



高职高专
电子商务类课程规划教材

电子商务概论

(第二版)

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主编 陶世怀 徐国芹 主审 牟彤华



大连理工大学出版社



高职高专电子商务类课程规划教材

电子商务概论

(第二版)

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主 审 牟彤华

主编 陶世怀 徐国芹 副主编 谷东峰 杨国明

DIANZI SHANGWU GAILUN

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 陶世怀,徐国芹主编. —2版. —大
连:大连理工大学出版社,2007.1
高职高专电子商务类课程规划教材
ISBN 978-7-5611-3393-4

I. 电… II. ①陶… ②徐… III. 电子商务—高等
学校:技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 155240 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail:dutp@dutp.cn URL:http://www.dutp.cn

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm 印张:15.75 字数:352 千字

印数:25001~35000

2007 年 1 月第 2 版

2007 年 1 月第 8 次印刷

责任编辑:张继兰 李作鹏

责任校对:鲁彦

封面设计:波朗

定 价:23.00 元

总 序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了 21 世纪的门槛。

20 世纪与 21 世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20 世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,发人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才的高职教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且惟一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

如所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变





革的终极目的。

随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走研究型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,它从专科层次起步,进而应用本科教育、应用硕士教育、应用博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高等职业教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)研究型人才培养的教育并驾齐驱,还需要假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高职高专教材编审委员会就是由全国 100 余所高职高专院校和出版单位组成的旨在以推动高职高专教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职高专教材的特色建设为己任,始终会从高职高专教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职高专教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的运作模式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职高专教学成果,探索高职高专教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职高专院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高职高专教材编审委员会在推进高职高专教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意,也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高职高专教材编审委员会

2001 年 8 月 18 日

前 言

《电子商务概论》(第二版)是新世纪高职高专教材编审委员会组编的电子商务类课程规划教材之一。

进入 21 世纪以来,随着计算机网络、通信技术的飞速发展,特别是 Internet 在全球的广泛应用,电子商务成为企业和组织进行各种商务活动的一种崭新的技术手段。它改变着人们的生活和工作方式,也带来了人们思维方式和行为准则的变化,其影响会远远超过技术和商务本身。电子商务作为一种新的商务模式,它冲击了传统的商务模式,影响了传统的商务流程,也使得企业和组织思考着如何在组织结构、管理思想方面加以改进,以适应电子商务领域相关运作的需要。

现在,一些人已经习惯于上网买书、订花、订酒店、拍卖旧物品等,企业也通过网络完成商务谈判、完成资金流转,政府利用网络开展电子化的管理模式,等等,这些构成了电子商务坚实的主体。电子商务正从一个概念慢慢变成我们生活中不可缺少的一部分,作为一个现代公民,认识、了解、学习电子商务是非常必要的。

在《电子商务概论》第一版的基础上,我们全览了电子商务在全球的发展现状,让大家首先对电子商务有个大概的认识,意识到电子商务对我们生活的重要性;然后从大家急于知道的基本问题出发,根据高职高专教育的特点,从电子商务实践的角度出发,依托电子商务的运作规律,根据教学的需要,结合最新的数据和案例,结合电子商务的实务性要求来组织和编写各章节内容和实践内容;同时兼顾电子商务新的发展动态,阐述了如 IPV6、短信网址等一些新技术。本教材共分 10 章,分别为:电子商务概述、电子商务的模式、电子商务的技术基础、电子商务网站建设、电子商务与网络营销、电子商务与物流、电子商务与网



络支付、电子商务安全技术、电子商务法律、服务业与电子商务。通过本教材的学习,可以为电子商务初学者奠定坚实的专业基础。本教材的创新之处在于:

1. 教材内容的创新。根据当前电子商务的发展趋势,针对 B2B、B2C、C2C、G2B 几种典型的电子商务模式做了系统的介绍;对与移动电子商务相关的短信网址也做了阐述;网络技术部分介绍了最前沿的 IPv6 知识。

2. 教材理念的创新。根据当前高职高专教育课程改革的思路,以教学模块的形式,对电子商务的理论做了细化,在教材中将一些电子商务领域最新的发展情况反应出来,以方便学生学习。

3. 以培养学生的实用技能为主要出发点,结合现代生活,将理论知识具体化,详细阐述具有代表性的电子商务模式,并配以恰当的电子商务案例和实践操作题,以加深学生对电子商务的理解。

本教材由江苏联合职业技术学院建设交通分院(苏州建设交通高等职业技术学校)陶世怀、辽宁工程技术职业技术学院徐国芹任主编,吉林省经济管理干部学院谷东峰、辽宁金融职业学院杨国明任副主编。另外,吉林省经济管理干部学院孙健、沈阳航空职业技术学院朱健也参加了本教材的编写。具体编写分工如下:陶世怀编写第 1、2、6 章;徐国芹编写第 3、8 章;谷东峰编写第 4、5 章;杨国明编写第 7、9 章;孙健编写第 5 章第 3 节;朱健编写第 10 章;最后由陶世怀进行统稿。

由于作者的水平和能力有限,本书编写的时间也比较匆促,书中的错漏和不足之处在所难免,敬请读者批评指正,以便我们进一步完善和修改。

所有意见、建议请发往:gzjckfb@163.com

联系电话:0411-84707492 84706104

编者

2007 年 1 月

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的产生与发展	2
1.2 电子商务的基本概念	9
1.3 电子商务的框架模型	16
第 2 章 电子商务的模式	21
2.1 B2B 电子商务	22
2.2 B2C 电子商务	31
2.3 C2C 电子商务	38
2.4 G2B 电子商务	44
第 3 章 电子商务的技术基础	53
3.1 Internet 概述	53
3.2 Internet 的通信技术	57
3.3 Internet 接入技术	62
3.4 电子数据交换(EDI)技术	67
3.5 数据仓库和数据挖掘技术	71
第 4 章 电子商务网站建设	80
4.1 电子商务网站概述	80
4.2 电子商务网站的规划与设计	83
4.3 电子商务网站的开发工具	94
第 5 章 电子商务与网络营销	101
5.1 网络商务信息的采集	101
5.2 网络商务信息的处理	105
5.3 网络营销的策略	108
第 6 章 电子商务与物流	125
6.1 电子商务物流概述	126



6.2 电子商务与供应链管理	135
6.3 电子商务与现代物流配送	138
6.4 电子商务与企业资源计划	143
6.5 电子商务物流模式	147
第7章 电子商务与网络支付	154
7.1 网络支付概述	154
7.2 网络银行	157
7.3 第三方支付	160
7.4 移动支付	164
7.5 网上支付工具	166
第8章 电子商务安全技术	176
8.1 电子交易的安全需求	177
8.2 网络安全技术	179
8.3 信息安全技术	189
8.4 电子商务的认证技术	192
8.5 安全电子交易技术	196
第9章 电子商务法律	204
9.1 电子商务带来的法律新问题	204
9.2 电子商务法	206
9.3 国外电子商务立法	210
9.4 中国电子商务立法	218
第10章 服务业与电子商务	224
10.1 服务业电子商务概述	225
10.2 网上保险服务	232
10.3 网上证券交易	235
10.4 旅游与观光服务	238
10.5 网上医疗	239
参考文献	244

第 1 章

电子商务概述

学 习 目 标

通过本章的学习,使学生对电子商务的产生和发展现状有一定的认识,对传统商务与电子商务的运作过程、比较,电子商务的定义、功能、特点、组成、效益及交易过程,电子商务的基本组成要素及结构模型有一定的了解和掌握。

随着互联网络技术和信息技术的日臻成熟,互联网络规模日益扩大,网络用户数量迅猛增加,互联网络已应用于社会的各行各业,与人们的日常工作和生活紧密地联系在一起。互联网络技术在全球的广泛使用,标志着人类社会开始进入“网络经济”时代。“网络经济”时代一个最显著的特征就是信息技术在传统商业领域中的应用,即电子商务的兴起。借助互联网络技术,世界经济的“全球化”进程大大加快了,国际经济结构进一步调整,原有的时空间隔被打破,产品市场的生产和消费更为贴近,大大降低了产品的成本,企业同时也获得了更为广泛、公平竞争的市场环境,而消费者也从中获得了具有更大选择权的、更为个性化的服务。电子商务的实施使“网络经济”时代具有市场全球化、商业平民化和消费个性化的显著特征,对世界经济的发展产生了前所未有的影响。有人甚至把电子商务与二百年前的工业革命相提并论,把它看成是知识经济时代中信息技术对传统产业变革的重要环节。各发达国家都把发展电子商务作为拓展全球市场、加快本国经济发展的重要手段,积极参与全球电子商务应用的协商与合作,大力推进全球电子商务的发展。



1.1 电子商务的产生与发展

20 世纪中期兴起的电子商务浪潮,已经开始引起世界各国的高度重视。从发达国家到发展中国家,从各国政府到国际经济组织,从企业到普通消费者,无一不被卷入电子商务的浪潮中。电子商务的发展已成为不可逆转的发展趋势。

1.1.1 电子商务产生的社会基础和技术基础

1. 电子商务产生的社会基础

(1)政府的支持与推动。自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议后,许多发达国家相继制定了一系列促进电子商务发展的文件。2005 年 12 月 9 日联合国第六十届会议通过了《联合国国际合同使用电子通信公约》,对营业地位于不同国家的当事人之间订立或履行合同使用电子通信做出了具体规定;2005 年 12 月 22 日,联合国统计委员会第三十七届会议已经将“电子商务”列入“国际经济和社会分类”考虑的范畴。

美国政府主张通过与各国讨论的方式达成对电子商务框架的共识,建立一个全球性的框架和协议,在 1998 年 11 月 30 日发表的克林顿总统关于美国发展电子商务的最新规划中,还号召保护网上购物的消费者利益。为加强信息基础设施建设,美国政府鼓励各国开放通信事业,并于 1997 年 3 月向世贸组织提出信息产品免税的建议。

在新加坡,所有电子商务活动都是由政府控制的,商业机构签约开展电子商务活动,可得到研究和各种电子商务应用的资金支持。政府还设立了 20 亿美元的基金用于系统建设和计算机应用的普及。政府认为,在未来的网络世界,政府不再是一个固定实体,而是竞争中的服务提供实体,各国政府之间是竞争的关系,竞相以较低的价格提供最优质的服务,以吸引智力和投资,促进当地的经济的发展。

(2)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,这为电子商务的应用提供了坚实的基础。

(3)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,全球上网用户呈级数增长趋势,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。

(4)完善的网络服务。近年来在 Internet 上如雨后春笋般地建立起了许多信息服务网站。目前,在世界上有影响的网站据统计已有 3500 多个,几乎每一个网站均能开通电子商务的信息和业务。涌现出一批如 Yahoo、Info seek、Excite、搜狐、网易、上海热线等国际和国内优秀的信息搜索网站,这些网站对电子商务的开展奠定了非常良好的基础。

(5)新的经济消费观正在逐步形成。近年来,随着现代信息技术的飞速发展,特别是互联网,以其覆盖广泛的信息容量、方便易学的操作方式以及经济实惠的收费价格迅速普及开来,消费者的新的消费观念逐步形成,他们不仅希望能够买到最新的产品,能够从众多的品牌中挑选产品,而且希望节约购物时间和获得更完善的、个性化的服务。而电子商务模式正是适应这种要求而得到了迅猛发展。

(6)信用卡的普及与应用。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信用卡计算机网络支付与结算系统,使“一卡在手,走遍全球”成为可能,同时为电子商务中的网上支付提供了重要手段。

2. 电子商务产生的技术基础

相应从技术角度来看,近年来,技术快速变革为电子商务打下了坚实的基础,主要表现在:

- (1) Web 技术和 Java 语言的广泛应用;
- (2) 可以在网络上进行电子数据交换的技术;
- (3) 数据和信息可在其上快速传输的高速网、宽带网、广域网和可以互联的计算机网络系统;
- (4) 适合在网络上使用的电子邮件以及实现电子公告牌服务的信息发布技术;
- (5) 通过网络进行电子资金转账以及共享网络数据库技术;
- (6) 在网上进行支付的信用卡技术和电子货币的支付技术,以及电子现金、电子货币与电子支票网络传送的完全认证与可靠支付技术;
- (7) 安全保障技术已经进入实用阶段,如数据加密技术、数字签名技术和防火墙技术;
- (8) 安全电子交易协议 SET 的出台,为在开放网络上开展电子商务提供了安全保障。

1.1.2 电子商务的发展过程

电子商务的研究与应用始于 20 世纪 70 年代末。其发展可以分为两个阶段,即始于 20 世纪 80 年代中期的基于 EDI 的电子商务和始于 20 世纪 90 年代初期的基于 Internet 的电子商务。

1.20 世纪 80~90 年代基于 EDI 的电子商务

从技术的角度来看,人们利用电子通信的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 70 年代末就出现了作为企业间电子商务应用系统雏形的电子数据交换 EDI (Electronic Data Interchange)和电子资金传送 EFT,而实用的 EDI 商务在 20 世纪 80 年代得到了较大的发展。EDI 电子商务主要是通过增值网络 VAN(Value-Added Networks)实现的。通过 EDI 网络,交易双方可以将交易过程中产生的询价单、报价单、订购单、收货通知单和货物托运单、保险单和转账发票等报文数据以规定的标准格式在双方的计算机系统进行端对端的数据传送。到了 20 世纪 90 年代,EDI 电子商务技术已经十分成熟。应用 EDI 使企业实现了“无纸贸易”,大大提高了工作效率,降低了交易成本,减少了由于失误带来的损失,加强了贸易伙伴之间的合作关系,因此 EDI 在国际贸易、海关业务和金融领域得到了广泛的应用。众多的银行、航空公司、大型企业等均纷纷建立了自己的 EDI 系统,在贸易界甚至提出了“没有 EDI 就没有订单”、“EDI 引发了贸易领域的革命”等口号。但是 EDI 电子商务的解决方式都是建立在大量功能单一的专用软硬件设施的基础上。当时网络技术的局限性限制了 EDI 应用范围的扩大,同时 EDI 对技术、设备、人员有较高的要求,并且使用价格极为昂贵。受这些因素的制约,EDI 电子商务仅



局限在发达国家和地区以及大型的企业范围内应用,在全世界范围内得不到广泛的普及和发展,大多数中小企业难以应用 EDI 开展电子商务活动。

2. 20 世纪 90 年代以来基于 Internet 的电子商务

随着 Internet 和计算机网络技术的蓬勃发展,网络化和全球化已成为不可抗拒的世界潮流,价格低廉并且连通全世界的电子信息通道已经形成,应用 Internet 开展电子商务业务也开始具备实用的条件,电子商务获得长足发展的时机已经成熟。在 20 世纪 90 年代初期,计算机网络技术得到了突破性的发展,依托 Internet 的电子商务技术也应运而生。Internet 电子商务主要是以飞速发展的遍及全球的 Internet 网络为架构,以交易双方为主体,以银行支付和结算为手段,以客户数据库为依托的全新商业模式。它利用 Internet 的网络环境进行快速有效的商业活动,从单纯的网上发布信息、传递信息到在网上建立商务信息中心;从借助于传统贸易的某些手段的不成熟的电子商务交易到能够在网上完成供、产、销全部业务流程的电子商务虚拟市场;从封闭的银行电子金融系统到开放式的网络电子银行,Internet 上的电子商务活动给企业在增加产值、降低成本、创造商机等方面带来了很大的益处。除了 Internet 的发展外,信息技术也得到了全面发展,例如网络安全和管理技术得到了保证,系统和应用软件技术趋于完善等,这一切为 Internet 电子商务的发展和应用奠定了基础。

基于 Internet 的电子商务之所以受到重视,是因为它比基于 EDI 的电子商务具有明显的优势。一是费用低廉。一般来说,它的费用不到 VAN 的 1/4,这一优势就使得许多企业尤其是中小型企业对其非常感兴趣;二是覆盖面广。互联网几乎遍布全球的各个角落,用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴互相传递商业信息和文件。依托于互联网,企业能从事在物理环境中所不能从事的业务,有助于降低企业的成本,提高企业的竞争力。尤其是对于各种各样的企业,无论大小,不分“贵贱”,互联网都提供了广阔的发展天地和商机,帮助它们节约成本,增加价值,扩展市场,提高效率并抓牢客户。中小企业可以用更低的成本进入国际市场参与竞争。同时,它能为广大的网上消费者增加更多的消费选择,使消费者得到更多的利益。电子商务也是一场革命,它打破了时空的局限,改变了贸易形态,使 Internet 成为一种重要的业务传送载体,汇聚信息,生成新的业务,产生新的收入;使企业可以进行相互连锁的交易;电子商务可以使企业逐渐提高自适应导航功能,企业通过网络搜索交换信息,使业务交往个人化且具有动态特征,以赢得用户的欢迎,获得效益。

1. 1. 3 电子商务发展的现状

在社会需求与网络技术的推动下,电子商务正以惊人的速度在全球发展。在发达国家与地区,电子商务的发展非常迅速,通过 Internet 进行交易已成为潮流。作为一种崭新的商务活动方式,电子商务正成为推动全球经济增长的重要力量。

1. 电子商务的发展速度

根据联合国贸易和发展会议《2005 年信息经济报告》,2000 年到 2004 年,全球互联网和电子商务保持了较快的发展速度。截止到 2004 年年底,全球上网用户总人数达到

87 563 万人,和 2003 年同期相比增长 22.7%。2006 年 6 月全球上网人数达到了 7.13 亿,其中 21%来自美国,11%来自中国,7%来自日本。如此庞大的使用群体奠定了电子商务发展的基础。

根据欧盟和部分国家的电子商务报告,发达国家的芬兰、瑞典、丹麦等国,企业网上采购的比例已经达到 60%以上;发展中国家的新加坡、特立尼达和多巴哥等也达到 40%以上。

电子商务以其高效率、低成本、高收益和全球性的特点,很快得到了很多国家政府与企业的重视。

2. 北美与欧洲的电子商务

在北美与欧洲的发达国家中,电子商务获得了长足的发展。美国作为全球最大的电子商务市场,2003 年其销售额继续增长。制造业的电子商务最为突出,电子商务交易额(含互联网和其他网络)达到 8 426.7 亿美元,占总销售额的 21.1%;随后为批发贸易,电子商务交易额达到 3 869.2 亿美元,占总销售额的 13.1%(资料来源:<http://www.unctad.org>)。根据美国人口调查局(United States Census Bureau)2005 年的统计,美国 B2C 电子商务的零售额达到 863 亿美元,已占到社会全部零售额的 2.4%。这一数字是 2004 年的 24.6%,而同期零售额仅增长 7.2%。图 1-1 显示了 1999 年以来美国零售贸易(B2C)电子商务高速增长的情况。

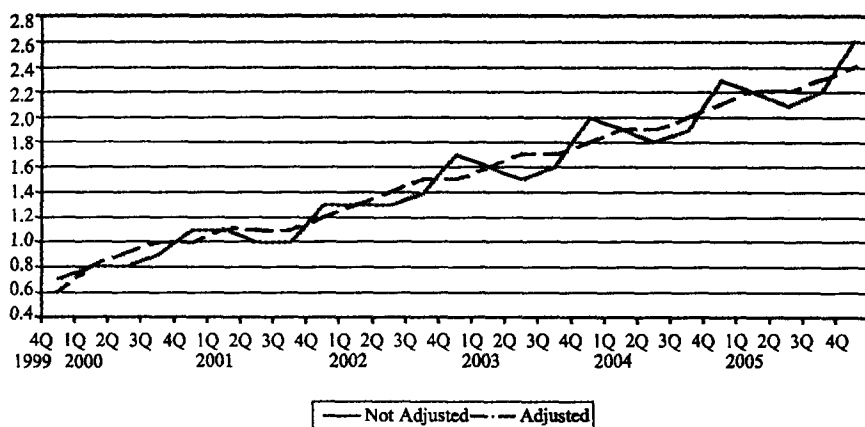


图 1-1 1999 年以来美国零售贸易(B2C)电子商务高速增长的情况

图中“Q”为“季度”的英文缩写。实线是没有调整过的实际统计数据,虚线是调整过的数据。

(资料来源:美国商务部网站;<http://www.census.gov/mrts/www/data/html/05Q4.html>)

加拿大互联网的销售额继续大幅度增长。2004 年达到 229.4 亿美元,其中 B2B 互联网销售额占 75%,主要发生在大型企业之间。就行业而言,批发贸易部门占全部互联网销售额的 25%,随后为运输和仓储,占 17%(资料来源:<http://www.unctad.org>)。

2005 年,欧洲联盟(简称欧盟,European Union)电子商务呈现出以下 3 个特点:

(1)信息通讯技术基础加强。约 1/3 的企业采用宽带上网,17%的企业在市场支持和销售过程中使用信息通信技术。

(2)企业上网销售的比例随公司的规模而增长。2004年,下订单的大企业占29%,相比之下中型企业占19%,小企业占12%。

(3)在世界企业电子商务应用中,欧盟国家,如芬兰、瑞典、丹麦、德国、爱尔兰、挪威、比利时、奥地利等国,基本上都排在最前列。

图1-2显示了欧盟7个国家的企业在采购和销售方面应用电子商务的情况。

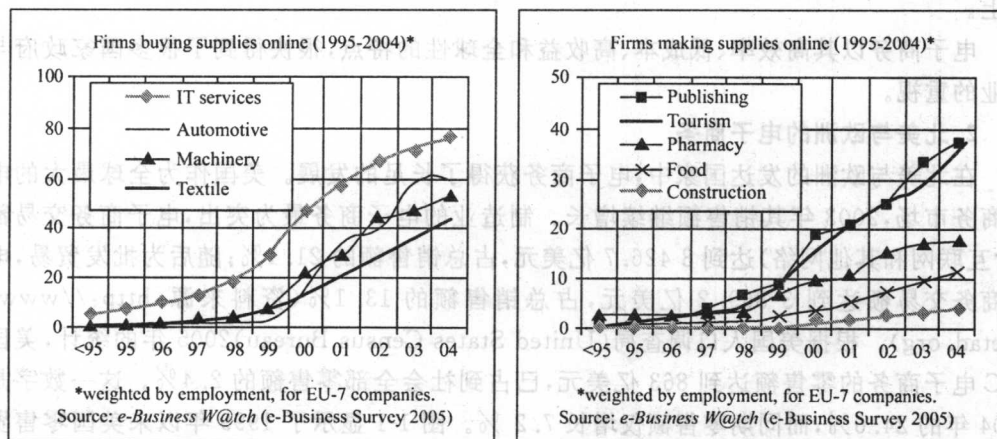


图1-2 欧盟7个国家的企业在采购和销售方面应用电子商务的情况

(资料来源:European Commission Enterprise & Industry Directorate General, 4th Synthesis Report of the e-Business Watch, The European e-Business Report, 2005 edition)

3. 亚洲和太平洋地区的电子商务

亚洲和太平洋地区人口众多,经济发展速度较快,是世界电子商务发展最有潜力的地区。2004年,这两个地区的因特网用户人数达到2.55亿人(<http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=3356&lang=1>),电子商务的交易额达到3524亿美元(<http://www.forrester.com/ER/Research/Brief/0,1317,13720,FF.html>)。

近年来,日本的电子商务发展迅速,不仅成为企业之间不可或缺的交易手段,也成了个人消费者获取所需商品或服务的最便捷途径。根据日本经济产业省、日本推进电子商务协议会以及日本电信电话公司数据经营研究所联合发表的《电子商务现状以及市场规模调查》,2004年3月底结束的2003财政年度,日本企业之间的电子商务成交额达77.422万亿日元(1美元约合104日元),比上年度增长67.2%,其中90%以上为企业间的大宗交易。

韩国电子商务的基础设施被国际社会公认为世界级水平,宽带普及率也是世界上最高的。韩国的电子商务一直在高速增长:从2000年的58兆韩元(440亿美元)增加到2001年的118.9兆韩元;从2003年的235.02兆韩元,增加到2004年的314.07兆韩元。2005年第三季度实现电子商务交易额87.39兆韩元,同比增长9.9%。

4. 拉丁美洲与非洲的电子商务

在非洲,随着因特网的逐步普及,电子商务的发展也有了明显的起色。但总的发展程度仍然比较低。2004年,非洲使用因特网的人数达到2181万人,虽然这一数字比

2003 年增长了 66.6%,但因特网使用人数在总人口中的比重还仅仅为 3.1% (http://www.uneca.org/eca_resources/Conference_Reports_and_Other_Documents/disd/codi/docs/doc23EN.pdf)。

拉丁美洲电子商务发展的情况呈现出两极分化的现象。阿根廷、巴西、智利和墨西哥的因特网普及速度较快,这四个国家的因特网用户几乎占到了拉丁美洲因特网用户的 2/3 (<http://www.forrester.com/ER/Research/Brief/0,1317,13720,FF.html>)。

1.1.4 我国电子商务发展的现状

我国计算机应用已有 40 多年历史,但电子商务仅有十多年。我国的电子商务始于 1997 年中国商品订货系统与中国商品交易中心的推出,1997 年 9 月 20 日的第一封电子邮件越过长城,通向了世界,揭开了中国使用互联网的序幕。1998 年“首都电子商务工程”的开展,以及 1999 年的“8848 网上超市”的出现,标志着我国电子商务发展速度加快,中国的电子商务发展至此正式起步。

1. 政府对电子商务的重视

中共十六届三中全会明确指出“大力推进市场对内对外开放,加快要素价格市场化,发展电子商务、物流配送等现代流通方式,促进商品和各种要素在全国范围自由流动和充分竞争”,这为中国的电子商务发展指明了方向。国家“十一五”期间将着重发展信息产业等高新技术产业,通过推广信息技术应用,促进经济结构调整和增长方式转变,而企业是实现转变的主体。2005 年年初温家宝总理主持通过了《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》,并作为国务院办公厅 2005 年 2 号文正式下发,如此高规格的“待遇”彰显我国政府对电子商务发展的重视。同时,我国将进一步贯彻落实《电子签名法》,加强电子认证服务管理、信用管理、在线支付、组织机构代码管理、电子交易和个人信息保护等方面法律法规的研究。来自央行、银监会、国信办、信息产业部的领导和法律专家也指出,继《电子签名法》和《电子支付指引(征求意见稿)》后,我国还将出台关于网上支付、网上银行的相关法律文件,国家将花大力气来营造网上支付良好的法律环境,鼓励广大的支付企业放手去做。无纸贸易是电子商务的重要应用领域,根据无纸贸易的发展需求,中国政府修订了《合同法》、《海关法》、《外贸法》等法律,为无纸贸易创造了法律环境。

为了加强电子商务标准化工作,建立中国电子商务标准化体系,制定和发布多项国家标准,目前中国商务部正与国家统计局合作,积极推进电子商务统计标准的研究与制定工作。

鉴于电子商务的实践性、技术性和广泛性,中国商务部与教育部正在合作开展电子商务案例调研项目。十余所中国著名高等院校正在按地区、行业 and 不同类型开展电子商务案例调研工作,这些案例将用适当方式向社会公布,以引导社会开展电子商务,促进电子商务理论研究的深入。

为培养适应电子商务发展需要的各类人才,目前在中国的高等院校已经建立了 275 个电子商务院系或专业,这些院校正在不断加强电子商务学科的建设,完善教育培训机构,开展电子商务人才培养和理论研究。商务部已在中国国际电子商务中心建立了“中



国电子商务培训基地”,为官员、企业和机构提供电子商务和无纸贸易培训。

2. 电子商务发展的现状

我国发展电子商务的基础环境逐步完善。截止到2005年12月31日,我国的上网用户总人数为11 100万人,和上年同期相比增长了18.1%,是1997年10月第一次调查结果62万上网用户人数的179倍;上网计算机总数达到4 950万台,和上年同期相比增长了19%,是1997年10月第一次调查结果29.9万台的165.5倍;网络国际出口带宽总量达到136 106M,是1997年10月第一次调查结果25.408M的5 356.8倍。见表1-1。

表 1-1

中国网络基础发展状况

	1997.10	1999	2001	2003	2005
上网用户人数(万人)	62	890	3 370	7 950	11 100
上网计算机数(万台)	29.9	350	1 254	3 089	4 950
国际出口带宽(M)	25.408	351	7 597.5	27 216	136 106

资料来源:中国互联网络信息中心,中国互联网络发展状况统计报告(1997年10月~2006年1月)

截止到2005年12月底,我国网站总数(包括.CN、.COM、.NET、.ORG下的网站)达到694 200个,域名总数为2 592 410个,其中CN下注册的域名首次突破百万大关,达到1 096 924个,与上年同期相比,增长了153.9%,成为国内用户注册域名的首选。我国大陆的IPv4地址数达到了74 391 296个,位居世界第三(中国互联网络信息中心.2004年中国互联网络信息资源数量调查报告(2005年2月))。网上商务信息资源的不断丰富,大大促进了我国电子商务的发展。

根据赛迪顾问公司的统计,我国电子商务交易继2004年73.7%的高速增长之后,2005年逐渐步入稳定增长期,市场规模达到6 800亿元人民币,比2004年增长了41.7%。如图1-3所示。

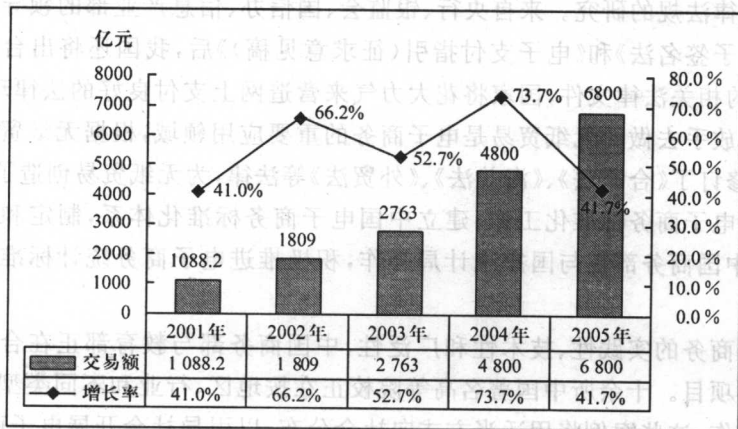


图 1-3 2001—2005 年中国电子商务市场规模

(资料来源: http://news.ccidnet.com/art/3157/20051214/393257_1.html)