

先锋时务丛书

电子商务

为企业成功和个人发展撰写的指导性全书

王 健/著

学苑出版社



目 录

引言:巨大的商机和挑战	1
-------------------	---

第一章 商业运作新星:电子商务	11
-----------------	----

电子商务已冲破了技术屏障,不再被电脑技术人员所垄断。考察人类技术进步的轨迹,巨大的商机才是永恒的动力。国际互联网的迅速崛起为工商企业及个人创造了无限商机。

1) 电子商务不再是技术问题!	13
2) 人类技术进步的步伐越走越急	17
3) 电子商务探源	20
1、超文本传输协议(HTTP)和超文本语言(HTML)的开发和应用	22
2、国际互联网与电子商务	24

- ⊙国际互联网的普及
- ⊙电子商务发展的里程碑

3、国际互联网的商业利用 30

- ⊙国际互联网倍受工商企业的青睐
- ⊙工商企业对国际互联网的利用程度不同
- ⊙国际互联网的商业利用潜力巨大
- ⊙信息技术服务产业促进了电子商务的风行
- ⊙国际互联网络的商业应用结构日趋多样化

第二章 电子商务的特点 35

电子商务将我们卷入浩瀚的全球虚拟市场,它造就了数字化生存环境,改变了企业的经营方式,更改变了我们的消费方式,甚至正在为全社会每个人创造新的工作行为模式。

1) 电子商务的支撑体系——现代信息

技术服务 37

1、电子商务的实施要依靠技术服务 37





2、电子商务的完善也要依靠技术服务	38
2) 电子商务的运作	
空间——电子虚拟市场	39
3) 电子商务的市场范围——全球市场	41
4) 电子商务的渗透范围——全社会参与 ...	
.....	43

第三章 电子商务的分类与层次 49

数字时代的企业与消费者是推动电子商务的主力军。我们不能等待！电子商务的实现不可能一步到位。在不同种类、不同层次的电子商务中，都蕴含着企业和个人的发展机遇。

1) 电子商务的分类	51
1、商业机构对商业机构的电子商务	51
2、商业机构对消费者的电子商务	52
3、商业机构对行政机构的电子商务	54
4、消费者对行政机构的电子商务	55
2) 电子商务的层次	55
1、初级层次——建立易于实施的可	

操作系统	56
2、中级层次 - 维系牢固的商业链	56
3、高级层次 - 实现全方位的数字自动化	57

第四章 电子商务为企业带来的优势 59

降低交易成本,减少库存占压固然对企业改善管理提高效益有明显的作用。然而,最令人惊奇的是,电子商务使你的企业以最小的代价,甚至是零的代价走上国际互联网,24 小时面对全球客户。

1)降低交易成本	61
1、电子商务可以降低促销成本	61
2、电子商务可以降低采购成本	63
2)减少库存	67
1、提高库存管理水平	67
2、IBM 的电子商务库存管理	67
3)缩短生产周期	69
1、日本汽车厂家新产品开发过程	70
2、美国汽车行业的网络联手计划	72





4)24 小时不分时区的商业运作	
可以增加商业机会	74
1、24 小时在线服务	74
2、24 小时全球运作	75
5)减轻对实物基础设施的依赖	77
1、网上最大的虚拟电子书店	78
2、全球第一家网上银行	80

第五章 INTERNET 网站——电子 商务虚拟运作主体 83

建立了自己的网站,我们就已
跻身于网络时代了。电子商务的路
程还很漫长,但它并不是可望不可
及。网站是企业的门面。它可以最
大程度拉近目标客户与企业的距
离,从而带来新的商机。你的网站
客流量上去了吗?

1)电子商务网站设计秘诀	85
1、轻松拥有你的网站	85
2、以客户为导向的网站设计	87
3、网上浏览易如反掌	90

4、网上购物比去商店更方便	95
5、各种客户都能享受同样质量的服务	96
6、多媒体网站	98
7、交互式网站	102
8、创建在线虚拟社区	104
9、重视电子邮件反馈	106
10、网页内容应频繁更新	107
2)推销你的电子商务网站	108
1、“好酒也怕巷子深”	108
2、全方位推广战略	110
3、加入搜索引擎	111
4、优化 HTML 与方便检索	113
5、建立交叉嵌连	116
6、发布网上广告	117
7、个性化网站营销	119
8、评估电子商务策略的有效性	122

第六章 商业机构对消费者 的电子商务模式 125

刚被网络卷入全球市场的企业和消费者,面对互动的网络新媒体,纷纷跃跃欲试。然而,企业的电子



商务模式是否被消费者认同呢? 企业需放弃传统观念, 寻找新的定位。



1) 无形产品和劳务的电子商务模式	127
1、网上订阅模式	127
⊙ 在线服务(Online Services)	
⊙ 在线出版(Online Publications)	
⊙ 在线娱乐(Online Entertainment)	
2、付费浏览模式	137
⊙ 付费浏览模式的成功要素	
⊙ 知识产权问题	
3、广告支持模式	142
⊙ 广告支持模式的特点	
⊙ 网上广告发展结构	
⊙ 网上广告的计费方式	
4、网上赠与模式	147
⊙ 网景等公司的成功之例	
⊙ 哪些公司应采用网上赠与模式	
2) 实物产品的电子商务模式	150
1、网上交易活跃的实物产品	150
2、网上销售实物产品的优势	151
3、实物产品在线销售的形式	153
4、开展实物产品在线销售的障碍	155

3)综合模式——获取意外的收益 156

第七章 商业机构对商业机构的电子商务模式 159

企业内部与外部的商业单据交换已走上无纸化。EDI 功不可没。21 世纪,以互联网为基础的开放式 EDI 将促使商业结构发生重大转型。商业机构的电子商务将会占到全部电子商务交易额的 80% 以上。

1)EDI——商业机构对商业机构

电子商务的技术结构 161

1、EDI——全球商业的一场结构性革命 162

◎EDI 从技术到商业的转变

◎EDI 给企业带来的优势

2、EDI 的发展层次 165

◎封闭式 EDI

◎开放式 EDI

◎交互式 EDI

3、EDI 的实施 168

◎EDI 的运用





◎EDI 的实施情况

2)以国际互联网为基础的 EDI 171

1、历史演进 172

2、与传统 EDI 的利弊分析 174

◎比传统封闭式 EDI 节省投资和
运营成本

◎使电子商务的参与形式多样化

◎比传统 EDI 的接入灵活方便，
速度快

3)商业机构对商业机构的电子商务模式
..... 177

1、在线商店模式 178

◎美资安普公司(AMP)

◎贝尔法斯特纳公司(Bell Fasteners)

2、内联网模式 181

3、中介模式 183

◎PartNet - 零部件中介

◎Industry. Net - 虚拟中介市场

◎The Paper Site - 纸张业的报价
网络中心

◎RoweCom, Inc. - 图书采购中介

◎JTSIN - 网上销售电力的中介机构

4、专业服务模式 191

- ◎ American Express - 帮助业务开支
管理自动化和合理化
- ◎ Internet Travel Network - 帮助
公司商务旅程的预订安排
- ◎ Federal Express - 免费一揽子
商务服务

第八章 电子商务与国际贸易 197

一定要有游戏规则保障参与者利益。而电子商务以其独特性跨越国界,被全球商业界所接受,其发展速度之快使各国政府还没有充分的准备来面对新问题。电子商务国际大协调势在必行。

- 1) 电子商务国际大协调 199
 - 1、国际电子商务 - 国际贸易中的电子商务 ... 199
 - 2、国际电子商务与传统电子商务 202
 - 3、国际电子商务发展面临新问题 203
 - ◎ 法律问题
 - ◎ 标准化问题
 - ◎ 税收问题
 - ◎ 安全问题





2) 国际电子商务框架	212
1、联合国全球贸易网点网络	212
2、全球电子商务框架——美国的观点	216
3、欧盟的观点	217
3) 各国发展电子商务的主要原则	219
1、一般原则	219
2、关税和税法	220
3、电子支付	221
4、网络贸易规范	223
5、知识产权保护	224
6、保密和隐私权	227
7、安全性	228
8、电讯基础设施	229

第九章 政府:推进电子商务 231

当今网络时代,世界经济格局面临重大调整。各国政府已充分意识到,等待就意味着坐失 21 世纪国际竞争的机会。政府出面,竭尽全力倡导电子商务。企业对此形势,又如何应对?

1) 美国	233
-------------	-----

2)加拿大	239
3)欧盟	240
4)英国	243
5)法国	245
6)亚洲电子商务新纪元	245
1、马来西亚——“信息走廊”计划	249
2、台湾——规划建立商业快速响应系统	250
3、新加坡——开展电子商务计划	251

跋：我国外贸企业电子商务 发展现状及政策建议	253
---	------------



引言： 巨大的商机 和挑战

巨大的商机是永恒的动力

电子商务已不再是技术问题,而是商业问题!

电子商务:或许产生下一个比尔·盖茨的领域

电子商务的市场范围:全球市场

电子商务的渗透范围:全社会参与

电子商务成本低廉、潜力巨大、前景无限

谁先手获取未来的秘密,谁就拥有未来

电子商务对你意味着什么?

商机,在网上向每一个人招手



科技进步、商业机遇与电子商务

“电子商务”(Electronic Commerce)这一概念,我无从考证是谁最先提出来的。为此,我曾特意查阅了98年版的《大不列颠百科全书》,发现他们居然还没来得及收录这个词。显而易见的是,“电子商务”无论在国内,还是在国外,历史都不长,也就是在最近两年,它才迅速成为人们关注的一个新领域。

还记得一两年前,IBM的“电子商务”(E-business)广告铺天盖地,开始促使国人将“电子”与“商务”结合起来考虑问题,也就使得“电子商务”成为热门话题。在各种场合,人们一次又一次,将“电子商务”挂在嘴边。其实,那时我们对电子商务的了解还相当有限。

国内外的IT(信息技术)企业可谓用心良苦,在推销其产品时给我们带来了“数字化生存”、“信息技术产业”、“第四次浪潮”这样一些新理念。国人还没来得及充分理解和体会“电子商务”和这些新理念的关联,“后信息时代”已经悄然来临,接着“知识经济”的大潮又呼啸汹涌而至。

人类科学技术进步的步伐真是日新月异、越走越急!知识、信息、技术、商业机会诸要素之间更是日渐友善、越走越近!电子商务已不再是技术问题,而是一