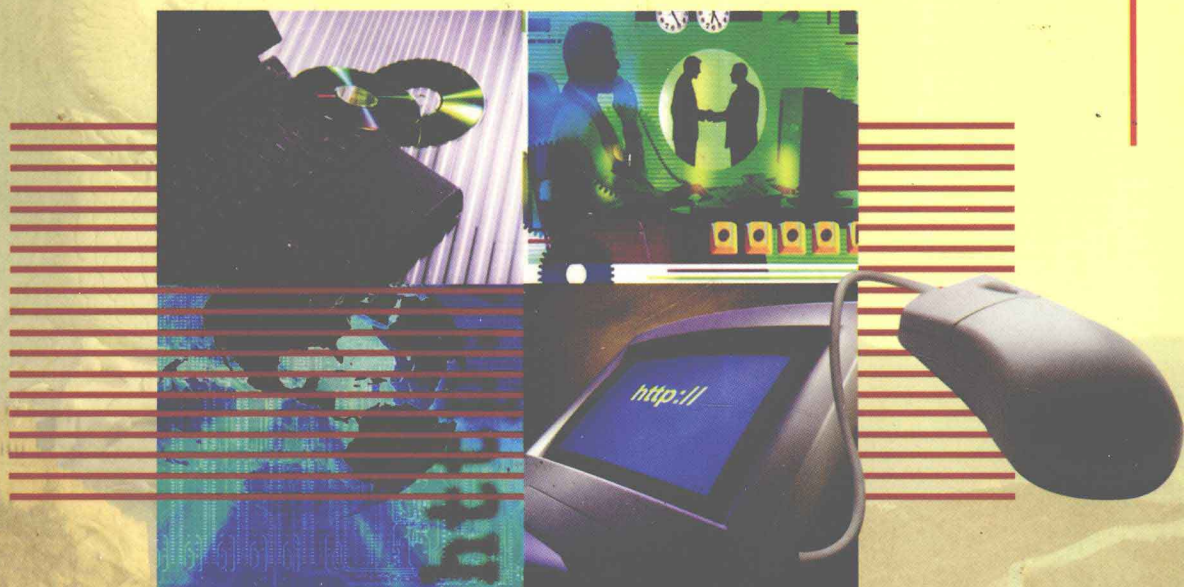


DIANZI ZHENGWU

电子政务

主 编 袁振华



中国致公出版社

电 子 政 务

袁振华 主编

(卷 三)

中国致公出版社

目 录 (第三卷)

第七编 网上政府电子商务

第一章 网上政府的电子商务	(1159)
第一节 电子商务	(1159)
一、电子商务的基本知识	(1159)
二、现代电子商务简介	(1161)
三、当今电子商务的发展情况	(1161)
第二节 电子商务解决方案	(1166)
一、IBM 的全面电子商务解决方案	(1166)
二、电子商务的一个实例	(1167)
第三节 电子商务发展框架	(1170)
一、美国电子商务发展的政策框架	(1170)
二、美国电子商务政策对世界各国相关政策的影响	(1172)
三、我国发展电子商务的政策建议	(1173)
第四节 政府上网中的电子商务	(1175)
一、政府上网中电子商务的重要性	(1175)
二、如何在政府上网工程中发展电子商务	(1176)
三、政府上网工程中电子商务的实例	(1176)
第五节 电子商务的特点与分类	(1183)
一、电子商务的支撑体系——现代信息技术服务	(1183)
二、电子商务的运作空间——电子虚拟市场	(1184)
三、电子商务的市场范围——全球市场	(1184)
四、电子商务的渗透范围——全社会参与	(1185)
五、电子商务的分类	(1187)
六、电子商务的层次	(1188)
第六节 政府机构的互联网商务框架	(1189)
一、互联网商务	(1189)
二、互联网商务的模型	(1190)
三、政府在线服务框架结构	(1193)
四、案例研究	(1196)
五、下一步是什么?	(1199)

第七节 电子商务的优势与我国电子商务现状	(1200)
一、降低交易成本	(1200)
二、减少库存	(1203)
三、缩短生产周期	(1204)
四、增加商业机会	(1205)
五、减少资金投入	(1206)
六、现阶段我国实施电子商务的障碍分析	(1208)
七、中国电子商务展望	(1212)
第八节 互联网商务的新机遇	(1215)
一、互联网商务形成趋势	(1215)
二、参考的框架	(1216)
三、用作电子零售的互联网	(1220)
四、一些需克服的相关问题以及障碍	(1224)
第二章 完善与规范政府采购	(1226)
第一节 我国的政府采购管理	(1226)
一、我国建立政府采购制度的必然性和重要性	(1226)
二、我国的政府采购管理体制	(1229)
第二节 政府采购的过程管理	(1234)
一、政府采购的主管机构	(1235)
二、政府采购的管理模式	(1235)
三、政府采购人员管理	(1237)
四、政府采购方式：比较与选择	(1238)
五、供应商的质疑和申诉机制	(1240)
六、政府采购信息管理	(1241)
第三节 政府采购制度的保障	(1242)
一、法律保障	(1242)
二、政府采购制度的人才保障	(1246)
第四节 建立我国政府采购制度应注意的问题	(1248)
第三章 网上政府商务活动	(1253)
第一节 电子商务支付机制	(1253)
一、安全电子交易协议	(1254)
二、磁条卡	(1260)
三、灵巧卡	(1262)
四、电子支票	(1265)
五、电子现金	(1271)
第二节 商业网站的有效利用	(1272)
一、信息社会	(1272)
二、使用和满意度 (U&G) 理论	(1273)

三、理解网络用户的动机	(1274)
四、讨 论	(1277)
五、辩论, 争议和问题	(1278)
六、对网站设计的建议	(1279)
第三节 政府网上经贸信息服务	(1280)
一、网上经贸信息服务要点	(1280)
二、网上经贸信息服务范例: 中国经贸信息网	(1280)
第四节 政府网上招商	(1288)
一、网上招商要点	(1288)
二、网上招商范例: 扬州招商局网站	(1288)

第四章 政府对电子商务的管理

(1294)

第一节 网络恐怖主义对电子商务的影响	(1294)
一、电子恐怖主义的发展及现状	(1294)
二、互联网上的电子恐怖主义者	(1295)
三、电子恐怖主义集团的发展	(1296)
四、电子恐怖主义和电子商务	(1296)
五、新的安全弱点	(1299)
六、对电子恐怖主义威胁的反应	(1300)
七、解决方案及建议	(1300)
第二节 政府对电子商务发展的促进	(1300)
一、“金贸”工程期盼政府“搭台”	(1301)
二、我国发展电子商务的总体框架	(1302)
三、提高全民族对电子商务的认识	(1302)
四、加强对电子商务发展的宏观规划和指导	(1304)
五、加快网络基础设施的建设	(1306)
六、加强安全技术研究和电子商务标准制订	(1307)
七、加强立法	(1308)
八、加强人才培养	(1309)
九、加强国际交流	(1309)
第三节 电子商务的法律问题	(1309)
一、合同法	(1310)
二、在线责任	(1313)
三、交易的安全性和保密性	(1321)
四、电子商务的争端解决机制	(1322)
第四节 电子商务中的安全管理	(1323)
一、电子商务安全要素	(1323)
二、保护电子商务安全的解决方法	(1324)
第五节 政府机关电子商务示范工程	(1327)
政府机关电子商务工程示范之一: 中国商品交易中心	(1327)
一、政府的基本思路	(1327)

二、中国商品交易中心电子商务的优势	(1331)
三、中国商品交易中心电子商务应用模型	(1333)
四、中国商品交易中心电子商务的功能	(1335)
政府机关电子商务工程示范之二：首都电子商务工程	(1341)
一、政府的基本思路	(1341)
二、存在的问题和解决的途径	(1342)
三、总体框架	(1344)
四、单位分工与计划进度	(1351)

第八编 政府对网络社会的管理

第一章 网络社会的政治管理	(1355)
第一节 网络政治新概念	(1355)
一、网络社会的道德、社会和政治标准	(1355)
二、网络虚拟自治	(1356)
第二节 认识互联网政治	(1356)
一、互联网信息服务不属于电信增值业务	(1357)
二、内容管理不等于信息服务管理	(1358)
三、对内开放力度的变化	(1358)
第三节 网络信息技术与政治安全	(1359)
一、信息技术对政治的影响	(1359)
二、网络恐怖活动威胁政治安全	(1361)
三、网络成为颠覆政府的政治工具	(1362)
四、信息媒体霸权与舆论争夺	(1364)
第四节 推进国民经济信息化的公共政策	(1365)
一、中国信息化的多重背景	(1368)
二、中国信息化寻求强力引导以及全局性的公共政策	(1370)
第五节 依法治“网”，确保国家安全	(1371)
一、制定和完善信息安全法规	(1371)
二、新主权理论与网络安全立法	(1372)
三、加强中国信息安全立法	(1374)

第二章 网络社会的经济管理	(1377)
第一节 网络经济发展趋势	(1377)
一、网络经济“地震”中国将强于美国	(1377)
二、全行业调整不可避免	(1377)
三、网络经济不会大幅缩水	(1377)

四、网络经济正式上路	(1377)
五、网络军团开始兵分三路	(1378)
六、中间产业带未来价值无限	(1378)
七、网络经济渐具规模	(1378)
八、网络规范开始从管制向管理归位	(1379)
九、传统企业要放弃“传统”	(1379)
第二节 政府管理经济的难度	(1380)
一、政府与企业的关系变了	(1380)
二、政府第二，人力第一	(1385)
三、经济无国界	(1392)
第三节 信息技术与经济安全	(1400)
一、信息产业：支撑国家经济安全的支柱产业	(1400)
二、信息技术与国家经济命运	(1404)
第四节 金融业面临的冲击与对策	(1407)
一、网络金融正在成为席卷所有金融服务的大潮	(1407)
二、网络经济时代的金融游戏新规则	(1408)
三、网络经济的发展对金融机构存在提出挑战	(1410)
四、网络大潮冲击下的银行战略	(1411)
五、网络金融时代金融机构的发展趋势展望	(1411)
六、信息网络与金融安全	(1412)
第五节 网络对社会经济变革的推动	(1416)
一、深度结合已经开始	(1416)
二、整合体制内存量资源	(1417)
三、割裂是目前最突出的问题	(1417)
四、网络经济：开放自由的经济	(1418)
五、网络经济呼唤制度变革	(1419)
六、网络经济推动制度变革	(1420)
七、政府以改革推进网络的发展	(1423)
八、塑造改革与发展的推进主体	(1424)
第六节 网络时代政府的对策	(1425)
一、致力于“鼓励生产主意”以促进经济增长	(1425)
二、注重于推动科技开发和保护发明创造	(1426)
三、将教育技术培训等基础设施建设放在首位	(1428)
第三章 网络社会的文化管理	(1430)
第一节 网络文化的发展	(1430)
一、虚拟图书馆	(1430)
二、网上展览	(1432)
三、信息万花筒	(1433)
第二节 网络文化生产	(1435)
一、“推”的转变	(1435)

二、文化的生产传播体系	(1436)
三、网络文化资源的平等共享	(1437)
四、文化的终结	(1438)
第三节 网络传媒的发展	(1439)
一、中国新闻媒体网上发展	(1439)
二、商业网站涉足新闻发布	(1441)
三、网络传播领域存在的问题	(1442)
四、网络新闻传播管理	(1443)
五、网络媒体对中国传播格局的影响	(1444)
六、新 ICP: 传统媒体的第二次网络总动员	(1445)
第四节 网络色情	(1455)
一、《花花公子》上网营销色情	(1455)
二、电脑空间里的性幻想狂	(1456)
三、电子广告贩黄案	(1459)
四、虚拟做爱系统	(1460)
第五节 网络文化的发展方向	(1461)
一、文化言路的裂痕: 网络文化冲突	(1462)
二、网络文化的“困境”	(1467)
三、文化选择: 开端和终结	(1471)
第六节 网络与社会安全	(1472)
一、网络文化的崛起	(1473)
二、网络是一把双刃剑	(1474)
三、互联网上的文化侵略	(1475)
四、信息网络对生态环境的影响	(1477)
第七节 网络技术犯罪管理	(1478)
一、动用高技术智能	(1478)
二、林林总总看动机	(1480)
三、超地域性与全球化趋势	(1483)
四、谁在以身试法	(1485)

第九编 公务员信息网络基本技能

第一章 Windows 2000 的使用	(1491)
第一节 认识中文版 Windows 2000	(1491)
一、中文版 Windows 2000 的桌面	(1491)
二、“开始”菜单	(1494)
三、任务栏及 ActiveX 桌面	(1498)
四、快捷方式	(1502)

第二节 Windows 2000 的附件	(1505)
一、写字板	(1506)
二、记事本	(1514)
三、画图	(1516)
四、图像处理	(1526)
第三节 Windows 2000 的数据备份	(1532)
一、备份和恢复数据的基本知识	(1532)
二、备份类型	(1534)
三、备份内容	(1534)
四、用 Windows 2000 备份程序执行备份	(1536)
五、制订备份计划作业	(1541)
六、还原文件	(1544)
第四节 多媒体工具的应用	(1546)
一、设置多媒体属性	(1546)
二、音频文件与声音播放	(1554)
三、Windows Media Player 的使用	(1559)

第二章 政府常用办公软件与上网工具

(1562)

第一节 使用 Microsoft Word 处理文件	(1562)
一、启动 Microsoft Word	(1562)
二、打开、创建和保存文档	(1563)
三、编辑文档	(1565)
四、排 版	(1567)
五、打印文档	(1579)
第二节 使用 Microsoft Excel 处理表格	(1581)
一、什么是电子表格	(1581)
二、启动 Microsoft Excel	(1581)
三、如果你是新手	(1581)
四、如果你已经有一定经验	(1592)
第三节 使用 Outlook Express 收发邮件	(1598)
一、Outlook Express 简介	(1598)
二、启动 Outlook Express	(1600)
三、使用 Outlook Express 收发电子邮件	(1602)
四、管理邮件	(1607)
第四节 使用 Internet Explorer 5.5 浏览	(1610)
一、安装 Internet Explorer 5.5	(1610)
二、设置 IE	(1614)
三、IE 5.51 屏幕显示的组成部分	(1620)
四、IE 5.5 的工具栏	(1621)
五、浏览网页	(1625)
六、使用网上探险按钮	(1627)

七、查看浏览过的网页	(1627)
八、收集自己喜欢的网页	(1629)
九、使用【链接】栏	(1634)
十、设置网页字体的编码	(1634)
第五节 使用 Navigation 浏览器	(1635)
一、安装 Netscape 6.0	(1635)
二、设置和使用 Netscape 6	(1639)
第六节 网络会议 NetMeeting	(1647)
一、会议的召开和呼叫与会者	(1647)
二、利用 NetMeeting 进行谈天	(1650)
三、电子白板	(1652)
四、共享应用程序	(1657)
五、传输文件	(1660)
六、NetMeeting 使用前的设置	(1661)
第三章 网上冲浪与资源利用	(1666)
第一节 网上信息搜索	(1666)
一、什么是搜索引擎	(1666)
二、选择和使用搜索引擎	(1667)
三、其他著名的搜索引擎	(1671)
四、中介搜索引擎	(1675)
五、中文搜索引擎	(1678)
第二节 收发电子邮件	(1680)
一、电子邮件的基础知识	(1680)
二、使用 Outlook EXpress 收发信件	(1682)
三、利用万维网浏览器收发信件	(1708)
四、订阅和阅读网络杂志	(1720)
第三节 制作和美化网页	(1723)
一、使用 FrontPage 制作网页	(1723)
二、创建和发布网页	(1741)
三、在网页中插入图片	(1752)

第七编

网上政府电子商务

第一章 网上政府的电子商务

第一节 电子商务

电子商务是依托于因特网（Internet）发展起来的。近年来因特网和电子商务均产生了爆炸性的增长。有人把因特网的兴起看作是信息革命的标志，把电子商务的兴起看作是在流通领域内掀起的一场革命。如果把因特网看作为“路”，电子商务就是在“路”上跑的“车”。它们是互为依存、相辅相成、共同发展的。

一、电子商务的基本知识

（一）电子商务的概念

电子商务作为一个完整的概念出现于 90 年代初，随着 Internet 热潮席卷全球，电子商务（ElectronicCommerce—简称 EC）日益成为当今时髦的词汇之一。而当谈到电子商务时，人们经常会认为电子商务就是要实现电子支付，其实这是对电子商务的误解，人为缩小了电子商务的内涵。凡是以电子方式促成商品交易的所有形式，都属于电子商务的内容，电子支付只是电子商务的一部分，但不是全部。例如，将商品信息发布于网上，提供给用户非在线电子支付的购买方式或订购方式，也属于电子商务的内容。

电子商务是因特网技术与传统各类商务活动相结合的产物，它既包括网上商品的买卖过程，也包括与商务活动有关的信息交流活动。而且，从英文原意上来说，又不仅仅是与销售有关的商务，任何行业中的业务活动都是电子商务。因此，任何利用因特网和万维网（Web）技术的业务活动都可归入电子商务的范围，包括网上教育、医疗、娱乐和公益事业。电子商务不断普及将使传统的基于纸介质的数据和资料的处理、传递和存储等作业方式，被电子方式所替代。

那么，电子商务究竟是什么呢？所谓电子商务（也叫作电子贸易）通常是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务活动，更确切地讲是利用电子数据交换（ElectronicDataInterchange—简称 EDI）、电子邮件（E-mail）、电子资金转账（EFT）及 Internet 的主要技术在个人间、企业间和国家间进行无纸化的业务信息的交换。其基本内涵包括管理信息系统（ManagementInformationSystem—简称 MIS）、电子数据交换、电子订货系统（ElectronicOrderingSystem—简称 EOS）、商业增值网（ValueAddedNetwork—简称 VAN）等，这种电子商务活动，不仅仅可以在 Internet 上开展，也可以在任何网络中进行。

在我们国家，近年来“电子商务”一词频繁出现在各种报纸、报刊、杂志及许多的电脑图书中，它对人们的生活和工作中的影响越来越大，受到了许多人的重视，我国政府也已经开始认真考虑开展网上电子商务活动的问题了。但在我国发展电子商务需要符合中国

国情,不能照搬国外的一切,要建立符合中国国情的电子商务概念。

一般来说,电子商务是指:在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的过程。从售前服务到售后服务支持的各个环节全部或部分实现电子化、网络化和自动化。

随着电子商务应用在 Internet 上的成功推广,以及众多大公司在我国对电子商务大力宣传,我们可以预测,电子商务在中国将会进入一个快速发展的时期。

(二) 发展电子商务的技术背景

电子商务采用现代信息网络,改变了传统的商贸交易方式。网上交易、网上支付、网上交流等新兴的电子交易方式以其高效率、低成本、高收益、全球化的特点,受到各国政府和企业界的广泛重视,已成为国际贸易发展的新趋势。

电子商务处理方式主要有三种:

1. 企业内部之间,通过企业内部局域网的方式处理与交换商贸信息。

2. 企业与企业之间,通过 Internet 或专用网(Extranet)方式进行电子商务活动。EDI 是企业间进行贸易的重要方式,它按照商定的协议,将商业文件标准化和格式化,通过计算机网络,在贸易伙伴之间进行数据交换和自动处理,实现全球贸易的无纸化。

3. 企业与消费者之间,通过 Internet 设立网上商店,消费者通过网络在网上购物,在网上支付,为消费者提供一个新型购物环境,方便消费,也推进商业贸易的发展。

电子商务的交易方式表明:电脑的普及及应用是电子商务的保证;安全是电子商务的关键;人才与人的观念是电子商务的支撑。信息技术的迅速发展,微电脑与 Internet 的普及应用,为电子商务的发展提供了良好的条件,也是电子商务发展的源动力。

1. PC 机的高速发展

近几年来,微型计算机处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛。仅 1997 年,全球微机市场出货量达 8000 多万台,预计 1998 年达 1 亿台;在美国,家庭电脑普及率在 35% 以上,70% 的工作人员与电脑有关。电脑技术的高速发展与普及应用,为电子商务的应用提供了广阔空间,这是电子商务发展的基础。

2. 网络的发展与普及

Internet 正逐渐成为全球通信与交易的新媒体。全球上网用户已逾 6000 万,而且还在迅速地增长,Internet 打破了时空的限制,使建立快速的全球性贸易成为可能;以 Internet 技术建立起来的企业网络,不仅能提供及时、低成本的信息交换系统,还可提供准确及时的商业信息。有关资料显示,1996 年,美国排名前 100 家的企业,有 80% 在建立 Internet。网络技术的迅速发展与普及应用,是电子商务的最基本条件。

3. 信用卡的普及应用

信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段。全球信用卡发卡量十几亿张,并形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使信用卡可以方便地跨国使用。仅 VISA 国际组织信用卡,年交易额就达 8000 亿美元以上。信用卡等电子货币的普及应用为网上支付提供了重要手段。

4. SET (Secure Electronic Protocol) 电子安全交易协议的出台

为确保网上支付的安全性,美国 VISA 和 Mastercard 等国际组织联合制定了 SET,于

1997年5月31日公布,作为在开放网络上进行电子支付的安全标准。SET协议使用加密技术保证支付信息的安全性;使用数字签字确保支付信息的完整性;使用数字签名并颁发商用电子证书,对用户身份进行认证。SET的颁布得到许多厂商认可和支持,将为网上购物与支付提供一个安全的环境,这是电子商务的关键所在。

5. 政府的支持与推动

1997年4月欧盟发布了欧洲电子商务协议,1997年7月美国政府发布了“全球电子商务纲要”,受到各国关注,推动着全球电子商务的发展。此外,由于电脑的普及应用,人们信息化的观念和意识不断提高,也为电子商务的发展提供了有力的公众支持。

二、现代电子商务简介

(一) 电子商务的新纪元

现代“电子商务”已经不是原来意义上的依靠电话或传真的方式从事交易,而是变成了市场运营的新的概念,即“一切交易活动正向网络发展,所以一切交易都是电子业务”。这就是人们所说的第二代电子商务。

目前,第二代电子商务只占商务市场的5%,数以千计的公司刚刚开始研究如何运行第二代电子商务系统。从某种程度上来说,这种情况的出现是因为第二代电子商务的复杂性,如数据兼容、交易处理、系统集成和可扩充性问题以及大规模数据仓库存储问题。同时,这些应用具有较高的透明度,使企业从事各种交易必须考虑安全问题。

(二) 现代电子商务的特点

第二代电子商务之所以受到商家的重视,是因为它具有区别于其他方式的不同特点,它可以使企业从事在物理环境中所不能从事的业务。这些特点包括对新的子公司开放后端系统,使Internet成为一种重要的业务传送载体;汇聚信息,生成新的业务,产生新的收入;使企业进行相互连锁交易;自适应导航,使用户通过网上搜索交换信息;使用诸如代理的某种智能形式;运用注册业务或媒介组织买方和卖方;使业务交往个人化,具有动态特征,受用户欢迎,更具成本效益。

(三) 现代电子商务的巨大作用

第二代电子商务的用途是多方面的,它可以通过网络从事任何其他方式无法有效运作的业务。归结起来主要有以下几个方面的应用:

1. 电子市场。如把买方和卖方会聚在一起,从事在实际环境中难以协调的交易和拍卖。
2. 全生命周期商业应用。可使用户从事辨别产品、发送购货单、跟踪运送情况、接收票据和更新数据等业务。
3. 增值业务。这是指在现有业务上面生成新的业务。例如让用户设计信笺、在线请柬、商业名片和这些业务的专门打印业务。
4. 个人化业务。

三、当今电子商务的发展情况

(一) Internet上的商务活动发展情况

1994年,全球只有300万人上因特网,1997年已达1亿,预计到2005年将有10亿人上网。届时,10亿人的网络将是一个全球性的电子商务网络,交易额也会从1997年的120亿美元直线上升到4000亿美元。这个无所不容的大网及其无可比拟的庞大用户群对于

任何商家来说都是一种取之不尽、用之不竭的资源。

Internet 上的静态网页已成为昨日黄花, 创建与网上客户有相互商务关系的 Web 站点已成为 Internet 上的新宠。通过电子商务市场的开拓, 企业可以低投入、高产出地宣传自己的企业形象, 拉近与客户之间的距离。而广大采购人员和个人用户也能享受到秀才不出门网罗天下物的全新生活方式。

(二) 基于 Internet 的电子商务发展情况

席卷全球的信息化浪潮正在以前所未有的速度和力量, 推动世界经济的发展和国际经济结构的重组。日新月异的信息技术已深刻地影响经济社会的每一个层面。电子商务是当前世界上信息技术应用最为广泛的一个领域, 是信息化建设的重要组成部分。电子商务的实行, 将通过 Internet 以及全球信息基础设施, 打破地域的分隔, 缩短信息流动的时间, 使生产和消费更为贴近, 大大降低物流、资金流及信息流有效传输和处理的成本, 并为每一个企业提供更为广泛的、公平竞争的市场, 为每一个消费者提供能更好地满足其消费需求的良好机会。随着信息化建设的推进, 电子商务的市场在全球范围内急剧扩大, 各发达国家都已把发展电子商务作为拓展全球市场的有效手段, 积极地参与协商和合作, 大力推进电子商务的发展。

目前, 服务于多媒体应用的电子商务等业务的新一代通信平台正在引起越来越多的人的关注。我国各城市的多媒体应用及电子商务也在逐渐发展着。尤其是最近, 邮电部多媒体网络建设有了新的成果, 169 平台已经在很多城市开通并有了初步应用。

电子商务并不是一个新概念, 可以说, 它在几十年前主机系统出现时就诞生了。但是, 近年来, Internet 的出现给了电子商务以新的活力, 基于 Internet 的电子商务已经引起了全世界的注意。

美国作为 Internet 的诞生地, 在电子商务方面也走在了前面, 已经有了网上银行及许多网上交易的成功案例。由 Fortune 前 500 家企业和一些大型商务供应商组成的 Internet 购买圆桌会议组织宣布了 OpenBuyingInternet 标准, 这一标准的目的是要确保不同 Internet 电子商务系统之间能够互操作, 以顺利实现商业交易。欧洲委员会 (EC) 曾发表了一份题为“欧洲电子商务设想”的文件, 旨在促进欧洲制定一项有关电子商务的统一标准。文件指出, 电子商务对于保持欧洲在世界市场上的竞争力至关重要, 欧盟各国必须根据统一的技术、政策和支持框架采取行动。IDC 报告认为, 今年是亚太电子商务的腾飞年, 这一地区电子商务的收入将从 1995 年的 940 万新元 (670 万美元) 猛增到 2000 年的 31 亿新元, 这 5 年的年增长率将达到 319%。

我国也已经有了这方面的实例, 国内首家跨省市、跨地区的大型电子商务中心——NITC 联企促销交易中心不久前在湖南长沙开业。这家交易中心以新建成的中国多媒体通信网为基础平台, 将遍布全国的分支服务网点及成千上万家会员企业的信息库联合起来, 形成强大的网上促销系统。

尽管基于 Internet 的电子商务在世界范围内发展势头强劲, 但要全面地开展电子商务, 还面临着诸多的问题。

据 Forrester 公司的一份研究报告称, 通过 Internet 开展电子商务, 将面临一系列法律问题, 如税收、国际民事诉讼、知识产权、言论自由与隐私权的冲突以及电子合同的有效性等。这份报告认为, 其中最主要的问题是, 各国政府都认为他们有权按照他们的法律来

衡量 WWW 的表现,一旦看到他们不喜欢的东西,就可能与你对簿公堂,而各国的法律又是互不相同的。此外,还有技术方面如安全保密及其他方面的问题需要解决。

对我国而言,电子商务的发展,一方面可以提高企业的效率,进而提高企业的竞争力;另一方面,可以解决工商企业在市场流通领域遇到的产品销售不畅、信息不灵、资金周转困难、商业信用危机、三角债等一系列现实问题。从宏观的角度看,我国的信息化建设少不了电子商务的实现。建设一个宽阔的信息高速公路是我们的当务之急,不仅如此,有了好的路面,还要有车、有货。

(三) 电子商务的全球化趋势

为创造一个适应 Internet 这一国际性媒体的国际贸易框架,各国政府和国际组织正在积极进行磋商。

在电子商务发展过程中,企业特别是 IT 行业里的企业为此作出了巨大的贡献。人类的创造力和这些企业的不懈努力,为电子商务提供了源源不断的新技术。同时,这些企业还在 Internet 上广泛开展各种各样的商务活动,为电子商务发展起到了很好的示范作用。

微软已经推出在线销售计划,发展它的软件在线销售商店。这个名为 NITRO (在线分销新交互技术)的在线销售商店主要面向普通消费者,而不是通常采用授权方式的公司用户。一旦 NITRO 开通,用户点击“buynow”按钮就可以购买微软的软件了。

Yahoo 同样也盯上了电子商务,他与 Egghead 公司签署了一项合作协议,Egghead.com 的图标将出现在 Yahoo 与电脑相关的所有页面以及 Alta Vista 的搜索结果页面上。Egghead 表示将关掉其零售连锁店,转移到网上销售电脑与软件上来。

IBM 在美国和加拿大正式推出一项服务,在它自己的 Net. commerce 上开始建立虚拟商务楼,替那些想利用 IBM 宝地做生意的商家提供方便。这个项目以端到端的电子商务方案为大中型企业服务,IBM 每月收取固定费用,帮助商家建立虚拟铺面,来进行商对商或商家对消费方的网上交易。而在此之前,早有德尔、苹果、康柏和惠普等著名公司组成了网上电脑销售大军。

电子商务,在中国乃至世界范围内都是一个新概念。然而它却像春姑娘一样在为全球经济、社会、文化和科技界传递着一个喜讯:人类历史上的第三次产业革命——商务革命正在全世界酝酿和传播着。

电子商务并不神秘。广义地说,当人类开始使用电报进行紧急事务活动时,它就悄然降临了人间。当然,电子商务也不简单,而在当代人们已经开始采用 Internet 来进行形形色色的商业、贸易、服务和相关的事务活动了。

(四) 中国电子商务的发展现状

首先,让我们来看看未来潜在的电子消费者——网民。我国的网民 1998 年初已经突破了 117.5 万,到 1999 年底,国内上网的用户将达到 150 万,到本世纪末,用户数会在 1000 万到 2000 万人!而仅仅在两年前,所有的网民加起来不过两万。

也许人们会说仅是上网,离从事电子商务、网上交易怕有十万八千里。这些数字不能说明什么,但最近中国互联网信息中心的调查似乎很能表明一些问题:这项调查的对象是现在的网民,被调查者中有 78% 以上希望能够通过互联网购物(两年前这个比例顶多只有千分之几)。当然,现在的消费者似乎在观念上比过去要成熟许多,也冷静得多。这项调查中,有 62% 的用户担心网上的安全性及法律保障问题,44.5% 的用户表示自己目前尚