

游梦良 李冬华 编著

企业

电子商务

模式

广东人民出版社

企业电子商务模式

游梦良 李冬华 编著

广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业电子商务模式 / 游梦良 李冬华 编著. —广州:
广东人民出版社, 2001.10
ISBN 7-218-03812-3

I. 企... II. 游... III. 企业—电子商务—基
本知识 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 26539 号

责任编辑	冯秋辉
责任技编	黎碧霞
封面设计	刘晓菁
出版发行	广东人民出版社
经 销	广东新华发行集团股份有限公司
印 刷	南海市彩印制本厂
开 本	880 毫米×1230 毫米 1/32
印 张	8.375
插 页	1
字 数	170 千字
版 次	2001 年 10 月第 1 版 2001 年 10 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-218-03812-3/F·521
定 价	18.00 元

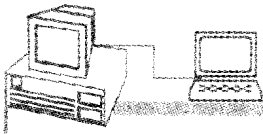
如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。



前 言

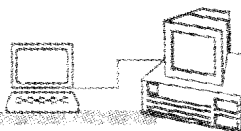
伴随着全球经济一体化进程的不断加快，IT 技术的飞速发展，Internet/Intranet 技术和电子商务的广泛应用，人类已经从工业经济时代跨入了知识经济时代，企业面临的竞争环境发生了根本性变化，如顾客需求瞬息万变、技术创新不断加速、产品生命周期不断缩短等，竞争日趋激烈。特别是 20 世纪 90 年代以来，计算机网络技术得到飞速发展，网络化和全球化成为不可抗拒的潮流。与传统的计算机技术不同，计算机网络技术一直在寻求文字处理和信息传递领域外的更大、更直接的利润空间，商业领域自然成为首选的对象，而迅速膨胀的网络用户也使得具有远见的厂家和商家颇感兴趣。从单纯的网上发布信息、传递信息，到网上建立商务信息中心；从借助于传统贸易手段的不成熟的电子商务交易到能够在网上完成产、供、销全部业务流程的电子商务虚拟市场；从封闭的银行电子商务





金融系统到开放式的网络电子银行，所有这一切使电子商务如火如荼。电子商务虽然产生的时间比较短，但已深入人心，成为一股不可阻挡的发展潮流。事实已证明，电子商务给企业带来了无限的商机和活力，给消费者提供了极大的便利，它将与企业、消费者的命运息息相关。本书将对电子商务的涵义、利弊、目前所处阶段、发展方向、解决方案及企业在电子商务时代的生存法则作全面的概述，使读者对电子商务有更全面的了解和认识。

《电子商务》一书包括十四章内容。在第一章中，对电子商务的内涵与分类进行了详细的讨论。在第二章中，对电子商务的实施基础及技术基础、交易模式作了系统的概述。在第三章中，对电子商务的系统结构进行系统的阐述。在第四章中，介绍了电子商务物流的特点及其发展趋势。在第五章中，介绍了 Internet 的基础知识及超文本链接技术基础知识，还有主页的制作技巧。在第六章中就电子商务当前所处的阶段及发展前景作了系统的分析。在第七章中，阐述了开展电子商务的必要性。在第八、九章中，讨论了中美电子商务的异同及在电子商务时代的生存法则。在第十章中，就电子商务的标准体系作了系统的分析。在第十一章中，对复杂的电子支付及电子货币的概念、安全协议、方式及其具体操作过程进行了全面的研究分析。在第十二章中，对电子商务网络交易的风险、客户认证、防止黑客入侵、网络交易系统的安全管理制度进行了系统的论述。在第十三章中，专门研究了网络商务信息的收集与整理，对商务信息的收集方法、常用检索工具及



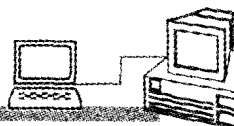
整理方法作了综述。在第十四章中，介绍了一些知名企业的电子商务实战谋略，希望读者能从中受到启发。

我们在编写此书过程中，得到郭月兰小姐的大力帮助，为本书提供了许多参考书籍和资料，并对本书的排校做了大量的工作。在此，我们对郭月兰小姐及有关的作者表示最诚挚的谢意。同时由于时间仓促，本书的涉及面比较广，有些方面难免会有不足之处，恳请读者及各方人士指正。

游梦良 李冬华

2001年2月于广州





目 录

- 第一章 电子商务的内涵 / 1
 - 第一节 认识商务和电子商务 / 2
 - 第二节 电子商务的概念 / 5
 - 第三节 电子商务的分类及特点 / 9
 - 第四节 电子商务意味着无限商机 / 15
 - 第五节 电子商务的优越性 / 15

- 第二章 实施电子商务的基础 / 18
 - 第一节 实施电子商务的社会基础 / 18
 - 第二节 电子商务的技术基础 / 22
 - 第三节 电子商务的交易模式 / 29

- 第三章 电子商务的系统结构 / 38





- 第四章 电子商务物流的特点 / 41
 - 第一节 电子商务物流的特点 / 43
 - 第二节 电子商务物流业的发展趋势 / 46

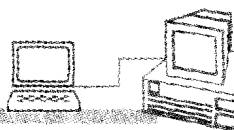
- 第五章 电子商务基础知识 / 52
 - 第一节 Internet 的基础知识 / 52
 - 第二节 超文本链接技术基础知识 / 59
 - 第三节 主页制作 / 66

- 第六章 电子商务所处的阶段及发展前景 / 81
 - 第一节 电子商务目前所处的阶段 / 81
 - 第二节 Internet 能否成为一种生存环境 / 84
 - 第三节 电子商务的发展前景 / 88

- 第七章 开展电子商务的必要性 / 96
 - 第一节 电子商务利弊说 / 96
 - 第二节 电子商务引发销售模式革命 / 96
 - 第三节 电子商务发展的必然性 / 99
 - 第四节 电子商务的普及程度 / 101

- 第八章 中美电子商务有何不同 / 107
 - 第一节 美国的优势及劣势 / 107
 - 第二节 中国的优势及劣势 / 108





- 第九章 电子商务时代的生存法则 / 111
 - 第一节 实施电子商务的紧迫性 / 111
 - 第二节 公司生存的十大法则 / 113
 - 第三节 影响公司电子商务发展的弊病 / 115

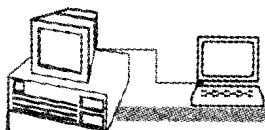
- 第十章 电子商务标准体系 / 120
 - 第一节 电子商务呼唤标准化 / 120
 - 第二节 建立电子商务标准体系 / 125

- 第十一章 电子支付与电子货币 / 130
 - 第一节 实行电子支付的必要性 / 130
 - 第二节 电子支付简介、分类及发展现状 / 131
 - 第三节 电子货币 / 149

- 第十二章 电子商务网络交易的安全管理 / 157
 - 第一节 网络交易风险安全管理 / 158
 - 第二节 客户认证 / 167
 - 第三节 预防黑客入侵 / 182
 - 第四节 网络交易系统的安全管理制度 / 187
 - 第五节 电子商务交易安全的法律保障 / 197

- 第十三章 网络商务信息的收集与整理 / 202
 - 第一节 网络商务信息的基础 / 202
 - 第二节 常用检索工具 / 213





第三节 网络商务信息的整理 / 220

第十四章 电子商务的实战谋略 / 225

- 第一节 Dell 用网络赚大钱 / 226
- 第二节 GE 公司降低企业进货成本 / 227
- 第三节 IBM 的电子商务全面解决方案 / 229
- 第四节 Boeing、Cisco 降低销售和市场成本 / 235
- 第五节 汽车公司缩短生产周期 / 237
- 第六节 Sybase 公司的电子商务解决方案 / 240
- 第七节 Sun 公司的电子商务解决方案 / 243





第一章 电子商务的内涵

随着个人电脑和 Internet 的迅猛发展，一个互联的、全球的商业时代已经到来。“电子商务”受到越来越多的关注。特别是近年来，无论是在报刊杂志，或是在电视等传统媒体上，还是在因特网上，电子商务成了一个出现频率最高的新词汇。在几乎任何一个产业里，在世界的每一个角落，都有许多企业在运用电子商务和信息技术来增强自己的竞争力并给同行业的对手带来新的挑战，电子商务给现代人创造了新的机遇，也给众商家带来了新的压力，那么电子商务到底是什么呢？

众多的计算机制造商（电子商务的主要推动者），出于各自的商业目的，对电子商务各有其说，使得本来对电子商务知之甚少的人们对这一概念更加模糊不清，人们对电子商务还没有一个统一的认识。于是，人们按照各自的



理解为电子商务加上定义。英文 E-commerce (Electronic Commerce) 和 IBM 提出的 E-business 经常是交换使用的, 它们指的是相同的概念, 我们可以把它翻译为电子交易、电子商业等。但要注意, 电子商务和电子交易是不能等同的。那么它的概念到底应该怎样定义才恰当呢? 本章主要对电子商务的概念、分类及其优越性作出说明。

第一节 认识商务和电子商务

一、对传统商务的认识

在电子商务出现之前, 人们对商务活动的认识还是比较统一的, 商务是指以商品交易为中心的各种经济事务及管理活动, 可以用图 1-1 表示

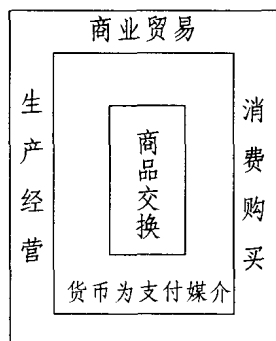
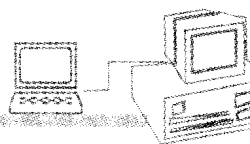


图 1-1 传统商务结构

从商务活动的演变历史来看, 首先是商品的买卖, 然后是商业、贸易行业的兴起, 再是商业贸易的管理, 进而联系着商品的生产者与消费者。从图 1-1 的层次可以看





到，传统商务活动是联系产供销，联系社会再生产的各个环节的纽带。

在人类社会的发展过程中，随着社会生产的发展，逐渐产生了商品交换。以原始社会末期出现的原始形态的交换行为为开端，经历了物物交换、简单商品交换和发达商品交换三个发展阶段。

最原始的商品交换是物物交换，这个时期的商品交换行为还不能称其为商业或商务，人们以自己的物品（我们可以简单认为是“供”）去换回自己需要的另类物品（我们可以简单认为是“需”），这种简单的供需式的商品交换，暂时还不具备商业的基本形态。随着生产力的发展，出现了剩余产品，货币作为一种价值符号参与了商品流通，这时出现了联系供需双方、谋取经济利益的职业商人，这才出现了真正意义上的商业。

而现代意义上的商业或商务，除了商品生产者、消费者、中间商、作为支付手段的货币符号，还包含为商业活动服务的交通运输、广告宣传、售后服务、信息服务等等一系列活动和为公平竞争及保护消费者权益为目的的管理行为。

二、电子交易不等同于电子商务

那么电子商务是不是将现代意义上的商务活动简单地搬到网络上进行呢？电子交易是不是就是所说的电子商务呢？

电子交易是通过 Internet 销售产品和服务。许多人把电子交易与电子商务这两个概念相混淆，甚至等同，其实这





是可以理解的。无论如何，买卖交易毕竟是商务的首要组成部分。

商业是进行商品和服务的交换，即买卖活动。即便是商业的传统形式也是一种发生在买主和卖主之间的动态商务过程。所以说，电子商务系统是一切电子商务活动的自然一步。

电子商务就是电子购货买卖，包括批发和零售。现在我们已实现了电子商务，每天有越来越多的人加入网络购货行列。电子商务提供了一种人们所需要的便捷采购方式，更向各种规模的商家展现出一种独特的机遇。对那些已建立了自动连锁供货系统的商家来说，商家之间的电子交易商机尤其巨大。

电子商务系统能够扩大销售市场，进而扩充客户数据库。这就向人们展示出另一个潜在的巨大商机。如果将电子商务网络系统与你的数据库加以联接，能够使商家随时掌握顾客的人数、购货量、购货类型、趋势以及对产品的偏爱程度。商家便可以根据顾客的需求提供他们最可能购买的商品，从而成为帮助商家达到市场销售目的的工具。

电子商务系统为您提供更多的商业机会。商家已开始使用电子商务系统。任何一位企业家都懂得，无论商家销售何种商品，都存在同类产品的竞争，电子商务带来的这种竞争优势正是企业成功的关键。





第二节 电子商务的概念

既然电子商务的概念众说纷纭，那么，电子商务到底怎样来定义才恰当呢？实际上，电子商务并不神秘，它在全球各地都有很成功的实践。

简单地讲，电子商务是指两方或多方通过计算机和某种形式的计算机网络（直接连接的网络或 Internet 等等）进行商务活动的过程。它包括企业和企业之间的商务活动、网上的零售业和金融企业的数字化处理过程。一些专家甚至认为电子商务包括商业活动中的所有内容，从广告发布到打印发票和客户服务。

事实上电子商务这个概念起源于 20 世纪 70 年代。当时一些大公司通过建立自己的计算机网络实现各个机构之间、商业伙伴之间的信息共享，这个过程被称为 EDI（电子数据交换）。EDI 通过传递标准的数据流可以避免人为的失误，降低成本，提高效率。据统计，在世界上的大企业中，95% 以上在使用这一技术。它不但过去是、现在也是电子商务的基础。在给电子商务正式定义之前，我们可通过一些成功的实践来给它一个较为科学的定义。

一、IBM 公司定义的电子商务的概念

美国 IBM 公司认为，电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务活动。它是在因特网的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动，在因特网上展开。





电子商务系统是指商务活动的各方，包括商家、消费者、银行或金融机构、信息公司或证券公司和政府等，利用计算机网络技术全面实现在线交易电子化的过程。电子商务系统的关键在于完全实现在线的支付功能，所以，为了顺利完成整个交易过程，需要建立电子商务服务系统、通用的电子交易支付方法和机制，还要确立保证参加交易各方和所有合作伙伴都能够安全可靠地进行全部活动。

电子商务范围广阔，涉及 LAN、Internet 和 Intranet 等领域。它利用一种前所未有的网络方式将顾客、销售商、供货商和雇员联系在一起，将有使用价值的信息迅速传递给需要的人们。

由于电子商务是在因特网等网络上进行的，因此网络是电子商务最基本的构架。电子商务还强调要使系统的软件和硬件、参加交易的买方和卖方、银行或金融机构、厂商、企业和所有合作伙伴，都要在 Intranet、Internet 和 Extranet 中密切结合起来，共同从事在网络计算机环境下的商业电子化应用。Intranet 是整个交易的基础，通过 Intranet 建立和完善，解决好内容管理 (Content Management) 和协同及信息 (Collaboration and Messaging) 问题。在这一基础上，才能顺利扩展到 Extranet，最后扩展到 Internet，完成真正意义上的电子商务。

二、世界电子商务会议关于电子商务的概念

在 1997 年 11 月 6~7 日，国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议 (The World Business Agenda for Electronic Commerce)。全世界商业、信息技术、法律





等领域的专家和政府部门的代表，共同探讨了电子商务的概念问题。阐述如下：

电子商务，是指实现整个贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为：交易各方以电子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贸易。从技术方面可定义为：电子商务是一种多技术的集合体，包括交换数据（EDI、电子邮件）、获得数据（共享数据、电子公告牌）以及自动捕获数据（条形码）等。

电子商务包含的业务有：信息交换、售前售后服务（如提供产品和服务的细节、产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见）、销售、电子支付（如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金）、运输（包括商品的发送管理和运输跟踪，以及可以电子化传送的产品的实际发送），组建虚拟企业（组建一个物理上不存在的企业，集中一批独立中小公司的权限，提供比任何单独公司多得多的产品和服务）、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

三、电子商务概念的总结

电子商务又叫网络商务，它是指企业与企业之间、企业与消费者之间利用现代信息化网络，按照一定的标准所进行的各类商贸活动。这里的“利用信息化网络”和“进行商贸活动”都具有丰富的含义。

第一，电子商务是一种最先进的买卖方式，入网用户将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络，网络便会根据用户的要求，寻找相关信息并提供给用