

EM

高等院校经济、管理类专业
“十一五”规划教材

Introduction to E-commerce

电子商务概论

主 编 唐海仕



中南大学出版社

www.csupress.com.cn

EM

高等院校经济、管理类专业
“十一五”规划教材

Introduction to E-commerce

电子商务概论

主 编 唐海仕
副主编 曹 毅 王长富 袁学军



中南大学出版社

www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/唐海仕主编. —长沙:中南大学出版社,2010.6
ISBN 978-7-5487-0023-4

I. 电... II. 唐... III. 电子商务-概论 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 087972 号

电子商务概论

主 编 唐海仕

副主编 曹 毅 王长富 袁学军

☐责任编辑 陈雪萍

☐责任印制 文桂武

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-88876770

传真:0731-88710482

☐印 装 长沙市华中印刷厂

☐开 本 787×960 1/16 ☐印张 14.75 ☐字数 302 千字 ☐插页

☐版 次 2010 年 6 月第 1 版 ☐2010 年 6 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 978-7-5487-0023-4

☐定 价 24.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

内容简介

本书根据电子商务教学的需要,结合电子商务运作的规律,参考国内外优秀的论著和文献,从电子商务基于应用的原则出发来编写的,介绍了电子商务的概念、基本模式、技术基础和安全技术以及网络营销、电子商务物流、电子支付和电子商务网站建设等内容,为电子商务初学者提供完整而详尽的电子商务基础知识。

本书共有 8 章。第一章介绍电子商务基础知识;第二章介绍电子商务技术基础;第三章介绍电子商务安全技术;第四章介绍电子支付及电子货币;第五章介绍网络营销;第六章介绍电子商务与物流知识;第七章介绍如何建立电子商务网站;第八章介绍电子商务法律规范。

本书结构严密,取材新颖,内容丰富,通俗易懂,可作为经济与管理专业以及相关专业本科生电子商务课程的教科书,也可作为高职或成人教育专业专科生或从事电子商务实际工作的相关管理人员和技术人员及对电子商务有兴趣的社会人士的参考书或培训教材。

前言

当代的信息技术，特别是以 Internet 为核心的网络技术的发展与应用，使社会步入了全新的网络经济时代。电子商务作为网络经济时代适应网络虚拟市场发展的企业经营管理新模式，将突破传统商务模式，改变传统竞争规则。电子商务改变传统的买卖双方面对面的交流方式，打破了旧的经营管理模式，可以使企业在世界范围内为用户提供每周 7 天、每天 24 小时的全天候服务。电子商务大大方便了我们的生活，大大提高了企业和政府运作的效率，降低了成本。

当然，电子商务作为新的应用，人们还有很多感到疑惑的东西。人们想知道电子商务是怎样运作的，想了解电子商务是怎样配送货物的，想认识电子商务的安全是怎样得到保障的，想知道企业是如何实现电子商务的。作为一门电子商务的入门书籍，我们从大家所关心的基本问题出发，详尽地阐述了电子商务的来龙去脉，为大家认识、学习电子商务提供一个良好的平台。通过该书的学习，为电子商务初学者奠定坚实的专业基础。

电子商务作为信息技术与经营管理活动的融合，它要求学生既要懂一定的信息技术，同时更多的是掌握企业经营管理知识。因此，本书从企业经营管理角度出发，既突出了电子商务最核心的问题——“商务”，又兼顾了它的信息技术基础。本书的特色有以下几点：

1. 商务化。在“电子”与“商务”这两个词中，本书更注重“商务”。本书是针对非信息技术背景学生编写的教材，从经营管理角度来介绍电子商务如何在信息技术基础上经营和运作。

2. 实用性。电子商务是一门实践性很强的学科，本书通过多种案例分析使读者了解电子商务的基本框架和应用。

3. 系统性。本书按照电子商务内在的体系，采用理论联系实际、技术结合商务原则，系统地介绍电子商务知识。

在本书出版过程中，中南大学商学院樊相如教授、中南大学高等职业技术学院廖耘院长，史建权副院长、湖南女子大学刘向阳副教授、中南大学成教学院刘建武主任对本书的编写提出了宝贵意见。在此，对他们的帮助表示衷心的感谢！感谢中南大学成教学院领导的大力支持！

由于作者的水平和能力有限，书中的错漏与不足之处在所难免，敬请各位专家、读者批评指正。

编者

2009 年 11 月于长沙

目 录

第一章 电子商务概述	(1)
第一节 电子商务的基本概念	(1)
第二节 传统商务与电子商务	(3)
第三节 电子商务的分类	(6)
第四节 电子商务的基本组成	(8)
第五节 电子商务的基本应用模式	(9)
第六节 企业电子商务的基本框架	(11)
第七节 EDI 与电子商务	(12)
思考与练习	(15)
第二章 计算机与网络基础知识	(18)
第一节 计算机系统的组成	(18)
第二节 计算机硬件的基本组成	(18)
第三节 计算机软件的基本组成	(23)
第四节 计算机网络基础知识	(25)
第五节 通信技术	(32)
思考与练习	(36)
第三章 电子商务安全技术	(38)
第一节 电子商务安全概述	(38)
第二节 信息加密技术	(42)
第三节 防火墙技术	(49)
第四节 认证技术	(52)
第五节 电子商务安全交易协议	(61)
思考与练习	(65)
第四章 电子支付与电子货币	(68)
第一节 电子支付与电子货币概述	(68)

第二节 电子支付工具	(74)
第三节 网上银行	(83)
思考与练习	(89)
第五章 网络营销	(91)
第一节 网络营销概述	(91)
第二节 网络营销策略	(104)
第三节 网络广告	(119)
思考与练习	(126)
第六章 物流基础知识	(130)
第一节 物流的概述	(130)
第二节 电子商务与物流配送	(137)
第三节 电子商务与供应链管理	(145)
思考与练习	(154)
第七章 电子商务网站建设	(158)
第一节 电子商务网站的前期规划	(158)
第二节 电子商务网站的构成要求	(171)
第三节 电子商务网站的整体设计	(175)
第四节 电子商务网站的测试、发布与推广	(186)
第五节 电子商务网站的管理与维护	(194)
思考与练习	(196)
第八章 电子商务法律规范	(200)
第一节 电子商务对现代法律的挑战	(200)
第二节 电子商务法的调整对象、立法范围和作用	(202)
第三节 电子商务各参与方的关系	(204)
第四节 国外电子商务的相关法律规范	(206)
第五节 我国电子商务相关法律	(211)
思考与练习	(225)
参考文献	(227)

第一章 电子商务概述

第一节 电子商务的基本概念

一、电子商务的作用及特点

电子商务是运用现代通信技术、计算机和网络技术进行的一种社会经济形态,其目的是通过降低社会经营成本、提高社会生产效率、优化社会资源配置,从而实现社会财富的最大化利用。它是建立在全社会的“网络就绪”的基础上,利用信息技术实现社会商业模式、管理模式、组织结构的创新和变革,使全社会资源以透明、快捷、互动方式流动,带来整个社会生产经营活动价值链的改变。

决策者、企业乃至整个社会现在普遍认为,信息和通信技术处在影响所有国家的经济和社会变革的中心。通信技术和全球化这两者合力描绘出了一幅新的经济和社会画卷。这两者使整个企业和经济的运作方式发生了根本变化。

网络技术通过影响人类通信与交往方式,间接地对传统经济领域的生产、交换、分配和消费方式产生着微妙的影响,直到渗透、改造、重塑传统经济的运行模式以及社会经济价值标准与增值方式。因此,电子商务的发展将是一个从基础应用入手、循序渐进地推而广之、最终实现普遍应用的发展过程。

电子商务是新的经济增长点和增长动力。电子商务以低廉的交易成本、简化的贸易流程、超越时空限制的经营方式和由此带来的巨大利润,正成为传统企业追逐的热点,显示出了极强的生命力。同时,电子商务的应用将直接拉动信息产品制造业、信息服务业、现代服务业以及现代物流业的快速发展,成为新经济的增长动力。

二、电子商务的概念及内涵

综合各方面不同看法,结合我国电子商务的实践,可以将电子商务的概念作如下表述:电子商务系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类商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。这里的“利用信息技术”和“进行商务活动”都具有丰富的含义。

(1) 电子商务是一种采用最先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络,电子商务网络便会根据用户的要求,寻找相关信息

并提供给用户多种买卖选择。一旦用户确认,电子商务就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为卖方以较高的价格卖出产品,买方以较低的价格购入商品和原材料提供了一条非常好的途径。

(2) 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。

(3) 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。如果将“现代信息技术”看作一个子集,将“商务”看作另一子集,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互联网、内部网和电子数据交换在贸易方面的各种用途,如图 1-1 所示。

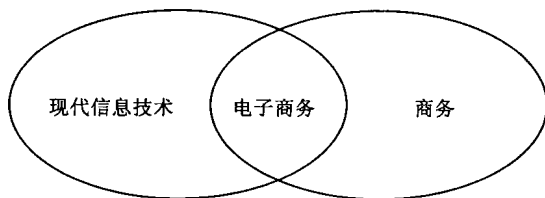


图 1-1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

(4) 电子商务不等于商务电子化。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。

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。所以,美国学者瑞维·卡拉可塔和安德鲁·B·惠斯顿提出:电子商务是一种现代商业方法,这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的,通过增加服务传递速度,改善服务质量,降低交易费用。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的买卖,未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路的无数网络中的任一网络进行买卖。

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础，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。

第二节 传统商务与电子商务

一、传统商务与电子商务的运作过程

1. 传统商务的运作过程

传统商务运作过程是企业具体进行一个商务交易过程中的实际操作步骤和处理过程，这一过程可分为以下三个部分：

- (1) 信息流：是指商务交易过程中的所有单据的流程。
- (2) 物流：是指商品的流动过程。
- (3) 资金流：是指交易过程中资金在交易双方及相关单位间的流动过程。

传统商务交易过程中的实务操作由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成。

(1) 交易前的准备：对于商务交易过程来说，交易前的准备就是供需双方如何宣传或者获取有效的商品信息的过程。商品供应方的促销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息。对于商品的需求者——企业和消费者来说，要尽可能地得到自己所需要的商品信息，来充实自己的进货渠道。因此，交易前的准备实际上就是一个商品信息的发布、查询和匹配过程。

(2) 贸易磋商过程：在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后，就开始进入具体的贸易磋商过程。贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证传递的过程。纸面贸易包括询价、价格磋商、订购合同、发货、运输、收货等，各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销策略管理要求及详细的商品供需信息。在传统商务活动的贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或邮寄等，因为传真件不足以作为法庭仲裁依据，所以各种正式贸易单证的传递主要通过邮寄方式进行。

(3) 合同与执行：在传统商务活动中，贸易磋商经常通过口头协议来完成，但在磋商过程完成后，交易双方必须要以书面形式签订具有法律效力的商务合同，来确定磋商的结果和监督执行，并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行仲裁。

(4) 支付过程：传统商务中的支付一般有支票和现金两种方式，支票方式多用于企业间的商务过程，涉及双方单位及其开户银行，现金方式常用于企业对个体消费者的商品销售过程。

2. 电子商务的运作过程

在电子商务环境下,商务实务的运作过程虽然也由交易前的准备、贸易的磋商、合同的签订与执行以及资金的支付等环节构成,但是交易具体适用的运作方法跟传统商务是完全不同的。

(1)交易前的准备:在电子商务模式中,交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的,双方信息的沟通具有较快和高效率的特点。

(2)贸易的磋商:电子商务中的贸易磋商是将纸面单证变成了电子化的纪录、文件和报文,并在网络上传递,专门的数据交换协议保证了网络信息传递的正确性和安全性。

(3)合同的签订与执行:电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性,并且在第三方授权的情况下,这些文件具有法律效力,在执行过程中产生纠纷时,可以作为仲裁依据。

(4)资金的支付:电子商务中交易的资金采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式,以网上支付的方式进行。

3. 传统商务与电子商务的比较

传统商务与电子商务的比较可以从信息提供、流通渠道、交易对象、顾客忠诚度、交易时间等几个方面进行比较,如表1-1所示:

表1-1 传统商务与电子商务的比较

项目	传统商务	电子商务
信息提供	根据销售商的不同而不同	透明、准确
流通渠道	企业→批发商→零售商→消费者	企业→消费者
交易对象	部分地区	全球
顾客忠诚度	(普通销售时)不固定	固定(购买方便、价格低廉)
交易时间	规定的营业时间内	24小时
销售方法	通过各种关系买卖	完全自由购买
营销活动	销售商的单方营销	双向通讯、PC、一对一
商品信誉	首选品牌	名牌虽然受欢迎,但主要看重商品的质量与价格
顾客方便度	受时间与地点的限制,还要看店主的脸色	顾客按自己的方式无拘无束地购物
顾客需求	需要用很长时间掌握顾客的需求	能够迅速捕捉顾客的需求,及时应对
销售地点	需要销售空间	虚拟空间(cyber space)

二、传统企业面临的变革

走向电子商务之路的传统企业必然会面临四方面的变革,即:技术的变革、结构的变革、流程的变革和文化的变革。

1. 技术的变革

目前互联网已经成为世界上最流行、最可靠的电子商务媒介。传统企业投身电子商务首先必须考虑全面采用互联网技术,无论是客户和市场之间的沟通、集团成员之间的沟通、企业内部沟通,还是供应市场、供应商、合作伙伴之间的沟通,都要尽量采用成熟的互联网技术。互联网技术的最大优势在于企业的电子商务系统可以拥有最大数量的用户,而不必逐个维护。在电子商务建设中,切忌没有整体的、集成的考虑,而选择点状的解决方案,即在每个环节(如销售、服务、生产、物流、供应等)采用不同的电子商务方案,相互之间无法沟通,在实际的电子商务建设中,必须要考虑建立整合的数据、信息中心。

现在传统企业往往用不同的系统解决不同的业务问题,如财务、进销存、生产管理、人力资源、客户服务等独立运行的管理系统。而在电子商务环境中,企业的经营数据是分散的,能够很准并快速地应对市场和客户需求。传统企业走向电子商务,必须采用互联网技术、数据整合技术、电子集成技术。

2. 流程的变革

企业作业流程的变革,源于企业必须提高整体效率去应对市场和客户,如提倡自助服务、积极实行企业内部电子化 workflow、加快信息搜索的及时性和完整性等。在市场管理、销售过程和客户服务环节,实现客户自助服务,可以以更低的成本提高客户满意度和忠诚度。企业流程的变革,还体现在企业今后要适应在电子交易条件下实现供销业务。在电子交易市场上的快速正面交锋,将取代传统背对背的竞争模式。

3. 结构的变革

企业结构,特别是大集团企业结构,为了适应电子商务和经济全球化的要求,必须重新调整。这种调整首先体现在经营环节(如销售、采购、支持等),必须精简机构,整合渠道,实现信息共享。在生产环节,要逐步快速适应按需生产,关键在于,前端捕捉了市场需求或接受订单,马上可以重排计划,在全球范围优化供应商管理,适应客户个性化生产要求,并实现高效发送产品。在行政环节,要深入研究并逐步适应企业电子商务的现实。此外,在市场活动、人力资源管理方面也要适应电子商务新环境,以更低的成本、更有效的方式开展业务。

4. 文化的变革

传统企业走向电子商务,意味着自己的商务半径在短时间内迅速放大,迫使企业的管理者转向全球性思维方式,意识到企业不再是某一个地区的或某个国家的,而是世界的。在传统经营模式下,一个企业想将自己的商务半径扩大到全国都是十分困难的,更不用说

融入全球经济。而从事电子商务，可以帮助一个企业最方便地实现这些目标，用全球性思维方式去思考，去实现一切生产经营活动。在互联网上，“现在”意味着 24 小时中的每个小时，没有了时空的距离，一切可以快速实现。

第三节 电子商务的分类

一、按照交易对象分类

按照交易对象分类，电子商务可以分为三种类型。

1. 企业与消费者之间的电子商务

企业与消费者之间的电子商务，即 B2C(business to customer)。电子商务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

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在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

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。例如，在美国，政府采购清单可以通过互联网发布，公司可以以电子化方式回应。同样，在公司税的征收上，政府也可以通过电子交换方式来完成。随着社会的发展，企业与政府方面的电子商务将迅速增长。

二、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。

1. 间接电子商务

间接电子商务活动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。

2. 直接电子商务

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。

直接和间接电子商务均提供特有的机会,同一公司往往二者兼营。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线直接进行交易,充分挖掘全球市场的潜力。

三、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。

1. EDI 商务

按照国际标准组织的定义,EDI 商务是将商务或行政事务按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理或文档数据格式,从计算机到计算机的电子传输方法。简单地说,EDI 就是按照商定的协议,将商业文化标准化和格式化,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。

EDI 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。相对于传统的订货和付款方式,EDI 大大节约了时间和费用。相对于互联网,EDI 较好地解决了安全保障问题。这是因为,使用者均有较可靠的信用保证,并有严格的登记手续和准入制度,加之多级权限的安全防范措施,从而实现了包括付款在内的全部交易工作电脑化。

但是,由于 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线,即通过购买增值网(value added networks, VAN)服务才能实现,费用较高;也由于需要有专业的 EDI 操作人员,需要贸易伙伴也使用 EDI,阻碍了中小企业使用 EDI。加之早期计算机昂贵,调制解调器(Modem)只有 300b/s,商品软件少,许多应用程序需要自行开发,因此只有大公司才有能力使用 EDI,这种状况使 EDI 虽然已经存在了 20 多年,但发展有限。近年来,随着计算机降价、Internet 网络迅速普及,基于互联网、使用可扩展标志语言(extensible mark language, XML)的 EDI(即 Web-EDI,或称 Open-EDI)正在逐步取代传统的 EDI。

2. 互联网商务

互联网商务是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通讯、多媒体、数据库技术为基础,通过互联网络,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满意的

商品和服务。

3. Intranet 商务

Intranet 商务是在 Internet 基础上发展起来的企业内部网,或称内联网。它在原有的局域网*网上附加一些特定的软件,将局域网与互联网连接起来,从而形成企业内部的虚拟网。Intranet 与互联网之间的最主要的区别在于 Intranet 内的敏感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内部 Web 网点,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,使企业各部门管理人员能够通过网络读取自己所需的信息,利用在线业务的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。

第四节 电子商务的基本组成

电子商务的基本组成要求有网络、用户、认证中心、物流配送、网上银行、商家等,其系统结构如图 1-2 所示。

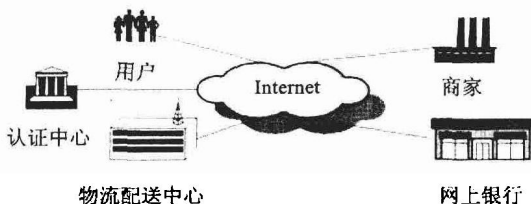


图 1-2 电子商务的基本组成示意图

一、网络

网络包括 Internet、Intranet、Extranet。Internet 是电子商务的基础,是商务、业务信息传送的载体;Intranet 是企业内部商务活动的场所;Extranet 是企业与企业以及企业与个人进行商务活动的纽带,本教材所阐述的电子商务是指在 Internet 上进行的商务活动。

二、用户

电子商务用户可分为个人用户和企业用户。个人用户,使用浏览器、电话等接入 Internet。企业用户,建立企业内联网、外部网和企业信息管理系统,对人、财、物、供、销、存进行科学管理。企业利用 Internet 网页站点发布产品信息、接受订单等,如要在网上进行销售等商务活动,还要借助于电子报关、电子报税、电子支付系统与海关、税务局、银行进行有关商务、业务处理。

三、认证中心

认证中心(CA)是受法律承认的权威机构,负责发放和管理数字证书,使网上交易的各方能互相确认身份。数字证书是一个包含证书持有人、个人信息、公开密钥、证书序号、有效期、发证单位电子签名等内容的数字文件。

四、物流配送

接受商家的送货要求,组织运送无法从网上直接得到的商品,跟踪产品的流向,将商品送到消费者手中。

五、网上银行

在 Internet 上实现传统银行的业务,为用户提供 24 小时实时服务;与信用卡公司合作,发放电子钱包,提供网上支付手段,为电子商务交易中的用户和商家服务。

电子商务的任何一笔交易都包含三种基本的“流”,即物流、资金流和信息流。物流主要是指商品和服务的配送和传输渠道。对于大多数商品和服务来说,物流可能仍然经由传统的经销渠道,而对有些商品和服务来说,可以直接以网络传输的方式进行配送,如各种电子出版物、信息咨询服务、有价值信息等。资金流主要是指资金的转移过程,包括付款、转账、兑换等过程。信息流既包括商品信息的提供、促销营销、技术支持、售后服务等内容,也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。

第五节 电子商务的基本应用模式

电子商务是从传统生产和经营活动中发展起来的,是集产品信息沟通、商务洽谈、合同签订、资金支付为一体的一种新的社会经济运作模式。在传统社会经济过程中,一直就存在两个经济类别,一个是企业之间的经济活动,一个是企业和个人消费者之间的经济活动。从经济活动来讲,无论是企业之间,还是企业与个人之间,只存在两种经济活动方式:一种是提供产品,一种是提供服务。

电子商务革新了传统经济活动的运作手段。因此,电子商务按照经济活动的类别来划分,分为 B2C 和 B2B 两个大类别。

一、企业与消费者之间的电子商务(B2C 模式)

企业与消费者之间的电子商务 B2C 模式,即企业通过网络为消费者提供一个产品或者服务的经营活动。

B2C 电子商务由四个基本部分组成,为顾客提供在线购物场所的网上商场、负责为客户所购商品进行商品配送的物流配送系统、货款结算的银行及认证系统。

网上商场也称虚拟商场,是商家直接面向消费者的场所,网上商场中陈列着琳琅满目的虚拟商品。虚拟商品的网页与实际商品不一样。实际商品是物理的实体,虚拟商品由文字和符号组成,只能看不能“摸”。目前有的网站将商品制成立体形式,消费者可以从不同的角度观察商品。这种商品有点接近真实商品的感觉。

物流配送体系是阻碍虚拟商场发展的一个主要瓶颈。商家根据配送范围的大小可选择不同的配送方式,近距离(本市)可用直接送货,远距离可用 EMS 或第三方物流。

支付方式决定了资金的流动过程,目前在 B2C 电子商务方式中主要的支付方式有送货上门付款、汇款方式和电子支付方式。①送货上门付款。这是最原始的付款方式。商家将商品交给客户,客户查验货物后以现金的方式支付给商家。例如上海书城、8848 等网站都支持这种付款方式。这种付款方式的优点是依赖于任何支付系统,很适用于偶尔购物的普通消费者。②汇款方式。汇款方式指客户在完成订单时,通过邮政系统或银行系统汇款,当商家接到汇款后,再将商品发给客户。这种支付方式有两个缺点:客户网上购物后需再到邮政系统或银行去一次;客户若对购买的商品不满意,调换起来非常麻烦。汇款方式适用于购买外地不易损坏的商品。③电子支付。指通过银行卡或信用卡完成支付。使用电子支付方式付款,已成为了电子商务支付的主流。

安全认证包括消费者身份确认及支付确认。在 B2C 电子商务模式中,消费者身份确认大多数采用电话和电子邮件确认。由于操作技术的复杂性,通过 CA 认证中心的身份确认,目前还不十分普及。

B2C 电子商务的购物流程如图 1-3 所示。

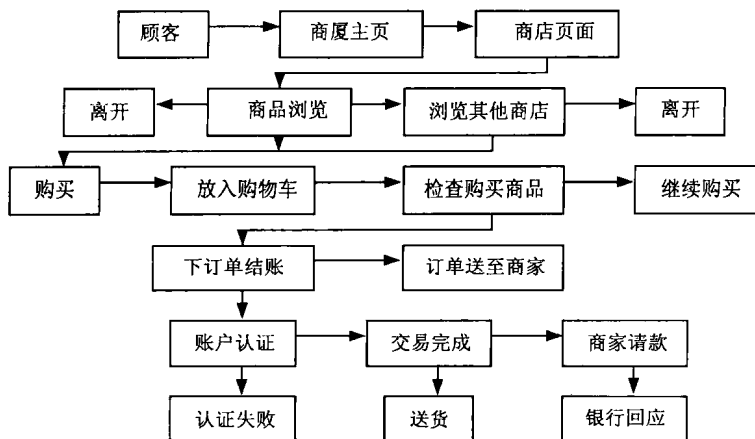


图 1-3 B2C 电子商务的购物流程