

人类出版活动的发展历史，同时也是一部出版技术发展史。

在信息化浪潮席卷之下，各国都高度重视信息化建设，并把信息化发展战略作为国家总体发展战略的重要组成部分。

我国国有图书发行企业 信息化建设研究

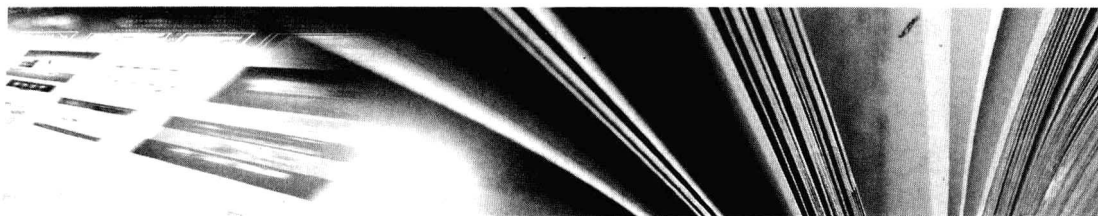
邹国彪 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

我国国有图书发行企业 信息化建设研究

邹国彪 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

我国国有图书发行企业信息化建设研究/邹国彪著. —广州: 暨南大学出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0260 - 6

I. ①我… II. ①邹… III. ①图书—出版发行—国有企业—企业信息化—研究—中国 IV. ①G235

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 153209 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 总编室 (8620) 85221601
 营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心
印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16
印 张: 12.25
字 数: 218 千
版 次: 2012 年 8 月第 1 版
印 次: 2012 年 8 月第 1 次
印 数: 1—1000 册

定 价: 28.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

序 言

进入 21 世纪，人类社会迎来了知识经济与信息时代。在波澜起伏的 20 世纪，计算机的发明和广泛应用、因特网的诞生以及随之而来的电子商务热潮，为人类社会带来难得的发展机遇。上个世纪 80 年代以前，谁也没有料到计算机、因特网及多媒体等信息技术会给世界各国的出版业带来如此巨大的冲击，会对出版业的发展产生如此巨大的影响。今天，各国出版发行行业在受惠于信息技术应用的同时，也正在为信息技术应用中出现的新问题烦恼。认真总结信息技术的应用规律，分析面临的问题并找出对策，是当前我国出版发行界普遍关注的问题，也是推动我国出版发行行业信息化建设的重要工作。

1962 年，美国科学哲学学者托马斯·库恩（Thomas Kuhn）发表了《科学革命的结构》，强调科学研究存在着今天我们所说的“范式”。当旧的“范式”不能解决新问题的時候，新的范式就会逐渐形成。托马斯·库恩的这种范式理论被商业分析家广泛采用，同时也被迅速运用到产业利润获取模式的研究之中。传统出版范式比较重视控制成本、质量与价格；新兴出版范式则提倡加快出版物交易过程，提高行业标准化水平和挖掘行业的核心价值。两种出版范式代表着两种不同的经营模式和运作规则。在创新思维的指引下，出版发行企业在出版物市场中全方位地努力寻找有价值的读者群，制定能够满足读者需求的整体解决方案（包括出版物生产与服务），使获取利润的方式不断增多，能力不断提升。这一切不仅与管理的思想和方法有关，而且与管理的技术和工具有关。随着信息技术的不断发展，网络、电子及多媒体等信息技术对出版产业的影响越来越大，出版产业创新

的机会也越来越多。从国内外出版发行企业成功运用信息技术的实践可以看出,学习和掌握信息技术,积极开展以信息化为核心的企业改造,是提高传统出版发行企业核心竞争力的有力举措。开展出版发行业信息化建设,加强出版企业的信息化改造,是国家新闻出版总署一直以来强调的中心工作。

2000年《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》早已明确指出:“信息化是当今世界经济和社会发展的趋势,也是我国产业优化升级和实现工业化、现代化的关键环节。要把推进国民经济和社会信息化放在优先位置。……要在全社会广泛应用信息技术,提高计算机和网络的普及应用程度,加强信息资源的开发和利用。政府行政管理、社会公共服务、企业生产经营要运用数字化、网络化技术,加快信息化步伐。”并且还特别提出,要“推动信息产业与有关文化产业结合”。由2000年3月14日第十届全国人民代表大会第四次会议批准的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》又进一步指出,“积极推进信息化,坚持以信息化带动工业化,以工业化促进信息化,提高经济社会信息化水平”。自那时起,开始于21世纪初的我国信息化建设上升到一个新的水平,出版发行行业的信息化建设也不例外。

信息化是国家综合实力的重要标志之一,出版发行业本身就是信息产业中的一个重要组成部分,是提供信息内容的服务型产业,所以出版业应该率先加快发展,应当互相协调,实现产品的数字化、流通的网络化、交易的电子化及管理的科学化。2002年,原新闻出版总署署长石宗源就指出:“全面推进新闻出版业信息化建设是我国新闻出版业发展的一项战略目标,我们的任务很重,也很艰巨。新闻出版业的信息化建设,应该进一步深化改革,不断创新,强调竞争和开放。只有创造一个竞争开放的信息化建设环境,才能充分发挥行业内外部的优势,为我们的工作服务。”经过十多年的发展,我国出版发行业信息化建设有了实质性的进步,众多出版、发行企业都先后建成了较先进的信息管理系统。但是也应该看到,我国出版发行业信息化建设中还存在不少问题。为了更好地推进我国出版业信息化建设,需要进一步加强对我国出版业信息化发展的研究,以便深化对信息化在出版发行业跨越式发展中重大意义的认识,探索加速发展出版发行业信息化的有效办法。

出版发行业信息化,不仅指信息管理的现代化,还包括资源利用的信



息化、生产管理的信息化、业务处理的信息化、读者服务的信息化以及市场营销的信息化等。按照产业链来说，出版发行信息化既有生产环节出版社的信息化，也有衔接生产与物流环节的信息化，更有直接服务广大读者的销售环节的信息化。其具体内容包括：用信息技术全面介入出版发行产业链的全过程，加速出版发行产业的结构调整，提升产业的生产力水平（从出版物选题策划、编辑加工、排版印刷、宣传推销、物流配送、分拣包装到库存管理、连锁经营、卖场管理等应用自动化设备、电子与网络技术设备）；应用电子信息技术不断开拓新的出版产品和领域，满足读者对新技术和新管理模式的需求，大力发展书业电子商务及数字出版等一批崭新的出版发行产业模式；不断提升出版发行业员工对信息、信息化、信息资源和信息技术的认识，使全行业树立靠信息化提升企业效益、提高工作效率与服务水平的理念。

信息化应用与发展研究一直是我国出版发行领域的重要研究课题之一。武汉大学信息管理学院出版科学系的师生是这个领域中的一支重要研究力量，自2000年以来针对信息化环境下我国书业物流、图书出版企业信息化评测体系的构建与实施、出版发行集团ERP系统、网上书店品牌创建与改善、我国出版社信息化建设、出版发行信息化建设和“两岸三地”书业网站信息服务比较等一系列课题撰写了有见地的学术论文。本书是武汉大学信息管理学院出版科学系博士邹国彪根据目前我国图书发行体制改革与信息化建设的现状，针对近些年国有新华书店系统在信息化建设中遇到的一些问题，撰写而成的学术著作。其从宏观和微观两个层面尝试构建我国国有图书发行企业信息化建设的模型。包括从政策、法律、机构改革和标准化等诸多方面对国有图书发行企业的管理体系进行优化，从而为继续推进信息化建设营造良好的环境；也包括企业文化建设，制定执行企业信息技术标准，开展ERP、CRM等技术应用，全面开展电子商务应用及介入数字出版物发行等具体措施。

国有企业的改革及信息化建设一直是我国各个行业的一个重点和难点问题。在新世纪信息化建设的进程中，如何妥善解决我国国有图书发行企业历史遗留的问题，适应经营环境的变化，应对信息技术的冲击，克服体制及经营机制方面的欠缺问题等等，是摆在我们面前亟待解决的问题。作者勇敢地选择了这一课题进行研究，既反映作者对自己所处行业的信息化建设问题的高度关注，也是因为作者自1991年从华中科技大学获得硕士学



位以来，一直在国有新华书店从事信息技术开发与管理工作，对行业的情况有较多的了解与感触。作者根据自己的工作经验与理论学习尝试构建我国国有图书发行企业信息化建设模型，并通过一些案例来阐明自己的观点，为继续开展国有图书发行企业信息化建设起到了抛砖引玉的作用，有较好的参考价值。

在图书发行体制改革深入发展和信息化建设水平不断提高的今天，我们需要更多有识之士关注和投入到这项伟大的工程之中，期待有更多的关于国有出版发行企业信息化建设的好思路、好构想，推动我国出版发行体制改革和信息化建设更加快速与健康地发展。

黄凯卿

2012年6月26日于珞珈山

目 录

序 言	1
第一章 导 论	1
第一节 研究意义和研究背景	1
第二节 国内外研究现状	4
第三节 研究内容与创新之处	14
第二章 我国国有图书发行企业信息化建设情况	17
第一节 图书发行企业信息化内涵	17
第二节 信息技术对图书发行业的影响	25
第三节 我国国有图书发行企业信息化历史	46
第四节 我国国有图书发行企业信息化现状	49
第五节 案例分析——湖南新华发行集团 ERP 系统建设	55
第三章 电子商务在我国国有图书发行企业信息化建设中的应用	69
第一节 图书发行业电子商务简介	69
第二节 我国国有图书发行企业实施电子商务的背景及必要性	72
第三节 图书发行业电子商务需求	80
第四节 我国国有图书发行企业如何实施电子商务	83
第五节 案例分析——湖南新华发行集团“图书发行电子商务示范工程”	90
第四章 数字出版对国有图书发行企业信息化的影响及对策	95
第一节 数字出版的定义、类型和发展现状	95
第二节 数字出版快速发展的原因	106
第三节 信息化是开展数字出版物营销的基础	115



第四节	开展数字出版物营销的可行性和策略.....	118
第五节	案例分析——湖南新华发行集团“数字出版内容集成分发平台”	122
第五章	我国国有图书发行企业信息化建设保障体系.....	126
第一节	企业流程再造.....	126
第二节	企业文化.....	134
第三节	IT 规划	147
第四节	行业标准化.....	157
第五节	宏观外部环境.....	164
第六节	企业内部信息化管理.....	169
图表索引	173
参考文献	175

第一章 导 论

第一节 研究意义和研究背景

一、研究意义

人类出版活动的发展历史，同时也是一部出版技术发展史。纵览人类出版活动数千年的历史，每一次重大变革都与技术进步密切相关。20 世纪 50 年代后，电子信息技术和计算机网络技术的飞速发展，把人类社会带进了一个崭新时代——信息时代。在信息化浪潮席卷之下，各国都高度重视信息化建设，并把信息化发展战略作为国家总体发展战略的重要组成部分。

进入 21 世纪，我国图书发行业进入了一个动荡阶段，面临越来越复杂的社会经济环境和巨大的竞争压力。未来 10 年，图书发行业将面临的主要不稳定因素有：全球化的影响，企业的改制重组，潜在竞争对手的冲击，教材、教辅市场的重新分割等。这些因素在信息技术作用下不断放大，将引起我国出版业的巨变，新的巨人将产生，新的产业结构和布局将形成。

面对信息化浪潮，我国图书发行企业做了什么？取得了哪些成绩？面临哪些主要挑战？还需要解决哪些主要问题？这些课题正是武汉大学信息管理学院承担的国家教育部规划基金项目“我国出版业信息化发展研究(05JA870008)”的重要研究内容。该项目以出版社和国有新华书店为主要研究对象，课题组成员通过深入调查、搜集资料，对我国出版发行业信息



化的现状和问题进行科学分析研究,总结经验,提出建议。本研究以该项目为基础,进一步从信息化建设、电子商务、数字出版和保障体系等方面分析我国国有图书发行企业信息化建设的现状并提出对策。具体而言,研究意义主要体现在以下几个方面:

首先,从信息化建设角度来说,有利于促使我国图书发行业实现跨越式发展。图书发行业是我国社会主义文化产业的重要组成部分,但是其产业规模并不大。虽然,从2003年国家推进文化体制改革开始,我国图书发行业稳步发展,主要经济指标都有很大提高,整个行业正在不断地向健康、成熟、理性的方向发展,行业整体实力不断增强,但是其在国民经济中所占比例依然较小。新闻出版总署课题组的统计数据显示,2006年,我国最大的41家大型出版集团总资产为933.52亿元,净资产为518.07亿元,资产负债率约为44.5%,销售收入为737.41亿元,税前利润为52.6亿元,平均每个出版集团的销售收入为18.9亿元,税前利润仅为1.35亿元。然而,同期德国贝塔斯曼公司相关业务收入高达136.57亿欧元(剔除其广播电视收入),^①两者之间的差距一目了然。要实现图书发行业的快速发展,必须用信息技术改造传统图书发行企业,通过推广和应用信息技术,实现传统经营管理向现代化管理转变、传统商务向电子商务转型。同时,要尽快介入数字出版物营销,找准自己在新型出版产业链中的位置,力求实现跨越式发展。

其次,有利于促进国家制定相应的政策,确保国家文化安全。新闻出版总署署长柳斌杰在2008年全国出版工作会议上所作的报告中提出:“要高举旗帜,高度重视意识形态方面工作,牢牢把握新闻出版工作的领导权、主动权。新闻出版业是意识形态的前沿阵地,是知识、文化和信息传播的主要载体,在引导社会舆论、巩固意识形态阵地、坚持社会主义先进文化前进方向、抵制各种错误思潮和腐朽文化的影响等方面,担负着神圣的社会责任。”^②当前,信息网络广泛普及,数字媒体飞速发展,思想文化传播速度之快、范围之广前所未有。在这种新的社会发展形势下,图书发行业维护意识形态安全和文化安全的任务相当繁重,只有顺应形势,制定有利于促进产业信息化的政策、措施,加强有关基础技术、行业标准的研究制定,探索信息化环境下图书发行产业发展的新思路,才能确保国家文化的安全。

① 中国图书出版网. <http://www.bkpcn.com>, 2007-04-02.

② 柳斌杰. 高举旗帜 全力推进新闻出版业大发展大繁荣. 中国报业, 2008(2): 5~16.



再次，有利于促进国有图书发行企业改制重组。经济全球化和出版物连锁经营的普及，推动国内形成了以省级新华书店为龙头的 20 多家大型发行集团。随着辽宁新华、四川新华、上海新华、安徽新华、湖南新华和天舟文化等发行集团的成功上市，大型图书发行企业改制上市如火如荼，资本市场对产业的撬动作用迅速显现，并购、整合来势凶猛，集出版和发行于一体的综合性出版集团不断产生。2009 年 12 月 29 日，四川新华文轩出资 9 800 万元与海南省财政厅合作，改造海南出版社，成立了海南出版社有限公司，这标志着国有图书发行企业开始向出版产业链上游延伸。企业改制重组必须依靠信息技术来整合资源和优化管控体系，实现新的产业布局。

最后，有利于国有图书发行企业未雨绸缪，制定长期发展规划。信息技术的发展直接导致媒体融合，模糊了出版、发行、印刷各传统出版产业链环节之间的边界，加快了广电业与出版业、传媒业与 IT 产业之间的整合。2009 年 1 月 7 日国家正式为中国移动、中国联通和中国电信三家运营商颁发 3G 牌照，标志着 2006 年提出的“三网融合”^① 战略走向实质性操作阶段，广电业和电信业分业经营的传统模式被打破，新兴媒体不断涌现，文化产业“核心层”与“外围层”的界限正变得越来越模糊。2008 年 7 月 23 日，谷歌 KONGLONG 正式上线，宣告全球最大的搜索引擎提供商谷歌正式进军内容产业。加上微软等 IT 巨头已涉足内容产业，广电业、传媒业、出版业相互融合，IT 巨头大举进入内容产业的势头已不可阻挡，传统的图书出版边界将不复存在，出版发行行业重新洗牌为时不远。面对这样的局面，我国国有图书发行企业将如何应对，如何确定未来的发展方向，需要予以研究并提供相应的理论支撑。

二、研究背景

出版是通过可大量进行内容复制的媒体实现信息传播的一种社会活动，它是在文字出现以后发展起来的。古代金文、石刻以及人工抄写、刻绘书籍，属于广义意义上的出版。^② 真正意义上的出版是随着印刷术的发明而产生的，至唐代中叶盛行。现代出版主要包含对图书、报刊、音像、电子和网络等媒

^① “三网融合”是指通过技术改造把计算机网、电信网和有线电视网整合成为统一的综合多媒体信息通信网络。“三网融合”是为了实现网络资源共享，避免低水平的重复建设，形成适应性强、容易维护、费用低的高速宽带的多媒体基础平台。

^② 吴永贵. 中国出版史(上册·古代卷). 长沙: 湖南大学出版社, 2008. 1.

体承载的内容进行编辑、复制、发行（或网络传播）三个方面的内容。

出版的内涵和外延，从来都与技术紧密相关。公元2世纪初，我国发明了纸张，文字载体发生了巨大变化，为书籍出版的发展提供了重要物质条件。公元7世纪，我国发明了雕版印刷术，于是有了印本书，开创了书籍出版的新时代，出版业开始出现。公元11世纪，毕昇发明了活字印刷术，书籍出版业又出现了一次突破性的飞跃。15世纪50年代，德国人谷登堡发明了以机械方法用铅活字印刷图书的技术，促使图书发行业朝着工业化方向发展。19世纪初，这种先进印刷术逐渐传入我国，我国现代图书出版发行业也随之逐渐形成。

20世纪70年代，一场以信息科技为主的科技革命在西方兴起，促进了计算机、微电子和通信技术的快速发展，使人类社会步入了信息时代。信息已成为比物质和能源更为重要的资源，以开发和利用信息资源为目的的信息经济活动迅速扩大，逐渐取代了工业生产活动而成为国民经济活动的主要内容。回顾人类社会历史，再也没有哪种技术像信息技术这样给人类经济和社会发展带来如此巨大的影响。以互联网为代表的新型信息技术日益成为改变人们生产、生活方式和价值观念的重要因素，它的发展和正在对人类的社会生活甚至社会结构产生重大影响，对社会成员提出新的角色期待，并对传统文化和价值观提出挑战。事实上，如今几乎没有哪个研究领域不受到信息技术的影响，正确认识和使用信息技术已成为每个社会科学家面临的新课题。作为人类社会生活中传播思想、普及知识、积累文化的图书发行活动，面对信息时代的滚滚浪潮，正在经受着凤凰涅槃般的洗礼。作为图书发行活动的主体，我国国有图书发行企业机遇与挑战并存。因此，笔者希望通过本研究，分析信息技术对图书发行业的影响，提出信息化建设的应对措施。

第二节 国内外研究现状

目前国内外对于图书发行企业信息化建设的研究主要集中在信息技术对图书发行企业内部经营和管理的影响、电子商务和数字出版三个方面。研究人员主要有高校的专家学者和研究生、行业内的从业人员、研究机构及政府主管部门。



一、信息技术对图书发行企业的影响

信息技术的发展对图书出版发行业产生了深远的影响，出版的所有涉及方包括作者、政府、图书馆、出版商和发行商都深涉其中。^①刘杲认为图书发行企业信息化的内容主要包括“门市部计算机管理、连锁书店联网、经营批发和零售网上书店”^②。

黄凯卿认为，20世纪80年代初微型机排版系统问世，是我国出版发行业信息化建设的开始。基于计算机的印刷出版技术发展历程可概括为四个阶段：第一阶段是“出版电子化”，主要指20世纪80年代中期的彩色桌面出版系统，包括数据录入、激光照排、页面排版、图像扫描、计算机联网、图像处理和整页拼版等；第二阶段是“采编一体化”，包括印刷信息采集、编排、发送、输出管理、人事行政管理和发行管理等。其功能有新闻采编、稿酬管理、资料检索、自动校对、信息服务、电子报刊、广告管理、图片管理、办公自动化、发行管理、客户服务和互联网信息利用等；第三阶段是“印前、印刷、印后一体化”；第四阶段是“传媒网络化”。网络应用使电子媒体数量快速增加，使书、刊、报及其他形式印刷传媒的电子化、数字化日益推广普及，如数字彩色无版印刷（DCP）、直接制版（TCP）、数码打样、电纸书（E-paper）^③、电子图书（E-book）、网络出版（Network Publishing）、按需印刷（POD）^④、新闻信息传播标准（NewsML）、个性化出版数据标准（PPML）、出版业信息在线信息交换标准（ONIX）等。图书发行业的信息化建设是从使用收款机开始的，然后是MIS（管理信息系统）的广泛应用，把书店的订货、进货、销售、调拨、存储与管理等发行业务环节连为一体，实现管理的信息化、自动化和智能化。^⑤

闫建华认为，目前图书发行企业计算机应用取得了如下成绩：推动图书发行企业由粗放型码洋管理向集约型品种管理转变；信息处理、传递现

① 杨贵山，种晓明．海外出版业概述．苏州：苏州大学出版社，2007.5～10.

② 刘杲．加快出版业信息化建设步伐．中国图书商报，2001-03-08；1.

③ 电纸书，是一种类纸电子阅读器，一般认为，电纸书特指使用e-ink显示技术，提供类似纸张阅读感受的电子阅读产品。它基于电子墨水最新显示技术，就像阅读纸书一样阅读电子书，舒适环保、不伤眼睛。同时还拥有大容量和便携性的特征。

④ POD（Print-On-Demand）：意为按需印刷，又称短版印刷、即时印刷、数码印刷。就是将书的内容数字化，然后在高速激光打印机上印制。

⑤ 黄凯卿．我国出版业信息化建设综述．出版科学，2002（增刊）.74～75.



代化促进了图书发行企业经营管理效率和质量的提高；生产作业自动化为图书发行企业树立整体形象创造了良好条件。^①

目前我国国有图书发行企业信息化建设面临的主要问题有：数据标准化、规范化方面滞后，行业标准化建设需要进一步加强；信息共享能力差，门市缺货与出版物库存积压、品种过剩与读者需求得不到满足的矛盾等问题突出，退货问题严重，库存压力巨大；企业内部信息化水平不高，没有建立适应信息系统的管理模式，没有对现有企业流程进行彻底改造，没有建立适应信息时代的企业文化，管理人员思想观念陈旧，人员素质不高等。

信息技术的普及，促进了图书发行企业生产经营各个环节效率的提升。MIS 系统、ERP（企业资源计划）^②、SCM（供应链管理）、CRM（客户关系管理）、POD 等系统和技术的应用，促使传统图书发行企业的战略模式、生产流程和管理方法都发生革命性的变化。流程更科学、管理更精细、反应更迅速、资源更节约的新型图书发行企业模式已经初具雏形。黑龙江大学研究生石晶撰文《网络环境下我国图书出版经营模式研究》，主要介绍在网络环境下我国国有图书发行企业应采取什么样的经营模式来提高竞争力，在企业战略方面作了一定的研究。对外经济贸易大学研究生闫建华在《我国图书出版发行信息化建设研究》一文中，针对如何利用信息技术来解决网络出版、按需印刷和电子商务环境下图书产业链信息不畅通的问题，设计了出版发行信息系统的具体解决方案。武汉大学研究生刘超在《我国出版发行信息化建设研究》一文中，就如何建立完善的出版发行信息系统以提高企业的管理水平和企业效益，以及企业信息化建设中要注意哪些问题等进行了深入研究，从微观方面剖析国有图书发行企业的信息化建设问题。黄凯卿教授的《图书发行自动化》、《我国出版业信息化建设综述》等著作就我国的图书发行企业的信息化建设的历史、现状、问题和发展趋势进行了全方位的研究。

二、电子商务对图书发行企业的影响

电子商务（Electronic Commerce）是一个新概念，它是指在计算机网络

① 闫建华. 我国图书出版发行信息化建设研究. 北京: 对外经济贸易大学硕士学位论文, 2002. 39 ~ 41.

② ERP 是 Enterprise Resource Planning（企业资源计划）的简称，是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件。



上通过互联网来采购、销售和交换产品、服务和信息的过程。

对于电子商务，目前还没有统一的定义。经济合作与发展组织（简称经合组织）（Organization for Economic Co-operation and Development, OECD）是较早系统研究电子商务的机构，它将电子商务定义为：利用电子处理和信息技术等电子化手段从事的商业活动，它遵循 TCP/IP 协议、WEB 信息交换标准等通信传输标准，并提供安全保密技术。OECD 的定义特别强调了 Internet 基础上的电子商务发展，但并不全面。^①

欧洲委员会于 1997 年对电子商务的定义是：“电子商务是以电子方式进行的商务交易。它以数据（包括文本、声音和图像）的电子处理和传输为基础，包含了许多不同的活动（如：商品服务的电子贸易、数字内容在线传输、电子转账、商品拍卖、协作、在线资源利用、消费品营销和售后服务）。它涉及产品（消费品和工业品）和服务（信息服务、财务与法律服务）；传统活动（保健、教育）和新活动（虚拟商场）。”^②

美国学者 Efraim Turban 在整合 Kalakota and Whinston 定义的基础上从实践角度对电子商务进行了定义：从通信观点看，电子商务是借助电话、计算机网络或其他任何电子媒体进行信息、产品或服务传递以及支付的过程；从企业流程观点看，电子商务是将电子技术应用于企业交易过程和工作流程以实现自动化的过程；从服务观点看，电子商务是传达消费者、企业和管理层需求，从而降低服务费用，提高产品质量和服务响应速度的过程；从在线的观点看，电子商务提供了通过互联网购买和销售产品、信息的能力，并提供其他在线服务可能；从合作观点看，电子商务是在组织内和组织间进行合作的框架；从社区观点看，电子商务为社区成员提供了一个学习、交流、交易和合作的集会场所。^③

有学者把电子商务分为广义的电子商务和狭义的电子商务。运用电子工具从事商务和活动称为广义的电子商务；而利用 Internet 从事商务和活动称为狭义的电子商务。

高峰认为，电子商务是掌握信息技术和商务规则的人，在经济高速发展的现代社会里，系统化地运用电子工具，以商品交换为核心，高效、快

① 刘劲松. 中国互联网环境与趋势分析报告. 北京: 清华大学硕士学位论文, 2003. 78.

② 刘劲松. 中国互联网环境与趋势分析报告. 北京: 清华大学硕士学位论文, 2003. 79.

③ [美] 埃弗雷姆·特伯恩等. 电子商务管理新视角 (第 2 版). 王理平, 张晓峰译. 北京: 机械工业出版社, 2003. 3 - 5.



速、低消耗地完成各种商务和活动的总称。^① 这个定义突出了电子商务的运用环境、核心目的、应用主体和使用手段,明确指出其应用的效果及对社会的影响,体现了时代性,是对电子商务较为严谨的定义。它从系统的观点出发,强调人在系统中的中心地位,将人与环境、人与工具、人与劳动对象有机地联系起来,用系统的目标、系统的组成来定义电子商务,从而使它具有生产力的性质。^②

我国较早研究电子商务的学者李琪把电子商务定义为:以商品交换为中心,系统化地利用电子工具,高效率、低成本地从事的各种活动。他强调的是以商品交易为中心的各种商务活动的电子化,使得对电子商务活动范围的定义过于狭小。

电子商务的特点表现在:电子商务将传统的商务流程数字化、电子化,以电子流代替了实物流,大大减少了商务活动中人力、物力的投入,降低了成本;另一方面电子商务突破了时空限制,具有明显的开放性和全球性的特点,成为现代社会商务活动的新标准。电子商务重新定义了传统流通模式,减少了中间环节,从而在一定程度上改变了整个社会经济运行方式。^③ 电子商务彻底突破了时空限制,为社会资源重新组合提供了广阔的舞台,从而改变了社会的经济结构和运行模式。^④

国内外学者对电子商务应用的研究,提出了很多模型和理论,如理性行为理论(TRA)、创新扩散理论(IDT)、技术接受模型(TAM)、任务技术匹配模型和计划行为理论(TAB)等,^⑤ 这些理论和模型涉及信息学、市场学、心理学、经济学和社会学等相关学科。研究内容主要集中在三个层面:技术层面、组织层面和环境层面。

技术层面研究的典型代表是美国学者 E. M. Rogers, 他在《创新扩散》(Diffusion of Innovations)一书中提出了创新扩散理论,他认为技术的相对优势、相容性、复杂性、可试验性和可观察性对电子商务应用有不同程度的影响。Nabeel Al-qirim 认为电子商务技术的相对优势、复杂性显著影响电子

① 高峰. 电子商务在中国移动采购中的应用. 北京:北京邮电大学硕士学位论文, 2007. 16~18.

② 高峰. 电子商务在中国移动采购中的应用. 北京:北京邮电大学硕士学位论文, 2007. 19~22.

③ 高峰. 电子商务在中国移动采购中的应用. 北京:北京邮电大学硕士学位论文, 2007. 23~25.

④ 马世韬. 电子商务环境下企业信息门户设计与实施管理. 大连:大连理工大学硕士学位论文, 2006. 40~41.

⑤ 刘茂长, 李柏洲, 孙冰. 电子商务技术扩散的相关理论和影响因素研究综述. 情报杂志, 2010(8). 18~22.