

免费提供

精品教学资料包

服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com

电子商务法律法规

策划编辑：刘建
责任编辑：乔雷
责任校对：张博
封面设计：刘卫东



定价：49.80元

电子商务法律法规

主编 张会娟

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

X-A

山西省“十四五”首批职业教育规划教材立项建设教材

电子商务 法律法规

DIANZI SHANGWU FALÜ FAGUI

主编 张会娟



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都



智慧学习平台

山西省“十四五”首批职业教育规划教材立项建设教材

电子商务 法律法规

DIANZI SHANGWU FALÜ FAGUI

主 编 张会娟
副主编 宫晋强
李庆斌
黄国忠
曹云清



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法律法规/张会娟主编;宫晋强等副主编.—成都:西南财经大学出版社,2021.11(2023.9重印)

ISBN 978-7-5504-5112-4

I. ①电… II. ①张…②宫… III. ①电子商务—法规—中国—高等教育—教材 IV. ①D922.294

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第217536号

电子商务法律法规

主 编 张会娟

副主编 宫晋强 李庆斌 黄国忠 曹云清

策划编辑:刘 建

责任编辑:乔 雷

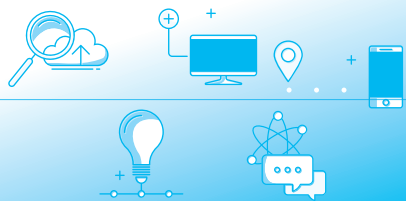
责任校对:张 博

封面设计:刘文东

责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://cbs.swufe.edu.cn
电子邮件	bookcj@swufe.edu.cn
邮政编码	610074
电 话	028-87353785
印 刷	三河市骏杰印刷有限公司
成品尺寸	185mm×260mm
印 张	16.5
字 数	358千字
版 次	2021年11月第1版
印 次	2023年9月第3次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-5112-4
定 价	49.80元

版权所有,翻印必究。



前言

PREFACE

随着互联网的发展、科学技术的进步及国家政策的大力支持，我国电子商务行业迅速兴起，并具有巨大的发展前景。但随之而来也产生了诸多法律问题。因此，现阶段亟待健全和完善电子商务的法律体系。

党的二十大报告指出：培养什么人、怎样培养人、为谁培养人是教育的根本问题。育人的根本在于立德。全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。为贯彻职业教育国家规划教材建设工作精神，落实习近平新时代中国特色社会主义思想进课程教材，积极培育和践行社会主义核心价值观，体现中华优秀传统文化等立德树人育人战略，推进教材、教法改革服务于人才培养，深化产教融合、校企合作，落实“双元”合作开发教材，及时将产业发展的新技术、新工艺、新规范纳入教材内容，围绕教学改革和“互联网+”职业教育发展等需求，编者编写了本书。

编者在编写本书时以《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国民事诉讼法》等诸多现行法律法规为依据，同时结合了近几年的电子商务实际发展情况。

本书特别设置了“思政课堂”小栏目，将思政元素融入课堂中，培养学生的思政素养、家国情怀和民族精神，使学生树立正确的世界观、人生观和价值观。

本书共分为 13 个模块，内容及推荐学时如下表所示：

序 号	内 容	学 时
1	电子商务及电子商务法概述	2
2	电子商务参与各方的法律关系	2

前言

PREFACE

续表

序 号	内 容	学 时
3	电子合同法律法规	4
4	电子签名与认证法律法规	3
5	电子支付法律法规	2
6	电子商务税收和监管法律法规	2
7	快递物流与交付法律法规	3
8	电子商务知识产权法律法规	4
9	电子商务中的消费者权益保护	4
10	电子商务纠纷与解决	3
11	网上特殊商业行为法律法规	3
12	网络虚拟财产法律法规	4
13	电子商务犯罪和防范措施	2
	合计	38

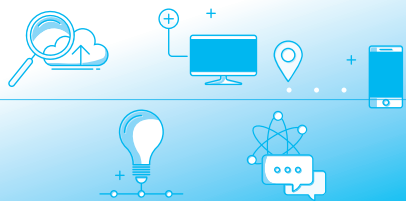
本书由山西工程职业学院张会娟任主编，天津轻工职业技术学院宫晋强、天津工业职业学院李庆斌、厦门东海职业技术学院黄国忠、河北劳动关系职业学院曹云清任副主编，太原旅游职业学院王佳琪和山西工程职业学院许菁参与了编写。

编者在编写本书的过程中参考了一些相关教材及教学资料，在此向相关作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请广大读者批评指正。

编 者

2021 年 9 月



目录

CONTENTS

模块 1 电子商务及电子商务法概述 / 1

- 1.1 电子商务概述 / 2
- 1.2 电子商务法概述 / 6
- 思考与练习 / 11

模块 2 电子商务参与各方的法律关系 / 12

- 2.1 电子商务法律关系概述 / 13
- 2.2 电子商务经营主体法律制度 / 19
- 2.3 电子商务法律关系的客体 / 24
- 思考与练习 / 26

模块 3 电子合同法律法规 / 27

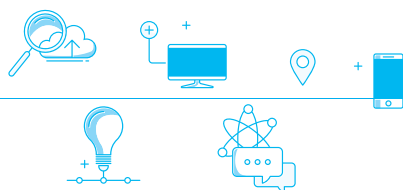
- 3.1 电子合同概述 / 28
- 3.2 电子合同的订立 / 30
- 3.3 电子合同的内容 / 35
- 3.4 电子合同的生效 / 39
- 3.5 电子合同的履行及违约 / 44
- 思考与练习 / 51

模块 4 电子签名与认证法律法规 / 52

- 4.1 电子签名法律法规 / 53
- 4.2 电子认证法律法规 / 59
- 思考与练习 / 67

模块 5 电子支付法律法规 / 68

- 5.1 电子支付概述 / 69



- 5.2 电子支付工具 / 72
- 5.3 电子支付中的法律关系与法律责任 / 82
- 5.4 电子货币与虚拟货币的法律问题 / 86
- 5.5 非金融机构支付服务的法律问题 / 92
- 思考与练习 / 96

模块6 电子商务税收和监管法律法规 / 97

- 6.1 电子发票 / 98
- 6.2 电子商务税收法律法规 / 104
- 6.3 电子商务监管法律法规 / 108
- 思考与练习 / 115

模块7 快递物流与交付法律法规 / 116

- 7.1 快递物流与交付概述 / 117
- 7.2 快递物流服务提供者与接受者的义务与责任 / 128
- 思考与练习 / 129

模块8 电子商务知识产权法律法规 / 130

- 8.1 电子商务知识产权概述 / 131
- 8.2 网络著作权法律法规 / 132
- 8.3 电子商务专利权法律法规 / 148
- 8.4 电子商务商标权法律法规 / 151
- 8.5 域名法律法规 / 156
- 思考与练习 / 160

模块9 电子商务中的消费者权益保护 / 161

- 9.1 电子商务与消费者权益保护法 / 162
- 9.2 电子商务中的个人信息保护 / 176

思考与练习 / 189

模块 10 电子商务纠纷与解决 / 190

10.1 电子商务纠纷与解决的基础知识 / 191

10.2 电子商务纠纷的管辖 / 196

10.3 电子商务纠纷的法律适用 / 199

10.4 电子商务诉讼中的电子证据 / 202

思考与练习 / 212

模块 11 网上特殊商业行为法律法规 / 213

11.1 网上拍卖和网上竞价买卖基础知识 / 214

11.2 网络广告的法律规范 / 219

11.3 跨境电子商务法律法规 / 229

思考与练习 / 237

模块 12 网络虚拟财产法律法规 / 238

12.1 网络虚拟财产概述 / 239

12.2 网络虚拟财产的法律保护 / 241

思考与练习 / 246

模块 13 电子商务犯罪和防范措施 / 247

13.1 电子商务犯罪概述 / 248

13.2 电子商务犯罪的防范措施 / 252

思考与练习 / 255

参考文献 / 256



模块 1

电子商务及电子商务法概述



学习目标

- (1) 掌握电子商务的概念和特点。
- (2) 熟悉电子商务的交易模式。
- (3) 熟悉电子商务法的概念。
- (4) 掌握电子商务法的特征、基本原则和作用。



思政课堂

请解释社会主义核心价值观中“富强、文明、和谐”的具体含义，并思考：电子商务与其有着怎样的关系？

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的概念及特点

1. 电子商务的概念

伴随着网民人数的增加,网络普及率不断提高,通过互联网进行商务活动已经成为现代人生活的一部分。电子商务的概念有广义和狭义之分。

(1) 广义的电子商务。广义的电子商务是指一切以电子技术为手段进行的与商业有关的活动。

① 电子技术是一个开放的概念,它包括但不限于电子通信和电子计算技术。以联合国国际贸易法委员会制定的《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》)中的术语来解释,电子技术手段就是“数据电文(data message)”,是指经由电子手段、光学手段或类似手段生成、储存或传递的信息,这些手段包括但不限于电子数据交换(electronic data interchange, EDI)、电子邮件、电报、电传或传真。

② 商业是以买卖方式使商品流通的经济活动,包括但不限于下列交易:供应或交换货物或服务的任何贸易交易,分销协议,商务代表或代理,客账代理,租赁,工厂建造,咨询,工程设计,许可贸易,投资,融资,银行业务,保险,开发协议或特许,合营或其他形式的工业或商务合作,空中、海上、铁路或公路的客、货运输。

总之,运用了“数据电文”的商业活动就是电子商务。这是一种广义的理解。

(2) 狭义的电子商务。狭义的电子商务是指以互联网为运行平台的商业交易活动,即E-commerce。这是当前发展最快、前途最广的电子商务形式,是电子商务的主流。目前,企业界所说的电子商务一般指互联网电子商务。

① 狭义的电子商务即利用计算机网络进行的商务活动。IT行业是电子商务基础设施和环境的营造者、电子商务业务的推动者,无论是国际商会,还是惠普公司或Sun公司(美国太阳微系统公司,已被甲骨文收购),基本上都认为,电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件设备和网络基础设施,通过一定的协议连接起来的在网络环境中进行的商务活动。

② 如果将商务圈定在交易范畴内,那么电子商务只包括不同主体之间通过互联网完成的商务活动,所有这些商务活动都是一种交易,都需要订立合同或契约,而不是单纯的信息传递。这种意义上的电子商务被称为狭义的电子商务。狭义的电子商务也可以称为在线交易(on-line transaction)。

《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电商法》)规定,电子商务是指通过互联

网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

2. 电子商务的特点

电子商务在本质上仍然是一种商务活动，其与传统商务活动的不同之处就在于利用了现代通信技术，因此具有以下特点，了解这些特点有助于人们进一步理解电子商务：

(1) 电子商务构造了虚拟的商业环境。电子商务广泛采用先进的网络通信技术作为营销手段，可以将各类商业活动所需要的信息完整地呈现出来，完成意思的传递、合意的达成、钱款的支付，以及除实体商品交付外的部分物流的转移等商业活动。因此，经济学界认为，电子商务构造了一个异于现实社会的虚拟商业环境，称为虚拟市场或虚拟商业。虚拟只是一种比喻，它只是描述了不同于现实物理世界的网上世界，仍然是一种真实的存在。

(2) 电子商务能够跨越空间和时间的局限，真正实现贸易的全球化。从空间概念上看，电子商务所构成的新的空间范围以前是不存在的，这个依靠互联网所形成的空间范围与领土范围不同，它没有地域界限，在这个空间范围活动的主体主要是通过互联网彼此发生联系。从时间概念上看，电子商务没有时间上的间断，在线商店是 24 小时营业的。特别是移动电子商务的迅猛发展，让交易双方突破了时间与空间的束缚。虚拟市场上的这种新的竞争形式正在波及人们非常熟悉的实体市场，这个现实是任何人都不能忽视的。

(3) 电子商务实现了信息化和无纸化交易。在电子商务交易模式中，传统记载交易者意思和交易内容的纸张被电子信息这一新的介质所替代。这些电子信息可以借助相应的计算机软、硬件工具和网络环境方便地被读取。同时，电子商务的买卖双方从交易的洽谈、签约，到货款支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行，通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对，防止伪造信息的流通。当然，在必要时，这些电子信息也可以转化为书面的文件。

(4) 交易自动化和迅捷化。在以网络为基础的社会中，产品信息、供求信息、订约信息等等在弹指之间便可传递到世界各地。这不仅使产品行销更加方便，而且使商家与商家、商家与消费者之间的沟通和达成交易变得更为迅捷、有效。因此，电子商务是低成本和高效率的。



拓展阅读

2020 年厦门网络交易额超 1 800 亿

2020 年，突如其来的新冠疫情加快了贸易的线上线下融合，按下了电商加速迭代的“快进键”，厦门因势利导，全力打造电商发展新高地。2020 年厦门电商发展“成绩单”火热出炉：厦门市累计实现网络交易额 1 805.2 亿元，同比增长 30%。

1. 强化政策支持，培育龙头企业——全市销售额达亿元以上网络销售企业 65 家

2020 年，面对新冠疫情的严峻考验，市民购物方式也迎来新一轮变革。面对新形势、新需求、新发展，我市第一时间打造电商发展新高地，厦门市人民政府先后出台《厦门

市人民政府关于促进电子商务高质量发展的若干措施》及相关配套资金管理办法、疫情期间网络销售奖励政策、厦门市商务局出台《厦门市直播电商发展行动方案（2020—2022年）》等，共惠及企业92家次、兑现资金3700余万元。

营商环境进一步优化，强有力地厦门电商发展聚集了人力、财力、商力，电商企业发展动力齐聚，捷报频传。据统计，2020年全市销售额达亿元以上网络销售企业65家，较2019年增加14家，亿元以上电子商务交易平台32个，较2019年增加27个，全国数字商务企业厦门市已获评3家——安踏电商、美柚股份、元初食品。厦门“电商战队”在全省、全国名列前茅，“双品购物节”“6·18”“双十一”购物节期间，厦门电商企业均取得不俗的销售业绩。

2. 发展直播电商，造节催热氛围——2020年9.2亿人次观看“厦门带货”

发展电商直播，做强新经济业态，厦门市电子商务产业模式不断创新，服务内容不断丰富，交易规模不断扩大。海沧云创直播小镇、福客电商直播基地等20余家基地落地开播，全国百强直播机构厦门占了10家，“厦门带货”为企业应对疫情开通了新渠道，带来了新动力。据统计，2020年全市累计直播23.3万场，上架商品832.6万次，吸引消费者观看9.2亿次。

2020年8月，厦门举办“金秋鹭岛i厦门”首届厦门直播电商节，开展“全闽乐购·商务局长直播带货厦门站”活动，厦门日报社新媒体粉丝节、2020厦洽会设立直播综合展区……“电商+直播+网红+造节”为厦门市直播电商发展注入更强劲内生动能。

3. 强电商园区，电商赋能扶贫——电商扶贫新模式3次入选国务院扶贫办（现已更名为：国家乡村振兴局，下同）典型案例

加码新经济，筑巢引凤来。积极发挥厦门（海沧）电子商务产业园、厦门中达电商园等国家电子商务基地的示范带动作用，厦门跨境电商产业园2020年增补为国家电子商务示范基地，阿里巴巴在集美建立海峡两岸台商台企电商产业生态园。此外，美柚、安踏、南讯等全国性数字平台也不断做大做强。

电商产业发展，赋能对口扶贫、精准脱贫，中达电商园电商扶贫新模式3次入选国务院扶贫办典型案例。近年来，市商务局推动中达电商园加强临夏州电商带头人培训，全力打造临夏州地域特色品牌“西有农时”；推动中达、老高电商金冠俱乐部、网络零售协会等电商企业及组织赴临夏州，打造扶贫论坛、电商消费扶贫公益直播、电商直播培训等一系列电商扶贫活动。

（资料来源：《厦门日报》）

1.1.2 电子商务的交易模式

网络时代的电子商务可以分为信息服务、电子交易和在线支付三个方面，其核心内容

包括电子商务广告、电子选购与交易、电子交易凭证的交换、电子支付与结算以及售后的网上服务与服务评价等。参与电子商务的实体有六类,即顾客(个人消费者或企业集团)、商户(包括销售商、制造商和储运商)、银行(包括发卡行、收单行)、认证中心、交易经理人和国家行政机构。这六类主体展开交易的类型主要包括以下几种。

1. B2B 模式

B2B(business to business)模式是最常见的商家对商家的电子商务,即企业与企业之间使用网络技术或各种商务网络平台发布供求信息,订货及确认订货,支付货款,以及签发、传送和接收票据,确定配送方案并监控配送过程,等等。B2B有时也写作“B to B”,但为了简便,一般用其谐音 B2B(2 的英文发音同 to 的发音一样)。

2. B2C 模式

我国最早产生的电子商务模式就是 B2C(business to consumer)模式,其标志为 8848 网上商城正式运营。B2C 模式即企业通过网络为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店,消费者在网上购物、支付。这种模式缩短了企业和消费者的时间,大大提高了交易效率。

3. C2C 模式

C2C(consumer to consumer)同 B2B、B2C 一样,都是电子商务的模式之一。但不同的是,C2C 是用户对用户的模式。C2C 模式是第三方为买、卖双方提供一个在线交易平台,使卖方可以提供商品上网拍卖,而买方可以自行选择商品进行竞价。

4. B2M 模式

在 B2M(business to manager)模式下,企业通过网络平台发布企业的产品或者服务信息,职业经理人通过网络获取该企业的产品或者服务信息,并且为该企业提供产品销售或者企业服务。企业通过职业经理人的服务达到销售产品或者获得服务的目的,职业经理人通过为企业提供服务而获取佣金。它所针对的客户群是该企业或者该产品的销售者或者其他工作者,而不是最终消费者。B2M 模式的本质是一种代理模式。

5. M2C 模式

M2C(manager to consumer)模式是在 B2M 电子商务模式下出现的延伸概念。在此模式下,职业经理人将取代企业而直接面对最终消费者。C2C 模式是传统的盈利模式,赚取的基本是商品进、出价的差价。M2C 模式的盈利模式更加丰富、灵活,赚取的既可以是佣金又可以是差价,并且在物流管理模式和库存方面也较传统的 C2C 模式更有优势。

实践证明,实现完整的电子商务还会涉及很多方面,除了买家、卖家外,还要有银行或其他金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等主体的加入才行。由于参与电子商务的各方在空间上是互不见面的,因此整个电子商务过程并不是传统商务活动的翻版,还融入了许多新的元素,如网上银行、在线支付等方式,以及数据加密、电子签名等技术,它

们在电子商务中发挥着不可或缺的作用。

6. B2A/B2G 模式

B2A/B2G (business to administration, business to government) 模式即商业机构对行政机构的电子商务,是指企业与政府机构之间进行的电子商务活动。例如,政府将采购的细节在互联网上公布,通过网上竞价方式进行招标,企业也要通过电子的方式进行投标。在这种模式下,政府可以通过示范作用来促进电子商务的发展,还可以实施对企业的行政事务管理,如政府用电子商务方式发放进出口许可证、开展统计工作,企业可以通过网络办理缴税和退税,等等。这种模式有利于促进其他各类电子商务活动的开展。

7. C2A/C2G 模式

C2A/C2G (consumer to administration, consumer to government) 模式即消费者对行政机构的电子商务,是指政府与个人之间进行的电子商务活动。在个别国家,政府的税务机构已经能够通过指定的私营税务所或财务会计事务所用电子方式来为个人报税。随着上述电子商务模式的发展,政府将会对社会个体实施更为全面的电子方式服务,如社会福利金的支付等都会在网上进行。

1.2 电子商务法概述

1.2.1 电子商务法的概念

电子商务法是随着现代信息技术的发展和应用而形成的商事法律的一个重要领域。它不仅是对传统商事理念和交易规则的继承与发展,更是对传统法律无法应对新兴交易规则、交易模式等问题的突破。

一般认为,法律是调整特定社会关系或社会行为的规范,而电子商务的发展和自身的规范及要求促进了电子商务法的产生。顾名思义,电子商务法是调整以数据电文为交易手段而形成的因交易内容引起的商事关系的法律规范的总和。

法律的调整对象即立法目的,是立法的核心问题。通常,人们在描述某一法律部门或领域的概念时,往往免不了要提及其特定的对象。以数据电文为交易手段而形成的因交易内容引起的商事关系就是电子商务法调整的对象。

为了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,2018年8月31日,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通过了《电商法》,自2019年1月1日起施行。



拓展阅读

我国电子商务法的立法进程

2000 年 12 月，全国人民代表大会常务委员会（以下简称全国人大常委会）审议通过了《关于维护互联网安全的决定》。

2004 年 8 月，第十届全国人大常委会第十一次会议通过了《中华人民共和国电子签名法》。

2012 年 12 月，第十一届全国人大常委会第三十次会议通过了《关于加强网络信息保护的决定》。

2013 年 12 月 7 日，全国人大常委会在人民大会堂召开了电子商务法起草组的第一次会议，正式启动了电子商务法的立法进程。12 月 27 日，全国人大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，正式启动电子商务法立法工作，首次划定中国电子商务立法的“时间表”。根据第十二届全国人大常委会立法规划，电子商务法被列入第二类立法项目，即需要抓紧工作，当条件成熟时提请常委会审议的法律草案。

2014 年 11 月 24 日，全国人大常委会于全国人大会议中心召开电子商务法起草组第二次全体会议。起草组已经明确提出，电子商务法要以促进发展、规范秩序、维护权益为立法的指导思想。

2016 年 3 月 10 日，即两会期间，全国人大财政经济委员会副主任委员乌日图透露，电子商务立法已列入第十二届全国人大常委会五年立法规划，法律草案稿已经形成，将尽早提请审议。

2016 年 12 月，第十二届全国人大常委会第二十五次会议对电子商务立法进行常委会一审。

2016 年 12 月 27 日—2017 年 1 月 26 日，全国人大常委会在中国人大网向全国公开电子商务立法征求意见。

2018 年 6 月 19 日，电子商务法草案三审稿提请第十三届全国人大常委会第三次会议审议。

2018 年 8 月 27 日—8 月 31 日举行的第十三届全国人大常委会第五次会议对电子商务法草案进行四审。

2018 年 8 月 31 日，全国人大常委会表决通过《中华人民共和国电子商务法》，自 2019 年 1 月 1 日起施行。

1.2.2 电子商务法的特征

电子商务法本质上是网络时代的商法，同时也是传统商事法律的一个新兴领域，电子商务法是规范商事主体和商事行为的商事法律，属于商事行为法和商事组织法交叉的领域，因此是一个新兴的领域。因为其既不是单纯的组织法又不是单纯的行为法，而是两者兼有，所以与其他传统商事法律规范不同，它具有其特性，大致表现在以下几个方面。

1. 技术性

电子商务的基础是电子工具的使用，而这些工具的使用和相应的技术规范是分不开的。例如，我国的多数网络运营商的协议中都有规定，当事人若不遵守相关技术标准，就不得在开放环境下进行电子商务交易。在《电商法》中，多数法律规范都是直接或间接地由技术规范演变而来的。所以，技术性特点是电子商务法的首要特征。倘若从时代背景上看，这正是 21 世纪知识经济在法律上的反映。技术规范的强制力来源于其产生的客观规律性，而对于客观规律，人们只能接受，不能违抗。

2. 开放性

因为电子商务的基础是互联网，是国与国之间、网络与网络之间连成的庞大体系，而互联网实现的是全球性的信息互通，同时在这个开放性的网络中又充斥着多样化的技术手段和信息媒介，所以就要求电子商务法必须以开放性的思维接纳这些各式各样的技术手段和信息媒介，以开放的方式来制定相应的规范和标准，以便更好地促进电子商务健康发展。目前，国际组织及各国在电子商务立法中大量使用开放性条款、功能等价性条款，其目的就是开拓社会各方面的资源，以促进科学技术及其社会应用的广泛发展。

3. 复合性

电子商务法的复合性源于电子商务交易手段的复杂性和对技术手段的依赖性。它体现在电子商务活动中就是经常需要通过第三方的协助或参与才能完成交易。除非是当事人面对面交易，否则即使是在传统交易点对点的模式中，交易双方也需要借助第三方的电话、传真或邮件等服务来完成交易。尤其是在电子商务环境下，合同订立需要第三方提供网络接入服务，货款支付需要第三方提供在线电子支付服务，为保证支付安全，需要第三方提供电子签名认证或密钥等种类繁多的服务。因此，电子商务法除了需要对商事主体双方当事人进行规范外，也不能忽略广泛参与商事交易的第三方主体。实际上，每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，有民事法律关系、商事法律关系、经济法律关系、行政法律关系甚至刑事法律关系，这是传统的口头或书面形式的商事活动所没有的。由此可见，电子商务需要的是一个全方位、多方面的法律调整，以及多学科综合的知识应用。

1.2.3 电子商务法的基本原则

电子商务法的基本原则主要有以下几项。

1. 中立原则

电子商务法的基本目标就是为电子商务活动建立公平的交易规则。中立原则包括技术中立、媒介中立、实施中立、同等保护四个方面。

(1) 技术中立。技术中立是指法律对电子商务的技术手段一视同仁，不限定使用或不禁止使用何种技术，也不对特定技术在法律效力上进行区别对待。电子商务法对传统的口令法、非对称性公开密钥加密法及生物鉴别法等认证方法不可厚此薄彼，提出任何歧视性要求；同时，还要给未来技术的发展留下法律空间，不能停滞于现状。例如，《中华人民共和国电子签名法》（以下简称《电子签名法》）第四条规定：“能够有形地表现所载内容，并可以随时调取查用的数据电文，视为符合法律、法规要求的书面形式。”

(2) 媒介中立。媒介中立与技术中立紧密联系，是指法律对于交易是采用纸质媒介还是采用电子媒介（或其他媒介）都一视同仁，不因交易采用的媒介不同而区别对待或赋予不同的法律效力。媒介中立是中立原则在各种通信媒介上的具体表现。从传统的通信行业划分来看，不同的媒介可能分属不同的产业部门，如无线通信、有线通信、广播、电视、增值网络等，电子商务法应以中立的原则来对待这些媒介，允许各种媒介根据技术和市场的发展规律而相互融合、促进。

(3) 实施中立。实施中立是指在电子商务立法和司法实践中，对本国电子商务活动与跨国电子商务活动在适用法律上一视同仁。电子商务法与其他相关法律法规在实施上不能偏颇，传统商务环境下的法律规范与电子商务法律规范在效力上并不相悖。

(4) 同等保护。同等保护是实施中立原则在电子商务交易主体上的延伸。电子商务法对商家与消费者、国内当事人与国外当事人都应尽量做到同等保护。因为电子商务市场本身具有国际性，所以割裂的、封闭的电子商务市场在现代通信技术条件下是无法生存的。

2. 安全原则

电子商务以其高效、快捷的特性在各种商事交易形式中脱颖而出，具有强大的生命力。因此，电子商务必须以安全为前提，既需要技术上的安全措施，又离不开电子商务法的安全规范；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。

安全原则要求与电子商务有关的交易信息在传输、存储、交换等整个过程中不丢失、不泄露、不被窃听、不被拦截、不被改变等，要求网络和信息应保持可靠性、可用性、保密性、完整性、可控性和不可抵赖性。

3. 自愿、公平、诚实信用原则

自愿、公平、诚实信用是公认的商业准则，电子商务作为一种新型的商业业态，也应

当遵守。

《电商法》第三条规定：“国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境，充分发挥电子商务在推动高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要、构建开放型经济方面的重要作用。”

《电商法》第五条规定：“电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。”

4. 交易自治原则

允许当事人以协议方式订立其间的交易规则是交易法的基本属性，交易自治原则是指参加电子商务交易的各方当事人完全可以按照自己的意愿进行协商，确定协议条款，选择交易与履行方式等，其中不含有强迫和国家强制执行的成分。

在电子商务法的立法与司法过程中都要以交易自治原则为指导，为当事人全面表达与实现自己的意愿预留充分的空间，提供实际的保障。《电子商务示范法》第4条规定：“在参与生成、发送、接收、储存或以其他方式处理数据电文的当事方之间，除另有规定外，第三章的条款可经由协议做出改动。”即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。

5. 监督管理与社会共治原则

电子商务的治理要充分发挥政府的作用，国务院和县级以上地方人民政府应当将电子商务发展纳入国民经济和社会发展规划，制定科学合理的产业政策，完善标准体系建设，根据电子商务活动的特点完善和创新电子商务管理体制和管理方式。

例如，《电商法》第六条规定：“国务院有关部门按照职责分工负责电子商务发展促进、监督管理等工作。县级以上地方各级人民政府可以根据本行政区域的实际情况，确定本行政区域内电子商务的部门职责划分。”

电子商务的治理还要充分发挥行业自律和社会共治的作用，体现电子商务管理创新，运用互联网思维、互联网管理办法。电子商务行业组织和电子商务经营主体应当加强行业自律，建立健全行业规范和网络规范，引导本行业经营者公平竞争，推动行业诚信建设。

例如，《电商法》第七条规定：“国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系。”《电商法》第八条规定：“电子商务行业组织按照本组织章程开展行业自律，建立健全行业规范，推动行业诚信建设，监督、引导本行业经营者公平参与市场竞争。”

1.2.4 电子商务法的作用

电子商务法的作用主要体现在以下三个方面。

1. 为电子商务的健康、快速发展创造一个良好的法律环境

随着信息高速公路和互联网技术的迅速普及，电子邮件和电子数据交换等现代化通信手段在商务交易中的使用正在急剧增多，并有望得到进一步的发展。然而，以非书面的电文形式传递具有法律意义的信息，可能会因使用这种电文所遇到的法律障碍或电文法律有效性的不确定而受到影响。制定电子商务法的目的就是为电子商务活动的各类参与者提供一套在虚拟环境中进行交易的规则，解决交易过程中产生的纠纷，为电子商务营造一种比较可靠的法律环境。

2. 法律是保证网络交易安全的重要手段

一谈到交易安全，人们首先想到的是技术保证措施，如防火墙技术。但是，单纯的技术仍难以完全保证电子商务的交易安全，更何况技术本身也需要法律规范。因此，电子商务安全仍然需要法律的保障。

电子商务安全问题主要涉及两个方面：一个是交易安全，另一个是信息和网络安全。这两个安全问题往往又交织在一起，没有信息和网络安全就没有交易安全。

3. 鼓励利用现代信息技术来促进交易活动

电子商务法的目标主要包括促进电子商务的普及或为此创造方便条件，平等对待基于书面文件的用户和基于数据电文的用户，充分发挥高科技手段在商务活动中的作用等。这些目标都是促进经济增长和提高国内、国际贸易效率的关键。从这一点来讲，电子商务立法的目标不是从技术角度来处理电子商务关系，而是要创造尽可能安全的法律环境，以便电子商务参与各方能高效率地开展贸易和服务活动。

思考与练习

- (1) 简述电子商务的特点。
- (2) 电子商务都有哪些交易模式？
- (3) 电子商务法的特征是什么？
- (4) 电子商务法的基本原则是什么？
- (5) 简述电子商务法的作用。