



电子·教育

中等职业学校电子信息类教材

电子商务专业

商务网站的建设与管理

向传杰 主 编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

本书配有电子教学参考资料包

<http://www.phei.com.cn>

中等职业学校电子信息类教材（电子商务专业）

商务网站的建设与管理

向传杰 主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书系统地介绍了开发和管理一个商务网站的基础知识,包括:电子商务概述;商务网站基础设施;企业商务网站的开发;一些基本的开发语言,如 HTML、ASP 和 Java 小程序等。同时介绍了如何对商务网站进行管理和维护。

本书适合于中等职业学校在校学生学习商务网站的开发和维护项目,也适合于那些具有一定程序开发经验和网站运营维护管理经验的读者使用。

本书还配有电子教学参考资料包(包括教学指南、电子教案、习题答案)。

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

商务网站的建设与管理/向传杰主编. —北京:电子工业出版社, 2004.9

中等职业学校电子信息类教材·电子商务专业

ISBN 7-5053-9962-4

I. 商… II. 向… III. 电子商务—网站—专业学校—教材 IV. ① F713.36 ② TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 084127 号

责任编辑:徐晓光 特约编辑:何 虹

印 刷:涿州京南印刷厂

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

经 销:各地新华书店

开 本:787×1092 1/16 印张:13.25 字数:339.2 千字

印 次:2004 年 9 月第 1 次印刷

印 数:5 000 册 定价:16.90 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。
联系电话:(010) 68279077。质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

前言



随着电子商务的迅速发展,电子商务网站的开发与维护是电子商务迫在眉睫的任务。目前,市面上关于电子商务的理论书籍非常多,专门介绍开发电子商务的一些工具书也很多,这些书大多理论性比较强,不适合于具有中级水平的读者;或专门介绍一种开发工具或技术,缺乏开发和维护一个实际商务网站的实战性。本书的编写力图将网站开发的基本理论用浅显的语言表达,并将其融入到一个个完整的商务网站开发和维护中去。

全书通过对电子商务的基础知识,电子商务网站开发的基础设施,一个商务网站 <http://www.haimai.com> 的开发,以及 HTML、ASP、Java Applet 等基本的网站开发技术的介绍,希望能给读者一个开发维护商务网站的整体思路,同时能够掌握基础开发技术。

本书介绍的网站 <http://www.haimai.com>,读者可以自己查阅,并随时可以查看相关的源代码。

本书理论讲解浅显易懂,通过阅读本书和实际浏览网站上的源代码,读者可以迅速掌握开发一个简单的商务网站的基本步骤和开发技巧,提高网站开发实战经验。

本书由向传杰、裴明涛和王怡柱执笔编写,所有程序代码由裴明涛和王怡柱开发和调试。向传杰同志毕业于北京理工大学信息技术学院计算机科学与工程系,具有丰富的电子商务、电子政务、ERP 及其他企业信息化项目的开发和管理经验。此外,续爽、曹鹤等同志对本书在编写思路和资料整理方面给予了很大的帮助,在此,对他们表示衷心的感谢。

为了方便教师教学,本书还配有电子教案、习题答案及教学指南(电子版),请有此需要的教师登陆华信教育资源网(<http://www.hxedu.com.cn>)下载或与电子工业出版社联系,我们将免费提供。E-mail: ve@phei.com.cn

由于时间仓促,再加上作者编写水平有限,书中难免会有一些缺陷和不足之处,希望广大读者不吝赐教。

编者

2004年5月



目 录



第 1 章 电子商务概述	1
1.1 引言	1
1.2 电子商务的概念和影响	1
1.3 电子商务的起源和发展	3
1.4 电子商务的特征	4
1.5 电子商务的功能	5
1.6 电子商务带来的新机遇	7
本章小结	9
习题 1	9
第 2 章 商务网站基础知识	10
2.1 TCP/IP 协议	10
2.1.1 TCP/IP 和 OSI	10
2.1.2 TCP 协议	12
2.1.3 IP 协议	12
2.1.4 网络地址	13
2.1.5 子网和子网掩码	13
2.1.6 基本协议介绍	14
2.2 Internet	14
2.2.1 Internet 的工作原理	15
2.2.2 域名	15
2.2.3 Internet 的服务	16
2.3 HTTP	18
2.3.1 HTTP 解释	18
2.3.2 几个重要概念	18
2.3.3 HTTP 工作原理	19
2.3.4 HTTP 协议状态码	20
2.4 万维网	20
2.4.1 Web 浏览器	21
2.4.2 IE 使用基础	21
2.4.3 IIS	28
2.4.4 IIS 的高安全性管理	29

2.5	Windows Server 2003	30
2.5.1	Windows Server 2003 的服务	31
2.5.2	Windows Server 2003 的 IIS6.0	31
2.6	网页制作工具	33
2.6.1	FrontPage	33
2.6.2	Dreamweaver	33
	本章小结	34
	习题 2	34
第 3 章	企业商务网站的开发	35
3.1	企业商业站点及其集成	35
3.2	影响商业站点创建的主要因素	37
3.2.1	网上销售的优势	37
3.2.2	企业从事的商务类型	37
3.2.3	冲浪者的需求特性	38
3.2.4	企业的产品特性	39
3.3	企业上网的理由	40
3.4	创建商业网站的重要步骤	44
3.4.1	商业网站建设最基本的步骤	44
3.4.2	需求分析	45
3.4.3	风格创意	50
3.4.4	首页的设计	53
3.5	海迈方舟网站系统	57
3.5.1	软、硬件选型	57
3.5.2	网站技术方案	58
3.5.3	应用软件子系统	60
3.5.4	项目的实施	60
3.6	海迈方舟网站后台系统	61
3.6.1	网站栏目管理	61
3.6.2	文章管理	63
3.6.3	栏目文章管理	66
3.6.4	账户管理	66
3.6.5	角色管理	66
3.6.6	网站权限管理	67
3.6.7	网站图片管理	69
3.6.8	发言信息管理	71
3.6.9	问答信息管理	74
3.6.10	弹出窗口信息管理	75
3.6.11	用户修改密码	76
3.7	网站的发布和推广	76

3.7.1	推广中的问题	76
3.7.2	中文网站推广	78
3.7.3	英文网站推广	83
3.7.4	E-mail 营销推广	83
3.7.5	结合网站的传统媒体推广	84
3.8	如何做商业网站项目策划	85
	本章小结	90
	习题 3	90
第 4 章	HTML 语言入门	91
4.1	HTML 语言的基本概念	91
4.2	HTML 中的文本标记	93
4.2.1	题目 (title)	93
4.2.2	标题 (h _n)	93
4.2.3	换行和分段	95
4.2.4	标线 <hr>	95
4.2.5	清单	96
4.2.6	字符属性	97
4.3	HTML 中的超链接	99
4.4	HTML 中的图片	100
4.5	HTML 中的表格	102
4.6	在 HTML 中加入声音	104
4.7	HTML 中的框架	105
4.8	HTML 中的表单	108
4.9	海迈方舟中 HTML 实例	110
	本章小结	116
	习题 4	116
第 5 章	ASP 语言入门	117
5.1	ASP 语言的基本概念	117
5.1.1	ASP 的特点	117
5.1.2	ASP 的运行环境	118
5.1.3	ASP 的语法和规则	118
5.2	ASP 的内置对象	126
5.2.1	Request 对象	126
5.2.2	Response 对象	130
5.2.3	Session 对象	133
5.2.4	Server 对象	134
5.2.5	Application 对象	135
5.2.6	Global.asa 文件	136
5.3	使用 ASP 访问数据库	138

5.3.1 使用 ASP 通过 ADO 访问数据库	138
5.3.2 留言板实例	139
5.4 海迈方舟中的 ASP	145
本章小结	150
习题 5	150
第 6 章 Java 小程序	151
6.1 Java 语言介绍	151
6.1.1 Java 语言的历史	151
6.1.2 Java 的特点	152
6.1.3 Java 虚拟机	154
6.1.4 Java 程序结构	154
6.1.5 Java 编程规则	155
6.2 Java 基本数据类型、标识符及关键字	157
6.2.1 Java 基本数据类型	157
6.2.2 Java 语言的标识符	158
6.2.3 关键字	159
6.3 表达式和运算符	159
6.3.1 赋值运算符	159
6.3.2 算术运算符	160
6.3.3 关系运算符与逻辑运算符	160
6.4 流程控制	161
6.4.1 条件控制语句	161
6.4.2 循环控制语句	163
6.4.3 Java 编码约定	164
6.5 Applet 技术	165
6.6 JBuilder 开发 Applet	166
6.6.1 基本开发步骤	166
6.6.2 程序结构分析	170
6.7 Applet 程序例子介绍	172
6.7.1 程序的开发过程	173
6.7.2 在网页上运行	176
本章小结	178
习题 6	179
第 7 章 网站的维护	180
7.1 Web 服务器的维护	180
7.1.1 Web 站点维护的重要性	180
7.1.2 Web 网站维护的内容	180
7.1.3 Web 网站管理工具	183
7.1.4 Web 站点维护的方法: Web 的主机服务	184

7.1.5 Web 站点域名管理策略	186
7.2 数据库的维护	188
7.2.1 数据库维护的重要性	188
7.2.2 利用 SQL Server 管理数据库	189
7.2.3 利用 SQL Server 维护数据库	189
7.3 海迈方舟网站的维护	190
7.3.1 空间租用	191
7.3.2 信息维护	191
本章小结	197
习题 7	198

第1章 电子商务概述

知识要点:

- 电子商务的概念
- 电子商务的起源和发展
- 电子商务的功能以及特征
- 学习电子商务以及商务网站开发管理的意义

1.1 引言

1994年,一个名叫 Jeff Bozos 的年轻人喜欢上了因特网。当时他还只是一个财务分析人员,他列举出了 20 种可能在因特网上畅销的产品,通过分析,他选择了图书。随后,他创办了亚马逊(Amazon.com)电子商务网站,年销售额超过 20 亿美元,回头客户超过 2 000 万。1998 年,亚马逊网站开始销售音像光盘和录像带,产品线不断扩展,现在可以提供各种日常消费品、家电和玩具等。由于持续关注并改进销售品的进货、销售和运输等环节,亚马逊网站已经成为电子商务领域最耀眼的明星。

1.2 电子商务的概念和影响

对于大多数人来说,电子商务(Electronic Commerce)就是在万维网上购物。其实,电子商务并不局限在万维网上购物,顾名思义,其内容包含两个方面:一是电子方式;二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通信方式,买卖双方进行各种商贸活动。

电子商务可以通过多种电子通信方式来完成。通过电话或发传真的方式来与客户进行商贸活动,似乎也可以称做简单的电子商务。但是,现在人们所探讨的电子商务主要是以 EDI(电子数据交换)和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟,电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的。所以也有人把电子商务简称为 IC(Internet Commerce)。

从贸易活动的角度分析,电子商务可以在多个环节实现,由此也可以将电子商务分为两个层次,较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等;最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 Internet 进行全部的贸易活动,即在網上完整地实现信息流、商流、资金流和部分的物流,从寻找客户开始,洽谈、订货、在线付(收)款、开据电子发票以至到电子报关、电子纳税等都能通过 Internet 一气呵成。

要实现完整的电子商务还会涉及很多方面,除了买家、卖家外,还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入。由于参与电子商务中的各方在物理上可以互



不谋面,因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版,网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

电子商务的主要功能包括网络广告、订货、付款、客户服务和货物递交等销售、售前和售后服务,以及市场调查分析、财务核计及生产安排等多项利用 Internet 开发的商业活动。电子商务的一个重要技术特征是利用 Web 的技术来传输和处理商业信息。因此有人称,电子商务=Web + IT。电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务指电子交易(e-commerce)。广义的电子商务不仅包括电子交易,而且包括通过电子方式进行的一切商业活动,如市场分析、客户联系、物质调配等,这可以叫做电子商业(e-business)。e-world 是一个更广泛的范畴,它着力反映了因特网和电子方式的活动将彻底改变人们的生活方式。

随着电子商务魅力的日渐显露,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,这些词汇也从另一个侧面反映出电子商务正在对社会和经济产生深远的影响。

(1) 电子商务将改变商务活动的方式。传统的商务活动最典型的情景就是“推销员满天飞”,“采购员遍地跑”,“说破了嘴,跑断了腿”;消费者在商场中筋疲力尽地寻找自己所需要的商品。现在,通过因特网只要动动手就可以了,人们可以进入网上商场浏览、采购各类产品,而且还能得到在线服务;商家们可以在网上与客户联系,利用网络进行货款结算服务;政府还可以方便地进行电子招标、政府采购等。

(2) 电子商务将改变人们的消费方式。网上购物的最大特征是消费者的主导性强,购物意愿掌握在消费者手中;同时消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者主权可以在网络购物中充分体现出来。

(3) 电子商务将改变企业的生产方式。由于电子商务是一种快捷、方便的购物手段,消费者的个性化、特殊化需要完全可以通过网络展示在生产企业面前。为了取悦顾客,突出产品的设计风格,制造业中的许多企业纷纷发展和普及电子商务,如美国福特汽车公司在 1998 年 3 月将分布在全世界的 12 万个电脑工作站与公司的内部网连接起来,并将全世界的 1.5 万个经销商纳入内部网。福特公司的最终目的是实现能够按照用户的不同要求,做到按需供应汽车。

(4) 电子商务将对传统行业带来一场革命。电子商务存在于商务活动的全过程中,通过人与电子通信方式的结合,极大地提高商务活动的效率,减少不必要的中间环节。传统的制造业借此进入小批量、多品种的时代,“零库存”成为可能。传统的零售业和批发业开创了“无店铺”“网上营销”的新模式。各种在线服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

(5) 电子商务将带来一个全新的金融业。在线电子支付是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件。随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及网上接服务、电子支票、电子现金等服务,将推动传统的金融业进入一个全新的领域。1995 年 10 月,全球第一家网上银行“安全第一网络银行”(Security First Network Bank)在美国诞生。这家银行没有建筑物,没有地址,营业厅就是首页画面,员工只有 10 人,与总资产超过 2 000 亿美元的美国花旗银行相比,“安全第一网络银行”简直是微不足道,但与花旗银行不同的是,该银行所有交易都通过因特网进行。

(6) 电子商务将转变政府的行为。政府承担着大量的社会、经济、文化的管理和服务的功能,尤其作为“看得见的手”,在调节市场经济运行,防止市场失灵带来的不足方面有着很大的作用。在电子商务时代,当企业应用电子商务进行生产经营,银行是金融电子化,以及



消费者实现网上消费的同时,将同样对政府管理行为提出新的要求。电子政府或称网上政府,将随着电子商务发展而成为一个重要的社会角色。

总之,作为一种商务活动过程,电子商务将带来一场史无前例的革命。其对社会经济的影响会远远超过商务的本身,除了上述这些影响外,它还将对就业、法律制度以及文化教育等带来巨大的影响。电子商务会将人类真正带入信息社会。

1.3 电子商务的起源和发展

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今天 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 UN/EDIFACT 标准被正式推出,并被国际标准化组织正式接受为国际标准 ISO9735。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,同年 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,中国成为联合国贸易网络组织的成员。

从 1980 年到 1998 年,世界 Internet 的使用人数按几何曲线增长。到 1998 年,全球上网人数已达到 1.13 亿人,估计到 2005 年,世界人口的 1/5,即 10 亿人口将使用 Internet。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 Internet 商业也是伴随着 Internet 用户的急剧增加而迅速发展的。Internet 商业这种迅猛发展的势头引起人们的众多推测。许多的调查公司和学者对未来 Internet 的市场潜力进行了预测。

IBM 公司的欧洲、中东、非洲网络电脑营业部副总裁汤姆逊预测,Internet 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 Internet 上实现的购物和服务交易额将不下于 10 000 亿美元。”电子商务已经站稳脚跟并将获得长足发展的事实是不容置疑的。伴随着呈几何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。

中国电子商务活动开展时间不长,但政府部门对此给予了高度的重视,因此电子商务的发展态势很好。从 20 世纪 90 年代初开始,相继实施了“金桥”、“金卡”、“金关”、“金税”、“金宏”、“金卫”、“金智”、“金企”等一系列“金字工程”。从 1994 年起,中国部分企业就开始涉足电子商务,并取得了喜人的成绩。今天,中国的电子证券交易覆盖全国,连接了全国 300 多家证券公司的近 2 600 个营业部,开户投资者超过 4 000 万户,最高日成交量达到 300 多亿元人民币,有力地保证了中国证券市场的发展。中国的电子金融结算系统联结着 600 多个地面卫星小站和 1 000 多个收发站,覆盖全国所有地级以上城市和 700 多个县,平均每天往来业务 5 万~6 万笔,大大提高了转汇效率,缩短了资金在途时间。中国民航电子订票系



统已经投入运行 12 年,1997 年通过该系统预定的机票达 5 560 万张,金额近 200 亿元人民币。1998 年 3 月 6 日,中国第一笔 Internet 网上电子商务交易成功。它是由世纪互联通讯技术有限公司和中国银行携手完成的。这标志着中国电子商务开始进入实用阶段。这些成绩都是在极其困难的情况下取得的,它显示了中国人民在开拓电子商务市场过程中的勇气和智慧。

电子商务已经向我们走来。抓住机遇,中国的综合国力将在 21 世纪挺进世界的最前列!随着 Internet 在中国的大规模普及,Internet 有望发展成为最广大、最深厚、最快捷的市场,也将成为传统商业最有力的挑战者。

1.4 电子商务的特征

电子商务的特性可归结为以下几点:商务性、服务性、集成性、可扩展性、安全性和协调性。

1. 商务性

电子商务最基本的特性为商务性,即提供买、卖交易的服务、手段和机会。网上购物提供一种客户所需要的方便途径。因而,电子商务对任何规模的企业而言,都是一种机遇。就商务性而言,电子商务可以扩展市场,增加客户数量。通过将万维网信息连至数据库,企业能记录下客户每次访问、销售、购买形式和购货动态以及客户对产品的偏爱,这样企业就可以通过统计这些数据来获知客户最想购买的产品是什么。

2. 服务性

在电子商务环境中,客户不再受地域的限制,像以往那样,忠实地只作某家邻近商店的老主顾,也不再仅仅将目光集中在最低价格上。因而,服务质量在某种意义上成为商务活动的关键。技术创新带来新的结果,万维网应用使得企业能自动处理商务过程,并不再像以往那样强调公司内部的分工。现在网上许多企业都能为客户提供完整的服务,而万维网在提高服务质量的过程中充当了催化剂的角色。企业通过将客户服务过程移至万维网,使客户能以一种比过去简捷的方式完成过去他们较为费事才能获得的服务。如将资金从一个存款户头移至一个支票户头,查看一张信用卡的收支,记录发货请示,乃至搜寻并购买稀有产品,这些都可以足不出户而实时完成。显而易见,电子商务提供的客户服务具有一个明显的特性:方便。这不仅对客户来说如此,对于企业而言,同样也能受益。

3. 集成性

电子商务是一种新兴产物,其中用到了大量新技术,但并不是说新技术的出现就必将导致老技术的死亡。万维网的真实商业价值在于协调新老技术,使用户能更加行之有效地利用他们已有的资源和技术,更加有效地完成他们的任务。电子商务的集成性,还在于事务处理的整体性和统一性,它能规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体。这样不仅能提高人力和物力的利用率,也提高了系统运行的严密性。为了帮助企业分析、规划其电子商务发展战略,指导设计和建立应用,更好地集成新旧资源,充分地利用已有资源,IBM 建立了一种可伸缩型的网络计算模型 NCF。这种模型是开放的,并且是在现实产品和丰富的开发经验的基础上提出的。



4. 可扩展性

要使电子商务正常运行,必须确保其可扩展性。万维网上有数以百万计的用户,在传输过程中,会不时出现高峰状况。倘若一家企业原来设计每天可受理40万人次访问,而事实上却有80万人次访问,就必须尽快配置一台扩展的服务器,否则客户访问速度将急剧下降,甚至还会拒绝数千次可能带来丰厚利润的客户访问。对于电子商务来说,可扩展的系统才是稳定的系统。如果在出现高峰状况时能及时扩展,就可有效降低系统阻塞的可能性。在电子商务中,耗时仅两分钟的重新启动可能导致大量客户流失,因而可扩展性可谓极其重要。

5. 安全性

对于客户而言,无论网上的物品如何具有吸引力,如果他们对交易安全性缺乏把握,他们根本就不敢在网上进行买卖。企业和企业间的交易更是如此。在电子商务中,安全性是必须考虑的核心问题。欺骗、窃听、病毒和非法入侵都在威胁着电子商务,因此要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,包括加密机制、签名机制、分布式安全管理、存取控制、防火墙、安全万维网服务器、防病毒保护等。为了帮助企业创建和实现这些方案,国际上多家公司联合开展了安全电子交易的技术标准和方案研究,并发表了SET(安全电子交易)和SSL(安全套接层)等协议标准,使企业能建立一种安全的电子商务环境。

6. 协调性

商务活动是一种协调过程,它需要雇员与客户、生产方与供货方以及商务伙伴间的协调。为提高效率,许多组织都提供了交互式的协议,电子商务活动可以在这些协议的基础上进行。传统的电子商务解决方案能加强公司内部相互合作,电子邮件就是其中一种。但那只是协调员工合作的一小部分功能。利用万维网将供货方连接至管理系统,再连接到客户订单处理,并通过一个供货渠道加以处理,这样公司就节省了时间,消除了纸张文件带来的麻烦并提高了效率。电子商务是迅捷简便的、具有友好界面的用户信息反馈工具,决策者们能够通过它获得高价值的商业情报,辨别隐藏的商业关系和把握未来的趋势。因而,他们可以作出更有创造性、更具战略性的决策。

1.5 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务,因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

1. 广告宣传

电子商务可凭借企业的Web服务器和客户的浏览,在Internet上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具(Search)迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网上主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内作广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而带给顾客的信息量却最为丰富。



2. 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件(E-mail)、新闻组(News Group)和实时的讨论组(Chat)来了解市场和商品信息,洽谈交易事务。如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(Whiteboard Conference)来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

3. 网上订购

电子商务可借助Web中的邮件交互传送网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍的主题上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息是否收到。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

4. 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号实施支付。在网上直接采用电子支付手段可省略交易中很多人员的开销。网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制来防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5. 电子账户

网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。而电子账户管理是其基本的组成部分。信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志。而其可信度需配以必要技术措施来保证。如数字凭证、数字签名、加密等手段的应用为电子账户操作的安全性提供了保障。

6. 服务传递

对于已付款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。无论货物是否在本地上,电子邮件都能在网络中进行物流的调配。最适合在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等,能直接从电子仓库中发到用户端。

7. 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页上的表单来收集用户对销售服务的反馈意见。这样能使企业的市场运营形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

8. 交易管理

整个交易的管理将涉及人、财、物多个方面,企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理。因此,交易管理是涉及商务活动全过程的管理。电子商务的发展,将会提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统,由此保障了电子商务获得更广泛的应用。



1.6 电子商务带来的新机遇

庞大的 Internet 将促使人们以全新的方式来进行各种业务活动,也将改变人们获取信息、互相交流、从事商务活动及其他业务的传统模式。凭借庞大的联网电脑,人们将能够提高工作效率,可以 24 小时不间断地工作,不仅能够在本国从事业务,也可以从事跨国业务,从而实现真正意义上的全球竞争。大公司可以通过 Internet 以更具人情味的方式把握商业机会,而小公司也可以像大公司一样开展业务活动。

近年来,随着 Internet 和网络计算技术的蓬勃发展,价格便宜并且深入各处的电子通道成为现实,电子商务也开始变得成本低廉、灵活机动并且无处不在。它为各种各样的企业,无论大小,不分“贵贱”地提供了广阔的商机,帮助他们节约成本,增加价值,从而扩展市场,提高效率并抓牢客户。电子商务获得长足发展的时机已经成熟。当前,传统的市场已经日趋成熟,如何进一步扩展市场?经营风险不断提高,如何进一步降低业务运作本身和发生业务前后的成本?市场竞争日趋激烈,如何抓牢现有客户?这些问题都困扰着企业。开展电子商务可以为上述问题提供答案。对于扩展市场份额和提高销售额,电子商务为企业提供了新的视角:例如企业不必耗费巨资就可以将业务扩展到全球;将销售业务的重点从烦琐的对客户的日常管理和具体的流程处理中解脱出来,着眼于战略高度的客户管理和挖掘销售潜力上面;电子商务 24 小时在线业务的模式,可以令企业以更快的速度进入市场,吸引到更多的业务伙伴,从而帮助企业占领更多的市场份额,卖出更多的东西。

在减少运作成本方面,电子商务可以使交易本身的费用大为降低。据统计,通过电子方式交货,可完成的结算和开发票的费用只是传统模式的 1/10。同时,进行客户服务与支持的费用也大大降低。另外,用电子商务方式开展业务,不必再印制、存储和分发大量的宣传资料,从而避免了因为产品更新而使旧资料变成废纸造成的浪费。电子商务的工作模式使企业的后端(生产制造,库存与财务等)和前台(客户,市场与销售等)紧密结合,企业可以随时了解客户需求,随时安排生产并随时付运,库存也就大为减少。

电子商务可以帮助企业更好地理解客户,提高服务质量。电子商务中信息的流动是动态的、实时的和多维的,从企业到用户,从用户到企业,甚至用户之间、企业之间随时可以互通有无。因此企业对用户的了解与认知更为清晰,对他们的需求可以提供更好的服务,从而将用户牢牢抓在手中。

随着世界经济一体化、全球化进程的加快,电子商务的应用对于扩大贸易机会、提高贸易效率、降低贸易成本、增强企业竞争力和应变能力有着不可估量的作用。目前,电子商务已经引起世界各国政府和企业的普遍重视,这是因为谁能进入以至控制电子商务网络和技术,谁就能进入国际市场,并占据较多的市场份额。

20 世纪 90 年代以来,一些发达国家,包括一些发展中国家,正在利用电子商务技术改变传统的经济模式和贸易方式,并因此获益匪浅。美国利用信息技术的领先优势,不仅支持了国民经济的增长,而且在国际贸易中占据了十分有利的地位。1999 年 1 月 1 日起,美国的政府采购行为已全部实行电子商务方式,并且将全面取消纸面单证。新加坡、欧盟等国家和国际组织也纷纷推出电子商务方案。这意味着如果中国的贸易方式不跟上世界潮流,不通过国际电子商务网络进行贸易,那么中国产品就将难以进入这些市场,或者说,即使已经进入这些市场也将被迫退出。



在中国经济结构中,对外经济贸易占据十分重要的地位。但是,中国的外经贸企业大多是中小型企业,国际竞争力比较弱。随着中国外贸体制改革的深化,越来越多的企业将走上国际市场。电子商务以其商业环节少、客户覆盖面广、信息含量大、传递速度快、储存时间长、表现力丰富和价格低廉等多方面优点,为企业提供了发展的空间。电子商务的应用向我们展示了广阔的发展前景。中国企业在扩大国内市场的同时,也应不失时机地拓展国际市场,这也是电子商务给中国企业带来的新机遇。

当前,电子商务已经成为一种符合人类进步趋势并得到广泛认同的新事物,它将对人类社会进行全方位的改造,在企业竞争、政府部门管理、研究机构的研究、民众的生活、教育以及娱乐等方面改变人类相互交往的方式,为人们展示了一个现实的全新的信息世界。在世界其他发达国家,电子商务正在成为一种潮流,经过十几年的发展,在发达国家里已经生根发芽,并开始结出丰硕的果实。欧共体各国和美国、新加坡政府都认为电子商务的发展是未来 25 年世界经济发展的一个重要推动力,各国政府均鼓励企业积极投身于电子商务的实践中,推动电子商务的发展。因此开展电子商务已是一种国际大趋势,在未来全球竞争面前一个企业如果跟不上时代步伐,就无法生存下去。Internet 在地球上已经形成了一个新的大陆,即“第八个洲”——虚拟洲,任何企业要发展,就要在这个洲上立足,就要应用电子商务这个新的手段去竞争。

由于电子商务的出现,传统的经营模式和经营理念将发生巨大的变化。电子商务将会创造巨大的效益和机会,会将市场的空间形态、时间形态和虚拟形态结合起来,将物质流、现金流、信息流汇集成开放的、良性循环的环路,使经营者以市场为纽带,在市场上发挥最佳的作用,得到最大的效益。可以肯定,电子商务的发展会带给我们一个经济更加繁荣的时代,对社会的进步和经济的变革产生深远影响。更重要的是,传统商业已面临一场新的革命,原有的商业格局有可能重组,商业企业和商业流通将出现变革。在变革过程中,有可能打破原有的差距,使大家站在同一起跑线上。尤其是对于发展中的中国商业来说,通过电子商务来实现飞跃确实是难得的机遇,如果抓住了机会就有可能较快地缩短我们与发达国家的距离。有人曾预测,21 世纪的世界经济中心将从欧、美转移到亚洲。但要使这个预测成为现实,Internet 及电子商务将成为改变世界经济旧秩序的最大动力。世界正在进入知识经济时代,信息流的作用日显重要。在国内外商贸活动中,应用电子信息技术,重视对信息流的有效管理和利用,已成为提高竞争力的一个重要手段。目前,在我国有相当一部分企业连入了 Internet,其中一些企业已拥有了自己的 HomePage 和万维网服务器,部分进行国际贸易的企业已能够熟练进行国际电子商务。信息技术和与之相关的电子商务已经成为中国企业在下一世纪超越世界的真正机遇。

在未来的几年中,基于电子商务的产品和技术一定会非常明显地占据市场。我国企业必须面对现实,抓住电子商务这个崭新的市场机会,及时调整方向,进行电子商务的投资。在电子商务这样一个现实的机会面前,谁能正确、及时地把握,谁就能成功,这是一个不可逆转的大趋势。