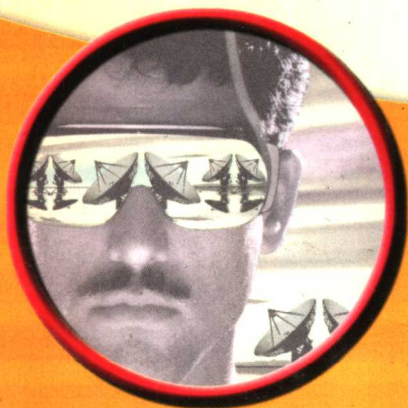


“十一五”
应用型高等院校经管专业规划教材
商务电子化系列

电子商务

应用型高等院校经管专业规划教材
经管专业规划教材 应用型高等院校经管专业规划教材
业规划教材 应用型高等院校经管专业规划教材
应用型高等院校经管专业规划教材
应用型高等院校经管专业规划教材

主编 江雨燕



南京大学出版社

“十一五”
应用型高等院校经管专业规划教材
商务电子化系列

电子商务

主 编 江雨燕
副主编 王 琳 郭献强



图书在版编目(CIP)数据

电子商务/江雨燕主编. —南京:南京大学出版社,
2007. 8

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材. 商务
电子化系列

ISBN 978-7-305-05169-2

I. 电… II. 江… III. 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 133675 号

出 版 者 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
出 版 人 左 健
丛 书 名 “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列
书 名 电子商务
主 编 江雨燕
责任编辑 黄继东 编辑热线 025-83592193
照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 南京人民印刷厂
开 本 787×1092 1/16 印张 17.25 字数 430 千
版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-05169-2
定 价 30.00 元
发行热线 025-83594756
电子邮件 sales@press.nju.edu.cn(销售部)
nupress1@public1.ptt.js.cn

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

商务电子化系列学术委员会

主任委员 洪银兴(南京大学党委书记,教授、博士生导师)

钱志新(南京大学教授、博士生导师)

委 员 (以汉语拼音为序)

陈传明(南京大学商学院副院长、管理学院院长,教授、
博士生导师)

姜波克(复旦大学教授、博士生导师)

林桂军(对外经济贸易大学副校长,教授、博士生导师)

马君潞(南开大学教授、博士生导师)

王家新(南京审计学院院长,教授)

徐从才(南京财经大学校长,教授)

徐康宁(东南大学经济管理学院院长,教授、博士生导师)

许承明(南京财经大学副校长,教授)

张二震(南京大学商学院国际贸易系主任,教授、博士生
导师)

赵曙明(南京大学商学院院长,教授、博士生导师)

**“十一五”应用型高等院校经管专业
规划教材·商务电子化系列编写委员会**

主任委员 钱志新(南京大学)

副主任委员 左 健(南京大学)

王传松(南京商友资讯商务电子化研究院)

委 员 (以汉语拼音为序)

曹大友(西南政法大学)

陈林杰(南京工业职业技术学院)

戴延寿(福建漳州职业技术学院)

戴宗群(江海职业技术学院)

窦中华(山东商务职业学院)

都国雄(南京工业职业技术学院)

高秀平(云南交通职业技术学院)

郭献强(河南科技大学)

黄继东(南京大学)

黄卫东(南京邮电大学)

嵇美华(湖州职业技术学院)

江雨燕(安徽工业大学)

靳丽丽(开封大学)

雷 兵(河南工业大学)

李 瑞(广东海洋大学)

李应春(福建三明学院)

李朝晖(江门职业技术学院)

梁 郎(河南工业大学)

刘树艳(青岛科技大学)
刘 阳(山东技师学院)
罗福周(西安建筑科技大学)
罗 杰(大庆石油学院)
马海群(黑龙江大学)
任丽萍(山西旅游职业学院)
沈 毅(南京晓庄学院)
汤少梁(南京中医药大学)
唐 焱(芜湖职业技术学院)
王福明(义乌工商职业技术学院)
王 海(宜宾职业技术学院)
王树进(南京农业大学)
王维平(南京信息职业技术学院)
王 耀(内蒙古农业大学职业技术学院)
吴亚红(辽宁信息职业技术学院)
席升阳(河南科技大学)
肖天革(汕尾职业技术学院)
徐存宝(黄河水利职业技术学院)
杨焕春(温州大学)
杨 艳(黑龙江大学)
杨 轶(湖南石油化工职业技术学院)
詹勇虎(南京正德职业技术学院)
詹玉宣(南京商友资讯商务电子化研究院)
曾益坤(湖州职业技术学院)
张 军(常州纺织服装职业技术学院)
张瑞夫(青岛酒店管理学院)
张为波(西南民族大学)
张元智(西北大学)
张 勇(鲁东大学经贸学院)
赵德海(哈尔滨商业大学)
赵晓鸿(内江师范学院)
郑聪玲(浙江工商职业技术学院)
郑继兴(齐齐哈尔大学)
周继雄(武汉理工大学华夏学院)
朱礼龙(安徽科技学院管理学院)

一个全新的视角——商务电子化(代序)

当前,企业信息化正进入一个新的阶段。这个阶段是以信息技术的全面应用为主要特征,大量企业把信息技术应用到企业商务活动中,使企业的商务活动都实现电子化,已成为企业的内在要求,也是企业信息化发展的必然趋势。正因如此,我们提出了一个全新的视角:“企业商务电子化”。

一、企业商务电子化的发展背景

“企业商务电子化”是企业应用电子信息技术的发展过程,其基本理念是:以商务活动为体,信息技术为用。企业商务电子化不应当被看成为单纯的技术应用,而应当作为各种的商务应用,用信息化手段为商务活动服务,使整个商务活动通过协同集成应用实现全程电子化管理。从这个视角来认识企业信息化是一种全面深化。

企业商务电子化与通常所说的电子商务有很大的不同,从商务活动过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术工具,而企业商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节的全面应用,是企业整个商务活动的电子化管理。

实现各类商务活动的电子化,实现商务活动全过程的电子化,实现商务活动决策管理的电子化,是企业商务电子化的全部内涵。

二、企业商务电子化的发展阶段

企业商务电子化经历了三个发展阶段:

第一阶段,企业办公自动化阶段(OA)。

企业商务电子化的初级阶段是办公自动化(OA),企业中各个部门各自建立信息化系统,以提高办公效率,这是人脑与电脑的对接。

第二阶段,企业内部电子化阶段(ERP)。

为实现企业内部信息共享和资源优化配置,企业内部形成信息网络,配置软件电子化运行,建立企业资源计划信息系统(ERP),这是电脑与电脑的对接。

第三阶段,企业供应链电子化阶段(URP)。

企业发展必然要形成经济资源联盟,也就是供应链,实现供应链的全程电子化(URP),更有利于整体信息共享和内外资源的优化配置,这是系统与系统的对接。

三、实现企业价值链的全面增值

企业商务电子化应用的根本目的是实现企业价值链的全面增值,不能给企业带来价值增值的信息化技术是不可能广泛应用和长久发展的。企业经营讲的就是投入产出。企业之所以要投入资金应用信息技术,根本就在于其同商务活动结合之后能够创造新的价值。企业商务

电子化要使每一经营环节都带来价值的提升,从而实现企业价值链的全面增值,到达企业价值最大化。

企业商务电子化的基本内容主要包括:产品数字化、生产自动化、管理集成化、经营网络化、决策智能化。产品数字化不仅能实现产品内涵、质量的提升,更重要的是其具有利于创立企业自主品牌和自主知识产权。生产柔性化提高生产的组织效率,提升了个性化,小批量,周期短、需求急的应变能力。管理集成化使纵向的职能式管理方式转向横向的流程式管理方式,以提高管理效率和市场快速反应能力。经营网络化使企业与外部经营资源协同互动,直接增加企业的经营效益。决策智能化对企业价值链全面增值具决定性的作用。

企业商务电子化的本质就是将企业商务活动进行全面分解,然后将每项商务活动逐一电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值。企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后推进企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值。

企业商务电子化从运行方式来讲,就是应用计算机网络与管理软件对企业生产经营各个环节的信息资源进行储存、整理、分析,以满足企业的决策层、管理层、操作层有效地实施管理的需要。综合各种认识,比较好的一种思路就是按照协同化的要求实现企业商务电子化。决定企业信息化水平的不是硬件设施,而是软件应用水平,特别是应用软件的协同程度。

协同化是对企业商务电子化的各类管理系统软件,按照合理的业务流程和进行秩序来规划设计,把所有的管理系统建构在一个统一的计算机网络平台上,实现统一的技术标准和技术规范,达到资源共享,互连互通互动。这就是把各类管理软件按照一个统一的思路 and 一种切实可行方式,集成为一套相互配套的协同化大系统,可称之为企业信息化集成系统。

协同集成强调的是企业在整个产业链中的协同商务能力,以物流为基础,物流、信息流、资金流、商流四流合一,强调内部协作和外部协同,构成企业应用的“协同系统”(EAC)。“协同系统”旨在增强整个价值链竞争优势,消除重复(即不增值)的活动。

对于需要管理创新的中国企业来说,协同集成系统不单是软件产品,更是为企业引进一种先进的管理思想,导入一套成熟的经营模式、管理方法和手段。这是提升企业商务电子化水平的主导因素。

四、积极推动企业商务电子化

第一,搞好商务电子化规划。

在贯彻“全面规划,分步实施,效益驱动,逐步推广”十六字方针中,重点在全面规划。“全面规划”是企业从全局和长远的目标出发,从企业物力、人力、财力、技术力量的可能性出发,结合国家、地区、行业等企业信息化外部支持系统的发展水平,制定一个企业商务电子化规划。在规划实施中要注重实际需求,从最需要的经营环节实施信息技术应用,从局部电子化到全程电子化,逐步实现企业商务的全程电子化。

第二,组织全员培训。

在企业商务电子化过程中,要贯彻以人为本的原则,使整个电子化建设过程贯穿人力资源开发过程。信息化建设是企业战略的重要内容,根据国外企业的经验,应当专门设立“企业信息主管”(CIO)职务。企业信息主管是一位既懂经营管理、又懂信息网络技术的复合型人才,是企业专门负责信息化建设工作的领导,负责制定信息化规划,决定信息化方案,协调信息化进程。要充分调动企业人力信息潜能,人力信息潜能的发挥以培训知识为基础,针对不同层

面、不同岗位的人员进行不同内容、不同形式的培训,以确保每个人都能充分发挥其对信息化建设的促进作用。

第三,实现信息资源共享。

实现信息资源共享,特别是公共性的信息资源共享。加强信息资源开发利用,加快信息的采集、加工、传播、利用等各个环节的产业化步伐,尤其要建立各类重要数据库,促进信息资源交流和共享,为企业商务电子化的全面应用提供一个好的信息资源环境。

五、高等院校的教学要引入和应用商务电子化的理念和方式

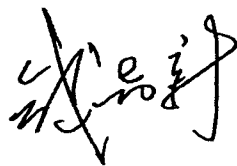
企业商务电子化是企业信息化的高级阶段,可以预见,这将对全面提高企业竞争力起到至关重要的作用,为企业增添全新的发展动力。

高等院校的教学也要引入和应用商务电子化的理念和方式。高等院校要培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,这是企业和社会对人才的需求,也是教学发展的必然要求。

按新的发展要求,迫切需要编写出版商务电子化新型系列化教材。新型的系列化教材,不应是纯信息技术的教材,而应当是将经济管理理论与信息技术、商务电子化技能密切结合,系统反映经济管理理论中的最新成果和商务电子化应用的最新要求,并实现两大知识体系与应用技能全面结合的管理学教材,是既能适应课堂教学,也能满足实验实训环境教学与指导的教材。

南京商友资讯商务电子化研究院与南京大学出版社合作,决定组织编写出版“‘十一五’应用型高等院校经济管理类专业·商务电子化应用系列教材”,这是一件具有开创性意义的工作。“‘十一五’应用型高等院校经济管理类专业·商务电子化应用系列教材”的出版和在高等院校的教学中引入商务电子化的理念和方式,也必将对培养和造就既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才产生积极的作用,这是广大企业和社会十分所欢迎的。

原江苏省发展和改革委员会主任
南京大学教授、博士生导师
“十一五”应用型高等院校经济管理类专业·商务
电子化应用系列教材编委会主任



2007年6月

出版说明

当前,经管类专业的教学已进入一个全面创新的新阶段。在计算机网络条件下建立模拟的实验实训环境,是信息技术革命在经管类专业教学中的一种创新。这对经管类专业的教学来说,是一次颠覆,是培养应用型、技能型、复合型经济管理人才的重要方式。

经管类专业的实验实训环境的形成不仅仅是实验实训方式的创新,而且必将推进课程体系、教学内容和教学方式的创新。可以预见,经管类专业教学将会发展为课堂教学与实验实训环境教学并重,乃至以实验实训环境教学为主的教学方式。

与此同时,以信息化为特征的现代技术手段也进入了企业生产和流通的各个环节,国内外的许多企业都把信息技术应用到各类商务活动中。实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势,也是企业信息化的核心所在。高等院校经管类专业的教学应当要适应商务电子化发展对人才的需求。

“商务电子化”与通常所讲的“电子商务”有着质的区别:从商务过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术手段和技术工具。而商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节的全面应用,是企业整个商务活动的电子化和信息化管理。

在高校教学与企业应用两大需求的导向下,为培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,经管类专业传统的教材已经不能适应新的教学方式的需要了。按新的发展要求,南京大学出版社与南京商友资讯商务电子化研究院合作组织有关应用型高等院校编写了“‘十一五’应用型高等院校经管类专业规划教材·商务电子化系列”教材。

这套“商务电子化”系列教材分为本科与高职高专二类,具有以下特色:

(1) 实验实训教学——现代教育技术推进全新的教学模式

本系列教材,为配合实验实训教学,要求实例采用视频演示的方式来讲授知识,提供课堂实例的多媒体视频演示与实验的全程录像,更方便老师授课和学生自主学习,也推进了现代教育技术在教学中的应用。

同时,对于实验条件相对落后的学校来说,也是一个很好的互补。学生通过实验录像,可以看到真实的实验环境,巩固学习效果。

(2) 教改课题——提供教师交流平台

作为中国高等教育学会教育科学“十一五”规划重点研究课题——“商务电子化条件下经管类专业改革与实践”——的主要科研成果,本系列教材顺应了当前经管学科的教学改革大潮,在“十一五”规划的大局下,定位于全面提升学生的执业能力,共同打造兼具实用性、创新性,反映最新教改成果,体现先进技术的技能型教材。

(3) “双证”培训体系——增强学生就业竞争力

作为中国信息产业部推广“技能+学历”的“双证”培训体系的重要合作伙伴,本系列教材在编写时也充分考虑到了相关行业的职业资格认证要求,对与职业资格认证有关的课程,在内容安排和习题设置上与相关认证紧密结合,使学生对相关职业资格认证有一个清晰的了解,以帮助学生获取“双证书”——学历证书和职业资格证书,增强学生的就业竞争力。

(4) “职业性”设计实例与实验——重视对学生职业技能的培养与训练

本系列教材的编写以“提高学生实践能力,培养学生的职业技能”为宗旨,编写体例包括:导入案例、教学知识点、案例分析、技能训练、复习与思考、综合实训这六个部分。同时,按照企业对经管专业学生的实际需求,以“项目驱动法”来设计实例与实验,使学生能够在了解相关理论的基础上,具备相应的实际操作技能。

(5) 立体化的教学资源网——提供网站优质服务与教学支持

面对“十一五”规划的新形势,为了继续深化课程与教学改革,更深入地解决课改与教改中的重点与难点问题,我们不仅提供优秀的纸质主教材,还将提供电子教案、教学大纲、实验录像、视频演示、网络课程等教学配套资源,形成纸质出版物、电子音像与网络出版物等有机结合的立体化教学解决方案。老师可以通过网络平台,获得更多、更好的教学资源;学生通过网络平台,随时随地都可以进行学习。网络平台方便师生进行信息交流,实现资源共享。

愿“商务电子化”系列教材能为新的时代背景下,我国经管专业的课程与教学改革的发展做出应有的贡献。同时,这套教材还在不断的完善中,欢迎各高等院校的教师共同参与。

南京大学出版社

2007年8月

前 言

电子商务是一门综合了信息科学、管理科学、经济学、法学和计算机科学的边缘学科,随着学科建设和信息技术的迅速发展,电子商务的概念、理论、内容、技术和方法发生了很大的变化,人们认识电子商务的视角也发生了根本的转变。

本书框架的形成得益于电子商务学科教学指导委员会制定的电子商务核心课程和主干课程教学基本要求,经过修改和调整,形成本书目前的框架。本书共分十二章,包括电子商务概述、电子商务框架与模式、电子商务的运作模式、网络银行与电子支付、物流与供应链管理、网络营销、数据库营销、电子商务安全技术、电子商务网站建设、电子政务、电子商务项目管理、电子商务与知识管理等。本教材由浅入深,循序渐进,重点介绍概念和方法,尽量做到理论联系实际。

本书由安徽工业大学管理科学与工程学院江雨燕任主编,安徽工业大学王琳和河南科技大学郭献强任副主编。参加参编的还有安徽工业大学管理科学与工程学院的高毅斌、周传华,山东技师学院经济贸易系电子商务专业的刘洋。其中第1、2、4章由王琳编写,第3、5、6章由郭献强编写,第7章由刘洋编写,第8、9章由江雨燕编写,第10、11章由高毅斌编写,第12章由周传华编写。全书由江雨燕统稿。边富强、王晓蓉等同志参与了本书的图文处理工作。

本书可作为高等院校管理类各专业的教材,也可作为企业事业单位的管理人员及从事电子商务工作人员的参考书。

本书从初稿送审至今已近一年,虽然反复修改,仍难免有各种不足,热忱欢迎读者指正。

编 者

2007年6月1日

于安徽工业大学

目 录

第 1 章 电子商务概述	(1)
1.1 电子商务的产生与发展	(1)
1.2 电子商务的功能及其特点	(5)
1.3 电子商务对社会经济的影响	(7)
1.4 我国电子商务发展的现状以及迫切需要解决的问题	(9)
第 2 章 电子商务框架与模式	(15)
2.1 电子商务一般模型框架	(15)
2.2 电子商务的交易模式	(20)
2.3 电子商务的分类	(22)
2.4 电子商务应用系统	(25)
第 3 章 电子商务的运作模式	(30)
3.1 B To B 电子商务运作	(30)
3.2 B To C 电子商务模式	(37)
3.3 其他电子商务模式	(41)
第 4 章 电子支付与网络银行	(47)
4.1 电子支付	(47)
4.2 电子货币	(49)
4.3 网络银行	(52)
第 5 章 物流与供应链管理	(62)
5.1 物流概述	(62)
5.2 传统物流与现代物流的比较	(69)
5.3 物流模式	(71)
5.4 供应链管理	(77)
第 6 章 网络营销	(90)
6.1 网络营销概述	(90)
6.2 网络营销的特点与功能	(95)
6.3 网络营销调研	(98)
6.4 网络营销策略	(101)
第 7 章 数据库营销	(117)
7.1 国内数据库营销的现状和发展前景	(118)
7.2 数据库营销的概念和特征	(123)

7.3	数据库营销的意义和作用	(124)
7.4	数据库营销的规划与实施应用步骤	(128)
7.5	数据库营销行业解决方案	(135)
第8章	电子商务安全技术	(143)
8.1	电子商务的安全问题	(144)
8.2	数据加密技术	(148)
8.3	认证技术	(152)
8.4	防火墙技术	(158)
8.5	安全支付技术	(165)
第9章	电子商务网站建设	(175)
9.1	电子商务网站的规划	(175)
9.2	电子商务网站的设计	(181)
9.3	电子商务网站的内容设计	(196)
9.4	Web 页设计与制作	(205)
第10章	电子政务	(214)
10.1	电子政务的产生	(214)
10.2	我国电子政务的发展历程	(217)
10.3	电子政务的模式	(220)
10.4	电子政务的系统结构	(222)
第11章	电子商务项目管理	(229)
11.1	电子商务项目管理的概述	(229)
11.2	电子商务项目管理过程	(233)
第12章	电子商务与知识管理	(242)
12.1	知识管理的概念、特征与工作对象	(243)
12.2	信息、知识与商务战略	(248)
12.3	根据电子商务战略实施知识管理	(250)

第1章 电子商务概述

【引言】

随着社会经济的发展和全球贸易一体化进程的不断深入,网络技术的不断普及,人们对商业贸易认识的不断提高,越来越多的企业、个人参与到网络经济贸易中。1996年,我国互联网用户为10万,1999年为400万。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的第19次中国互联网发展状况统计报告,截至2006年12月,我国网民总数已达到13700万人,上网计算机数5940万台,网站数843000个,国际出口带宽数256696M。目前,我国网民数和宽带上网人数均仅次于美国,位居世界第二,但电子商务的发展水平与发达国家相比却存在很大的差距。因此,如何提高我国网络参与者对网络经济下的电子商务应用水平,对提高我国社会经济的发展,尤其是积极参与到网络经济贸易中,具有十分重要的意义。

【学习目标】

1. 了解电子商务的发展状况。
2. 掌握并理解电子商务的定义、功能和特点。
3. 了解电子商务发展的趋势。
4. 了解电子商务发展的社会经济的影响。

【本章概述】

介绍电子商务的概念,其产生与发展的过程,通过对其特点的分析阐明其在当前经济社会中的作用,通过对电子商务的优势分析和相关实例,说明其对社会经济发展的重大意义;同时分析其对社会,对企业发展的影响,使学生能对电子商务有进一步的认识和理解。

教学导入案例

据2005中国国际电子商务博览会传出消息,2005年我国电子商务交易总额有望突破6000亿元人民币,电子商务市场“钱”景诱人。统计显示,2004年,我国电子商务交易总额累计达到4400亿元人民币。其中,上海电子商务的年交易额达到743.19亿元,同比增长47%,北京、广州的电子商务年交易额分别为666亿元和230亿元。

1.1 电子商务的产生与发展

1.1.1 电子商务的概念

电子商务源于英文 electronic commerce,简称为 EC。顾名思义,其内容包含两个方面,一是电子方式,二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通讯方式,买卖双方通过网络进行各种商贸活动。

电子商务可以通过多种电子通讯方式来完成。简单的,比如通过打电话或发传真的方式与客户进行商贸活动,似乎也可以称作为电子商务。但是,现在人们所探讨的电子商务主要是以 EDI(电子数据交换)和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟,电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的。所以,也有人把电子商务简称为 IC(internet commerce)。

电子商务有广义和狭义之分。狭义的电子商务也可以称做电子交易,主要包括通过计算机网络进行的交易活动,如网上广告、网上洽谈、订货、收款、付款、客户服务、货物递交等活动。而广义的电子商务,则是包括电子交易在内的、利用网络进行的全部商业活动,因此,它还包括企业内部的业务活动,如市场调查与分析、生产、管理、营销、财务、客户联系以及企业间的商务活动等等。

电子商务的定义多种多样。我们应从电子商务应用与发展的实际出发,不必过早地追求统一的定义,否则会限制人们的思维而不利于电子商务的健康发展。

国际标准化组织(ISO)的定义:电子商务是企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

全球信息基础设施委员会的定义: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、购置和结算。这种交易方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有、私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家等,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。

联合国国际贸易法律委员会的定义:电子商务是采用电子数据交换(EDI)和其他通信方式增进国际贸易的职能。

联合国国际经济合作与发展组织的定义:电子商务是发生在开放网络 Internet 上的包含企业与企业、企业与消费者之间的商业交易。

欧洲委员会(1997)对电子商务的定义是:电子商务就是以电子方式进行商务交易。它以数据(包括文本、声音和图像)的电子处理和传输为基础,包含了许多不同的活动(如商品服务的电子贸易、数字内容的在线传输、电子转账、商品拍卖、协作、在线资源利用、消费品营销和售后服务)。它涉及产品(消费品和工业品)和服务(信息服务、财务与法律服务),传统活动(保健、教育)与新活动(虚拟商场)。

世界电子商务会议(1997)的定义是:在业务上电子商务是指实现整个贸易活动的电子化,交易各方以电子交易方式进行各种形式的商业交易;在技术上电子商务采用电子数据交换、电子邮件、共享数据库、电子公告牌及条形码等多种技术。

总之,掌握电子商务的定义应该强调两点:一是活动要有商业背景,二是网络化和数字化。

从贸易活动的角度分析,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 能够进行全部的贸易活动,即在网上传信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现。也就是说,你可以从寻找客户开始,一直到洽谈、订货、在线付(收)款、开据电子发票以至到电子报关、电子纳税等通过 Internet 一气呵成。

要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面,除了买家、卖家外,还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的,因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版,网上银行、在线电子支付

等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

1.1.2 电子商务产生和发展的原因

首先,新技术和信息产业的发展为电子商务提供了重要的物质基础。

计算机的大范围普及并以其越来越强大的处理功能、低廉的价格和广泛的应用为电子商务提供了可能。世界性通信网路的形成,不断成熟、快捷、安全、低成本的 Internet 成为全球通信与交易的媒体,为电子商务提供了环境。信用卡和电子货币的普及和电子安全交易协议的制定,为电子商务提供了前提。完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使虚拟的互联网世界变得很现实,催生了电子商务。电子商务是各种技术发展的必然结果。

其次,生产力发展的要求。

经济规律要求全球资源在全世界范围内的最优配置,经济全球化、市场国际化、社会分工国际化使产业结构在全球范围进行调整。二战后,国际贸易的增长大大高于世界经济的增长,品种和数量多变的市场需求使跨国公司大量涌现,且组织形式由大型、纵向、集中式向横向、分布式、网络化发展。制造商、供货商和消费者之间,跨国公司与各分公司之间迫切要求提高商业文件、单证的传递和处理速度、空间跨度和准确度。而传统的单证和文件采用人工处理,劳动强度大且重复量大、效率低、出错率高、费用高。以纸为载体的贸易单证和文件成了阻碍国际贸易发展的一个关键因素。电子商务自然成为所有贸易伙伴的共同需求。

最后,国际市场的竞争也出现了新的特征。价格因素在竞争中所占的比重逐渐减少,服务性因素所占的比重逐渐增大。激烈的市场竞争要求企业不断在改善自身服务上下大功夫,推陈出新。正是在这种背景下,电子商务得到长足的发展。因为企业利用先进的信息技术,不仅可以节约联络客户的时间,而且更好地了解用户的需求,提供更优质的服务,提高自身在国际市场上的竞争力。

1.1.3 电子商务的发展历程

电子商务最早产生于 1960 年代,发展于 1990 年代。

1. 1960—1990 年代:基于 EDI 的电子商务

1970 年,美国银行家协会开发了无纸金融信息传递的全国结算系统,并提出了行业标准。自 1970 年以来,银行一直使用电子资金转账(electronic funds transfer, EFT), EFT 是指通过企业间的通信网络进行的账户交易信息的电子传输。1975 年,第一个电子数据交换(electronic data interchange, EDI)标准出台。电子数据交换是指一个企业把标准格式的计算机可读的数据传送到另一个企业。它的出现源于美国运输业,原因是运输业流通量大,货物和单证的交接次数多,单证的交接速度慢。电子数据交换和电子资金转账是企业间电子商务的最早应用。1980 年代中期,联机服务开始风行,它提供了新的社交交互形式,还提供了知识共享的方法,如文件传输协议 FTP 和新闻组 Usenet(1979 年诞生)。这就为互联网用户创造了一种虚拟社区的感觉,全世界的人都可以相互沟通。

从技术的角度来看,人类利用电子通讯的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 1960 年代,人们就开始用电报报文发送商务文件的工作;1970 年代,人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报,但是由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的,不能将信息直接转入到信息系统中,因此人们开始采用 EDI 作为企业间电子商务的应用技术,这也就是