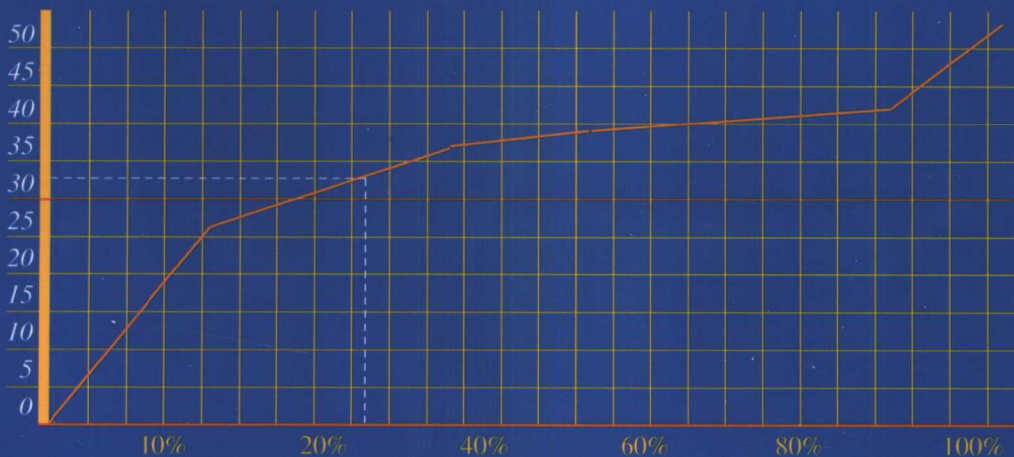


电子商务 法律法规

高职高专电子商务专业系列教材
商业信息化系列培训教材

王纪平 主编
李大军 副主编



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



高职高专电子商务专业系列教材
商业信息化系列培训教材

电子商务法律法规

王纪平 主编
李大军 副主编

清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

本书针对电子商务运营与发展中急需掌握的法律、法规知识做了详细的介绍。内容包括:电子商务法律法规概述,电子商务企业的法律问题,电子商务合同的、支付的、课税的、知识产权保护的法律问题及电子商务中的法律责任与管辖权等其他相关的法律知识。并从实用出发,有针对性地介绍了有关电子商务的法律案例,以供学习参考之用。

全书深入浅出、通俗易懂、理论难度适中、涉及的法律知识与电子商务联系紧密,具有前瞻性和实用性。本书既可用于高职高专电子商务、经济信息管理、商场经营与管理等专业的教学,又可作为各类企业信息化与电子商务有关短期培训班的培训教材,还适用于广大有志于从事电子商务的读者自学参考。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: 电子商务法律法规

作 者: 王纪平 主编 李大军 副主编

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

责任编辑: 徐培忠

印 刷 者: 北京密云胶印厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×1092 1/16 **印张:** 21.25 **字数:** 510 千字

版 次: 2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-05850-4/TP·3463

印 数: 0001~5000

定 价: 29.50 元

高职高专电子商务专业系列教材

商业信息化系列培训教材

编 委 会

主 任 黄 海

副主任 牟惟仲 华平澜 王纪平 刘普合 吴江江 李顺利 郑国本
张慧伶 徐培忠 张昌连 冀俊杰 赵志远 郝建忠 邓 耘
潘宏海 孟庆端 李大军

编 委 宋承敏 仲万生 王 新 孟震彪 张念宏 郑蒲京 张建国
周 宏 鲁瑞清 张 星 宋伟森 冯仁华 李秀珍 栾茂茹
李红玉 周 平 卫停战 李贵保 张国英 刘长鑫 白文祥
杨士山 郝 嘉 顾佳敏 丁宝和 陈文泉 王伟光 李书胜
徐 军 姚传鼎 阚晓芒 付续昌 林 亚 李敬锁 孟乃奇
马爱杰 高光敏 孙淑凤 唐国荣 刘 颖 侯 杰 卢绍霞
鄂 萍 吴淑娟 马秀萍 王天雷 王 凯 华叶芳 杨瑞岐
李 弘 杨 红 姚黎荣 张 铎 何明珂 盛定宇 刘惠芳
孟繁昌 延 静 杜惠美 孙桂华 程冠英 邵佑民 田世润
张振卿

秘书长 李大军

推进电子商务,发展现代商业

(代丛书序)

国家经贸委贸易市场局局长 黄海

“十五”至 2010 年期间,是我国流通产业向现代化迈进的重要时期。流通产业的现代化进程,直接关系到国民经济发展的全局。

科技进步是流通现代化的基本推动力,电子商务的应用是传统流通产业升级的重要内容。依靠科技进步,以电子商务带动我国流通的现代化进程,是需要我们认真研究的重大课题,也是整个流通行业的一项长期任务。

推进流通自动化、电子化、数字化、网络化和现代化,是我国经济发展的客观要求。如何满足即期的消费需求,开发潜在的消费需求,创造未来的消费需求,是市场经济能够不断发展的动力所在。所谓社会化大流通,就是围绕市场消费需求所进行的社会再生产的全过程。流通带动生产,小流通带动小生产,大流通带动大生产,现代流通带动现代生产。现代流通是社会再生产过程的血脉和神经,是各种生产要素集结、整合与聚变的载体,是决定经济运行速度、质量和效益的引导性力量。运用高新技术建立和发展现代化大流通体系,可以带动产业结构的调整,提高劳动生产率和经济运行的效率。流通产业要加大对国民经济增长的贡献,就必须加速推进流通产业信息化与现代化的进程。

实现流通现代化,就必须紧紧依靠科学技术的进步。流通现代化是流通产业的整体进步,是微观竞争机制和宏观管理机制的变革,是一项庞大而复杂的社会工程。要转变传统观念,提高流通行业的科技意识,开展全行业的创新活动,加大对流通科技创新的投入,完善行业技术进步的政策。要制定具体的管理办法,指导企业的创新活动,促使企业真正成为技术与制度创新的主体。电子商务既是改造传统流通产业的基本措施,也是保证流通产业不断适应知识经济时代发展要求的基本措施。要把电子商务的逐步应用,作为流通产业技术进步的主线。

根据我国流通产业的特点与改革发展的任务,我们在实际工作中应当把握如下一些原则:

一是服务于产业结构调整和技术升级。结构调整是“十五”期间流通工作的主题,是技术升级的必需条件。流通信息化和电子商务应用不能停留在服务传统产业的阶段,而应当有力地支持跨地区、跨部门、跨所有制的企业兼并、收购与改组,有力地支持大型企业集团的成长,增强企业乃至整个行业的创新能力。必须努力构建与经济运行结构相适应的技术结构,这是流通产业技术升级的基本要求,是提高流通技术水平与国际化程度的标志,是实现

可持续发展的重要条件。

二是促进流通方式的创新。流通方式的创新是流通产业永恒的主题,说到底,是企业管
理、技术与制度的创新。在信息技术与网络技术飞速发展的今天,信息已成为企业的重要战
略资源,流通方式的创新更多的是以信息技术的应用和信息资源的开发为依托的。电子商
务的实施就是一种典型的范例。电子商务应当紧紧围绕流通方式的创新,以连锁经营、物流
配送等现代流通组织形式的发展,促进供应链管理、客户关系管理等先进技术的应用。

三是提高流通企业的竞争力。在世界经济一体化、在国内市场与国际市场逐渐融合
的新格局下,我国流通能力更主要地依赖于流通企业的竞争力,尤其是依赖于大型流通企业集
团的竞争力。培育流通企业的竞争力和实施正确的竞争战略,是流通企业所面临的共性问题,
也是一个亟待解决的重大问题。电子商务应用不应停留在满足企业简单需求的目标上,
而应当支持流通企业的长远发展战略,有助于提升企业的竞争力,特别是有助于提升大型流
通企业集团的国际市场竞争能力。

四是与电子政务工程相结合。电子商务应用要与电子政务工程有机结合,建立必要的
网络系统,快速地采集市场信息,准确地反映市场动态,有效地支持政府流通主管部门的宏
观调控,并为企业经营决策提供社会化和个性化的信息服务。

我国电子商务的应用,目前正在进入一个新的发展时期。为了完成流通产业信息化、现
代化的目标,需要进行的工作有很多,如尽快制定发展规划与相关政策,积极培育流通产业
技术创新体系,加强电子商务标准体系建设等等。其中,大力开展流通信息化、现代化知识
的普及和推广,是一项非常重要而艰巨的任务。这套由来自政府、院校、企业的专家教授共
同参加编写的电子商务系列教材,在这方面进行了积极有益的尝试。我相信经过全行业和
全社会的共同努力,电子商务一定能够在我国流通领域得到广泛应用,为促进国民经济持
续、快速、健康发展和社会进步,做出更大的贡献。

前 言

随着计算机技术、信息技术、网络技术、通信技术等高科技日新月异地飞速发展,世界已经进入了信息时代。以 Internet 为基础的网络新型文化,正在深刻地影响着人类社会的经济和文明,正在全面地改变着我们的生活方式、工作方式和商务方式。

网络经济促生了电子商务,电子商务是当今因特网应用的最大热点,它不仅以其强大的生命力冲击着传统商业贸易的交易方式,而且也给社会带来了诸多的法律问题。

一方面,由于电子商务冲破了传统的经营形式,业务模式新,得不到现有法律法规的完全支持,使得电子商务运营企业在开展涉及范围较广的电子商务交易活动时举步维艰。另一方面,电子商务的广大用户担心在发生纠纷时,解决问题和保护自身权益缺乏必要的法律依据。因此,电子商务的立法,建立、健全网络经济电子商务的社会法律环境是一个亟待解决的新课题。本书正是顺应了这一发展、变化新形势的需要编写的。全书针对电子商务交易活动、电子商务企业运营与发展中急需掌握的法律、法规知识,围绕着国外有关国家所制定的电子商务法律法规和我国国务院有关部委、省市地方政府所出台的电子商务法律法规,以及根据电子商务交易活动中正在借鉴和参照执行的我国已制定的有关法律法规等方面为主线,做了较为详细的介绍。

全书共分九章,主要内容包括:电子商务法律法规概述;电子商务企业的法律问题;电子商务合同的法律问题;电子商务支付结算的法律问题;电子商务中的知识产权保护的法律问题;电子商务交易中对消费者的保护问题;电子商务运营中的课税问题以及电子商务活动中的法律责任与管辖权等相关的法律法规知识。为了丰富本书的内容,有针对性地选择了电子商务法律的有关案例和国内外电子商务法律法规,以便读者全面地学习和提高对电子商务法律法规的认识。

本书是针对高职、高专电子商务专业的专业要求及高职学生的自身特点,为本专业学生编写的必修教材。本教材紧跟网络经济与电子商务的发展,围绕电子商务运作规律,将相关的法律法规与电子商务的法律法规紧密结合,并对电子商务法律法规的完善提出了具有建设性的建议与措施。本书深入浅出、通俗易懂、理论难度适中,既可用于高职高专电子商务、经济信息管理、商场经营与管理等专业的教学,又可作为各类企业信息化与电子商务的培训教材,还适用于广大有志于从事电子商务的读者自学。

本书由王纪平任主编(原北京市工商行政管理局局长,现任北京市地方税务局局长),李大军为副主编,策划、统稿并总审。参加编写工作的有宋常桐(第一章、第五章及第九章),周建勋(第二章、第三章及第九章),严晓红(第四章、第七章及第九章),孟建华(第六章、第八章及第九章)。

本书在编写过程中,翻阅和参考了大量国内外最新电子商务法律法规的有关书刊、文件及资料,收集了大量的最新有关电子商务的法律法规和案例,力图献给读者最新、最前瞻的

知识和内容。由于编写时间仓促,书中难免存在错误和遗漏,敬请社会各界的电子商务法律专家和广大读者批评指正。

作 者

2002年6月于北京

目 录

第一章 电子商务法律法规概述	1
第一节 电子商务法律法规的涵义	1
一、电子商务法的概念与特征	1
二、电子商务法与相关法律法规的关系	3
三、电子商务法的作用	5
第二节 电子商务涉及的法律问题	6
一、电子商务交易中的信用保证	6
二、电子合同订立的法律保护	7
三、电子商务交易中的消费者保护	8
四、电子商务中的知识产权保护	9
五、电子商务的税收管理	9
第三节 电子商务的立法概况	10
一、国外电子商务的立法概况	10
二、国内电子商务的立法概况	16
第二章 电子商务经营者的法律问题	19
第一节 我国有关市场主体法律概述	19
一、企业与法人	19
二、法人电子商务经营者	21
三、网上合伙	23
四、外商投资电子商务经营者	23
五、自然人电子商务经营者	26
第二节 我国电子商务经营者现状	27
一、电子商务经营者的涵义	27
二、我国电子商务经营者的分类及现状	28
第三节 我国电子商务经营者的管理问题	30
一、我国对电信市场的管理	30
二、我国对电子商务经营者的管理	34
第四节 电子商务经营者的设立与运营	42
一、设立阶段	42
二、运营阶段	44
第五节 电子商务经营者的责任	44
一、因特网服务商(ISP 与 ICP)的责任	44

二、电子商务企业的责任	46
第三章 电子合同的法律问题	48
第一节 电子合同概述	48
一、电子合同的概念和特征	48
二、电子合同的主要类型	50
三、电子合同的法律承认	52
第二节 电子合同的成立和生效	53
一、合同的成立和生效概述	53
二、电子合同的缔约人	54
三、电子代理人	55
四、电子合同的订立程序	58
五、电子合同的形式	62
六、电子签名与认证	64
第三节 影响电子合同生效的情况	65
一、概述	65
二、意思表示不真实的电子合同	65
第四章 电子商务支付中的法律问题	69
第一节 传统交易中支付的法律规定	69
一、支付结算法律制度	69
二、现金管理法律制度	79
第二节 电子商务的支付问题	81
一、电子商务的支付手段	81
二、网上支付的相关法律问题	84
三、电子支付的立法现状与展望	88
第五章 电子商务中的知识产权保护	93
第一节 商标的法律保护	93
一、商标的概述	93
二、商标权和商标注册	95
三、注册商标问题	99
四、注册商标专用权的保护	100
五、驰名商标的保护	101
第二节 域名的法律保护	102
一、域名的概念和法律特征及作用	102
二、域名管理的法律规定	103
三、域名与商标冲突的现实性与可能性	106

四、域名纠纷的解决	108
第三节 著作权的法律保护	109
一、著作权与著作权法	109
二、著作权法保护的对象	110
三、著作权的内容	111
四、著作权的保护期	113
五、邻接权	114
六、不受著作权保护的对象	115
七、著作权的许可使用与转让	115
八、侵犯著作权的法律责任	116
第四节 网络环境下的版权保护	117
一、网络作品享有著作权	117
二、网上作品的侵权形式	118
三、网络著作权的保护	119
四、计算机软件的保护	120
五、数据库的保护	124
第六章 电子商务交易中对消费者的保护	125
第一节 电子商务交易中涉及的法律法规	125
一、消费者权益保护法	125
二、产品质量法	131
三、广告法	133
第二节 电子商务交易中易出现的问题及建议	136
一、对消费者保护易出现的问题	136
二、对个人隐私和个人资料保护存在的问题	140
第七章 电子商务中的课税问题	143
第一节 流转税法律制度	143
一、增值税法律制度	143
二、消费税法律制度	146
三、营业税法律制度	148
第二节 所得税法律制度	150
一、企业所得税法律制度	150
二、个人所得税法律制度	153
第三节 电子商务税收中的法律问题	156
一、电子商务课税中的现存问题	156
二、电子商务发展对我国现行国内税收的影响	159
三、世界各国对电子商务涉税的对策	163

四、发展中国家对电子商务涉税的对策	166
五、我国对电子商务税收的对策	167
第八章 电子商务中的法律责任及管辖权	172
第一节 电子商务中的法律责任	172
一、法律责任概述	172
二、虚假广告的法律責任	173
三、其他侵害消费者合法权益行为的法律责任	175
第二节 电子商务中的管辖权问题	177
一、管辖权概述	177
二、关于网上纠纷的管辖权问题	179
三、解决电子商务纠纷管辖权问题的建议	182
第九章 电子商务法律法规案例	183
第一节 电子商务经营管理的相关案例	183
案例一、网络广告侵权	183
案例二、抢注驰名商标是否构成不正当竞争	184
第二节 与因特网有关的合同纠纷案例	188
案例一、以电子邮件方式订立的合同有效吗	188
案例二、网络拍卖合同是否有效	193
第三节 与互联网有关的知识产权纠纷案例	195
案例一、网上复制权和网络传播权的保护	195
案例二、将别人的域名注册为商标受法律保护吗	197
第四节 与互联网有关的消费者权益保护案例	199
案例一、电信服务提供者应承担哪些义务	199
案例二、天下有免费的午餐吗	204
第五节 与因特网有关的纠纷解决机制案例	208
案例一、从中国网页第一侵权案看网络纠纷的管辖权问题	208
案例二、国际域名纠纷应当如何处理	218
附录 国内外部分有关电子商务活动的法律法规	224
附录一 电子商务示范法(联合国国际贸易法委员会制订)	224
附录二 美国全球电子商务政策框架(1997)	229
附录三 新加坡电子交易法案(1998)(摘要)	242
附录四 全球电子商务行动计划(1998)	250
附录五 软件企业认定标准及管理辦法(试行)	269
附录六 软件产品管理办法	272
附录七 中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例	275

附录八	计算机信息网络国际联网安全保护管理办法	277
附录九	中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定(1997)	280
附录十	公安部关于对与国际联网的计算机信息系统进行备案工作的通知	282
附录十一	关于下发《公安部关于对与国际联网的计算机信息系统进行 备案工作的通知》的说明(国家安全局)	285
附录十二	计算机信息网络国际联网出入口信道管理办法	287
附录十三	计算机信息系统国际联网保密管理规定	288
附录十四	中华人民共和国刑法(节录)	290
附录十五	中华人民共和国保守国家秘密法	291
附录十六	中华人民共和国保守国家秘密法实施办法	294
附录十七	科学技术保密规定	298
附录十八	最高人民法院关于审理专利申请权纠纷案件若干问题的通知	302
附录十九	中华人民共和国反不正当竞争法	303
附录二十	北京市工商行政管理局网上经营行为登记备案的通告(2000)	306
附录二十一	北京市工商行政管理局关于对利用电子邮件发送商业信息的 行为进行规范的通告	308
附录二十二	北京市工商行政管理局关于对网络广告经营资格进行 规范的通告	308
附录二十三	北京市工商行政管理局网上经营行为登记备案的补充 通告(2000)	309
附录二十四	北京市工商行政管理局关于在网络经济活动中保护消费者 合法权益的通告	310
附录二十五	北京市工商行政管理局网站名称注册管理暂行办法	311
附录二十六	北京市工商行政管理局网站名称注册管理暂行办法实施细则	315
附录二十七	北京市工商行政管理局经营性网站备案登记管理 暂行办法(2000)	317
附录二十八	北京市工商行政管理局经营性网站备案登记管理 暂行办法实施细则	320

第一章 电子商务法律法规概述

电子商务是通过电子信息技术、网络技术、现代通信技术,使得交易涉及的各方当事人借助电子方式进行联系完成交易。电子商务在以其交易范围大、交易成本低、交易周期短等优势对传统交易形式产生巨大冲击的同时,也为市场规范带来了新的问题。在电子商务活动过程中出现了许多传统法律难以面对的现象,如:电子合同的订立问题,网上支付结算问题,征税问题,知识产权保护问题,以及电子商务的安全问题和争议的解决问题等等。本章着重介绍电子商务法规的涵义,电子商务与传统贸易方式的区别,以及电子商务的立法问题,使读者对电子商务法律法规的概况有一个初步的比较明确的认识。

第一节 电子商务法律法规的涵义

一、电子商务法的概念与特征

(一) 电子商务法的概念

1. 电子商务的概念

电子商务是在计算机信息技术,网络通信技术的迅速发展崛起与逐步发展完善的,是以因特网为依托,随着因特网的广泛应用而发展起来的。电子商务是随着信息技术、通信技术的发展而使传统商务活动发生巨大变革的一种全新的商务方式,电子商务的发展已经使人类的社会文明和经济生活发生了重大的变化。

随着因特网在全球各国的快速推广和应用普及,世界各地的商务活动越来越受到电子信息技术的影 响,电子商务日益成为商业、贸易界的热门话题。电子商务已从电子购物,发展到商业贸易、咨询服务等商务交易活动全过程的网络化、电子化。从表现形式上讲,电子商务是通过电子信息技术、网络技术以及现代通信技术,使得交易涉及的各方当事人借助电子方式联系,而无需依靠纸面文件、单据的传输,实现整个交易过程的电子化。这是对电子商务狭义上的理解,在此意义上电子商务意味着通过因特网上的在线销售活动和劳务的买卖活动,交易内容可以是有形的产品和劳务,也可以是一些无形的产品。前者可以是书籍、日用品、咨询服务等;后者则可以是新闻、录像制品、软件等。

如果从广义上理解电子商务,可以表述为:以整个市场为基础的一切与数字化处理有关的商务活动。可概括为电子商务不仅仅只是通过网络进行的商品或劳务交易活动,还会涉及到传统市场的各个方面,电子商务是商务活动的网络化、自动化、电子化,商务是核心,网络是手段。电子商务让整个商务活动,从产品的制造、销售、交易洽谈、合同订立、结算、售后服务等都发生了划时代的变化。

综上所述,电子商务的概念是:电子商务是利用计算机和因特网设备与基础设施,采用电子形式,在网络环境下从事的各项商务活动。由此可见,电子商务组成要素必须包括两方面的因素:一是电子方式,二是商务活动,即必须是利用电子方式或电子信息技术来进行的商务活动。因此,对于电子商务概念涵义应从以下几个方面理解:

- (1) 电子商务是商务活动的电子化和网络化;
- (2) 电子商务是利用电子信息技术进行商务活动的过程;
- (3) 电子商务内容广泛,是以信息流、物资流、货币流为核心,包括销售支付、运输、售后服务等在内的全方位的商务活动;
- (4) 电子商务参与主体广泛,包括消费者、销售商、供货商、银行、金融机构和政府机构等;
- (5) 电子商务是高效率低成本的商务活动;
- (6) 电子商务是跨越国界、跨越时空的全球性商务活动。

2. 电子商务法的概念

电子商务在现代贸易中已经开始占有非常重要的地位,并最终将取代传统的贸易形式,而主导整个国际贸易新形式的发展。作为规范电子商务的电子商务法目前也同电子商务本身一样,还没有一个完整统一的概念。从国内外的法律法规文件或论著看来,还无人对电子商务法的概念做出明确的界定,在目前国内外的法律论著中,关于电子商务法的概念有广义与狭义之分,广义的电子商务法同广义的电子商务相对应,包括了所有调整以数据电文方式进行的商务活动的法律规范,其内容涉及广泛,将调整以电子商务为交易形式的和调整以电子信息为交易内容的规范都包括在内。狭义的电子商务法,则对应于狭义的电子商务,将电子商务法定义为,是调整以数据电文为交易手段引起的商务关系的法律规范体系。

本书主要采用了上述狭义电子商务的概念,即定义为:电子商务法是调整以数据电文作为交易手段、以电子商务交易形式所引起的社会关系的法律规范的总称。

(二) 电子商务法的特征

1. 国际性

电子商务显著的特点是具有国际性,在 20 世纪 90 年代中后期,世界上几乎每一个国家都与因特网相连接,在因特网上已经打破了国家和地区之间的界线。由于因特网进行的电子商务活动是一种世界范围的商务活动,因此电子商务法要以适应国际化的要求为特征,以同国际接轨为必要的特点,以此来满足解决电子商务法律问题的需要。

2. 科技性

因为电子商务是网络经济与现代高科技发展的产物,它需要通过因特网来进行商务活动,规范这种行为的电子商务法就必须适应这种要求,所以电子商务的法律必须以科技性为特点才能符合规范电子商务活动的需要。传统的民商法由于不具备有科技性的特点,对于电子商务中的签字技术、确认技术等技术问题束手无策。因此,电子商务法应是传统法律

与现代高科技相结合,对有关电子商务的技术问题做出规定,使电子商务走上法制化的道路。

3. 安全性

电子商务的安全性也可以称为安全的脆弱性,电子商务虽然在交易方式上给商务活动提供了高效快捷的便利,但是也给商家带来新的问题,其中最令商家感到担心的就是电子商务的安全问题,而因特网的开放性也使其具有不容忽视的安全问题。由于电子商务是以因特网为基础进行的,计算机的黑客、灰客与计算机病毒、犯罪等都严重威胁着电子商务的安全,它们对计算机系统的侵入和攻击有可能使商家经营秘密被窃,经营数据丢失或被破坏,给商家带来巨大的损失。因此电子商务法必须通过对电子商务安全问题进行规范,有效地预防和打击各种利用因特网的犯罪,保证电子商务和计算机信息系统的安全运行。应该说,安全性是电子商务法的基本特征之一。

4. 复杂性

由于电子商务的高科技化和互联网络技术的专业性、复杂性,造成了电子商务交易关系的复杂性,而因此决定了电子商务法律关系的复杂性。这是因为在电子商务交易中,当事人之间的交易必须在第三方协助下才能完成,即在网络服务商和认证机构等提供的服务下完成。这就使电子商务的交易活动与传统交易相比,包含了多重的法律关系,使电子商务法的法律关系复杂化。这也是电子商务法的特征之一。

二、电子商务法与相关法律法规的关系

目前我国尚无专项电子商务法出台,但是由于电子商务交易是以计算机网络为交易平台的商务交易,电子商务法的调整手段是综合性的,涉及到多种法律关系,与其他法律部门有着密切的联系,所以,了解电子商务法必须了解与电子商务法关系密切的其他法律法规。

(一) 电子商务法与民法

民法是调整平等主体之间的财产关系和人身关系的法律规范的总称。在电子商务法中的有些法律也是调整平等主体之间的财产关系和人身关系,如有关电子合同的规定,不得在网上损害他人名誉的侵权规定等。这些法律规范既是电子商务法律规范,也是民法的法律规范。此外,有关电子商务中法律责任的承担与损害赔偿的规定也具有民法的性质。目前我国尚无专项的电子商务法出台,在目前的电子商务交易中有关平等主体财产关系和人身关系的调整仍依赖于民法,在电子商务法与民法之间存在着交叉之处,两者有交叉又有区别。

首先,民法崇尚公平原则,而电子商务法则是以安全为首要原则。

民法从商品经济等价交换的规律出发,要求商务交易必须做到公平合理,以公平合理为基础形成公平的交易结果。如果在交易中出现了不公平的交易后果,民法则通过否定交易合同效力的一整套规定,使交易当事人不受交易合同约定内容的约束,以达到保证公平原则

得到彻底贯彻的结果。

电子商务法主要保护电子商务活动的安全性,如果计算机系统受到非法侵入或破坏,电子商务主体的商业秘密被非法窃取,电子商务交易主体将会受到极大的经济损失,由此决定了电子商务法以安全性为其首要原则。

其次,民法基本上属于单一补偿性的民事责任,而电子商务法的责任具有多元化性质。从责任的种类上看民法基本上属于一元责任,即单一补偿性的民事责任;而电子商务法为维护交易主体安全,其责任呈现多元化的格局,既有补偿性的民事责任,又有制裁性和惩罚性的行政责任,对于一些利用计算机系统的犯罪行为,则要追究其刑事责任。

第三,电子商务交易已超出国家、地区民族的界限,发展成为超越传统商务空间的交易活动。作为规范电子商务交易的电子商务法也已超出了国家、地区和民族的界限,正向着国际化方面发展。与之相比,民法则具有较强的地域性。

(二) 电子商务法与商法

电子商务法与商法的关系十分密切,在电子商务法中有关电子票据、电子保险、电子提单等规定与传统商法存在紧密的联系。但电子商务法所涉及的领域大于商法。虽然在商法中包括的公司法、票据法、保险法等内容与电子商务法存在交叉,但是商法对电子活动的征税、互联网的管理、域名的管理等问题均超出了商法的范围是商法力所不能及的。

(三) 电子商务法与经济法

从包罗万象的大经济法的观点出发,将不属于传统民商法的内容统统归于经济法的范畴,电子商务法中有国家宏观干预的成分,也有经济主体的经济作为,体现了国家对经济行为的干预和管理。比较电子商务法与经济法,二者在内容上既有交叉也有区别。

首先,电子商务法调整的是电子商务主体之间的权利义务关系,着眼于电子商务主体的权益。经济法调整的是国家经济管理机关与各种经济组织相互之间(包括经济组织内部之间)所发生的经济管理关系和经济协作关系。

其次,电子商务法的主体主要是从事电子商务的法人和自然人,以及从事电子商务管理的有关国家机关。经济法的主体比电子商务法的主体广泛,包括国家管理机关、社会组织、其他经济组织、城乡个体工商户、农村的承包专业户以及其他经济法主体。

第三,电子商务法只对违法行为进行追究,要求违法者承担法律责任。经济法则表现为对市场行为的确认、保护,对违法行为的否定和对违法行为人的制裁。

(四) 电子商务法与行政法

目前,在电子商务法中是以公安部门和国家有关行政管理机构颁布的行政法规为主,这些行政法规构成了目前实行的电子商务法,这就使电子商务法与行政法在内容上有所交叉,但是从电子商务的发展需要上看,目前十分有必要制定一部统一的电子商务法规。

首先,行政法的特点是涉及内容广泛,没有统一的法典,而变化快、专业性强又使行政法很难制定统一的法典。电子商务法由于其国际性的特点,即电子商务行为超越国界的全球化特点,仅凭单行的行政法律法规来规范显得力不从心。