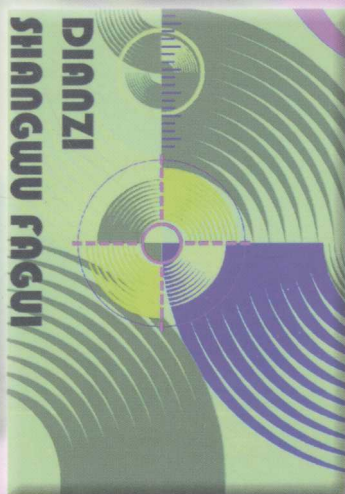




教育部高职高专规划教材
Jiaoyubu Gaozhi Gaozhuan Guihua Jiaocai

梅绍祖 主编

电子商务 法规



中国财政经济出版社

教育部 高职高专规划教材

电子商务法规

梅绍祖 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法规/梅绍祖主编. —北京: 中国财政经济出版社,
2001.7

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-5208-4

I. 电… II. 梅… III. 电子商务-法规-高等学校: 技术
学校-教材 IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 042949 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@cec.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 88190655 (传真)

河北〇五印刷厂印刷 各地新华书店经销

850 × 1168 毫米 32 开 13.75 印张 328 000 字

2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月河北第 1 次印刷

印数: 1-5 060 定价: 21.00 元

ISBN 7-5005-5208-4/D·0108

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高

职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专规划教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2001年5月

前 言

科学技术的发展是人类社会不断前进的基石。每一项革命性发明创造的问世，都会使社会生活发生突飞猛进的变化。互联网技术的日臻成熟自然也就使电子商务成为一种不可逆转的新经济模式，它已经并必将在当今及未来的经济活动中扮演极为重要的角色。

电子商务与传统经济模式相比，具有高效、便捷的特点，大大降低了交易成本，并可以增加利润。这无疑成为电子商务为广大产品生产者、服务提供者和消费者所接受的主要原因之一。但是与电子商务的飞速发展极不相称的是，各国及国际立法对电子商务规定的滞后。目前，虽然有不少国家和国际组织制定了相关法规以规制电子商务，但是相对于电子商务实践，电子商务法律仍然在系统性、规范性等方面存在不足；相对于电子商务的发展，有关法律法规就稍显迟滞。电子商务除了上述提及的优点之外，还存在诸如安全性、可信性等方面的问题，而且电子商务所具有新商务模式的一些特点，亦使传统的商事法律制度难以适

用。因此,甚至有人认为网上空间是游离于政府管制之下的自由空间,那么建立系统、完善的电子商务法律体系就已成为促进这种新商务模式加速发展的必要前提之一。

由于电子商务涉及商事活动的方方面面,电子商务立法也将是一个有机联系、内容丰富的法律体系,包括合同法、证据法、税法、知识产权法、侵权行为法、国际私法等多个部门的法律领域。本书从较广泛的范围出发,试图讨论电子商务的法律问题,以希构建出一个基本的法律框架,倘若能够对我国今后电子商务的发展及其立法有些帮助的话,则编著者不甚欣慰。

第一章介绍了电子商务的基本概念、发展概况以及所需要的法律环境。从电子商务的自身特点出发,阐述了电子商务的立法原则,并初步构筑一个保证电子商务健康发展所需要建立的法律体系。电子商务的兴起,引发了一场技术、经济领域中的革命,与此同时电子商务对传统贸易环境下的法律规范提出了挑战。如何规范电子商务的运作环境,应该根据什么原则确定电子商务的游戏规则,是我们需要认真对待的问题。这一章对架构电子商务法律体系有关的网上合同、知识产权保护、隐私权保护和税法等问题进行了一般性讨论。

第二章研究了网络环境下知识产权保护问题,对于维护权利人的合法权益和促进网络的发展有着重大的意义。网络技术的运用给传统的知识产权制度带来了许多需要研究的新问题。这些新问题涉及到知识产权的各个领域,包括著作权、专利、商标等等。我们力图通过本章的讨论,让读者了解知识产权制度在网络环境下所应该发生的新变化和新调整。

第三章主要讨论了网络服务提供商的责任问题。网上信息丰富多彩、包罗万象,我们认为网络服务提供商作为提供接入服务的媒介,对其所传送的侵权信息及有害信息应该在一定情况下承

担法律责任，这样才有利于净化网络环境。

第四章着重介绍了网上合同的相关法律问题。网上合同是开展电子商务的主要形式，网上合同通过互联网传递，缺乏书面形式的特点，与现行的合同法原理有很大的冲突。本章重点阐述了网上合同的订立、履行，合同的形式以及 EDI 交易等方面所涉及的法律问题，我们希望这一章能够帮助读者对网上合同问题有一个更清楚的认识。

第五章我们探讨如何通过专门立法解决电子商务中以数字形式存在的相应文件的证据效力问题。针对电子商务无纸化对证据法理论的挑战，电子数据在纠纷解决过程中能否作为证据，以及作为何种证据，成为一个尚待研究的问题。在日新月异的网络环境下，是否也应当扩充传统证据法理论，赋予其既有概念以新的内涵呢？

第六章我们阐述了网上隐私权的保护问题，网上隐私权保护也称个人数据保护问题。互联网上隐私权问题已成为人们关注的焦点，网络犯罪、黑客和网络公司对个人隐私的侵犯，构成了对隐私保护的威胁，这已成为影响电子商务发展的瓶颈。在网上隐私权的保护应该制定相应的规则，使其规范化，从而，在个人隐私权得到有效保障的前提下推动电子商务的发展，这是电子商务兴起以后发达国家讨论的热点问题之一。本章着意探讨解决隐私保护的有效途径：通过提高技术和教育水平以及政府严格控制等三个方面的努力，以达到保护用户隐私的目的；应该让企业自己管理自己，还是应该由政府出台保护隐私权等方面的政策法规，抑或完全由政府实施管制来实现保护隐私权，这是我们需要认真研究的问题。在这一章中我们还对各国隐私权保护情况作了介绍和比较，希图让读者对隐私权的保护有一个比较深入的了解。

第七章介绍了税收制度如何变化才能适应网络环境的要求。

税收是国家财政收入的主要来源，也是一种经济调控方式。税收直接影响一个产业的发展。传统税法理论在面对新型互联网企业时，显得有些无所适从，一些基本理论与原则受到了严重的挑战。对电子商务这种崭新的经济形式，应当适用何种税收政策已经成为一个亟待解决的问题。

第八章介绍了对网上信息、数据与广告的管制。互联网上的数据传输不可能是完全自由的，互联网上的广告播放也不应该是毫无秩序的，因为这可能涉及一个主权国家对传媒以及对高新技术的管制等多方面的问题。这些管制究竟应当如何实施，其程度又应该是怎样的，是本章所要重点讨论的内容。

第九章是关于网络安全的介绍。要实现电子商务的长远发展，就必须建立完善的体系，保障网络安全，保护商业秘密。本章从技术、管理、法律等三个方面介绍了保证电子商务安全的措施与途径。消除交易各方对电子商务安全的顾虑，保证商务信息的安全传递，以有力保障电子商务的进一步推广。

第十章讨论了网络纠纷的管辖权问题。网络的全球开放性，给网络纠纷带来了新的特点，从而给网络纠纷的管辖权的确定带来很多的困难。本章正是结合传统的管辖权确定规则，探讨网络环境下纠纷管辖权如何确定的问题。

全书由梅绍祖主编。第一章、第六章由梅绍祖编写，第二章、第十章由范小华编写，第三章、第四章、第五章、第七章、第八章、第九章由徐颖、黎希宁、周浩、魏文超等编写。由于目前国内在电子商务法律问题的研究尚处于起步阶段，希望这部书的出版会对改善和健全电子商务的法律环境作些贡献。由于电子商务法律问题的很多方面都是由技术问题带来的，它是一种多学科的交叉问题，而在这些交叉领域里，还缺乏全面的认识和深入的研究。因此，书中难免有错误和疏漏之处，欢迎学界同仁和广

大读者批评指正。

梅绍祖

2001年5月于北京

第一章 电子商务法律概述	(1)
第一节 电子商务概念	(1)
第二节 电子商务分类	(9)
第三节 电子商务的法律环境	(15)
第四节 电子商务法律体系框架	(23)
第二章 网络环境下的知识产权保护	(39)
第一节 概述	(40)
第二节 网络环境下著作权的保护	(46)
第三节 网络中域名的保护	(85)
第四节 网络环境下专利的保护	(99)
第三章 互联网服务提供商的责任	(115)
第一节 概述	(115)
第二节 ISP 引起争议的几种行为	(117)
第三节 ISP 责任的认定	(123)

第四章 网上合同的相关法律问题	(127)
第一节 概述	(127)
第二节 订立网上合同	(129)
第三节 履行网上合同	(136)
第四节 网上合同的形式	(146)
第五节 EDI 交易	(152)
第六节 网上合同的有关技术问题	(155)
第七节 网上交易的相关国际立法	(161)
第五章 证据法与电子商务活动	(168)
第一节 证据法理论简介	(168)
第二节 电子商务活动中的证据法问题	(173)
第六章 网络时代的隐私权保护	(180)
第一节 隐私与隐私权	(180)
第二节 世界主要国家隐私权保护立法之比较	(193)
第三节 世界主要国家隐私权保护的比较分析	(216)
第七章 网络环境下交易与服务的税收	(224)
第一节 税法简介	(224)
第二节 电子商务活动中的税收	(229)
第八章 对网上信息、数据与广告的管制	(236)
第一节 对传输网上信息的管制	(237)
第二节 对网上信息与数据的出口管制	(242)
第三节 网上广告管制	(247)
第九章 网络安全的实现	(258)
第一节 概述	(258)
第二节 从技术上保障网络安全	(260)
第三节 从管理上保障网络安全	(263)
第四节 从法律上保障网络安全	(265)

第十章 网络纠纷的诉讼管辖·····	(271)
第一节 概述·····	(271)
第二节 网络纠纷的诉讼管辖·····	(281)
附录：电子商务法律文献汇编·····	(292)
附录 A：国外、中国香港及国际部分·····	(292)
附录 B：国内部分·····	(378)

第一章

电子商务法律概述

内容提示

电子商务的兴起，引发了一场技术、经济领域的革命，与此同时，电子商务对传统贸易环境下的法律规范提出了挑战。如何规范电子商务的运作环境，根据什么原则确定电子商务的游戏规则是我们需要认真对待的问题。本章将对架构电子商务法律体系有关的网上合同、知识产权保护、隐私权保护和税法等问题进行一般性讨论。

第一节

电子商务概念

随着计算机技术的发展和因特网（Internet）的推广应用，商业活动在 Internet 上的飞速发展令人瞠目结舌，以因特网为基础的电子商务作为一种新生力量，逐渐产生并得到迅速发展，必将成为未来世界经济发展的一个重要推动力。企业以电子商务全

新的经营方式和理念，在 Internet 上进行各种商务活动，从最初的单纯在网上发布信息到网上购物，发展到按照用户需求进行定制生产，梦想最终实现用户参与产品设计，创造出一种崭新的贸易方式。

企业内部以及企业与企业之间相互交往的方式也会产生前所未有的变化，尤其是越来越多的商家开始利用 Internet 进行商务往来，实现了商务活动的电子化。从在传统的贸易方式下使用电子数据交换和电子资金转账，到在网上建立虚拟市场完成产、供、销全部业务过程的电子商务，在 Internet 下的全球经济一体化已成为不可抗拒的世界潮流，使人们传统的行为方式和观念受到巨大的冲击及影响。不言而喻，电子商务成为 Internet 发展的最新市场，它代表着本世纪网络应用的发展方向。电子商务作为一种崭新的商务运作方式，将给人类带来一次新的产业革命，这场革命的最终结果是将人类真正带入信息社会。

一、什么是电子商务

电子商务是正在发展中的事物，人们对此还没有一个统一的认识。众多的计算机制造商出于各自的商业目的，各执一词，使得本已对电子商务知之甚少的人们对此概念更加模糊不清，于是按照各自的理解对电子商务加以描述。人们简单地把电子商务同传统商务的区别认同为电子商务的定义。例如，一些人认为，电子商务是从售前到售后服务的各个环节全部的电子化和自动化；也有人认为，电子商务是一种在商业运作过程中的无纸化、直接化的操作，即电子商务 = 商务活动 + 电子化；更多的人认为，电子商务就是利用电子手段的购物活动，或者说是利用计算机网络进行的网上购物活动。通过下面列举的种种电子商务的定义，有助于我们对电子商务真实含义的理解。

（一）世界电子商务会议对电子商务的解释

1997年11月6日—7日，国际商会在巴黎举行了世界电子商务会议（The World Business Agenda for Electronic Commerce）。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表，共同探讨了电子商务的概念问题。他们对电子商务的解释是^①：

电子商务（Electronic Commerce），从商务层面来看：实现了整个贸易活动的电子化，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；从技术层面来看：电子商务是一种多技术的集合体，采用了电子数据交换、电子邮件、共享数据库、电子公告牌以及条形码等多种技术。

电子商务涉及的商务活动包括：实现交易双方信息交换；向客户提供售前售后服务，如产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见等；销售处理和使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等多种手段实现电子支付；对交付给客户的货物进行商品的发送管理和运输跟踪，对软件等信息化的产品和服务实行网上的实际发送；在网上组建虚拟企业；充分利用网络的软硬件资源，与贸易伙伴、战略伙伴一起拥有和运营共享的商业方法等。

（二）IBM公司、HP公司对电子商务的定义

IBM公司认为，电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动，是在Internet的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

^① 参见：宋玲主编《电子商务——21世纪的机遇与挑战》，电子工业出版社1999年4月版，第1页。

HP 公司提出,电子商务是以现代扩展企业为信息技术基础结构,电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界(E-World, $E-World = Electronic\ Commerce + Electronic\ Business + Electronic\ Consumer$),是指从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。

(三) 其他的电子商务定义

1. 电子商务是电子化的购销市场,使用电子工具完成商品购买和服务。

2. 电子商务是在计算机与通信网络的基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全部过程。

3. 电子商务是一组电子工具在商务中的应用。这些工具包括电子数据交换、电子邮件、电子公告系统、条码、图像处理、智能卡等。

4. 电子商务是由 Internet 创造的网络空间超越时间和空间的制约,以极快的速度实现电子式商品交换。

5. 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,还包括公司间和公司内利用电子邮件、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。

6. 电子商务是指通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务、信息交流等等。

对于电子商务的概念,虽然人们有不同的认识,但从计算机与商业结合的角度,我们还是可以给出一个较为科学的解释。所谓的电子商务,就是通过电子信息技术、网络互联技术和现代通讯技术使得交易各方当事人借助电子方式联系,而无需依靠纸面文件完成单据和信息的传输、交换,实现整个交易过程的电子化。简单地说,电子商务就是指利用计算机网络进行的商务活动。