



高等职业教育
电子商务类课程规划教材

电子商务法律法规

GAODENG ZHIYE JIAOYU
DIANZISHANGWULEI KECHENG GUIHUA JIAOCAI

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主编 刘喜敏 刘玉玲

大连理工大学出版社



高等职业教育电子商务类课程规划教材

电子商务法律法规

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主 编 刘喜敏 刘玉玲 副主编 杨国明 王 敏



DIANZI SHANGWU FALÜ FAGUI

大连理工大学出版社
DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

© 大连理工大学出版社 2006

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法律法规 / 刘喜敏, 刘玉玲主编. —大连: 大连理工大学出版社, 2006. 1

高等职业教育电子商务类课程规划教材

ISBN 7-5611-3063-5

I. 电… II. ①刘… ②刘… 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(2005)第 048273 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市软件园路 80 号 邮政编码: 116023

发行: 0411-84708842 邮购: 0411-84703636 传真: 0411-84701466

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连业发印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm × 260mm 印张: 21.5 字数: 482 千字

印数: 1 ~ 5 000

2006 年 1 月第 1 版

2006 年 1 月第 1 次印刷

责任编辑: 雷春雨

责任校对: 王 乐

封面设计: 波 朗

定 价: 30.00 元

新世纪高等职业教育教材编委会教材建设 指导委员会

主任委员:

曹勇安 黑龙江东亚学团董事长 齐齐哈尔职业学院院长 教授

副主任委员(以姓氏笔画为序):

马必学	武汉职业技术学院院长	教授
王大任	辽阳职业技术学院院长	教授
冯伟国	上海商业职业技术学院副院长	教授 博士
刘兰明	邯郸职业技术学院副院长	教授 博士
刘长声	天津对外经济贸易职业学院副院长	副教授
李竹林	河北建材职业技术学院院长	教授
李长禄	黑龙江工商职业技术学院副院长	副研究员
陈 礼	广东顺德职业技术学院副院长	教授
金长义	广西工业职业技术学院院长	副教授
赵居礼	陕西工业职业技术学院副院长	副教授
徐晓平	盘锦职业技术学院院长	教授
高树德	吉林交通职业技术学院副院长	教授
戴裕威	天津轻工业职业技术学院副院长	副研究员 博士

秘书长:

杨建才 沈阳师范大学职业技术学院院长

副秘书长(以姓氏笔画为序):

张和平 江汉大学高等职业技术学院院长
张化疆 黑龙江生态工程职业学院副院长
周 强 齐齐哈尔大学应用技术学院院长

秘书组成员(以姓氏笔画为序):

卜 军 上海商业职业技术学院
王澄宇 大庆职业学院
粟景妆 广西国际商务职业技术学院
鲁 捷 沈阳师范大学职业技术学院
谢振江 黑龙江省司法警官职业学院

会员单位:(略)

总 序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了21世纪的门槛。

20世纪与21世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才培养的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,迫人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才培养的高等职业教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且惟一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

众所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变革的终极目的。



新世纪

随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走理论型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,高等职业教育从专科层次起步,进而高职本科教育、高职硕士教育、高职博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高职教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)理论型人才培养的教育并驾齐驱,还需假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高等职业教育教材编审委员会就是全国 100 余所高职院校和出版单位组成的旨在以推动高职教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职教材的特色建设为己任,始终会从高职教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的组织形式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职教学成果,探索高职教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高等职业教育教材编审委员会在推进高职教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意;也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高等职业教育教材编审委员会

2001年8月18日

随着电子商务的迅猛发展和互联网的普及,个人和企业利用网络进行的各种活动也越来越频繁,进而引发了一系列的法律问题。这些法律问题使得传统法律的某些规则难以直接适用,从而呼唤新的法律来加以解决。这类调整电子商务领域中特定法律问题的法律规范——电子商务法律法规逐渐引起人们的关注。世界各国也从不同的角度制定了一系列相关的电子商务方面的法律规范,以适应电子商务的发展,如我国在2004年8月27日制定和颁布的《中华人民共和国电子签名法》等。了解电子商务法律法规的体系框架,掌握电子商务领域纠纷的解决方法 and 法律适用,对电子商务专业的学生和从事电子商务运作的企业人员而言都是十分必要的。

《电子商务法律法规》是新世纪高职教材编委会组编的电子商务类课程规划教材之一,也是各院校电子商务专业的主干课程之一,与同类教材相比,本教材的创新之处在于如下方面:

1. 结构体系新。本教材将电子商务法律法规的相关内容分为绪论、基本法律制度和相关法律问题三部分,每部分包括的章节作了精心的安排,体系结构清晰,系统性强。

2. 突出实用性。为适应高职教育的特点,不过多地阐述法理,而是以实用为主,将重点放在与电子商务有关的基本法律制度和相关法规的运用上,着重培养学生解决发生于电子商务领域中的现实法律问题的能力。

3. 案例选取恰当。本教材所引用的案例均经作者精心选择,为最近发生在电子商务领域中较为典型的案例。教材以精巧案例贯穿于各章节之中,增加了教材的可读性,大大提高了学生学习的兴趣。

4. 内容新颖、精练。本教材吸收了大量电子商务法律法规的前沿知识,如对2004年8月28日颁布2005年4月1日实行的《中华人民共和国电子签名法》进行了详尽的诠释。同时,也关注国际上有关电子商务法律法规的发展和变化,具有相当的前瞻性。



6 / 电子商务法律法规 □

本教材分三篇,共十二章,具体如下:第一篇,电子商务法绪论(电子商务法导论、电子商务法律关系、电子商务经营者法律规制);第二篇,电子商务基本法律制度(电子合同法律制度、电子签名法律制度、电子商务认证法律制度、电子支付法律制度);第三篇,电子商务相关的法律问题(网络知识产权法律问题、电子商务中消费者权益保护的法律问题、电子商务税收法律问题、几类特殊的电子商务法律、电子商务法律救济)。

《电子商务法律法规》由刘喜敏、刘玉玲任主编,杨国明、王敏任副主编,王丽萍、宇宙锋、柳晓娟参加编写。具体编写分工如下:第二篇中第5章,第三篇中第12章由吉林交通职业技术学院刘喜敏编写;第一篇中第2章,第二篇中第4章,第三篇中第8章由辽宁石油化工大学职业技术学院刘玉玲编写;第一篇中第1章,第二篇中第7章,第三篇中第11章由辽宁金融职业技术学院杨国明编写;第一篇中第3章,第三篇中第9章、第10章由大连水产学院职业技术学院王敏编写;第二篇中第6章由长春税务学院王丽萍编写;第三篇中第11章第3节由辽宁金融职业技术学院宇宙锋编写;第三篇第9章的第4、5节和第10章的第5节由大连水产学院职业技术学院柳晓娟编写。

尽管我们在探索本教材特色建设的突破方面做了许多努力,但由于作者的水平有限,书中内容难免有疏漏之处,恳请各相关教学单位和读者在使用本教材的过程中给予关注,并将意见及时反馈给我们,以便在教材修订时加以改进。

所有意见、建议请寄往:gzjckfb@163.com

联系电话:0411-84707492

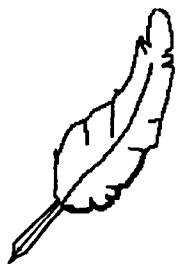
编者

2005年12月

目 录

第一篇 电子商务法绪论	1
第1章 电子商务法导论	3
1.1 电子商务	3
1.2 电子商务法	10
1.3 电子商务立法	15
第2章 电子商务法律关系	23
2.1 电子商务法律关系	23
2.2 电子商务法律关系分类	32
2.3 在线企业及其规制	34
第3章 电子商务经营者法律规制	44
3.1 电子商务经营者	44
3.2 电子商务经营者管理	48
3.3 电子商务经营者的权利和责任	55
第二篇 电子商务基本法律制度	63
第4章 电子合同法律制度	65
4.1 电子合同	65
4.2 电子合同的订立	71
4.3 电子合同订立的特殊法律问题	83
4.4 电子合同的履行及违约救济	91
第5章 电子签名法律制度	99
5.1 电子签名	99
5.2 电子签名原理	104
5.3 数据电文的法律规制	108
5.4 解读《中华人民共和国电子签名法》	115
第6章 电子商务认证法律制度	123
6.1 电子商务认证	123
6.2 认证机构的设立及管理	127
6.3 认证机构的业务规范	131
6.4 电子认证机构业务中的法律问题	138
第7章 电子支付法律制度	143
7.1 电子支付概述	143
7.2 电子货币的法律制度	150
7.3 网上银行的法律问题	155

7.4 电子资金划拨的法律问题	167
第三篇 电子商务相关的法律问题	173
第8章 网络知识产权法律问题	175
8.1 网络知识产权	175
8.2 网络著作权法律制度	178
8.3 域名法律制度	193
8.4 网上商业秘密的法律问题	204
8.5 超级链接和数据库	211
第9章 电子商务中消费者权益保护的法律问题	217
9.1 网络消费者权益保护	217
9.2 电子商务中消费者名誉权的保护	218
9.3 网络隐私权的保护	225
9.4 电子商务中消费者公平交易权的保护	229
9.5 垃圾邮件法律	232
第10章 电子商务税收法律问题	239
10.1 电子商务税收概述	239
10.2 电子商务税收征管	242
10.3 电子商务税收立法	245
10.4 电子商务国际税收	248
10.5 电子商务税收问题的解决思路	250
第11章 几类特殊的电子商务法律	255
11.1 网上广告法律	255
11.2 网上拍卖法律	260
11.3 物流配送法律	265
11.4 网上证券与网上保险法律	268
11.5 短信息与网络游戏法律	281
第12章 电子商务法律救济	291
12.1 电子商务纠纷的管辖	291
12.2 电子商务纠纷的法律适用	299
12.3 电子商务纠纷的解决方式	302
12.4 电子证据法律问题	310
12.5 电子商务犯罪	318
附录	329
参考文献	334



第一篇

电子商务法绪论

电子商务的发展给传统法律带来了前所未有的挑战,传统法律的某些规则已经难以直接适用于电子商务领域发生的法律问题与法律纠纷。本篇作为电子商务法的基础部分,主要阐述电子商务法的概念、地位、特征和当今国际和国内电子商务法的立法情况以及电子商务法律关系的内涵和电子商务活动主体界定的法律问题。

第 1 章

电子商务法导论

学习要点

- ❖ 中国电子商务的发展战略
- ❖ 电子商务对传统法律的挑战
- ❖ 电子商务法的含义
- ❖ 电子商务法的特征
- ❖ 电子商务立法

1.1 电 子 商 务

1.1.1 电 子 商 务

人类社会已经进入了 21 世纪,这是一个由“原子”向“比特”转变的时代。随着信息技术革命在全球的迅猛发展,电子商务作为一种全新的交易方式,在世界各地迅速得到应用,深刻地影响了人们的生产方式和生活方式。

电子商务(E-Commerce, EC)一词起源于 1970 年左右,类似的术语还有 Electronic Business(电子商业), Electronic Transaction(电子交易), Electronic Trade(电子贸易), Cyber Shopping(网络贸易)等。关于电子商务的含义,国际组织、外国政府、世界知名企业等的解释各有侧重,分别从不同方面揭示了电子商务的内涵与外延。

联合国经济合作与发展组织(OECD):电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

联合国国际贸易法委员会(UNITRAL):电子商务是采用电子数据交换(EDI)和其他通信方式增进国际贸易的职能。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中指出:电子商务是通过因特网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动。

全球著名的 IT 企业 IBM 公司则把电子商务定义为 E-Business(EB),强调 EB 是在网络计算机环境下的商业化应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网、企业外部网和

企业内部网结合起来的应用。只有先建立良好的企业内部网(Intranet),才能顺利扩展到企业外部网(Extranet),最后扩展到 E-Commerce。

HP 公司认为:电子商务是通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式,是商家和客户之间联系的纽带。

还有其他组织对电子商务下过定义,此外不再赘述。

以上国际组织、国家、企业对电子商务的定义是从不同角度得出的,它们或者是对电子商务活动的高度概括,或者是仅就电子商务的某一特征加以总结。电子商务是一种商务活动的新形式,它通过采用现代信息技术手段,以数字化通讯网络和计算机装置替代传统交易过程中纸质介质的存储、传递、统计、发布等环节,从而实现商品和服务以及交易管理等活动的在线交易,并达到使物流和资金流等实现高效率、低成本、信息化管理、网络化经营的目的。电子商务有广义和狭义之分。广义的电子商务包括以因特网、内联网、外联网以及其他广域网、局域网为工具来进行交易的形式,开展电子商务的目的是降低经营成本、增加商业价值并创造新的商机。而狭义的电子商务特指基于因特网的交易活动,即 I-Commerce。

需要指出的是电子商务是不断发展的,电子商务的概念也必将随着电子商务实践活动的深入开展而不断获得新的内涵。

1.1.2 电子商务的特征

电子商务的出现引起了商务活动多层次的变化。这些变化体现在商务活动的各个环节,相对于传统的商务活动,电子商务的特征可以归纳为以下几点:

1. 降低交易成本

通过网络完成商务活动,可以扩展行销渠道,节省经营场所建租成本;可以大幅度降低仓储成本;可以降低促销或采购成本;可以有效降低信息交流的费用。

2. 增加交易机会

企业通过无边界的网络开展交易,可在全球范围内发挥要约邀请的宣传作用,而且交易信息在网上传播不受时间的限制,一天 24 小时持续有效,这就大大增加了交易的机会。消费者通过网络购物和接受服务,这样,范围更广泛,时间更自由,也大大提高了交易成功的几率。

3. 交易主体虚拟化

网络交易的双方,皆以网址存在,其真实名称、地址、业务范围、负责人姓名等不在网上显示。由此造成交易主体是在对相对人的身份不能确认的情况下完成交易。一旦发生交易纠纷,如何准确寻找到交易相对人就成为首要问题。

4. 信息载体无纸化

传统的商务活动中,交易信息的记载和传递以纸质介质为依托,包括要约函、承诺函、合同书、各种价目表、征询函等。而在网络交易的过程中,全部的或绝大多数的交易信息以数字的形式存储在磁质的硬盘、软盘之中,并显示在计算机终端上。无形的交易一方面节约了大量的费用,另一方面也为交易资料的存档、取证带来了新问题。

5. 交易标的数字化

网络交易的标的可以是房屋、汽车、食品、书籍等有形商品,也可能是信息、游戏、程序、咨询、软件等无形商品或服务。无形商品或服务在网上交易时可全程通过网络完成,包括广告发布、选购、交付、消费等;有形商品在网上交易时,也是先把商品信息转换成数字化信息,以图形或文字形式显现在互联网上,进一步订购和签约也在网上完成,只是交货、消费必须在网络外实施。

6. 支付手段电子化

网络交易的付款环节可以在网络上直接完成或主要在网络上完成。如以数字货币(电子货币)进行网上支付,付款行为可全部在网上实施,而没有任何纸质的票据辅助。由于网上支付的电子化,要求交易双方均具有良好的商业道德,如互相信任。这样的支付手段被验证是普遍适用的。

7. 交易范围的全球性和跨国性

互联网是一个开放的系统,由各个国家和千千万万个子系统连接而成。网上商业活动的开展由网络的特性决定,不受国家、国界、传统地理地域范围的限制,而且具有全球性和跨国性。传统商业模式中的进口、出口、国内交易、国际贸易等制度应当重新构建其内容。

1.1.3 电子商务的分类

电子商务应用范围极其广泛,根据研究的侧重点不同,电子商务有多种分类方法。

1. 按电子商务交易对象分类

- (1) 企业与企业之间的电子商务(Business to Business, B2B);
- (2) 企业与消费者之间的电子商务(Business to Consumer, B2C);
- (3) 消费者与消费者之间的电子商务(Consumer to Consumer, C2C);
- (4) 有时政府部门也会参与到电子商务中来,还会有 B2G 型的电子商务。

2. 按电子商务交易内容分类

(1) 直接电子商务(又可称为完全电子商务)

指的是物流、信息流、资金流都能在互联网上完成的电子商务。如计算机软件、电子书籍、在线教育、网上有偿信息服务等。

(2) 间接电子商务(又可称为非完全电子商务)

指的是物流、信息流、资金流中至少有一项不能在互联网上完成的电子商务。这种类型的电子商务需要网上网下配合才能实现。如网上订购鲜花、网上微机销售等。间接电子商务往往需要强大的现代物流作支撑。

3. 按电子商务支撑平台分类

- (1) 基于电子数据交换的电子商务(Electronic Data Interchange, EDI);
- (2) 基于企业内部网的电子商务(Intranet);
- (3) 基于国际互联网的电子商务(Internet)。

无论按照哪种方式分类,电子商务本质上都反映了提供产品或服务的组织和个人以

及接受产品或服务的组织和个人之间的交易关系。



小资料

P2P 电子商务

1999年,年仅18岁的肖恩·范宁建立了Napster对等网,用P2P(Peer to Peer)技术创造了奇迹。Peer这个词有“同事”和“伙伴”的意思,因此,P2P可以理解为“伙伴到伙伴”,或称为对等网。这里的P2P既是一种技术,同时也是一种商业模式。简单地说,P2P就是一种不同PC用户之间,不经过中继设备直接交换数据或服务的技术。因为消除了中间环节,P2P使得网上的沟通变得更加方便。

P2P改变了因特网以专业服务网站为主的状态,重返“非中心化”,并把权利还给用户,从某种意义上说,P2P体现了电子商务的本质。P2P使得客户不再需要将文件上传到服务器,而只需要使用P2P与其他计算机共享。Napster的P2P业务后来引发了许多法律问题,但是,肖恩·范宁创造的这种电子商务服务模式已经呈现了巨大的生命力。

1.1.4 中国电子商务的发展战略

我国政府向来重视国家信息化建设,而开始重视电子商务的发展可以追溯到20世纪90年代。1991年9月,由国务院电子信息推广应用办公室牵头,发起成立了“中国促进EDI应用协调小组”,随后又成立了“中国EDIFACT委员会”。在协调小组的推动下,国内的经济界和贸易界提高了对EDI应用的认识,了解掌握了EDIFACT标准,在对贸易程序简单化和规范化的基础上,开展了典型应用试点,这些工作为而后的电子商务工作奠定了很好的基础。1994年初,经国务院批准,成立了中国经济信息化联席协会,协调建设中国“三金”工程(即金桥、金卡、金关工程)。此外,中国远洋运输集装箱信息系统、中国商品交易网、中国商品订货系统、和德饲料信息与交易中心等信息网络纷纷建立、开通。这些工程以及相继建成的覆盖全国的主干网络都为我国企业实施电子商务建立了良好的基础设施。1996年1月23日,国务院第四十三次常务会议决定成立国务院信息化工作领导小组。1997年4月18日,全国信息化工作会议在深圳召开,随后制定的《国家“九五”信息化发展规划纲要》对发展电子商务进行了明确的阐述。

在电子商务发展初期,政府推动的工作重点主要包括:争取参与国际对话,建立一个国际社会普遍接受的国际电子商务框架;跟踪市场,加强政策研究;鼓励试点,在取得经验的基础上逐步推开;加强标准制定和安全技术研究;加强宣传教育,普及电子商务基本常识;鼓励中国企业与国外公司开展合作,吸引外国公司参与发展中国的电子商务市场。



相关链接

1998年11月,江泽民主席在亚太经济合作组织年会上,就中国发展电子商务问题,阐述了中国的观点。他指出:“电子商务代表着未来贸易方式的发展方向。”在发展电子商务方面,“我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用,同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导作用,并为电子商务的发展提供良好的法律法规环境”。

2000年10月11日,中共十五届中央委员会在第五次全体会议公报中,明确规划了中国在新世纪信息化的战略决策,其要点是“大力推进国民经济和社会信息化,是覆盖现代化建设全局的战略举措。以信息化带动工业化,发挥后发优势,实现社会生产力的跨越式发展。”本次会议还通过了《第十个五年计划建议书》,其中特别提到要大力发展我国电子商务,将其作为我国实现信息化战略的重要组成部分之一。

在国家“以信息化带动工业化”战略的推动下,2002年,企业信息化进程已经进入了新阶段。无论是最基础的网络设施,还是基于网络的各种商业应用,都给电子商务发展提供了良好的土壤。2002年9月,由中国人民银行牵头,工行、农行、中银、建行、交通等14家全国商业银行联合共建的中国金融认证中心(CFCA)通过测评,在网上交易和支付安全方面取得了重大突破。

在2002年底召开的党的十六大报告中又一次强调:“信息化是我国加快实现工业化和现代化的必然选择。坚持以信息化带动工业化,以工业化促进信息化,走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的新型工业化路子。”党的十六届三中全会明确提出要把“发展电子商务、连锁经营、物流配送等现代流通方式”作为完善市场体系、规范市场秩序的重要手段。

2005年1月8日,我国第一个专门指导电子商务发展的政策性文件——《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》(以下简称《若干意见》)颁布,该《若干意见》以政策性文件的形式阐释了国家对我国发展电子商务的若干重要意见,明确了我国发展电子商务的指导思想和原则。

目前中国发展电子商务的原则主要有:

1. 政府在电子商务发展中应发挥宏观规划和指导作用

加强政府有关部门间的相互协调,有利于保持与电子商务有关的政策、法规和标准的一致性、连续性;通过宏观规划、协调组织,制定有利于电子商务发展的优惠政策,引导电子商务的发展,推动电子商务的应用。

2. 重视企业在电子商务中的作用

企业是经济活动的基本组成单位,电子商务的深入发展必须要有企业积极主动的参与。要鼓励企业发挥积极性,积极参与电子商务的应用,并加强行业自律。

3. 从示范工程入手引导电子商务的开展

根据国家急需、可行性强、效果显著的原则,积极、稳妥地开展电子商务,抓好重点领域、行业、地区、企业的电子商务试点,通过电子商务示范工程,重点在法律法规、标准规范、支付安全可靠和信息基础设施等方面总结经验,逐步推广。

4. 加强国际间电子商务合作

要从我国的实际情况出发,积极参与国际间电子商务的合作,制定和创建符合中国国情又与国际接轨的法规和环境,推动协调一致的全球电子商务环境的建立。

到目前,我国已经初步形成了独具特色的电子商务发展战略,那就是以信息化带动工业化,以工业化促进信息化,实施跨越式发展的战略。政府在该战略中的作用主要是宏观规划,制定游戏规则,引导和支持企业积极参与,也就是“政府搭台,企业唱戏”。