



高等院校经济与管理核心课经典系列教材

GAODENG YUANXIAO
JINGJI YU GUANLI HEXINKE
JINGDIAN XILIE JIAOCAI



国际电子商务教程

INTERNATIONAL ELECTRONIC BUSINESS

● 主 编 兰宜生



首都经济贸易大学出版社



高等院校经济与管理核心课经典系列教材

INTERNATIONAL ELECTRONIC BUSINESS

国际电子商务教程

兰宜生 主编



首都经济贸易大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

国际电子商务教程/兰宜生主编. —北京:首都经济贸易大学出版社, 2007. 3
(高等院校经济与管理核心课经典系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5638 - 1397 - 1

I. 国… II. 兰… III. 国际贸易—电子商务—高等学校—教材 IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 030546 号

国际电子商务教程

兰宜生 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcbs.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京永生印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×980 毫米 1/16

字 数 470 千字

印 张 24.5

版 次 2007 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

印 数 1~4 000

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 1397 - 1/F · 815

定 价 32.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

出版总序

中国加入世界贸易组织不仅标志着我国成为当今全球最大、最具代表性的国际经济组织的成员,而且标志着我国在融入经济全球化、参与国际经济竞争方面又迈出了决定性的一步,使我国的改革开放和经济发展自此步入了一个崭新的阶段。

入世是一把双刃剑,机遇与挑战并存。

我们已经看到和将要看到的是,经济领域中的竞争会日趋激烈。

经济领域竞争的实质,是人才的竞争;而人才的培养,有赖于教育,尤其是培养高素质专业人才的高等教育。与严酷的现实相比,我们还缺乏一大批既熟悉现代市场经济运行规律和世贸组织规则,又精通专业知识,适应国际竞争需要的高级管理人才和专业人才。

教育是当代科技生产力发展的基础,是科学技术转化为现实生产力的条件,是培养高素质人才和劳动者的根本途径,也是实现管理思想、管理模式、管理手段现代化的重要因素。

《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出:“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。”

中共中央和国务院的决定为高等教育的改革与发展确定了基本目标和方向。

教材是体现教学内容的知识载体,是进行教学的基本工具,更是培养人才的重要保证。

教材质量直接关系到教育质量,教育质量又直接关系到人才质量。因而,教材质量与人才质量密切相关。

正是由于教材质量在实施科教兴国的发展战略中具有十分重要的作用,我们在策划与组织编写这套教材的过程中倾注了大量的人力、物力和财力。

我们希望奉献给广大教师、学生、读者的是一套经得起专家论证和实践检验的经济与管理专业系列精品教材。

在策划和编写本套教材的过程中,我们贯彻了精品战略的指导思想,使之具有如下特点:

第一,以全面推进素质教育为着眼点,以教育部《普通高等教育教材建设与改革的意见》为指导,面向现代化,面向未来,面向经济全球一体化,充分考虑学科体

系的完备性、系统性和科学性,以适应教学和教材改革的需要,满足培养高素质、创新型、复合型人才的需要,并力求教材在内容质量方面具有体系新、内容新、资料新、方法新的特点。

第二,在广泛调查研究的基础上,通过多所高等院校一批有着丰富教学经验的专家教授论证和推荐,优化选题,优选编者。参加本套教材论证和编写的专家教授分别来自北京大学、清华大学、中国人民大学、中国政法大学、对外经济贸易大学、首都经济贸易大学、东北财经大学、西南财经大学、中南财经政法大学、上海财经大学、武汉大学、北京工商大学、南开大学、天津财经大学、天津商学院、南京大学、华中科技大学、北京科技大学、厦门大学、复旦大学、四川大学、中央财经大学等二十余所国内著名或知名高等院校。

第三,在选择教材内容以及确定知识体系和编写体例时,注意素质教育和创新能力、实践能力的综合培养,为学生在基础理论、专业知识、业务能力以及综合素质的协调发展方面创造条件。在确定选题时,一方面根据教育部的指导性意见收入了各相关学科的专业主干课教材,以利于学生掌握各学科及各专业的基础理论、基本知识;另一方面又在充分学习和借鉴国外经典教材的基础上,编选了部分带有前沿性、创新性的专业教材,以利于中外高等教育在课程设置方面的接轨。

第四,考虑到培养复合型人才的实际需要,本套丛书突破了原有的较为狭隘的专业界限和学科界限,在经济学和管理学两大一级学科的统领下,广纳多个分支学科的基础课、专业基础课、专业主干课教材。这些分支学科和专业包括工商管理、金融学、人力资源管理、物流学、广告学、会计学、市场营销、电子商务、国际经济与贸易等。从纵向上看,各学科、各专业的教材自成体系,完整配套;从横向上看,各学科、各专业的教材体系又是开放式的,相互交叉,学科与专业之间没有明确的界限,以便于各院校、各专业根据自身的培养目标设置课程,交叉选用。

本套丛书自身也是开放式的。我们将根据学科发展的需要、教学改革的需要、专业设置和课程调整的需要,不断加以补充和完善。

本套教材不仅是一大批专家教授多年科研成果的总结和教学实践的总结,而且在编写体例上也有所突破和创新,希望它的问世能够对我国经济与管理人才的培养有所帮助。

出版者

前言

因特网和电子商务正在改变着中国和整个世界。八年前,我写过一本书《电子商务与经济变革》(汕头大学出版社,1998年6月),得出的结论是电子商务会引发社会经济领域的一场深刻革命。事实上,电子商务的发展速度远远超出了人们的想像:八年间,中国的网民数量增长200倍;电子商务交易额几乎从零达到每年数千亿元。正如人类历史上的一些重大科学发明一样,在社会各界关注和带有几分困惑的目光中,在人们的赞扬、批评、惊叹、抱怨、喝彩、质疑声中,因特网已迅速融入我们的生活,电子商务已被推广到社会经济的各个领域,网上购物、网上炒股、电子银行、网络办公、远程教育、网上聊天和博客,正成为人们日常生活的一部分。许多人已很难想像没有网络的生活环境,E-mail、MSN已成为一种新的“生活必需品”。

电子商务这一神奇的力量正在改变着世界。著名经济学家乌家培先生曾说过:“20世纪最伟大的发明是电子计算机,电子计算机最伟大的发展是因特网,因特网最伟大的应用是电子商务。”尽管电子商务的发展难免还会面临种种困难和阻力,甚至遭遇挫折,但我们完全有理由相信它的发展会越来越兴旺,使我们的生活变得越来越美好。

21世纪国际贸易的最大特点就是信息技术的全面推广及应用,尤其是电子商务手段的应用。网上贸易带来了时间成本的节约和通信费用的降低,网络市场提供的巨大商机为国际贸易注入了前所未有的活力,也成为新世纪世界贸易持续增长的重要动力。国际电子商务的推

广要求外贸业务人员全面掌握电子订单、电子合同等方面的知识和处理能力,同时也对国际贸易专业学生提出了更高的素质要求。

电子商务的快速发展对社会各行各业提出了新的挑战,同时对于国际经贸和电子商务人才的培养也提出了更高的要求,市场变化和技术进步要求管理理念和经营模式的创新,促使我们不断研究和解决新问题。为此,我国教育部在 2006 年春成立了电子商务专业教学指导委员会,它是惟一按专业而非学科设立的教学指导委员会,说明这一领域面临更多需要研究解决的新问题。本人作为电子商务教学指导委员会委员和长期从事国际贸易教学的教师,愿与各位同仁一起努力,为我国经贸商务人才培养和电子商务事业的发展不断探索创新,以不辜负时代赋予我们的责任。

兰宜生

2006 年 12 月于上海财经大学

目 录

001	第一章 电子商务的发展	第一章
001	第一节 电子商务的产生和发展	第二章
001	第二节 电子商务的含义和特点	第三章
001	第三节 电子商务的作用	第四章
001	第四节 案例两则	第五章

第一章 电子商务的发展

1

001	第一节 电子商务的产生和发展	第一章	2
001	第二节 电子商务的含义和特点	第二章	14
001	第三节 电子商务的作用	第三章	22
001	第四节 案例两则	第四章	33

第二章 电子商务模式

43

015	第一节 电子商务的应用领域	第一章	44
015	第二节 电子商务的模式	第二章	64
015	第三节 国际电子商务的实现形式	第三章	76
015	第四节 案例两则	第四章	80

第三章 电子商务技术

89

015	第一节 电子商务应用技术	第一章	90
015	第二节 电子数据交换技术	第二章	95
015	第三节 安全技术与认证技术	第三章	110
015	第四节 移动电子商务技术	第四章	131
015	第五节 案例两则	第五章	142

第四章 电子商务在国际贸易中的应用 149

第一节	交易磋商的电子化	150
第二节	电子订单	159
第三节	电子合同及其履行	160
第四节	其他交易环节的电子化	168
第五节	案例两则	170

第五章 国际电子支付 181

第一节	电子商务与金融电子化	182
第二节	国内外电子金融的发展	186
第三节	国际电子支付手段	194
第四节	案例两则	202

第六章 国际网络营销 209

第一节	国际市场信息采集	210
第二节	网络广告策略	215
第三节	国际网络营销的组织管理	223
第四节	网络客户关系管理	224
第五节	案例两则	229

第七章 电子商务环境下的国际物流 235

第一节	电子商务与现代物流	236
第二节	物流技术的发展	246
第三节	国际物流与物流国际化	258
第四节	案例两则	269

第八章	电子政府与海关电子化管理	277
第一节	电子政府的意义和作用	278
第二节	中国海关电子化管理	285
第三节	电子商务管理的国际协调与合作	291
第四节	案例两则	299
第九章	国际电子商务法律制度	307
第一节	国际电子商务法律框架	308
第二节	电子商务法与电子签名法	315
第三节	网上知识产权和隐私权保护	322
第四节	电子商务税收制度	331
第五节	案例两则	341
第十章	电子商务环境下的国际竞争与合作	349
第一节	电子商务环境下的国际竞争	350
第二节	电子商务与国际供应链	358
第三节	案例两则	372
参考文献		379
后记		381

第一章

电子商务的发展

随着计算机技术和网络技术的飞速发展，电子商务作为一种全新的商务模式，正在全球范围内迅速兴起。它不仅改变了传统的商业模式，也为消费者提供了更加便捷、高效的服务。本章将重点介绍电子商务的发展背景、定义、特点以及其对社会经济的影响。

学习要点与要求

通过本章的学习，应掌握电子商务产生与发展的背景，掌握电子商务的定义和特点以及电子商务的功能和作用。

基本了解电子商务的产生和发展历程，熟练掌握电子商务的内容、含义和特点，掌握电子商务的功能，了解电子商务对国民经济的作用。

第一节 电子商务的产生和发展

一、电子商务产生的时代背景

当今世界已进入以数字化、网络化、信息化为特征,以网络通信为核心的信息时代。经济全球化与网络化成为一个强有力的趋势,信息技术革命与信息化建设正在推动社会由资本经济转变为信息经济和知识经济,并强烈地影响着国际经济贸易环境,加快了世界经济结构的调整与重组。电子商务不仅对商务的运作过程和方法产生了巨大的影响,也对人类的思维方式、经济活动方式、工作方式和生活方式发挥着重要的作用。这种影响正逐步显示和增强,同时这种变革也要求社会和企业建立新的与之相适应的管理体制。

(一) 信息化与全球化

目前,与经济全球化潮流相呼应,经济信息化的潮流来势迅猛,两大潮流互相推动,互为因果,呈加速发展之势。这向刚刚与世界经济接轨、尚未完成工业化进程的中国经济提出了新的挑战,要求其必须同时推进国民经济工业化和信息化,只有如此才可能缩小与发达国家的差距。因特网和电子商务环境使国家之间和企业之间的时空距离大为缩小,企业面对着潜力巨大的全球市场,也面对着众多的竞争对手,这无疑是对中国企业界和社会各行各业的新的压力和挑战,当然也包含着新的发展机会。

全球化是指各国、各地区发生的经济活动互相依存、越来越紧密、彼此不可分离的一个不断演变的过程。对国家来说,必须把本国的经济发展目标建立在统一的世界市场的基础上,充分考虑各种可能性和可行性,制定经济社会发展战略;对企业来说,必须善于借助别国企业的优势进行多国企业联合的组合式生产,以迅速将产品销往全球最需要的市场;对个人来说,必须准备迎接世界范围内的更激烈的求生发展的竞争,并且善于捕捉各种各样的商机,以施展个人的才干。

全球化是在新科技革命的推动下加速的,其中,网络技术对它的成长尤其重要。互联网为经济生活的全球化提供了用之不竭的信息资源,灵活方便的交往手段,高速宽敞的活动通道,还提供了统一的表演舞台——无所不包的网络市场。

因特网使国界的限制作用大大降低。国家和疆界作为历史的产物,对维护社会安

定与经济发展有积极作用,但同时又可能产生消极影响,主要是封闭会限制竞争,阻碍科技交流与生产力的发展,然而,我们看到这种负面作用正面临着知识经济及网络经济的决定性打击。因特网的发展使国界的限制作用减弱,电子商务活动完全超出了国界,加速了全球成为“地球村”和各国民众成为“地球村”村民的进程。

据中国互联网络信息中心(CNNIC)2007年1月公布的中国第19次互联网络发展状况统计报告,截至2006年12月底,我国网站总数为843 000个;上网计算机数已达5 940万台,比上年同期增长20%;网民数量比上年同期增长23.4%,达到1.37亿人,居世界第二位;其中,使用宽带上网的网民比上年同期增长41.1%,已达9 070万人,居世界第一位;全国因特网国际出口带宽为256 696M,比上年增加88.6%。根据美国eMarketer公司在2006年5月发布的报告,截至2005年年底,全球互联网用户总数已超过10亿人,其中,美国网民最多,达到1.75亿人。

根据中国社会科学院互联网研究发展中心的调查数据:2005年我国网上交易额达到5 531亿元,个人网上消费总额达到135亿元,网民网上购物的比例达到了71%。当然,电子商务不仅是网上购物,真正的电子商务意味着各式各样的通信设备——智能电话、个人数字助理(PDA)、双向寻呼机、各种移动装置的全面联网和多领域使用,千万万商家和几十亿消费者通过无数台设备相互连接,这是电子商务的未来。

(二) 信息时代的竞争规则

1. 动物吃植物——不创新则灭亡

网络经济是一种适者生存的经济。由于存在较高的交易成本与信息成本,旧的传统经济是一种市场相对分隔的经济,结果是具有市场竞争优势的企业并不一定能够完全淘汰相对劣势的企业。但是,存在于新经济中的市场竞争则不同。新经济中的市场竞争属于达尔文式的优胜劣汰,这是因为以网络为生产工具的新经济具有交易成本低和信息成本低的特点,使得市场竞争更为有效,并且优势企业追求市场垄断的努力必将使劣势企业遭到无情的淘汰。

行业门槛的降低使企业面临空前激烈的竞争,成功的几率可能是十分之一甚至百分之一。即使你的企业幸运地取得了成功,你仍会发现周围立即出现了多位竞争者或跟进者,企业必须不断创新才能在市场立足和发展。需要特别指出的是,创新的定义并不只是局限在技术层面,它包括每一次市场的创新、每一个商业模式的创新。一个不追

求创新或没有创新能力的企业注定要被市场所淘汰,要被创新性企业“吃掉”。

2. 快吃慢、新吃旧

新经济是一种时间竞争占据主导地位的经济。一种知识产品(包括信息产品)在市场中的定价不再取决于花费在其生产过程中的工作时间,而是取决于其在短期内具有的排他性。结果是市场竞争越来越成为争时间、抢速度的竞争,时间价值成为产品价格的决定性因素。

从成立到拥有 10 亿美元的市场价值,惠普公司用了 47 年的时间,微软公司用了 15 年时间,雅虎公司只用了 2 年时间,而 NetZero 仅用了 9 个月的时间。Google 公司更是在 3 年时间内就达到了千亿美元的市值。在网络经济时代,小公司可以战胜大公司,转型快的公司可以战胜转型慢的公司,新公司可以战胜老牌公司。没有一家公司可以永远立于不败之地。要壮大和发展自己,企业必须以更快的速度不断创新。

3. 自己淘汰自己

达维多定律指出,企业在本行业中必须第一个淘汰自己的产品。微软公司和英特尔公司的运营都是达维多定律的生动体现——自己淘汰自己。以英特尔公司副总裁名字命名的这一定律提出:一家企业如要在市场上占据主导地位,就必须第一个开发出新一代产品,与其作为第二或第三家将新产品推向市场的企业,不如作为第一家开发出该产品的企业,尽管你的产品那时还并不完美。英特尔公司的微处理器并不总是性能完善、速度最快,但英特尔公司总是新一代产品的首家推出者,这巩固了英特尔公司的市场领先地位。微软公司不断推出新的 Windows 操作系统,从 Windows95、Windows98 到 Windows2000、WindowsXP,自己淘汰自己。信息时代科技创新加速带来的竞争压力是微软、英特尔和其他高科技企业要不断自我更新产品的重要原因。

二、电子商务的产生

(一) Internet 的产生和发展

电子商务是伴随着 Internet 的发展而产生的。Internet 最早是作为军事通信工具而开发的。1958 年,前苏联发射了第一颗人造卫星,美国为了在高技术领域、军事领域与前苏联竞争,成立了高级研究计划署(Advanced Research Project Agency),简称 ARPA。20 世纪 60 年代后期,ARPA 承担了开发一个不易遭破坏的实验性的计算机通信网络系

统的任务,这个网络叫做 ARPANet,目标是保证通信系统在核战争中仍能发挥作用。因为中央通信系统在战争中是被破坏的主要目标,所以系统的基本设计 requirements 是保证网络上每个节点都具有独立的功能并具有等同的地位,资源共享,异种计算机能实现通信。该网络使用“包交换/分组交换”这种新的信息传输技术,其原理是:一组信息首先被分割为若干个“包”,每个包均包含它的目的地址,每个包通过不同线路到达目的地,再组装还原成原来的信息。这个系统最大的优点是:如果核弹击毁了军事网络的一部分,数据仍然能通过未被破坏的网络到达目的地。这一原理成为 Internet 的标准。1969 年 9 月,ARPANet 联通 4 个站点,即加州大学洛杉矶分校 UCLA、加州大学圣巴巴拉分校 UCSB、犹他大学 Utah 和斯坦福研究所 SRI,这是最早的电脑互连网络,由此人们开始利用网络进行信息交换。

1971 年,ARPANet 发展到 15 个站点,23 台主机,新接入的站点包括哈佛大学、斯坦福大学、林肯实验室、麻省理工学院、卡内基·梅隆大学、美国航空航天局等;采用由加州大学洛杉矶分校的斯蒂夫·克洛克(Steve Crocker)设计的网络控制协议 NCP(Network Control Protocol),此协议包括了远程登录以及远程文件传输的协议和电子邮件,从而形成了 ARPANet 的基本服务;1972 年互联网工作组(INWG)宣告成立,其目的在于建立互联网通信协议;1973 年 ARPANet 扩展成为国际互联网,第一批接入的有英国和挪威;1974 年,ARPA 的鲍勃·凯恩(Kahn)和斯坦福的温登·泽夫(Cerf)合作,提出 TCP/IP 协议和网关结构,其重要之处在于该协议独立于网络和计算机硬件,并提出网络上的全局连接性;1975 年由于 ARPANet 已由试验性网络发展为实用型网络,其运行管理由 ARPA 移交给国防通信局 DCA。

20 世纪 80 年代,局限在军事领域的 ARPANet 开始被用于教育、科研。1981 年,TCP/IP 4.0 版本正式成为 ARPANet 的标准协议。同年,美国国家科学基金会(NSF, National Science Foundation)成立了计算机科学网,连接科研、教学单位共同开发和改进网络,并运行 TCP/IP 协议。1982 年 TCP/IP 加入 UNIX 内核中,商业电子邮件服务在美国 25 个城市开始启动;1983 年,ARPANet 分为 MILNet 和 ARPANet 两个网络,MILNet 成为军用网络,ARPANet 则完全用于民用科研,美国国防通信局把 ARPANet 各站点的通信协议全部转为 TCP/IP,这是全球 Internet 正式诞生的标志。

1985 年,美国国家科学基金会(NSF)在美国建立了 6 个超级计算机中心,1986 年,NSF 资助建立 NFSNet,连接这 6 个超级计算机中心。允许研究人员访问 NFSNet,共享

研究成果。从此,NFSNet 逐渐取代了 ARPANet,成为免费的 Internet 的主干网络,对各大大学和科研机构开放,用于非营利性教学和研究,成为推动科学研究和教育发展的重要工具;1989 年,欧洲核子研究中心(CERN)的物理学家蒂姆·贝纳斯·李(Tim Berners Lee)研制出 World Wide Web,推出世界上第一个所见即所得的超文本浏览器/编辑器;1990 年,NFSNet 已互联 3 000 多个主要网络和 20 万台计算机,ARPANet 正式被 NFSNet 代替,并宣布解体;1991 年,明尼苏达大学推出 Gopher,使用户能十分容易地存取 Internet 上的各种信息资源;1992 年,Internet 协会(ISOC)成立;1993 年,因特网信息中心 Internet NIC 成立。

1992 年,美国政府提出“信息高速公路”计划,公布“国家信息基础设施建设:行动纲领”,简称 NII 计划,政府进一步加强对 Internet 的资金支持,在全世界掀起信息高速公路热。从 1995 年起,Internet 主干网转由企业支持,实现商业化运营。1997 年,美国开始研究开发速度提高几百倍的第二代 Internet,其他国家迅速跟进,目前它已在美洲、欧洲、亚洲等许多国家投入运营。

(二) 对 Internet 经济本质的再认识

对于因特网的概念和作用,看来有重新思考和认识的必要。通常人们把因特网看做一种新型通信工具或信息载体,是与电话、传真、电视类似的东西,但仔细思考一下,二者确有根本区别。因特网具备的开放性、互动性、群体参与、成本低廉、全天候运作的特点是任何其他媒体无法同时具备的,因此其能量和作用也是其他媒体无法比拟的。试想,如果搞电话远程教育、电话广告,其费用和效果会是如何呢?

正如纱线织成布后用途和功效发生根本变化一样,网络联系与单线联系也有本质区别,任何事物一旦“触网”往往就会发生质的变化,其能量会成十倍、百倍甚至千倍地放大。因此,因特网不是通常意义上的通信媒介,而是一种新能源——“网能”,它拥有巨大的能量,成为推动生产力发展的一种新动力。如同一个世纪前电能的应用带来社会经济面貌的根本变化(电灯取代了油灯,市内电车取代了马车,等等),因特网在社会经济各个领域的应用也正在引发新的经济革命,如同今天对电力的依赖一样,未来人们会发现自己的生活越来越离不开网络。

物质、能源、信息被认为是现代经济的三大资源,而因特网是把能源与信息结合起来的载体,所以因特网的能量将超过单纯的能源,其社会经济影响深远。一般而言,只

有一种新的能源才能成为新的经济时代的特征,如“蒸汽时代”、“电力时代”,因此,“因特网经济”、“网络社会”这种表述可说是反映了未来社会的本质特点。

因特网为所有企业提供了平等、开放的平台,互联网的技术性能决定了电子商务可以进行空前广泛的数据交换,可以在全球范围形成开放的用户市场,贸易伙伴的形式和数量不受限制。用个形象的比喻,互联网就好像在真实的三维空间以外构建了一个虚拟的第四空间,这个空间可以提供高效率的商务环境,并将几乎全部的传统商业行为“移植”过来并进行改造。因特网在地球上创造了一个新大陆,成为地球的“第八洲”——“虚拟洲”,孕育着新的市场和潜在商机;而且因特网在不远的将来会成为“第一洲”——电子商务销售额将超过任何一洲的国民生产总值;最终还会成为“惟一洲”——绝大多数企业和消费者都将通过因特网、以电子商务形式发生业务和交易关系。可以说采用电子商务是网络时代对众多企业的强制性要求,要么做电子商务,要么将无商可务(E-business or No Business),时代的抉择就在眼前。

开展电子商务是一种全球趋势,经济全球化将加速电子商务在各国的推广。在未来的全球竞争面前,一个企业如果不能适应这种经营环境的变化,就无法生存下去。所有企业都在新的虚拟洲上,企业要发展,必须学会应用新的竞争手段,优胜劣汰的法则在这里同样无情,而且作用会更迅速、更彻底。

三、电子商务的发展

随着 Internet/Intranet 技术的飞速发展,电子商务的规模迅速膨胀。目前,电子商务在全球的企业用户已达上千万。到 2005 年年底,全球 500 家最大企业(“Fortune 500”)中,有 99% 已建立网络交易系统。2005 年,全球电子商务交易额达到 4 万亿美元;预计 2010 年将占到世界贸易的 40% 以上。

回溯十年,在 20 世纪 90 年代中期,信息高速公路、信息经济、电子商务对我们还是很抽象的概念,即便是在发达国家,许多人也认为那不过是政客们为捞取选票而描绘的海市蜃楼,或者是企业为吸引股民而玩的噱头。如今,不仅欧美发达国家的企业和消费者已实际体会到电子商务带来的效益和各种便利,即使在中国这样的发展中国家,民众也感受到因特网和电子商务对社会经济生活越来越深刻的影响。

电子商务的推广应用经历了一个由初级到高级、由简单到复杂的过程,对社会经济的影响也是由浅入深、从点到面。从网上相互交流需求信息、发布产品广告,到网上采