

B2B 电子商务

Electronic Commerce

领先企业成长引擎

An Engine of Leading Enterprises

主 编 / 王鹏虎

副主编 / 张连泽 李良方

B2B 电子商务

领先企业成长引擎

主 编：王鹏虎

副主编：张连泽 李良方

参 编：周 凡 袁 敏

高 彬 黄 欣

杨 毅 杨 冉

王日辉

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

B2B 电子商务: 领先企业成长引擎/王鹏虎主编.
—北京: 企业管理出版社, 2013. 7

ISBN 978 - 7 - 5164 - 0393 - 8

I. ①B… II. ①王… III. ①电子商务—经济发展—
研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 116183 号

书 名: B2B 电子商务: 领先企业成长引擎
作 者: 王鹏虎 主编 张连泽、李良方 副主编

责任编辑: 丁 锋

书 号: ISBN 978 - 7 - 5164 - 0393 - 8

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644

印 刷: 北京天正元印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 240 毫米 16 开本 23 印张 365 千字

版 次: 2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 88.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

序 言

(一)

信息、能源和交通技术的进步是人类社会发展的推动力。远古时代，我们的先祖只能依靠生物能源来获得生产和生活的动力，信息的记载需要靠在岩石上刻画或者结绳记事来完成，生活必需品依靠自然渔猎和采集，分配也是由人们信赖的部落首领来负责，根本没有剩余产品可供交换，也就不存在任何贸易活动。在生产力发展到一定水平后，私有制出现了，随之产生了为交换而生产的商品经济。商品交换不可缺少的就是信息、交换媒介和交通这三个要素。在长期的人类文明进化过程中，人们多数时间都是采取面对面的交易方式，需要买卖双方聚在一起，当面商议交易的细节，包括商品的名称、数量、质量、价格、交割方式等等，有的时候还要把交易的商品摆放在现场，以便买家当时就把货物拿走。商品交换的媒介也经历了物物交换、商品货币、信用货币和今天的电子货币。在信息化浪潮的猛烈冲击下，全球各地都先后进入了经济社会信息化的阶段。在计算机和互联网技术快速发展的今天，人类的商务活动已经逐步走向完全的数字化和网络化。人们可以把商品信息发布在互联网上，也可以通过网络来进行交易洽谈，达成交易后还可以在线签订电子合同，并通过互联网完成电子支付和安排后续的物流，甚至那些数字资产，如电子书、数字音乐、游戏点卡、金融证券等，还可以通过网络完成商品和权益的交收。商务活动中必不可少的四个环节，即信息流、商流、资金流和物流，可以绝大部分甚至是全部通过网络来完成。贸易可以突破时间和空间的限制，无限的扩展到地球村的任意一个角落，任何人

在任何地方和任何时间都可以在网络上做成生意。电子商务就像一台巨大的压路机，碾平了一切贸易道路上的障碍，让人类的贸易活动变得如此平滑和触手可及，把贸易变得如此简单、快捷和轻松。

电子商务是人类高级形态的社会经济活动，推动其不断发展的绝对不仅仅是技术，现代商业精神和社会价值观是最为核心的部分，政策法规环境是基础，技术创新是关键，产业发展和企业应用是最终体现。一个新的现代商业文明必将对传统的社会文化、商业伦理、市场秩序和技术应用产生颠覆性的改变，每一个身在其中的企业和个人都必须适应这种全方位的变化，通过更新观念和掌握先进的技术来迎接这种挑战，成为勇立潮头的弄潮儿。电子商务的发展也会彻底地改变现有的市场竞争规则，一些新锐的小微企业会迅速成长为大型企业甚至是跨国企业，而那些固守传统的大型企业则会衰落，成为即将灭亡的恐龙。面对现代变化所带来的挑战，唯一应该做的事情就是尽快适应环境变化，掌握新的商业文明所需的一些知识和技术，而不是漠视变化和挑战。B2B 电子商务是现代企业必须掌握和应用的商业技能之一，也是领先企业快速成长的引擎，无论是大中型企业自己搭建和运营服务于其供应链的电子商务平台，还是中小企业参与社会第三方机构的电子商务平台，B2B 都是绕不过去和必须面对的话题。

本书的编者都是长期从事电子商务实务工作的专业人士，他们从产业和企业的角度对 B2B 电子商务进行了系统的思考和实践，并把这种经验加以总结，形成了本书，这本书也是国家十二五科技支撑项目成果的一部分。相信本书的出版会对从事 B2B 电子商务的企业和相关人员提供有益的帮助。特别是在金融服务方面，本书结合科技支撑项目的技术研发成果进行了系统的分析和总结，对于积极推动我国 B2B 电子商务在线支付和在线融资将发挥独到

的作用。

在社会经济信息化浪潮下，越来越多的企业将通过电子商务实现经营的转型和战略发展，在这个伟大的历史时期，将会有一大批成长型企业通过电子商务快速成长为国际性大型企业。电子商务的发展需要社会各界的共同努力，更需要政产学研用的紧密合作，将国际上先进的技术、管理和商业模式与我国的国情结合起来，充分发挥后发优势和协同效应，促进我国电子商务产业的快速健康发展，为我国产业升级和区域经济发展注入新的力量。

陈 进 教授

对外经济贸易大学信息学院院长

国家电子商务示范城市创建工作咨询专家

教育部电子商务专业教学指导委员会副主任

序 言

(二)

电子商务以其高效率和低成本正在吸引着越来越多的消费者和企业参与其中，更低的价格、更快的流通、更好的体验和更潮流时尚的感觉，这些都是电子商务迅速席卷全球且无往而不胜的利器。没有什么比利益更能驱动人类去追随一种潮流了，电子商务给消费者和企业带来实实在在的效益，这种利益不仅仅是经济利益，也包括一种精神价值，一种徜徉在互联网海洋中和商品经济大潮中的痛快淋漓的感觉，人们自由的穿梭在各种商品和服务中，通过搜索、比较、交流和交易，享受着现代文明带来的喜悦。

对于企业，特别是数量众多的中小企业，能够通过互联网让自己的产品冲破物理的疆界，自由地流淌在世界的各个角落，等待着购买者的选择和品评。互联网极大地扩展了销售的地域，降低了交易成本，使得任何一个企业都能够和世界五百强比肩而立，也使得众多中小企业得以在短时间内成长为一个大型企业，只要它的商业模式和所提供的产品有足够的魅力。在电子商务时代，企业的成长不再是传统的线性规律，企业可能会以裂变式的成长模式快速成长，今天的企业巨头在十几年前可能也只是一个创业企业和小微企业，但是互联网和电子商务的魔力让他们在十多年甚至更短的时间就完成了惊人的成长，成为世界级的企业巨头，也造就了无数的年轻企业家和财富人群。在这些成功企业的示范作用下，越来越多的企业以前所未有的热情投入到电子商务的大潮中，互联网日益成为企业主要的交易渠道。大型企业纷纷围绕自己的供应链，搭建服务于供应链上下游企业的电子商务交易平

台，形成一个网上生意圈。中小企业由于难以承受建设和运营电子商务平台的成本，一般都会参与到供应链电子商务平台或者独立第三方电子商务平台中，将企业的采购与销售逐步地转向网络。在这样一个电子商务日趋发达的时代，可以说是“无商不电”，几乎没有企业能够完全置身于互联网之外，仍然完全依靠传统的线下方式地开展其经营活动。同时，如果不在互联网上开展电子商务，企业的经营活动将受到极大的阻塞，无法及时获得采购的信息，无法找到合适的供货商，更无法实现快速的销售增长，在这个意义上讲就是“无电不通”。电子商务已经成为众多领先企业的成长引擎，为企业装上了飞往更为广阔市场的翅膀，也为企业成长提供了不竭的动力。如何对待和驾驭电子商务必将成为判断一个企业竞争力的重要参照物，作为现代企业的所有者、管理者和员工，也必须迅速地融入到电子商务的大潮，熟悉电子商务的技术应用、商业模式和运营方法，成为熟悉和掌握电子商务的现代劳动者。

电子商务的发展并不只是技术进步的成果，诚信环境、法律体系和政府监管等都是不可或缺的要害，当然行业本身的技术进步、商业模式和企业经营更是基础。从电子商务市场角度来看，各类电子商务企业构成市场的供给方，消费者、企业和政府构成市场的需求方，监管部门、政策和法律体系则构成市场环境。在电子商务企业中，又可进一步细分为电子商务平台运营企业、平台开发企业、物流服务企业、金融服务企业和其他安全、认证、质检和保险等服务企业。电子商务平台运营企业是电子商务行业的主体，他们通过搭建和运营电子商务平台为社会提供电子商务服务，同时通过电子商务平台来整合其他电子商务服务资源，为电子商务活动参与者提供整合服务和解决方案，因此电子商务平台运营企业本身的技术、运营和资源整合能力就成为电子商务活动

的重要基础。

随着电子商务的快速发展,我国对电子商务专业人才的需求量也呈现出快速增长的趋势。教育部于2000年底和2001年初分两批批准了厦门大学、对外经济贸易大学、北京邮电大学等13所普通高等学校试办电子商务本科专业。2002年以来又批准了第三批83所院校和第四批58所院校。到2010年,教育部共批准339所本科学校和800多所专科学校开设电子商务专业。电子商务涉及到信息技术、经济管理、市场营销、传媒广告和企业管理等多种学科,是一个综合性较强的专业,需要具备多方面的综合知识和技能。电子商务又是一个快速发展变化的领域,新的技术和商业模式的出现,都会对原有的知识体系形成冲击。而在实践中,电子商务又是一个强调应用的学科,企业要在电子商务开展经营管理,需要企业多个部门和多种人才的参与,并不简单的是技术部门或者市场部门的事情。电子商务本身的复杂性、综合性和变化性造成了电子商务专业人才的缺乏,需要社会和企业长期积累和培养。

本书面向国内培养电子商务人才的实际需要,从真正的实务与应用角度,系统地讲解了B2B电子商务的必备知识、主要技能和核心经验,是一部特别适用于打造实务电商人才的专业宝典,也是一本可资电商实务研究与开发的有价值的参考工具书。

汤兵勇 教授

东华大学旭日工商管理学院经济控制研究所所长、博士生导师

东华大学—IBM电子商务学科发展中心主任

上海高校电子商务类职业资格鉴定所所长

教育部电子商务专业教学指导委员会委员

前 言

我国网络经济和电子商务的发展基本上保持了与世界发达经济体同步的水平，截止到 2012 年 6 月份，我国网民数量达到 5.65 亿人，互联网普及率为 42.1%，手机网民规模为 4.20 亿，网络购物人数达到 1.93 亿人，网上支付人数达到 2.21 亿人。2012 年电子商务交易额达到 8.1 万亿元，占当年的 GDP 比例达到 15.6%。在 C2C、B2C、B2B 和 B2G 等领域都取得了长足的进步，行业涉及国民经济各领域。阿里巴巴在 2012 年 11 月 11 日一天的交易量就达到了 191 亿元，全年交易量突破万亿元大关，成为超越 Amazon 和 eBay 的全球最大的电子商务企业。电子商务已经成为主力消费人群的主要购物方式，人们已经习惯于通过网络来采购日常消费品、机票、旅游和金融产品。电子商务对线下实体店的冲击日趋明显，传统企业纷纷触网，典型的企业有中粮集团、苏宁电器和银泰百货等，众多中小企业更是将电子商务作为主要的采购销售渠道，成为电子商务发展的主力。

尽管电子商务的快速发展和产业的逐步成熟已经深入到社会大众层面，但是社会的关注热点仍主要是在 B2C 和 C2C 这些与终端消费者相关的领域。但事实上，B2B 领域贡献了更多的交易额，是电子商务真正的主体。由于 B2B 电子商务产业链条长，涉及到的关联技术和政策环境也比较复杂，并且主要是应用于生产资料和大宗商品流通领域，因而未能引起社会大众足够的重视，但却最亟需社会各界的共同努力，以突破其产业发展瓶颈，建立一个健康持续快速发展的市场环境。

B2B 电子商务的发展需要交易商、金融服务商、物流仓储服务商等业界的高度协同，以打通信息流、商流、资金流和物流等电子商务的“四流”，创造一个完整的四流合一的电子商务产业环境，让交易、支付、物流等各个环节畅通无阻，真正发挥和体现电子商务的优势，促进社会流通领域的发展和进步。

本书就是按照电子商务信息流、商流、资金流和物流这四个主要的要素和环节来组织相关的内容，将 B2B 电子商务产业链上的交易商、金融服务商和物流仓储商的最新技术、管理和商业模式展开介绍和论述，最后又落脚在产业的政策环境和信用环境上，构成了一个全景式全流程的 B2B 电子商务产业链观察。本书也试图通过这种对产业链的观察与分析为 B2B 电子商务企业及相关企业从业人员提供一种全面了解 B2B 电子商务产业环境的机会，并以此为基础，来开展 B2B 电子商务业务的拓展。B2B 电子商务需要产业链上各类企业的高度协同，任何一个从事 B2B 电子商务的企业可能只是从事其中一个环节的工作，尽管有些大型电子商务企业已经向金融和物流领域进行业务延伸和拓展，但是这种努力是十分艰难的，不仅仅是电子商务金融和物流需要大量的资金投入，更是因为电子商务全产业链的发展不仅需要协同，也更需要产业链上各类企业的专业化分工。站在整个产业发展的视角看，任何一个环节都需要对市场领先的技术、管理和模式进行深入的研究和创造性的应用，并在此专业化分工基础上加强社会协同，电子商务的发展会催生出更多新的行业和企业，社会分工会更加细化和深入，连接各个行业和企业的关键就是数据和信息，因此更要在信息处理的专业化和社会协同上取得新的突破。这并非是一个行业和一个企业所能做到的，需要整个社会的共同努力，需要建立一个以开放、分享、协同、共赢为核心商业精神和社会价值的产业环境，更需要政府建立完善的政策法规体系来保障。

编写本书是为了通过对我国 B2B 电子商务领域的一些最新实践的分析总结,促进我国电子商务应用研究,为 B2B 电子商务从业人员和相关研究人员提供必要的帮助。本书是中信银行承担的国家十二五科技支撑项目“药品药材电子商务服务技术研发与应用示范”项目(项目编号 2012BAH19F00)的一部分。在承担这样一个国家级的科研项目的过程中,项目团队广泛地接触了电子商务产业链上的各类企业以及国内从事电子商务研究的专家学者。在进行项目技术研发和产业应用的同时,对 B2B 电子商务进行了更加全面和深入的观察与思考,系统地了解和研究了 B2B 电子商务所涉及的各个环节和所需要的各类专门知识与技术。

作为一本主要用于指导实务工作的专业著作,本书是由从事电子商务技术、运营、营销、物流和金融服务等领域的资深专业人员所编写,各编者对电子商务行业的整体发展和电商企业的具体业务有着丰富的实践经验和深刻的操控体会,同时,各编者之间又存在着多年的业务合作关系,共同为国内众多电子商务企业和电子商务经济活动参与者提供各个方面的专业服务。编写团队以中信银行专业团队为主,同时聚合了对外经济贸易大学、郑州大学计算机应用研究所、北京金网安泰信息技术有限公司等多个合作伙伴的高级管理人员和业务骨干。团队成员既有专业的分工,也有精诚的合作与分享,各自从电子商务技术开发与运用、金融服务、物流服务和其他第三方服务以及宏观市场和监管等不同角度,分别阐述了电子商务各个方面的知识,从电子商务全产业链和整个行业的角度形成了对电子商务全景式的观察与思考。同时由于各位编者都是从事电子商务实务工作的专业人员,其分析与论述处处表现出对电商行业 and 市场的深思,体现着对电商企业特有的关注与情怀,由此形成的书中内容会对实际从事电子商务活动的企业界人士具有更好的贴近感和实用性。

本书的出版得到了国内多名知名电子商务专家的指导，清华大学柴跃廷教授、对外经济贸易大学陈进教授、浙江大学陈德人教授、西安交通大学李琪教授、东华大学徐琪教授和汤兵勇教授都对本书的作者进行过指路式的引导，使我们这些出生于不同专业、从事不同行业的编者走上了电子商务的道路，初窥到了电子商务的无穷魅力。郑州大学计算机应用研究所总经理周世俊先生、北京金网安泰信息技术有限公司董事长关键先生和浙江网盛生意宝股份有限公司董事长孙德良先生作为业界知名企业家，都在与我们的业务合作中给予了我们更加贴近实践的知识和经验。此外，本书编写过程中还得到了中国电子商务协会、中国大宗商品研究中心、艾瑞咨询和北京世经未来等专业机构的大力支持，书中引用了这些机构的许多资料和观点，在此一并表示感谢。

目 录

第 1 章 电子商务基础	1
1.1 电子商务概述	1
1.2 B2B 电子商务	26
第 2 章 B2B 电子商务交易服务	58
2.1 B2B 电子商务服务模式	58
2.2 B2B 电子商务交易管理	96
第 3 章 B2B 电子商务支付结算服务	120
3.1 B2B 电子商务支付模式	120
3.2 B2B 电子商务支付服务	131
3.3 跨行清算系统	147
第 4 章 B2B 电子商务资金管理服务	155
4.1 资金管理概述	155
4.2 B2B 电子商务资金管理服务	159
第 5 章 B2B 电子商务在线融资服务	193
5.1 在线融资的发展概况	193
5.2 在线融资的内涵	207
5.3 在线融资服务的管理	215
第 6 章 B2B 电子商务仓储物流服务	224
6.1 电子商务物流概述	224
6.2 B2B 电子商务物流实现模式	234

6.3	B2B 电子商务物流技术	247
6.4	B2B 电子商务仓储	260
6.5	B2B 电子商务仓储物流的发展现状及趋势	270
第 7 章	B2B 电子商务政策法规	274
7.1	监管机构及职能	274
7.2	中国监管政策及法律法规	283
7.3	国外电子商务监管政策及法规	311
第 8 章	B2B 电子商务企业信用评价	320
8.1	信用评价理论及方法	320
8.2	B2B 企业信用评价体系	327
8.3	大宗商品电子交易市场信用评价（A 银行）	338
附录 8.1	中国互联网行业企业信用评级指标体系	348
附录 8.2	银行关注大宗商品电子交易市场的因素	350

第1章 电子商务基础

随着信息技术的快速发展，网络使人类的生活产生了巨大的变革，电子商务作为商业领域的最先进的交易方式，已对该领域传统的观念和行为方式产生了巨大的冲击。据中国电子商务协会数字服务中心（CECA）调查数据显示，2011年，全球电子商务市场规模迅速突破40.6万亿美元。目前，以美国为首的发达国家，仍然是世界电子商务的主力军；而中国等发展中国家电子商务异军突起，正成为国际电子商务市场的重要力量。电子商务作为商业领域的最先进的交易方式，已对传统商业领域的观念和行为方式产生了巨大的冲击，使传统商务中的物流、资金流与信息流在技术驱动的基础上，可以横跨不同的空间和时间维度，揉合成适用于电子商务企业个性化需求的电商运营模式。

在传统商业领域，中小企业的生存和发展面临着资金短缺、技术落后、管理无序和人才素质不高等方面的障碍，而电子商务的出现很大程度地降低了中小企业的采购、营销、库存成本，帮助中小企业拓展市场、提升业务机会，提高运营效率，进一步优化企业服务，提升企业形象。另外，中小企业开展电子商务还可以通过电子交易平台获得由第三方机构、银行等金融机构提供的支付结算、资金管理、资金托管和线上融资等服务。对于电子交易平台而言，电子商务更是一场商业革命，它通过由网络支撑的在线平台，整合会员企业、IT运营商、银行、物流公司等优质资源，为电商会员企业提供信息检索、交易撮合、支付结算、融资贷款、资金托管、资金管理、物流运输等服务，使平台的服务更加高效、协同，并为企业在产业链上下游运作提供了创造新价值的驱动途径。

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的起源和发展

电子商务是社会经济信息化的产物，也是现代信息技术在商贸领域中

的具体应用，更是人类在信息化社会的商务活动形态，但其起源和发展的基础仍然是传统的商务活动。

1. 商品生产的出现

在人类社会产生初期的漫长岁月里，人类社会的组织形式是原始群，在这一时期，生产力水平极为低下，原始人以采集天然果实、根、茎及狩猎小动物为生，没有稳定的食物来源，而原始人从事集体劳动获得的生活资料则勉强能够维持生存。这一时期由于生产力低下，几乎没有剩余产品，所以也不可能存在产品交换。

随着社会生产的缓慢发展，人类制造工具的技能有了提高，出现了初期的社会劳动分工，产品也开始出现剩余。各氏族之间出现了个别的、偶然的交换。原始畜牧业发展起来之后，出现了第一次社会大分工，即游牧部落从其他野蛮人群中分离出来，畜牧业成为独立的生产部门，这不但扩大了生产领域，而且提高了劳动生产率，使得产品的剩余逐渐增多。社会分工和劳动生产率的提高，为交换提供了条件。

从事原始畜牧业的部落和从事原始农业的部落都希望交换到自己所不生产的产品，这就使经常性的交换即商品交换出现了。当时的交换主要是以本氏族的剩余产品去换取本氏族所需要的产品，由氏族长代表全体成员进行，交换得到的东西归集体所有。

随着农业和手工业的发展，人类历史上出现了第二次社会大分工，即手工业从农业中分离出来。自此，生产分为农业和手工业两大部门，于是出现了直接以交换为目的的生产，即商品生产。

2. 第三产业的出现和发展

随着专门以交换为目的的商品生产的出现，越来越多的商品种类出现在人类商品交换的目录中。而由于人类经济的发展和社会分工的进一步深化，逐渐出现了不同产业的划分。人类要生存，首先必须生产食物，而农业就是生产食物的部门。因此，社会经济的发展总是从为人类提供最基本的生活需要的农业开始的。农业阶段被称为人类社会的第一次浪潮，从约一万年开始。后来，当农业生产的食物不仅能够满足农业人口本身的需要，而且还有剩余，才逐渐从农业生产中腾出一部分人从事商品生产，以满足人类其他进一步的需要。这促使了工业产业的形成。工业阶段被称为人类社会的第二次浪潮，从大约 17 世纪末开始。农业和工业充分发展后，