

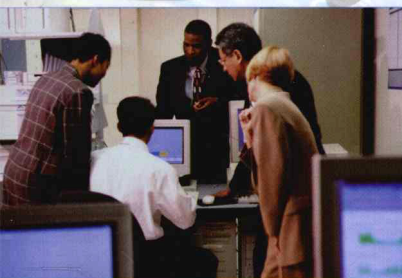


普通高等教育“十一五”国家级规划教材

电子商务

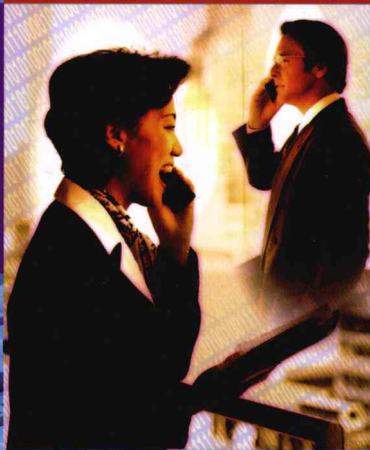
高职高专系列教材

DIAN ZI SHANG WU



主编◎许国柱

广东高等教育出版社





普通高等教育“十一五”国家级规划教材

电子商务

高职高专系列教材

DIAN ZI SHANG WU



电子商务

主 编 许国柱

副主编 佟松林 李建萍

参 编 钟志锋 王剑锋 杨 韵

广东高等教育出版社 广州



图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务/许国柱主编. —广州: 广东高等教育出版社, 2008. 8
(高职高专系列教材)
ISBN 978 - 7 - 5361 - 3581 - 9

I. 电… II. 许… 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 (2008) 第 007942 号

出版发行	广东高等教育出版社
	地址: 广州市天河区林和西横路
	邮编: 510500 营销电话: (020) 87553335
	http://www.gdgjs.com.cn
印 刷	广州市怡升印刷有限公司
开 本	787 毫米 × 1 092 毫米 1/16
印 张	19.5
字 数	460 千字
版 次	2008 年 8 月第 1 版
印 次	2008 年 8 月第 1 次印刷
印 数	1 ~ 3 000 册
定 价	29.80 元



前 言

电子商务作为互联网（Internet）的主要应用领域，正以难以估量的速度发展，影响和改变着社会经济和生活的各个方面。电子商务知识和技能是现代人必备的基本知识和技能，电子商务课是高校经济类专业的主要基础课或专业课。本书力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色，紧贴《国家电子商务职业标准》，以《国家电子商务职业标准》为纲，体现本职业对学生所应掌握的理论知识和操作技能的要求，是《国家电子商务职业标准》中各项工作内容和要求的具体化。

本书全面介绍电子商务的基本概念和系统组成，分专题介绍各组成部分的特点、基本理论、实用系统和应用方法。结合案例或对模拟系统的实际操作，使读者全面认识、了解和掌握电子商务的概念、意义以及应用系统的特点和操作方法。

本书内容新颖、图文并茂、简明通俗、实用性强。可作为电子商务专业基础课的教材，为电子商务专业进一步研究学习电子商务系统与运作方式等内容打下基础；也可以作为其他专业了解电子商务知识必修课或选修课的教材。由于本书紧贴《国家电子商务职业标准》，结合电子商务师的考证内容，因此也可以作为参加电子商务员、助理电子商务师考证学员的培训教材。

结合本书和相关软件的使用，使学生学习电子商务课程后达



到以下的教学目标：

1. 学习电子商务的主要理论知识

电子商务基础知识、Internet 基础与网站建设基础知识、电子交易与网络银行知识、网络营销知识、物流基础与电子商务物流配送知识、网络与电子商务安全技术知识、电子商务从业道德与法律法规等。

2. 学习电子商务的主要技能

商务信息的搜索、收集与处理技能；电子商务交易的操作和后台处理技能；网上购物与支付技能；网络营销技能、安全协议与认证技术在应用软件中的使用技能等。

3. 培养从事电子商务相关工作的主要能力与素质

综合应用计算机、网络和网页制作等知识和技术的能力；应用与操作电子商务交易系统的综合能力；网络营销的技巧等能力。

参加本书编写的单位有广东水利电力职业技术学院、广东女子职业技术学院、番禺职业技术学院、顺德职业技术学院和广东铁路职业技术学院等。本书由许国柱担任主编，佟松林、李建萍担任副主编。其中第一章、第三章、第六章、第七章、第八章由许国柱编写，第二章由钟志锋编写，第四章、第五章由佟松林编写，第九章由王剑锋编写，第十章由杨韵编写。全书由许国柱统稿，李建萍协助对全书进行了审校。

由于我们的水平有限，书中难免有不足之处，欢迎读者指正。

编 者

2008 年 5 月

目 录

第1章 电子商务概述	(1)
【教学目标与要求】	(1)
【教学重点与难点】	(1)
1.1 电子商务的含义及其功能	(1)
1.1.1 什么是电子商务	(1)
1.1.2 电子商务的基本属性	(3)
1.1.3 传统商务与电子商务的区别	(4)
1.1.4 电子商务的功能	(6)
1.2 电子商务的分类	(7)
1.2.1 按电子商务参加的主体划分	(7)
1.2.2 按电子商务使用的网络类型划分	(9)
1.2.3 按电子商务活动的范围划分	(9)
1.2.4 按电子商务交易的对象划分	(10)
1.2.5 电子商务常见的三种形态	(10)
1.3 电子商务系统及其运作	(11)
1.3.1 电子商务系统的组成	(11)
1.3.2 电子商务的运作	(13)
1.3.3 各交易主体电子商务的运作过程	(14)
1.4 电子商务的发展	(17)
1.4.1 电子商务发展简史	(17)
1.4.2 电子商务产生和发展的条件	(18)
1.5 电子商务对企业的影响	(19)
1.5.1 电子商务对企业市场的影响	(19)
1.5.2 电子商务对企业内部结构与行业结构的影响	(20)
1.5.3 电子商务对企业管理的影响	(22)
1.6 电子商务国家职业标准与认证	(23)
1.6.1 职业定义与职业等级	(23)
1.6.2 电子商务国家职业标准工作要求	(24)
1.6.3 申报条件	(28)
【本章练习题】	(29)



第2章 电子商务网络基础	(31)
【教学目标与要求】	(31)
【教学重点与难点】	(31)
2.1 计算机网络概述	(31)
2.1.1 计算机网络的分类	(31)
2.1.2 计算机网络的拓扑结构	(32)
2.1.3 局域网的类型	(33)
2.1.4 局域网的组成	(36)
2.2 Internet 概述	(37)
2.2.1 Internet 的形成与发展	(37)
2.2.2 Internet 的有线接入方式	(38)
2.2.3 无线上网	(39)
2.2.4 IP 地址	(40)
2.2.5 域名系统	(41)
2.2.6 统一资源定位器	(42)
2.3 Internet 的通信	(43)
2.3.1 TCP/IP 协议	(43)
2.3.2 超文本传输协议	(44)
2.3.3 万维网	(45)
2.3.4 浏览器	(45)
2.3.5 文件传输协议	(46)
2.3.6 Telnet 协议	(46)
2.3.7 电子邮件	(47)
2.4 Internet 的应用	(47)
2.4.1 搜索引擎	(47)
2.4.2 公告牌服务	(48)
2.4.3 企业内部网	(48)
2.4.4 企业外部网	(49)
2.4.5 下一代互联网	(50)
【本章练习题】	(51)
第3章 EDI 电子商务	(52)
【教学目标与要求】	(52)
【教学重点与难点】	(52)
3.1 EDI 电子商务概述	(52)
3.1.1 什么是EDI 电子商务	(52)
3.1.2 EDI 信息流通方式	(54)
3.1.3 EDI 系统结构	(56)
3.1.4 EDI 电子商务应用的现状	(59)

3.2 EDI 标准	(61)
3.2.1 EDI 标准	(61)
3.2.2 EDIFACT 标准的组成	(62)
3.2.3 EDIFACT 标准的三个要素	(64)
3.3 基于 Internet 的 EDI	(65)
3.3.1 Internet EDI 的产生	(65)
3.3.2 Internet EDI 的基本形式	(67)
【本章练习题】	(70)
第4章 电子交易与电子支付	(72)
【教学目标与要求】	(72)
【教学重点与难点】	(72)
4.1 电子商城和电子市场的概念	(72)
4.1.1 电子商城的概念	(72)
4.1.2 电子商城的后台管理	(73)
4.1.3 电子市场	(78)
4.2 电子合同	(81)
4.2.1 电子合同的概念	(81)
4.2.2 电子合同的特点	(82)
4.3 电子支付工具	(83)
4.3.1 电子信用卡	(83)
4.3.2 电子现金	(85)
4.3.3 电子钱包	(86)
4.3.4 电子支票	(88)
4.4 网上银行	(88)
4.4.1 网上银行概述	(88)
4.4.2 网上银行的技术要求	(90)
4.4.3 网上银行的业务	(91)
4.4.4 电子银行的发展趋势	(93)
【本章练习题】	(95)
第5章 电子商务物流管理	(97)
【教学目标与要求】	(97)
【教学重点与难点】	(97)
5.1 物流与物流管理概述	(97)
5.1.1 物流的定义	(97)
5.1.2 物流管理与物流系统	(99)
5.1.3 物流的分类	(100)
5.1.4 电子商务与物流的关系	(104)



5.2 电子商务物流管理技术	(109)
5.2.1 无线射频技术	(109)
5.2.2 地理信息系统技术	(112)
5.2.3 全球定位系统	(113)
5.2.4 现代仓储技术	(115)
5.3 电子商务物流运作方式	(116)
5.3.1 电子商务物流系统	(116)
5.3.2 电子商务配送	(118)
5.3.3 第三方物流	(122)
【本章练习题】	(126)
第6章 网络营销	(127)
【教学目标与要求】	(127)
【教学重点与难点】	(127)
6.1 网络营销概述	(127)
6.1.1 网络营销的特点	(127)
6.1.2 现代营销理论与网络营销	(128)
6.1.3 网络营销的主要内容	(131)
6.2 网络市场调查	(132)
6.2.1 网络市场调查的特点	(132)
6.2.2 网络市场调查的一般步骤	(134)
6.2.3 网络市场调查的方法	(135)
6.3 网络消费者行为分析	(137)
6.3.1 网络个人消费需求的特征	(137)
6.3.2 网络个人消费者的购买动机	(138)
6.3.3 网络消费者的购买过程	(138)
6.4 网络营销策略	(140)
6.4.1 网络营销的客户定位策略	(140)
6.4.2 网络营销的商品定位策略	(141)
6.4.3 网络营销的定价策略	(143)
6.4.4 网络营销的渠道策略	(146)
6.4.5 网络营销的促销策略	(151)
6.5 网络广告	(153)
6.5.1 网络广告的特点	(153)
6.5.2 网络广告的发布	(154)
6.5.3 各种类型的广告及其应用	(155)
6.6 网络营销实例分析	(160)
6.6.1 亚马逊的崛起	(160)
6.6.2 亚马逊书店的营销策略	(161)

6.6.3 亚马逊书店的电子商务系统	(162)
【本章练习题】	(163)
第7章 企业信息化与电子商务的应用	(164)
【教学目标与要求】	(164)
【教学重点与难点】	(164)
7.1 企业信息化	(164)
7.1.1 企业信息化的含义与主要内容	(164)
7.1.2 企业信息化的驱动因素和发展水平	(166)
7.1.3 企业信息化的发展过程	(168)
7.2 制造企业电子商务的应用	(172)
7.2.1 制造企业电子商务的应用与特点	(172)
7.2.2 制造企业的网上采购	(176)
7.2.3 制造企业的网上产品销售	(179)
7.2.4 制造企业的网上服务	(181)
7.3 商贸企业电子商务的应用	(183)
7.3.1 商贸企业电子商务的应用与特点	(183)
7.3.2 网上虚拟商店	(186)
7.3.3 中介型电子商务	(189)
7.4 服务企业电子商务的应用	(192)
7.4.1 信息服务型电子商务	(192)
7.4.2 证券电子商务	(198)
【本章练习题】	(202)
第8章 电子商务安全技术	(203)
【教学目标与要求】	(203)
【教学重点与难点】	(203)
8.1 电子商务安全需求	(203)
8.1.1 电子商务的安全隐患	(203)
8.1.2 电子商务的安全需求	(204)
8.1.3 电子商务安全体系	(206)
8.2 数据加密技术	(207)
8.2.1 数据加密的一般模型	(207)
8.2.2 对称密钥加密技术	(208)
8.2.3 非对称密钥加密技术	(211)
8.2.4 密钥管理技术	(214)
8.3 常用安全认证技术	(215)
8.3.1 数字摘要	(215)
8.3.2 数字信封技术	(216)



8.3.3 数字签名技术	(217)
8.3.4 数字时间戳	(219)
8.3.5 数字证书	(219)
8.3.6 身份认证	(223)
8.4 PKI 与认证机构	(224)
8.4.1 公钥基础设施	(224)
8.4.2 安全认证机构	(232)
8.5 安全认证协议	(235)
8.5.1 安全套接层协议	(235)
8.5.2 安全电子交易协议	(237)
8.5.3 其他安全协议	(242)
8.6 安全技术综合应用	(244)
8.6.1 安全电子交易体系	(244)
8.6.2 证书的应用	(246)
【本章练习题】	(249)
第9章 电子商务网站建设	(250)
【教学目标与要求】	(250)
【教学重点与难点】	(250)
9.1 电子商务网站建设概述	(250)
9.1.1 电子商务网站的定义	(250)
9.1.2 电子商务网站的类型	(251)
9.1.3 电子商务网站的主要功能	(251)
9.1.4 电子商务网站建设的内容	(252)
9.2 电子商务网站的规划与分析	(253)
9.2.1 电子商务网站的目标与功能定位分析	(253)
9.2.2 电子商务网站的需求分析	(254)
9.2.3 电子商务网站的可行性分析	(254)
9.3 电子商务网站的设计	(255)
9.3.1 电子商务网站的运行环境配置	(255)
9.3.2 网站的概要设计	(255)
9.3.3 网站的详细设计	(257)
9.3.4 网站的测试	(260)
9.3.5 网站的发布	(261)
9.4 电子商务网站的开发技术	(261)
9.4.1 Web 客户端技术	(261)
9.4.2 HTML 语言基础	(262)
9.4.3 网页相关技术	(265)
9.4.4 动态网页技术	(267)



9.4.5 Web 数据库连接技术	(269)
9.5 网站的维护与管理	(270)
【本章练习题】	(271)
第10章 电子商务职业规范与法律法规	(273)
【教学目标与要求】	(273)
【教学重点与难点】	(273)
10.1 电子商务从业人员的职业道德规范	(273)
10.1.1 职业与职业道德	(273)
10.1.2 电子商务从业人员的职业道德规范	(274)
10.2 电子商务法律法规常识	(274)
10.2.1 电子商务带来的法律问题	(274)
10.2.2 电子商务参与各方的法律关系	(277)
10.2.3 电子合同与电子签名	(281)
10.2.4 网上知识产权和隐私权保护	(283)
10.2.5 电子商务税收制度	(290)
【本章练习题】	(295)



第1章 电子商务概述

【教学目标与要求】

1. 掌握电子商务的概念、特点、分类、系统与运作。
2. 了解电子商务的发展及技术要求、对企业的影响以及国家职业标准与认证。

【教学重点与难点】

1. 电子商务概念广义与狭义的理解。
2. 电子商务的分类。
3. 电子商务系统与运作。

1.1 电子商务的含义及其功能

1.1.1 什么是电子商务

1. 电子商务的含义

电子商务是指通过互联网构拟的空间和媒体,以数字的形式表达各种信息而进行的商务活动。具体来讲,电子商务就是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术,借助国际互联网进行联系,有效地组织商务贸易活动,从而实现商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。在这个词汇中,“电子”是技术平台,是一种手段,而“商务”则是核心和目的,一切的手段最终都是为目的而服务的。

2. 狭义与广义的电子商务定义

总的来说,电子商务就是把传统的商业活动在新兴的通讯网络上运作,或者说是在 Internet 上进行的商务活动。对于这种商务活动,可以从狭义和广义两方面对其有不同的理解。

从商务的内容看,狭义的电子商务也称作电子交易(E-commerce),主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行的交易,如网上购物、网上股票交易、电子贸易、电子银行、网上纳税、网上报关等。广义的电子商务包括电子交易在内的利用 Web 进行的全部商业活动,其主要功能包括网上的广告、订货、付款、客户服务和货物递交等销售活动、售前和售后服务,以及市场调查分析、财务核计及生产安排等多项利用 Internet 开发的商业活动,因此,广义的电子商务又称为电子商业(E-business)。



3. 科学理解电子商务的概念

要从电子商务的特性、目的性、涵盖的范围、参与者、使用的技术手段等方面对电子商务进行分析,才能对其有一个科学全面的理解。

(1) 电子商务是整个贸易活动的自动化和电子化。电子商务是利用各种电子工具和电子技术从事各种商务活动的过程。其中电子工具是指计算机硬件和网络基础设施(包括 Internet、Intranet、局域网等);电子技术是指处理、传递、交换和获得数据的多技术集合。

(2) 电子商务渗透到贸易活动的各个阶段,因而内容广泛,包括信息交换、售前与售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、共享资源等。

(3) 电子商务的参与者包括消费者、销售商、供货商、企业雇员、银行或金融机构以及政府等各种机构或个人。

(4) 电子商务的目的就是要实现企业乃至全社会的高效率、低成本的贸易活动。

人类最早是采取“以物易物”的商品交换方式,此时没有资金流,商品所有权的转换是紧紧伴随着物流的转换而发生的。随着货币的产生,人类的交易链中出现了第一层中介——货币。人们开始用钱来买东西,不过这时是“一手交钱,一手交货”,商品所有权的转换仍然是紧随物流的。后来随着社会分工的日益细化和商业信用发展,专门为货币做中介服务的第二层中介出现了。他们是一些专门的机构如银行,他们所从事的是货币中介服务和货币买卖。由于有了他们,物流和资金流开始分离,产生了多种交易付款方式,包括交易前的预先付款,信用证担保付款;交易中的托收、支票、汇票;交易后付款,如分期付款、延期付款等。这就意味着商品所有权的转换和物流分离开来,这种情况下信息流的作用就突出地表现出来了,比如,交易前要知道对方的商品质量信息、价格信息、支付能力、支付信誉等。在交易中,付款前要签订合同、要有担保、要有法律安全;付款后要有运输部门负责运输、要有商检部门验货。

随着电子技术和网络的发展,电子中介作为一种工具被引入到生产、交换和消费中进行贸易的顺序并没有改变,还是要有交易前、交易中和交易后几个阶段。但这几个阶段中人们进行联系和交流的工具变了,如以前用纸面单证,现在改用电子单证。这只是一个最简单的应用,但不要小看这种改变,正如机器的出现使人类从手工业社会进入到工业社会那样,生产工具的变化必定会引起生产方式的变化,而这种生产方式的变化必将形成新的经济秩序。在这个过程中,有的行业会兴起;有的行业会没落;有的商业形式会产生;有的商业形式会消失。所以说,电子商务是一次社会经济革命。仅从交换这个范围来看,电子工具是通过改变了中介机构进行货币中介服务的工具而改变了其工作方式,从而产生了新的业务,甚至出现了新的中介机构。这个阶段的一个重要特点就是信息流处于一个极为重要的地位,它站在一个更高的角度对商品流通的全过程进行控制,所以电子商务同现代社会正逐步兴起的信息经济是密不可分的。

总之,从宏观上讲,电子商务是计算机网络所带来的又一次革命,旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序。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、教育等其他社会层面。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。这里要强调两点：一是活动要有商业背景，二是网络化和数字化。

1.1.2 电子商务的基本属性

电子商务是有别于传统商务活动的一种新兴的商务活动模式，其本身具有一些特殊的性质，概括地说，主要体现在商务性、全球性、服务性、集成性、快捷性、可扩展性、安全性和协调性等方面。

(1) 商务性。电子商务提供了崭新的买卖、贸易、服务的手段和机会。这也是电子商务最基本的特性。由于电子商务提供一种全新的方便、快捷和低廉的商务通道，从而创造了新的市场，出现了新的商机。电子商务开创了全新的、虚拟的市场，由于网络可以说是一个全新的通路以及消费渠道，在这个市场中，没有时间、空间和人力等条件的限制，市场具有更强的可塑性。

(2) 全球性。电子商务在地域上有高度的广泛性。由于电子商务是基于 Internet 的，而 Internet 是一个全球连接的极为庞大的互联网，所以，电子商务轻而易举地跨越了地域的限制，成为全球性的商务活动。而传统的电子商务，多以区域性为主，仅一些跨国公司具有全球性业务。使用基于 Internet 的电子商务，中、小型公司只要上网就能经营全球性的业务。要解决的问题仅仅是语言问题，以及采用通过的国际标准的问题。

(3) 服务性。电子商务提供及时、方便、高质量的服务。在电子商务环境下，企业可超越时间和空间限制为客户提供全天候的优质服务，可以将本地市场迅速方便地扩大为全球市场。企业利用 Internet 技术能自动处理商务过程，使客户能以一种比过去便捷的方式完成过去较为费事才能获得的服务。

(4) 集成性。电子商务以计算机网络为主线，对商务活动的各种功能进行了高度的集成，同时也对参加商务活动的商务主体各方进行了高度的集成。不仅集成了如网上广告、网上洽谈、订货、收款、付款、客户服务、货物递交等各种商务活动功能，还将客户、企业、分销商、银行、海关、税务部门等作为商务主体的各方集成在一起，高度的集成性使电子商务进一步提高了效率。

(5) 快捷性。商务通信是开展商务活动的重要条件。传统的商务通信是通过邮件、报纸等印刷品或通过电台、电视台等方式来传递信息的，这些方式的缺点是传递速度缓慢，或只能单向传递，效率较低。电子商务由于采用了计算机网络，Internet 的交互性使单向的通信变成了双向通信，因此商务通信的速度大大加快，使人们几乎可以用思维的速度来进行商务活动。

(6) 可扩展性。要使电子商务正常运行，必须确保其可扩展性。因特网上有数以百万计的用户，而信息在传输的过程中，不时会出现高峰状况。一旦出现访问高峰，可方便地扩展服务器来扩充系统功能。对于电子商务来说，可扩展的系统才是稳定的系统。

(7) 安全性。即利用加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙等措施建立安全的电子商务环境。

(8) 协调性。电子商务能使客户、供应商、生产制造商、银行、海关、税务各部



门之间协调一致。为了加强协调、提高效率,许多组织或部门都通过提供交互式的协议,使电子商务活动可以在这些协议的基础上进行。在效率提高的同时,缩短了商品进入市场的时间,也有效地降低了成本。

1.1.3 传统商务与电子商务的区别

利用网络科技,电子商务将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式进行整合,企业通过全球信息网(WWW)、企业内部网(Intranet)或外联网(Extranet)直接与分布各地的客户、员工、经销商及供应商互通重要信息,创造更具竞争力的经营优势。

1. 电子商务的特点

(1) 交易虚拟化。

通过以 Internet 为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付款项等,无需当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。对卖方来说,可以到网络管理机构申请域名,制作自己的主页,组织产品信息上网。而虚拟现实、网上聊天等新技术的发展使买方能够根据自己的需求选择广告,并将信息反馈给卖方。通过信息的推拉互动,签订电子合同,完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

(2) 交易成本低。

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在:一是距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真而言就越低。此外,缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。二是买卖双方通过网络进行商务活动,无需中介者参与,减少了交易的有关环节。三是卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下做广告、发印刷产品等产生的大量费用。四是电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用。五是互联网使买卖双方即时沟通供需信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而使库存成本降为零。六是利用企业内部网可实现“无纸办公(OA)”,提高了内部信息传递的效率,节省时间,并降低管理成本。通过互联网络把公司总部、代理商以及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起,及时对各地市场情况作出反应,即时生产,即时销售,降低存货费用,利用专业的配送公司提供配送服务,从而降低产品成本。七是与传统的贸易平台因租用物理店铺产生的高费用相比,电子商务采用网上交易平台的费用则低得多。

(3) 交易效率高。

由于互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理。原料采购信息、产品生产信息、需求与销售信息、银行汇兑信息、保险信息、货物托运及申报等无需人员干预处理,因而能在最短的时间内完成信息处理。在传统贸易方式中,用信件、电话和传真传递信息,必须有人的参与,且每个环节都要花不少时间。有时由于人员合作和工作时间的问题,会延误传输时间,失去最佳商机。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

(4) 交易透明化。

买卖双方从交易的洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,可以防止伪造信息的流通。例如,在典型的许可证 EDI 系统中,由于加强了发证单位和验证单位的通信、核对,假的许可证就不易漏网。海关 EDI 也帮助杜绝边境的假出口、兜圈子、骗退税等行径。

2. 传统商务与电子商务运作方法的区别

传统商贸与电子商务的交易过程都由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成,但是交易具体使用的运作方法是完全不同的(见表 1-1)。

表 1-1 传统商务与电子商务运作方式的比较

	交易前的准备	贸易磋商过程	合同与执行	支付过程
传统商务	商品信息的发布、查询和匹配是通过传统方法完成	贸易磋商过程中单证是口头或纸面,使用的工具有电话、传真或邮寄	以书面形式签订具有法律效应的纸面商贸合同	主要是支票和现金两种支付方式
电子商务	交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成	贸易磋商过程中单证是电子化的记录、文件和报文,使用的工具是网络	具有法律效应的电子贸易合同	网上支付,包括信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等

(1) 交易前的准备。对于商贸交易过程来说,交易前的准备就是供需双方如何能宣传或者获取有效的商品信息的过程,即是一个商品信息的发布、查询和匹配过程。在传统商务中,商品供应方的营销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息;对于商品的需求者来说,也是通过传统方法得到自己所需要的商品信息来充实自己的进货渠道。在电子商务营销模式中,交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的,双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。

(2) 贸易磋商过程。在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后,就开始进入具体的贸易磋商过程,贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易单证包括询价单、价格磋商、订购合同、发货单、运输单、发票、收货单等,各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销策略管理要求及详细的商品供需信息。在传统商贸活动的贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或邮寄等,因为传真件不足以作为法庭仲裁依据,故各种正式贸易单证的传递主要通过邮寄方式。

电子商务中的贸易磋商过程在网络和系统的支持下将纸面单证传递过程变成了电子化的记录、文件和报文在网络上的传递过程,并且由专门的数据交换协议,保证了网络信息传递的正确性、安全性和快速性的特点(见图 1-1)。

(3) 合同与执行。在传统商务活动中,贸易磋商过程通常通过口头协议来完成,但在磋商过程完成后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,来确