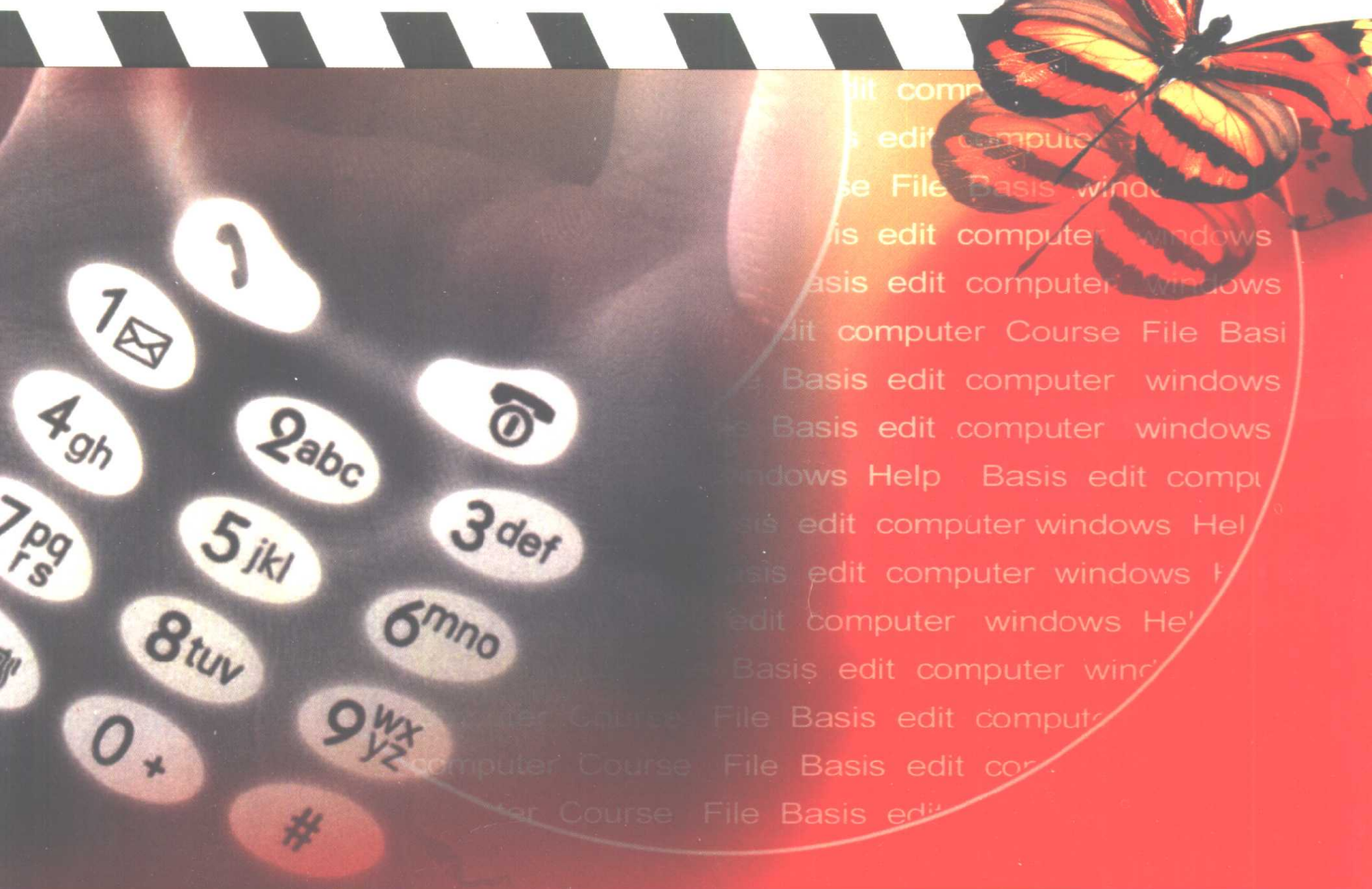


李重九 编著

电子商务

教程

Dianzi Shangwu
Jiaocheng



电子商务教程

李重九

李 睿 编著

龚 键

10572/06

浦东电子出版社

内容简介

本书系统地介绍了电子商务的基本概念、基本理论和基本方法。全书共7章,包括电子商务的基本概念、电子商务系统的构成、电子数据交换 EDI、电子商务的安全体系、电子支付系统、电子商务的物流系统、电子商务的市场与营销。

本书既介绍了电子商务的基本理论、方法和手段,又介绍了当今电子商务的新技术和发展趋势,内容丰富、通俗易懂,是一本极好的电子商务教科书,同时也可作为电子商务的技术手册。

本书可作为工商管理、信息管理、经济专业的教科书及相关专业本科生或研究生的参考用书。也可供从事实际工作的管理人员、商务人员、技术人员参考。

书 名: 电子商务教程

文本著作者: 李重九 李 睿 龚 键

C D 制 作 者: 本社多媒体研究制作中心

责 任 编 辑: 董继茵 周 烽

出版、发行者: 浦东电子出版社

地 址: 上海浦东郭守敬路498号上海浦东软件园 201203

电话: 021-38954510, 38953321, 38953323 (发行部)

经 销: 各地新华书店、软件连锁店

排 版: 四川中外科技文化交流中心排版制作中心

C D 生 产 者: 湖南省远景光电实业有限公司

文本印刷者: 郫县犀浦印刷厂

开本/规格: 787×1092毫米 16开本 16印张 260千字

版次/印次: 2000年12月第一版 2001年1月第一次印刷

印 数: 0001—8000册

本 版 号: ISBN 7-900335-43-9

定 价: 25.00元 (1CD, 含配套书)

说明: 凡我社光盘配套图书有缺页、倒页、脱页、自然破损, 本社发行部负责调换。

前 言

电子商务正扑面而来，形成 21 世纪初社会与经济的最亮丽的风景线。

狭义上讲，电子商务指通过网络进行的交易活动，包括通过网络买卖产品和服务。广义地讲，电子商务指基于网络的商业运营和企业运作活动，包括通过网络在企业与企业、顾客、政府之间以及企业内部进行的各种活动，例如信息收集、决策分析、采购调度、生产管理、市场营销、支付与结算、公关广告、员工培训、用户服务、公益服务等。最终，电子商务将导致企业的数字化网络化运营。

毫无疑问，电子商务将有助于在商务活动中消除时空限制、减少中间环节、降低交易成本、提高服务质量、提高市场反应速度、促进产品与信息和服务的集成、打破传统垄断和规模限制。更为重要的是，电子商务能够使信息交流及其组织和控制变得非常方便、迅速和经济，使通过信息交流来组织和协调物流、资金流和人力资源变得非常方便、迅速和经济，从而从根本上奠定了企业运营的效率发展基础。电子商务将促成新的扁平化和直接化生产体系，供求双方可以不受时空限制地、低成本地直接交易，使企业直接贴近市场和用户，从而大大降低市场运作成本和大大提高对市场的反应速度，实现低成本、边际成本递减的可持续增长；电子商务将形成新的以消费者为中心的需求驱动、服务驱动的经营方式，充分融合产品、信息和服务，强调个性化的新型经营方式，将企业的经营设计、产品创新、生产规划和作业调度都放到企业与消费者交互的过程中予以实现，从而使这些功能充分及时地体现消费者需要。电子商务还将强化产品和服务在信息和知识含量上的竞争，从而大大加快产品更新和服务重组，因此可以说电子商务是产品和服务信息化知识化的体系，是整个商务体系信息化知识化的过程；我们还将看到，电子商务在造就一个时空界限被彻底打破、竞争价格不断下降的市场环境时，将重新构造市场竞争格局，使任何企业都面临全面竞争，使企业不得不不断通过增加自己产品和服务的知识和技术含量来提高产品与服务的竞争力，不断通过开发新产品新服务来定义新市场或重组市场，企业间的“适度竞争”演变为“高度竞争”，形成不断的对抗、市场渗透和市场重组。

在这样的环境下，我们必须充分了解和有效利用电子商务（而且赶在我

们的竞争对手之前这样做),使我们能够技高一筹、领先一步。

李重九等同志(李重九著第一章、第二章、第四章、第五章和第六章,李睿著第三章,龚键著第七章)所著《电子商务》,针对具体的电子商务建设和管理需要,全面、系统和清晰地描述了电子商务的总体框架,并对所涉及的电子数据交换、安全体系、支付体系、物流配送体系等技术系统进行了仔细分析,尤其是针对企业电子商务营销运作进行了实用和系统化的介绍,在如今大量概念炒作、似是而非的电子商务类书籍中脱颖而出,为有志于电子商务的企业和人士提供了可靠和可操作的理论、技术和运营基础。

当然,电子商务正在发展和变化中,我们还有许多问题需要探索 and 解决。我希望(我想这也会是作者的希望),在本书的基础上,读者和作者将“e网直前”,在研究和实践中深化和完善电子商务的理论与实践。

张晓林

2000年6月于四川大学

目 录

第一章 电子商务的基本概念	1
第一节 电子商务的定义	1
一、什么是电子商务	1
二、电子商务的初期形式	3
三、电子商务的内容	4
四、常见的电子商务方式	5
第二节 电子商务的产生和发展	6
一、电子商务产生和发展的条件	6
二、电子商务发展的两个阶段	7
三、基于互联网的电子商务的优势	8
第三节 电子商务的功能与特征	9
一、电子商务的功能	9
二、电子商务的应用特性	10
第四节 电子商务系统的分类	12
一、从使用网络的类型分类	12
二、从商务业务的性质分类	13
三、从商务业务的阶段分类	14
四、按照交易对象分类	14
第五节 流通模式与操作过程	15
一、商贸实务操作过程	15
二、网络商品直销的流转程式	17
三、网络商品中介交易的流转程式	18
第二章 电子商务的系统构成	21
第一节 电子商务的技术基础	21
一、Internet、Intranet 和 Extranet	21
二、接入技术	23
三、TCP/IP 协议	26
四、Web 上提供的服务	31
五、Web 编程语言	34



六、浏览器	38
第二节 网络建设请求建议书	39
一、局域网络的选择	39
二、RFT(请求建议书)	42
第三节 网络建设与系统构成	44
一、服务器的选择	44
二、操作系统的选择	46
三、数据库系统的选择	48
四、ISP 的选择	49
五、外购整体网络服务方式	50
六、电子商务站点的建立	51
七、网络数据备份	53
八、网络电源的管理	53
九、电子商务的系统构成	54
第四节 电子商店的建立过程	57
一、办理相关登记与申请	57
二、决定店面的设立方法	57
三、采购电脑设备	57
四、网页的制作	58
五、后台作业处理的设计	58
六、连线测试	58
七、正式开业	58
 第三章 电子数据交换 EDI	 59
第一节 EDI 的基本知识	59
一、EDI 的基本概念	59
二、EDI 的分类	62
三、EDI 的起源与未来	62
四、EDI 的应用	64
第二节 EDI 的构成	65
一、EDI 的构成要素	65
二、EDI 通信的几种方式	67
三、EDI 的工作过程	69
四、应用程序连接器和翻译器	70
第三节 EDI 的标准	72
一、什么是 EDI 标准	72

二、UN/EDIFACT 标准	73
三、联合国标准报文 UNSM	74
四、标准报文编写格式	77
第四节 常见的单证报文规定	78
一、海关报关报文(CUSDEC)	78
二、海关物货报告报文(CUSCAR)	80
三、海关复报文(CUSRES)	80
四、海关运输工具报告报文(CUSREP)	81
五、海关快递货物报关(CUSEXP)	81
六、报文格式举例	82
第五节 EDI 的应用与经营	86
一、EDI 在世界各国的发展和应用情况	86
二、EDI 在我国的发展和应用情况	87
三、基于 EDI 应用系统的经营战略	89
第四章 电子商务的安全体系	91
第一节 电子商务的安全威胁	91
一、卖方(销售者)面临的安全威胁	91
二、买方(消费者)面临的安全威胁	92
三、电子商务安全隐患	92
四、电子商务的安全要素	92
五、电子商务安全体系结构	94
第二节 加密技术	95
一、加密技术概述	96
二、数字签名技术	101
三、身份识别技术	104
第三节 防火墙	105
一、基本概念	105
二、防火墙设计和设置的原则	106
三、防火墙的分类和组成	107
四、防火墙的局限和安全业务	108
第四节 因特网上的安全协议	109
一、SET 协议	109
二、SSL 安全协议	113
三、电子函件的安全协议	115
四、其他安全协议	119

第五节 认证机构	120
一、认证机构的作用	120
二、电子商务认证中心与证书	120
三、证书的树形验证结构	121
四、权威认证机构的建立	122
第六节 交易安全的法律保护	123
一、我国涉及交易安全的若干法律、法规	124
二、我国涉及网络安全的行政法规	124
三、电子商务法律体系的建设	125
第五章 电子支付系统	127
第一节 支付系统简介	127
一、什么是网上支付	127
二、电子支付系统的社会基础	128
第二节 电子货币与支付	129
一、电子货币的特点与功能	129
二、电子商务与电子货币	130
三、电子支付工具	131
第三节 网络银行	135
一、网络银行的定义	136
二、网络银行的技术要求	137
三、网络银行业务拓展	137
四、我国 E-Bank 的现状	138
五、网络银行的管理	139
第四节 电子资金转账的应用	141
一、有线传送	141
二、自动票据交换所 ACH	142
三、EFT 的发展前景	143
第五节 电子商务购物过程	144
一、电子商务服务器	144
二、电子商务通用交易过程	145
三、电子商务交易的基本程序	146
四、电子钱包购物过程	146
五、给交易各方带来的利益	149
六、电子商务中的主要费用	150

第六节 央行的作用及风险防范	151
一、管理货币政策	151
二、监管支付体系	151
三、发布有关规章制度	152
四、对银行体系的协调运行实施监督	152
五、金融电子化风险及防范对策	153
第六章 电子商务的物流系统	155
第一节 物流概述	155
一、物流概念的产生与发展	155
二、我国传统物流活动与国外先进物流的差别	156
三、物流的分类	157
四、电子商务物流的特点	158
五、电子商务中的物流模式	163
六、物流的管理	166
第二节 现代物流技术	168
一、条码技术	169
二、EDI 技术	171
三、射频技术	171
四、GIS 技术	172
五、GPS	173
第三节 物流解决方案	174
一、国外电子商务中的物流解决方案	174
二、国外电子商务中先进物流模式案例介绍	175
三、我国物流业发展现状及物流解决方案	177
第四节 电子商务与物流配送	179
一、电子商务对传统物流配送的冲击和影响	180
二、电子商务中物流配送	181
三、新型物流配送中心特征及运作类型	181
四、新型物流配送中心应具备的条件	183
第七章 电子商务的市场与营销	185
第一节 网络营销	185
一、网络营销与传统营销的区别	186
二、网络营销的十大要领	187
三、我国企业如何开展网络营销	190

第二节 商务信息的收集与发布	193
一、商务信息的收集	193
二、网络广告	197
三、主页的推广	202
四、网络广告的制作与发布	203
五、如何选择网络媒体	206
第三节 网络营销实例分析	207
一、柯达公司网络营销策略简析	208
二、可口可乐公司网络营销策略简析	210
三、索尼公司网络营销策略简析	213
第四节 如何经营网店	214
一、什么是网店?	214
二、网店可以卖哪些商品	214
三、开店前的规划策略	215
四、规划商品的销售及配送方法	215
五、设定具体可行的营运目标	215
六、评估你的获利能力	216
七、经营成本的预估	216
八、网店建置成本	216
九、评估可用工具	217
十、行销策略的决定	217
附录 A (美国)全球电子商务政策框架	219
附录 B 经济合作与发展组织(OECD)《全球电子商务行动计划》	229

第一章

电子商务的基本概念

所谓电子商务（EC 即 Electronic Commerce 或 EB 即 Electronic Business），简单地说就是用电子技术、数据处理技术来解决商业和贸易领域中的信息处理问题。电子商务是 Internet 爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。Internet 本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

第一节 电子商务的定义

由于电子商务出现的时间还不长，至今还没有一个较为全面的、具有权威性的、能够为大多数人接受的有关电子商务的定义。以下内容有助于我们全面地了解电子商务，进而对电子商务给出一个科学的定义。

一、什么是电子商务

21 世纪是信息爆炸和依赖数字化生存的世纪。大量的信息通过因特网（Internet 或称因特网）迅速传播，将世界原有的有形界限全然打破。传统的商务形式也因 Internet 的产生而发生变化，电子商务正由于这种信息的快速流动和资源的海量集成而悄然崛起，并将成为 21 世纪人类信息社会的核心。

电子商务，顾名思义是建立在电子技术基础上的商业运作，是利用电子技术加强、加快、扩展、增强、改变了其有关过程的商务。根据电子商务与现代信息技术和商品服务有关，我们可以为电子商务下一个这样的定义：

电子商务是指交易各方通过电子方式进行的商业交易，它不是传统意义上的通过当面交换或直接面谈方式进行的交易，它是一种系统的、完整的电子商务运作，它包括方案的提出、设计、实施以及建立在其上的商务应用等各个方面，简单地说电子商务是一种存在于企业与企业之间、企业与客户之间、企业内部的一种联系网络，它贯穿于企业行为的全过程。也就是说，电子商务是指实现从售前服务到售后支持的整个商



务或贸易活动环节中的电子化、自动化。

电子商务有狭义和广义之分。狭义的电子商务,主要是指利用因特网提供的通信手段进行的电子交易。而广义的电子商务是指包括使用一切电子手段进行的商务活动。它可以是各种形式、各种内容、各种目的、各种风格、各种程度的电子数据交换,其基础是以电子化的形式来处理 and 传输商务数据,包括文本、声音、视频、图像等数据类型。电子商务有许多不同的内容,例如货物贸易和相关服务,提供数字化的商务资料,实现电子转账,完成电子化的股票交易处理,提供电子提货单证,进行商业拍卖活动,不同的工程设计人员协同完成工程设计,联机信息查询服务,联机科技情报查询服务,直接消费者市场和售后服务等等。所以,我们可以看到,电子商务包括各种各样的产品(如消费品、医疗设备等)和各种各样的服务(如信息服务、财经服务、法律服务、医疗服务、协同工程设计等),也包括传统概念的电子数据交换服务(如传统EDI服务等)和全新概念的服务内容(如虚拟商店和电子出版物的发行等)。从这个意义上讲,现在已流行的电话购物、电视购物以及超级市场中使用的POS(Point Of Sale,售货终端)机都可以归入电子商务的范围。

◆电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,一方面以电子流代替了实物流,可以大量减少人力、物力,降低了成本;另一方面突破了时间和空间的限制,使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行,从而大大提高了效率。

◆电子商务所具有的开放性和全球性的特点,为企业创造了更多的贸易机会。

◆电子商务使企业可以以相近的成本进入全球电子化市场,使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源,提高了中小企业的竞争能力。

◆电子商务重新定义了传统的流通模式,减少了中间环节,使得生产者和消费者的直接交易成为可能,从而在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

◆电子商务一方面破除了时空的壁垒,另一方面又提供了丰富的信息资源,为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能。这将影响到社会的经济布局 and 结构。

从电子商务服务的形式来看,它主要支持两种类型的活动,一种是间接电子商务,另一种是直接电子商务。在间接电子商务服务中,用户还可以联机订购有形货品,但交货仍然需要采用传统的邮递或快递方式来完成,用户可以参加网上商品交易会,购销双方在网上签订意向购销合同,但仍然需要采用传统的购销方式,签订正式的合同,最后完成商品的交易。在直接电子商务服务中,用户可以在全球范围内联机订购无形货品,如购买电脑软件,享受娱乐服务,使用电子信息服务,在网上参与股票交易等,而且付款和交货都可以通过网络来完成。

电子商务可以在多个环节实现,由此也可以将电子商务分为两个层次,较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等;最完整的也是最高级的电子商务应该是利用Internet网络能够进行全部的贸易活动,即在网上将信息流、商流、资金流 and 部分的物流完整地实现。

虽然电子商务服务并不是绝对局限于因特网,但是,这种网络技术正在快速影响电子商务的不同实现形式。因特网的优点使越来越多的电子商务应用走上以因特网技术

为平台的道路（不一定要求绝对在因特网上）。所以，现在人们在谈论电子商务应用的时候，通常都是以因特网技术作为电子商务的网络基础。所以现在人们所说电子商务，实际上是指在 Internet 开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付的一种新型的商业运营模式。本书的出发点也正是基于这一点。

二、电子商务的初期形式

早在二十年前，商贸界在盛行“电子单证”的时候就有了电子商务的雏形，随着网络技术的发展和社会经济模式的飞速变化，继而出现了 Electronic Commerce（电子交易）的概念。

实际上，电子商务和电子交易的出现并没有一个确定的界限。自从电报和电话出现之后，它们就经常被人们用来作为交易的手段，这可以称之电子商务的雏形。后来又出现了利用电子手段交换定单和货币的贸易方式，大大促进了电子商务的发展，甚至导致了第一个关于电子商务的标准 EDI（Electronic Data Interchange 电子数据交换）的产生。该标准涉及到银行、运输、税务、海关等各个方面的电子单证交换，是电子商务技术的一大突破。

但是EDI系统并不是针对普通大众或一般的小型商贸公司而制定的，只有少数有实力的大公司才能支付得起利用EDI做生意的高昂费用。今天，随着信息技术突飞猛进、个人电脑的大量普及，特别是Internet网络的日益延伸，使整个网络局面有了根本性的改变。人们可以在Internet上通过电子函件、共享数据库以及BBS等技术，廉价、迅速地进行各种商品信息的交换。越来越多的人们面对着一个无所不包的巨大网络系统，而Internet网络上无可比拟的庞大用户群对于任何商家来说都是一个取之不尽、用之不竭的资源。在如今的商务中，如何利用好这个资源几乎已经成为生意成败的关键。

现在，人们已提出了通过Internet网络来实现从商业信息的获得、商品的采购、样品的展示、商品的运输直到电子货币支付、售后服务等一系列贸易活动的完整电子商务概念。可以说电子商务发展到今天，是必然的结果，它正经历着一个质的飞跃。

电子商务中网络技术的应用，不仅指基于因特网的交易，而且指所有利用因特网、企业内部网、外部网、局域网，甚至将来的信息高速公路，来解决问题、降低成本、增加价值并创造新的商机的所有活动，包括从销售到市场运作、售后服务及信息管理。

由于电子商务在几十年前主机系统出现时就存在了。所以目前采用的新技术需要与原有系统集成起来。PC机已得到广泛应用，目前随着Internet的快速发展，为在家中及在办公室中的人们参与电子商务提供了方便的条件。电子商务可适用于任何行业，从制造业到零售业，银行业和金融业，运输业和建筑业，出版业和娱乐行业。

电子商务的初期形式包括：

- ◆电子目录 包括图文视频等不同形式的目录。
- ◆电子广告 主要是指用电子媒体制作的广告。
- ◆电子函件 简化通信过程及方式，并理顺公司内外的联系。



- ◆电子合同 在网上交换意见并订立的合同。
- ◆电子铺面 在网上建立的商业性“网页”、网点。
- ◆网上预订 通过网络预订交通工具、旅游票据等等。
- ◆运输跟踪 货运仓储调度和货物自动跟踪。
- ◆电子报关 海关的电子报关保险索赔等。
- ◆电子交易 利用因特网的交易系统或专用交易系统，包括电子数据交换（EDI）系统和电子资金传递（EFT）系统等。

三、电子商务的内容

电子商务，即 E-Business，它不只是 E-Commerce（电子交易），它所强调的是在网络计算机环境下的商业化应用，不仅仅指硬件和软件的结合，也不仅仅是单纯的一种交易，它是把买家和卖家，厂商和合作伙伴通过因特网（Internet）、企业内部网（Intranet）和企业外部网（Extranet）全面结合起来的一种应用。

从整个社会的发展史来看，人类的发明创造无非在于应用。电子商务的关键也在于应用。其应用可以概括为“3C”，即内容管理（Content Management）、协同及信息（Collaboration and Messaging）和电子交易（Electronic Commerce）几个层次的应用。

◆内容管理是通过更好地利用信息来增加产品的品牌价值，主要体现在通信和服务方面。内容管理主要包括三个方面：信息的安全渠道和分布，客户信息服务，安全可靠的高效服务。

◆协同及信息是指自动处理商业流程，以减少成本和缩短开发周期。它由四个方面组成：邮件与信息共享，写作与发行，人事和内部工作管理与流程，销售自动化。

◆电子商务的第三个层次是电子交易，即从新的市场和电子渠道增加收入。此处的电子交易包括四个方面的具体应用：市场与售前服务，主要是通过建立主页、Web 站点等手段树立产品的品牌形象；销售活动，如 POS 机管理、智能目录、安全付款等；客户服务，即完成电子订单及售后服务、电子购物和电子货币支付。

从贸易的流程来看，整个贸易过程可分为三个阶段：交易前、交易中、交易后。以往的贸易促成往往经过多次的繁杂磋商、询盘、回盘，联系手段通常借助于电话、传真、信函，甚至国际电话、传真。这些不仅费时、费力、费财，还不能保证商业联系间的准确信息传递。

电子商务的出现，为解决此问题找到了一个出路。它不仅为促成贸易方提供了强大的信息资源环境，增加了贸易双方的多选择性，而且利用目前先进的网络技术手段，可以为贸易双方节省大量的各种联系费用。

电子商务的交易过程同以往的贸易过程一样也分为三个阶段：交易前、交易中和交易后。在交易过程中，它涉及三个方面的内容：信息、电子数据交换和电子资金转账（EFT）。

◆交易前 主要指交易各方在交易合同签订前的活动，包括在各种商务网络和 Internet 上发布和寻找交易机会，寻求合适的贸易伙伴等，并可以通过网络交换信息来

比较价格和条件,了解对方国家的贸易政策,以及最后确定交易对象。

◆交易中 主要指合同签订后的贸易交易过程,涉及银行、运输、税务、海关等方面的电子单证交换,这种交换通常是通过 EDI 电子数据交换系统来实现的。

◆交易后 在交易双方办完各种手续后,商品交付运输公司起运,贸易方可以通过电子商务网络跟踪货物的行程;银行则按照合同,依据贸易方提供的单证向另一方支付交易资金,出具相应的银行单证,实现整个交易过程。

随着电子商务的发展,全球性的电子商务时代的到来,电子商务必将取代现今落后的交易手段,为全球企业、公司之间的信息交流、资源共享等多方面提供现代化的网络通信技术手段。

电子商务的应用是极其广泛的。电子商务尤其适用于以下行业或机构(个人):

◆旅游服务行业,例如旅店、宾馆、饭店、机场、车站等。

◆出版社和电子书刊、音像出版部门。

◆ Internet 工作站。

◆计算机、网络、数据通信软件和硬件生产商。

◆银行,如银行开展各种金融服务项目,面向各种不同的用户,广泛开展网上金融活动和电子银行业务;顾客在家或办公室即可访问银行账号,付清账单;顾客和银行及金融机构进行交易活动和往来业务。

◆其他金融服务机构和金融组织,如金融市场的交易和确认,在网上开展证券、债券、期货等交易活动。网上服务的增加,甚至可以取消交易所、交易商、经纪商等,使金融市场发生重大变化。

◆持有各种电子货币者(例如,电子信用卡、磁卡、智能卡、电子钱包等持有者)的商业交易活动。

◆翻译公司、信息公司、咨询服务公司、顾问公司。

◆商业/贸易公司,如银行和商店组成联合服务公司,顾客在家里或办公室即可向联合公司购物,联合公司的银行向商店付款。

◆商业广告公司,电子广告可帮助顾客在家里或办公室浏览各种商品和服务信息。

◆政府部门等等。

各国政府部门、医院、公司、学校、商店、金融机构、银行、家庭等都可以利用电子商务服务器在 Internet 上开展电子商务活动。

四、常见的电子商务方式

现在,在网上做电子商务常用的方式有以下几种:

1. 大字报/告示牌方式

大字报/告示牌方式对电子商务的新进者是一种费用较低的方式,可利用电子函件(E-mail)的信首、信尾、签署等来介绍该公司及其业务。例如在网上设置好自动回答软件,每次有来访,就会发去介绍公司的告示等。



2. 在线黄页簿方式

在线黄页簿方式比起纸上的黄页簿更有优点,要在网上做一个菜单,其中每一项都可指向其他信息资源。例如,可以按企业类型或名称来搜索,可以在地图上显示出企业的位置。

3. 电脑空间上的小册子方式

电脑空间上的小册子方式比在线黄页簿方式略复杂一些,需要提供资料页、小册子等,其优点是容易更新内容,而且可以设计得丰富多彩,还可设计成交互式。

4. 虚拟百货店方式

虚拟百货店方式则有全部商品信息、有买卖、有售后服务。网上商店或称网上门市亦称虚拟商店,有不少优点。不用店堂,使得费用较少,而商品的品种可以增加很多,减少中间环节,降低成本,商品在“货架”上的时间反而能够延长20%~30%。

5. 预订/订购方式

网上预订/订购方式是从出版业借来的名词,比较适用于可在网上交货的商品。例如,新版本的软件等。

6. 广告推销方式

广告推销方式是在网页上拿出小块空间给其他公司做广告而取得收益,这多半在搜索引擎网页上做。

各种各样在网上做电子商务的方法和方式还有不少,如因特网商务的客户服务生命周期方式,综合的因特网市场推广方式等。

第二节 电子商务的产生和发展

电子商务系统的兴起主要有三个方面的原因:其一,区域性商务业务发展的需要;其二,EDPS和MIS技术的发展为电子商务处理提供了技术基础;其三,也就是促使电子商务系统发展最直接的原因,即90年代以来国际信息通信事业的迅猛发展和电子数据交换技术的日新月异。

一、电子商务产生和发展的条件

电子商务最早产生于60年代,发展于90年代,其产生和发展的重要条件主要是:

◆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。

◆网络的普及和成熟 由于Internet逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈指数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

◆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,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,使“一