



第二代电子商务系列实用规划教材

Law of E-Commerce

电子商务法

郭 鹏 主编
周庆山 秦成德 主审

注重内容的前沿性和趣味性
提供丰富、多样的案例材料
重视理论与实际应用的融合
精选各类考试真题与讨论题



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

第二代电子商务系列实用规划教材

电 子 商 务 法

主 编 郭 鹏

主 审 周庆山 秦成德



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书根据当前电子商务专业人才培养和行业的相关法律教育需求,系统、全面地介绍了电子商务法概论、电子商务法律关系、电子合同、电子签名与电子认证法律制度、电子支付的法律规范、电子商务物流配送的法律规范、网络人格权的法律保护、网络知识产权的法律保护、网络游戏法律中的法律问题、电子商务市场秩序规制、电子商务税收法律制度、电子商务安全法律制度、网络犯罪、电子证据、电子商务诉讼管辖及非诉纠纷解决等内容,具有电子商务相关法律问题的涵盖性,形成了完整的体系。本书强调前沿性、现实性和实用性,注重基本理论的简明化和系统化,提高教材案例化程度,每章包含案例导航、节内案例、章后案例、案例讨论等模块,并附有章后自测题,在体例和内容上均有所突破,力求反映电子商务法律领域发展的最新成果。

本书可作为电子商务专业及相关专业专科、本科各类教育开设的电子商务法及网络法律课程的教学用书,也可供 MBA 学生、研究生选用阅读,还可作为读者了解、学习运用电子商务法律知识的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法/郭鹏主编. —北京:北京大学出版社, 2013. 4

(第二代电子商务系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-22121-1

I. ①电… II. ①郭… 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(2013)第 026380 号

书 名: 电子商务法

著作责任者: 郭 鹏 主编

策划编辑: 李 虎 刘 丽

责任编辑: 刘 丽

标准书号: ISBN 978-7-301-22121-1/TP · 1275

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: pup_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20.25 印张 465 千字

2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

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

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

第二代电子商务系列实用规划教材

编审指导委员会

顾问 倪光南 李 琪 陈德仁 吕廷杰

主任委员 宋 玲

副主任委员

王汝林 秦成德 陈 进 汤兵勇

丁明跃 郑会颂 原忠虎 张润彤

委 员(按拼音排序)

蔡志文 陈高伟 陈拥军 费玉莲 郭 鹏

郭士正 洪国斌 洪 涛 黄健青 李占全

刘千桂 聂秀英 汪 楠 王小宁 魏修建

吴吉义 章剑林 张小红 张一星

编者名单

主 编 郭 鹏（西安科技大学）

主 审 周庆山（北京大学）

秦成德（西安邮电大学）

丛书总序

我国电子商务经过 10 年的发展, 历经了网络“泡沫”幻境, 走出了网络“寒冬”的阴影, 现在已进入飞速、稳定发展时期。在模式上, 实现了由定性模式向创新模式的转变; 在应用上, 实现了由低端应用向深度应用的转变; 在信息资源和利用上, 实现了由一般化利用信息资源向深层利用信息资源进行价值开发的转变; 在资源整合上, 已经实现了由单网应用向多网应用的整合增值价值转变。

同时, 随着 2009 年 3G 牌照正式发放, 智能手机普及率提高, 移动应用服务日趋丰富, 移动互联网产业进入快速发展时期, 电子商务已进入一个新的阶段, 移动电子商务将覆盖全局, 并与云计算、物联网等产业对接。基于此, 我们称移动互联网时代的电子商务为第二代电子商务。

随着电子商务的发展, 社会对电子商务专业人才需求逐年递增, 尤其是对有一定理论基础、实践能力强的技术及管理人才的需求缺口更大。因此, 以就业市场为导向, 培养具备职业化特征的创新型应用人才已成为大多数高等院校电子商务专业的教学目标, 从而对电子商务专业的课程体系以及教材建设都提出了新的要求。

为适应我国当前电子商务专业教育教学改革和教材建设的迫切需要, 北京大学出版社联合全国多位电子商务专家共同合作编写出版了本套“**第二代电子商务系列实用规划教材**”。其宗旨是: 立足电子商务业发展和相关从业人员的现实需要, 强调理论与实践的有机结合, 从“创新”和“应用”两个层面切入进行编写, 力求涵盖现代电子商务专业研究和应用的主要领域, 希望以此推进电子商务专业的理论发展和学科体系建设, 并有助于提高我国电子商务从业人员的专业素养和理论功底。

本系列教材按照电子商务专业规范、培养方案以及课程教学大纲的要求, 合理定位, 由长期在教学第一线从事教学工作的教师编写而成。教材立足于电子商务学科发展的需要, 深入分析了电子商务专业学生现状及存在的问题, 尝试探索了电子商务专业学生综合素质培养的途径, 着重体现了“**新思维、新理念、新能力**”三个方面的特色。

新思维

1. 编写体例新颖。借鉴优秀教材特别是国外精品教材的写作思路、写作方法, 图文并茂、清新活泼。

2. 教学内容更新。教材充分展示了最新最近的知识以及教学改革成果, 并且将未来的发展趋势和前沿资料以阅读材料的方式介绍给学生。

3. 知识体系实用有效。着眼于学生就业所需的专业知识和操作技能, 着重讲解应用型人才培养所需的内容和关键点, 与就业市场结合, 与时俱进, 让学生学而有用, 学而能用。

新理念

1. 以学生为本。站在学生的角度思考问题, 考虑学生学习的动力, 强调锻炼学生的思维能力以及运用概念解决问题的能力。



2. 注重拓展学生的知识面。让学生能在学习到必要知识点的同时也对其他相关知识有所了解。

3. 注重融入人文知识。将人文知识融入理论讲解，提高学生的人文素养。

新能力

1. 理论讲解简单实用。理论讲解简单化，注重讲解理论的来源、出处以及用处，不做过多的推导与介绍。

2. 案例式教学。有机融入了最新的实例以及操作性较强的案例，并对实例进行有效的分析，着重培养学生的职业意识和职业能力。

3. 重视实践环节。强化实际操作训练，加深学生对理论知识的理解。习题设计多样化，题型丰富，具备启发性，全方位考查学生对知识的掌握程度。

我们要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因，本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我们相信，在各位老师的关心和帮助下，本系列教材一定能不断地改进和完善，并在我国电子商务专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

“第二代电子商务系列实用规划教材”编审指导委员会
中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会

2011年10月

前言

电子商务法是专科、本科电子商务专业的一门专业主干基础课程，也是国际贸易、经济管理、信息技术、法学等专业的选修课程。自 20 世纪末 21 世纪初以来，我国电子商务的发展和法律环境都发生了变化，因此需要根据当前电子商务专业人才和行业的相关法律教育需求，开发新一代实用性教材，对课程内容及教学大纲进行调整，以课程教育为阵地，把法律知识与实践能力融入到教学中。本书强调前沿性、现实性和实用性，系统、全面地介绍了电子商务相关法律问题，具有较为全面的涵盖性，形成了完整的体系。

教材案例化是教材的发展趋势。近年来国内教育界对此十分关注，教材中的案例化程度是“应用型”教材的重要标志。本书充分重视各种类型案例在教学中的应用，每章均设有案例导航和经典案例，章节内部穿插微型案例，自测题中设置案例讨论，将相关内容的经典案例和反映时代特征的新案例结合起来，将真实案例与虚拟案例结合起来，既有案情的介绍，也有酌情进行的评析，还有简单案例的讨论习题，充分满足了“应用型”案例教学的需要。

电子商务相关专业的学生由于缺乏对法学前置性课程的学习，在学习时可能存在一定程度的困难。与此同时，电子商务专业分为文、理两个专业方向，文科学生对于涉法技术性知识相对缺乏，也给学习和理解相关内容带来了一定的限制。本书以适应非法学专业学生学习为落脚点，注意法学知识衔接，在讲解具体内容时注意介绍相关的实体法和程序法律基本知识，也在涉及技术性知识时进行简单说明，帮助不同专业方向的学生进行学习和理解。

在体例上，本书将各章教学要点表格化，明确了具体的知识要点、能力要求和相关知识，并以此进行章内节点的设置。与此同时，本书设置了一定的图片和列表，缩减单纯的理论讲解，因此可读性更高。www.pup6.com 所提供的附录中，去繁就简，将《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》、《中华人民共和国电子签名法》这一国内首例电子商务专业立法，以及 3 个国务院颁布的重要行政法规的文本或者节选一并予以列明，以方便教学及学习过程中的法条讲解及查阅。

由于我国电子商务及信息网络相关立法正在逐步制定之中，尚需一个克服法律滞后于现实发展的立法过程，因此本书以现颁法律、行政规章等规范性法律文件为基本依据，参考国际组织和先进国家及地区的相关立法规范，并适当参考学者的前沿研究结果，以反映电子商务法律领域发展的最新成果。

本书建议总授课为 40 学时，各章建议授课分学时见下表。

分章内容	学 时	分章内容	学 时
第 1 章 电子商务法概论	2 学时	第 4 章 电子签名与电子认证法律制度	4 学时
第 2 章 电子商务法律关系	2 学时	第 5 章 电子支付的法律规范	2 学时
第 3 章 电子合同	4 学时	第 6 章 电子商务物流配送的法律规范	2 学时



续表

分章内容	学 时	分章内容	学 时
第 7 章 网络人格权的法律保护	4 学时	第 12 章 电子商务安全法律制度	2 学时
第 8 章 网络知识产权的法律保护	4 学时	第 13 章 网络犯罪	2 学时
第 9 章 网络游戏游戏中的法律问题	2 学时	第 14 章 电子证据	2 学时
第 10 章 电子商务市场秩序规制	2 学时	第 15 章 电子商务诉讼管辖及非诉纠纷解决	2 学时
第 11 章 电子商务税收法律制度	2 学时	课程总结	2 学时

本书由西安科技大学郭鹏负责编写和定稿，由北京大学周庆山和西安邮电大学秦成德审定。

在本书的撰写过程中，编者得到了中国电子商务协会移动商务专家咨询委员会和北京大学出版社第六事业部的大力支持，同时也参考了许多国内外学者的文献、著作和资料，在此一并致谢！

由于电子商务法是一个日新月异的研究领域，许多问题亟待探讨，观点的不同和体系的差异在所难免。由于编者水平有限，书中如有不当之处，恳请专家及读者批评指正。

编 者

2013 年 1 月

目 录

第 1 章 电子商务法概论	1	2.3.2 行为结果	31
1.1 电子商务法的基本范畴	2	2.3.3 精神产品	31
1.1.1 电子商务法的概念与性质	2	2.3.4 信息	32
1.1.2 电子商务法的地位	3	2.4 电子商务法律关系的内容	32
1.1.3 电子商务法的基本原则	4	2.4.1 网络交易双方的权利和	
1.1.4 电子商务法的法律渊源	6	义务	32
1.1.5 电子商务法的作用	7	2.4.2 电子商务企业的权利和	
1.2 国内外电子商务立法	8	义务	33
1.2.1 国际电子商务立法的特征	8	2.4.3 网络内容提供商的侵权	
1.2.2 国际组织的电子商务立法	9	行为及归责原则	39
1.2.3 欧盟的电子商务立法	11	2.4.4 网络服务提供商的权利、	
1.2.4 美国的电子商务立法	11	义务和责任	39
1.2.5 新加坡的电子商务立法	12	本章小结	42
1.2.6 我国的电子商务立法	13	自测题	44
1.3 电子商务法的发展趋势简述	14	第 3 章 电子合同	46
1.3.1 移动商务简介	14	3.1 电子合同概述	47
1.3.2 移动商务应用的立法对策	16	3.1.1 电子合同的概念与特征	47
本章小结	17	3.1.2 电子合同的性质及其分类	49
自测题	19	3.1.3 电子合同在电子商务中的	
第 2 章 电子商务法律关系	21	地位	50
2.1 电子商务法律关系的概念与特征	23	3.1.4 电子合同的法律关系	51
2.1.1 电子商务法律关系的		3.2 电子合同的订立	54
概念	23	3.2.1 电子合同的书面形式	54
2.1.2 电子商务法律关系的		3.2.2 电子合同形式问题的解决	55
特征	23	3.2.3 电子合同订立的程序	56
2.2 电子商务法律关系的主体	24	3.3 电子合同的效力与履行	60
2.2.1 电子商务交易主体的		3.3.1 电子合同的法律效力	60
概念	24	3.3.2 电子合同中格式条款的法律	
2.2.2 电子商务企业及其设立	24	效力	62
2.2.3 在线个人用户	28	3.3.3 电子合同的履行	62
2.2.4 网络服务提供商的概念	29	本章小结	64
2.3 电子商务法律关系的客体	31	自测题	67
2.3.1 物	31	第 4 章 电子签名与电子认证法律制度	69
		4.1 电子签名与电子认证概述	71



4.1.1 传统签名的法律内涵与性质	71	5.2.1 电子货币的法律问题	98
4.1.2 电子签名与数字签名	71	5.2.2 网上银行的法律问题	101
4.1.3 数字签名的技术环境	73	5.3 电子支付（电子资金划拨）中的法律问题	104
4.1.4 电子认证的概念及操作程序	74	5.3.1 电子支付当事人及其权利和义务	104
4.1.5 电子认证的分类与作用	75	5.3.2 电子支付执行过程中的法律问题	105
4.2 数字签名过程与规则	77	5.4 “非金融机构支付服务”（第三方支付）的法律问题	106
4.2.1 数字签名的特征	77	5.4.1 国内“非金融机构支付服务”的发展现状	106
4.2.2 非对称密钥系统框架及X.509证书	77	5.4.2 国内外“非金融机构支付服务”监管现状	107
4.2.3 数字签名应用步骤	78	5.4.3 我国对“非金融机构支付服务”的监管规定	107
4.3 电子签名的法律要求	79	5.5 电子支付中的法律责任	109
4.3.1 电子签名的基本要求	79	5.5.1 电子支付中的民事法律责任	109
4.3.2 电子签名的法律效力	80	5.5.2 电子支付中的刑事法律责任	110
4.3.3 电子签名的适用范围	80	本章小结	110
4.3.4 电子签名的各方当事人的基本行为规范	81	自测题	111
4.4 认证机构与数字证书	82		
4.4.1 认证机构的设立	82		
4.4.2 认证机构的管理模式	84		
4.4.3 认证机构的证书业务规范	85		
4.5 电子认证活动中的法律问题	86		
4.5.1 认证机构与证书持有人之间的关系	86		
4.5.2 认证机构与证书信赖人之间的关系	86		
4.5.3 认证机构的法律责任	87		
本章小结	87		
自测题	90		
第5章 电子支付的法律规范	92	第6章 电子商务物流配送的法律规范	113
5.1 电子支付概述	94	6.1 电子商务物流法律制度概述	114
5.1.1 电子支付的概念与特征	94	6.1.1 电子商务物流的相关概念	114
5.1.2 电子支付的形式及安全标准	94	6.1.2 我国物流配送法律体系的构成	115
5.1.3 电子支付的流程及当事人的法律关系	96	6.2 运输法律制度	116
5.2 电子货币与网上银行的法律规范	98	6.2.1 运输合同概述	116
		6.2.2 运输合同的种类	117
		6.2.3 货运合同	117
		6.2.4 货运合同的内容	118
		6.2.5 货运合同当事人的权利和义务	119
		6.2.6 违反货运合同的责任	120
		6.2.7 多式联运合同与海上货物运输合同	121



6.3 仓储法律制度	121	本章小结	151
6.3.1 仓储的概念	121	自测题	152
6.3.2 仓储合同	122		
6.3.3 仓储合同当事人的义务和 责任	122		
6.4 配送法律制度	123	第8章 网络知识产权的法律保护	154
6.4.1 配送的概念	123	8.1 网络知识产权概述	156
6.4.2 第三方物流	124	8.2 网络著作权的规范与实施	156
6.5 国际物流法律制度	124	8.2.1 网络著作权及其法律关系	156
6.5.1 国际物流概述	124	8.2.2 网络著作权的法律保护	157
6.5.2 国际物流法律制度概述	125	8.3 网络工业产权的规范与实施	164
6.5.3 国际海运的规则	125	8.3.1 专利权法律关系	164
本章小结	127	8.3.2 网络商标权的法律保护	165
自测题	129	8.4 网络域名权的规范	167
		8.4.1 域名及其特征	167
第7章 网络人格权的法律保护	132	8.4.2 域名的国际保护	167
7.1 网络隐私权概述	134	8.4.3 域名的国内保护	168
7.1.1 网络隐私权的概念	134	8.5 信息网络传播权的规范与实施	171
7.1.2 网络隐私权的法律性质	134	8.5.1 信息网络传播权的概念	171
7.1.3 网络隐私权的隐私范围	135	8.5.2 信息网络传播权的权利 内容	171
7.1.4 网络隐私权的侵权方式	136	8.5.3 信息网络传播权的限制	172
7.2 网络隐私权保护的法律制度	136	8.5.4 信息网络传播权的侵权 免责	172
7.2.1 国际网络隐私权立法保护 比较	136	本章小结	173
7.2.2 网络隐私权保护模式	138	自测题	177
7.2.3 我国网络隐私立法体系的 基本结构	139	第9章 网络游戏法律中的法律问题	178
7.3 个人信息的法律保护	140	9.1 网络游戏虚拟财产权	179
7.3.1 个人信息的含义	140	9.1.1 网络游戏虚拟财产的概念与 特征	179
7.3.2 个人信息保护的法律原则	141	9.1.2 网络游戏虚拟财产的法律 性质	180
7.3.3 个人信息保护的义务规范	143	9.1.3 网络游戏虚拟财产侵权的 法律保护	181
7.3.4 个人信息的法律保护模式	144	9.1.4 网络游戏虚拟货币的行政 监管	182
7.3.5 侵犯个人信息权的法律 责任	145	9.2 网络游戏中的私服与外挂	183
7.4 网络名誉权概述	148	9.2.1 网络游戏中的私服	183
7.4.1 名誉权的基本内容	148	9.2.2 网络游戏中的外挂	187
7.4.2 网络名誉权侵权	149	9.3 网络游戏权利的法律保护制度	190
7.4.3 我国网络名誉权的保护 现状	151		





9.3.1 加强网络游戏产品内容 审查	190	本章小结	211
9.3.2 网络游戏立法	191	自测题	212
9.3.3 网络游戏市场的执法	191		
本章小结	191	第 11 章 电子商务税收法律制度	215
自测题	194	11.1 电子商务税收概述	216
第 10 章 电子商务市场秩序规制	195	11.1.1 电子商务与税收	216
10.1 电子商务不正当竞争的法律 规制	197	11.1.2 电子商务税收的特点	218
10.1.1 电子商务不正当竞争的 特点与种类	197	11.1.3 电子商务税收的原则	219
10.1.2 电子商务不正当竞争的 法律规制	198	11.2 电子商务的税收征管	220
10.2 电子商务的反垄断法律问题	200	11.2.1 电子商务税收管辖权 模式	220
10.2.1 电子商务中的垄断 行为	200	11.2.2 电子商务的税收征管与 税源监控	221
10.2.2 电子商务中滥用市场 支配地位的法律规制	200	11.2.3 电子商务的税务稽查	224
10.2.3 经营者集中的法律 规制	201	11.3 电子商务的国际税收	226
10.2.4 限制竞争的法律规制	202	11.3.1 电子商务与国际避税	226
10.3 网络广告及其法律规制	202	11.3.2 电子商务的国际税收的 法律问题	227
10.3.1 网络广告的概念与 特点	202	11.3.3 我国对电子商务税收 规则	230
10.3.2 网络虚假广告及网络 广告的不正当竞争	203	本章小结	231
10.3.3 网络广告的监管	204	自测题	233
10.4 电子商务消费者权益的保护	205	第 12 章 电子商务安全法律制度	234
10.4.1 电子商务消费者权益的 特点	205	12.1 电子商务安全概述	236
10.4.2 电子商务消费者权益的 法律保护	208	12.1.1 电子商务安全存在的 问题	236
10.5 电子商务的行业管理	210	12.1.2 电子商务安全的主要 技术措施	237
10.5.1 网络服务提供商、网络 内容服务提供商和电子 商务经营者的管理	210	12.1.3 我国电子商务安全的 法律制度建设	238
10.5.2 我国加入 WTO 与电子 商务市场	211	12.2 计算机信息系统安全保护制度	240
		12.2.1 计算机信息系统安全的 行政管理机构	240
		12.2.2 计算机信息系统安全的 等级保护	240
		12.2.3 计算机信息系统安全专用 产品的销售许可证 制度	241



12.2.4 计算机信息系统安全的 行政法律责任	242
12.3 国际联网安全保护管理制度	242
12.4 通信网络安全防护管理制度	244
12.4.1 通信网络单元的分级保护 制度	244
12.4.2 通信网络安全检查 制度	245
12.5 信息保密管理制度	245
12.5.1 计算机信息系统保密 管理制度	245
12.5.2 联网保密管理制度	246
本章小结	248
自测题	249

第 13 章 网络犯罪

13.1 网络犯罪概述	253
13.1.1 犯罪和网络犯罪的 概念	253
13.1.2 网络犯罪刑法规制的 必要性	254
13.1.3 网络犯罪的现状及构成 特征	255
13.2 以网络为对象内容的网络犯罪 形态	257
13.2.1 非法侵入计算机信息 系统罪	257
13.2.2 破坏计算机信息 系统罪	258
13.3 以网络为工具的网络犯罪形态	260
13.3.1 经济类工具型网络 犯罪	260
13.3.2 信息传播类工具型网络 犯罪	261
13.3.3 非法占有信息类工具型 网络犯罪	263
13.3.4 知识产权类工具型网络 犯罪	264
13.4 网络犯罪的发展趋势	264

本章小结	265
自测题	267

第 14 章 电子证据

14.1 电子证据概述	270
14.1.1 电子证据的概念	271
14.1.2 电子证据的法律地位	271
14.1.3 电子证据的分类	274
14.2 电子证据的收集	277
14.3 电子证据的审查	278
14.3.1 电子证据相关性的 审查	278
14.3.2 电子证据客观性的 审查	279
14.3.3 电子证据合法性的 审查	280
14.3.4 电子证据的审查方法	280
14.4 证据规则	281
14.4.1 采纳证据规则	281
14.4.2 采信证据规则	282
14.5 电子证据的保全	283
14.5.1 电子证据保全的概念及 意义	283
14.5.2 电子证据保全的原则	284
14.5.3 电子证据保全的措施	284
本章小结	286
自测题	287

第 15 章 电子商务诉讼管辖及非诉纠纷 解决

15.1 电子商务诉讼管辖	290
15.1.1 概述	290
15.1.2 传统诉讼管辖权的 相关规定	291
15.1.3 电子商务环境下传统 诉讼管辖理论面临的 困境	292
15.1.4 对几种管辖权新理论的 评述	293
15.1.5 管辖权的重构	295

15.2 电子商务的非诉纠纷解决机制·····	297	15.2.5 我国发展 ODR 争议解决	
15.2.1 ODR 的发展回顾·····	297	模式的必要性及存在的	
15.2.2 ODR 的服务内容·····	298	问题 ·····	304
15.2.3 处理争议的类型及		本章小结 ·····	306
效果 ·····	300	自测题 ·····	307
15.2.4 ODR 面临的主要法律		参考文献 ·····	309
问题 ·····	300		

电子商务法概论

第1章

教学目标

通过本章内容的学习，应掌握电子商务法的基本范畴；了解国际组织和世界各国电子商务立法的趋势，尤其是联合国国际贸易法委员会、世界贸易组织、欧洲联盟等国际组织和美国等发达国家的相关立法；掌握我国电子商务立法现状；了解移动商务法的发展趋势。

教学要求

知识要点	能力要求	相关知识
电子商务法的基本范畴	正确理解电子商务法的基本概念、性质、地位、原则、渊源及所起到的作用	(1) 电子商务法的概念 (2) 数据电文的概念 (3) 电子商务法的性质和地位 (4) 电子商务法的基本原则 (5) 我国电子商务法的立法渊源 (6) 电子商务法的作用
国内外电子商务立法	(1) 了解国际电子商务立法的特征，联合国国际贸易法委员会、WTO、WIPO 等国际组织及欧盟、美国等国家的电子商务相关立法现状 (2) 分析理解我国电子商务立法现状	(1) 国际电子商务立法的特征 (2) 《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》 (3) WTO 三大电信协议 (4) WIPO “Internet 条约” (5) 欧盟、美国、新加坡电子商务立法进程 (6) 我国电子商务立法现状 (7) 国外立法的借鉴意义
移动商务法简述	(1) 正确理解移动商务法是电子商务法的发展趋势 (2) 了解移动商务及移动商务应用的立法对策	(1) 移动商务的概念 (2) 国内外移动商务的应用 (3) 移动商务应用的立法对策



案例导航

信息科技及服务企业官司缠身所引发的思考

华通明略、易观国际等咨询调查机构提供的数据显示,目前百度已经拥有超过80%的中文搜索引擎市场份额,每天响应数十亿次的网民检索需求,占据了59%的移动搜索市场份额。然而和每位中国网民的日常生活息息相关的百度公司所运营的百度文库、百度贴吧、百度凤巢竞价排名系统(百度推广)等诸多产品和服务却面临着爆发式的指责、批评甚至官司缠身,涉及网络知识产权、个人信息权、名誉权、网络隐私权、不正当竞争、滥用垄断地位、涉嫌欺诈、炮制虚假信息等众多法律领域。2011年8月,中央电视台、人民网等主流媒体连续针对“骗子网站登上百度首页”、“百度为假网站推广支招”、“提升排名还得看谁价高”等问题连续数天对百度公司发难,使百度再次陷入舆论的风口浪尖。

官司缠身不仅是百度公司的专利,无论是微软、IBM、苹果,还是谷歌、Facebook、亚马逊,纵观全球的众多巨型的信息科技企业和信息服务运营及提供商,几乎无一例外地同时面对众多的法律纠纷,而这种情况似乎有愈演愈烈之势。即便是在国内,淘宝、京东、腾讯等典型的商务平台及信息服务平台也面临着大量涉法纠纷,而华为作为通信与信息设备及服务提供商,据称拥有国内最庞大的法务部门,其遍布全球的全职受聘律师据称远远超过千人规模,此外,华为还包括著名律师事务所所在的数量庞大的法务合作伙伴,协助处理不同法律环境之下的纠纷及诉讼。

与此同时,人民网评论称我国电子商务保持持续快速发展的良好态势,在工业、农业、商贸流通、交通运输、旅游等各个领域的应用不断拓展,正在形成与实体经济深度融合的发展态势。随着国内信息化水平的不断提高、信息技术的不断创新,在相关政策的大力支持之下,电子商务将迎来快速发展的“黄金时期”。“十二五”期间,我国将推进电子商务相关政策法规的建设,同时完善电子商务标准规范,为行业健康发展“保驾护航”。

由此可见,面对着狂澜猛进般的信息技术发展所衍生而来的众多信息服务与商务领域,以及由此而引发的海量涉法纠纷,各方当事人在各种纠纷中的复杂的权利、义务关系和法律责任,和传统法律领域相比,均发生了巨大的变化。在主流媒体和新媒体的推动下,各国立法机构、司法部门和执法机关均面临着巨大的挑战,即想方设法解决和处理相关问题。然而,法律的滞后性特征致使法律的推进和发展必然落后于信息技术及信息商务领域的革新和发展。因此,每个身处信息时代的现代人,尤其是相关从业者,均需掌握一定的电子商务法律知识。电子商务相关法律的研究和实践的重要性和迫切性从未有过地摆在人们面前,这也是全球法律工作者及研究者无法回避的时代主题。

1.1 电子商务法的基本范畴

1.1.1 电子商务法的概念与性质

电子商务法是一个新兴的综合法律领域,是调整以数据电文为交易手段进行的商务活动中所产生的社会关系的法律规范的总称。