

律师业务指导丛书

浙江省律师协会 编审

Internet Law

互联网法律

Practice
Guide

实务指南

主 编 洪友红

副主编 李庆峰 许力先



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

互联网法律实务指南

主 编 洪友红
副主编 李庆峰 许力先



图书在版编目（CIP）数据

互联网法律实务指南 / 洪友红主编. —上海：上海交通大学出版社，
2020

ISBN 978-7-313-23004-1

I.①互... II.①洪... III.①互联网络-科学技术-管理法规-研究-中国
IV.①D922.174

中国版本图书馆CIP数据核字（2020）第037744号

互联网法律实务指南

HULIANWANG FALÜ SHIWU ZHINAN

主 编：洪友红

副 主 编：李庆峰 许力先

出版发行：上海交通大学出版社

地 址：上海市番禺路951号

邮政编码：200030

电 话：021-64071208

印 制：上海万卷印刷股份有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：710mm×1000mm 1/16

印 张：22.5

字 数：464千字

版 次：2020年4月第1版

印 次：2020年4月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-313-23004-1

定 价：78.00元

版权所有 侵权必究

告读者：如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：021-56928178

目录

CONTENTS

[内容提要](#)

[编委会](#)

[序](#)

[前言](#)

[第一章 互联网准入和运营](#)

[第一节 电商法律主体概述](#)

[第二节 电商主体的市场准入制度](#)

[第三节 增值电信业务](#)

[第四节 特定行业管理的行政许可和备案](#)

[第二章 电子商务合同](#)

[第一节 电子商务合同概述](#)

[第二节 电子商务合同设计](#)

[第三节 电子商务合同的订立](#)

[第四节 电子商务合同的履约](#)

[第五节 电子借贷合同的法律审查](#)

[第三章 互联网交易平台法律审查](#)

[第一节 互联网交易平台的含义和种类](#)

[第二节 互联网交易平台的设立审查](#)

[第三节 互联网交易平台的规则审查](#)

[第四节 互联网交易平台运营模式审查](#)

[第五节 P2P网贷平台的法律审查](#)

[第六节 互联网交易平台的避风港规则](#)

[第七节 互联网交易平台的法律责任](#)

[第四章 互联网商业模式法律适用](#)

[第一节 商业模式合规法律适用原则](#)

[第二节 商业模式画像](#)

[第三节 模式应用场景的市场准入要求](#)

[第四节 模式法律身份的法定义务](#)

[第五节 最优法律关系路径设计](#)

[第六节 关键资产法律保护与使用](#)

[第七节 创新模式的诉讼确认](#)

[第八节 竞争关系处理](#)

[第九节 网约车商业模式示例](#)

[第五章 互联网信息管理](#)

[第一节 互联网信息](#)

[第二节 互联网信息管理](#)

[第三节 互联网信息监管与责任](#)

[第六章 网络安全](#)

[第一节 网络安全法律问题概述](#)

[第二节 关键信息基础设施保护](#)

[第三节 个人信息保护和流通](#)

[第四节 网络运营者的安全义务和责任](#)

[第七章 互联网支付](#)

[第一节 互联网支付概述](#)

[第二节 第三方支付（网络支付）合规与运营](#)

[第三节 其他互联网支付类型](#)

[第四节 互联网支付的法律风险](#)

[第八章 互联网金融](#)

[第一节 互联网金融法律概述](#)

[第二节 网络借贷](#)

[第三节 众筹法律问题](#)

[第四节 网络基金销售](#)

[第五节 互联网保理](#)

[第六节 互联网保险](#)

[第七节 互联网信托](#)

[第八节 互联网消费金融](#)

[第九节 网络金融门户](#)

[第十节 虚拟货币及ICO代币发行](#)

[第十一节 互联网金融科技法律服务](#)

[第九章 互联网物流](#)

[第一节 政策体系与规范体系](#)

[第二节 互联网物流法律实务](#)

[第三节 其他热点问题](#)

[第十章 互联网文化娱乐产业](#)

[第一节 互联网文化娱乐产业概述](#)

[第二节 互联网文娱产业法律服务实务操作](#)

[第三节 互联网文娱产业新玩法](#)

[第十一章 跨境电子商务](#)

[第一节 跨境电子商务概述](#)

[第二节 我国跨境电子商务的立法现状](#)

[第三节 跨境电子商务的法律实务](#)

[第四节 跨境电子商务司法诉讼典型案例](#)

[第十二章 电子数据证据](#)

[第一节 电子数据证据概述](#)

[第二节 电子数据证据的收集](#)

[第三节 电子数据证据的公证证据保全](#)

[第四节 电子数据证据的鉴定](#)

[第五节 电子数据证据的举证、质证及认证](#)

[第十三章 互联网侵权](#)

[第一节 互联网侵权概述](#)

[第二节 电商消费权益损害民事责任](#)

[第三节 互联网人身权的侵权责任](#)

[第四节 互联网虚拟财产的侵权责任](#)

[第五节 互联网知识产权侵权](#)

[第六节 互联网共享经济的侵权责任](#)

[第七节 人工智能的侵权责任](#)

[第十四章 互联网常见犯罪类型](#)

[第一节 互联网犯罪的分类及特点](#)

[第二节 互联网涉及主要犯罪构成](#)

[第三节 互联网犯罪涉嫌主要罪名及判定标准](#)

[第十五章 互联网争议解决](#)

[第一节 网络投诉及应对](#)

[第二节 互联网行政举报及应对](#)

[第三节 互联网争议纠纷之诉讼](#)

[第四节 互联网法院参与指南](#)

[参考文献](#)

内容提要

本书是由浙江省律师协会组织全省互联网专业律师编写的实用型书籍，内容涉及互联网准入和运营、电子商务合同、互联网模式和信息安全、互联网金融、物流、电子证据及互联网犯罪的预防等各个方面。本书既关注互联网业务的前瞻性问题，也重视互联网业务的实用操作，具有很强的指导和借鉴作用。

本书可供互联网企业法务，研究互联网的法官、检察官、警官、律师，以及其他互联网专业人士阅读，也可供互联网教学的师生们作为教材之用。

编委会

顾问：郑金都

主任：唐国华

副主任：曹悦 洪友红

主编：洪友红

副主编：李庆峰 许力先

编委（按章节顺序）：

洪友红 方钧亮 陆容 张延来 章小岚 朱文杰

麻策 许力先 严恒系 陈淦 何毅琦 方超强

郭娟娟 蔡宗翰 李庆峰 郭美云

序

伴随信息革命的飞速发展，互联网、通信网、计算机系统、自动化控制系统、数字设备及其承载的应用、服务和数据等组成的网络空间，正在全面改变人们的生产生活方式，深刻影响人类社会历史发展进程。网络空间已经成为信息传播的新渠道，生产生活的空间，经济发展的新引擎，文化繁荣的新载体，社会治理的新平台，交流合作的新纽带，国家主权的新疆域。在此背景下，网络空间衍生出了多种多样的法律关系。为了调整这些法律关系，人们制定了许多规定，以规范网络空间环境，促进网络空间健康发展。

互联网法律关系复杂，缺乏完备的法律体系。互联网技术快速更新，法律实务的要求比传统业务更难更高。这吸引了一批优秀的法律人，孜孜不倦地研究互联网法律实务，以期改善网络空间法律环境，促进法律与技术的交融和互动。

本书主编洪友红律师就是这样一位优秀的法律人。他长期从事互联网法律实务研究，相继主编出版《电子商务法律服务指引》《中华人民共和国电子商务法适用指南》《银行业法律风险控制指引》等多部著作。在这本《互联网法律实务指南》中，洪友红律师及其合作者将互联网法律实务中的重点、难点问题进行体系化阐述，深入浅出地展现了实务要点，是互联网法律实务操作指引的一部佳作。

洪友红律师最近组建了浙江省金华地区规模最大的律所——浙江金奥律师事务所。他也在浙江律协、金华律协等机构多有任职。他能在繁杂的事务中潜心研究并立著，难能可贵，堪为楷模。

鉴于互联网法律实务庞杂繁复，本书设有十五章，每章皆涉互联网法律实务精华，对于关心相关领域的法律实务工作者大有裨益。本书约可分为三部分：互联网交易、互联网侵权和权益救济。心中有此划分，再读此书，便可避过章目繁多的困扰，有的放矢地阅读学习。

此书出版实乃幸事，希望借此继续推动互联网法律实务工作不断前行，也期待洪友红律师再著佳作。

此为序。

寿步

中国科学技术法学会副会长

中国法学会网络与信息法学研究会副会长

前言

法律服务所依据的，是当时社会的法律体系。从古罗马到文艺复兴，再到几次工业革命，社会的法律体系一直随着时代的发展而变化。法律从业者这门古老的职业，也随着法律体系的变化而演进不息。

步入21世纪后，互联网的到来以前所未有的速度改变着社会生活的方方面面。出现了许多与农业社会、工业社会时期截然不同的生产生活方式。互联网已经成为当今社会所不能忽视的存在，伴随着互联网成长的，是一大批互联网产业，以及从中涌现出的优秀互联网企业。这些企业在快速发展的同时，也因为现有法律体系调整的滞后而产生了矛盾解决的机制痛点和法律服务的迫切需求。

面对发展迅猛的互联网行业，法律从业者以前所积累的相关知识、能力，也亟待更新和发展。

从宏观上看，互联网对法律服务的影响可以分为在法律服务中的运用和对法律服务市场的作用这两个方面。

一、互联网技术在法律服务中的运用

（一）在法律服务市场领域

互联网技术可以帮助法律从业者在传统的法律服务范围之内开拓出新的收益项目。如长期被忽视的文书、咨询等法律服务，这些服务往往

被当成法律从业者提供法律服务的手段。但是通过网上视频对话、网上文件传输、在线支付等互联网技术，社会上大量存在的法律文书及咨询等业务就能得到有效的开发，降低此类业务的成本，让咨询业务得以汇聚，并向提供该类服务的律师发送。

互联网技术减少法律服务交易成本。以律师为例，通过线上第三方平台聚合作用，使律师及案源形成双向对流，减少了法律服务交易的成本，让律师有更多机会接触客户的需求，在更广泛的视野中推广自己的服务，同时也让客户能够通过平台快速高效地找到合适的法律服务类型及相应的提供者。

互联网技术的发展创造出新的法律服务发展模式。互联网技术突破时间、地域的界限，大大提高了法律服务市场的覆盖维度，法律服务范围不再局限于律师的所在地域，从而为中小城市的专业化服务创造可能。同时大量相同需求在网上聚集，促使部分法律服务产业化经营，为标准化法律服务产品的出现创造契机。

（二）在公共法律服务领域

互联网技术的发展使政府大规模提供公共法律服务成为可能。通过互联网技术构建的政府主导的法律服务平台可以广泛采集信息，收集民意，以便及时、精准、高效地解决公民的法律问题。通过提供优质的法律服务产品可以更大范围地普及法律常识。通过提供简洁的线上办事通道，拓展线上咨询服务，帮助公民快速解决日常法律问题。通过整合司法行政系统、法院系统、公安系统、律师系统、监狱系统等法律服务部门或机构的资源数据，形成统一的数据标并相互对接，打造互通有无的公共法律服务网络，减少各自作战、九龙治水的困境。将各服务窗口搜集到的服务数据、纠纷隐患、民情民意、法律服务需求等，统一调配，综合解决相关类型的法律纠纷。同时将本行政区域内诸如司法局、公证

处、律师事务所、司法鉴定所等法律服务机构的地理坐标公布在平台上，使线下法律服务更加便民。

二、大数据在法律服务中的运用

伴随互联网产生的，就是大数据概念。大数据，就其特征而言，具有数据规模大、数据处理速度快、数据价值密度低等特征。所以概括来说大数据是指通过对大规模数据以新处理模式加工后取得的具有经济价值的信息资产，这是专业化的定义方式。从一个容易理解的通俗角度来说，大数据是指与某个现象有关的海量数据通过有针对性的处理后得到的格式化的、有利用价值的数据。所以我们说大数据对于某一现象的利益价值并不在于海量数据本身，而在于对原始海量数据通过云计算方式等分布式架构专业化加工处理后所得到的“增值”数据。

大数据对法律服务的典型作用是：通过对海量司法判例的大数据分析，提炼相关的观点和概率。已经有很多法律从业者通过对历年、某地域、某类案件等要素的大数据分析，从而判断出司法的倾向和概率。

三、人工智能在法律服务中的运用

（一）人工智能的含义与运用现状

人工智能（Artificial Intelligence），它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术学科。

1981年D.沃特曼和M.皮特森研发的法律判决辅助系统是人工智能在

法律中的第一次运用。这两位研究者主要是通过对美国民法制度的某个方面进行试验，运用一些模型比如严格责任、损害赔偿等，算出案件的赔偿价值，并且论证如何模拟专家的意见的方法论问题。

我国将人工智能运用于法律中的研究起步较晚，主要是运用法律专家系统在刑法的定罪量刑上的研究，运用场合比较局限。1993年，中山大学的学生周宗毅、汪宏杰等人合作研制了《LOA律师办公室自动化系统》。武汉大学的赵延光老师主持研究了《实用刑法学专家系统》，这个系统在当时来讲已经比较智能，它可以将检索系统、辅助量刑系统以及辅助定性系统相结合，对整个刑事案件具有一定的判断推理的能力，已经具有了一定的思维逻辑。

（二）人工智能运用于法律服务的重要性

（1）为刑事案件侦查提供技术支持。人工智能的发展可以为刑事案件侦查提供帮助，主要是在法医鉴定、无证分析、图像识别、防伪、安全监控与自动控制等方面。

（2）辅助司法审判。实践中，法官在作出判决之前往往要查阅很多的法律法规、判例，这需要耗费大量的时间和精力。而人工智能凭借强大的记忆和检索功能，将这些判例和法律条文进行整合和分类，极大地解放了法官的脑力劳动，使其能够专心地分析案件、进行法律推理。

（3）促进司法公正。人是一种情感丰富的高级动物，法官也不例外，也有主观能动性。虽然要求依法裁判，但法律不是死板的，也并非面面俱到，因此在审理案件、作出判决时往往难以避免地带入个人情感因素。而人工智能可以排除这些外界干扰，为司法审判提供相对统一的推理标准和评价标准，从而为法官提供参考，促进司法公正。

（4）辅助法律教育和培训。人工智能法律系统凝聚了法学专家的

学术知识、法官的审判经验和律师的实践经验，通过人工智能将这些知识或经验实现共享，可以在法律教育和培训中发挥重要作用。

可以说在不久的将来，人工智能的技术必然会在法律服务中发挥更多的作用。

四、互联网时代下法律服务市场业务受到的影响

互联网时代下法律业受到影响主要在诉讼和非诉两大块。

第一是诉讼方面。

一是网络法庭应运而生。网购行为的激增，消费者权益纠纷案件也随之爆发式增长。而对于消费者，在网购侵权维权时难以找到有效的解决办法，存在鉴定难和举证难等问题。对于此困境，浙江省高级人民法院2015年3月拟在杭州试点成立网上法庭，专门受理网购纠纷，以网络法庭平台为依托，把诉讼的每一个环节都搬到网络，起诉、立案、举证、开庭、裁判均在线上完成，全流程电子数据记录，消费者因网购侵权进行诉讼维权得到极大简化和便利。二是互联网案件增加，无论是案件类型还是案件数量。互联网是新兴产物，围绕互联网产生了各式各样的纠纷，而法律的滞后性，对于这些新型纠纷的处理常常显得举步维艰，例如滴滴提供专车服务行政处罚案件。用户的法律需求会更加的个性化和多元化，近年来出现的类似美团“零元餐”案件、浙江省第一起利用微信平台售假入刑案件均与互联网相关，这些新案件对法律从业者的理论功底、业务水平提出了全新挑战。

第二是非诉方面。

比如电子合同的格式条款。当我们在浏览网页、电子购物、下载软

件以及进入某网站时立即在网页上呈现的格式合同，即时要求访客作出相应选择，这种条款，法律上称为电子商务合同格式条款。有些合同格式会形成霸王条款，主要表现在：违反法律规定，免除合同提供方责任、加重相对人责任；忽略提醒相对人注意，让相对人放弃某些权利；限制相对人寻求法律救济的途径和手段；保留最终解释权。很多互联网企业获取相关的数据都是基于电子合同的授权。甚至用获得数据作为后续商业合作的资源。倘若电子合同的授权条款本身出现效力问题，那是否会影响该企业其后所有基于此类数据的商务合作？这又是一个艰巨的薛定谔猫似的难题。

又如互联网金融。互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。互联网金融的业态主要包括支付结算类、金融产品销售类、资金融通类三种。里面所延伸出来的合规性需求、牌照申请类需求等都对法律从业者提出了新的要求。

在新一轮科技革命和产业变革大背景下，互联网正深刻改变着社会的生产生活方式，也将改写法律服务业的发展格局，中国法律从业者面临着又一个极富挑战的历史关头。同时，互联网也给法律从业者注入了新的发展理念，带来了新的发展机遇。

鉴于本书撰写时间紧，任务重，书中存在错漏之处，还望读者批评指正。本书若能通过绵薄之力，为有志于从事互联网法律服务的人士提供些许参考，已是对作者莫大的鼓励。

郑金都

浙江省律师协会会长

第一章 互联网准入和运营

2018年8月31日，第十三届全国人大常委会第五次会议审议通过《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）。从2019年1月1日起，《电子商务法》正式施行。研究电子商务的合法有效性就应当从电子商务的主体入手，确认电子商务主体进入互联网行业中国家的管控规定，有效保护电子商务活动的合法合规，维护电子商务市场秩序。

第一节 电商法律主体概述

我国电子商务立法向来受联合国发布的《电子商务示范法》《电子签名示范法》影响颇深，在2005年4月1日实施的《中华人民共和国电子签名法》（以下简称《电子签名法》）中就可见一斑。因此，现阶段中也有学者提出我国电子商务立法定位不够明确的问题，认为电子商务一词侧重于商务的电子化，且电子商务立法有其固有的定势——解决电子通信手段或数据电文的法律效力问题，而不是商务问题。随着《中华人民共和国合同法》（以下简称《合同法》）《电子签名法》对这一问题的解决，此次立法宜从对“电子”的调整转向对商务本身的调整。^[1]

一、电商主体及分类

2013年12月7日，全国人民代表大会常务委员会召开了《电子商务法》的第一次起草组会议，正式启动了《电子商务法》的立法进程。电商如何设立成为该法争论的焦点。

电商的设立首先需确立电商的法律主体。根据电商活动中参与主体功能和职责的不同，电商主体主要分为交易主体、服务主体、评价主体和监管主体等4类，各个主体之间相互支撑、相互依存。但评价主体和监管主体并非直接从事经济活动的商事主体，故交易主体、服务主体是本书论述的实际电商主体。

《电子商务法》将上述交易主体、服务主体统一称为电子商务经营者，并进一步细分为自建网站经营的电子商务经营者、电子商务平台经

营者、平台内电子商务经营者三类。

《电子商务法》第九条规定：“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。

本法所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

本法所称平台内经营者，是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。”

可见《电子商务法》并没有照搬草案，而是在草案的基础之上，对电子商务经营者进行了两个层次的分类。大的分类是两类：一类是电子商务平台经营者；另一类是除平台经营者之外的其他的电子商务经营者，包括自建网站经营者、平台内经营者、通过其他网络进行电子商务经营活动的经营者。小的分类是对其他的电子商务经营者进一步划分，分为：平台内经营者、自建网站经营者、通过其他网络从事电子商务经营者。

据此，现行的《电子商务法》规定的电子商务经营主体，实际就是本章节讨论的电商设立中的主体对象。其他的电子商务经营者通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务，可以是自然人、法人和非法人组织，而电子商务平台经营者不能是自然人。

二、电商主体的特征

电商主体与传统商事主体相比，既有共同点，也有独特性。

就共同点而言，两者均是商事法律关系的参加者，均以营业的方式从事商事行为，其行为目的均具有营利性。因此，电商主体具有商事主体的基本特征，即营业性和营利性，电商主体仍然是商事主体的重要组成部分；另一方面，对独特性而言，由于平台内经营者很大程度依托于平台生存，所以会对平台产生比较明显的依附性。在商业机会的获取、商业交易条件的确定等方面，平台内经营者尤其受制于平台经营者。

同时，电商作为一种新型的交易模式，由于其交易模式和交易环境的变化，其主体也具有其不同于传统商事主体的特征：

（一）虚拟性

即在网络环境下，电商主体主要以数字化、电子化的网页形式表现出来，其主体的真实情况不能直观地判断出来。

（二）不确定性

由于网络的开放性、无国界性，电商主体的资格能力、住所、资信状况等不易确定。

（三）跨地域性

互联网的无国界和跨地域性必然导致参与其间的电商主体呈现跨地域性的特点。^[2]

三、电商主体的认定原则

电商主体的认定需要遵循三个基本原则：主体真实原则、主体资格法定原则和主体公示原则。

（一）主体真实原则

即电商主体必须在现实中真实存在，而不应当是纯粹“虚拟”或不存在的。电商主体的虚拟性特征并不意味着其是虚假的、不存在的主体，而是从其表现形式上体现为虚拟化和电子化。对于任何从事电商的主体，法律均要求其在现实中必须存在与之对应的主体。

（二）主体资格法定原则

商事主体法定原则是商法的基本原则之一，是指在商事法律关系中，商事主体的资格必须严格依法取得并维持，不符合法律规定条件的，不能享有商事权利和承担商事义务。该原则应用于电子商务法律关系，则意味着从事电商营业活动的主体，无论是法人企业或是非法人组织，均需要按照我国企业法律制度的规定取得相应的营业执照。具体在本章第二节进一步详述。

（三）主体公示原则

商事主体的名称或商号最主要的功能是区别于交易主体，不同的名称即视为不同的主体，以谁的名义缔结合同，谁即是合同的当事人。主体公示原则要求从事电商主体必须在网上显示其真实身份，通常做法为将其营业登记证号或者电子营业执照号码标识于主页，如《互联网信息服务管理办法》第十二条就规定“互联网信息服务提供者应当在其网站主页的显著位置标明其经营许可证编号或者备案编号”。

值得注意的是，主体公示原则并不要求电商主体的网站名称与其企业名称或商号完全一致。前者是营业执照上登记的名称，后者则是经营

个性化及经营便利需要而设定。2000年9月1日颁布实施的《网站名称注册管理暂行办法》及其实施细则规定，每个网站最多可以注册三个名称，并不要求网站名称一定与企业名称或者商号相同，只是要求注册的网站名称不得违反法律规定和侵犯他人合法权益。^[3]

^[1]高富平：《从电子商务法到网络商务法——关于我国电子商务立法定位的思考》，《法学》2014年第10期。

^[2]张楚：《电子商务法》，中国人民大学出版社2016年版，第24页。

^[3]张楚：《电子商务法》，中国人民大学出版社2016年版，第36页。

第二节 电商主体的市场准入制度

主体的市场准入是我国电子商务法律制度的重要组成部分，在电子商务法制定中，市场的准入问题属于主体制度立法的内容，是电商设立法律服务中最为重要的部分。本节较为全面梳理了我国现行法律法规和政策中非常繁杂的市场准入制度规范，以供读者参考。

一、网站设立的法律制度

有关网站设立及信息服务分类管制的基本法规是国务院2000年9月发布的《互联网信息服务管理办法》（以下简称《办法》）。该《办法》第二条规定：“本办法所称互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。”上网用户包括个人、企业和社会组织等；信息服务包括应用户请求的信息服务、主动提供的信息服务、一般信息服务和提供交易平台、进行网上交易等电商服务。

（一）网站名称注册

注册网站名称是指网站所有者通过网站名称注册程序，领取《网站名称注册证书》后所获得的网站名称。

根据北京市工商行政管理局《网站名称注册管理暂行办法》及其实施细则，网站的所有者应当申请对其网站名称注册，每个网站最多可以申请三个注册网站名称。

北京市工商行政管理局是国家工商行政管理局授权对全国注册网站名称进行统一注册试点的主管机关，对网站名称实施注册登记管理。

（二）经营性网站备案

根据《经营性网站备案登记管理暂行办法》，经营性网站是指网站所有者为实现通过互联网发布信息、广告、设立电子信箱、开展商务活动或向他人提供实施上述行为所需互联网空间等活动的目的，利用互联网技术建立的并拥有向域名管理机构申请的独立域名的电子平台。网站所有者是指网站域名的所有者，合同另有约定的从其约定。

经营性网站具备下列特征之一：①网站所有者或网站所有者之一为企业；②网站开展以营利为目的的经营活动。

经营性网站备案登记实施全国统一备案登记。北京市工商行政管理局是国家工商行政管理局授权的进行全国经营性网站备案登记试点的主管机关，对经营性网站实施监督管理。

二、主体准入制度

《电子商务法》对电子商务主体的市场准入制度作原则性规定。其中第十条规定：“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，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。”第十二条规定：“电子商务经营者从事经营活动，需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。”

（一）工商登记

《电子商务法》制定过程中的一大争论焦点，便是市场主体登记（也就是传统意义上的工商登记）应否成为电子商务经营者的法定程序。《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。电子商务经营者与普通的作为商事主体的经营者一样，在从事经营行为时，应当办理相应的市场主体登记，并不因为某种商业活动系通过网络进行，就应该得到豁免。

当然，《电子商务法》并不排斥针对特殊主体实行的登记豁免。考虑到我国国情和电商发展实际，为有利于促进就业，可以对部分符合条件的小规模经营者免于登记，即“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”。

除了上述的登记豁免情形外，还存在一些电子商务经营者登记的例外情形。市场监管总局2018年颁布的《市场监管局关于做好电子商务经营者登记工作的意见》第二条规定：“电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。电子商务经营者申请登记成为企业、个体工商户或农民专业合作社的，应当依照现行市场主体登记管理规定向各地市场监督管理部门申请办理市场主体登记。”此条和《电子商务法》第十条，构成了对微小型电子商务经营者清晰的划分。个人销售自产产品无须进行市场主体登记，而若个人在线下申请登记成个体工商户或农民专业合作社，则需要办理市场主体登记。如此规定体现了《电子商务法》对线上线下平等对待的核心原则。

此外，《市场监管局关于做好电子商务经营者登记工作的意见》第四条规定：“以网络经营场所作为经营场所登记的个体工商户，仅可通过互联网开展经营活动，不得擅自改变其住宅房屋用途用于从事线下生产经营活动并应作出相关承诺。”此条规定了个体工商户不得擅自混淆线下生产经营活动与线上经营场所，不得擅自改变其登记的住房用途。

实践中，一些个体工商户以线上单纯买卖为名义，实则线下生产非法产品，躲避市场监管，严重损害消费者的权益，此条规定有效地对这些工商户进行规制。

（二）网络安全

1.国际联网单位备案

为了加强对计算机信息网络国际联网的安全保护，维护公共秩序和社会稳定，电子商务经营者开设网站应当办理公安机关备案手续。

根据《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》第十二条规定，互联单位、接入单位、使用计算机信息网络国际联网的法人和其他组织（包括跨省、自治区、直辖市联网的单位和所属的分支机构），应当自网络正式联通之日起30日内，到所在地的省、自治区、直辖市人民政府公安机关指定的受理机关办理备案手续。

2.网络安全等级保护备案

网络安全等级保护是国家网络安全保障的一项基本制度，是保护信息化发展，维护国家信息安全的根本保障。网络安全保护等级是根据信息系统在国家安全、经济建设、社会生活中的重要程度，以及遭到破坏后对国家安全、社会秩序、公共利益以及公民、法人和其他组织的合法权益的危害程度等因素将其划分为五个等级，五级为最高系统等级。

在《中华人民共和国网络安全法》（以下简称《网络安全法》）颁布之前，我国许多规范、文件及标准中已经有对于网络安全等级保护制度的具体规定。随着《网络安全法》于2017年6月1日正式实施，并通过一系列国家政策、战略和基本法的颁布，对等级保护提出了新要求，标志着网络安全等级保护制度成为一个全新的国家网络安全基本制度体

系。

《网络安全法》第二十一条规定，国家实行网络安全等级保护制度。第三十一条规定，国家对关键信息基础设施，在网络安全等级保护制度的基础上，实行重点保护。意味着《网络安全法》将网络安全等级保护制度上升为法律层面。

但网络安全等级保护制度是由一系列国家统一制定网络安全等级保护管理规范和技术标准构建的，其中关于网络安全等级保护备案的主要依据是《信息安全等级保护管理办法》的第十五条。

根据《信息安全等级保护管理办法》第十五条的规定，已运营（运行）的第二级以上信息系统，应当在安全保护等级确定后30日内，由其运营、使用单位到所在地设区的市级以上公安机关办理备案手续。新建第二级以上信息系统，应当在投入运行后30日内，由其运营、使用单位到所在地设区的市级以上公安机关办理备案手续；隶属于中央的在京单位，其跨省或者全国统一联网运行并由主管部门统一定级的信息系统，由主管部门向公安部办理备案手续。跨省或者全国统一联网运行的信息系统在各地运行、应用的分支系统，应当向当地设区的市级以上公安机关备案。

第十七条规定，信息系统备案后，公安机关应当对信息系统的备案情况进行审核，对符合等级保护要求的，应当在收到备案材料之日起的10个工作日内颁发信息系统安全等级保护备案证明；发现不符合办法及有关标准的，应当在收到备案材料之日起的10个工作日内通知备案单位予以纠正；发现定级不准的，应当在收到备案材料之日起的10个工作日内通知备案单位重新审核确定。运营、使用单位或者主管部门重新确定信息系统等级后，应当按照本办法向公安机关重新备案。

（三）电信

我国对互联网信息服务实行分类管制制度，其基本依据是国务院发布的《互联网信息服务管理办法》。

1.主体条件

根据《中华人民共和国电信条例》，电子商务经营者从事经营性增值电信业务，应当具备下列条件：①经营者为依法设立的公司；②有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；③有为用户提供长期服务的信誉或者能力；④规定的其他条件。

除此之外，《互联网信息服务管理办法》还进一步要求电子商务经营者还应当具备下列条件：①有业务发展计划及相关技术方案；②有健全的网络与信息安全保障措施，包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理；③服务项目属于本办法第五条规定范围的，已取得有关主管部门同意的文件。

2.准入条件

根据信息服务种类和性质的不同，《互联网信息服务管理办法》确定了4种不同的管制原则，分别是：非经营性互联网信息服务采取备案制度、经营性互联网信息服务采取许可制度、特种行业互联网信息服务采取审批制度、特殊互联网信息服务采取专项备案制度。

3.非经营性互联网信息服务备案制度

非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。根据《互联网信息服务管理办法》第四条“国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务”的规定，对非经营性互联网信息服务实行备案制度，未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。