cn)）查询和下载。

东北农业大学法学院院长、博士生导师韩学平教授和哈尔滨学院的孔令秋老师担任本书主编，并负责统稿工作，郭海霞和石磊老师担任副主编。本书具体章节的分工如下：孔令秋编写第一、十章，姜鑫编写第二、三章，郭海霞编写第四、五章，石磊编写第六、七章，陈松编写第八章，韩学平编写第九章和第十二章第一、二节，付杰、姜昱子编写第十一章，王玉薇编写第十二章第三节。全书由郭亚杰教授负责审定。

编者在本书的编写过程中参阅和借鉴了大量的文献资料，在此表示衷心感谢。

由于电子商务法本身是一门不断发展的课程，加之作者水

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。欢迎您通过电子信箱 [klq2006@126.com](mailto:klq2006@126.com) 与编者联系。

**编 者**

2008 年 5 月

# 目 录

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| <b>第一章 电子商务法的基本理论</b> .....    | 1  |
| 学习目标.....                      | 1  |
| 本章案例导读.....                    | 1  |
| 第一节 电子商务概念与分类.....             | 2  |
| 第二节 电子商务的基本内容.....             | 9  |
| 第三节 电子商务法的概念和特征 .....          | 22 |
| 第四节 电子商务法律关系 .....             | 28 |
| 第五节 我国电子商务法律体系 .....           | 33 |
| 本章小结 .....                     | 43 |
| 关键概念 .....                     | 44 |
| 技能训练 .....                     | 44 |
| 知识训练 .....                     | 45 |
| <b>第二章 数据电文与电子签名法律制度</b> ..... | 47 |
| 学习目标 .....                     | 47 |
| 本章案例导读 .....                   | 47 |
| 第一节 数据电文与电子签名概述 .....          | 48 |
| 第二节 全球电子签名立法现状 .....           | 56 |
| 第三节 数据电文与电子签名的法律效力 .....       | 61 |
| 本章小结 .....                     | 74 |
| 关键概念 .....                     | 75 |
| 技能训练 .....                     | 75 |
| 知识训练 .....                     | 76 |
| <b>第三章 电子认证法律制度</b> .....      | 78 |
| 学习目标 .....                     | 78 |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 本章案例导读 .....                      | 78         |
| 第一节 电子认证概述 .....                  | 79         |
| 第二节 电子签名认证证书制度 .....              | 84         |
| 第三节 电子认证机构 .....                  | 89         |
| 第四节 电子认证服务过程中的法律责任 .....          | 100        |
| 本章小结 .....                        | 107        |
| 关键概念 .....                        | 108        |
| 技能训练 .....                        | 108        |
| 知识训练 .....                        | 109        |
| <b>第四章 电子合同法律制度</b> .....         | <b>111</b> |
| 学习目标 .....                        | 111        |
| 本章案例导读 .....                      | 111        |
| 第一节 电子合同概述 .....                  | 112        |
| 第二节 电子合同的订立 .....                 | 116        |
| 第三节 电子合同的效力 .....                 | 126        |
| 第四节 电子合同的形式和条款 .....              | 132        |
| 第五节 电子合同的履行与违约责任 .....            | 135        |
| 本章小结 .....                        | 143        |
| 关键概念 .....                        | 143        |
| 技能训练 .....                        | 143        |
| 知识训练 .....                        | 144        |
| <b>第五章 电子支付法律制度</b> .....         | <b>146</b> |
| 学习目标 .....                        | 146        |
| 本章案例导读 .....                      | 146        |
| 第一节 电子支付概述 .....                  | 147        |
| 第二节 电子支付的立法现状 .....               | 152        |
| 第三节 电子支付法律关系 .....                | 156        |
| 第四节 电子银行法律制度 .....                | 164        |
| 第五节 电子货币及其法律问题 .....              | 170        |
| 本章小结 .....                        | 173        |
| 关键概念 .....                        | 173        |
| 技能训练 .....                        | 173        |
| 知识训练 .....                        | 175        |
| <b>第六章 电子商务中消费者权益保护法律制度</b> ..... | <b>177</b> |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 学习目标                        | 177        |
| 本章案例导读                      | 177        |
| 第一节 电子商务消费者权益保护概述           | 178        |
| 第二节 网上消费者权益的法律保护            | 185        |
| 本章小结                        | 201        |
| 关键概念                        | 202        |
| 技能训练                        | 202        |
| 知识训练                        | 202        |
| <b>第七章 电子商务中网络隐私权保护法律制度</b> | <b>205</b> |
| 学习目标                        | 205        |
| 本章案例导读                      | 205        |
| 第一节 电子商务中的隐私权问题             | 206        |
| 第二节 网络隐私权保护国内外立法现状          | 211        |
| 第三节 我国个人信息保护立法              | 215        |
| 本章小结                        | 221        |
| 关键概念                        | 222        |
| 技能训练                        | 222        |
| 知识训练                        | 222        |
| <b>第八章 电子商务与知识产权保护法律制度</b>  | <b>224</b> |
| 学习目标                        | 224        |
| 本章案例导读                      | 224        |
| 第一节 知识产权概述                  | 225        |
| 第二节 电子商务环境下著作权的法律保护         | 228        |
| 第三节 电子商务环境下域名的法律保护          | 251        |
| 第四节 电子商务环境下商标权的法律保护         | 259        |
| 本章小结                        | 262        |
| 关键概念                        | 262        |
| 技能训练                        | 263        |
| 知识训练                        | 263        |
| <b>第九章 电子商务中的广告法律制度</b>     | <b>265</b> |
| 学习目标                        | 265        |
| 本章案例导读                      | 265        |
| 第一节 电子商务广告概述                | 266        |
| 第二节 电子商务广告的主要法律问题及对策        | 272        |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 本章小结                        | 284        |
| 关键概念                        | 285        |
| 技能训练                        | 285        |
| 知识训练                        | 285        |
| <b>第十章 电子商务税收法律制度</b>       | <b>287</b> |
| 学习目标                        | 287        |
| 本章案例导读                      | 287        |
| 第一节 现行税法概述                  | 288        |
| 第二节 电子商务对现行税收体制的挑战          | 294        |
| 第三节 国外电子商务税收立法概况            | 301        |
| 第四节 电子商务税收法律体系构建的基础         | 305        |
| 第五节 电子商务环境下我国税法体制重构         | 310        |
| 本章小结                        | 317        |
| 关键概念                        | 317        |
| 技能训练                        | 317        |
| 知识训练                        | 319        |
| <b>第十一章 电子商务安全与网络犯罪法律制度</b> | <b>321</b> |
| 学习目标                        | 321        |
| 本章案例导读                      | 321        |
| 第一节 电子商务安全概述                | 322        |
| 第二节 我国电子商务安全的法律保护           | 327        |
| 第三节 网络犯罪概述                  | 334        |
| 第四节 网络犯罪的成因与应对              | 338        |
| 本章小结                        | 349        |
| 关键概念                        | 349        |
| 技能训练                        | 349        |
| 知识训练                        | 351        |
| <b>第十二章 电子商务纠纷的解决机制</b>     | <b>354</b> |
| 学习目标                        | 354        |
| 本章案例导读                      | 354        |
| 第一节 电子商务中的诉讼管辖              | 355        |
| 第二节 电子证据                    | 366        |
| 第三节 在线争议的解决方式               | 372        |
| 本章小结                        | 376        |

|                     |            |
|---------------------|------------|
| 关键概念.....           | 377        |
| 技能训练.....           | 377        |
| 知识训练.....           | 378        |
| <b>主要参考文献</b> ..... | <b>380</b> |

# 第一章

## 电子商务法的基本理论

### 学习目标

通过本章的学习与技能训练,掌握电子商务及电子商务法的概念、电子商务法的特点和电子商务法律关系,理解电子商务的基本内容、电子商务的本质特征和分类,了解电子商务法的性质和地位。

### 本章案例导读

#### 珊瑚虫 QQ 作者被判入狱三年罚款 120 万元

2008 年 3 月 20 日,珊瑚虫 QQ 侵权案由深圳南山区法院做出一审判决,法院判定被告人陈寿福犯侵犯著作权罪,判处有期徒刑 3 年,并处罚金人民币 120 万元。

一审结果公布后,网站上有 5 000 余条支持 Soff 的留言。Soff 真名陈寿福,已两次因涉嫌侵犯著作权吃官司。2006 年 8 月,腾讯公司以侵犯著作权并构成不正当竞争为由将其告上法庭;2007 年 8 月,腾讯公司再次以侵犯著作权进行非法牟利为由起诉他。原因是陈寿福写了一组名为“珊瑚虫”的程序,能让网民在使用腾讯 QQ 聊天工具时不受广告骚扰,而且是免费使用,许多网友都以为珊瑚虫是腾讯 QQ 的一款。事实上,同样的功能腾讯 QQ 也可以提供,只是要收费。

支持陈寿福的网友认为其实陈寿福做的是很简单的事,腾讯也能做,但它为什么就不能从客户利益出发呢?有网友自发创建了“珊瑚虫声援站”支持陈寿福。有些业界人士不同意网友的意见,认为为了防止盗版,

商家会使用加密锁或软加密对软件进行保护，非法授权的用户将无法正常使用，如果第三方开发出一种程序，可以绕过加密锁而使非法用户未经授权使用许可证，这种行为就是盗版。腾讯的做法实际是对盗版侵权说了声“不”，这不但维护了腾讯自身的利益，也极大震慑了那些以制造盗版、破解正版为业的不法分子，维护了整个软件行业的利益。

资料来源 宗禾：《珊瑚虫作者被判入狱三年》，载《南方日报》，2008-03-25。略有改动。

---

## 第一节 电子商务概念与分类

---

随着计算机及网络信息技术的飞速发展，电子商务应运而生，并迅速步入企业的生产和人们的生活当中，成为推动经济全球化、贸易自由化和信息现代化的全新动力。目前，电子商务正以强劲的势头影响着企业的生产经营方式、商务交易模式，人们的生活、消费方式和政府的工作方式。总之，电子商务给社会经济的各个方面带来了根本性的变革。

### 一、电子商务的基本内涵

#### （一）电子商务的定义

电子商务是经济和信息化技术发展并相互作用的必然产物。目前，对电子商务基本概念的认识有两类：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）是指利用电子手段进行的商务贸易活动，即EB。这里的电子手段，无论是初级的还是高级的，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）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，即EC。其准确描述为：交易各方或参与人利用计算机及网络等现代信息技术而开展的各类商务活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

狭义电子商务是当今电子商务发展的主流趋势。具体来说，它是在互联网开放的网络环境下基于浏览器/服务器应用方式，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付的一种新型的商业运营模式。由于互联网本身具有开放性、全球性、低成本、高效率的特点，因而也成为电子商务的内在特征，并因此使电子商务超越了作为一种新

的贸易形式所具有的价值。电子商务不仅改变企业自身的生产、经营、管理活动，而且影响到整个社会的经济运行与结构。本教材指称的电子商务是狭义的电子商务。

## （二）电子商务的本质特征

从电子商务的定义可以看出，电子商务本质上仍属于商业交易活动，但电子商务是基于互联网而开展的经济活动，该经济活动势必导致新型社会关系的产生，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。电子商务具有以下特征：

### 1. 电子商务是现代信息技术和商务活动的有机结合

现代信息技术包含各种使用电子技术为基础的通信方式；商务活动是指组织或个人为实现生产经营或消费活动目的而从事的各类有关资源、知识、信息交易等活动的总称。电子商务则是现代信息技术和商务活动的结合部分，即利用先进的信息技术开展的商务活动。

### 2. 电子商务是采用最先进信息技术开展的商务活动

电子商务是借助于互联网及其技术完成的商业交易活动。电子商务交易各方只需将供求意愿按要求输入电子商务网络，网络便会根据用户的需求完成相关信息搜索，并提供给用户多种买卖选择，协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。

### 3. 电子商务的交易活动在虚拟的交易市场中完成

市场是供需的有效集结。虚拟市场一般是由一些传统中间商在网上建立的商业网站，一个这样的网站相当于一个商业虚拟社区，帮助那些地理位置非常分散的买方和卖方迅速建立起联系。所以，电子商务能够跨越时空，准确、实时地向交易各方提供商品和服务，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

## （三）电子商务中的信息流、物流和资金流

电子商务交易离不开信息流、物流和资金流的支撑，但是“三流”在不同的电子商务交易模式下的表现形式与组合方式不尽相同。

### 1. 物流

物流是指为了满足企业与客户的需求，以最低成本，通过采购配送、物流性加工、仓储和包装等环节实现商品与相关信息在空间和时间上的位移所进行的计划、实施和管理过程。在信息技术高速发展的今天，特别是在电子商务贸易方式下，物流活动显得尤为重要。

### 2. 信息流

信息是客观世界中各种事物的变化和特征的反映，是客观事物之间

的相互联系的表征，它包括各种消息、情报、信号和资料等，也包括各类科学知识。信息流是指在商务活动中买卖双方因交易而产生的、与交易相关的信息在买卖双方或相关领域的传递，或信息商品在买卖双方之间的流动过程。在电子商务中，信息流是电子商务交易主体之间的信息传递与交流的过程，既包括商品信息在网络空间中的提供、促销、营销、技术支持、售后服务等内容，也包括电子商务交易各方在网络空间进行的诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证的传递，还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等，同时也包括作为商品的网络信息商品的传递。

### 3. 资金流

资金流是企业、消费者、金融机构及有关各方因商品交易而发生的资金转移过程，包括付款、转账、兑换等过程。资金流的加速流动具有财富创造力，电子商务活动的经济效益是通过资金的运动来体现的。

### 4. 信息流、物流和资金流的关系

在电子商务中，信息流、物流、资金流的运行分别由信息流平台、物流平台和资金流平台支撑，三个平台共同构成了电子商务的运行环境。信息流是电子商务系统的核心，物流是实现电子商务的保障，资金流是实现电子商务的手段，它们之间的有机互动促成了电子商务系统的运行。

在电子商务中，网络信息商品的交易过程全部实现网络化，使物流、资金流与信息流合为一体，同步在网络中完成。实物商品、劳务交易的资金流、信息流可共同在网络中完成交易，而物流活动则必须通过传统的物流渠道来完成，未脱离传统的交易模式，通过网络只能完成部分交易过程。

## 二、电子商务的分类

### (一) 按照交易对象分类

按照交易对象分类，电子商务可以分为四种类型：

#### 1. B2C 电子商务

B2C (Business to Customer) 电子商务即企业与消费者之间的电子商务，是销售商通过互联网建立网上商店，为消费者提供新型的购物环境，消费者通过网上选购、在线支付完成交易过程。B2C 类网站以销售音像制品、软件类商品和制式无差异产品（如品牌笔记本电脑、mp3）等为主。由于该模式节约了销售与消费成本，为交易双方提供了便利，大大提高了交易效率。目前 B2C 电子商务的付款方式是货到付款与网

上支付方式相结合，而大多数企业都选择物流外包方式配送，以节约运营成本。B2C 多以网络零售业为主，是我国最早产生的电子商务模式，经过十几年的发展，该商业模式已经基本成熟。

## 2. B2B 电子商务

B2B (Business to Business) 电子商务即企业与企业之间的电子商务，是发展得最快的电子商务交易模式。其由于早期在增值网络上运行的电子数据交换 (Electronic Data Interchange, EDI) 技术而得到了迅速扩大和推广。企业之间可以使用网络进行订货，接受订货单、合同等单证，以及付款。

B2B 电子商务包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务。

非特定企业间的电子商务是企业基于开放的网络为每笔交易寻求最佳合作伙伴，进行从订购到结算的全部交易行为。这种电子商务多为面向中间交易市场的 B2B，即水平 B2B，它是按照行业类别将相近的交易集中到一个平台，为采购商与供应商提供交易机会，如中国制造网、环球资源网等。

特定企业间的电子商务是电子商务企业间为了相同的经济利益共同设计、开发、全面进行市场及库存管理，并保持持久合作而进行的商务交易。该种电子商务多为面向制造业或商业企业的垂直 B2B。参与垂直 B2B 的企业可以分为上游企业和下游企业。生产商或零售商可以与上游的供应商之间形成供货关系，比如联想电脑公司与上游的芯片和主板制造商就是通过这种方式进行合作的。生产商与下游的零售商和经销商可以形成销货关系，比如新蓝电脑公司与其分销商之间进行的交易。

## 3. C2C 电子商务

C2C (Customer to Customer) 电子商务即消费者与消费者之间开展的电子商务活动，主要是指网上拍卖。C2C 电子商务平台就是为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。国内做得最好的 C2C 网站为淘宝、易趣、拍拍等。

## 4. B2G 电子商务

B2G (Business to Government) 电子商务即企业与政府方面的电子商务。B2G 电子商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务，主要包括：政府机构通过网络进行的政府招标和政府采购；政府利用互联网对电子商务进行管理和服 务，如网络报税、电子报关等业务。