

电子商务立法的几点问题浅析电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645525.htm

通过法律方式对电子商务加以引导和规制已经成为人们的共识。本文就电子商务中涉及电子签名、知识产权，以及隐私权保护等法律问题作了尝试性探讨。

一、引言 当今世界已经进入了网络和信息化时代，电子商务飞速发展。越来越多的人选择网上购物，根据报告的热点数据分析，我国已有1.11亿的互联网用户，网络购物大军达到2000万人，电子商务交易额高达7000亿元人民币。网络和电子商务技术的飞速发展推动着法律法规的完善，但是还远远不够。浏览网页会莫名其妙的链接到其他的网站，在购物网站看到心爱的东西因为担心信用卡信息泄漏而不愿在线购买等等的这些都阻碍着消费者树立对电子商务的信心，在某种程度上影响了电子商务前进的步伐。没有切实有效法律制度引导的电子商务必然导致诚实经营的商人和消费者的权益得不到保障。建立既能保障弱势方的权益又不成为电子商务发展绊脚石的电子商务法律法规成为非常迫切的课题。

二、电子签名 1.电子签名与《电子签名法》 随着《电子签名法》的实施，电子签名与传统的手写签名和盖章具有了同等的法律效力，明确了电子认证机构的法律地位及电子签名的安全保障措施，标志着我国电子商务开始结束“无政府状态”，电子商务领域实现了革命性的突破。该法包括总则、数据电文、电子签名与认证、法律责任和附则。《电子签名法》规定电子签名是指数据电文中以电子形式所含、所附用于识别签名人身份并表明签名人认可其中内容的数据。

也就是说电子签名就是指通过密码技术对电子文档进行签名，利用电子签名，收件人能在网上验证发件人的身份，验证文件原文在传输过程中是否被变动。我国《电子签名法》区分了电子签名与可靠电子签名，后者与传统的手写签名和盖章将具有同等的法律效力，并明确了各方在电子签名活动中的权利、义务。该法规范了数据电文，充分吸收了国际上电子商务立法的技术中立原则，排除了电子签名在涉及人身、不动产等领域的适用。

2. 《电子签名法》与传统法律冲突

电子签名法是为了确认电子商务交易的效力、保证网上交易安全的法律制度。虽然这只是信息化领域法律体系中很小的组成部分，但它是我国将信息领域纳入法制化轨道的重要一步。随后公司法、票据法、证券法、拍卖法也颁布了新的版本，但这些法律和电子签名法存在不相衔接的地方，在具体实施中甚至出现冲突。我国《合同法》规定：要约和承诺都可以撤回。撤回要约的通知应当在要约到达受要约人之前或与要约同时到达受要约人。撤回承诺的通知应当在承诺到达要约人之前或与承诺同时到达要约人。但是在电子商务环境中，由于数据电文的传输速度极快，从而使得对其的撤回与撤销在事实上变得不可能。这里一个重要的问题就是在电子商务中顾客可能无法及时对产品质量进行检查和验收，而顾客本身处于弱势地位，要约与承诺撤回权的形同虚设可能侵犯他们的权利。我国《消费者权益保护法》规定消费者享有知悉其购买、使用的商品或接受的服务的真实情况的权利。在电子商务中商家与消费者之间的买卖变成了虚拟化的方式，消费者通过网上的宣传了解商品信息，通过电子银行结算，由配送机构送货上门。消费者看不到商家，更加了解不到的

商品的相关信息，消费者知情权的保护成为问题。类似的法律冲突很多正如很多业内人士和法律界人士所言，电子签名法的顺利实施的确还需要一个过程，还有待于大量配套规章和司法解释的补充完善。

三、电子商务中的知识产权保护的几个问题

通俗的说知识产权是劳动者对其智力劳动成果所享有的处分、占有和使用的权利，受法律保护。Internet技术的发展使传统的知识产权的范畴不断扩大，域名权和超链接侵权问题也是当今学者共同关注的问题。

1.域名

接入Internet的每台计算机都有一个由授权机构分配的号码，叫做IP地址。为了方便记忆，使用一个文字IP地址来表示，叫做域名。域名不仅仅具有识别计算机地址的作用，更为重要的是，它像商标一样，成为识别某个产品或服务的标志，是商家的“网上商标”。由于在全世界不应有重复的域名存在，因此许多企业争夺和抢注域名。域名的惟一标识性和排他性使与域名相关联的权利成为知识产权的一种新类型，具有与财产相类似的经济价值。中国法律咨询网域名被查封案，就是我国首例网络域名作为可执行财产被司法机关认定具有经济价值的案例。对于域名的管理，我国《中国互联网络域名管理办法》采纳和国际通行的原则，就是“先申请先注册原则”，但并没有十分严格的域名审查制度，也没有限制注册域名的数量。这就使得一些从事抢注域名然后倒卖他人从中渔利的不法分子有机可乘。近年来恶意抢注域名的纠纷时常发生，可口可乐公司域名抢注案就是其中的一例。但是我国并没有具体的立法来规制域名权，发生纠纷往往采用《中国互联网络域名管理办法》来调解，或者使用商标法或者反不正当竞争法来规制，没有一定的法律强制执行的效力。美国总统

在1999年签署《反网络侵占消费者保护法》，此法明确规定了恶意登记或使用商标、服务标示作为域名的要承担一定的民事责任，还有保护个人姓名被他人抢注为域名的规定。这对我国域名权保护的立法有一定的借鉴作用。

2.链接

网络链接是使用超文本语言编辑的文件，能够使访问者通过一个网址访问不同网址的网页。由列出的URL链接到一个网站主页，就像给网站指出方向，在版权法中不是复制，因此，通向主页的表层链接通常不需要得到许可。深层链接是在网站内越过主页进入其他的网页。在大多数情况下，只有主页才展示旗帜广告和网站所有人的商标，这些广告要根据点击次数付给网站所有人费用，所以深层链接可能导致收入减少。同时，当用户点击深层链接时，计算机会自动绕过被链接网站的主页，直接指向具体内容页，此时如果网页上没有被链接网站的标志，用户就会被蒙在鼓里误以为还停留在原来的网站上。链接技术有效的实现了信息共享，方便用户查询，也成为网站及商家扩大影响、进行广告宣传的有效途径。但链接同时引发的法律问题很多，主要涉及著作权侵害、商标专用权侵害及不正当竞争等。由于互联网上传播的信息和作品数量特别巨大，网站间普遍存在互设链接的情况，要求设链接的网站在设置链接时必须承担无限的事先主动审查义务，是不现实的。网络服务商设置链接时应当履行适当的注意义务，如果明知被链接内容属于侵权而不采取积极措施加以控制，应当承担法律责任。

四、电子商务中消费者隐私权保护的问题

隐私权是公民的一种基本权利，是指公民的个人生活的安宁不受他人干扰。由于我国没有在宪法中明确公民的隐私权，我国目前也没有一部有关隐私权的法律，导致我国公

民的隐私权保护只能从人格尊严、名誉权等方面加以考虑。网络的虚拟环境和网络技术使得公民的隐私权保护更加困难。例如Cookie技术，是由Web站点创建的文本文件，存储在用户的计算机上。当此用户下一次访问该站点时，它可以自动识别，获取有关的信息，例如浏览喜好，浏览情况等。早期这些信息不可以对第三者公开，但是随着互联网发展竞争加剧，一些专门从事网上广告业务的企业开始漠视这样的约定，任何人只要点击了他们在各个网站上发布的广告，就会收到他们送来的cookie，还利用跟踪作用整理网民浏览习惯的详细资料，调整广告策略。由于访客资料是一笔宝贵财富，某些经营困难的网站甚至会将这些收集来的资料打包出售，以此牟利。网络技术的发展对个人数据和信息造成严重威胁，我国还没有专门的法律制度针对电子商务有关的个人数据进行保护，在这方面仍是一个空白。美国的《儿童在线隐私权保护规则》规定了网站经营者向13岁以下的儿童收集信息前须向儿童的父母提供隐私权保护政策通知。欧盟1998生效的《关于个人资料的处理和自由流动的保护指令》把网络隐私权的保护问题包含在个人资料隐私权的保护中。1997年生效的《电信领域个人数据和隐私保护指令》确保了涉及电信部门个人数据处理时隐私权的保护。这些法律规则都可以为我国电子商务中隐私权保护立法提供借鉴和帮助。

五、结束语

《电子签名法》已经颁布实施一年多了，显然这部电子商务领域唯一一部法律不能调整我国电子商务飞速发展所带来的种种的法律问题。电子商务领域的法律空白还有很多，建立相应的法律制度已经成为重中之重。借鉴美国和欧盟相关领域的法律法规能够帮助我国电子商务立法的进一步完善，

有利于我国电子商务健康有序地发展。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