

docsriver.com  
商家本本书店



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

商标纠纷案例与实务  
著作权纠纷案例与实务  
婚姻家庭纠纷案例与实务  
仲裁纠纷案例与实务  
交通事故纠纷案例与实务  
证据运用案例与实务  
电子商务纠纷案例与实务  
买卖合同纠纷案例与实务  
侵权纠纷案例与实务  
行政诉讼案例与实务  
产品质量纠纷案例与实务  
医疗损害责任纠纷案例与实务  
专利纠纷案例与实务  
工伤纠纷案例与实务  
拆迁纠纷案例与实务  
渎职罪案例与实务  
危害公共安全罪案例与实务  
破坏市场经济秩序罪案例与实务  
侵犯公民权利罪案例与实务  
侵犯财产罪案例与实务  
妨害社会管理秩序罪案例与实务  
贪污贿赂罪案例与实务  
保险纠纷案例与实务  
合同诈骗案例与实务  
教育法律纠纷案例与实务  
物业管理纠纷案例与实务  
旅游纠纷案例与实务  
建筑工程纠纷案例与实务  
收养纠纷案例与实务  
劳动纠纷案例与实务  
国家赔偿纠纷案例与实务  
土地纠纷案例与实务  
房产纠纷案例与实务  
消费维权纠纷案例与实务  
担保纠纷案例与实务  
民间借贷纠纷案例与实务  
公司法律纠纷案例与实务  
环境侵权纠纷案例与实务  
企业法律纠纷案例与实务  
涉外民商事纠纷案例与实务

清华大学出版社数字出版网站

WQBook 书网

www.wqbook.com

ISBN 978-7-302-35852-



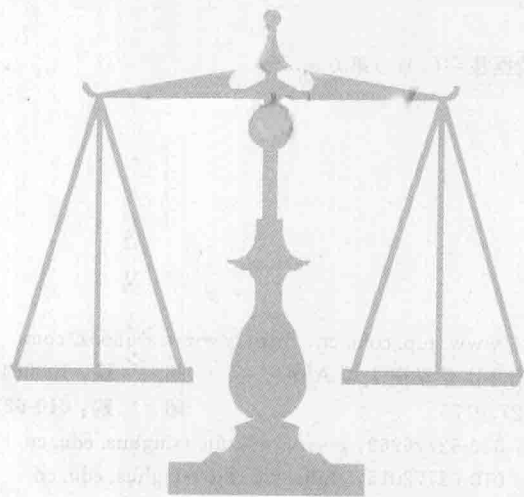
9 787302 358527 >

定价：36.00元

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](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto: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

# 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

<b>第一章 电子商务法概论</b> .....	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
<b>第二章 电子合同法</b> .....	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
<b>第三章 电子签名法</b> .....	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
<b>第四章 电子支付法 .....</b>	<b>70</b>
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
<b>第五章 电子商务消费者权益保护法 .....</b>	<b>94</b>
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
<b>第六章 电子商务侵权法 .....</b>	<b>139</b>
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
<b>第七章 网络犯罪</b> .....	<b>171</b>
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
<b>第八章 电子商务纠纷的司法管辖</b> .....	<b>188</b>
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
<b>附录一 中华人民共和国电子签名法</b> .....	<b>206</b>
<b>附录二 关于维护互联网安全的决定</b> .....	<b>211</b>
<b>附录三 互联网信息服务管理办法</b> .....	<b>213</b>
<b>参考文献</b> .....	<b>216</b>

# 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<sup>①</sup>

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

<sup>①</sup> 北京市朝阳区人民法院民事判决书[2008]朝民初字第10930号。

[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 定制及广告服务 小飞鱼  
更多**广告合作及防失联联系方式**在电脑端打开链接  
<http://www.docsriver.com/shop.php?id=3665>



[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 商家 本本书店  
内容不排斥 转载、转发、转卖 行为  
但请勿去除文件宣传广告页面

若发现去宣传页面转卖行为，后续广告将以上浮于页面形式添加

[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 定制及广告服务 小飞鱼  
更多**广告合作及防失联联系方式**在电脑端打开链接  
<http://www.docsriver.com/shop.php?id=3665>





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35000元,精神损害抚慰金20000元,支付2050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,将此事实在“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<sup>①</sup>

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

<sup>①</sup> 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1000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



的一部分。

本案中匡威公司是中国注册的“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。国网公司虽然先于美国匡威公司抢注“converse.com.cn”域名,但是当域名权与商标权发生冲突的时候,对商标权的保护要优先于对域名权的保护。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,从而引起公众对其出处形成误解。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。国网公司注册、使用“converse.com.cn”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。

#### 四、张某诉北京金贸公司计算机商品拍卖案<sup>①</sup>

原告: 张某

被告: 北京金贸网拍信息技术有限公司

被告: 国安五龙国际拍卖有限公司



##### 案情简介

1999年10月1日,原告在上网浏览时发现,中国商品拍卖市场网站(www.ccec.com)正在举办“海星计算机拍卖会”,主办者是国安五龙国际拍卖有限公司等单位,承办者是北京金贸网拍信息技术有限公司(以下简称北京金贸公司)。在详细了解了拍卖品名称、数量、止拍时间后,原告作为网站的注册用户,根据网站买家须知中的《通用条款》要求,在10月1日至10月5日的拍卖期内参加了竞拍,经过连续竞价,以最高应价购得编号为71、73、75的拍卖标的,即海星冲浪810D6400CRA、海星巨浪I号7500K7、海星巨浪III号7600K7计算机,并在网站公布的拍卖结果中被确认成交,以9750元购得该3台海星牌计算机。但10月8日原告再次上网时发现,其已经拍卖成交的3台计算机正在被该网站以其成交价为底价继续进行拍卖,截止日期变成10月10日。10月9日,网站公布了第二次拍卖结果,该3台计算机以每台3万元左右的价格成交。

对中国商品交易拍卖市场网站“一物二卖”的做法,原告当即在网站用户留言板上提出抗议。10月15日,中国商品交易拍卖市场网站以电子邮件方式答复说,海星计算机专场拍卖会原定于1999年10月6日至10月10日拍卖8台计算机,但没想到却在拍卖软件新旧系统交替过程中出现了不可控的问题:9月底活动承办单位北京金贸公司对拍卖系统进行了更新升级,但没有想到9月30日新软件启用时因系统内部更新不全面,使系统的测试数据与正式数据混而为一,内部系统认为拍卖程序已于10月1日启动,并于4日后自动发布了

<sup>①</sup> 北京市海淀区人民法院民事判决书(1999)海民初字第11096号。

几台计算机拍卖成功的结果。如果及时发现问题,公司可以弥补,但正值国庆节放假,所以问题被忽视,结果出现了第二次拍卖,且没有更新原有的价格清单。中国商品交易拍卖市场得知此事后向原告表示道歉,并提出愿意补偿上网费,北京金贸公司也希望得到原告的谅解。

原告认为,道歉不是解决此事的合法方式,自己作为网上拍卖的合法用户,严格遵守了该网站的拍卖规则《通用条款》和《中华人民共和国拍卖法》,在拍卖公告标明的1999年10月1日至5日拍卖周期内竞购成功,自己的竞拍具有法律效力,理应在支付价款及约定的佣金后取得拍卖标的。被告现除以系统故障为致歉外,未按《通用条款》的规定承担责任,这是严重的违约行为,应承担给付拍卖标的、并支付诉讼费的违约责任。遂向北京市海淀区人民法院提起诉讼,请求法院判决被告给付原告所购得的3台计算机;补偿因不及时给付计算机所造成的差价损失12103元;并承担诉讼费用。

2000年3月22日,北京市海淀区人民法院开庭审理此案。

庭审中,原告认为,网站在此事上负有不可推卸的责任。首先,原告作为该网站的注册用户,依照网站发布的拍卖公告、规则、程序,交纳了保证金,取得拍卖号后出价,并经拍卖结果公告确认为最高应价,双方的拍卖合同即已成立,一方不按约定付款或给付拍卖标的就构成违约。由于委托人与拍卖人对保留价是保密的,竞买人不可能得知保留价的具体数字,因而拍卖人、委托人不应以成交价低于保留价为由对抗无过错的竞买人,而且低于拍品价值的成交价是符合价值的必然规律的。其次,即使是“系统故障”问题,网站的经营者也要对网站系统的稳定性、安全性负有责任。且根据网站工作人员所言,网站监护人员在10月1日至5日的国庆节期间放假,而网站在此期间则一直开放,网站应对其运营承担责任,而不是以故障为由拒绝承担责任。

被告认为,自己并未违约。海星计算机专场拍卖会原定时间为1999年的10月6日9时至10月10日9时,只是由于网站在运行过程中出现故障,导致拍卖系统自动启动。但公司在网站的拍卖公告中明确公布了本场拍卖会的拍卖时间为1999年10月6日9时至1999年10月10日9时,该公告内容从未更改,网站仍以10月10日9时前出价最高者为最终买受人。而且根据有关法律规定,“竞买人的最高应价未达到保留价,该应价不发生效力”,而原告的应价就没有达到委托方的保留价,另外公司也未与原告签订成交确定书,因此对他的应价不予认可。被告表示,愿意对“因系统故障导致上网浏览的用户在10月6日开拍的前一天即可报价而造成的损失”承担责任,但坚持认为原告并非最终买受人,因而不同意给付其竞买的3台计算机。被告还指出,如果按原告所称止拍时间为10月5日,则按照规定竞购汇款日期应为10月15日,但原告汇款时间是10月23日,已超过时限。综上所述,被告请求法庭驳回原告的诉讼请求。

法院查明,1999年9月28日,西安海星现代科技股份有限公司与北京金贸公司签订委托拍卖合同书,委托该公司拍卖计算机,其中3种型号的海星计算机保留底价分别为7290元、1.3万元、1.98万元。1999年9月29日,北京金贸公司通过网站向注册客户发正式通知,注明本场拍卖会时间为同年10月6日至10日,后因软件出现故障,造成系统在拍卖时间未到而进入点击程序。1999年10月,张某通过报价,从拍卖系统得到如下确认:张某分别以1000元、3000元、5750元的价格购得上述3种型号的海星计算机各一台。张某之报价低



于海星公司之保留底价。且将购机款 1 万余元汇至国安五龙公司,北京金贸公司未向张某发出确认邮件,并于 1999 年 10 月 15 日通过拍卖网站向张某发出致歉函,告知其拍卖结果之确认是系统故障所致。

法院经审理后认为,按照《拍卖法》规定,竞买人最高应价未达到最终成交保留价时,应价不发生效力。拍卖系统虽对拍卖结果予以确认,但北京金贸公司事先给出的保留价合计为 34 000 元,原告 9 750 元的应价低于保留价,按照《拍卖法》规定,此次应价没有法律效力,原告竞买无效。张某之应价没有完全具备成为买受价的有效要件,张某亦不能仅以拍卖系统的确认而享有买受人的权利。现张某要求北京金贸公司与国安五龙公司履行给付计算机之义务,根据有关法规,本院不予支持。张某所述,拍卖公告所公布的日期为 10 月 1 日至 5 日,未向法庭提供相应证据,法院不予认定。北京金贸公司以未向张某实际发出确认邮件为由,要求认定其与张某买卖关系并未成立,理由不能成立。同时,北京金贸公司之拍卖系统出现故障,已经导致张某产生了“其应价已发生法律效力”之误解,依公平原则该公司应对张某之应价无效承担责任,返还张某所汇购机款,并赔偿其相应的利息损失。国安五龙公司作为此次拍卖活动的主办单位之一,应对此承担连带责任。据此,法院作出一审判决如下。

(1) 驳回张某要求北京金贸网拍信息技术有限公司、国安五龙国际拍卖有限责任公司给付海星计算机之诉讼请求。

(2) 北京金贸网拍信息技术有限公司、国安五龙国际拍卖有限责任公司退还张某购机款并赔偿利息。

(3) 案件受理费 400 元全部由北京金贸公司承担。

原告不服一审判决,向北京市第一中级人民法院提出上诉,二审法院最终驳回上诉,维持原判。



### 案例评析

网络拍卖(Auction Online)是一种典型的消费者与消费者之间的电子商务(C2C 电子商务),是指网络服务商利用互联网通信传输技术,向商品所有者或某些权益所有人提供有偿或无偿使用的互联网技术平台,让商品所有者或某些权益所有人在其平台上独立开展以竞价、议价方式为主的在线交易。

在我国,根据《拍卖法》规定,拍卖行业属于特种行业,拍卖企业的设立、拍卖师的资格以及拍卖活动的进行等都有严格的法律规定。而现今的许多网站并不符合《拍卖法》所规定的条件,因而并非《拍卖法》所指的拍卖企业。这种网上自行拍卖可以视为一般的商品买卖,其法律关系适用《民法通则》和《合同法》的规定。实践中,许多网上拍卖行也声称自己只是提供一个信息交换的场所,拍卖人与委托人之间的关系是非常松散的。但一般来说,网站有义务审查卖方的具体情况,如主体资格、所卖物品的真实性、是否有瑕疵,也有义务保证自己的服务质量,在交易中恪守诚实守信的原则。

在网络拍卖中,由于参与交易的买卖双方都无法见面,为了保证交易双方的信用,网站大多提供会员注册协议,要求参与者必须具有会员资格,从而首先确定网上拍卖的主体。会员注册协议是会员与网络经营者之间的协议,它实际上是由网站所制订的一份格式合同,作为一般的消费者,必须无条件接受,成为该网站的会员,否则不能参加相应的交易。这种会

员协议一般都规定有网站的交易宗旨、主要服务内容、会员的权利与义务等,符合合同的一般特征,具有法律约束力。但作为网站单方面的格式合同,它们大多详细地规定了会员的各种义务,并最大限度地免去网站自身的种种责任,这种显失公平的行为严重地侵犯了广大消费者的权益。由对格式合同条款的理解发生争议的,按照我国《合同法》的基本原则,应当作出不利于提供格式条款一方的解释,从而保护广大消费者的利益。

本案涉及的焦点问题是因网站软硬件系统错误所导致的自动成交合同是否有效。海淀区法院根据《拍卖法》的规定,认为原告的出价低于保留价而作出了合同无效的裁决。笔者对该裁决持保留态度,笔者认为,不管是从鼓励电子商务发展的角度出发,还是从国外成熟立法经验来看,本案所涉及到的合同都应当被认定为有效。

实际上,无论从格式条款合同的要求还是点击合同的效力来看,原告于10月1日参加网上拍卖所取得的竞价合同都应当确定为有效合同。原告提供了个人信息并自愿接受中国商品交易市场网站会员协议条款后成为其会员,该协议作为格式合同已经成立,随后原告经过多次竞价与网站签订的点击合同亦已成立。至于被告辩称这是由于系统运行错误所造成,笔者认为这不能成为否定合同效力的理由,因为:第一,我国法律和相关国际规范中均明确承认通过自动电文系统订立的合同。根据我国的《合同法》,EDI、电子邮件等电子信息数据电文可以作为合同的书面形式予以承认,因此被告辩称未与原告签订书面合同的理由是不成立的。对于电子系统自动交易的情况,联合国国际贸易法委员会起草的《联合国国际合同使用电子通信公约》第十二条作了较详细的规定,“自动电文系统在合同订立中的使用通过自动电文系统与自然人之间的交互动作或者通过若干自动电文系统之间的交互动作订立的合同,不得仅仅因为无自然人复查或干预这些系统进行的每一动作或由此产生的合同而被否定效力或可执行性。”第二,自动交易系统由商家提供的,因而其错误责任不能由相对交易人承担。被告即使存在系统运行错误,在“买家须知”中的拍卖周期起止时间(即10月1日至5日)当不属于系统运行错误,该网站自己发布的信息应当不能归责于自动电文系统,其自身应当承担赔偿责任。

## 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<sup>①</sup>

原告:应某某

被告:亿贝易趣网络信息服务(上海)有限公司



### 案情简介

原告应某某诉称:2004年10月,原告通过被告的网站竞拍由网名为“我想有个家1”的卖家提供的三星YP-520H型号的MP3。10月21日,原告收到被告的成交通知。原告随后根据

<sup>①</sup> 上海市黄浦区人民法院民事判决书(2005)黄民一(民)初字第364号。



被告提供的资料与卖家进行联系。10月22日,原告在嘉兴市农业银行向卖家“我想有个家1”汇付了1092元的MP3货款。货款汇出后数日仍未收到MP3。11月3日,原告正式向被告传真了投诉书,请求被告帮助原告追回该笔货款。11月24日,原告向被告传真了一份法律函,要求被告承担责任,但是被告未作正面答复。原告认为,被告作为网络交易的平台,在本案中理应承担相应的法律责任;被告注册协议中的免责条款无效;被告的交易规则存在严重的安全漏洞,被告未尽到“谨慎注意义务”,故请求判令被告双倍返还原告已付的货款2184元。

被告亿贝易趣网络信息服务(上海)有限公司辩称:被告提供的是网络信息的交流平台,并不参与交易。原告在注册成为被告的用户前应仔细阅读注册协议并予以认可后,方能注册成为用户。协议中的免责条款作为合同的一部分是双方真实意思的表示,具有法律效力。原告在网上以“一口价”的方式竞拍成功网上用户名为“我想有个家1”、网上姓名为张旭的卖家提供的MP3,但原告根据被告提供的电话号码与卖家联系后,实际是以156元成交的,且原告在获悉卖家的银行户名为何金海而非张旭时仍将货款汇出,由此造成的损失应由原告自行承担,故请求驳回原告的诉讼请求。

法院经审理查明,亿贝(eBay)易趣购物网(以下简称易趣网)为被告经营的交易网站。2004年8月10日,原告在阅读并接受易趣网的《用户协议》后注册成为易趣网的用户。《用户协议》约定:易趣网不参与实际交易,如买卖双方发生争议,易趣网免责。2004年10月,原告通过易趣网竞拍由网上用户名为“我想有个家1”的注册卖家提供的三星牌YP-520H型号的名牌MP3播放器(以下简称三星播放器)。2004年10月21日原告以一口价方式即每台人民币1元的价格竞拍三星播放器成功,并收到被告成交的通知。原告通过易趣网获悉物品提供者系案外人天津卖家张旭,以及张旭的电话号码、电子邮箱。之后,原告称其与张旭电话联系,约定张旭以每台人民币156元的价格向原告出售7台三星播放器;履行方式为款到发货;银行户名为另一案外人何金海;账号为中国农业银行9559980020128963913。2004年10月22日,原告根据张旭告知的上述银行户名及账号,通过中国农业银行向何金海汇付了7台三星播放器的全部货款人民币1092元。货款汇出后至今,原告未能按约定收到三星播放器。2004年11月3日,原告向被告发出投诉书,要求被告尽快与案外人取得联系,拿出解决问题的可行性方案,案外人至少应退回全部货款。原告还要求被告对案外人作出严厉的处罚,建议将案外人从易趣网上除名,同时建议就案外人盗用他人名义进行交易一事上报天津公安机关。2004年11月24日,原告再次向被告发函,表示对被告就投诉所作的回复不予接受,要求被告双倍返还原告已付的全部货款2184元,因遭被告拒绝而涉讼。

以上事实,有原告提供并出示的成交通知,中国农业银行银行卡存款凭条回单、投诉书、法律函;有被告提供并出示的易趣网《用户协议》、原告在易趣网的注册信息、原告以一口价方式所购买的物品页面、原告投诉信及附件、被告的回复等证据所证实。上述证据经法庭质证,本院予以确认。

法院认为,依法成立的合同受法律保护,对签订合同的各方当事人具有约束力。原告在被告经营的网站以网上竞标的方式竞拍的三星MP3播放器是发生在原告与案外人张旭之间的交易,而原告实际与案外人交易时,合同的当事人及成交的货物价格、数量均发生了变化,显然是两个不同的交易行为,且原告也未提供证据证明后一个交易行为是通过被告提供



的交易平台实现的,故该交易行为与被告无涉。此外,原、被告之间不存在买卖合同关系,原告最终是向案外人汇付了全部货款,被告始终没有收到过货款,故对原告要求被告双倍返还货款的诉请本院难以支持。据此,依照《中华人民共和国合同法》第八条、第五十二条、第五十三条之规定,判决如下:原告应某某要求被告亿贝易趣网络信息服务(上海)有限公司双倍返还原告已汇付的货款2184元之诉,不予准许。案件受理费人民币97元,由原告应某某负担。



### 案例评析

网络交易平台是指为各类网络交易提供交易场所和服务的网站或者网络系统。网络交易平台是网络交易中不可或缺的参与方,可以说,没有了网络交易平台,网络交易就不可能得以实现。网络交易平台在网络交易中起到承上启下的作用,是联系卖方、买方、支付平台、物流、其他服务提供者之间的纽带,也正是网络交易平台在数量和规模上不断增多和扩大,才带动网络交易的蓬勃发展。

但是,网络交易平台没有权利也没有能力对商品提供商(人)进行实质性的审查,也不可能对所有在平台上交易的商品的来源、合法性、质量等进行检查。其仅能对商品提供商提供的信息履行形式审查义务(禁止违法性商品、禁卖品的信息发布),并对信息不加以篡改进行发布。

从法律性质来看,网络交易平台与交易双方之间构成居间合同关系的,网络交易平台负有合同法所规定的居间人的义务,如应当就有关订立合同的事项向合同双方如实报告,不得故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况等。如果违反这些义务,网站应当承担相应的法律责任。而当事人通过网络交易平台与他人订立网络买卖合同,但未实际履行该合同,而是利用网站提供的合同对方的个人信息,通过电话联系方式与对方订立了与网络买卖合同完全不同的新的合同,该新合同与网站无关,当事人因履行该新合同而遭受经济损失的,网络交易平台不承担赔偿责任。

本案中,被告亿贝易趣公司分别为原告应某某及案外人张旭提供了订立合同的媒介服务,并从张旭处收取报酬。因此,被告与原告之间,以及被告与张旭之间均构成居间合同关系。根据我国合同法关于居间合同的规定,被告应当就有关订立合同的事项向原告如实报告,不得故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况等。如果违反这些义务,被告理应承担违约责任。本案中,原告虽然通过被告与张旭达成了以人民币1元钱购买三星牌YP-520H型号MP3播放器的买卖合同,但本案纠纷的发生并非基于这一网络交易行为,而是基于原告与张旭通过电话联系方式订立的,以每台人民币156元的价格购买7台三星牌YP-520H型号MP3播放器的另一个买卖合同。显而易见,是原告自身在合同订立及履行过程中的不谨慎,导致上当受骗,对此后果,原告应当自行承担责任。

原告在本案诉讼中并未提供任何证据证明被告所提供的张旭的个人信息存在不实或虚假情况,也未提供任何证据证明后一个交易行为是通过被告提供的网络交易平台实现的,因而被告对于原告的损失并无过错,且被告始终没有收到过原告支付的货款,故被告不应当对原告的损失承担赔偿责任。



## 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<sup>①</sup>

原告：北京金融城网络有限公司

被告：成都财智软件有限公司



### 案情简介

原告北京金融城网络有限公司(以下简称金融城公司)起诉称,本公司与中国建设银行北京市分行合作开通金融城网站,并在该网站的外汇中心频道内开设了“交易走势图”栏目,发布经本公司独家绘制的“中国建设银行北京市分行外汇币种走势图”。为开设此栏目,专门组织专业软件开发人员制作了用于整理外汇数据的程序,并投入了大量的物力,“交易走势图”现已成为金融城网站最受欢迎的知名栏目之一。2000年6月,成都财智软件有限公司(以下简称财智公司)未经本公司许可,在其开设的财智网上越过金融城网站主页,直接对“交易走势图”建立链接,其行为足以使访问者误以为财智网是“交易走势图”的开发制作者,已构成不正当竞争。请求法院判令被告停止侵权行为、消除影响;赔偿经济损失20万元;承担本案诉讼费。

被告财智公司答辩称,本公司在开办的财智网上曾对原告网站上的“交易走势图”建立链接,当得知原告公司不同意这种链接后,随即取消了链接。本公司认为被链接的“交易走势图”并没有独创性,不具备作品的构成条件,在建立链接时也没有对其做过任何修改,所以这种链接并不会导致访问者的误认。本公司没有因此获得收益。原告的诉讼请求缺乏事实和法律依据,故不同意原告的诉讼请求。

经审理查明,原告金融城公司与被告财智公司均为经营计算机网络信息服务的企业法人。金融城公司于2000年2月开办了“295”网站(网址为: <http://www.295.net.cn>),财智公司在此前也开设了财智网(网址为: <http://www.imoney.com.cn>)。在两公司开设的网站中均有金融信息服务内容。为向公众提供外汇交易服务信息,金融城公司通过与中国建设银行北京市分行(以下简称建行北京分行)合作,制作了“中国建设银行北京市分行外汇币种走势图”,在295网站的外汇频道中发布。交易走势图的形成过程是金融城公司通过自己开发专用软件,对建行北京分行提供的外汇交易牌价的即时行情进行处理后,以曲线图的形式在网上发布。该走势图在金融城网站页面上的显示状态是一幅独立于页面背景内容的图形,该图标题为“中国建设银行北京市分行外汇币种走势图”,图页本身没有制作者的标志和署名。2000年6月中旬,财智公司在所开设的财智网上,越过金融城网站主页,直接对在该网站外汇中心频道内的走势图设置了链接,将其置于财智网外汇中心栏目下,在链接期间财智公司没有对被链接走势图整体显示状态进行修改。8月中旬,财智公司与金融城公司取得

<sup>①</sup> 北京市第二中级人民法院民事判决书(2000)二中知初字第122号。

联系,在得知对方不同意此链接行为后,随即自行取消了链接。为证明财智公司实施了链接行为,金融城公司在诉讼中向本院提交了该公司于2000年7月6日在长安公证处上网查询财智公司链接走势图的结果和查询过程的证明公证书。财智公司对链接走势图的行为予以承认,但对公证书中反映的上网查找过程提出异议,认为公证内容没有完整地反映出在财智网上查找链接状态下的走势图的全部过程,并提出在财智网链接走势图期间,如果通过财智网上的路径查找走势图,在该图显示之前,应当有一个几秒钟显示金融城网址的过程,以此证明财智公司的链接行为不会导致访问者误认。为证明自己的主张,审理过程中财智公司进行了模拟恢复链接,金融城公司对模拟结果不予认可。

在诉讼中,财智公司对金融城公司制作走势图所使用的外汇交易牌价数据来源合法性提出异议,就此问题,金融城公司提交了建行北京分行出具的证明,证明内容为确认建行北京分行与金融城公司存在合作关系,由银行方面提供外汇交易牌价,金融城公司负责制作走势图并上网发布。

金融城公司主张走势图已具备数据库作品条件,故对其享有著作权,财智公司则认为走势图本身不属于我国法律中规定的作品。

金融城公司主张由于财智公司的链接行为足以造成访问者的误认,从而吸引了访问者,由此给本公司的网站造成了损害,并使本公司的投入没有得到相应的回报,是一种不正当竞争行为。为此金融城公司提交了开发走势图的相关费用支出票据证明,证明开发和维持使用投入共计101万余元。财智公司对这些费用与开发走势图的关联性及赔偿请求额提出异议,认为链接中没有复制和修改被链内容,因此不会给对方造成经济损失。

法院认为,在当今的互联网上,网站之间相互设置链接是普遍存在的一种经营方式,虽然目前对于网站之间相互设立链接问题尚没有具体的法律规范,但在IT行业,普遍认同的观点是如果未经双方协商或得到许可,擅自对他人网站制作、发布的信息实施链接是违反行业规则,并被普遍反对的。

由于互联网经济本身具有的特殊性,其通常也被比喻为“注意力经济”,网站所吸引的访问者越多,给其带来的相关经济利益就越大,所以经营者均努力通过制作精彩、独特的内容以吸引访问者的注意力,并使访问者记住发布这些内容的网站。而这些独特的内容一旦被他人直接链接,访问者通过设链网站看到的内容已不能准确反映制作者的身份,从而导致访问者误认,而这种误认的必然结果将是设链网站访问者增加而真正的内容制作网站访问者减少,最终使被链网站的经济利益受到损害。

作为企业法人的网站经营者,建立网站都是为了追求一定的商业目的和获得商业利益,为建立和维护网站运营,为了在激烈的竞争环境下存在和发展,经营者必然要在智力、财力等方面作出投入,如果允许这种投入的结果被他人无限制地随意使用,不仅对作出投入的经营者是不公平的,从长远来看,也会对互联网行业的健康发展造成危害,因此对互联网上的链接行为进行合理、适当的规范是十分必要的。网站经营者应当按照诚实信用和公平竞争的法律原则规范自己的经营行为。

本案双方当事人均为网站经营者,彼此之间存在商业上的竞争关系,被告财智公司,未经金融城公司许可,擅自对金融城网站主页以下的次页面内容进行深层链接,其行为违背了金融城公司的意愿,应属不正当的经营行为。按照我国反不正当竞争法律的规定,财智公司



应当对此行为后果承担相应的法律责任。

关于走势图是否构成作品问题,法院认为,金融城公司根据银行提供的外汇牌价数据制作的走势图只是一种特殊的服务性产品,尚不构成我国著作权法所保护的作品。在本案中对此一问题的判断与对本案争议问题的处理及法律适用并无直接关联。

关于链接行为是否会造成访问者误认问题,法院认为,就本案双方争议事实而言,虽然走势图本身标明的信息提供者为建行北京分行,但该图的形成和发布毕竟是基于金融城公司提供的技术支持,并且合作双方共同约定只在金融城公司经营的网站上发布,金融城公司应当拥有相应的权益。财智公司在链接过程中虽然没有对走势图的内容进行修改,但通过财智网看到走势图的访问者自然会认为财智公司是该图的发布者,至少会认为该网站与建行北京分行存在某种合作关系,即足以使访问者产生误认。因此,对财智公司关于链接行为不会导致误认的抗辩理由,法院不予支持。

关于财智公司对金融城公司制作走势图使用的数据是否具有合法来源所提出的抗辩,法院认为,关于走势图使用的外汇牌价信息来源,金融城公司已经予以证明,且财智公司没有足够充分的证据证明这种使用是非法的,故对这一抗辩理由法院不予支持。

关于金融城公司提出的赔偿经济损失的请求,法院认为,由于对不合理的链接行为造成的损害后果难以量化,故应根据金融城公司对走势图开发、使用情况及财智公司设链时间、主观状态等因素酌定赔偿数额。综上所述,依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条第一款的规定,判决如下。

(1) 成都财智软件有限公司未经许可,不得在所开办的网站上对北京金融城网络有限公司网站发布的“中国建设银行北京市分行外汇币种走势图”建立链接。

(2) 成都财智软件有限公司于本判决生效后 10 日内向北京金融城网络有限公司书面赔礼道歉(逾期不执行,本院将在全国公开发行的报刊上公布本判决内容,相关费用由成都财智软件有限公司负担)。

(3) 成都财智软件有限公司向北京金融城网络有限公司支付赔偿金 5 000 元(于本判决生效后 10 日内执行)。

(4) 驳回北京金融城网络有限公司的其他诉讼请求。

案件受理费 5 510 元,由成都财智软件有限公司负担 4 000 元(于本判决生效后 7 日内交纳),由北京金融城网络有限公司负担 1 510 元(已交纳)。



## 案例评析

不正当竞争,是指经营者违反反不正当竞争法的规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)第二条第一款规定:“经营者在市场交易中,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,遵守公认的商业道德。”第二条第二款规定:“本法所称的不正当竞争,是指经营者违反本法规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为。”从我国近几年的司法实践中可以看出,各级法院认定的不正当竞争行为大致有以下几类。

第一,不当注册、使用域名行为。这类行为侵害了他人的域名,即经营者的商标、商号或企业名称在网络状态下加以使用的权益。这方面的典型案例有:美国杜邦公司诉北京国网

信息有限公司计算机网络域名侵权案(即“杜邦案”)。

第二,商标反向假冒行为。该类行为剥夺了他人利用其商标获得市场份额和建立商业信誉的潜在机会,实际上也构成了侵害他人商标专用权的行为。典型案例是北京市京工服装工业集团服装一厂“枫叶”牌商标被反向假冒案(即“枫叶案”)。

第三,不当的网络超链接行为。这类行为侵害的是他人在网络上的经营性成果。本案即为此类不正当竞争案件的典型。

第四,模仿、抄袭他人广告成果。这类行为侵害的是他人的广告成果,典型案例如瑞典马克·布雷克公司诉上海喜马拉雅广告公司不正当竞争案(即“马克·布雷克案”)等。

第五,不当利用他人重要信息。这类行为侵害了他人尚不构成商业秘密或是否构成商业秘密还有疑虑的重要信息,典型案例有北京阳光数据有限公司诉上海霸才数据有限公司不正当竞争案(即“阳光数据案”)。

本案中金融城公司和财智公司双方均为网站经营者,彼此之间存在商业上的竞争关系,财智公司未经金融城公司许可,擅自对金融城网站主页以下的次页面内容进行深层链接,使网络用户通过设链网站看到的内容已不能准确反映制作者的身份,从而导致访问者误认,而这种误认的必然结果将使设链网站访问者增加,而真正的内容制作网站访问者减少,最终侵害了被链网站在网络上的经营性成果,使金融城公司的经济利益受到损害,该深层链接行为构成不正当的经营行为。因此,按照我国反不正当竞争法的规定,财智公司应当对此行为后果承担相应的法律责任,法院判决也正体现了这一点。

## 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<sup>①</sup>

原告:来某某

被告:北京四通利方信息技术有限公司



### 案情简介

原告来某某诉称:2001年4月22日,我通过互联网在北京四通利方信息技术有限公司(以下简称四通利方公司)所属的“新浪网”上注册为会员,并根据该网站的承诺,使用网站提供的50兆容量的“免费邮箱”服务。该免费邮箱并没有真正的免费,用户发送和接收的电子邮件,均带有网站的商业广告。2001年8月2日,“新浪网”通知所有用户,于9月16日零时将“免费邮箱”的容量从50兆缩减至5兆。“新浪网”不顾其承诺和信誉,在未经会员同意的情况下,擅自变更电子邮箱服务,压缩“免费邮箱”的容量,构成了违约。请求判令被告继续履行承诺提供50兆容量“免费邮箱”的服务。

被告辩称:我公司所属“新浪网”是根据服务条款向用户提供信息服务的。用户在“新浪

<sup>①</sup> 《中华人民共和国最高人民法院公报》2002年第6期。

[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 定制及广告服务 小飞鱼  
更多**广告合作及防失联联系方式**在电脑端打开链接  
<http://www.docsriver.com/shop.php?id=3665>



[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 商家 本本书店  
内容不排斥 转载、转发、转卖 行为  
但请勿去除文件宣传广告页面

若发现去宣传页面转卖行为，后续广告将以上浮于页面形式添加

[www.docsriver.com](http://www.docsriver.com) 定制及广告服务 小飞鱼  
更多**广告合作及防失联联系方式**在电脑端打开链接  
<http://www.docsriver.com/shop.php?id=3665>





网”注册会员身份时，“新浪网”全面展示了网站信息服务条款的内容。用户只有单击了“同意”按钮，表明接受服务条款的全部内容后，方能完成会员的注册，并使用“免费邮箱”服务。“免费邮箱”的电子邮件信息服务是完全免费的，不需要用户承担其他义务。由于网站的服务条款明确规定，“新浪网”有权在必要时调整服务合同条款，并随时更改和中断服务。所以，我公司调整“免费邮箱”容量不构成违约，不同意原告的诉讼请求。

北京市海淀区人民法院经审理查明：2001年4月22日，原告来某某通过互联网向被告四通利方公司所属“新浪网”申请会员注册登记，并选择了“新浪网”向会员提供的“免费邮箱”服务。“新浪网”在提供这项服务时承诺“免费邮箱”的容量为50兆，不收取信息服务费。原告来某某在注册的当天，即收到“新浪网”关于会员注册成功和50兆“免费邮箱”开通确认的邮件，在使用“免费邮箱”的过程中，“新浪网”也从没有收取过电子邮件信息服务的费用。“新浪网”的日常信息服务还包括大量的商业信息，用户在浏览网站各类信息或者处理个人信息时，有关页面中经常附加有商业广告信息的提示，但是否阅读广告的具体内容由用户自己选择。同年8月2日和9月13日，“新浪网”在网站页面上向所有“免费邮箱”用户发出通知，声明将从9月16日起对“免费邮箱”的容量进行调整，只提供5兆容量的“免费邮箱”服务，仍不收取电子邮件信息服务的费用。9月16日，“新浪网”统一将会员用户的“免费邮箱”的容量从50兆压缩为5兆。

另查，被告四通利方公司所属“新浪网”在网上接纳会员用户申请注册程序中，专门设立了一个向申请人展示网站的服务条款并要求申请人确认的步骤，申请人必须单击“同意”按钮，表示同意网站的服务条款内容后，方可继续进行会员的注册登记。被告四通利方公司的《新浪网北京站服务条款》共计15条，内容包括电子服务的所有权人和运作者身份、服务内容的介绍、服务条款的变动与修订、用户应遵循的守则、网站的通告提示、告知义务等。其中“确认和接纳”一项中规定：“新浪网提供的服务将完全按照其发布的章程、服务条款和操作规则严格执行。用户必须完全同意所有的服务条款并完成注册程序，才能成为新浪网的正式用户”。“服务条款的修改和服务修订”一项中规定：“新浪网有权在必要时修改服务条款，新浪网服务条款一旦发生变动，将会在重要页面上提示修改内容。如果不同意所改动的内容，用户可以主动取消所获得的网络服务。如果用户继续享用网络服务，则视为接受服务条款的变动。新浪网保留随时修改或中断服务的权利，不需对用户或第三方负责。”此外，会员用户使用“免费邮箱”时，还要在网上确认“新浪网”的《免费电子邮箱服务使用协议》，该协议与《新浪网北京站服务条款》的内容基本一致。

北京市海淀区人民法院认为：《中华人民共和国合同法》第十条第一款规定：“当事人订立合同，有书面形式、口头形式和其他形式。”第十一条规定：“书面形式是指合同书、信件和数据电文（包括电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件）等可以有形地表现所载内容的形式。”“新浪网”是以《新浪网北京站服务条款》为承诺，向会员提供信息服务的，该服务条款确定了网站向用户提供信息服务的权利和义务，实际上是一种电子数据文本形式的信息服务合同。根据网站的程序设计，服务条款的具体内容在网站的页面中已经向用户作了全面展示。会员申请注册时，对条款的具体权利和义务内容可以表示同意，并继续进行申请注册的下一个步骤；也可以表示不同意，并放弃申请注册的操作。按照会员申请注册步骤，申请人只有在单击“同意”按钮即表示确认服务条款的内容后，方可能最终完成会员的注册登记。

原告来某某是按照这样的程序完成会员注册的,应认定他在注册登记过程中注意到了网站的特别提示,并对网站服务条款的全部内容有所了解。他在注册登记时自愿单击了“同意”按钮,是表示确认网站服务条款内容的行为,即对遵守被告四通利方公司“新浪网”服务条款的要约表示同意。双方的信息服务合同关系,在原告来某某完成注册申请后即告成立。对于“新浪网”的《免费电子邮箱服务使用协议》,原告虽然表示在注册时没有见过,但由于《免费电子邮箱服务使用协议》与《新浪网北京站服务条款》的内容基本一致,不影响双方有关信息服务权利和义务的约定。

原告来某某是自愿选择使用“免费邮箱”信息服务的。这项服务是“新浪网”无偿向用户提供的个人网络邮件信息服务项目,用户除承诺遵守网站的服务条款外,不需要支付费用就可以使用这项服务发送或者接收电子邮件,也不需要承担其他义务。被告四通利方公司所属“新浪网”以“免费邮箱”的形式向用户提供无偿信息服务,是网站经营网络信息服务的权利。由于“免费信箱”服务是网站单方面向用户无偿提供的,网站在提供该项服务时,出于维护自身权益的需要,有权对如何提供这项服务予以说明或者保留,并要求使用“免费邮箱”的用户遵守,也可以在不违反法律的强制性规定的情况下,根据约定或者声明,对这项服务进行合理的变更。在原告注册使用“新浪网”的“免费邮箱”后,被告履行了承诺,提供了无偿电子邮箱信息服务,但是没有根据以此认为,被告单方面提供的无偿电子邮件信息服务,是法律规定或者双方约定的义务。作为被告的权利,这项服务是可以进行变更的,只要被告对这项服务的变更是合理的,不违反与用户的事先约定,不损害用户的有偿服务,不违反法律的强制性规定和社会公共利益,就应该是合法的。至于“新浪网”的商业信息服务,是与其他信息服务一并向用户提供的,用户进入网站后,是否注册使用“免费邮箱”处理个人信息,都会浏览到附加在页面中的商业广告信息。在向用户提供有关信息服务的同时,一并提供其他商业信息服务,甚至在每个页面上都附加一定数量的商业信息,这是商业网站的主要特点之一。这些广告信息只是提示用户注意浏览,并不是要求用户必须阅读其内容或者参与其活动。“新浪网”作为商业性网站,如何在网页中展示商业信息,是由其自身的经营方式决定的;是否认可“新浪网”提供的商业信息服务的方式,用户也有权自由选择。“新浪网”承诺向用户提供的“免费邮箱”服务,是指不收取电子邮箱的信息服务费用,其他方面的信息服务,是网站按其经营惯例进行的,与“免费邮箱”服务项目本身无关。根据“新浪网”和原告来某某依照服务条款约定的信息服务内容,网站是否在用户个人信息网页中附加商业广告信息服务,与用户使用“免费邮箱”服务不构成对应的权利义务关系。被告在提供电子邮件免费服务时,没有对原告来某某进行欺骗或者隐瞒,也没有加重原告来某某的义务和责任,不影响双方有关信息服务权利和义务合同约定的效力。被告四通利方公司所属“新浪网”在不违反法律或者行政法规的禁止性规定情况下,根据服务条款的规定,变更免费信息服务的内容,并履行了提示义务,不构成违约。原告来某某如果认为“新浪网”的“免费邮箱”容量被压缩后难以满足其当初注册申请使用的初衷,可自行决定停止使用。

综上,北京市海淀区人民法院于2001年11月15日判决:驳回原告来某某要求四通利方公司继续履行提供50兆免费电子邮箱服务的诉讼请求。诉讼费50元,由原告来某某负担。

一审宣判后,来某某不服,向北京市第一中级人民法院提出上诉。理由是:一审法院事实认定错误,《新浪网北京站服务条款》系格式条款合同应属无效。要求撤销原判,由四通利





方公司恢复原有的 50 兆容量的电子邮箱。四通利方公司服从一审判决。

北京市第一中级人民法院经审理,确认一审判决认定的事实属实。北京市第一中级人民法院认为:《中华人民共和国合同法》第三十九条规定:“采用格式条款订立合同的,提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务,并采取合理的方式提请对方注意免除或者限制其责任的条款,按照对方的要求,对该条款予以说明。格式条款是当事人为了重复使用而预先拟定,并在订立合同时未与对方协商的条款。”第四十条规定:“格式条款具有本法第五十二条和第五十三条规定情形的,或者提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效。”第五十二条规定:“有下列情形之一的,合同无效:(一)一方以欺诈、胁迫的手段订立合同,损害国家利益;(二)恶意串通,损害国家、集体或者第三人利益;(三)以合法形式掩盖非法目的;(四)损害社会公共利益;(五)违反法律、行政法规的强制性规定。”第五十三条规定:“合同中的下列免责条款无效:(一)造成对方人身伤害的;(二)因故意或者重大过失造成对方财产损失的。”被告四通利方公司所属“新浪网”在网站页面上向用户展示的网站服务条款内容,符合预先拟定并可重复使用的特征,应属于格式条款的合同。在网络信息服务中,网站与用户都是通过网络联系沟通的。网站采用电子文本的格式条款合同方式,供用户选择并确定双方有关信息服务的权利义务关系,不违反法律的规定。对于当事人双方订立的格式条款,只要合同的约定内容不违反法律的禁止性规定,应视为有效。《新浪网北京站服务条款》作为双方确认的信息服务合同,对双方当事人的权利和义务作了具体的约定,该服务条款虽然属于格式条款,但上诉人在诉讼中不能说明其存在违反法律规定,侵害国家、集体或其他人的合法权益,损害社会公共利益或者免除义务人的法律责任,加重权利人的责任,排除权利人的主要权利等法律禁止的内容,服务条款对双方当事人应具有法律上的约束力。

“免费邮箱”电子邮件服务是四通利方公司所属“新浪网”自愿单方面无偿提供的一项服务,应认定四通利方公司有权根据服务条款对此进行合理的变更。“新浪网”在将“免费信箱”由原 50 兆容量调整为 5 兆前,已事先在网站的重要页面上作出声明,履行了服务条款中的说明和提示义务,其行为应该是合法有效的,不构成违约。来某某要求撤销原判,由四通利方公司恢复原有的 50 兆容量的电子邮箱服务的上诉请求,不予支持。

据此,北京市第一中级人民法院依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百五十三条第一款第(一)项的规定判决:驳回上诉,维持原判。二审诉讼费 50 元,由上诉人来某某负担。



### 案例评析

格式合同,又称标准合同、定型化合同,是指当事人一方预先拟定合同条款,对方只能表示全部同意或者不同意的合同。因此,对于格式合同的非拟定条款的一方当事人而言,要订立格式合同,就必须全部接受合同条件;否则就不订立合同。格式合同的产生及其普遍运用是基于一定的社会经济基础的。一般而言,某一行业垄断的存在、交易内容的重复性、交易双方所要求的简便、省时导致了格式合同的存在并大量运用于商事生活领域。

格式合同虽然具有节约交易的时间、事先分配风险、降低经营成本等优点,但同时也存在诸多弊端。由于格式合同限制了合同自由原则,格式合同的拟定方可以利用其优越的经济地位,制定有利于自己、而不利于消费者的合同条款。例如,拟定方为自己规定免责条款