



电子商务基础

(助理电子商务师级)

于鹏 主编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

本书配有电子教学参考资料包

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

电子商务基础

(助理电子商务师级)

于 鹏 主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书依据《电子商务师国家职业标准（试行）》编写。

本书系统讲述了电子商务的基本概念、实现电子商务所需要的各种技术、电子商务的安全防范、电子商务交易的支付手段、电子商务的法律规范、网络营销的基础知识以及物流配送的相关知识等。每章后面都附有相应的习题。

本书内容全面、实用性强、针对性强，密切配合了我国目前推行的职业资格认证等级考试制度，适合作为高等院校电子商务、国际商务、计算机、财务管理、物流管理等专业的教材，也可作为从事实际工作的管理人员、商务人员、技术人员的参考用书。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务基础. 助理电子商务师级/于鹏主编. —北京: 电子工业出版社, 2004. 6
ISBN 7-5053-9903-9

I. 电... II. 于... III. 电子商务—经济师—中国—资格考试—自学参考资料 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 040626 号

责任编辑: 李影 蔡葵

特约编辑: 李印清

印 刷: 北京天宇星印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 21 字数: 531.2 千字

印 次: 2004 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 6 000 册 定价: 26.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店缺货, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077。质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

前 言



科学技术是推动经济和社会发展的第一生产力。以计算机和网络为核心的信息技术的迅猛发展,不仅已经形成了一个融合度最高、潜力最大、增长最快的信息产业,而且成为推动全球经济快速增长和全面变革的关键因素。电子商务是通过新技术引发新经济的一座成功桥梁。它不仅改变了传统的市场运行规则及经济增长方式,也改变了人们的生活方式、思维方式和行为准则,并形成以知识经济为龙头的全球经济发展新模式。

电子商务作为信息学、经济学、管理学、法学等多学科相融的新兴交叉学科,在新世纪信息化社会的国民经济建设、金融与商业流通、生产与服务乃至各类社会活动中都有着广泛的应用和迫切的人才需求。

随着现代信息技术在商务领域的普遍运用,电子商务人员作为利用计算机技术、网络技术现代信息技术从事商务活动或相关工作的人员,正成为劳动力市场需求的热点。为了将电子商务人才的培养和职业技能鉴定工作纳入标准化、规范化轨道,国家制定并颁布了《电子商务师国家职业标准(试行)》,要求大力开展电子商务人员的职业培训和职业技能鉴定工作,要求必须在电子商务人员中推行国家职业资格证书制度。

目前各大中专院校、职业学校关于电子商务的教学工作也是刚刚展开,广大师生都迫切希望尽快了解、掌握电子商务有关理论及相关的技术和应用技能。

编者就是在这样的背景下,为适应目前我国职业教育的形势,适应学业证书与职业资格证书的双证制度而编写了《电子商务基础》和《电子商务技术与应用》两本教材。

《电子商务基础》一书依据《电子商务师国家职业标准(试行)》编写,从电子商务的定义与产生的原因、电子商务的功能和特点等基本知识入手,全面系统地介绍了实现电子商务所需要的网络、计算机、信息等方面的技术,介绍了电子商务安全防范的有关知识、电子支付的手段、电子商务所涉及的各种法律问题等。

这种将所学专业 and 职业技能融为一体的学习,可以培养学生的实践能力和创新能力,使其在校期间就积累“工作”经验,缩短就业上岗后的适应期,从而促进劳动力市场人力资源的最佳配置。同时,它也使职业教育更好地从社会需求出发,面向经济建设。

本教材在编写过程中着重体现了以下几个方面的特色:

1. 突出职业能力。本教材遵循了“以能力培养为主、知识与能力并重”的编写原则,在内容上,力求体现“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的指导思想,以突出职业培训特色。

2. 系统性。本教材从探讨电子商务的定义、功能和特点入手,然后介绍实施电子商务所需要的各种技术,由浅入深、循序渐进地进行编排。

3. 实用性。本教材全面介绍了电子商务所涉及的最新实用知识。

4. 教材定位。本教材定位在国家电子商务师（助理电子商务师）级别。

本教材由于鹏副教授任主编，孙授卿、任燕任副主编，邱海燕、王赫男、杨东、于利平、杨欣虎、解皓、张丕景、陈立农、于大方、苏丹、周勋章、刘春侠、张锦麟、刘临青、张序政、王冬冬、李光耀、于慧等同志参加了本书的编写工作。北京交通大学教授、国家电子商务专家组成员张铎同志对本书的内容进行了审阅，并对所涉及的技术性问题给予了具体的指导和帮助。

本教材在编写过程中，还得到了国家信息产业部、中国电子商务协会、中国商会等有关单位领导和专家的指导，谨在此表示诚挚的谢意。

本教材还配有教学指南、电子教案及习题答案（电子版），请有此需要的教师与电子工业出版社联系，我们将免费提供（E-mail: ve@phei.com.cn）。

编者意在奉献给读者一本实用并具有特色的教材，由于电子商务是一个涉及多学科的、极其广阔的新领域，从整体上很难把握。虽然在撰写过程中，请教了多位国内外专家，但由于水平有限，仍难免存在错误和不妥之处，殷切希望广大读者能够根据自己的观点和体会给我们提出宝贵意见。

编 者

2003.12 于青岛



参加编写院校名单

(排名不分前后)

青岛酒店管理学院

青岛港湾职业技术学院

青岛外贸职业技术学院

青岛滨海职业技术学院

青岛求实职业技术学院

青岛飞洋职业技术学院

青岛黄海职业技术学院

青岛大学

青岛科技大学

青岛建筑工程学院

青岛职业技术学院

青岛广播电视大学

青岛恒星职业技术学院

青岛商务管理专修学院

目 录



第 1 章 电子商务概述	(1)
1.1 电子商务的概念	(1)
1.1.1 什么是电子商务	(1)
1.1.2 电子商务产生的原因	(2)
1.1.3 电子商务产生的条件	(3)
1.1.4 电子商务的功能	(3)
1.1.5 电子商务的特点	(5)
1.1.6 电子商务产生的影响	(6)
1.2 电子商务发展的基本环境	(11)
1.2.1 社会环境对电子商务的影响	(12)
1.2.2 信息化是社会生产力发展的必然趋势	(13)
1.2.3 企业信息化是实施电子商务的基础	(13)
1.2.4 金融电子化是实施电子商务的保证	(13)
1.3 电子商务的类别	(14)
1.3.1 电子商务的分类	(14)
1.3.2 企业与企业之间的电子商务	(16)
1.3.3 企业与消费者之间的电子商务	(18)
1.4 电子商务的基本业务流程	(19)
1.4.1 网络商品直销的流转过程	(19)
1.4.2 企业间网络交易的流转过程	(21)
1.4.3 网络商品中介交易的流转过程	(21)
1.5 电子商务的发展现状与趋势	(22)
1.5.1 电子商务的前景展望	(22)
1.5.2 我国电子商务的发展现状	(23)
1.5.3 我国电子商务的发展模式	(24)
1.5.4 我国电子商务的发展趋势	(25)
1.5.5 我国实施电子商务存在的问题	(26)
1.5.5 发展电子商务应采取的措施	(29)
习题 1	(31)
第 2 章 电子商务的实现技术	(33)
2.1 网络技术	(33)
2.1.1 计算机网络的定义	(33)

2.1.2	计算机网络的发展	(33)
2.1.3	计算机网络的功能	(34)
2.1.4	计算机网络的分类	(34)
2.1.5	计算机网络的拓扑结构	(36)
2.1.6	计算机网络的组成	(38)
2.2	Internet 技术	(40)
2.2.1	网络互连技术	(40)
2.2.2	TCP/IP 协议	(43)
2.2.3	Internet 提供的服务	(45)
2.2.4	Web 编程语言	(48)
2.2.5	Intranet 和 Extranet	(53)
2.3	数据库技术	(54)
2.3.1	数据库技术与电子商务	(54)
2.3.2	数据库的应用模式	(55)
2.3.3	常用数据库简介	(57)
2.4	EDI 技术	(59)
2.4.1	EDI 概述	(59)
2.4.2	EDI 系统的功能	(60)
2.4.3	EDI 系统的组成	(61)
2.4.4	EDI 的网络技术	(61)
2.4.5	EDI 的标准化	(63)
2.4.6	EDI 的软件结构	(63)
2.4.7	EDI 服务中心	(64)
2.4.8	EDI 的实施	(66)
2.5	电子商务的技术要求	(68)
2.5.1	电子商务应用系统的构成	(68)
2.5.2	网络系统建设的技术要求	(69)
2.6	构造电子商务系统	(71)
2.6.1	网站的分类	(71)
2.6.2	建设网站的过程	(71)
2.6.3	外购整体网络服务方式	(74)
习题 2	(75)
第 3 章	电子商务的安全防范	(77)
3.1	计算机与网络的安全	(77)
3.1.1	计算机安全	(77)
3.1.2	常见的网络安全问题	(81)
3.2	电子商务的安全保障	(83)
3.2.1	电子商务的安全现状	(83)
3.2.2	电子商务的安全威胁	(85)

3.2.3	电子商务的安全要素和体系	(86)
3.3	电子商务安全的标准	(89)
3.3.1	SSL 协议	(89)
3.3.2	SET 协议	(90)
3.3.3	CHAP 协议	(92)
3.3.4	ECHAP 协议	(93)
3.4	公钥基础设施 PKI	(93)
3.4.1	PKI 的功能与特性	(93)
3.4.2	PKI 的结构	(95)
3.4.3	X.509 标准	(96)
3.4.4	PKI 的基本成分	(97)
3.5	建立安全的认证中心	(98)
3.5.1	认证机构	(98)
3.5.2	数字证书	(100)
3.5.3	证书操作的流程	(101)
3.5.4	认证中心的安全性	(103)
3.5.5	应用前景	(103)
3.5.6	我国认证中心现状	(104)
3.6	电子商务的安全技术	(104)
3.6.1	计算机安全技术	(104)
3.6.2	路由器技术	(105)
3.6.3	防火墙技术	(106)
3.6.4	加密技术	(108)
3.6.5	认证技术	(112)
3.6.6	防病毒技术	(116)
3.6.7	其他	(117)
3.6.8	安全电子商务的法律要素	(117)
3.6.9	安全问题的未来研究方向	(118)
	习题 3	(119)
第 4 章	电子商务支付	(122)
4.1	电子支付的基础知识	(122)
4.1.1	电子支付的概念	(122)
4.1.2	电子支付的方式	(122)
4.1.3	电子支付的流程	(123)
4.1.4	电子支付存在的问题	(124)
4.2	电子货币	(125)
4.2.1	电子货币	(125)
4.2.2	Mondex 卡	(127)
4.2.3	电子现金	(128)

4.2.4	电子支票	(132)
4.2.5	电子信用卡	(134)
4.2.6	电子钱包	(138)
4.3	电子支付的主要模式	(141)
4.3.1	无安全措施的模式	(141)
4.3.2	通过中介支付的模式	(141)
4.3.3	数字现金支付模型	(142)
4.3.4	简单加密支付模式	(142)
4.3.5	SET 模式	(143)
4.3.6	电子商务模型语言	(144)
4.4	其他电子支付相关技术	(145)
4.4.1	自动柜员机 (ATM)	(145)
4.4.2	售货终端机 (POS)	(145)
4.4.3	电话和客户终端	(145)
4.4.4	网上银行	(145)
4.4.5	电子资金转账 (EFT)	(145)
4.4.6	金融通讯服务组织 (SWIFT)	(146)
4.5	卡技术	(147)
4.5.1	磁卡	(147)
4.5.2	智能卡	(147)
4.5.3	光卡	(149)
4.5.4	IC 卡在电子商务中的应用	(150)
4.6	条码技术	(152)
4.6.1	条码技术的起源与发展	(153)
4.6.2	条码技术的研究对象及特点	(153)
4.6.3	商品条码技术的应用	(155)
4.6.4	条码技术在我国的应用现状和前景	(156)
4.7	电子合同	(157)
4.7.1	电子合同的概念	(157)
4.7.2	电子合同的分类	(158)
4.7.3	电子合同的效力	(158)
4.7.4	电子合同的身份认证	(160)
4.7.5	数字证书的原理	(161)
4.7.6	认证机构	(161)
4.8	电子订货系统 (EOS)	(163)
4.8.1	EOS 的概念	(163)
4.8.2	EOS 的运作流程	(164)
4.8.3	EOS 的业务过程	(165)
4.8.4	EOS 的实现	(166)

4.8.5	EOS 的效益和发展趋势	(167)
习题 4		(168)
第 5 章	电子商务的法律规范	(171)
5.1	电子商务与法律	(171)
5.1.1	网络法制时代	(171)
5.1.2	电子商务发展带来的法律问题	(173)
5.2	电子商务参与各方的法律关系	(176)
5.2.1	电子商务交易中买卖双方当事人的权利和义务	(176)
5.2.2	网络交易中心的法律地位	(177)
5.2.3	网络交易客户与虚拟银行间的法律关系	(178)
5.2.4	认证中心在电子商务中的法律地位	(179)
5.3	电子商务立法	(180)
5.3.1	全球电子商务法律框架应遵循的基本原则	(180)
5.3.2	美国电子商务法律法规	(181)
5.3.3	欧洲及亚太地区的电子商务立法	(184)
5.3.4	《电子商务示范法》	(186)
5.3.5	联合国《电子签字示范法》	(188)
5.4	电子商务的法律建设	(189)
5.4.1	立法的目的	(189)
5.4.2	立法的指导思想与原则	(189)
5.4.3	立法的范围	(191)
5.4.4	立法的途径	(192)
5.5	电子商务法律的框架建设	(192)
5.5.1	电子商务行业法律法规	(192)
5.5.2	信息资源法律法规	(193)
5.5.3	网上知识产权法律法规	(193)
5.5.4	安全与保密法律法规	(194)
5.5.5	关于基础设施与技术的使用和保护的法律法规	(195)
5.5.6	电子商务领域的金融法律法规	(195)
5.5.7	其他相关法律法规	(196)
5.6	电子商务中知识产权的保护	(196)
5.6.1	域名抢注与保护	(196)
5.6.2	版权的保护	(197)
5.6.3	商标的保护	(197)
5.7	我国电子商务立法	(199)
5.7.1	我国电子商务法制建设现状	(199)
5.7.2	我国涉及计算机安全方面的法律法规	(200)
5.7.3	我国涉及网络安全管理的一系列行政法规	(201)
5.7.4	我国电子商务交易安全的法律法规	(201)

习题 5	(202)
第 6 章 网络营销基础知识	(204)
6.1 网络营销的理论基础	(204)
6.1.1 网络营销的概念	(204)
6.1.2 网络营销的特点	(204)
6.1.3 网络营销的主要内容	(206)
6.1.4 网络营销与传统营销	(207)
6.2 网上市场调研	(210)
6.2.1 网上市场调查的概念	(210)
6.2.2 网上市场调查的特点	(210)
6.2.3 网上直接调查法	(211)
6.2.4 网上间接调查法	(213)
6.2.5 网上市场调研的优势	(216)
6.2.6 网上市场调研的对象	(216)
6.2.7 网上市场调研的原则	(217)
6.2.8 网上市场调研的主要内容	(218)
6.2.9 网上市场调研的样本类型	(220)
6.2.10 网上市场调研的步骤	(220)
6.2.11 市场调研报告	(220)
6.3 网络促销	(226)
6.3.1 网络促销的内涵	(226)
6.3.2 网站推广	(228)
6.3.3 网络广告	(230)
6.3.4 网络广告的发布	(231)
6.3.5 运用网络发布网络广告的工作步骤	(241)
6.4 网络商务信息的收集与整理	(242)
6.4.1 网络商务信息的概念	(242)
6.4.2 网络商务信息的特点	(242)
6.4.3 网络商务信息的类型	(242)
6.4.4 网络营销对网络商务信息收集的要求	(243)
6.4.5 网络商务信息收集的困难	(244)
6.4.6 网络信息收集困难的解决办法	(245)
6.4.7 常用检索工具	(246)
6.4.8 网络商务信息分类与整理	(247)
习题 6	(248)
第 7 章 物流配送基础知识	(253)
7.1 物流的概念	(253)
7.1.1 什么是物流	(253)
7.1.2 物流产生的原因	(254)

7.1.3	物流的分类	(254)
7.1.4	物流的发展	(257)
7.1.5	商品流通的内容	(258)
7.2	企业中的物流	(259)
7.2.1	生产企业的物流	(259)
7.2.2	商业企业的物流	(260)
7.2.3	配送中心的物流	(261)
7.3	物流系统化	(262)
7.3.1	系统和物流系统的概念	(262)
7.3.2	物流系统的组成	(262)
7.3.3	物流系统化的目的	(263)
7.4	电子商务中的物流	(263)
7.4.1	物流在电子商务中的作用	(263)
7.4.2	物流在电子商务中的地位	(264)
7.4.3	电子商务对传统物流配送的冲击和影响	(265)
7.4.4	电子商务的物流配送	(266)
7.5	电子商务环境下的新型物流配送中心	(268)
7.5.1	新型物流配送中心特征及运作类型	(268)
7.5.2	新型物流配送中心应具备的条件	(269)
7.5.3	我国电子商务物流模式的发展	(270)
	习题7	(271)
第8章	中介在电子商务中的地位和作用	(272)
8.1	电子商务的交易环境	(272)
8.1.1	发展电子商务的社会基础	(272)
8.1.2	市场中介的作用	(272)
8.1.3	电子商务交易中介	(273)
8.2	金融中介在电子商务中的作用	(274)
8.2.1	商业银行的业务变化趋势	(274)
8.2.2	银行在电子商务中的地位、作用	(275)
8.2.3	银行业发展电子商务面临的难题	(276)
8.2.4	加快银行电子商务的发展	(277)
8.3	税务部门在电子商务中的作用	(280)
8.3.1	电子商务引发的税收问题	(280)
8.3.2	电子商务在税务部门的应用	(283)
8.3.3	我国电子商务税务管理应采取的对策	(285)
8.4	ISP在电子商务中的作用	(287)
8.4.1	Internet接入服务商	(287)
8.4.2	Internet平台服务商	(288)
8.4.3	企业服务呼叫中心	(290)

8.5	ICP 在电子商务中的业务	(291)
8.5.1	网上信息服务业务的种类	(291)
8.5.2	网上媒体运营商及其业务	(293)
8.5.3	数据库运营商及其业务	(297)
8.5.4	信息咨询商及其业务	(299)
8.5.5	信息发布	(300)
习题 8		(301)
第 9 章	企业电子商务体系的创建	(302)
9.1	论证电子商务	(302)
9.1.1	明确创建企业电子商务的目的	(302)
9.1.2	了解电子商务给企业带来的效益	(303)
9.1.3	电子商务的运作规则	(304)
9.2	Internet 网络的连接	(304)
9.2.1	市场性分析	(304)
9.2.2	制定 Internet 站点实施计划	(305)
9.2.3	确定衡量 Internet 站点进展的情况	(305)
9.2.4	增强 Internet 站点的发展曲线	(305)
9.2.5	企业状况分析	(306)
9.2.6	调查其他公司	(306)
9.3	企业内联网的创建	(306)
9.3.1	确定企业能否由内联网获利	(306)
9.3.2	计算成本、时间和可节约的金钱	(307)
9.3.3	制定内联网站点实施计划	(307)
9.3.4	确定衡量内联网站点进展的指标	(307)
9.3.5	增强内联网站点的有用性	(307)
9.3.6	企业现状分析	(307)
9.3.7	调查其他公司	(307)
9.4	网上运作的产品及市场	(307)
9.4.1	目标市场情况	(308)
9.4.2	产品、服务与品牌	(308)
9.4.3	送货渠道	(308)
9.4.4	价格	(308)
9.4.5	其他推动力	(309)
9.4.6	市场环境	(309)
9.5	网上客户的分析和定位	(309)
9.5.1	Internet 用户的特点	(309)
9.5.2	Internet 用户的类型	(309)
9.5.3	Internet 用户的专业水平	(309)
9.6	评估电子商务运作的有效性	(310)

9.6.1	评估 Web 服务器的统计信息	(310)
9.6.2	获取用户反馈	(310)
9.6.3	其他评估方式	(310)
9.6.4	评估内联网的成本和效益	(311)
习题 9	(311)
第 10 章	电子商务下的创新经营模式	(312)
10.1	BtoB 的电子商务模式	(312)
10.1.1	内联网模式	(312)
10.1.2	中介模式	(313)
10.1.3	专业服务模式	(313)
10.2	BtoC 的电子商务模式	(313)
10.2.1	在线商店模式	(313)
10.2.2	网上专卖店	(314)
10.2.3	网上销售联盟	(314)
10.2.4	网上代理	(315)
习题 10	(315)
附录	电子商务师鉴定说明	(317)

第1章 电子商务概述



1.1 电子商务的概念

1.1.1 什么是电子商务

随着网络、通信和信息技术的快速发展, Internet 在全球迅速普及, 使得现代商业具有了不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征, 使得任何一个商业组织都必须改变自己的组织结构和运行方式来适应这种全球性的发展和变化。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、网络通信技术和 Internet 来实现商务活动的国际化、信息化和无纸化, 已成为各国商务发展的一大趋势。

电子商务 (Electronic Commerce, EC) 正是为了适应这种以全球为市场的变化而出现和发展起来的。它可以使销售商与供应商更紧密地联系起来, 更快地满足客户的需求, 也可以让商家在全球范围内选择最佳供应商, 在全球市场上销售产品。电子商务基于网络技术, 网络技术提供了实现电子商务的技术平台, 而电子商务是网络技术的最新应用和最终目标之一。电子商务利用 Internet 技术, 将企业、用户、供应商以及其他商业和贸易所需环节连接到现有的信息技术系统上。电子商务以前所未有的方式, 将商业活动纳入网上, 彻底改变了现有的业务作业方式和手段, 从而实现了充分利用有限资源、缩短商业环节和周期、提高应用效率、降低成本、提高用户服务质量的目标。电子商务提出了一种全新的机会、需要、规则和挑战, 它代表了未来信息产业的发展方向, 将对全球经济和社会的发展产生深刻的影响, 是全球经济与社会发展的“朝阳”领域。

因特网 (Internet) 环境下的电子商务采用的是一种全新的经济模式, 它完全不同于以往任何传统经济, 这种改变不仅仅是一种技术上的改变, 它也是一种全新的营销方式, 甚至包含文化和理念的变革。具体来讲, 电子商务所带来的改变体现在多方面: 它改变了一个企业的架构, 改变了业务流程, 改变了商业模式 (如信息传达模式、市场运作模式等), 改变了人类的生活方式, 也改变了人类的文化氛围。因此, 电子商务是人类经济、科技、文化发展的必然产物。它是信息化社会的商务模式, 是商务的未来。

那么, 究竟什么是电子商务呢? 事实上, 到目前为止, 还没有一个全面、确切的定义。各种政府、组织、公司、学术团体以及个人都是依据自己的理解和需要来给电子商务下定义的。但从信息学与商业结合的角度, 我们还是可以对电子商务给出一个较为科学的定义。

电子商务系指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术 (主要是因特网) 等现代信息技术所进行的各类商务活动, 包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。这里的“利用信息技术”与“进行商务活动”都具有丰富的含义:



第一，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，寻找相关信息并给用户多种买卖选择。一经用户确认，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。

第二，电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交易场所。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，更准确地了解和把握市场。

第三，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”应涵盖各种以使用电子技术为基础的通信方式；另一方面，对“商务”一词应作广义解释，使其包括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。如果把“现代信息技术”看做一个子集，“商务”看做另一子集，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因特网、内联网和电子数据交换在贸易方面的各种用途，如图 1.1 所示。

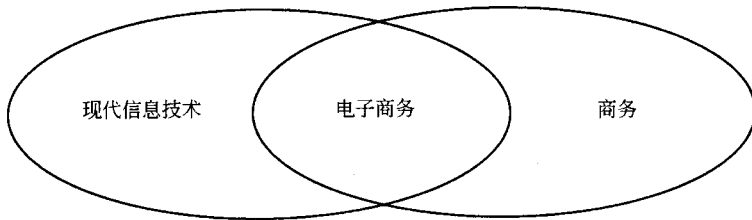


图 1.1 电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

第四，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前台的商务电子化，更是包括后台在内的整个运作体系的全面信息化，以及企业整体经营流程的优化和重组。也就是说，建立在企业全面信息化基础上，通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务以及人力资源等环节实行全方位控制的电子商务才是真正意义上的电子商务。

狭义的电子商务仅仅局限于通过 Internet 网络进行的商业活动，而广义的电子商务则包括利用因特网 (Internet)、内联网 (Intranet)、局域网 (LAN) 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动。从发展的观点看，考虑电子商务的概念时，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。所以，电子商务方面的权威人士提出：电子商务是一种现代商业方法，这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的，加快服务传递速度，改善服务质量，降低交易费用。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的买卖，未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路 (I-Way) 的无数网络中的任一网络进行买卖。

1.1.2 电子商务产生的原因

在任何商业活动中，买卖双方所交换的是他们的需求，在商业活动发生的过程中必然涉及物流、资金流和信息流。

在人类社会的商业活动中，自始至终存在的是物流。资金流是随着货币的产生才出现的。后来随着社会分工的细化和商业信息的发展，专门为货币做中介服务的机构产生了，如