

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学 号: 200408171

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

电子商务 CtoC 模式法律问题研究
——以淘宝网为例

The Study of Legal Issues about the CtoC Mode
of Electronic Business
——With Taobao as the Example

张 春 雷

指导教师姓名: 蔡庆辉 副教授
专业名称: 法律硕士
论文提交日期: 2007 年 4 月
论文答辩时间: 2007 年 月
学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2007 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕

内容摘要

作为一种新兴的电子商务模式，CtoC 在我国刚刚起步，由于实践的不足，相关立法存在着滞后甚至空白现象，导致交易参与者的利益无法得到有力的法律保障。本文以淘宝网为例，按照淘宝网的交易程序对 CtoC 模式下交易主体的资格和地位、交易中存在的主要风险、ISP 的法律责任和在线纠纷解决机制（ODR）等问题进行了分析，并初步提出了解决问题的思路。

文章的第一章从 CtoC 模式下交易主体资格入手，以淘宝网为例，在我国现行立法的基础上分析了 ISP 对交易主体资格的限定的不合理性，并结合学界的主要观点对非完全民事行为能力人的交易主体资格做出了重新设计。

第二章在第一部分的基础上，探讨了 CtoC 模式下买卖双方的法律地位问题，提出了买卖双方应分别认定为消费者和经营者的观点，为交易中发生纠纷时明确责任扫清了法律障碍。

第三章在淘宝网交易规则的基础上，分别讨论了 CtoC 模式下商品与网上描述不符的风险、支付风险、交货中的风险和信用评价失真风险四种主要风险，并提出了初步的法律对策。

第四章从淘宝网对自身的定位引出了 ISP 的法律责任问题，然后在考察国内外立法的基础上提出对 ISP 的侵权行为实行过错责任归则原则，并分析了 CtoC 模式下 ISP 的交易主体资格审查义务、对用户行为的监控义务、协助调查义务和应他人请求制止侵权的义务。

第五章首先着重分析了淘宝网《投诉规则》，得出淘宝网已经初步建立了以在线投诉为主的 ODR 机制的结论，并主张从受理范围、ODR 方式和执行保障等方面完善淘宝网现有的 ODR 机制，为用户提供低成本、高效率的纠纷解决方式。

目前，CtoC 模式在我国发展迅猛，必须综合利用立法和行业自律等多种手段予以规范，在效率和交易安全之间、交易参与者的不同利益之间寻求平衡，这对我国电子商务其他模式的发展也具有一定的借鉴意义。

关键词：消费者对消费者模式（CtoC）；网络服务提供商（ISP）；在线纠纷解决（ODR）

ABSTRACT

As an emerging electronic business mode, CtoC is in its beginning stage in China. Due to its lack of practice and absence of relevant legislation, the interests of transaction participants are under weak protection by law. The paper, with Taobao as the example, dissects the transaction participants' qualification and status under CtoC mode, the major risks involved in the transaction, the legal liability of ISP and Online Dispute Resolution in the order of Taobao's transaction procedure, and further brings forward some tentative ideas on the solution of related problems.

The first chapter begins from the transaction participants' qualification under CtoC mode, analyzes the unreasonableness of restricting the transaction participants' qualification by ISP based on the current legislation of China, and redesigns it with reference to the prevalent views in academic circles of law.

Chapter2 based on the preceding part, inquires into the issue of the transaction participants' status under CtoC mode, holds the view that the buyer and seller should be identified as consumer and business owner respectively so as to remove the obstacles in the allocation of liabilities resulted from transaction disputes.

Chapter3 explores four major risks, namely the risk of non-conformity of commodities with their description on internet, risk of payment, risk in delivering goods and false credit appraisal, and puts forward their counter-measures.

Chapter4 proceeds from the self-positioning of Taobao to the issue of legal liability of ISP, proposes that the imputation of liabilities for ISP's torts should implement the principle of Liability Based on Fault and expounds the obligations undertaken by ISP under CtoC mode to examine the transaction participants' qualification, to supervise the users' acts, to assist investigation and to check torts at the request of the third party.

Chapter 5 first comments on the Complaints Rules of Taobao with the conclusion that Taobao has established preliminary ODR mechanism with online complaints as

the major task and argues that ODR shall be improved from such aspects as the acceptance scope, ODR patterns and enforcement guarantee so as to provide users with an effective yet cheap way of dispute settlement.

At present, CtoC mode develops in strong momentum in China and requires the comprehensive regulation of legislation and industry self-discipline as well as other effective means so that the balance can be achieved between efficiency and safety of transaction and that between diverse interests of transaction participants, which can be the model for the development other modes of electronic business.

KeyWords: Consumer-to-consumer mode (CtoC); Internet Service Provider(ISP); Online Dispute Resolution (ODR)

厦门大学博硕

目 录	
前 言	1
第一章 CtoC 模式下 ISP 对交易主体资格的限定	4
第一节 CtoC 模式下 ISP 对交易主体资格限定的必要性	4
一、ISP 的概念	4
二、ISP 对交易主体资格限定的必要性及淘宝网的实践	4
第二节 ISP 对主体资格限定与法律相冲突问题的解决	5
一、无民事行为能力人在线购物案引出的问题	5
二、学界对 CtoC 模式下非完全民事行为能力人订约效力的不同观点.....	6
三、ISP 对用户资格限定与法律相冲突问题的解决建议	6
第二章 CtoC 模式下买卖双方的法律地位	8
第一节 问题的提出	8
第二节 CtoC 模式下买卖双方法律地位的界定	8
第三章 CtoC 模式下的主要风险及其对策	10
第一节 商品与网上描述不符的风险及其对策	10
一、商品与网上描述不符的风险	10
二、商品与网上描述不符风险的对策	11
第二节 支付风险及其对策	11
一、CtoC 模式下的支付方式.....	11
二、淘宝网第三方支付平台——支付宝的性质和作用	13
三、支付风险及其应对	14
第三节 交货中风险及其对策	16
一、交货中风险分析	16
二、交货中风险的对策	18
第四节 信用评价失真风险及其对策	19
一、信用评价失真风险	19
二、信用评价失真风险的对策	20

第四章 CtoC 模式下 ISP 的归责原则和法律责任	21
第一节 CtoC 模式下 ISP 的归责原则	21
一、国外对 ISP 归责原则的立法	21
二、我国学术界对 ISP 归责原则的主要观点及相关立法	22
三、对 CtoC 模式下 ISP 归责原则的建议	24
第二节 国外关于 ISP 法律责任的立法	24
第三节 CtoC 模式下 ISP 的法律责任	26
一、交易主体资格审查义务	26
二、对用户行为的监控义务	28
三、协助调查义务	29
四、应他人请求制止侵权的义务	29
第五章 CtoC 模式下的在线纠纷解决机制 (ODR)	31
第一节 ODR 概述	31
一、ODR 的定义和类型.....	31
二、ODR 的优点.....	32
第二节 淘宝网 ODR 机制的初步建立	33
一、淘宝网《投诉规则》的主要内容	33
二、对淘宝网《投诉规则》的评价	34
第三节 淘宝网 ODR 机制的完善	35
一、扩大纠纷受理范围	35
二、实现 ODR 方式的多样化.....	36
三、为 ODR 处理结果的执行提供制度保障.....	36
结 语	38
参考文献	39

CONTENTS

Preface	1
Chapter 1 Restriction of Transaction Participants' Qualification by ISP under CtoC Mode	4
Subchapter1 The Necessity of ISP's Restricting Transaction Participants' Qualification under CtoC Mode	4
Section1 The Concept of ISP.....	4
Section2 The Necessity of ISP's Restricting Transaction Participants' Qualification under CtoC Mode and Relevant Praitice by Taobao....	4
Subchapter2 The Settlement of Conflict between the Restriction of Transaction Participants' Qualification by ISP and Relevant Laws	5
Section1 Problem Originating from the Case of Online Purchase by a Person without Civil Capacity.....	5
Section2 Scholars' Views on the Effects of Contracts Executed by Persons without Full Civil Capacity	6
Section3 Suggestions on the Settlement of Conflict between the Restriction of Transaction Participants' Qualification by ISP and Relevant Laws	6
Chapter2 The Legal Status of the Buyer and Seller under CtoC Mode	8
Subchapter1 Origination of the Issue	8
Subchapter2 The Legal Status of the Buyer and Seller under CtoC Mode	8
Chapter3 Major Risks under CtoC Mode and their Counter- measures	10
Subchapter1 The Risk of Non-conformity between Commodities with their Description on Internet and its Counter-measure	10
Section1 Tthe Risk of Non-conformity between Commodities with their Description on Internet	10
Section2 Counter-measure against the risk of non-conformity between	

commodities with their description on internet	11
Subchapter2 the Risk of Payment and its Counter-measure	11
Section1 the Payment Pattern under CtoC Mode	11
Section2 the Third-party Payment Platform of Taobao---the Nature and Function of Payment Tool Called "Zhifu Bao"	13
Section3 the Payment Risk and its Counter-measure	14
Subchapter3 Risk in Delivering Goods and its Counter-measure	16
Section1 Analysis of the Risk in Delivering Goods and its Counter-measure....	16
Section2 Counter Measure Against the Risk in Delivering Goods	18
Subchapter4 Risk of False Credit Appraisal and its Counter-measure	19
Section1 Risk of False Credit Appraisal	19
Section2 Counter-measure Against the Risk of False Credit Appraisal	20
Chapter 4 The Imputation Principle and Legal Liabilities of ISP under CtoC Mode	21
Subchapter1 The Imputation Principle of ISP under CtoC Mode	21
Section1 Relevant Foreign Legislation of ISP's Imputation Principle	21
Section2 Scholars' Prevalent Views and Relevant Laws about ISP's Imputation Principle	22
Section3 Suggestions on the Imputation Principle of ISP under CtoC Mode	24
Subchapter2 foreign legislation of ISP's legal liabilities.....	24
Subchapter3 ISP's Legal Liabilities under CtoC Mode	26
Section1 The Obligation to Examine Transaction Participant's Qualification..	28
Section2 The Obligation to Supervise Users' Acts.....	29
Section3 The Obligation to Assisst Investigation.....	29
Section4 The Obligation to Check Torts at the Request of third party.....	29
Chapter 5 ODR under CtoC Mode	31
Subchapter1 General Introduction of ODR.....	31
Section1 Definition and Types of ODR.....	31
Section2 Merits of ODR	32
Subchapter2 The Preliminary Establishment of ODR by Taobao	33
Section1 Main Content of the Complaints Rule of Taobao	33
Section2 Commentary on the Complaints Rule of Taobao.....	34

Subchapter3 The Improvement of ODR of Taobao	35
Section1 Enlargement of Acceptance Scope	35
Section2 Diversified Manners of Realization of ODR	36
Section3 Enforcement Guarantee	36
Conclusion	38
Bibliography	39

廈門大學博碩

前 言

随着电子商务(Electronic Commerce, 简称 E-Commerce 或 EC)的迅猛发展, 电子商务的交易形态越来越多。根据参加交易主体的不同, 电子商务可分为多种不同的模式, 目前学界对此并无一致的观点。

有学者认为, 电子商务分为企业对企业(BtoB)、企业对个人(BtoC)、个人对个人(CtoC)、以及个人对企业(CtoB)四种模式。^①

也有学者认为, 可以分为以下五种模式:^②

1. 企业与企业间的电子商务(Business to Business, 简称 B2B 或 BtoB);
2. 企业与消费者间的电子商务(Business to Consumer, 简称 B2C 或 BtoC);
3. 消费者与消费者之间的电子商务(Consumer to Consumer, 简称 CtoC 或 CtoC);
4. 企业与政府之间的电子商务(Business to Government, 简称 B2G 或 BtoG);
5. 消费者与政府之间的电子商务(Consumer to Government, 简称 C2G 或 CtoG)。

BtoB 和 BtoC 是电子商务中比较常见的模式, 而且 BtoC 应是电子商务发展的大趋势, 也是电子商务最具增长潜力和赢利空间的模式。但是, 随着互联网用户数量的迅速增加带来的用户基础的扩大、人们对 CtoC 模式的认可以及在线交易环节的不断完善, CtoC 电子商务市场规模也得到了大幅度扩展。CtoC 电子商务模式, 是指网络服务提供商利用计算机和网络技术, 提供有偿或无偿使用的电子商务平台和交易程序, 允许交易双方(主要为个人用户)在其平台上独立开展以竞价、议价为主的在线交易模式, 其特点类似于现实交易中的跳蚤市场。

根据易观国际 2006 年 3 月 16 日发布的《中国 CtoC 市场用户调研报告 2006》统计,^③2005 年我国 CtoC 市场交易额已经达到 139.24 亿元, 相较于 2004 年的 41.6 亿元增长 234.7%, 呈现出了强劲的发展势头。2006 年上半年, 中国 CtoC

^① 郭懿美,蔡庆辉.电子商务法[M].厦门:厦门大学出版社,2004. 3.

^② 颜祥林,朱庆华,主编.网络信息政策法规导论[M].南京:南京大学出版社,2005.212.

^③ 易观国际成立于 2000 年,是中国信息化、互联网和新媒体以及电信运营行业大的研究和咨询机构.<http://www.analysis.com.cn>,2007-01-05.

市场交易额达到 111 亿元，同比增长 125%。预计未来三年内，我国 CtoC 市场交易额规模仍将逐步扩大，预计在 2008 年能达到 456 亿元。^①

中国互联网络信息中心发布了《2006 年中国 CtoC 网上购物调查报告》热点数据。^②该项调查于 2006 年 3 月完成，对北京、上海和广州三城市的 CtoC 网上购物消费者进行了一次随机抽样电话调查，并对淘宝网、^③eBay 易趣和拍拍网的用户进行了一次全面的在线调查。数据显示，中国 CtoC 购物网站呈激烈竞争的态势。根据购物人数与购物频度计算的 2005 年度中国 CtoC 购物网站在三城市的用户市场份额，淘宝网为 67.3%，eBay 易趣为 29.1%，拍拍网为 2.2%，一拍网为 1.4%。相比于庞大的交易人数，CtoC 网上购物的交易频次同样可观。从调查数据上看，2005 年度，三城市在淘宝、eBay 易趣、拍拍等 CtoC 购物网站上的购物接近 740 万人次，其中在淘宝网的购物接近 500 万人次，在 eBay 易趣网上的购物超过 200 万人次。淘宝网上的购物者有最高的购物频度，2005 年平均每人在淘宝网购物 4.25 次；eBay 易趣网上的购物消费者平均购物 3.08 次。^④

作为国内领先的个人交易网上平台，淘宝网是由全球最佳 BtoB 公司阿里巴巴公司投资 4.5 亿元创办，致力于成就全球最大的个人交易网站。淘宝网自 2003 年 5 月 10 日成立以来，在短短的半年时间，迅速占据了国内个人交易市场的领先地位，创造了互联网企业的发展奇迹。凭借其迅速发展以及在个人交易领域的独特文化，2006 年 3 月 3 日在上海举办的中国零售业高峰论坛上，淘宝网和国美、沃尔玛、苏宁电器、麦德龙、王府井百货等国内外零售巨头一起荣获 2006 年度中国零售业十大影响力案例。

目前中国 CtoC 市场方兴未艾，发展前景广阔，随着互联网的进一步普及和对网上购物了解程度的增加，CtoC 市场还将持续增长。CtoC 网上购物的支付系统已经广为 CtoC 购物消费者接受，并得到消费者普遍的高度评价，包括买家（卖家）信誉、信用评估机制与赔付担保承诺在内的诚信与交易安全体系也已经基本成型。但同时，CtoC 模式在我国的发展还必须面对许多亟待解决的法律问题。

^① 符星华.2006 年 C2C 市场交易额预计将达到 231 亿[EB/OL].
<http://it.sohu.com/20061030/n246085193.shtml>,2006-10-30.

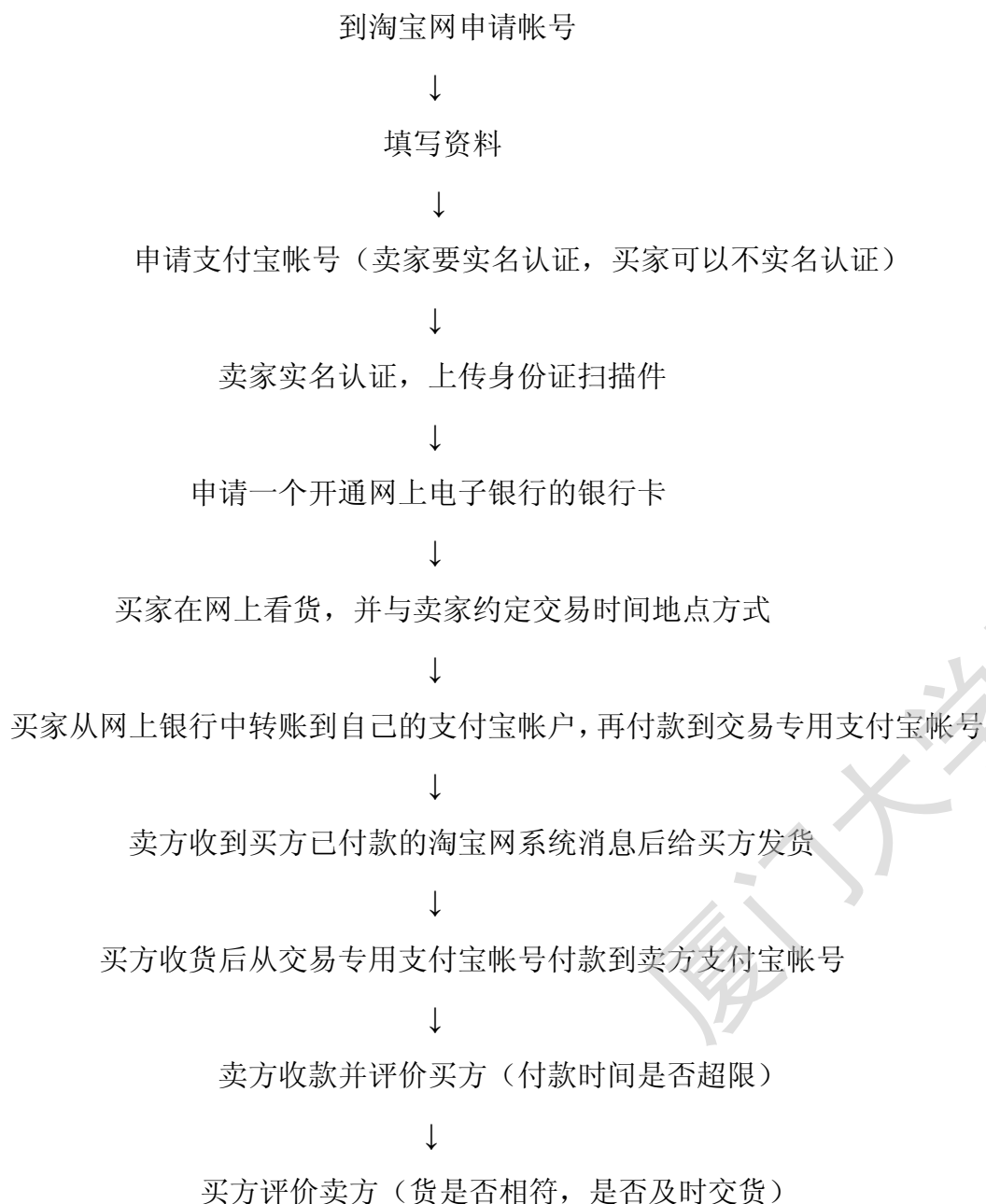
^② 中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center，简称 CNNIC）是经国务院主管部门批准，于 1997 年 6 月 3 日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责。
<http://www.cnnic.net.cn/>,2006-10-13.

^③ 淘宝网:<http://www.taobao.com/>,2006-06-10.

^④ CNNIC 发布 06 年中国 C2C 网上购物调查报告[EB/OL].<http://www.sina.com.cn>. 2006-05-12.

鉴于淘宝网在 CtoC 市场上的地位及其典型性,^①本文将以淘宝网为例,探讨 CtoC 模式下的一系列法律问题。

在 CtoC 市场上,各 CtoC 网站的交易模式相差不大,本文以淘宝网的交易程序为例进行分析。如下所示:



^① 虽然淘宝网也存在 BtoC 交易,但并非淘宝网的主要业务和特色.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

廈門大學博碩