

G 高职高专“十二五”应用型法律规划教材

电子商务法原理 与案例教程

宋君远 顾东晓 / 主编



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

- 经济法原理与案例教程
- 税法原理与案例教程
- 物流法原理与案例教程
- 建筑与房地产法原理与案例教程
- 物业管理法原理与案例教程
- 旅游法原理与案例教程
- 电子商务法原理与案例教程
- 国际商法原理与案例教程

责任编辑：王雪琴 王文君

责任印制：陈治龙

封面设计： 春天·书装工作室

ISBN 978-7-81134-389-2



9 787811 343892 >

定价：21.00元

高职高专“十二五”应用型法律规划教材

电子商务法原理与 案例教程

主编 宋君远 顾东晓
编委 吴自爱 王 韦 王媛媛
李嘉璘 吕 翔

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法原理与案例教程 / 宋君远, 顾东晓主编.
北京: 对外经济贸易大学出版社, 2009
高职高专“十二五”应用型法律规划教材
ISBN 978-7-81134-389-2

I. 电… II. ①宋…②顾… III. 电子商务-法规-中国-
高等学校: 技术学校-教材 IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 113645 号

© 2009 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电子商务法原理与案例教程

宋君远 顾东晓 主编

责任编辑: 王雪琴 王文君

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 13.5 印张 312 千字

2009 年 8 月北京第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-389-2

印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 21.00 元

前言

电子商务的迅猛发展和互联网的普及引发了一系列法律问题。对于电子商务环境下的法律问题，传统法律的某些规则难以直接适用，因此呼唤新的法律来加以解决。在这种背景下，电子商务这一特定领域的法律规范——电子商务法律法规逐渐引起人们的关注。世界各国，包括我国都从不同的角度制定了一系列相关的电子商务方面的法律规范，以适应电子商务的飞速发展。

本书对电子商务中的法律法规知识进行了系统介绍。全书共分为十一章，详细阐述了电子商务中的法律法规问题，特别对其中的热点问题和典型案例进行了分析。结合案例讲解电子商务法律法规是本书的一大特色，本书不仅以案例进行导入，在知识的讲解过程中也穿插了大量的案例，力求深入浅出。本书还集成了最近几年关于电子商务法律法规方面的研究成果和国内外其他学者的贡献。全书通俗易懂、理论难度适中，具有一定的前瞻性和实用性。

本书可作为高职高专和本科院校电子商务、经济信息管理、市场营销、物流管理、物流工程、工商管理、企业管理、商场经营与管理等专业的教材，也可作为各类电子商务培训班的培训教材，也可供社会读者研读。

本书由宋君远、顾东晓任主编。各章的编写分工如下：滁州职业技术学院的宋君远老师编写了第一章，安徽工商职业技术学院的王韦老师编写了第二章和第六章，安徽行政（经济管理）学院的王媛媛老师编写了第五章和第八章，池州学院的吴自爱老师编写了第三章和第十章，武汉语言文化职业学院的李嘉琨老师编写了第七章和第十一章，安徽新华学院的吕翔老师编写了第四章和第九章。本教材的编写在合肥工业大学顾东晓博士的指导下完成，顾东晓老师负责本书的统稿和修改工作。

在本书编写过程中，我们参考了大量国内有关教材、学术论文等研究成果，首先我们要对所有涉及的专家、学者表示最衷心的感谢！此外，对于一贯支持和关心此书的对外经济贸易大学出版社的编辑、出版发行人员、使用此书的教员、广大读者等，表示最诚挚的谢意！

2 电子商务法原理与案例教程

由于信息技术日新月异、电子商务飞速发展，相应的电子商务法律法规也处于不断的发展调整之中，加之编者水平和时间的限制，书中难免有疏漏或不妥之处，恳请广大学者和读者不吝赐教，以便我们今后对此书修订时进行完善。

作者

2009年6月6日

目录

第一章 电子商务法导论	(1)
第一节 电子商务对传统法律的挑战	(2)
第二节 电子商务法概述	(5)
第三节 电子商务立法概况	(8)
第四节 我国电子商务立法	(9)
本章法律原理与法律制度小结	(10)
本章法律原理与法律制度应用	(10)
本章自测题	(11)
第二章 电子商务交易主体的法律制度	(14)
第一节 电子商务交易主体的内涵	(15)
第二节 电子商务交易主体资格的认定	(16)
第三节 电子商务交易主体的义务和责任	(21)
第四节 电子商务交易主体的法律责任	(22)
本章法律原理与法律制度小结	(27)
本章法律原理与法律制度应用	(27)
本章自测题	(28)
第三章 电子合同法律制度	(31)
第一节 电子合同	(32)
第二节 电子合同的订立	(35)
第三节 电子合同的生效和履行	(39)
第四节 电子合同的违约及违约救济	(41)
本章法律原理与法律制度小结	(43)
本章法律原理与法律制度应用	(44)
本章自测题	(46)
第四章 电子签名与认证法律制度	(50)
第一节 电子签名与认证概述	(51)
第二节 电子签名的基本原理	(55)

2 电子商务法原理与案例教程

第三节 电子签名的法律制度	(57)
第四节 认证机构的设立与管理	(61)
第五节 认证机构的业务规范	(64)
第六节 认证机构的法律责任	(66)
本章法律原理与法律制度小结	(70)
本章法律原理与法律制度应用	(71)
本章自测题	(76)
第五章 电子商务不正当竞争法律制度	(79)
第一节 电子商务不正当竞争概述	(79)
第二节 电子商务不正当竞争法律制度	(84)
本章法律原理与法律制度小结	(87)
本章法律原理与法律制度应用	(87)
本章自测题	(88)
第六章 电子支付法律制度	(92)
第一节 电子支付概述	(92)
第二节 电子资金划拨制度	(93)
第三节 电子货币的法律制度	(97)
第四节 网上银行的法律问题	(100)
本章法律原理与法律制度小结	(106)
本章法律原理与法律制度应用	(106)
本章自测题	(106)
第七章 电子商务知识产权保护法律制度	(109)
第一节 网络知识产权概述	(111)
第二节 网络著作权法律制度	(116)
第三节 网络工业产权法律制度	(123)
第四节 域名法律制度	(126)
第五节 电子商务专利法律制度	(128)
第六节 网络商业秘密保护法律制度	(131)
本章法律原理与法律制度小结	(136)
本章法律原理与法律制度应用	(136)
本章自测题	(138)
第八章 电子商务消费者权益保护法律制度	(142)
第一节 网络消费者权益保护概述	(142)

第二节 网络消费者权益保护法律制度	(146)
本章法律原理与法律制度小结	(148)
本章法律原理与法律制度应用	(148)
本章自测题	(150)
第九章 电子商务税收法律制度	(153)
第一节 电子商务税收概述	(154)
第二节 电子商务税收法律制度	(160)
本章法律原理与法律制度小结	(166)
本章法律原理与法律制度应用	(167)
本章自测题	(168)
第十章 网络相关法律制度	(171)
第一节 网络广告法律制度	(172)
第二节 网络隐私权法律制度	(174)
第三节 其他网络法律制度	(177)
本章法律原理与法律制度小结	(181)
本章法律原理与法律制度应用	(181)
本章自测题	(183)
第十一章 电子商务纠纷的法律解决	(186)
第一节 电子商务纠纷的司法管辖	(186)
第二节 电子商务诉讼的证据规则	(190)
第三节 电子商务纠纷的解决机制	(194)
本章法律原理与法律制度小结	(196)
本章法律原理与法律制度应用	(197)
本章自测题	(199)
参考文献	(203)

第一章

电子商务法导论

学习目标

随着电子商务的广泛应用和发展，我们所面临的首要问题便是电子商务的法律问题。本章通过实际生活中发生的电子商务法律纠纷案例，引入对电子商务立法等相关问题的介绍。本章内容旨在帮助学生了解经济全球化背景下电子商务发展的特点及电子商务立法的必要性，熟悉电子商务法的内涵、基本特点和原则，了解世界各国尤其是美国、欧盟、俄罗斯、亚洲各国包括我国的电子商务立法的情况。

案例导读

8岁男孩的网络购物纠纷

一名8岁男孩在某购物网站以其父亲的身份证号注册并订购了一台小型打印机，当物流配送公司将货物送到家里后，小孩的家长拒绝接受，交易双方因此发生纠纷。

讨论：

(1) 民法通则的规定。有人认为网络与电子商务是一种新的媒介、新的载体，但不是新的社会关系。电子商务合同订立在虚拟的世界，但却是在现实社会中得以履行，所以它不是新的法律关系，应该也能够受现行法律调控。而我国现行的《民法通则》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，所以这个案件中家长有权拒绝购买。

一些学者提出，在电子商务合同要约中明确规定对方当事人的年龄或在合同履行中不与无相应民事行为能力的人进行交易等。对家长或其他监护人来说，应该告知家中的儿童或心智不成熟的其他非完全行为能力的民事主体不能在网上签订电子商务合同或只能签订特定的小额、简单的电子商务合同。

在这一案例中，有人不但对8岁男孩所签订的电子商务合同作出无效的界定，而且提出合同的签定必须明确规定当事人的年龄似乎无效的过错责任应当由网站独立承担。

(2) 电子商务法的认识。另一种观点认为这种依据传统的法律规范作出的判断有失。因为8岁男孩是以其父亲的身份证号码进行购物的，而身份证中已经载明了购物人的年龄等信息，网站没有也不可能审查身份证的来源。作为监护人，致使孩子冒用自己

的身份购物,其后果应当由监护人自己来承担。

(3) 更进一步的问题。然而人们要问:如果男孩伪造身份证或盗用他人的名义进行商务活动,应当如何确认其效力呢?

[摘自]《经济参考报》2000年5月10日。

第一节 电子商务对传统法律的挑战

据中国互联网络信息中心(CNNIC)第24次《中国互联网络发展状况统计报告》的最新统计,我国网民数量已位居世界第一。从宏观角度看,我国互联网各项数据都保持了快速增长的态势。报告显示,截至2009年6月底,中国网民数量达到3.38亿,网民规模居世界第一位,中国网民规模继续呈现持续快速发展的趋势,较2008年底,增长13.4%。半年增长4000万,网络购物用户为8788万人。

据国务院新闻办公室副主任蔡名照在2008年10月7日在上海召开的第二届中美互联网论坛上介绍,中国电子商务发展迅猛,2007年全国电子商务交易总额达2.17万亿元,比上年度增长90%。据商务部预计,未来10年,将有70%的贸易额通过电子交易完成,电子商务将成为主流商业经济模式。

电子商务的快速发展,从技术上讲,电子商务是商事交易中一种媒介的改变,即以电子信息方式代替了传统的书面形式。表面上看,它只是在商事交易中媒介形式的改变。然而,这一小小的变革,却带来了广泛而深刻的革命。由于电子商务的交易模式发展,管理思想和一切交易形式都随之发生了不可避免的演变。因此,需要有新的法律规范,创造适应电子商务运作的法律环境。主要问题大致表现为以下几个方面:

一、电子商务交易主体及市场准入问题

在现行的法律体系中,不存在虚拟主体,而电子商务恰恰偏离了法律的要求,出现虚拟主体。电子商务法要解决的问题是确保网上的主体是真实存在的,且能够使当事人确认它的真实身份。这要依赖必要的工商管理和网上贸易主体共识制度加以解决。而主体的管制实质上也是一个市场准入和网上商业的政府管制问题。

在现行法律体制下,任何长期固定地从事营利性事业的人(主体)必须到相关部门进行登记,而电子商务所依赖的网络具有开放性,任何人都可以设立网络(主页)或设立在线商店或专卖店销售其生产或经销的商品,这样,电子商务参与主体的认定与市场准入问题便成为电子商务法研究的问题。

二、电子合同问题

合同是指平等主体之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议,是交易活动中重要的法律凭据,一般法律规定需要采用书面的形式(包括手写、打字、印刷、电报、电传、传真等形式)才具有法律效力。而电子合同具有虚拟化、技术化、标准化、电子化的特点。在电子合同中,所有当事人的意思表示均以电子化的形式储存于电脑硬盘或其他电子介质中,而这些记录方式不仅容易被涂擦、删改、复制、遗失等,而且离开

电脑或相关工具不易为人所感知,亦即不能脱离其特定的工具而作为证据存在。电子合同与传统合同有很大的区别,突出表现在书面形式上,包括格式合同的有效性、电子签名的有效性、电子合同收到与合同成立地点、合同证据、电子合同的管辖权等方面的问题。

三、电子签名与认证问题

《中华人民共和国电子签名法》中对电子签名的定义是:电子签名是指数据电文中以电子形式所含、所附用于识别签名人身份并表明签名人认可其中内容的数据。数据电文是指以电子、光学、磁或者类似手段生成、发送、接收或者储存的信息,它是现在电子商务中比较准确的身份认证方式。个人和企事业单位均可到专业的认证机构申请使用数字证书。那么CA认证机构(Certificate Authority, CA是提供身份验证的第三方机构)的成立条件、工作内容是什么?数字证书的拥有者如何正确使用数字证书,在产生数字证书的丢失、过期等问题时应该如何解决,责任归属如何界定,也成了电子商务发展过程中必须解决的问题。

四、网上电子支付问题

案例 1-1

支付宝的发展成就

支付宝(中国)网络技术有限公司是国内领先的独立第三方支付平台,由阿里巴巴集团创办。支付宝(www.alipay.com)致力于为中国电子商务提供“简单、安全、快速”的在线支付解决方案。

支付宝提出的建立信任、化繁为简、以技术的创新带动信用体系完善的理念,深得人心。短短3年时间,用户覆盖了整个C2C、B2C、以及B2B领域。截至2008年9月1日,使用支付宝的用户已经超过1亿,支付宝日交易总额超过4.5亿元人民币,日交易笔数超过200万笔。

支付宝交易是互联网发展过程中一个创举,也是电子商务发展的一个里程碑。支付宝品牌以安全、诚信赢得了用户和业界的一致好评。支付宝被评为2005年网上支付最佳人气奖、2005年中国最具创造力产品、2006年用户安全使用奖;同时支付宝也在2005年中国互联网产业调查中获得“电子支付”第一名,名列中国互联网产业品牌50强以及2005年中国最具创造力企业称号。2006年9月,在中国质量协会用户委员会及计世资讯主办的“2006年中国IT用户满意度调查”中,支付宝被评为“用户最信赖互联网支付平台”。另外,支付宝还获得“2006年卓越表现奖之创新产品奖”和“2006年中国IT十佳市场策划”等多项殊荣。

[摘自] <http://help.alipay.com/support/index.htm> 支付宝帮助中心.

支付宝在网络购物中的广泛使用,比较有效地解决了以往在网络购物中款到付货和货到付款的买卖双方的争议。因为网络上的支付与传统贸易支付活动有很大不同,双方互不见面,甚至是陌生的,一旦发生纠纷就很难保证交付活动的安全和可靠。典型的电子商务则在网上完成支付。网上支付是通过虚拟银行的电子资金划拨来完成的,而实现这一过程涉及网络银行与网络交易客户之间的协议、网络银行与网站之间的合作协议的法律关系以及安全保障问题。

但是支付宝不可能解决所有的网络支付问题,需要制定相应的法律,明确电子支付的当事人包括付款人、收款人和银行之间的法律关系,制定相关的电子支付制度,认可电子签名的合法性。同时还应出台对于电子支付数据的伪造、变造、更改、涂销的处理办法。

五、在线不正当竞争与网上无形财产保护问题

电子商务的网络环境为企业带来了新的经营环境和经营方式,在这个经营环境中,同样会产生许多不正当的竞争行为。而这些不正当竞争行为大多与网上新形态的知识产权或无形财产权的保护有关,特别是因为域名、网页、数据等引起一些信息产权冲突问题,需要完善一些新规则。

六、网上个人隐私保护问题

开放的、互动的网络为人们获取、传递、复制信息提供了方便,凡是进行在线消费(购物或接受信息服务)均须在身份注册时将个人资料提供给商家,而对这些信息的再利用成为网络时代的普遍现象。如何规范商家的利用行为,保护消费者隐私权,就成为一个新问题。这一问题实质上仍然是保护消费者利益、树立消费者信任的重要组成部分。

七、电子商务交易中的税收问题

案例 1-2

电子商务偷逃税惊人

2007年5月29日上午,戴志的网上二手电脑铺又卖出一台旧电脑,他从支付宝中获得了3 000元的货款。戴志经营这家店已经有两三年时间,他除了靠实体店经营外,网店每个月差不多有4 000~5 000的收入。实体店一月营业额大概有40 000~50 000元,利润也仅为4 000元左右,比起网店来说利润率更低,因为网店除了不付门面费,税金亦不计在成本之内——网店可以比实体店节约4%~17%的税费。和戴志一样做着这种生意的人在中国有2 000多万,它们分布在易趣网、淘宝网以及各种各样的网络交易平台。按照2007年全国电子商务交易总额2.17万亿元计算,我国2007年在电子商务交易中流失的税收额度达到上百亿元。

[摘自] 中华会计网校. www. china acc. com. 2007年5月30日.

税收是任何商业活动的主体应尽的法律义务,但是,目前电子商务税收存在着很大的困难,产生电子交易过程中的税收征收困难的原因有以下几点:首先,在电子商务的交易过程中一些可数字化的产品,如图书、音像制品、计算机软件和咨询、设计等服务性商品的交易无需要通过传统的关境和国境,甚至无法判断它从何处来,到何处去,所以无法征收关税及国税。而同样的软件交易在传统的商业下是需要交税的。其次,在电子商务交易中,交易的范围是全球化的,存在着交易合同订立、生效地的争议,交易税收的管辖权问题没有很好地规范和解决。另外,在我国的在线交易中,消费者没有索要发票的习惯或为了获得较低的商品价格而放弃索要发票,都造成了大量的税收流失。因此,我们需要研究出一套符合电子商务实际的税收政策和法律。

第二节 电子商务法概述

一、电子商务法的概念和特点

电子商务法是随着社会信息化发展以及社会应用信息技术手段进行商务活动所形成的一个重要的信息法律领域。电子商务法不仅是对传统商务法律价值和理念的继承和发展,更需要应对传统法律无法解决的法律问题的挑战。关于电子商务法的概念,就国内外的法律文件或论著看,还没有人对此作出明确的权威性界定。国内法学论著也只在《电子商务法导论》、《电子商务法概论》等书中对这一问题作出了简要的解释。

(一) 电子商务法的概念

电子商务法是调整以数据电文为交易手段而形成的以交易形式为内容的商事关系的法律规范总称。形式意义上的电子商务法是指体系化的制定于一个法律文件内的电子商务法。目前世界上已有一些国家制定了或正在制定这种以制定法形式表现的电子商务法。如联合国大会通过的《电子商务示范法》就是这种意义上的电子商务法。实质意义上的电子商务法是电子商务法律规范总称意义上的电子商务法,也就是作为部门法意义上的电子商务法律规范,如我国《合同法》中关于数据电文的规定,再如我国《刑法》中关于计算机犯罪的规定等等。

(二) 电子商务法的调整对象

调整对象是立法的核心问题,电子商务法的调整对象应当是电子商务交易活动中发生的各种社会关系,而这类社会关系是在广泛采用新型信息技术并将这些技术应用到商业领域后才形成的特殊的社会关系,它交叉存在于虚拟社会和实体社会之间,有别于实体社会中的各种社会关系,且完全独立于现行法律的调整范围。

(三) 电子商务法的特点

1. 商法性

商法是规范商事主体和商事行为的法律规范。电子商务法规范主要属于行为法,如数据电文制度、电子签名及其认证制度、电子合同制度、电子信息交易制度、电子支付制度等。但是,电子商务法也含有组织法的内容,如认证机构的设立条件、管理、责任等,就具有组织法的特点。

2. 开放性

所谓开放性,是指电子商务法要对世界各地区、各种技术网络开放。电子商务法是关于以数据电文进行意思表示的商业法律制度,而数据电文是多样化的,并且还在不断发展之中。因此,必须以开放的态度对待任何技术手段与信息媒介,设立开放型的规范,让所有有利于电子商务发展的手段和标准,都能容纳进来。

3. 技术性

电子商务法区别于其他法律的一个重要特征就是在电子商务法中,很多法律规范都是直接或间接地由电子商务技术规范演变而成的。比如一些国家将运用公开密钥体系生成的数字签名,规定为安全的电子签名,这样就将有关公开密钥的技术规范,转化成了法律要求,对当事人之间的交易形式和权利义务的行使,都有极其重要的影响。另外,关于网络协议的技术标准,当事人若不遵守,就不可能在开放环境下进行电子商务交易。

4. 国际性

电子商务固有的开放性、跨国性,要求全球范围内的电子商务规则应该是协调和基本一致的。电子商务法应当而且可以通过多国的共同努力予以发展。

5. 多重手段性

电子商务交易关系的多重性,源于其技术手段上的复杂性和依赖性。它表现在通常当事人必须在第三方的协助下,完成交易活动。比如在合同订立中,需要有网络服务商提供接入服务,需要有认证机构提供数字证书等。即便在非网络化的、点到点的电子商务环境下,交易人也需要通过电话、电报等传输服务来完成交易。或许有企业可撇开第三方的传输服务,自备通讯设施进行交易,但这样很可能徒增成本,有悖于商业规律。此外,在线合同的履行,可能需要第三方加入协助履行。比如在线支付,往往需要银行的网络化服务。这就使得电子交易形式具有复杂化的特点。实际上,每一笔电子商务交易的进行,都必须以多重法律关系的存在为前提,这是传统口头或纸面条件下所没有的。它要求多方位的法律调整以及多学科知识的应用。

二、电子商务法的原则

(一) 中立原则

电子商务法的基本目标是建立公平的交易规则,这是商法的交易安全原则在电子商务法上的必然反映。电子商务法上的中立原则,着重反映了商业交易的公平理念。电子商务的参与者有硬件制造商、软件开发商、信息提供商、消费者、商家等等。而要达到各方利益的平衡,实现公平的目标,就有必要在立法中强调中立性,具体表现为技术、媒介、实施等三个方面。

1. 技术中立

详细规范技术会限制新技术的研发与应用。因为法律规范总是要滞后于新技术的应用。如同食品安全要求的是食品的安全标准而不会限定生产厂家的生产技术一样。电子商务法不详细规范电子商务交易中所使用的技术标准,不作为技术规范。

2. 媒介中立

媒介中立,是中立原则在各种通讯媒体上的具体表现,所不同的是技术中立侧重于

讯息的控制利用手段,而媒介中立则着重于讯息依赖的载体。从传统的通讯行业划分来看,不同的媒体可能分属于不同的产业部门,如无线通讯、电视、广播、增值网络等。而电子商务法,则应以中立的原则来对待这些媒介体,允许各种媒介根据技术和市场的发展规律而相互融合、相互促进。只有这样,才能使各种资源得到充分的利用,从而避免行业垄断。

3. 实施中立

在电子商务法与相关法律法规的实施上,不可偏废。在本国电子商务活动与国际性电子商务活动的法律待遇上,应一视同仁。特别是不能将传统书面环境下的法律规范(如书面、签名、原件等法律要求)的效力,放置于电子商务法之上,而应中立对待,根据具体环境的要求,来决定法律实施。前述技术中立和媒介中立反映了电子商务法对技术方案和媒介方式的规范,具有较强的客观性。另外,电子商务法对商家和消费者、国内当事人与国外当事人等都应尽量做到同等保护。

(二) 自治原则

自治原则也称为电子商务主体的交易自由原则,是指参加电子交易的各方当事人按照自己真实的意图以电子方式选择交易方式和确定他们之间协议的条款,不应含有被强迫的成分和国家强制执行,当事人只能在自己真实的意图之下从事活动。电子商务主体有权决定自己是否进行交易,和谁交易,以及如何进行交易,这完全体现了电子商务主体意思自治。任何单位和个人利用强迫、利诱等手段进行违背当事人真实意思的交易活动都是无效的。如以《电子商务示范法》第4条为例,就规定了当事人可以协议变更的条款。其内在含义是:除了强制性的法律规范外,其余条款均可由当事人自行协商制定。

(三) 安全原则

保障电子商务的安全进行,既是电子商务法的重要任务,又是其基本原则之一。目前世界各国都制定了相应的法律制度来实现电子商务活动的安全,规定了违反电子商务法所应承担的责任。我国为保护利用计算机信息网络进行的电子商务活动也制定了一系列法律法规,如《计算机信息系统安全保护条例》、《计算机信息网络安全管理办法》以及《刑法》中有关计算机犯罪的规定等。这些法律法规都为我国电子商务活动的安全进行提供了可靠的法律保障。维护网络安全,既需要先进的安全技术,更需要严密的安全法律规范支持。

(四) 功能等同原则

传统纸质文件与电子文件、传统合同与电子合同、传统签名与电子签名之间是否具有同等的法律效应,一直是电子商务立法的一个争论点。电子文件与电子签名不像书面文件和手写签名一样,形式单一固定,同样是电子文件和电子签名,因采取的技术方式不同,在表现形式上,稳定性、可靠性、真实性上可能会有较大的不同,也就导致了其法律效力也不应该在同一水平上。而功能等同则可以较好地解决这一问题,其基本模式主要有:

(1) 惟有符合一定条件的电子文件和电子签名才具有书面文件、签名等同的法律效力;(2) 不同模式和特性的电子文件与电子签名以其可靠性、稳定性、正确性为标