

本科电子商务系列教材

电子商务法 教程

张楚 主编



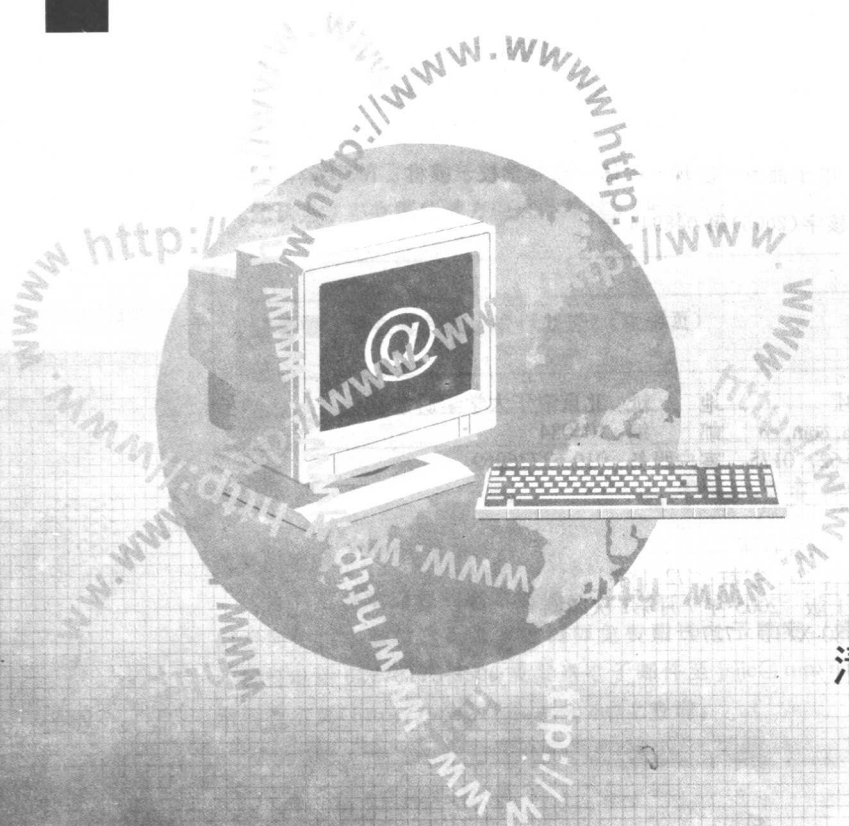
清华大学出版社



本科电子商务系列教材

电子商务法 教程

张楚 主编



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本教材是为本科电子商务专业编写的。在概要介绍电子商务法基本原理的基础上,针对电子商务经营活动涉及的主要法律问题分别进行了阐述,具体包括电子商务运行平台(网站)、网络服务商、数据电文、电子签名、电子认证、电子合同、电子支付、电子税收、电子商务广告、网络隐私与知识产权、电子商务安全法以及电子商务纠纷的解决等相关法律问题。

本教材力求结合电子商务专业的特点和要求,在反映最新研究成果和立法的基础上,全面系统地介绍相关知识基础,并注重学生能力的培养。本书也可作为电子商务专业自学考试参考书。本书配有电子教案,可在我社的网站下载。另外作者还建有教学网站,有兴趣者可登录: www.shecan.net。

版权所有,翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法教程/张楚主编. 北京:清华大学出版社,2005.7

(本科电子商务系列教材/陈禹,方美琪主编)

ISBN 7-302-10980-X

I. 电… II. 张… 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 048944 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客 户 服 务: 010-62776969

责任编辑: 范素珍

印 装 者: 北京国马印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×260 印 张: 16 字 数: 372 千字

版 次: 2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-10980-X/TP·7279

印 数: 1~4000

定 价: 23.00 元



《本科电子商务系列教材》

编辑委员会名单

主 编 陈 禹 方美琪

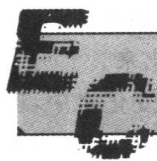
编 委 (排名不分先后)

陈 禹 方美琪 陈国青 甘韧初

侯炳辉 邝孔武 盛定宇 左美云

杨坚争 张 楚

策划编辑 范素珍



序 言

近两年来,许多学校陆续开设了电子商务专业。作为一个新兴的试点专业,它已经引起了教育界及社会各界人士的关注。然而,作为一个新的专业,电子商务专业究竟应当培养什么样的人才;从事电子商务的技术人员和管理人员,究竟应当具备怎样的知识与能力结构;电子商务这个新专业与现有的计算机专业和管理专业究竟应当有什么区别,其他相关的问题也还在讨论之中。这些问题的正确回答和处理,对于这个新专业的健康发展是至关重要的。我们编写这样一套教材,其目的不仅仅在于满足目前迫切的应用需求,更是为了在这种研究与讨论中抛砖引玉,研究切磋,以期促使这个新专业健康发展,早日成熟。

电子商务不是突如其来的孤立事物,它是几十年来以电子计算机和现代信息技术迅速发展及广泛普及的结果,也是人类社会经济发展到新的阶段,生产的社会化程度达到了前所未有的全球一体化的必然产物。从学科发展的角度讲,它又是现代管理科学和新技术革命融合与交叉的最新成果。

虽然“电子商务”一词是近几年来才流行起来的,但是,实际上这件事情是由来已久的。在美国等技术比较发达的国家,从 20 世纪 50 年代中期,就已经出现了把现代信息技术应用于商务(广义的商务——business)的努力。IBM 和 COBOL 这两个词中所包含的 business 一词就无可争辩地表明,人们当时已经开始考虑和实践电子商务,只不过没有用这个词而已。更有说服力的是在交通运输等领域开展的 EDI(电子数据交换),它不仅属于广义的电子商务(EB)的范围,而且也是狭义的、流通领域的电子商务(EC)的内容之一,只不过以前把这些内容列在计算机技术应用、管理信息系统、市场营销等研究名目之下而已。

20 世纪 90 年代初期,因特网开始用于商业用途。这一关键性的转变,使得电子商务的热潮迅速兴起,席卷全球,同样也冲击到了中国大地。现代信息技术的巨大潜力,在这个领域中得到了充分的发挥,使人们不得不刮目相看。也正是在这种热潮的推动下,电子商务这个专业,作为已有的信息管理与信息系统专业的扩展与延伸,登上了高等教育的舞台。

这个新兴的专业具有十分鲜明的综合性与实践性。

所谓综合性是指它在传统的学科结构中处于交叉学科的位置。商务活动属于管理科学的领域,它是电子商务的业务主体;而现代信息技术属于工学领域,它是电子商务的手段和技术基础,前者是“的”,后者是“矢”。从事电子商务的人不但要深入了解“的”,熟练运用“矢”,而且要能够做到“有的放矢”。这就决定了这个学科的交叉和综合性质。有一种相当普遍存在的误解,就是以为只要把计算机专业的若干门课加上经济管理的若干门

课,就成了信息管理或电子商务。20 年来的经验已经表明,这种“拼盘式”的教学方案是不能真正培养出综合型的人才的。综合不等于混合,把“的”和“矢”简单地堆砌在一起,并不会自动地实现“有的放矢”。这种“混合”必须通过有特色的教材才能体现出来。

另一个特点是实践性。由于电子商务这个领域本身还在迅速地发展和变化之中,理论上还不成熟,因而实践就显得更为重要。正如人们常说的,这种人才是在实际工作中干出来的,而不是课堂上教出来的。因此,这种专业的教材需要大量实例,而且更新极快,实践环节必须大大加强。无疑,这对于教材和教师提出了更高的要求。

总之,社会对于电子商务的人才需求是非常迫切的,技术的发展也非常迅速,现在的问题和困难在于教材和老师。我们编写这样一套教材,目的在于努力探索把现代信息技术、管理科学、系统科学有机地结合起来,为开设这一专业的学校和教师提供参考和帮助。我们希望通过抛砖引玉,提出一家之言,与各界各校的同行人共同推进这个新兴的专业。由于水平和经验的限制,不当之处和错误肯定不少,我们迫切希望得到广大同行的批评指正。

丛书主编 陈 禹 方美琪



前 言

电子商务活动主要是通过互联网,以电子合同来实现的。那么,如何判断网上交易主体的真实身份?如何保证数据电文具有书面合同相同的法律效力?如何认定“电子签名”与亲笔签名具有等效功能?如何对网络域名、个人隐私进行保护?如何确立认证中心的地位及其与交易各方的法律关系?等等,就成为电子商务法所必须应对的问题。与此同时,这些相关的法律制度与知识也是电子商务专业的学生必需的知识。鉴于此,本书在总结笔者多年“电子商务法”课程教学经验的基础上,针对电子商务经营活动涉及的主要法律问题分别进行了阐述,希望能得到电子商务专业师生的首肯。

本书主编张楚,副主编谭华霖。全书撰写分工是:郭春亮编写第1章、第2章、第5章,刘利凯编写第3章,张楚编写第4章,胡卫丽编写第6章、第7章,谭华霖编写第8章,郭斯伦编写第9、11、13、15章,李罡编写第10章、第12章第1、2节,卢跃编写第12章第3节,李卓编写第14章。黄韬在统稿阶段协助主编做了编务工作。书中难免有不妥之处,恳请专家学者指正。

本教材主编信息:张楚,中国政法大学民商经济法学院教授、博士生导师,政法大学知识产权法研究所所长。通信地址:邮编100088,政法大学知识产权法研究所。电子邮箱:zhengfazhangchu@263.net。

张 楚

2005年6月于北京

目 录

第 1 章 电子商务法基础知识导论	1
1.1 电子商务概论	1
1.1.1 什么是电子商务	1
1.1.2 电子商务的特征	4
1.1.3 电子商务的优势	5
1.1.4 电子商务对传统法律的挑战	6
1.2 电子商务法的一般理论	7
1.2.1 电子商务法的概念	7
1.2.2 电子商务法的调整对象和范围	8
1.2.3 电子商务法的性质与特征	11
1.2.4 电子商务法的基本原则	12
1.2.5 电子商务法的作用	14
1.3 全球电子商务立法概貌.....	15
1.3.1 国外电子商务立法	15
1.3.2 全球电子商务立法概要分析	18
1.3.3 国际电子商务立法的启示	21
1.4 我国电子商务立法的思考.....	22
1.4.1 我国电子商务立法的现状	22
1.4.2 我国电子商务立法模式的选择	24
1.4.3 我国电子商务立法指导思想与原则	24
思考题	26
第 2 章 网站设立及其运营中的法律问题	27
2.1 网站设立及其网络服务的法律管制.....	27
2.1.1 网站及其设立的法律问题	27
2.1.2 信息服务的分类及其管制	30
2.2 网络服务提供商的义务和责任.....	33
2.2.1 网络服务提供商概述	33
2.2.2 网络服务提供商作为公共信息服务提供者的义务	34
2.2.3 网络服务提供商与特定用户之间的网络信息服务合同	35

2.2.4 网络服务提供商的侵权责任	37
思考题	44
第3章 在线交易主体的认定	45
3.1 在线交易主体及其认定问题	45
3.1.1 在线交易主体与在线交易服务提供者	45
3.1.2 在线交易主体认定的必要性	46
3.1.3 在线交易主体认定的基本原则	46
3.1.4 网站、网站设立人与在线交易主体	47
3.2 在线交易主体的登记与公示	48
3.2.1 企业从事在线交易的登记和公示	48
3.2.2 其他在线交易主体的公示问题	50
3.2.3 在线商店的公示	50
思考题	51
第4章 数据电文法律制度的形成与确立	52
4.1 传统书面形式制度与数据电文的矛盾	52
4.1.1 传统书面形式概述	52
4.1.2 传统书面形式制度的范围与内涵	52
4.1.3 关于书面形式问题的解决方案	56
4.1.4 数据电文制度产生的必然性	58
4.2 《电子商务示范法》概述	59
4.2.1 《电子商务示范法》的起草背景	59
4.2.2 《电子商务示范法》的基本结构	62
4.2.3 《电子商务示范法》的方法与解释原则	63
4.3 数据电文法律制度的基本内容	64
4.3.1 数据电文的概念	64
4.3.2 数据电文的功能等价标准	66
4.3.3 数据电文的效力	70
4.3.4 数据电文的通信与保存规则	73
思考题	80
第5章 电子签名	81
5.1 电子签名概论	81
5.1.1 传统签名的概念和功能	81
5.1.2 电子商务安全与电子签名的产生	82
5.1.3 电子签名的概念和分类	82
5.1.4 折中式概念——强化电子签名	83

5.1.5	电子签名立法模式简析	84
5.2	数字签名及其应用环境	85
5.2.1	技术性概念与术语	85
5.2.2	数字签名的运行环境与过程	87
5.3	电子签名的法律效力	87
5.3.1	电子签名的法律要求	87
5.3.2	电子签名的归属与完整性推定	88
5.3.3	电子签名的使用及其效果	89
5.4	我国电子签名法	91
5.4.1	我国电子签名的立法原因和背景	91
5.4.2	我国电子签名法的主要内容	93
5.4.3	我国电子签名法的意义	94
	思考题	95
第6章	电子认证	96
6.1	电子认证概述	96
6.1.1	认证的意义与作用	96
6.1.2	认证的方法和分类	97
6.1.3	认证机构的风险	98
6.2	认证机构的设立与管理规范	101
6.2.1	认证机构概述	101
6.2.2	认证机构的条件及其许可规范	104
6.2.3	认证机构的管理规范	107
6.3	认证机构的证书业务规范	110
6.3.1	证书概述	110
6.3.2	认证机构在证书颁发中的职责	110
6.3.3	认证机构在证书管理中的职责	112
6.4	认证机构与在线当事人之间的法律关系	113
6.4.1	认证机构业务的性质	113
6.4.2	认证机构与证书持有人之间的关系	114
6.4.3	认证机构与证书信赖人之间的关系	116
6.4.4	认证机构的主要义务	118
6.4.5	认证机构的责任	118
	思考题	121
第7章	电子合同	122
7.1	电子合同的概述	122
7.1.1	电子合同的含义、特征与分类	122

7.1.2	电子合同当事人	123
7.1.3	电子合同的标的	124
7.2	电子合同的订立	124
7.2.1	电子合同的要约	124
7.2.2	电子合同的承诺	126
7.2.3	要约邀请	128
7.2.4	合同成立的时间和地点	130
7.3	电子合同订立的特殊法律问题	131
7.3.1	电子代理人的法律地位	131
7.3.2	收到确认制度及其运用	134
7.3.3	网上交易条款的信息披露问题	135
7.4	电子合同的履行及违约救济	137
7.4.1	电子合同的履行概述	137
7.4.2	电子合同的违约救济	138
	思考题	142
第8章	在线信息产品交易法律保护	143
8.1	信息产品及其交易概述	143
8.1.1	信息产品及其特点	143
8.1.2	在线信息产品交易模式	144
8.1.3	电子信息交易的基本原则	146
8.2	电子信息合同的履行问题	147
8.2.1	电子信息合同履行的方式与地点	147
8.2.2	电子信息合同履行中的验收	149
8.2.3	电子信息合同履行中的技术措施问题	150
8.2.4	电子合同终止后当事人的权利义务	153
	思考题	154
第9章	网上拍卖和网上竞拍	155
9.1	概述	155
9.1.1	拍卖	155
9.1.2	网上拍卖与网上竞买	156
9.2	相关法律问题	159
9.2.1	网上拍卖中的法律问题	159
9.2.2	网上竞买中的法律问题	161
9.2.3	网上竞价买卖中的主要违法行为及其应对措施	162
	思考题	163

第 10 章 在线证券交易法律调整	164
10.1 在线证券交易的概念和法律特征	164
10.1.1 在线证券交易的条件	164
10.1.2 在线证券交易的概念和分类	167
10.1.3 在线证券交易的法律规范	168
10.2 在线证券交易中的法律关系	168
10.2.1 证券公司与投资者的法律关系	168
10.2.2 在证券交易中证券公司的义务	169
10.2.3 无线网络环境下的证券交易中移动运营商的法律地位	171
10.3 在线证券交易中几个特殊法律问题	173
10.3.1 在线证券交易中投资者的身份认证	173
10.3.2 在线证券交易风险和安全管理	173
10.3.3 证券公司网上委托业务的资格条件和核准	175
思考题	177
第 11 章 网络广告	178
11.1 概述	178
11.1.1 网络广告及其形式	178
11.1.2 网络广告的特点	179
11.2 相关法律问题	180
11.2.1 网站广告经营主体资格的规制	180
11.2.2 隐性广告的规制	181
11.2.3 网络广告内容的规制	181
11.2.4 电子邮件广告的管制	185
11.2.5 广告管辖权	186
思考题	186
第 12 章 电子支付中的法律问题	187
12.1 电子支付的一般理论	187
12.1.1 电子支付的概念和形式	187
12.1.2 电子支付有关当事人的法律关系	189
12.2 有关电子货币的法律问题	190
12.2.1 电子货币的发展概况	190
12.2.2 电子货币的概念和特征	190
12.2.3 电子货币的法律地位	191
12.2.4 电子货币的风险分析	192
12.3 网络银行的相关法律问题	193
12.3.1 网络银行的概念和分类	193

12.3.2	网络银行的市场准入问题	194
12.3.3	网络银行的风险	195
12.3.4	我国网络银行发展存在的问题	196
	思考题	197
第 13 章	电子商务中的消费者保护	198
13.1	概述	198
13.1.1	电子商务环境下的消费者	198
13.1.2	电子商务环境下的消费者保护	199
13.2	网上格式合同	199
13.2.1	网上格式合同中的不法行为	200
13.2.2	网上格式合同的法律规制	200
13.2.3	网上格式合同的行政规制	202
13.2.4	网上格式合同的民间规制	202
13.3	相关法律问题	203
13.3.1	国外对于网络消费者的保护概况	203
13.3.2	我国对于网络消费者的保护现状	205
13.4	网络环境下个人资料的法律保护	208
13.4.1	个人资料	208
13.4.2	个人资料权	209
13.4.3	个人资料保护的全球立法	210
13.4.4	网络环境下个人资料保护的原则	212
13.4.5	个人资料保护的法律关系	213
	思考题	216
第 14 章	电子商务救济的法律问题	217
14.1	网络环境下民事诉讼的管辖	217
14.1.1	网上民事侵权纠纷的管辖地	217
14.1.2	电子合同管辖地	220
14.1.3	具有涉外因素的在线纠纷的管辖	221
14.2	电子商务纠纷的法律适用	222
14.2.1	有关法律适用的基本问题	222
14.2.2	法律适用的原则	222
14.3	数据电文——电子商务诉讼中的证据问题	223
14.3.1	数据电文——从诉讼证据的角度分析	223
14.3.2	数据电文作为证据的可采纳性及归属问题	223
14.3.3	数据电文的证据效力	225
14.4	电子商务争议解决替代方式——在线争议解决方式	226

14.4.1	在线争议解决方式的种类	226
14.4.2	在线争议解决方式的利与弊	228
14.4.3	在线争议解决方式的未来发展趋势及立法建议	229
	思考题	230
第 15 章	电子商务税收	231
15.1	概述	231
15.1.1	电子商务对税制要素的影响	231
15.1.2	电子商务对税收征管的影响	232
15.1.3	电子商务对关税体制的影响	233
15.2	国际和国内探索	234
15.2.1	国际社会的探索	234
15.2.2	我国电子商务税收问题探索	235
	思考题	238

本章对电子商务法的基础知识做了简要介绍,全面介绍了电子商务的内涵与范围;阐述了电子商务法的基本概念,由此确立电子商务法的独立地位;最后介绍了国内外电子商务立法现状,以及中国电子商务立法的基本问题。通过本章的学习,达到了解和掌握电子商务及电子商务法的基本知识的目的。



1.1 电子商务概论

电子商务法是随着电子通信技术在商事领域的广泛而综合地应用而兴起的一个商事法律领域。作为一种商事规范体系,它是电子商务活动实践的产物。因此,要认识电子商务法,了解其特征,就有必要首先从研究电子商务的基本概念开始。

1.1.1 什么是电子商务

20世纪末,计算机网络技术的飞速发展带来了商业运行模式的深刻变革,开辟出区别于传统商务的商务模式——电子商务。今天,电子商务已经成为现代人生活的一部分。尽管如此,关于电子商务,迄今尚无普遍接受的确切定义。国际组织、学者根据其自身所处的地位和对电子商务的参与程度,分别从不同的角度给出了许多不同的表述。以下就有关电子商务的概念进行介绍。

1. 国际组织对电子商务内涵的理解

(1) 世界贸易组织

世界贸易组织在《电子商务与世界贸易组织的作用》一书里这样写道:“电子商务可以简单地定义为,通过电子通信网络进行产品的生产、广告、销售和分配。本书的绝大部分讨论都限定在因特网这一与电子商务主要联系的媒介上。”

(2) 国际商会

1997年11月6~7日,国际商会在法国巴黎举行了“世界电子商务会议”(the world business agenda for electronic commerce),对电子商务进行了定义。电子商务(electronic commerce, EC)是指实现到整个贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为: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。从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(如共享数据、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

(3) 欧共体理事会

欧共体理事会在向欧洲议会提交的关于商务的白皮书中,对电子商务定义为:“通过

电子手段进行的商务活动。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、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。”

(4) 联合国经济合作和发展组织

联合国经济合作和发展组织在有关电子商务的报告中对电子商务(EC)的定义是:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

(5) 全球信息基本设施委员会

全球信息基本设施委员会电子商务工作委员会报告草案中对电子商务的定义是:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,人们通过这种方式可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有及私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

(6) 联合国贸法委

联合国贸法委在其《电子商务示范法》(以下简称“示范法”)正文中,没有对电子商务下定义。但从《示范法实施指南》(以下简称“指南”)简介中,却可看到起草者的一些观点。“指南”在第7和第8段中指出:“《示范法》的标题叫做‘电子商务’。虽然第二条中规定了‘电子数据交换(electronic data interchange, EDI)’,《示范法》并没有明确‘电子商务’的含义。在起草《示范法》时,贸法委对于所审议的主题,决定考虑一个广泛的EDI概念,而标题‘电子商务’的运用,可以将各种与贸易有关的EDI的应用都涵盖在其中,尽管还可以用其他的描述性术语。在‘电子商务’概念所包含的通信方式中,下述传输模式是基于电子技术的:以被定义为狭义的计算机到计算机的,以标准数据格式进行传输的通信;既可以通过公共标准,也可以通过专用标准进行电子信息传输的;通过电子方式,如因特网的自由格式文本传输。还应注意到,在某些情况下,电子商务的概念还可能包括诸如电报、电传等技术的使用。应当指出的是,虽然《示范法》起草时,尽量参考了更现代化的通信技术,如电子邮件、EDI等,它所建立的原则及其条款都要能适用于不太先进的通信技术环境,如电报。因为可能存在这样的情况:数字化的信息最初以标准化的EDI形式发出,在发出人与收件人之间的通信环节的某一点,以计算机生成的电传形式或以计算机打印出的电报而提交。数据电文可能以口头通信起始,并以EDI形式终结。电子商务的特点是它包含了程序化的信息(电文),该种信息是电子商务与传统纸面文件的不同之处。基于用户对可转换的各种通信技术的调整规则的一致性的需求,这些情况都被考虑在《示范法》中。更概括地看,还应注意,作为一项原则,由于需要对未来出现的技术提供规范,没有任何通信技术可以排除在《示范法》之外。”

(7) 新西兰出版委员会

新西兰出版委员会在其“电子商务报告”的第一部分:“法律与企业社区指南”里写道:“电子商务是指通过电子方式,而非纸质方式所缔结的商事交易的概括性词语。它并不局限于因特网的商业使用,尽管该使用方式是电子商务的重要范例。”

(8) 加拿大电子商务协会

加拿大电子商务协会对于电子商务的定义是：电子商务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(E-mail)、电子数据交换(EDI)、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)。

(9) 韩国

韩国《电子商务基本法》第2条第4款对电子商务的定义是：“电子商务是指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。”

另外，美国、澳大利亚、新加坡等国有关电子商务的法律文件的名称有所不同，其标题都叫做“电子交易法(案)”。美国《统一电子交易法》曾经在草案中对“交易”(transaction)一词做过如此解释：“交易是指两个或多个人之间的关于企业经营、商事营业，或政府事务的一次或一系列行为”。后来在正式通过的文本里，删除了这一定义。不过从中多少可以看出其采用“交易”而不用“商务”的用意，即以“电子交易法”命名的法律文件的适用范围更大一些^①。

2. 广义上的电子商务和狭义上的电子商务

以上对电子商务的界定都具有一定的合理性，只不过它们描述问题的角度不同，因而解释略有差异。但是，面对这么多解释，至少可有广义的和狭义的电子商务两种划分。从字面理解，电子商务就是电子技术+商务活动。这里有一个界定商务的范围和电子化范围问题。

(1) 广义上的电子商务

广义的电子商务是指所有以电子技术手段所进行的与商业有关的活动。

首先，这里所谓的“电子技术”是一个开放的概念，它包括但不限于电子通信与电子计算技术。美国《统一电子交易法》对电子的解释是：“电子是指电子的、数字的、磁性的、光学的、电磁的，或者类似性能的相关技术。”以联合国贸法委制定的《示范法》中的术语来解释，所谓电子技术手段，就是“数据电文”，是指由电子手段、光学手段或类似手段生成、储存或传递的信息，这些手段包括但不限于电子商务交换(EDI)、电子邮件、电报、电传或传真。

其次，这里所谓的“商务”，正如《示范法》对“电子商业(商务)”中的“商业”一词所做的解释：“使其包括不论是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：供应或交换货物，或服务的任何贸易；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。”

这也就是说，所有这些商业活动运用了“数据电文”，就是电子商务。这是一种广义的理解。

(2) 狭义的电子商务

^① 张楚. 电子商务法初论. 北京: 中国政法大学出版社, 2000. 6~12