

21世纪 高职高专经济管理规划教材

总主编 蒋金森

电子商务基础与实操

Dianzi Shangwu Jichu Yu Shicao

主编 王永琦

11010.....
001010100101.....
11001.....

11010.....
001010100101.....
11001.....
101011010110.....



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

21 世纪高职高专经济管理规划教材

电子商务基础与实操

主编 王永琦

立信会计出版社

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与实操/王永琦主编. —上海:立信会计出版社, 2008. 8

21 世纪高职高专经济管理规划教材

ISBN 978-7-5429-2096-6

I. 电… II. 王… III. 电子商务—高等学校—教学参考资料 IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 133571 号

策划编辑 余 榕
责任编辑 徐小霞 刘 塑
封面设计 周崇文

电子商务基础与实操

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	邮政编码 200235
电 话	(021)64411389	传 真 (021)64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.lixinbook.com	Tel: (021)64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	17.75
字 数	421 千字
版 次	2008 年 8 月第 1 版
印 次	2008 年 8 月第 1 次
印 数	1—3 000
书 号	ISBN 978-7-5429-2096-6/F·1841
定 价	26.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

21世纪高职高专经济管理规划教材

编 委 会

总主编 蒋金森

编 委 (排名不分先后)

陈 丽	陈瑞生	徐 艳	彭林君
蒋金森	雷裕春	熊南永	周百灵
甘敏军	刘宁杰	孙向强	曾富全
叶桂中	王永琦	李丰菊	黄彪虎
柴进栋	刘建国	李定清	余伯明

总 序

我国社会主义市场经济的发展,需要大量合格的经济管理人才,而对经济管理人才的需要又是分层次的。实践证明,社会需要具有大学本科以上水平的经济管理人才,也需要具有高职高专水平的经济管理人才,还需要达到中专水平的经济管理人才。培养结构合理的经济管理人才队伍是社会的需要,也是教育工作的责任和追求。近几年来我国高职高专教育发展很快,已占据了高等教育的半壁江山,它与本科教育相比,更突出其实践性和应用性,与实践工作的联系更加紧密,使得学生毕业后能更快地进入工作角色。但目前我国高职高专的教材滞后,很多学校使用本科教材,或是本科教材的“压缩饼干”,不适应高职高专教育的特点,特别是高职教育将要从三年学制改为两年学制,教材的矛盾更加突出,这就需要广大的教育工作者或其他有识之士完成这项工作。本规划教材正是本着这样的思想,为适应我国高职高专教育的特点而编写的。

本规划教材的特点在于:理论论述适中,注重实用和操作,与当前的有关制度和企业情况密切联系,目的在于让使用本规划教材的学生在熟悉一定的理论知识的基础上,全面系统地掌握现行的一般业务处理技术与方法,成为既具有一定理论水平,又能操作的高级适用型经济管理人才。

本规划教材由蒋金森担任总主编,根据目前我国高等职业教育经济管理专业开设的课程进行总的设计和策划,并组织各高职高专院校从事多年教学且具有高级职称的教师担任各教材的主编,由富有实践经验的教学业务骨干参加编写。本规划教材具有较强的适用性,每章均列有内容提要,起到了提纲挈领的作用,方便读者领会本章的重点、要点和难点;每章后均附有思考题和练习题,以使读者通过学习掌握该章重要内容和具体的业务处理方法;在每本书的最后均附有练习题参考答案,并附有3套模拟试题及其参考答案,以使读者能够把所学的内容真正地融会贯通,增强实务处理能力。本规划教材配有PPT课件,还配有期中、期末试卷及答案,以方便教师教学。本规划教材适用于高职高专教育、成人高等教育的教学,也可作为在职经济管理人员进修和自学的教材。

本规划教材的出版得到了立信会计出版社的大力支持,尤其是余榕编辑的大力协助,才使本规划教材得以顺利出版,在此,一并致以衷心的感谢。

由于编者的学识有限和时间仓促,特别是对高等职业教育的精神领会尚不够深刻,本规划教材难免有不足之处,恳请读者批评指正,以便以后修订时补充提高。

编 者

前 言

电子商务这个 20 世纪 90 年代的宠儿,给人类社会政治、经济、文化各个方面带来了巨大的冲击。它不仅给新型产业提供了巨大的商机,也使传统企业找到了可持续发展的路径。技术的这种“创造性毁灭力量”使得传统企业不断追求通过网络技术实现企业业务流程的重组,降低企业经营成本,提高对多变、复杂的市场的快速、有效响应,最终提升企业的核心竞争力。同时,企业立足市场的内在驱动要求与 Internet 联姻,也促进了网络技术的创新和发展。

从全球来看,电子商务的发展经过初期的热潮过后,已经进入了一个冷静的、理性的思考阶段,即电子商务并不仅仅是一个依赖于网络技术的计算机产业,它在本质上是一种利用计算机网络技术作为支撑的新型商务模式。电子是手段,商务是核心。不能明确认知这一点,就不能使电子商务成为企业管理创新、技术创新、市场创新的手段,就不能使电子商务成为企业获得竞争优势的重要工具,就不能使企业的现代经营理念真正得以实现。

从我国目前电子商务的实践来看,一些具有前瞻眼光的企业已经开始了这场静悄悄的信息化革命。如海尔、TCL、联想、中国石化、中国各类银行和保险公司等,利用电子商务改造传统企业,在实现产业优化升级中,实现了跨越式的发展,并已经取得了很好的业绩。

我们作为新型高等职业院校的教师,较长时间以来,一直关注着电子商务的发展方向以及社会对各类电子商务人才的迫切需求。鉴于高职教育的特点,我们编写了这本适合高等职业教育的电子商务教材,以培养学生较强的实践动手能力。

本教材突破了一般教材“或注重理论或偏重技术”的编写思路,尝试把电子技术和商务理论有机地结合起来,并以商务活动为中心,利用电子技术开展商务活动。本教材的基本特点是:

- (1) 从整体构架上来看,理论部分少而精练,重点突出了电子商务技术的应用性特点;
- (2) 从内容体系上来看,在介绍基本原理的同时,特别强调案例的实际分析和运用;
- (3) 从编排体例上来看,每章均设有内容提要 and 引例,力图让学生在学习之前就明确所学内容,同时激发学生的学习兴趣,思考解决问题的方法;
- (4) 从技能培养上来看,实际操作环节是这本教材的一个显著特点。通过实际操作,有助于学生把学到的原理和技术真正运用到商务活动中,提高自身的商务活动能力。

本教材共分 8 章,内容包括电子商务概述、电子商务基础环境及实现技术、电子商务模式、网络营销、电子支付、电子商务物流、客户关系管理和电子商务的新型应用。每章的

教学内容都安排有相应案例分析、实际操作、复习思考题及练习题,书末还附有三套模拟试题。教材配有光盘,同时在立信会计出版社网站上提供配套 PPT 课件,期中期末考试卷 2 份及标准答案。

本书由王永琦任主编,由黄毅英、罗宁和王常华任副主编,其他参编人员有:王红梅、张秋仙、刘始添、李超、曹群锋和周明等。

在本书的写作过程中,得到了院领导的大力支持和帮助,在此,对他们一并表示深深的谢意。同时,我们也参阅了众多电子商务研究的先行者的成果,对这些作者的智慧和付出的心血表示诚挚的谢意。限于篇幅,书后只列出了主要参考文献,如有遗漏,谨向作者致歉。

由于我们的水平有限,书中难免有疏漏之处,恳请各位专家、同行、读者给予批评指正。

作者

2008 年 7 月

目 录

第一章 电子商务概述.....	1
第一节 电子商务的产生和发展.....	2
第二节 电子商务的定义和内涵.....	3
第三节 电子商务的分类及框架结构.....	7
第四节 电子商务与传统商务的比较	11
实操 电子商务网站业务浏览	17
复习思考题	18
练习题一	18
第二章 电子商务的基础环境及实现技术	20
第一节 计算机网络技术	20
第二节 Internet 技术	28
第三节 电子数据交换技术	39
第四节 电子商务的信息安全	46
实操一 电子商务基础设施了解: Internet 接入.....	49
实操二 EDI 的使用(电子商务模拟实验室)	54
实操三 电子商务的信息安全技术——卡巴斯基反病毒软件的使用	60
复习思考题	63
练习题二	64
第三章 电子商务模式	66
第一节 B2B 电子商务模式	69
实操一 注册阿里巴巴普通会员	73
实操二 发布公司信息	78
实操三 在线洽谈/发送文件.....	80
第二节 B2C 电子商务模式	84

实操 戴尔网上订购	87
第三节 C2C 电子商务模式	95
实操一 注册免费会员和开通免费的个人网上商店	100
实操二 支付宝实名认证申请操作流程	105
实操三 店铺管理	111
实操四 淘宝购买宝贝	117
实操五 卖家发货	120
复习思考题	125
练习题三	125
 第四章 网络营销	127
第一节 网络营销概述	128
实操 网络营销信息发布	132
第二节 网络市场调查	137
实操 网上市场调查	143
第三节 网络营销策略	145
实操一 网络搜索引擎的使用	159
实操二 网络广告的发布与制作	163
实操三 新闻组操作	164
实操四 网店规划与推广	169
复习思考题	177
练习题四	177
 第五章 电子支付	179
实操一 U 盾使用	184
实操二 简单购物	187
实操三 数字证书的管理	192
实操四 网银支付调查	196
复习思考题	197
练习题五	197

第六章 电子商务物流	199
实操一 物流公司调查	205
实操二 仓库管理软件的使用	206
复习思考题	216
练习题六	216
第七章 客户关系管理	217
第一节 客户关系管理的产生与发展	218
第二节 CRM 的内涵与特征	219
第三节 电子商务对 CRM 的影响	222
第四节 电子商务环境下 CRM 的实施效果分析	225
实操 《客户王》软件的操作	226
复习思考题	238
练习题七	238
第八章 电子商务的新型应用	240
第一节 威客模式	240
第二节 移动电子商务	242
第三节 网上交易市场	244
第四节 电子商务在“三农”领域的应用	245
实操一 职场定位模拟	247
实操二 电子商务的行业应用前景分析	249
复习思考题	249
练习题答案	250
模拟试题	252
模拟试题答案	262
附录 中华人民共和国电子签名法	264
参考文献	268

第一章 电子商务概述

【内容提要】 本章从日常生活中电子商务应用的典型案例入手,介绍了电子商务的产生和发展,电子商务的定义和内涵,电子商务的分类及框架,并对电子商务与传统商务进行了分析比较。

引
例



例一 南方航空公司的网上机票业务

唐小姐是桂林某外贸公司的职员,经常需要搭乘中国南方航空公司航班到外地出差,但是她通常不用亲自到航空售票处购票,而是访问中国南方航空股份有限公司网站,按提示填表预订自己所要搭乘的航班,选择现金支付或用招商银行“一卡通”进行网上支付,凭有效证件和取票代号直接在机场取票登机,非常方便。

例二 网上书店的购书业务

小刘是广西某本科院校三年级学生,他想毕业后继续升学,报考上海交通大学的硕士研究生,通过查找,入学考试复习所需的参考书在当地的书店均无销售,经过电子商务专业的同学指点,小刘通过 Internet 查询,在当当网(<http://www.dangdang.com>)上找到了自己所需要的图书,按相应的方式填写订单,1 周后就收到参考书,并且比图书原定的书价要优惠一些。

例三 网上银行

张老师在广西某职业学院工作,学院每月将她的工资直接存入她在商业银行的“一卡通”账户。那么,张老师只要登录银行网站,在计算机上经过一番操作,便可得知本月的工资数额。张老师一直在使用商业银行的网上银行管理自己的“一卡通”账户,足不出户,在家里就可以实现账务查询、代交费等业务。目前,国内各大银行都开通了网上银行,办理信息咨询、银证转账、个人理财等多种业务。特别是办理数额较大的资金存取与转账,既方便,又安全。

例四 网上保险业务

保险和股票与普通的消费者关系越来越密切。需要购买各类保险的消费者现在可以访问中国平安保险股份有限公司的网站,进行网上投保业务,非常轻松地办理过去要在保险公司窗口排队办理的业务。消费者还可以通过平安证券频道办理股东账户的网上开户,在自己家中或办公室里就可以轻松拥有过去在证券营业部大户室才拥有的条件进行网上股票交易业务。

(续上)

例五 网上果品销售

赵大伯一家是承包果园的专业户。往年每到水果成熟的季节,赵大伯是又高兴、又着急。高兴的是历经1年的辛苦,硕果累累;着急的是由于地处偏僻,交通不便,信息不灵,如果水果卖不出去,烂了,就会白忙1年。可今年赵大伯一点都不急,因为在城里念大学的女儿学了电子商务,帮他买了一台计算机,并且教会了他如何上网发布信息。于是赵大伯在水果成熟之前,就通过中国农副产品交易市场网站(<http://www.caspm.com>)的果品市场发布了供货信息。各地的订货让赵大伯应接不暇。赵大伯早早就与水果商在网上签订了合同。精明的赵大伯甚至还要求对方先付了预付款。现在赵大伯只需将满园硕果采摘下来,等待订货商前来运走就行了。

随着人类经济和信息技术的高速发展,电子商务日益渗透人们的日常生活,虚拟企业、虚拟银行、网络营销、网上购物、网上支付、网络广告等一大批前所未闻的新词汇正在为人们所熟悉和认同。这些词汇从一个侧面反映了电子商务正在对社会和经济产生着巨大的影响,同时也预示着电子商务将带来一场史无前例的革命。

第一节 电子商务的产生和发展

在电子商务产生之前,传统的商业都是以手工处理信息为主,并且通过纸上的文字或者口耳相传的方式交换信息。但是,随着处理和交换信息量的剧增,该过程变得越来越复杂,这不仅增加了重复劳动量和额外开支,而且也增加了出错机会,在这种情况下需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务。计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用导致了EDI(electronic data interchange,电子数据交换)和Internet的出现和发展,使全球迈入了信息自动化处理的新时代。电子商务是在计算机技术、网络通信技术的互动发展中逐渐产生和不断完善的。其发展经历了基于EDI的电子商务雏形阶段和基于Internet的电子商务阶段。

一、基于EDI的电子商务

20世纪60年代,当时美国一些大公司通过建立自己的计算机网络实现各个机构和商业伙伴之间的信息传递与共享,电子数据交换作为企业间电子商务的应用技术,成为现代电子商务的雏形。

20世纪70年代,美国银行家协会(American Bankers Association, ABA)提出的无纸金融信息传递的行业标准,以及美国运输数据协调委员会(Transportation Data Coordinating Committee, TDCC)发表的第一个EDI标准,开始了美国信息的电子交换。

随着美国政府的参与和各行业的加入,美国全国性的EDI委员会X12委员会于20世纪80年代初出版了第一套全国性的EDI标准。接着,80年代末期,联合国公布了EDI运作标准UN/EDIFACT(United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport),并于1990年由国际标准化组织正式接受为国际标准ISO9735。随着这一系列的

EDI 标准的推出,人们开始通过网络进行诸如产品交换、订购等活动,EDI 也得到了广泛的使用和认可。但 EDI 始终是一种为满足企业需要而发展起来的先进技术手段,必须遵照统一标准,与普通老百姓一直无缘。而且由于网络在那时仍没有得到充分发展,这使很多商务活动的电子化,仅仅处于一种想法阶段。

二、基于 Internet 的电子商务

20 世纪 90 年代,网络、通信和信息技术的突破性进展,Internet 在全球爆炸性地增长并迅速普及,随着基于 WWW 的 Internet 技术的飞速发展,商务活动电子化的想法逐步成熟,使得现代商业具有不断增长的供货能力、客户需求和全球竞争三大特征。在这一新趋势下,一种基于因特网、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式——电子商务出现并发展起来。Internet 网络开始真正应用于商业交易,这时电子商务才日益蓬勃起来,并成为 90 年代初期,美国、加拿大等发达国家的一种崭新的企业经营方式。

Internet 和 Web 的技术被应用于商务过程,企业可以利用 Intranet(企业内部网)和 Extranet(企业外部网)来解决问题,增加价值并创造新的商机。Intranet 的开放性,使中小企业甚至个人都可以在网络上与大企业一竞高低,这种全新的商务模式能使产品在全球范围内进行交易,解除了交易中时间和空间的限制,提高了企业的效率,降低了交易额的成本,彻底改变了传统的消费模式。

随着 Intranet 的飞速发展和计算机技术的日益成熟,全球电子商务得以如火如荼地展开,特别是近两年来其发展速度令世人震惊。虽然如此,电子商务的战略作用却是逐渐被全球各国所认识的,而且其今后的发展道路也是漫长的。

第二节 电子商务的定义和内涵

电子商务正在以极快的速度发展,并逐渐进入人们的日常生活、工作和学习,成为企业竞争必备的有力工具,应用电子商务已经成为企业必须面临的课题。谁在电子应用上落后,谁就会在未来的竞争中处于劣势地位。电子商务代表着未来贸易方式的发展方向。因此,我们有必要了解电子商务,并借助电子商务来推进经济和贸易工作。

然而电子商务至今仍不是一个很清晰的概念。各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多表述不同的定义。比较这些定义,有助于我们更全面地了解电子商务。

一、电子商务的定义

(一) 学者、专家定义

在不同的发展阶段,研究者从不同的角度出发对电子商务给出了众多的定义。

1. 国外学者、专家观点

美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·B·惠斯顿在《电子商务的前沿》一书中提出:“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和

卖方联系起来。”

美国的 Emmelainz 博士在她的专著《EDI 全面管理指南》中,从功能角度把 EC(electronic commerce)定义为:通过电子方式,并在网络基础上实现物资、人员过程的协调,以便商业交换活动。

加拿大专家 Jenkins 和 Lancashire 在《电子商务手册》中从应用角度定义 EC 为:数据(资料)电子装配线(electronic assembly line of data)的横向集成。

2. 国内学者、专家观点

中国科技促进发展研究中心专家王可研究员从过程角度定义 EC 为:在计算机和通信网络基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全过程。

陕西财经学院电子商务研究所教授李琪认为:“从广义上讲,电子商务可定义为:电子工具在商务活动中的应用。电子工具包括从初级的电报、电话到 NII、GII 和 Internet 等现代系统,商务活动是从商品(实物与非实物、商品与商品化的生产要素等)的需求活动到商品的合理、合法的消费除去典型的生产过程后的所有活动。从狭义上讲,电子商务可定义为:在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。”

企业家王新华认为,从本质上讲,电子商务是一组电子工具在商务过程中的应用,这些工具主要包括电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、电子公告系统(BBS)、条码(barcode)、图像处理、智能卡等。而应用的前提和基础是完善的现代通信网络和人们的思想意识的提高以及管理体制的转变。

学者颜晓珂对电子商务作了简短的解释。他认为:“电子商务是指以国际互联网为主的各种计算机网络上所进行的一切经济和商业活动。”

综上所述,中外学者、专家对电子商务的定义如表 1-1 所示。

表 1-1

中外学者、专家对电子商务的定义

定义角度	定义	专家及著作
从商业方法角度	通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来 通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和卖方联系起来	美国 瑞维·卡拉克塔 安德鲁·B·惠斯顿 《电子商务的前沿》
从功能角度	通过电子方式,并在网络基础上实现物资、人员过程的协调,以便商业交换活动	美国 Emmelainz 博士 《EDI 全面管理指南》
从应用角度	数据(资料)电子装配线(electronic assembly line of data)的横向集成	加拿大 Jenkins Lancashire 《电子商务手册》
从过程角度	在计算机和通信网络基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全过程	中国 王可 《电子商务与信息基础结构》

(续表)

定义角度	定 义	专 家 及 著 作
从组成要素角度	在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称 电子商务是一组电子工具在商务过程中的应用,这些工具主要包括电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、电子公告系统(BBS)、条码(barcode)、图像处理、智能卡等。而应用的前提和基础是完善的现代通信网络和人们的思想意识的提高以及管理体制的转变	中国 李琪 《中国电子商务》 王新华
综合	电子商务是指以国际互联网为主的各种计算机网络上所进行的一切经济和商业活动	中国 颜晓珂

(二) 国际组织定义

1. 世界电子商务会议关于电子商务的概念

1997年11月6~7日,国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce),从商业角度提出了电子商务的概念,即电子商务是指实现整个贸易活动的电子化;从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

2. 全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会关于电子商务的定义

全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会报告草案中指出: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。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

3. 世界贸易组织电子商务专题报告的定义

《世界贸易组织专题研究报告之一电子商务与WTO的作用》指出:电子商务是通过电子信息网络进行的生产、营销、销售和流通活动。它不仅指基于Internet上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的活动。

4. 联合国国际贸易法委员会的表述

适应使用计算机技术或其他现代技术进行交易的当事方之间通讯手段发生的重大变化,1996年12月16日,联合国国际贸易法委员会(UNCITRAL)通过了《电子商务示范法》(以下简称《示范法》)。但《示范法》并未给出明确的“电子商业”的定义,只是强调这种电子商业交易手段的特殊性,即在商业交易中使用了数据电文作为交易信息的载体。

5. 经济合作与发展组织关于电子商务概念的理解

经济合作与发展组织(OECD)曾对电子商务的定义作过深入研究。其研究报告《电子

商务的定义与统计》指出,狭义的电子商务定义主要包括利用计算机网络技术进行的商品交易,而广义的电子商务将定义的范围扩大到服务领域。公共统计部门为了数据收集的需要和便利,常常将电子商务局限于某一领域,如因特网商务。而国家政策部门为了扩大影响,其电子商务的定义几乎涵盖了经济生活的各个方面,如将电子政务归于电子商务之中就是一个典型。

(三) 政府定义

1. 美国政府

美国政府在其“全球电子商务纲要”中,对电子商务进行了比较笼统的定义: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、服务等活动,全球电子商务将会涉及各个国家。

2. 欧洲议会

欧洲议会关于“电子商务欧洲动议”给出的定义是:“电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品(如消费品、专用设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、教育)和信心活动(如虚拟购物、虚拟训练)。”

(四) 企业定义

1. IBM 公司

电子商务(E-Business, EB)是在 Internet 等网络的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

2. 通用电气公司

电子商务是通过电子方式进行商业交易,包括企业间电子商务和企业与消费者之间的电子商务。

3. Intel 公司

电子商务是基于网络连接的不同计算机间建立的商业运作体系,是利用 Internet/Intranet 网络来使商务运作电子化。电子交易是电子商务的一部分,是企业与企业之间或企业与消费者之间使用 Internet 所进行的商业交易(如广告宣传、商品订购、付款、售后服务等)。

(五) 综合定义

综合各方面不同看法,虽然电子商务所涵盖的内容非常复杂,但各个定义之间均有共同之处与不同之处。

1. 相同点

- (1) 采用或源于同一个术语——电子商务。
- (2) 强调电子工具,强调在现代信息社会,利用多种多样的电子信息工具。
- (3) 工具作用的基本对象都为商业活动。

2. 不同点

- (1) 技术的涵盖面不同,但其中均包括运用 Internet 技术。
- (2) 商务的涵盖面不同,但其中均包括交易。

综上所述,电子商务的定义可作如下表述:

狭义的电子商务定义 EC 仅指运用因特网进行商品交易;广义的电子商务定义 EC 则将运用一切电子工具和电子技术进行的所有与商务有关的活动,如商务信息、商务管理和商品交易,都称为电子商务。

二、电子商务的内涵

由电子商务的定义可知,电子商务作为一种依赖于“电子”工具的“商务”活动,其主要成分是“商务”,是在“电子”基础上的商务。电子商务的内涵包括以下几个方面的内容:

(1) 电子商务的前提是商务信息化。

(2) 电子商务的核心是人。电子商务是一个社会系统,它的中心必然是人。电子商务的出发点和归宿是商务,商务的中心是人或人的集合。电子工具的系统化应用也只能靠人。

(3) 电子工具必然是现代化的。所谓现代化工具,是指当代技术成熟、先进、高效、低成本、安全、可靠和方便操作的电子工具。

(4) 对象的变化是至关重要的。以往的商务活动主要是针对实物商品进行的商务活动,电子商务则首先要将实的商品虚拟化,形成信息化(数字化、多媒体化)的虚拟商品,进而对虚拟商品进行整理、储存、加工传输。

第三节 电子商务的分类及框架结构

电子商务的分类有多种分类方法,比如可以按交易的对象、参与的主体、应用的平台、是否在线支付等进行分类。

一、不同标准的电子商务分类

电子商务可按以下四种标准进行分类,如表 1-2 所示。

表 1-2

不同标准的电子商务分类

分类标准	分类
按交易对象	B2B, B2C, C2C, B2G,...
按商务活动	间接电子商务、直接电子商务
按网络类型	Internet 商务、EDI 商务和 Intranet 商务
按交易范围	本地电子商务、国内电子商务、全球电子商务

(一) 按照交易对象分类

目前应用最多,也是应用最广泛的电子商务分类是按照交易对象分类,可分为企业对企业的电子商务(business-to-business, B2B)、企业对消费者的电子商务(business-to-consumer, B2C)、企业对政府的电子商务(business-to-government, B2G)、消费者对政府的电子商务(consumer-to-government, C2G)、消费者对消费者的电子商务(consumer-to-consumer, C2C)。

1. B2B 电子商务

B2B 电子商务已经存在多年,发展最快,其中以企业通过专用网或增值网(VAN)采用