

Fundamentals of Electronic Business

Fundamentals of Electronic Business

李鼎 杨玲/编著

电子商务基础

Fundamentals of Electronic Business (第三版)

Fundamentals of Electronic Business

Fundamentals of Electronic Business

济贸易大学出版社

University of Economics and Business Press

全国优秀畅销书

电子商务基础

(第三版)

李鼎 杨玲 编著

首都经济贸易大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/李鼎,杨玲编著. —3 版. 北京:首都经济贸易大学出版社,2005.2

ISBN 7-5638-0757-8

I. 电… II. ①李…②杨… III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 001942 号

电子商务基础(第三版)

李鼎 杨玲 编著

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京永生印刷有限责任公司

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 332 千字

印 张 13

版 次 1999 年 6 月第 1 版 2003 年 1 月第 2 版

2005 年 2 月第 3 版 2006 年 3 月总第 12 次印刷

印 数 51 001 ~ 59 000

书 号 ISBN 7-5638-0757-8/F·411

定 价 20.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

《第三版》前言

本书自出版以来，已多次重印，并被评为全国优秀畅销书。在此谨向首都经济贸易大学出版社及广大读者对本书的热情支持与厚爱表示深切的谢意。

电子商务的发展经历了一个由初级到高级、由简单到复杂的发展过程，它对社会经济的影响也是由浅入深、由点到面。今天的电子商务已不仅仅是在线销售，旨在获取现实收益的企业间电子商务已占据主导地位。人们对电子商务的认识也从轰轰烈烈的盲目信赖发展到对电子商务运作模式的切实研究。电子商务与信息技术和市场的依存关系决定了电子商务必然随着技术的不断进步和市场的变化而发展。本书于2001年和2003年在基本不改变原书框架结构的基础上，进行了较大幅度的更新与补充。作为电子商务的基础性读物，除保留第一版深入浅出、通俗易懂、阐述全面的特点外，对电子商务的内涵及内容、行业电子商务、物流配送以及电子政务等内容进行了修订和补充，更新了大量事例和数据。第三版在此基础上对互联网技术、移动电子商务、电子商务法律问题等内容进行了更新和补充，从而较好地适应了电子商务理论与实践逐渐走向成熟的发展趋势。

本书除可作为电子商务专业教材或参考用书外，尤其适合非电子商务专业，如工商管理、市场营销、信息管理等专业的教学

使用，也适宜作为培训教材使用。

尽管作者付出了很大努力，书中仍可能存在一些不妥与不足之处，欢迎广大读者对本书提出批评与建议，反馈意见可以电子邮件形式发至 publish 3000@263. net。

作者

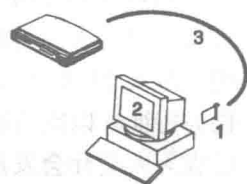
2005 年 1 月

目 录

第 1 章 电子商务概述	(1)
1.1 什么是电子商务	(2)
1.2 电子商务产生的背景和发展历程	(8)
1.3 电子商务的主要内容	(14)
1.4 电子商务的主要功能	(22)
1.5 电子商务的机遇和挑战	(29)
1.6 对电子商务采取的策略	(35)
第 2 章 电子商务网络技术平台	(41)
2.1 电子商务和 Internet	(42)
2.2 Internet 技术	(46)
2.3 网络互联设备	(54)
2.4 Internet 的主要功能	(56)
2.5 Internet 的接入	(64)
第 3 章 电子商务和信息化基础	(80)
3.1 电子商务——21 世纪全球竞争的焦点	(81)
3.2 电子商务和企业信息化	(84)
3.3 行业电子商务	(88)
3.4 电子商务的用户服务	(114)
第 4 章 电子商务和商业信息化	(119)

4.1	商业信息化的提出	(120)
4.2	传统商业的信息化	(122)
4.3	商业增值网	(124)
4.4	连锁经营	(127)
4.5	电子商务下的物流配送	(138)
4.6	电子数据交换	(140)
第5章	企业的网络经营	(166)
5.1	网上消费者的行为	(167)
5.2	定位网上产品	(170)
5.3	开创网络品牌	(175)
5.4	建立企业站点	(178)
5.5	经营网上商店	(183)
5.6	从 Internet 到 Intranet	(190)
5.7	发展虚拟企业	(196)
5.8	企业网上营销	(205)
第6章	电子支付系统	(219)
6.1	传统支付手段	(220)
6.2	金融交易卡	(221)
6.3	数字货币	(228)
6.4	电子转账系统	(239)
6.5	网上银行	(241)
6.6	网上金融服务的发展	(249)
第7章	电子商务的安全和法律问题	(259)
7.1	电子商务的安全控制要求	(260)
7.2	电子商务系统的安全技术	(264)
7.3	电子商务安全的有关标准	(280)

7.4	金融电子化的安全问题	(285)
7.5	电子商务的法律保护问题	(293)
第8章	电子商务的解决方案	(302)
8.1	电子商务——信息时代的制胜之道	(303)
8.2	基于 Internet 的电子商务	(305)
8.3	电子商务的应用案例	(317)
第9章	电子商务的未来与发展	(341)
9.1	关注电子商务	(342)
9.2	电子商务存在的问题和障碍	(361)
9.3	我国电子商务发展的思考	(368)
9.4	电子商务走向未来	(373)
附录1	中英文名词对照	(379)
附录2	计算机信息网络国际联网安全保护管理办法	(383)
附录3	互联网信息服务管理办法	(388)
附录4	电子商务的部分中文网站	(393)



电子商务概述

学习目标

- 什么是电子商务
- 电子商务的产生及发展
- 电子商务的内容
- 电子商务的功能
- 电子商务的机遇和挑战
- 电子商务的发展策略

随着计算机网络、通信技术的迅速发展,特别是 Internet 的普及应用,人们传统的行为方式和观念受到了巨大的冲击及影响。跨入 21 世纪后,人类迎来了一个以数字化、网络化与信息化为特征,以网络通信为核心的信息时代,经济全球化与网络化已成为人类社会发展的必然趋势。20 世纪末在全世界掀起波澜的电子商务热潮,随着 21 世纪的来临也进入了稳步的发展时期。电子商务对人类社会的经济活动、市场交易方式、消费习惯乃至人们的思维方式和生活方式的深刻影响正日益显现出来。可以说,电子商务与互联网所引发的革命正在将人类带入真正的信息社会。

1.1 什么是电子商务

在现代社会中,Internet 已无所不在,在企业、科研机构、商场、学校乃至家庭均可见到 Internet 的踪迹。然而网络究竟能为社会带来什么?网络的战略效益在哪里?答案就在“电子商务”!那么到底什么是电子商务呢?

1.1.1 对电子商务的多种理解

随着电子商务应用领域的不断扩展,人们对电子商务的认识也在不断深化,但由于电子商务的发展十分迅速,因此对电子商务的认识仍处于探索和发展之中。许多专家、学者及组织都在尝试界定电子商务的内涵和外延。下面给出一些目前影响较大的对电子商务的定义:

(1)经济合作和发展组织(OECD)的定义:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

(2)美国政府在《全球电子商务纲要》中的定义:电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务、信息交流等活动。

(3)欧盟委员会对电子商务的定义:电子商务就是以电子方式进行商务交易。它以数据(包括文本、声音和图像)的电子处理和传输为基础,包含了许多不同的活动(如商品服务的电子贸易、数字内容的在线传输、电子转账、商品拍卖、协作、在线资源利用、消费品营销和售后服务)。它涉及产品(消费品和工业品)和服务(信息服务、财务与法律服务)以及部分传统活动(保健、教育与新型虚拟商场)。

(4)全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会认为:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动。通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有或私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。

(5)联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义:采用电子形式开展商务活动,它包括在供应商、客户及其他参与方之间通过任何电子工具,如 EDI, Web 技术、电子邮件等共享非结构化或结构化商务信息,并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

(6)IBM 提出的电子商务的定义公式为:电子商务 = Web + IT。它所强调的是在网络计算机环境下的商业化应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在 Internet、Intranet(企业内部网)和 Extranet(企业外部网)中结合起来的應用。

(7)HP(惠普)公司提出:电子商务是以现代扩展企业为信息技术基础结构,是跨时域、跨地域的电子化世界(E-World), $E\text{-World} = \text{Electronic Commerce} + \text{Electronic Business} + \text{Electronic Consumer}$ 。按此定义,HP 公司电子商务的范畴包括所有可能的贸易伙伴、用户、商品和服务的供应商、承运商、银行保险公司以及所有其他外部信息源的受益人。

上述定义虽然各有侧重,但其共同点是將电子商务限定为在此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

计算机网络环境下进行的商业活动。其原因在于 Internet 的出现和迅速普及对于电子商务概念的形成和发展具有决定性的作用。

1.1.2 广义与狭义的电子商务

我国电子商务的概念源于西方的 E-commerce 和 E-business。这两个词虽然在汉语中都被译做“电子商务”,但其含义却是有所区别的。

(1)E-commerce 强调的是网络环境下的商业化应用,是把卖家、买家、厂商和合作伙伴在因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)和企业外部网(Extranet)结合起来的的应用,尤指网上贸易。

(2)E-business 指电脑网络在社会领域的全面应用,不仅包括网上贸易,还包括各种非赢利性活动,如政府电子政务的开展以及网上的免费教育等等。

(3)E-business 是对 E-commerce 的扩展,实际上反映了 Internet 应用领域的拓宽和对社会经济及生活的影响日趋深化。

综上所述,我们可以看出电子商务概念实际上包含狭义的电子商务和广义的电子商务两层含义。狭义的电子商务(E-commerce)是指以现代网络技术为依托进行物品和服务的交换,是商家和客户之间的联系纽带,具有有偿和交易的性质。广义的电子商务(E-business)则是指以现代网络技术为依托进行的一切有偿商业活动和非赢利交往或服务活动的总和。

1.1.3 电子商务的性质及特点

现代信息技术提供了强大的通信和处理工具。由于电子商务将信息技术带入了服务领域、商品流通领域和产品生产领域,从而使传统意义上的服务、商品流通、产品生产等概念和内涵在理念上发生了深刻的变化。而 Internet 在世界范围的普及和扩展,则使得商业空间拓展到全球。面对全球激烈的市场竞争,每个商家必

须作出实时反应,充分利用现有技术和资源,对企业内部进行必要的改造和重组,以谋求更为广阔的市场。事实上,电子商务正在将网络,特别是 WWW 技术广泛应用于企业的业务流程,形成崭新的业务构架和交易模式。

从企业角度出发,电子商务是基于计算机的软硬件、网络通信等基础上的经济活动。它以 Internet、Intranet 和 Extranet 作为载体,帮助企业有效地完成自身的各项经营管理活动(包括市场营销、生产制造、产品服务 etc),完善企业之间的商业贸易和合作关系,并发展和密切个体消费者与企业之间的联系,最终降低产、供、销的成本,增加企业利润,开辟新的市场。在这里,电子技术、网络手段、新的市场等汇合起来,形成了一种新型的商业机制,并逐步发展成与数字社会相适应的贸易形式。

对个人而言,电子商务正在逐渐渗透到每个人的生存空间中,其范围涉及人们的生活、工作、学习及消费等各个领域。网上购物、远程医疗、远程教学、网上炒股等新的消费和生活方式已融入到人们的日常生活当中。但是,电子商务与传统商务究竟有什么区别,其性质及特点又有哪些呢?

我们知道商务活动源于分工的产生,但是在传统商务中由于受信息、时间和地域(空间)的局限,买卖双方直接交易的成本往往高于通过中间商达成交易的成本,因此在生产商和最终消费者之间又产生了中间商环节以及由此而生的流通环节,从而形成了多级的交易环节。在各交易环节和各业务流程之间的信息交换往往通过纸介质来完成。随着信息量处理和交换的剧增,该过程变得日趋复杂,不仅增加了重复劳动和额外开支,而且准确率也在下降。为了提高交易效率,人们会及时利用各种新工具和新技术,如电话、传真以及先进的运输工具等等。而这些新工具和新技术又会显著地改变人们的交易方式。近几十年中,科学技术的发展使新的电子通讯工具不断涌现,并被广泛地应用于交易活动之中。例如,银行使用电子资金转账(EFT)技术在全球范围内转移顾客的资金;企业使用电子数据交换(EDI)技术传输订单与发票。互

联网和万维网技术的应用与普及则带来了商务和技术的变革——快速准确的信息传递方式、实时互动的交易方式。交易成本的降低和交易效率的提高正是推动电子商务产生与迅猛发展的根本动力。

由图 1-1 及图 1-2 可以看出,电子商务运用系列化、系统化的电子工具,相对于传统手工商务过程,将原有的纸张流动、货币流动甚至包括人员流动几乎全部改成“电子”流动,实现了交易的无纸化、透明化、直接化和虚拟化,从而不仅大量减少了人、财、物的流动,节省时间,提高效率,降低商务劳动成本,而且由于电子信息不受时空限制的特点,可以方便地将商品信息及时传遍世界各地,即大大减少了因信息不灵而造成的商品积压,提高了商品的营销率。同时,通过信息网络还可进一步实现商品的生产、销售、消费跟踪、调查等其他商务活动。

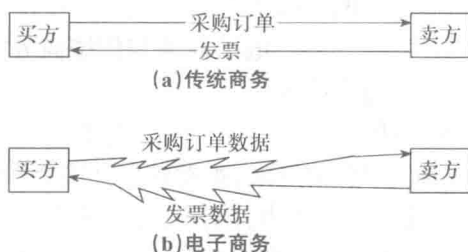
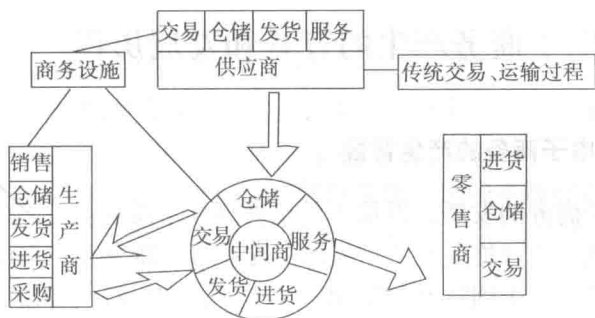


图 1-1 传统商务和电子商务信息交换方式的比较

乌家培先生曾精辟地指出:电子商务的根本性变革在于把商品(货物和服务)流、资金流、技术流、业务流统统反映在信息流上,并由信息流来组织和支配,从而导致价值链重组,产生革命性的整合,同时这一商务过程还实现了产业化……一方面带动处于上流地位的基础设施层、应用基础层、中间服务层;另一方面使处于下流地位的生产企业的中间需求特别是消费者的最终需求得以满足……它有诸多优越性,这直观地表现在交易成本低和交易效率



(a) 传统商务



(b) 电子商务

图 1-2 传统商务交易关系与电子商务交易关系的比较

高两个方面,而这两点都与交易虚拟化有关。^①

因此,电子商务与传统商务相比,具有以下先进性:

- (1) 精简中间环节,压缩辅助设施;
- (2) 提高经营效率,降低交易成本;
- (3) 拓展贸易机会,形成电子商务市场和庞大的消费群体;
- (4) 造就高度自由的市场环境。

^① 兰宜生编著. 新编电子商务概论. 中国财政经济出版社出版. 北京, 2001 年版.
第 2 页

1.2 电子商务产生的背景和发展历程

1.2.1 电子商务的产生背景

电子商务的发展,得益于信息处理技术及通信技术的迅速发展和成熟,也最终得益于 Internet 技术的不断完善,但电子商务的产生并非始于因特网的应用。事实上,在因特网普及之前,电子商务活动已经存在很多年了。对电子商务的需求首先来自于企业,它们需要采用更为先进的技术来改善与顾客的交流方式,优化企业内部的业务流程,也需要提高企业内部及企业与企业之间的信息交换的效率,正是这种需求不断推动着电子商务的发展。

商业是一切交易行为的泛称,它并不单纯指商店里的经营活动,而且还包括商品从生产制造到最终消费者的全过程。而从信息角度理解,商业应当是覆盖整个社会各个方面的信息网络。由于商业具有涉及面广、覆盖面大等特点,因此不同国家和地区的商业各具特色,差异性和复杂性迥异,但商业作为国民经济中不可缺少的重要环节这一点却是相同的。当前,经济全球化的发展使世界范围的商务活动日趋增多,有效进行跨越国家和地区的商务活动则成为当务之急。商业自动化成为摆脱商务活动分散性和复杂性的有效手段,从普通商场的电子收款机、POS(销售点实时管理系统)、EOS(电子订货系统)和 BMIS(商场管理信息系统)、VAN(增值网络),到跨越不同国界、不同企业的 EDI(电子数据交换),数据信息的控制处理越来越准确、有效,大量事务处理工作也日益趋向标准化。特别是采用 EDI 作为国际经济和贸易往来的主要手段,从根本上改变了国际产业结构和贸易方式,也引发了企业内部结构和运行机制的改变,取代了传统企业的采购、生产等独立功能,改善了整个企业的资金流动、库存和客户服务等方面,使贸易伙伴之间的各业务环节更加密切和协调一致,从而获得了明显的

经济效益和社会效益。可以说,商业自动化的不断完善和发展,为电子商务的产生提供了良好的环境。

在企业内部,早在 Internet 技术被大量采用之前,许多企业就已经采用了电子方式来进行数据、表格等信息的交换和处理,最为典型的是办公自动化系统和管理信息系统。这些系统综合利用了计算机网络、通信、管理等技术,对企业内、外部的信息进行收集、加工、存储、传递和利用,辅助企业各级管理人员有效地履行企业的生产经营管理功能,最终实现企业经营的总目标。实际上,在企业内部的商务活动中,电子技术早已在充当着不可替代的角色。

在金融业,随着技术革命的突飞猛进,银行也步入了电子化时代。这一浪潮使银行能快捷地为世界各地的客户提供电子金融服务。对于金融机构而言,大量自动服务系统的采用为电子商务的最终实现提供了坚实的物质基础。通过自动服务终端、自动柜员机等服务,顾客可以进行现金存取、转账、账户查询等活动,大大提高了银行的自动化水平。而随着股票、证券、期货、保险等金融衍生业务的需求和发展,金融业已成为电子商务领域发展的先锋。银行提供电子支付服务的最终效果,则是使电子商务得到了全面的应用和推广。

多年来,许多银行、航空公司、连锁店及制造企业已建立了供方和客户间的电子通信和处理关系。这种方式加快了供方的处理速度,有助于实现最优化管理,使操作更有效率,还提高了对客户服务质量。但早期的解决方式均建立在大量功能单一的专用软硬件及专用网络设施的基础上,因此使用价格极为昂贵,只有大型企业才会利用。此外,早期网络技术的局限性也限制了应用范围的扩大和水平的提高。

真正促使电子商务提上日程的关键因素是 Internet 技术的飞速发展。以通信和网络技术为支撑的 Internet 的广泛应用,无疑在环境、技术以及经济上都为电子商务创造了有利条件。作为全球独一无二的最大网络,Internet 在地域上包含了一百多个国家