

第一章 电子商务法及其立法情况概述



知识目标

- 了解电子商务的概念及特点。
- 熟悉电子商务涉及的法律问题。
- 了解电子商务与其他法律法规的关系。
- 掌握电子商务的概念、特征、作用和模式。
- 了解联合国和欧盟等国际组织的电子商务立法概况。

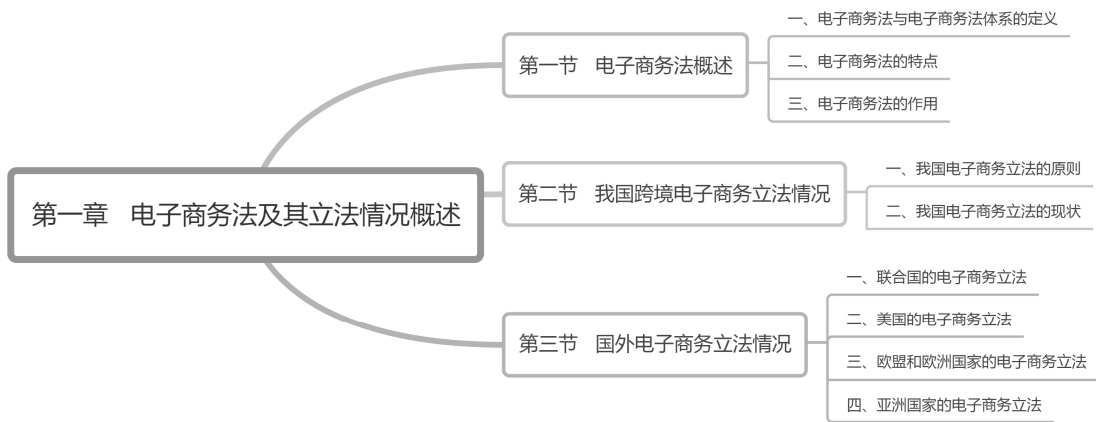


关键词

电子商务法 七日无理由退货 经营性互联网信息服务 第三方交易平台



本章思维导图



引例

跨境电子商务模式

面向消费者的传统电子商务可用 M2C、B2C、C2C 和特卖等模式简单概括，跨境电子商务模式与之类似，大致也可分为这几类。M2C 吸引海外商家（包括品牌和零售商）入驻，其代表是天猫国际；B2C 负责直采或保税区自营，即将商品先行采购到海外仓和保税区，再售卖给用户，代表玩家是网易考拉；C2C 是买手模式，可以说是共享经济，即人人都可做代购，其开拓者是洋码头；特卖模式在本质上也属于 B2C（自营或供应商压货），只是



多了特卖的限时或团购特性，其代表是唯品国际；还有一类是导购类前端平台转型到售中环节的，如小红书的福利社，之后又可采取不同的跨境模式，比较特别的是惠惠购物助手，它采取海外代购模式，帮助用户在 Amazon 等下单，负责支付和物流。要注意的是，有一些做跨境电子商务的平台可能对不同模式均有所涉足，如京东全球购有自营 B2C，也有 M2C。

跨境电子商务与传统电子商务在本质上并没有区别，前者却因“跨境”二字与后者有了完全不同的地方，具体来说主要体现在以下几个方面。

1. 物流

过去十多年，国内电子商务一直在解决的关键问题就是物流仓储，这也彻底改变了我国物流业，而跨境电子商务又将这个问题重新折腾了一遍且难度更大。

2. 政策

政策方面，跨境电子商务主要是多了海关这个全新的变量，进而影响成本、物流速度、退换货服务等。

3. 商家

国际品牌在中国市场本土化方面有着更多的考量因素，如要照顾中国代理商的感受，海外零售集团需要考虑中国实体零售公司的利益。中国商家过去只需要考虑平衡线上与线下的渠道。

4. 信息

信息的变化是很大的，如海外商品介绍、说明书等信息需要汉化，品牌营销信息需要汉化，售前咨询和售后服务也需要汉化。文化不同是跨境电子商务面临的新的挑战。

5. 营收

传统电子商务主要有三种营收模式：一是以网购为代表的模式，再加上互联网金融等衍生业务；二是以京东为代表的 B2C，实现差价营收；三是佣金模式。这些营收模式在跨境电子商务方面都遇到了挑战。

以上这些不同让跨境电子商务成了一块难啃的骨头，因此大家都在不断地摸索。用中国电子商务市场的成熟经验权衡跨境电子商务不同模式的利弊恐怕是不行的，这是许多跨境电子商务平台被淘汰的一个深层原因。现在，电子商务巨头们都按照惯性去选择商业模式，如天猫国际依然选择 M2C 模式，京东全球购依然选择“自营+平台”模式，唯品国际依然主打特卖。

资料来源：王芸. 电子商务法规[M]. 北京：高等教育出版社，2005.

辩证与思考：对于创业者来说，哪种模式更有机会脱颖而出呢？



答题思路

第一节 电子商务法概述

一、电子商务法与电子商务法体系的定义

（一）电子商务法的定义

电子商务法是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



务活动的法律规范的总称。

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，这在我国电子商务法律法规中占有一定的比例。

第二，电子商务法的调整范围。电子商务活动的所有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，而狭义的电子商务法是指调整电子交易关系的规范。

课堂讨论：什么是电子商务？

电子商务是指以信息技术为手段、以商品交换为中心的商务活动，也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。以互联网为媒介的商业行为均属于电子商务的范畴。

（二）电子商务法体系的含义

电子商务法是一个国家的法律体系的组成部分，同时它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在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、电子商务合同法等。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，电子商务实体法是构成电子商务法体系的具体法律，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。

二、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，表现出双边、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具有跨国的、



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本国的特定情况为由而搞特殊，电子商务法必须为全球性的商务统一提供解决方案，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的商务活动进行调整的规范，它以行业通行的惯例作为行为的规范，具有行业惯例性。这是因为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，一般的法律通常不可能为其规定具体的行为规范。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、信息技术和网络为基础的。电子商务活动、数据电文、信息技术和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。国际组织和各国在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这种开放性的体现。

4. 兼容性

电子商务法的兼容性是指电子商务法要能适应数据电文、信息技术、网络等多种信息技术手段和形式。电子商务法的兼容性同时也使电子商务法具有复杂性。电子商务活动比传统商务活动涉及的参与者更多，这使得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，即电子商务的信息技术基础复杂且存在依赖性，所以电子商务相关法律必须是兼容的。

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，这些都应该做出法律要求。

课堂讨论：电子商务法的特点有哪些？

（1）国际性；（2）行业惯例性；（3）技术性；（4）兼容性；（5）开放性。

三、电子商务法的作用

（一）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，只有这样，电子商务活动才能有法可依。



（二）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。保障网络交易安全有序的方法有很多种，主要通过技术和法律。电子商务的安全问题是电子商务发展的一个重要影响因素。电子商务安全隐患问题易使人们对电子商务产生怀疑，难以建立交易的信心，从而阻碍电子商务的普及和发展，而电子商务立法就是在法律方面给电子商务提供可靠的保障。

（三）鼓励电子商务长远发展

电子商务立法可以规范电子商务行为，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。

（四）促进信息技术发展

信息技术是电子商务的基础，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，同时也可促进信息技术的进步和发展。



案例 1-1

“英雄”归来靠电商，涅槃重生再创辉煌

1931年，周荆庭用1.5万银圆创办华孚金笔厂（后更名为英雄金笔厂）。1958年，“英雄”用6个月研发的“英雄100型”金笔在抗漏、圆滑度、间歇书写等11项指标上媲美美国名牌派克，上海天马电影制片厂还为此拍摄了影片《英雄赶派克》。

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的企业。1996年，英雄集团的半年报显示其总资产超过7亿元，净资产达3.72亿元。

但是，从1999年开始，“英雄”的光环逐渐褪去，由于主营业务亏损，它不得不变卖资产，包括上海永生金笔37.57%的股权等，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金笔厂并投资3600万元组建了上海英雄金笔有限公司，整合了41件英雄商标，后于2006年将集团名称改为英雄集团。2011年，英雄集团亏损472万元。2012年，其总资产从1996年的7.03亿元降到2498万元，净资产则从3.72亿元降为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”通过电商渠道在半年时间里实现销售额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，包括天猫旗舰店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，其电商渠道销售额达4000万元，英雄金笔有限公司销售增长22.80%，整个集团销售收入增长10%。

“英雄”曾经在20世纪八九十年代叱咤风云，是身价过亿的民族品牌，它经历了从波



峰到波谷的震荡，在长达 15 年的沉寂之后终于回归，这在很大程度上得益于电子商务的发展。

资料来源：梁周倩. “英雄”归来：一支钢笔沉默的十五年和涅槃重生[EB/OL]. (2018-01-18). <http://www.iwshang.com/Post/Default/Index/pid/254578.html>.

第二节 我国跨境电子商务立法情况

1. 跨境电子商务交易规模持续扩大，占进出口贸易额的比例不断提高

当前世界贸易增速趋于收敛，为了开拓市场、提高效益，越来越多的商家开始着力于减少流通环节，降低流通成本，拉近与国外消费者的距离，而跨境电子商务正好为此提供了有利的渠道。2012 年，我国超过美国，成为世界进出口贸易规模最大的国家。同时，跨境电子商务贸易也在快速发展。2016 年，我国跨境电子商务交易额约为 6.5 万亿元，同比增长 35.48%，占进出口贸易总额的 15.89%；跨境电子商务平台企业超过 5000 家，境内通过各类平台开展跨境电子商务的企业超过 20 万家。2020 年，我国跨境电子商务进出口额达 1.69 万亿元，同比增长了 31.1%，其中出口额为 1.12 万亿元，同比增长 40.1%，进口额为 0.57 万亿元，同比增长 16.5%。同时，跨境电子商务监管创新成果从 B2C 推广到 B2B 领域并配套便利通关措施。2020 年，跨境电子商务增长迅猛，通过海关跨境电子商务管理平台验放进出口清单达 24.5 亿票，同比增长 63.3%。2020 年“双 11”期间，全国通过海关跨境电子商务进、出口统一版系统共处理进出口清单 5227 万票，较 2019 年增长 25.5%；处理清单峰值达 3407 票每秒，增长 113.2%，各项指标均创新高。

2. 从进出口结构来看，出口跨境电子商务有望延续快速发展态势

从 2014 年我国跨境电子商务的进出口结构看，我国跨境电子商务中出口占比达到 86.7%，进口占比约为 13.3%。随着网购市场的逐步开放及消费者网购习惯的形成，未来，进口电子商务仍有很大的发展空间，占比也将逐步提升，尤其是以海淘为代表的境外购物方式正受到越来越多国内消费者的青睐，所以跨境电子商务进口份额占比将会保持相对平稳、缓慢的提升速度。

近几年，在跨境电子商务出口方面，出口电子商务零售部分的规模成长得很快。2013 年，我国出口电子商务零售交易额已达 240 亿美元，同比增长 60%。同时，第三方跨境电子商务平台凭借门槛低、覆盖广的特点迅速壮大，其中，阿里速卖通已成为全球最大的跨境电子商务交易平台，eBay、Amazon 也在借助自身平台优势将国内产品销售给海外消费者。随着物流配套的持续升级，尤其是海外仓模式的兴起，出口电子商务在品类升级与区域扩张上正在加快速度，而整个支付体系的进一步打通也将有助于跨境购物的便利化与安全化，从而促进跨境支付业务迎来实质性发展。

3. 以业务模式来看，跨境电子商务以 B2B 业务为主，B2C 模式逐渐兴起

跨境电子商务按照运营模式可分为跨境 B2B 和跨境零售（B2C、C2C），其中，跨境 B2B 在跨境电子商务中居于主导地位。以阿里巴巴与环球资源为代表的 B2B 模式主要是以信息与广告发布为主，凭借收取会员费和营销推广费盈利。这是因为跨境 B2B 单笔交易金



额较大,大多数订单需要进行多次磋商才能达成协议,同时长期稳定订单较多,一般只在线上进行贸易信息的发布与搜索,最终交易在线下完成。而跨境零售直面终端客户,目前在跨境电子商务中的比重较低。从2018年我国跨境电子商务的交易模式看,跨境电子商务B2B交易占比达到72.4%,占据绝对优势,预计2021年我国跨境电子商务中B2B交易占比将达到93%左右。



【视野拓展】
《网络交易监督管理办法》(国家市场监督管理总局令 第37号)

一、我国电子商务立法的原则

(一) 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

对于传统贸易、电子商务贸易或其他贸易活动,电子商务法应该做到一视同仁,不应该限制一种贸易形式而厚待另一种贸易形式。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

对于参与电子商务的国内外当事人、商家、消费者和中间人,电子商务法应该予以同等对待,不能厚此薄彼。法律的“歧视”将会阻碍电子商务的发展。

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。电子商务立法对于注册技术、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,电子商务法对此不应差别对待。多种通信和交易形式的发展与应用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,多种通信和交易形式的发展也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,不应该出现不同法律的地位和效力不平等的现象;不能将传统的法律规范的效力置于电子商务法之上,也不能让电子商务法高于传统的法律规范,正确的做法是保持中立。

(二) 当事人意思自治原则及市场导向原则

电子商务法应当贯彻当事人意思自治原则和市场导向原则,使当事人可在政府介入程度最低的情况下在网络上自由地买卖商品或服务。该原则可以从以下两个角度来理解。

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良好的法律环境和制度保障。电子商务还是一种新生事物，许多规范尚需要探索和实践，因此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，政府应鼓励企业使用电子商务，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意思自治原则和市场导向原则留有余地。具体来讲，在交易的某些领域，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。

（三）体系化和必要性原则

1. 体系化原则

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。因此，电子商务法也必须要和其他法律互相兼容、互相协调。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，一个国家在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

必要性原则是指国家对电子商务方面立法应该是必要的，这是因为电子商务的发展难以适应基于传统商务的立法。

（四）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，当电子商务出现法律问题，在适用现行的法律时，若因为磁介质信息不同于纸质文件而难以产生与纸质文件同等的法律效力，则会为司法实践带来困难，故在电子商务立法中应实行功能等同原则。这一原则的出现为电子商务适用现行法律扫清了障碍，也为电子商务的发展提供了有力的法律支持，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。

（五）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线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制定的《电子商务示范法》率先确立了一些基本规则，为电子商务立法规则的统一奠定了基础。事实上，之后许多国家的立法均采纳了《电子商务示范法》



的基本规则,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,使我国立法在一开始就融入全球电子商务大环境。

(六) 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交易环境对于消费者的保护力度不能小于其他交易环境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,而忽视了对消费者权益的保护,但是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;欧洲国家在电子商务立法时则侧重于对消费者权益的保护,这是由于大部分欧洲国家是大陆法系,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。

(七) 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。电子商务是在虚拟的环境中进行的在线交易,它给人们带来便利的同时也充满不安全因素。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,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。该原则体现在与数据电文、电子商务合同、电子签名、电子认证和电子支付配送等相关的法律中。



【视野拓展】
《中华人民共和国反不正当竞争法》

二、我国电子商务立法的现状

(一) 我国电子商务法立法的过程

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,在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,这标志着“电子商务法”立法工作正式启动。

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北京召开,首次审议《中华人民共和国电子商务法(草案)》(以下简称《电子商务法(草案)》)。会上,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《电子商务法（草案）》。

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，不得附加不合理的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，发生争议时，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。

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，为了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电子商务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、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。

《中华人民共和国电子商务法》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。



【视野拓展】
《中华人民共和国电子商务法》

（二）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

我国关于计算机与网络安全的立法工作开始于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。1994年2月，国务院发布《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》。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。国务院制定公布施行的法律法规有《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》（国务院令 第195号）、《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》（国务院令 第292号）、《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》（国务院令 第147号）、《中华人民共和国电信条例》（国务院令 第



291 号)、《中华人民共和国认证认可条例》(国务院令 390 号)、《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》(国办发〔2015〕46 号)、《中华人民共和国著作权法实施条例》(国务院令 359 号)、《计算机软件保护条例》(国务院令 339 号)等。

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》(工业和信息化部令 1 号)、《电子认证业务规则规范(试行)》、《电子银行业务管理办法》(中国银行业监督管理委员会令 2006 年第 5 号)、《非金融机构支付服务管理办法》(中国人民银行令〔2010〕第 2 号)、《非银行支付机构网络支付业务管理办法》(中国人民银行公告〔2015〕第 43 号)、《关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》(财税〔2013〕96 号)、《证券账户非现场开户实施暂行办法》、《互联网域名管理办法》(工业和信息化部令 43 号)、《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》(国家工商行政管理总局令 90 号)、《侵害消费者权益行为处罚办法》(国家工商行政管理总局令 73 号)、《网络交易管理办法》(国家工商行政管理总局令 60 号)、《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》(国家工商行政管理总局令 62 号)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》(法释〔2000〕12 号)、《最高人民法院关于审理买卖合同纠纷案件适用法律若干问题的解释》(法释〔2012〕8 号)、《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》(法释〔2001〕24 号)、《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》(法释〔2000〕48 号)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》(法释〔2016〕18 号)等。

(三) 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 月发布的《北京市工商行政管理局网上经营行为登记备案的通告》规定,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,北京市工商行政管理局办公室出台了《北京市网络广告管理暂行办法》,2002 年又出台了《北京市电子商务监督管理暂行办法》;同年,北京市人民政府办公厅发布了《北京市互联网上网服务营业场所管理办法》。此外,北京市工商行政管理局还颁布了《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。2018 年 11 月 16 日,北京市市场监督管理局正式揭牌成立。

2. 其他

具体包括广东省人大常委会发布的《电子交易条例》、广东省市场监督管理局发布的



【视野拓展】
《中华人民共和国
电子签名法》



《广东省食品药品监督管理局关于网络食品监督的管理办法》、浙江省人大常委会发布的《实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》和山东省人大常委会发布的《山东省消费者权益保护条例》等。



案例 1-2

全国首张“无实体网店营业执照”

2009年6月8日，全国首张“无实体网店营业执照”正式办好，而泉州市民林国仕成为第一个吃螃蟹的个体户。6月15日，泉州工商部门相关负责人称，这是全国范围内第一张针对纯网店颁发的营业执照，对于规范互联网商务环境意义重大，今后将鼓励网店主申领。如果纯网店要建实体店，需要到工商部门变更登记。从外表上看，林先生的网店执照和普通的个体工商户营业执照并没有什么区别，但仔细一看有三处不同。

“首先是字号名称，特别强调‘网店’二字；其次是经营地址，登记了网址和服务终端即计算机的所在地；第三个不同则是经营范围注明‘通过互联网销售’。”泉州市工商局检查支队有关负责人表示，之前对网店的要求是有实体店再到工商部门备案，而这次给没有实体店铺的网店颁发营业执照是贯彻国务院支持海西建设中的先行先试精神，但在监管程序上会更加严格，而且一旦发现网店超越网络交易，将予以重罚。

从泉州市工商局丰泽工商所工作人员手里接过“个体工商户营业执照”时，网店老板林国仕第一次感觉到踏实：“今后终于可以合理合法地在网上做生意了，不用再玩那些虚的。”林先生是永春县人，从2001年开始就在中华网等网络媒体工作，主要负责广告和品牌宣传策划方面的工作。2007年5月，林先生离开打拼6年的上海回到泉州，自己当起老板。“先是在淘宝网等网络上开网店，做了一年多，感觉很不好，竞相压价，质量没有保证，整个网络市场的竞争处于无序状态。”林先生和一些网店同行交流发现，在没有规范的情况下，市场交易很混乱，代表信用的评价等级也存在弄虚作假现象，消费者的权益维护困难重重。

“继续‘淘’下去心力交瘁，前景也不好，干脆自己出来做一个网购平台。”林先生随后在泉州做了一个同城购物网。2009年4月，他租用到厦门一家公司的服务器，正式营业，但没过几天他就接到工商部门的调查通知书，称其涉嫌无照经营，有可能受到严惩。但是，林先生没有想到自己“因祸得福”。泉州工商部门酝酿先行先试颁发网店执照，即向没有实体店的网店颁发个体工商户营业执照，就将他列为重点考虑对象，指导他最终办理了全国第一张无实体网店营业执照。6月8日，网店营业执照正式办好，林先生到丰泽工商所领取。得知自己成了全国第一人时，他很吃惊：“还真是没有想到，自己成了首个吃螃蟹的！搞互联网商务8年了，想想还真是新鲜，有点兴奋。”目前，林先生已经把执照挂到了自己的网站上。

资料来源：福建泉州颁发全国首张无实体网店营业执照[EB/OL]. (2009-06-17). <http://www.chinanews.com/gn/news/2009/06-17/1737814.shtml>.



案例 1-3

阿里巴巴清除违规店铺

2017 年 4 月 7 日, 阿里巴巴集团廉正合规部发布处罚公告, 宣布永久关闭平台上 36 家以不正当手段牟取利益的商家店铺。这是该部门连续第三年发布此类“封杀令”。

对外, 阿里巴巴集团通过制定平台规则鼓励商家诚信经营, 为千万中小商家的创业、发展提供公正透明的商业环境; 对内, 倡导诚信文化及开展反舞弊调查, 在查处内部腐败的同时推进业务机制完善。据廉正合规部有关负责人介绍, 阿里巴巴集团目前有近五万名员工, 分布在国内及海外多地, 而廉正诚信文化和商业行为准则是每个入职阿里巴巴集团的员工的“必修课”, 也是每年必需的评估考核项目。该负责人强调, 商家一旦发现阿里巴巴集团的员工存在任何违规行为, 可随时通过其廉正举报平台举报。

资料来源: 阿里巴巴公布反腐处罚结果: 清退 36 家违规店铺[EB/OL]. (2017-04-07). <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1564004844340356&wfr=spider&for=pc>.

第三节 国外电子商务立法情况

一、联合国的电子商务立法

联合国国际贸易法委员会于 1996 年 12 月通过了《电子商务示范法》。该法是世界范围内第一个有关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, 从而促进各国使用电子数据、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, 电子商务合同的订立和效力, 当事人对数据电文的承认, 数据电文的归属, 确认收讫、发出与收到的时间, 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》为各国家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的协调发展。

联合国国际贸易法委员会于 2000 年 7 月通过了《电子签名示范法》并于 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, 为各国家和地区制定电子签名法提供了范本。



【视野拓展】
《电子商务示范法》立法情况

二、美国的电子商务立法

(一) 《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具有法律效力。

（二）《全球电子商务纲要》

1997年7月1日，美国发布《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。该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中建立框架。美国政府积极地通过WTO、OECD（Organization for Economic Cooperation and Development，经济合作与发展组织）、APEC

（Asia Pacific Economic Cooperation，亚太经济合作组织）等国际组织来实践该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。



【视野拓展】
美国《全球电子商务纲要》

（三）《互联网免税法案》

美国自发布《全球电子商务纲要》之后，先后通过《互联网免税法案》（*Internet Tax Freedom Act of 1997*）、《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*）和《1998年儿童网上隐私权保护法案》（*Children's Online Privacy Protection Act of 1998*）四个法案。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》。该法案中规定：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。

（四）《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，同时为美国各州建立了一个统一的电子商务交易规范体系，从操作规程上保证了电子商务的顺利开展。2000年9月29日，美国统一州法全国委员会颁布了《统一计算机信息交易法》。

（五）《国际与国内商务电子签名法》

美国众议院司法委员会于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*）作为在全美统一实施的电子签名法案。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，各州关于电子签名适用的法律不同，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，各州必须遵守此法案的电子签名规则，不得另行制定法案。《国际与国内商务电子签名法》遵循“技术中立”的原则，认定电子签名只要符合标准即具有法律效力。



三、欧盟和欧洲国家的电子商务立法

（一）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。欧盟于 1998 年颁布了《关于信息社会服务的透明度机制的指令》，又于 1999 年通过了《关于建立有关电子签名共同法律框架的指令》（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，成为各成员国进行电子签名立法的基础，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应用。该指令明确地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。

《电子签名指令》旨在推动电子签名和促进其法律效力与认同性，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。该指令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。



【视野拓展】
欧盟《电子签名指令》

2. 欧盟《电子商务指令》

2000 年，欧盟颁布了《关于共同体内部市场的信息社会服务，特别是电子商务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、电子商务合同电子交易、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。

《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，因此欧盟与主要的非欧盟地区也有必要互相协商，以使各国的法律与程序相一致。



【视野拓展】
欧盟《电子商务指令》

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），欧盟地区由此成为世界上第一个对电子商务征收增值税的区域，开启了对电子商务的征税。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，欧盟各成员国中取得电子商务收入的非欧盟居民企业，按在欧盟地区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：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。

（二）英国的电子商务立法

英国的电子通信立法对网络服务提供商、电子商务的促进与数据储存、电信执照、法



律修改、主管机关等进行了具体规范。2002 年，英国根据欧盟《电子商务指令》制定了《电子商务条例》。

（三）欧洲其他国家的电子商务立法

1. 意大利

意大利于 1997 年制定了《数字签名法》，又于 1998 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》在原则上承认了电子文件的法律效力，而总统令具体规定了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》具体规定了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，法国制定了信息与通信服务相关法案，对电子商务活动做了详细的规定，包括《通信服务使用法》《通信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》《版权法修正案》《价格标示法修正案》等。

3. 俄罗斯

1995 年 1 月，俄罗斯制定了《俄罗斯联邦信息、信息化和信息保护法》。这是世界上较早的一部关于电子商务的法律。该法调整了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。俄罗斯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，俄罗斯又颁布了《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。

四、亚洲国家的电子商务立法

（一）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，新加坡政府颁布了《新加坡电子交易法》，用以全面规范电子商务活动。1999 年，新加坡颁布了《电子交易（认证机构）规则》和《认证机构安全方针》，作为《新加坡电子交易法》的配套法律。《新加坡电子交易法》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，电子商务合同的成立、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，认证机构的设立、义务及行为准则等。《新加坡电子交易法》遵循技术中立原则，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。

（二）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》，这是亚洲最早的有关电子商务方面的立法，旨在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字文件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；认证机构必须接受主管机关的严密监管。



案例 1-4

北京××科技有限公司商丘分公司未按规定审查登记经营主体身份案

2017年3月,商丘市工商局梁园分局经检队执法人员在检查中发现,北京××科技有限公司商丘分公司在经营某团商丘站时未能对平台上的部分经营主体的身份进行审查登记,便依法对其行为予以警告。2017年4月17日,执法人员再次进行检查,发现其仍未对经营主体的身份信息进行审查登记。当日,商丘市工商局梁园分局对其下达责令改正通知书,责令7日内改正。至2017年5月17日,该公司仍未对经营主体的身份信息进行审查登记。商丘市工商局梁园分局认为当事人的行为违反了《网络交易管理办法》第二十三条第一款的规定并依据《网络交易管理办法》第五十条的规定对当事人处以罚款。

资料来源:网络诚信 消费无忧之曝光:河南省2017网络违法典型案例[EB/OL].(2017-11-10). <https://www.ysnns.com/bbs/read.php?tid=177792>.



思考与练习

1. 简述电子商务法的特点。
2. 简述电子商务法的作用。
3. 简述我国跨境电子商务行业的现状。
4. 简述我国电子商务立法存在的问题。
5. 跨境电子商务所涉及的法律问题有哪些?



经典案例赏析

2017年“双11”网络购物价格、质量、售后服务调查体验报告

中国消费者协会为了加强对“双11”网购商品价格、售后服务及质量状况的社会监督,于2017年10月至2018年1月组织开展了“双11”网购商品价格、质量、服务调查体验活动并于2018年2月7日公布《2017年“双11”网络购物价格、质量、售后服务报告》。在“海淘”商品鉴定方面,本次调查体验活动实际购买了93个“海淘”商品样品,涉及37个品牌。

体验人员联系品牌商标权益人或授权人,协商出具商品鉴定结论。截至目前,仅有19个品牌商标的权益人或授权人对53个样品出具了鉴定结论,其中38个样品为正品,16个样品涉嫌仿冒。中国消费者协会公布了鉴定结果《2017年“双11”“海淘”样品真假鉴定情况一览表》,相关结果如下。

(1)在53个样品中,电器样品有5个,涉及飞利浦、博朗两个品牌,根据商标权益人或授权人的鉴定结论,均为正品;母婴用品涉及花王、嘉宝、帮宝适、惠氏这4个品牌,



10 个样本，均为正品。

(2) 化妆品涉及资生堂、CPB、兰蔻、科颜氏、美宝莲、雅诗兰黛、倩碧 7 个品牌，19 个样品。根据商标权益人或授权人的鉴定结论，其中 11 个样品为正品，8 个样品涉嫌仿冒。涉嫌仿冒品的商品分别为京东平台“美亚国际海外专营店”销售的资生堂洗颜专科洗面奶、聚美优品平台“极速免税店”销售的雅诗兰黛特润修护肌透精华露、蜜芽网平台销售的资生堂洗颜专科洗面奶与蜜芽精选商家销售的雅诗兰黛多效智妍精华霜、拼多多平台“jdf 美妆”店铺销售的资生堂洗颜专科洗面奶与该平台“雅纯美妆”店铺销售的雅诗兰黛 ANR 眼霜、淘宝网平台“卡莱雅护肤世家”店铺销售的资生堂安耐晒防晒霜、网易考拉海购平台“自营直邮仓”销售的雅诗兰黛 ANR 眼部精华霜。

(3) 鞋类涉及 Adidas、沙驰、爱步、斯凯奇 4 个品牌，10 个样品。根据商标权益人或授权人的鉴定结论，其中 7 个为正品，3 个为涉嫌仿冒品。涉嫌仿冒的商品为贝贝网平台阿迪达斯品牌入驻商销售的阿迪达斯三叶草史密斯鞋、国美在线平台“海昆运动专营店”销售的阿迪达斯贝壳鞋、拼多多平台“蔡小姐的鞋”店铺销售的阿迪达斯椰子鞋。

(4) 箱包类别涉及 Coach、Michael Kors 2 个品牌，9 个样品。根据商标权益人或授权人的鉴定结论，其中 4 个为正品，5 个为涉嫌仿冒品。涉嫌仿冒的商品分别为当当网平台“奢淘全球购专营店”销售的 Coach 购物袋、国美在线平台“欧尚奢侈品箱包专营店”销售的 Coach 波士顿女包、京东平台“佰旺海外专营店”销售的 Michael Kors 玳瑁包、拼多多平台“ishop 轻奢一号”店铺销售的 Coach 贝壳包、淘宝平台“月月小姐美国代购”店铺销售的 Coach 波士顿女包。

资料来源：2017 年“双 11”网络购物价格、质量、售后服务调查体验报告[EB/OL]. (2018-02-07). www.cca.org.cn/jmxf/detail/27885.html。



思考讨论题

1. 分析跨境电子商务出现假货的主要原因，谈谈如何解决跨境电子商务的假货问题。
2. 跨境电子商务有什么优势和特点？你认为我国发展跨境电子商务应当在法律法规方面采取什么措施？