

农家书屋文库 ● 法律系列

农村电子商务 法律问题

蔡秉坤◎编著



NONGCUNDIANZISHANGWU
FALÜWENTI

甘肃文化出版社

图书在版编目(CIP)数据

农村电子商务法律问题 / 蔡秉坤主编. — 兰州 : 甘肃文化出版社, 2010.11

(农家书屋文库·法律系列)

ISBN 978-7-80714-851-7

I. ①法… II. ①蔡… III. ①法律—基本知识—中国

IV. ①D920.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第209809号

农村电子商务法律问题

蔡秉坤 编著

责任编辑: 周乾隆

责任校对: 朱妹鹏

封面设计: 锐园设计

出版: 甘肃文化出版社

地址: 兰州市曹家巷1号

邮编: 730030

营销: 甘肃文化出版社发行部(0931) 8454870

排版: 天水新华印刷厂

印刷: 天水新华印刷厂

地址: 天水市秦州区赤峪路109号

邮编: 741001

开本 / 850毫米×1168毫米 1/16

字数 / 155千

印张 / 11

版次 / 2010年12月第1版

印次 / 2010年12月第1次

书号 / ISBN 978-7-80714-871-5

定价 / 19.00元

本书如存在印装质量问题, 请与印厂联系调换

版权所有 违者必究

编 委 会

顾	问：	罗笑虎	郝洪涛		
主	任：	张余胜	杨景海		
委	员：	李玉政	汪晓军	袁爱华	赵 莉
		文斌虎	罗和平	梁 辉	卢旺存
		刘 伟	邢 玮	雷建宏	相连生
		李功国	刘志坚	马玉祥	江合宁
		刘晓霞	傅连宴	谢国西	管卫中
		车满宝	王 奕	温雅莉	
总 主 编：		张余胜	杨景海		
副 总 主 编：		袁爱华	相连生		
总 策 划：		谢国西	李功国		
执 行 主 编：		李功国	谢国西		
执行副主编：		管卫中	车满宝		
执 行 编 辑：		郝军涛	周乾隆		

总 序

中共甘肃省委常委
甘肃省委政法委书记 罗笑虎
甘肃省法学会会长

《农家书屋文库·法律系列》是一套为农民所写、为农民服务的法律丛书。这套丛书的出版发行,是我省积极响应国家“农家书屋”工程、推动全省农村法治建设的一项重要举措,也是法律和法学工作者创新普法载体、积极为“三农”服务的一个新尝试。

依法治国是党领导人民治理国家的基本方略,也是社会主义民主政治的基本要求。法治是需要法治基础的,这个基础包括法律知识的普及和法律思想的培养。历史经验反复证明,法治之舟,唯有获得人民群众的广泛参与,才能不断破浪前行;法治之树,唯有人民群众的热情浇灌,才能根深叶茂。特别是在我们这样一个农民占绝大多数的国度,能否有效地在农村普及法律知识、增强农民的法律素质和法律意识,很大程度上影响着依法治国的进程。而要真正增强农民的法律素质和法律意识,就必须不断创新法制宣传教育的方式和载体。正是基于这样的考虑,这套面向全国发行、总共 60 部、近千万字的法律丛书,始终坚持紧密结合农民生活实际的编辑原则,以一事一议、一问一答、以案说理的形式编辑,力求用农民朋友熟悉的语言、身边的事情来宣传法律知识、普及法律知识。这套丛书分为法理、宪法、行政

法、民法、商法、婚姻法、经济法、刑法、生态环境与自然资源法、知识产权法、社会法、诉讼法等十二个门类,涵盖了农村经济、政治、文化、社会、生态建设等诸多领域的法律问题。出版后将由政府采购,分送全省农家书屋,相信会受到广大农民读者的欢迎与喜爱。

这套丛书的编辑出版,凝聚着各个方面的心血。中国法学会会长韩杼滨同志专门委派有关同志来我省调研指导,甘肃省法学会、甘肃省新闻出版局和甘肃文化出版社等单位做了大量富有成效的工作。各位作者来自省内高等院校、科研机构、党政机关和政法部门,他们编写这套丛书大多都是利用业余时间进行的,充分体现了他们高度的社会责任感和对农民朋友的深情厚意。在此我谨向所有为这套丛书提供支持帮助的单位 and 付出辛勤劳动的作者编辑深致谢意!

2009年5月

目 录

上编 农村电子商务发展基础知识	(1)
1.互联网与老百姓的生活关系密切吗?	(1)
2.什么是因特网? 它和互联网是一回事吗?	(2)
3.什么是电子商务?	(3)
4.中国电子商务发展基本现状是怎样的?	(4)
5.农民种好地就行了,为什么要发展电子商务?	(5)
6.互联网看不见摸不着,在上面做买卖可靠吗?	(8)
7.从事电子商务要求又要懂电脑又要通网络,还不如农民 自己去农贸市场买卖方便,真仅是这样吗?	(9)
8.依靠网络,如何实现农业增产?	(10)
9.依靠网络,如何实行农民增收?	(12)
10.如何利用互联网种田?	(13)
11.在互联网上真的可以卖菜、卖粮吗?	(14)
12.不种地也能挣来钱?	(15)
13.网络引来了金凤凰?	(15)
14.如何在互联网上找工作?	(16)
15.电脑很贵,恐怕农民买不起吧?	(18)
16.农村各方面条件有限,有能力发展电子商务吗?	(20)
17.发展农村电子商务面临哪些问题?	(22)

18.农村电子商务发展只靠农民自己吗? 政府为农村电子商务创造了怎样的环境?	(24)
19.什么是电子政务?	(26)
20.电子政务与发展农村电子商务的关系?	(28)
21.什么是“乡乡有网站”工程?	(29)
22.什么是“最初一公里”?	(31)
23.什么是“最后一公里”?	(33)
24.发展农村电子商务,需要满足哪些硬件条件?	(34)
25.怎样让农民也能上网?	(37)
26.华西村农民的新时尚——农村电子商务发展实例(一)	(38)
27.锄头换键盘,网络成为农民增收的又一新法宝—— 农村电子商务发展实例(二)	(39)
28.搭上“信息直通车”,科技致富奔小康——农村电子商务发展实例(三)	(41)
29.地区经济不发达,更要网络来帮忙——农村电子商务发展实例(四)	(42)
30.“他山之石,可以攻玉”——农村电子商务发展实例(五)	(43)
中编 电子商务基本法律知识	(46)
31.电子商务法的调整对象与范围包括哪些?	(46)
32.国际电子商务法的发展状况如何?	(48)
33.我国电子商务法的立法现状如何?	(50)
34.我国法律与国际电子商务立法有哪些差距?	(51)
35.网站设立的基本过程、程序是什么?	(52)
36.设立网站需要具备哪些条件?	(54)
37.什么是网络服务提供商?	(55)
38.网络服务提供商有哪些法律义务及法律责任?	(55)
39.涉农电子商务网站提供的主要服务有哪些?	(56)

40.涉农电子商务网站的发展趋势如何?	(57)
41.农产品、农业生产资料以及其他日常消费品可以上网 交易吗? 电子商务的在线交易包括哪些内容和对象?	(59)
42.网上农业信息一定可靠吗?	(60)
43.如何有效规避虚假农业信息?	(61)
44.什么是网上“自助店”?	(62)
45.什么是网上“独立开店”?	(62)
46.能否把超市、连锁店搬到农村电子商务网上去?	(64)
47.网上交易也能讨价还价吗?	(64)
48.数据电文能完全替代传统交易过程中的书面合同吗?	(65)
49.网络空间里签订的合同怎么签名、盖章?	(66)
50.电子签名能像普通书面合同的签名一样具备法律效力 吗?	(67)
51.与传统签名相比较,在电子商务中怎样保证电子签名 的可信赖性?	(68)
52.电子签名不像传统签名那样让人感觉心里踏实,怎么样 才能正确使用它?	(69)
53.正规的电子认证机构具有哪些特点? 必须符合哪些 法定条件?	(70)
54.电子认证机构的主要职责包括哪些?	(72)
55.认证机构与从事网上农产品交易的主体之间存在哪些法律 关系?	(72)
56.认证机构的主要法律义务有哪些?	(74)
57.认证机构违反法定义务要承担怎样的法律责任?	(76)
58.什么是合同? 什么是电子合同?	(77)

59.电子合同与普通书面合同一样吗?	(78)
60.什么是要约? 什么是要约邀请? 什么是承诺?	(79)
61.在线交易中要约和承诺有哪些特殊规则?	(81)
62.网页上的实物农产品、商品展示的法律性质 是怎样的?	(82)
63.电脑自动交易的合同也能有效吗?	(83)
64.因对电脑不熟悉,交易时错误操作怎么办?	(84)
65.什么是点击合同? 合同签订后就不能退货了吗?	(85)
66.合同的成立与合同的生效是一回事吗? 如何确定电子合同的 成立与生效?	(87)
67.电子合同应怎样履行?	(85)
68.互联网是虚拟的,所以违反电子合同也没有 关系?	(89)
69.什么情形下违反电子合同不用承担法律责任?	(90)
70.网络广告的特点有哪些?	(91)
71.天上会掉馅饼吗?	(92)
72.目前我国在网络广告的行政监督、管理中存在哪些 问题?	(94)
下编 农村电子商务活动常见法律问题	(96)
73.“C2C”是什么?	(96)
74.电脑对面是不是坐着一只狗?	(98)
75.网上交易,真的是骗你没商量吗?	(100)
76.网上拍卖岂能出尔反尔?	(102)
77.什么是“霸王条款”?	(103)
78.“霸王条款”真的可以称王称霸吗?	(104)
79.网上交易也能“一手交钱一手交货”吗?	(105)

80.电子支付的主要方式有哪些?	(106)
81.这是“笔记本”吗?	(107)
82.电子支付法律关系包括哪些内容?	(109)
83.电子货币是真的钱吗?	(110)
84.虚拟货币和电子货币是一回事吗?	(111)
85.网上怎么可能会有财产?	(112)
86.网上银行和商业银行是什么关系? 怎样实现对网上 银行的有效监管?	(114)
87.网上银行的钱怎么不见了?	(115)
88.听说有些“黑客”专门在网上偷别人的钱,该怎么办啊?	(116)
89.什么是恶意软件?	(117)
90.什么是隐私权?	(119)
91.网络环境下隐私权的主要内容有哪些?	(119)
92.网络环境下常见的侵犯隐私权的手段有哪些?	(120)
93.在网络上怎么保护隐私权?	(122)
94.虚拟的网络里,名字能否随使用?	(123)
95.在虚拟的网络世界里,能否随便使用他人的照片? ...	(124)
96.在虚拟的网络世界里,说话能否很随便?	(125)
97.身份性信息在电子商务交易过程中被对方不当使 用应该怎么办?	(127)
98.什么是垃圾邮件? 如何有效防止垃圾邮件?	(127)
99.什么是域名、域名争议及其解决机制?	(129)
100.免费的午餐何时停?	(130)
101.我国法律是怎样保护网络著作权的?	(131)
102.“外挂”是什么? 还会因为它惹上官司吗?	(133)
103.网上东西便宜是因为电子商务不用纳税吗?	(134)
104.为什么要对电子商务征税?	(135)

105.电子商务的出现对现有税收体制产生了怎样的影响?	(136)
106.怎样对电子商务征税?	(138)
107.电子商务的交易主体分散在全国各地,甚至世界各地, 发生纠纷了怎么办?	(140)
108.什么是网络侵权?	(141)
109.什么是网络侵权纠纷中的管辖权?	(142)
110.涉外网络纠纷中的司法管辖权有哪些?	(143)
111.在虚拟的网络空间里也能留下证据吗?	(145)
112.电子证据有哪些特点?	(146)
113.手机短信是否是证据?	(148)
114.我的“古代牧羊犬”哪去了?	(149)
115.网上交易发生纠纷后,应该怎样提取电子证据?	(151)
116.取得电子证据后应该怎样保全证据?	(151)
后记	(153)

上编 农村电子商务发展基础知识

1. 互联网与老百姓的生活关系密切吗？

屯子镇是位于我国中部河南省鹤壁市的一个普通小镇。镇上的石材加工历史悠久，有一大批手艺精湛的工匠。由于信息闭塞，精美的石雕“养在深闺人未识”。村民们大多过着半工半农的生活，生活比较拮据，而工匠老张就是其中一员。2006年，他们村通了宽带，建起了农民信息服务站。通过别人的帮助，老张把自己的石雕作品发布到网上。“功夫不负有心人”，当年年底，一张来自黑龙江400万元的大单就找上了他。“这相当于我上年销售额的4倍。”老张高兴得合不拢嘴。现在老张每天都要上网浏览信息，“时代变了，人的观念也要变，现在做生意没有网络可不行”。在他的带动下，全村有32户买了电脑，连上了互联网，走上了富裕路。

老张生活的改变只是互联网对中国农民经济生活产生重要影响的一个缩影。2007年，中国农村网民数量达到了5262万户，农村网民规模增长率超过了100%，达到了127.7%，占到新增网民的四成以上。互联网在农村市场的迅猛发展得益于国家的大力推动。从1994年开始，我国就启动了农业信息化工程——“金农工程”。近年来，国家进一步大力加强农村基础网络建设，开展“村村通”工程，引导IT厂商开发物美价廉的产品，从而掀起了互联网在农村的普及浪潮，促进了农村经济的发展、社会的进步和人民生活质量的提高。如今，在福建邵武市，村民们每到农闲时候都会聚集到村里的电子阅览室，通过互联网学习农技知识，发布农产品信息；在贵州丹寨县，通过互联网，卡拉村的农民把编织的数十只鸟笼卖了出去，人均增收2000元以上，这个曾经的穷村也变成了全县最富裕的村子之一。

曾几何时,因费用高,导致互联网的应用范围很窄,它只是部分科研人员的研究、应用工具。而近十多年来被誉为 20 世纪人类最伟大的科技发明之一的互联网,在中国取得了惊人的发展成绩,用户规模、网上信息资源等位居世界前列。互联网基础设施日益完善,中国已建成一个覆盖全国,以光缆为主,卫星和数字微波为辅的大容量、宽带、高速干线电信传输网。数据显示,目前我国通信所用光缆总长度已接近 500 万公里,所用光缆总长度超过 9000 万公里。互联网产业飞速发展,从单纯数据传输到现在的电子商务、网上交友、沟通娱乐等全方位应用。互联网已融入普通中国人的生活,并带来了翻天覆地的变化:改变了人们的交易、生活习惯,丰富了人们的求知和沟通途径,提高了人们的创造力,改变了人们的思维方式。通过互联网,普通百姓有了全新的工作学习观念、效率观念和全球意识。

互联网——这只旧日的王谢堂前“燕”,如今已经飞入了寻常百姓家。

2. 什么是因特网? 它和互联网是一回事吗?

网站(Website)是指在因特网上,根据一定的规则,使用 HTML 等工具制作的用于展示特定内容的相关网页的集合。简单地说,网站是一种通讯工具,就像布告栏一样,人们可以通过网站来发布自己想要公开的资讯,或者利用网站来提供相关的网络服务。人们可以通过网页浏览器来访问网站,获取自己需要的资讯或者享受网络服务。

因特网(Internet)又称国际计算机互联网,是目前世界上影响最大的国际性计算机网络。因特网是一个网络的网络(a network of network),它以 TCP/IP 网络协议将各种不同类型、不同规模、位于不同位置的物理网络联接成一个整体。它也是一个国际性的通信网络集合体,融合了现代通信技术和现代计算机技术,集各个部门、领域的各种信息资源为一体,从而构成网上用户共享的信息资源网。我们通常所说的因特网、互联网、网络指的都是同一个东西。

近十年来,随着社会、科技、文化和经济的发展,特别是计算机网

络技术和通信技术的大发展,人们越来越重视开发和使用信息资源,这强烈刺激着因特网的发展。因特网覆盖了社会生活的方方面面,构成了一个信息社会的缩影。

3.什么是电子商务?

究竟什么是“电子商务”呢?从字面理解,电子商务就是“电子技术+商务活动”,即电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件设备和网络基础设施所进行的活动,是利用计算机网络所从事的商业交易活动的总称。电子商务源于英文“Electronic Commerce”,简称为EC。顾名思义,其内容包括两个方面,一是电子方式,二是商务活动。

(1)“电子”就是指电讯、数字、磁力、无线、光学、电磁技术,以及与之相关或相似的技术。

(2)按照联合国国际贸易法委员会所制定的《电子商务示范法》中的解释,“商务”包括契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。商务性质的关系包括但不限于下列交易活动:供应或交换货物或服务的任何贸易交易;分销协议;商务代表或代理;客账代理;租赁;工厂建造;咨询;工程设计;许可贸易;投资;融资;银行业务;保险;开发协议或特许;合营或其他形式的工业或商务合作;空中、海上、铁路或公路的客、货运输。因此,所有这些运用了电子技术手段的商业活动均可称为电子商务。

对农民朋友来说,电子商务就是“鼠标+大白菜”,即买卖双方通过互联网来做生意,就是利用网络来实现农产品的有效宣传、销售,通过电子商务让市场信息更快捷地走进来,让产品更迅速地走出去。

农户通过在互联网上设立并发布自己的信息,在短时间内让全国各地乃至全世界的买方了解到相关的农产品信息。比如利用互联网来销售白兰瓜,农户只需要在互联网上借助特定的电子商务平台,发布有关水果的特色、价格、数量、销售者的联系方式等信息即可。此时,买方可通过访问互联网获取该产品的详细信息,并通过电子邮件

(E-mail) 发信给农产,详细询问价格及商品数量,买卖双方经过几次电子邮件(E-mail)的往来,确定了发货方式、商品数量、价格等合同成交的基本细节,然后完成交易。这样一个沟通协商的过程与交易方式,就可以看作是电子商务。

为什么要在农村大力倡导、发展电子商务呢?比如,前几年在全国有些省份曾发生过一些类似的事例:菜农由于菜价下跌,为了不赔本倒贴,于是只能把整车的蔬菜、瓜果、农作物等含泪倒到了垃圾场,辛辛苦苦一年下来,这些菜农有了丰收却没有收益。想要有效防止再次出现上述情形,除了改良农产品、制造特色农产品、薄利多销外,电子商务就是一个非常经济、便捷和高效的农产品销售手段。

4. 中国电子商务发展基本现状是怎样的?

2009年1月13日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在北京发布了《第23次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示,截至2008年底,我国互联网普及率为22.6%,首次超过21.9%的全球平均水平。同时,我国网民数达到2.98亿,宽带网民数达到2.7亿,较2007年增长超过1个亿。国家CN域名数达1357.2万,三项指标继续稳居世界排名第一。相对于在线互联网的快速增长,中国无线互联网的增幅也相当惊人。报告显示,随着运营商的重视和手机硬件成本的不断降低,2008年使用手机上网的网民较2007年翻了一番还多,达到1.17亿。随着我国3G牌照的发放,预计未来几年无线互联网将迎来爆发式的增长,一些新的经济模式和增长点也将孕育而生,无线互联网更深层次的应用将在3G时代逐渐凸显出来。

CNNIC报告显示,在主要互联网应用使用率调查中,电子商务、网络求职、更新博客位列增长最快的应用前三甲。而网络音乐、网络视频等娱乐性应用的使用率则明显呈现下降的趋势。报告数据表明:迄今为止,电子商务的发展速度仍高于其他网络应用,年增幅达到60%,高于网络游戏49%的增幅。我国互联网正经历着由娱乐化应用向价值应用时代的转变。

电子商务是与网民生活密切相关的重要网络应用。过去一年中,网络购物市场的增长趋势明显。目前的网络购物用户人数已经达到7400万人,年增长率达到60%。比较国外的发展状况,韩国网民的网络购物比例为60.6%,美国为71%,均高于中国网络购物的使用率。除网络购物外,网络售物和旅行预订也已经初具规模,网络售物的网民数已经达到1100万人,通过网络进行旅行预订的网民数达到1700万人。需要指出的是,这里的网络售物不仅包括网络开店,也包括在网上出售二手物品。与网络购物密切关联的网络支付发展十分迅速,有力地推动了网络购物的发展。

互联网的普及度在很大程度上取决于发展的均衡性。CNNIC的统计数据显示,截至2008年底,我国农村网民规模达到8460万,较2007年增长3190万,增长率超过60%,增速远远超过城镇。农村网民规模的大幅提升,有望逐步缩小城乡差距。同时,报告显示,在我国各个省份中,西部地区网民数增长最快。其中增长率在60%以上的八个省份中,六个在西部,包括青海、云南、贵州等三个增长最快的省份,我国互联网正迈向全面协调发展。在东部和中部地区城市互联网建设日趋成熟的今天,农村和西部地区对互联网还有很强的需求,这将成为未来中国互联网发展中的重要力量。

5. 农民种好地就行了,为什么要发展电子商务?

也许有农民朋友认为,农民的本分就是种地,网络、电脑和农民没有什么关系。发展农村电子商务是不务正业。其实,大力开展电子商务活动,可以解决农民朋友有关“产、供、销”方面的很多实际困难。

农产品电子商务是在传统农产品流通模式的基础上发展起来的,但它绝不是传统流通方式的简单代替,而是对传统农业经济的一场革命。如2003年9月《河南日报》上《洛阳农产品利用网上销售而首超传统交易方式的销售额度》一文曾报道:“据2003年9月7日洛阳市农业部门统计的信息,自今年4月以来,洛阳市农业部门通过洛阳农业信息网和8个县级农业信息服务平台,共发布农业信息两万

余条,实现农产品网上销售 2.7 亿元。与此同时,全市 320 家各类农产品交易市场实现交易额 2 亿元。今年 4 月,洛阳市农业局对当地农业信息网进行了升级改版,新增加了畜牧、中药材、花卉、果树等洛阳市有代表性的特色农业的专业网站。同时,加快信息落地入户步伐,全市新建了 50 个乡级服务站、50 个农业产业化龙头企业服务站、200 个村级服务点,培训了 1000 名农业信息员,形成较为健全的农业信息服务体系。”

通过普及网上销售,洛阳市农产品利用现代化科技手段,补充了以往仅仅依靠批发市场进行销售的不足,形成立体销售。同时,网上的远程交易优势,使大批洛阳农产品走向国门。宜阳县高航公司通过网上与美国一家公司达成年进口 4 万吨大豆的合作协议。洛阳市恒碧公司则将自己的无公害农产品销售到了韩国和日本。据不完全统计,在网络交易的 2.7 亿元交易额中,农产品进出口交易额占到了 30%。因此,电子商务在推动农产品销售,实现农民增收方面具有不可替代的作用,会对农民和整个农村社会、经济文化生活等产生深远影响,具体而言:

(1) 提升农产品的核心竞争力。农产品从生产到最终走向市场,因其不易标准化的特点制约了其流通速度,网上市场的建立要求农产品标准化,这势必将引导农产品品牌的提升和核心竞争力的提高。

(2) 更好实现交易的公开、公平、公正。网上交易削弱了传统流通体制中的政府行为,交易更加公开、公平、公正,农产品成交价格能够较为客观真实地反映市场上的供求关系,以此引导各级主管部门和广大农户科学安排生产,以销定产,为农户和农业企业提供全方位的市场信息,有利于形成正确的决策。

(3) 促进交易主体多元化。网上交易市场的建立,是原有的传统农产品交易市场的延伸,使交易主体多元化,也为商家提供了无限商机。

(4) 降低交易成本。通过 Internet 可以缩短小农户与大市场之间的距离,通信速度快,信息传播、交易成本低。