

21
世纪

高职高专新概念教材

李荆洪 主 编
夏春华 王友顺 俞明飞 副主编

电子商务概论

21 Shi Ji Gao Zhi Gao Zhuan Xin Gai Nian Jiao Cai



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

21 世纪高职高专新概念教材

编委会名单

主任委员 刘 晓 柳菊兴

副主任委员 胡国铭 张栻勤 王前新 黄元山 柴 野

张建钢 田 刚 宋 红 汤鑫华 王国仪

委 员 (按姓氏笔画排序)

马洪娟	马新荣	尹朝庆	方 宁	方 鹏
毛芳烈	王 祥	王乃钊	王希辰	王国恩
王明晶	王泽生	王绍卜	王路群	东小峰
台 方	叶永华	宁书林	田 原	田绍槐
申 会	刘 猛	刘尔宁	刘慎熊	孙明魁
汤永茂	许学东	闫 菲	宋锦河	张 晔
张 慧	张弘强	张怀中	张晓辉	张海春
张曙光	李 琦	李存斌	李珍香	李家瑞
杨永生	杨庆德	杨均青	汪振国	肖晓丽
闵华清	陈 川	陈 炜	陈语林	陈道义
单永磊	周杨娣	周学毛	武铁敦	郑有想
侯怀昌	胡大鹏	胡国良	费名瑜	赵作斌
赵秀珍	赵海廷	唐伟奇	夏春华	徐凯声
殷均平	袁晓州	袁晓红	钱同惠	钱新恩
高寅生	曹季俊	梁建武	舒望皎	蒋厚亮
覃晓康	谢兆鸿	韩春光	雷运发	廖哲智
廖家平	管学理	蔡立军	黎能武	魏 雄

项目总策划 雨 轩

编委会办公室 主 任 周金辉

副主任 孙春亮 杨庆川

参 编 学 校 名 单

(按第一个字笔划排序)

- | | |
|---------------|--------------|
| 三门峡职业技术学院 | 西安欧亚学院 |
| 山东大学 | 西安铁路运输职工大学 |
| 山东建工学院 | 西安联合大学 |
| 山东省电子工业学校 | 孝感职业技术学院 |
| 山东农业大学 | 杨陵职业技术学院 |
| 山东省农业管理干部学院 | 昆明冶金高等专科学校 |
| 山东省教育学院 | 武汉大学动力与机械学院 |
| 山西阳泉煤炭专科学校 | 武汉大学信息工程学院 |
| 山西经济管理干部学院 | 武汉工业学院 |
| 广州市职工大学 | 武汉工程职业技术学院 |
| 广州铁路职业技术学院 | 武汉广播电视大学 |
| 中国人民解放军第二炮兵学院 | 武汉化工学院 |
| 中国矿业大学 | 武汉电力学校 |
| 中南大学 | 武汉交通管理干部学院 |
| 天津市一轻局职工大学 | 武汉科技大学工贸学院 |
| 天津职业技术师范学院 | 武汉商业服务学院 |
| 长沙大学 | 武汉理工大学 |
| 长沙民政职业技术学院 | 河南济源职业技术学院 |
| 长沙交通学院 | 陕西师范大学 |
| 长沙航空职业技术学院 | 南昌水利水电高等专科学校 |
| 长春汽车工业高等专科学校 | 哈尔滨金融专科学校 |
| 北京对外经济贸易大学 | 济南大学 |
| 北京科技大学职业技术学院 | 济南交通高等专科学校 |
| 北京科技大学成人教育学院 | 荆门职业技术学院 |
| 石油化工管理干部学院 | 贵州无线电工业学校 |
| 石家庄师范专科学校 | 贵州电子信息职业技术学院 |
| 华中电业联合职工大学 | 恩施职业技术学院 |
| 华中科技大学 | 黄冈职业技术学院 |
| 华东交通大学 | 黄石计算机学院 |
| 华北电力大学工商管理学院 | 湖北工学院 |
| 江汉大学 | 湖北丹江口职工大学 |
| 西安外事学院 | 湖北交通职业技术学院 |

湖北汽车工业学院
湖北经济管理大学
湖北药检高等专科学校
湖北商业高等专科学校
湖北教育学院
湖北鄂州大学
湖南大学

湖南工业职业技术学院
湖南计算机高等专科学校
湖南省轻工业高等专科学校
湖南涉外经济学院
湖南郴州师范专科学校
湖南商学院
湖南税务高等专科学校

序

根据 1999 年 8 月教育部高教司制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》)的精神,由中国水利水电出版社北京万水电子信息有限公司精心策划,聘请我国长期从事高职高专教学、有丰富教学经验的教师执笔,在充分汲取了高职高专和成人高等学校在探索培养技术应用性人才方面取得的成功经验和教学成果的基础上,撰写了此套《21 世纪高职高专新概念教材》。

为了编写本套教材,出版社进行了广泛的调研,走访了全国百余所具有代表性的高等专科学校、高等职业技术学院、成人教育高等院校以及本科院校举办的二级职业技术学院在广泛了解情况、探讨课程设置、研究课程体系的基础上,经过学校申报、征求意见、专家评选等方式,确定了本套书的主编,并成立了编委会。每本书的编委会聘请了多所学校主要学术带头人或主要从事该课程教学的骨干,教学大纲的确定以及教材风格的定位均经过编委会多次认真讨论。

本套《21 世纪高职高专新概念教材》有如下特点:

(1) 面向 21 世纪人才培养的需求,结合高职高专学生的培养特点,具有鲜明的高职高专特色。本套教材的作者都是长期在第一线从事高职高专教育的骨干教师,对学生的基本情况、特点和认识规律等有深入的了解,在教学实践中积累了丰富的经验。因此可以说,每一本书都是教师们长期教学经验的总结。

(2) 以《基本要求》和《培养规格》为编写依据,内容全面,结构合理,文字简练,实用性强。在编写过程中,作者严格依据教育部提出的高职高专教育“以应用为目的,以必需、够用为度”的原则,力求从实际应用的需要(实例)出发,尽量减少枯燥、实用性不强的理论概念,加强了应用性和实际操作性的内容。

(3) 采用“问题(任务)驱动”的编写方式,引入案例教学和启发式教学方法,便于激发学习兴趣。本套书的编写思路与传统教材的编写思路不同:先提出问题,然后介绍解决问题的方法,最后归纳总结出一般规律或概念。我们把这个新的编写原则比喻成“一棵大树、问题驱动”的原则。即:一方面遵守先见(构建)“树”(每本书就是一棵大树),再见(构建)“枝”(书的每一章就是大树的一个分枝),最后见(构建)“叶”(每章中的若干小节及知识点)的编写原则;另一方面采用问题驱动方式,每一章都尽量用实际中的典型实例开头(提出问题、明确目标),然后逐渐展开(分析解决问题),在讲述实例的过程中将本章的知识点融入。这种精选实例,并将知识点融于实例中的编写方式,可读性、可操作性强,非常适合高职高专的学生阅读和使用。本书读者通过学习构建本书中的“树”,由“树”找“枝”,

顺“枝”摸“叶”，最后达到构建自己所需要的“树”的目的。

(4) 配有实验指导和实训教程，便于学生练习提高。

(5) 配有动感电子教案。为顺应教育部提出的教材多元化、多媒体化发展的要求，每本教材都配有电子教案，以满足广大教师进行多媒体教学的需要。电子教案用 PowerPoint 制作，教师可根据授课情况任意修改。

(6) 提供相关教材中所有程序的源代码，方便教师直接切换到系统环境中教学，提高教学效果。

总之，本套教材凝聚了数百名高职高专一线教师多年的教学经验和智慧，内容新颖，结构完整，概念清晰，深入浅出，通俗易懂，可读性、可操作性和实用性强。

本套教材适用于高等职业学校、高等专科学校、成人及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校。

新的世纪吹响了我国高职高专教育蓬勃发展的号角，新世纪对高职教育提出了新的要求，高职教育占据了全面素质教育中所不可缺少的地位，在我国高等教育事业中占有极其重要的位置，在我国社会主义现代化建设事业中发挥着日趋显著的作用，是培养新世纪人才所不可缺少的力量。相信本套《21 世纪高职高专新概念教材》的出版能为高职高专的教材建设和教学改革略尽绵薄之力，因为我们提供的不仅是一套教材，更是自始至终的教育支持，无论是学校、机构培训还是个人自学，都会从中得到极大的收获。

当然，本套教材肯定会有不足之处，恳请专家和读者批评指正。

21 世纪高职高专新概念教材编委会

2001 年 3 月

前 言

当今世界，电子商务的发展非常迅速，形成了一个发展潜力巨大的市场，具有诱人的发展前景。2000 年，世界因特网用户已超过 4 亿，我国因特网用户也已超过 2250 万，通过因特网实现的商品销售额达到 2.5 万亿美元，并且仍在以成十倍的速度迅猛增长，电子商务已成为 21 世纪各国经济新的增长点。电子商务的应用，将大大促进供求双方的经济活动，极大地减少交易费用和交通运输的负担，提高企业的整体经济效益和参与世界市场的竞争力。同时，也将有力地带动一批信息产业和信息服务业的发展，促进经济结构的调整。这是一场商业领域的根本性革命，它对于人类生产方式、工作方式和生活方式的影响正在逐步显露出来。

21 世纪是电子商务时代，是现代发展的必然。我们将别无选择地生活于其中，并且要适应和习惯于远距离的网上贸易、网上购物、网上支付、网上娱乐、网上服务和网上学习等活动。如何面对电子商务方式，适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争，是涉及每个人、每个企业和部门，乃至国家生存与发展的重大问题。所以，我们必须充分了解有关电子商务的新观念，新理论和新方法，有效利用电子商务技术，认真总结在电子商务实践中的经验和教训，来推动我国电子商务事业的顺利进行和发展。

本书第 1 章主要对电子商务的基本概念、发展过程和对当今社会的影响以及电子商务发展中的若干问题进行了概括性介绍，使大家对电子商务有一个初步的了解。

第 2 章详细介绍了电子商务的框架模型，即电子商务的基本要素，电子商务涉及的领域和技术，以及电子商务的中介服务机构等内容，使大家对电子商务的社会性和整体架构有一个较深入的了解。

第 3 章从电子商务应用的角度出发，介绍了电子商务中所涉及的若干技术，如计算机网络技术、Web 网页技术、电子数据交换（EDI）技术和电子商务信息安全技术等。为今后的实际应用打下良好的基础。

第 4 章详细介绍了电子商务网上支付系统和支付方式，以及网上银行等方面的内容，并通过实例分析使大家更好地了解电子商务活动中网上支付的作用和过程。

第 5 章着重介绍电子商务网络营销的概念、模式和销售策略，以及网络营销技术等内容。在电子商务环境下网络营销较之传统的市场营销，从理论上到方法上都有很大的改变。

第 6 章主要介绍电子商务中全新的物流模式，特点和解决方案，同时结合供应链管理 and 现代物流技术，为大家提供了较全面的现代物流方面的知识。

第 7 章介绍了几个世界著名企业的电子商务解决方案和建立电子商务应用系统的一般步骤，并通过典型的电子商务系统开发软件（Site Server 3.0 商业版）的操作使用，引导大家逐步建立一个电子商务网站。

综上所述,全书共 7 章,内容跨度大,它不仅涉及计算机软硬件技术,网络通信技术、信息安全技术以及标准化等,还涉及经济、贸易甚至是法律方面的知识,这是一本充分体现学科综合、文理渗透的书。

本书具有以下几个鲜明的特点:

- 教学和科研的结晶。本书是湖北省高校社会科学研究项目《中国电子商务发展模式与对策研究》的组成部分,书中的很多结论和观点都是该项目的研究成果。而且本书在完成初稿后,曾作为自编教材试用过,并在此基础上做了较大的修改和完善。

- 编写人员文理并重。参加本书编写的人员既有计算机和网络安全方面的专家,又有经济贸易和市场营销方面的专家,在编写的过程中充分发挥其各自的专长,保证全书的内容翔实、正确和完整。

- 理论与实际紧密结合。本书在全面系统介绍电子商务的基本理论和基本方法的同时,根据每章的具体内容都安排有电子商务应用的成功实例或具体操作。书中涉及的所有程序和例子均通过上机调试确保正确无误,所有电子商务应用实例均通过上网验证。

- 资料丰富。本书不仅收集了许多国内外电子商务应用的典型实例。还收集了大量国内外有名的电子商务网址以及有关电子商务的国际法律法规。这些资料将有助于大家学习和参考。

本书由李荆洪担任主编和全书的统稿工作。夏春华、王友顺、俞明飞担任副主编。李红九、杨凤霞、李颖承担本书的图形绘制、文字录入和资料收集等工作。撰写人员及具体分工如下:第 1 章、第 2 章、第 4 章第 4 节由李荆洪编写,第 3 章和第 7 章由俞明飞编写,第 4 章第 1 节到第 3 节由夏春华编写,第 5 章和第 6 章由王友顺编写。全书由武汉大学袁宇正教授审稿。

本书为授课教师提供电子教案,此教案用 PowerPoint 制作,可以任意修改。

本书在撰写过程中,参考了大量网站资料 and 国内外大量图书杂志,笔者在本书最后均以参考文献的形式列出。在本书的出版过程中,得到中国水利水电出版社计算机编辑室全体人员的指导和帮助,在此一并向他们表示衷心的感谢。

由于电子商务发展异常迅速,大量的新问题、新情况不断出现,给这本书的编著带来了一定的困难,加上时间紧迫,书中错误在所难免,恳请各方人士不吝赐教。

编者

2001 年 8 月 15 日于武汉

目 录

序

前言

第 1 章 电子商务概述.....	1
1.1 电子商务的基本概念.....	1
1.1.1 生活中的电子商务.....	1
1.1.2 电子商务的定义.....	4
1.1.3 电子商务的分类.....	5
1.1.4 电子商务的功能.....	6
1.1.5 电子商务的特点.....	7
1.2 电子商务的发展及其对社会的影响.....	8
1.2.1 电子商务的发展与展望.....	8
1.2.2 我国电子商务的现状和发展趋势.....	10
1.2.3 电子商务对当今社会的影响.....	11
1.3 电子商务发展中的若干问题.....	15
1.3.1 电子商务发展中的法律问题.....	15
1.3.2 电子商务发展中的税收问题.....	22
1.3.3 电子商务发展中的安全问题.....	25
1.4 电子商务典型实例.....	31
1.4.1 亚马逊网上书店 (www.amazon.com).....	31
1.4.2 戴尔计算机公司 (www.dell.com).....	36
思考题.....	40
第 2 章 电子商务的框架模型.....	42
2.1 电子商务的基本要素.....	42
2.1.1 电子商务的交易主体.....	42
2.1.2 电子交易市场.....	43
2.1.3 电子商务中的交易事务.....	45
2.1.4 电子商务中的物流、资金流和信息流.....	46
2.2 电子商务的结构模型.....	47
2.2.1 电子商务的一般框架.....	47
2.2.2 网络层.....	48

2.2.3	多媒体消息/信息发布层	48
2.2.4	一般业务服务层	49
2.2.5	国家政策及法律、法规	49
2.2.6	各种技术标准和网络协议	50
2.3	电子商务的中介服务机构	50
2.3.1	市场中介机构与电子商务服务业	50
2.3.2	电子商务的物流服务业	52
2.3.3	电子商务的金融服务业	59
2.3.4	电子商务的信息服务业	67
2.4	实例分析	75
2.4.1	首都电子商城 (www.beijing.com.cn)	75
2.4.2	中国商品交易中心 (www.ccec.com.cn)	84
	思考题	89
第3章	电子商务的技术基础	90
3.1	电子商务与计算机网络技术	90
3.1.1	计算机网络的概念	90
3.1.2	计算机网络的结构与组成	91
3.1.3	计算机网络通信协议	94
3.1.4	Internet/Intranet 技术基础	96
3.2	电子商务与 Web 技术	100
3.2.1	关于 Web 的几个基本概念	100
3.2.2	HTML 语言	102
3.2.3	网页相关技术	104
3.2.4	动态网页技术	108
3.3	电子数据交换 (EDI) 技术	117
3.3.1	EDI 的概念	117
3.3.2	EDI 系统组成	120
3.3.3	EDI 标准	121
3.3.4	EDI 的新发展	126
3.4	电子商务信息安全技术	127
3.4.1	电子商务系统安全的概念	127
3.4.2	防火墙技术	128
3.4.3	密钥加密技术	130
3.4.4	信息摘要	131
3.4.5	数字签名	131

3.4.6 数字时间戳	132
3.4.7 数字证书与 CA 认证	133
3.4.8 电子商务安全交易标准	144
思考题	147
第 4 章 电子商务的网上支付	148
4.1 网上支付系统	148
4.1.1 电子商务与网上支付系统	148
4.1.2 网上支付系统的基本构成	149
4.1.3 网上支付系统的种类	151
4.1.4 网上支付系统的功能	151
4.2 网上支付方式	152
4.2.1 信用卡网上支付方式	152
4.2.2 电子支票支付方式	157
4.2.3 电子现金支付方式	161
4.3 网上银行	167
4.3.1 网上银行的基本概念	167
4.3.2 网上银行的功能	168
4.3.3 网上银行模式	169
4.3.4 网上银行的技术要求	170
4.3.5 网上银行的管理	172
4.4 网上银行实例分析	174
4.4.1 中国银行网上银行 (www.bank-of-china.com)	174
4.4.2 招商银行网上银行 (www.cmbchina.com)	178
思考题	185
第 5 章 电子商务的网络营销	187
5.1 市场和营销理念的变迁	187
5.1.1 IT 技术引发的时空观念的变化	187
5.1.2 市场信息传播模式的变化	188
5.1.3 市场性质的变化	188
5.1.4 消费者概念和行为的变化	189
5.2 网络营销	190
5.2.1 网络营销的概念	190
5.2.2 网络营销的种类	190
5.2.3 网络营销的特点	192
5.2.4 网上购物存在的问题	194

5.3	网络营销模式与策略	195
5.3.1	网络营销模式	195
5.3.2	网络营销策略	202
5.3.3	创造网络环境下的竞争优势	205
5.4	网络营销技术	206
5.4.1	Web 上的营销技术	206
5.4.2	“虚拟现实”网络营销技术	207
5.5	网上购物流程	208
5.5.1	网上销售界面	208
5.5.2	个人消费者网上购物过程 (B to C)	209
5.5.3	企业—企业网上购物过程 (B to B)	209
5.6	网上营销实例分析	210
5.6.1	上海正广和网上购物中心 (www.85818.com.cn)	210
5.6.2	阿里巴巴电子商务网站 (www.alibaba.com)	214
	思考题	217
第 6 章	电子商务的物流配送	218
6.1	电子商务与物流	218
6.1.1	物流概述	218
6.1.2	电子商务下物流的特点	220
6.1.3	电子商务下的物流解决方案	222
6.2	电子商务与供应链管理	225
6.2.1	供应链的概念	225
6.2.2	供应链管理中的物流	227
6.2.3	电子商务与供应链管理	229
6.3	电子商务下全新的物流模型	234
6.3.1	第三方物流	234
6.3.2	国际物流	237
6.3.3	物流配送	240
6.4	现代新技术在电子商务物流配送中的应用	245
6.4.1	条码技术及其应用	245
6.4.2	电子数据交换 (EDI) 技术及其应用	251
6.4.3	射频技术及其应用	253
6.4.4	地理信息系统 (GIS) 技术及其应用	254
6.4.5	全球定位系统 (GPS) 技术及其应用	254
6.5	实例分析	257

6.5.1 中国邮政电子商务工程 (www.chinapost.com.cn)	257
6.5.2 交通部国际集装箱运输“四点一线”EDI 示范工程	262
思考题	267
第 7 章 电子商务应用系统的建立	268
7.1 建立电子商务应用系统的一般步骤	268
7.1.1 电子商务应用系统的概念	268
7.1.2 电子商务应用系统的开发步骤	269
7.2 电子商务解决方案综述	278
7.2.1 IBM 电子商务解决方案	278
7.2.2 GEIS 电子商务解决方案	286
7.2.3 Microsoft 电子商务解决方案	288
7.3 电子商务解决方案应用实务	292
7.3.1 运行 Site Server 3.0 商业版的系统需求	292
7.3.2 Site Server 3.0 商业版的安装	292
7.3.3 Site Server 3.0 商业版的应用	301
思考题	320
参考文献	322
参考网址	323

第 1 章 电子商务概述

随着因特网（Internet）在全球的迅猛发展和广泛应用，电子商务（Electronic Commerce）受到人们越来越多的关注，并渗透到人们生活的各个角落，改变着社会经济的各个方面。本章将对电子商务的基本概念、发展过程、对当今社会的影响以及电子商务发展中的若干问题进行概括性的介绍，使大家对电子商务有一个初步的了解。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 生活中的电子商务

我们先来看几个简单的实例，体会一下生活中的电子商务。

实例 1—网上订购 CD

一位青年听说他最喜欢的一位歌星新近出版了一张专辑，急欲得到它。他从网上连到中国音像信息中心（其网站主页见图 1-1 所示），下载并收听了这张专辑中的几首歌，非常喜欢，于是就在网上订购了这张专辑的 CD，第二天就收到了。



图 1-1 中国音像信息中心网站主页（www.ccnnav.com）

实例 2—网上订花

到广州出差的上海某公司业务员小张，突然记起明天就是女朋友的生日，可因为工作一时半会儿也赶不回去，情急之中，他来到网吧，从网上连到上海正广和网上购物中心（其网

站主页见图 1-2 所示), 为在上海的女朋友订了一束红玫瑰, 第二天, 小张接到女朋友从上海打来的长途电话, 告诉他, 她非常喜欢这份意想不到的生日礼物。



图 1-2 上海正广和网上购物中心主页 (www.85818.com.cn)

实例 3—网上订餐

某一天晚上, 一个科研小组工作到很晚, 大家都饿了。于是, 他们从网上找到了永和大王网上快餐店 (其网站主页见图 1-3 所示), 然后查看了餐厅提供的网上菜单, 从中订购了几种食物。不一会儿外卖就给送来了, 他们很快吃到所订购的热腾腾的食物。



图 1-3 永和大王网上快餐店主页 (www.yonghe.com.cn)

实例 4—网上订票

一对夫妇打算在国庆节放假期间带着女儿出去旅游, 于是他们从网上找到了华夏旅游网站 (其网站主页见图 1-4 所示), 浏览了该网站的“锦绣中华”栏目, 经过比较, 夫妇俩选

择去云南旅行。他们同时在网上还查询了旅游线路、景点、交通、餐饮、购物等方面的情况，最后，他们预订了到昆明的飞机票，出行前他们收到了机票，愉快地踏上了旅程。



图 1-4 华夏旅游网站主页 (www.ctn.com.cn)

实例 5—网上购物

王先生准备在“五一”结婚，近一段时间为筹备婚礼忙得不亦乐乎，听朋友介绍海尔最近推出了一款“美高美”的纯平彩电不错，于是晚上在家打开电脑上网，经过搜索找到了青岛海尔集团网站（其网站主页见图 1-5 所示），并在海尔网上商城中看到了朋友所说的那种产品，通过查询，对这种彩电的性能非常满意，于是订购了一台 29 英寸的“美高美”纯平彩电。第二天，根据预定的时间，海尔集团的工作人员就将彩电送上了门，并详细介绍了使用方法，还调试了所有功能。临走时，他们告诉王先生，今后有什么问题将随叫随到。



图 1-5 青岛海尔集团网站主页 (www.haier.com)

实例 6—网上交易

赵庄的李老汉这几天茶饭不思,哀声叹气。原来,李老汉今年种了二十亩大蒜,经过全家人的辛勤耕耘,大蒜丰收了,堆得满庭满院都是,可就是卖不出去。住在城里的小儿子知道了这件事,就在阿里巴巴商务网站(其网站主页见图 1-6 所示)发了一条供货信息,第三天就给家里打电话,说大蒜的销售问题解决了,厂家将上门收购,只要质量符合要求,有多少要多少,而且价格比本地要高出近 25%。为此,过年时李老汉给小儿子发了一个大红包。



图 1-6 阿里巴巴商务网站主页 (www.alibaba.com)

1.1.2 电子商务的定义

电子商务在 20 世纪 90 年代兴起于美国、加拿大和欧洲等发达国家。但是,目前国际上对电子商务尚无统一的定义,许多国际组织和企业乃至个人都提出了自己的观点。其中有一些较为系统和全面,具有一定的代表性,列举如下:

- 加拿大电子商务协会对电子商务的定义

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利用电子邮件(E-mail),电子数据交换(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、销售以及商务谈判等)。

- 全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会对电子商务的定义

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所有权的影响,公有和私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、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。