

高职高专现代信息技术系列教材

# 电子商务实用教程

彭欣 主编

人民邮电出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务实用教程 / 彭欣主编. —北京: 人民邮电出版社, 2005.3  
(高职高专现代信息技术系列教材)

ISBN 7-115-13096-5

I. 电... II. ①彭...②罗... 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 (2005) 第 007146 号

### 内 容 提 要

本书分为基础知识和实训上下两篇, 同时将案例融于每章之中。上篇基础知识涵盖电子商务导论、电子商务框架与运行机理、电子商务技术、电子商务系统规划与建设、电子商务在线营销、移动电子商务、电子商务与现代企业管理以及电子政府与电子政务; 下篇实训的重点是一个电子商务仿真模拟实训软件的应用。

本书内容丰富且兼顾理论与实践, 可作为高职高专电子商务、物流管理、经济管理、国际贸易、市场营销、信息管理、计算机应用等专业的教材, 也可作为中等职业技术学校、经济管理干部培训的教材, 同时还可用作各类人员参加国家职业资格电子商务师考试的参考书。

高职高专现代信息技术系列教材

### 电子商务实用教程

◆ 主 编 彭 欣  
责任编辑 郭 晶

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号  
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
读者热线: 010-67129259  
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷  
新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本: 787×1092 1/16  
印张: 19.5

字数: 465 千字 2005 年 3 月第 1 版  
印数: 1-5 000 册 2005 年 3 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-115-13096-5/TP · 4426

定价: 25.00 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 67129223

## 编者的话

在人类社会跨入 21 世纪之际，以信息技术为先导的新技术革命席卷而至。日新月异的计算机技术、电子技术、通信技术和网络技术正在以前所未有的速度发展。基于计算机网络实现商务活动的电子商务，作为网络经济的重要内容和手段，已向世人显示出其强大的活力和生命力。这种全新的现代经济贸易形式不仅从组织结构、产品管理、市场信息、产品营销

# 目 录

第 1 章 电子商务导论 .....	1
1.1 电子商务的产生和发展 .....	1
1.1.1 电子商务产生的时代背景 .....	1
1.1.2 电子商务的产生 .....	2
1.1.3 电子商务的发展 .....	4
1.1.4 电子商务的影响 .....	6
1.1.5 案例 1 .....	8
1.2 电子商务的特点 .....	13
1.2.1 电子商务的含义 .....	13

2.2.2	企业对消费者	49
2.2.3	企业对政府	49
2.2.4	消费者对消费者	50
2.2.5	案例 5	50
2.3	电子商务交易流程	53
2.3.1	电子商务交易流程的特征	53
2.3.2	电子商务交易的一般业务流程	54
2.3.3	网络商品直销流程	56
2.3.4	网络商品中介交易流程	56
2.3.5	案例 6	58
2.4	电子商务运行机理	60
2.4.1	支付机理	60
2.4.2	物流机理	62
2.4.3	信用机理	64
2.4.4	案例 7	65
	习题	68
<b>第 3 章</b>	<b>电子商务技术</b>	<b>69</b>
3.1	电子商务应用技术	69
3.1.1	电子商务技术的类型	69
3.1.2	电子商务技术标准	70
3.2	Internet 和 Extranet 技术	71
3.2.1	Internet	71
3.2.2	WWW	72
3.2.3	ASP 及 Java 语言	74
3.2.4	Intranet	77
3.2.5	案例 8	79
3.3	电子数据交换技术——EDI	80
3.3.1	EDI 的含义和特点	80
3.3.2	EDI 的作用	82
3.3.3	EDI 系统	83
3.3.4	EDI 标准	83
3.3.5	EDI 发展的类型	87
3.3.6	EDI 与电子商务	88
3.3.7	案例 9	88

3.4.4 安全协议 .....	95
3.4.5 认证中心 .....	96
3.4.6 案例 10 .....	98
习题 .....	100
<b>第 4 章 电子商务系统规划与建设 .....</b>	<b>101</b>
4.1 电子商务系统的框架 .....	101
4.1.1 电子商务系统的一般框架 .....	102
4.1.2 电子商务的概念模型 .....	105
4.1.3 电子商务的交换模型 .....	105
4.2 电子商务实现的过程和步骤 .....	108
4.2.1 明确开展电子商务的目的 .....	108
4.2.2 加入 Internet 大家庭 .....	109
4.2.3 建立商务网站 .....	109
4.2.4 设计企业商务网页 .....	109
4.2.5 建立企业内部网 .....	110
4.2.6 逐步开展电子商务服务 .....	110
4.2.7 案例 11 .....	110
4.3 网站设计与制作 .....	112
4.3.1 建立自身的 WWW 标识 .....	112
4.3.2 建立客户的 Web 网站 .....	113
4.3.3 电子商务工具箱 .....	115
4.3.4 案例 12 .....	116
4.4 电子商务信息的收集与处理 .....	118
4.4.1 电子商务信息的概念和特点 .....	118
4.4.2 电子商务信息的收集 .....	120
4.4.3 常用检索工具 .....	123
4.4.4 电子商务信息的处理 .....	124
4.4.5 案例 13 .....	127
4.5 电子商务的关键问题 .....	128
4.5.1 基础设施 .....	128
4.5.2 企业的信息意识和观念转变 .....	129
4.5.3 安全 .....	129
4.5.4 人才与教育 .....	130
4.5.5 案例 14 .....	131
习题 .....	133
<b>第 5 章 在线销售 .....</b>	<b>134</b>
5.1 在线销售的概念和潜力 .....	134

5.1.1	在线销售的概念	134
5.1.2	在线销售的优势	134
5.2	在线销售企业的战略模型	135
5.2.1	在线商店的商品类型	135
5.2.2	在线商店的种类	136
5.2.3	网络消费者的类型	136
5.2.4	构建在线商店	137
5.2.5	顾客的购买过程	139
5.2.6	案例 15	139
5.3	在线销售成功的关键	143
5.3.1	网上商店日常运营管理	143
5.3.2	在线销售应该注意的问题	143
5.3.3	在线销售成功的关键	144
5.3.4	WTO 对于中国国内在线销售的影响	145
5.3.5	案例 16	145
	习题	149
<b>第 6 章</b>	<b>移动电子商务</b>	<b>150</b>
6.1	移动电子商务的发展	150
6.1.1	移动通信技术的发展	150
6.1.2	移动上网	153
6.1.3	移动电子商务的兴起及市场前景	153
6.1.4	我国移动电子商务的发展	155
6.1.5	案例 17	158
6.2	移动电子商务的基础知识	160
6.2.1	移动电子商务的定义	160
6.2.2	移动电子商务的特征	161
6.2.3	移动电子商务应用范围	161
6.2.4	移动电子商务系统框架	162
6.2.5	移动电子商务的冲击和影响	163
6.2.6	案例 18	164
6.3	移动电子商务中的主要技术	168
6.3.1	无线应用协议	168
6.3.2	移动 IP	169
6.3.3	“蓝牙”技术	169
6.3.4	通用分组无线业务	169
6.3.5	手机(移动)定位系统	170
6.3.6	第三代(3G)移动通信系统	171
6.3.7	案例 19	171

习题	175
<b>第 7 章 电子商务与现代企业管理</b>	<b>176</b>
7.1 客户关系管理 CRM	176
7.1.1 CRM 概述	176
7.1.2 长期忠诚客户	177
7.1.3 CRM 的特征	177
7.1.4 CRM 技术	179
7.1.5 销售点管理系统	181
7.1.6 客户电话服务中心	181
7.1.7 计算机电话整合系统	181
7.1.8 CRM 的效益	182
7.1.9 CRM 案例	182
7.1.10 CRM 的市场发展	183
7.1.11 网上客户支持	183
7.1.12 数据挖掘	186
7.1.13 数据仓库与数据库	189
7.1.14 知识管理与知识经济	189
7.1.15 案例 20	190
7.2 供应链管理 SCM	192
7.2.1 SCM 概述	192
7.2.2 SCM 的演变	193
7.2.3 SCM 的分类	194
7.2.4 SCM 的生产方式历程	195
7.2.5 SCM 的计划与执行	196
7.2.6 SCM 的效益	196
7.2.7 SCM 的工具	197
7.2.8 SCM 的最佳模式	198
7.2.9 全球运筹管理	199
7.2.10 案例 21	201
7.3 企业资源计划 ERP	203
7.3.1 ERP 概述	203
7.3.2 ERP 的发展历程	204
7.3.3 ERP 的基本介绍	205
7.3.4 ERP 的生产管理模块	208
7.3.5 ERP 的库存管理模块	209
7.3.6 ERP 的销货、配销与收款模块	211
7.3.7 ERP 的应收应付账款模块	212
7.3.8 ERP 的会计总账模块	213



7.3.9 ERP 系统的引进	214
7.3.10 ERP 系统的发展与反思	216
7.3.11 ERP II	218
7.3.12 ERP 的人才培养	219
7.3.13 案例 22	222
习题	224
<b>第 8 章 电子政府与电子政务</b>	<b>225</b>
8.1 电子政府的作用	225
8.1.1 政府在电子商务发展中的作用	225
8.1.2 电子政府的内容	227
8.1.3 电子公仆	229
8.1.4 案例 23	229
8.2 信息化时代电子政务发展的特征	231
8.2.1 电子政务发展的起因	231
8.2.2 电子政务的定义	233
8.2.3 案例 24	234
8.3 电子政务的内容与范畴	236
8.3.1 GtoG 电子政务模式	237
8.3.2 GtoB 电子政务模式	

---

9.2.3 BtoB .....	260
9.2.4 交易市场 .....	262
9.2.5 新闻中心 .....	265
9.2.6 认证系统 .....	266
9.2.7 网上银行 .....	267
9.2.8 测评系统 .....	269
9.2.9 系统维护与管理 .....	270
9.3 SY-EB V4.0 电子商务仿真模拟教学实验操作指南 .....	272
9.3.1 BtoC 操作流程 .....	272
9.3.2 BtoB 操作流程 .....	273
9.3.3 交易市场操作流程 .....	275
9.3.4 测评系统 .....	275
9.3.5 教师后台管理 .....	276
9.4 SY-EB V4.0 电子商务仿真模拟教学实验操作流程 .....	277
9.5 SY-EB V4.0 电子商务仿真模拟教学实验安排 .....	282
<b>附录 A 电子商务师国家职业资格考试资格认证体系 .....</b>	<b>286</b>
<b>附录 B 电子商务师国家职业资格考试培训鉴定流程 .....</b>	<b>287</b>
<b>附录 C 电子商务师国家职业资格考试模拟试卷 .....</b>	<b>288</b>
<b>附录 D 电子商务网站地址介绍 .....</b>	<b>298</b>

# 第 1 章 电子商务导论

**本章概要：**本章从电子商务的简单概念入手，分别介绍了电子商务的特点、功能、电子商务产生的背景及全球电子商务发展现状与趋势，并通过对 3 个典型案例的分析，加深对电子商务的认知和了解。

**学习目标：**了解什么是电子商务，为什么学习电子商务，并掌握电子商务在现代商务活动中的特殊地位、功能和先进性，明确电子商务的发展现状。

**学习指导：**本章的重点是把握电子商务的概念，树立起以商务为本、技术为标的基本理念；本章难点是案例分析，通过案例分析，培养学生对电子商务进一步的理解和认识，并逐步养成自己对案例解析和从中受到启迪的良好学习习惯，进而开发自己对问题的判断分析能力。

## 1.1 电子商务的产生和发展

### 1.1.1 电子商务产生的时代背景

电子商务是在计算机技术、网络通信技术的互动发展中逐渐产生和不断完善的，是以 Internet 的广泛应用为基础而迅速发展起来的。电子商务之所以能够在短时间内得以迅速发展，并且成为一种不可抗拒的趋势，是经济贸易发展的内在压力和科技信息技术发展的外在外在可能性共同作用的结果，而国际市场激烈的竞争则是加快电子商务发展的催化剂。

#### 1. 新技术和信息产业的发展为电子商务提供了重要的物质基础

电子商务是在电子信息技术和信息经济成为人类社会技术、经济的标志后才产生和发展起来的。在社会从工业化时代进入信息化时代后，信息成为第一生产要素，而现代科学技术的迅速发展尤其是计算机的普及应用、Internet 的出现使其产生了质的飞跃，突破了时空的界限，为各国生产者和消费者迅速走向全球化提供了技术条件，为商务活动的开展提供了更优质、更便捷的电子工具，为世界经济活动走向电子商务奠定了重要的物质基础。

#### 2. 运用电子信息技术实现无纸化贸易成为经贸活动的迫切需要

频繁的经贸活动使各种贸易单证、文件等数量激增，虽然计算机及其他自动化设备的使用减轻了人工处理纸面单证的劳动强度，但仍然存在成本高、传递速度慢、重复处理等问题。因此，运用电子信息技术实现无纸化贸易成为经贸活动的迫切需要。

### 3. 国际市场的竞争日益激烈加快电子商务的发展

随着价格因素在竞争中的主导性地位逐渐下降，服务性因素的地位逐渐上升，以价格为主的竞争逐渐转移到服务上。这迫使企业不得不改善自身的服务，不断创新、提高自身的竞争力从而促使电子商务长足发展。企业利用先进的信息技术开展电子商务不仅可以节约联络客户的时间，而且能更好地了解客户的需求，为客户提供更优质、高效的服务，有利于提高自身在国际市场上的竞争力。

#### 1.1.2 电子商务的产生

当需要发送 EDI 文件时, 从企业专有数据库中提取的信息, 必须被翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输。这就需要相关的 EDI 软件来帮助了。

EDI 软件主要有以下几种:

(1) 转换软件 (Mapper), 可以帮助用户将原有计算机系统的文件转换成翻译软件能够理解的平面文件 (Flatfile), 或是将从翻译软件接收来的翻译平面文件转换成原计算机系统文件;

(2) 翻译软件 (Translator), 将平面文件翻译成 EDI 标准格式或将接收到的 EDI 标准格式翻译成平面文件;

(3) 通信软件, 将 EDI 标准格式文件外层加上通信信封 (Envelope) 再送到 EDI 系统交换中心的邮箱, 或由 EDI 系统交换中心将接收到的文件取回。

EDI 软件中除计算机软件外还包括 EDI 标准。美国国家标准局曾经制定了一个称为 X.12 的标准, 用于美国国内。1997 年 X.12 被吸收到 EDIFACT, 使国际间用统一的标准进行电子数据交换成为了现实。

据美国商务部的有关统计, 1998 年列《财富》前 100 强的大商家中的 98% 使用了某种形式的 EDI, 全球有 25 万家公司已经拥有了 EDI 系统。

## 2. 20世纪90年代以来: 基于Internet的电子商务

虽然 EDI 涉及银行、运输、税务、海关等各个方面数据、表格和单证的电子交换, 为企业实现商务活动现代化起到了积极推动作用, 但是由于使用 VAN 的费用很高, 技术条件复杂, 仅大型企业才会使用, 限制了电子商务应用范围的扩大。20 世纪 90 年代中期后, Internet 迅速走向普及化, 逐渐从大学、科研机构走入寻常百姓家, 其功能也已经从信息共享演变成为一种大众化的传播工具。

1989 年由欧洲粒子物理研究中心成功开发了万维网 (World Wide Web, WWW), 这种以超文本结构和多媒体为特征的网络信息交换系统能够使文件版面通过超级链接逐渐展开深入, 并且突破了资料集中在一台计算机上的限制。利用互联网及传输协议, 超文本文件就可以被网络上的任何一台计算机所调用; 它还将文字、图片、声音和影像有机地结合在一起, 大大丰富了信息输出的范围和功能, 为互联网实现广域超媒体信息检索、截取奠定了基础。

1993 年 2 月, 美国伊利诺大学国家超级计算机中心开发了新的 WWW 超文本浏览器软件 Mosaic, 提出了全球浏览编辑标准的统一化, 利用超文本传输协议 (Hyper Text Transport Protocol, HTTP), 与 WWW 一起工作, 为网络传输提供了“分布式客户机/服务器”的工作环境, 使个人主机与全球网络能够自由地传递。互联网上出现了 WWW 应用, 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, 丰富了企业的业务活动, 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集成上竞争。这些小企业基础设施投资都很少, 仅仅有一个 PC 机、调制解调器和一个互联网账户, 就可以进入一个更大的新市场。这迫使传统企业重新考虑其成本结构以保持竞争优势。

以直接面对消费者的网络直销模式而闻名的美国戴尔 (Dell) 公司 1999 年在线销售额高达 46 亿美元, 2000 年英特尔公司的在线交易额达 240 亿美元, 网络新秀亚马逊网上书店的营业收入从 1999 年的 6 亿美元增加到 2000 年的 20 亿美元。2000 年美国电子商务总额已达 5000 亿美元。为什么基于互联网的电子商务对企业具有如此巨大的吸引力? 这是因为它与基于

EDI 的电子商务相比具有明显的优势。

(1) 费用低廉

由于互联网是国际性的开放网络，使用费用很低，一般来说其费用不到 VAN 的 1/4，这一优势对于许多企业尤其是中小企业来说尤为合适。

(2) 覆盖面广

互联网几乎遍及全球的每个角落，用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

(3) 功能更全面

互联网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标，如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

(4) 使用更方便

基于互联网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制，任何商业文件或单证可以直接通过填写与现行的纸面格式一致的屏幕单证来完成，不需要再进行翻译，任何人都能够看懂和直接使用。

当今的 Internet 已覆盖 150 个国家和地区。据业界一些专家预计，到 2005 年，全球上网人数将达 10 亿人。我国的互联网用户在 7 年的时间内翻了 5 番，仅在 2003 年一年就发展了 2 100 万，但是普及率尚不到 6%，只有全球普及率平均数的一半，因此还有相当大的发展空间。到 2004 年 6 月 30 日，我国上网用户总数为 8 700 万，比去年同期增长 27.9%。

### 1.1.3 电子商务的发展

#### 1. 电子商务发展的三大阶段

电子商务的发展可以概括为三大阶段（见图 1-1）。

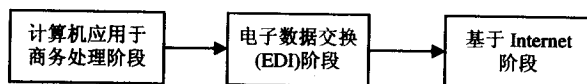


图 1-1 电子商务发展的三大阶段

(1) 第 1 阶段是计算机应用于商务处理

在 20 世纪 50 年代后期，商品的零售企业相继开发了前台 POS（销售点终端管理系统）和后台 MIS（管理信息系统），并引入电子定货（EOS）、电子转帐（EFT）等电子手段，使商贸业务开始告别传统的手工处理方式，进入电子处理形式，引发了电子商务之旅。

(2) 第 2 阶段应该说是现代真正意义上电子商务的开始，即电子数据交换时代

EDI 借助计算机网络技术，将贸易过程中的数据和单证按统一格式在网上传输，以提高效率，降低贸易成本。使用 EDI 是将整个贸易过程的数据和资料全部电子化，即实现“无纸贸易”。应用 EDI 必须在贸易伙伴之间建立数据交换的专用网，因此 EDI 电子商务只能在一些具有雄厚实力的大企业之间进行，被称为是“封闭式”的电子商务系统。

(3) 第 3 阶段是 20 世纪 90 年代基于 Internet 的电子商务出现

Internet 和 Web 的技术被应用于商务过程，企业可以利用 Intranet（企业内部网）和 Extranet（企业外部网）来解决问题，增加价值并创造新的商机。Internet 的开放性，使中小企业甚至

个人都可以在网络上与大企业一竞高低,这种全新的商务模式能使产品在全球范围内进行交易,解除了交易中时间和空间的限制,提高了企业的效率,降低了交易的成本,彻底改变了传统的消费模式。

随着 Internet 的飞速发展和计算机技术的日臻成熟,全球电子商务得以如火如荼地展开,下面我们来看一下世界主要地区的电子商务应用现状。

## 2. 欧美国家和地区电子商务的发展状况

从世界范围来看,电子商务的成功应用大多是在发达国家,尤其是美国和欧洲。在欧美各国通过 Internet 进行交易已成为潮流,基于电子商务而推出的商品交易系统方案、金融电子化方案、信息安全方案等,已形成了多种新的产业,给信息技术带来许多新的机会。美国的电子商务的发展得益于前总统克林顿提出的“信息高速公路”的建设设想。美国政府采取了一系列措施推动电子商务的发展。目前,美国已经走在了电子商务的前列。1998 年美国电子商务交易额达 170 亿美元,超过全球电子商务额的三分之一。2002 年,美国电子商务交易额达到 3 270 亿美元。4 年内,电子商务使美国国民收入净增 100 亿美元~200 亿美元,节约成本 5%~10%,使之从互联网络上获得了极大的效益。

欧洲各国自 20 世纪 90 年代以来,也在电子商务的道路上稳步前进。英国、德国、瑞典等国都进行了电信改革,加强信息高速公路的建设。欧盟提出了“欧盟电子商务行动方案”,对信息基础设施、管理框架、商务环境等方面的行动原则进行了规定,以发展欧洲的电子商务,提高欧盟的全球竞争力。按照安盛咨询公司的预测,在未来 5 年内,将有 90% 的欧洲公司利用电子商务进行产品销售和市场营销。

## 3. 亚洲国家电子商务的发展现状

### (1) 日本

日本已把电子商务作为国家经济发展的策略。根据企业各界的要求,日本政府,尤其是日本国际经贸部门积极同私人机构合作,在日本经济的每一个商务活动中开展电子商务的促进计划。1996 年,日本成立了电子商务促进委员会(简称 ECOM),有 251 家公司和组织机构参加了该委员会。1998 年,日本还与美国签署了美日电子商务联合宣言。根据日本邮政省预计,日本虚拟商店的销售和服务收入,到本世纪初可能超过 3 000 亿日元。

### (2) 韩国

1998 年 6 月,韩国商业、工业和能源部组织韩国的主要电子设备公司共同签署了一项联合协议,旨在制定电子商务的国内标准。该协议规定在 1999 年推广电子数据交换系统的应用,建成电子购物中心。

### (3) 新加坡

新加坡被认为是全球电子商务最有代表性的一个国家,其主要特点是电子商务活动都由政府控制。在电子商务发展的问题上,新加坡政府着手制定了一系列详细的法律和技术框架,以鼓励企业、公司使用电子商务。新加坡政府从 1996 年开始实施“新加坡一号工程”,使全国 65 万家企业都用光纤连入 Internet。政府启动的电子商务发展计划,将使新加坡成为一个环球的电子商务中心,工商界和公众将广泛开展电子商务,提高企业的生产效率和竞争力,形成电子商务服务产业。

## 4. 中国电子商务发展的现状

对于我国来说,刚开始发展电子商务充满了困难和阻力。原因是我国开展电子商务相对

较晚，另外我国的经济体制改革正步入攻坚阶段，市场和机制尚未健全，开展电子商务所需的网络设施，安全保障手段也较落后，电子商务涉及到的计算机信息系统管理、金融结算、相关法律法规等都有待各部门的协调和制定。因此，进入电子商务市场对中国所有的企业都是严峻的考验。



结算、在线投资等服务。

#### 4. 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，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，以人为本的服务可以在网络购物中充分体现出来。从时间上看，电子商务没有时间的间断，在线商店24小时营业。从空间上看，消费者的消费完全没有地域界限。另外，网上可以全方位地介绍商品的外观、性能和品质，有助于消费者更全面地认识商品，这些优势在更大程度上满足了用户的消费需求。实现商场、厂家、政府管理部门（税务、工商、海关等）、银行以及认证机构连成网络，实现信息流、物流和资金流的畅通。

#### 5. 电子商务将改变企业的生产方式

消费者的个性化、特殊化需要可以完全通过网络展示在生产厂商面前，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。企业根据用户的需要生产商品，为了满足个性化的需求，企业改变过去大批量的流水线生产方式，为小批量、多品种的生产方式，一些较小但能迅速获得信息，及时改变生产方式的企业将更具有竞争力。利用电子商务能将全世界的经销商纳入内部网，最终目的是实现按照用户的不同要求，做到按需供应商品。

#### 6. 电子商务迅速改变着国际流通业

电子商务冲击着原有的流通理论，引发一系列流通资源的重组与流通结构的变化，不断创新交易与服务的方式。电子商务加快了贸易全球化的进程，极大地提高了流通领域的科技含量，观念创新、技术创新和组织创新成为流通发展的基本动力，信息与知识成为现代化流通资源要素之一。

#### 7. 电子商务将为传统行业带来一场革命

电子商务是在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”、“网络营销”的新模式；各种线上服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

电子商务对企业的直接影响可以概括为：降低采购成本，减少存货，缩短生产周期，提高用户服务效率，降低营销费用，创造销售机会，增强企业的竞争优势，提高企业知名度，提高经营效益等。

#### 8. 电子商务将转变政府的行为

政府承担着大量的社会、经济、文化等各个方面的管理和服务功能，在调节市场经济运行，防止市场失灵方面起着很大的作用。在电子商务时代，当企业应用电子商务进行生产经营，银行实现金融电子化，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，电子化的政府将随着电子商务发展而成为一个新的重要的社会角色。政府的工商、税务等部门通过网络可以更及时、准确地获得企业信息，更严密地监督企业活动，并通过相应的技术手段进行执行，加大执法力度，提高政府威信。

#### 9. 电子商务对国民经济信息化的影响

电子商务对国民经济信息化的影响主要体现在4个方面：促进信息设备硬件、软件和相关信息服务的发展；促进信息基础设施的建设与完善；促进电信网、计算机网与广播电视网的一体化；