

电子邮件营销的两大法律障碍 PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/33/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5](https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E7_94_B5_E5)

[\\_AD\\_90\\_E9\\_82\\_AE\\_E4\\_c28\\_33564.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E9_82_AE_E4_c28_33564.htm) 电子邮件营销作为网络营销的一种重要方式，因其便捷、成本低等特点被广泛采用，在发达国家已经发展成为一个成熟的网络营销应用行业。据市场调查公司Gartner的研究，电子邮件营销方式比直接邮件更快、更便宜并且更有效率，它最终将取代直接邮件营销，我国众多的企业和商家也采用了这种营销方式，但由于我国的法律缺位，使得电子邮件营销的发展出现了不健康态势。众多的企业和商家在利用电子邮件进行营销时走进了误区，使得电子邮件营销的发送垃圾邮件混为一谈，严重破坏了正规的Email营销的名誉和网络环境。电子邮件营销的健康发展在我国现行法律之下必须突破两大障碍。

一、垃圾邮件的法律定位 垃圾邮件已经成为包括我国在内的世界各国在互联网上出现的一个严重的社会问题。国外与网络广告相关的大量法律，都集中在垃圾邮件领域。我国尚没有打击垃圾邮件的明确法律规定，从而造成了垃圾邮件的概念不明确，与正常的电子邮件营销相混淆。电子邮件营销的规范发展首先必须与垃圾邮件划清界限，这就需要立法明确垃圾邮件的概念和范围。对于垃圾邮件的定义，在整个世界范围内还存在有争议。主要有两种观点：第一、采取“Opt-in”直译为“选择性加入”，这是一种最简单的用户许可方式，即用户主动输入自己的Email地址，加入到一个邮件列表中。“Opt-in”通常又可分为两种形式，一种是用户在网页上的订阅框中输入自己的邮件地址之后，网站无需给予Email通知，是否加入

成功要等正常收到邮件列表的内容才知道；另一种是在用户输入Email地址并点击“确认”之后，网站会立即发出一封邮件通知给用户，如果用户不想订阅，或者并不是自己订阅的（比如他人输入邮件地址错误或者恶作剧），可以按照确认邮件里的说明来退出列表，可能是点击某个URL，或者是回复确认邮件来完成。“Opt-in”观点之下，垃圾邮件认定的决定权在消费者手里，企业和商家直到得到你同意才被允许发送邮件给你。未经请求所发送的邮件就为垃圾邮件，业内大部分是采取的这种观点。第二、采取“Opt-out”观点：“Opt-out”直译为“选择性退出”，我们形象地称为“自愿退出”邮件列表。要加入邮件列表，却使用“退出”的字眼，这本身就有点奇怪，这出从字面意思即可看出使用“Opt-out”的用户许可方式显得不正规。“Opt-out”的基本方法是这样的：网站将自行收集来的用户Email地址加入某个邮件列表，然后在未经用户许可的情况下，向列表中的用户发送邮件内容，邮件中有退订方式，如果不喜欢，允许用户自己退出“Opt-out”的操作方法也不完全相同，有些网站会在将用户加入之后向用户发一封Email，告诉他已经被加入邮件列表。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)