

一部被誉为“关乎互联网电商行业格局”的综合性法律将于2019年1月1日起施行,这就是历时5年、在2018年8月31日十三届全国人大常委会第五次会议表决通过的《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电商法》)。这部共七章89条的《电商法》是中国电商领域首部综合性法律,它的落地,不仅使电商行业的发展终于迎来了“有法可依”的时代,也必将带来这个行业的格局变化。

《电子商务法》出台

如何改变互联网消费的未来?

C 让网上生活更有保障

买到假货投诉无门,有效证据难留存,相信不少“剁手党”都感受过网上维权的艰难。为了破解这些问题,《电商法》完善了争议处理解决规范。根据规定,电子商务经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制,公开投诉、举报方式等信息,及时受理并处理投诉、举报。在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。

随着大数据时代的到来,大量网购消费者的信息被运用在生活中的方方面面,大数据杀熟也成为电商们的利器。《电商法》对这些“打包服务”做出了规定:电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果,应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项,尊重和公平保护消费者合法权益。电子商务经营者搭售商品或者服务,应

当以显著方式提请消费者注意,不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。违反上述规定者,责令限期改正,没收违法所得,可以并处五万元以上二十万元以下的罚款;情节严重的,并处二十万元以上五十万元以下的罚款。

明星都在用的爆款产品……打开朋友圈,市民李丽几乎每天都会看到微商广告刷屏。对方时不时晒出的效果照片和交易记录,让她总是忍不住心动。等到买回来使用,发现效果不如人意,再想找对方讨说法,才发现自己已被对方拉黑。近年来,移动社交媒体成为人们日常生活的重要组成部分,大量微商随之兴起并快速扩张。针对这种新情况,《电商法》扩大了对电子商务经营者的定义涵盖面,将微商、直播平台等纳入监管。也就是说,微商依法办理市场主体登记,反之将面临最高一万元的罚款。而登记完成

后,作为商事主体和经营者,这些网店都将需要依法纳税。

此外,雇水军刷好评几乎是电商行业多年的“潜规则”。有了《电商法》,该类行为将被严厉禁止。《电商法》规定,电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,平台也不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。未给消费者提供评价途径,或者擅自删除消费者的评价的,最高可以处罚五十万元罚款……

除上述具体条款以外,《电商法》的许多规定,诸如建立健全信用评价制度、建立知识产权保护规则、履行环境保护义务等,都有利于保护网络消费者权益,推动电商经营者履行社会责任。正如众多媒体的共识:有了《电商法》,电商野蛮生长时代终将结束。

D 新法落地呼唤司法细则



也呈现出复杂多变的特点,在基本行业法的前提下,今后可能需要更多司法解释以及实施细则对有关法律细节予以进一步明晰,以指导未来的司法适用。还有业界普遍关心的平台责任如何界定的问题,后续在具体个案的执行中可能会引发较大争议。对此,有专家建议,可以通过司法解释对“相应的责任”进行明确,如不同类型的案件和情况,承担什么样的责任,可以举例说明,以便司法界更好地参考,避免在未来司法的实践中出现分歧。“相应的责任”虽然是一个相对模糊的概念,但在未来的法律适用中,也有望通过司法实践来形成该条适用的判断标准。

重庆大学网络与大数据战略研究院院长齐爱民认为,《电商法》通过后的重点工作就是制定相关的实施细则。首先,应当在适用范围上予以明确,对于提供服务,如涉及食品安全的外卖平台、涉及交通安全的出行平台等,还需要在具体监管适用上予以确定;其次,法律对于电子商务维权的规定较为笼统,也需要在未来通过政府、消费者协会、行业协会、消费者等多方主体的共同参与,形成更加灵活高效的解决机制,真正将消费者权益落到实处。

针对新法的落地问题,商务部也作出了积极回应,将着力从发展和规范两方面落实法律的要求。如积极推动网络零售的创新发展,积极培育新产品、新服务、新模式、新业态;深入开展电商精准扶贫,推动优质的农产品、特产产品进入城乡市场,促进农村电子商务发展,继续推进跨境电商电子商务的试点示范。同时,将加大规范力度,推动建立符合电子商务发展特点的协同管理体系和多方参与的市场治理体系,优化电子商务发展的环境。

随着电子商务业态的快速变化,当前电子商务领域的矛盾纠纷

距离《电商法》正式实施还有三个多月,业内人士认为,这段时间也是给电子商务经营者,特别是大型电商平台一个消化和整改的过程。比如,一些电商平台的格式条款目前来看显然是不合法的规定,需要在《电商法》正式实施前加紧修改。

不少法律专家认为,在实践中,人们对网络权益的理解还有很大差异,或者说是疑惑。比如,网络交易平台提供者何时提供信息,法院对时间节点认定不一;在有效联系方式上,有的法院认为,身份证、地址这类信息就算有效联系方式,但有的法院认为,有效联系方式是一定能让消费者联系到对方的方式。

结束野蛮生长 走向健康规范

□ 李薇

“如今,人们不是在网购,就是在去网购的路上”……朋友圈等社交媒体平台逐渐成为电子商务新的集散地。据《2018中国社交电商行业发展报告》显示,2018年中国社交电商市场规模预计达到11397.78亿元,从业者规模预计达到3032.6万人。与此相伴相生的则是,2017年全国消协组织共受理远程购物投诉约4.1万件,其中以微商为代表的个人网络商家成为投诉热点。

一边是高速发展的社会需要,一边是各种或显性或隐性存在的经营乱象,究其原因就在于电子商务一直处于法律的真空地带。没有规矩,不成方圆。电子商务

要想去腐生肌,必须把不规范、不正当的“野蛮生长”行为置于法律的利剑之下。

《电商法》的出台,对消费者而言恰似一把保护伞,它系统、全面地规定了电子商务经营者保护用户和消费者权益的义务,设定了平台对于消费者的先行赔付责任、连带责任、相应责任,其第十七条、第三十九条禁止“刷好评”、“删差评”,提升了消费的透明度,规制了电子商务平台经营者可能滥用的平台资源“私权力”,体现了我国建设电子商务诚信体系建设的决心。

《电商法》对于线下实体而言也是一个利好。其对税务登记要

求的明确,线上商务行为的约束和管理,除了具有保护消费权益的作用外,还对推进线上线下交易平等具有调节作用,为线下实体创造了更公平而有利的竞争环境。

《电商法》还是一部绿色的法律,电子商务的包装浪费等现象一直被环保人士诟病,该法关于电商商品包装运输等方面的相关规定,势必为电子商务营造一个绿色的生态圈,避免资源的极大浪费。

一孔之见



A 立法背后博弈不断

2013年,我国网络零售交易额超过1.85万亿元,占社会消费品零售总额比重达7.8%,成为全球最大的网络零售市场。彼时,淘宝、京东等大型电商平台迅速崛起并渗透到人们生活的各个领域,在给消费者带来便利的同时,新的矛盾也随之出现。诸如假货、消费者权益受损、支付纠纷等问题纷纷走入司法盲区,引发广泛讨论。于是,原工商总局、商务部、工信部等部委分别出台了相应的规则,而与此同时,通过立法来解决实践中电商发展乱象的呼声也越来越高。

回顾整个立法的进程,《电商法(草案)》的每一次审议都有显著的变化,尤其是在第三次审议稿发布后,有关平台责任与消费者权益

的平衡问题引起了社会的广泛讨论。一位法学专家在接受媒体采访时曾说过:在当代中国,从没有一部法律的立法能引起如此激烈的对抗性争论,也从来没有一部法律的立法背后有如此明确的利益博弈,以至涉及、协会和法学专家们都参与了整个立法的公开讨论中。

时间回到2013年12月27日,电子商务法立法启动会在人民大会堂召开,一位官员开宗明义,认为《电商法》的立法过程就是一个达成共识的过程。其言下之意不言而喻,由于涉及不同部委、行业

和平台之间的利益调整,大家对电商法充满了疑惑。

有关部委觉得该法“无所不含”,担心彼此的利益冲突和权力冲

突。如商务部关注跨境电商,一审稿中就用了一个章节对跨境电商进行规范,二审稿之后仅保留3个条款;税务总局所关心的涉税内容,还是未能在新法中全面体现。学术界不少专家则认为此法没有先例,不可操之过急;而电商行业更担忧平台责任可能由此过重……后来的数次审议和修改也证明了这些矛盾。

立法初期,分别代表企业声音的行业协会大纲、以北京大学法学院为主体的学界大纲、代表监管声音的原工商总局版大纲,经历了几十遍修改形成一审草案,于2016年末提请全国人大常委会首次审议。2018年6月三审过后,又罕见地于8月27日进行第四次审议。

而争议一直持续到新法通过前的最后一场会议。今年8月27日,全国人大常委会对电子商务法草案进行第四次审议,全国人大常委会委员彭勃说,5年来网络交易方式、服务内容和样式都已天翻地覆,相关法律却迟迟没有出台,在各个方面都是严重滞后。

与此相对的,全国人大常委会委员那顺孟认为,电子商务作为新兴业态,大家在一些重大问题上还存在意见分歧,需要进一步调查研究,为了避免草率通过,建议不妨再看看。

在平衡各方角力的过程中,《电商法》在反复拉锯中最终落地,尽管对某些争议条款可能选择了模糊处理,但从大局出发,充分考虑了电子商务发展的实际和面临的突出问题,也为将来的发展留有了充分的空间,它的出台可谓恰逢其时。

B 为电商平台划出安全底线

8月31日,电子商务法草案表决通过。表决稿第38条即电商平台责任条款再度作出修改,将此前的“相应的补充责任”修改为“相应的责任”,规定“对关系消费者生命健康的商品或者服务,电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,依法与该平台内经营者承担相应的责任”。

同时增加明确罚则:“电子商务平台经营者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,由市场监督管理部门责令限期改正,可以处五万元以上五十万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿,并处五十万元以上二百万元以下的罚款。”

可以说,电商平台责任条款是

《电商法》中争议最多的内容之一,在历次审议中经过了从“连带责任”到“相应的补充责任”再到“相应的责任”的数次转折,尽管其中涉及各方的利益博弈,但最终取得的“平衡”还是有力地强化了电商经营平台的义务与责任。

强化平台的义务和责任是《电商法》自起草时就被寄予的厚望,也是《电商法》的重要内容。在8月31日举行的新闻发布会上,全国人大常委会法工委经济法室副主任杨合庆指出:“任何经营者从事任何经营活动,消费者的人身安全都应当是第一位的。我国的每一项立法都是如此,我们必须坚持以人民为中心的思想,将人民的安全放在第一位。刚刚通过的《电商法》也坚持了这一思想,对保障人民群众人身安全作了非常具体的规定。”

从电商经营者义务的角度来看,《电商法》明确规定,电子商务

经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求,不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务。有关专家还注意到,《电商法》至少规定了33个平台义务,远远高于消费者权益保护法、食品安全法、网络安全法、侵权责任法等法律中的相关设定,也高于《网络交易管理办法》里的设定,电商平台责任被有效强化了。

当平台在出现侵害消费者合法权益时,除了需要承担民事责任以外,《电商法》还规定,如果平台有相关的违法行为,还要依法承担行政责任和刑事责任。北京外国语大学法学院教授、北京市法学会电子商务法治理研究会副会长王文华指出,判断一部法律的严厉程度,不仅要看法条,还要看义务条款。《电商法》加大了平台的义务和责任,实质上也是对平台提出了更高的安全要求。

绿色修船还看今朝

(上接第1版)这是“海洋之梦”号首次选择中国企业,看中的正是该公司“绿色修船”技术——利用超高压水射流除锈代替传统干式喷砂作业,确保污染物不扩散。

更让杨友感到高兴的是,他们的修船技术和组织管理能力得到了“海洋之梦”号船长的好评。“此次豪华邮轮的顺利修理树立了‘舟山修船’在世界修船业的品牌形象,也标志着舟山修船企业正向世界修船业的高端市场进军。”杨友激动地告诉记者,现在我们已经是一家世界知

名的豪华邮轮公司列为合格供应商,正在参与国际豪华邮轮修理市场的竞争。

“以前从来没听说舟山的船厂能修邮轮,因为难度大,外国人也不放心。”杨友说,现在舟山已有几家企业能修理邮轮,个别企业甚至谋划建造邮轮,邮轮可是船舶工业的“皇冠”。

杨友还向记者展示了“漆雾回收装置”,这是一种安装在高空车上的全透明的轻便的“小房子”。杨友自豪地告诉记者,这是工友们花半年的时间研发制作的,可以在做船

壳外板涂装的时候,将原本飘在空中的漆雾都回收起来,不再对周边的居民造成影响。现在公司正在批量生产,马上就可以投入使用。

结束了一天的工作,杨友站在船坞边,拿出一本英文的设备说明书开始阅读学习,遇到不懂的单词便拿出手机上网查阅。“现在已经不同于过去,船舶维修技术更新很快,我们维修工人也必须不断学习,才能跟上时代脚步。”杨友说,通过自学,以前英文功底薄弱的他现在已经能阅读几千页的英文说明书了。