



# 电子商务导论

黄永斌 主编



36



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

# 电子商务导论

主 编 黄永斌

副主编 吴荣梅、王绍卜、徐莹

机 械 工 业 出 版 社

当今世界正在进入网络化社会。网络信息资源及其应用是企业生存与发展不可忽视的重要资源和手段。正是基于这一时代背景,作者结合计算机和网络技术,力求以通俗易懂的语言,向读者阐述电子商务的形成、发展及其应用。全书共分6章,主要包括:电子商务的基本概念、特性和发展,电子商务的主要技术,电子商务应用,电子商务网站技术,企业如何开展电子商务,电子商务的运行环境等内容。

本书适合经济管理类的师生使用,主要针对本专科生,对于各类企业的经营管理者有一定的参考价值,对电子商务感兴趣的读者也有一定的帮助。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务导论/黄永斌主编. —北京:机械工业出版社, 2004.2  
ISBN 7-111-13851-1

I. 电... II. 黄... III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第002965号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:周娟 版式设计:冉晓华 责任校对:李秋荣

封面设计:陈沛 责任印制:路琳

北京机工印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2004年2月第1版第1次印刷

1000mm×1400mm B5·8.5 印张·327千字

0 001—4 000册

定价:23.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

# 序

电子商务是指企业利用当代网络和电子技术而展开的各类外部经营活动。在电子商务实施过程中，商务和企业主营业务是核心，网络和电子技术是工具。

由网络和电子商务为主导的、始于 20 世纪 90 年代中叶的网络新经济，对企业的经营活动产生了重要的影响，改变了整个人类社会经济活动发展的进程。

迄今为止，电子商务的发展大致上可分为两个阶段。第一阶段是从 1995 年到 2001 年，在这一阶段基本上都是以概念传播、技术研究、在线购物为主。尽管商业上的宣传、炒作很厉害，但是没有什么实质性的内容。第二阶段是以 2000 年中 NASDAQ 股票市场大调整为标志，从 2002 年开始，NASDAQ 市场的大调整剔除了网络经济发展中的泡沫成分，使得电子商务步入健康、良性发展的轨道。在世界范围内，真正掀起了电子商务应用的热潮。

纵观 2002 年以来的网络经济和电子商务的发展，有这样几个特点：从发展方向看，基本上摆脱了前两年以技术为主的泡沫发展过程。以实体产业为主，网络技术与实体产业、主营业务相结合，因而发展速度非常快。从商务模式上看，基本上摆脱了前两年完全以交易及其相关环节为出发点来考虑问题的做法，发展到以营销和经营为主。也就是说绝大多数业务，都是网上和网下相结合来展开。从实际交易形式上来看，以往人们宣传的电子商务模式基本上都是以销售方为主，现在来看以销售方和销售目的为主组织的电子商务活动从世界各国发展的情况来看，成功的并不多。反而，以采购方为降低成本而组织的电子商务活动却非常成功。这主要是市场竞争和买方市场的特点所决定的。众所周知，在当今社会，只有采购方有对市场指挥和命令的权力，迫使供货商接受这种于己有利的业务形式，容易产生很好的经济效益。

另外，新千年以来，由于中国加入 WTO 和中国经济的发展，大量国外企业抢滩进入我国市场，利用中国优质、廉价的加工能力和劳动力资源来发展自己。中国正在逐渐成为世界生产和加工中心。

但是我们也不得不看到新千年以来中国经济发展过程中出现的两大趋势：

一是近几年，随着我国经济的发展，员工工资、土地价格、环保要求、维权意识、福利水平等等都在逐步提高。传统以低工资为主的低成本优势相对于周边国家和地区正在消失。这种现象在长江三角、珠江三角等发达地区尤为明显。二是近年来随着工业化、机械化和生产水平的不断提高，产品成本构成发展了重大的变化。生产成本在产品总成本中所占的比重在普遍缩小，外部流通

#### IV

领域所产生的成本在迅速增大。这就使得原本以压缩内部生产成本为主体的降低成本模式的效果越来越差。面对这种新的挑战和新环境，如果没有新的发展，这种投资热潮势必会向其他劳动力成本更低的国家或地区转移。所以，大力发展电子商务，利用网络环境改变企业的购销行为模式，降低流通领域的成本，建立起良好的供应链、价值链、现代物流和分工协作的生产加工体系，将成为未来企业竞争和制胜的关键！同时也是中国经济保持竞争力和下一步发展的关键！

电子商务的发展关键在于人才队伍建设。目前，制约电子商务在我国发展的因素有许多，但最根本的还是缺乏适应电子商务发展要求的高素质、实用型、复合型人才。为此，我国已形成了多层次的电子商务专业人才培养的立体培养模式。现呈现在读者面前由浙江万里学院黄永斌等编写的《电子商务导论》教材是我国学者在这方面所作的又一次努力。

此书内容难易程度适中，注意实用性和培养学生的实际操作能力。它既可以作为电子商务本科、高职高专学生的教材，也可以作为高级中等职业学校电子商务专业学生的教材。

新年将至，愿电子商务来年会有更大的发展。此为序。

姜旭平

2003年12月29日

于北京清华园

# 前 言

随着 Internet 的迅速发展,以因特网为基础的电子商务应运而生,它不仅正在改变着各行各业的经营思想和经营模式,而且改变着人们的生活、学习和工作方式。可以这样说,电子商务触发了人类社会全方位的深刻变革,电子商务将是 21 世纪社会经济发展的方向。正因如此,电子商务激发了人们对其理论和实践的研究热情。

作为一门新的学科,电子商务正处在建设和发展过程中,其经营的模式也在日新月异地变化,要跟上电子商务的潮流,政府、个人、企业都应该从不同的角度了解电子商务的技术。特别是企业,电子商务是用全新的方法进行商务活动的基础,同时,也是在以客户为中心时代获取竞争优势的基础。

本书的体系是针对电子商务作为一门课程的形式出现的,而不是一个专业,所以,书中的各个章节环环相扣,尽可能覆盖电子商务的方方面面。主要分成六大部分,分别是:第 1 章主要概述了电子商务的概念、功能和特性,电子商务的发展,电子商务对今后带来的影响和机遇以及存在的问题,使学生能从总体上把握电子商务的内涵与电子商务的体系结构。第 2 章主要讲述电子商务的主要技术,包括电子商务的网络技术、电子商务的安全技术、电子支付与电子货币、EDI 技术和公钥基础设施。第 3 章主要讲述电子商务应用,通过理论与案例的结合,从网上商店、网上营销、网上证券、网上拍卖、网上保险、电子政务等各个方面较全面地介绍了电子商务的应用。第 4 章主要讲述电子商务网站的建设,主要介绍怎样进行电子商务网站的规划、电子商务网站的页面制作、Web 数据库基础、电子商务网站的维护与运营。第 5 章主要讲述了企业如何开展电子商务,分析了电子商务的优势、作用和目的,介绍了企业开展电子商务所需的环境及其效益分析,以及企业怎样开展电子商务。第 6 章主要介绍电子商务的运行环境,包括电子商务标准、网上银行及其支付体系、电子商务的社会环境、电子商务的法律与税收问题和物流及配送体系。

由于电子商务是一门不断发展的学科,有许多理论还很不成熟,本书在编写过程中,没有直接将这些不成熟的内容舍弃,而是以探讨和发展形式加以介绍,在教学过程中对这部分内容可以进行取舍。

本书的写作是集体智慧的成果,得到了全国许多高校老师的支持和帮助。这里要特别地感谢清华大学经济管理学院姜旭平教授在本书编写大纲的讨论过程中以及最后的定稿给予了全力的支持、指导和审定。参加编写的人员有:黄

## VI

永斌副教授负责第 1、5 章的编写，吴荣梅副教授负责第 3、6 章的编写，王绍卜副教授负责第 2 章的编写，徐莹负责第 4 章的编写。还要感谢白锦表副教授(参与了第 6 章的编写)，感谢管丽萍老师参与书稿的校对工作。由黄永斌副教授负责全书的统稿、定稿工作。最后感谢浙江万里学院教务处、商学院领导的大力支持，感谢信息管理系同仁的支持，感谢机械工业出版社的鼎力支持！

编者  
于宁波

# 目 录

## 序 前言

## 第 1 章 绪 论

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <b>1.1 电子商务的含义</b> .....           | 1  |
| 1.1.1 什么是电子商务 .....                | 1  |
| 1.1.2 电子商务的研究对象 .....              | 4  |
| <b>1.2 电子商务的功能与特性</b> .....        | 5  |
| 1.2.1 电子商务的功能 .....                | 5  |
| 1.2.2 电子商务的特性 .....                | 6  |
| 1.2.3 电子商务的优点 .....                | 7  |
| 1.2.4 电子商务应用中存在的问题 .....           | 8  |
| <b>1.3 电子商务的分类</b> .....           | 9  |
| 1.3.1 按企业电子商务系统业务处理过程涉及的范围分类 ..... | 9  |
| 1.3.2 按电子商务复杂性程度分类 .....           | 10 |
| 1.3.3 按电子商务系统功能目标分类 .....          | 11 |
| 1.3.4 按电子商务技术标准和支付方式分类 .....       | 12 |
| <b>1.4 电子商务系统的体系结构</b> .....       | 13 |
| 1.4.1 电子商务系统的基本结构 .....            | 13 |
| 1.4.2 电子商务系统的基础设施 .....            | 15 |
| 1.4.3 电子商务系统的支撑环境 .....            | 16 |
| 1.4.4 电子商务系统的应用结构 .....            | 18 |
| <b>1.5 电子商务的发展及影响</b> .....        | 19 |
| 1.5.1 电子商务的产生 .....                | 19 |
| 1.5.2 电子商务的发展阶段 .....              | 22 |
| 1.5.3 电子商务的发展现状与趋势 .....           | 24 |
| 1.5.4 电子商务对思维方式的变革 .....           | 25 |
| 1.5.5 电子商务对人类活动的变革和影响 .....        | 29 |
| <b>1.6 思考题</b> .....               | 32 |

## 第 2 章 电子商务的主要技术

|                            |    |
|----------------------------|----|
| <b>2.1 电子商务的网络技术</b> ..... | 33 |
|----------------------------|----|



|            |                        |           |
|------------|------------------------|-----------|
| 2.1.1      | 网络基础知识 .....           | 33        |
| 2.1.2      | Internet 基础 .....      | 50        |
| <b>2.2</b> | <b>电子商务的安全技术 .....</b> | <b>58</b> |
| 2.2.1      | 电子商务的安全体系结构 .....      | 58        |
| 2.2.2      | 网络安全技术 .....           | 60        |
| 2.2.3      | 信息加密技术 .....           | 66        |
| 2.2.4      | 安全认证技术 .....           | 69        |
| 2.2.5      | 计算机病毒 .....            | 71        |
| <b>2.3</b> | <b>电子支付与电子货币 .....</b> | <b>73</b> |
| 2.3.1      | 概述 .....               | 73        |
| 2.3.2      | 电子货币与电子钱包 .....        | 74        |
| 2.3.3      | 常见的电子支付方式 .....        | 76        |
| <b>2.4</b> | <b>EDI 技术 .....</b>    | <b>80</b> |
| 2.4.1      | 什么是 EDI .....          | 80        |
| 2.4.2      | 实现 EDI 的环境和条件 .....    | 84        |
| 2.4.3      | EDI 系统的法律和安全问题 .....   | 85        |
| <b>2.5</b> | <b>公钥基础设施 .....</b>    | <b>88</b> |
| 2.5.1      | 什么是 PKI .....          | 88        |
| 2.5.2      | PKI 组成 .....           | 89        |
| 2.5.3      | 证书认证机构 CA .....        | 90        |
| 2.5.4      | PKI 的应用 .....          | 98        |
| <b>2.6</b> | <b>思考题 .....</b>       | <b>99</b> |

## 第 3 章 电子商务应用

|            |                   |            |
|------------|-------------------|------------|
| <b>3.1</b> | <b>网上商店 .....</b> | <b>100</b> |
| 3.1.1      | 网上商店的含义 .....     | 100        |
| 3.1.2      | 网上商店的分类 .....     | 101        |
| 3.1.3      | 网上商店的建立 .....     | 101        |
| 3.1.4      | 网上商店案例 .....      | 103        |
| <b>3.2</b> | <b>网上营销 .....</b> | <b>108</b> |
| 3.2.1      | 营销与网上营销 .....     | 108        |
| 3.2.2      | 网上营销的方式 .....     | 109        |
| 3.2.3      | 网上营销的策略 .....     | 110        |
| 3.2.4      | 网上营销案例 .....      | 112        |
| <b>3.3</b> | <b>网上拍卖 .....</b> | <b>118</b> |
| 3.3.1      | 网上拍卖的含义 .....     | 118        |
| 3.3.2      | 网上拍卖案例 .....      | 118        |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>3.4 证券交易</b>       | 123 |
| 3.4.1 网上证券交易的概念       | 123 |
| 3.4.2 网上证券交易的模式       | 123 |
| 3.4.3 网上证券交易的特点       | 124 |
| 3.4.4 网上证券交易系统的功能     | 125 |
| 3.4.5 网上证券案例          | 126 |
| <b>3.5 网上保险的销售与服务</b> | 132 |
| 3.5.1 网上保险的含义         | 132 |
| 3.5.2 网上保险案例          | 132 |
| <b>3.6 电子政务</b>       | 134 |
| 3.6.1 电子政务的含义         | 134 |
| 3.6.2 政府网案例           | 135 |
| <b>3.7 思考题</b>        | 138 |

## 第4章 电子商务网站技术

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>4.1 电子商务网站的规划</b>          | 139 |
| 4.1.1 建设电子商务网站的必要性            | 139 |
| 4.1.2 电子商务网站创建过程              | 140 |
| <b>4.2 电子商务网站的页面制作</b>        | 145 |
| 4.2.1 超文本标识语言 (HTML)          | 146 |
| 4.2.2 可扩充的标识语言 (XML)          | 149 |
| 4.2.3 Dreamweaver MX——网页设计的利器 | 150 |
| 4.2.4 企业标志 LOGO 的设计           | 160 |
| <b>4.3 Web 数据库基础</b>          | 165 |
| 4.3.1 ODBC 技术                 | 165 |
| 4.3.2 SQL                     | 168 |
| 4.3.3 常用 Web 数据库接口技术          | 171 |
| <b>4.4 ASP 技术</b>             | 172 |
| 4.4.1 ASP 概述和基本语法             | 172 |
| 4.4.2 VBScript 脚本语言           | 173 |
| 4.4.3 ASP 内置对象                | 178 |
| 4.4.4 利用 ADO 访问数据库和例题解析       | 181 |
| <b>4.5 电子商务网站的维护与运营</b>       | 185 |
| 4.5.1 电子商务网站的维护               | 186 |
| 4.5.2 电子商务系统的运营               | 187 |
| 4.5.3 电子商务系统的安全管理制度           | 187 |
| <b>4.6 思考题</b>                | 188 |

## 第5章 企业如何开展电子商务

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| <b>5.1 电子商务的优势和作用</b>           | 190 |
| 5.1.1 电子商务创造企业网络环境下的竞争优势        | 190 |
| 5.1.2 在企业内部管理上的作用体现             | 193 |
| 5.1.3 在企业内部结构变革与行业结构变革中的作用体现    | 195 |
| <b>5.2 创建电子商务的目的</b>            | 196 |
| 5.2.1 电子商务对企业商务活动主要环节的影响        | 196 |
| 5.2.2 从企业和客户不同的角度看创建电子商务的目的     | 198 |
| <b>5.3 电子商务环境要求</b>             | 201 |
| 5.3.1 社会环境                      | 201 |
| 5.3.2 网络环境                      | 202 |
| 5.3.3 硬件环境                      | 202 |
| 5.3.4 软件及开发环境                   | 202 |
| 5.3.5 商务服务环境                    | 202 |
| 5.3.6 企业内部网 (Intranet)          | 203 |
| <b>5.4 电子商务效益的分析与评估</b>         | 204 |
| 5.4.1 企业开展电子商务的成本与代价            | 204 |
| 5.4.2 电子商务为企业带来的效益              | 206 |
| <b>5.5 创建电子商务的准备</b>            | 209 |
| 5.5.1 企业业务分析                    | 209 |
| 5.5.2 制定实施电子商务的计划               | 210 |
| 5.5.3 创建企业内部网                   | 210 |
| 5.5.4 设备与环境的准备                  | 212 |
| 5.5.5 管理及人员的准备                  | 213 |
| <b>5.6 创建企业电子商务</b>             | 213 |
| 5.6.1 电子商务网站的主要功能               | 214 |
| 5.6.2 制作网页, 开发应用程序, 实现电子商务网站的功能 | 214 |
| 5.6.3 电子商务网站的发布与维护              | 215 |
| <b>5.7 网络营销</b>                 | 215 |
| <b>5.8 思考题</b>                  | 216 |

## 第6章 电子商务的运行环境

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>6.1 电子商务标准</b>     | 217 |
| <b>6.2 网上银行及其支付体系</b> | 221 |
| 6.2.1 网上银行的含义         | 221 |
| 6.2.2 网上银行的形式         | 222 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 6.2.3 网上银行的特点 .....           | 222 |
| 6.2.4 网上银行的功能 .....           | 222 |
| 6.2.5 网上银行案例 .....            | 223 |
| <b>6.3 电子商务的社会环境</b> .....    | 231 |
| 6.3.1 电子商务的政策环境 .....         | 231 |
| 6.3.2 语言与文化环境 .....           | 232 |
| 6.3.3 道德环境 .....              | 234 |
| <b>6.4 电子商务的法律与税收问题</b> ..... | 236 |
| 6.4.1 电子商务的法律问题 .....         | 236 |
| 6.4.2 电子商务的税收问题 .....         | 245 |
| <b>6.5 物流及配送体系</b> .....      | 247 |
| 6.5.1 电子商务物流配送的特点 .....       | 247 |
| 6.5.2 电子商务物流技术 .....          | 249 |
| 6.5.3 电子商务中的物流管理 .....        | 250 |
| 6.5.4 电子商务与物流业结合的模式 .....     | 251 |
| 6.5.5 新型物流配送中心的特征 .....       | 252 |
| 6.5.6 我国物流配送与电子商务发展的差距 .....  | 253 |
| 6.5.7 中国电子商务配送存在的问题 .....     | 254 |
| <b>6.6 思考题</b> .....          | 256 |
| <b>参考文献</b> .....             | 257 |
| <b>参考网站</b> .....             | 258 |

# 第 1 章 绪 论

在过去的几千年商务活动中，人们总是能够及时地利用新出现的工具和技术。例如，古时帆船的出现为交易的双方提供了一个新的舞台；以后的印刷术、蒸汽机、电话、传真机等发明也都显著地改变了人们的交易方式。在最近几十年里，信息技术的应用也正在改变着现代交易的方式，企业使用了多种电子通信工具来完成各种交易活动；银行使用电子资金转账技术在全球范围内转移顾客的资金，各种企业使用电子数据交换技术发出订单、寄送发票；零售商针对各种商品做电视广告，以吸引顾客电话订货。

进入到 20 世纪 90 年代以来，随着信息技术的进一步发展，特别是因特网的普及和应用，人们的交易方式和商务活动受到了巨大的影响和冲击。因特网及其相关技术正在改变着人们的生活方式，其涉及面之广，甚至超出了许多人的想象。其中最有意义的变化之一就发生在我们进行商务活动的方式上，这就是电子商务。本章主要论述以下内容：

- 电子商务的含义
- 电子商务的功能与特性
- 电子商务的分类
- 电子商务系统的体系结构
- 电子商务的发展及影响

## 1.1 电子商务的含义

### 1.1.1 什么是电子商务

电子商务目前尚处在初期阶段，对于电子商务，目前还没有一个较全面的、具有权威性的统一的定义。由于电子商务涉及网络技术和商务活动等各个方面，因而各界按照各自的理解对电子商务加上各种注解。

#### 1. 对于电子商务的一般理解

伴随着电子商务的发展，大众对于电子商务的理解也经历了一个逐步认识的过程。

从电子商务这个词组的字面意思来理解，一般认为电子商务包含两个方面：一是电子方式；二是商贸活动。所以说电子商务是指买卖双方利用简单、快捷、低成本的电子通信方式，不直接接触地进行各种商贸活动。

从电子方式的角度来看,电子商务可以通过多种电子通信的方式来完成。简单地说,通过电话或发传真的方式来与客户进行商贸活动,似乎也可以称为电子商务。但是今天人们所探讨的电子商务主要是通过电子数据交换技术(Electronic Data Interchange, EDI)和互联网来完成的,尤其是伴随着互联网技术的日益普及,电子商务真正的发展是建立在互联网技术上的。所以也有人把电子商务简称为互联网商务(Internet Commerce, IC)。

从贸易活动的角度分析,电子商务可以在多个环节中实现,由此也可以将电子商务分为两个层次:较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等;而较高层次的电子商务,则是利用互联网进行的全部商贸活动,即在网上传信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现。也就是说,从寻找客户开始,一直到洽谈、订货、在线付(收)款、开具电子发票以至电子报关、电子纳税等,都可以通过互联网实现。要实现较高层次的完整的电子商务,会涉及很多方面,除了买家、卖家外,还需要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的参与。由于参与到电子商务中的各方在物理上是互不谋面的,因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的简单翻版。在这里,网上银行、在线电子支付等条件以及数据加密、电子签名等技术,在电子商务中发挥着重要的不可缺少的作用。

有广义的理解,认为电子商务是指在计算机与通信网络基础上利用电子信息技术实现商业交换和商业作业活动的全过程。

也有狭义的理解,认为电子商务就是利用 TCP/IP 公众网络和技术进行的在线交易和商业作业活动。

对于究竟什么是电子商务,目前虽然还没有一个统一的定义,但在实际生活中,人们一般将一切使用新的通信技术和计算机技术来改变传统的商务服务模式的活动都视为电子商务。

## 2. 一些电子商务厂商的定义

国际上一些电子商务厂商在进行电子商务活动中,也对电子商务做出了不同的定义。

(1) IBM 公司的定义 电子商务 = Web + IT。它所强调的是在网络环境下的商业应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)和企业外部网(Extranet)上结合起来。

(2) HP 公司的定义 HP 提出了电子商务(EC)、电子业务(EB)、电子消费(EC)和电子化世界的概念。

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,电子商务使人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。

对电子业务 (E-Business) 的定义是: 一种新型的业务开展手段, 通过基于 Internet 的信息结构, 使得公司、供应商、合作伙伴和客户之间, 利用电子业务共享信息, E-Business 不仅能够有效地增强现有业务进程的实施, 而且能够对市场等动态因素做出快速响应, 并及时调整当前业务进程。更重要的是, E-Business 本身也为企业创造出更多、更新的业务动作模式。

对电子消费 (E-Consumer) 的定义是: 人们使用信息技术进行娱乐、学习、工作、购物等一系列活动, 使家庭的娱乐方式越来越多地从传统电视向 Internet 转变。

GE 公司的定义: 电子商务是指任何商务交易形式或商务信息交流通过电子信息高速公路运行或动作, 而信息高速公路泛指一切电子信息传递网络。

### 3. 专家学者对电子商务的定义

电子商务作为一种新的概念和新的理论, 对于其定义和理解, 不同的专家学者有着各种不同的观点。

全球公认的电子商务权威, 美国乔治亚大学的卡拉科达 (Ravi Kalakota) 教授和美国德克萨斯大学奥斯汀分校的温斯顿 (Andrew B. Whinston) 教授认为, 可以从不同的角度来定义和理解电子商务, 他们认为:

(1) 从通信的角度来说, 电子商务是通过电话线、计算机网络或者其他电子手段对信息、产品、服务或支付进行的传递。

(2) 从业务流程的角度来说, 电子商务是对业务交易和工作流程自动化的一种技术应用。

(3) 从服务的角度来说, 电子商务是一种用于满足企业、消费者的需求而进行管理, 以降低成本, 并改善产品质量, 提高服务响应速度的工具。

(4) 从在线的角度来说, 电子商务提供了在互联网上以及通过其他在线服务买卖产品和信息的能力。

从以上定义中不难看出, 这些定义是人们从不同角度各抒己见。

从宏观角度讲, 电子商务是计算机网络的第二次革命, 是通过电子手段建立一个新的经济秩序, 它不仅涉及电子技术和商业交易本身, 而且涉及诸如金融、税务、教育等社会的其他层面; 从微观角度说, 电子商务是指各种具有商业活动能力的实体 (生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等) 利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商业贸易活动。一次完整的商业贸易过程是复杂的, 包括交易前了解商情、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, 还有涉及安全认证等行为。电子商务涉及资金流、物流、信息流的流动。严格地说, 只有上述所有贸易过程都实现了无纸贸易, 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。

电子商务不仅包括企业间的商务活动，还包括企业内部的商务活动，如生产、管理、财务等，它不仅仅是硬件和软件的结合，而且是把买家与卖家、厂家与合作伙伴在 Internet、Intranet 和 Extranet 上利用 Internet 技术与原有的系统结合起来进行业务活动，在网络化的基础上重塑各类业务流程，实现电子化、网络化的运营方式。从这个意义上讲，电子商务所指的商务不仅包含交易，而且涵盖了贸易、经营、管理、服务和消费等各个业务领域，其主题是多元化的，功能是全方位的，涉及到社会经济活动的各个层面。

从最初的电话、电报到电子邮件以及 20 多年前就开始应用的电子数据交换 EDI 技术，都可以说是电子商务的某种形式。发展到今天，人们提出了通过网络实现包括从原材料的查询和采购、产品的展示和订购到产品的制造和储运以及电子支付等一系列贸易活动在内的完整电子商务的概念。

一般而言，电子商务应包含以下五点含义。

- 采用多种电子方式，特别是通过 Internet。
- 实现商品交易、服务交易（其中含人力资源、资金、信息服务等）。
- 包含企业间的商务活动，也包含企业内部的商务活动（生产、经营、管理、财务等）。
- 涵盖交易的各个环节，如询价、报价、订货、售后服务等。
- 采用电子方式是形式，跨越时空、提高效率是主要目的。

综合以上分析，可以为电子商务作如下定义：电子商务是企业利用当代网络和电子技术来展开的各类外部经营活动。

### 1.1.2 电子商务的研究对象

电子商务的研究对象由商务对象、商务媒体、商务事件和信息流、商流、资金流、物流等基本要素构成。电子商务对象是指从事电子商务的客观对象，包括企业（Business）、客户（Customer）和政府（Government），因而产生了企业与企业间的电子商务、企业与消费者间的电子商务、企业与政府间的电子商务等电子商务模式。

商务媒体是指商务对象进行交易的场所，或者说是虚拟电子市场。虚拟电子市场一方面与传统市场有很多共同点，如都要遵从价值规律和等价交换规律等；另一方面，虚拟电子市场又与传统市场有很大的差异。这些差异主要表现在信息技术的应用从时间、空间上将市场扩展到了最大化，从效率上产生了质的飞跃。应该认识到，信息技术的这一影响是深远的。

商务事件是指电子商务对象之间所从事的具体商务内容。例如，询价、报价、支付、广告、商品储存运输等。电子商务一方面创造了很多传统商务中所



未能涉及的商务活动内容，同时也逐步淘汰了部分传统商务活动的形式。

研究电子商务，既要对上述各因素进行单独研究，也要研究它们相互之间的关系，从而使得上述各因素相互协调发展，相互促进，共同为电子商务的发展协同工作。

## 1.2 电子商务的功能与特性

### 1.2.1 电子商务的功能

电子商务是通过互联网可提供在网上交易和管理的全过程的服务，具有对企业和商品的广告宣传、交易的咨询洽谈、客户的网上订购和网上支付、电子账户、销售前后的服务传递、客户的意见征询、交易管理等各项功能。

#### 1. 广告宣传

电子商务使企业可以通过自己的 Web 服务器和网络主页 (Home Page) 以及电子邮件 (E-mail) 在全球范围内做广告宣传，在互联网上宣传企业形象和发布各种商品信息，客户用网络浏览器可以迅速找到所需的商品信息。与其他各种广告形式相比，在网上作广告成本最为低廉，而给顾客的信息量却最为丰富。

#### 2. 咨询洽谈

电子商务使企业可借助非实时的电子邮件 (E-mail)、新闻组 (News Group) 和实时的讨论 (Chat) 来了解市场和商品信息、洽谈交易事务，若有进一步的需求，还可用网上的白板会议 (Whiteboard Conference)、公告板服务 (BBS) 来交流即时的信息。在网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制，提供多种方便的异地交谈形式。

#### 3. 网上订购

电子商务通过 Web 电子邮件的交互传送实现客户在网上的订购。企业的网上订购系统通常都是在商品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互表格，当客户填完订购交互表格后，系统回复确认订购交互表格表示订购信息已收悉。电子商务的客户订购信息采用加密的方式，使客户和商家的商业信息不会泄漏。

#### 4. 网上支付

网上支付是电子商务交易过程中的重要环节，客户和商家之间可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付。采用在网上支付的方式节省了交易的开销。对于网上支付的安全问题，现在已有安全套接层 (SSL) 和安全电子交易 (SET) 协议等来保证信息传输的安全性。

#### 5. 电子账户

交易的网上支付由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供电子账户