

# 瑞士投资报告\* 16

2015年9月



\* 瑞士投资报告由瑞士文斐律师事务所（“文斐”）——一家在瑞士注册并致力于在大中华地区业务发展而享负盛名的律师事务所诚情奉献。瑞士投资报告专为那些意欲将商业版图扩展至瑞士乃至欧洲或者已活跃于瑞士市场的中国投资者量身设计。当然，瑞士投资报告也将为感兴趣的读者提供有关在瑞士投资的法律架构方面的相关背景信息，以及从外国投资者的需求入手着眼于当前瑞士法制改革。

## 电子商务在瑞士—针对中国投资者的一份简要清单

- I 简介
- II 网店平台最低量信息
- III 一般条款和条件的运用
- IV 数据保护
- V 欧盟法律环境
- VI 结论

# 电子商务在瑞士 - 针对中国投资者的一份简要清单

## I. 简介

在瑞士寻找电子商务商机的中国投资者应熟知瑞士电子商务法律架构。重要的是，瑞士并无电子商务专项法律规定。在瑞士，对电子商务的相关规定散见于多部法律及规范中。线上采购合同的签署应适用瑞士义务法典第 197 条项下的一般规定。此外，自 2012 年以来，反不正当竞争法对网店必须公布的信息及消费者合同中一般条款和条件的内容均做出了重要规定。另外，运营网店时应考虑数据保护法。如果一家瑞士公司意欲不仅在瑞士、而且在欧盟销售其产品，那么欧盟的法律及特定欧洲国家亦应被关注。

本瑞士投资报告旨在为在瑞士进行的电子商务活动提供一份法律架构概览，并将对相应欧盟法律架构做简要的分析。

## II. 网店平台最低量信息

自 2012 年以来，反不正当竞争法规定了网店运营商必须提供的最低量信息。

以电子方式提供货物、工作或服务的人：（i）应提供与其身份及合同地址（包括邮箱地址）有关的清晰且综合的信息；（ii）指出最终完成合同签署所需的每个技术步骤；（iii）在下单前提供可用于识别及校正类型错误的适当的技术工具；及（iv）立即通过电子渠道确认订单（多数情况下该步骤通过一封确认电子邮件完成，但从法律角度看，还可能存在其他方式）。

在电子商务平台经营业务但未能遵守该等要求的，即为不正当行为。遵守该等要求是必要的，因对该等义务的违反可能会遭致罚款或高达三年的监禁。

## III. 一般条款和条件的运用

应用于电子商务中的服务及货物销售合同中的一般条款和条件应被给予高度关注。

一般条款和条件由一方运用于多份合同中且不再进行单独协商。作为一般性原则，一般条款和条件是合同不可分割的一部分，并在合同另一方同意适用的情况下适用于合同。在下单前，另一方必须收到一般条款和条件的副本或有机会合理阅读该一般条款和条件。

实践中，电子商务交易中的消费者在下单前，网店应向消费者提供电子版一般条款和条件或使其有机会阅读该一般条款和条件（通过提供清晰的链接）。此外，网店应在下单前提供“我已阅读并接受该一般条款和条件”的选项供消费者勾选。为了确保该等要求已被满足，网店应在技术上确保未勾选关于接受一般条款和条件的选项前，不可能下单。

一般条款和条件对下单、交货、开具发票、质保和保证、责任、货物的更换、合同的撤销（请注意瑞士法中无法定撤销权的规定）、数据保护、法律适用及争议解决均有规定。

关于**一般条款和条件**的内容，应考虑以下原则及规定：

- a) 歧义规定应按不利于编者的角度进行解释（“**歧义规则**”）
- b) 当一般条款和条件异常时，其不应被适用。例如合同合伙人在特定情况下即不需要将该等异常规则列入一般条款和条件中（“**异常规则**”）
- c) 司法实践对于一般条款和条件中**管辖权条款**的规定非常严格。消费者合同<sup>1</sup>的规定即不同于民事诉讼法中一般管辖权的规定，即（i）如消费者起诉，由消费者或供应商所在地或住所地管辖；及（ii）如供应商起诉，由消费者住所地管辖。

此外，**反不正当竞争法**对运用于消费者合同（“B2C”）中的一般条款和条件的内容有特殊规定。根据反不正当竞争法第 8 条，不适当一般条款和条件在消费者合同中的运用可被视为不正当行为。一般条款和条件在下列情况下应被视为不适当：（i）如果其对合同权利义务的重大且不公平规定不利于消费者；及（ii）该等重大且不公平规定违反了诚信原则。

---

<sup>1</sup>根据瑞士法，拟供个人或家庭使用的一般消费服务合同即为消费者合同。

使用不适当一般条款和条件的刑事后果与在电子商务平台中使用不恰当信息的刑事后果相同。

司法实践中的争议在于根据反不正当竞争法第 8 条的规定，不适当一般条款和条件是否应为无效或可撤销。此外，如果一般条款和条件中的特定条款被法院认定无效，那么是否整个合同应归于无效或法院仅应认定该特定条款无效但认可其他合同条款的效力，这也是存在争议的。

#### IV. 数据保护

##### A. 瑞士数据保护法的原则

电子商务依赖于对消费者数据的收集和处理，例如消费者姓名、地址及付款信息。特定情况下，供应商可要求消费者提供进一步个人信息。个人数据的收集和处理适用联邦数据保护法（“数据保护法”）。

瑞士数据保护法的下列原则尤其与电子商务交易相关：

- 个人数据的处理必须符合**诚信及合理原则**。例如，销售服装的网店经营者要求提供关于婚姻状况的个人信息将违反合理原则，因与消费者婚姻状况有关的信息与销售服装无关。

- 对个人数据的收集及其处理目的对于相关人士必须是**可辨识的**。例如，如果一位消费者在线订购商品时向网店经营者提供了其姓名、家庭住址、邮箱地址及付款信息，那么网店经营者会将该等信息用于交易的履行，这对于消费者来说是可辨识的。此外，网店经营者在下单后向消费者发送自有广告对于消费者来说亦是可辨识的。然而，如果网店经营者基于广告或营销目的将该等个人信息转发给第三人，这对于消费者来讲是不可辨识的。

- 必须采取**合理的技术及组织措施保护**个人数据，以防止未经授权的处理

。

## B. 联邦数据保护及资讯委员会的建议

联邦数据保护及资讯委员会（FDPIC）就数据保护法的实施向电子商务贸易商出台了建议<sup>2</sup>。该等建议为电子商务贸易商提供了有利信息，尤其包括如下建议：

- **透明度：** 为了加强电子商务交易中的信任，电子商务贸易商应透明化处理个人数据。电子商务贸易商应让使用者知悉其正在处理的系哪项个人数据及将被用于何目的。使用者尤其有权选择其是否愿意将其个人数据用于营销及广告目的。
- **数据安全：** 加密程序、鉴定程序及匿名化工具等技术适用于数据保护且应被应用于电子商务。
- **隐私权声明：** FDPIC 鼓励开发并在线公布隐私权声明（有时亦被称为隐私权保护政策）。该隐私权声明应提供给特定网站及网店的使用者及消费者，并清楚标明经营者将如何处理消费者数据。隐私权声明应使用清晰易懂的语言。因此，消费者可自行决定是否及怎样处理其个人数据。FDPIC 坚信这将会在电子商务中建立深层次的信任。当然，在线公布隐私权声明的经营者亦应遵守该隐私权声明。

隐私权声明应提供关于以下问题的信息：

- 供应商进行数据处理应适用何法律规定？
- 收集的是哪些个人数据及何目的？
- 哪些数据将提供给第三方及何目的？
- 关于数据处理的哪些选项对使用者是开放的？
- 使用者拥有哪些权利（尤其是信息及校正的权利）？
- 关于数据处理的问题由谁进行答复？
- 对个人数据的保护采取了何等措施？

---

<sup>2</sup> <http://www.edoeb.admin.ch/datenschutz/00683/00703/index.html?lang=de>

## V. 欧盟法律环境

自 2000 年以来，欧盟制定了电子商务相关的多项指令，欧盟成员国在其国内法中应实施该等指令。

电子商务指令 2000/31 及消费者权益指令 2011/83 尤其做了如下规定：

- a) **基本信息义务：**电子商务服务经营者有义务以简单、直接且永久的可存取的方式向消费者提供一些最低量信息，包括：服务经营者的名称/姓名；服务经营者的设立地址；服务经营者的具体信息（包括邮箱地址），通过该等具体信息可快速联系到该服务经营者并可与其进行直接高效的沟通；服务经营者登记的商业登记处名称及其登记号码（如果服务经营者已在商业登记处或类似公共登记处进行登记）。
- b) **关于合同签署的信息义务：**在消费者下单前，服务经营者应清楚、全面、明确地提供至少如下信息：签署合同所需遵循的各个技术步骤；已签署的合同是否将由服务经营者备案以及其是否可存取；下单前辨识及校正类型错误的技术手段；合同签署语言。
- c) **货物或服务的主要特征，**在适于媒介及货物或服务的范围内。
- d) **货物或服务的总价，**包括税、价格计算方式（因货物或服务性质导致价格无法提前合理计算的情况下）以及运输、交付或邮寄相关的所有额外费用及任何其他费用（如适用），或该等额外费用应被支付的事实（在该等额外费用无法提前合理计算的情况下）。
- e) **撤销权：**消费者应被给予 14 日的无理由撤销合同时间（该等撤销权存在部分例外）。撤销期自消费者（或消费者指定的第三方）收到货物时起算。服务合同的撤销期自合同签署之日起算。如果经营者未能在签署合同前向消费者提供撤销权信息，撤销权应延长 12 个月。

- f) **交付**不应无理延迟，但无论如何不应迟于合同签署之日起 30 日，除非双方就交付时间有另行约定。
- g) **下单前信息**：如果拟签署的电子商务合同使消费者有付款义务，那么经营者应在消费者下单前使其清楚直观地了解货物或服务的主要特征（见以上 c)款）及总价（见以上 d)款），以及长期合同中的解约条件和消费者义务的最短期限。
- h) **“有付款义务的下单”选项**：另外，经营者应确保消费者在下单时明确知晓该订单存在付款义务。如果下单需要激活某个选项或相似功能，应在该选项或相似功能中以清晰可见的方式标注出“有付款义务的下单”或标明下单将存在付款义务的类似明确的表达字样。仅有“订购”或“继续”等词汇不足构成有效的下单。如果经营者未遵守该等要求，则合同或订单对消费者没有约束力。

自 2012 年 8 月 1 日起，德国将消费者权利指令 2011/83 纳入其国内法。该法被称为“选项法”。

## VI. 结论

近年来，电子商务在欧盟及瑞士非常盛行。很多电子商务经营者已改进其网店。技术被标准化且越发精细并安全，使以合理成本经营专业电子商务平台更加易行。诸多电子商务平台更亲民，因其经营者提供货物及服务时更清晰透明化。因此，消费者对于电子商务的信任亦有所提高。

为了获取并维持消费者对特定电子商务平台的信任，经营者不仅应满足其提货货物或服务所在特定国家的法律要求，亦应执行来自于相关州立机构或自治组织的建议。

\*\*\*\*\*

本文仅为提供信息参考，不构成任何法律意见用途。

瑞士文斐律师事务所，2015 年 9 月。

更多的瑞士投资报告请通过以下网址查阅：<http://www.wenfei.com/index.php?id=22&L=0>