



高职高专“十一五”规划教材

电子商务实务项目教程

DIANZI SHANGWU SHIWU XIANGMU JIAOCHENG

徐敏 王蓓 主编



化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材

电子商务实务项目教程

徐 敏 王 蓓 主 编

彭振营 张 桓 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书按照项目教学方式编写,以电子商务岗位职业标准为依据设计教材体系,体现岗位职业技能要求,内容与国家电子商务师职业技能鉴定标准挂钩。本书共介绍 10 个项目,主要包括认识电子商务、电子支付、网上购物、C2C 网上开店、B2B 网上采购与销售、电子商务网站建设、网络营销、电子商务物流管理、电子商务安全技术、电子商务项目规划和建设等内容,并根据每个项目的具体内容与特点,合理设置工作任务。本书注重实践能力的培养,在每个项目后安排基本练习和拓展训练,加深学生对课堂内容的理解,巩固所学的知识,掌握基本的应用方法。

本书既可作为高职高专、成人高等院校电子商务、计算机及相关专业的教材,也可作为广大电子商务爱好者自学的入门教材,还可以作为电子商务技能鉴定参考教材和企业电子商务知识岗位培训教材。

电子商务项目教程

主编 王蓓

副主编 王蓓 王蓓

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务项目教程/徐敏,王蓓主编. —北京:
化学工业出版社, 2010.7
高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-122-08796-6

I. 电… II. ①徐… ②王… III. 电子商务-高等
学校:技术学院-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 106603 号

责任编辑:王听讲

文字编辑:廉 静

责任校对:顾淑云

装帧设计:刘丽华

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:三河市延风印装厂

787mm×1092mm 1/16 印张 18¼ 字数 475 千字 2010 年 8 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 34.50 元

版权所有 违者必究

前言

全球一体化和信息化进程的加快,特别是互联网技术的兴起对人们的社会生活影响最为广泛。电子商务是互联网技术的主要应用之一,电子商务活动已经成为人们日常生活与工作不可或缺的组成部分,电子商务使传统意义上的服务、商务发生了理念上的变化,引发技术上的改变,形成一种全新的营销方式。

本书按照项目教学方式编写,每个项目都经过精心设计,共介绍了 10 个项目,主要包括认识电子商务、电子支付、网上购物、C2C 网上开店、B2B 网上采购与销售、电子商务网站建设、网络营销、电子商务物流管理、电子商务安全技术、电子商务项目规划和建设等内容。本教材体现以就业为导向,以培养高素质技能型人才为目标,强调基本知识和实用技能的融合,通过项目教学、任务驱动、分层指导、综合评价的方式组织和开展教学活动,每个项目由“任务引入”、“任务分析”、“任务说明”、“相关知识”、“任务实施”、“项目小结”、“基本练习”和“拓展训练”八部分组成,为掌握电子商务知识提供学习环境,实施“教做学一体化”的教学理念,重点培养学生的就业竞争力和发展潜力,逐步提升学生的职业素养,满足其劳动就业和持续发展的需要。

本书由潍坊职业学院徐敏和天津电子信息职业技术学院王蓓担任主编、策划并统稿,彭振营、张桓任副主编,张芳、蒋玉华、吴磊参编。其中徐敏编写项目一和项目三,张芳编写项目二,彭振营编写项目四和项目五,张桓编写项目六、项目十,王蓓编写项目七、项目八、项目九,蒋玉华和吴磊编写部分拓展训练。

本书以电子商务岗位职业标准为依据设计教材体系,体现岗位职业技能要求,内容与国家电子商务师职业技能鉴定标准挂钩。本书既可作为高职高专、成人高等院校电子商务、计算机及相关专业的教材,也可作为广大电子商务爱好者自学的入门教材,还可以作为电子商务技能鉴定参考教材和企业电子商务知识岗位培训教材。

本书内容已制作成用于多媒体教学的电子教案,将为使用本书的教师免费提供电子教案,需要者可以到化学工业出版社教学资源网站 <http://www.cipedu.com.cn> 免费下载使用。

本书在编写过程中,除借鉴了国内外电子商务理论研究和教学优秀成果之外,还征求了高职院校有多年电子商务教学和实践经验的教师的部分一线教师的意见,在此一并表示衷心感谢。由于编者水平所限,书中如有不妥之处,欢迎读者批评指正。

编者
2010 年 4 月

目 录

项目一 认识电子商务	1
【任务引入】	1
【任务分析】	4
【任务说明】	4
【相关知识】	5
一、电子商务概述	5
二、电子商务的分类	8
三、电子商务的应用领域	9
四、电子商务对社会的影响	12
五、电子商务在我国的发展	13
【任务实施】	15
任务一 亚马逊网上书店案例分析	15
任务二 海尔电子商务发展策略分析	17
【项目小结】	20
【基本练习】	20
【拓展训练】	21
项目二 电子支付	22
【任务引入】	22
【任务分析】	22
【任务说明】	22
【相关知识】	23
一、网上银行概述	23
二、电子支付概述	25
【任务实施】	32
任务一 网上银行的申请和使用	32
任务二 支付宝的申请和使用	42
任务三 财付通的申请和使用	54
【项目小结】	56
【基本练习】	56
【拓展训练】	57
项目三 网上购物	58
【任务引入】	58
【任务分析】	58
【任务说明】	58
【相关知识】	59
一、B2C 电子商务	59
二、C2C 电子商务	63

三、B2C 模式与 C2C 模式比较分析	67
【任务实施】	69
任务一 卓越网网上购物	69
任务二 淘宝网网上购物	75
【项目小结】	80
【基本练习】	80
【拓展训练】	80
项目四 C2C 网上开店	82
【任务引入】	82
【任务分析】	82
【任务说明】	82
【相关知识】	83
一、网上商店介绍	83
二、网上开店	84
三、网上商品销售	86
【任务实施】	88
任务一 在拍拍网开网上商店	88
任务二 申请淘宝网并销售商品	102
【项目小结】	107
【基本练习】	108
【拓展训练】	108
项目五 B2B 网上采购与销售	111
【任务引入】	111
【任务分析】	111
【任务说明】	111
【相关知识】	112
一、B2B 简介	112
二、B2B 的发展状况	113
三、B2B 交易流程	115
四、阿里巴巴简介	115
【任务实施】	119
任务一 阿里巴巴采购与批发操作流程	119
任务二 阿里旺铺设置	128
任务三 阿里巴巴竞价排名——网销宝	136
【项目小结】	142
【基本练习】	142
【拓展训练】	143
项目六 电子商务网站建设	145
【任务引入】	145
【任务分析】	145
【任务说明】	145

【相关知识】	146
一、电子商务网站概述	146
二、电子商务网站模式	148
三、电子商务网站分类	148
四、电子商务网站的体系结构	149
五、电子商务中的数据库技术	150
【任务实施】	151
任务一 电子商务网站的筹备	151
任务二 公司网站的整体规划	152
任务三 静态页面的制作	156
任务四 动态功能的实现	163
【项目小结】	176
【基本练习】	177
【拓展训练】	177
项目七 网络营销	178
【任务引入】	178
【任务分析】	178
【任务说明】	179
【相关知识】	180
一、网络营销概述	180
二、网络营销与传统营销的比较	185
三、网络营销目标市场的定位	187
四、网络市场调研	188
五、网络营销中的客户关系管理	192
六、网络营销策略分析	195
七、网络广告	198
【任务实施】	203
任务一 网络营销与传统营销的分析	203
任务二 网上问卷调查	205
任务三 网络营销策略分析	206
任务四 网络广告设计和制作	209
任务五 商务信息收集	214
【项目小结】	217
【基本练习】	217
【拓展训练】	217
项目八 电子商务物流管理	218
【任务引入】	218
【任务分析】	219
【任务说明】	219
【相关知识】	220
一、物流概述	220

二、电子商务与物流配送	222
三、物流模式与国际物流	225
四、电子商务供应链管理	227
五、现代物流信息技术	233
六、一般物流管理软件主要功能	235
【任务实施】	236
任务一 企业物流活动分析	236
任务二 物流模式的比较选择	237
任务三 电子商务供应链设计	239
任务四 网上快递操作	239
【项目小结】	241
【基本练习】	241
【拓展训练】	241
项目九 电子商务安全技术	243
【任务引入】	243
【任务分析】	243
【任务说明】	244
【相关知识】	244
一、电子商务安全概述	244
二、电子商务安全协议	246
三、电子商务安全技术	247
四、网络安全技术	254
【任务实施】	259
任务一 数字证书的安装和使用	259
任务二 数字签名系统的安装和使用	262
【项目小结】	263
【基本练习】	263
【拓展训练】	263
项目十 电子商务项目规划和建设	265
【任务引入】	265
【任务分析】	265
【任务说明】	266
【相关知识】	266
一、电子商务项目计划书的撰写	266
二、电子商务网站设计	269
【任务实施】	273
任务一 电子商务网站建设策划方案	273
任务二 电子商务项目网上创业	279
【项目小结】	281
【基本练习】	281
【拓展训练】	281
参考文献	283

项目一 认识电子商务

【任务引入】

通过以下这些现实生活中的情景，看看电子商务使人们的生活和工作都发生了哪些变化。

实例 1：网上购书

小明听说他喜欢的一位作家新近出版了一本新书，急欲想得到它。他从网上连到淘宝网（www.taobao.com），如图 1.1 所示，找到了这本书并查看了主要内容简介，非常喜欢，于是就在网上订购了这本书，第三天就收到了书，心里高兴极了。



图 1.1 淘宝网

实例 2：网上订花

到上海出差的北京某公司业务员小张，突然记起明天就是女朋友的生日，可因为工作一时半会儿也赶不回去，情急之中，他来到网吧，从网上找到国际鲜花网（www.gjhua.com），如图 1.2 所示，为在北京的女朋友订购了一束红玫瑰。第二天，小张接到女朋友从北京打来的电话，告诉他，她非常喜欢这份意想不到的生日礼物。

实例 3：网上订餐

一天晚上，一个公司某部门加班工作到晚上，大家都饿了。于是，他们从网上找到了永和大王网上快餐店（www.yonghe.com.cn），如图 1.3 所示，然后查看了餐厅提供的网上菜单，从中订购了几种食物。不一会儿外卖就给送来了，他们很快吃到所订购的热腾腾的食物。

实例 4：网上订票

一对夫妇打算在国庆节放假期间带着女儿出去旅游，于是他们从网上找到了携程旅游网站（www.ctrip.com），如图 1.4 所示，选择去云南旅行。他们同时在网上还查询了旅游路线、景点、

交通、餐饮、购物等方面的情况，最后，他们预订了到昆明的飞机票，出行前他们收到了机票，愉快地踏上了旅程。



图 1.2 国际鲜花网



图 1.3 永和大王网上快餐店

实例 5：网上银行

张老师在某职业学院工作，学院每月将她的工资直接存入她在招商银行的“一卡通”账户。那么，张老师只要登录招商银行网站（www.cmbchina.com），如图 1.5 所示，在计算机上经过一番操作，便可得知本月的工资数额。张老师一直在使用招商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。



图 1.4 携程旅游网

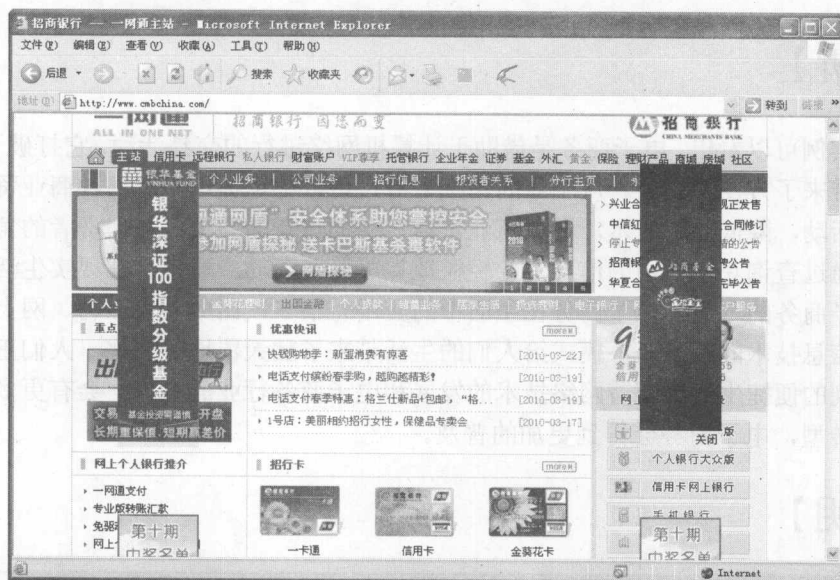


图 1.5 招商银行网站

实例 6: 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。高兴的是历经一年的辛苦，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，就会白忙一年。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，就通过中国果品网（www.china-fruit.com.cn）的果品市场发布了供货信息，如图 1.6 所示。各地的订货让赵大伯应接不暇。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。赵大伯高兴极了，夸女儿学电子商务真有用。

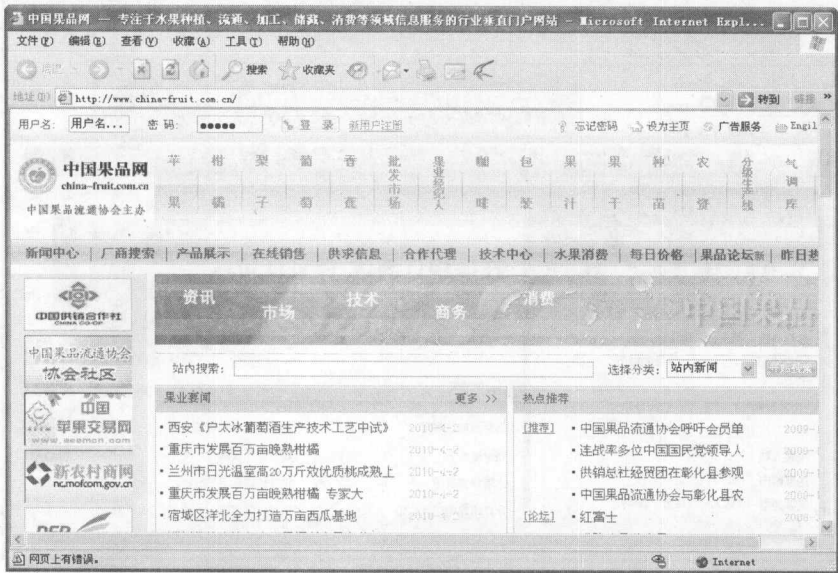


图 1.6 中国果品网

【任务分析】

从以上实例可以看出，电子商务是借助于计算机网络进行的交易活动，它打破了时空界限，给交易双方带来了方便和好处。从企业的角度来看，可以更迅捷地完成各种商业贸易、销售及采购等商务活动，降低经营成本，增加商业价值，并创造新的商机；从消费者的角度来看，足不出户也能通过查询获取详细的信息，并轻松地完成消费活动，通过这些现实生活中的电子商务来认识电子商务的本质。电子商务在生活中的应用有很多，比如网上应聘、网上租房等。这种基于网络信息技术的新型商务模式给人们的生活带来了翻天覆地的变化，人们正享受着过去连想也想不到的便捷生活。随着网络技术的发展和电子商务行业的完善，会有更多的传统行业向电子商务转型，电子商务会得到更加的普及。

【任务说明】

工作任务	知识目标	能力目标	操作流程
任务一 亚马逊网上书店案例分析	1. 电子商务与传统商务的区别 2. 电子商务的分类 3. 电子商务对社会的影响	1. 能够认识电子商务的形成与全球发展 2. 能够认识电子商务是一种新的商务模式	1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例
任务二 海尔电子商务发展策略分析	1. 电子商务的分类 2. 电子商务对企业的影响 3. 电子商务在我国的发展	能够掌握利用电子商务的手段加快企业发展，推动社会进步的商务思维方式	1. 阅读案例 2. 分组讨论 3. 代表发言 4. 总结案例

【相关知识】

一、电子商务概述

1. 定义

电子商务虽然正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活，但是至今也没有一个统一的定义。世人众说纷纭，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，给出了许多不同的表述，下面是几个比较有代表和权威的定义。

1997 年 11 月，在巴黎举行的世界电子商务大会上专家和代表对电子商务的概念进行了最权威的阐述：电子商务（Electronic Commerce），是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。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（共享数据库、电子公告牌）以及自动捕获数据（条形码）等。

HP 公司认为，电子商务简单地讲就是指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。

IBM 公司认为，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的活动，是在 Internet 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—种相互关联的动态商务活动。

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：“广义的讲，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。一般的讲，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。”

对电子商务的认识和理解因各国文化和发展差异不同而不同，但总的来说可以归结为以下的两种解释。

广义的电子商务（Electronic Business, EB）是指各行各业，包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化，可称为电子业务，包括狭义的电子商务、电子政务、电子军务、电子医务、电子教务、电子公务等。

狭义的电子商务（Electronic Commerce, EC）是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动，如企业与企业、企业与消费者利用计算机网络进行的商务活动，也可称为电子交易，包括网络营销、网络广告、网上商贸洽谈、网上购物、电子支付、电子结算等不同层次、不同程度的电子商务活动。

2. 产生的历史

早在 1839 年，人们就经常使用电话和电报的方式收发贸易信息，应该说，这是运用电子手段进行商务活动的开端。具有一定意义的电子商务活动应该说产生于 20 世纪 70 年代。1970 年美国银行家协会开发了无纸金融信息传递的全国结算系统，并提出了行业标准。自 1970 年以来，银行一直使用电子资金转账（Electronic Funds Transfer, EFT），EFT 是指通过企业间的通信网络进行的账户交易信息的电子传输。1975 年，第一个电子数据交换 EDI（Electronic Data

Interchange) 标准出台。电子数据交换是指一个企业把标准格式的计算机可读的数据传送到另一个企业。它的出现源于美国运输业, 原因是运输业流通量大, 货物和单证的交接次数多, 单证的交接速度慢。电子数据交换 (EDI) 和电子资金传送 (EFT) 是企业间电子商务的最早应用。按照具有代表性的不同技术, 可将电子商务的发展历程划分成四个阶段。

第一阶段: EFT 时代

20 世纪 70 年代, 银行间电子资金转账 (EFT) 开始在安全的专用网络上推出, 改变了金融业的业务流程。电子资金转账是指通过企业间通讯网络进行的账户交易信息的电子传输, 以电子方式提供汇款信息, 实现了电子结算。这是电子商务最原始和普遍的形式。例如在零售店的收款处使用的借记卡, 单位直接将工资转入各职工的银行账户等。

第二阶段: 电子报文传送技术

20 世纪 70 年代末, 电子商务以电子报文传送技术 (如电子数据交换 EDI) 的形式在企业内部得到推广。企业间交换的单据几乎在每笔交易中都包括同样的内容, 企业花费了大量的时间向计算机录入数据再打印出来后, 交易的对方又要重新输入这些数据。每笔交易中订单、发票和提货单的大部分内容都是一样的 (如商品代号、名称、价格和数量等), 不同企业的书面单据在表述这些信息时又有自己单独的格式。电子报文传送技术将这些信息转换成标准化的格式, 再以电子数据方式来传输, 企业就可以减少错误和重新录入的工作量、节省打印和邮寄成本, 简化了业务流程, 提高了自动化水平。

电子数据交换 (EDI) 使企业能够用标准化的电子格式与供货商之间交换商业单证 (如订单)。如果将电子数据交换与准时化生产相结合, 供货商就能将零件直接送到生产现场, 节约了企业的存货成本、仓储成本和处理成本。对于组织内部和组织之间的非结构化的沟通来说, 电子邮件 (1972 年诞生) 也发挥了相当重要的作用。采购人员也不再是购买价格最低的产品, 运用 EDI 技术, 争取在购买某一品种中最热销的商品时实现最大程度的节约。这种技术改进了购买行为, 降低了制造商和零售商双方的成本。

第三阶段: 联机服务

20 世纪 80 年代中期, 联机服务开始风行, 它提供了新的社交交互形式, 还提供了知识共享的方法, 如文件传输协议 FTP 和新闻组 Usenet (1979 年诞生)。这就为互联网用户创造了一种虚拟社区的感觉, 全世界的人都可以相互沟通。

第四阶段: WWW 应用

20 世纪 90 年代中期到现在, 互联网上出现了 WWW 应用 (1993 年诞生 Mosaic, 1994 年诞生 Navigator), 这是电子商务的转折点。WWW 为信息出版和传播方面的问题提供了简单易用的解决方案。WWW 带来的规模效应降低了业务成本, 它所带来的范围效应则丰富了企业业务活动的多样性。WWW 也为小企业创造了机会, 使它们能够与资源雄厚的跨国公司在平等的技术基础上竞争。新经济下的传统企业要保持其竞争优势必须重新考虑成本结构。

3. 功能

电子商务的起源和发展皆是社会生产的需要, 其功能也不断在更新、充实、完善, 为企业带来了革命性的变化, 为企业带来更多的机遇。对于企业来说, 电子商务的功能主要有以下八种。

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 上发播各类商业信息。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 中的邮件交互传送实现网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍的页面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的收悉。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漏。

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将可省略交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制,以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

⑤ 电子账户 网上的支付必须要由电子金融来支持,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,其可信度需配以必要技术措施来保证,如数字证书、数字签名、加密等手段的应用提供了电子账户操作的安全性。

⑥ 物流服务 对于已付了款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。而有些货物在本地,有些货物在异地,电子邮件将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,它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。

⑦ 交易管理 整个交易的管理将涉及到人、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,这样,能保障电子商务获得更广泛的应用。

⑧ 意见征询 电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样使企业的市场运营能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。

4. 优势

① 传统商务的局限性 传统的商务活动往往采取面对面直接交易或纸面单证往来传书的方式来进行。在传统的商务运作活动中,无论是柜台售货、开架自选,还是召开订货会进行商贸谈判,或借助纸面单证往来传书的方式询价与报价等,都是以直接或间接的物理接触来完成业务交易。人们在商场查看一件商品决定是否购买,试穿一件衣服,付现金购买;按照样品订购货物,签订合同,按合同规定交货、付款结算;填写一张保险单,购买国库券等。无论是面对面直接交易,还是通过信函等纸面方式交易,都是一种物理接触方式,这是传统商务的运作特点。

由于传统商务活动大部分依靠面对面及书面单证往来传递为主,使传统商务具有信息不完善、耗费时间长、花费高、库存占用大、生产周期长、客户服务不及时等局限性。

② 电子商务的优势 电子商务与传统商务方式相比具有明显的优势,可归结为以下几点。

- 高速高效,发展潜力巨大;
- 费用低廉,显著降低营运成本;
- 范围广,覆盖全球市场;
- 功能更齐全,服务更周到;

- 24 小时营业, 增加更多的商机;
- 使用更灵活, 交易更方便;
- 全面增强企业的竞争力。

5. 特性

电子商务与传统商务相比, 除了具有一般商务的基本特性之外, 还有以下突出的特性。

(1) 对网络的依赖性

电子商务是随着计算机网络的发展而发展起来的, 反过来电子商务也大大地促进了计算机网络的发展。比如银行的通存通兑的需求, 对银行的计算机网络的发展就起过关键性的促进作用。今天的电子商务是建立在全球性的 Internet 基础上的电子商务, 离开了 Internet 就谈不上电子商务。

(2) 全球性

它在地域上有高度的广泛性。由于电子商务是基于 Internet 上的, 而 Internet 是一个全球连接的极为庞大的互联网, 所以, 电子商务轻而易举地跨越了地域的限制, 成为全球性的商务活动。而传统的电子商务, 多以区域性为主, 仅一些跨国公司有全球性业务。使用基于 Internet 的电子商务, 中、小型公司只要上网就能经营全球性的业务。要解决的问题仅仅是语言问题, 以及采用统一的国际标准的问题。

(3) 快捷性

商务通信是开展商务活动的重要条件。传统的商务通信是通过邮件、报纸等印刷品或通过电台、电视台等广播方式来传递信息的, 这些方式的缺点是传递速度缓慢, 或只能单向传递, 效率较低。电子商务由于采用了计算机网络, Internet 的交互性使单向的通信变成了双向通信, 因此商务通信的速度大大加快, 使人们几乎可以用实时交互的方式来进行商务活动。

(4) 集成性

电子商务以计算机网络为主线, 对商务活动的各种功能进行了高度的集成, 同时也对参加商务活动的商务主体各方进行了高度的集成。它集成了如网上广告、网上洽谈、订货、收款、付款、客户服务、货物递交等各种商务活动功能, 还将客户、企业、分销商、银行、海关、税务部门等作为商务主体的各方, 仅仅集成在一起, 高度的集成性使电子商务进一步提高了效率。

(5) 安全性

电子商务的安全性问题, 也是一个完全不同于传统商务的特殊问题。电子线路的可窃听性、电子信息的可复制性, 以及互联网软、硬件目前仍存在的一些缺陷, 使人们对电子商务的安全大为担心。但是目前已经研究成功并在不断发展的安全电子商务, 能够很好地解决这一问题。黑客攻击、病毒侵害、网上欺骗、网上盗窃, 都是可以防范和拦截的。安全性是电子商务高速发展的重要保证。

二、电子商务的分类

1. 按交易主体分类

按交易主体可以分为 B2B、B2C、C2C 和 B2G 四种类型。

① 企业对企业的电子商务 (Business to Business, 简称 B to B 或 B2B) B2B 是在企业和企业之间进行的。例如, 某商店利用计算机网络向某电器工厂订购电冰箱, 并且通过网络付款。典型代表为阿里巴巴。

② 企业对消费者的电子商务 (Business to Consumer, 简称 B to C 或 B2C) B2C 是在企业与消费者之间进行的。这类电子商务主要是借助于 Internet 开展的在线销售活动。如亚马逊网

上书店,我国的卓越网、当当网、E网等。

③ 消费者对消费者的电子商务(Consumer to Consumer,简称C to C或C2C) C2C是指消费者与消费者之间的电子商务,涉及范围包括网上拍卖、旧货交易、艺术品交易等。如淘宝网、拍拍网、易趣等。

④ 企业对政府的电子商务(Business to Government,简称B to G或B2G) B2G是在企业与政府机构之间进行的。例如,政府采购清单可以通过 Internet 发布,公司可以以电子化方式回应。另外,政府通过电子交换的方式向企业征税等。

2. 按交易对象分类

按交易对象可以分为直接电子商务和间接电子商务,区分的主要标志是物流环节是在网上还是在网下进行。

(1) 直接电子商务的交易对象是无形商品和服务,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。直接电子商务能使双方完全在网上直接进行交易,充分挖掘全球市场的潜力。又称为完全电子商务或无形商品电子商务。

(2) 间接电子商务的交易对象是有形商品,它仍需要传统的物流配送,电子商务涉及商品是有形货物的电子订货,如鲜花、书籍、食品、汽车等,交易的商品需要通过传统的渠道如邮政业的服务和商业快递服务来完成送货,因此,间接电子商务要依靠送货的运输系统等外部要素,不能完全在网上传输。又称为不完全电子商务或有形电子商务。

3. 按电子商务使用的网络类型分类

根据开展电子商务业务的企业所使用的网络类型框架的不同,电子商务可以分为 EDI 电子商务、Internet 电子商务、Intranet 电子商务和移动电子商务四种类型。

① EDI 电子商务(Electronic Data Interchange,电子数据交换)。EDI是按照一个公认的标准和协议,将商务活动中涉及的文件标准化和格式化,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。EDI电子商务在90年代已得到较大的发展,技术上也较为成熟,但是因为开展EDI对企业有较高的管理、资金和技术的要求,因此至今尚不太普及。

② Internet 电子商务是指利用连通全球的 Internet 网络开展的电子商务活动,在因特网上可以进行各种形式的电子商务业务,所涉及的领域广泛,全世界各个企业和个人都可以参与,正以飞快的速度在发展,其前景十分诱人,是目前电子商务的主要形式。

③ Intranet 电子商务。Intranet 是在 Internet 基础上发展起来的企业内部网,它在原有的局域网上附加一些特定的软件,将局域网与 Internet 网连接起来,从而形成企业内部的虚拟网络,可以大大提高工作效率和降低业务的成本。Intranet 与 Internet 的区别在于 Intranet 内的敏感和享有产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护,它只允许授权者访问内部网点,外部人员只有在许可条件下才可进入企业的 Intranet。

④ 移动电子商务是基于通信网络和 Internet 网络技术,使用手机、个人数字助理(PDA)和掌上电脑等其他移动智能终端进行的交易、支付和认证等电子商务活动。与传统电子商务相比,拥有更为广泛的用户基础,因此具有极为广阔的市场前景。

三、电子商务的应用领域

电子商务可以应用于国内外贸易、金融、证券、咨询、运输、旅游、广告、新闻出版、加工制造等各个经济领域,发展潜力巨大。电子商务除了可以提高生产效率,降低生产成本和流通过费用,还能节约能源和其他社会经济资源,有利于自然环境保护和提高环境质量,促进教育