

中国民法问题研究丛书

国家社会科学基金项目

互联网上的 侵权问题研究

张新宝/主编

- ◎ 制定一部注重法典的逻辑性和体系性的大陆法系的民法典，还是在现有《民法通则》和各个单行法典的基础上汇编一部松散的民法典，制定方式是编纂，还是采用汇编？
- ◎ 哪些制度规定在民法典之内，哪些制度规定在民法典之外？
- ◎ 民法典的编纂顺序，是以逻辑性为依据，还是以重要性为依据？
- ◎ 所要制定的民法典是采用德国民法典的五编制或以五编制为基础，还是采取法国民法典的三编制或以三编制为基础？
- ◎ 如何规定财产法的问题？

Civil Law

- ◎ 是以德国民法典的体系五编制还是采取回到罗马法？
- ◎ 如何对人格权，是考虑人格权与作为主体的自然人的不可分性把人格权规定在总则和自然人一章，和自然人一起规定，还是强调人格权的重要性对它进行单独立法？
- ◎ 是否保留债权总则的问题？
- ◎ 考虑知识产权的特殊性不在民法典中规定知识产权编，还是在民法典上专列知识产权编？

中国民法问题研究丛书

国家社会科学基金项目

互联网上的 侵权问题研究

张新宝 主编

撰稿人(以撰写章节先后为序)

张新宝 明俊 唐青林 龙凤
杨柏勇 马秀荣 冯刚

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网上的侵权问题研究/张新宝主编.

北京: 中国人民大学出版社, 2003

(中国民法问题研究丛书)

ISBN 7-300-05096-4/D·914

I. 互…

II. 张…

III. 计算机网络 - 侵权行为 - 民法 - 研究 - 中国

IV. D923.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 098367 号

中国民法问题研究丛书

国家社会科学基金项目

互联网上的侵权问题研究

张新宝 主编

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷厂

开 本 787×1092 毫米 1/16

版 次 2003 年 11 月第 1 版

印 张 28.25 插页 2

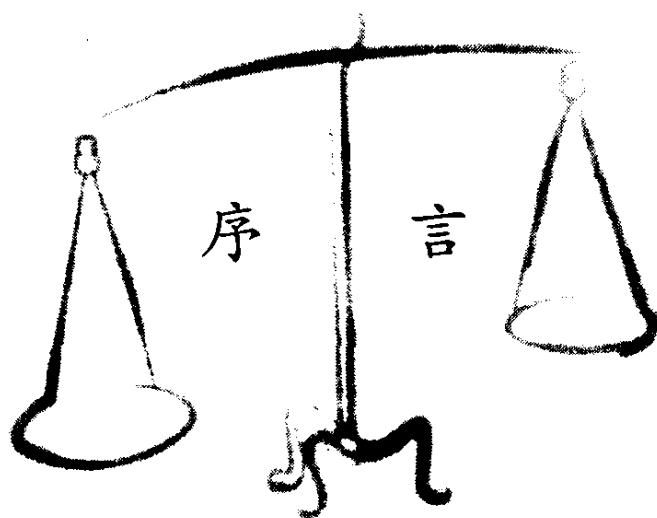
印 次 2003 年 11 月第 1 次印刷

字 数 472 000

定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



20 世纪中后期发展起来的互联网正在广泛和深刻影响人类的生存和生活方式。这样一个没有集中管理、没有国界的“虚拟”空间给人们提供了前所未有的言论和表达自由的场所，也为人们的信息交流、通讯甚至市场交易提供了前所未有的方便与快捷。互联网对传统大众传播模式、对教学和科研方法、甚至对年轻人的思维方式的形成都产生了并将继续产生巨大的影响。

就世界范围而言，我们是市场经济的后来者，也是法治、依法治国的后来者。但是就互联网的发展与普及而言，我们已经不是后来者，更不是弱小者，而是位居第二的泱泱互联网大国。发展趋势还表明，以我们的人口之众多、经济发展之快速，在不久的将来成为排名第一的互联网大国也是顺理成章的事情。如何在一个市场经济刚刚起步、法治发展初期的国度里，对高速发展的互联网空间进行有效的法律调整，这既是对立法者、法学家和法律实务者的挑战，也是时代赋予他们建功立业的机遇。

互联网空间既是现实物理空间的延伸，又相对独立于现实物理空间。现实物理空间的法律多数可以适用于互联网空间的人际关系和纠纷之解决，而互联网空间的一些特殊问题则需要新的法律规范进行调整。

研究互联网空间的法治，首先，要求对在现实物理空间已有的法律资源进行系统的梳理，确定哪些可以用于互联网空间。其次，需要对互联网空间的新问题进行研究，找到它们的特殊性，然后对症下药，开出互联网上法律理论和规范的良方。

互联网上的法治，涉及国家法律体系的各个方面，包括宪法方面的课题（如互联网空间的言论表达自由）、程序法和冲突法问题（如互联网上侵权案件的管辖与法律适用）、行政法问题（如互联网安全）、刑法问题（如互联网上的犯罪）、民法问题（如电子商务、互联网上的侵权责任、人格权保护、著作权等知识产权保护、域名保护）。一个项目或一部书不可能包打天下，解决互联网上所有的法律问题；相反，我们认为对具体问题的深入研究更有希望达到成功的彼岸。基于这样的考虑，我们将研究聚焦于互联网上的侵权问题，包括作为中间服务商的 ISP 的中间责任、互联网上侵权案件的管辖与法律适用、名誉（商誉）权的法律保护与互联网上名誉（商誉）权侵害的实务和特殊理论问题、隐私权的法律保护与互联网上侵害隐私权的特殊问题及个人数据资料合理利用与隐私权保护的关系、电子邮件的隐私权保护与侵权责任、互联网上的著作权侵权实务问题、互联网上的域名保护与侵权责任实务问题。对于这些问题的研究，不可能脱离侵权行为法、人格权法和知识产权法的基本理论，但是更值得深入思考的是名誉、隐私等人格权在互联网空间的保护之特殊性以及侵权的特殊构成要件与责任之特殊规则。而对互联网上著作权、域名的保护之研究，则更应当注重司法层面的问题，总结审判工作的经验。

我们无须羞于承认自己是互联网法治研究和实践的后来者。后来者具有后发优势，我们可以借鉴别人的成功经验和失败教训，以他山之石攻玉。因此，在研究互联网的法律问题，尤其是互联网上的人格权保护与侵权责任问题时，我们十分重视国际组织（如经济合作与发展组织、欧盟）的经验，注重发达国家（如欧盟成员国、美国和日本）和地区（如我国台湾地区和香港特别行政区）的立法和司法实践经验。无论是欧盟的“政府主导”，还是美国的“企业自律”，甚至我国台湾地区在个人数据资料保护法律中引入侵权责任的做法，在本书中都尽可能全面介绍，并分析优劣以备参考。

“网上侵权的法律调整”或“互联网上侵权问题研究”这样的课题，既是一个民法学的研究课题，也是一个网络法学或信息法学的研究课题。对网络上的侵权问题进行研究，不可避免地要深入涉及两个方面的

问题：(1) 与互联网上侵权密切联系的技术方面的问题；(2) 互联网经营者（网站经营者）的实际经营情况。如果离开对这两个问题的探讨而研究网络上的侵权，则有可能陷入纸上谈兵。基于这样的考虑，我们解剖了主要中文（简体）网站的隐私权政策及其实践，并将这些网站的隐私权保护政策与政府网站、企业网站和相关英文网站的隐私权保护情况进行比较，试图得出实证性的结论。同时，我们还对威胁隐私权的两种计算机程序即木马程序和 Cookie 进行了探讨，以期找到规制这些程序之使用的技术和法律对策。

法律理论是灰色的，而司法实践之树常青。法院并没有等到法律理论成熟、法律规定齐备之后才开始互联网上名誉权、隐私权、著作权侵害和域名争议案件的审判。相反，法官们以基本法律原则为指导，不断摸索审理互联网上侵权案件的对策和规律，并通过最高人民法院的司法解释将实践经验上升为人民法院审理案件普遍遵循的规则。总结审判实践的经验对于互联网上侵权问题的研究具有特殊重要的意义。因此，除了在各章的研究中注意对相关案件的分析外，我们还专门用两章分别讨论了互联网上著作权侵害案件和域名争议案件的审判实践问题，希望从统计和实例分析中发掘和认识“活的法律”。为了获得最有说服力的结论，我们邀请了我国审理知识产权案件的重镇北京市海淀区人民法院的资深法官和审理域名纠纷的重镇北京市第二中级人民法院的资深法官完成这项工作。这两章对完善有关法律规定和改善有关审判实践进行了实证性的探索。但是由于数据的局限性，得出的一些结论未必是普遍适用的。

通过对互联网上的法律问题，尤其是侵权法和人格权、知识产权保护的比较研究、实证研究和对部分网站经营情况的解剖以及对有关计算机程序的分析，我们获得了如下启示：

1. 互联网正在深刻和广泛地影响人类的生存和生活方式，互联网空间的法治建设是一项紧迫的任务，而在我国这样一个市场经济刚刚起步、互联网用户高速发展的社会，加强互联网空间的法治建设更是当务之急。

2. 互联网空间法治建设的一个重要组成部分是互联网上的人格权、知识产权保护和侵权责任问题。利用现有的法律资源、借鉴国际组织和发达国家（地区）的经验，是完善互联网上民事权利保护和侵权责任法制的主要途径。未来的民法典可以对互联网上的侵权责任作出原则性的规定，但是大量的制度建设还有赖于各种特别法、单行法的规定。

3. 互联网上的侵权责任有许多特殊方面，其中 ISP 和网站经营者的中间责任是其最典型的代表。ISP 对他人在网络上的侵权行为承担过错责任，而且法律应当对责任作出必要的限制。这不仅是由互联网技术的发展状况决定的，也是产业发展政策、国际经贸环境的要求。

4. 互联网上侵权的侵权行为实施地、结果发生地的相对不确定性，尤其是互联网上信息传播不受国界、法域的限制，这就从根本上动摇了传统的侵权案件管辖与法律适用的规则。国际组织和一些国家（地区）试图对这类侵权案件的管辖和法律适用制定出新的规则，但是所有这样的尝试都还没有取得足够的说服力。如何解决这些问题，将是法律界一项长期的、艰巨的任务。

5. 互联网上的侵权行为，主要侵害人格权和无形财产方面的权利和利益，最常见的是对隐私权、名誉权、著作权等权利的侵害。因此，调整互联网上的侵权责任，应当以这些权利的保护以及责任规则为重点。具体而言，应当在相应的特别法（如电信法、隐私保护法、个人数据利用与保护法、儿童在线隐私保护法等）中突出对这些权利的保护并设计出适当的侵权责任规则。在互联网空间，人们获得了前所未有的言论表达自由，与现实物理空间的情况相比较而言，法律的利益平衡可以适当向言论表达倾斜。

6. 互联网本身具有非集中管理性的特征，对互联网上的侵权行为规制，除了需要国家的立法和司法审判外，互联网行业的自律也有发挥作用的广阔空间。我国国家主管部门可以积极支持与扶持相关行业协会的自律工作，鼓励其制定业界的某些共同标准和行规。

7. 互联网具有无国界性的特征，这就要求各国在互联网法治建设方面采取相互合作而不是相互隔绝的行为。合作范围十分广泛，包括共同标准的制定或借鉴、人员培训与信息共享等。国际合作的最高层次是签订互联网空间的一系列条约。

8. 某些在互联网上使用而对人格权，尤其是对隐私权构成严重威胁的计算机程序，法律、法规和行业规范必须予以特别重视，或者严格规范其使用范围和目的（如 Cookie），或者严格禁止使用。木马程序即属于应当禁止使用的，因为它以侵害他人的隐私权为主要乃至惟一存在目的。对待这踊类的程序，应当像对待自然界破坏生态平衡的有害植物一样，采取坚决的禁止态度。

9. 司法审判实践还将进一步为包括互联网上侵权制度在内的互联网上的法治建设提供素材、探索经验。将人民法院审理诸如互联网上隐

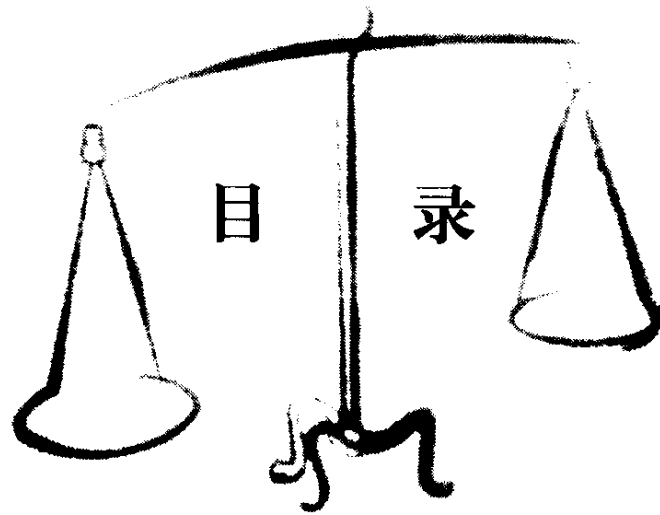
私权侵害、名誉（商誉）权侵害、姓名权侵害、著作权侵害、域名纠纷等类别案件的经验有条不紊地上升为司法解释、特别法规和法律规定，是完善互联网上侵权行为之法律调整的重要环节。

我们庆幸生活在这样一个能够游走于物理现实世界与互联网虚拟空间的时代，我们更庆幸有机会接受这样的挑战——研究互联网空间的侵权法理论和规则。

抬眼望，窗外月明如昼，又是一个中秋。遥想月宫嫦娥，别来无恙、风采依旧？可曾收到我的 E-mail 问候？能否接受我的邀请，到聊天室一叙、或使用 QQ？

张新宝

中国人民大学法学院教授、博士研究生导师
中国人民大学民商事法律科学研究中心研究员
中国法学会信息法学研究会常务理事
2003 年中秋前夜



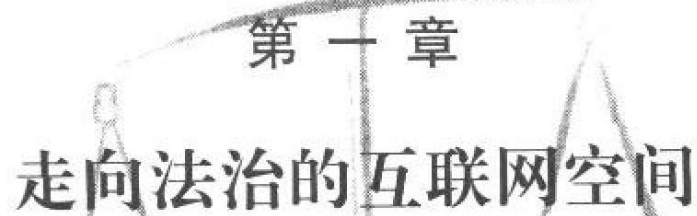
序 言

第一章	走向法治的互联网空间.....	1
第一节	不断广泛、深刻地影响人类生存 方式和生活方式的互联网.....	1
第二节	互联网空间的主要法律问题.....	10
第三节	互联网空间的主要侵权法问题.....	22
第二章	互联网空间的中间责任及其限制.....	30
第一节	ISP 与中间服务商责任概述	30
第二节	中间服务商责任的具体类型探讨.....	35
第三节	中间服务商承担责任的法理依据.....	44
第四节	中间服务商责任的归责原则与构 成要件.....	47

	第五节 中间服务商责任的限制·····	54
	第六节 中间服务商侵权责任的承担·····	65
第三章	互联网上侵权案件的管辖与法律适用问题研究·····	68
	第一节 侵权案件的管辖理论与规则概述·····	68
	第二节 互联网上的侵权案件对传统管辖和 法律适用规则的挑战·····	76
	第三节 互联网上侵权案件管辖权的立法 和理论比较研究·····	80
	第四节 我国的司法实践及可能的对策探讨·····	90
第四章	名誉权与商誉法律保护的基本问题 ·····	107
	第一节 名誉、名誉权与名誉权侵害 ·····	107
	第二节 商誉的法律保护与侵害商誉 的民事责任 ·····	127
第五章	互联网上名誉权和商誉侵害： 实例分析与理论探讨 ·····	138
	第一节 互联网上名誉权和商誉侵害 的若干实例分析 ·····	138
	第二节 互联网上名誉权和商誉侵害的 若干理论问题探讨 ·····	150
第六章	隐私权法律保护的基本问题 ·····	166
	第一节 隐私与隐私权的基本理论 ·····	166
	第二节 隐私权的立法与司法审判保护 ·····	173
	第三节 侵害隐私权的构成要件与 抗辩事由、民事责任 ·····	181
第七章	个人数据资料隐私保护：比较法上的考察 ·····	192
	第一节 个人数据资料隐私保护的比较法 考察概述 ·····	192
	第二节 经济合作与发展组织和欧盟对 个人数据资料的保护 ·····	194

	第三节 美国对个人数据隐私的保护	202
	第四节 日本、我国香港特别行政区和 台湾地区的情况	211
	第五节 若干结论与建议	215
第八章	网站经营者的隐私权保护义务与侵权责任	222
	第一节 网站经营者的隐私权保护义务 与侵权责任概述	222
	第二节 国内部分网站经营者的隐私权保护 政策和措施实证研究	229
	第三节 网站经营者的隐私权保护义务与侵 权责任：法律对策研究	249
第九章	网络空间威胁隐私权的技术方面与法律对策	256
	第一节 Cookie 与网络个人资料隐私保护	256
	第二节 网络上的木马程序及网络用户权利 保护	264
第十章	电子邮件隐私权保护与侵权责任	286
	第一节 电子邮件隐私权保护概述	286
	第二节 雇员的电子邮件隐私权与 雇主知情权的冲突	294
	第三节 部分国家和地区对电子邮件 隐私权的法律保护	306
	第四节 保护电子邮件隐私权的原则与对策	319
	第五节 侵害电子邮件隐私权的法律责任	326
	第六节 垃圾邮件与网络用户权利保护	331
第十一章	互联网上侵害著作权案件的审判探讨	339
	第一节 作品的网络传播与网络传播权	339
	第二节 互联网上侵害著作权的主要侵权 行为	349
	第三节 权利主体和侵权人的抗辩	363
	第四节 侵权的救济	374

第十二章	域名的司法保护与侵权责任研究 ——以北京市第二中级人民法院审理的 域名纠纷案件为例·····	380
	第一节 域名的司法保护与侵权责任概述 ·····	380
	第二节 域名的属性与域名纠纷案件的类型 及性质 ·····	393
	第三节 原告的权利依据与被告的抗辩理由 ·····	400
	第四节 法院判决的法律依据与审理域名 纠纷案件的若干探索性结论 ·····	414
附录一	主要参考文献 ·····	421
附录二	相关法律、法规目录 ·····	428
附录三	国际组织和国外有关立法目录与来源 ·····	430
附录四	关键词索引 ·····	432
后 记	·····	438



第一章

走向法治的互联网空间

第一节

不断广泛、深刻地影响人类生存方式和生活方式的互联网

一、互联网空间概述

(一) 互联网空间的产生与发展

互联网 (Internet) 原为 20 世纪 60 年代美国国防部先进研究计划局技术战士的一项大胆想像计划，目的是为了防止苏联核大战时占领和摧毁美国的通信网。设计者希望开发出一种无法由任何中心控制的网络结构，在这种结构中，成千上万的计算机自主连接，形成网络。这就形成了今天我们称之为互联网（或因特网）的信息通讯网络。

互联网自出现后立即得到飞速的发展，现在网络已经渗透到社会的各个领域，包括信息处理与服务，信息交流与讨论，社会活动自动化，

金融商贸电子化,教育、科研与医疗远程化,文化娱乐网络化等。^①至20世纪末,全球已经有2亿以上的网络用户,而且网络用户的数量还在快速增长。^②互联网技术成为20世纪末以来最有影响的技术,它正在全面影响人类的生存方式。互联网本身被称为继报纸、广播、电视之后的“第四媒体”。因互联网而形成的技术联系和人际关系被称为“网络空间”或“互联网空间”、“虚拟空间”、“虚拟社会”,互联网空间是一个社会概念,它侧重的是其间各种事务之间的关系。网络空间正在成为独立于现实空间(物理空间)的人类另一活动场所,人类的生存方式进入数字化、网络化甚至“虚拟化”的时代。^③

“作为一种历史趋势,信息时代的支配功能与过程日益以网络组织起来。网络建构了我们社会的新形态,而网络化逻辑的扩散实质地改变了生产力、经验、权力与文化过程的操作和结果……我们可以称这个社会为网络社会(the network society),其特征在于社会形态胜于社会行动的优越性。”^④伴随着社会经济的进一步发展,互联网使用的进一步普及以及网络服务的不断创新,使用互联网的公民将越来越多,互联网介入生活的范围扩大、程度加深,网络空间变得独立和不可缺少,以至于有人认为互联网空间将变成独立的空间,完全不依赖于物理空间而存在;也有人觉得互联网空间和公海、极地、外层空间一样,不适用传统的法律等社会规则。我们也看到了互联网的这种发展趋势,人们现在通过互联网可以从事以前只能在现实中从事的很多行为,而且还能享受互联网空间里的很多优点(如隐秘、快速、便捷、交易成本低等),因此,人们会在更大程度上进入互联网空间,而且在互联网上逐渐形成一些自律性的规则,网民也愿意自觉遵循它,互联网空间将得到更快的发展。

(二) 作为“虚拟空间”的互联网

1993年7月5日,《纽约人》(New Yorker)发表了一幅著名的卡通漫画。画面上的一条坐在计算机前上网的狗对蹲在旁边的另一条狗

① 参见齐爱民、刘颖主编:《网络法研究》,5~6页,北京,法律出版社,2003。

② 参见[英]曼纽尔·卡斯特著,夏铸九等译:《网络社会的崛起——信息时代三部曲:经济、社会与文化》,第1卷,8页,北京,社会科学文献出版社,2001。

③ 参见肖永平、王霖:《论网络版权侵权的法律适用》,载李步云主编:《网络经济与法律论坛》第1卷,9页,北京,中国检察出版社,2002。

④ [英]曼纽尔·卡斯特著,夏铸九等译:《网络社会的崛起——信息时代三部曲:经济、社会与文化》,第1卷,569页。

说：“在互联网上，没有人知道你是一条狗（On the Internet, nobody knows you're a dog）。”这幅有趣的漫画揭示了互联网“虚拟性”一面：在网络空间，人们的许多交往不能观其行、闻其声。连一条狗都可以伪装成帅哥或美女到聊天室里谈情说爱，还有什么样的事情在这样的虚拟世界中不可能发生呢？

1. 主体的虚拟性

互联网空间的虚拟性首先表现为主体的虚拟性。这种虚拟性表现在两个方面：某个主体或者根本不存在或者以伪装的形象出现。用户在互联网上既可以使用真名，也可以使用假名和匿名。在互联网上注册的个人信息很多都不是真实的。在互联网上，与你打交道的人表面观之可能是一位法律专家或医学专家，实际上这样的“人”根本就不存在，而是计算机按照预先设计的程序与你进行对话交流。在聊天室，那些情意绵绵的“MM”很可能是爱搞恶作剧的男性；骗色骗财的歹徒可能装扮成温文尔雅的君子向你伸出“援助”之手。

2. 环境和“产品”的虚拟性

网络经营者可以在自己的网站上建造许多虚拟的场景，如爱情驿站、聊天室等。这样的场景并非物理世界的客观存在，而是数字化的虚拟空间。此外，互联网空间的许多“产品”也同样是虚拟的，犹如镜中花、水中月。最典型的例子是聊天室里用以表达情感的“玫瑰”。在网络游戏中，那些“装备”、“积分”，同样是虚拟的。

3. 人际关系的虚拟性

陌路人可以以真实的或者虚拟的身份在互联网交朋友，甚至可能成为“网上情人”甚或“网络夫妻”。这种虚拟的人际关系可以在一定程度上脱离客观物理世界而存在。

（三）作为“第四媒体”的互联网

不管官方是否许可互联网站从事新闻业务，但是客观上互联网已经成为几乎无所不在的传播媒体。互联网除了作为一种通信方式外，也可以从通讯媒体的角度对其加以考察。互联网将现有的通讯传输网络、线路予以有机结合，整合成为一种崭新的信息传输通道。^①与报刊、广播、电视等传统媒体相比较，互联网具有以下特征：

1. 传播信息容量的有限性与无限性

^① 参见陈铭祥：《建构网际网络的法律规范架构》，载《月旦法学》，2002年8月号（总第87期）。

报刊受到页面数量的限制，传播的信息是相对有限的。广播、电视受到播出时间的限制，其所传播的信息量也是相对有限的。互联网不受上述限制，从理论上讲其传播信息的容量仅仅受制于储存设备的容量，而储存设备的容量可以是无限的。此外，网站之间的超文本链接更加使得互联网传播的信息趋于“无限性”。

2. 传播信息内容的可控制性与不可控制性

一般地说，传统大众传播媒体的经营管理者（如报社的社长、主编等）有足够的控制自己的媒体上发布的信息或者评论。这种控制主要是通过事先审查实现的。对互联网网站的经营者而言，这样的控制只适用于其所发布的信息，而对他人网络上发布的信息，如聊天室的言论、BBS上的言论、他人“寄生”于网站的“虚拟主机”上的言论以及他人电子邮件的内容等，则无法进行审查，进而无法加以全面控制。在互联网上，存在着这种可控制性与不可控制性的统一。

3. “受众”角色与参与者角色

传统大众传播媒体的读者、听众、观众为单纯的“受众”，其角色定位是被动接受信息。互联网从根本上改变了大众在信息传播关系中的角色地位：他们不仅仅是单纯的“受众”，而且可以成为信息的“制造者”和发布者；他们不仅可以接受信息，而且可以通过多种方式作出互动反应；他们不仅可以从互联网上获得信息和在互联网上作出互动反应，而且可以撇开网络经营者，通过互联网在特定的主体之间传播信息。这样，互联网不仅是信息传播和交流工具，也是通讯工具。

4. 传播媒体与市场交易

互联网不仅是传播媒体，也是交易场所。多数网站都是商业性质的，以营利为目的。判断一个人是否为合格的网络经营者，最重要的标准是他是否能够成功地在传播信息的网站上开发出适当的商业模式。现在打开任何一个商业网站，各种形式的广告扑面而来，这与传统的大众传播媒体的经营模式并无本质区别。但是网站经营者的其他交易模式则令其前辈们刮目相看：（1）提供电子邮件信箱收取费用；（2）提供短信息服务收取费用；（3）主办网上购物或网上拍卖；（4）为他人建立网站或提供相关技术服务；（5）为他人之交易（如电子商务）提供技术支持和服务；（6）为他人交易提供场所（如网上的自由交易区）等。在这样的“虚拟空间”里，网站经营者不仅是信息发布者，而且是直接交易者或交易场所的提供者。网站不仅是传播媒体，也是市场。

互联网用户可以通过网络空间进行信息交流，也可以在互联网上

进行交易，买卖双方反复磋商、讨价还价，直至达成最后的协议。互联网并不是只会传输信息或被动的接受信息，在网络空间里，用户同样可以实现交易，这正是电子商务迅速发展的重要原因。在互联网上发送、接收、更新各种信息，往往在很短的时间内就完成了。正是由于网络空间传输信息的快捷性，对传统的合同交易规则产生较大的影响，例如，在网络空间里订立合同，要约一般不能撤回，因为要约人一旦发出要约，在极短的时间里就到达了对方，要约人来不及采取措施撤回要约。

（四）“虚拟空间”与物理空间的关系

虽然“虚拟空间”具有一定的独立性，但是“虚拟空间”对物理空间的依赖、网络社会与现实社会的密切联系是不容忽视的。

首先，“虚拟空间”是用有形的物质建设起来的，这些物质包括信息高速公路的基础设施、网站主机和用户计算机终端设备等。其次，人际关系、社会矛盾在“虚拟空间”与现实社会之间不存在任何形式的“防火墙”，二者之间完全相互开放。在现实生活中的纠纷可以迅速转移到虚拟空间，虚拟空间形成的“虚拟人际关系”可以迅速影响现实生活中的人际关系。网上恋爱可以导致原有婚姻关系的破裂，聊天室里的欺骗可能引发现实社会的刑事犯罪，这些都是最常见的事例。最后，在“虚拟空间”实施的许多行为往往需要在现实社会中实现其结果。如网上购物通常需要实际的商品配送（购买某些软件产品或服务除外），网上侵权最终导致受害人实际的财产损失或者精神损害。

网络空间虽然看不见，摸不着，但它确实是客观存在的，虽然虚拟但是决非虚幻。网络空间的客观存在，不是指构成网络外部条件的计算机终端和线缆、程序的客观存在性，而是指由这些外部条件支持的独立的信息传播、交汇、衍生的空间的客观存在性。^① 网络空间本身是不可视的，但它不能脱离这个社会而独立存在。互联网上的行为仍然是互联网用户连入网络后所做的行为，互联网此时只是用户所使用的一种新工具而已。

（五）互联网空间的两个重要特征

1. 全球性或无国界性

全球性或无国界性是网络空间的一个重要特征。互联网是连接全球的网络，网络技术使得全球的计算机用户都可以连在一起，这种联系不

^① 参见王德全：《试论 Internet 案件的司法管辖权》，载《中外法学》，1998（2）。