

# Boao Review

April 2013  
肆月号

墨西哥总统涅托:  
构建对华“新关系”

美国前财长保尔森:  
中国金融改革势在必行

比尔·盖茨:  
达成慈善目标的高效路径

博鳌观察

2013年4月号·4月1日出版·总第4期 www.boareview.org

诺贝尔经济学奖得主科斯:

随着亚洲经济一体化程度不断提高,  
市场将提供一个开放的平台,  
将多元化从“负债”变为“资产”

亚洲影像志:  
走过喧闹 享受平静

亚行副行长格罗夫:

过去二十年的亚洲一体化进  
程, 得益于各国的务实态度

## 亚洲发展 “融”与“和”

博鳌观察年度巨献  
小微企业融资发展报告

定价 - RMB ¥50 HK \$80 US \$15



9 772095 421138

# 电子商务在中国日趋重要

中国电子商务发展及互联网使用的法律框架概览



作者：芮克林 (Cristiano Rizzi) 雷曼 (E. E. Lehman)

简介：中国网民比例大、网民的消费模式独特、网络及无线网络通信技术 (Wi-Fi) 日趋便捷普及，尤其是利于电子商务发展的法制环境，让电子商务商机巨大。

评价：★★★★★

立即购买

加入购物车

商品详情

给我评价

售后服务

中国电子商务的兴起有助于国内消费，保持经济持续发展。一般而言，电子商务就是在网络上做生意，在线销售商品和服务然后下线配送；或者在线销售数字化产品并在线配送。过去两年中，电子商务发展迅速，并呈继续增长趋势。

网络普及和日趋重要的电子商务活动，已促使国内外立法机构为此出台新的法律措施以适应并促进其发展。电子商务的管控单靠一个国家或政府是不行的。各国有必要合作协调各自现有的规定，为电子商务活动环境提供所需的确定性和可预见性。当今互联网特别是电子商务，是所有商务活动的基石。网络让公司拥有全球性存在，对有意从事跨国贸易的新生小公司和实体而言至关重要。这种电子媒介创造了很多可能性：1、降低运营成本。2、由于准确度和速度的提高而增加效率。3、拓宽在本地、全国乃至国际市场的销路。4、允许提供个性化产品和服务。5、由于存在大量的数据库，允许做专业化市场营销。因此，有远见的公司纷纷开通网站，促进和加强业务发展和运营效率。

这种新兴的商务形式，实际上正在改变着中国及中国外的实体市场。电子商务所依赖发展的法律环境和所采用的用于规范它的法律工具，在充分实现其全部潜力的过程中发挥着重要作用。

## 中国电子商务规范总体情况

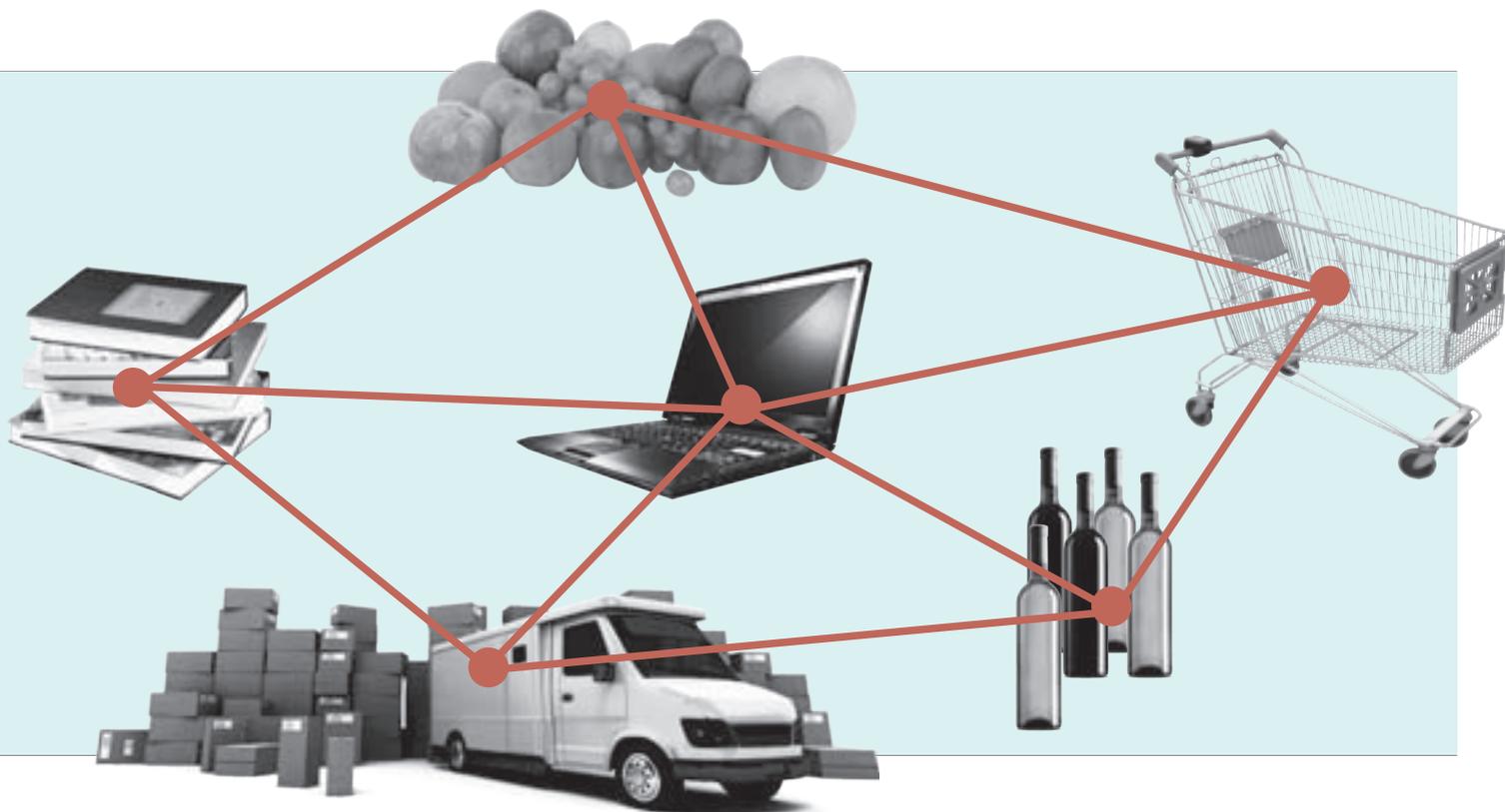
现行的网上交易法律体系，主要以2010年7月1日中国工商总局颁布生效的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》为指导。

该“办法”的涵盖范围包括管理网络商品交易行为、维护网上商品交易的市场次序、保证网上交易商家及顾客的合法权益。2010年12月28日通过的《全国人大常委关于加强网络信息保护的决定》，共十二条款，这一更为全面的框架与法律的效力等同。

上述规定的目的，是加强保护网络个人信息和维护公共利益，要求网民在与网络服务供应商签署服务接入协议时使用真实姓名。《决定》包括网民身份管理的政策，要求网民实名使用网络服务，包括互联网和电信运营商的服务。以下是中国有关电子商务及数据保护的其他相关立法：

1 工信部于2012年3月15日颁布生效的《关于规范互联网信息服务市场秩序若干规定》；

2 国家质量监督检验检疫总局和标准化管理总局于2011年1月30日联合颁布的《信息安全技术——个人信息保护指南》；



**3** 商务部于 2011 年 1 月颁布的《关于规范网络购物促销行为的通知》以及于 2011 年 10 月颁布的《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》。

#### 我们还应考虑以下法规：

**1** 国务院于 1993 年出台的《消费者权益保护法》（“消费者法案”）；

此外还有一个政治决策，即：

**2** 全国人大常委会于 2000 年 12 月 28 日第 19 次会议通过的《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》，明确禁止销售假冒伪劣产品，禁止误导消费者以促销产品和服务。

以下法律法规进一步保护了消费者的权利：《产品质量法》（2000 年修订）、《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国价格法》、《反不正当竞争法》、《广告法》及《商标法》。必须指出的是，大多数规范实体交易的法律规章制度，目前仍然作为网上交易的法律基础。

### 正确认识中国网上消费者及其消费行为

在中国做销售可谓一项艰巨任务，比起在其他国家，需要更多耐心、资源及投入。有意在中国通过电子网络拓宽市场的商家，需要了解当地人的喜好并据此调整产品和服务。

必须注意的是，大多数中国消费者对价格非常敏感。在中国这个把个人社会地位视为一种投资的社会，某些消费者不惜高价购买被他人视为能够展示个人成功的衣服、手机或汽车。不同于西方消费者的是，中国消费者一般总是寻求物美价廉的产品。他们寻求那些提供售后支持及保修的公司。确实，如果商家在中国有实体存在，潜在消费者就可以直接接触自己钟爱的品牌，会对产品更有信心。

但是，中国人之间在品位、收入、购买行为各个方面差别巨大，外国公司在确定销售何种产品之前，要先确定自己的目标和潜在消费人群的划分。现在，中国中产阶级不断扩大，已占总人口 25%，年收入在 7250 到 62500 美元之间，均受过高等教育（国家统计局数字）。一般情况下，他们寻求的是物超所值的产品，但在子女教育和健康问题上除外。近期曝光了中国玩具产品安全隐患恶性新闻后，家长们都高度关注产品的安全问题并愿意多花 20% 的钱买更放心的儿童用品。无论如何，这个新兴的



芮克林

雷曼律师事务所（北京）外国法律顾问



雷曼

法学博士  
雷曼律师事务所执行董事

富贵阶层给有意拓展中国市场的奢侈品牌提供了巨大商机。

另一方面，单身贵族人士会用可支配收入的很大一部分，购买有助于提升他们社会职位或地位的产品。中国已成为奢侈品第二大消费国，对于高端汽车、房地产、时装及其他昂贵产品的需求都有待开发。随着新的消费习惯的形成，路易·威登（Louis Vuitton）提包、劳力士（Rolex）表、乔治·阿玛尼（Giorgio Armani）时装等国外奢侈品牌已开始关注中国，高端奢侈品牌店在北京、上海、广州生意都很兴隆。

## 互联网对中国人生活的影响 及电子商务未来的影响

中国网民比例的显著增长，是中国网络通讯设施发展和计算机应用技能普遍提高的结果。据中国互联网信息中心数据显示，中国网民数量超过了5亿，而其中一半年龄在25岁以下，很多人是通过平板电脑，特别是智能手机等无线产品接入网络的。根据美国市场调查公司（IHS iSuppli）的资料显示，2012年中国国内智能手机发货数量为1.64亿部。北京经济信息技术委员会表示，未来3年，将安装超过20万个无线网络接入端点，使免费高速网络覆盖全北京。

2012年在上海，中国移动与星巴克咖啡连锁店联手，在全市200多家星巴克店推出了免费无线接入端口。按照新的五年计划规划，上海“i-SHANGHAI”工程到2015年为止将把全市打造成一个无线网络城。据报道，为了大部分市民能连接网络，上海市政府正在全市公交站点安装无线接入端口，将很快在公交车上进行安装。在中国其他地区，无线网和公交部门的合作已成为热门话题。北京、香港、广州地方政府机构已在公交站点安装了无线设备，不仅让乘客能查询到公交运行状态，也能使用自己的设备连接到互联网。

互联网对经济增长极为重要。网络在市场渗透方面代表了一个独特的市场。另外，互联网也减少

了商业准入的经济障碍。无论身在何处，只要登录网站就可以完成一笔电子交易。我们应把电子交易与书面或口头合同一视同仁地予以尊重，为此，必须建立可靠而精确的法律体系对其加以规范。这种新兴的商业模式在某种意义上代表了一种新的配送渠道，因此有意在中国扩展业务、促进销售的公司必须高度重视并充分利用。

中国新的五年计划把消费放在核心，以消费促进经济持续发展。只有重视电子商务才能实现“消费”。事实上，为了抓住电子商务的全部潜力，中国立法机构正在整理规范电子商务的相关法律框架。

无疑，电子商务代表了扩展中国市场或加速销售的关键策略之一。美国弗雷斯特研究公司（Forrester Research Inc.）的一份研究报告显示，中国是亚洲网上电子零售业的最大市场。预计2013年销售额将高达1700多亿美元，并且每年会以20%的速度增长，到2016年将达到3560亿美元。然而，中国目前只有约40%的网络用户通过互联网购物。这就是一个巨大的商机：4年之内，中国电子商务有潜力超过任何其他市场。值得一提的是，目前中国的网络零售市场俨然与美国旗鼓相当，而美国的网络零售市场的增长速度却只是中国网上市场的几分之一。

随着电子商务的重要性不断加强，加之未来几年大量的商业合同（B2B交易）和消费者合同（B2C交易）将通过互联网完成交易，管理互联网和电子商务的法律框架就显得尤为重要。规范“网络”特别是电子商务的法律工具，其实应当创造一个有利于而不是阻碍其增长的氛围。

现行规范电子商务的法律框架虽然有效，而且似乎也充分回应了电子商务活动的需求，但还有待于进一步精细化和合理化。政府也因此推出了一些新举措。制定一套新的法规让法律环境更安全似乎很有必要，这对增强消费者信心、为提供进行网上商务活动所需的可预见性，都具有非常重要的意义。