



法律专家案例与实务指导丛书

丛书总主编：熊建新 彭丁带

电子商务纠纷 案例与实务

李俊平 曾芳芳◎编著



院校法律教学的经典案例
百姓解决纠纷的实用指导
律师法官实操的案头必备
企业权益维护的专业顾问

权益维护的随身宝典 办案实操的得力助手



清华大学出版社

法律专家案例与实务指导丛书

电子商务纠纷 案例与实务

李俊平 曾芳芳◎编著



清华大学出版社

内 容 简 介

当前,以电子商务为主体的信息社会的服务业不仅改变了服务提供的方式与消费的形态,也使服务提供者与消费者之间的关系发生了重要的变化。据统计,2013年中国电子商务市场交易总额达10.2万亿元,B2B电子商务市场交易额达8.2万亿元。然而,电子商务在给消费者带来诸多便利的同时,也使其在交易活动中的权益保护面临着更多的不确定性。受网络环境、政策法律环境、消费意识及市场环境等因素的制约,电子商务还存在着安全性得不到保障,产品售后服务与厂商信用得不到保障,送货迟缓、产品信息不全等诸多弊端。为了保障自身权益,消费者应当了解电子商务相关法律知识,在权利受到侵犯时,可以运用相关法律保护自己的合法利益。

本书通过分析典型案例,提出电子商务实务中涉及的法律法规,系统、全面地解读了我国电子商务相关法律规定,书中所选案例紧扣法律规范,本身具有示范性、指导性的特点,具有较强的参考价值。

本书适合作为各高等院校法律相关专业的教材,也适合作为律师、法官等法律工作者的实践参考书,还可作为大众获取法律知识、解决法律纠纷的实用指导书。

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。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务纠纷案例与实务 / 李俊平,曾芳芳编著. --北京:清华大学出版社,2015

(法律专家案例与实务指导丛书)

ISBN 978-7-302-35852-7

I. ①电… II. ①李…②曾… III. ①电子商务-经济纠纷-案例-中国-问题解答

IV. ①D922.294.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第060935号

责任编辑:田在儒

封面设计:王跃宇

责任校对:李梅

责任印制:沈露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印刷者:北京鑫丰华彩印有限公司

装订者:三河市溧源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:14.25

字 数:332千字

版 次:2015年1月第1版

印 次:2015年1月第1次印刷

印 数:1~2500

定 价:36.00元

产品编号:059045-01



丛书编委会成员

(以下排名不分先后)

丛书顾问

余升淮 陈旭文 谭绍木 徐少林
钱卫清 叶 青 刘益灯

丛书总主编

熊建新 彭丁带

丛书副总主编

于定勇 李法兵

丛书编委会委员

蒋英林	陈建勇	顾兴斌	朱最新
黄 勇	熊大胜	刘志强	李俊平
刘国根	袁卫国	周 雪	程海俊
卢 珺	陈 玮	何 龙	袁利民
杨济浪	王高明	曾芳芳	

丛书策划

彭本辉

为全面推进依法治国做力所能及的工作

——代丛书总序

十八届四中全会是中国共产党历史上的第一次以法治建设为主题的中央全会,会议提出了全面推进依法治国的五大体系:完备的法律规范体系、高效的法治实施体系、严密的法治监督体系、有力的法治保障体系、完善的党内法规体系。同时提出了全面推进依法治国的六大任务:完善以宪法为核心的中国特色社会主义法律体系,加强宪法实施;深入推进依法行政,加快建设法治政府;保证公正司法,提高司法公信力;增强全民法治观念,推进法治社会建设;加强法治工作队伍建设;加强和改进党对全面推进依法治国的领导。

在此大背景下,我们筹划编写了这套《法律专家案例与实务指导丛书》,希望能够为法治中国的建设做点力所能及的工作;在法律案例的提炼与分析中提高公民的法律意识,增强公民的法治观念,推进法治社会建设;为法治工作队伍的建设提供一定的智力支持。

编写法律案例书籍,是一项非常有意义的工作。但是,如何编写出与已有同类书籍相比更具鲜明特色,既能满足法律教学、法律实践需要,又具有普法实用价值的案例书籍,是非常具有挑战性的。本丛书的编写,便是接受此种挑战的一个尝试。我们紧紧围绕现实生活中经常出现的法律纠纷,以案情简介、裁判要点、法条链接、法律分析、对策建议等为主要内容进行编写,以期达到编写目的。现在,各位编写者辛勤劳动的成果就要陆续面世了。在此,作为丛书的总主编,和各位读者说几句感言。

本丛书的编写、组稿工作,既充满了艰辛,也时有喜悦。凡是有过论文或书稿写作经历的人都知道,要品评作品的优劣得失往往比较容易,但是,要自己动手写出像样的文章或书籍,往往需要付出很大的努力,时间、精力等自不必说,最痛苦的恐怕是写作过程中遇到瓶颈时精神上的煎熬。本丛书的作者们大多有过这种炼狱般的经历。但是,在丛书出版之际,作者们无不感受到了收获的喜悦,仿佛看到新生儿呱呱坠地一般。

作为丛书的总主编,我们充分调动各方面资源,组织编写队伍,确定各书主题,制定编写规范。我们知道,编写人员的选择,是本丛书质量和效益的关键。考虑到本丛书所应具有权威性、实用性、可操作性等特点,我们要求编写人员既要有扎实的理论功底,更要有丰富的法律实践经验。

本丛书的主要目标读者群为各院校法律相关专业学生、具有一定法律意识的普通公民、法律理论及实践工作者以及法律爱好者等。

因为读者群比较广泛,而且读者阅读本丛书的目的可能不同,所以在编写的过程中,编者特别注意案例事实的陈述、法律术语的选择、风险防范方案的针对性等,尽可能让每位读者均能有所收获;语言尽量精练而不晦涩,希望学法者、用法者、执法者和守法者都能够从中受益。

本丛书还具有以下五个特点。



第一,编写队伍专业。丛书各分册的编写成员由公检法工作人员、法律学会研究人员、法律院校教授讲师、律师事务所专业律师、企业法律顾问等多年从事一线法律实务工作的专业人员组成,并且由权威的顾问委员会和编辑委员会队伍进行把关,确保了丛书内容的专业性和准确性。

第二,案例典型真实。本丛书的案例主要改编自各级司法机关公布的真实案例,经过精挑细选,去除冗余、留其精要,使各案例具有典型代表性和实用参考价值,能给读者带来直观有效的法律实践借鉴指导。

第三,讲解客观简洁。本丛书针对各案例的分析讲解,力求焦点明确、观点客观、语言简洁,注重举一反三地引导,以各个部门法的基本框架为逻辑线索,针对每个部门法中的各个部分设置案例分析、法律规定、对策建议等内容,充分体现现实与法律的结合。

第四,内容实时性强。本丛书特别注重案例与法律的时效性,新近的案例紧密结合现行有效的法律规定,并通过细致分析帮助读者理解法律的规定,以增强读者掌握现行法律并加以运用的能力。

第五,紧扣现实生活。本丛书特别关注现实生活中可能出现、经常出现的法律问题或法律纠纷,希望能够帮助读者了解现实中法律的实际运用情况,为读者提供“假如我碰到了这样的法律问题,我可以怎么办”、“今后我该如何防范类似的法律风险”等有益的启示。

本丛书所涉及的法律部门非常广泛,对编写者的要求也非常高。我们虽精益求精,但博大精深的法学、浩瀚无边的法律领域,加上编写本丛书所希望达到的目的,还是给编写者们带来了巨大的压力。我们衷心希望读者们能够对本丛书提出建议和意见,以便未来的修订工作更有成效,也为我国的法治事业作出应有的贡献。

熊建新 彭丁带

2014年11月



前言

电子商务改变了传统实体商务交易的模式,使当事人无须面对面就可以通过互联网从事商业行为。电子商务不仅大幅节省了当事人的交易成本,而且极大地提高了交易效率,实现了经济效益的最大化。与传统的交易模式相比,电子商务具有巨大的发展潜力,在经济全球化快速发展的环境下,电子商务既是未来国际贸易的发展方向,也是各国实现自主创新、积极参与国际竞争的需要。

相对于其他电子商务发达的国家和地区,我国电子商务虽然起步较晚,但是其增长速度及其对国内社会、经济、法律等各方面所带来的影响,已经远远超过了以往任何时代的任何一项新技术的应用。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第33次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2013年12月,我国网民规模达6.18亿人,继续居世界首位。与此同时,我国电子商务市场规模也快速增长,据中国电子商务研究中心发布的报告显示,截至2013年年底,全国电子商务交易额达10.2万亿元,同比增长29.9%。网络零售市场交易规模达18851亿元,同比增长42.8%。然而,在给消费者带来诸多便利的同时,电子商务也使消费者在交易活动中的权益保护面临着诸多不确定性。受网络环境、政策法律环境、消费意识及市场环境等因素制约,还存在着安全性得不到保障,产品售后服务与厂商信用得不到保障,送货迟缓、产品信息不全等诸多弊端。为了保障自身权益,消费者应当了解电子商务相关法律知识,在自身权利受到侵犯时,可以运用相关法律来保护自己的合法利益。

为了更好地总结和指导电子商务法律实践,我们编写了本书。本书共分8章,主要包括电子商务法概论、电子合同法、电子签名法、电子支付法、电子商务消费者权益保护法、电子商务侵权法、网络犯罪、电子商务纠纷的司法管辖。全书通过分析典型案例,提出电子商务实务中涉及的法律法规,系统、全面地解读我国电子商务相关法律规定,书中所选案例紧扣法律规范,本身具有示范性、指导性的特点,对于读者具有较强的参考价值。

除封面署名作者外,暴丽娜、蔡莉媚、陈瑶、陈玉芬、程离离、邓怀新、邓紫英、段广燕、龚永波、郭阳生等在资料搜集、疑文考据等方面提供了有益的帮助,并参与撰写了部分案例分析,谨致谢意。

由于编者水平有限,书中尚存在诸多不足之处,我们真诚希望得到读者的批评、指正。

编者

2014年10月



目 录

第一章 电子商务法概论	1
一、李某诉某购物网站合同纠纷案	2
二、王某诉张某某侵犯隐私权和名誉权案	3
三、匡威公司(美国)诉北京国网信息有限责任公司计算机网络域名纠纷案	6
四、张某诉北京金贸公司计算机商品拍卖案	8
五、应某某诉亿贝易趣网络信息服务(上海)有限公司服务合同纠纷案	11
六、北京金融城网络有限公司诉成都财智软件有限公司不正当竞争 纠纷上诉案	14
七、来某某诉北京四通利方信息技术有限公司服务合同纠纷案	17
八、北京阿里巴巴信息技术有限公司诉北京三际无限网络科技有限公司不正当 竞争纠纷案	21
九、吴女士诉王先生离婚财产分割上诉案	27
十、腾讯公司诉奇虎 360 公司不正当竞争纠纷案	29
第二章 电子合同法	34
一、衡阳木制品加工厂诉景荣实业有限公司合同纠纷案	34
二、恒通商贸公司诉华康化学用品公司网络服务合同纠纷案	36
三、马某诉上海盛大网络发展有限公司网络服务合同纠纷案	38
四、赛诺爱诉雅宝网址拍卖案	41
五、易趣网络信息服务(上海)有限公司诉刘某某支付网络平台使用费案	43
六、周某某诉上海九城网络服务合同纠纷案	45
七、浙江阿里巴巴小额贷款股份有限公司诉郑某某借款合同纠纷案	48
八、黄某诉上海某有限公司网络合同纠纷案	50
第三章 电子签名法	53
一、刘某、张某诉黄某房屋买卖纠纷案	53
二、甲工具制造有限公司诉乙电子商务有限公司合同纠纷案	55



三、宁波和高磁电技术有限公司诉谷歌公司等服务合同纠纷案	56
四、杨某诉韩某借款合同纠纷案	59
五、上海亚肯企业形象设计有限公司深圳分公司诉沃尔玛(中国)投资有限公司 合同纠纷案	60
六、厦门精通科技实业有限公司诉庄某某、姚某某借款纠纷上诉案	63
七、董先生诉上海某通信公司劳动合同纠纷案	64
八、王某某诉吉列(中国)投资有限公司劳动纠纷案	66
九、甲女士诉乙公司网站建设合同纠纷案	67
第四章 电子支付法	70
一、张某诉中国工商银行江苏省分行营业部储蓄存款合同纠纷案	71
二、永嘉市某公司网银动态口令升级受骗案	73
三、网银在线(北京)科技有限公司诉北京云网无限网络技术有限公司、 北京新浪互联信息服务有限公司不正当竞争纠纷案	75
四、占某某诉中国工商银行股份有限公司徐州云龙支行储蓄存款合同纠纷案	80
五、郑某某、陈某等利用国际信用卡诈骗案	83
六、某银行诉张某信用卡恶意透支纠纷案	87
七、王某某诉 A 银行大成市正光路支行储蓄存款合同纠纷案	89
八、李某诉某银行存款合同纠纷案	90
第五章 电子商务消费者权益保护法	94
一、韩某诉上海永达汽车经销公司网络拍卖纠纷案	95
二、邹某诉甲公司某市分公司网络服务合同纠纷案	97
三、北京梦搜公司、海南掌发公司诉石某网络服务合同纠纷上诉案	99
四、刘某某诉浙江淘宝网络有限公司买卖合同纠纷案	115
五、上海卓尚信息有限公司诉艺龙网信息技术(北京)有限公司不正当 竞争纠纷案	119
六、北京尚学堂科技有限公司诉创新乐知公司名誉权纠纷案	128
七、焦先生诉齐林木业公司、上海热线信息网络有限公司网络团购纠纷案	130
八、史某某诉北京三七二一科技有限公司等侵犯消费者权益纠纷案	132
第六章 电子商务侵权法	139
一、湖南金峰音像出版社与浙江淘宝网络有限公司等邻接权纠纷上诉案	140
二、李某某诉北极冰公司娱乐服务合同纠纷案	145
三、无锡嘉尔科技有限公司诉北京百度网讯科技有限公司损害商业 信誉纠纷案	154
四、贺某诉瀛海威信息通信有限责任公司网络名誉侵权案	157

五、查理鞋业公司诉柳某计算机网络域名侵犯商标权纠纷案	160
六、宝洁公司(美国)诉北京国网信息有限责任公司计算机域名纠纷案	162
七、浙江泛亚电子商务有限公司诉百度在线网络技术(北京)有限公司等 侵犯著作权纠纷上诉案	166
第七章 网络犯罪	171
一、陈某某网络传销案	172
二、曾某某、杨某某 QQ 盗号案	173
三、潜某某盗窃游戏充值卡案	176
四、项某、孙某某利用网络泄露软件源代码案	177
五、卢某网络盗窃案	179
六、李某、雷某等破坏计算机信息系统案	181
七、南通“E 网商务网站”网络传销案	183
八、潘某某、祝某某、李某某、龚某洗钱案	184
第八章 电子商务纠纷的司法管辖	188
一、山东聚丰网络有限公司与韩国 MGAME 公司、天津风云网络技术有限公司 网络游戏代理及许可合同纠纷案	188
二、甲公司诉乙公司名誉权纠纷案	195
三、北京国网公司诉艾默生公司网络域名纠纷案	196
四、陈某网络诽谤案	198
五、王某诉上海某网络公司网络财产侵权纠纷案	200
六、安吉中南公司、崔某某诉搜狐公司网络侵权纠纷案	202
七、晏某某诉百丽公司买卖合同纠纷案	203
附录一 中华人民共和国电子签名法	206
附录二 关于维护互联网安全的决定	211
附录三 互联网信息服务管理办法	213
参考文献	216

电子商务法概论

电子商务作为一种新型经济模式,不仅改变了企业传统的生产、经营和管理方式,而且对整个社会的经济运行都产生了不可估量的影响。对于传统的商务模式,各国早就建立了一套完备的法律制度进行规制和调控。但全新的网络电子商务模式出现并广泛应用后,由于其具有虚拟性、高技术性、全球性和无纸性等特征,许多传统法律制度中的规则无法直接适用于电子商务,如果强行适用,将会产生不公平的后果或阻碍电子商务的发展。此外,电子商务的发展也带来了一些全新的法律问题,这些法律问题是传统法律制度所未遇到的。电子商务发展中所面临的法律障碍主要是源于电子商务本身的特点及其与传统法律的冲突,这些冲突包括传统法律的实体性要求与电子商务虚拟化之间的冲突;传统法律的国家性与电子商务全球性之间的冲突,以及政府的主动监管与电子商务自发性之间的冲突等。

电子商务法是指调整通过计算机网络进行数据电文传递而进行商事活动所产生的社会关系的法律规范的总和。作为规范电子商务活动的法律规范,电子商务法本质上是以商法为核心,以商人的行业惯例为其规范标准,具有传统商法所共有的某些特征。此外,电子商务法独特的调整对象决定了电子商务法还具有自己独特的特征:主体的虚拟性、规范的开放性、内容的程式性以及客体的广泛性。

第一,主体的虚拟性。在电子商务交易中,从交易谈判到合同订立,从合同履行到价款支付等各环节,当事人之间无须正式会面,只要通过网络联系即可实现交易各环节的任务。电子商务法律主体已虚拟成网络上的数据电文信息或符号。

第二,规范的开放性。电子商务法是关于以数据电文等电子方式进行意思表示的法律制度体系,数据电文的形式呈现多样化,新的技术手段与信息媒介不断被开发应用于电子商务活动之中。因此,必须以开放的态度对待任何技术手段与信息媒介,制定开放型的法律规范,使所有有利于电子商务发展的技术创新都能容纳进来。

第三,内容的程式性。电子商务涉及合同、税收、知识产权、交易安全、消费者权益、管辖



制度方面的法律问题,在传统的法律体系中,这些制度不仅早已建立,而且权利、义务的内容也相当完善。电子商务法产生后,主要是对传统法律难以调整、规范的问题进行补充性规定,而不需要完全抛弃原有的法律制度另行创制一套新的法律体系。由此可见,电子商务法具有程式性,它调整的是当事人之间因使用新型交易形式所引起的权利义务关系,即有关电子通信方式的法律效力是否归属于某人;电子签名是否具有效力,与交易的性质是否相适应;认证机构的资格如何,其在证书的颁发与管理中应承担什么责任等。从民商法的角度看,这些电子商务法规范所解决的都是商事意思表示程式方面的问题,并没有直接涉及交易的实体权利义务。

第四,客体的广泛性。电子商务的客体包括商品和服务。其中商品又可以分为有形商品和无形商品,有形商品是指固定的、实物的商品,如电器、书籍、衣服、运动器材等;无形商品是指没有实体形态但含有具有价值和使用价值的商品,常见的无形商品主要是一些数字产品,如电影、软件、音乐、知识产权、电子读物等。服务包括网络广告发布、资料查询、网上拍卖、身份认证、域名注册、聊天交友等。随着网络和电子通信技术的发展以及电子商务安全性的逐步完善,电子商务应用的领域正在不断扩大,电子商务法的客体也将更加丰富。

一、李某诉某购物网站合同纠纷案

原告:李某

被告:某购物网站



案情简介

一个刚上小学二年级的男童,在某购物网站以其父亲李某的身份证号码注册并订购了一台价值1 000元的小型打印机。但是当该网站将货物送到李某家中时,曾经学过一些法律知识的李某却以“孩子未满10周岁,是无民事行为能力人”为由,拒绝接收打印机并拒付货款。由此交易双方产生了纠纷。

李某主张,电子商务合同订立虽在虚拟的世界,但却是在现实社会中得以履行,应该也能受现行法律的调控。而依我国现行《民法通则》第十二条第二款和第五十五条的规定,不满10周岁的未成年人是无民事行为能力人,不能独立进行民事活动,应该由他的法定代理人代理民事活动。其子刚刚上小学二年级,未满10周岁,是无民事行为能力人,不能独立订立货物买卖合同,所以该打印机的网上购销合同无效;其父母作为其法定代理人有权拒付货款。

对此,网站主张:由于该男童是使用其父亲李某的身份证注册客户信息的,从网站所掌握的信息来看,与其达成打印机网络购销合同的当事人是一个有完全民事行为能力的正常人,而并不是该男童。由于网站是不可能审查身份证来源的,也就是说网站已经尽到了自己的注意义务,不应当就合同的无效承担民事责任。



案例评析

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在互联网开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方不用见面就可以进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。按照电子商务交易主体的不同,可以将电子商务划分为企业与企业之间的电子商务、企业与消费者之间的电子商务、消费者与消费者之间的电子商务、企业与政府之间的电子商务、政府与公众之间的电子商务等五类。本案是典型的企业与消费者之间的电子商务。

对于网络交易来说,合同当事人在网络上根本无法看到或辨别交易相对人的民事行为能力,双方当事人是利用计算机按键或鼠标发出意思表示,即便网络中心要求交易相对人输入身份证号码及出生日期或信用卡号以证实其为成年人,但仍有伪造或提供不实资料的可能性,故网络卖家或利用网络进行交易的销售者基本上无从得知对方当事人的真实身份,也无从判断该当事人是否具有完全行为能力。因此,如何判断网上交易的当事人是否具有完全民事行为能力、限制民事行为能力或无民事行为能力,以及与这些限制民事行为能力人或无民事行为能力人订立的合同是否有效,有无必要对通过网上订立交易合同的当事人的主体资格加以限制等问题都是电子合同订立过程中的难题。

本案涉及的主要问题是:未成年人网络购物是否具有法律效力?本案中李某未满十周岁的儿子利用李某的身份证号码在网上注册并订购了打印机。根据我国《民法通则》第十二条第二款的规定,“不满十周岁的未成年人是无民事行为能力人,由他的法定代理人代理民事活动。”也就是说,不满十周岁的儿童不能独立从事民事行为。无民事行为能力人订立的合同无效,所以李某拒付货款的行为本来也无可厚非。但是,由于该男童是以其父的身份证注册客户信息,如果网站有充分的证据证明其已经尽到了必要的注意义务,那么完全无视网站利益受到侵害的事实则有失公平。而另一方面,李某作为其子的监护人和其身份证的合法持有人,没有尽到相应的管教义务和保管义务,导致其子滥用其身份证进行注册,应当对合同无效给网站造成的损失承担赔偿责任。所以,尽管该未成年人通过网络订立的合同无效,但购物网站有权要求李某承担因该合同无效所产生的货物往返运费以及其他相关交易费用。

二、王某诉张某某侵犯隐私权和名誉权案^①

原告:王某

被告:张某某



案情简介

王某与姜某系夫妻关系,双方于2006年2月22日登记结婚。2007年双方婚姻开始出现

^① 北京市朝阳区人民法院民事判决书[2008]朝民初字第10930号。



问题。2007年12月29日,姜某从其24楼居所跳楼自杀。姜某生前在网络上注册了名为“北飞的候鸟”的个人博客,并进行写作。在自杀前2个月,姜某在博客中以日记形式记载了自杀前两个月的心路历程,将王某与案外女性东某的合影照片贴在博客中,认为二人有不正当两性关系,自己的婚姻很失败。姜某的日记中显示出了丈夫王某的姓名、工作单位地址等信息。姜某在2007年12月27日第一次试图自杀前,将自己博客的密码告诉一名网友,并委托该网友在12小时后打开博客。2007年12月29日姜某跳楼自杀死亡后,姜某的网友将博客密码告诉了姜某的姐姐。

张某某是姜某的大学同学。得知姜某死亡后,张某某于2008年1月11日注册了非经营性网站,名称与姜某博客名称相同,即“北飞的候鸟”(网址:<http://orionchris.cn/>)。在该网站首页,张某某介绍该网站是“祭奠姜某和为姜某讨回公道的地方”。当日,张某某根据姜某姐姐的口述,整理成《哀莫大于死心》一文在“北飞的候鸟”网站上发表。该文以时间为序向读者介绍了姜某自杀事件的发展过程。在该文中,姜姐姐将姜某博客中王某与东某的照片再次进行粘贴,将王某与姜某的住所地址、王某的工作单位名称、地址进行了披露,并讲述了亲历姜某两次自杀及死亡的全部细节及过程,还表达了对王某及其家人对姜某的冷漠、刺激极其不满的态度。随后,张某某在网站陆续发表了《静悄悄的》、《心上的月光》、《青春透明如醇酒,可饮可尽可别离》等文章,姜某的亲属及朋友也先后在该网站上发表纪念姜某的文章。张某某还将该网站与天涯网、新浪网进行了链接。姜某的死亡原因、王某的“婚外情”等情节引发众多网民的长时间、持续性的关注和评论。许多网民认为王某的“婚外情”是促使姜某自杀的原因之一;一些网民在参与评论的同时,在天涯网等网站上发起对王某的“人肉搜索”,使王某的姓名、工作单位、家庭住址等详细个人信息逐渐被披露;一些网民在网络上对王某指名道姓地谩骂;更有部分网民到王某和其父母住处进行骚扰,在王家门口墙壁上刷写、张贴“无良王家”、“逼死贤妻”、“血债血偿”等标语。

王某认为张某某在其网站上刊登这些文章严重失实,给自己及家人的生活、工作、名誉造成了极为恶劣而严重的影响,因此向北京市朝阳区人民法院提起侵害隐私权和名誉权的诉讼,并请求法院判令张某某立即停止侵害、删除“北飞的候鸟”网站上的有关侵权信息,并在“北飞的候鸟”网站上为其恢复名誉,消除影响,赔礼道歉,赔偿其工资损失35 000元,精神损害抚慰金20 000元,支付2 050元公证费的1/3。

北京市朝阳区人民法院经审理认为,张某某作为姜某的大学同学,在得知姜某自杀身亡后,为了祭奠姜某,抨击王某的不忠行为,注册了“北飞的候鸟”网站。张某某在注册网站后,应当依法管理网站,对该网站中发布的帖子内容负责。张某某在网络中披露王某婚外情和个人信息的行为,应属预知后果的有为之。王某的婚外情、姓名、工作单位等信息被披露,成为网民知晓其真实身份的依据之一,引发了众多网民的批评性言论及不满情绪,乃至形成了爆发和蔓延之势。因此,张某某在披露王某不忠行为的同时,披露王某的姓名、工作单位名称、家庭住址等个人信息,亦构成了对王某隐私权的侵害。

法院还认为,张某某披露王某的上述隐私内容后,在造成众多网民在不同网站持续发布大量批评和谴责性言论的同时,引发众多网民使用“人肉搜索”的网络搜索模式,搜寻与王某及其家人有关的任何信息,并逐步演变成对王某进行密集的、长时间的、指名道姓的谩骂,甚至引发了网民到王某及其父母住所张贴、刷写侮辱性标语等极端行为。张某某的披露行为对王某的

影响已经从网络发展到现实生活中,不仅严重干扰了王某的正常生活,而且使王某的社会评价明显降低。这种侵害结果的发生与张某某的披露行为之间存在着直接的因果关系,因此,应当认定张某某以披露王某隐私的方式造成了对王某名誉权的侵害。基于此,法院遂判令张某某删除刊登在“北飞的候鸟”网站上的《哀莫大于死心》、《静悄悄的》、《心上的月光》三篇文章及王某与案外人东某的合影照片;在“北飞的候鸟”网站首页上刊登向王某的道歉函;赔偿王某精神损害抚慰金 5 000 元、公证费用 684 元。

一审判决后,张某某不服,并于 2008 年 12 月 29 日以一审判决认定事实错误,适用法律不当为由向北京市第二中级人民法院提出上诉,要求改判,驳回王某的全部诉讼请求。

2009 年 12 月 23 日,北京市第二中级人民法院进行了终审宣判:驳回上诉,维持原判。



案例评析

本案涉及的核心问题是被告张某某通过其创建的“北飞的候鸟”网站将王某的真实姓名、工作单位、家庭住址、与其他女性有婚外情等信息进行披露,该网站及其经营者是否侵犯了王某的隐私权和名誉权,应对其行为承担何种法律责任。

互联网的日益普及以及相关技术的不断发展,对社会和个人的影响不断扩大。在网络世界中,网站作为互联网最重要和最活跃的组成部分,对互联网的发展起着至关重要的作用。网站的设立人是现实生活中的各类主体,既可以是自然人,也可以是法人和其他组织。为了加强网站的管理,国家对网站的设立和运行制订了一套统一的规范,如果网站的设立和运行不符合既有的规范,就应承担相应的法律责任。如国务院 2000 年制定的《互联网信息服务管理办法》第十三条和第十五、第十六条就分别规定,“互联网信息服务提供者应当向上网用户提供良好的服务,并保证所提供的信息内容合法”;“互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有侮辱或者诽谤他人、侵害他人合法权益的信息。互联网信息服务提供者发现其网站传输的信息明显属于上述信息内容的,应当立即停止传输,保存有关记录,并向国家有关机关报告”。

然而,网站本身并不具有主体资格,只是特定主体实现行为目的的工具,网站的设立人,应当对网站的运行承担相应的管理职责和义务,如未履行,则应承担相应的法律责任。本案中,张某某作为“北飞的候鸟”网站的设立人,基于与姜某的同学关系,知晓了王某存在婚外情的事实,并在姜某死亡后,将此事实“北飞的候鸟”网站进行披露并与其他网站进行链接,扩大了该事实在网上的传播范围,使不特定的社会公众得以知晓,构成了侵犯他人隐私的行为。这种披露行为还引发众多网民使用“人肉搜索”的网络搜索模式,人肉搜索本质上是对他人信息的公开与传播,本案所涉及的人肉搜索将王某及其家人有关的信息暴露无遗,并逐步演变成对王某进行密集的、长时间的、指名道姓的谩骂,使王某的社会评价明显降低。这种侵害结果的发生与张某某的披露行为之间存在直接的因果关系,因此,应当认定张某某以在“北方的候鸟”网站上披露王某隐私的方式造成了对王某名誉权的侵害,应当承担侵权责任。



三、匡威公司(美国)诉北京国网信息有限责任公司 计算机网络域名纠纷案^①

原告:(美国)匡威公司

被告:北京国网信息有限责任公司



案情简介

原告诉称:原告匡威公司(旧译康沃斯公司)创建于1908年,拥有商标“CONVERSE”的注册商标专用权,经过90多年的发展,“CONVERSE”已经成为世界运动鞋类和服装领域的著名品牌,在全球90多个国家通过约9000家经销商向顾客销售,在中国各大、中城市先后建立了190多家专卖店和专柜。“CONVERSE”已经成为事实上的驰名商标,应该获得全面的、在不同商品和服务上的跨类保护,其中包括对域名的注册和保护。被告北京国网信息有限责任公司(以下简称国网公司)未经原告许可,擅自将与其没有任何关系的“CONVERSE”注册为域名,使得原告不能注册“converse.com.cn”域名,并造成了客户的误认和混淆,损害了原告的商业信誉。遂原告诉至法院,请求判令被告立即停止使用并注销“converse.com.cn”域名,并承担本案的诉讼费用。

被告国网公司在答辩期内未提交书面的答辩意见。

法院查明以下事实。

案外人(美国)埃尔特拉公司(ELTRA CORPORATION)于1982年2月27日经中华人民共和国国家工商行政管理局商标局核准注册了“CONVERSE”文字商标,注册号为第154598号,核定使用商品为第53类:衣服,续展核定使用商品为衣服、鞋、袜子,后核准转为商品国际分类第25类。1985年10月18日经中华人民共和国国家工商行政管理局商标局核准转让注册人为(美国)康沃斯公司,1988年6月10日又转让注册人为(美国)英特科子公司,1990年10月25日再次转让注册人为(美国)康沃斯公司。

原告匡威公司英文名称为“CONVERSE INC.”,成立于1908年,主要生产销售运动服装和运动鞋。被告国网公司于2000年2月23日注册了域名“converse.com.cn”,根据原告分别于2002年1月28日和2003年6月5日在中国互联网信息中心网站下载的域名“converse.com.cn”信息查询结果显示:域名注册单位为北京国网信息有限责任公司;管理联系人为张某;域名类型为E;所属注册商为万网;域名服务器为ns.email.com.cn 202.106.186.239。

根据原告于2003年6月5日访问“converse.com.cn”下载的页面显示:该域名指向“http://ldap2.email.com.cn/extend/newgb2/default.htm”,该网页标题为“伊妹儿SERVICES”,页面下方标明“版权所有:北京百家国际电子商务有限公司,(工商)京ICP证

^① 北京市第二中级人民法院(2003)二中民初字第6468号。

000010 号”。

北京市第二中级人民法院认为:中国与美国均属《保护工业产权巴黎公约》的成员国,在其正当权益在中国受到侵害时,匡威公司有权依照该公约规定向中国法院提起诉讼,中国法院将依据有关法律和公约的规定进行审理。匡威公司经合法受让成为在中国注册的“CONVERSE”商标的权利人,其对该商标享有的注册商标专用权应受中国法律保护。

虽然原告提供的商标注册证书和商标查询单上表明“CONVERSE”商标的注册人分别为康沃斯公司(美国)和康沃斯公司 CONVERSE INC.,根据原告向法院提交的公证认证材料,匡威公司的英文名称为 CONVERSE INC.,由此可以认定康沃斯公司即匡威公司,两者为同一主体,享有“CONVERSE”的注册商标专用权。

国网公司在无正当理由的情况下,将匡威公司的注册商标“CONVERSE”注册为自己的域名并加以使用,可能造成与匡威公司所提供的产品或服务的混淆,并可能导致社会公众误认为该域名的持有者与匡威公司存在某种联系,引起公众对其出处的混淆,误导网络用户访问其网站。该行为无偿占有了匡威公司的商业信誉,损害了其权益,具有主观恶意。根据《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》的规定,国网公司注册、使用“CONVERSE”域名的行为对匡威公司的注册商标专用权构成了侵害,属不正当竞争行为,应依法承担停止侵权的法律责任。匡威公司的诉讼请求依法成立,本院予以支持。

综上,依据《中华人民共和国民事诉讼法》第四条、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条第一款以及《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第四条、第五条、第八条之规定,判决如下:自本判决生效之日起 30 日内,北京国网信息有限责任公司停止使用、注销“converse.com.cn”域名。一审案件受理费 1 000 元,由北京国网信息有限责任公司负担(于本判决生效之日起 7 日内交纳)。



案例评析

域名是互联网地址中的一项,它是与互联网协议(IP)地址相对应的一串容易记忆的字符,由若干个从 a 到 z 的 26 个拉丁字母及从 0 到 9 的 10 个阿拉伯数字及“-”、“.”符号构成并按一定的层次和逻辑排列。也有一些国家在开发其他语言的域名,如中文域名。域名不仅便于记忆,而且即使在 IP 地址发生变化的情况下,通过改变解析对应关系,域名仍可保持不变。企业、政府、非政府组织等机构或者个人在域名注册查询商上注册的名称,是互联网上企业或机构间相互联络的网络地址。

在新的经济环境下,域名所具有的商业意义已远远大于其技术意义,而成为企业在新的科学技术条件下参与国际市场竞争的重要手段,它不仅代表了企业在网络上的独有的位置,也是企业的产品、服务范围、形象、商誉等的综合体现,是企业无形资产的一部分。同时,域名也是一种智力成果,它是有文字含义的商业性标记,与商标、商号类似,体现了相当的创造性。因此,不论学术界还是实际部门,大都倾向于将域名视为企业知识产权客体的一种。而且,从世界范围来看,尽管各国立法尚未把域名作为专有权加以保护,但国际域名协调制度是通过世界知识产权组织来制定的,这足以说明人们已经把域名看作知识产权