

高等学校电子商务系列创新教材

电子商务 法律法规

主编 魏学文 王秀海 陈玉涛



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

内容提要

本书以电子商务为主线,全面系统地介绍了与电子商务相关的法律法规知识。本书共十一章,包括电子商务法律法规概述、电子合同法律法规、电子签名与电子认证法律法规、电子支付法律法规、电子商务快递物流法律法规、电子商务知识产权法律法规、消费者权益与个人信息保护、电子商务纠纷与解决、跨境电子商务法律法规、直播电子商务法律法规、农村电子商务法律法规。

本书既可作为高等院校电子商务专业教材,也可作为相关从业人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务法律法规 / 魏学文, 王秀海, 陈玉涛主编.
上海:上海交通大学出版社, 2024. 8. -- ISBN 978-7-313-31403-1

I. D922. 294

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2024412YD0 号

电子商务法律法规

DIANZI SHANGWU FALÜ FAGUI

主 编:魏学文 王秀海 陈玉涛

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

印 制:三河市骏杰印刷有限公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

字 数:301 千字

版 次:2024 年 8 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-31403-1

定 价:49.90 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:16

印 次:2024 年 8 月第 1 次印刷

电子书号:ISBN 978-7-89424-836-7

版权所有 侵权必究

告读者:如您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:0316-3662258



近年来，我国各行各业从业者的法治观念逐步增强，法律制度日益完善。在科技进步及国家政策的支持下，我国电子商务行业蓬勃发展成为新时代的重要产物，拥有广阔的发展前景。然而，电子商务作为一个快速发展的领域，其相关法律法规也需不断更新，以适应新的形势和需求。

随着国首部综合性电子商务法律——《中华人民共和国电子商务法》的实施，电子商务行业正式进入法治化、规范化的轨道。电子商务涉及诸多法律法规，除了《中华人民共和国电子商务法》，其他相关法律法规与政策也对电子商务活动进行规范，为行业的健康发展提供了有力的法律保障。

党的二十大报告对“坚持立德树人”做出了深层次的阐述，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。”对于服务地方产业的电子商务专业教育而言，既要积极探索教育发展的新思路，又要结合产教融合的新理念，将人才培养与社会需求相结合，培养出社会真正需要的复合型人才。

为普及电子商务法律法规知识，规范电子商务行业秩序，并培养电子商务领域的专业人才，我们特别组织了一线教学经验丰富的教师团队编写了本书。

本书推荐学时安排见下表。

序 号	内 容	学 时
1	电子商务法律法规概述	4
2	电子合同法律法规	6
3	电子签名与电子认证法律法规	4
4	电子支付法律法规	8
5	电子商务快递物流法律法规	4



(续表)

序 号	内 容	学 时
6	电子商务知识产权法律法规	6
7	消费者权益与个人信息保护	4
8	电子商务纠纷与解决	6
9	跨境电子商务法律法规	4
10	直播电子商务法律法规	4
11	农村电子商务法律法规	4
总计		54

本书体现了以下特点。

(1) 依据国家相关法律法规编写,内容紧贴电子商务行业实际,符合学生的认知规律,遵循电子商务发展的基本原则。

(2) 融入课程思政,引导学生讨论并思考思政内容,促进学生身心健康发展。

(3) 设有“学习目标”“思政讨论”“条文解读”“知识链接”“知识小卡片”等模块,辅助学生高效学习。

(4) 配套丰富的教学资源,有效辅助教师开展教学工作。

本书由山东航空学院魏学文、王秀海、陈玉涛主编。

由于编者水平有限,书中难免存在不足之处,敬请广大读者批评指正。

编 者



第 1 章

电子商务法律法规概述	1
1.1 电子商务法认知	2
1.1.1 电子商务法的概念	2
1.1.2 电子商务对法律的依赖	3
1.1.3 电子商务的法律问题	3
1.1.4 电子商务法的基本原则	5
1.1.5 电子商务法的作用	8
1.2 电子商务法律关系	9
1.2.1 电子商务法律关系的概念	9
1.2.2 电子商务法律关系的特点	9
1.2.3 买卖双方的法律关系	11
1.2.4 电子商务其他法律关系	14
1.2.5 电子商务法律关系的组成	16
复习思考题	19

第 2 章

电子合同法律法规	20
2.1 电子合同的基础知识	21
2.1.1 电子合同的概念和分类	21
2.1.2 电子合同的特征	23
2.2 电子合同的订立	23
2.2.1 电子合同的要约	23
2.2.2 电子合同的承诺	25
2.2.3 电子合同成立的时间和地点	26
2.2.4 电子合同的确认收讫规则	27
2.3 电子合同的条款与生效	28
2.3.1 电子合同的主要条款	28
2.3.2 电子格式合同	30
2.3.3 电子合同的生效条件	34
2.3.4 无民事行为能力人和限制民事行为能力人订立的电子合同	35
2.4 电子合同的履行及违约救济	36
2.4.1 电子合同的履行	36
2.4.2 电子合同的违约归责原则与违约救济	39
2.4.3 电子信息合同的履行	43
复习思考题	46



第3章

电子签名与电子认证法律法规 48

3.1 电子签名法律法规	49	3.2 电子认证法律法规	60
3.1.1 电子签名的概念和特征	49	3.2.1 电子认证的概念和特征	60
3.1.2 电子签名的功能	51	3.2.2 电子认证的作用和程序	61
3.1.3 电子签名与手写签名的不同	53	3.2.3 电子认证服务机构的含义和特点	62
3.1.4 电子签名的法律效力	55	3.2.4 电子认证服务机构设立的形式和条件	63
3.1.5 电子签名的实现方式	57	3.2.5 电子认证服务机构的申请和许可	66
		3.2.6 电子认证服务机构的法律责任	68

复习思考题 73

第4章

电子支付法律法规 75

4.1 电子支付概述	76	4.3 电子支付中的法律关系与法律责任	88
4.1.1 电子支付的概念	76	4.3.1 电子支付中的法律关系	88
4.1.2 电子支付的特征	76	4.3.2 电子支付中的法律责任	90
4.1.3 电子支付的分类	77	4.4 电子支付风险的防范	92
4.2 电子支付工具	77	4.4.1 电子支付风险的类型	92
4.2.1 电子现金	77	4.4.2 电子支付法律风险的防范	96
4.2.2 电子支票	79	4.4.3 电子支付安全风险的防范	98
4.2.3 电子信用卡	79	4.5 非银行机构支付服务的法律问题	100
4.2.4 网上银行	80	4.5.1 非银行机构支付业务的法律义务	100
4.2.5 数字货币	82	4.5.2 支付账户的概念和类型	101
4.2.6 第三方支付	86		

复习思考题 102

第5章

电子商务快递物流法律法规 104

5.1 快递与物流概述	105	5.2 快递物流服务提供者、接受者的责任与义务	117
5.1.1 快递的概念与分类	105	5.2.1 快递物流服务提供者的责任与义务	117
5.1.2 物流的概念和特征	107	5.2.2 快递物流服务接受者的责任与义务	118
5.1.3 电子商务物流模式	109		
5.1.4 电子商务物流的作业流程	114		

复习思考题 121



第6章

电子商务知识产权法律法规 122

6.1 电子商务知识产权概述	123	6.3.2 商标权和商标法	132
6.1.1 知识产权和电子商务知识产权	123	6.3.3 商标权侵权行为和责任	133
6.1.2 电子商务经营主体的知识产权保护义务	125	6.4 专利权的法律保护	137
6.2 网络著作权的法律保护	125	6.4.1 电子商务专利权概述	137
6.2.1 网络著作权的定义和特点	125	6.4.2 专利权的授权条件和专利的申请	138
6.2.2 网络著作权的主体和客体	126	6.4.3 电子商务专利侵权的形式	139
6.2.3 网络著作权的内容和侵权形式	127	6.5 域名法律法规	140
6.2.4 网络著作权的限制	128	6.5.1 域名的概念和法律特征	140
6.2.5 网络著作权的法律保护手段	129	6.5.2 域名纠纷的类型	141
6.3 商标权法律法规	131	6.5.3 域名保护的原则	141
6.3.1 商标的概念与分类	131	6.5.4 域名与商标权的冲突	142

复习思考题 144

第7章

消费者权益与个人信息保护 145

7.1 消费者权益保护法	146	7.1.5 侵害消费者权益的法律责任	154
7.1.1 消费者权益保护法的概念和法律特征	146	7.2 个人信息保护	155
7.1.2 消费者权益保护法的适用范围和主要内容	148	7.2.1 个人信息概述	155
7.1.3 电子商务中消费者权益的保护	150	7.2.2 个人信息权	160
7.1.4 消费过程中发生争议的解决途径与特定规则	153	7.2.3 电子商务中个人信息的保护原则	163
		7.2.4 电子商务中个人信息的侵权	164

复习思考题 167

第8章

电子商务纠纷与解决 168

8.1 电子商务纠纷与解决概述	169	8.1.4 电子商务纠纷的解决方式	171
8.1.1 电子商务纠纷的概念	169	8.2 电子商务纠纷的管辖与法律适用	177
8.1.2 电子商务纠纷的特点	169	8.2.1 电子商务纠纷的管辖	177
8.1.3 电子商务纠纷解决的基本原则	171	8.2.2 电子商务纠纷的法律适用	181



8.3 电子商务诉讼中的电子证据	183	8.3.3 电子证据的特征	185
8.3.1 电子证据的概念	183	8.3.4 电子证据的收集	185
8.3.2 电子证据的类型	183	8.3.5 电子证据的审查	189

复习思考题	189
--------------	------------

第9章

跨境电子商务法律法规 **191**

9.1 跨境电子商务概述	192	9.3 完善我国跨境电子商务法律监管的对策	204
9.1.1 跨境电子商务的概念	192	9.3.1 完善法律法规	204
9.1.2 跨境电子商务的特点	193	9.3.2 完善支付功能及物流	204
9.1.3 跨境电子商务的分类	195	9.3.3 完善国际监管交流合作	204
9.1.4 我国跨境电子商务发展现状	198	9.3.4 加强海关监管	205
9.2 我国跨境电子商务法律政策及监管现状	200	9.3.5 强化检验检疫	205
9.2.1 跨境电子商务相关法律政策	200	9.3.6 建立跨境电子商务企业信用管理体系	205
9.2.2 我国跨境电子商务法律监管现状	202	9.4 跨境电子商务知识产权的法律风险和保护措施	206
		9.4.1 跨境电子商务知识产权的法律风险	206
		9.4.2 跨境电子商务知识产权的保护措施	207

复习思考题	208
--------------	------------

第10章

直播电子商务法律法规 **209**

10.1 直播电子商务概述	210	10.2.3 直播电子商务法律法规的约束	217
10.1.1 直播电子商务的概念	210	10.3 直播电子商务法律法规存在的问题及其应对	219
10.1.2 直播电子商务的特征	210	10.3.1 直播电子商务法律法规存在的问题	219
10.1.3 直播电子商务的模式和产业链	212	10.3.2 直播电子商务法律法规问题的应对	221
10.1.4 直播电子商务的发展历程	214	10.4 带货主播在直播中的主体定位及法律责任	223
10.1.5 当前直播电子商务发展中存在的问题	215	10.4.1 带货主播在直播中的主体定位	223
10.2 直播电子商务法律法规的现状	216	10.4.2 带货主播的法律责任	224
10.2.1 直播电子商务发展的现状	216		
10.2.2 直播电子商务相关立法的现状	217		



10.5 直播电子商务法律法规完善的方向	225	10.6 直播电子商务法律法规完善的路径	227
10.5.1 政府加强监管	225	10.6.1 直播电子商务宣传方面法律法规完善的路径	227
10.5.2 完善相关法律法规	225	10.6.2 《广告法》在直播电子商务宣传方面完善的路径	229
10.5.3 多方主体协同共治	226	10.6.3 关于虚假广告与虚假宣传法律法规的完善	230
复习思考题			231

第 11 章

农村电子商务法律法规	232
11.1 农村电子商务概述	233
11.1.1 农村电子商务的概念及其产生的背景	233
11.1.2 农村电子商务发展的意义	233
11.1.3 农村电子商务发展的现状	234
11.2 农村电子商务法律服务现状及面临的问题	237
11.2.1 农村电子商务法律服务需求现状	237
11.2.2 农村电子商务法律服务供给现状	237
11.2.3 农村电子商务法律服务面临的问题	238
11.3 农村电子商务存在的法律风险及其原因分析	239
11.3.1 农村电子商务存在的法律风险	239
11.3.2 农村电子商务存在法律风险的原因	240
11.4 解决农村电子商务法律风险的对策	241
11.4.1 完善农村电子商务的法律法规	241
11.4.2 健全农村电子商务监管体系	242
11.4.3 建立多元化的农村电子商务纠纷解决机制	242
11.4.4 充分发挥政府的服务职能	242
11.5 农村电子商务法律法规健全策略	243
11.5.1 完善农村电子商务领域的法律法规	243
11.5.2 健全农村电子商务的监管体系	244
11.5.3 提高农村电子商务主体的道德素质及法律意识	244

复习思考题	245
--------------	------------

参考文献	246
-------------	------------

第 1 章

电子商务法律法规概述

学习目标

- (1) 初步了解电子商务法。
- (2) 了解电子商务法律关系。
- (3) 了解电子商务的法律问题。
- (4) 掌握电子商务法的作用。
- (5) 掌握电子商务买卖双方的法律关系。

思政讨论

《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《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,中华人民共和国主席令(第七号)公布,共七章节八十九条,自2019年1月1日起施行。

讨论:

- (1)《电子商务法》的施行,对我国电子商务行业发展有着怎样的意义?
- (2)学习完本章后,你对问题(1)的认识与学习本章之前有了哪些差别?



1.1

电子商务法认知



1.1.1 电子商务法的概念

电子商务法是指以电子商务活动中所产生的各种社会关系为调整对象的法律规范的总和。

法律的调整对象是立法的核心问题，它揭示了立法调整的特定主体所产生的特定社会关系，也是一法区别于另一法的基本标准。由电子商务的内在本质和特点可知，电子商务法的调整对象是电子商务交易活动中发生的各种社会关系，而这类社会关系是在广泛采用新型信息技术并将这些应用于技术商业领域后才形成的特殊的社会关系，它们交叉存在于虚拟社会和实体社会之间，有别于实体社会中的各种社会关系且完全独立于现行法律的调整范围。

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推动了电子商务法的产生。



知识链接

《电子商务法》实施的意义

对于消费者来说，《电子商务法》成了维护自身权益的“利剑”。在日常的电子商务交易中，当自身的合法权益受到侵害时，消费者能够依法维权。通览《电子商务法》，从条文体现的精神来看，其更加偏向于维护消费者的利益，这足以说明在市场经济大环境下，电子商务的长足发展离不开消费者，维护好消费者的权益更是开展商务活动的重中之重。

对于经营者来说，要遵循《电子商务法》提出的规则，并在其指导下承担相应的责任。《电子商务法》不仅划定了禁止刷单、禁止搭售、禁止杀熟等经营者不敢逾越的红线，同时也明确了经营者的责任与义务，并鼓励平台经营者建立担保、促进争端解决等机制，将经营者朝着有责任、有担当的方向引导。

对于电子商务行业来说，《电子商务法》的出台标志着我国电子商务行业从原先的自由生长逐渐过渡为合法合规发展，夯实了电子商务领域消费者权益保护的根基，有利于营造良好的电子商务业态，促进电商行业朝着健康的方向发展。

对于国家来说，《电子商务法》走在了世界前列，填补了我国电商领域法律法

规的空白，也开了我国电子商务立法的先河，对于世界范围内的电子商务立法也具有示范意义。

通常，人们在描述某一法律部门或领域的概念时，往往会提及其特定的对象。电子商务法调整的是以数据电文为交易手段而形成的以交易形式为内容的商事关系。也就是说，以数据电文为交易手段而形成的以交易形式为内容的商事关系就是电子商务法调整的对象。

知识小卡片

数据电文

数据电文系指经由电子手段、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邮件、电报、电传或传真。数据电文作为一种新型的信息交换方式，在法律和商业活动中扮演着重要角色，其法律地位和证据效力已经得到法律的认可和使用。



1.1.2 电子商务对法律的依赖

与传统的面对面交易相比，电子商务的虚拟性、国际性等特点决定了其对法律更强的依赖，这主要表现在以下方面。

(1) 电子商务常常以远程异地网上交易代替面对面、“一手交钱一手交货”的传统交易形式，这对交易过程的安全和诚信提出了新的要求。

(2) 电子支付和认证信息取代传统的纸质现金和交易凭证，对信息安全技术、加密技术和交易各方身份的认证技术提出了更高的要求。

(3) 电子商务是通过因特网、网站服务器等组成的虚拟环境实现的，交易过程超越企业、地区甚至国家的范围，因此对其征税等需要新的规则和新的技术支持。

(4) 电子商务规则的制定不能单靠一个企业、行业甚至一个国家，它需要全国乃至世界各国进行探讨和协调。

(5) 电子商务的技术不断推陈出新，会不断引发新的问题，因此会给法律带来新的挑战。



拓展阅读

《电子商务法》的制定对电子商务的影响
-s4gnz0



1.1.3 电子商务的法律问题

电子商务的全球性特点改变了人们的生活和思维方式。但也正因为如此，电子商务面



临着一系列不可避免的法律问题。

1. 电子合同的有效性问题

电子合同与纸质合同相比,存在容易被修改、删除、复制和丢失的一些缺点,同时电子合同不能脱离特定的计算机等信息化工具,所以如何保证电子合同的有效性是一个亟待解决的问题。

2. 电子商务平台出现故障时的法律效力问题

企业开展电子商务时往往以网站作为平台,完全依赖网络和计算机的可靠性。互联网是一个完全开放式的网络,任何人都可以进入电子商务平台。无论是计算机硬件、软件的错误还是黑客的攻击,都可能导致计算机出错,而这就需要明确交易安全的责任和信息安全性的法律效力问题。

3. 消费者权益的保护问题

网上购物是在虚拟的网络环境中完成的,消费者不仅看不到商家,也看不见、摸不着货物本身。而要想保证消费者能在电子商务平台承诺的时间内收到质量合格的商品,就需要有法律的保障。

4. 隐私权的问题

消费者在网上购物时,往往需要首先注册,填写个人信息,如姓名、住址、电话、电子邮箱、年龄、性别和受教育程度等。在网上付款时,消费者还要输入个人信用卡账号等信息,他们无法知晓是否有人正在某个角落“虎视眈眈”,准备窃取自己的隐私信息。而这就需要依靠法律来保护消费者的隐私不受侵犯。



知识小卡片

隐 私 权

隐私权是指自然人享有的私人生活安宁与私人信息依法受到保护,不被他人非法侵扰、知悉、搜集、利用和公开等的一种人格权。隐私权赋予权利人对私人生活的控制权,这种控制权包括防御他人窃取个人隐私与是否向他人公开隐私及公开范围的决定权。隐私权的常见类型包括个人生活自由权、情报秘密权、个人通信秘密权、个人隐私利用权。

5. 知识产权的保护问题

电子商务以电子信息取代了传统商务中信息的传递方式,给用户带来了极大的方便。但电子信息易传播和复制的特点,使得知识产权的保护在互联网上遇到了新的挑战,不仅涉及传统知识形态的产权保护问题,还涉及很多互联网上新的知识形态的产权保护问题。



6. 电子商务的税收问题

一些国家为了促进电子商务的发展，在网上交易新兴起时实行免税政策，但电子商务作为一种商务活动，应向国家纳税。然而由于电子商务具有虚拟性和国际性，所以实现网上交易纳税并不是一件容易的事。这不仅涉及如何监管网上交易的数量、收入等问题，还涉及交易地点、税收管辖等问题。



1.1.4 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

中立原则包括技术中立、媒介中立、实施中立和同等保护四个方面。

(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。

(2) 媒介中立。媒介中立是指法律对采用纸质媒介交易还是采用电子媒介（或其他媒介）交易都一视同仁，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。其与技术中心联系紧密。

(3) 实施中立。实施中立是指在电子商务立法和司法实践中，强调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。

(4) 同等保护。同等保护是指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。

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，也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。

安全性原则要求与电子商务有关的交易信息在传输、存储、交换等过程中不丢失，不被泄露、窃听、拦截、改变等；要求网络和信息保持可靠性、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。

《电子商务法》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。”



《电子商务法》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

在交易自治原则下，参加电子商务交易的当事人完全可以按照自己的意愿进行协商，确定协议条款，选择交易与履行的方式等，协议条款不得含有被强迫的成分，不得与国家法律强制性规定相抵触。允许当事人以协议方式订立其间的交易规则是交易自治的基本特点。

在电子商务法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。《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)(以下简称《电子商务示范法》)第四条规定：“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。



知识小卡片

《电子商务示范法》实施的意义

《电子商务示范法》对电子商务的一些基本法律问题做出的规定，有助于填补跨境电子商务方面的法律空白。它既不是国际条约，也不是国际惯例，仅仅是电子商务的示范法律文本，但有助于各国完善、健全有关传递和存储信息的现行法规和惯例，并给全球化的电子商务创造出统一的、良好的法律环境。

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作用，国务院和县级以上地方各级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的管理体制和管理方式。

《电子商务法》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，运用互联网思维、互联网管理办法，体现电子商务管理创新。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。

《电子商务法》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。”

《电子商务法》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。”



知识链接

《电子商务法》的立法进程

2000年12月，第九届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议审议通过了《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》。

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审议通过《中华人民共和国电子签名法》（以下简称《电子签名法》）。

2012年12月28日，第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》。

2013年12月7日，全国人民代表大会常务委员会在人民大会堂召开了电子商务法起草组的第一次会议，开启电子商务法的立法进程。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，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民代表大会常务委员会立法规划，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25日，全国人民代表大会常务委员会于全国人民代表大会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。

2015年1月至2016年6月，开展并完成《电子商务法》的法律草案起草。

2016年3月10日，全国人民代表大会财政经济委员会副主任委员透露，电子商务立法已列入第十二届全国人民代表大会常务委员会五年立法规划。

2016年12月，第十二届全国人民代表大会常务委员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日至2017年1月26日，全国人民代表大会常务委员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民代表大会常务委员会第三次会议审议。



2018年8月27日至8月31日，举行的第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议对《电子商务法（草案）》进行四审。

2018年8月31日，全国人民代表大会常务委员会表决通过《电子商务法》，《电子商务法》自2019年1月1日起施行。



1.1.5 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、快速发展营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（electronic data interchange, EDI）等现代信息技术在商务交易中的使用正在急剧增多，并有望得到进一步发展。然而，以非书面的电文形式来传递具有法律意义的信息，可能受到使用这种电文时所遇到的法律障碍或电文法律有效性不确定的影响。制定电子商务法的目的就是向电子商务的各类参与者提供一套虚拟环境下进行交易的规则，说明怎样消除此类法律障碍，如何为电子商务营造一种比较可靠的法律环境。



知识小卡片

EDI

电子数据交换是指按照同一规定的一套通用标准格式，将标准的经济信息通过通信网络传输，在贸易伙伴的电子计算机系统之间进行数据交换和自动处理。由于使用EDI能有效地减少直到最终消除贸易过程中的纸面单证，因而EDI也被称为“无纸交易”。它是一种利用计算机进行商务处理的新方法。EDI是将贸易、运输、保险、银行和海关等行业的信息用一种国际公认的标准格式，通过计算机通信网络，使各有关部门、公司与企业之间进行数据交换与处理，并完成以贸易为中心的全部业务过程。

2. 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障措施，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。

电子商务安全问题涉及两个方面：一是交易安全，二是信息和网络安全。这两个安全问题往往交织在一起，没有信息网络安全就没有交易安全。

3. 鼓励电子商务参与人利用现代信息技术促进交易活动

电子商务法能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。从这一点讲，电子商务法不是从技术角度来处理电子商务关系的，而是尽可能地创造安全的法律环境，以便电子商务参与人高效率地开展贸易和服务活动。

1.2

电子商务法律关系



1.2.1 电子商务法律关系的概念

电子商务法律关系是指电子商务法律规范确认和调整的以电子商务活动参与人的权利与义务为内容的社会关系。在社会生活中，个人和组织为了满足自身的各种需要，必须从事社会活动，相互之间就会发生各种社会关系。为了使社会关系的确立和发展符合国家利益与社会公共利益，国家运用不同的法律规范来调整社会关系。调整社会关系的法律规范不同，其所形成的法律关系也就不同，如由行政法调整的社会关系是行政法律关系，由诉讼法调整的社会关系是诉讼法律关系，由民法调整的社会关系就是民事法律关系，而由电子商务法调整的社会关系就是电子商务法律关系。因此，电子商务法律关系是电子商务法调整社会关系的具体法律形式。



1.2.2 电子商务法律关系的特点

电子商务法律关系具有以下几个特点。

1. 电子商务法律关系具有平等性

电子商务法律关系是平等主体之间的财产关系和人身关系在法律上的表现。这种法律关系的平等性主要表现在以下两个方面。

(1) 主体地位平等。电子商务法律关系的当事人各自有着独立的、平等的法律地位，不论以何形式参与电子商务活动，当事人的地位都是平等的，相互之间不存在不平等的命令与服从、管理与被管理的隶属关系。而不建立在平等基础上的法律关系也不属于电子商务法律关系范畴。

(2) 权利义务一般对等。在大多数电子商务法律关系中，当事人往往都享有权利并且负有义务，且通常一方的权利就是另一方的义务，反之亦然。但是，权利义务的对等并非电子商务法律关系的根本特征。也就是说，只要当事人的法律地位是平等的或是在平等的基础上设立的，即使在某些情况下一方只享有权利，另一方只承担义务，也应属于电子商



拓展阅读

电子商务法律关系和
普通民事关系的区别
-iwylvhz



务法律关系的范畴。

2. 电子商务法律关系具有复合性

电子商务的交易和服务关系主要由电子商务法中的民商法部分来调整。因为电子商务法具有私法和公法交融的性质，国家为推进电子商务的发展，对其实行宏观调控，行政部门对电子商务主体、市场秩序、电子认证、网络安全、网络税收等进行监管，所以，违反电子商务法的法律责任不仅有民事责任，还有行政责任和刑事责任。

3. 电子商务法律关系是一种意志关系

电子商务法律关系不是一般的社会关系，是按照国家意志建立起来的社会关系，是依法律形式表现的社会关系。因此，电子商务法律关系体现着国家的意志，只有在当事人的行为符合电子商务法中体现的国家意志时，国家才能确认并保护当事人建立起来的电子商务法律关系，并用国家强制力来保证电子商务法律关系中的权利、义务内容的实现。

电子商务法律关系作为一种意志关系，不仅体现了国家的意志，而且体现了当事人的意志。在许多情况下，电子商务法律关系的产生、变更和消灭以及电子商务法律关系的内容，都取决于交易者的意志。这也是电子商务法律关系不同于其他法律关系的显著特点。

因此，电子商务法律关系不是物质关系，而是一种意志关系，属于上层建筑的范畴。



知识小卡片

上层建筑

上层建筑是指建立在一定经济基础上的社会意识形态以及与之相适应的政治法律制度 and 设施等的总和。它包括阶级关系（基础关系）、维护这种关系的国家机器、社会意识形态以及相应政治法律制度、组织和设施等。

上层建筑与经济基础对立统一。建立在经济基础之上的政治、法律制度和与经济基础相适应的社会意识形态，是人们在一定的经济关系基础上形成的包括政权、法制、军队、警察、法院、党派团体的组织活动等全部国家机器和政治机构，以及政治、法权、道德、哲学、艺术、宗教等方面的观点在内的一个庞大社会体系。

4. 电子商务法律关系是一种具体的电子商务权利义务关系

电子商务法律关系是电子商务法调整的结果。电子商务法调整社会关系，赋予当事人电子商务主体的权利和义务。但是法律规定的权利和义务是抽象的，它只是标志着国家保护什么、反对什么。而电子商务法律关系是现实的、具体的，一经建立，当事人一方便享有某种权利，另一方就负有相应的义务，或者双方当事人既享有权利又负有相应的义务。人们通过对权利与义务的约束，确认和保护自己的合法权益，满足自己生产和生活上的需要，以此建立起社会的经济生活秩序。



5. 电子商务法律关系是一种人与人之间的社会关系

电子商务法律关系不是人与自然界或人与物的关系，更不是物与物的关系，而是人与人的关系。在电子商务活动中，物或信息尽管十分重要，但终究只能处于被人管理、被人支配的地位，不会自动参与电子商务活动。虽然民事法律关系多涉及物或信息，但所反映的是通过物或信息引发的人与人的关系。例如，在买卖关系中，实际发生的并不是买方或卖方与所卖之物的关系，更不是出卖物与交付货币之间的关系，而是通过出卖物和货币交付而发生的买方与卖方的关系。



1.2.3 买卖双方的法律关系

在电子商务法律关系中，买卖双方之间的法律地位是平等的，因而所发生的经济权利和经济义务是相对应的，是相互制约、互为条件的。因此，买卖双方之间的法律关系实质上就是电子商务直接交易当事人之间的权利和义务关系，即没有一方的经济权利，也就没有另一方的经济义务。通俗来说，买方的义务就是卖方的权利，反之依然成立。因此，为保证交易能顺利进行，双方应确保以下权利的顺利实现。

1. 买方享有的权利

在订立合同的条件下，买方与卖方的义务对等。电子商务交易中的买方享有以下权利。

(1) 有权要求卖方按合同亲自履行交易并提供相关单据和票据。电子商务合同一般都是买卖双方基于一定的相互信任订立的，具有一定的人身性特征，因此，合同义务的履行通常只能由合同订立的当事人亲自实施。当然，在第三人履行义务不损害买方利益并征得当事人同意的情况下也可例外。为保证交易的合法与有效性，随交易产生的相关单据和票据也应一并交付给卖方，以供查证、举证。

(2) 有权要求卖方按合同约定的型号、规格和价格交付货物或提供服务，即买方有权要求卖方（交易的对方当事人）按约定交付。合同标的是合同当事人双方权利和义务所共同指向的对象，它是合同成立的必要条件，是一切合同的必备条款。当买方要求卖方履行合同中规定的义务时，卖方应按照合同约定的标的履行，而不得以其他相类似甚至完全不类似的标的来替代，这称为履行标的正确。

(3) 有权要求卖方按合同约定的时间、地点和方式履行交易。时间正确是要求卖方在履行合同义务时应按照约定的时间，不得提前或延迟履行，因为一般买方提供的时间都是在考虑实际情况后确定的，提前或延迟则会打乱买方已有的计划。而合同履行的地点错误往往会使买方合同目的落空、成本增加，因而交易履行地点必须正确。

此外，还有履行方式的问题。履行合同义务的方式有多种，如货物运输方式有海运、陆运、空运等，货物运输服务可以一次性提供，也可分期、分次提供等，这就要求卖方必须严格按照合同约定履行交付义务。



(4) 有权向卖方提出合同不完全履行的权利。不完全履行是指卖方没有按照合同约定的全部要求履行义务的情况。根据合同的要求, 卖方在履行合同时应按约定全部完成, 不能只履行一部分, 也不能分割履行。但在实践中, 卖方面临的客观情况随时都在变化, 可能发生合同暂时无法履行, 或需要分割履行, 或需要提前履行的情况。合同履行不能脱离现实, 《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》) 规定了在特殊情况下合同不完全履行的方式, 其包括中止履行、提前履行和部分履行。

(5) 有权要求卖方对标的承担保证义务。卖方应保证自身是交付的货物或服务的合法权利人, 并保证交付的货物或服务不被第三人主张权利。若出现第三人对合同标的主张权利的情况, 卖方有义务向买方证明第三人对合同标的无权追索, 并于必要时出庭做证, 参加权利诉讼。

(6) 有权要求卖方承担对合同标的的质量保证义务。《民法典》规定, 履行不符合约定的, 应当按照当事人的约定承担违约责任。对违约责任没有约定或者约定不明确的, 应按照强制性国家标准履行; 没有强制性国家标准的, 按照推荐性国家标准履行; 没有推荐性国家标准的, 按照行业标准履行; 没有国家标准、行业标准的, 按照通常标准或符合合同目的的特定标准履行; 仍不能确定的, 受损害方根据标的的性质以及损失的大小, 合理选择请求对方承担修理、重作、更换、退货、减少价款或者报酬等违约责任。

卖方应保证合同标的的质量符合相关规定, 不存在有损质量的瑕疵或与广告相悖的情况。卖方如果在网络上出售的是有瑕疵的物品, 应先向买方说明, 若故意隐瞒, 则须承担责任。如果买方明知有瑕疵却依然购买, 则卖方不负责任。



拓展阅读
《中华人民共和国民法典》对经济的影响
—nrlynz



知识链接

制定《民法典》的意义

第一, 《民法典》是对中国改革开放以来所有民事立法的全面总结, 是对我国立法经验的系统梳理, 同时也是对我国民事司法工作的全面检验。可以这样说, 《民法典》的颁布实施, 标志着中国在民事立法方面已经走出了探索阶段, 正准备形成具有可操作性、系统性法律规范。过去最高人民法院、最高人民检察院以及国务院颁布的许多涉及民事方面的司法解释和民事政策有可能会成为历史。最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部、各地方政府颁布的有关规章制度都必须比照《民法典》进行彻底清理, 凡是与《民法典》不一致的地方, 都必须立即废除。中国民事法律规范第一次实现了法典化。

第二,《民法典》的颁布,标志着中国的立法背景和立法导向发生重大变化。总结过去民事立法成果,通过民事立法开辟新的未来,这是《民法典》肩负的神圣使命。《民法典》的最大特点就在于它保留了传统社会的组织结构和法律体系框架,同时又根据时代发展的要求,建立了新的法律制度体系,突出了人格保护的内容,形成了独具中国特色的民事法律制度。

第三,《民法典》的颁布,解决了中国社会发展中许多悬而未决的问题。众所周知,中国特色社会主义市场经济是建立在社会主义公有制基础之上的,在社会主义公有制条件下如何建立和谐社会是一个需要认真考虑的问题。

第四,《民法典》坚决贯彻落实以人为本的核心价值观,把人民的利益放在至高无上的位置。全国人民代表大会通过了《民法典》,这是一个带有隐喻性质的立法重大事件。它标志着中国的立法机关在保护公民权利方面有了更加真切的认识。《民法典》回应了人民的呼声,对那些看起来并不重要的民事主体给予了必要的关注,并且制定了法律规范。譬如,对于我国长期存在并且在改革开放中发挥重要作用的个体工商户,除了《中华人民共和国民法通则》(已废止)做出了详细规定之外,后来的民事立法中往往一笔带过,这既反映出我国民事立法机关的态度,其认为随着现代化工业时代的到来,传统民事主体(如个体工商户等)即将失去生存和发展的空间,又反映出在现代市场经济条件下,公司作为主要市场主体,发挥的作用越来越大,因此,《民法典》既专注于“宏大叙事”,也对关系国计民生的事件给予了应有的关注。

第五,《民法典》的颁布实施,解决了我国民事审判统一化的问题。如何把解决具体现实问题的法律规范编纂成为现代化的法典,形成完整统一的法律制度体系,解决我国司法统一化的问题,这是现代法治社会需要考虑的核心问题。不少学者反映,由于我国民事立法零打碎敲,以至于司法机关在处理案件的过程中,不得不上通过各种途径寻找法律依据,充分听取各方面的意见,并在此基础之上考察各个法律规范之间的关系,做出司法判断。《民法典》颁布之后,所有这一切成了历史。《民法典》就是法官审理民事案件的行为指南,法官再也不需要从最高人民法院的有关会议纪要中寻章摘句,司法机关在处理案件的过程中必须依照《民法典》所确立的基本法律规范作出判决,如果《民法典》中没有具体的行为规范,那么,所有判决都必须符合《民法典》所确立的基本原则。《民法典》的颁布实施,一定程度上解决了社会主义核心价值观与现代法律规范之间的关系问题。社会主义核心价值观体现的是中国主流价值观,也是国家价值观。如何把社会主义核心价值观贯彻落实到《民法典》中,这是一个需要认真研究的问题。

(资料来源: <https://www.66law.cn/laws/1574673.aspx>, 有改动。)



2. 卖方享有的权利

在订立合同的条件下，卖方与买方的义务对等。电子商务交易中的卖方享有以下权利。

(1) 有权要求买方按照合同约定的方式和时间支付标的价款。因为电子交易不同于传统的买卖双方直面式交易，对交易价款支付的制约一般很难实现，所以在这种环境下，买方在合同约定的时间内严格按照约定的信用卡支付、电子支付等方式尽快履行交付价款的义务就显得尤为重要了。

(2) 有权要求买方在约定的地点、时间及按规定方式接收货物或服务。这一点是与买方权利中的第三项权利对应的，即买方要求卖方在履行合同义务时，也应当按照约定的时间、地点和方式接收货物或服务，而不能随意延迟接收，否则会增加卖方的交易成本，导致合同的目的无法实现，买方需要承担延迟交付的责任及对卖家的违约责任。如果标的交付第三方承运而造成迟延交付，则第三方承运人只需要对卖方负责并承担相应违约责任，然后由卖方对买方承担迟延交付的违约责任。

(3) 有权要求买方在接收货物或服务时进行验收。因为卖家基于合同约定直接承担着对标的的质量保证义务，若标的的质量有瑕疵，则一般应由卖家承担赔偿责任，所以卖方通常会要求买方在接收或提取标的时履行验收手续。买方若发现标的存有表面瑕疵且在法律规定的期限内提出，则质量保证责任由卖方承担；相反，若买方未能及时发现瑕疵或虽发现瑕疵但未能及时提出，卖方不承担责任，卖方故意隐瞒质量问题的情形除外。买方一旦发现瑕疵，应立即通知对方并及时通过相应途径追究卖方的违约责任。

(4) 有权在合同正式履行之前向买方提出情势变更请求。情势变更，顾名思义，指的是合同订立的基础情况发生根本变化。在合同有效成立之后、真正履行之前，若出现直接影响合同履行结果的客观变化，如标的已售尽、断货或原材料价格大幅上涨等，买方仍然要求卖方按原合同约定履行，则显然有失公平。这时，法律允许卖方变更或解除合同而免除其违约责任，但前提是必须征得买方同意。人们将这种处理合同履行中客观实际发生变化的法律规则称为情势变更规则。



1.2.4 电子商务其他法律关系

1. 网络交易客户与银行间的法律关系

用户可以通过电子银行查询账户信息、账户余额、交易记录甚至进行网上支付和转账。而这些功能对电子商务交易来说是必不可少的。网上转账、支付的低成本性和便捷性使得电子银行与网络交易的关系密不可分。在电子商务中，大多数交易要通过电子银行的在线资金转账来完成。转账依据的是虚拟网络银行与网络交易客户所订立的协议。这种协议属于服务合同的一种，通常是由银行起草并作为开立账户的条件交给网络交易客户的。所以，网络交易客户与电子银行之间的关系仍然是以合同为基础的。



电子银行在执行服务活动时，既是发送银行又是接收银行。前者的职能是遵照客户的指示，及时、准确地完成电子资金划出；后者则承担着及时接收资金，准确核对交易金额的职能。在实践中，由于这类业务对计算机和网络技术的依赖性过高，发送银行常常出现技术性错误或通信中断导致的支付失误或迟延的现象，而由此产生的赔偿责任应由发送银行承担，除非属于法律规定的免责情形。同时，接收银行也须履行合同义务，及时地接收转入的资金并立即核对数额；如有延误或失误，也应按照违约行为处理。

2. 网络交易平台的法律地位

网络交易平台既不买也不卖，而是为销售者、服务者和消费者提供虚拟交易场所，使多方相互之间形成多元的权利义务关系。其按照法律的规定、买卖双方委托业务的范围和双方的具体要求开展业务活动，为各类网上交易提供商品查询、信息交流和在线支付等多种服务。

用户协议是客户与交易中心之间签署的、以遵守在线交易规则和确保权利义务实现为内容的使用性协议。网络交易平台经营者须采取合理且必要的措施来确保客户注册信息的真实性，并依法对商户的基本信息予以公示；同时，还应妥善保存客户的注册信息、交易信息、管理信息及公示信息等基本资料，以备查证。

网络交易平台应认真负责执行买卖双方委托的业务，并积极促成双方当事人完成交易。业务执行应遵守公平、诚实、守信的原则；其经营范围、收费标准、商品价格等事项都应符合国家相关规定；严禁交易国家明令禁止流通的标的及从事超出经营范围的活动，同时杜绝为不具备交易资格和能力的客户提供服务。

3. 物流配送企业的法律地位

电子商务的每笔完整交易都包含着几种基本的“流”，如信息流、资金流、物流等。在网络交易中心和电子银行飞速发展的今天，信息流、资金流都已得到很好的解决，因此，构建发达的物流和配送网络是开展电子商务活动的根本保证。



知识链接

信息流、资金流和物流

1. 信息流、资金流和物流的概念

(1) 信息流。信息流是电子商务活动的基础。信息流是指电子商务交易过程中的主体为促成利于己方的交易而进行的所有信息获取、辨别、处理与应用活动。它是一切电子商务活动的核心。

(2) 资金流。资金流是电子商务活动的实现手段，是指资金的转移过程，包括支付、结账、结算等，资金的加速流动具有财富的创造力，商务活动的经济效益是通过资金的运动来体现的。



(3) 物流。物流是电子商务活动的保障,是指商品在空间和时间上的位移,包括这个过程中的采购配送、物流性加工、仓储和包装等环节中的流通情况。

2. 信息流、资金流和物流之间的关系

在电子商务活动中,信息流、资金流和物流是三个基本组成要素,三者密切相关。信息流提供及时准确的信息,资金流有计划地完成商品价值形态的转移,物流根据信息流和资金流的要求完成商品使用价值即商品实体的转移过程。“三流”有机结合,通过不同的渠道协同完成任务。其中,信息流的主要渠道是网络,物流的主要渠道是配送中心或快递公司,而资金流的渠道主要是银行,“三流”共同完成商品的生产、分配、交换、消费、再生产的循环。

(资料来源: <https://www.qinxue365.com/edunews/33416.html>, 有改动。)

第三方物流(the third party logistics, TPL)是指建立在合同约定基础上的由中间商提供的物流服务。其核心在于物流企业本身并不参与买卖双方的直接交易,仅承担货物从生产到销售过程中的物流业务,包括商品的包装、储存、运输、配送等。专业化、社会化的第三方物流的承担者就是物流企业。

在电子商务发展得如火如荼的今天,实物配送在我国电子商务应用与发展中的重要性已经得到业界人士的广泛认同和重视,实物配送企业尝试以各种不同的方式解决实物配送中出现的问题,并取得了一些堪称突破的可喜进展。例如,拥有我国最大传递网络的中国邮政已加盟电子商务领域,同时一些专门为电子商务项目服务的专业配送企业也相继出现,这些都说明我国的电子商务发展正在迎头赶上世界潮流。



拓展阅读
第三方物流的优点和
缺点 -0n5mbg

以上所说的这些第三方主体对于引发电子交易的商品需求方和供给方来说显然都是配角。企业是市场的主体,是电子商务的主力军,既是倡导者,又是参与者,还是结果的承受者;消费者则是电子商务的服务对象。而作为生产力中最活跃的要素,消费者也是商务模式的创新之源。特别是在政府积极、有效的支持和推动下,只要每个角色能完成自己在电子商务活动中的任务,就可以克服制约电子商务发展的种种障碍,促进电子商务应用的繁荣和经济的持续发展。



1.2.5 电子商务法律关系的组成

电子商务法律关系由电子商务法律关系的主体、电子商务法律关系的客体和电子商务法律关系的内容构成。

1. 电子商务法律关系的主体

电子商务法律关系的主体是指电子商务的各方参与者,是享有权利、承担义务的当事

人。一个电子商务法律关系一般存在两个或两个以上的主体，其中权利的享有者成为权利主体，义务的承担者成为义务主体，但一般情况下，当事人既享有权利又承担义务。

电子商务法律关系的主体包括的内容如下。

(1) 电子商务交易者。电子商务交易者是电子商务平台就标的进行直接交易的各方，即标的的提供者和消费者，也就是标的的卖方和买方当事人。

(2) 电子商务第三方服务提供者。在电子商务平台，标的的买卖双方是通过数据传输的形式进行交易协商及履行的，双方互不见面，因此交易的实现必须依靠第三方的参与。电子商务第三方服务提供者在买卖双方的交易活动中发挥着重要作用，缺少了这些服务机构，电子商务活动就无法真正开展。

(3) 电子认证机构。电子认证机构是在开放性的电子商务中为交易双方提供身份验证的第三方机构，主要证明数据电文中电子签名人的身份及其信用状况，为用户的电子签名办理电子签名认证证书，从而消除交易双方的疑虑，实现交易目的。

(4) 电子商务监管者。通常来说，电子商务的监管者角色由政府承担。政府作为管理者，需要加强对电子商务的有效监管，履行监管者的职责，以保证电子商务健康有序发展。

2. 电子商务法律关系的客体

电子商务法律关系的客体是指电子商务法律关系主体享有的权利和承担的义务所指向的对象。通常来说，电子商务法律关系的客体如下。

(1) 有形商品。有形商品主要是针对服务类的无形商品而言的，顾名思义，它是指能够被感知具体形状、色彩、重量、体积等具有实在形体性状的商品。除服务类商品外，消费者日常购买的商品均属于有形商品，即前述民事法律关系客体中的“物”，包括动产（如图书、食品、计算机、体育用品、数码产品等）和不动产（如房屋、土地等）。

(2) 无形商品。

① 数字化商品。数字化商品或信息商品是一种虚拟化的商品，属于无形商品的一种，它通常是以二进制数的形态存在于电子媒介中，由买卖双方通过订立电子合同的方式进行购买和使用。消费者可采用直接下载或复制的方式消费商品，商品种类主要有手机铃音、电子图书、网络游戏、数码影音等。

② 在线服务。在线服务是一种无形商品，即服务提供商通过网络向消费者提供的特定服务或信息，如求职招聘、旅游门票、电子客票、网上保险、网上汇款、数字卡、网上教育等。对于在线服务，供需双方可以在网上直接实现交易。

③ 知识产权和信息产权。知识产权和信息产权是指商标权、专利权、著作权等的专项许可使用权，即前述民事法律关系客体中的“智慧财



拓展阅读
有形商品和无形商品
的区别 -haclsz



拓展阅读
网络虚拟财产和传
统财产有什么区别
-0tqv5e

产”，它们与数字化商品同属于虚拟化的商品。消费者同样通过与服务提供方订立电子合同的方式，使用电子数据库、网络空间、网络虚拟财产、电子域名（domain name）或 IP 地址（internet protocol address, IP address）及其他信息产权等。但需要指出的是，信息产权是指信息所有者对本身所创造的具有独创性和实用性的智慧成果所独享的权利，可以是知识产权，也可以是其他非知识性的信息权利。



知识链接

域名和 IP 地址的概念及关系

1. 域名和 IP 地址的概念

（1）域名。域名又称网域，通常由字母、数字以及点号组成，是计算机网络中域的标识符，用于在数据传输时对计算机进行定位标识（有时也指地理位置）。由于 IP 地址具有不方便记忆并且不能显示地址组织的名称和性质等缺点，人们设计出了域名，并通过网域名称系统（domain name system, DNS）来将域名和 IP 地址相互对照，使人更方便地访问互联网，而不用去记住能够被机器直接读取的 IP 地址数串。

（2）IP 地址。IP 地址即互联网地址，又称“互联网协议地址”。IP 地址是 IP 协议提供的一种统一的地址格式，它为互联网上的每一个网络和每一台主机分配一个逻辑地址，以此来屏蔽物理地址的差异。IP 地址就像是我们的家庭住址一样，如果你要写信给一个人，你就要知道他的地址，这样邮递员才能把信送到。计算机发送信息就好比是邮递员送信件，必须知道唯一的“家庭地址”，才能不至于把信送错人家。只不过我们的地址是用文字来表示的，计算机的地址用二进制数表示。

2. 域名和 IP 地址的关系

IP 地址与域名是一对多的关系。一个 IP 地址可以对应多个域名，但是一个域名只有一个 IP 地址，人们通过域名地址就能找到 IP 地址。

（资料来源：<https://www.xinnet.com/knowledge/2142328410.html>，有改动。）

3. 电子商务法律关系的内容

电子商务法律关系的内容是指电子商务参与者享有的权利和需要承担的义务。其主要包括如下几个方面。

（1）电子商务交易当事人的权利和义务。电子商务交易双方之间的法律关系实质上表现为双方当事人的权利和义务。交易双方的权利和义务是对等的。

（2）电子商务服务提供者的法律地位。电子商务服务提供者在电子商务交易中心扮演

着介绍者、促成者和组织者的角色。这一角色决定了电子商务服务提供者既不是买方，也不是卖方，而是交易的中间人。其是按照法律的规定、买卖双方委托业务的范围和具体要求进行业务活动的。

(3) 认证机构在电子商务中的法律地位。电子认证服务机构扮演着一个买卖双方签约、履约的监督管理的角色，买卖双方有义务接受其监督管理。在整个电子商务交易过程中，认证机构有着不可替代的地位和作用。

复习思考题

一、填空题

- (1) _____ 是指以电子商务活动中所产生的各种社会关系为调整对象的法律规范的总和。
- (2) 法律的调整对象是立法的 _____。
- (3) 电子商务法调整的是以 _____ 为交易手段而形成的以交易形式为内容的商事关系。
- (4) _____ 是平等主体之间的财产关系和人身关系在法律上的表现。

二、简答题

- (1) 电子商务对法律的依赖主要表现在哪些方面？
- (2) 电子商务的法律问题有哪些？
- (3) 电子商务法的基本原则包括哪些？
- (4) 电子商务法律关系的特点有哪些？
- (5) 电子商务法律关系的组成要素包括哪几个？