

21 世纪高等职业教育
财经专业核心课程系列教材

总主编 张世体

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

主编 王绍军



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

21 世纪高等职业教育财经专业核心课程系列教材

电子商务概论

主 编 王绍军
副主编 蒋一清 桂海进
杨远新

出版发行 立信会计出版社
社 址 上海市中山西路333号
电 话 (021)6411333
网 址 www.lixinp.com
E-mail: lxsp@sh163.net
Tel: (021)6411333



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/王绍军主编. —上海:立信会计出版社,
2009.1

(21 世纪高等职业教育财经专业核心课程系列教材)

ISBN 978-7-5429-2212-0

I. 电… II. 王… 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(2009)第 006350 号

责任编辑 陈 旻
封面设计 周崇文

电子商务概论

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	邮政编码 200235
电 话	(021)64411389	传 真 (021)64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.lixinbook.com	Tel: (021)64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787 毫米×960 毫米 1/16
印 张	19.25
字 数	390 千字
版 次	2009 年 1 月第 1 版
印 次	2009 年 1 月第 1 次
印 数	1—3 000
书 号	ISBN 978-7-5429-2212-0/F·1936
定 价	28.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

总 序

当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国际竞争日趋激烈。教育在综合国力的形成中处于基础地位,国力的强弱越来越取决于劳动者的素质,取决于各类人才的质量和数量,这对于培养和造就我国 21 世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。

作为高等教育体系中的一个重要组成部分,高等职业教育近几年来进入了高速发展时期,其中财经专业学生占有相当大的比例。围绕培养财经专业高技能人才这个根本目标,加强财经专业的教材建设是实现教学计划,达到培养目标的重要保证,是加强教学管理、提高教学质量的重要措施,是深化教学改革,提高人才培养质量的根本途径。教材建设重在提高质量,培育特色。

经过多方努力,“21 世纪高等职业教育财经专业核心课程系列教材”已正式出版发行。这是十几所院校几十位既具有扎实的理论基础,又具有丰富的实践经验的“双师型”教师倾注了大量的人力、物力和财力共同努力的结果。

本套教材编写的特点是:第一,力求做到理论与实际相结合,既保持理论体系的系统性和方法的科学性,更注重教材的实用性和针对性。第二,每本教材的编写,注意吸收国内外优秀教材的成果,教材力求深入浅出,突出重点,通俗易懂。第三,在广泛调查研究的基础上,经过多所高等职业院校一批有着丰富教学和实践经验的专家学者的论证和推荐,优化选题,优选编者。

值此出版之际,我们谨向所有支持本套教材出版的各校领导和参编老师表示诚挚的谢意。

感谢济南铁道职业技术学院党委书记刘邦治、院长陈小言、副院长徐冬,他们对本套教材的顺利出版,给予了大力支持。感谢立信会计出版社陈旻女士对本套教材的热情帮助。

本套教材第一批 10 本教材出版后,得到了各高职院校广大师生的大力支持与帮助,对此,我们深表感谢。为满足各高职院校财经专业教学的需要,我们经过近一年的努力,第二批 10 本教材已陆续完稿并交付出版。至此,我们的编写任务已基本完成,余下的工作就是在此基础上不断修订、锤炼,同时,我们也热忱地欢迎使用本套教材的院校提出宝贵的意见和建议,力争经过两三年的努力,使本套教材成为国家级精品教材。

张世体

2008 年 2 月

前 言

20 世纪末,电子商务在计算机网络和通信技术迅猛发展的过程中,特别是伴随着互联网技术的出现应运而生。它的出现毋庸置疑地推动了生产力的发展,并迅速进入人们的生产和生活中,推动着经济全球化、贸易自由化和信息现代化的发展步伐。随着我国经济的快速发展,电子商务在我国也进入了快速发展期。目前,电子商务正以强劲之势改变着企业的经营方式、商务交流方式、人们的消费方式及政府的工作方式。为了满足电子商务等专业高等职业教育的需要,努力将实践与教学结合起来,我们组织编写了本教材。

本教材内容主要包括:第 1 章电子商务概述,介绍电子商务的基本概念及发展历程;第 2 章电子商务基本模式,介绍电子商务市场的组成、交易过程及电子商务的六种基本模式的含义及内容;第 3 章电子商务技术基础,介绍计算机网络技术、网络通信技术、Internet 技术、EDI 系统及应用、域名管理;第 4 章电子商务基本操作,介绍网上商务信息收集的方法、电子邮件的收发管理及网上购物的基本操作流程;第 5 章电子商务网络营销,介绍网络营销及管理的相关内容;第 6 章电子支付及网上银行,介绍如何利用电子支付的手段解决交易问题;第 7 章电子商务安全技术,主要涉及网络安全和交易安全问题;第 8 章电子商务网站建设,介绍电子商务网站的建站流程、规划设计及电子商务网站的管理和维护;第 9 章电子商务与物流,主要涉及与电子商务相适应的物流操作及管理问题;第 10 章电子商务法律,介绍与电子商务交易相关的法律解决途径;第 11 章移动商务,介绍移动商务基础及应用。

本教材在编写过程中注重理论与实践的结合,力求理论上的前沿性和实践上的应用性。此外,每章都附有案例分析材料以及思考与练习,既便于教师教学,又帮助学生拓宽视野,除适用于高职高专院校的电子商务、市场营销及相关专业外,还可作为商务人员学习的参考用书。

本教材由济南铁道职业技术学院王绍军担任主编,无锡工艺职业技术学

院蒋一清、无锡商业职业技术学院桂海进、山东劳动职业技术学院杨远新担任副主编。参加编写的有:王绍军(第1、第3章)、杨远新(第2章)、桂海进(第4、第6章)、张宏(第5、第7章)、王玉玉(第8章)、蒋一清(第9、第10章)、张鹏(第11章)。

由于编者水平所限,疏漏之处恳请各位专家、读者提出批评和指正。

编 者

2009年1月 08

目 录

1 电子商务概述	1
1.1 电子商务的基本概念	1
1.2 电子商务的起源和发展	6
1.3 电子商务的分类	9
1.4 电子商务基本组成	14
1.5 电子商务的功能和特点	17
1.6 电子商务带来的影响	19
1.7 我国电子商务的发展历程、现状及面临的主要问题	22
思考与练习	26
2 电子商务基本模式	28
2.1 电子商务市场的组成及交易过程	28
2.2 电子商务的 BtoB 模式	30
2.3 电子商务的 BtoC 模式	36
2.4 电子商务的 CtoC 模式	42
2.5 电子商务的 BtoG、CtoG、GtoG 模式	46
思考与练习	49
3 电子商务技术基础	52
3.1 计算机网络技术	52
3.2 EDI 系统及应用	60
3.3 域名管理	67
3.4 数据库技术	70
思考与练习	76
4 电子商务基本操作	79
4.1 电子商务信息查询	79

4.2 电子邮件	87
4.3 网上购物	90
思考与练习	95
5 电子商务网络营销	97
5.1 网络营销概述	97
5.2 网上市场调研	99
5.3 网络营销策划	105
5.4 网络广告	111
思考与练习	119
6 电子支付及网上银行	121
6.1 电子支付系统概述	121
6.2 电子货币	130
6.3 电子支付方式	134
6.4 网上银行	142
6.5 网上支付的应用发展	148
思考与练习	156
7 电子商务安全技术	160
7.1 电子商务安全概述	160
7.2 加密技术	162
7.3 身份认证技术	167
7.4 网络安全技术	174
思考与练习	186
8 电子商务网站建设	188
8.1 电子商务网站概述	188
8.2 电子商务网站建设流程、规划、内容设计与制作	193
8.3 电子商务网站的管理和维护	203
思考与练习	209
9 电子商务与物流	211
9.1 物流对电子商务的影响	211

9.2 电子商务下的物流模式	214
9.3 电子商务下的物流配送	223
9.4 电子商务下的物流技术	230
思考与练习	236
10 电子商务法律	239
10.1 电子商务法律概述	239
10.2 电子商务中的知识产权保护	248
10.3 电子商务交易的法律保护	254
10.4 电子商务的税收问题	260
思考与练习	264
11 移动商务	267
11.1 移动商务基础	267
11.2 移动商务的技术驱动因素	271
11.3 移动商务的产业价值链及其分析	277
11.4 移动商务的应用	280
11.5 移动商务在国外的发展	290
思考与练习	296

1 电子商务概述

【内容提示】 20 世纪末,电子商务在计算机网络和通信技术迅猛发展的过程中,特别是伴随着互联网技术的出现应运而生。它的出现毋庸置疑地推动了生产力的发展,并迅速进入人们的生产和生活中,推动着经济全球化、贸易自由化和信息现代化的发展步伐。目前,电子商务正以强劲之势改变着企业的经营方式和商务交流方式、人们的消费方式及政府的工作方式。

本章的主要内容包括:电子商务的起源、发展及其基本概念;分析比较电子商务与传统商务的差别;探讨电子商务产生的基础及其对社会经济生活所带来的影响;阐述国内外电子商务的发展现状及我国电子商务发展面临的问题。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 电子商务的含义

电子商务就其性质和应用的领域来讲是一个复杂的系统工程,绝对不能单纯理解为“电子”加“商务”,或者“电子网络”与“商务”概念的简单叠加,或者“电子是手段,商业是目的”。那么,究竟什么是电子商务呢?电子商务顾名思义就是建立在电子技术和网络技术基础上的商业运作,是利用电子技术所提供的工具手段实现其操作过程的商务。当企业将它的主要业务通过企业内部网(Intranet)、外部网(Extranet)及因特网(Internet)与企业的职员、客户、经销商以及合作伙伴直接相连时,其中发生的各种活动就是电子商务活动,如图 1-1 所示。

1.1.2 各组织机构对电子商务的定义

网络经济的诞生催生了电子商务的发展,但究竟如何来界定电子商务概念呢?由于电子商务是一个发展的概念,迄今为止还没有一个统一的、全面的、具有绝对权威性的定

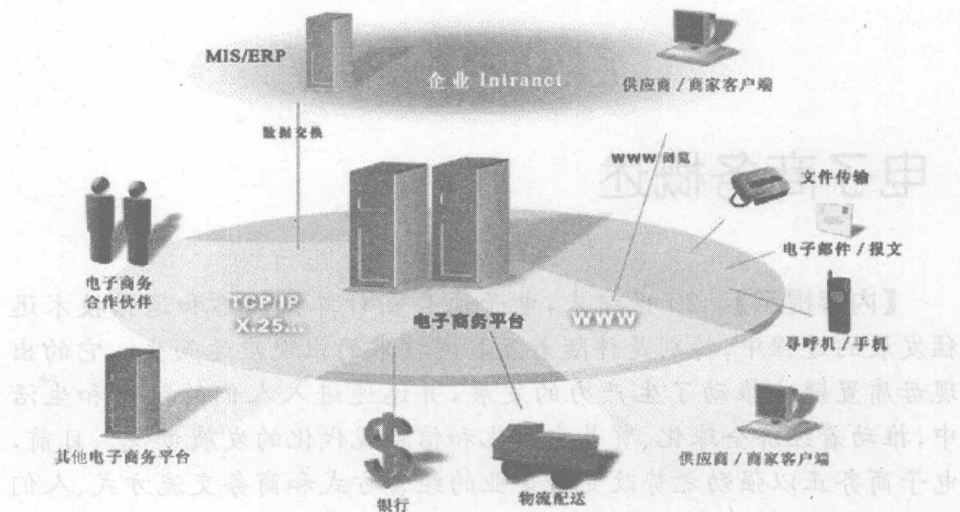


图 1-1 电子商务活动

义。世人众说纷纭,各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多不同的表述,较有代表性的有下列几种。

1) 国际组织关于电子商务的定义

(1) 世界电子商务会议的定义。

1997年11月6日至7日在法国首都巴黎,国际商会举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce),会议指出电子商务是对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方面可以定义为:电子商务是交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。

(2) 联合国经济合作与发展组织有关电子商务的报告中的定义。

联合国经济合作与发展组织(OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务的定义为:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

(3) 全球信息基础设施委员会电子商务工作委员会报告中的定义。

全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会在报告草案中对电子商务的定义为:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式,人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的影响,各类企业、公司、政府组织、社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能

使产品在世界范围内交易,并向消费者提供多种多样的选择。

2) 政府部门的定义

(1) 欧洲议会关于电子商务的定义是:电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像;涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品(如消费品、专用设备)、服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、体育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。

(2) 美国政府的全球电子商务纲要中的定义。

美国政府在其全球电子商务纲要中,较为笼统地指出,电子商务是通过互联网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务涉及全球各国。

(3) 加拿大电子商务协会的定义。

加拿大电子商务协会给出了电子商务的较为严格的定义:电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它还包括公司间和公司内部利用 E-mail、EDI、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能,如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判。

3) 国内外学者的定义

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·惠斯顿在他们的专著《电子商务前沿》中提出,“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量来提高服务传递速度,并满足政府组织、厂商和消费者降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息来支持决策。一般的讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条将买方和卖方联系起来”。

中国专家王可研究员则从过程角度将电子商务定义为:“在计算机与通信网络基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全过程”。

4) 企业的定义

(1) IBM公司的电子业务(E-Business)定义包括三个部分:企业内部网(Intranet)、企业外部网(Extranet)、电子商务(E-Commerce),它所强调的是在网络环境下的商业化应用,不仅仅是硬件和软件的结合,也不仅仅是通常意义上的强调交易的狭义的电子商务,而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网、企业内部网和企业外部网结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的,即只有先建立良好的 Intranet,建有比较完善的标准和各种信息基础设施,才能顺利扩展到 Extranet,最后扩展到 E-Commerce。

(2) HP公司提出电子商务(E-Commerce)、电子业务(E-Business)、电子消费(E-Consumer)和电子化世界的定义。其中,对电子商务的定义为: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。对电子业务的定义为: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作出快速响应,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了更多、更新的业务运作模式。对电子消费的定义为: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,包括从传统电视向 Internet 转变。

(3) 通用电气公司(GE)对电子商务的定义。电子商务是通过电子方式进行商业交易,分为企业与企业之间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。企业与企业之间的电子商务:以电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)为核心技术,以增值网(Value Added Network, VAN)和互联网为主要手段,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业从生产、库存到流通(包括物资和资金)各个环节的效率。企业与消费者之间的电子商务:以 Internet 为主要服务提供手段,实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

(4) SUN 公司对电子商务的定义。SUN 公司认为,简单地讲,电子商务就是利用 Internet 网络进行的商务交易,在技术上有三个显著的特点:第一,在现有的 Web 信息发布的基础上,加上 Java 网上应用软件以完成网上公开交易;第二,在现有的企业内部交互网 Intranet 的基础上,开发 Java 的网上企业应用,达到企业 Intranet 化,进而扩展到外部 Extranet,使外部客户可以使用该企业的应用软件进行交易;第三,电子商务客户将通过 PC、网络电视机顶盒(Set Top Box, STB)、电话、手机、个人数字助理(PDA)等等的 Java 设备进行交易。这三个方面的发展最终将殊途同归于 Java 电子商务的企业和跨企业应用。

1.1.3 关于 ET、EDI、EC 和 EB

在我国,电子商务的雏形是电子贸易(Electronic Trade, ET)。电子贸易又称为无纸贸易,起先是被一些大企业用在与其客户的交易中。由于采用无纸贸易简化了交易手续,提高了交易效率,降低了交易成本,致使很多企业竞相效仿。

“电子商务”作为一个专有名词被提出、传播并推广,虽然是在 1996 年前后才开始的,但在现实意义上,电子商务实践早在 20 世纪 60 年代就在美国诞生,这就是 EDI。EDI 是指以电子形式在不同系统之间进行数据交换,以支持商务处理。具体说来,则是企业在自己的内部通过文字处理技术自动地处理各种单证,但由于各个企业所制定的交易程序不一致,所用的技术也不尽相同,为了实现企业间的数据交流,必须把这些相对独立的个体

连接起来,形成新的商务处理模式,实行无纸贸易,这就是 EDI 所能提供的服务。早期的 EDI 不仅成本较高,而且只有特大型企业才能使用。在增值网上进行的 EDI 虽然使得中小企业从事电子商务成为可能,但不同行业的 EDI 标准并不一致,而且十分复杂,致使信息传递极为不畅。这样,在 Internet 上从事电子商务以简化程序、降低费用就成为必然。

EC(Electronic Commerce)和 EB(Electronic Business)是对电子商务概念所作的广义和狭义上的界定。

EC 是狭义上的电子商务,又称电子商贸,是指在国际互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行的交易活动和相关服务活动,是传统贸易活动各环节的电子化、网络化。它包括通过 Internet 买卖产品和提供服务,产品可以是实体化的(如汽车、电视),也可以是数字化的(如新闻、录像、软件等基于知识的产品),此外,还可以提供各类服务(如安排旅游、远程教育等)。EC 实现了交易的无纸化、自动化和高效化。因此,电子商务是在技术、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地运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

EB 是广义上的电子商务,是指应用计算机与网络技术和现代信息化通信技术,并按照一定的标准,利用电子化工具来实现包括电子交易在内的商业交换和行政作业的商贸活动的全过程。一方面,它不仅包括通过网络电子邮件、视频交换、文件交换以及 EDI 所进行的网络上的商业数据交换和通过网络进行的电子交易,还包括政府职能部门所提供的电子化服务、网络银行(Internet Bank)以及跨企业共同运作等,覆盖了与商务活动有关的所有方面。另一方面,它既包括了企业内部商务活动,如生产、管理、财务等,也包括了企业间以及企业与客户之间的商务活动,它不仅仅是硬件和软件的结合,更是把买家、卖家、厂家和合作伙伴在 Internet、Intranet 等网络上利用网络技术与现有的商业设施结合起来进行运营。

两者的差别主要存在以下两方面:

第一,在电子技术的应用方面,EB 比 EC 包含的范围广。它不仅指利用 Internet 开展商务活动,还涉及其他 IT 技术的广泛应用,如基于专用网的 EDI 技术、电子资金转账(Electronic Fund Transfer, EFT)技术,甚至是电报、电话、传真等电子技术。

第二,在商务活动的涵盖范围上,EB 比 EC 包含的内容多。它不只限于商品交换领域,还包括电子技术在政务、教育、医疗、金融、出版、服务等领域的广泛应用。

需要说明的一点是:在实际应用中,很多场合常常把 EB 和 EC 混淆使用。事实上,我们也没有必要对这两个概念本身咬文嚼字,对两者进行辨析的主要目的是希望读者打破电子商务就是网上购物的认识局限。可以说,狭义定义是基本范畴,广义定义则是具有现代特征、现实意义的电子商务系统定义。如果不作特别说明,通常指的是广义的电子商务定义。

1.2 电子商务的起源和发展

1.2.1 电子商务的起源

电子商务并非新兴事物,早在 1839 年,当电报刚出现的时候,人们就开始了对运用电子手段进行商务活动的讨论。当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式在电线中传输的时候,就标志着运用电子手段进行商务活动的新纪元。商务与电子的相互结合主要有两个方面:一方面,电子技术与电子工具为商务活动之间的信息交流与信息沟通和数据的传递与交换提供了必要的手段;另一方面,商务活动的需求及渗透促使这些电子技术与电子工具的性能不断完善与提高。尤其是计算机网络在为商务提供服务平台的可能性上的不断突破与飞跃发展,使之能更好更快地为商务活动服务。

当然,早期的商务活动利用电报、电话等工具虽然可以被看作电子商务的早期形式,但还不能称之为电子和商务的融和,两者的真正结合始于与 Internet 的相互结合。电子化、数字化和网络化的结合才最终导致了商务活动的虚拟化。我们如今所说的电子商务,更多的是指基于计算机网络或基于 Internet 的商务。电子商务是一种需求与服务的电子匹配,正是企业的商务需求才从根本上推动了电子商务的产生、形成和发展。在这一过程中,促使电子商务产生和发展的重要条件包括以下几个方面。

1) 计算机的广泛应用

近 30 年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用提供了基础。

2) 网络的普及和成熟

Internet 的发展虽然从 1969 年就开始了,但是在 1993 年以前并没有火爆成全球关注的热点。其主要原因是,在此之前,Internet 主要用于科教领域,主要用来作为学校和研究所学术交流与信息沟通的工具和手段,企业和公司是被排斥在外的。1991 年,美国政府宣布因特网(Internet)向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统。1993 年,万维网(World Wide Web, WWW)在因特网上出现,这是一种具有处理数据图文声像超文本对象能力的网络技术,使因特网具备了支持多媒体应用的功能。1994 年 12 月,由美国的 Netscape 公司推出网景浏览器后才使得利用 Internet 的 WWW 功能做信息发布、信息访问以及电子商务真正成为可能。这表明,自 1993 年后网络才具备了电子商务最基本的信息发布和信息访问运作的基础,于是自 1994 年开始了电子商务的实践,至此,Internet 开始火爆。1995 年,因特网上的商业业务信息量首次超过了科教业务信息量,这既是因特网此后产生爆炸性发展的标志,也是电子商务从此大规模发展的标志。

3) 信用卡的广泛应用和电子安全交易协议的出台

信用卡(Credit Card)、自动柜员机(ATM)、零售业销售终端(POS)和联机电子资金转账(EFT)技术的发展,以及相应的网络通信技术和安全技术的发展,使得今天网上持卡购物与企业之间网上交易的电子商务主要模式得到飞速发展。信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费时重要的支付手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,从而为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

1997年5月31日,美国的Visa和MasterCard两大信用卡国际组织共同推出电子安全交易协议(Secure Electronic Transfer Protocol, SETP),该协议得到大多数厂商的认可和支持,这为开发网络上的电子商务提供了一个关键的安全环境。1997年12月,Visa又与MasterCard共同建立了安全电子交易有限公司,专门从事管理与促进SETP协议在全球的应用推广,该公司并被赋予代表上述两大银行卡国际组织管理颁发具有最高权威等级的认证机构(Root Certificate Authority, R-CA)的特许权力。在R-CA之下,建立分层结构的认证体系,即分层逐级而下的品牌认证机构(Brand CA)、地区政府认证机构(Geopolitical CA),以及持卡人认证机构(Card Holder CA)、商户认证机构(Merchant CA)、支付网关认证机构(Payment Gateway CA)。所有这些技术为企业通过网络进行商务活动提供了有力的保障。

4) 各国政府的大力倡导和推动

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个层面。电子商务是当前世界信息技术应用最广泛的一个领域,是信息化建设的重要组成部分。电子商务正逐渐成为引导信息产业甚至整个国民经济发展强劲的“火车头”,它给持续快速发展的网络经济注入了新的活力。面对电子商务所蕴含的巨大商机,各国政府都在抓住这一在国际商务地位上可以重新洗牌的契机,纷纷出台推进电子商务发展的蓝图性文件和政策,试图在21世纪全球经济一体化进程中,寻找实现经济持续增长的推动力,获得战略性竞争优势,从而谋求21世纪国际规则的主动权。

1997年7月1日,美国政府发表了名为《全球电子商务框架》的白皮书,提出了发展电子商务的一般原则、面临的问题和相关建设。1998年4月,美国商务部发表了《崛起的数字经济》,呼吁尽快建立规范的Internet电子商务的法律框架。同年6月,美国国会通过Internet免税法案。美国政府认为,电子商务的发展是21世纪世界经济发展的一个重要推动力,甚至可以与200年前工业革命对经济发展的促动作用相提并论。目前,美国电子商务的应用领域与规模远远超过其他国家。从1999年1月1日起,美国政府要求联邦政府所有对外采购均采用电子商务方式,这一举措被认为是“将美国电子商务推上了高速列车”。

在美国推动电子商务的刺激下,欧盟和日本也于1997年分别就全球电子商务出台了