

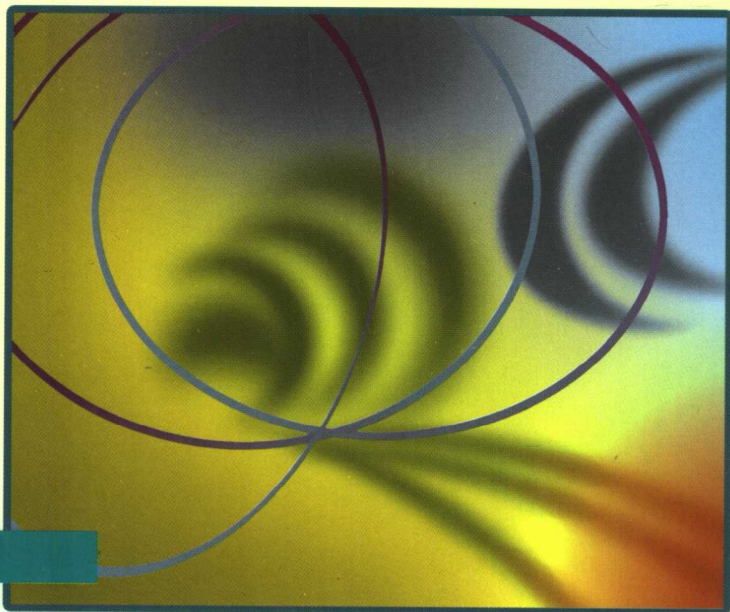


北京市高等教育精品教材立项项目

电子商务法教程

*D*IANZISHANGWUFA
*J*IAOCHENG

主 编 高慧云
副主编 秦丽平



华文出版社

北京市高等教育精品教材立项项目

电子商务法教程

主 编 高慧云

副主编 秦丽平

编委会

高慧云 秦丽平 韩晓平

胡凌斌 杨玉珍 黄永强

纪啸天 杨如梅 黄茂韩

华文出版社

图书在版编目(C I P)数据

电子商务法教程/高慧云主编. —北京:华文出版社,2005. 5

ISBN 7 - 5075 - 1755 - 1

I. 电… II. 高… 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 006968 号

华文出版社

(邮编:100055 北京宣武区广外大街 305 号 8 区 5 号楼)

网址:<http://www.hwcbbs.com.cn>

网络实名名称:华文出版社

电子信箱:hwcbbs@263.net

电话:(010)63370892 (010)63370893

(010)63370895 (010)63370896

新华书店经销

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

787×980 16 开本 17.5 印张 278 千字

2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

印数:0001 - 6000 册

定价:28.50 元

前 言

改革开放以来,我国的高等职业技术教育有了很大的发展。高职教育是在完成高级中等教育基础上的专业教育,培养适应生产、服务、管理等第一线需要的高技术应用型的专门人才。高职教育的一个重要特点就是突出其实践性,因此加强教学实践环节成为高职教育的重要一环。本书就是按照当前高职教育特点进行编写的,具有较强的实用性。

电子商务法是电子商务、信息管理、计算机软件等专业的一门专业基础课,其教学目标是使学生了解电子商务相关法规,并能运用电子商务法规保护所在部门的经济利益和自己的合法权益。为了适应高等职业技术教育加强教学实践环节、培养学生实际应用能力的要求,本书在全面阐述电子商务法规的基础上,更加注重理论联系实际。在编写过程中融进了大量的案例,而且在各章节的后面也附有案例分析。通过分析案例,能够加深对理论知识的理解和掌握,培养独立思考问题、解决问题的能力,锻炼正确的思维方法,以便能够得心应手地运用自己所学到的知识处理在实践中遇到的电子商务法律问题。

本书突出实用性,因此建议教师授课时最好讲授和模拟实践教学并重。讲授时要注意启发式教学和案例式教学相结合,为了保证讲课速度和课容量,讲授时应以教师为主,适当由学生呼应。在实践教学中,建议采用模拟实践教学法,即安排模拟法庭课和案例讨论课,实践课应以学生为主,教师起指导作用。另外,教师还可根据不同专业的学生对教学内容作适当调整。有些简单的章节,可在教师的指导下由学生自学。

由于电子商务是新兴的行业,从世界法律的发展来看,电子商务法也正在探讨和制定中,因此我们在编写过程中不仅介绍了我国最新的电子商务法规,而且还介绍了世界各国的电子商务法,以使读者能够有所比较、有所思考,来发现和预知电子商务法未来的发展趋势,同时在内容的安排上我们也注意了详略得当,对当前电子商务中的热点问题,如电子签名、电子认证、电子合同和知识产权保护等作了重点介绍。

参加本书编写的有北京信息职业技术学院教师高慧云、秦丽平、韩晓平,北京信息工程学院教师胡凌斌,北京机械工业学院教师杨玉珍,广州民航职业技术学院教师黄永强,防灾技术高等专科学校教师纪啸天;编写分工如下:第一章、第二章由胡凌斌编写,第三章、第四章由秦丽平编写,第五章由黄永强编写,第六章由韩晓平编写,第七章由纪啸天编写,第八章由杨玉珍编写,第九章由高慧云编写。本书由高慧云、秦丽平共同对全书章节

内容安排进行设计、编纂和修改,高慧云任主编,秦丽平任副主编。

本书可作为电子商务类专业高等职业技术教育学校、高等专科学校的电子商务法课程教材,同时对各有关电子商务部门和企事业单位工作的同志也有指导作用。

本书在编写过程中,得到徐民鹰、刘悦安、杨超英、刘园、洪小达、张晓蕾等同志的热情帮助,在此表示感谢。由于水平有限,书中的缺点和错误在所难免,恳请读者批评指正。

目 录

第一章 电子商务法概论	(1)
第一节 电子商务简述	(1)
一、电子商务的定义	(1)
二、电子商务的形态	(2)
三、电子商务与传统商务	(4)
第二节 电子商务法概述	(7)
一、世界电子商务法立法现状	(7)
二、我国电子商务法立法现状	(12)
三、电子商务法的调整对象和性质	(13)
四、电子商务法的基本原则	(15)
本章复习题	(18)
第二章 电子签名法律制度	(19)
第一节 电子签名概述	(19)
一、电子签名的概念	(19)
二、电子签名的分类	(23)
三、数字签名	(24)
第二节 电子签名法概述	(29)
一、世界电子签名法立法现状	(29)
二、我国的《电子签名法》	(31)
第三节 电子签名的法律效力	(33)
一、电子签名的适用范围	(33)
二、电子签名的法律效力	(34)
第四节 电子签名人、电子签名依赖方的义务和责任	(37)
一、电子签名人的义务和责任	(37)

二、电子签名依赖方的义务和责任	(39)
本章复习题	(40)
第三章 电子认证法律制度	(41)
第一节 电子认证概述	(41)
一、电子认证的概念	(41)
二、电子认证的作用	(42)
三、电子认证的分类	(44)
四、认证机构与证书信赖人之间的关系	(44)
五、电子认证的程序	(45)
第二节 电子认证机构	(47)
一、认证机构的概念及特点	(47)
二、电子认证机构的设立	(48)
三、电子认证证书	(51)
四、电子认证机构的管理	(56)
第三节 电子认证中各方的法律关系	(59)
一、认证机构和证书持有人之间的权利和义务	(59)
二、认证机构和证书信赖人之间的权利和义务	(62)
三、认证机构的法律责任	(63)
本章复习题	(66)
第四章 电子合同法律制度	(67)
第一节 电子合同概述	(68)
一、电子合同立法的发展	(68)
二、电子合同的概念	(69)
三、电子合同的特征	(69)
四、数据电文的证据性	(70)
五、电子错误责任的承担	(76)
第二节 电子合同的订立	(78)
一、电子合同的主体	(78)
二、电子合同的要约、要约邀请与承诺	(83)
三、在线交易中的要约、要约邀请与承诺的界定	(86)

四、电子要约和承诺的撤回	(87)
五、电子要约的撤销	(88)
六、电子要约的生效	(89)
七、要约和承诺的收讫确认	(92)
第三节 电子合同的成立	(94)
一、电子合同的成立时间	(94)
二、电子合同成立的地点	(95)
第四节 电子合同的履行	(97)
一、电子合同履行的原则	(97)
二、电子合同当事人的权利和义务	(98)
第五节 有关电子格式合同的法律问题	(104)
一、电子格式合同问题的产生	(104)
二、国外的相关判例及立法	(107)
三、我国相关的法律规定	(113)
本章复习题	(113)
第五章 电子支付法律制度	(115)
第一节 电子支付概述	(115)
一、传统支付方式及法律规定	(115)
二、电子支付概述	(119)
第二节 电子支付的工具	(121)
一、电子现金 (Electronic cash)	(121)
二、电子支票 (Electronic Check)	(123)
三、电子信用卡 (Electronic Credit card)	(125)
四、网上银行 (Internet Bank)	(129)
第三节 电子支付当事人的法律关系	(130)
一、电子支付的当事人	(130)
二、电子支付当事人的法律关系	(131)
三、电子支付当事人的权利义务	(131)
第四节 电子支付的法律问题	(132)
一、国外电子支付立法情况	(132)
二、我国电子支付立法情况	(134)

三、电子支付面临的法律问题	(135)
四、电子支付立法展望	(140)
本章复习题	(142)
第六章 电子商务与消费者权益保护法	(144)
第一节 消费者权益保护法概述	(145)
一、消费者权益保护法的概念和特征	(145)
二、消费者权益保护法的主要内容	(146)
第二节 在线交易消费者及保护	(149)
一、在线交易消费者	(149)
二、网络环境消费者保护的特殊性	(151)
三、经合组织消费者保护主要框架	(151)
四、现行消费者权益保护法对在线交易消费者的保护	(154)
第三节 经营者的义务	(162)
一、网络服务经营者的基本义务	(163)
二、提供商品信息的义务	(163)
三、商品质量保障及售后服务义务	(164)
四、不得有不当免责的义务	(165)
第四节 在线交易消费者隐私保护	(168)
一、网络环境下的隐私权保护	(168)
二、个人信息隐私权保护概述	(170)
三、各国保护消费者隐私权的法律对策	(172)
本章复习题	(176)
第七章 电子商务与知识产权法	(178)
第一节 网络著作权	(179)
一、网络著作权概述	(179)
二、网络著作权立法状况	(180)
三、网络著作权主要涉及的法律问题	(181)
四、网络著作权的限制	(195)
第二节 域名	(197)
一、域名概述	(197)

二、域名的管理机构及注册	(200)
三、域名纠纷及其法律保护	(201)
四、域名争议解决机制	(209)
五、通用网址及其法律保护	(212)
六、域名争议新动向	(214)
第三节 电子商务专利	(217)
一、电子商务专利的概念	(217)
二、电子商务专利立法状况	(217)
本章复习题	(221)
第八章 电子商务与税收法律制度	(224)
第一节 电子商务带来的税收相关问题	(224)
一、电子商务对税法基本要素的影响问题	(224)
二、电子商务对现行各税种的影响问题	(226)
三、是否对电子商务征收新税的问题	(228)
四、电子商务过程的税收征管问题	(229)
第二节 我国税收电子征税的实践	(231)
一、电子报税的几种方式	(231)
二、完善网上交易税收征管的建议	(233)
本章复习题	(234)
第九章 电子商务争议的解决	(235)
第一节 电子商务争议解决方式	(235)
一、在线争议解决方式的种类和优点	(235)
二、在线协商	(236)
三、在线调解	(237)
四、在线仲裁	(239)
五、在线诉讼	(244)
第二节 电子商务纠纷的管辖	(245)
一、什么是法院的管辖权	(247)
二、传统纠纷管辖权确定	(247)
三、网络纠纷管辖权遇到的法律障碍	(248)

四、中国网络纠纷管辖权的确定	(250)
五、国际公约关于网络纠纷管辖权的规定	(251)
六、管辖权法律风险的防范	(252)
第三节 电子商务诉讼中的电子证据运用	(254)
一、请求国家机构给予协助的措施（公权力救济措施）	(255)
二、电子证据收集技术和方法	(259)
三、电子证据在司法实践中的应用	(263)
本章复习题	(264)
参考书目	(266)



第一章 电子商务法概论

本章概述

本章主要介绍电子商务法的概念与分类,电子商务法的调整对象和范围,电子商务法在法律体系中的地位、性质和作用,电子商务法的基本特征,从事电子商务经营活动的主体的认定原则。要求读者能够应用电子商务法的基本理论分析电子商务活动中的法律现象。

第一节 电子商务简述

一、电子商务的定义

电子商务对应于英文 Electronic Commerce、E-Commerce 和 E-Business。Electronic Commerce 这个词在二三十年前面世,当时计算机网络系统首次被用来执行交易。最初应用的电子商务系统包括电子资金转账(Electronic Fund Transfer)、电子结算、证券交易和电子合同交易等。E-Commerce 这个词源于上世纪 90 年代中期,当时,互联网迅速得到推广并开始商业化。E-Business 这个词源于上世纪 90 年代末,一般来说,其含义更为广泛,代表一个企业为了充分利用新兴信息技术而对商业运作进行全面的重新构建。

实际上,其主要内容包括相互联系的两个方面:一是通信和计算机信息技术,二是商业和贸易活动。概括地讲,电子商务就是商业与贸易伙伴之间,运用现代通信和信息共享技术以达到商贸活动的目的。所以说,电子商务既是一个技术问题,同时也是一个商务问题。实现电子商务,技术是手段,商务是目的。技术一旦成为电子商务的手段,就不再仅仅是技术问题,而是与交易形式、交易安全等问题紧密相连。商务也受到技术的重大影响,与传统商务相比在理念上、形态上都有了翻天覆地的变化。

经济合作与发展组织(OECD)认为,作为一个通用的定义,“电子商务”应当



包括两个方面:一是交易活动或形式,二是能够使交易活动进行的通讯设施。交易活动或形式所涵盖的范围可以是广义的,也可以是狭义的:前者包括大部分不同层次的商务活动,如工程设计、商务、交通、市场、广告、信息服务、结算、政府采购、保健、教育等;后者仅仅包括通过电子化实现的零售或配送等。通讯设施可以再分为两个部分:应用软件与网络。所有软件(如网络软件、EDI软件等)可以在所有可能的通讯网络(如开放的、封闭的、私人的或非私人的网络)上运行。

1997年,世界电子商务会议从商业角度提出了电子商务的概念:电子商务是指实现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(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

联合国国际贸易法委员会通过的《电子商务示范法》并未给出明确的“电子商务”的定义,只是强调这种电子商务交易的手段的特殊性,即在商业交易中使用了数据电文作为信息表达方式。这里的“数据电文”包括由电子手段、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数据交换(EDI)、电子邮件、电报、电传或传真。不过,《电子商务示范法》对“电子商务”中的“商务”一词作了广义解释:“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交易;分销协议;商务代表或代理;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。”也就是说,所有这些商务活动运用了“数据电文”就应当属于电子商务。

二、电子商务的形态

(一)从交易方式角度划分

1. 电子数据交换

所谓电子数据交换,是指从事交易的相关主体之间彼此运用电脑及电子通讯的技术,传送标准化格式的交易资料,如订单、报价单、货单等电子文件。通过这种作业方式取代传统文书并减少人为的干预,达到电脑化自动处理的功能。1979年,美国标准化委员会制订了ANSI/ASC/X12标准。1981年欧洲国家推出第一套网络贸易数据标准,即《贸易数据交换指导原则》(GTDI)。1990年3月,联合国正式推出了UN/EDIFACT标准,并被国际标准化组织正式接受为国际标



准 ISO9735。

2. 电子资金转账

电子资金转账(FET),是指任何一种通过电子终端机、电讯工具、电脑或磁带等方式,指示或授权金融机构对另一账户划账或入账而开始进行的资金传送,包括使用销售点自动转账、自动柜员机交易、直接存提资金及电话方式转移资金等。它不是利用支票、汇票或其他证券而进行的资金转账。

3. 电子邮件

电子邮件是指利用电脑网络来处理网络使用者所欲传达给其他使用者的信息。寄信人在电脑上利用文字处理软件或邮件软件所含文书处理功能将信件编辑完成后,通过所属的邮件服务器从网络上将信件发送到收件人所属的邮件服务器上,收件人便可从邮件服务器上读取该信件。

4. 网上购物

网上购物是指利用网站站点在网上进行商品或服务的购买活动。卖方建立网站,在网站上公布相关产品信息,包括名称、规格、性能和价格,并配合相关物流系统,买方通过浏览网站,选定商品发出网上订单,卖方根据订单发送货物,并收取货款。

5. 其他类型

除上述几种常见的电子商务类型之外,其他被认为属于电子商务范畴者还包括市场情况搜集、网上数据库查询、网上广告、交互式产品设计。但究其内涵,仍不外乎前几种类型予以综合运用,并配合电脑及网络技术的进步发展而产生的。当然,日后更会有其他类型发展,需进一步研究。

(二)从交易对象角度划分

1. 企业和消费者之间的电子商务

企业和消费者之间的电子商务,简称为 B2C 电子商务(Business to Customer),是指企业(主要专门从事此类业务的企业)通过互联网发布其商品信息,消费者通过浏览企业(重要是网络商场)的网络了解信息,并通过网络与企业进行交易的行为。个别情况下,消费者也可发布信息,由企业来接洽、完成交易。目前,以网上购物为主,远程教育等网上服务也逐渐占到重要比重。此类电子商务是目前我国电子商务的主要形式,比如当当书店、卓越网、8848、新东方在线等网站就是从事此类电子商务的典型企业。

2. 企业和企业之间的电子商务

企业和企业之间的电子商务,简称为 B2B 电子商务(Business to Business),



是指企业之间通过互联网寻找其交易对象,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;还包括特定企业间为共同设计、开发或全面进行市场及库存管理而利用专门信息网络进行的交易,企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 电子商务是目前我国电子商务中应该重点发展的。比如,阿里巴巴就是从事此类电子商务的典型平台,企业通过平台进行各式各样的电子商务。EDI 系统也是主要服务于 B2B 电子商务的。

3. 消费者和消费者之间的电子商务

消费者和消费者之间的电子商务,简称为 C2C 电子商务(Customer to Customer),是指消费者之间通过互联网上的平台或以其他形式,进行商品买卖或提供其他服务。互联网上的平台是此类电子商务发展的根本,比如说易趣网站就是重要的交易平台之一。交易平台网站在交易中,不但起着居间的作用,还负责对各方信用进行认证甚至担保。当然,提供交易平台本身也是一种电子商务的形式。

4. 企业和政府方面的电子商务

企业和政府方面的电子商务,简称为 B2G 电子商务(Business to Government),包含了企业和政府组织间的各项事务,典型的有政府采购。比如,美国政府已经从 1997 年 1 月起通过 EDI 完成政府年度采购任务,并于 1999 年最终取消了纸面单证。现在,我国的北京、上海等城市已通过网络发布采购公告、接受信息、进行评估,进而与企业订立合同。但是,目前发展仍处于初级阶段,通过网络进行的环节也不多。但随着政府利用自己的行为去促进电子商务的发展,B2G 电子商务必将迅速增长。

5. 企业内部的电子商务

严格来说,企业内部不存在独立的电子商务,但是,企业内部使用数据库、E-mail 等电子商务手段,是企业与外界进行电子商务的基础。同时,内部商务活动与外界商务活动有多种的结合方式。所以我们认为,应当重视企业内部的电子商务。

三、电子商务与传统商务

电子商务与传统商务一样,亦是为了满足客户的需要,只是通过不同手段来完成与传统商务大致相同的业务流程,以实现同样的目标。



以下以公司采购物品为例:

某企业内的员工欲购一台电脑,他需要先提出申请,并且描述所需要的电脑规格,比如 CPU、硬盘、荧幕等,经主管批准后,再将这份申请交给采购部门处理,而采购部门必须查看、比较各家供应商的目录,选择适合该公司的产品,再打电话或发信与其联络,进行询价、比价的工作,待决定后即可用邮寄或传真的方式送出订购单。而在供应商接到订单之后,会先检查订购公司的信用和往来记录,然后查看库存,以决定货品何时能从仓库运到指定的地点,然后通知仓库,并开出货品的发票;发票可以用寄送的方式送出,电脑则由工人送出;当电脑送达后再由订购公司以现金或支票方式支付货物所需款额。

如果采用电子商务模式来运作,则会相当便利。公司员工如欲购买电脑时,可以利用公司内部的电子邮件向主管申请,待主管批准后,就可以将这封电子邮件直接转寄给采购部,采购部在收到后,可以连线到各供应商或商店的网站,依照网上目录来选择合适的电脑,或是公告于其公司所设立的采购网站上让供应商报价;甚至可以利用某种程序在网络上寻找供货商,并在指定的条件下,对各种产品作比较,待选定后,也可利用 EDI 或 E-mail 等形式,将订购单传送给供应商。而在供应商方面,其电脑程序会自动将收到的订单放到出货资料库中,并自动检查仓库的库存以及买方的信用状况,然后决定要送出的货物,这个程序还可以自动开出发票,并用 E-mail 通知某间仓库出货;如果与其配合的货运公司也采用货运代理程序,仓库还可以通过 E-mail 与货运联系,要求其运送;而当电脑送到后,该公司即将应付货款用银行电子资金转账的方式,把货款转到供应商的账号下。

传统商务采购方式与电子商务采购方式的比较

流程步骤	传统商务	电子商务
取得产品信息	杂志、广告印刷品	网页
提出采购请求及批准	印出表单、公文信件	电子邮件
查阅目录及价格	目录	网上目录
查询供应商有无货品	电话、传真	电子邮件
制作订单	印出表单	电子邮件、网页
买方送出订单	邮件、传真	电子邮件、EDI
卖方收受订单	邮件、传真	电子邮件、EDI



(续表)

流程步骤	传统商务	电子商务
排订单顺序	印出表单	网上数据库
检查仓库库存	电话、传真、印出表单	网上数据库、网页
排定送货日程	印出表单	网上数据库、电子邮件
开具发票	印出表单	网上数据库
取得货物	货运公司	货运公司、网上传送(软件等)
签收	印出表单	电子邮件
卖方寄送发票	邮件	电子邮件、EDI
买方收受发票	邮件	电子邮件、EDI
排定付款日程	印出表单	电子邮件
买方交付款项	邮件	EDI、FET
卖方收受款项	邮件	EDI、FET

上述两种情况,分别属于传统商务和电子商务的采购方式。从中可以看出,运用了 EDI、E-mail、电子资金转账的电子商务手段,节约了时间、提高了工作的效率,改善了决策的合理性,也大大节省了工作成本。

目前,还出现了更具效率的电子商务模式——根据订单生产(Build to Order),即制造商直接依据客户的个别订单要求来生产。这种模式下,制造商最大限度地降低了库存。制造商通常就是销售商。即使有中间环节,中间商也只会扮演更多的增值服务角色。这种模式带来的经营上的改善,除了降低库存以外,也给顾客提供个性化的服务,满足不同消费者的多种需求,还有压缩成本、降低产品价格,提高服务性价比等。由于手段的局限性,这种模式在传统商务下是无法实现的。所以我们认为,这种模式除了用 EDI、E-mail 等手段实现流程,更对流程的统合产生重大影响。在流程的统合、流程的实现等方面都有别于传统商务的电子商务,将会引发现代商业发展的重要变革。

但是,电子商务和传统商务的具体的流程组成元素大致相同。比如,成品订单、个别客户特殊需要的订单在电子商务、传统商务中都存在,虽然在数量上和实现方式上有所区别。而且,两者的组成元素具有可替代性,比如,同一个交易,通过电话、传真或电子邮件来确认供应商有无货品,而通过书面邮件传递来制作订单、使用印出表单。这是我们目前分析电子商务的一个重要出发点。