

2017-2018年度 中国电子商务法律报告



报告编制：电子商务研究中心

发布时间：2018年5月15日

目录

一、报告概述.....	2
二、十大“电子商务法律”案例.....	4
2.1 案例一：全国首例电商起诉售假卖家案.....	4
2.2 案例二：全国“刷单入刑”第一案.....	5
2.3 案例三：支付宝默认勾选授权侵权案.....	6
2.4 案例四：借漏洞骗取美团近两百万被判刑案.....	7
2.5 案例五：跨境电商保税仓“刷单第一案”.....	8
2.6 案例六：淘宝店主海外代购保健品无中文标识被判 10 倍赔偿案.....	9
2.7 案例七：天天快递起诉京东不正当竞争案.....	11
2.8 案例八：淘宝网店铺偷逃税款 400 余万元被判有期徒刑六年案.....	12
2.9 案例九：共享单车行业首例身故保险理赔案.....	13
2.10 案例十：快递员泄露客户信息获利 3.8 万元被判刑案.....	14
三、十大“电子商务法律”关键词.....	16
3.1 关键词一：信息泄露.....	16
3.2 关键词二：网络刷单.....	17
3.3 关键词三：网络售假.....	19
3.4 关键词四：无证经营.....	20
3.5 关键词五：不正当竞争.....	21
3.6 关键词六：网络传销.....	22
3.7 关键词七：快递赔偿纠纷.....	23
3.8 关键词八：霸王条款.....	24
3.9 关键词九：大数据杀熟.....	25
3.10 关键词十：电商消费贷.....	26
四、十大电商/互联网行业法律法规.....	27
4.1 《电子商务法(草案二次审议稿)》.....	27
4.2 《反不正当竞争法》.....	28
4.3 《快递暂行条例》.....	28
4.4 《网络预约出租车汽车监管信息交互平台运行管理办法》.....	28
4.5 《医疗器械网络销售监督管理办法》.....	29
4.6 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》.....	29
4.7 《工商总局关于推行企业登记全程电子化工作的意见》.....	29

4.8 《工商总局关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》	29
4.9 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》	30
4.10 《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	30
五、报告附录.....	31
5.1 关于我们.....	31
5.2 法律权益部.....	33
5.3 相关报告.....	33
5.4 报告编委.....	36

报告编委会

报告主编：

电子商务研究中心特约研究员 上海市信本律师事务所主任 **高兴发**

电子商务研究中心特约研究员 上海亿达律师事务所 **董毅智**

电子商务研究中心特约研究员 北京盈科(杭州)律师事务所 **方超强**

电子商务研究中心特约研究员 上海市百良律师事务所 **何轶智**

电子商务研究中心特约研究员 北京德恒（深圳）律师事务所合伙人

吕友臣

报告审定：

电子商务研究中心主任、研究员 国务院《网络商品交易及服务监督管理条例》立法组副组长 **曹磊**

报告统筹：

电子商务研究中心法律与权益部 分析师 **姚建芳**

电子商务研究中心法律与权益部 助理分析师 **贾路路**

电子商务研究中心法律与权益部 见习分析师 **蒙慧欣**

报告鸣谢

值此《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》发布之际，我们对为本报告编撰过程中，提供案例和观点的有关部门、电商律师、专家以及广大电商用户对我们的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

一、报告概述

1.1 报告特色

● **唯一性：**本报告是国内首部全面系统的电子商务法律报告，每年发布，迄今已连续第六年发布该系列报告。

● **全面性：**本报告专注电商，研究范围囊括零售电商、跨境电商、电商物流、电商金融等各电商细分领域，对出现的典型事件进行分析解读，并对年度立法进行聚焦。

● **专业性：**本报告由电商智库—电子商务研究中心，携手与多位国内电商界一线知名律师共同调研、分析、撰写而成。

1.2 报告背景

2017-2018 年是电子商务合规大年，国家针对电子商务/互联网领域的立法日趋增速，立法效力等级逐步提升，涉及领域更加全面，个人信息及网络安全进入普罗大众视野，电子商务及互联网也出现了更多全新的商业模式，热点事件层出不穷。

1.3 报告目的

本报告通过对 2017 年 1 月 1 日-2018 年 4 月 30 日内发生的重点电子商务法律现象进行分析解读，试图透过表象寻求背后的规则发展路径，从立法、司法、行政、案例、网规、标准等多个维度展开探索，同时借助热点事件和实际调查，管窥当前中国电子商务产业存在的

法律与规则环境，盘点新规则、新做法，披露漏洞与不足。

1.4 研究方法

以电子商务研究中心旗下电子商务法律求助服务平台常年监测公开案例、律师提供以及媒体报道的电子商务法律案例为研究范本，进行案例解读分析。

1.5 监测对象

- 1、网络零售（C2C 卖家、B2C 平台电商、跨境电商、电商服务商.....）
- 2、生活服务电商业（出行、订票、外卖.....）
- 3、电商物流
- 4、电商金融（P2P、众筹、支付、银行.....）

1.6 报告执行

本报告由电子商务研究中心携手中心特约研究员、多位国内知名电商律师群策群力，历时一年有余，经日常监测、案例分析等而成。

1.7 报告声明

版权声明：本报告相关知识产权归电子商务研究中心所有，欢迎各企业、机构、媒体、自媒体、个人等引用本报告数据、内容、图表，均请注明来源；

风险提示：本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。



（扫一扫，第一时间获取更多电商报告）

二、十大“电子商务法律”案例

全国首例电商起诉售假卖家案、全国“刷单入刑”第一案、支付宝默认勾选授权侵权案、借漏洞骗取美团近两百万被判刑案、跨境电商保税仓“刷单第一案”、淘宝店主海外代购保健品无中文标识被判 10 倍赔偿案、天天快递起诉京东不正当竞争事件、淘宝网店铺偷逃税款 400 余万元被判有期徒刑六年案、共享单车行业首例身故保险理赔案、快递员泄露客户信息获利 3.8 万元被判刑案，上诉案例由报告编写律师推荐为“2017—2018 年度中国十大电子商务领域典型法律案例”，主要涵盖网络零售、网络支付、跨境电商、生活服务电商、电商物流以及电商金融。

2.1 案例一：全国首例电商起诉售假卖家案

【案例类型】 商标侵权、合同违约

【所在领域】 网络零售

【相关链接】 《【电商快评】评电商平台首次起诉售假店主获法院立案》

<http://www.100ec.cn/detail--6380129.html>

【案例简介】

2016 年 6 月，淘宝网通过大数据打假系统，发现刘某及妻子陈某经营的两家店铺销售的施华洛世奇手表存在售假嫌疑，涉嫌侵犯的权利人为施华洛世奇股份有限公司产品的“施华洛世奇 Swarovski”商标，遂以神秘购买的方式在疑似售假店铺购买了一块“施华洛世奇”女表，经品牌方鉴定，权利人给出“所涉商品为假货”的鉴定结论。

淘宝网将线索移送警方，同时淘宝网还以“违背平台不得售假约定、侵犯平台商誉”为由将其二人及店铺登记经营人王某告上法庭，请求法院判令三被告各赔偿原告损失 48 万元、92 万元及 157 万元，另请求法院判令三人各赔偿原告合理支出 6 万元、6 万元及 12 万元。2017 年 1 月 9 日案件取得最新进展——深圳市龙岗区法院确认立案。

【法律法规】 《中华人民共和国合同法》、《产品质量法》、《网络交易管理办法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任高兴发认为：

淘宝网在店铺入驻前，都会与之签订签署《淘宝平台服务协议》，其中约定：用户应当

确保其在淘宝平台上发布的商品或服务享有相应的权利,不得在淘宝平台上销售侵犯他人知识产权或其他合法权益的商品;如用户的行为使淘宝或其关联公司、支付宝公司遭受损失(包括自身的直接经济损失、商誉损失及对外支付的赔偿金、和解款、律师费、诉讼费等间接经济损失),用户应赔偿淘宝或其关联公司、支付宝公司上述全部损失。

根据《中华人民共和国合同法》等相关法律法规之规定,依法成立的合同,对各方当事人均具有法律约束力,当事人应当按照约定履行自己的义务。当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。因当事人一方的违约行为,侵害对方人身、财产权益的,受损害方有权选择依照本法要求其承担违约责任或者依照其他法律要求其承担侵权责任。

本案中如被告上述售假事实为法院认定,则被告侵犯了“施华洛世奇”商标权利人的商标权,同时违反了原、被告双方签署的《淘宝平台服务协议》,造成原告淘宝网的社会评价降低,也侵犯了原告淘宝网的名誉权,故被告应对原告淘宝网承担违约责任或侵权责任。根据上述法律规定,原告淘宝网应在违约责任或侵权责任中择一行使请求权。关于原告的名誉权损害赔偿请求问题,虽然淘宝网在中国是一个影响力很大的电商平台,但是名誉权损失大小很难认定,司法实务中法院对此类案件赔偿金额的酌定一般比较谨慎。参照业已公开的司法判例,本案中原告此项请求难获全部支持,但从制裁违法行为、净化市场环境和保护消费者权益等角度来看,我们期待司法实务中能在这一方面有所突破。

2.2 案例二:全国“刷单入刑”第一案

【案件类型】非法经营罪

【所在领域】网络零售

【相关链接】《【电商快评】刷单炒信也是犯罪 评全国刷单入刑第一案》

<http://www.100ec.cn/detail--6403298.html>

【案例简介】

2013年2月,被告人李某通过创建“零距网商联盟”网站和利用YY语音聊天工具建立刷单炒信平台,吸纳淘宝卖家注册账户成为会员,并收取300-500元不等的会员费和40元的平台管理维护费。李某通过制定刷单炒信规则与流程,组织及协助会员通过平台发布或接受刷单炒信任务,在淘宝网上进行虚假交易并给予虚假好评,进而提升淘宝店铺的销量和信誉,欺骗淘宝买家。截至2014年6月,李某非法获利90余万元。

2014 年 5 月，阿里向杭州市经侦支队报案，李某后被传唤到案。2016 年 6 月，李某某被公诉机关以涉嫌非法经营罪起诉至余杭区法院。2017 年 6 月，一审法院作出判决：李某因犯非法经营罪判处有期徒刑五年六个月，并处罚金 90 万元，连同原判有期徒刑九个月，并处罚金 2 万元，予以并罚，决定执行有期徒刑五年九个月，并处罚金 92 万元。

【法律法规】《中华人民共和国刑法》、《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》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任高兴发认为：

《中华人民共和国刑法》有关非法经营罪之规定中并无关于刷单或者类似行为的明确规定。相关法律及司法解释对此作出了进一步的规定。

《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》第三条规定：为了维护社会主义市场经济秩序和社会管理秩序，对有下列行为之一，构成犯罪的，依照刑法有关规定追究刑事责任：（一）利用互联网销售伪劣产品或者对商品、服务作虚假宣传……。最高人民法院、最高人民检察院《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》第七条规定：违反国家规定，以营利为目的，通过信息网络有偿提供删除信息服务，或者明知是虚假信息，通过信息网络有偿提供发布信息等服务，扰乱市场秩序，具有下列情形之一的，属于非法经营行为“情节严重”，依照刑法第二百二十五条第（四）项的规定，以非法经营罪定罪处罚：（一）个人非法经营数额在五万元以上，或者违法所得数额在二万元以上的；（二）单位非法经营数额在十五万元以上，或者违法所得数额在五万元以上的。实施前款规定的行为，数额达到前款规定的数额五倍以上的，应当认定为刑法第二百二十五条规定的“情节特别严重”。

综上，李某违反国家规定，未办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证而从事有偿的互联网经营服务，同时又以营利为目的通过互联网有偿提供发布虚假信息等服务，严重扰乱市场秩序，应属于“其他严重扰乱市场秩序的非法经营行为”，构成非法经营罪。本案法院判决，颇值肯定，该判决对建立和维护规范、健康的电子商务市场秩序具有里程碑意义。

2.3 案例三：支付宝默认勾选授权侵权案

【案件类型】个人信息非法使用

【所在领域】网络支付

【相关链接】《【电商快评】支付宝年度账单默认勾选惹争议》

<http://www.100ec.cn/detail--6431422.html>

【案例简介】

俞某在北京乐友公司购买牙膏使用支付宝结账，事后发现支付宝客户端默认勾选了“授权淘宝获取你线下交易信息并展示”，其在线下店铺的交易信息被提供给支付宝、淘宝、天猫。俞某认为上述四公司共同侵犯了其对个人信息被收集、利用的知情权，2018年3月诉至法院，要求四被告向其道歉、删除其个人信息数据并赔偿经济损失、精神损害抚慰金各1元，海淀法院受理了此案。

【法律法规】《民法总则》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》**【律师点评】**

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任高兴发认为：

《民法总则》第一百一十一条：**【个人信息受法律保护】**自然人的个人信息受法律保护。任何组织和个人需要获取他人个人信息的，应当依法取得并确保信息安全，不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。

《全国人大常委会关于加强网络信息保护的决定》第二条规定：网络服务提供者和其他企业事业单位在业务活动中收集、使用公民个人电子信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。网络服务提供者和其他企业事业单位收集、使用公民个人电子信息，应当公开其收集、使用规则。第三条规定：网络服务提供者和其他企业事业单位及其工作人员对在业务活动中收集的公民个人电子信息必须严格保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。

商品交易活动、行踪活动等属个人信息，受法律保护。如原告俞某诉称事实为法院确认，则四被告上述行为未获得俞某明示同意，违背了网络服务经营者收集、使用个人信息应当遵循的合法、正当、必要的原则，共同侵犯了俞某对其个人信息被收集、利用的知情权，以及授权他人利用的自主决定权等权利。

在电商领域，消费者的个人信息权益保护是一个普遍性的问题，并悠关市场秩序与行业发展。本案的裁判结果对消费者个人权益保护有所裨益。

2.4 案例四：借漏洞骗取美团近两百万被判刑案

【案件类型】网络刷单诈骗**【所在领域】生活服务电商****【案例简介】**

2017 年 12 月，江苏高邮市人民法院对一起“美团刷单案”进行了宣判。不同于“刷单刷好评”的行径，这是一起利用平台的系统漏洞，进行诈骗的案件。不法分子利用美团点评平台的特殊漏洞，在网络订餐平台，花几万、几十万元订购了奶茶、牛排、花甲等东西。只要在下单后迅速取消订单，钱很快就会退给“用户”。与此同时，美团网会将这笔钱打给商户进行结算。利用存在于美团网、大众点评网的上述漏洞，这匹不法分子作案 31 次，“吸走”197 万余元。经过法院审理，这些人因犯诈骗罪，分别被判处有期徒刑或拘役，其中主犯被判刑 12 年。

【法律法规】《中华人民共和国刑法》**【律师点评】**

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师方超强认为：

根据本案的相关事实，犯罪嫌疑人主要是利用电商平台的规则漏洞来骗取平台结算给商户的款项。从其行为特征来看，这是一起典型的“网络刷单”案件。

很多人都将“网络刷单”当作是一种投机的牟利手段，对其行为的违法性并没有准确的认识。但需要注意的是，“刷单”二字的本意就是虚构交易，因而以虚构交易来获取奖金、退款等不当利益的网络刷单，从来都不是一种正当的牟利手段。甚至于完全有可能构成诈骗罪。

我国刑法规定，诈骗罪是指以非法占有为目的，用虚构事实或者隐瞒真相的方法，骗取数额较大的公私财物的行为。而“网络刷单”的本质就是从网络运营者处骗取本不应当获得的补助、奖金等，行为完全符合诈骗罪的构成要件，一旦涉案金额达到诈骗罪的起刑标准，法院判决构成诈骗罪没有任何争议。

需要注意的是，“网络刷单”的对象并不局限于现金货币，实务中，通过虚假刷单获取具有经济价值的优惠券、赠品等也有以诈骗罪追究刑事责任的先例。

2.5 案例五：跨境电商保税仓“刷单第一案”**【案件类型】不正当竞争****【所在领域】跨境电商**

【案例简介】

2015 年初，李某指使广州志都供应链管理有限公司的经理被告人冯某某、业务主管江某某、兼职人员刘某某利用志都公司可从事跨境贸易电子商务业务，对外承揽一般贸易的进口货物，再以跨境电商贸易形式伪报为个人海外购进口商品，逃避缴纳或少缴税款；同时，李某指使被告人程某某为广州普云软件科技有限公司（以下简称普云公司）申请跨境贸易电子商务业务海关备案、开发正路货网（××），用于协助志都公司跨境贸易制作虚假订单等资料。从 2015 年 9 月至 11 月期间，志都公司及冯某某、江某某、梁某某、刘某某、李某 1、王某、程某某利用上述方式走私进口货物共 19085 票，偷逃税款共计人民币 2070384.36 元。2018 年 4 月广州市中级人民法院对本案依法公开判决，涉案人员均判处有期徒刑以上刑罚和不等的罚金，涉案志都公司没收违法所得及罚金 300 余万元。

【法律法规】《关于加强跨境电子商务网购保税进口监管工作的函》**【律师点评】**

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编电子商务研究中心特约研究员、北京德恒（深圳）律师事务所合伙人吕友臣律师认为：

之所以利用跨境电商渠道进行走私，是因为跨境电商进口与传统的一般贸易方式进口存在着利益上的差距。一般会体现为两个方面，一是税率上的差距，一般贸易进口适用税率相对较高的货物税，跨境电商进口适用税率相对较低的物品税（2016 年 4.8 新政之前）或跨境电商税率（新政之后）；二是一般贸易监管条件相对严格，跨境电商的监管条件相对宽松。正是基于不同贸易方式进口的差异，才导致本案的犯罪嫌疑人，将本应以一般贸易方式进口的货物，伪报成跨境电商商品，偷逃国家税款进行牟利。

正因为利用跨境电商渠道的走私需要多方联合造假，因此牵涉的违法主体也相对较多。海关要求跨境电商经营主体实现系统对接，提供订单、物流、支付三单信息比对，因此，利用跨境电商渠道进行走私，必须虚构订单、物流、支付信息，伪造相关的证据材料，这也就使得利用跨境电商渠道的走私呈现出一定的技术难度，与一般贸易渠道伪报、瞒报、低报价格等简单粗暴的走私手法存在明显的差别。本案中有所体现，正因为利用跨境电商渠道的走私需要多方联合造假，因此牵涉的违法主体也相对较多。这些违法主体有可能被认定为就是犯罪的主犯，有可能被认定为从犯或者帮助犯。取决于各个主体在犯罪中的参与程度、地位、作用等因素。

2.6 案例六：淘宝店主海外代购保健品无中文标识被判 10 倍赔偿案

【案件类型】消费者侵权**【所在领域】跨境电商****【案例简介】**

2017 年 2 月 13 日，谢科在孟源开设的淘宝海外代购网店下单拍了 30 瓶 healthy care 辅酶 Q10。这是一款澳大利亚保健产品，在孟源的淘宝店里，一瓶卖 199 元。获得 46 元优惠后，谢科拍下了实际总价为 5924 元的商品。收到孟源邮寄的产品后，谢科以家里老人觉得太贵为由要求退货，孟源同意将上述货品进行退货。

2017 年 3 月 2 日，谢科以涉案产品无中文标签，含辅酶 Q10 为由起诉至成都市龙泉驿区人民法院，要求孟源赔偿谢科运费损失 50 元，赔偿货款十倍即 59700 元的赔偿责任。2017 年 4 月 17 日，成都市龙泉驿区人民法院公开开庭审理此案。孟源作为被告未到庭参加诉讼。

法院以涉案产品未加贴中文标签，作为普通食品违规添加辅酶 Q10 为由，支持了谢科的诉讼请求，判决孟源支付谢科赔偿金 59240 元。孟源不服一审判决，上诉至成都市中级人民法院。

【法律法规】《侵权责任法》、《食品安全法》**【律师点评】**

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师方超强认为：

目前，针对跨境电商领域食品、保健品等的职业打假案件比较泛滥；究其原因，一则在于食品、药品领域之外的其他商品的职业打假行为已经为司法政策所否定，二则在于跨境电商途径入境之商品往往在内外标准、中文标签等细节问题上存在瑕疵和漏洞。这两个客观情况，需要从事跨境食品、保健品等商品经营之商家引起注意，提早合规以规避风险。

律师对本案相类似的大量案件做过检索与统计，发现在目前的审判实务中，对此类案件存在着比较突出的同案不同判的现象。各地法院，通常会根据代购发货方式的不同，例如境内保税仓发货还是境外直邮，结合店铺的宣传内容等来判断，代购经营者是属于销售者还是接受委托的代购者。目前来看，认定为销售者的有，认定为承揽关系中的承揽业务主体的也有。这两者之间，不同的定性，对于案件的关键区别，就在于是否适用于《食品安全法》“退一赔十”的规定。

另外，是否适用《食品安全法》“退一赔十”的规定，主要看以下几个要件是否同时满足：1. 对于销售者而言，不仅仅需要证明所销售商品确实不符合食品安全规定，还要证明销

售者对于这种瑕疵是明知的；2. 对于生产者而言，只要证明所销售商品确实不符合食品安全规定即可，无须证明明知。

2.7 案例七：天天快递起诉京东不正当竞争案

【案例类型】不正当竞争案、垄断案等

【所在领域】电商物流

【相关链接】《【电商快评】评天天快递起诉京东不正当竞争事件》

<http://www.100ec.cn/detail--6411354.html>

【案例简介】

2017 年 7 月 19 日，京东发公告表示，为了提高平台物流服务质量，7 月底平台将对综合服务质量较差，违反平台规则的天天快递进行停用处理。京东强调停用天天快递接口是因为后者在服务质量和用户满意度方面都得分较低，位于所有快递公司中的最后一位，还发现其存在部分违反平台规则的行为。

天天快递表示，京东封杀天天理由牵强，京东从未曾监管平台物流服务质量，也从未公布任何考核数据，在此次事件中，也未对天天出示任何数据证据。根据国家邮政局 2016 年度快递市场监管报告，其中对快递服务满意度调查结果的通报显示，在总体满意度前十的公司中，天天快递排名第 9。天天快递已对京东发起民事诉讼，并定性为不正当竞争纠纷，目前法院已经立案受理。通知书落款日期为 2017 年 8 月 17 日。

【法律法规】《反不正当竞争法》、《反垄断法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智认为：

首先，京东以天天快递服务质量低下为由禁止商户和天天快递合作的行为可能涉嫌构成诋毁同行商誉的不正当竞争行为。《反不正当竞争法》第 11 条规定，经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。众所周知，京东旗下拥有自己的物流团队，在物流行业中与天天快递互为竞争对手。现京东以天天快递服务质量低下引发大量投诉为由要求商户禁止使用天天快递，倘若无法提供相关证据证明其说法的，那么京东的上述行为则属于散布虚假消息损害天天快递商业信誉的行为。根据《反不正当竞争法》第 17 条、第 23 条的规定，京东的上述行为如果给天天快递造成损失的，京东不但需要向天天快递承担相应的民事损害赔偿责任，还可能根据情节的严重程度受到监督检查部门十

万以上三百万以下罚款的行政处罚。

其次，京东单方面终止商户和天天快递合作是否还构成垄断，与其在电商平台市场的地位密切相关。根据《反垄断法》第 17-19 条的规定，认定经营者构成滥用市场支配地位的垄断行为必须同时符合两个条件：一是经营者具有相关市场的支配地位；二是“滥用”。京东的上述行为即使最后因为无法举证天天快递服务质量低下而被认定为《反垄断法》第（四）、（五）项规定的“滥用”行为（即“无正当理由，限定交易相对人只能与其指定的经营者进行交易”和“无正当理由在交易时附加不合理的交易条件”），其行为也无法被认定为是垄断行为，因为在电商品台市场中存在“天猫”、“苏宁”等有利的竞争者，京东很难被认定为在相关市场具有支配地位。

2.8 案例八：淘宝网店偷逃税款 400 余万元被判有期徒刑六年案

【案例类型】走私案

【所在领域】网络零售

【案例简介】

2012 年 6 月以来，唐某及其妻子韩某雇用多名人员，多次在韩国免税店大量采购名牌首饰、化妆品、包等货物，并采取行李夹藏的方式，经国内航空口岸将货物走私入境，偷逃关税，再由雇用人员将货物快递至位于无锡的仓库，之后通过淘宝网店对货品进行销售。

日前，宁夏回族自治区银川市检察院以涉嫌走私罪对唐某等提起公诉，法院现已作出一审判决。法院以走私普通货物罪判处唐某有期徒刑六年，并处罚金 50 万元，其余 5 名被告人均以走私普通货物罪被判处缓刑，并处罚金 3 万元至 30 万元不等。

【法律法规】《海关行政处罚实施条例》、《海关法》、《刑法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智认为：

首先，“代购”商家极易面临涉嫌走私的风险。目前，抱有侥幸心理、铤而走险的“代购”商家仍不在少数，因为在他们看来一旦躲过海关的检查，其所涉及的税收成本则基本为零。《海关行政处罚实施条例》第 7 条列举了五种常见的走私情形，大部分打“擦边球”的“代购”商家属于该规定列举的第二种情形，即“经过设立海关的地点，以藏匿、伪装、瞒报、伪报或者其他方式逃避海关监管，运输、携带、邮寄国家禁止或者限制进出口的货物、物品或者依法应当缴纳税款的货物、物品进出口的。”根据《海关行政处罚实施条例》第 9

条、《刑法》第 153 条的规定，“代购”商家一旦被认定为走私，或将面临“警告、没收违法所得、罚款”的行政处罚，情节严重的，或将面临最高刑“十年以上有期徒刑或者无期徒刑”的刑事处罚。

其次，购买“代购”商品的购买者也存在一定的法律风险。第一，购买者的权益很难得到保障。根据《海关法》第 82 条、《海关行政处罚实施条例》第 9 条、《刑法》第 153 条的规定，没收走私货品，是相关政府部门办理走私违法犯罪案件中处理涉案财物的基本原则，因此，一旦确定是走私商品，即使购买者不知情，也不能以此主张善意取得，而只能向“代购”商家追回损失。第二，“代购”商品购买者也有可能涉嫌走私。《海关行政处罚实施条例》第 8 条规定，明知是走私进口的货物、物品，直接向走私人非法收购的，按走私行为论处；《刑法》第 155 条规定，直接向走私人非法收购国家禁止进口物品的，或者直接向走私人非法收购走私进口的其他货物、物品，数额较大的，以走私罪论处。因此，如果“代购”商品购买者明知购买的商品是走私商品，并直接从“代购者”处购买的，轻则面临行政处罚，重则被追究刑事责任。

2.9 案例九：共享单车行业首例身故保险理赔案

【案例类型】保险理赔案

【所在领域】生活服务电商

【案例简介】

2017 年 7 月 3 日中午，一名男子骑一辆 ofo 小黄车在汉阳大道与百灵路口与一辆面包车相撞，因伤势过重不幸身亡。当时该男子是用支付宝扫码解锁了共享单车，因此获赠了一份骑行意外险。按照保险条款，如果用户在骑行期间发生意外并造成人身伤害，可获得最高 5000 元的意外医疗理赔；如果意外身故或残疾，最高赔付为 50 万元。7 月 12 日，死者家属在料理完后事后，给支付宝反馈情况。支付宝方面联系了承保的保险公司。该公司 19 日完成了核查，两日后 50 万元保险理赔款到账。

数据显示，目前全国的共享单车数量超过 1000 万辆，累计服务超过 10 亿人次，保险已逐渐成为该行业标配。据了解，不同的共享单车平台提供的保险覆盖范围不同，有的平台只对车辆质量问题导致的事故进行赔偿，有的平台则为骑行人员购买了意外险。

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智认为：

本次理赔实际上，体现了各大平台也在骑行安全保障上做了相应的功课，比如从支付宝 APP 中的共享单车骑行保障页面可以看到，目前接入支付宝的共享单车中，包括 ofo、永安行等共享单车品牌用户可在使用支付宝扫码解锁时获赠骑行意外险。

但是仅仅靠保险是无法解决大部分共享出行安全，因为共享模式与传统的出行还是有本质区别，其安全问题一定要结合行业模式特点去进行监管调整，尤其是在执法、司法上要因地制宜，权责分明，每个案例的形成，应成为行业重要的指导，既体现公平，有维持发展，其实，早在共享单车模式大行其道后不久，监管部门其实早就明确了监管意见。肯定共享单车是一种模式创新，应积极鼓励支持。各地要因地制宜、因城施策，加强管理。政府要有作为，规范加强管理；企业要遵纪守法，改善服务；广大使用者也要文明出行。而安全问题更是核心问题，只有监管部门、各地政府、共享单车平台、每个用户各方多层多角度发力，才能正常做到安全出行。

2.10 案例十：快递员泄露客户信息获利 3.8 万元被判刑案

【案例类型】 信息安全

【所在领域】 电商物流

【案例简介】

自 2015 年 8 月开始，宋某某利用其系湖南省长沙市某速运有限公司员工身份，获得同事的公司操作平台员工账号和密码后，与自己的 VPN 权限与公司账户、密码一同提供给另一被告人曹某某。曹某某通过外网登录了该速运公司的 VPN 服务器，访问运单查询系统，并下载了大量的客户运单信息。然后，曹某某把这些客户运单信息交由另一被告人李某某贩卖获利。一名网店老板黄某则以人民币 1000 元的价格向李某某购买公民个人信息 100 万条，用于发送信息宣传其网店。案件导致二十万余个公民个人信息遭泄露，该案事发 2015 年 8 月，2016 年在南山法院一审开庭，后又经历上诉和二审阶段。2017 年 6 月，深圳中院做出了终审裁定，宋曹李黄四人均因侵犯公民个人信息罪而获刑。其中快递员宋某某获刑一年三个月，曹某某获刑两年，李某某获刑 11 个月，黄某则被判缓刑。4 人被处罚金三万元到五千元不等。

【法律法规】 《网络交易管理办法》、《网络安全法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智认为：

信息泄露可以区分二种不同情形：一是物流平台自身在用户信息安全保护上的不足，遭受黑客攻击致客户信息外泄，这是物流平台投入和技术能力不足造成的；另一是物流平台主动将信息和用户的隐私出卖给第三方。据《网络交易管理办法》第 25 条第二款规定：第三方交易平台经营者应当采取必要的技术手段和管理措施保证平台的正常运行，提供必要、可靠的交易环境和交易服务，维护网络交易秩序。电商平台在获取个人信息的同时，就有保护个人信息的义务。

此次信息泄露暴露物流平台管理漏洞。物流平台在管理上，在用户信息安全上存在重大问题，最新的《网络安全法》规定，数据外泄，网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。而未尽保护义务的，将根据相关规定罚款警告，情节严重的则被责令暂停相关业务，停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营销执照。

物流平台不仅仅是快递运营者，更属于客户信息服务企业，不但有客户的基本信息，更涉及到客户很多深层次的信息，家庭地址信息、用户消费习惯信息。这种信息泄露，给客户造成的伤害远远大于普通的平台。

用户信息泄露企业需承担一定赔偿责任。而按照现行法律，公司与用户之间具备合同关系，有保障用户信息安全的义务。如果本次事故是内部人员所为，说明公司内部存在管理问题，没有尽到安全管理责任，应承担相应的民事责任，赔偿用户损失。甚至如本案，追究其刑事责任。如果本次事故是外部造成，需要具体分析公司方面是否有采取基本的技术措施保障信息的安全，再来判定公司是否存在过错。

公司行动体现是否在事件中主动尽责。其中一个重要的问题就是，当企业发现数据泄露后做了什么，是否第一时间发出警报并采取措施直接体现当事公司是否尽到了相关责任。在类似事件中，一些企业往往担心自身名誉受损，对数据泄露抱着遮遮掩掩的态度，这种心态正是网络攻击者所期望的局面，也是攻击者有恃无恐的原因之一。

用户信息被泄露维权成功率低。根据我国法律对用户隐私的侵权行为约束力有限，用户维权、寻求民事赔偿胜诉率不大，对损失评估难以确定金额，所以想要对隐私泄露的责任人追究还是非常困难的。虽然大规模信息泄露、数据安全事件频出，却从未见到企业负责人被问责。

三、十大“电子商务法律”关键词

2017-2018 年，电子商务领域内的事件频出，例如借漏洞骗取美团近两百万的网络刷单诈骗案用户起诉支付宝索赔 2 元疑默认勾选授权淘宝等平台获取信息的平台非法使用个人信息案、天天快递起诉京东不正当竞争事件、全国首例电商起诉售假卖家案等，这也足说明在该年度内，在电子商务及互联领域内风起云涌。

据电子商务研究中心（100EC.CN）监测，信息泄露、网络刷单、网络售假、无证经营、不正当竞争、网络传销、快递赔偿纠纷、霸王条款、大数据杀熟、电商消费贷，是“2017-2018 年度十大电子商务法律关键词”。

3.1 关键词一：信息泄露

【关键词描述】

我们在使用网络过程中，会涉及到自己的基本信息、账户信息、隐私信息等，这些信息很有可能通过各种途径被泄露，比如说服务平台及员工的不法使用、信息被倒卖，手机、电脑感染病毒、被入侵等。在发生信息泄露后，会给我们生活带来很大的困扰，如收到骚扰电话、垃圾短信，严重一点的有被冒名办卡透支欠款、遭受不法人员诈骗、帐户钱款被盗取等。从国内电商平台甚至是知名电商平台频频发生的泄露用户信息事件来看，对于当今中国，对于网络信息安全保护的立法以及实施亟待成熟。

据“电子商务消费纠纷调解平台”近年来受理的全国数十万起电商投诉案件大数据表明，包括天猫/淘宝、京东、唯品会、当当网、苏宁易购、国美在线、小红书、1 号店等在内的电商平台，以及窝窝团、美团、大众点评、百度糯米、携程、去哪儿、支付宝等在内的生活服务 O2O 平台，均屡屡因用户平台信息泄露，被盗号灰色产业链不法分子频频通过“撞库”方式盗号，造成平台上账户被盗，带来巨大经济损失，成为了历年网购、O2O “重灾区”。

【法律法规】《刑法》、《民法总则》、《全国人大常委会关于加强网络信息保护的決定》《电信和互联网用户个人信息保护规定》等

【相关链接】《【电商快评】网络安全法十大亮点解读 看信息泄露全貌》

<http://www.100ec.cn/detail--6399400.html>

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务

研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任高兴发认为：

面对严重的信息泄露问题，个人信息保护尤为重要，我们从刑事立法、民事立法、行政立法来分析目前我国法律对于个人信息的保护。

刑事立法：《刑法》第二百五十三条之一规定：**【侵犯公民个人信息罪】**违反国家有关规定，向他人出售或者提供公民个人信息，情节严重的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。违反国家有关规定，将在履行职责或者提供服务过程中获得的公民个人信息，出售或者提供给他人的，依照前款的规定从重处罚。窃取或者以其他方法非法获取公民个人信息的，依照第一款的规定处罚。随着信息技术与应用的快速发展，侵犯个人公民信息犯罪的情况也日趋严重并处于高发态势，为了加大对公民个人信息的刑法保护，2015 年出台的刑法修正案（九）增设侵犯公民个人信息罪。近年来，司法部门对于侵犯公民个人信息罪的刑事立案也逐渐增多。

民事立法：《民法总则》第一百一十一条：**【个人信息受法律保护】**自然人的个人信息受法律保护。任何组织和个人需要获取他人个人信息的，应当依法取得并确保信息安全，不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。庞理鹏律师诉去哪儿网、东方航空一案，法院二审判决两被告需要在官网对泄露消费者隐私的行为进行公开的赔礼道歉，未支持庞理鹏律师关于要求两被告各支付 1000 元精神损害赔偿金的诉请。信息泄露会给当事人带来很多困扰，但是通过民事诉讼的手段进行维权，诉讼成本较高、经济赔偿较低是该类案件依然存在的问题。

行政立法：《电信和互联网用户个人信息保护规定》第九条、第十条、第十一条明确规定了电信业务经营者、互联网信息服务提供者在收集、使用用户个人信息过程中应遵守的原则，并规定违反的法律责任，即由电信管理机构依据职权责令限期改正，予以警告，可以并处一万元以上三万元以下的罚款，向社会公告；构成犯罪的，依法追究刑事责任。此规定中电信管理机构即工业和信息化部，当我们个人信息遭受侵害时，可向该部门进行举报。

3.2 关键词二：网络刷单

【关键词描述】

在网上购物中，人们往往看中商品人气或者店铺流量，但也因此导致不少商家为了提高自家商品销量以及信誉以便更好地提升吸引顾客购买产品，以作假的方式，空卖空买，“买家”购物打款，卖家再发虚假快递，“买家”最终还会签收和评价。这就是所谓的“刷单”行为，甚至还衍生出刷单公司和平台，并明码标价。越演越烈的刷单不仅打破了行业之间的

公平竞争，也破坏了市场交易的秩序，最终受伤的还是受众群体。目前，政府部门对电子商务领域的刷单行为越来越关注，监管趋严并加大了打击力度。2017 年 6 月，“刷单入刑”第一案宣判，组织者李某获刑 5 年 9 个月。

【法律法规】《刑法》、《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》等

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任高兴发认为：

多部法律对网络刷单均有规定，我们就网络刷单可能涉及的民事责任、行政责任及刑事责任进行分析。

民事责任：《消费者权益保护法》第四条：经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。第二十条：经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。刷单是经营者违背诚实信用原则，所做虚假、引人误解的宣传而企图增加商誉的一种行为，和上述法律规定相悖。据此，消费者可向刷单的经营者主张民事赔偿。

行政责任：《反不正当竞争法》第八条：经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者；经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。第二十条：经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。《网络交易管理办法》第十九条：网络商品经营者、有关服务经营者销售商品或者服务，应当遵守《反不正当竞争法》等法律的规定，不得以不正当竞争方式损害其他经营者的合法权益、扰乱社会经济秩序。同时，不得利用网络技术手段或者载体等方式，从事下列不正当竞争行为：……（四）以虚构交易、删除不利评价等形式，为自己或他人提升商业信誉；……。依据上述法律规定，刷单可认定为商业上的一种虚假广告或宣传行为，属于不正当竞争，可依据《反不正当竞争法》给予行政处罚。

刑事责任：第二百二十五条：**【非法经营罪】**违反国家规定，有下列非法经营行为之一，扰乱市场秩序，情节严重的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处违法所得一倍以上五倍以下罚金；情节特别严重的，处五年以上有期徒刑，并处违法所得一倍以上五倍以下

罚金或者没收财产:.....; (四) 其他严重扰乱市场秩序的非法经营行为。刷单行为扰乱了市场秩序, 侵害了市场活动的公平公正, 符合非法经营罪的构成要件。

3.3 关键词三: 网络售假

【关键词描述】

网络售假, 实际上是线下售假在电商网络端的衍生, 自从电商发端肇始就是整个电商领域根除不了的顽疾; 而随着跨境电商、海外代购、微商等多种形式的电商形态的演变和发展, 网络售假也逐步蔓延至这些细分的电商领域之中。而面对新类型的网络售假行为, 如何准确认定其行为性质, 以及如何维权都给消费者提出了新的挑战。

据“电子商务消费纠纷调解平台”接到的全国网络消费用户投诉案例数据显示, 网络售假是电子商务发展中的“弊病”, 多家包括淘宝、当当网等在内的国内知名电商平台均曾出现售假问题。

【法律法规】《中华人民共和国刑法》、《中华人民共和国商标法》

【律师点评】

对此, 国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务+法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师方超强认为:

1、《中华人民共和国刑法》第二百一十四条 销售明知是假冒注册商标的商品, 销售金额数额较大的, 处三年以下有期徒刑或者拘役, 并处或者单处罚金; 销售金额数额巨大的, 处三年以上七年以下有期徒刑, 并处罚金。

2、《中华人民共和国商标法》第五十七条 有下列行为之一的, 均属侵犯注册商标专用权: (三) 销售侵犯注册商标专用权的商品的。

网络售假, 并不只是一个存粹的侵害他人商标权的民事侵权行为, 也绝非如部分人所想的, 即便被发现无非赔点钱而已。事实上, 一旦售假数额达到 5 万人民币以上, 就会构成“销售假冒注册商标商品罪”, 可以判处三年以下有期徒刑或者拘役, 并处罚金; 而一旦售假金额大东 25 万人民币以上, 则将面临 3-7 年的有期徒刑和罚金。而在当下的电商环境中, 售假的销售额达到 5 万或者 25 万并非什么高门槛, 也正因如此, 在网络售假中触犯刑法的风险非常高。

事实上, 近年来随着权利人、电商平台、公安机关、市场监管部门等各方在网络打假上的发力, 因售假而被判刑的淘宝店主、微商等不在少数。其结果通常除了被判刑而深陷囹圄之外, 还包括没收犯罪所得并处罚金。简而言之, 非法赚的钱得没收, 自己还得罚款。以结

果论，网络售假实在害人害己，得不偿失。

3.4 关键词四：无证经营

【关键词描述】

2017 年的 3.15 就曝光了多家外卖平台接入大量无证无照餐馆，存在着严重的食品安全问题，也严重的危害了广大人民群众的健康。而随着各路媒体的深度点差走访发现：“餐馆与平台信息并不符合”，“平台上所拍图片的环境干净整洁，现实里环境却是脏乱差”，“平台上面展示的食材新鲜诱人，实际上现实里却是采用不新鲜、廉价的食材”……黑作坊接入外卖平台已经是一种普遍存在的现象，亟需得到整治。

据电子商务研究中心监测显示，在线外卖平台入驻商家的无证经营问题由来已久，包括饿了么等在内的知名外卖平台均出现过“黑外卖”事件。

【法律法规】《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》、《中华人民共和国食品安全法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师方超强认为：

《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第四条 入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店并依法取得食品经营许可证，并按照食品经营许可证载明的主体业态、经营项目从事经营活动，不得超范围经营。

《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第八条 网络餐饮服务第三方平台提供者应当对入网餐饮服务提供者的食品经营许可证进行审查，登记入网餐饮服务提供者的名称、地址、法定代表人或者负责人及联系方式等信息，保证入网餐饮服务提供者食品经营许可证载明的经营场所等许可信息真实。网络餐饮服务第三方平台提供者应当与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议，明确食品安全责任。

《中华人民共和国食品安全法》第一百三十一条 违反本法规定，网络食品交易第三方平台提供者未对入网食品经营者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务的，由县级以上人民政府食品药品监督管理部门责令改正，没收违法所得，并处五万元以上二十万元以下罚款；造成严重后果的，责令停业，直至由原发证部门吊销许可证；使消费者的合法权益受到损害的，应当与食品经营者承担连带责任。

《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》的出台非常及时，该《办法》对于入网食品经

营者的要求和义务以及网络交易平台的职责都做了更为细化的规定,包括许可证网店公开公示、必须有线下实体店以及线上线下食品一致等,使得消费者对于一些不诚信的侵害消费者权益的行为有了明确的维权依据;同时,该《办法》也规定了入网食品经营者与第三方网络交易平台违反相关规定的行政处罚措施,以行政处罚的方式对违法行为起到了很好的威慑作用;以上两点,这是这部《办法》的意义之所在。相信,通过有关机关的整改和行业的自我优化,黑作坊会逐步消失。

此外,从民事维权的角度,还有几点值得广大消费者了解:1.食品黑作坊是维权的首要对象,毕竟合作方是侵权直接责任主体;2.通常情况下,第三方平台仅在无法提供食品黑作坊信息的情况下承担责任;3.在食品安全领域,第三方平台未尽到合理审查义务的,与黑作坊承担连带责任。

3.5 关键词五: 不正当竞争

【关键词描述】

随着电商竞争的不断升级,大家对于“二选一”一词已经非常熟悉。先有“天猫”在618 电商购物节前夕,强迫商家“二选一”站队,后有“沃尔玛”停用支付宝。所谓“神仙打架,小鬼遭殃”,商家和消费者却往往是电商大战中真正的牺牲者。

【法律法规】《反不正当竞争法》、《反垄断法》、《消费者权益保护法》、《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》

【律师点评】

对此,国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智认为:

首先,发起“二选一”的电商是否构成不正当竞争行为和“滥用市场支配地位”的垄断行为,与其在行业中的地位密切相关。《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》第11 条规定,网络集中促销组织者不得违反法律、法规、规章的规定,限制、排斥平台内的网络集中促销经营者参加其他第三方交易平台组织的促销活动;《反垄断法》第17-19 条规定,经营者是否具有相关市场的支配地位是认定经营者构成滥用市场支配地位的垄断行为的关键之一。然而,目前电商行业呈现的是“阿里”、“腾讯”、“百度”三足鼎立的情况,很难判断谁在电商行业形成了支配地位,因此,“二选一”是否属于不正当竞争或者滥用市场支配地位,恐怕是仁者见仁了。

其次,“二选一”在一定程度上侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权。《消费者权

益保护法》第9条、第10条规定，消费者在自主选择商品或服务时，有权进行比较、鉴别和挑选，有权获得公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。现实中，虽然“二选一”是针对商家的，但是商家的选择却会直接影响到消费者，进而对消费者的自主选择权和公平交易权的行使进行限制。

3.6 关键词六：网络传销

【关键词描述】

近年来，在传统模式的传销活动得到一定遏制的同时，网络传销却有不断发展的趋势。最近，有不少网上商城披着电商销售平台的外衣进行传销活动，以“云在指尖公司”为典型，他们通常要求购买者或者会员交纳一定资金或购买一定数量的产品以获得入门资格，然后要求购买者或者会员介绍或发展他人加入其中，形成上下线的层级关系，并以直接或间接发展下线所交纳的资金或销售的业绩作为计提费用的依据。更有不少网络传销组织不再以实物商品为载体，而是用传理念、传虚拟产品等替代实物商品，并且手法更为隐蔽，比如“新世相”的营销课。因此，消费者在进行网上购物的时候需要保持警惕，不要为了贪图一时的小利，一不小心就陷入网络传销的陷阱。

电子商务研究中心研究表明，近年来各类披着互联网/电子商务外衣的传销组织屡禁不止，微商、数字货币、校园贷、资金盘等成为网络传销“重灾区”，类似于云联惠、云在指尖、摩能国际、博邦商城、云梦生活、悦花越有、智麻开门、诚信买卖宝等打着电子商务幌子的几十亿甚至是几千亿的传销大案浮出水面。

【法律法规】《禁止传销条例》、《刑法》

【相关链接】专题：《公安部、国家工商总局重磅打击网络传销违法犯罪活动 电子商务研究中心十年在行动！》http://www.100ec.cn/zt/pyramid_scheme/

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智认为：

一般情况下，如果网络电商是采取多级分销的模式进行经营的，那涉嫌组织、领导传销活动的风险则极高。《禁止传销条例》第7条将以下三种行为定义为“传销行为”，第一，组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，对发展的人员以其直接或者间接滚动发展的人员数量为依据计算和给付报酬（包括物质奖励和其他经济利益，下同），牟取非法利益的；第二，组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员交纳费用

或者以认购商品等方式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员加入的资格，牟取非法利益的；第三，组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，形成上下线关系，并以下线的销售业绩为依据计算和给付上线报酬，牟取非法利益的。一旦网络电商的行为被认定为传销行为，根据《禁止传销条例》第 24 条第一款的规定，工商部门将对组织、策划者处 50 万元以上 200 万元以下的罚款；情节严重的，根据《刑法》第 224 条之一的规定，组织、领导传销活动的相关人还将被追究刑事责任，最高将面临五年以上有期徒刑的刑事处罚。

另外，参与的购买者或会员也会存在涉嫌介绍、参与传销活动的风险。如果相关购买者的行为符合《禁止传销条例》第 7 条规定的传销行为的，根据该条例第 24 条第二款、第三款的规定，也可能因为其介绍他人参加传销或者参与传销的行为，被工商行政管理部门处 10 万元以上 50 万元以下或 2000 元以下的罚款。

3.7 关键词七：快递赔偿纠纷

【关键词描述】

随着快递行业的蓬勃发展，快件延误、毁损、丢失后如何赔偿的问题也接踵而至。一般情况下，用户在寄快递的时候很少会选择对快件进行保价，一旦快件在派送过程中发生延误、毁损、丢失的情况，用户和快递公司对赔偿金额的确定会产生很大的分歧：消费者认为应当根据快件的实际价值进行赔付，而快递公司则认为应当根据运费的倍数进行赔付。当延误、丢失、毁损的快件是贵重物品的时候，双方各自认定的赔偿数额则尤为悬殊。近日，申通公司将总金额人民币 400 万元的发票原件弄丢，申通公司因此被用户告上法院，用户认为因申通公司的过错导致其 12 家门店的税收无法正常申报，要求申通公司赔偿其直接经济损失 12 万元。该案目前正在进一步审理中。

【法律法规】《快递市场管理办法》、《邮政法》、《合同法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务+法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智认为：

快递公司延误、丢失、毁损客户的快件，用户能否按照快件的实际损失获得赔偿，需要根据具体的情形来进行判断：

如果用户与快递公司之间对赔偿事项有进行约定的，根据《快递市场管理办法》第 20 条第一款的规定，快递公司应当按照与用户之间的约定进行赔偿；

如果用户与快递公司之间对赔偿事项没有约定的，但用户在寄件时为快件进行了保价的，根据《邮政法》第 47 条第 1 款第（一）项的规定，快递公司应当按照报价额对用户进行赔偿；

如果用户与快递公司之间既没有对赔偿事项进行约定，又没有对快件进行保价的，根据《邮政法》第 47 条第 1 款第（二）项的规定，快递公司应当按照用户的实际损失进行赔偿，但最高赔偿额应以所收取资费的三倍为限；

根据《邮政法》第 47 条第 2 款的规定，如果快递公司没有在其营业场所的告示或者提供给用户的给据邮件单据上，以足以引起用户注意的方式载明《邮政法》第 47 条第 1 款规定的赔偿方式的（即上述“第二”、“第三”所述的赔偿方式），则快递公司应当根据《合同法》第 312 条的规定，向用户以快件的实际价值进行赔偿；

如果是因为快递公司因故意或者重大过失造成快件丢失的，根据《邮政法》第 47 条第三款的规定，快递公司应当按照快件的实际价值向客户进行赔偿。

3.8 关键词八：霸王条款

【关键词描述】

近日，来自杭州的周女士反映了自己遭遇飞猪商家拒退未激活门票及飞猪平台“不作为”的情况。周女士诉称，她于今年 3 月 30 日和 4 月 9 日，分两次通过电商飞猪平台的“上海迪士尼度假区官方旗舰店”购买了 3 张“春夏畅游季卡”无限卡，总共花费约 4 千元，该卡始终未激活使用。不过，由于出游计划很快被取消，周女士于 4 月 10 日申请退票处理，但迪士尼方面一直以“门票一经售出无法退换”为由拒绝。之后，周女士转而联系飞猪客服，希望飞猪方面能介入并调解此事，但对方表示“只能按照迪士尼的规则办”。截至目前，周女士的退票申请依然未被受理。迪士尼方面“门票一经售出无法退换”这一条款与中国的《消费者权益保护法》相悖，涉嫌“霸王条款”，应当视为无效；而飞猪作为平台提供方，可能需要承担连带责任。飞猪不仅要保证对第三方商家尽到严格审查和监管的义务，当消费者与商家产生纠纷时，还有把商家信息披露给消费者、协助解决争议的义务。

据电子商务消费纠纷调解平台全国网络消费用户投诉大数据显示，包括飞猪、艺龙等在内的 OTA 平台是霸王条款“重灾区”，主要产生在订机票、订房、订景点门票等消费领域。

【法律法规】《消费者权益保护法》、《合同法》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务

研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智认为：

此类问题刚好处在法规“盲区”，迪士尼方面可以依据《合同法》说自己已经作出告知义务，消费者也可以按照《消费者权益保护法》和《实施条例》规定，认定产品的退还不会造成价值贬损，属于“可退还商品”。但在实际操作过程中，让消费者为几千元门票状告迪士尼这样的跨国公司，在维权上有很大难度。

这还需要监管部门做出实质行动，一是消费者在程序上不太懂，在法律意识上也不是很强；二是如果消费者真启动程序的话，诉讼成本、时间、精力等方面也很难做；三是这个问题还是需要监管部门介入，汇总情况、及时反馈，监管部门也应该主动监管。

3.9 关键词九：大数据杀熟

【关键词描述】

同样的商品或服务，老客户看到的价格反而比新客户要贵出许多，这在互联网行业叫作“大数据杀熟”。调查发现，在机票、酒店、电影、电商、出行等多个价格有波动的平台都存在类似情况，且在在线旅游平台较为普遍，而国外一些网站早已有过类似情况。这种现象涉及非常复杂的法律问题，当用户的粘性与平台利益产生争议，当大数据被如此的使用，那更远的未来人工智能的种种争议与弊端是否给我们更多的警醒，让我们细细分析。

【法律法规】《价格法》、《消费者权益保护法》、《禁止价格欺诈行为的规定》、《中华人民共和国网络安全法》、《个人信息安全规范》

【相关链接】《【电商快评】大数据成双刃剑 杀熟是否涉嫌违法有待争议》

<http://www.100ec.cn/detail--6442523.html>

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智认为：

杀熟的基础什么？互联网时代的“熟”，就是已经成为平台的忠实客户，这种熟是之前用户与平台之间通过服务建立起信任，这种信任产生了我们互联网行业极为重视的“粘性”，然而这种“熟”确在成为某些平台用以最求利益最大化，甚至差别定价，杀“熟”正当时！

这种杀熟还有一个不可或缺的先决条件，因为互联网行业很多头部企业的天然垄断性，唯有垄断，缺乏竞争，才会让某些平台更加肆无忌惮的出手！

更深层的原因就是那个“大数据”，当我们享受数据时代给我们带来的红利时，大数据正成为我们自身的“杀手”，杀我们的时间，杀我们的财富，甚至在引导我们的思想，霍金

的预言真的即将实现了吗？

在这个时代，监管，必然成为最好的选择，主动监管，打破垄断，利用大数据进行监管，这才是我们唯一的解救之道！

3.10 关键词十：电商消费贷

【关键词描述】

越来越多的人开始尝试消费贷，除了银行外消费者还能从消费金融公司、电商平台、互联网分期平台和小贷公司等机构获得贷款。以 2017 年 10 月 18 日纽交所上市的趣店趣店为例，市值一度高达 113.31 亿美元。此外，校园贷、裸贷等负面新闻不断，趣店的暴利增长和“现金贷”就受到投资人的关注和媒体的质疑。当前各大电商巨头先后推出了京东“白条”、苏宁“任性付”和支付宝“花呗”等额度一般在 1000 元至 50000 元之间的小额消费贷款服务，由于该类消费贷具有类似信用卡的透支属性，已成为不法分子牟利的新工具。

【法律法规】《民法总则》、《合同法》、《消费者权益保护法》、《个人消费贷款管理办法》、《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》

【律师点评】

对此，国内知名律师、《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》联合主编、电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师事务所律师董毅智认为：

首先，趣店起家的现金贷、校园贷在近年来一次次挑战公众的神经，“裸条”、“自杀”、“暴力”、“高利贷”等耸人听闻的关键词背后都是一个个血淋淋的案例，当鲜活的生命来成就行业的暴利时，不时需要承受道德的拷问，三观是个大问题，行业的龙头趣店更是不可回避，是非曲直，每个人都会有自己的评判。

其次，监管部门正在全面的启动，行业正处在清理整顿的风暴前夕，是否合规是否合法，如何监管如何整顿，这一切都是趣店们不可逾越的界限，游走在灰色地带能够每一次都踩着红线，寻求监管缝隙，撬起最大的监管空白，无尽的红利，能否成功经受监管，不仅仅是趣店，更是每一个通过监管缝隙牟利者的终极审判。

再者，当金融遇到科技，金融遇到互联网，就如魔力般，将故事升华，资本估值的神话传说，难道大多数的 A 股公司都不如趣店般有价值吗？传统银行们更是被秒杀？为什么是趣店，为什么这种模式能够在短期内爆发增长，暴利背后的合理性，融资成本，金融监管，行业转型，新时代的变迁，值得思考。

四、十大电商相关法律法规

电子商务作为“互联网+”的典型实践者，在历经数年的发展中，出现了无人货架、OTA 等更多新的模式，也对监管部门提出了新的挑战。

2017-2018 年度，在互联网及电子商务领域，我国立法速度明显提高，基本每隔一段时间就会有新的法律出台，这在以往年度是不多见的，也足以说明国家对互联网和电子商务的重视。例如，《电子商务法》（草案二次审议稿）、《反不正当竞争法》、《快递暂行条例》、《医疗器械网络销售监督管理办法》、《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》、《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》、《网络预约出租车汽车监管信息交互平台运行管理办法》、《工商总局关于推行企业登记全程电子化工作的意见》、《工商总局关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》、《工商总局关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》，这些法规在一定条件下均影响了电子商务生态体系。

2017-2018年度电子商务相关新出台法律法规

法律法规	发布机构	发布时间
《电子商务法》（草案二次审议稿）	全国人大常委会	2017.11.07
《反不正当竞争法》	全国人大常委会	2017.11.04
《快递暂行条例》	国务院	2018.03.02
《网络预约出租车汽车监管信息交互平台运行管理办法》	交通运输部	2018.02.13
《医疗器械网络销售监督管理办法》	原国家食品药品监督管理总局	2017.12.20
《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》	原国家食品药品监督管理总局	2017.11.06
《工商总局关于推行企业等级全程电子化工作的意见》	原国家工商行政管理总局	2017.04.10
《工商总局关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》	原国家工商行政管理总局	2017.04.11
《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》	原国家工商行政管理总局	2017.1.6
《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	国务院办公厅	2018.01.02

备注：该图标按照法律法规效力位阶排序

图表编制：电子商务研究中心

数据来源：WWW.100EC.CN

4.1 《电子商务法(草案二次审议稿)》

本次审议稿增加了一下内容，第一，面对电子商务行业严重的“刷单”、“刷信誉”行为等不法现象，明确电子商务经营者不得以虚假宣传、虚构交易、编造用户评价等方式侵害消费者的知情权。第二，强化平台经营者的义务规范，明确规定电子商务平台经营者对于竞

价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”；第三，合同当事人的权利和义务，特别规定了电子商务当事人在采用快递物流方式交付商品时，应当提示收货人当面查验，经当面查验无异议的，收货人应当签收；第四，加大了对知识产权保护力度，引入了侵权责任法中关于网络服务提供者的连带责任，即电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施；未采取必要措施的，与侵权人承担连带责任。

》》详见全文：<http://www.100ec.cn/detail--6421980.html>

4.2 《反不正当竞争法》

原《反不正当竞争法》诞生于 90 年代初，随着 20 多年来，中国互联网经济的发展。原来该法的诸多规定已经大大落后于时代，可以说本次修法正式回应了互联网时代出现的新型的企业不正当竞争行为。总结起来，本次修法有两大亮点，一是就是设置专条规制经营者利用网络从事生产经营活动，将互联网领域的干扰、限制、影响、破坏其他经营者的行为纳入了规制范围。二是，增加对经营者“刷单”、“刷信誉”等新型不正当竞争行为的规制。

》》详见全文：<http://www.100ec.cn/detail--6448647.html>

4.3 《快递暂行条例》

近十年来，中国快递业迅速发展，快递业务量连续多年位居世界第一，但与此同时快递业也面临一些问题。本次立法有以下几方面亮点：第一，以促进快递业持续健康发展为重点，着力解决制约行业发展的体制机制。比如，快递末端网点的办照成本较高、快递车辆通行难、快递基础设施薄弱等。第二，从法制制度上加大了对快递用户信息保护，以应对公共安全和用户信息安全风险；第三，规范了快递秩序，完善快递服务规则，理顺法律关系，保护消费者合法权益，使企业、用户形成明确的法律预期，引导企业不断提升服务水平。

》》详见全文：<http://www.100ec.cn/detail--6442773.html>

4.4 《网络预约出租汽车监管信息交互平台运行管理办法》

为更好地加强网络预约出租汽车监管信息交互平台的运行管理工作，规范数据传输，提高网约车行业监管效能，营造良好的营商环境，根据《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》等相关规定，制定了该办法。同时，该《办法》的出台，明确了各省、自治区交通运输主管部门负责省级平台运行管理，并指导和监督本行政区域内的网约车监管信息交互平台运行管理工作。直辖市、设区的市级交通运输主管部门（简称城市交通运输主管部门）负

责本城市的网约车监管信息交互平台使用、运行和维护管理工作。于此，同时还针对网约车监管信息交互平台所接收的运营信息数据以及传输数据质量提出新的要求。

》》详见全文：<http://www.100ec.cn/detail--6448650.html>

4.5 《医疗器械网络销售监督管理办法》

随着“互联网+”行动不断向前推进，医疗器械产业与互联网融合不断加快，医疗器械网络销售日趋活跃。与此同时，利用网络销售假冒伪劣医疗器械、虚假夸大宣传、欺骗消费者的问题不断出现，给人民群众用械安全带来潜在风险。因而，从制度层面进一步明确医疗器械网络销售主体责任和监管责任，对强化医疗器械网络销售监管手段和措施、不断规范经营行为、严厉打击网络医疗器械销售违规行为具有重大意义。

》》详见全文：<http://www.100ec.cn/detail--6448654.html>

4.6 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》

网络餐饮服务快速发展的同时也存在一些问题，主要有：一是网络餐饮服务第三方平台责任落实不到位，对入网餐饮服务者审查把关不严；二是部分入网餐饮服务提供者的食品安全意识不高、经营管理水平有限、经营条件较简陋，食品安全存在隐患；三是网络餐饮服务由于经营主体和经营环节增加，涉及信息发布、第三方平台、线上线下结算、餐食配送等多方主体，法律关系更加复杂，法律责任不清晰；四是新型的餐饮模式增大了行政机关监管难度。本次立法确定了网络餐饮服务交易第三方平台提供者、通过第三方平台和自建网站提供餐饮服务的餐饮服务提供者义务，监督管理以及法律责任等内容。

》》法规全文：<http://www.100ec.cn/detail--6424140.html>

4.7 《工商总局关于推行企业登记全程电子化工作的意见》

为进一步提高企业登记管理的便利化、规范化、信息化水平，根据《国务院关于印发注册资本登记制度改革方案的通知》《国务院关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见》就推行企业登记全程电子化工作，提出意见。该意见集中体现了以工商注册制度便利化为主旨，持续推进简政放权、放管结合、优化服务，最大程度利企便民，让企业和群众办事更方便、更快捷、更高效，激发企业创新创业活力，共享“互联网+政务服务”发展成果。

》》法规全文：<http://www.100ec.cn/detail--6448658.html>

4.8 《工商总局关于全面推进企业电子营业执照工作的意见》

根据《国务院关于印发注册资本登记制度改革方案的通知》、《国务院关于加快推进“互

联网+政务服务”工作的指导意见》文件精神，为深化商事制度改革，进一步推进工商登记注册便利化，在总结试点省份改革经验的基础上，现就全国全面推行电子营业执照的发放和应用工作，提出意见。该意见进一步推进政府职能转变，深化商事制度改革，进一步构建“互联网+”环境下政府新型管理方式，推动建立程序更为便利、资源更为集约的市场准入新模式，营造便利宽松的创新创业环境和公开透明平等竞争的营商环境。

》法规全文：<http://www.100ec.cn/detail--6448659.html>

4.9 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》

为保障《消费者权益保护法》七日无理由退货规定的实施，保护消费者合法权益，促进电子商务健康发展，根据《消费者权益保护法》等相关法律、行政法规，制定本办法。《办法》细化和强化了网络商品销售者和网络交易平台提供者履行无理由退货义务的规定。具体有以下几方面：1.要求网络商品销售者经营者应当对于不适用无理由退货的商品有明确标注，并在商品销售必经流程中设置显著的提示程序，供消费者对单次购买行为进行确认。2.要求网络交易平台提供者积极履行平台管理责任，对平台上网络商品经营者落实无理由退货规定情况进行监控检查，发现违法行为的应当及时制止，并向工商部门报告，必要时可以停止对其提供平台服务。3.要求网络交易平台提供者承担消费维权主体责任，建立消费纠纷和解和消费维权自律制度等。4.首次创设了无理由退货商品检验及再流通制度，对能够完全恢复到初始销售状态的无理由退货商品，可以作为全新商品再次销售；对不能够完全恢复到初始状态的无理由退货商品而再次销售的，应当通过显著方式将商品的实际情况明确标注。

》法规全文：<http://www.100ec.cn/detail--6388481.html>

4.10 《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》

近年来，我国电子商务与快递物流协同发展不断加深，推进了快递物流转型升级、提质增效，促进了电子商务快速发展。但是，电子商务与快递物流协同发展仍面临政策法规体系不完善、发展不协调、衔接不顺畅等问题。为全面贯彻党的十九大精神，深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，落实新发展理念，深入实施“互联网+流通”行动计划，提高电子商务与快递物流协同发展水平，并经国务院同意，提出的相关电子商务与快递协同发展的意见。

》法规全文：<http://www.100ec.cn/detail--6434078.html>

五、报告附录

5.1 关于我们

电子商务研究中心 ——电商门户 互联网+智库

在电商、互联网+领域，电子商务研究中心是产业变化轨迹的重要见证者与推动者，自2007年中心成立并上线电商门户网站(100EC.CN)以来，我们十余年如一日，致力于打造中国领先的产业互联网智库与电商行业媒体平台，一路见证与助推我国电商的发展。

核心资源：

【门户网】：运营旗下拥有近 100 个子网/频道/平台，网站坚持 365 天/12 小时滚动发布国内外电子商务领域的大量资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，日均访问量达 30-100 万的电商门户网站(100EC.CN)，为电商行业第一入口。

【企业库】：建有逾 3 万家，全面覆盖各类电商(B2B、C2C、B2C、O2O、跨境电商、移动电商等)、服务商，及互联网金融(支付、银行、保险、理财、P2P、众筹、电商金融)等类型的电商企业数据库；通过“行业网站联盟”覆盖国民经济各行业包括大宗品、工业品、消费品在内的供应商、制造商、贸易商、品牌商、渠道商、零售商、分销商全产业链的企业，累计近 1000 万家。

【媒体库】：拥有逾 3000 位经实名注册认证的记者资源，全面覆盖境内外以 IT/科技、消费/零售、财经/产经、金融/证券为主要条线的核心电商媒体库。

【专家库】：拥有逾 200 位囊括企业实战专家、行业资深专家、第三方研究专家、电商培训机构讲师、高校商学院教授等在内的电商智囊团。

【政府库】：建有逾 1000 人的电商行业关联政府部门人脉库，全面覆盖人大、国务院、发改委、工信部、商务部、科技部、网信办、工商总局、邮政总局、质检总局、海关、央行、证监会等 20 余个部委及其各地方系统、关联行业协会的高层人脉库，并实现中心报告定期直达报送，成为其决策参考“智库”。

【机构库】：建有逾 2000 家覆盖天使投资人、VC/PE、产业资本、券商、基金等在内的投资者信息库，是电商企业投融资、上市公司投资价值研判的重要“智库”，成功帮助众多电商企业融资，帮助机构研判公司估值与股票走向。

【资料库】：建有电商行业最全开放性数据库、案例库、报告库、会议库、图书库、信息图库、法规库、运营实战库等常备信息资料库，累计超 100 万条。

【维权平台】：近 8 年来，中心下属“电子商务消费纠纷调解平台”，以自身独有的客观公正性、中立性、权威性，稳居全国影响力与公信力前列的“第三方电商投诉维权服务平台”，每年累计受理海量用户网络消费投诉；并有数十名电商行业资深律师常年开展坐镇咨询与维权服务，平台投诉纠纷解决率在 80% 以上，深受全国各地网购用户信赖。

【移动端】：入驻微信公众号、界面 JMedia 联盟、今日头条、新浪微博、新浪看点、UC 头条、一点资讯、百度百家、网易号、凤凰号、雪球财经等各大自媒体平台，累计覆盖数百万业内精准用户。

● 全国人大、国家统计局、发改委、网信办、商务部、工信部、教育部、工商总局等多部委电子商务数据报送单位

● 我国首部电商监管立法：《网络商品交易及服务监管条例》 副组长编写单位

● 跨境网购消费者权益保护调研课题执行机构

● 全国网络交易平台合同格式条款合规性审查小组执行机构

● 国家工商总局中国电子商务交易平台信用体系建设课题承办单位

● “浙江省消保委网络消费维权专业委员会”联合发起单位

● 六部委联合打击“中国网络传销调查专项行动”推动单位

● 国务院发展研究中心《中国经济年鉴》电子商务篇编制单位

● “中国电子商务市场经济数据”定期发布单位

● “中国诚信网络团购联盟”会长单位

● 从中央到地方，超过 200 家各级政府部门与我们结为合作伙伴

● 超过 50 家公司在海内外上市及投融资时，使用了我们的数据和分析

● 平均每年，超过 10 万人参加我们主办或协办、演讲的各类电商论坛、沙龙活动，

覆盖人群规模超百万

● 国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐

● 有超过 1000 多家电商、10000 多家中小企业依靠我们的信息、服务和解决方案不

同程度提升了他们的经营业绩。

.....

》》更多 <http://www.100ec.cn/zt/cpfw/>

5.2 法律权益部

成立于 2010 年，整合行业内消保、律师、媒体、质检等资源。每年发布权威《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》和《中国电子商务法律报告》，还是国家工商总局牵头、国务院发布的《网络商品及服务交易监督管理条例》立法起草副组长单位，《全国网络交易平台合规审查》报告执行单位，主要职能包括：

——运营电商维权和电商法律两大平台，受理消投诉纠纷

——每年发布数十篇热点快评，发布预警，引导网络消费

——每年策划报道数十个热点曝光专题，监督电商企业

——运营拥有数万高端网购用户知名自媒体“电商 315”（DSWQ315）



电子商务纠纷调解平台：2010 年起，上线运行 7 年来，累计受理维权数十万起，纠纷解决率在 80%以上，是国内最具有影响力和公信力的第三方“电商投诉维权平台”。

电子商务法律与求助服务平台：集结数十位在电商、互联网领域一线知名律师，以“互联网+法律”的模式服务于零售电商、生活服务电商、跨境电商、消费金融、服务电商、物流快递等领域。同时关注行业内售假、信息泄露、刷单、网络安全、不正当竞争、知识产权、新型模式陷阱等现象，为企业提供法律咨询、诉讼代理服务。此外，仅全国工商系统，中心有关专家就为其提供数十次的电商相关培训，以开放平台形式服务于互联网企业与用户。

联系我们：0571-87397953, Tousul@netsun.com, Law@netsun.com



5.3 相关报告

电子商务研究中心近期已发布或即将发布的报告如下：

【跨境电商类】

- 《2017 年度中国进出口跨境电商市场数据监测报告》
- 《2017 年度中国出口跨境电商发展报告》
- 《2017 年度中国进口跨境电商发展报告》
- 《2017 年度中国跨境电商政策研究报告》
- 《2017 年度中国城市跨境电商发展报告》
- 《2017 年度中国出口跨境电商卖家平台选择因素调查报告》

.....

【零售电商类】

- 《2017 年度中国网络零售市场数据监测报告》
- 《2017 年度“新零售”发展报告》
- 《2017 年度中国农村电商发展报告》
- 《2017 年度中国社交电商发展报告》
- 《2017 年度中国二手车电商发展报告》
- 《2017 年度中国生鲜电商发展报告》
- 《2017 年度中国母婴电商发展报告》
- 《2017 年度中国网红电商发展报告》
- 《2017 年度中国精选电商发展报告》
- 《2017 年度中国智能硬件发展报告》
- 《2017 年度中国移动电商发展报告》

.....

【电商权益类】

- 《2017 年度中国跨境网购消费者权益保护报告》
- 《2017 中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 《2017 年度中国互联网+法律报告》

【服务电商类】

- 《2017 年度中国生活服务电商市场数据监测报告》
- 《2017 年度“共享经济”发展报告》
- 《2017 年度中国在线外卖发展报告》
- 《2017 年度中国在线差旅(OTA)发展报告》
- 《2017 年度中国在线教育发展报告》
- 《2017 年度中国在线房地产发展报告》

.....

【企业电商类】

- 《2017 年度中国 B2B 电商市场数据监测报告》
- 《2017 年度中国企业在线采购发展报告》
- 《2017 年度中国大宗电商发展报告》
- 《2017 年度中国钢铁 B2B 发展报告》
- 《2017 年度中国快消品 B2B 发展报告》

- 《2017 年度中国 B2B 在线供应链金融发展报告》

.....

【电商行业类】

- 《2017 年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 《2017 年度中国电子商务行业投融资数据报告》
- 《2017 年度中国电子商务人才状况调查报告》
- 《2017 年度中国电商上市公司评级报告》
- 《2017 年度中国电子商务产业园发展报告》
- 《2017 年度中国电商物流发展报告》
- 《2017 年度中国电商金融发展报告》

.....

【财务分析类】

- 《小米招股说明书》财务分析报告
- 《阿里巴巴集团 2018 财年业绩报告》 财务分析报告
- 《导购电商第一股“什么值得买”拟 IPO 存四大风险》财务分析报告
- 《联络互动 2017 年报》财务分析报告

.....

5.4 报告编委



高兴发

专家介绍：电子商务研究中心特约研究员、上海市信本律师事务所主任、高级合伙人，华东政法大学民商法学专业硕士

执业经验：高兴发律师在金融、房地产与工程、公司投资、并购与治理、政府法律服务、电子商务与企业常年法律顾问及民商事诉讼与仲裁领域有丰富的法律服务经验，尤其是在房地产与工程、公司并购、电子商务和政府法律服务等领域能为客户提供精准的法律服务。从事律师职业以来，办理过大量案件，曾为数百家国内与国际知名企业提供诉讼与非诉讼法律服务，并担任多家政府机关、大型国企、世界 500 强外资企业的法律顾问，获得前述机关/企业的一致好评。

电话：13524582845

邮箱：steven.gao@xinbenlaw.com

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--397.html>



董毅智

专家介绍：电子商务研究中心特约研究员、上海亿达律师

事务所律师

执业经验：法律自媒体人、专业互联网律师(EC/TMT)、投资金融律师(PE/VC)，风险控制专家。主要执业领域为主要从事企业投资金融、电子商务、法律顾问等有关企业发展与经营的法律领域。致力于企业法律风险的防范以及公司法律风险评估领域的研究，为企业进行全面的法律风险审查，解决企业存在法律风险隐患，现以常年法律顾问的形式与多家公司保持着良好的合作关系，并担任多家的大型民企、有限公司等企业法律顾问。

电话：13916558457

邮箱：109215871@qq.com

专家专栏：http://www.100ec.cn/detail_man--337.html



方超强

专家介绍：电子商务研究中心特约研究员、北京盈科（杭州）律师事务所律师、盈科全国互联网专委会电商研究中心负责人

执业经验：长期专注于电商知识产权、游戏、软件版权、互联网金融领域，具有丰富的知识产权实务经验，擅长各类知识产权诉讼和非诉业务。

同时兼具互联网思维，精通“互联网+”形态的前端知识产权业务，尤其包括电商领域知识产权维权业务，致力于提供知识产权侵权风险防御体系构建，平台知识产权侵权投诉（主动&被动）处理，网络打假专项维权等服务；善于研究，理论功底深厚，曾获首届“杭州律师论坛”论文一等奖；“第五届浙江省律师论坛”论文一等奖；

“第十三届华东律师论坛”二等奖，杭州市律师协会 2015 年度个人嘉奖。

电话：13567160493

邮箱：13567160493@139.com

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--382.html>



何轶智

专家介绍：电子商务研究中心特约研究员、上海市百良律师事务所律师何轶智律师

执业领域：合同法、公司法、侵权责任法

电话：13585777284

邮箱：tomo_iris@163.com

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--500.html>



吕友臣

专家介绍：电子商务研究中心特约研究员、北京德恒(深圳)律师事务所律师高级合伙人律师、团队负责人

执业经验：多年的海关工作经历，对进出口通关法律事务有着深刻的认知。从事律师工作以来，组建了海关法律服务团队。先后参与办理走私犯罪刑事案件近 200 宗，办理海关行政处罚听证、复议、诉讼案件 100 多宗，办理进出口合规性检查、配合稽查等项目 80 余宗。

现兼任中国行为法学会研究员、中国政法大学海关法研究中心研究员、深圳市人大常委会法律助理、一带一路国际商事调解中心调解员、北京多元调解发展促进会调解员、深圳报关协会副会长等职务。

主编《海关法律热点问题研究》(海天出版社 2016 年版)、《海关行政处罚的理论与实践》(海天出版社 2017 年版)，多篇论文在《海关研究》等刊物上发表。

电话：13688800555

邮箱: lvyc@dehenglaw.com

专家专栏: <http://www.100ec.cn/expert--399.html>



【中心职务】电子商务研究中心 主任 研究员

电子商务研究中心主任, 国内“互联网+”领域知名权威专家, 国务院发展研究中心《中国经济年鉴》电子商务篇主编、清华大学、上海交大、浙江大学 EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国服装协会专家委员会委员等职。

曹磊

在电商消费者权益保护领域, 依托“电子商务消费纠纷调解平台”大数据, 曹磊专注多年, 并出任国家工商总局全国网络交易平台合同格式条款合规性审查小组组长, 中国电子商务交易平台信用体系建设研究执行小组组长, “浙江省消保委网络消费维权专业委员会”委员等职, 牵头主持或参与了一系列电商行业监管、消保有关立法与课题调研, 在行业内高层有着深厚的影响力与权威。

专家专栏: http://www.100ec.cn/zt/expert_caolei/

电话: 0571-87756579

E-mail: CaoLei@NetSun.com

微信: WWW-100EC-CN



专家介绍: 电子商务研究中心法律与权益部 分析师

研究领域: 主持开展电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作。

此外负责主持开展电子商务消费纠纷调解平台涉及网络购物、O2O、物流快递、网络支付、消费欺诈等电务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

姚建芳

电话: 0571-87397953

邮件: tousu1@netsun.com

专栏: <http://www.100ec.cn/zt/dskp/>



贾路路

专家介绍：电子商务研究中心法律与权益部 分析师（拥有法律执业资格证）

研究领域：电子商务、互联网+有关法律法规，跨境电商的税收、物流、质检等相关法律法规，重点研究法律对互联网企业的广告、产品质量、税收等问题以及企业之间知识产权争议、不正当竞争、反垄断行为的监管，网络环境下消费者权益保护，在线纠纷解决机制等。

电话：0571-85337217

邮件：Law@netsun.com

专栏：<http://www.100ec.cn/expert--499.html>



蒙慧欣

专家介绍：电子商务研究中心法律与权益部 见习分析师

研究领域：电商权益保护、电商法律法规、网络信用、网络传销等领域

电话：0571-85337217

邮件：tousu@netsun.com

报告编制：电子商务研究中心

报告发布：2018 年 5 月 15 日



（扫一扫，第一时间获取更多原创电商报告）