



博士文丛

(第四辑)

邓杰 著

电子商务法研究

——
以争议解决为中心

兰州大学出版社



福建省社会科学规划项目 (2006B063)

博士文丛

(第四辑)

邓杰 著

电子商务法研究

——
以争议解决为中心

兰州大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

电子商务法研究:以争议解决为中心/邓杰著. —兰州:
兰州大学出版社, 2008. 1
(博士文丛. 第4辑)
ISBN 978-7-311-02902-9

I. 电... II. 邓... III. 电子商务—法规—研究—中国
IV. D922. 294. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 200494 号

博士文丛(第四辑)

电子商务法研究

——以争议解决为中心

邓 杰 著

兰州大学出版社出版发行

兰州市天水南路 222 号 电话:8912613 邮编:730000

E-mail: press@onbook.com.cn

http://www.onbook.com.cn

兰州大学出版社激光照排中心排版

兰州德辉印刷有限责任公司印刷

开本: 880×1230 1/32

印张: 11.5

2008 年 2 月第 1 版

2008 年 2 月第 1 次印刷

字数: 330 千字

ISBN 978-7-311-02902-9

定价: 200.00 元

(共 10 册)

(图书若有破损、缺页可随时与本社联系)

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 电子商务和电子商务争议的概念及特征	(2)
一、电子商务的概念及特征	(2)
二、电子商务争议的概念及特征	(8)
第二节 电子商务争议解决问题之提出	(13)
一、可供选择的传统争议解决机制	(14)
二、寻求建立的新型争议解决机制	(23)
第二章 电子商务争议对传统争议解决机制的冲击与挑战	(25)
第一节 对诉讼制度的冲击与挑战	(25)
一、诉讼成本与效率	(26)
二、诉讼管辖权	(28)
三、实体争议的法律适用	(32)
四、电子证据的可采性及证明力	(39)
五、域外判决的承认与执行	(44)
第二节 对 ADR 的冲击与挑战	(49)
一、对仲裁制度的冲击与挑战	(50)
二、对协商与调解制度的冲击与挑战	(80)
第三章 传统争议解决机制的改革与完善(一)	
——传统诉讼制度的改革与完善	(84)

第一节	诉讼程序的改革与完善	(85)
一、	程序公正与诉讼效益的冲突与协调	(85)
二、	程序的重新设计与网络技术的引入及应用	(90)
第二节	诉讼管辖权制度的改革和完善	(111)
一、	电子商务诉讼管辖权的理论争辩	(111)
二、	诉讼管辖权的立法尝试和实践探索	(117)
三、	诉讼管辖权的重构:理论反思与制度前瞻	(138)
第三节	实体争议法律适用制度的改革与完善	(171)
一、	电子商务立法管辖权理论辨析	(171)
二、	电子商务法律适用的立法与实践	(182)
三、	电子商务法律适用的特点及趋势	(212)
第四节	证据制度的改革与完善:对电子证据可采性及 证明力的确认	(225)
一、	电子证据可采性障碍的克服	(225)
二、	电子证据的证明力	(228)
第四章	传统争议解决机制的改革与完善(二)	
——	传统 ADR 的改革与完善	(232)
第一节	传统仲裁制度的改革与完善	(232)
一、	仲裁固有优势的发挥	(232)
二、	电子仲裁协议的有效性及其解决	(237)
三、	仲裁中的法律适用	(263)
四、	仲裁中电子证据的可采性及证明力	(267)
第二节	传统协商与调解制度的改革与完善	(268)
一、	协商与调解制度的可适用性	(268)
二、	协商与调解制度的成本与效率	(272)
第五章	在线争议解决机制的构建	(277)
第一节	确立与发展在线争议解决机制的基本条件	(278)
一、	网络技术的进步和提高	(278)

二、法律理论与制度的突破和更新	(279)
三、在线争议解决实践的尝试及经验积累	(279)
第二节 在线诉讼的确立与发展	(281)
一、在线诉讼的确立:在线诉讼的规划和尝试	(281)
二、在线诉讼的发展:有关问题的应对和解决	(290)
第三节 在线 ADR 的确立与发展	(314)
一、在线仲裁的确立与发展	(314)
二、在线协商与调解的确立与发展	(250)
三、代结论:在线争议解决机制的构想和设计	(357)
主要参考文献	(360)

第一章 导 论

自 1990 年代以来,随着计算机技术的发展与互联网或称因特网(Internet)的应用和普及,一种全新的商务模式——电子商务(Electronic Commerce)应运而生,并以前所未有的惊人速度迅速崛起。毋庸讳言,作为全球经济新的增长点,电子商务在许多领域正逐步取代传统商务而成为 21 世纪国际商务的主流和各国经济活动的核心,并将给世界经济带来全面而深刻的变革。

然而,在电子商务不断创造经济繁荣和社会进步的同时,我们的传统法制和社会秩序也正因其而遭受着巨大的冲击和挑战。大量涌现的新型电子商务争议的妥善解决,就是在这一过程中我们必须承担和面对的一个艰困而复杂的课题。唯其如此,才有可能有效地确立合理的电子商务交易秩序、创建和生成完善的电子商务法律体系^①,实现

^① 本文采广义的电子商务法概念,即包括所有适于调整电子商务法律关系的制度、原则和规则。

电子商务领域乃至整个网络空间^①的法治,保障和促进电子商务健康、快速、持续的发展。

第一节 电子商务和电子商务争议的概念及特征

一、电子商务的概念及特征

(一) 电子商务的概念

电子商务这一概念,虽早在20世纪六七十年代即已出现,但当今各国及国际社会对其涵义仍未形成统一的理解和认识。

1. 国际组织的界定

为统一电子商务的有关规则,一些国际组织在其制定的国际性文件中一般都对电子商务做了相应的界定。例如,世界贸易组织认为,电子商务是指以电子方式进行的商品和服务之生产、分配、市场营销、销售或交付。^②经济合作与发展组织(OECD)则认为,电子商务是指包括组织与个人在基于文本、声音、可视化图像在内的数字化数据传输与处理方面的商业活动。^③欧盟委员会在《欧洲电子商务提案》中则规定:“电子商务就是指通过电子方式进行的商务活动。基于对包括文本、声音和图像等的数据的电子化的处理和交换,电子商

^① 网络空间(cyberspace),也可直译为赛博空间,是指人们基于计算机和互联网开展各种活动的电子空间。“网络空间”一词最早于1984年为加拿大科幻小说家威廉·吉布森(William Gibson)所创造和使用,本义是指一种能与人的神经系统相连接的计算机信息系统所产生的虚拟空间(virtual space)。在一部科幻小说中,威廉·吉布森描述了计算机网络化将全球的人、机器及信息源都连结起来的新时代,昭示了一种社会生活和交往的新型空间。参见【美】爱德华·A·卡瓦佐、加斐诺·莫林:《赛博空间和法律》,江西教育出版社1999年版,序言第1页。

^② See WTO, WORK PROGRAMME ON ELECTRONIC COMMERCE, WT/L/274, 30 September 1998.

^③ <http://www.oecd.org/publications/Pol-brief/9701-pol.htm>.

务包括了对货物和服务的电子贸易、数字内容的网上交货、电子资金转移、电子股票交易、电子提单、商业拍卖、合作设计开发以及针对用户的直接广告和售后服务等各种各样的商业行为。”该提案还将电子商务解释为两类行为：①间接电子商务——网上订购有形商品，此类电子商务仍需通过传统渠道实际配送货物，如利用邮政服务或商业递送公司；②直接电子商务——在全球范围内在线订购、支付并发送无形商品或服务，如计算机软件、娱乐内容或信息服务。^①此外，国际商会在其1997年11月于巴黎举行的“世界电子商务会议”上，将电子商务界定为实现整个贸易活动的电子化。其中，从涵盖范围方面可以界定为：交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易；从技术方面可以界定为：一种多技术的集合体，包括交换数据（如电子数据交换 EDI、电子邮件 E-mail）、获得数据（如共享数据 Database、电子公告牌 BBS）以及自动捕获数据（如条形码 Barcode）等。^②

2. 国内立法中的界定

各国在进行电子商务立法时，一般都会对电子商务予以界定。例如，韩国《电子商务基本法》第2条第4款将电子商务界定为：部分或全部利用电子数据进行货物或服务交换的交易行为。加拿大电子商务协会对电子商务的界定是：通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账，它还包括公司间和公司内利用电子邮件、电子数据交换、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能（如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判等）。澳大利亚的电子商务专家小组在其提交的《电子商务：法律框架的构造》报告中对电子商务所作的界定和阐释是：“包涵任何以电子方式进行的商业活动，这些电子方式包括传真、电传、电子资料交换、互联网以及电话。报告的目的是将电子商务的范围限于那些在电脑与电脑之间的通讯，而不论该通讯是运用一个开放式网络或是封闭式网络进行的贸易

① <http://www.ispo.ccc.be>

② <http://www.chinaeb.com.cn>

和商业活动。”^①

综上, 我们可对电子商务的概念做以下几个方面的分析:

(1) 电子商务有广义和狭义之分。广义的是指一切以“电子手段”所进行的商事活动, 狭义的则仅指以“互联网”为运行平台的商事活动。企业界一般对电子商务持狭义理解, 各国电子商务立法则多采广义理解。

(2) 电子商务包涵电子方式和商务活动两个要素, 但不可将其简单地理解为“电子技术+商务活动”或“商务电子化”^②。

(3) 电子商务的应用范围广泛, 涵盖货物贸易和服务贸易。从交易内容来看, 电子商务首先涉及通过网络实现从原材料的查询、采购, 产品的展示、订购到发货、储运等一系列以实物商品为内容的贸易活动, 其次还涉及网上信息商品的提供。^③ 此外, 提供支付手段的电子银行和其他金融服务也属于电子商务的重要内容。

总之, 电子商务所涉范围甚广, 而对它的各种理解又多有分歧; 同时, 电子技术的日新月异使得电子商务本身尚处于不断的发展变化之中, 这就使得精确地界定电子商务十分困难。为使研究和论证更为集中和严谨, 本文对电子商务的概念采狭义理解, 即仅指通过互联网开展的商事活动。详言之, 主要包括以下几个方面:

首先, 电子商务活动主要通过互联网开展和实施。这是指电子商务主要是以互联网为其运行平台, 而以电话、电报、电传等方式进行交易的传统意义上的电子商务以及通过企业内部网 (Intranet) 进行

^① Electronic Commerce Expert Group to the Attorney - General, Building Electronic Commerce Legal Framework, available at <http://www.law.gov.au>

^② “商务电子化”是指在商务活动中应用电子工具 (包括从初级的电报、电话、条码图像处理、智能卡、传真以及声像技术到目前最新的电子邮件等技术) 来实现各个环节, 强调的是原始人工系统的电子化改造过程; 而电子商务突出的是其所处的状态和应达到的效果, 强调从系统的观点出发, 人在整个系统中占据了支配性的中心地位。参见赵立平:《电子商务概论》, 复旦大学出版社 2000 年版, 第 45 页。

^③ 即以无形的信息商品或服务为内容的电子商务, 如各种计算机软件、娱乐节目的联机订购、联机数据库的查询、网上信息咨询服务等。关于网上所提供的“网上信息商品”是属于“货物”还是“服务”, 目前国际上尚存在两种不同的观点。

的电子商务,则不在该范畴之内。

其次,电子商务的主体非常广泛。电子商务的主体包括企业、政府和个人。^①依参与交易的对象不同,可将电子商务分为4类:①企业与企业之间的电子商务(Business to Business,或称B2B)^②;②企业与消费者之间的电子商务(Business to Consumer,或称B2C)^③;③企业与政府之间的电子商务(Business to Government,或称B2G)^④;④政府与消费者之间的电子商务(Government to Consumer,或称G2C)^⑤。从目前来看,前两类电子商务最为普遍,所占比重最大,后两类电子商务则有待于进一步的发展和成熟。

最后,电子商务的交易内容非常丰富。如前所述,电子商务的交易内容既涉及商品也涉及服务。具体而言,既包括需要以传统送货手段方能实现的有形商品的交易,也包括可在网上全程实现的无形或信息商品和服务的交易。前者即所谓的间接电子商务,后者即所谓的直接电子商务。

(二) 电子商务的特征

电子商务是以互联网为依托,通过计算机与计算机之间的信息交流与互动而开展和实施的商事活动,因而不可避免地深深打上了计算

① 随着技术和经济的进一步发展,还会产生新的市场主体,如联合国等国际组织亦将可能参加到电子商务活动中来。

② 此类电子商务是当下发展较为迅速并在全球电子商务中所占比重最大的一类。在此类电子商务中,企业之间可通过互联网寻找其最佳合作伙伴,完成从订购到结算的全部交易行为,包括向供应商订货、签约、接受发票以及使用电子资金、信用证、银行托收等方式付款,或者进行索赔等在商贸过程中发生的种种问题。

③ 此类电子商务是企业通过互联网向公众消费者提供商品和服务及消费者利用互联网直接参与经济活动的形式,是现时增长最快及在未来全球电子商务中最具潜力的一种类型。

④ 此类电子商务主要包括政府通过互联网进行招标、采购、税收、商检等内容。

⑤ 此类电子商务主要涉及政府通过互联网进行社会福利金、养老金的发放以及个人通过互联网进行所得税的申报和缴纳等内容。此类电子商务还有待进一步的发展。随着电子政府或虚拟政府的建立,各国政府将不仅可望通过互联网为民众提供更全面和更完善的服务,还可方便和加强相互的沟通 and 了解,更好地适应全球经贸一体化的趋势。

机和互联网的烙印。^① 计算机运行的数字化、无纸化,网络空间的虚拟性、全球性、无界性、即时性、互动性以及管理的非中心化等,都将对电子商务产生深远的影响,并成为电子商务的主要特征。

1. 电子商务的虚拟性

电子商务的虚拟性源于网络空间的虚拟性。与以原子为基本构成要素的现实物理空间不同,网络空间以比特(byte)即数字为基本的构成要素。网络空间是无形的、不可视的,可视的只是数字信息在屏幕上的显示,但却并不能因此而否认其客观性真实性,因为虚拟并非虚幻,它能与物理空间一样被感知。网络空间其实是物理空间的拓展和延伸,两者之间存在明显的共生关系,人们在网络空间开展的各种活动——包括电子商务活动——所形成的利益和责任,最终都要归结到物理空间而产生效果和影响。

然而,网络空间终究具有不同于物理空间的技术特征。在此空间,人们之间的交往并非是面对面进行的,而是借助于数字信息的传递和交换,彼此面对的是一组组数据或字符。媒介交往取代了面对面对实在的身体性交往,而这种交往极易造成对人的工具化态度。同时,网络空间的虚拟性为人们在交易或交往中隐匿身份提供了便利,进而形成一种非身份化的交往。虚拟空间因此更成为真正的“陌生人社会”。^② 网络空间交往的非身体性和非身份化,往往导致虚拟社会交往的非责任化。由此,就电子商务而言,网络空间既为其存在和发展提供了全新的技术平台^③,但同时也由于这种空间的虚拟性、独特性及其所带来的高度自治性和法律控制的薄弱性,使得电子商务交易的安全性、有序性受到极大的挑战和考验。

① 参见何其生:《电子商务的国际私法问题》,法律出版社2004年版,第8页。

② 参见齐爱民、刘颖主编:《网络法研究》,法律出版社2003年版,第13页。

③ 在网络空间,电子商务可以彻底打破时空限制,无限缩短甚至消除生产与消费之间的距离,获取配置和整合全球统一市场资源的同等机会和手段,以最为快捷、经济、高效的方式实现和完成交易。详见周忠海主编:《电子商务法导论》,北京邮电大学出版社2000年版,第11~13页;万以娴:《论电子商务之法律问题》,法律出版社2001年版,第16~18页。

2. 电子商务的全球性、跨国性

电子商务的全球性、跨国性源于网络空间的全球性、整体性和开放性,而这又是由互联网本身的全球性统一和平等的技术特征所决定的。电子商务是经济全球化的重要标志和内容,更是推动和加速经济全球化的重要动力和手段。互联网将位于世界各个角落的人员、技术、资金和市场完整地连结起来,造就了真正全球统一的大市场。无论何人在何时何地,只要接通互联网,即可不受物理空间地理疆域的限制^①,即时、自由、方便地互访、交流、共享信息,开展远程的、跨国的电子商务活动。

网络空间和电子商务是全球一体的、跨国的、平等的、分散的以及没有时空界限的,必将与物理空间尚存的主权割据、地理划界、法律分治、集权管理以及时空阻隔等发生冲突和矛盾,而这无疑是全球电子商务一体化发展进程中必须应对和解决的问题。

3. 电子商务的即时性、互动性

电子商务的即时性、互动性源于网络空间信息传递速度的瞬时性。在网络空间,信息传递的速度与地理距离的远近完全无关。传统的通讯方式如信函、电报、电传、传真等,在信息的发送与接收之间均存在长短不同的时间差;而网络空间信息的发送与接收几乎是同步的,几近于现实生活中的面对面交流,而这也正是实现网络空间信息互动的技术保证。

网络空间信息传递的即时性和互动性,不仅使电子商务得以大大提高效率、降低成本,而且为处于世界各地的主体超越时空限制、机会均等地参与电子商务创建了同一平台或环境。

4. 电子商务的数字化、无纸化

电子商务的数字化、无纸化源于网络空间信息传递与记录的数字

^① 网络空间没有地理疆域等物理位置的概念,只有 IP 地址和与之对应的域名相互区别。信息以数字化形态通过 IP 地址进行传递和交换,而 IP 地址只是联网计算机在网络上的虚拟位置,并不对应于物理国界。同时,互联网非中心化的分散式系统,使得已发送或接收的信息曾经过了哪些国家根本无从考证。

化和无纸化。在网络空间,信息是通过数字化形态进行传递、接收和保存的,计算机通讯记录的磁性介质取代了传统的纸面介质,从而实现了无纸化。

信息交换的数字化和无纸化,造就了区别于和优越于传统纸面贸易的无纸贸易(paperless trade)——电子商务,使得交易成本大大降低、资源节省,以及交易过程大大简化、便捷和高效。但在这种环境下,电子商务交易的安全性、合法性也将受到以纸面贸易为基础的传统法制的检验和衡量。因此,如何进一步提高交易在技术上的安全性、降低交易风险、增强人们参与电子商务的信心和兴趣,以及协调或弥合与传统法制之间的矛盾或缺口,将是电子商务获得法律支持实现有序发展所必须克服和排除的障碍。

总之,在网络空间,电子商务利用全新的技术手段,获得了全新的运作模式,创造了前所未有的商业效益和社会效益,同时也产生了全新的商业理念、价值标准、交易习惯和行为准则,必将引发和带动全球政治、经济、文化、社会生活等各领域的深刻变革。因此,如何应对这种变革所带来的冲击和挑战,尤其如何率先从法律层面为电子商务确立规则、创建秩序、提供法律支持和保障,无疑是当前最为迫切和现实的问题。

二、电子商务争议的概念及特征

(一) 电子商务争议的概念

争议(dispute)或称纠纷,从社会学的角度,是指特定主体基于利益冲突而产生的一种双边的对抗行为。争议的产生,意味着一定范围内的协调均衡或秩序被打破,因此争议不仅是个人之间的行为,也是一种社会现象。^①根据法社会学的分析,构成争议的基本要素^②包

① 参见范愉:《非诉讼程序(ADR)教程》,中国人民大学出版社2002年版,第2页。

② 法社会学的分析认为,争议的基本结构包括争议的基本要素和关联要素两个方面,后者又包括争议产生的社会结构、争议产生的原因以及争议的社会价值等。参见刘荣军:《程序保障的理论视角》,法律出版社1999年版,第7页。

括 3 个方面：①争议当事人，指利益相互冲突的对立双方；②争议行动，即争议当事人在争议发生过程中所采取的相互抗争行为，是争议的外在表现形式，包括争议行为、争议手段、争议主张及争议的相互影响；③争议对象，指争议当事人实施争议行动的目标对象，即利害关系或相互冲突的利益。争议对象受到两种规范——法律规范和其他社会规范的约束，因而在法律关系和其他社会关系中的体现存在区别：在法律规范约束下的争议对象，要求当事人的主张指向必须具有法律依据，而且是通过法律程序来实现，此时的争议对象往往表现为权利；在其他社会规范约束下的争议对象，往往随着争议的解决和新秩序的建立，当事人之间的社会关系得以恢复或更新，此时的争议对象往往表现为名誉、地位或利益。^① 根据约束争议对象的社会规范的性质，至少可将争议区分为法律争议和其他社会争议，法律争议则主要表现为一种权利冲突及实现这种权利所产生的利益的对抗。

电子商务争议，从字面上简单地理解即为电子商务中产生的争议。根据上述关于争议基本要素的结构分析，本研究认为，电子商务争议的 3 个基本构成要素应为：①争议当事人，即参与或实施电子商务活动结成相应法律关系并发生争议的特定主体，包括企业、消费者和政府，而目前无疑以发生在企业与企业、企业与消费者之间的电子商务争议最为常见和普遍；②争议行动，即电子商务争议当事人在争议发生过程中所实施的对抗行动（包括合法的和不合法的行动），如电子商务合同一方当事人无正当理由拒绝履行合同，而对方主张追究其违约责任；加害人通过互联网散布有损受害人名誉的虚假信息，而受害人提出索赔等等；③争议对象，即电子商务争议当事人之间所发生的电子商务法上的权利冲突或利益对抗。换言之，当事人之间所争执的对象是符合电子商务法规定或为电子商务法所认可的。总之，电子商务是受电子商务法规范和调整的商事活动，人们在参与和实施电子商务活动时即依电子商务法结成了相应的权利义务关系，基于权利损害或义务违反而产生的电子商务争议无疑应依相应的法律或规则妥

① 参见刘荣军：《程序保障的理论视角》，法律出版社 1999 年版，第 7～14 页。

善解决。鉴此,本文对电子商务争议的界定是:通过互联网参与或实施电子商务活动而结成电子商务法律关系的特定主体之间产生的权利冲突或利益对抗。

(二) 电子商务争议的特征

电子商务争议产生于高效运作于网络空间的电子商务活动,因而必然表现出许多与传统的非网络争议不同的特征。只有充分了解和准确把握了电子商务争议的各项特征,才可能找到和确立有效避免及妥善解决它的适当途径和方法。

1. 电子商务争议产生于网络空间

与产生于现实物理空间的传统争议不同,电子商务争议产生于网络空间,是一种网络争议或在线(online)争议。网络与电子商务的一项基本特征和重要价值就是快捷、廉价、高效,这就要求电子商务争议的解决也能体现这种特征和价值,否则网络与电子商务的发展必将受到阻碍和损害。简言之,电子商务争议既然产生于网络空间,就应在网络空间以同样快捷、廉价、高效的方式在线解决。

2. 电子商务争议具有全球性和跨国性

网络与电子商务的本质是全球性的和跨国性的,产生于其中的电子商务争议当然也具有这种本质和特征。互联网以其无处不在、无所不及的虚拟方式将全球各国完整地连结在一起,并使各国间的地理疆域、政治统治和法律控制范围的界限完全消失于网络空间的无形之中。物理空间的地理标志、领域概念在网络空间全然失去意义,从而使得根本无法在物理空间对电子商务争议进行物理定位,进而无法按照传统的领域标准在各国间分配管辖权及确定法律适用。换言之,由于电子商务争议发生于虚拟的网络空间,不受时空限制,相关讯息均以数字化形态传输于网络中,所导致的结果就体现为两个方面:一是不能认定电子商务争议与任何国家存在联系,因为数字信息高效运行于网络中,不可能与任何国家发生足够集中、确定或有意义的联系;二是应该认定电子商务争议与所有国家都存在联系,因为数字信息通过网络瞬间穿越世界各国,任何国家都可基于此而主张管辖权或法律适用。显然,电子商务争议的跨国性与传统的跨国争议、国际争议或

涉外争议是存在本质区别的。

电子商务争议的全球性，必然要求争议解决的全球一致性，即由全球开放的机构依照全球一致或全球认可的法律规范或准则予以解决，从而做出能得到各国接受并愿意执行的裁判结果。

3. 电子商务争议具有很强的技术性和专业性

电子商务是计算机网络技术发展并运用于商事领域的结果，电子商务争议因而不可避免地具有这种网络的技术性特征：一方面大量网络技术环境下特有的新型争议不断产生，如网络域名（domain names）争议、侵害电子邮件隐私权争议、垃圾邮件侵害网络用户（Internet users）权利争议、网络复制或链接侵害著作权争议等等；另一方面，一些传统型争议由于网络技术的运用和介入而发生异化，如电子商务合同争议中关于要约与承诺在网络中以数字化形态发出与接收的时间、地点及有效性的认定、以信息商品或服务为合同标的的品质不符等。

电子商务争议的网络技术性特征，无疑对争议的解决提出了专业性和技术性的要求。也就是说，如果对相应的网络技术知识和相关领域的专业知识缺乏了解和掌握，将难以担当有效解决电子商务争议的重任，尤其当需要对争议进行在线解决时更是如此。而且，随着电子商务交易的发展和信息技术的日新月异，电子商务争议还会不断发展变化并愈趋复杂，表现出更强的技术性和专业性，进而对争议的解决提出更高的要求。

4. 电子商务争议中的各种利益冲突更加尖锐和复杂

争议的产生主要是基于利益冲突。电子商务争议中所涉及的利益冲突十分复杂，并在网络环境下进一步突显和加剧：

（1）国家之间的利益冲突

互联网超越时空界限，将世界各国完整地连结起来，形成一个虚拟、开放的全球性网络，各国之间从未如此紧密、全面地相互接触和彼此开放过，主权碰撞、法律抵触和利益冲突前所未有的全面升级和加剧便不可避免。首先，传统跨国或国际民商事争议一般都被控制在尊重和维护国家主权的私法范围内，而电子商务争议却由于网络空间