

现代高职高专信息技术教材

# 电子商务实践 与训练教程

邹德军 主编



科学出版社

[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

现代高职高专信息技术教材

# 电子商务实践 与训练教程

邹德军 主编



科学出版社

[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

## 内 容 简 介

本书是根据教育部对高职高专人才培养目标的要求编写的教材。

本书系统地介绍了电子商务实践与训练的基本技能、工作环境、相关理论和知识,使读者理解电子商务实践的工作环境和特点。

本书分为两大部分:第一部分电子商务基本技能实践与训练,重点介绍电子商务工作需要的各项主要技能和知识,包括第一至六章的内容,第一章介绍电子商务;第二章介绍计算机与网络;第三章介绍网页设计与制作的方法;第四章介绍网络营销;第五章介绍电子交易;第六章介绍电子商务安全的知识;第二部分电子商务综合技能实践与训练,包括第七至十章的内容,重点介绍电子商务工作系统平台,使读者在学习之后能够解决实际问题;最后2个附录,分别给出了学习本书的综合练习题和《中华人民共和国主席令(第十五号)》。

本书内容丰富,讲解详细,基础性与实用性相结合,是高等职业学校、大专院校、成人院校电子商务专业的必修课教材,也可作为经济管理专业的学习材料,可供中等职业学校的3+2电子商务专业使用。本书还可以作为电子商务职业资格考试的培训教材。

需要本书或需要得到技术支持的读者,请与北京中关村083信箱(邮编100080)发行部联系。电话:010-62528991,62524940,62521921,62521724,82610344,82675588(总机)传真:010-62520573, E-mail: yanmc@bhp.com.cn

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务实践与训练教程 / 邹德军主编. —北京: 科学出版社, 2003

ISBN 7-03-012282-8

I. 电... II. 邹... III. 电子商务—高等学校: 技术学校—教材 IV.F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第087534号

责任编辑: 周凤明 / 责任校对: 杨如林  
责任印刷: 东升 / 封面设计: 王翼

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号  
邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京市东升印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2003年9月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2003年9月第一次印刷 印张: 22

印数: 1—3000 字数: 503 000

定价: 29.00元

# 前 言

近年来，电子商务正逐渐走近了人民的生活，很多企业都开始考虑如何开展电子商务业务，以应对即将到来的信息化社会挑战。电子商务已被越来越多的企业重视。许多院校顺应社会人才结构发展的需要，开设了电子商务专业。我们在电子商务教学实践中认识到，电子商务实践与训练是十分重要的教学环节，对于要求动手能强的高职高专和中等职业院校的学生来说尤其重要，而当前缺乏这方面的指导性教材，为此我们编写了这本教材。

这本教材适应于掌握了电子商务基本知识和运用能力的学生在学习实践与训练课程的过程中使用。

电子商务不仅仅是网上交易，尽管网上交易是电子商务十分重要的组成部分。电子商务涉及到企业的各个方面，包括管理系统。电子商务系统维护也是电子商务实践与训练的重要组成部分。

本书在介绍了各个电子商务基本技能的基础之上，阐述了电子商务综合系统平台的工作环境和特点。这使得本书有较大的适用范围，从基本技能的学习，到综合运用的实践指导都可使用本书。本书用简明的语言阐明了电子商务的灵魂是经济活动，所有的技能和运用都是为了微观经济主体的经济业务开展服务的。

本书由邹德军主编，崔一民、李杰、朱爱娇参加了编写，全书由邹德军统稿。

# 目 录

第一章 总论.....	2
第一节 电子商务的概念.....	2
第二节 电子商务职业道德.....	7
第三节 电子商务法律.....	8
第四节 电子商务实践与训练的要求.....	13
复习与思考题.....	14
讨论题.....	14
第二章 计算机与互联网应用基础.....	15
第一节 计算机基础知识.....	15
第二节 网络使用基础.....	27
第三节 Outlook 的使用.....	38
第四节 浏览器的使用.....	50
复习与思考题.....	61
实践与训练题.....	62
讨论题.....	62
第三章 网页设计与制作.....	63
第一节 站点.....	63
第二节 网页.....	69
第三节 框架网页.....	73
第四节 表格.....	75
第五节 超链接.....	79
第六节 图片.....	83
第七节 横幅广告.....	90
第八节 表单.....	92
第九节 HTML 语言简介.....	104
复习与思考题.....	124
实践与训练题.....	124
讨论题.....	124
第四章 网络营销.....	125
第一节 网络营销的概念.....	125
第二节 网上市场调查的方法.....	131
第三节 网络促销.....	135
第四节 网络商务信息的采集与处理.....	137
第五节 市场调研.....	140
第六节 商情分析报告.....	146
第七节 在网站上发布商业广告.....	151

第八节 用电子邮件收集客户信息.....	156
复习与思考题.....	160
实践与训练题.....	160
讨论题.....	160
第五章 电子交易.....	161
第一节 电子支付.....	161
第二节 网上单证.....	179
第三节 电子合同.....	185
复习与思考题.....	187
实践与训练题.....	187
讨论题.....	188
第六章 电子商务安全.....	189
第一节 网络安全概述.....	189
第二节 数字证书.....	194
复习与思考题.....	206
实践与训练题.....	207
讨论题.....	207
第七章 BtoC.....	210
第一节 BtoC 网上商店前台.....	210
第二节 BtoC 网上商店后台.....	216
思考与练习.....	230
第八章 BtoB.....	231
第一节 BtoB 交易流程.....	231
第二节 配送点的处理.....	233
第三节 分公司业务处理.....	240
第四节 经销商业务处理.....	251
思考与练习.....	259
第九章 CtoC.....	260
第一节 CtoC 前台业务处理.....	260
第二节 CtoC 后台的业务处理.....	265
思考与练习.....	267
第十章 网上银行.....	268
第一节 网上银行前台业务处理.....	268
第二节 网上银行后台业务处理.....	270
思考与练习.....	275
附录 1 综合练习题.....	276
附录 2 中华人民共和国主席令(第十五号).....	306

## 第一部分

# 电子商务基本技能实践与训练

电子商务实践与训练课程是一门综合性十分强的专业课。第一部分介绍了电子商务各个单项的实践技能，包括计算机网络应用、网页设计与制作、网络营销、电子单证、电子交易支付和电子交易安全等重要的基本知识和技能，此外还介绍了电子商务道德要求和相关法律。此部分通过当前比较通用的计算机应用软件来介绍这些内容，是学习和掌握电子商务综合性技能的基础。

# 第一章 总 论

## 第一节 电子商务的概念

### 一、电子商务的概念

简单地讲，电子商务是指利用电子网络进行的商务活动。但电子商务的定义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。

#### 1. 世界电子商务会议关于电子商务的概念

1997年11月6日至7日在法国首都巴黎，国际商会举行了世界电子商务会议(the World Business Agenda for Electronic)关于电子商务最权威的概念阐述：电子商务(Electronic Commerce)，是指对整个贸易活动实现电子化。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(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。

#### 2. 政府部门的定义

欧洲议会关于“电子商务”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、体育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)”。

#### 3. 权威学者的定义

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B·惠斯顿在他们的专著《电子商务的前沿》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、厂商和消费者的降低成本的需求。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将买方和卖方联系起来”。

#### 4. SHECA 的定义

上海市电子商务安全证书管理中心给电子商务下的定义是：“电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务活动。电子商务(EC)主要包括利用电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-Mail)、电子资金转账(EFT)及Internet的主要技术在个人



间、企业间和国家间进行无纸化的业务信息的交换”。

### 5. IT 行业对电子商务的定义

IT（信息技术）行业是电子商务的直接设计者和设备的直接制造者。很多公司都根据自己的技术特点给出了电子商务的定义。虽然差别很大。但总的来说，无论是国际商会的观点、还是 HP 公司的 E-World、IBM 公司的 E-Business，都认同电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件设备和网络基础设施，通过在一定的协议连接起来的电子网络环境进行各种各样商务活动的方式。

通过归纳上述定义并结合电子商务当前的实践，我们认为，电子商务是指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术（主要是互联网）等现代信息技术所进行的各种商务活动和对内部外部资源整合管理的过程。电子商务（electronic commerce）目前已成为社会最流行的名词，但不管是从社会实用角度还是学术视野，对于电子商务的认识已不能满足需要。现在电子商务被认为就是在互联网上进行交易，或者说是借助电子通信系统和计算机网络所构成的“虚拟空间”中进行的市场交易，或者说是通过电子方式进行的商务活动等等。总而言之，电子商务是与“电子”和“商务”联系在一起。这样的认识很直观，有助于大众接受“电子商务”这个名词。然而，当电子商务这一事物需要进一步发展时，如果仍停留在这一认识层面上将会阻碍其发展。准确地认识电子商务的本质和特点，有助于明确其发展目的，消除人们的疑虑，集合众人力量解决发展中的困难。

电子商务的出现是社会经济发展到足够高的阶段的必然产物。随着以计算机、通讯技术为中心的现代信息技术的出现，发展和广泛应用，人类社会开始进入有赖于物质、能量和信息的信息社会（Information Society）。这时的社会经济总量不断扩大，结构趋于复杂，要求企业必须提高信息处理能力。信息在高速运转的信息化社会的时效性很强，如果不能及时加以利用，信息往往在几个月甚至几天便完全失去其价值。在采用手工处理信息的方式下，企业将会由于信息处理速度过于缓慢，而根本无法识别、分析和选择蜂拥而至的信息，从而丧失许多市场机会——重大市场机会的丧失将迫使整个企业陷于经营危机。有一点是根本的，也是必然的发展趋势——提高信息处理能力。于是人们想到采用电子方式，通过计算机和现代通信技术来构筑快速信息处理系统，从而提高企业处理信息能力。这样不仅可以使企业处理日常交易与事项的信息游刃有余，而且能够捕捉到对企业有重大影响的市场机会。电子商务能够达到这一要求，所以尽管目前它有许多不完善之处，但人们总是努力地、契而不舍地推行。可以说，电子商务是企业信息化浪潮中内部和外部信息交流中的工具。电子商务不仅仅只等于互联网在交易方面的应用，而应是企业信息处理能力的大提速，是企业从遥远的社会深处发掘金子般的信息资源的掘进机，是企业交易信息系统的电子化，是企业对交易信息和与交易相关的其他信息进行捕捉、分析、整理，进而提供企业日常业务经营管理和重大业务决策所需有效信息的系统。

企业的电子商务化便是针对企业所处的社会环境建立的电子化交易信息系统。需要注意的是，电子商务不等同于交易过程本身，而只不过是交易中的一个子系统——服务于交易的信息系统。这种理解可以帮助我们取得对电子商务与传统交易的联系，从而把电子商务建立在现实的基础之上。

当我们把电子商务当作交易的信息子系统，我们就能知道电子商务是属微观的企业组

织的一部分，是企业目标服务的。企业有推动信息化的内在动力，但是企业作为一个盈利机构，它的具体行为总是取决于当时具体环境与行为形成的综合成本效益，因此企业并不总是追求最高的信息化程度，只是追求适当的信息。如果企业的某一部分、某一程度的信息化能带来切实的综合利益，那么企业将会推行它；否则，便不能被推行。可见企业的电子商务化也是逐步推进的，所以我们不能仅仅把完全实现了信息电子化的交易才称为电子商务，相反，只要企业开始了交易信息的电子化系统建设，我们就认为它具有了电子商务系统——一个有待于完善的电子商务系统。

电子商务化应当是从企业内部开始的。从企业的角度来看，交易过程可分为购和销这两类。购的过程为：企业内部生产部门提出采购要求→采购部门搜集采购信息→洽谈→订立合同→付款交货。销的过程为：发布销售信息→接受订单→订立合同→交货收款。不论购还是销，企业都必须同时与内部生产经营管理部门、个人和外部的供应者、经销商、顾客打交道。可见交易不仅需要企业外部信息，也需要企业内部的信息，因此电子商务不仅要面向企业外部的供应商与顾客，还要面对企业内部各生产经营部门的信息。由于企业内部的信息、安全威胁、信用卡信用危机均比外部低，且容易采集、成本不高，所以效果明显，企业较愿意推行，因此实际上电子商务化是从企业内部开始的。

作为企业的交易子信息系统——电子商务，并不否定传统交易中供求机制、价格竞争及物流工具等要素的积极作用，只是它有助于解决在现代市场中交易主体的信息不平衡、不充分的矛盾，从而使交易失败减少、不正当竞争减少，提高企业经济效益。

当然，由于电子信息的不可验证性的缺陷，可能影响到信息的客观性。当人们出于自身利益驱动，过分不正当地使用不可验证特性，就可能破坏整个社会的信用基础。目前严重的外部信用危机是阻碍电子商务在中国全面推广的主要原因。而外部信用危机却又植根于虚假信息的泛滥，解决信用危机只能依靠规范电子商务系统中的信息。要做到这一点，困难之处不仅是缺乏有效控制技术和严格的法律限制，更主要的是在于人民落后的观念。当然，计算机网络是电子商务的物质基础，它的低普及率和利用率也是限制电子商务发展的主要原因。但相比之下，技术的进步似乎比观念的进步更容易些，这便是本文被奉献出来的原因。

理解这一概念须从以下四个方面来把握：

首先，电子商务是一种融合了最先进信息技术的买卖方式。电子商务主要功能是实现交易。在现代经济社会商品交易的时间和空间范围不断扩大，交易过程的信息瓶颈严重影响到商品交易实现的速度和程度，电子商务通过采用先进的信息技术来解决商品交易中的困难，代表未来商业发展的趋势，因此电子商务在最近几年发展很快。

其次，电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空，实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

第三，对电子商务的理解，应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面，“电子商务”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种使用电子技术为基础的通讯方式；另一方面，对“商务”一词应作广义解释，使其包括不论是契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果把“现代信息技术”看做一个子集，“商务”看做另一子集，电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集，即“电子商务”标题之下

可能广泛涉及的因特网、内部网和电子数据交换在贸易方面的各种用途。电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集。

第四，电子商务不等于商务电子化。电子商务要求其主体能够整合内部和外部两个方面的资源，实现主体健康、快速、持久地发展。真正的电子商务绝不仅仅是企业前台的商务电子化，更重要的是包括后台在内的整个运作体系的全面信息化，以及企业整体经营流程的优化和重组。也就是说，建立在企业全面信息化基础上，通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务以及人力资源等环节实行全方位控制的电子商务才是真正意义上的电子商务。传统企业要进行电子商务运作，重要的是优化内部信息管理系统（MIS, Management Information System）。MIS 是企业进行电子商务的基石，MIS 本质上是通过对各种内部信息的加工处理，实现对商品流、资金流、信息流、物流的有效控制和管理，从而最终扩大销量、降低成本、提高利润。

狭义的电子商务仅仅将通过 Internet 网络进行的商业活动归属于电子商务，而广义的电子商务则将利用包括 Internet、Intranet、LAN 等各种不同形式的网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动都归属于电子商务。从发展的观点看，在考虑电子商务的概念时，仅仅局限于利用 Internet 网络进行商业贸易是不够的，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。

## 二、电子商务的种类

### 1. 按照交易对象分类

按照交易对象分类，电子商务可以分为 3 种类型：

(1) 企业与消费者之间的电子商务，即 B2C (Business to Customer) 电子商务。它类似于联机服务中进行的商品买卖，是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。这种形式基本等同于电子化的零售，它随着万维网 (WWW) 的出现迅速地发展起来。目前，在互联网上遍布各种类型的商业中心，提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

(2) 企业与企业之间的电子商务，即 B2B (Business to Business) 电子商务。B2B 包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴，与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。这里，虽说是非特定多数，但由于加入该网络的只限于需要这些商品的企业，可以设想是限于某一行业的企业。不过，它不以持续交易为前提，不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后一定要继续进行交易的企业间，为了相同的经济利益，共同进行的设计、开发或全面进行市场及库存管理而进行的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在这方面已经有了多年运作历史，使用得也很好，特别是通过专用网络或增值网络上运行的电子数据交换 (EDI)。

(3) 企业与政府方面的电子商务，即 B2G (Business to Government) 电子商务。这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。

## 2. 按照商务活动内容分类

按照商务活动的内容分类, 电子商务主要包括两类商业活动: 一是间接电子商务, 即有形货物的电子订货, 它仍然需要利用传统渠道如邮政服务和商业快递车送货; 二是直接电子商务, 即无形货物和服务, 如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付, 或者是全球规模的信息服务。

## 3. 按照使用网络类型分类

根据使用网络类型的不同, 电子商务目前主要有三种形式: 第一种形式是 EDI (Electronic Data Interchange, 电子数据交换) 商务; 第二种形式是互联网 (Internet) 商务; 第三种形式是 Intranet (内联网) 商务。

## 三、电子商务的三层系统结构

一个完善的电子商务系统应该包括哪些部分, 目前还没有权威的论述。从我们的实践来看, 由于电子商务覆盖的范围十分广泛, 因此必须针对具体的应用才能描述清楚系统架构。从总体上来看, 电子商务系统是三层框架结构, 底层是网络平台, 是信息传体的载体和用户接入的手段, 它包括各种各样的物理传送平台和传送方式; 中间是电子商务基础平台, 包括 CA (Certificate Authority) 认证、支付网关 (Payment Gateway) 和客户服务中心三个部分, 其真正的核心是 CA 认证; 而第三层就是各种各样的电子商务应用系统, 电子商务基础平台是各种电子商务应用系统的基础。

由于电子商务是用电子方式和网络进行商务活动, 通常参与各方是互不见面的, 因此身份的确认与安全通信变得非常重要, 解决方案就是建立中立的、权威的、公正的电子商务认证中心——CA 认证中心, 它所承担的角色类似于网络上的“公安局”和“工商局”, 给个人、企事业单位和政府机构签发数字证书——“网上身份证”, 用来确认电子商务活动中各自的身份, 并通过加解密方法实现网上安全的信息交换与安全交易。

支付网关的角色是信息网与金融网的连接的中介, 它承担双方的支付信息转换的工作, 所解决的关键问题是让传统的封闭的金融网络能够通过网关面向因特网的广大用户, 提供安全方便的网上支付功能。

客户服务中心也称为呼叫中心, 与传统的呼叫中心的分别在于不但支持电话接入的方式, 也能够支持 Web、E-mail、传真等多种接入方式, 使得用户的任何疑问都能很快地获得响应与帮助。客户服务中心不是以往每个企业独立建设和运作的概念, 而是统一建设再将席位出租, 从而大大简化和方便中小型企业进行电子商务, 提供客户咨询和帮助。

从技术角度看, 电子商务的应用系统有三部分组成, 即企业内部网 (Intranet)、企业内部网与 Internet 的连接、电子商务应用系统。

### 1. 企业内部网

企业内部网是由网络服务器、电子邮件服务器、数据库服务器以及电子商务的服务器和客户端的 PC 机组成。所有这些服务器和 PC 机都通过先进的网络设备集线器或交换机连接在一起。在企业内部网中, 每种服务器的数量随企业的情况不同而不同, 例如, 如果企业内访问网络的用户比较多, 可以放置一台企业网络服务器和几台部门级网络服务器, 如

果企业的电子商务种类比较多样性或者电子商务业务量比较重，可以放置几台电子商务服务器。

## 2. 企业内部网与互联网连接

为了实现企业与企业之间、企业与用户之间的连接，企业内部网必须与互联网进行连接，但连接后，会产生安全性问题。所以在企业内部网与互联网连接时，必须采用一些安全措施或具有安全功能的设备，这就是所谓的防火墙。为了进一步提高安全性，企业往往还会在防火墙外建立独立的网络服务器和邮件服务器供企业外部访问用，同时在防火墙与企业内部网之间，一般会有一台代理，代理服务器的功能有两个，一是安全功能，即通过代理服务器，可以屏蔽企业内部网内的服务器或 PC，当一台 PC 访问互联网时，它先访问代理服务器，然后代理服务器再访问互联网；二是缓冲功能，代理服务器可以保存经常访问的互联网上的信息，当 PC 机访问互联网时，如果被访问的信息存放在代理服务器中，那么代理服务器将把信息直接送到 PC 机上，省去对互联网的再一次访问，可以省去费用。

## 3. 电子商务应用系统

在实现了完善的企业内部网和实现了与互联网之间的安全连接后，企业已经为建立一个好的电子商务系统打下了良好基础，在这个基础上，再增加电子商务应用系统，就可以进行电子商务了。

一般来讲，电子商务应用系统主要以应用软件形式实现，它运行在已经建立的企业内部网之上。具体来讲，电子商务应用系统分为两部分，一部分是完成企业内部的业务处理和向企业外部用户提供服务，比如用户可以通过互联网查看产品目录、产品资料等；另一部分是极其安全的电子支付系统，电子支付系统使用户可以通过互联网在网上购物、支付等，真正实现电子商务。

## 第二节 电子商务职业道德

职业道德是职业工作人员应当遵守的职业行为规范。任何一个职业都有其职业道德要求。一般来讲，职业道德包括两个部分：一是职业从业者作为个人所应当具备的品质，这部分要求对所有职业都适用；二是某项职业自身的特性所决定的从业者应具备的品质，不同的职业间的职业道德差异主要体现在这一部分。

企业内部的电子商务工作人员包括了电子商务部门的从业人员及其他与电子商务相关的从业人员，如企业信息基础部、物流部、财务部等。在现阶段，企业内部有的单独设立了电子商务部门，有的是附设在营销部之下。企业内部电子商务工作人员的行为对整个企业的经营状况产生重大的影响。如电子商务系统分析人员的分析错误，有可能导致整个企业电子商务决策错误；公司电子商务客户服务人员的任何不当行为均可能导致公司重大客户的损失。为了有效防止各种不当行为的发生，应当建立一套有效的管理制度，同时还要建立一些相应的职业道德规范，强化道德约束，在一定程度上有助于抑制不当行为的发生。

电子商务人员的职业道德从狭义来看只是若干道德品质的要求。但是对于一个具备良好个人道德素质的电子商务工作人员来说，如果他的业务素质不高、工作能力不强，他是

很难对企业负责的。因此，电子商务人员的职业道德可以广义地包括业务素质、能力素质、道德品质等方面。

### 1. 业务素质

业务素质的要求随着电子商务工作人员担任的责任不同而不同。电子商务部门负责人业务素质显然高于电子商务的一般工作人员。业务素质与个人的知识积累密不可分，相应的知识往往能够决定相应的业务素质。如：电子商务客户服务人员应当具备比较丰富的一般顾客心理知识，而电子商务的值班经理除了一般经营管理知识外，还应当具备突发事件的处理能力。

### 2. 能力素质

业务素质只是表明工作人员掌握了多少相应的知识，而能否将这些知识有效地应用于具体工作，在很大程度上取决于工作人员的能力。能力素质不仅包括运用所掌握的知识解决现实问题的能力，还包括良好的人际关系处理能力，如果一个电子商务人员不能有效地处理好与同事、其他部门工作人员、顾客的关系，那么工作是很难有高效率的。作为电子商务负责人，更要注意处理好人际关系，要善于合理安排与组织整体工作、激励他人发挥长处。与人际关系处理能力相关联的是有效的沟通、交流能力，它包括准确表达自己的观点、善于倾听他人的意见、有效地与他人交流、说服他人接受自己观点等能力。

### 3. 道德品质

道德品质事关个人道德修养，因此，任何与个人修养有关的品质要求，电子商务工作人员应当具备。良好的道德品质既包括了个人最基本的道德要求，也包括了电子商务职业特色的要求。电子商务工作人员的职业道德修养，主要是指职业责任、职业纪律、职业情感以及职业能力的修养。

电子商务的职业守则是对电子商务工作人员道德的高度概括：

- (1) 遵纪守法，敬业爱岗、严守保密制度。
- (2) 实事求是，工作认真，精研业务，尽职尽责，具有团队精神。

## 第三节 电子商务法律

近几年来，随着计算机与互联网的发展，电子商务无论是作为一种交易方式、传播媒介，还是企业组织的进化，都在广度与深度等各方面取得了前所未有的进展。2000年前后围绕我国电子商务发展的一系列起伏变幻足以充分说明这一切。然而，与此同时，电子商务发展的基础环境问题，尤其是电子商务的法律环境，也越来越引起了人们的关注，一方面，电子商务的各个环节与问题都直接影响着相关法律法规的制定；另一方面，法律环境的每一个细节与措施也都左右着电子商务的前程。所以，及时制定一系列与电子商务相关的法律法规、完善电子商务政策法律环境，不仅会改善电子商务的基础环境，从根本上促进电子商务与网络经济的发展，还可以以信息化带动工业化。而网络经济与电子商务安全可靠真正出路还是在于技术措施、法律威慑与加强管理三种办法的综合治理，其中，尤其要加强法制和管理的作用。

技术和法律是两个层次,技术只能解决技术范畴的问题,无法解决法律范围内的问题。以电子签名为例,技术如果百分之百地完善,只能保证电子签名的可靠性和真实性等,而根据目前的法律对签名的具体要求,其在法律上的效力仍然不会得到任何改变。只有修改法律条款,才能使其具有法律效力,技术改不了法律规定。

联合国贸易法委员会于1996年制定的《电子商务示范法》,可以说是电子商务领域最早的、最广泛的立法。《示范法》分为总则和分则两部分,在总则里,对电子签名、电子合同的形式及效力都做了具体的认定和规定,而在分则里,只有一章的内容,是关于货物运输的,而且条款也很少,只有寥寥几条。

在电子商务立法上,急需解决的三大问题是:数字签名的效力、CA认证机构的效力及运作的法律许可、电子支付及电子支付相关的法律体系的建立,这三个方面可以说是组成了电子商务发展的基本规则,并且也是市场自身所无法调节的,无论是美国、日本等的《数字签名法》、《电子商务法》,还是香港特区的《电子交易条例》,其主要内容都是围绕这几个方面的。

关于电子商务立法,社会各界,尤其是立法者和学术界还存在许多不尽相同,甚至完全不同的看法,这种现象在一定程度上导致了电子商务立法难以推进或缺乏统一的原则。

### 一、我国涉及交易安全的法律法规

在现代社会的各种环节中,商品的交换扮演了非常重要的角色。相对于生产、分配及消费而言,交换体现了动态的效益价值。而交换秩序则是实现交换价值的基本前提。这种基本前提在法律上就表现为对交易安全的保护。交易安全较之静态的财产安全,在法律上亦体现了更丰富的自由、争议、效益与秩序的价值元素。

我国现行的涉及交易安全的法律法规主要有四类:

- (1) 综合性法律。主要是民法通则和刑法中有关保护交易安全的条文。
- (2) 规范交易主体的有关法律。如公司法、国有企业法、集体企业法、合伙企业法、私营企业法、外资企业法等。
- (3) 规范交易行为的有关法律。包括经济合同法、产品质量法、财产保险法、价格法、消费者权益保护法、广告法、反不正当竞争法等。
- (4) 监督交易行为的有关法律。如会计法、审计法、票据法、银行法等。

我国法律对交易安全的研究起步较晚,且长期以来注重对财产静态权属关系的确认和静的安全保护,未能反映现代市场经济交易频繁、活泼、迅速的特点。虽然上述法律制度体现了部分交易安全的思想,但大都没有明确的交易安全的规定,在司法实践中也没有按照这些制度执行。如《民法通则》第六十六条规定的“本人知道他人以本人的名义实施民事行为而不做否认表示则视为同意”,体现了交易安全中表现代理的思想,但却没有形成一套清晰的表现代理制度。在立法和司法解释上,背离交易安全精神的规范大量存在。在立法上,如《民法通则》第五十八条、《经济合同法》第七条关于民事行为无效的规定,过分夸大民事行为无效的范围,有损于交易主体对其交易行为的合法性信赖,即交易安全利益。在司法解释方面,1987年7月21日最高人民法院《关于在审理经济合同纠纷案件中具体适用〈经济合同法〉的若干问题解答》中,明显过分偏置于静的安全,而忽视动的安全,背离交易安全保护的精神。

## 二、我国涉及计算机安全的法律法规

我国的计算机安全立法工作开始于 20 世纪 80 年代。1981 年，公安部开始成立计算机安全监察机构，并着手制定有关计算机安全方面的法律法规和规章制度。1986 年 4 月开始草拟《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》（征求意见稿）。1988 年 9 月 5 日第七届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过的《中华人民共和国保守国家秘密法》，在第三章第十七条中第一次提出：“采用电子信息等技术存取、处理、传递国家秘密的办法，由国家保密工作部门会同中央有关机关规定”。1989 年，我国首次在重庆西南铝厂发现计算机病毒后，立即引起有关部门的重视。公安部发布了《计算机病毒控制规定（草案）》，开始推行“计算机病毒研究和销售许可证”制度。

1991 年 5 月 24 日，国务院第八十三次常委会议通过了《计算机软件保护条例》，这一条例是为了保护计算机软件设计人的权益，调整计算机软件在开发、传播和使用中发生的利益关系，鼓励计算机软件的开发与流通，促进计算机应用事业的发展，依照《中华人民共和国著作权法》的规定而制定的。这是我国颁布的第一个有关计算机的法律。1992 年 4 月 6 日机械电子工业部发布了《计算机软件著作权登记办法》，规定了计算机软件著作权管理的细则。

1991 年 12 月 23 日，国防科学技术工业委员会发布了《军队通用计算机系统使用安全要求》，对计算机实体（场地、设备、人身、媒体）的安全、病毒的预防以及防止信息泄露提出了具体措施要求。

1994 年 2 月 18 日，国务院令第 147 号发布了《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》，为保护计算机信息系统的安全，促进计算机的应用和发展，保障经济建设的顺利进行提供了法律保障。这一条例于 1988 年 4 月着手起草，1988 年 8 月完成了条例草案，经过近 4 年的试运行后方才出台。这个条例的最大特点是既有安全管理，又有安全监察，以管理与监察相结合的办法保护计算机资产。

针对国际互联网的迅速普及，为保障国际计算机信息交流的健康发展，1996 年 2 月 1 日国务院令第 195 号发布了《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》，提出了对国际联网实行统筹规划、统一标准、分级管理、促进发展的基本原则。1997 年 5 月 20 日，国务院对这一规定进行了修改，设立了国际互联网的主管部门，增加了经营许可证制度，并重新发布。

1997 年 6 月 3 日，国务院信息化工作领导小组在北京主持召开了“中国互联网络信息中心成立暨《中国互联网络域名注册暂行管理办法》发布大会”，宣布中国互联网络信息中心（CNNIC）成立，并发布了《中国互联网络域名注册暂行管理办法》和《中国互联网络域名注册实施细则》。中国互联网络信息中心将负责我国境内的互联网络域名注册、IP 地址分配、自治系统号分配、反向域名登记等注册服务；协助国务院信息化工作领导小组制定我国互联网络的发展、方针、政策，实施对中国互联网络的管理。1997 年 12 月 8 日，国务院信息化工作领导小组根据《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》，制定了《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定实施办法》，详细规定了国际互联网管理的具体办法。与此同时，公安部颁布了《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》，原邮电部也出台了《国际互联网出入信道管理办法》，旨在通过明确安



全责任、严把信息出入关口、设立监测点等方式，加强对国际互联网使用的监督和管理。

1996年3月14日，国家新闻出版署发布了电子出版物暂行规定，加强包括软磁盘(FD)、只读光盘(CD-ROM)、交互式光盘(CD-I)、图文光盘(CD-G)、照片光盘(Photo-CD)、集成电路卡(IC-Card)和其他媒体形态的电子出版物的保护。

1997年10月1日起我国实行的新刑法，第一次增加了计算机犯罪的罪名，包括非法侵入计算机系统罪，破坏计算机系统功能罪，破坏计算机系统数据程序罪，制作、传播计算机破坏程序罪等。这表明我国计算机法制管理正在步入一个新阶段，并开始和世界接轨，计算机法的时代已经到来。

### 三、我国保护计算机网络安全法律法规

#### 1. 加强国际互联网出入信道的管理

《中华人民共和国计算机网络国际联网管理暂行规定》规定，我国境内的计算机互联网必须使用国家公用电信网提供的国际出入信道进行国际联网。任何单位和个人不得自行建立或者使用其他信道进行国际联网。除国际进出口局作为国家总关口外，邮电部还将中国公用计算机互联网划分为全国骨干网和各省、市、自治区接入网进行分层管理，以便对入网信息进行有效的过滤、隔离和监测。

#### 2. 市场准入制度

《中华人民共和国计算机网络国际联网管理暂行规定》规定了从事国际互联网经营活动和从事非经营活动的接入单位必须具备的条件：

- ①是依法设立的企业法人或者事业单位；
- ②具备相应的计算机信息网络、装备以及相应的技术人员和管理人员；
- ③具备健全的安全保密管理制度和技术保护措施；
- ④符合法律和国务院规定的其他条件。

《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》规定，进行国际联网的计算机信息系统，由计算机信息系统的使用单位报省级以上的人民政府公安机关备案。

#### 3. 安全责任

从事国际互联网业务的单位和个人，应当遵守国家有关法律、行政法规，严格执行安全保密制度，不得利用国际互联网从事危害国家安全、泄露国家秘密等违法犯罪活动，不得制作、查阅、复制和传播妨碍社会治安的信息和淫秽色情等信息。

计算机网络系统运行管理部门必须设有安全组织或安全负责人，其基本职责包括：保障本部门计算机网络的安全运行；制定安全管理的方案和规章制度；定期检察安全规章制度的执行情况，负责系统工作人员的安全教育和管理；收集安全记录，及时发现薄弱环节并提出改进措施；向安全监督机关和上一级主管部门报告本系统的安全情况。

每个工作站和每个终端都要建立健全网络操作的各项制度，加强对内部操作人员的安全教育和监督，严格网络工作人员的操作职责，加强密码、口令和授权的管理，及时更换有关密码、口令；重视软件和数据库的管理和维护工作，加强对磁盘文件和软盘的发放和