

高等职业院校  
国家技能型紧缺人才培养工程规划教材  
——**物流管理专业**——

(第2版)

# 电子商务物流

周云霞 主 编  
王智利 蔡业颖 副主编

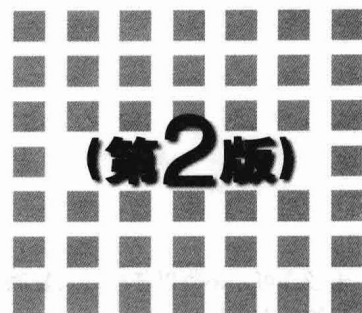
**DIANZI SHANGWU  
WULIU**

- ★ 新大纲
- ★ 准定位
- ★ 重实用
- ★ 配教辅



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

高等职业院校  
国家技能型紧缺人才培养工程规划教材  
—— 物流管理专业



# 电子商务物流

**DIANZI SHANGWU  
WULIU**

周云霞 主 编  
王智利 蔡业颖 副主编

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

电子商务物流 / 周云霞主编. —2 版. —北京：电子工业出版社，2010.9  
高等职业院校国家技能型紧缺人才培养工程规划教材·物流管理专业  
ISBN 978-7-121-11501-1

I. ①电… II. ①周… III. ①电子商务—物流—高等学校：技术学校—教材 IV. ①F713.36 ②F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 148986 号

责任编辑：曹 坤

印 刷：北京市天竺颖华印刷厂

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×980 1/16 印张：13.5 字数：286 千字

印 次：2010 年 9 月第 1 次印刷

定 价：24.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 [zlbs@phei.com.cn](mailto:zlbs@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：（010）88258888。

高等职业院校国家技能型紧缺人才  
培养工程规划教材·物流管理专业  
编委会名单

- 主任：周建亚（武汉商贸学院）  
副主任：黄福华（湖南商学院）  
委员：程言清（浙江万里学院）  
方仲民（河北交通职业技术学院）  
韩永生（天津科技大学）  
金真（郑州航空工业管理学院）  
李金桐（山东大学）  
李玉氏（郑州大学）  
刘雅丽（河北交通职业技术学院）  
曲建科（青岛港湾职业技术学院）  
田征（大连海事大学）  
王鸿鹏（集美大学）  
王炬香（青岛大学）  
王小丽（郑州航空工业管理学院）  
王芸（青岛大学）  
王智利（广州航海高等专科学校）  
吴登丰（江西省九江学院）  
张良卫（广东外语外贸大学）  
周宁（广东外语外贸大学）  
周云霞（苏州经贸职业技术学院）  
杨鹏强（南华工商学院）

# 出版说明

21世纪既是一个竞争日益激烈的世纪，也是一个充满机遇的时代。随着我国经济的发展，物流管理与技术飞速发展的时代已经到来。物流人才被列为全国12种紧缺人才之一。为了满足经济建设与人才培养的需要，2005年9月教育部推出了“高等职业教育物流管理专业紧缺型人才培养指导方案”（以下简称“指导方案”），它的颁布对全国高职院校起到了规范与引导的作用。

为了密切配合教育部此次推出的“指导方案”，满足培养物流技能型人才的需要，我们于2005年启动了“高等职业院校国家技能型紧缺人才培养工程规划教材·物流管理专业”的策划、组织与编写工作。出版3年多来受到广泛好评，现已全面升级更新为第2版。

本套教材约由20本组成，由来自高等院校物流专业教学第一线的“双师型”教师参与编写，基本满足高职高专院校物流管理专业物流运输管理方向、仓储与配送方向、企业物流方向与国际物流方向的培养需求，并将突出以下几个特色：

- 以教育部新推出的“高等职业教育物流管理专业紧缺型人才培养指导方案”为依据，构建丛书框架结构与每本书的基本内容，从而符合物流管理专业教学指导委员会对本专业建设的规划与精神。
- 针对高职高专学生的特点、培养目标，控制内容深浅度、覆盖面及写作风格。
- 突出基础理论知识够用、应用和实践技能加强的特色；保持相对统一的活泼的编写体例与丰富的栏目。增加任务引领等综合实训内容。
- 在内容构建上，将学位教育与职业资格证书考试相结合，满足学生获得双证的需求。
- 写作上强调文图表有机结合，使内容与知识形象化，学生好学易记。
- 配套可免费下载的用于教学的PPT及习题参考答案（下载网址：[www.hxedu.com.cn](http://www.hxedu.com.cn)），使老师好用，学生好学。

本套教材主要作为高职高专院校物流管理专业的教材，也可供全国高等教育自学考试物流管理专业、初中级物流专业人才培养或物流行业从业人员的充电参考所用。希望本套教材对我国物流管理人才培养及物流行业的发展有所贡献。

全国高职高专教学研究与教材出版编委会

E-mail: [lmliu@phei.com.cn](mailto:lmliu@phei.com.cn)

# 前 言

---

随着电子商务的迅猛发展,现代物流的重要性越来越为人们所重视,电子商务对传统物流提出了挑战。电子商务的任何一笔完整交易,都包含着几种基本的“流”,即信息流、商流、资金流和物流。物流虽然只是若干环节中的一部分,但往往是商品和服务价值的最终体现,如果没有处理好,前端环节的价值就无法体现。随着网络技术、信息技术的不断发展,电子商务物流的观念、方法及手段也在不断发展。如何建立电子商务物流体系、加强对电子商务物流的现代化管理、使其适应社会的需要,这些问题已成为当前电子商务物流实践的一个重要课题。

《电子商务物流》一书是电子工业出版社在对市场充分调研的基础上,根据全国物流专业教学指导委员会制定的最新的课程与教学内容规划,并结合电子商务专业、物流专业方向特点,组织编写的一套“高等职业院校国家技能型紧缺人才培养工程规划教材·物流管理专业”教材之一,针对高职高专学生接受能力,突出基础理论知识够用、实践技能加强的特色;在内容构建上,将学位教育与职业资格证书考试相结合,满足学生获得双证的需求。本书可供高职高专电子商务专业、物流管理专业师生、相关职业资格证书考生、企业从业人员等使用。

本书主要从电子商务与现代物流的关系入手,系统地介绍在电子商务环境下如何开展现代物流管理。作者写作前大量地收集、分析、研究了国内外物流领域、电子商务领域最新研究成果和全球500强企业的物流实践经验,并参阅了大量同类教材、专著,力图在理论和实践上反映出企业物流管理的最新成果。

社会在快速发展变革,电子商务物流形式也发生了一定的变化,结合教改特点,周云霞老师对全书进行了第2版的修订。本书第2版共分9章进行论述,其中苏州经贸职业技术学院周云霞老师撰写第1、2、5章,并担任主编;广州航海高等专科学校王智利老师编写第8章,并担任副主编;广州航海高等专科学校蔡业颖老师编写第9章,并担任副主编;蔡业颖老师和苏州经贸职业技术学院杨浩军老师共同编写第6章;苏州经贸职业技术学院杨思东老师编写第4章;苏州经贸职业技术学院王翠老师编写第3章;苏州经贸职业技术学院刘桓老师编写第7章。

本书授课具体课时分配建议如表0-1所示。

表 0-1 课时分配表

内 容	理论课时	实践课时	合计课时
第 1 章 认识电子商务与现代物流	4	0	4
第 2 章 电子商务物流系统	6	4	10
第 3 章 电子商务物流系统设计	4	2	6
第 4 章 电子商务物流过程	4	6	10
第 5 章 电子商务物流成本管理	4	2	6
第 6 章 电子商务物流管理	4	4	8
第 7 章 电子商务与供应链管理	4	4	8
第 8 章 电子商务时代国际物流	4	2	6
第 9 章 电子商务物流相关法律问题	4	0	4
总课时	38	24	62

本书在编写过程中，参考并引用了许多学者的研究资料，作者尽可能在参考文献中列出，谨在此向他们一并表示衷心的感谢。由于时间仓促和水平有限，书中难免有不妥之处，欢迎读者批评指正。

编 者

# 目 录

## 第 1 章 认识电子商务与现代物流····· 1

- 1.1 电子商务概述····· 2
- 1.2 现代物流概述····· 10
- 1.3 电子商务与物流的关系····· 16
- 本章小结····· 23
- 综合实训····· 23
- 思考与练习题····· 23

## 第 2 章 电子商务物流系统····· 24

- 2.1 物流系统与物流系统工程····· 26
- 2.2 电子商务物流系统运作模式····· 32
- 本章小结····· 40
- 思考与练习题····· 40

## 第 3 章 电子商务物流系统设计····· 41

- 3.1 电子商务物流的系统概述····· 42
- 3.2 电子商务物流系统分析····· 45
- 3.3 电子商务物流系统设计概述····· 49
- 本章小结····· 64
- 思考与练习题····· 64

## 第 4 章 电子商务物流过程····· 65

- 4.1 商品包装····· 66
- 4.2 电子商务商品运输····· 72

## 4.3 电子商务仓储····· 78

## 4.4 电子商务环境下商品的装卸搬运····· 87

## 4.5 电子商务物流配送····· 90

## 4.6 电子商务物流信息技术····· 92

## 本章小结····· 105

## 思考与练习题····· 105

## 第 5 章 电子商务物流成本管理····· 106

## 5.1 电子商务物流成本含义····· 108

## 5.2 电子商务物流成本的种类····· 108

## 5.3 电子商务物流成本管理概述····· 114

## 本章小结····· 127

## 思考与练习题····· 127

## 第 6 章 电子商务物流管理····· 128

## 6.1 电子商务物流管理概述····· 129

## 6.2 电子商务物流管理的内容····· 133

## 本章小结····· 143

## 思考与练习题····· 143

## 第 7 章 电子商务与供应链管理····· 144

## 7.1 供应链管理概述····· 145

## 7.2 供应链管理的方法····· 147

## 7.3 电子商务与供应链管理····· 150



7.4 电子商务供应链管理概述.....	157	思考与练习题.....	186
本章小结.....	168		
综合实训.....	168		
思考与练习题.....	168		
<b>第8章 电子商务时代国际物流.....</b>	<b>169</b>	<b>第9章 电子商务物流相关法律问题.....</b>	<b>187</b>
8.1 国际物流概述.....	171	9.1 电子合同的法律问题.....	189
8.2 国际物流运作.....	173	9.2 电子商务支付的法律问题.....	192
8.3 国际物流系统.....	176	9.3 电子商务下的货物运输保险.....	198
8.4 国际物流组织和管理.....	179	9.4 我国现行的有关物流的主要 法律、法规.....	200
8.5 电子商务下的国际物流方式.....	183	本章小结.....	203
本章小结.....	185	思考与练习题.....	203
综合实训.....	185	<b>参考文献.....</b>	<b>204</b>

# 第 1 章

## 认识电子商务与现代物流

### 学 习 目 的

- 了解电子商务含义、特点与类型;
- 掌握电子商务的流程;
- 理解现代物流的含义、功能与分类;
- 掌握电子商务与现代物流的关系。

### 工 作 任 务

据中国电子商务研究中心报告显示,2009年,我国电子商务市场交易额达到3.54万亿元,较2008年增长40%以上。截至2009年12月,我国已成规模的电子商务网站总量达1.75万家,国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户已经突破1250万家,中国网购用户已经突破了1.3亿人。

据中国物流与采购联合会统计,2009年,全国社会物流总额达到96.65万亿元,同比增长7.4%。全国社会物流总费用达到6.08万亿元,同比增长7.2%。全国物流业增加值为2.31万亿元,同比增长7.3%。目前,两个行业都处在上升期,并且随着电子商务交易规模越来越大,二者的相互依赖关系也会越来越紧密。

 **请思考:**

电子商务与物流的快速发展与结合,将会给社会带来怎样的影响?为企业带来怎样的机遇?

## 1.1 电子商务概述

### 1.1.1 电子商务的定义

电子商务是 IT 技术和商务运行相结合而产生的，是一种新型的商务交易过程，是 21 世纪市场经济商务运行的主要模式，也是新经济含义下的一种主要经济方式。从某种意义上讲，电子商务是一种在 21 世纪高科技技术背景条件下，新型生产关系发展建立过程中所形成的一种新经济模式。

电子商务简单意义上讲就是利用先进的电子技术进行商务活动的总称。它是通过网络，使用先进的信息处理工具，利用电子这种载体，将买卖双方的商务、产品、销售、服务等信息，以及电子支付等商务活动，用相互认同的交易标准实现，这就是人们常说的“在网上进行买卖活动”。

电子商务引起了人们的普遍关注，但人们对电子商务还没有一个统一规范的认识。不同的专家学者、企业、社会组织及政府机构对电子商务从不同的角度做出了不同的描述。可以说是众说纷纭，莫衷一是。因此，要对电子商务有一个科学的理解，首先应该对各种不同的说法进行科学的比较和概括。

电子商务的概念模型如图 1-1 所示。

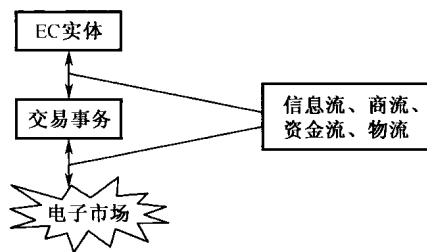


图 1-1 电子商务的概念模型

#### 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)，该会议对电子商务制定了最权威的概念阐述：电子商务(Electronic Commerce, EC)是指实现整个贸易活动的自动化和电子化。电子商务涵盖的业务包括：信息交换、售前售后服务（如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见等）、销售、电子支付（如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等）、运输（包括商品的发送管理和运输跟踪，以及可以电子化传送的产品）、组建网上企业等。

#### 2. IBM 公司对电子商务的定义

IBM 公司在 1997 年首次提出了电子商务(Electronic Business, EB)的概念，它给电

子商务下的定义是：电子商务是在因特网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，应运而生的一种在因特网上展开的相互关联的动态商务活动。电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务称做电子交易，主要是利用网络提供的通信手段在网上进行的交易；而广义的电子商务是包括电子交易在内的，利用网络进行的全面的商业活动，如市场调查分析、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资管理等，所有这些活动涉及企业的内外。

### 3. 上海市电子商务安全证书管理中心给电子商务下的定义

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。电子商务主要包括利用电子数据交换（Electronic Data Interchange, EDI）、电子邮件、电子资金转账（EFT）及因特网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交换。

由以上定义可以分析出电子商务有广义与狭义之分。

### 4. 广义的电子商务

首先，电子商务是一种采用最先进的信息技术的商务方式。其次，电子商务的本质是商务。最后，对“广义”的理解，广义的电子商务包括的范围很广，既包括电子数据交换，也包括因特网电子商务；既包括网上信息查询、网络营销、网上广告等明显的电子商务活动，也包括了企业资源计划、供应链管理、客户关系管理等企业信息化领域的诸多方面。这是以 IBM 公司为代表的主流观点。

### 5. 狭义的电子商务

狭义的电子商务一般也称为电子交易，是指通过因特网进行的商务活动。在大多数情况下，一般所说的电子商务概念就是狭义的电子商务。

## 1.1.2 电子商务的特点及分类

### 1. 电子商务的特点

#### 1) 交易虚拟化

通过因特网进行的贸易，贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等过程，无须当面进行，均可通过计算机因特网络完成，整个交易过程完全虚拟化。

#### 2) 交易成本低

- 距离越远，网络上进行商务活动的成本相对于信件、电话、传真的成本而言就越低。
- 买卖双方通过网络进行商务活动，无须中介者参与，减少了交易的中间环节。
- 电子商务实行“无纸贸易”，可减少 90% 的文件处理费用。
- 卖方可通过因特网络进行产品介绍、宣传，减少相关费用。

#### 3) 交易效率高

电子商务克服了传统贸易方式中费用高、易出错、处理速度慢等缺点，极大地缩短了

交易时间，从而使整个交易更加快捷与方便。

#### 4) 交易透明化

买卖双方从交易的洽谈、签约及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对，可以防止伪造信息的流通。

## 2. 电子商务的分类

### 1) 按照交易主体

根据交易主体类型不同，可以分为多种类型：B2B、B2C、B2G、C2C 等。

(1) B2B (Business to Business)，即企业与企业之间的电子商务。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为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；特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或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、开发或为全面进行市场及库存管理而开展的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B 在电子商务方面已经有了多年运作历史，并被很好地使用，特别是在通过专用网络或增值网络运行的电子数据交换方面。

(2) B2C (Business to Customer)，即企业与消费者之间的电子商务。B2C 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，随着万维网 (WWW) 的出现迅速地发展起来。目前，在 Internet 上遍布了基于这种形式的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。

(3) B2G (Business to Government)，即企业与政府之间的电子商务。这种商务活动覆盖了企业与政府组织间的各项事务。例如，政府采购清单可以通过因特网发布，公司可以以电子化方式回应。

另外，还存在其他形式，如 C2C (消费者对消费者)、C2B (消费者对企业)。

### 2) 按照商务活动内容分类

按照商务活动内容分类，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，即提供无形货物和服务，如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付及全球规模的信息服务。直接和间接电子商务均有各自的特色，同一家公司往往二者兼营。间接电子商务要依靠一些外部要素，如运输系统的效率等。直接电子商务能使双方越过地理界限而直接进行交易，充分挖掘全球市场的潜力。区分两类商业活动的主要标志是物流环节是在网上还是在网下进行。

### 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 3 种形式：EDI (电子数据交换) 商

务、Internet 商务、Intranet 商务。

(1) EDI 商务。EDI 是“将商务或行政事务按照一个公认的标准，按照从计算机到计算机的电子传输方法形成结构化的事务处理或文档数据格式”。简单地说，EDI 就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。这种形式主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。与传统的订货和付款方式相比，EDI 大大节约了时间和费用。相对于 Internet，EDI 较好地解决了安全保障问题。但是，由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线，即通过购买增值网（VAN）服务才能实现，费用较高；而且还需要有专业的 EDI 操作人员，同时需要贸易伙伴使用 EDI，因此阻碍了中小企业使用 EDI。

(2) Internet 商务。Internet 是照美国因特网协会的定义，因特网是一种“组织松散、国际合作的互联网络”。该网络通过自主遵守计算的协议（TCP/IP）和过程，支持主机对主机的通信。

Internet 商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通信、多媒体、数据库技术为基础，通过因特网，在网上实现营销、购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式，真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率，避免了商品的无效搬运，从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制，广泛浏览，充分比较，模拟使用，力求以最低的价格获得最为满意的商品和服务。

(3) Intranet 商务。Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内网。它在原有的局域网上附加了一些特定的软件，将局域网与 Internet 连接起来，从而形成企业内部的虚拟网络。Intranet 与 Internet 之间的最主要的区别在于 Intranet 内的敏感度或享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护，它只允许有授权者介入到内部网络站点，外部人员只有在许可条件下才可进入企业的 Intranet。Intranet 将大、中型企业分布在各地的分支机构及企业内部有关部门和各种信息通过网络予以连通，使企业各级管理人员能够通过网络读取自己所需的信息，利用在线业务申请和注册代替纸张贸易和内部流通的形式，从而有效地降低了交易成本，提高了经营效益。

### 1.1.3 电子商务的流程

电子商务的一般流程如图 1-2 所示，可简要描述如下：

- 企业将商品信息通过网络展示给客户，客户通过因特网访问网站，选择需要购买的商品，并填写订单。
- 厂方通过订单确认客户，告之收费方法，同时通知自己的应用系统组织货源程序。
- 客户通过电子结算与金融部门交互执行资金转移。
- 金融部门通过电子邮件（或其他方式）通知买卖双方资金转移的结果。

- 厂方组织货物，并送达到客户手中。

从上述电子商务的实际流程中可见，电子商务是集信息流、商流、资金流、物流于一身，是整个的贸易交易过程，如图 1-2 所示。

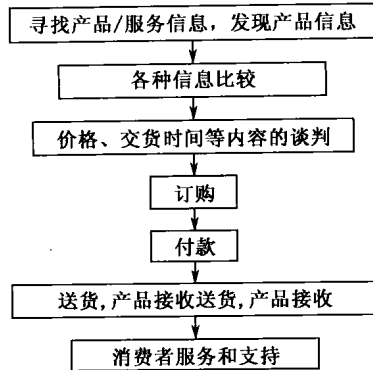


图 1-2 电子商务的一般流程

### 1.1.4 电子商务的作用

电子商务是各种通过电子方式而不是面对面方式完成的交易。电子商务用来增强贸易伙伴之间的商业关系，它是信息技术的高级应用，也是一种以信息为基础的商业构想的实现，用来提高贸易过程中的效率。

具体地说，电子商务在如下方面改变了经济生活。

#### 1. 电子商务首先改变了交易方式

表面上这是最寻常的改变，毫无“石破天惊”之感。然而，最不寻常的改变，正孕育在这最寻常的改变之中。例如，回顾银行的诞生过程：在金属货币时代，它不过是“替富商管理货币”的小角色，是给诸多富商当“出纳员”的小角色，由于发现手中的货币可以贷出去赚取利息，从而逐步发展成了控制社会经济命脉的大亨。当它还是富商“出纳员”的小角色时，没有人想到后来它会发生翻天覆地的变化。

#### 2. 电子商务改变和正在改变着人们的消费方式

消费者找厂家、跑商场、进银行、排队、交涉、办手续等诸多行为，都在随着电子商务的诞生而改变着。“腰酸腿疼”的购物方式，将被轻松的“点击鼠标”代替。用经济学的语言来说，即“极大地降低了购买方的交易费用”。

#### 3. 电子商务改变和正在改变着厂家的营销方式

##### 1) 改变厂商的广告方式

网上广告的传播范围更为广泛，平均费用大为降低。

## 2) 改变品牌的塑造方式

品牌的市场优势的作用正在改变,不知名品牌进入市场的机遇之门正在洞开。

## 3) 改变销售的组织方式

从接订单,到资信的确认或收款的确认,再到货物的准备和发送等一系列工作流程,都会发生变化。

## 4) 改变客户的管理方式

客户的消费特征可以在网上直接被记录,并可以由一定的软件统计分析,从而厂商可以为客户提供更好的服务。

## 4. 电子商务正在再造整个流通环节

传统的“厂家→批发商→零售商→消费者”的方式正在被打破,“厂家(直接面对)→消费者”的方式正在形成,新的物配体系正在形成,从而新的物流体系正在形成。其结果是流通组织的再造:有的要消亡(特别是有的传统的商业中介要消亡),有的要改进(不改进,也要消亡),有的流通组织则要新创。运输体系、运输的组织方式和相应的存储方式也会因电子商务而再造。

## 5. 电子商务改变和正在改变着厂家的采购方式

从厂家的生产流程来看,电子商务不仅巨大的改变着厂家的“出口”端,而且还对“入口”端也有巨大的影响。由于更容易“货比三家”,所以更有利于找到合适的(物美价廉的)原材料和零部件;更有利于找到合适的合作伙伴;从而降低采购的交易费用,进而迫使企业的采购方式和组织发生相应的变化。更进一步影响到企业与供应商的战略联盟的建立。

## 6. 电子商务改变和正在改变着企业资金筹措的操作手段

资金筹措的部分手段(如作为资本市场一部分的股票与债券市场)早已电子化了,而且人们已经领教到了,基于电子信息网络的资本交易,在规则不完善或控制有疏漏时的巨大破坏力,那是震撼世界的力量。

企业资金筹措的另一个重要来源是(作为资金市场中介的)商业银行。它也正在随着IT技术和信息网络的发展,而发生着巨大的变革。网络银行的出现,完全改变了企业资金操作的手段,降低了操作的成本。企业财务管理的部分规则,不得不随之有所变化。

## 7. 人才的挑选与聘用,正在发生革命性的变化

在以往的电子商务的讨论中,人才市场没有受到足够的重视。事实上,基于IT技术、基于电子信息网络的人才交易(人才自荐,企业对人才的挑选,甚至对人才的测试和聘用)早就进行了,而且正在依托因特网、多媒体,迅速地发展着。在网上测评人才的技术(问卷的设计与考察方式之类)也正在迅速发展着。

总而言之,电子商务改变了从开发、到生产、到流通、到消费、到金融运作的整个经



济过程，正在变革、刷新着管理观念、理论与方法，并且变革还按照如下逻辑传递着：生产力→生产关系→上层建筑→文化、观念。

### 1.1.5 电子商务的产生与发展

电子商务早期的形式是 EDI，EDI 最初的想法来自美国运输业。1968 年，美国运输业的许多公司联合成立了一个运输数据协调委员会（Transportation Data Coordinating Committee, TDCC），研究开发电子通信标准的可行性。这个委员会提出的方案形成了 EDI 的基础。1970 年，美国银行家协会（American Bankers Association）的一个研究委员会开发了无纸金融信息传递的美国全国结算系统，并提出了行业标准。1972 年美国第一个自动票据交换所系统成立。1975 年 TDCC 发表了第一个 EDI 标准。1978 年，美国全国性 EDI 委员会——X12 委员会成立。1981 年，该委员会出版了第一套 EDI 标准。1989 年，美国公布了重新修订的“统一法典 4A 编—资金划拨草案”，规范了电子商务中的资金划拨问题，EDI 的应用逐渐成为现实。

1987 年，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)，并且每年进行修订。1990 年 3 月正式推出了 UN/EDIFACT 标准，并被国际标准化组织正式接受为国际标准 ISO 9735。联合国为此成立了联合国贸易网络组织。1996 年 12 月 18 日，联合国贸易网络组织中国发展中心（CNTPDC）在北京成立，1996 年 12 月 24 日北京海关与中国银行北京分行在中国首次开通 EDI 通关电子划款业务，并成为联合国贸易网络组织的成员。

#### 1. 因特网商业的发展状况

现在，世界因特网的使用人数呈级数增长。截至 2009 年，全球上网人数已达到 17 亿人。如此众多的使用者，为电子商务的广泛应用奠定了良好的群众基础。而因特网商业的发展也是伴随着因特网用户的急剧增加而迅速膨胀的。

因特网商业这种迅猛发展的势头引起人们的众多推测。许多调查公司、学者对未来因特网的市场潜力进行了预测。

IBM 公司的欧洲、中东、非洲网络计算机营业部副总裁汤姆逊预测，因特网将发展成为“全世界最广大、最深厚、最快捷和最安全的市场，在因特网上实现的购物和服务交易额将不少于 1 万亿美元”。一家名为 Input 的民间调查公司预测：网络购物将以 200% 以上的年增长速度上升。伴随着呈级数发展的现代信息技术，电子商务必将取得更大更快的发展。

#### 2. 我国电子商务发展概况

电子商务是新兴的商业运营模式。在经济全球化和开放式网络环境下，电子商务将传统的商务流程电子化、数字化，代表了企业运营的未来趋势，引导形成了新时代的消费模式。在当前我国面临发展方式转型和产业结构调整形势下，电子商务作为以技术创新拉