

电子商务考试技术辅导之网络广告综述五 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_62130.htm

第五章 发展我国网络广告业的路径选择 当前我国的网络广告还正处于起步阶段，面临着许多困难，外部条件与内部条件都需要进一步成熟。外部条件有国际互联网络的建设（稳定性、传输速度等）需要加强；公众对互联网络的熟悉、技术掌握程度与电脑的普及程度都有待提高；公众上网所需费用还未到普遍接受的程度等等。内部条件则有网络广告的管理法规尚未完善；网络广告制作、维护公司整体素质不一、水准良莠不齐等。这些难点，在一定程度上制约着网络广告的迅速发展。有鉴于此，解决目前这些难点的出路在于以下几个方面：一、解决网络广告中的法律难题：电子商务属于营利性的商事行为，与之关联的网络广告当然具有经营性广告的性质，这是不言而喻的。在电子商务快速发展的今天，如何对网络广告进行法律规制，涉及到一系列的法律与管理上的问题。在我国，网络广告的发展有着巨大的潜力，完全可能成为广告业界的“大户”。是否比照传统媒体的运作方式，对网络广告实行目前广告法规定的法律调整，值得探讨。美国、日本为了推动电子商务的发展，对在线交易实行全面免税；网络广告的管理也采用比较宽松的模式，即除非某种重大的不正当竞争和恶意广告，政府对网络广告是网开一面。网络具有与传统媒体迥然不同的开放、互动的结构，因此，不可能采用传统媒体的办法来规制广告，而应当采用一种比较缓和的规制办法。具体方式是：1.政府管理与ISP、ICP自律相结合。ISP、ICP

是网络运作与管理的重要环节，离开了ISP、ICP，政府就无法对网络实施有效的管理。这里所说的ISP、ICP的自律包含两层含义，一是ISP、ICP自身必须遵守广告法和相关法规，抵制不正当竞争和虚假、欺骗广告；二是ISP、ICP应当在经营的范围内，规制所托管的主页，一旦发现恶意广告行为时，要尽管理人之法律责任。

2. 法律与业界规章相结合。

对电子商务而言，法律当然不可能预先穷尽规则。这就需要行业规章在法律正式出台前的空白期起到游戏规则的作用。例如，对商业网站的规制、对个人主页的管理都必须有一个可行的规章。ISP、ICP在用户电子邮件地址的管理上，负有特殊的责任，也应当研究相关的规章。

二、完善网络广告业的监管体系：

随着国际互联网络的快速发展，内地从事互联网业务的企业越来越多，截至去年底，全国共有网站约一万五千余家，利用互联网提供信息服务和发布广告已成为网络公司的主要业务。但是，目前互联网广告中存在着许多问题。有些网站发布了虚假广告，欺骗了消费者；有的网站发布了法律、法规禁止或限制发布的商品或服务的广告；有些特殊商品广告发布前未经有关部门审查，内容存在着严重的问题；一些网站在广告经营中存在着不正当竞争行为等等，都制约了互联网广告这一新生事物朝着健康、有序的方向发展。据《市场报》报道，为规范网络公司的广告活动，保护消费者、经营者的合法权益，使互联网广告逐步走上规范化、法制化道路，针对互联网广告中存在的上述问题，作为广告的监督管理机关，国家工商行政管理局从规范互联网广告主体资格入手，于今年年初在北京、上海、广东三地，选择一些知名度较高的网络公司，开展了互联网广告经营登记试点工作

，探索互联网广告的有效监管方式，为今后制定互联网广告法规做准备。对没有开展试点的互联网企业，凡在中华人民共和国境内从事广告活动，都应遵守《广告法》及有关法规、规章的规定，各种广告活动都应纳入广告管理的范畴。各企业应守法经营、公平竞争，不得发布各种形式的违法广告。经过一段时间的试点工作后，国家工商局将制定相应的互联网广告管理办法，届时对申请开展广告业务的互联网企业进行资格审查，符合条件的核发《广告经营许可证》。互联网企业只有领取《广告经营许可证》后，方可进行广告经营，违者以超范围经营查处。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