

21世纪高等院校电子商务教育系列教材

电子商务法

齐爱民 著

*Law of
Electronic Commerce*

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪高等院校电子商务教育系列教材

齐爱民 著

图书在版目次(CIP)

电子商务法 / 齐爱民著. — 大连: 东北财经大学出版社, 2008.

(21世纪高等院校电子商务教育系列教材)

ISBN 978-7-81155-971-9

Ⅰ. 电… Ⅱ. 齐… Ⅲ. 电子商务—法律—中国—高等学校—教材

IV. D923.204

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第070334号

电子商务法

齐爱民 著

*Law of
Electronic Commerce*



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 齐爱民 2009

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法 / 齐爱民著. —大连: 东北财经大学出版社, 2009. 4

(21 世纪高等院校电子商务教育系列教材)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 611 - 9

I. 电… II. 齐… III. 电子商务 - 法规 - 中国 - 高等学校 - 教材
IV. D922. 294

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 053034 号

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连北方博信印刷包装有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm

字数: 278 千字

印张: 15 1/4

2009 年 4 月第 1 版

2009 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘贤恩 孙 平

责任校对: 那欣 何群

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 611 - 9

定价: 25.00 元

总序

互联网的出現为全社会提供了一种全新的商务活动方式，从而引发了对电子商务学习、实践和培训的热潮。为满足目前高等教育对电子商务教材的需求，东北财经大学出版社在 2008 年伊始开发了一套全新的“21 世纪高等院校电子商务教育系列教材”。整套教材围绕电子商务的应用性知识分为三个模块、十三种教材：第一个模块是“原理模块”，着力覆盖电子商务的基本原理，包括《电子商务基础教程》、《电子商务与网络经济》、《电子商务系统建设与管理》、《电子商务管理》；第二个模块是“电子商务支持模块”，为学习者讲解对电子商务行为进行支持的主要体系，包括《电子商务案例》、《电子商务法》；第三个模块是“电子商务中的行为模块”，细致刻画了电子商务环境下的个体和企业的行为，包括《电子商务物流管理》、《电子商务交易的支付与结算》、《电子商务安全》、《电子商务网站建设与管理》、《客户关系管理》、《网络营销》、《电子政务》、《网上支付与电子银行》。

这套“21 世纪高等院校电子商务教育系列教材”本着科学、先进、合理、可行的原则，在编写过程中努力达到如下要求：

第一，博采众长。从总体上看，由于发达国家发展市场经济的历史较长，市场经济体制也比较成熟，因而其电子商务理论及相应的学科建设确实比我国领先一步，所以学习和借鉴发达国家的电子商务理论成果十分必要。同时，我国在经历了 30 年的改革开放后，企业的体制、机制改革和技术进步已取得了巨大的成绩，在电子商务实践方面也积累了不少很有特色的成功经验，值得总结提炼。在教材的编写过程中，编者广泛参考和吸取国内外相关教材的优点，尽量做到既符合国际发展潮流，又切实反映

中国电子商务实际情况。

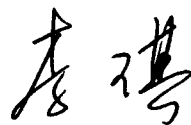
第二，努力创新。虽然我国部分高校开办电子商务专业的时间不长，但电子商务专业的建设已经从“摸着石头过河”到“如何适应市场经济中电子商务发展的需要”发生了重要的转变。为此，电子商务专业及其教材建设在我国面临重大变革。本套教材力求在内容和形式上都有所创新：在内容方面，更新了不适应市场经济环境中当前电子商务实践及未来发展的理论和观念；在形式方面，每种教材在结构、栏目、体例及写作风格上均有所创新，且各种教材均由“主教材”和“电子课件”两部分组成，大大方便了教与学。

第三，讲求实用。这主要表现在：一方面，内容上突出特色，兼顾理论系统性与实践可操作性。出于篇幅和知识点交叉的考虑，这套教材中每一种都力求围绕各自中心内容阐述，并根据实际课时量的要求使内容详略得当。例如，在《电子商务基础教程》中已经详细介绍过的内容，在其他教材中就尽量避免或者简略介绍。另一方面，成熟性与创新性相结合。本次编写的教材，坚持了教材内容的成熟性与创新性的统一。在阐述成熟而稳定的教材内容的同时，适当介绍新知识、新技能、新发展趋势，使教材具有适度的超前性和前瞻性。另外，本套教材的体例要求也符合教学的规律和方法。在编写过程中，教材各章均附有“学习目标”、“本章小结”、“复习思考题”、“技能实训题”或“案例分析题”等栏目，并且注重时效性，教材中的例题、案例等均取材于最新的实践成果。

第四，严把质量。本套教材由众多国内电子商务领域的专家、学者领衔编撰。他们多年从事该领域的教学与研究，具有丰富的教学及教材编写经验。他们中的大多数曾在欧美高校进修学习、合作研究或访问交流，因而对各学科的最新进展比较熟悉。他们长期关注中外企业电子商务实践，善于总结提炼。此外，各门课程教材的基本体系、结构和内容都经过各教材领衔作者的集体讨论，互提意见和建议，集思广益，严把质量关。

尽管编者已经付出了最大努力，使现在所奉献给读者的这套教材体现了上述特点，但作为创新的初步尝试，难免会存在不足乃至缺陷。因此，这套教材的推出应该是任重而道远。我们希望能够尽快得到来自各方面尤其是读者方面的反馈意见，以为我们在不久的将来再版修订提供有益的参考。我们也希望并有信心通过不断修订，使教材紧跟时代步

伐，及时反映学科的最新进展，为培养未来的电子商务专业人才做出持续的贡献。

A handwritten signature in black ink, consisting of two characters, '李' (Li) and '强' (Qiang), written in a cursive style.

于西安交通大学
2008 年 3 月

前言

电子商务法是用以调整电子商务的法律。自互联网商业性应用以来，各国莫不把推进电子商务作为发展和促进本国国民经济的重大举措。中国国家信息化战略已经制定和实施，电子商务是其中重要内容之一。目前，我国已经制定了《电子签名法》作为调整电子商务的基本法，我国《合同法》也对电子合同进行了原则性规定。但从总体上说，已经建立起来的电子商务法体系尚不够完善，内容尚不够完备，有的方面尚不能适应中国市场经济的需要。

电子商务法是一门新兴的学科。要学好电子商务法，就应当从法学的专业角度出发，掌握电子商务法的基本原理和制度，并与电子商务实践紧密结合。本书作为电子商务法的教材，聚焦于中国的电子商务法律，并有选择性地借鉴了国外先进的立法，可为读者提供丰富的中国电子商务法知识，同时，也避免了读者受浩繁复杂的国外电子商务法素材拖累之苦。具体而言，本书有以下几个特点：

第一，内容精炼，通俗易懂。本书在吸收国外的先进理论的同时，扬弃了诸多的国外立法例的介绍，尤其是英美法系繁琐的规则细节铺陈，而是直接切入中国电子商务法主题。

第二，反映了我国电子商务法的最新发展，内容全面。本书涵盖了《电子签名法》的内容，但并不限于此，还增加了电子商务主体、个人信息保护法、电子支付法、电子商务消费者权益保护法、电子税收法和电子商务纠纷解决法等。

第三，注重对电子商务法原理的分析。本书第1、2章是关于总论和主体的分析，阐释了电子商务法律关系、电子商务的分类、电子商务法的

基本原则等核心问题。在具体章节的具体制度构建时，也注重对具体制度的基础理论进行分析。

第四，立足于我国立法，强调培养学生的应用能力。本书注重对我国电子商务法基本原理、具体制度的分析，根据具体情况，阐明了原则和制度的适用问题。

本书适合高等学校电子商务专业、法学专业等本专科学生和 MBA 学生、研究生阅读，以及高校教师、企业管理人员、信息技术人员和法律从业人员使用。

齐爱民
2009 年 1 月

目录

第1章 电子商务法概述	1
学习目标	1
1.1 电子商务的概念和分类	2
1.2 电子商务法的概念、分类与特征	6
1.3 我国电子商务立法沿革	9
1.4 电子商务法的性质与作用	11
1.5 电子商务法的地位与体系	13
1.6 电子商务法的基本原则	17
本章小结	24
关键概念	24
复习思考题	24
第2章 电子商务主体	25
学习目标	25
2.1 电子商务主体概述	26
2.2 网络服务提供者	29
2.3 网络内容提供者	36
2.4 网上交易服务提供者	38
本章小结	41
关键概念	42
复习思考题	42
第3章 电子合同法	43
学习目标	43

3.1 电子合同法概述	44
3.2 电子意思表示概述	47
3.3 电子意思表示的基本规则	51
3.4 电子要约和电子承诺	56
3.5 电子意思表示不一致	60
3.6 电子错误	62
3.7 电子合同的形式	64
3.8 点击合同	66
本章小结	69
关键概念	70
复习思考题	70
第4章 电子签名法	71
学习目标	71
4.1 电子签名法概述	72
4.2 电子签名概述	74
4.3 数字签名	78
4.4 电子认证概述	82
本章小结	85
关键概念	85
复习思考题	85
第5章 电子支付法	87
学习目标	87
5.1 电子支付法概述	88
5.2 电子支付的概念和分类	91
5.3 电子支付工具	92
5.4 电子支付系统	98
5.5 电子支付协议	103
5.6 电子支付法律关系	104
5.7 电子支付的基本制度	107
本章小结	112
关键概念	112
复习思考题	112

第6章 个人信息保护法	114
学习目标	114
6.1 个人信息概述	115
6.2 个人信息保护法概述	119
6.3 个人信息保护的基本原则	123
6.4 个人信息权	126
6.5 个人信息的跨国传输	132
6.6 侵害个人信息的法律责任	137
本章小结	144
关键概念	144
复习思考题	144
第7章 电子商务消费者权益保护法	146
学习目标	146
7.1 电子商务消费者权益保护法概述	147
7.2 电子商务消费者	150
7.3 电子商务消费者权益	152
7.4 电子商务经营者及其义务	159
7.5 电子商务经营者的法律责任	162
本章小结	164
关键概念	164
复习思考题	164
第8章 电子商务税收法	166
学习目标	166
8.1 电子商务税收概述	167
8.2 电子商务税收法的宗旨和原则	169
8.3 电子商务税收法律关系	173
8.4 电子商务流转税制度	177
8.5 电子商务所得税法律制度	181
8.6 电子商务税收征管法律制度	187
本章小结	189
关键概念	189
复习思考题	190

第9章 电子商务纠纷解决法	191
学习目标	191
9.1 电子商务纠纷解决法概述	192
9.2 网络管辖	198
9.3 数据电文证据	207
9.4 电子商务纠纷的冲突法规则	209
本章小结	211
关键概念	211
复习思考题	211
附录1 《中华人民共和国电子签名法》	213
附录2 《电子认证服务管理办法》	219
附录3 《中华人民共和国合同法》(节选)	225
附录4 《商务部关于网上交易的指导意见(暂行)》	226
主要参考文献	232

电子商务法概述

学习目标

- 1.1 电子商务的概念和分类
- 1.2 电子商务法的概念、分类与特征
- 1.3 我国电子商务立法沿革
- 1.4 电子商务法的性质与作用
- 1.5 电子商务法的地位与体系
- 1.6 电子商务法的基本原则

本章小结

关键概念

复习思考题

学习目标

通过本章的学习，掌握电子商务的概念和电子商务法的基本概念、特征、地位与体系，熟悉电子商务的法律分类和电子商务法的分类及特征，了解我国电子商务法的立法沿革，掌握电子商务法的基本原则。

电子商务法（Electronic Commerce Law）是指调整在电子商务活动中产生的各种社会关系的法律规范的总称。电子商务法的基本原则是指贯穿于电子商务法始终，对电子商务法的制定、实施具有指导意义的法律原则。

1.1 电子商务的概念和分类

1.1.1 电子商务的概念

1) 国际组织和企业界的观点

世界技术信息与服务联盟认为,电子商务是指以数据化手段提供货物、服务或信息的任何商业性交易,或任何帮助上述交易实现的数据化中介职能。经济合作与发展组织(OECD)认为,电子商务是指商业交易,它包括组织与个人基于文本、声音、可视化图像在内的数字化数据传输与处理方面的商业活动。企业界对电子商务的理解以IBM公司为代表。国际商会(ICC)1997年在巴黎举行的“世界电子商务会议”认为,电子商务是整个贸易活动的电子化。

“电子商务是商务活动的电子化”,是国际组织和企业界的核心观点。可以看出,国际组织和企业界均是围绕经济运作模式展开对电子商务的界定。这对于经济学和管理学而言,无疑是正确的,但是对从法律角度来理解电子商务而言,帮助不大。

2) 法律意义上的电子商务

对电子商务的不同解释将导致对电子商务法的定义和调整对象的不同理解,进而影响电子商务法的独立性及其在我国法律体系中的地位。因此,研究电子商务法的前提是以法律的视野对电子商务予以科学界定。从法律的角度看,电子商务可以分为狭义电子商务和广义电子商务。狭义电子商务是指通过电子行为进行的商事活动。这种观点以1996年《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》(UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce,以下简称《电子商务示范法》)为代表。广义的电子商务是指通过电子行为进行民商事活动。商事活动的范围被民商事活动所覆盖。依通说,商事活动是以营利为目的、具有营业性的民事行为,而民商事行为的外延显然大于商事行为,它不仅包括商事行为,也包括非商事主体之间的民事活动。事实也是如此,电子商务中的“商务”并非名副其实,它不仅包括“商事行为”,也包括非商事行为,例如自然人之间的电子商务。因此,我们赞成广义说。

1.1.2 电子商务的发展阶段

电子商务(electronic commerce)已成为当代商业尖端模式和未来主要的民商事活动形式。与电子商务(electronic commerce,简写为e-commerce)相近的词有:电

子商业 (electronic business)、电子交易 (electronic transaction)、电子贸易 (electronic trade)、网络购物 (cyber shopping) 等。从广义的角度理解,电子商务是指通过现代电子手段所进行的民商事活动。

电子商务的发展已经经历了以下三个阶段:

第一个阶段,从19世纪末至20世纪70年代,是电子商务的萌芽期。其标志是电话、传真机等电子工具在商业领域的应用,第一次实现了现代民商事活动与电子技术的结合。

第二个阶段,从20世纪70年代至90年代,是电子商务的初级应用阶段。其标志是EDI (electronic data interchange, 电子数据交换) 系统在企业间的应用。企业运用EDI方式传送和接收订单、收货通知单和货物托运单、保险单、转账发票和付款单等报文信息,EDI使企业实现了“无纸贸易”。这个阶段EDI仅限于封闭的系统(主要是通过增值网络(VAN))中进行运作,EDI电子商务仅局限于在先进国家和地区以及在大型企业的范围内应用,在全世界范围内得不到广泛的普及和发展,大多数中小企业难以应用EDI开展电子商务活动,而普通的公众就更加难以望其项背了^①。

第三个阶段,从20世纪90年代至今,是以互联网为技术平台发展电子商务的高级阶段。1991年美国宣布互联网(Internet)向社会公众开放。Internet费用低廉,赢得了企业和公众的普遍参与。Internet的出现及其与商业的融合标志着现代意义的电子商务的产生^②,是电子商务发展史上的里程碑,也是迄今为止电子商务的最高发展阶段。1995年互联网上的商业信息量首次超过了科技方面的信息量,这是互联网产生爆炸性发展的标志,也预示着电子商务从此进入了大规模、迅速发展的时期。

1.1.3 电子商务的法律分类

不同的学科会根据不同的标准对电子商务进行分类,而法学应依据法律上的实质意义为基本着眼点对电子商务进行分类,而非简单照搬经济学上的分类。唯有如此,才能了解相关电子行为的法律后果。

1) 以主体为标准进行的划分

(1) 商业机构之间的电子商务

商业机构与商业机构间的电子商务(business to business, B2B)是发生在商业机构之间的电子商务,而非发生在消费者和商业机构之间的电子商务。虽然消费者和商

^① 陈科鹤:《电子商务实务教程》,13页,北京,清华大学出版社,2002。

^② 齐爱民、万暄、张繁华:《电子合同的民法原理》,1页,武汉,武汉大学出版社,2002。

4 电子商务法

业机构之间进行的电子商务数量巨大,但从质量上看,商业机构之间的电子商务是主角。一般而言,商业机构之间的电子商务总额占全部电子商务总额的80%左右。

这种分类的意义在于使消费者与商业机构之间的电子商务区分开来,消费者与商业机构之间的电子商务,适用消费者权益保护法的规定,而商业机构之间的电子商务并不适用消费者权益保护法的规定。

(2) 商业机构与消费者之间的电子商务

商业机构与消费者之间的电子商务(business to consumer, B2C)是指交易方一方为消费者,而相对方为商业机构的电子商务。商业机构与消费者之间的电子商务类型要求交易一方是消费者,而另一方必须是商业机构。唯有如此,才有适用消费者权益保护法的余地,否则不能适用消费者权益保护法。

(3) 个人之间的电子商务

个人之间的电子商务(natural person to natural person, P2P)是指个人之间进行的电子商务。此种交易模式直接来源于传统的跳蚤市场。在跳蚤市场中,买卖双方可以进行一对一的讨价还价,只要双方同意,立刻可以完成交易。从事网络拍卖的eBay率先采用了这种方式,任何人都可以在eBay买卖商品,首次实现了一种梦幻般的理想市场理念。这种分类在经济学上称为消费者之间的电子商务(consumer to consumer, C2C),经济学上的这个称谓在法律上却是一个错误的概念。因为在法律上,消费者一定是消费者权益保护法上的概念,而根据消费者权益保护法,在同一交易关系中,消费者一定是和商业机构对应的,可以说如无商业机构就无消费者。当交易双方都为“消费者”时,法律意义上的消费者就不存在了。因此,本书把这种分类称为个人之间的电子商务。个人之间的电子商务不适用消费者权益保护法的规定,因为一方虽可构成消费者,但是相对方却不是商业机构,因此无论买卖任何一方都不能主张适用消费者权益保护法。我国《网上交易指导》并没有采用经济界的C2C提法,而是使用了个人间交易。我国《网上交易指导》规定:网上交易是买卖双方利用互联网进行的商品或服务交易。常见的网上交易主要有:企业间交易、企业和消费者间交易、个人间交易、企业和政府间交易等。

电子商务这种分类的法律意义主要在于确定法律的适用。我国商业机构之间的国内电子商务,适用合同法和电子签名法的规定;消费者与商业机构之间的国内电子商务优先适用消费者权益保护法的规定,可以补充适用合同法和电子签名法的规定;而商业机构之间的国际电子商务,则适用联合国贸易法委员会通过的《联合国国际合同中电子通信公约》的规定。

2) 以电子化程度为标准进行的划分

(1) 完全电子商务

完全电子商务是指合同的缔结和履行及其一切相关活动都可以利用电子方式实现和完成的电子商务。完全电子商务,不仅要求交易方式的电子化,而且要求商品或者服务亦可以通过电子方式在线提供,并且还要同时适用电子支付手段。一些无形商品和服务,如计算机软件、娱乐项目(电影、音乐、游戏)的联机订购、付款和交付,以及全球规模的信息服务(音像、图书、报刊)等,可以完全在信息网络上完成交易活动,成为完全电子商务。

(2) 不完全电子商务

不完全电子商务是指合同的缔结或履行或者其他任何相关活动环节,至少有一项不是通过电子方式在线完成的电子商务。不能完全通过电子方式实现和完成的电子商务,主要是合同缔结或者合同履行中有一项不能或者不是通过电子方式进行的,即合同的缔结采用传统形式,或者合同的履行采用传统的形式。如所有非信息的商品交易,都是不完全电子商务,因为其履行中的一部分——商品交付,无法以电子方式在线完成。

此种分类的法律意义在于:明确不同类型的电子商务所适用的法律,对于完全电子商务,全部适用电子商务法;对于不完全电子商务,分别适用电子商务法或者传统法。

3) 以国界范围为标准进行的划分

(1) 国内电子商务

国内电子商务是指发生在一国内部的电子商务活动。国内电子商务和涉外电子商务的区分,不能以网络为标准,因为互联网是一个开放网络,本身并无疆界,是全球性的。判断一个电子商务是否属于国内电子商务,仍然是从传统的国内与涉外民事法律关系的判断标准出发,以当事人(是否外国人、无国籍人、外国法人),民事关系的标的物(是否在外国领域内),产生、变更或者消灭民事权利义务关系的法律事实(是否发生在国外)为标准,上述三项均未涉外的,为国内电子商务。

(2) 涉外电子商务

涉外电子商务是指当事人、标的物或者法律事实中有一项是发生在国外的电子商务。我国最高人民法院《关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见》(以下简称《意见》)第178条规定:“凡民事关系的一方或者双方当事人是外国人、无国籍人、外国法人的,民事关系的标的物在外国领域内的,产生、变更或者消灭民事权利义务关系的法律事实发生在国外的,均为涉外民事关系。”

此种分类的法律意义在于:国内电子商务,性质上属于一国领域内的民事活动,