

高职高专规划教材

DIANZI SHANGWU JICHU

# 电子商务基础

---

李 哲 冷德伟 主编



冶金工业出版社

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

高职高专规划教材

# 电子商务基础

李 哲 冷德伟 主 编  
杨丽萍 张冠凤 副主编

北 京  
冶金工业出版社  
2007

## 内 容 提 要

本书从高职高专教育的特点出发,通过对电子商务的基本概念、基础知识和基本技能的介绍,全面系统地描述电子商务的轮廓和概貌。全书共分7章,主要包括电子商务概述、电子商务的框架模型、电子商务的技术基础、电子商务的网上支付、电子商务的网络营销、电子商务的物流配送、电子商务网站的建设等。

本书为高职高专教材,也可作为相关职业院校和职业培训教材或技术人员的参考书。

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/李哲等主编. —北京:冶金工业出版社,  
2007.2

高职高专规划教材

ISBN 978-7-5024-4207-1

I.电… II.李… III.电子商务—高等学校:技术  
学校—教材 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 015272 号

出 版 人 曹胜利(北京沙滩嵩祝院北巷 39 号,邮编 100009)

责任编辑 俞跃春 美术编辑 李 心

责任校对 卿文春 李文彦 责任印制 丁小晶

ISBN 978-7-5024-4207-1

北京兴顺印刷厂印刷;冶金工业出版社发行;各地新华书店经销

2007 年 2 月第 1 版,2007 年 2 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16; 12.75 印张; 336 千字; 191 页; 1—4000 册

25.00 元

冶金工业出版社发行部 电话:(010)64044283 传真:(010)64027893

冶金书店 地址:北京东四西大街 46 号(100711) 电话:(010)65289081

(本社图书如有印装质量问题,本社发行部负责退换)



# 前 言

随着我国社会主义市场经济的迅速发展,具有现代商务特点的电子商务迅速崛起,成为我国经济生活中的重要组成部分,在推动经济全球化、贸易自由化和信息现代化进程中发挥着越来越重要的作用。与此相适应,开设电子商务专业的高职高专院校也越来越多,培养了大批高素质的电子商务专门人才,成为现代商务活动中的主力军,进一步促进了我国电子商务事业的发展。

电子商务是信息技术与商务管理科学相结合的产物,作为一门新兴的学科,还处在不断地探索和发展之中。学习电子商务专业,既要掌握通过计算机网络开展商务活动的相关技术,又要全面了解现代商务活动的基本知识和规律。电子商务基础课是目前各类院校学生学习电子商务基础知识与基本技能的重要途径。因此,编写一本反映时代特色、紧跟电子商务发展新标准的电子商务基础教材显得极为必要。

本书编写的指导思想是从高职高专教育的特点出发,通过对电子商务的基本概念、基础知识和基本技能的介绍,全面系统地描述电子商务的轮廓和概貌。从电子商务专业的职业岗位需要和学生实际出发,以职业能力的培养为核心,突出职业技术教育的特点,在编写原则上体现综合性、基础性、科学性、实用性和创新性的特点。

本书力求语言简洁,通俗易懂,可操作性强,贴近生活和工作实际,符合学生的认知规律,内容与职业技能考试相结合。每章后面附有习题,有利于学生巩固所学知识,起到举一反三的作用,使所学知识得到拓展。

本书适合于高职高专院校电子商务专业或相关专业使用。参考学时数为72学时,各校可根据实际需要进行调整。本书可作为现代商务的基础知识教材,也可供各类短期培训、岗位培训和自学使用。

本书由吉林电子信息职业技术学院等多所院校的具有多年教学和实践经验的教师编写。李哲教授、冷德伟讲师担任主编,设计全书的框架,拟定编写大纲并对全书进行总纂和定稿;由杨丽萍、张冠凤担任副主编。具体参加本书编写的情况如下:杨丽萍(第1章);万海霞(第2章);冷德伟(第3章);张冠凤(第4章);贾丽飞(第5章);王蕾蕾(第6章);李哲、冷德伟(第7章)。

在本书的编写过程中,参考和引用了许多国内外的有关资料和著作,在此表示衷心的感谢!

由于编者水平所限,书中不妥之处,恳请读者批评指正。

编 者

2006年12月11日

## 冶金工业出版社部分图书推荐

| 书 名                   | 作 者    | 定价(元)  |
|-----------------------|--------|--------|
| 电力电子变流技术              | 曲永印 主编 | 28.00  |
| 单片微机原理与接口技术           | 孙和平 主编 | 48.00  |
| 电力系统微机保护              | 张明君 等著 | 16.00  |
| 计算机控制系统(本科教材)         | 顾树生 等编 | 29.00  |
| 自动控制原理(第4版)(本科教材)     | 王建辉 主编 | 32.00  |
| 自动控制原理习题详解(本科教材)      | 王建辉 主编 | 18.00  |
| 热工测量仪表(第3版)(本科教材)     | 张 华 等编 | 38.00  |
| 现代控制理论(英文版)(研究生教材)    | 井元伟 主编 | 16.00  |
| 机电一体化技术基础与产品设计(本科教材)  | 刘 杰 等编 | 38.00  |
| 自动控制系统(第2版)(本科教材)     | 刘建昌 主编 | 15.00  |
| 电力拖动自动控制系统(第2版)(本科教材) | 李正熙 等编 | 30.00  |
| 电路实验教程(本科教材)          | 李书杰 等编 | 19.00  |
| 电子产品设计实例教程(本科教材)      | 孙进生 等编 | 20.00  |
| 电工与电子技术(本科教材)         | 李季渊 等编 | 26.00  |
| 智能控制原理及应用(本科教材)       | 张建民 等编 | 29.00  |
| 可编程序控制器及常用控制电器(本科教材)  | 何友华 主编 | 30.00  |
| 冶金过程检测与控制(职业技术学院教材)   | 郭爱民 主编 | 20.00  |
| 参数检测与自动控制(压加专业职教教材)   | 李登超 主编 | 39.00  |
| 电气设备故障检测与维护(工人培训教材)   | 王国贞 主编 | 28.00  |
| 热工仪表及其维护(工人培训教材)      | 张惠荣 主编 | 26.00  |
| 高炉炼铁过程优化与智能控制系统       | 刘祥官 等著 | 28.00  |
| 轧制过程的计算机控制系统          | 赵 刚 等编 | 25.00  |
| 冶金原燃料生产自动化技术          | 马竹梧 编著 | 58.00  |
| 单片机原理与接口技术(高职高专规划教材)  | 张 涛 主编 | 28.00  |
| 冶金企业管理信息化技术           | 漆永新 编著 | 56.00  |
| 冶金过程自动化基础             | 孙一康 等编 | 68.00  |
| 基于神经网络的智能诊断           | 虞和济 等著 | 48.00  |
| 工业企业电气调整手册            | 刘春华 主编 | 165.00 |
| 过程检测控制技术与应用           | 朱晓青 主编 | 34.00  |
| 工厂供电系统继电保护及自动装置       | 王建南 主编 | 35.00  |
| 工业测控系统的抗干扰技术          | 葛长虹 编著 | 39.00  |

# 目 录

|                              |    |
|------------------------------|----|
| <b>1 电子商务概述</b> .....        | 1  |
| 1.1 电子商务的基本概念 .....          | 1  |
| 1.1.1 生活中的电子商务 .....         | 1  |
| 1.1.2 电子商务的定义 .....          | 4  |
| 1.1.3 电子商务的分类 .....          | 7  |
| 1.1.4 电子商务的功能 .....          | 10 |
| 1.1.5 电子商务的特点 .....          | 11 |
| 1.2 电子商务的发展及其对社会的影响 .....    | 13 |
| 1.2.1 电子商务的发展与展望 .....       | 13 |
| 1.2.2 我国电子商务的现状和发展趋势 .....   | 16 |
| 1.2.3 电子商务对当今社会的影响 .....     | 20 |
| 1.3 电子商务发展中的若干问题 .....       | 21 |
| 1.3.1 电子商务发展中的法律问题 .....     | 21 |
| 1.3.2 电子商务发展中的税收问题 .....     | 25 |
| 1.3.3 电子商务发展中的安全问题 .....     | 26 |
| 1.4 电子商务典型实例 .....           | 27 |
| 1.4.1 亚马逊网上书店 .....          | 27 |
| 1.4.2 戴尔计算机公司 .....          | 30 |
| 习题 .....                     | 32 |
| <b>2 电子商务的框架模型</b> .....     | 33 |
| 2.1 电子商务的基本要素 .....          | 33 |
| 2.1.1 电子商务的交易主体 .....        | 33 |
| 2.1.2 电子交易市场 .....           | 34 |
| 2.1.3 电子商务中的交易事务和交易流程 .....  | 36 |
| 2.1.4 电子商务中的物流、资金流和信息流 ..... | 37 |
| 2.2 电子商务的框架模型 .....          | 38 |
| 2.2.1 电子商务的一般框架结构 .....      | 38 |
| 2.2.2 电子商务框架的技术支持 .....      | 39 |
| 2.2.3 电子商务框架支柱 .....         | 39 |
| 2.3 电子商务系统的构成 .....          | 40 |
| 2.3.1 基础电子商务系统 .....         | 41 |
| 2.3.2 Internet 信息系统 .....    | 41 |

|                                        |           |
|----------------------------------------|-----------|
| 2.3.3 电子商务服务商 .....                    | 41        |
| 2.3.4 企业、组织与消费者 .....                  | 42        |
| 2.3.5 实物配送 .....                       | 42        |
| 2.3.6 支付结算 .....                       | 43        |
| 2.4 实例分析 .....                         | 43        |
| 2.4.1 首都电子商城(www.beijing.com.cn) ..... | 43        |
| 2.4.2 中国商品交易中心(www.ccec.com.cn) .....  | 47        |
| 习题 .....                               | 52        |
| <b>3 电子商务的技术基础 .....</b>               | <b>53</b> |
| 3.1 电子商务与计算机技术 .....                   | 53        |
| 3.1.1 计算机硬件的基本组成 .....                 | 53        |
| 3.1.2 计算机软件的基本组成 .....                 | 54        |
| 3.1.3 计算机网络应用基础 .....                  | 55        |
| 3.2 电子商务与 Web 技术 .....                 | 60        |
| 3.2.1 Web 技术概述 .....                   | 60        |
| 3.2.2 HTML 语言 .....                    | 61        |
| 3.2.3 通信技术 .....                       | 77        |
| 3.3 电子数据交换(EDI)技术 .....                | 80        |
| 3.3.1 EDI 的概念 .....                    | 80        |
| 3.3.2 EDI 的发展背景 .....                  | 81        |
| 3.3.3 EDI 的分类 .....                    | 82        |
| 3.3.4 EDI 的标准 .....                    | 82        |
| 3.4 电子商务信息安全技术 .....                   | 83        |
| 3.4.1 电子商务系统安全的概念 .....                | 83        |
| 3.4.2 防火墙技术 .....                      | 84        |
| 3.4.3 密钥加密技术 .....                     | 87        |
| 3.4.4 数字摘要 .....                       | 89        |
| 3.4.5 数字签名 .....                       | 89        |
| 3.4.6 数字证书与 CA 认证 .....                | 90        |
| 习题 .....                               | 92        |
| <b>4 电子商务的网上支付 .....</b>               | <b>93</b> |
| 4.1 网上支付系统 .....                       | 93        |
| 4.1.1 电子商务与网上支付系统 .....                | 93        |
| 4.1.2 网上支付系统的要求 .....                  | 93        |
| 4.1.3 网上支付系统的基本构成 .....                | 94        |
| 4.1.4 网络支付系统的功能 .....                  | 95        |
| 4.1.5 我国的网上支付系统 .....                  | 95        |
| 4.2 网上支付方式 .....                       | 96        |



---

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| 4.2.1 网上支付简介 .....       | 96         |
| 4.2.2 信用卡网上支付方式 .....    | 97         |
| 4.2.3 电子钱包 .....         | 99         |
| 4.2.4 电子现金支付方式 .....     | 100        |
| 4.2.5 电子支票支付方式 .....     | 101        |
| 4.3 网上银行 .....           | 102        |
| 4.3.1 网上银行的基本概念 .....    | 102        |
| 4.3.2 网上银行功能 .....       | 103        |
| 4.3.3 网上银行的特点 .....      | 103        |
| 4.3.4 网上银行模式 .....       | 104        |
| 4.3.5 网上银行的技术要求 .....    | 104        |
| 4.4 网上银行实例分析 .....       | 106        |
| 4.4.1 中国银行的网上银行 .....    | 106        |
| 4.4.2 招商银行的网上银行 .....    | 107        |
| 4.4.3 中国工商银行的网上银行 .....  | 110        |
| 习题 .....                 | 112        |
| <b>5 电子商务的网络营销 .....</b> | <b>114</b> |
| 5.1 网络营销的概述 .....        | 114        |
| 5.1.1 网络营销的概念 .....      | 114        |
| 5.1.2 网络营销产生的基础 .....    | 114        |
| 5.1.3 网络营销的特点 .....      | 115        |
| 5.2 网络营销的策略理论 .....      | 116        |
| 5.2.1 网络直复营销理论 .....     | 116        |
| 5.2.2 网络关系营销理论 .....     | 117        |
| 5.2.3 网络软营销理论 .....      | 118        |
| 5.2.4 网络整合营销理论 .....     | 118        |
| 5.3 网上市场调研 .....         | 119        |
| 5.3.1 网上市场调研的概念 .....    | 119        |
| 5.3.2 网上市场调研的对象与方法 ..... | 120        |
| 5.3.3 网上市场调研的方式 .....    | 122        |
| 5.3.4 网上市场调研的内容 .....    | 123        |
| 5.3.5 网上市场调研的步骤 .....    | 124        |
| 5.4 网络促销 .....           | 125        |
| 5.4.1 网络促销概述 .....       | 125        |
| 5.4.2 网络促销的功能 .....      | 126        |
| 5.4.3 网络促销的主要形式 .....    | 127        |
| 5.4.4 网络促销的实施 .....      | 130        |
| 5.5 网络营销策划 .....         | 130        |
| 5.5.1 网络营销策划概述 .....     | 130        |

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| 5.5.2 网络营销策划的基本原则 .....          | 132        |
| 5.5.3 制定网络营销计划的步骤 .....          | 132        |
| 5.6 网络广告 .....                   | 134        |
| 5.6.1 网络广告的概念 .....              | 134        |
| 5.6.2 网络广告的类型 .....              | 136        |
| 5.7 网络营销实例分析 .....               | 138        |
| 5.7.1 广告策划实例—雅虎分类广告 .....        | 138        |
| 5.7.2 网络直销系统实例—戴尔公司的网络营销 .....   | 139        |
| 5.7.3 商务系统实例—阿里巴巴商务系统 .....      | 141        |
| 5.7.4 网上购物中心实例—上海正广和网上购物中心 ..... | 142        |
| 习题 .....                         | 144        |
| <b>6 电子商务的物流配送 .....</b>         | <b>145</b> |
| 6.1 电子商务与现代物流 .....              | 145        |
| 6.1.1 物流概述 .....                 | 145        |
| 6.1.2 电子商务与物流的关系 .....           | 150        |
| 6.2 电子商务物流技术及其应用 .....           | 151        |
| 6.2.1 电子商务物流技术概述 .....           | 151        |
| 6.2.2 条形码技术及应用 .....             | 153        |
| 6.2.3 EDI 技术及应用 .....            | 154        |
| 6.2.4 全球卫星定位系统(GPS)及其应用 .....    | 154        |
| 6.2.5 地理信息系统(GIS)及其应用 .....      | 155        |
| 6.2.6 射频识别技术(RFID) .....         | 156        |
| 6.3 电子商务与供应链 .....               | 157        |
| 6.3.1 供应链及其管理思想 .....            | 157        |
| 6.3.2 供应链管理模式 .....              | 158        |
| 6.3.3 电子商务时代的供应链管理 .....         | 160        |
| 6.4 实例分析 .....                   | 164        |
| 习题 .....                         | 167        |
| <b>7 电子商务网站的建设 .....</b>         | <b>168</b> |
| 7.1 电子商务网站的定义和主要功能 .....         | 168        |
| 7.1.1 电子商务网站的定义 .....            | 168        |
| 7.1.2 电子商务网站的主要功能 .....          | 168        |
| 7.2 电子商务网站的类型和组成 .....           | 169        |
| 7.2.1 电子商务网站的类型 .....            | 169        |
| 7.2.2 电子商务网站的组成 .....            | 171        |
| 7.3 电子商务网站的规划与构建 .....           | 172        |
| 7.3.1 电子商务网站的建站流程 .....          | 172        |
| 7.3.2 电子商务网站的硬件平台 .....          | 174        |

---

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 7.3.3 电子商务网站的软件平台 .....   | 175 |
| 7.4 电子商务网站的总体设计与策划 .....  | 177 |
| 7.4.1 网站创建的基本原则 .....     | 178 |
| 7.4.2 网站的内容策划 .....       | 178 |
| 7.4.3 网页的版面设计 .....       | 180 |
| 7.4.4 网站的风格 .....         | 183 |
| 7.4.5 撰写网站策划书 .....       | 185 |
| 7.4.6 电子商务网站的系统设计 .....   | 185 |
| 7.4.7 电子商务网站管理系统的设计 ..... | 186 |
| 7.5 电子商务网站的测试与推广 .....    | 186 |
| 7.5.1 推广途径 .....          | 186 |
| 7.5.2 主页的测试和主页的宣传 .....   | 187 |
| 7.6 网站的文件、目录规划和管理 .....   | 188 |
| 7.7 电子商务网站建设经验共享 .....    | 188 |
| 习题 .....                  | 190 |
| 参考文献 .....                | 191 |

# 1 电子商务概述

当今世界信息技术飞速发展,随着信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用,利用计算机技术、通信技术和 Internet 实现商务活动的国际化、信息化和无纸化,已经成为各国商务发展的一大趋势。电子商务正是为了适应这种全球性经济的变化而出现和发展起来的。作为一种新的运作模式,电子商务正在影响着各个行业,无论是政府、企业还是消费者,都被卷入到电子商务的浪潮中。下面从电子商务的概念入手了解和认识电子商务。

## 1.1 电子商务的基本概念

### 1.1.1 生活中的电子商务

21 世纪是信息时代,是互联网的时代。互联网正在走进千家万户,在我们的生活中扮演着不可或缺的角色,互联网改变了和正在改变我们的一切,“知识改变命运,网络改变生活”。互联网已经确实给我们的日常生活带来前所未有的改变。它总是在潜移默化地让人们的生活发生着根本的变化,用它更高的带宽和更快的速度,融入人们生活的方方面面,让你拥有更舒适更高的生活质量。互联网电子商务是今后我们每个家庭、每个人的一种生活方式,它已经改变了世界,永远地改变了。

#### 1.1.1.1 实例 1——手机铃声下载

手机用户越来越多,手机本身提供的铃声就那么十多种,常常一个铃声响起时,搞不清楚是谁的。于是,为避免误会,或者是追求时尚,许多人开始使用个性铃声,用独一无二的手机铃声来展现个性风格,手机铃声已经成为个性化宣言,而且个性化铃声,让你不用看手机也能听出来电者是谁。近两年来,收费下载手机铃声已经成为一门十分火爆的行业。人们在网上把铃声下载到自己的手机上。下载铃声的费用显示在用户的手机账单上,由无线运营商和铃声提供商分享。手机铃声最早出现在日本,后来经过日本和韩国电信运营商、服务提供商和手机厂商的大力推广,目前已经在全球范围内成为一种非常流行的增值服务。目前我国移动通信人群数量早已超过 3.1 亿,若每人下载一款铃声作为个人手机个性化体现,就已经是一个相当庞大的数字。服务商的下一个目标是帮助用户设置个性化手机音乐,个性化手机音乐包括:铃声,警报,开机声音,关机声音等。如图 1-1 所示,为中国移动联通手机铃声下载网站主页。

#### 1.1.1.2 实例 2——网上订票

随着网上预订系统的日臻完善,以及人们越来越习惯足不出户的办事模式,网上预订系统已经开始逐渐深入人心。网上订票是一种新型、便捷的订票的方式,在互联网迅速普及的今天,网上订票是顺应电子商务潮流、方便客户的新举措。据一份最新的调查显示,55% 的美国旅行者都将价格作为在网上寻找旅行社的首要因素,而有高达 44% 的人认为网上旅行社的价格比传统旅行社或航空公司划算。

在中国,随着人民生活水平的提高和国家法定假日的增加,旅游业风靡全国。旅游电子商务的普及将改变旅游的消费方式。人们再也不需要翻阅大量的报纸,搜寻着抢眼一点儿的旅行社的介绍,拨通各个旅行社的电话,受到不同层次的人或好或坏的接待。人们可以在网上根据自己



图 1-1 中国移动联通手机铃声下载网站主页

的需要迅速地查到自己喜欢的旅行计划。不再为一些如食宿、订票、旅途乘车等的不必要的小事而烦恼了。如图 1-2 所示,为携程旅行网主页。



图 1-2 携程旅行网主页

### 1.1.1.3 实例 3——网上购物

2003 年,一场突如其来的“非典”疫情让网上购物方便快捷、卫生安全的优势凸显出来,人们

越来越多地开始尝试非接触性的购物新渠道,“非典”从某种意义上促进了人们的网络应用水平,同时也促进了人们对“网上购物”的热情。网上购物最明显的一个优势就是方便快捷——足不出户就可以让想买的东西自己上门,这种感觉确实不错。同时,网络的资源可以说是无穷无尽的,网上购物也不受地域的限制。你可能逛几天街都买不到想买的东西,而利用网络,这个问题就会变得很简单,甚至连本来无法买到的国外的东西都可以从网上买到,把不可能变成可能。“网上智能比价”系统可帮助网民通过互联网来实时查询网上销售商品的最低价格,买到物美价廉的商品。因为有计算机系统的支持,网购可以提供包括凌晨网上订货的订单处理等等。这就是网上购物的魅力所在。如图 1-3 所示,为卓越网主页。



图 1-3 卓越网主页

#### 1.1.1.4 实例 4——网上交易

电子商务中,与老百姓密切相关的网上个人交易近年来呈现跳跃式发展。在网上开个小店,经营自己的商业梦想,已经成为一种趋势。低廉的成本、方便的沟通,吸引着越来越多人参与其中。成本的降低,直接导致了商品价格的降低。如 eBay 易趣网上所卖的游戏点卡的价格平均比线下便宜 10% 以上,这样的优惠幅度,自然吸引了大量买家争相竞拍。中国互联网信息中心近日发布的《2006 年中国 C2C 网上购物调查报告》显示,截至 2006 年 3 月,北京、上海和广州三城市共有 C2C(消费者对消费者)网上购物消费者 200 万人。C2C 网上购物的交易频次同样可观。从调查数据看,2005 年度,三城市在淘宝、eBay 易趣、拍拍等 C2C 购物网站上的购物接近 740 万人次。如图 1-4 所示,为淘宝网主页。

#### 1.1.1.5 实例 5——网络游戏

爱玩是人类的本性之一,也正是由于这个原因,游戏在人类的发展史中一直扮演着极其重要的角色。尤其是在工作日趋紧张,经济不断发展的现代社会中,游戏已经不是传统意义上孩子的专利。近几年,网络游戏作为新型文化娱乐方式在中国市场如火如荼地发展起来,并且成为了网络业三大赢利且利润丰厚的领域之一。2006 年 6 月第 18 次中国互联网络发展状况统计调查结





图 1-4 淘宝网主页

果显示:网民中有五成以上的网民是为了聊天和游戏。而网络游戏的诞生,可以说非常完美地解决了网民的这两项需求。网民平均每周玩网络游戏时间为 11 h。

目前流行的网络游戏通常都具备 BBS、聊天室和 ICQ 功能,同时又有丰富多彩任务系统和娱乐内容的虚拟游戏社区,真正为网民提供了一个有血有肉、有恩有怨的生动活泼的交流机会。如联众世界、中国游戏中心等游戏网站上的众多益智游戏对人的思维能力的发展都大有裨益。从棋牌、射击、球类运动,到 RPG 角色扮演类游戏和 SLG 即时战略类游戏,都需要玩家有很好的判断力、反应力才能走向胜利或者演好自己的角色。网络游戏带给玩家的决不只是感官的刺激,更为重要的是能够帮助学习者锻炼思维能力,网络游戏也是一种新的现代网络教育形式。

伴随着人们生活质量的提高,网络游戏在不断地升温,正迅速成为人们时尚娱乐的新视点。它可充分利用网络的快捷,无时间、无地域、无年龄限制,充分享受快乐,享受人生。如图 1-5 为联众世界游戏网站主页。

从以上的实例中看出,电子商务带给人类生活的改变,使人类有了全新的生活体验和更高的生活质量。

### 1.1.2 电子商务的定义

电子商务的定义至今仍不是一个很清晰的概念。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,给出了许多表述不同的定义。比较这些定义,有助于我们更全面地了解电子商务。

#### 1.1.2.1 政府部门的定义

(1) 世界电子商务会议关于电子商务的概念。1997 年 11 月 6 日至 7 日在法国首都巴黎,国际商会举行了世界电子商务会议(the World Business Agenda for Electronic)关于电子商务最权威的概念阐述:电子商务(Electronic Commerce),是指对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方



图 1-5 联众世界游戏网站主页

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。

(2) 欧洲经济委员会在比利时首都布鲁塞尔举办了全球信息社会标准大会中提出:电子商务是各参与方之间以电子方式,而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易。这里的电子方式包括电子数据交换(EDI)、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件、传真、网络、电子公告系统条码、图像处理、智能卡等。一次完整的商业贸易过程是复杂的,包括交易前的了解商情、询价、报价,发送订单、应答订单,发送接收送货通知、取货凭证、支付汇兑过程等,此外还有涉及行政过程的认证等行为,涉及了资金流、物流、信息流的流动。严格地说来,只有上述所有贸易过程都实现了无纸贸易,即全部是非人工介入,而且使用各种电子工具完成,才能称之为一次完整的电子商务过程。

(3) 美国政府在其“全球电子商务纲要”中,比较笼统地指出电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将涉及世界各国。

(4) 加拿大电子商务协会给出了电子商务的较为严格的定义: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)。

### 1.1.2.2 权威学者的定义

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B·惠斯顿在他们的专著《电子商务的前沿》中提出:“广义地讲,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、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般来说,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,

而未来的电子商务者通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条将买方和卖方联系起来。”

### 1.1.2.3 企业界人士的定义

(1) IBM公司的电子商务(E-Business)概念包括三个部分:内联网(Intranet)、外联网(Extranet)、电子商务(E-Commerce)。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用,不仅仅是硬件和软件的结合,也不仅仅是通常意义下的强调交易的狭义的电子商务(E-Commerce),而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(Internet)、内联网(Intranet)和外联网(Extranet)结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的。只有先建立良好的 Intranet,建立好比较完善的标准和各种信息基础设施,才能顺利扩展到 Extranet,最后扩展到 E-Commerce。

(2) 美国惠普公司(HP)提出电子商务(EC)、电子业务(EB)、电子消费(EC)和电子化世界的概念。它对电子商务(E-Commerce)的定义是: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的交换,是商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式:商家之间的电子商务及商界与最终消费者之间的电子商务。

(3) 通用电气公司(GE)提出:电子商务是通过电子方式进行商业交易,分为企业与企业间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。企业与企业间的电子商务:以 EDI 为核心技术,增值网(VAN)和互联网(Internet)为主要手段,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业从生产、库存到流通(包括物资和资金)各个环节的效率。企业与消费者之间的电子商务:以 Internet 为主要服务提供手段,实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

### 1.1.2.4 我们的定义

所谓电子商务(Electronic Commerce)是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术现代信息技术所进行的各类商务活动(货物贸易、服务贸易和知识产权贸易)。这里“利用信息技术和计算机网络”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。

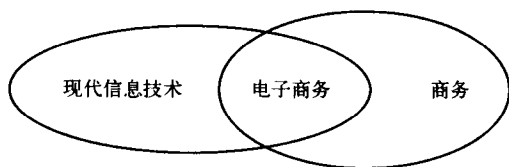


图 1-6 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

如果将“现代信息技术”看作一个子集,“商务”看作另一个子集,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 1-6 所示。

(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本身的商务电子化,更重要的是包括后台在内的整个运作体系的全面信