电子商务系列教材
DIANZI SHANGWU XILIE JIAOCAI

电子商务概论

Dianzi Shangwu Gailun

主　编　王　悦
副主编　马法尧

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

需要全本请访问 www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/王悦主编. —成都:西南财经大学出版社,2012.5
ISBN 978-7-5504-0636-0

Ⅰ.①电… Ⅱ.①王… Ⅲ.①电子商务—概论 Ⅳ.①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 082886 号

电子商务概论

主　编:王　悦

副主编:马法尧

责任编辑:李　雪

助理编辑:雷　彬

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网　　址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电　　话	028-87353785　87352368
照　　排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印　　刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm×260mm
印　　张	12.75
字　　数	255 千字
版　　次	2012 年 5 月第 1 版
印　　次	2012 年 5 月第 1 次印刷
印　　数	1—3000 册
书　　号	ISBN 978-7-5504-0636-0
定　　价	28.80 元

1. 版权所有,翻印必究。

2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前 言

电子商务是国民经济和社会信息化的重要组成部分。大力推进电子商务是转变经济增长方式，积极应对经济全球化挑战，提高竞争力的有效举措。近年来，随着全球信息技术的快速发展与互联网的日益普及，电子商务出现了良好的发展势头，应用初见成效，交易量不断增长。

编者于1999年开始接触互联网，并被其强大的信息服务功能所震撼，此后，亲历了互联网经济泡沫破裂以及我国电子商务浪潮的到来与快速发展。尤其是2004年12月，支付宝的横空出世，使阻碍我国电子商务发展的瓶颈——交易安全性问题得以解决，我国电子商务与互联网经济由此快速发展，企业与政府各界也逐渐意识到了网络信息技术的重要性。到目前为止，我国电子商务已经比发展初期有了质的飞跃，无论是上网人数、在线交易量还是互联网技术都已经上了一个新的台阶。然而，目前我国电子商务的发展与国外相比，还有比较大的差距，在电子商务发展过程中，还存在一些问题，比如，相关法律法规还不够健全，我国电子商务交易所依赖的社会信用体系还不够完善，许多电子商务网站的商业模式雷同等等。此外，我国电子商务的发展并不能完全照搬国外的模式，一定要发展有中国特色适应我国消费习惯和文化传统习惯的电子商务交易模式，比如，货到付款就是一种典型的具有中国特色的电子商务支付方式，它符合我国消费者的消费习惯和文化习惯。另外，我国第三方支付目前是一种比较安全的支付方式，它一方面提供了交易双方的在线支付平台了另一方面也起到了信用中介的作用。

本书基于电子商务各个方面的理论与笔者的相关实践，比较系统地论述了电子商务的相关基础知识，其理论性、实践性与现实性都比较强。本书基本内容如下：第一章是导论，是本书的概述部分，主要介绍了电子商务的定义，电子商务的要素和特点，电子商务的安全性与解决之道，电子商务的类型，电子商务的发展阶段，电子商务的国际特性以及电子商务研究的目的、内容、方法与环境建设等电子商务的基本内容。第二章是网络营销，主要介绍网络营销的定义与类型、网络营销的特点、搜索引擎营销等网络营销方式、市场细分、企业与顾客关系的生命周期、网络广告以及网络营销策略等内容。第三章是电子支付，本章主要介绍常用支付方式、典型的网上支付工具、我国电子商务环境下的支付方式、网上银行以及电子商务网上支付解决方案等内容。第四章是电子商务的商业模式，本章介绍了电子商务商业模式及其要素，重点

叙述了 B2C、B2B、C2C 等不同类型电子商务的商业模式，如阿里巴巴、腾讯、淘宝等不同类型电子商务企业的不同商业模式的主要类型和特点。第五章主要介绍了电子商务网站建设与相关技术，包括 Internet（互联网）概述、TCP/IP 协议、IP 地址与域名、万维网简介以及电子商务网站规划设计等内容。第六章介绍了电子商务物流，包括物流的定义与构成要素、电子商务中的四个流的关系、电子商务物流管理、传统物流与现代物流、电子商务物流的主要模式以及我国电子商务物流的现状与对策等内容。第七章介绍了电子政务，包括电子政务的概念与类型，电子政务的案例，电子政务的发展历程与应用，电子政务的国内外现状，以及电子政务在我国的最新发展等内容。第八章介绍了电子商务的法律与税收问题，包括安全性问题、知识产权问题、言论自由和隐私权的冲突以及电子文件的有效性问题等电子商务的法律问题以及电子商务交易中的税收问题。第九章介绍了移动商务。迄今为止，移动电子商务已经经历了三代。与传统的商务活动相比，移动商务具有显著优点，同时也存在一些问题，但通过信息技术的不断发展，移动商务在中国和其他国家将成为电子商务发展的又一个高潮。

本书注重理论与实践相结合，原理与技术相结合，融合了关于企业电子商务的战略决策、具体方法上的建议以及典范电子商务企业的案例，本书的论述基本涵盖了电子商务的方方面面，不但包括了电子商务的传统领域，更广泛地吸收了电子商务领域的最新发展和研究成果，如博客与微博营销、QQ 群营销等。本书由浅入深，循序渐进；重点介绍概念和方法，尽量做到理论联系实际。书中设置了案例分析、习题、小知识、新闻事件和参考书目与参考网址等，可供读者在分析案例、检验学习成果与实践操作时作为参考，进一步加深相关理论的掌握。本书既可作为高等院校电子商务专业和经济类、管理类、信息类等非电子商务专业的电子商务概论课程的教材，也可作为企业管理人员的培训教材、自学参考书以及电子商务师的参考书。笔者衷心希望读者通过本书的阅读，能够掌握电子商务的基础知识与各种战略技巧以及电子商务方案的制订与实施。

本书由王悦主编，马法尧担任副主编，牟绍波、吴怡峰、王浩参与编写。参与编写人员所做的主要工作如下：王悦编写第一章、第二章、第三章、第四章和第六章，马法尧编写第五章，牟绍波编写第七章，马法尧、王浩编写第八章，吴怡峰编写第九章；初稿完成后，由王悦和马法尧进行统稿，最后由王悦修改并最终定稿。由于时间仓促与编者水平有限，尤其是电子商务还处于不断发展当中，本书编写中的不足与欠妥之处在所难免，恳请广大读者不吝指正，笔者将衷心地感谢。

王　悦

2012 年 3 月 5 日

目 录

CONTENTS

■ 1 导论 …… (2)
1.1 什么是电子商务 …… (2)
1.2 电子商务的要素和特点 …… (9)
1.3 电子商务的安全性和解决之道 …… (12)
1.4 电子商务的类型与典型企业 …… (14)
1.5 适合电子商务交易的商品类型 …… (17)
1.6 电子商务的国际特性 …… (19)
1.7 电子商务与公共知识 …… (20)
1.8 电子商务研究的目的、内容、方法与环境建设 …… (23)
1.9 几个电子商务网站实例 …… (25)
本章小结 …… (26)
本章习题 …… (27)

■ 2 网络营销 …… (30)
2.1 市场营销 …… (30)
2.2 网络营销的概念及特点 …… (31)
2.3 网络营销方式 …… (32)
2.4 市场细分 …… (42)
2.5 企业与顾客关系的生命周期 …… (45)
2.6 网络营销策略 …… (46)
本章小结 …… (50)
本章习题 …… (51)

■ 3 电子支付 …… (54)
3.1 常用支付方式 …… (54)
3.2 电子支付概述 …… (57)
3.3 网上银行 …… (63)
3.4 电子商务网上支付解决方案 …… (66)
本章小结 …… (74)
本章习题 …… (75)

■ 4 电子商务的商业模式 …… (78)
4.1 商业模式及其要素 …… (78)
4.2 电子商务的商业模式 …… (79)
本章小结 …… (89)
本章习题 …… (89)

■ 5 电子商务网站建设与相关技术 …… (92)
5.1 电子商务网站概述 …… (92)
5.2 电子商务技术基础 …… (93)
5.3 电子商务网站建设 …… (101)
本章小结 …… (114)
本章习题 …… (115)

■ 6 电子商务物流管理 …… (118)
6.1 物流概述 …… (118)
6.2 电子商务物流管理 …… (124)
6.3 我国电子商务物流现状与对策 …… (136)
本章小结 …… (137)
本章习题 …… (138)

■ 7 电子政务 …… (142)
7.1 电子政务概念 …… (142)
7.2 电子政务的发展历程 …… (144)

7.3 电子政务的应用 …… (147)
7.4 我国电子政务的现状 …… (147)
7.5 国外电子政务的现状 …… (156)
本章小结 …… (159)
本章习题 …… (160)

■ 8 电子商务的法律和税收问题 …… (164)
8.1 电子商务的法律问题 …… (164)
8.2 电子商务的税收问题 …… (178)
本章小结 …… (184)
本章习题 …… (185)

■ 9 新兴电子商务模式 …… (188)
9.1 移动商务概况 …… (188)
9.2 移动商务服务内容 …… (189)
9.3 移动商务存在的问题与发展展望 …… (190)
本章小结 …… (191)
本章习题 …… (191)

■ 部分参考答案 …… (193)
■ 参考文献 …… (195)
■ 后记 …… (196)

1 导论

1.1 什么是电子商务

1.1.1 引入：日常生活中的电子商务

随着电子商务在我国的不断发展，我们的日常生活中的很多方面都可以借助电子商务完成。下面举例介绍日常生活中的电子商务。

实例一：国航网上订票业务

需要到外地出差或节假日旅游如果要搭乘中国国际航空公司航班的乘客不必亲自到航空售票处购票，可以访问中国国际航空公司网站（http://www.airchina.com.cn），按提示填表预定自己所要搭乘的航班，选择支付方式进行网上支付（如图1.1）。乘客凭有效证件和取票代号在机场取票登机。



图1.1 中国国际航空公司网站

实例二：当当网上书城的购书业务

购书者可以到当当网上书城（http://www.dangdang.com）选购图书（如图1.2）。将自己喜欢的图书放入购物车，然后点击购物篮下订单，选择送货方式与付款方式（当当的支付方式比较灵活：可货到付款也可网上支付），读者就可以在当当网站承诺的快递时间内收到自己喜欢的图书。



图 1.2　当当网上书城

实例三：网上金融业务

顾客可以在网上进行保险、证券和基金等金融业务交易。如消费者需购买保险，可以访问中国平安保险股份有限公司的网站（http://www.pingan.com），进行网上投保业务，省去在保险公司窗口排队办理的麻烦（如图 1.3）。消费者还可以通过平安证券频道办理股东账户的网上开户，在自己家中或办公室里进行网上股票交易业务。

网上基金交易也可以通过银行的网上基金交易平台进行，如工商银行的网上基金交易平台。



图 1.3　中国平安保险股份有限公司网站

实例四：网上银行

目前，国内各大银行都开通了网上银行，客户足不出户就可以办理账务查询、代交费、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 所示的是工商银行个人网上银行（https://mybank.icbc.com.cn/icbc/perbank/index.jsp）页面。



图 1.4　工商银行个人网上银行

实例五：网上农副产品交易

中国农副产品交易市场网站（http://www.caspm.com）有最新的农业动态、最快的农业信息报道，并且提供农副产品供需双方信息交流和网上签订合同（如图 1.5）。



图 1.5　中国农副产品交易市场网站

实例六：网络钟点工

网络钟点工是指在网络上受雇于雇主的一种非全日工作制的用工形式。网友一般以分钟、小时等为单位出售自己的时间为别人做事，收取报酬。这种“网络钟点工”通常是雇主在网络上付费，雇佣“网络钟点工”为自己做事，比如送花、买火车票、接人、送饭、临时看管小孩、陪人聊天等合法工作。网络钟点工的典型广告词为：为您服务，代做你需要的且合法的一切事情，以诚信求生存，只有你想不到，没有我做不到。

网络钟点工的业务范围很广，包括农场代摘种、卡丁车陪跑（如6元/小时）、电影和电视剧下载（如1.0元/集）、网络代写博客、代挂QQ或旺旺等、踩空间、网络秘书、QQ升级和抢车位等。

新闻事件：

网络钟点工出售时间受年轻人欢迎

说起钟点工，你可能很熟悉。但说起网络钟点工，可能很多人都不知道他们是干啥的。

据记者了解，“网络钟点工”多半是赋闲在家或有较多的空余时间，因而萌发出将自己的“剩余时间”以分钟、小时等单位出售的念头，为别人效劳并收取报酬。他们有的是专职的，有的是兼职。昨天，记者就采访了几位这新兴行业里的弄潮儿。

“也许您繁忙的工作需要我的分担，也许您的心事需要我的倾听……作为网络钟点工，我愿意用我热情的态度、诚信的服务、低廉的价格来满足您最大的要求。服务项目：文字录入、搜集资料、歌曲下载、图片上传、网上选物或网上聊天。每小时标价6元，服务时间请提前一天预约，工作时间不满一小时按一小时计算。”后面还附有电话号码和QQ号。近段时间，有的购物网站上出现不少这样的店主，他们网上接受订单，并提供相应服务，售卖的是自己的时间。拍下时间的买家可以要求对方在某时间内为自己打理网店、聊天或者做一些简单的文字工作。由于这些工作及交易行为是通过网络进行，所以这些卖家被网民们称为“网络钟点工”。

蒋欣就是个典型的“网络钟点工”，他大学放假后，每天无所事事，因此就想到网上赚外快——注册个网店，做起了网络钟点工。“我的业务范围比较宽泛，除了文字录入，搜集资料，歌曲下载，还能代挂QQ，帮忙写博客、踩空间等，只要是在网上能完成的，一般我都可以接单。当然，如果陪客户聊天，消遣时光，也未尝不可。”蒋欣告诉记者，有的时候他还会接到一些年轻办公室一族的求助，这种业务往往更容易来钱。

“现在很多年轻人喜欢玩农场游戏，怕自己的菜被人偷了，所以请我去农场‘盯梢’，这种活儿只要在网上闲逛时多个心眼就行了，赚钱挺容易的。”他说，最多的时

候一个月能赚3000多元钱。

据蒋欣介绍，虽然自己的工作看起来技术含量并不高，收费也相对低廉，但要得到他的服务，还得提前预约。“收费一般10分钟1元钱，半小时3元钱，30分钟以上1小时不到按1小时计算，包天、包月、包年，价钱可优惠。”据记者了解，目前和蒋欣一样有共同爱好的人不在少数，多半是学生和年轻的办公室一族。而操作的过程也不难，大抵和上淘宝购物一样。如果你也想尝试做做“网络钟点工”，那也不妨按照蒋欣的模式学一学。

怎样才能做网络钟点工？蒋欣说了他的几点经验：①注册一个属于自己的网店。②在“我是卖家”中发布“网络钟点工”的信息。③在“宝贝描述”中详细写明自己可以提供的服务类型，例如：网络聊天、文字录入、做资料表格等。④当顾客到来时，通过淘宝旺旺和顾客直接沟通，明确需要服务的内容和最终需要达到的效果，并保留聊天记录，以便以后查证。⑤等待对方付款到支付宝后，开始服务。⑥服务完毕后，通过支付宝完成最后的交易和评价。

资料来源于新民网

以上就是现实生活中的电子商务，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，为企业活动带来重大变革，从而推动企业的发展；从消费者的角度来看，足不出户能够24小时在线查询获取有关商品的详细信息，点击鼠标即可进行购物、付款，享受快递送货到家的服务，轻松完成消费。

1.1.2 电子商务的产生

1.1.2.1 传统商务发展的局限

传统商务的劳动工具往往是低效率和昂贵的，且传统商务活动大部分为面对面直接交易，耗费时间长，成本高，服务质量不高，市场局限性大。尤其是在传统商务的发展过程中，商品的供求关系从供不应求发展到供大于求，寻求更广阔的市场就成为必然。

因此，寻求一种高效率而低成本的新的商务工具和商务方式成为了传统商务发展过程中的必然趋势。

1.1.2.2 信息技术的发展和进步

随着信息技术的发展，通信技术、计算机技术和互联网技术不断更新和进步，到20世纪90年代，信息技术的发展和进步推动产生了网络经济，从而实现了传统商务向电子商务的跨越式发展。

新闻事件：华裔高锟获物理诺贝尔奖

2009 年诺贝尔物理学奖由高锟（Charles Kao）、韦拉德·博伊尔（Willard Boyle）和乔治·史密斯（George Smith）三人分享，他们将分享 1000 万瑞典克朗（约合 140 万美元）的奖金。其中高锟获得一半的奖金，另外两名获奖者平分另外一半奖金。

高锟 1933 年 11 月 4 日生于中国上海金山，曾任香港中文大学校长，并在英国标准通信实验室从事科研。高锟在 1964 年提出在电话网络中以光代替电流，以玻璃纤维代替导线。1966 年，他在标准电话实验室与何克汉共同提出光纤可以用作通信媒介。

“光纤之父”高锟发明的光纤电缆是本世纪最重要的发明之一。光纤电缆以玻璃作介质代替铜，使一根头发般细小的光纤，其传输的信息量相等于一条饭桌般粗大的铜“线”。它彻底改变了人类通信的模式，为目前的信息高速公路奠定了基础，使“用一条电话线传送一套电影”的幻想成为现实。

1966 年，高锟提出了用玻璃代替铜线的大胆设想：利用玻璃清澈、透明的性质，使用光来传送信号。对这个设想，许多人都认为匪夷所思，甚至认为高锟是疯子，神经有问题。但高锟成功论证了光导纤维的可行性。不过，他为寻找那种“没有杂质的玻璃”也费尽周折。为此，他遭受到许多嘲笑，说世界上并不存在没有杂质的玻璃。但高锟说：所有的科学家都应该固执，都要觉得自己是对的，否则不会成功。

后来，他发明了石英玻璃，制造出世界上第一根光导纤维，使科学界大为震惊。

高锟的发明使信息高速公路在全球迅猛发展，这是他始料不及的。他因此获得了巨大的世界性声誉，被冠以“光纤之父”的称号。高锟成功后几乎每年都获得国际性大奖，但由于专利权是属于所在的英国公司，他并没有从中得到多少财富。高锟倒是以一种近乎老庄哲学的态度说：“我的发明确有成就，是我的运气，我应该心满意足了。”

资料来源于 zlcn 网

1.1.3 电子商务的概念

为了理解电子商务这个概念，首先要了解商务活动的定义。

1.1.3.1 *商务活动*

一般来说，商务活动是涉及买卖商品的事务。一切买卖商品和为买卖商品服务的相关活动都是商务活动，显然，购物、广告等活动都是商务活动的范畴，商务活动具有盈利性的特点，即以盈利为目的的市场经济活动。

1.1.3.2 电子商务

电子商务是由电脑连线的电子化方式的商务活动，即在网上开展的商务活动。电

子商务活动既然是商务活动，显然也应该是以盈利为目的的市场经济活动。电子政务不以盈利为目的，但因为具有电子化方式的特点，因此，也可以当做一种特殊类型的电子商务。

简单来说，电子商务泛指通过电子手段进行的商业贸易活动。电子商务这个概念是从美国起源的，其英文名称为 E1ectronic Commerce（EC），有时也称为 Electronic Business（EB）。由于电子商务涵盖的范围很广，国内外尚无统一的定义。不同国家的组织、学者和研究机构对电子商务的定义不一样，下面列举几个国内外常见的定义：

（1）国内学者的定义。电子商务就是在网上开展商务活动。当企业将它的主要业务通过企业内部网（Intranet）、企业外部网（Extranet）以及互联网（Internet）与企业的职员、客户、供销商以及合作伙伴直接相连时，其中发生的各种活动就是电子商务[①]。

（2）国外学者的定义。The term electronic commerce is used in its broadest sense and includes all business activities that use Internet technologies. Internet technologies includes the Internet, the World Wide Web, and other technologies such as wireless transmissions on mobile telephones or a personal digital assistant (PDA).[②]（笔者译：电子商务这个术语包括所有利用互联网技术进行的商务活动。互联网技术包括万维网（WWW）以及其他技术，比如移动电话的无线传输技术以及个人数字助理（PDA）技术等。）

（3）国际标准化组织（ISO）关于电子商务的定义。电子商务（EB）是企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

（4）IBM 公司对电子商务的定义。电子商务（EB）是“网络计算”技术在各种企业、机构的相关关键业务中的具体应用体现。

（5）加拿大电子商务协会对电子商务的定义。电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账，它还包括公司间和公司内利用电子邮件（E－mail）、电子数据交换（EDI）、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能（如：市场营销、金融结算、销售以及商务谈判等）。

（6）惠普公司（HP）对电子商务的定义。电子商务（EC）是通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式，电子商务使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等价值的交换，是商家和客户之间的联结纽带。

（7）通用电气公司（GE）对电子商务的定义。电子商务（EC）是指通过电子数据交换以进行商业交易。

① 邵兵家．电子商务概论［M］．北京：高等教育出版社，2006：28.

② Gary P. Schneider．电子商务（英文版）［M］．北京：机械工业出版社，2006：5.

1.1.4 电子商务的发展阶段

电子商务的发展可以大致分为两个主要阶段：20 世纪 90 年代中期到 2000 年为第一个阶段，从 2003 年开始为第二个阶段。两个阶段我们分别称为电子商务的第一波和第二波。

电子商务的第一波中，很多互联网企业开始创立，由于电子商务是起源于美国，因此第一波的电子商务网站以英语为主，2000 年至 2003 年之间，网络泡沫破灭，大量的互联网企业倒闭、破产，电子商务的第一波结束。从 2003 年开始，互联网经济复苏，很多新的互联网企业开始创立，与从电子商务第一波幸存下来的企业一道进入电子商务的第二波。第二波的电子商务网站的主体不仅有美国人还有其他国家的人参与，因此，第二波中的电子商务网站的语言除了英语，还有其他国家语言版本的网站。比较电子商务的这两个发展阶段，除了所处的时间阶段和网站的主要语言类型不同之外，最大的区别就在于电子商务的第一波处于电子商务的最初发展阶段，受所需信息技术的限制，一般采用拨号上网方式，其网速比较慢，而电子商务的第二波中，出现了宽带上网，大大提高了网速，使得电子商务第二波的效率更高。

1.1.5 电子商务的实质和内容

可见，国内外各界对电子商务的定义并没有统一，而是从不同角度和立场加以概括。但在不同的定义中，电子技术和商务活动是电子商务必不可少的两个要素。可以说，电子商务就是通过互联网技术推动的买卖双方进行的跨时空商业交易活动，显然，为该交易活动过程服务的所有环节都应该包括在电子商务的范围之内，如广告等。因此，电子商务不仅仅只是商品或劳务通过网络进行的买卖活动，还涉及传统市场的方方面面。企业除了可以在网络上寻求消费者，还可以通过计算机网络与供应商、财会人员、结算服务机构、政府机构建立业务联系。从事在线销售活动的企业，以及通过网络连接的贸易伙伴们，其从生产到消费的整个过程的商务活动方式会逐步产生重要的变化，进而会影响那些尚未从事电子商务的企业改变经营方式。这样，电子商务使整个商务活动，包括产品生产制造、产品推广促销、交易磋商、合同订立、产品分拨、物流配送、货款结算、售后服务等一系列活动产生划时代意义的变化。

1.2 电子商务的要素和特点

1.2.1 电子商务的要素

1.2.1.1 网络基础环境——内联网、外联网、因特网

内联网（Intranet），是指一个组织内部通过使用 Internet 技术实现通信和信息访

问的方式。Intranet 是企业内部商务活动的场所。“Intranet”是一个合成词，“Intra”的意思是“内部的”，“net”是英文单词“network”的缩写，是指网络，因此，“Intranet”的含义就是“内部网”，由于它主要是指企业内部的计算机网络，所以也称企业内部网。从原理上来说，Intranet 其实就是功能比较全面的局域网，只是，在 Intranet 内部可以如同在 Internet 上一样收发电子邮件，进行 Web 浏览，当然这些操作都只限于在企业内部，并不能直接从 Internet 获取信息。

外联网（Extranet），是指一个公共网络连接了两个或两个以上的贸易合作伙伴，是一个用 Web 构建的商务系统，是企业对企业的 Web，是企业与企业、企业与个人进行商务活动的纽带，它可以被看做是一个能被企业成员或合作企业访问的企业 Intranet 的一部分，Extranet 是选择性地对一些合作者或公众开放的公共网络。

因特网（Internet）又叫做国际互联网，是指全球计算机网络的集合，是众多网络的互联，是商务信息传送的载体，是电子商务的基础。

1.2.1.2 电子商务用户

（1）个人用户。个人用户通过使用浏览器、电视机顶盒、个人数字助理、可视电话等手段接入 Internet，购买商品，获取信息和服务。在电子商务中，个人用户被称为 Customer（简称 C）。

（2）企业用户。在电子商务中，企业用户被称为 Business（简称 B）。企业用户通过建立企业内联网（Intranet）、外部网（Extranet）、企业管理信息系统（MIS）与互联网（Internet）上的在线商店，对人、财、物、产、供、销进行科学管理。企业可以利用其在线商店发布产品信息、接受订单以及网上销售等商务活动，还要借助电子报关、电子报税、电子支付等系统与海关、税务局、银行等部门进行有关商务的处理活动。

1.2.1.3 认证中心

认证中心（CA）全称为 Certificate Authority，它是受法律承认的权威机构，采用 PKI（Public Key Infrastructure）公开密钥基础架构技术，专门提供网络身份认证服务，负责签发和管理电子证书，且具有权威性和公正性的第三方信任机构，其所负责签发的电子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、发证单位的电子签名等内容的数字文件，就像网络世界的身份证，便于网上交易的各方能相互确认身份。

认证中心是电子商务交易安全的保障部门，是电子商务活动中不可或缺的一部分。电子商务是依靠网络进行的一种非面对面的商务活动，参与商务活动的双方出于交易安全的考虑希望能够确认对方的身份，身份识别是网上交易安全的首要问题，认证中心的产生正是迎合了这样一种需要。

1.2.1.4 物流中心

物流中心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（实体商