



工业和信息化部普通高等教育
“十三五”规划教材立项项目

21世纪高等院校
电子商务系列规划教材



扫一扫
观看微课视频

docriver.com
数字图书馆

ELECTRONIC
E C OMMERCE

电子商务法

法律法规与案例分析

微课版

温希波 邢志良 薛梅 主编
张策 于雷 冯玲 谢蕙 副主编

中国工信出版集团

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化部
“十三五”规划教材立项项目

21世纪高等院校
电子商务系列规划教材

docsriver.com
商家投稿书库

ELECTRONIC
E C OMMERCE

电子商务法

法律法规与案例分析

微课版

温希波 邢志良 薛梅 © 主编
张策 于雷 冯玲 谢蕙 © 副主编

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务法：法律法规与案例分析：微课版 / 温希波, 邢志良, 薛梅主编. — 北京：人民邮电出版社, 2019. 2

21世纪高等院校电子商务系列规划教材

ISBN 978-7-115-49550-1

I. ①电… II. ①温… ②邢… ③薛… III. ①电子商务—法规—中国—高等学校—教材 IV. ①D922. 294

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第227970号

内 容 提 要

本书依据最新的电子商务法律法规编写而成，将法律法规阐述与案例分析相结合，力求体现电子商务法律法规的特点。

本书共 10 章，主要内容包括电子商务法概论、电子商务交易的法律法规、数据电文和电子签名的法律法规、电子认证的法律法规、电子合同的法律法规、电子支付结算的法律法规、电子商务税收和跨境电子商务的法律法规、互联网广告和网络证券交易的法律法规、电子商务知识产权的法律法规和电子商务消费者权益保护的法律法规。

本书可作为普通高等院校电子商务、法学、经济学、管理学等专业相关课程的教材，也可作为各类与电子商务有关培训的教材，还可作为电子商务从业人员的自学参考书。

-
- ◆ 主 编 温希波 邢志良 薛 梅
副主编 张 策 于 雷 冯 玲 谢 蕙
责任编辑 许金霞
责任印制 焦志炜
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京市艺辉印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本：787×1092 1/16
印张：14.75 2019 年 2 月第 1 版
字数：384 千字 2019 年 2 月北京第 1 次印刷

定价：45.00 元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

前言 Preface



随着我国电子商务领域的迅猛发展，电子商务活动中的纠纷、消费者投诉也迅速增加。在电子商务的发展中，及时立法，严格执法，加强对电子商务平台、网站和网店的管理，保护消费者的合法权益，促进电子商务领域健康发展，是电子商务相关法律法规应该解决的问题，也是近年来备受关注的问題。

本书在吸取最新电子商务立法信息的基础上，结合实务案例，将“学”理与“法”理相结合，力求做到术语阐释清晰，法理观点明确，叙述简明精炼。

本书主要特点如下：

（1）体现法律法规的特殊性

以电子商务法律法规为依据，结合电子商务立法的实践案例阐释相关理论，体现电子商务法律法规的特殊性。

（2）法理明确，通俗易懂

针对电子商务法律法规用语和条文的特殊形式，以朴实的语言，简明精炼地解释相关条例，力求做到通俗易懂、表达准确。

（3）理论联系实际

通过大量的案例分析，将电子商务相关法律的立法依据、法律条文与实践案例相结合，有利于读者全面领会当前电子商务法律法规的相关知识，并能够灵活运用。

（4）注重应用能力的提升

每一章分为若干实务知识点，每一知识点以大量的实务案例为主，并辅以“数据摘要”“法规摘要”“知识拓展”等内容，每章章末附“案例分析”“关键术语”“基本知识 with 原理”“思考与练习”等实务训练，便于提高读者在电子商务活动中的法律法规意识，提升读者对电子商务法律法规的应用能力。

本书所引用和参考的法律法规均为现行的相关法律法规（截止日期为 2018 年 10 月），为便于深入学习、研究，对主要的电子商务法律法规均配备二维码，扫码即可阅读更新更详细的资料。

本书由温希波、邢志良、薛梅担任主编，张策、于雷、冯玲、谢蕙担任副主编，参加编写人员及其分工如下：温希波编写第 1 章，邢志良编写第 2 章，薛梅编写第 3 章，张策编写第 4 章，于雷编写第 5

章，冯玲编写第6章，谢蕙编写第7章，侯学博编写第8章，吴言忠和张岩编写第9章，王宝玲和周辉编写第10章。

另外，本书配有丰富的教学资料，主要包括教学计划、教学课件、模拟试卷和思考与练习参考答案等，授课教师可登录人邮教育社区免费下载。

本书在编写过程中，参考了大量文献资料，谨向相关作者表示谢意。由于编者水平有限，时间仓促，不妥之处，恳请读者批评指正。

编者

2018年10月

目 录 Contents



第1章 电子商务法概论

- 1.1 电子商务概述 / 1
 - 1.1.1 电子商务的定义和特点 / 1
 - 1.1.2 电子商务的优势 / 3
- 1.2 电子商务法概述 / 5
 - 1.2.1 电子商务法的定义和特点 / 5
 - 1.2.2 电子商务法的作用 / 6
- 1.3 世界电子商务立法概况 / 7
 - 1.3.1 联合国的电子商务立法 / 7
 - 1.3.2 美国的电子商务立法 / 8
 - 1.3.3 欧盟和欧洲国家的电子商务立法 / 9
 - 1.3.4 亚洲和其他国家的电子商务立法 / 11
- 1.4 我国电子商务立法概况 / 12
 - 1.4.1 我国电子商务立法的现状 / 12
 - 1.4.2 我国电子商务立法的原则 / 16
 - 1.4.3 我国电子商务立法存在的问题和对策 / 19
- 1.5 电子商务卖方的法律法规 / 19
 - 1.5.1 依法办理工商登记并公示 / 19
 - 1.5.2 特殊商品服务实行许可制度 / 21
 - 1.5.3 七日无理由退货制度 / 22
 - 1.5.4 竞争行为应当合法 / 27
- 1.6 电子商务平台(网站)的法律法规 / 28
 - 1.6.1 企业自建自营电子商务网站的法律法规 / 28
 - 1.6.2 第三方电子商务交易平台的法律法规 / 30

第2章 电子商务交易的法律法规

- 2.1 电子商务交易法律法规概述 / 36
 - 2.1.1 电子商务交易法律法规的定义和特点 / 36
 - 2.1.2 电子商务交易法律法规的范围 / 37
- 2.2 网上拍卖和网上竞买概述 / 37
 - 2.2.1 拍卖的定义和方式 / 37
 - 2.2.2 网上拍卖的定义和模式 / 39
 - 2.2.3 网上拍卖的一般流程 / 40

- 2.2.4 网上拍卖与网上竞买的异同 / 41
- 2.3 网上拍卖企业和拍卖师的法律法规 / 42
 - 2.3.1 网上拍卖的拍卖企业的法律法规 / 42
 - 2.3.2 网上拍卖的拍卖师的法律法规 / 45
- 2.4 网上拍卖的当事人的法律法规 / 46
 - 2.4.1 网上拍卖的委托人的法律法规 / 46
 - 2.4.2 网上拍卖的竞买人的法律法规 / 47
 - 2.4.3 网上拍卖的买受人的法律法规 / 48
- 2.5 网上拍卖的拍卖标的的法律法规 / 49
 - 2.5.1 网上拍卖的一般标的的法律法规 / 49
 - 2.5.2 网上文物拍卖标的的法律法规 / 50
- 2.6 网络司法拍卖的法律法规 / 51
 - 2.6.1 网络司法拍卖平台的法律法规 / 51
 - 2.6.2 网络司法拍卖标的的法律法规 / 55

第3章 数据电文和电子签名的法律法规

- 3.1 数据电文概述 / 58
 - 3.1.1 数据电文的定义、产生和特点 / 58
 - 3.1.2 数据电文对传统书面形式的挑战 / 59
- 3.2 数据电文的法律法规 / 60
 - 3.2.1 数据电文的功能等价标准 / 60
 - 3.2.2 数据电文的法律法规效力 / 62
 - 3.2.3 数据电文的通信法律与保存法律 / 63
- 3.3 电子签名概述 / 65
 - 3.3.1 我国《电子签名法》的立法概述 / 65
 - 3.3.2 电子签名的概念 / 66
 - 3.3.3 电子签名具备的条件 / 67
- 3.4 电子签名的法律法规 / 67
 - 3.4.1 电子签名的法律效力 / 67
 - 3.4.2 可靠的电子签名 / 68
 - 3.4.3 电子签名的相关法律规定 / 68

第4章 电子认证的法律法规

- 4.1 电子认证概述 / 71
 - 4.1.1 电子商务认证的概念 / 71
 - 4.1.2 电子商务认证的作用 / 72

- 4.1.3 电子商务认证的类别 / 74
- 4.1.4 电子商务认证与公证的异同 / 75
- 4.2 电子认证机构管理的法律法规 / 76
 - 4.2.1 电子认证机构概述 / 76
 - 4.2.2 电子认证机构的条件 / 76
 - 4.2.3 电子认证许可制度 / 77
 - 4.2.4 电子认证机构监管的法律法规 / 81
 - 4.2.5 电子认证机构的法律责任 / 83
- 4.3 电子认证证书管理的法律法规 / 83
 - 4.3.1 电子认证证书概述 / 83
 - 4.3.2 电子认证证书的内容 / 84
 - 4.3.3 电子认证证书申请接收的法律法规 / 84
 - 4.3.4 电子认证证书使用更新的法律法规 / 86
 - 4.3.5 电子认证证书吊销挂起撤销的法律法规 / 87

第5章 电子合同的法律法规

- 5.1 电子合同概述 / 91
 - 5.1.1 电子合同的定义和特点 / 91
 - 5.1.2 电子合同的类别 / 92
 - 5.1.3 电子合同与传统合同的区别 / 93
- 5.2 电子合同订立的法律法规 / 93
 - 5.2.1 电子合同的当事人 / 93
 - 5.2.2 电子合同的电子代理人 / 95
 - 5.2.3 电子合同的要约邀请和要约 / 96
 - 5.2.4 电子合同的承诺 / 98
 - 5.2.5 电子合同成立的时间地点 / 99
- 5.3 电子合同订立的特殊问题 / 100
 - 5.3.1 电子合同订立的特殊情形 / 100
 - 5.3.2 电子合同订立可能出现的问题 / 101
 - 5.3.3 电子合同的效力限制 / 102
- 5.4 电子合同的条款和标的 / 102
 - 5.4.1 电子合同的主要条款 / 102
 - 5.4.2 电子合同的标的 / 103
- 5.5 电子合同履行的法律法规 / 105
 - 5.5.1 电子合同履行概述 / 105
 - 5.5.2 电子合同违约的法律法规 / 106

第6章 电子支付结算的法律法规

- 6.1 电子支付结算的法律法规 / 111
 - 6.1.1 电子支付结算概述 / 111
 - 6.1.2 电子支付结算的相关法律法规 / 113
- 6.2 网络银行的法律法规 / 115
 - 6.2.1 网络银行概述 / 115
 - 6.2.2 网络银行的相关法律法规 / 117
- 6.3 第三方支付结算的法律法规 / 121
 - 6.3.1 第三方支付结算概述 / 121
 - 6.3.2 第三方支付结算的相关法律法规 / 123

第7章 电子商务税收和跨境电子商务的法律法规

- 7.1 电子商务税收概述 / 134
 - 7.1.1 电子商务税收的概念 / 134
 - 7.1.2 电子商务对税收的影响 / 136
 - 7.1.3 世界组织和其他国家电子商务税收的观点和做法 / 138
- 7.2 我国电子商务税收的政策选择和做法 / 140
 - 7.2.1 我国电子商务税收的政策选择 / 140
 - 7.2.2 我国电子商务税收的具体做法 / 141
- 7.3 跨境电子商务概述 / 142
 - 7.3.1 跨境电子商务的定义和特点 / 142
 - 7.3.2 跨境电子商务的模式 / 143
- 7.4 跨境电子商务的法律法规 / 145
 - 7.4.1 跨境电子商务主体的法律法规 / 145
 - 7.4.2 跨境电子商务通关的法律法规 / 146
 - 7.4.3 跨境电子商务税收的法律法规 / 147

第8章 互联网广告和网络证券交易的法律法规

- 8.1 互联网广告概述 / 152
 - 8.1.1 互联网广告的定义和形式 / 152
 - 8.1.2 互联网广告的特点 / 154
- 8.2 互联网广告的法律法规 / 155
 - 8.2.1 互联网广告管辖权的法律法规 / 155

- 8.2.2 互联网广告主体的法律法规 / 158
- 8.2.3 虚假广告的法律法规 / 160
- 8.2.4 互联网广告内容的法律法规 / 162
- 8.2.5 电子邮件广告的法律法规 / 164
- 8.3 网络证券交易概述 / 166
 - 8.3.1 网络证券交易的定义和方式 / 166
 - 8.3.2 网络证券交易的优势 / 167
- 8.4 网络证券交易的法律法规 / 169
 - 8.4.1 网络证券交易主体的法律法规 / 169
 - 8.4.2 网络证券交易开户的法律法规 / 173
 - 8.4.3 网络证券交易中交易的法律法规 / 175
 - 8.4.4 网络证券交易结算的法律法规 / 177
 - 8.4.5 网络证券服务的法律法规 / 179

第9章 电子商务知识产权的法律法规

- 9.1 电子商务知识产权概述 / 184
 - 9.1.1 电子商务知识产权的定义和类别 / 184
 - 9.1.2 电子商务对知识产权的挑战 / 185
- 9.2 域名知识产权的法律法规 / 187
 - 9.2.1 域名概述 / 187
 - 9.2.2 域名注册机构的法律法规 / 188
 - 9.2.3 域名注册和注销的法律法规 / 189
 - 9.2.4 域名纠纷的法律法规 / 190
- 9.3 网络版权的法律法规 / 193
 - 9.3.1 网络版权概述 / 193
 - 9.3.2 著作权的专有权利的内容 / 195
 - 9.3.3 网络著作权的主要法律法规 / 195
- 9.4 计算机软件著作权的法律法规 / 198
 - 9.4.1 计算机软件著作权概述 / 198
 - 9.4.2 计算机软件著作权的保护期限和使用转让 / 200
 - 9.4.3 计算机著作权的主要法律法规 / 200

第10章 电子商务消费者权益保护的法律法规

- 10.1 电子商务消费者权益保护概述 / 205

- 10.1.1 电子商务消费者的定义和特点 / 205
- 10.1.2 电子商务消费者权益保护的意义 / 207
- 10.1.3 电子商务消费者权益保护的难点 / 207
- 10.2 电子商务消费者权益保护的法律法规 / 209
 - 10.2.1 电子商务消费者安全权及其保护 / 209
 - 10.2.2 电子商务消费者知情权及其保护 / 210
 - 10.2.3 电子商务消费者选择权及其保护 / 212
 - 10.2.4 电子商务消费者公平交易权及其保护 / 212
 - 10.2.5 电子商务消费者退货权及其保护 / 213
 - 10.2.6 电子商务消费者索赔权及其保护 / 214
 - 10.2.7 电子商务消费者个人信息权及其保护 / 215

- 10.2.8 电子商务消费者其他权利及其保护 / 218
- 10.3 电子商务争议的在线解决方式 / 219
 - 10.3.1 电子商务争议在线解决方式概述 / 219
 - 10.3.2 电子商务争议在线解决方式的类别 / 220
 - 10.3.3 电子商务争议在线解决方式的优点和问题 / 221

参考文献

【学习目标】

1. 了解电子商务的定义和特点，掌握电子商务法的定义和特点
2. 掌握我国电子商务立法的原则、存在的问题和对策
3. 了解电子商务法的立法情况
4. 掌握七日无理由退货的定义和制度
5. 掌握第三方电子商务交易平台的定义和法律法规

【本章重点】

1. 电子商务法的特点
2. 我国电子商务立法的原则
3. 七日无理由退货制度
4. 第三方电子商务交易平台的定义和法律法规

1.1

电子商务概述

1.1.1 电子商务的定义和特点

1. 电子商务的定义

电子商务，是指运用现代电子信息技术手段，进行商品、服务、信息和其他交换的商务活动。电子商务活动中虽然大量地运用了现代电子信息技术手段，但从本质上讲，电子商务仍是一种商务活动。现代电子信息技术的主要范围主要包括电子设备（如电话、电报、传真等）、数字通信技术（如电子数据交换、电子邮件、计算机数据联网等）、计算机网络（如企业内部网络、国内企业间网络、国际企业间网络等）。电子商务活动的范围主要是商品、服务、信息和其他交换的活动。

近几年，我国互联网和电子商务发展迅猛。2018年1月31日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，互联网、基础资源保有量稳步增长，资源应用水平显著提升；中国网民规模达7.72亿，互联网惠及全民取得新进展；手机网民占比达97.4%，移动网络促进“万物互联”；移动支付使用不断深入，互联网理财用户规模增长明显；网络娱乐用户规模持续高速增长，文化娱乐产业进入全面繁荣期；共享单车用户规模突破2亿，网约车监管政策逐步落地；六成网民使用线上政务服务，政务新媒体助力政务服务智能化^①。



电子商务的定义

^① 中国互联网络信息中心（CNNIC）. 第41次《中国互联网络发展状况统计报告》（2018-01-31）.

【数据摘要】

2017年我国互联网络发展状况基本数据

- 网民规模7.72亿，普及率为55.8%，超过全球平均水平（51.7%）4.1%，超过亚洲平均水平（46.7%）9.1%；手机网民7.52亿，占网民总数的97.4%。
- 即时通信用户7.2亿，占网民总数的93.3%，其中手机即时通信用户6.94亿。
- 网络购物用户5.33亿，占网民总数的69.04%；其中网络购物用户5.06亿，占网民总数的67.2%；网上支付用户5.31亿，占网民总数的68.8%；手机网上支付用户5.27亿，占网民总数的70.0%。
- 在线政务服务用户4.85亿，占网民总数的62.9%，通过支付宝或微信城市服务平台获得政务服务的使用率为44.0%。
- 境内外上市互联网企业102家；网信“独角兽”企业77家，人工智能企业592家。
- 网民线下消费，使用手机网上支付占65.5%；农村网民2.09亿，农村地区网民线下支付占47.1%。

【知识拓展】

关于中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》的资料，请扫描二维码阅读。



第41次《中国互联网络发展状况统计报告》.pdf

2. 电子商务的特点

（1）全球性

电子商务与传统商务相比，其最主要的特点是全球性。电子商务打破了传统商务的国家、地区等界限，实现了交易的全球一体化。互联网几乎遍布全世界各个地方，只要你能够连接互联网，就可以与世界任何地方的人、企业进行电子商务交易活动。市场全球化、交易无国界、商务无差别、经济国际性等，是电子商务全球性的表现。目前，电子商务全球性还受各个国家、地区政策和法律的限制。

（2）便捷性

电子商务通过现代信息技术手段（包括 Internet、EDI 或其他途径）进行商务活动，使企业和个人可以足不出户购物、消费和接受各种现代服务，方便快捷、省时省力、费用低、效率高。

（3）技术性

电子商务依赖于现代信息技术，并随着其发展而发展。不论是商家的电子商务网站，还是网络上的一般性广告、消费者购物，都是基于现代的网络和信息技术作为工具和手段而实现的。现代信息技术在电子商务中起着支撑作用，不可或缺。

（4）直接性

厂商和消费者可以直接进行交易，省去了很多中间环节。生产者与消费者之间建立直接的联系，不仅能够实现商品的直接交易——价格低、费用少，还能建立更加融洽的长期合作关系，商家的售后服务和客户的信息反馈都可以直接进行。

（5）开放性

网络是开放的，市场是开放的，基于网络的电子商务交易也是开放的。不论规模大小、产品类

别、行业种类，电子商务都是可以选择的商务形式，是通用的。对于消费者来讲，通过电子商务的形式购物、消费，也是便捷的方式选择。

1.1.2 电子商务的优势

1. 时空优势

与传统商务活动相比，电子商务体现出的时空优势是比较明显的。传统商务活动的经营地点、时间是相对固定的，消费者在正常经营时间到经营所在地才能购物和消费，商家才能提供商品和服务。而电子商务是通过现代信息技术进行的，商务活动的地点、时间没有固定的要求和限制，只要网络畅通无阻，购物和消费就可以进行；经营者和消费者之间的时差、地理位置的差别，并不影响电子商务活动的进行。

2. 速度优势

与传统商务活动相比，电子商务在信息查询、购物、消费、支付、配送等方面优势明显。特别是信息产品，消费者通过电子商务的方式购买，速度优势突出。电子商务能够提供便捷的售前咨询、售中服务、售后查询等服务；信息的查询、搜集也方便快捷；客户服务的针对性强、效果显著。

3. 成本优势

与传统商务活动相比，电子商务活动成本低，是其受消费者欢迎的原因之一。电子商务成本低的优势主要体现在以下4个方面。

第一，信息取得成本低。通过网络或其他电子形式搜集、查询、对比产品信息，速度快、费用少。

第二，交易费用低。通过网络进行交易，没有过多的环节，也不需要中介参与，中间环节少使得交易的费用低。

第三，商家销售成本低。利用网络进行产品推广、宣传、营销等，将节省大量传统方式广告投放和营销费用；与传统商务采用固定的经营模式相比，电子商务交易不需要实体的店铺，店铺租赁和购置众多办公设备等都不需要，这大大降低了经营成本费用。

第四，企业内部费用降低。企业库存减少，原材料和成品存放费用降低；配送由专业的物流公司承担，时间短、费用少、效率高；企业内部管理信息化，管理成本低。

4. 个性化优势

个性化服务是电子商务特殊的功能。一方面，通过网络，商家可以搜集消费者信息、了解情况、掌握需求，还可以及时接收和整理消费者的信息反馈以调整产品和服务，具有很强的针对性。另一方面，商家根据不同消费者的需求，提供个性化的服务，定制消费者所需的商品、服务，满足消费需求，实现更大的效益。

5. 信息优势

在信息时代，掌握信息就可能掌握商机，快速获取信息就可能把握先机。与传统商务相比，电子商务在互联网方面的使用更广泛，数据仓库和数据挖掘等信息处理技术的运用，使信息的传递速度快，信息量大，信息的搜集方便快捷，信息的整理、保存和运用科学合理。

6. 便捷优势

对于商家而言，利用现代信息技术，由计算机控制和掌握原料购进、产品生产、销售、支付、结算、保险、配送等优势明显。电子商务克服了传统商务方式费用高、易出错、速度慢等缺点，提高了效率，减少了成本费用支出，增大了利润空间。对于消费者而言，电子商务在查询信息、选择商品或服务、购买、支付结算等环节，更加方便、快捷、实用。

【案例分析】

“英雄”归来靠电商，涅槃重生再创辉煌

1931年，周荆庭用1.5万银元创办华孚金笔厂，后更名为英雄金笔厂。1958年，“英雄”用9个月时间研发的“英雄100型”金笔，在抗漏、圆滑度、间歇书写等11项指标上追赶美国名牌派克，上海天马电影制片厂为此还拍摄了影片《英雄赶派克》。

“英雄”钢笔不仅受到消费者的青睐，还见证了无数激动人心的历史大事件。例如，1997年香港回归、1999年澳门回归、上海合作组织成立声明、中国加入世贸组织等，均使用“英雄”钢笔签署完成，并多次作为国礼送给友好国家首脑和运动健儿。1992年和1993年，“英雄股份”先后在A股和B股市场上市，成为上海最早一批上市企业。1996年英雄集团的半年财报显示：总资产超过7亿元，净资产3.72亿元。

但是，从1999年开始，英雄的主营业务开始亏损，不得不变卖资产，包括上海永生金笔37.57%的股权等。“英雄”的光环逐渐退却，沦为上海交易所的ST股。2001年，“英雄股份”挂牌不到十年便退市。2003年，海文集团收购了英雄笔厂，投资3600万元组建了上海英雄金笔有限公司，并整合了41件英雄商标，2006年将集团名称改为英雄集团。2011年英雄集团亏损472万元。总资产从1996年的7.03亿元降到2012年7月的2498万元，净资产则从3.72亿元缩减为208万元。2012年11月，英雄集团挂牌以250万元的低价转让上海英雄金笔厂49%的股权。从1999年到2014年的15年间，细心的人们发现，“英雄”“消失”了。

2015年，“英雄”因电商渠道在半年时间销售额达700多万元，当年营收实现33%的增长。到目前为止，英雄的电商经销商有100多家，天猫旗舰店1家，天猫专卖店10多家，专营店90多家，京东直营店1家，唯品会、亚马逊也有“英雄”的网店。2017年电商渠道销售额达4000万元。英雄金笔厂有限公司销售增长22.80%，整个集团销售收入增长10%。

“英雄”曾经在20世纪80、90年代叱咤风云，身价亿万民族品牌，经历了从波峰到波谷的震荡，在长达15年的沉寂之后，终于回归。如今的归来，在很大程度上得益于电子商务的发展。

资料来源：天下网商。

【知识拓展】

关于上海英雄集团有限公司、英雄钢笔的相关资料 and 知识，请扫描二维码阅读。



“英雄”归来：一支
钢笔沉默的十五年
和涅槃重生.doc

1.2

电子商务法概述

1.2.1 电子商务法的定义和特点



电子商务法的定义
和特点

1. 电子商务法的定义

电子商务法，是指调整运用现代电子信息技术手段，进行商品、服务、信息和其他交换等商务活动的法律规范总称。

下面对电子商务法的定义进行简单的分析。

第一，电子商务法是调整电子商务活动的规范。电子商务的法律法规，包括各种法律、规则、标准、协议、示范、规定等。为了确定电子商务活动中相关方的权利、义务，调整各方关系，规范电子商务行为，国务院及其部委制定了相应的法规，在我国电子商务法律法规中占有相当比例。

第二，电子商务法的调整范围。只要属于调整电子商务活动的法律法规，包括电子商务活动的各个环节都应该属于电子商务法的调整范围。

第三，电子商务法的定义有广义和狭义之别。广义的电子商务法，是指调整电子商务活动中所有关系的规范总称。本书的编写者，持广义电子商务法的观点。而狭义的电子商务法，是指调整电子交易关系的规范。

2. 电子商务法体系

电子商务法是一个国家法律体系的组成部分，同时又具有自己的法律体系。电子商务法体系由电子商务基本法、电子商务实体法和电子商务程序法三部分构成。电子商务基本法，是指一个国家或地区电子商务方面具有最高法律效力的法律。电子商务实体法，是指从实际内容上规定人们之间的权利与义务的本体及其产生、变更和消灭的法律，如电子交易法、电子签名法、电子合同法等。电子商务程序法，是指以保证权利和义务得以实施或职权和职责得以履行的有关程序为主的法律，如电子商务诉讼法等。电子商务法体系的三部分内容相互联系、相互制约，电子商务基本法起统御作用，电子商务实体法构成电子商务的具体法律，电子商务程序法构成诉讼和司法内容，三者构成电子商务法律的统一体。目前，《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）属于电子商务基本法范畴，《中华人民共和国电子签名法》（以下简称《电子签名法》）属于电子商务实体法范畴。

3. 电子商务法的特点

与传统商法相比，电子商务法具有国际性、行业惯例性、开放性、兼容性和技术性等特点。

(1) 国际性

电子商务法在空间上，打破了传统商法的常规，显现双边、多边，乃至全球化。全球性的特点，决定了电子商务法的国际性。任何传统法，都难以做到像电子商务法这样跨国的、全球的特殊性。在电子商务的立法实践中，任何一个国家都不能以自己国家的特定情况为由而搞特殊，必须以全球性的商务统一为解决方案，充分体现国际性。联合国国际贸易法委员会所制定的《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》（以下简称《电子商务示范法》）和《联合国国际贸易法委员会电子签名示范法》（以下简称《电子签名示范法》），是各国制定电子商务法和电子签名法的基础。

（2）行业惯例性

电子商务法是对电子商务行业或领域商务活动进行调整的规范，以行业普遍通行的惯例作为其行为的规范。一般的法律通常不可能为其规定具体的行为规范，而电子商务领域内的商务活动非常特殊，且随着信息技术的发展不断地发展，所以具有行业惯例性。有人认为，电子商务法与那些“刚性法”相比，应当是“柔性”的，是随着网络、信息技术和电子商务业务的发展不断更新的规范。

（3）开放性

电子商务法是关于电子商务的法律，而电子商务是以数据电文和计算机技术、计算机网络为基础的。电子商务活动、数据电文、计算机技术和计算机网络在形式上是多样化的，同时又是发展变化的，因此，电子商务法必须是开放的。国际组织和各国电子商务立法中，大量使用开放性条款和功能等价性条款，就是开放性的体现。

（4）兼容性

电子商务法的兼容性，是指电子商务法能适应数据电文、计算机技术、计算机网络等多种信息技术手段和形式，同时也使电子商务法具有复合和复杂性。电子商务活动比传统的商务活动涉及的参与者更多，电子商务交易关系复杂而多变；电子商务交易涉及各种交易、支付等手段，电子商务的信息技术基础复杂而存在依赖，所以电子商务法律必须是兼容的。

（5）技术性

电子商务法的规范中，涉及很多技术内容，并且许多规范都是直接或间接地由技术规范演变而来的，如加密技术、数字签名技术、网络协议技术、网络安全技术、数据电文生成技术和传输技术等，都应该做出法律要求。

1.2.2 电子商务法的作用

1. 创建电子商务法律环境

电子商务立法，是一个国家或地区法律建设的重要组成部分。从电子商务角度来看，电子商务法将电子商务行为置于法律的环境之中。电子商务是一种新的经济形式，其涉及的数据电文、电子交易、电子支付、电子认证、现代物流等新的形式和手段需要有新的法律规范，因此，需要在法律上适时做出明确的规定，电子商务才能有法可依。

2. 保障网络交易安全有序

网络交易是电子商务的主要形式和途径。保证网络交易安全有序的方法有多种，主要是技术和法律。电子商务的安全问题，是电子商务发展中的一个重要制约因素。电子商务可能存在的安全隐患，易使人们对电子商务产生怀疑，难以建立交易的信心，从而阻碍了电子商务的普及和发展。电子商务立法，就是在法律方面对电子商务起到可靠的保障作用。

3. 鼓励电子商务长远发展

通过电子商务的立法，规范电子商务行为，惩治电子商务欺诈行为，解决电子商务争端，鼓励电子商务健康、长远发展。

4. 促进信息技术发展

信息技术是电子商务的基础和手段，同时也是电子商务交易的技术支持。通过电子商务的立法规范信息技术的相关内容，采用科学的技术和法律手段解决信息技术方面出现的新问题，有利于电

子商务的顺利进行，同时也促进了信息技术的进步和发展。

1.3

世界电子商务立法概况

1.3.1 联合国的电子商务立法

1. 电子商务示范法

联合国国际贸易法委员会于1996年6月，通过了《电子商务示范法》。该法是世界范围内第一个电子商务的统一法律，旨在向各国提供一套国际公认的电子商务法律范本，以供各国制定本国电子商务法律法规时参考，促进使用电子数据、电子签名、电子邮件、传真等现代信息技术和手段。

《电子商务示范法》，对电子商务形式及其法律承认，书面形式、签名、原件的要求、数据电文的可接受性和证据力、数据电文的留存、电子合同的订立和效力、当事人对数据电文的承认、数据电文的归属、确认收讫、发出与收到时间、当事人协议优先适用等重要问题等，均有明确的规定。

《电子商务示范法》为各国或地区电子商务的立法提供了一套国际规则，推动了世界电子商务立法协调发展。

2. 电子签名示范法

联合国国际贸易法委员会于2000年9月通过了《电子签名示范法》，于2001年3月审定，《电子签名示范法》是联合国国际贸易法委员会在颁布《电子商务示范法》之后，在国际电子商务立法方面的又一成果，为各国和地区制定电子签名法提供了范本。

【知识要点】

《电子商务示范法》

《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》(The United Nations Commission on International Trade Law Model Law on Electronic Commerce)，于1996年12月16日，联合国国际贸易法委员会第85次全体大会通过。

《电子商务示范法》共17条，包括两个部分。

- 第一部分电子商务总则，包括一般条款、对数据电文的适用法律要求、数据电文传递，涉及电子商务中数据电文、电子数据交换(EDI)的定义，数据电文的法律承认，电子签名的效力，电子证据的原件，可接受性和证据力，数据电文的确认收讫，发出和收到数据电文的时间和地点等问题。

- 第二部分电子商务的特定领域，包括货物运输中的运输合同、运输单据、电子提单的效力和证据效力等问题。

《电子签名示范法》是《电子商务示范法》的具体化和发展，《电子签名示范法》在《电子商务示范法》第7条关于电子签名规定的基础上，对电子签名相关的内容做了明确的规定。例如，对电子签名的定义、电子签名的要求、签名人和认证服务提供者及签名信赖方的行为和义务等，制定了相应的规范。《电子商务示范法》属于“基本法”性质，而《电子签名示范法》属于“实体法”性质，

其内容更加具体和具有可操作性。

《电子签名示范法》的颁布，推动了世界各国和地区电子签名立法和其他实体法的立法工作。

【知识要点】

《电子签名示范法》

《联合国国际贸易法委员会电子签名示范法》(The United Nations Commission on International Trade Law Model Law on Electronic Signature)，于2001年3月审定。

2000年7月通过联合国国际贸易法委员会下属的电子商务工作组第三十七届会议决定将《联合国国际贸易法委员会电子签名统一规则》修改为《电子签名示范法》并附加了指南。此后，经过2001年3月第三十八届会议进行最后修改与审定，这部历经五年、七易其稿的示范法草案终于制定完成，共12条。2002年1月24日联合国第56次全体会议正式通过《电子签名示范法》。

【知识拓展】

关于《电子签名示范法》的详细资料，请扫描二维码阅读。



《联合国国际贸易法委员会电子签名统一规则(草案)》.doc

1.3.2 美国的电子商务立法

1. 美国犹他州 1995 年颁布《数字签名法》

美国犹他州于 1995 年颁布了《数字签名法》(Utah Digital Signature Act)。这是世界上最早的关于电子签名的立法。犹他州的《数字签名法》以“技术特定化”为基础，即规定采用某种电子技术的数字签名才能具有法律效力。

2. 美国 1997 年发布《全球电子商务纲要》

1997 年 7 月 1 日美国总统克林顿发布《全球电子商务纲要》(A Framework For Global Electronic Commerce)。《全球电子商务纲要》是世界上第一份官方正式发表的关于电子商务立场的文件。纲要中提出了关于电子商务发展的一系列原则，系统阐述了一系列政策。目的是在电子商务的国际讨论与签订国际协议建立框架，美国政府积极地透过 WTO、OECD、APEC 等国际组织，实践纲要中提出的原则和政策。美国政府的《全球电子商务纲要》目前已成为主导全球电子商务发展的宪章性文件。

【知识要点】

美国《全球电子商务纲要》

1997年7月1日美国总统克林顿发布《全球电子商务纲要》，其基本内容包括五大基本原则和九大议题。

• 五大基本原则包括：①私营企业应居于主导地位；②政府应避免对电子商务做不必要的限制；③政府必须支持商务法制环境的建设；④政府应当认识到互联网的独特性质；⑤电子商务应在国际化基础上被推进。

● 九大议题包括：①海关与税务；②电子支付系统；③针对电子商务修订《统一商法典》；④知识产权的保护；⑤隐私权保护；⑥网络安全；⑦电信基础设施与信息技术；⑧网络内容；⑨技术标准。

3. 美国参议院商业委员会 1998 年 5 月通过《互联网免税法案》

美国自发布《全球电子商务纲要》之后，在其国内已通过 4 个法案：《互联网免税法案》(Internet Tax Freedom Act of 1997, ITFA)、《政府文书作业简化法案》(Government Paperwork Elimination Act)、《数字千禧年著作权法案》(Digital Millennium Copyright Act)、《1998 年儿童网上隐私权保护法案》(Children's Online Privacy Protection Act of 1998) 4 个法案。

1998 年 5 月 14 日，美国参议院商业委员会通过《互联网免税法案》。法案中规定：在未来 6 年内，对在互联网上从事各种电子商务的企业和各种 IAP（互联网接入提供商）、ISP（互联网服务提供商）和 IIP（互联网信息提供商），禁止联邦政府和各州政府征税，并且取消现行的不合理税收。

4. 美国 1999 年 8 月颁布《美国统一电子交易法案（修订稿）》

美国统一州法全国委员会于 1999 年 8 月 4 日颁布了《美国统一电子交易法案（修订稿）》，并建议各州在立法中采纳。其目的在于为美国各州建立一个统一的电子商务交易规范体系，从操作规程上保障电子商务的顺利开展。2000 年 9 月 29 日，美国统一州法委员会颁布了《统一计算机信息交易法》。

5. 美国 2000 年颁布《国际与国内商务电子签名法》

美国众议院法制委员会于 1999 年 10 月 13 日通过了《国际与国内商务电子签名法（草案）》(Electronic Signature in Global and National Commerce, E-SIGN Act)，作为在全美实施统一的电子签名法案。克林顿政府于 2000 年 6 月 30 日正式签署通过该草案，使之成为正式法案。因为美国在颁布《国际与国内商务电子签名法（草案）》之前，各州关于电子签名的法律不同，所以在依据《美国统一电子交易法案（修订稿）》所规范的标准制定州级电子签名法案之前，要求各州必须遵守此法案的电子签名规则，不得另行制定法规。

《国际与国内商务电子签名法》遵循“技术中立”的原则，认定只要符合标准的电子签名即具有法律效力。

1.3.3 欧盟和欧洲国家的电子商务立法

1. 欧盟的电子商务立法

(1) 欧盟《电子签名指令》

欧盟委员会于 1997 年提出的《欧洲电子商务行动方案》，为规范欧洲电子商务活动制定了框架。1998 年颁布了《关于信息社会服务的透明度机制的指令》。1999 年通过了《关于建立有关电子签名共同法律框架的指令》，简称《电子签名指令》。

《电子签名指令》构建了欧盟电子签名的基本框架，成为各成员国电子签名的立法基础，具有深远的社会意义。《电子签名指令》的立法，旨在促进电子签名在欧盟成员国间的使用和法律承认，规范电子签名技术在成员国的使用，规定电子签名服务提供者的义务，保护电子签名在电子商务活动中的使用。该指令明确规定了电子签名服务提供者承担确保其所签发证书内容准确性的义务。

《电子签名指令》遵循技术中立的原则。

【知识要点】

欧盟《电子签名指令》

欧盟于1999年通过了《关于建立有关电子签名共同法律框架的指令》，其内容有15个条款和4个附件，主要包括：

第一条范围、第二条定义、第三条市场准入、第四条内部市场原则、第五条电子签名的法律效力、第六条责任、第七条国际问题、第八条数据保护、第九条委员会、第十条委员会的责任、第十一条通告、第十二条检查、第十三条执行、第十四条开始执行等。

《电子签名指令》旨在推动电子签名和促进其法律效力和认同性。本法案建立了电子签名的框架和一些相关的证书服务来保证内部市场的正常运行。本法案不包括全部有关合同或其他欧盟国家法律规定的法律义务的结论和有效性，也不影响有关文档使用的欧盟国家的规定和限制。

（2）欧盟《电子商务指令》

2000年，欧盟颁布了《关于内部市场中与信息社会的服务，特别是与电子商务有关的若干法律问题的指令》，简称《电子商务指令》。该指令构建了欧盟电子商务的框架，成为各成员国电子商务活动的立法基础，具有深远的社会意义。《电子商务指令》旨在全面规范电子商务市场、电子合同、电子交易、信息社会服务、电子商务服务提供者的责任等电子商务相关活动。

【知识要点】

欧盟《电子商务指令》

欧盟于2000年颁布了《关于内部市场中与信息社会的服务，特别是与电子商务有关的若干法律问题的指令》，其基本内容包括：

第一章一般性条款；第二章原则：第一节设立机构与信息要求、第二节商业通信、第三节通过电子手段缔结的合同、第四节中间服务提供者的责任；第三章实施。

《电子商务指令》旨在建立一个法律框架，以确保成员国之间的信息社会服务的自由流动，但不对刑法领域本身进行上述协调。在全球化的环境下，市场通过电子方式运作，欧盟与主要的非欧盟地区则有必要互相协商，以使各国的法律与程序相一致。

（3）欧盟电子商务增值税新指令

2003年7月1日起，欧盟成员国开始实施电子商务增值税的新指令（Directive 2002/38/EC），欧盟成为世界上第一个对电子商务征收增值税的区域，从此开始电子商务征税的历史。欧盟电子商务增值税新指令，旨在平衡增值税体系在欧盟成员国企业的影响。欧盟电子商务增值税新指令规定，在欧盟取得电子商务收入的非欧盟居民企业，按在欧盟取得的电子商务收入（通过互联网、广播、电视所取得的商品销售收入和劳务收入）缴纳增值税。

具体征税范围如下。

第一，网站及网站维护服务，程序及设备的远程维护；

第二, 软件销售及更新(下载);

第三, 网上提供图片、文本、信息以及提供数据库服务;

第四, 网上提供音乐、电影及游戏下载服务;

第五, 网络远程教育。

2. 英国的电子商务立法

2000年, 英国制定了《电子通信法案》, 对密码服务提供商、电子商务的促进与数据储存、电信执照、法律修改、主管机关等规定具体规范。2002年推行《电子商务(欧盟指令)条例》和《电子签名(欧盟指令)条例》, 使英国的电子商务和电子签名, 由英国的2002年《电子通信法》过渡到欧盟指令。

3. 欧洲其他国家电子商务立法

(1) 意大利

1997年意大利制定了《数字签名法》。1998年、1999年颁布了总统令, 制定了《数字签名技术规则》。意大利的《数字签名法》, 原则上承认了电子文件的法律效力, 总统令将其具体化, 其中规定数字签名与手书签名有相同的效力, 并对认证机构的要求做了具体规定。数字签名技术规则, 具体规定数字签名所使用的数字算法, 是一部技术性规范。

(2) 法国

1997年8月制定了《信息与通讯服务法》, 其对电子商务的活动做了详细规定, 包括:《通讯服务使用法》《通讯服务中个人信息的保护法》《电子签名法》《刑法典修正案》《行政违法修正案》《禁止对未成年人传播不道德出版物修正案》《版权法修正案》《价格标示法修正案》等。

(3) 俄罗斯

1995年1月颁布了《俄罗斯联邦信息法》。这是世界上较早的一部关于电子商务方面的法律。该法调整所有电子信息的生成、存储、处理与访问活动, 规定电子签名的认证权必须经过许可。联邦市场安全委员会于1997年发布了《信息存储标准暂行要求》, 具体规定了交易的安全标准。2002年1月颁布了《电子数字签名法》。该法规定加密技术为生成电子签名的唯一方法, 排除了其他技术。

1.3.4 亚洲和其他国家的电子商务立法

1. 新加坡的电子商务立法

1998年4月, 新加坡政府颁布了《电子商务政策框架》, 并设立了“新加坡一号”示范项目。1998年6月29日颁布了《新加坡电子交易法》, 全面规范电子商务的活动。1999年颁布了新加坡《电子交易(认证机构)规则》和《认证机构安全方针》, 作为《电子交易法》的配套法律。《电子交易法》规定了电子商务的基本内容和电子签名的相关问题。具体包括: 电子记录和电子签名的一般效力与规则, 电子合同的成立、效力、归属, 电子记录与电子签名的安全性要求, 数字签名的效力与责任, 认证机构的设立、义务及其行为规则等内容。新加坡的《电子交易法》, 遵循技术中立与技术特定化相结合的原则。在对认证机构管理方面, 采取政府监管和市场自由相结合的方式。

2. 马来西亚的电子商务立法

1997年马来西亚颁布了《数字签名法》, 是亚洲最早的电子商务方面的立法。《数字签名法》的主要功能在于解决电子商务中的签名问题。其主要内容是: 遵循技术特定化原则; 只有经数字签名

的数据电文方可认定为书面文件，具有书面形式文件的效力，并可执行；只有经数字签名的数据电文方可视为原件，并可执行；认证机构必须符合资格要求，并依法经过政府特许，方可执行认证业务。认证机构须接受主管机关的严密监管。

3. 其他国家的电子商务立法

(1) 日本

日本于2000年6月发布了《数字化日本之启动——行动纲领》，提出实现“数字化日本”的目标。关于电子商务提出建立高度可信的网络商务平台，构筑电子认证系统，明确网络服务提供者的责任，并推进跨国界电子商务活动。2000年，颁布了《电子签名与认证服务法》，自2001年起施行。在法律上承认电子记录中的电子签名，推定附有电子签名的电子记录的真实性，认证服务规范等。

(2) 韩国

韩国于1999年2月颁布了《电子商务基本法》，1999年7月正式生效。该法分为总则、电子通信信息、电子商务安全、电子商务的促进、消费者保护、附则共6章。内容全面。为了具体实施《电子商务基本法》，还制定了《电子签名法》。

(3) 印度

印度于1998年颁布了《电子商务法》，在法律上承认电子记录和电子签名。同年颁布了《电子商务支持法》，对合同法、证据法等进行了修订，以适应电子商务发展的需要。1999年颁布了《信息技术法》，对电子记录和数字签名的应用做了进一步的规范。

(4) 澳大利亚

澳大利亚于1998年颁布了《私权利保护法》，确立了信息私权保护原则和个人信息采集方式及目的。1998年颁布了《计算机和证据法》。1998年3月颁布了《电子商务：法律框架的构造》。《电子商务：法律框架的构造》是澳大利亚在电子商务立法中的一份很重要的文件。1999年6月由总检察长向联邦议会提出了《电子交易法案》，该法案在1999年6月和1999年10月分别在下议院及上议院发表，并在2000年3月15日正式公布。该法案是由电子商务专家组依据联合国国际贸易法委员会的《电子商务示范法》而起草的，在电子认证方法方面，采取了市场导向与技术中立的原则。

1.4

我国电子商务立法概况

1.4.1 我国电子商务立法的现状

1. 我国电子商务法的立法

(1) 立法启动

根据第十二届全国人民代表大会常务委员会的立法规划，电子商务法被列入第二类立法项目。第二类立法项目是指需要抓紧工作，条件成熟时提请全国人民代表大会常务委员会审议的法律草案。2013年12月27日，全国人民代表大会财政经济委员会在人民大会堂召开电子商务法起草组成立暨第一次全体会议，标志着电子商务法立法工作正式启动^①。



我国《电子商务法》
的现状

^① 中国人大网. 电子商务法立法启动[WB/OL]. (2013-12-30).

(2) 首次审议

2016年12月19日上午,第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议在京召开,首次审议《中华人民共和国电子商务法(草案)》。

2016年12月19日上午,全国人民代表大会财政经济委员会副主任委员吕祖善做了关于提请审议电子商务法草案议案的说明。2016年12月25日,第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议分组审议了《中华人民共和国电子商务法(草案)》^①。

【知识要点】

《中华人民共和国电子商务法》立法情况

2013年12月27日,全国人民代表大会财政经济委员会召开电子商务法起草组成立暨第一次全体会议。2016年12月19日,第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议在京首次审议《中华人民共和国电子商务法(草案)》。2017年10月31日第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议对电子商务法草案进行了再次审议。2018年6月19日第十三届全国人民代表大会常务委员会第三次会议对电子商务法草案三审稿进行了审议。2018年8月28日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议就电子商务法草案四审稿进行了分组审议。2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议审议电子商务法草案五次审议稿并通过,以国家主席令第七号公布,自2019年1月1日起施行。

《中华人民共和国电子商务法》旨在保障电子商务各方主体的合法权益,规范电子商务行为,维护市场秩序,促进电子商务持续健康发展。共分七章八十九条:第一章总则;第二章电子商务经营者(第一节:一般规定、第二节:电子商务平台经营者);第三章电子商务合同的订立与履行;第四章电子商务争议解决;第五章电子商务促进;第六章法律责任;第七章附则。

(3) 二次审议

2017年10月31日,第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议对《电子商务法(草案)》进行了再次审议。全国人民代表大会法律委员会副主任委员李连宁介绍了草案的修改思路:电子商务经营者应当依法办理工商登记,但销售自产农副产品、销售家庭手工业产品、个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动,以及依照法律、行政法规不需要进行工商登记的除外。不得以虚假宣传、虚构交易、编造用户评价等方式侵害消费者的知情权,应当明示用户注销的方式和程序,竞价排名的商品或者服务,应当显著标明“广告”。电子商务平台不得利用服务协议和交易规则等手段,对平台内经营者的交易、交易价格等进行不合理限制或者附加不合理交易条件,或者收取不合理费用。完善电子商务争议处理规范,经营者应当提供原始合同和交易记录,丢失、伪造、篡改、隐匿或拒绝提供的,应当承担相应责任^②。

(4) 三次审议

2018年6月19日,第十三届全国人民代表大会常务委员会第三次会议分组审议了电子商务法草案三审稿。与会人员认为,为顺应电子商务的快速发展、促进经济转型升级,建议尽快修改完善该法,进一步加强消费者权益保护。面对我国快速发展的电子商务领域,不少委员指出了尽快推进

^① 中国人大网. 十二届全国人民代表大会常务委员会第二十五次会议在京举行[EB/OL]. (2016-12-19).

^② 彭波. 电子商务法草案提请二审为消费者提供更有利保护[N]. 人民日报, 2017-11-01(06).

电商法出台的必要性和紧迫性。

（5）四次审议

2018年8月28日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议就《电子商务法（草案）》四审稿进行了分组审议。会上，委员和代表们就平台押金收取问题、平台推送服务授权、消费者权益保护等问题的讨论较为集中，但总体意见认为电子商务法草案已经较为成熟。

（6）审议通过

2018年8月31日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议审议《中华人民共和国电子商务法（草案五次审议稿）》并通过。以中华人民共和国主席令第七号公布：《中华人民共和国电子商务法》已由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议于2018年8月31日通过并公布，自2019年1月1日起施行。

【知识拓展】

关于《中华人民共和国电子商务法》的相关内容，请扫描二维码阅读。



《中华人民共和国电子商务法》.doc

2. 电子商务相关法律法规

（1）《中华人民共和国合同法》中关于电子商务的相关内容

《中华人民共和国合同法》（以下简称《合同法》）^①中关于电子商务的主要内容如下。

第一，规定书面形式包括数据电文。《合同法》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。这就承认了数据电文的法律地位，即数据电文属于书面形式，与其他书面形式具有法律上的“同等功能”。

第二，明确数据电文合同的到达时间。《合同法》第十六条规定，采用数据电文形式订立合同，收件人指定特定系统接收数据电文的，该数据电文进入该特定系统的时间，视为到达时间；未指定特定系统的，该数据电文进入收件人的任何系统的首次时间，视为到达时间。此规定，将传统书面形式与数据电文合同到达时间区别对待。

第三，明确数据电文合同的成立地点。《合同法》第三十四条规定，采用数据电文形式订立合同的，收件人的主营业地为合同成立的地点；没有主营业地的，其经常居住地为合同成立的地点。如此规定，把数据电文合同成立的地点确定了下来，便于解决相关的法律问题。

【法律摘要】

《中华人民共和国合同法》

1999年3月15日，第九届全国人民代表大会第二次会议通过，1999年3月15日以国家主席令第十五号公布，自1999年10月1日起施行。

《合同法》旨在保护合同当事人的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义现代化建设。共二十三章四百二十八条，内容包括总则、分则和附则。

● 总则：第一章一般规定；第二章合同的订立；第三章合同的效力；第四章合同的履行；第五章合同的变更和转让；第六章合同的权利义务终止；第七章违约责任；第八章其他规定。

● 分则：第九章，买卖合同；第十章，供用电、水、气、热力合同；第十一章，赠予合

^① 全国人民代表大会. 中华人民共和国合同法[EB/OL]. (1999-3-15).

同；第十二章，借款合同；第十三章，租赁合同；第十四章，融资租赁合同；第十五章，承揽合同；第十六章，建设工程合同；第十七章，运输合同；第十八章，技术合同；第十九章，保管合同；第二十章，仓储合同；第二十一章，委托合同；第二十二章，行纪合同；第二十三章，居间合同。

- 附则。

(2) 《中华人民共和国电子签名法》中关于电子商务的相关内容

《中华人民共和国电子签名法》^①（以下简称《电子签名法》），是我国电子商务方面的第一部立法，是我国第一部通过正式立法的电子商务实体法。电子签名法的相关内容将在第3章、第4章详细讲解。

(3) 《中华人民共和国刑法》关于电子商务的相关内容

我国自1997年10月1日起实行的刑法，第一次增加了计算机犯罪的罪名，包括非法侵入计算机系统罪，破坏计算机系统功能罪，破坏计算机系统数据、程序罪，制作、传播计算机破坏程序罪等。这表明我国计算机法制管理正在步入一个新阶段，并开始和世界接轨。

3. 其他电子商务相关法律法规

(1) 关于计算机与网络安全的行政法规

我国的计算机立法工作开始于20世纪80年代。1981年，公安部开始成立计算机安全监察机构，并着手制定有关计算机安全方面的法律法规和规章制度。1986年4月开始草拟《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》。2000年12月28日，第九届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》。国务院行政法规主要有《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定实施办法》《互联网信息服务管理办法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》等。2016年11月7日第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过《中华人民共和国网络安全法》，自2017年6月1日起施行^②。国务院制定公布施行的《互联网信息服务管理办法》《中华人民共和国电信条例》《中华人民共和国认证认可条例》《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》《中华人民共和国著作权法实施条例》《计算机软件保护条例》等。

【法律摘要】

《中华人民共和国电子签名法》

2004年8月28日，第十届全国人民代表大会常务委员会第十一次会议通过，2004年8月28日以国家主席令第18号公布，自2005年4月1日起施行。根据2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议《关于修改〈中华人民共和国电力法〉等六部法律的决定》修正。

《电子签名法》旨在规范电子签名行为，确立电子签名的法律效力，维护有关各方的合法权益。共五章三十六条，内容包括：第一章总则，第二章数据电文，第三章电子签名与认证，第四章法律责任，第五章附则。

① 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国电子签名法[EB/OL]. (2015-04-24).

② 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国网络安全法[EB/OL]. (2016-11-07).

（2）涉及电子商务的部门规章

涉及电子商务的部门规章包括：《电子认证服务管理办法》《电子认证业务规则规范》《电子银行业务管理办法》《非金融机构支付服务管理办法》《非银行支付机构网络支付业务管理办法》《电子银行安全评估指引》《关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》《互联网广告管理暂行办法》《网上证券委托暂行管理办法》《证券账户非现场开户实施暂行办法》《互联网域名管理办法》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》《侵害消费者权益行为处罚办法》《网络交易管理办法》《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》等。

（3）涉及电子商务的司法解释

涉及电子商务的司法解释包括《最高人民法院关于审理涉及计算机网络著作权纠纷案件适用法律若干问题的解释》《最高人民法院关于审理扰乱电信市场管理秩序案件具体应用法律若干问题的解释》《最高人民法院关于审理买卖合同纠纷案件适用法律问题的解释》《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》《最高人民法院关于审理涉及计算机网络著作权纠纷案件适用法律若干问题的解释》和《最高人民法院关于人民法院网络司法拍卖若干问题的规定》等。

4. 地方电子商务法律法规

（1）北京市

北京市工商行政管理局于 2000 年 4 月发布了《北京市工商行政管理局网上经营行为备案的通告》，网络经济组织可通过互联网向北京市工商行政管理局设立的红盾 315 网站申请登记备案。2000 年 5 月，北京市工商行政管理局又发布了《关于对网络广告经营资格进行规范的通告》，同时出台了《关于对利用电子邮件发送商业信息的行为进行规范的通告》。2001 年出台了《北京市网络广告管理暂行办法》，2002 年出台了《北京市电子商务监督管理暂行办法》《北京市互联网上网服务营业场所管理办法》等。北京市工商行政管理局颁布了《网站名称注册管理暂行办法》《网站名称注册管理暂行办法实施细则》《经营性网站备案登记管理暂行办法》和《经营性网站备案登记管理暂行办法实施细则》等。

（2）上海市

为了促进上海经济、贸易的快速发展，为电子商务的健康、快速发展创造一个良好的法律环境，弥补现有法律的缺陷和不足，鼓励利用现代信息技术促进交易活动，《上海市电子商务管理办法》已经开始起草。目前已对电子商务认证办法提出了初步的管理意见——《上海市国际经贸电子数据交换管理规定》。

（3）其他省市县

广东省《电子交易条例》、广东省食品药品监督管理局颁布的《关于网络食品监督的管理办法》、浙江省颁布的《实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》、山东省颁布的《山东省消费者权益保护条例》、安溪县人民政府颁布的《安溪县电子商务监督管理暂行办法》等。

1.4.2 我国电子商务立法的原则

1. 技术中立原则

电子商务立法的技术中立原则，是指政府或立法机构对于各种有关电子商务的技术、软件、媒

体等采取中立的态度,由实际从事电子商务者和信息服务中介商自己根据技术发展选择采取新的或与国际社会接轨的技术,政府应当不偏不倚,鼓励新技术的采用和推广。

(1) 对不同贸易形式中立

对传统贸易和电子商务贸易,或者其他贸易的形式,电子商务法对其应该是一视同仁的,不应该限制这种贸易,而厚对那种贸易。贸易形式或手段,不能成为电子商务立法的差别标准。

(2) 对不同当事人中立

参与电子商务的国内外当事人、商家、消费者和中间人,电子商务法对国籍、地点、形式,都应该是同等对待的,不能厚此薄彼。法律的歧视,将会阻止电子商务的发展。

(3) 对不同技术中立

电子商务交易所使用的不同技术,是实现电子商务交易的基础,对电子商务交易的实质没有影响。对于注册技术、安全技术、加密技术、支付技术、结算技术和配送技术等,不能有任何歧视。

(4) 对不同通信和交易形式中立

不同的通信和交易形式,只是电子商务交易的手段,电子商务法不应有差别。多种通信和交易形式的发展和运用,正是电子商务竞争的表现,也是促进其进一步发展的途径之一。另外,多通信和交易形式的发展和运用,有利于资源的配置和社会的进步。

(5) 对不同形式的法律中立

电子商务法应在传统法律的基础上产生和实施,不应该出现法律地位和效力的不平等现象。不能将传统的法律规范的效力,放置于电子商务法之上,也不能因是电子商务法的立法,而高于传统的法律规范。正确的做法是保持中立。

2. 尊重当事人意思自治及市场导向原则

电子商务立法的尊重当事人意思自治及市场导向原则,是指电子商务法应当尊重当事人意思自治原则以及市场导向原则,消费者可在政府介入程度最低的情况下,在网络上自由买卖商品或服务。该原则可以从两个角度来理解。

(1) 从政策的角度

国家应当采取适当的鼓励措施,促进电子商务交易形式的普及和运用,电子商务需要法律规制,也需要政府管制,但是,所有这些强制性规制只是为了给电子商务创造一个良好的法律环境和制度保障。尤其是电子商务还是一种新生事物,许多规范尚需要探索和实践,国家应当鼓励和尊重市场导向。在市场准入方面,政府应当降低市场准入门槛;在税收方面应鼓励企业采取电子商务,同时积极寻找课税的新途径和新方法。

(2) 从法律规范的角度

电子商务法应尽可能地为当事人自治和行业自治原则留有余地,在交易某些领域的法律规范仍然强调引导性、任意性,为当事人全面表达与实现自己的意愿预留充分的空间;在法律实施领域坚持私法自治原则,只要现行法律没有禁止的,就是允许的或者不视为违法的,只要法律没有强制规定,那么当事人之间的安排就是合法的。这种态度有利于商家不断地探索电子商务运行的经验和习惯,有利于形成成熟的行为规范。

3. 体系化和必要性原则

(1) 体系化原则

电子商务立法的体系化原则,是指任何一个国家的法律要得到较好的实施,一个很关键的要求

就是法律之间应当衔接妥当、互相兼容，形成一个完善的法律体系。电子商务法也必须要和其他法律互相兼容、互相协调。否则，如果现行法律对电子商务的发展造成障碍，就需要对现行法律做出修改和完善。从这个角度来看，一个国家电子商务方面的立法，既是新法的建立，同时也是对旧法的改革和完善。

（2）必要性原则

电子商务立法的必要性原则，是指国家对电子商务方面立法应该是必要的。电子商务的发展，对于基于传统商务的立法，可能存在很多不适应、不合理的地方，因此，对电子商务方面的立法，应当是必要的。

4. 功能等同原则

电子商务立法的功能等同原则，是指根据针对纸质文件的不同法律要求的作用，使数据通信与相应的具有同等作用的纸质文件一样，享受同等的法律地位和待遇。现行的法律都是以纸质文件为基础而订立的，而电子商务中的各种信息都是存储在磁介质上的，一旦电子商务出现法律问题，在适用现行的法律时，因为磁介质信息不同于纸质文件，难以产生与纸质文件同等的法律效力，这就会为司法实践带来困难和困惑，故在电子商务法中应实行作用等同原则。这一原则的出现为电子商务适用现行法律扫清了障碍，为电子商务的发展提供了坚强的法律支持，如各国电子商务法规定电子证据与传统书面证据享有同样的法律地位等。

5. 国际协调原则

电子商务立法的国际协调原则，是指各国在立法过程中尽量采纳一套国际上可接受的规则，以便排除传统法律中的障碍，为电子商务创造更加安全的法律环境。电子商务是无地域界限或超国界的商业方式，因此，它比传统商业活动更需要采取统一规则。在这方面，联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》率先确立了一些基本原则，为电子商务立法基本原则的统一奠定了基础。事实上，之后许多国家立法均采纳了《电子商务示范法》的基本原则。因此，我国电子商务立法也应当尽量与《电子商务示范法》保持一致，这样有利于我国电子商务规范与世界接轨。与此同时，吸收其他国际组织和发达国家成熟的立法经验，既可以避免走弯路，同时也可以减少摩擦和规则冲突，使我国立法一开始就融入全球电子商务大环境中。

6. 保护消费者权益原则

电子商务立法的保护消费者权益原则，是指网络上对于消费者的保护力度不能小于其他环境下对于消费者的保护力度。国家应提供清楚、一致且可预测的法律架构，以促进对网络交易当事人的保护。从各国电子商务立法来看，美国的电子商务立法侧重于具体技术问题的解决，而忽略了消费者权益的保护，实际上，由于美国是判例法国家，消费者权益的保护可以得到很好的解决。而欧洲国家在电子商务立法时则侧重于消费者权益的保护，由于欧洲国家大部分是大陆法系，其在电子商务立法时对消费者权益的保护加以规定是必要的。我国在电子商务立法时，不仅要解决电子商务技术问题，也应当对消费者权益的保护加以规定。

7. 安全原则

电子商务立法的安全原则，是指确立保障电子商务交易的安全规范，使电子商务在安全和公平的法律环境下运行。电子商务法是在虚拟的环境中运行的，在线交易给人们带来效率的同时，也会带来不安全因素。因为在线交易是全球性的、非面对面的，是以电子信息或数据电文为手段的，所以不仅有传统法律环境下的不安全因素，如对方丧失履约能力等，而且还存在特有的风险问题，例

如交易当事人是否真实存在、资信如何等。安全是电子商务的前提，也是电子商务的重要保障，因此电子商务立法必须遵循安全原则。该原则体现在对数据电文、电子合同、电子签名、电子认证、电子支付、配送等法律中。

1.4.3 我国电子商务立法存在的问题和对策

1. 我国电子商务立法存在的主要问题

我国现行的电子商务法律基本上还处于法规规章的层次上，在法律层面上的电子商务立法还比较少，且还不够完善。法律结构比较单一，层次较低，难以适应信息技术发展的需要。我国现行的电子商务法律基本上是一些保护条例、管理办法之类的，缺少系统规范电子商务行为的基本法律。

2. 我国电子商务立法问题的解决对策

(1) 建立电子商务法律体系

第一，制定新的立法，这方面的立法主要是涉及电子商务交易形式的狭义电子商务法，最典型的是关于数据电文效力、电子签名法、电子认证等方面的立法。

第二，对传统法律进行修改、补充，例如对法律适用和管辖规则加以修改，以适应对网络案件的管辖和审理。我国应当系统地清理阻碍电子商务法律的现行法律法规，使得电子商务法形成一个比较完整的体系。

(2) 遵循国际规则

在制定我国电子商务相关法律、法规时，充分考虑电子商务活动的国际性和影响，参照联合 EDI 标准、《电子商务示范法》和《电子签名示范法》等规范性电子商务法规，遵循国际规则。

(3) 考虑国情

充分考虑和从我国实际情况出发，是我国电子商务立法成功的关键。必须综合分析和充分考虑，我国电子商务发展的情况、问题和我国电子商务立法的条件。

1.5

电子商务卖方的法律法规

1.5.1 依法办理工商登记并公示

1. 依法办理市场主体登记

电子商务活动是一项经营活动，按照我国对经营活动的一般管理原则，需要经营者办理工商登记。广义的电子商务卖方，也称电子商务经营者，《电子商务法》第九条第一款规定，本法所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。《电子商务法》第十条规定，电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得

许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，以及依照法律、行政法规不需要进行登记的除外^①。

2. 公示营业执照信息

传统经营者，在经营场所、店铺、住所，按照规定企业、组织、个体等经营者，在从事生产、经营、服务等活动时，应当出示、悬挂《营业执照》。营业执照分正本和副本，二者具有相同的法律效力。正本应当置于公司住所或营业场所的醒目位置。

《电子商务法》第十五条规定，电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。前款规定的信息发生变更的，电子商务经营者应当及时更新公示信息。《电子商务法》第十六条规定，电子商务经营者自行终止从事电子商务的，应当提前三十日在首页显著位置持续公示有关信息。

《电子商务法》第七十六条规定，电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处1万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚：第一，未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识的；第二，未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的；第三，未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处2万元以上10万元以下的罚款。

【法规摘要】

《网络交易管理办法》

为规范网络商品交易及有关服务，保护消费者和经营者的合法权益，促进网络经济持续健康发展，依据《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国侵权责任法》和《中华人民共和国电子签名法》等法律法规，国家工商行政管理总局制定《网络交易管理办法》。于2014年1月26日以国家工商行政管理总局令 第60号公布，自2014年3月15日起施行。

《网络交易管理办法》共五章五十八条，内容包括：第一章总则，第二章网络商品经营者和有关服务经营者的义务：第一节一般性规定、第二节第三方交易平台经营者的特别规定、第三节其他有关服务经营者的特别规定，第三章网络商品交易及有关服务监督管理，第四章法律责任，第五章附则。

为了规范无店铺零售业经营行为，维护流通秩序和商业环境，保护消费者和从业者的合法权益，促进无店铺零售业健康有序发展，商务部起草了《无店铺零售业经营管理办法(试行)(征求意见稿)》，并向社会开征求意见^②。

三证合一和五证合一经营登记办法改进。2015年10月1日起，我国开始推行“三证合一，一

^① 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国电子商务法[EB/OL] (2018-08-31).

^② 商务部. 无店铺零售业经营管理办法(试行)(征求意见稿)[EB/OL] (2015-05-05).