

# 保障权益 规范秩序 促进发展

《中华人民共和国电子商务法》释义



农夫电商：吕凯

# 目录

C O N T E N T S

**1** ▶ 立法背景、宗旨与原则

**2** ▶ 经营者主体资格与一般义务

**3** ▶ 平台经营者行为规范与义务

**4** ▶ 电子商务合同

**5** ▶ 电子商务争议解决

**6** ▶ 电子商务促进与监管

**7** ▶ 法律责任

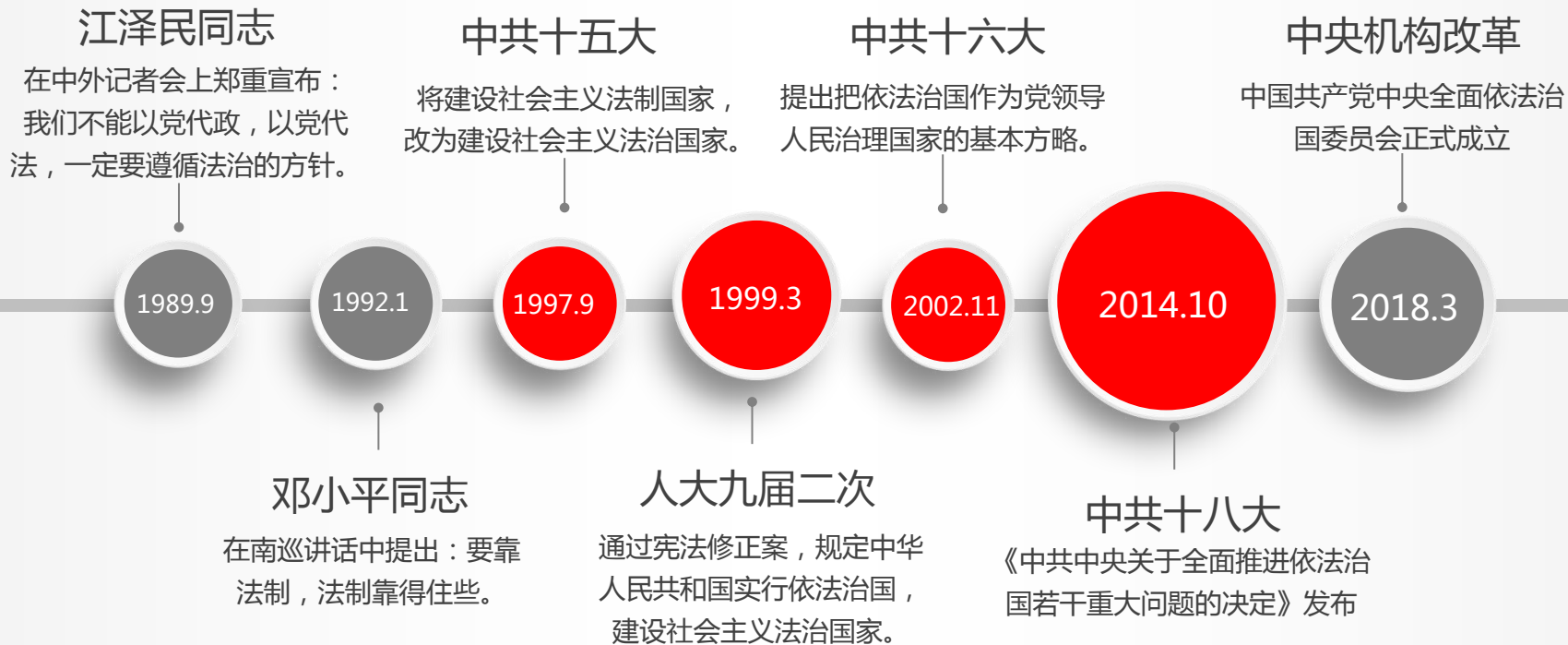
# 01

## 立法背景、宗旨与原则



- 立法背景
- 立法宗旨
- 立法原则

# 立法背景——依法治国是治国安邦的基本方略



# 立法背景——电商法律风险已经凸显

## 电商315数据



《2017年度中国电子商务用户体验与投诉检测报告》显示，电商投诉数量同比增长48.0%，而同期电商市场规模增长27.1%。

## 电商诉讼数据



根据广州法院相关数据，对比民事纠纷受理案件数量每年不到20%的增长速度，广州法院从2011年至今受理涉及电商纠纷案件平均增长率为62.2%。

## 昨天很美好

互联网及电商企业在国家战略性扶持和“先行先试”政策保护之下快速野蛮生长，取得了举世瞩目的辉煌成就。

## 今天很残酷

野蛮生长期埋下的隐患正在集中爆发，消费者维权意识增强，各项监管法律法规密集出台，电商法律纠纷数量爆发式增长。

## 明天更残酷

依法治国的大背景之下，法律法规逐步健全，行政、司法效率不断提高，网络平台甚至加码监管处罚，违法成本将成为不能承受之重。

# 立法背景——电商发展面临的问题与挑战

01

## 消费者权益问题

电子商务活动中消费者知情权、隐私权难保障，公平交易权易受侵害，合法权益遭受侵害后维权困难。

02

## 不正当竞争问题

入驻平台的商家与商家之间，电子商务服务提供者（第三方平台）之间不正当竞争行为层出不穷。

03

## 知识产权问题

经营者缺乏知识产权意识，商标、著作权（版权）、专利等知识产权侵权情况严重，维权难度大，违法成本低。

04

## 纠纷机制解决问题

现有纠纷解决机制主要是自行调解或通过第三方平台调解，公信力不足，而通过线下行政或诉讼解决效率低，效果不佳。

05

## 政府管制问题

“该管”与“不该管”的界限模糊。

# 《电子商务法》立法宗旨（第1条）

01

## 保护各方主体合法权益

消费者、平台经营者、平台内经营者

02

## 规范电子商务行为，维护市场秩序

欺诈、不正当竞争、泄露个人信息

03

## 促进电子商务持续健康发展

平衡政府和市场在资源配置中的关系，建立完善的管理体系，采取科学有效的管理手段。

## 《电子商务法》立法原则 (第3-5条)

01

国家鼓励原则

02

平等保护原则

03

自愿原则

04

平等原则

05

公平原则

06

诚信原则

07

其他原则 (合法、遵守商业道德、安全)



# 02

## 经营者主体资格与一般义务



- 电子商务经营者概念
- 电子商务经营者的种类
- 电子商务经营者的一般义务

# 电子商务经营者概念 (第2、9条)

01

## 互联网等信息网络是电子商务经营者从事经营行为的媒介

互联网是主要媒介，还包括移动网络等其他媒介

02

## 电子商务经营者的经营行为包括销售商品和提供服务

涉及金融类、网络播放音视频、网络出版、互联网文化产品不属于电子商务法调整对象

03

## 电子商务经营者包括自然人、法人和非法人组织

自然人、法人、非法人均可以成为电子商务主体。

# 电子商务经营者种类 (第10条)

01

## 电子商务平台经营者

为交易双方或者多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或非法人组织。

02

## 平台内电子商务经营者

通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

03

## 通过自建网站、其他网络服务销售商品或提供服务的经营者

兜底性规定，比较有代表性的例子是“微商”。

01

## 电子商务经营者依法登记义务及例外

电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，以及依照法律行政法规不需要进行登记的除外。

02

## 电子商务经营者纳税义务

除增值税及附加外，需要注意根据企业性质适用《企业所得税》法或《个人所得税》法，农产品、小微企业、高新技术企业有税收优惠。不需要办理登记的自然人要如实申报纳税。

03

## 特殊行业或产品经营需要依法取得行政许可

注意按照《行政许可法》第12条相关规定申请行政许可。

04

## 电子商务经营者的发票提供义务

必须按照《消费者权益保护法》第22条、《发票管理办法》第19/20条规定出具发票或者服务单据，建议考虑电子发票方式。

05

## 合法从事跨境电子商务义务

未做特别规定，主要参照《海关法》、《进出口关税条例》等。

## 01

### 电子商务经营者保障消费者人身、财产安全的义务

根据《消费者权益保护法》、《食品安全法》、《产品质量法》、《侵权责任法》相关规定，根据生产者或销售者及其他对产品质量负有责任的人（运输、保管、仓储等）的不同责任主体承担产品质量责任或产品责任。

## 02

### 电子商务经营者环境保护义务

按照《环境保护法》、《大气污染防治法》《水污染防治法》等相关规定和政府有关政策严格保护环境、。

## 03

### 保障交易合法性义务

《民法总则》第8条规定了从事民事活动不得违反法律和公序良俗，对于禁止流通物（矿产、水流、土地、武器弹药、淫秽物品等）不得经营，对限制限制流通物品（金银、文物、麻醉药品等）通过合法手续获得经营资格。不得进行集中竞价、做市商等集中交易方式进行，不得进行标准化合约的交易。

## 01

### 个人信息的界定

《消费者权益保护法》第2条、第14条有相关规定，一般认为具有识别特定主体的信息为个人信息，其特点包括主体识别性强（姓名、地址、联系方式等），信息范围具有广泛性（比如消费者购买及浏览记录等）、财产属性强（通过大数据分析可以进行个性化推荐）。

## 02

### 用户处置自身信息时电子商务经营者义务

应当明示用户信息查询、更正、删除及注销的方式和程序，不得设置不合理条件（例如点好评后才能删除）。对用户相关操作尽到身份核实义务（手机验证、人脸识别等）以及及时操作的义务。

## 03

### 不得侵犯消费者个人信息

严禁非法获取、买卖、收集、泄露、篡改、损毁消费者或用户个人信息，应当建立健全用户信息保护制度，主要法规为《宪法》33/40条，《刑法》第253条、《民法总则》第111条，《网络安全法》第22、第40-44、第64条，消费者权益保护法第56条。

# 履行对消费者的诚信义务 (第17-22条)

01

## 电子商务经营者对消费者知情权保障义务

全面、真实、准确、及时地披露商品或服务信息，尊重消费者知情权与选择权。不得虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假宣传（刷单），《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《广告法》也有类似规定。

02

## 向消费者提供搜索结果和发送广告时的义务

主要注意在大数据杀熟和大数据营销过程中，应当同时提供不针对其个人特征的选项，同时在发送广告的时候按照《广告法》相关规定严格执行。

03

## 搭售时应当履行的义务

注意以显著方式提示消费者，同时不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

04

## 交付义务与风险规则

是针对电商的特别规定，原则上由电子商务经营者承担商品运输过程中的风险和责任，但消费者另行选择快递物流的，仍按照《合同法》的交付主义即货交第一承运人规则。

05

## 押金退还义务

收取押金的，明示押金退还的方式和程序，不得设置不合理条件，符合条件应该及时退还。

06

## 不得滥用市场支配地位

具体参考《反垄断法》、《反不正当竞争法》相关规定，典型案例双十一猫狗二选一。

01

## 电子商务经营者信息公示义务

首页显著位置公示营业执照、与经营有关的行政许可、不需要进行登记的主体信息，或者上述三类信息的链接标识。变更的应及时更新。还需参考《企业信息公示暂行条例》。

02

## 终止活动时的公示义务

经营者无论是因为被主管机关撤销电子商务经营者主体资格，还是按照自己意愿退出（破产清算等），都应当提前30日在首页显著位置持续公示相关信息。

03

## 履行商务数据信息提供义务

有关主管部门依法要求电子商务经营者提供数据信息时，应当提供。例如法院、检察院、税务局、公安局等。但有关部门要采取措施对其中个人信息、隐私和商业秘密严格保护。



## 01

### 知识产权的基本概念

人们就其智力成果所依法享有的专有权利。国家赋予创造者在一定时期内享有的专有权或者独占权。其具有专有性、地域性、实践性的特点。本质上说是一种无形财产权。

## 02

### 知识产权的分类

主要分为著作权（版权）和工业产权（商标、专利）。此外，还包括商业秘密（经营秘密和技术秘密），《反不正当竞争法》中规定的权利（知名商品名称、知名企业字号、知名商品装饰装潢）等。

## 03

### 如何避免侵犯知识产权

强化知识产权意识，避免抄袭模仿。生产商应当对产品进行知识产权评估，在先生产使用的证据注意保留；销售商应当保存进货凭证证明合法来源，并要求供应商承诺承担知识产权侵权风险。注重自身知识产权的储备和保护。

# 03

## 平台经营者行为规范与义务



### ■ 八类规范与义务

# 平台内经营者信息管理 (第27-29条)

01

## 形式审查义务

平台经营者应对进入平台的经营者进行必要的信息审查，包括身份、联系方式和行政许可，进入平台的非经营户也需要提交真实身份信息。应当建立档案，定期更新。

02

## 平台经营者协助监管义务

按照规定向市场监管部门报送平台内经营者的身份信息，提示未办理登记的经营者依法登记。向税务部门报送平台内经营者身份信息和与纳税有关的信息，提示不需要办理主体登记的经营者办理税务登记。

03

## 对违法经营的处置和报告

对平台内未依法取得行政许可，或者交易不合法的情况进行及时处置，并向有关部门报告。主要针对违反本法第12/13条的内容。

01

### 应采取措施保障网络安全

《网络安全法》对网络安全涉及的内容具体包括网络运行安全 ( 包含关键信息基础设施的运行安全 ) 与网络信息安全。同时应保证系统正常、安全运行。防范网络犯罪。

02

### 制定网络安全事件应对预案，妥善处理并及时报告

制定内部操作规程、确定责任人，采取防范病毒和网络攻击的技术措施，检测网络状态，留存网络日志不少于6个月，数据分类，重要数据备份和加密。

# 确保商品和服务信息、交易信息的完整性、保密性、可用性 (第31条)

01

## 保存信息的范围

在平台上发布商品、服务的信息。通过平台进行交易的信息。注意与本法第27条的身份信息不同。

02

## 保存信息的措施

未对具体措施作出具体规定，这是互联网技术中立原则的体现。一般来说可以采用数据备份、数据迁移、电子签名等常用技术手段来保障。

03

## 信息保存的时间

一般情况下期限不少于三年。如其他法律有规定则作为例外。

04

## 保存信息的要求

实现“妥善保存”，即保障相关信息的完整性、保密性和可用性。。

# 制定、公示平台服务协议和交易规则 (第32-36条)

01

## 制定平台服务协议、交易规则的要求

遵循公平、公正、公开原则。明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务。

02

## 公示平台服务协议、交易规则的义务

在首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识。

03

## 修改平台服务协议、交易规则的要求

修改服务协议和交易规则，实施前七日在首页显著位置公开征求意见，并采取措施保证有关各方能充分表达意见。平台内经营者不接受要退出的不得阻止，且按修改前服务协议和交易规则承担责任。

04

## 平台服务协议、交易规则内容的限制性规定

平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格、以及与其他经营者的交易进行不合理限制或者附加不合理条件，或者收取不合理费用。参考《反不正当竞争法》12条，《反垄断法》第14/17条。

05

## 对平台内经营者违规处罚的公示

依据服务协议和交易规则对平台内经营者违法违规行为实施警告、暂停或者终止服务等措施的，应当及时公示。

# 平台经营者从事自营业务的要求 (第37条)

01

## 标记义务

平台经营者在其平台上开展自营业务，应当以显著方式区分标记自营和平台内经营者开展的义务，不得误导消费者。

02

## 依法承担责任

对标记为自营的业务依法承担销售者或服务提供商的责任。

# 建立健全信用评价制度义务 (第39条)

01

## 建立信用评价制度和体系

建立健全信用评价制度，公示信用评价规则。不仅仅来源于消费者评价。

02

## 保障消费者行使评价权利

为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的权利。不得删除（二审稿曾经规定可以删除侮辱诽谤性语言或明显违背事实的评价，正式文本未予采纳）。



# 搜索显示和竞价排名提示义务（第40条）

01

## 搜索结果的多方式显示义务

平台经营者根据商品或者服务的价格、销量、信用高低方式进行排序，可以由消费者根据选定的方式自由查询，不得任意篡改数据，影响排序结果。

02

## 竞价排名的提示义务

在显示竞价排名的商品或者服务信息时，应当显著标明“广告”。

03

## 提供竞价排名需具备相应资质

按照《广告法》第44条规定，应当取得相应资质，并按照规定建立健全广告承接登记、审核、档案管理制度，依据法律法规查验证明文件、核对广告内容。

04

## 平台作为广告发布者责任承担

按照《广告法》《消费者权益保护法》相关规定，违法发布广告依法承担行政或刑事责任。如果平台不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式，消费者可以要求平台赔偿。关系消费者生命健康的商品或服务的虚假广告，平台与广告经营者、代言人、广告主承担连带责任。其他类型商品或服务明知是虚假广告的，与广告主承担连带责任。

01

## 平台经营者的知识产权保护义务

应当建立知识产权保护规则，与权利人加强合作，依法保护知识产权。

02

## 知识产权侵权中权利人的救济程序

采用“通知-下架”的规则，权利人认为其知识产权被侵害的，有权通知平台采取删除、屏蔽、断开连接、终止交易和服务等必要措施。平台接到通知应及时采取措施，并通知平台内经营者（此时适用“避风港”原则），未采取措施的就损失扩大部分承担连带责任。通知错误的，依法承担民事责任，恶意发出错误通知的，加倍赔偿。

03

## 平台内经营者的声明权利及处理程序

采用“反通知-恢复”的规则，即平台内经营者接到转送的通知后，可以向平台提交不存在侵权行为的声明，其中应当包括不存在侵权行为的初步证据，平台接到声明后，应当转送发出通知的权利人，并告知其可以向有关部门投诉或者向法院起诉。十五日内未收到权利人已经投诉或者起诉通知的，应当及时终止采取的措施。

04

## 公示相关侵权信息的义务

应当及时公示收到本法第42.43条规定的通知、声明及处理结果。

05

## 对侵权行为明知时的义务和责任

采用“红旗原则”，即明知或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取必要措施，未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。

# 04

## 电子商务合同



- 概念和特征
- 合同的订立及效力
- 格式合同的法律问题
- 合同的履行和交付
- 电子支付的法律问题

# 电子商务合同的概念和特征 (第48条)

01

## 合同的一般概念

平等主体之间设立、变更、终止民事权利义务关系的协议。传统的合同分为口头和书面两种。

02

## 电子商务合同的概念

以电子、光学或其他类似手段缔结的合同称为电子商务合同。当事人使用自动信息系统订立或者履行合同的行为对当事人具有法律效力。

03

## 电子商务合同的特征

主体具有虚拟性，以计算机技术和互联网为媒介，合同生效的时间和地点具有特殊性，采用电子签名方式，易于降低成本，提高效率，但安全性交底。。

# 电子商务合同的订立 (第47-49、50条)

01

## 电子商务合同的法律适用

适用本法以及《民法总则》、《合同法》和《电子签名法》等法律规定。

02

## 使用自动信息系统的效力与当事人行为能力推定规则

当事人使用自动信息系统订立或者履行合同对该系统的当事人具有法律效力。推定当事人具有相应的行为能力，有反证足以推翻的除外。

03

## 电子商务合同的订立与成立

经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或者服务并提交订单成功，合同成立。电子商务经营者应当清晰、全面、明确地告知用户订立合同的步骤、注意事项、下载方法等，保证用户便利完整的阅览和下载。应当保证用户提交订单前可以更正输入错误。

# 格式合同的法律问题 (第49条第二款)

01

## 格式合同的含义

根据合同法第39条第二款，格式合同指当事人为了重复使用而预先拟定，在订立合同时未与对方协商的条款。

02

## 格式条款不公平的主要表现

减轻或免除自己的责任，加重消费者责任，限制或者剥夺消费者权利，不合理的分配风险，缩短法定的瑕疵担保责任，转移法定的举证责任，约定有利于自己的解决条款。

03

## 法律对电子商务格式合同的限制

根据《合同法》第40/41条，《消费者权益保护法》第26条，本法第49条，依法承认格式合同的效力，但加以限制：免除或者限制责任的条款，提供格式合同方有说明义务；免除格式合同提供方责任，加重对方责任排除对方主要权利的条款无效；对格式条款理解有争议的，以通常理解为准，存在多种解释了，采纳有利于相对方的解释；不得有对消费者不公平的规定。

## 01

### 电子商务合同的交付时间

标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，收货人签收时间为交付时间。标的为提供服务的，生成电子凭证或者实物凭证载明的时间为交付时间；凭证没有载明或者与实际时间不一致的，以实际时间为准。在线传输的，以标的进入对方当事人指定的特定系统且能够检索识别的时间为准。当事人之间另有约定的，从其约定。

## 02

### 快递物流交付方式和服务规定

快递物流提供者应当合法，应当符合承诺的服务规范和时限，交付商品时，应当提示收货人当面查验，交由他人代收的，应当经收货人同意。应当按规定使用环保材料。可以接受经营者委托代收货款。

# 电子支付的法律问题 (第53-57条)

01

## 电子支付服务提供者的义务

当事人可以约定采用电子支付。电子支付服务提供者提供服务应当遵守国家规定，告知相关功能、使用方法、注意事项、风险和收费标准，不得附加不合理条件，确保支付指令的完整性、一致性、可跟踪稽核和不可篡改。电子支付服务提供者应当向用户提供三年交易记录和免费对账服务。

02

## 电子支付安全

电子支付服务提供者提供服务不符合国家支付安全管理要求造成用户损失的，应当赔偿。

03

## 支付指令的核对和发生错误的责任

用户发出指令前应当核对金额，收款人等信息。指令发生错误的，电子支付服务提供者应当及时查找原因，并予以纠正。造成损失的应予赔偿，但能够证明非自身原因造成的除外。

04

## 支付完成后的信息确认

完成后，电子支付服务提供者应当及时准确的向用户提供符合约定方式的确认支付信息。

05

## 非授权支付中的用户义务和责任分担

用户应妥善保管安全工具，发现被盗、遗失或者未经授权支付的，应当及时通知电子支付服务提供者。未经授权支付造成的损失，由电子支付服务提供者承担，如是用户过错则不承担责任。电子支付服务提供者收到用户未经授权通知时，应立即采取措施防止损失扩大，否则对损失扩大部分承担责任



# 05

## 电子商务争议解决



- 四个机制
- 两个义务

## 四个机制 (第58-60、63条)

01

### 商品或服务的质量担保机制

国家鼓励电子商务平台建立商品服务担保机制，平台和平台内经营者协议设立消费者权益保证金的，应当就数额、管理、使用和退还办法做出明确约定。消费者要求平台承担先行赔偿责任以及平台赔偿后向平台内经营者追偿，使用《消费者权益保护法》相关规定。

02

### 消费者投诉、举报机制

电子商务经营者应当建立便捷、有效的投诉举报机制，公开相关信息，及时受理并处理。

03

### 网络交易争议解决机制

可以通过协商解决，或者请求消费者组织，行业协会或者其他依法成立的调解组织调解，向有关部门投诉，提请仲裁，或者提起诉讼。注意管辖问题。

04

### 在线争议解决机制

平台可以建立争议在线解决机制，指定并公示解决规则，根据自愿原则公平公正解决当事人的争议。

## 两个义务 (第61/62条)

01

### 平台经营者协助消费者维权的义务

消费者与平台内经营者发生争议时，平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。

02

### 原始合同和交易记录的提供义务

电子商务争议处理中，电子商务经营者应当提供原始合同和交易记录。因电子商务经营者丢失、伪造、篡改、销毁、隐匿或者拒绝提供前述资料的致使法院、仲裁机构或有关机关不能查明事实的，应当承担相应的法律责任。

# 06

## 电子商务促进与监管



- 电子商务促进的措施
- 政府监管的原则
- 政府监管的界限
- 政府监管机制
- 行业自律

# 电子商务促进的具体措施 (第64-68条)

01

## 政府发挥积极作用

各级政府应当把电子商务发展纳入国民经济和社会发展规划，制定科学的产业政策，促进电子商务创新发展。

02

## 促进电子商务绿色发展

各级政府应当采取措施支持推动绿色包装、仓储、运输。

03

## 促进电子商务配套设施建设

国家推动电子商务基础设施和物流网络建设，完善统计制度，加强电子商务标准体系建设。

04

## 促进相关产业融合发展

推动电子商务在国民经济各个领域的应用，支持电子商务与各产业融合发展。

05

## 促进农村电商发展

促进农业各环节的互联网技术应用，促进农村电商发展，发挥电子商务在精准扶贫中的作用。

# 电子商务促进的具体措施 (第69-73条)

06

## 促进电商数据共享与安全

国家维护电子商务交易安全，保护信息安全，鼓励数据开发应用，保障数据合法有序流动。国家采取措施推动公共数据共享机制，促进电商经营者依法利用公共数据。

07

## 促进电子商务诚信建设

国家鼓励开发新业态，创新新模式，推进电商诚信体系建设，支持依法设立的信用评价机构开展电子商务信用评价，并向社会提供电子商务信用评价服务。

08

## 促进跨境电商发展

国家促进跨境电商发展，建立健全相关制度，提高便利化水平，支持平台经营者等为跨境电商提供仓储物流、报关、报检等服务。支持小微企业从事跨境电子商务。进出口管理部门建立相关体系支持跨境电商，优化流程，提高服务和监管效率。

09

## 促进电商国际间合作

国家推动建立与不同国家、地区之间的电子商务交流合作，参与国际规则制定，促进电子签名、电子身份的国际互认，推动建立跨境电商争议解决机制。

# 政府对电子商务监管的原则

01

## 推动发展原则

对电商的监管不是为了约束其发展，而是为了促进该行业的发展。主要目的是扫清电商发展中的障碍和解决发展中遇到的问题，维护电商良好秩序，推动发展。

02

## 事前监管与事中事后监管相结合原则

将市场准入、审查的事前监管和过程监督、风险防范以及矛盾纠纷化解的事中事后监管有机结合，对电子商务全面的监管覆盖，不能仅在某一环节起到监管作用。

03

## 开放性监管原则

仅靠政府或某单位监管容易产生纰漏，也加重政府负担，因此不仅政府各部门要互相合作，政府和其他行业也应当相互配合，通力合作，实现对电子商务的开放性监管。

# 政府对电子商务的监管界限

01

## 以宏观经济调控为基准制定基本原则

国家对电子商务的监管应当主要从宏观方面着手，提高社会资源配置的效率和水平，克服市场本身的固有缺陷。具体的市场经营方式、服务提供方式、行业竞争机制等，留给市场主体自己制定和遵循。

02

## 以市场监督管理、行政执法工作为限

政府机关依法对电子商务平台经营者、平台内经营者、消费者等各方进行监管，职责应当以市场监督管理和行政执法为限。

03

## 遵循电子商务国际规则

电商监管，需要遵循关于电子商务的国际规则，以国际公认的一般原则为界限对电子商务进行监督。

04

## 进行合法性监管

政府对电子商务进行监管应当以法律法规为依据，严格依法，公正执法。依法保障相关主体行政复议、诉讼等权利，接受民众监督和司法裁判。



# 政府对电子商务的监管机制

01

## 完善相关的法规规章

本法出台后，应当尽快完善相关的行政法规和部门规章，填补立法空白。

02

## 设立准入退出机制

本法的相关准入、处罚、退出机制基本都是依据其他法律法规，对其进行明确是非常必要的。

03

## 推广电子政务

有必要变线下巡查为线上，利用互联网工具进行有效监管。

04

## 推动形成多元主体共同参与

先行监管是政府监管为主导，行业自律和自治管理为补充的模式。政府应当充分挖掘行业组织和市场的自律和管理作用，强化行业的自律功能。同时发挥媒体和消费者的监督作用，形成政府行政监管为基础，有机结合行业自律、公众媒体监督、消费者维权的多元化监管模式。

01

## 行业自律的界限

权力来源是法律的授权的组织，政府委托的行业组织或者行业组织的各个成员。

02

## 行业自律的主要机制

主要机制包括制定行业规范、赋予行业自律机构自治权，设立行业自律机构的准入准出界限，建立健全纠纷解决机制等。

# 06

## 法律责任



- 民事责任
- 行政责任
- 刑事责任

01

## 违约责任

电子商务经营者或者消费者不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，依法承担违约责任。一般依据《合同法》。

02

## 侵权责任

电子商务经营者销售商品或者提供服务造成他人损害的，依法承担侵权责任。一般主要依据《侵权责任法》《消费者权益保护法》《食品安全法》等。

03

## 一个连带+一个相应责任

电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益的行为，未采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。对关系消费者生命健康的商品或者服务，平台经营者对平台内经营者未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。

# 行政责任汇总 (第75-87条)

电子商务行政责任承担一览表

责任主体	违法行为	行政责任	法律依据
电子商务经营者	未取得相关行政许可从事经营活动,或者销售、提供法律、行政法规禁止交易的商品、服务	依照其他法律处理	75条
	不履行信息提供义务		
	采取集中交易方式进行交易,或者进行标准化合约交易的	责令限期改正 可处罚款(1万元以下)	76条
	未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息,或者上述信息的链接标识的		
	未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的		
	未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序,或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的		
	违反本法第十八条第一款规定提供搜索结果,或者违反本法第十九条规定搭售商品、服务的	责令限期改正 没收违法所得 可并处罚款(5~10万元;情节严重的,20~50万元)	77条
	未向消费者明示押金退还的方式、程序,对押金退还设置不合理条件,或者不及时退还押金的	责令限期改正 可处罚款(5~20万元;情节严重的,20~50万元)	78条
	违反法律、行政法规有关个人信息保护的规定,或者不履行本法第三十条和有关法律、行政法规规定的网络安全保障义务的	依照其他法律处理	79条
	销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求	依照其他法律处理	85条
实施虚假或者引人误解的商业宣传等不正当竞争行为			
滥用市场支配地位			
实施侵犯知识产权、侵害消费者权益等行为			

责任主体	违法行为	行政责任	法律依据
电子商务平台经营者	未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的	责令限期改正 可处罚款(2~10万元;情节严重的,10~50万元)	81条
	修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见,未按照规定的时限提前公示修改内容,或者阻止平台内经营者退出的		
	未以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务		
	未为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径,或者擅自删除消费者的评价的	依照其他法律处理	81条
	对竞价排名的商品或者服务未显著标明“广告”的		
	对平台内经营者在平台内的交易、交易价格或者与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件,或者向平台内经营者收取不合理费用的	责令限期改正 可处罚款(5~50万元;情节严重的,50~200万元)	82条
	对平台内经营者侵害消费者合法权益行为未采取必要措施,或者对平台内经营者未尽到资质资格审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务的	责令限期改正 可处罚款(5~50万元) 情节严重的,责令停业整顿,并处罚款(50~200万元)	83条
	对平台内经营者实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的	责令限期改正 逾期不改正的,处罚款(5~50万元;情节严重的,50~200万元)	84条
负有监管职责的行政工作人员	玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊,或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中所知悉的个人信息、隐私和商业秘密的	依照其他法律处理	87条

01

## 电子商务常见犯罪类型

销售伪劣商品罪、诈骗罪、侵占罪、信用卡诈骗罪、洗钱罪、走私罪、逃税罪、非法经营罪、侵犯公民个人信息罪、虚假广告罪、损害商业信誉声誉罪、玩忽职守罪、滥用职权罪等。

02

## 以电子商务交易方式为犯罪工具的犯罪

盗窃罪、诈骗罪、侵犯商业秘密罪、侵犯知识产权犯罪等。

03

## 针对电子网络信息系统的犯罪

破坏计算机信息系统罪、拒不履行信息网络安全管理义务罪、非法利用信息网络罪、帮助信息网络犯罪活动罪。

04

## 利用电子网络侵犯人身权犯罪

诽谤罪、侮辱罪、侵犯公民个人信息罪等。

# 感谢聆听



大别山网商学院

The Dabie Mountains business schools

