



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育电子商务专业教学用书

电子商务概论

主编 李 红



 中国财政经济出版社

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育电子商务专业教学用书

电子商务概论

主编 李 红
审稿 姜旭平 梁春晓

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论/李红主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2005.7

教育部职业教育与成人教育司推荐教材. 五年制高等职业教育电子商务专业教学用书

ISBN 7-5005-8266-8

I. 电… II. 李… 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 (2005) 第 054642 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 88190655 (传真)

慧美印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 14.25 印张 338 000 字

2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月北京第 1 次印刷

定价: 19.00 元

ISBN 7-5005-8266-8/F·7228

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本教材的正版图书封底上贴有“中国财政经济出版社 教育分社”防伪标识。根据标识上提供的查询网站、查询电话和查询短信, 输入揭开防伪标识后显示的产品数字编号, 即可查询本书是否为正版图书。版权所有, 翻印必究, 欢迎读者举报。举报电话: 010-88190654。

出版说明

为了进一步贯彻落实《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》和全国职业教育工作会议的精神,适应五年制高等职业教育发展的趋势,满足各类职业技术学院专业教学的实际需要,我们组织编写了五年制高等职业教育教学用书。该系列教材涵盖了五年制高等职业教育教学中所需的公共课(包括文化基础课、思想政治课)、财务会计、市场营销、电子商务、金融与证券、国际贸易、旅游饭店与管理等专业主干课程,从2005年秋季开学起,这些教材将陆续提供给各类职业技术学院使用。

该系列教材是根据教育部提出的“以综合素质培养为基础,以能力培养为主线”为指导思想,结合五年制高等职业教育的教学培养目标而编写的,经教育部职业教育与成人教育司批准立项,并由专家审定,作为教育部职业教育与成人教育司推荐教材出版。新教材全面贯彻素质教育思想,从社会发展对高技术应用性人才的需求出发,在内容的构建上结合专业岗位(群)对职业能力的需要来确定教材的知识点、技能点和素质要求点,并注重新知识、新技术、新工艺、新方法的应用,注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试,以适应高等职业教育教学改革,满足各类高等职业技术学院教学需要。在此,我们真诚的希望各类职业技术学院在教材的使用过程中,能够总结经验,及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

2005年4月

前言

近年来，电子商务在世界各地蓬勃发展，在商务活动中发挥着越来越重要的作用。电子商务的迅猛发展正在引起商务环境的深刻变革，这种变革对社会经济生活和企业竞争力的积极影响正在逐步显露出来。它将成为本世纪重要的商贸方式和推动全球经济增长的一个重要动力，它的作用和影响将是举足轻重和深远的。

我国 Internet 的网民人数截止到 2005 年 4 月底已经突破 1 亿，列全球第二位。电子商务的应用在全球互联网泡沫破灭后仍能高速向前发展，整个电子商务环境正在逐步成熟，理性而务实的传统企业正在逐步成为电子商务的主角。未来将是一个电子商务的时代，如何面对、适应电子商务时代的到来与发展，已经是与国家、企业和个人的发展密切相关的大问题。每个企业都将面临着业务流程重组，以适应电子商务的要求；同时电子商务的发展，又要求从事商务活动的人员改变知识结构，掌握电子商务新技能。因此，了解和掌握电子商务的基本理论和技术方法已经成为社会经济发展的迫切要求。为了适应我国电子商务的快速发展以及社会各方面对复合型电子商务应用人才的需求，满足高等职业院校培养电子商务复合型应用人才的需要，在教育部职业教育与成人教育司的指导下，我们组织全国部分高校及高职院校电子商务专业教师编写了这本《电子商务概论》教材。

本书是为高职高专院校电子商务专业及相关专业学生学习电子商务知识而编写的教材。全书内容理论跨度较大，不仅涉及计算机技术、网络通信技术和信息安全技术等知识，还涉及经济学、管理学、市场营销学、国际贸易以及法

律等领域的知识。因此,这是一本学科综合、文理渗透、理论与实践应用相结合的教材,可以作为电子商务专业以及经济管理、国际商务、财务管理、物流管理、工商管理、计算机应用技术等专业的教材,也可作为从事实际工作的管理人员、商务人员、技术人员自学参考书。

本书在编写过程中,注重科学性、先进性,力求体现实用性和针对性,不但注重学生对理论知识的掌握,而且注重学生应用能力的培养。为此,本书在每章的开始都列出了该章的学习目标,指出该章的主要学习内容以及应掌握的知识点;同时每章后面都配以相应的实例与案例分析、学习提示、能力测评指标、思考问题、练习题、推荐研究网站以及上机与上网试验题目。“实例与案例分析”为学习者提供了真实的电子商务应用实例,有助于学习者从实际应用的角度出发,去联系所学理论,掌握所学内容;“学习提示”列出了每章的具体内容与特点,帮助学习者掌握学习重点以及学习方法;“能力测评指标”给出了检验学习效果的一种参照,便于学习者以此检验和判断自己的学习是否达到了要求;从而抓住学习的重点;“练习题”有助于学习者加深对内容的理解、掌握并巩固概念;“推荐研究网站”有助于教学者和学习者对相关内容的了解、体会与掌握,提高学习者从网上获取知识的能力;“上机与上网试验题目”为学习者提供了将理论与实践结合的具体上机操作途径,巩固所学内容,加强对学生应用能力的培养。

本书的教学包括上机实践拟采用72个课时,其中应重点讲授第1~6章的内容,第7~9章的内容教师可有针对性地选择某些内容进行讲授。

本书共分9章:第1章介绍了电子商务的基本概念、传统商务和电子商务共同点与区别、电子商务的发展历程、电子商务体系构成、电子商务特性与功能、电子商务流程以及电子商务的种类;第2章介绍了电子商务中所涉及的基础技术知识,主要包括计算机网络的基本概念、网络体系结构和网络协议、Internet技术基础、网络标记语言、Web技术、数据库技术以及电子商务系统基础技术;第3章介绍了电子商务的安全问题、电子商务安全要素、电子商务安全技术及安全协议;第4章介绍了电子商务支付系统及电子商务支付工具以及网上银行的服务;第5章介绍了网络营销基础知识,主要包括网络营销的概念及主要内

容、网络营销的手段——网上市场调查、网络广告、网站推广及邮件列表的基础知识；第6章介绍了物流的概念、电子商务物流、电子商务物流的基本技术以及新型电子商务物流模式；第7章介绍了移动电子商务的基本知识，主要包括移动电子商务的关键技术、移动电子商务的应用、移动电子商务的发展以及移动电子商务应用实例；第8章介绍了电子商务中所涉及的法律问题；第9章介绍了全球电子商务发展的现状、中国电子商务发展的状况、问题及对策。

本书由李红任主编，并负责体系设计、统编、修改及总纂定稿，其中第1、2、3、4、5、6章由李红编写，第7、8章由温静编写，第9章由田苗编写。由于作者水平有限，书中的不足及错误之处，敬请读者批评指正。

本书的编写得益于国内外相关的参考资料。在此，谨向书中参考文献列出的作者及参考网站表示感谢！

作 者

2005年5月

目 录

第1章 电子商务概述 (1)

- 1.1 传统商务 (1)
- 1.2 电子商务 (3)
- 1.3 电子商务的发展历程 (7)
- 1.4 电子商务体系构成 (9)
- 1.5 电子商务特性与功能 (12)
- 1.6 电子商务流程 (20)
- 1.7 电子商务的种类 (22)
- 1.8 电子商务应用实例 (25)

第2章 电子商务基础技术 (33)

- 2.1 计算机网络的基本概念 (33)
- 2.2 网络体系结构和网络协议 (34)
- 2.3 Internet 技术基础 (38)
- 2.4 网络标记语言 (47)
- 2.5 Web 技术 (50)
- 2.6 数据库技术 (54)
- 2.7 构建电子商务网站 (56)
- 2.8 电子商务系统实例 (60)

第3章 电子商务的安全 (67)

- 3.1 电子商务安全概述 (67)
- 3.2 电子商务安全技术 (69)
- 3.3 安全协议 (84)
- 3.4 电子商务安全应用实例 (86)

第4章 电子商务支付 (90)

4.1 电子商务支付概述	(90)
4.2 电子商务支付系统	(93)
4.3 电子支付工具	(94)
4.4 电子支付应用	(102)
4.5 网上银行	(107)
4.6 电子支付应用实例	(109)
第5章 网络营销基础知识	(117)
5.1 网络营销概述	(117)
5.2 网络营销的手段	(121)
5.3 网络营销实例——Dell 公司的网上直销模式	(135)
第6章 电子商务物流	(140)
6.1 电子商务物流概述	(140)
6.2 电子商务物流基本技术	(145)
6.3 新型电子商务物流模式	(154)
6.4 电子商务物流案例——沃尔玛物流配送中心	(159)
第7章 移动电子商务	(164)
7.1 移动电子商务概述	(165)
7.2 移动电子商务的关键技术	(167)
7.3 移动电子商务的应用	(177)
7.4 移动电子商务的发展	(179)
7.5 移动电子商务应用实例	(184)
第8章 电子商务与法律	(187)
8.1 电子商务的法律环境	(187)
8.2 电子商务的法律建设	(191)
8.3 电子商务立法现状	(194)
8.4 案例分析	(197)
第9章 电子商务发展状况	(200)
9.1 全球电子商务的发展状况	(200)
9.2 我国电子商务的发展	(205)
关键术语索引	(212)
参考文献及参考网站	(216)

第1章

电子商务概述

学习目标

- 电子商务与传统商务的区别
- 电子商务中的角色
- 电子商务的发展历程
- 电子商务的体系构成
- 电子商务的特性与功能
- 电子商务的流程与种类

1.1

传统商务

当我们的祖先开始将他们的日常活动进行分工之时，商务活动的萌芽便产生了，那还是一个没有历史记载的年代。此后，每个家庭不再为了自足而一边种植作物，一边打猎和生产工具，而是，某个家庭仅从事某一个领域的活动，然后通过交换来获取其他方面的需要。例如，制造工具的家庭可以用自己的产品向那些种植作物的家庭换得谷物。在这些原始的经济活动中，服务也开始成为买卖的对象。例如，部落的巫师可能靠施法来换取食物和工具。最终，随着牲畜和金属货币作为通货的地位被大家普遍认可，交易的结算也变得更为简单。

1.1.1 传统商务概要

商务活动，或者说经商，是指至少有两方参与的有价物品或服务的协商交换过程，包括

买卖各方为完成交易所进行的各种活动。

传统商务是包括商品的生产、流通、结算所进行的全部活动的总称。可以说,人类社会中人与人的基本关系之一就是商务关系。人们正是通过各种商务活动把社会经济各部门联系起来,把不同的人群联系起来,形成了人类整体互相依赖、互相支持的关系。

1.1.2 传统商务的过程

一般来说,商务活动至少包括两个过程,即买方和卖方为完成交易所进行的买卖活动。就买方而言,其业务活动包括以下几个方面。

① 确定需求。这种需求可能只是一个简单的需求,也可能是非常复杂的需求。例如,一个人因为口渴想买一瓶矿泉水,某学校决定要建立校园网。对前者来说,确定需求非常简单,实现需求只需去一下商店就可以解决了。但对后者来说,就需要涉及学校的方方面面,要根据学校的实际情况确定和实现这个需求。

② 寻找满足需求的产品或服务。一旦买方确定了他们的需求,就要寻找能够满足这些需求的产品或服务。在传统商务中,买方寻找产品或服务的方法很多,如请教朋友、参考产品目录等。

③ 选择卖主。买方选择了满足需求的产品或服务之后,就要选择一个可以提供这种产品或服务的卖主。在传统商务中,买方可以通过各种途径与卖主进行接触,包括电话、邮件等。

④ 谈判。一旦买方选择了一个卖主,双方就可以开始谈判了。谈判的内容包括交易的很多内容,如产品价格、质量保证、付款条件、交货日期、运输方法等。在现实中可能是买方选择多个卖主进行谈判。

⑤ 进行交易。很多交易都有一个反复的过程。例如,买主所得到的产品可能会有一系列问题,需要与卖主不断进行协商等。

⑥ 要求售后服务。买卖完成后,买方可能还要就产品质量担保、产品更新和日常维护等问题和卖方进行接触。

对于上述买方所完成的每一项业务活动,卖方都有一个相应的业务活动与之对应。

① 市场调查。卖方首先要进行市场调查来确定潜在顾客的需要。市场调查的方法有:问卷调查,推销员与顾客交谈,主题小组讨论或聘请企业外部的咨询人员等。

② 产品开发。确定了市场的需要后,卖主就要着手开发出能够满足市场需要的产品和服务。这一过程包括新产品的设计、测试和生产等。

③ 广告和促销。新产品开发完成后,卖方就要让潜在顾客知道这种新的产品或服务已经存在。为此,需要做各种广告和进行各种促销活动,同顾客及潜在顾客沟通关于新的产品或服务的信息。

④ 谈判。一旦顾客对卖方的促销活动有了回应,双方就开始对交易的条件进行谈判。

⑤ 进行交易。一切条件成熟后,双方开始交易活动。

⑥ 提供售后服务。

综上所述,传统商务中涉及买方和卖方的业务活动如图 1-1 所示。

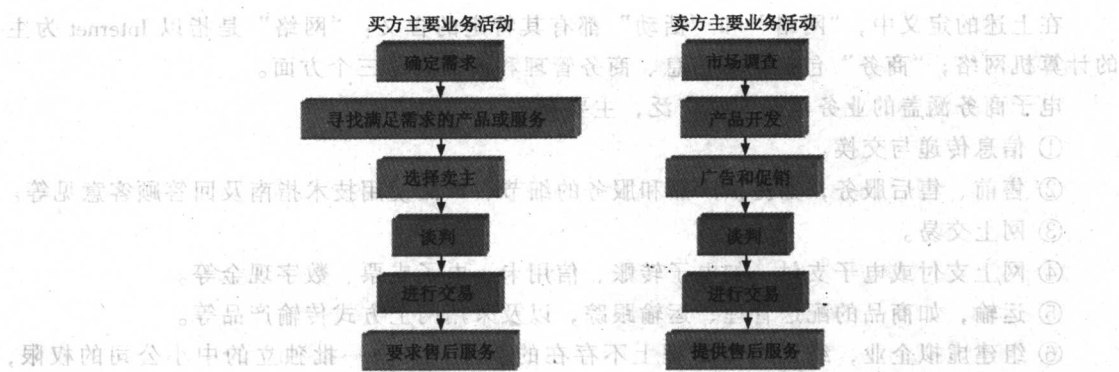


图 1-1 传统商务中买卖双方的主要业务活动

1.1.3 传统商务的历史和发展

传统商务起源于史前。当我们的祖先开始对日常活动进行分工时，商务活动就开始了。这时，每个生产单元（那个时候一般是家庭）不再像以前那样自己生产各种生活必需品了，而是专心于某一种或几种生产活动，然后用自己的产品去换取自身所需要的实物。例如，制造工具的生产单元可以与种植谷物的生产单元互换产品。最原始的时候，人们只是进行物物交换。后来，由于交易的频繁发生，就产生了货币，这样交易活动变得更容易了。

从某种意义上说，货币的出现促进了交易的发展，使得传统商务的活动、手段得到了很大的发展。近百年来，随着科技的发展，商务活动的手段也在不断发生着变化。早在 1839 年，当电报出现时，人们就开始进行运用电子手段进行商务活动的讨论。后来，电话、电传、传真相继出现，商务活动的方式开始以语音、文字、图像的方式进行，新的商务活动手段出现了。

最近几十年，全球的经济与科技发展异常迅猛，特别是以计算机网络为基础的信息革命浪潮的兴起，带动了商务活动的拓展和变革，传统的商务活动呈现出了一些新的趋势和发展前景，电子商务正是在这样的情况下产生的。

1.2

电子商务

1.2.1 什么是电子商务

电子商务正在以极快的速度发展着，并逐渐进入人们的日常生活。了解电子商务，认识电子商务，应用电子商务，已经成为现代社会的人们必须面对的课题。

1. 电子商务的基本概念

电子商务是指交易者之间依托计算机网络，按照一定的规则或标准进行各种商务活动。“电子商务”一词源于英文“Electronic Commerce”、“Electronic Business”。

在上述的定义中,“网络”和“活动”都有其特定的含义:“网络”是指以 Internet 为主的计算机网络;“商务”包括商务信息、商务管理和商品交易三个方面。

电子商务涵盖的业务范围非常广泛,主要有:

- ① 信息传递与交换。
- ② 售前、售后服务,如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南及回答顾客意见等。
- ③ 网上交易。
- ④ 网上支付或电子支付,如电子转账、信用卡、电子支票、数字现金等。
- ⑤ 运输,如商品的配送管理、运输跟踪,以及采用网上方式传输产品等。
- ⑥ 组建虚拟企业,组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立的中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务,并实现企业间资源共享等。

电子商务是“网络”技术与“商务”活动有机结合的整体,“网络”与“商务”是电子商务的两个不可偏废、不可分离的组成部分,缺乏网络技术的商务活动和脱离商务活动的网络应用,都不能称为电子商务。

2. 广义和狭义电子商务

由于电子商务中的“电子”一词可以宽泛到包括 Internet、其他计算机网络和电子收银机等所有电子工具和电子技术,而“商务”一词可以涵盖商务信息、商务管理和商品交易在内的所有商务活动,加上电子商务本身尚在发展之中,包括电子商务定义在内的很多方面还没有完全定型,所以在不同的书籍和文章中,对电子商务的定义也有“广义”和“狭义”之分。

狭义的电子商务定义仅指运用 Internet 进行商品交易。

广义的电子商务定义则将运用一切电子工具和电子技术进行所有与商务有关的活动,如商务信息、商务管理和商品交易,都称为电子商务。

从电子商务应用的需要出发,将电子商务中的“商务”仅仅局限于“交易”而不考虑“信息”和“管理”是不实际的,而将电子商务中的“电子”无限扩大到所有电子工具和电子技术则有范围太宽之嫌,难以突出电子商务本身的特性。因此,本书采用的电子商务的定义为:将“电子”的含义限定为以 Internet 为主的计算机网络,将“商务”的含义规定为包括商务信息、商务管理和商品交易在内的全部商务活动。

1.2.2 传统商务和电子商务

比较一下传统商务和电子商务的异同,我们会发现,它们既有联系又有区别。

1. 传统商务和电子商务的共同点

(1) 电子商务和传统商务的本质相同

无论电子商务还是传统商务,其进行的任何一笔交易都包含着几种基本的“流”,即信息流、资金流和物流。

(2) 两者都需要自己的活动空间

这个空间主要包括 3 个方面:

- ① 交易的场所。
- ② 交易的区域。
- ③ 交易的主体——卖主和买主

(3) 两者都以货币为媒介,按市场要求进行商品资源配置

无论电子商务还是传统商务,都是以货币作为媒介进行商品资源的配置的。

(4) 都是一种严肃的社会行为

为了从法律上保证购销双方的权益,在进行电子商务活动时,双方必须以真实的身份进入市场,提供真实的资料和产品;并且,参与电子商务活动的双方在对方没有授权可公开资料的情况下,有义务为对方的产品保密。目前,我国正在加紧《电子商务法》的立法工作,这无疑将会促进我国电子商务的健康发展。

(5) 物流作业流程相同

电子商务的物流作业流程同传统商务的一样,其目的都是要将用户所订的货物送到用户手中。基本的业务流程一般如下:进货、进货检验、分拣、存储、拣选、包装、分类、组配、装车及送货等。

2. 传统商务与电子商务的区别

传统商务与电子商务的区别有以下几方面:

(1) 运作过程不同

传统商务的交易过程中的实务操作由以下4个环节组成:交易前的准备、交易协商、合同与执行、支付与清算等。

① 交易前的准备:就是交易双方如何做宣传或者获取有效的商品或服务信息的过程。

② 交易协商过程:指在商品的交易双方都了解了有关产品或服务的供需信息后,开始进入具体的交易协商过程。交易协商实际上是交易双方进行口头协商或书面单据传递的过程,书面单据包括询价单、订购合同、发货单、运输单、发票、验收单等。

③ 合同与执行过程:在传统商务活动中,交易协商过程经常是通过口头协议来完成的,但在协商后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,来确定磋商的结果和监督执行,并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行仲裁。

④ 支付过程:传统的商务活动的支付一般有支票和现金两种方式,支票方式多用于企业的交易过程。

电子商务的运作过程虽然也有交易前的准备、交易的协商、合同的签订与执行及资金的支付等环节,但是交易具体使用的运作方法是完全不同的。

① 交易前的准备:交易的供需信息一般都是通过网络来获取的,这样双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。

② 交易的协商:电子商务中,交易双方的协商过程将书面单据变成了电子单据,并且实现在网络上的传递。

③ 合同的签定与执行:电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统的功能保证了交易双方所有的交易协商文件的正确性和可靠性,并且在第三方授权的情况下具有法律效应,可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

④ 资金的支付:电子商务中交易的资金支付一般采取网上支付的方式。

(2) 商务的中心不同

传统商务中制造商是商务的中心,而在电子商务环境下销售商则是商务的主体。传统商务中,制造商负责组织市场的调研、新产品的开发和研制,最后也是由制造商负责组织产品的销售。所以,可以说,一切活动都是离不开制造商的。但是在电子商务环境下,这些则是

由销售商配合负责销售环节（包括产品网站建立与管理、网页内容设计与更新、网上销售的所有业务及售后服务的设计、组织与管理等），制造商不再起主导作用。

（3）商品流转的机制不同

传统商务中的商品是一种“间接”的流转机制，制造企业所生产出来的商品大部分都要经过一系列的中间商，才能到达最终用户手中。这种流转机制无形中给商品流通增加了许多无谓的环节，也增加了相应的流通、运输、存储费用，加上各个中间商都要获取自己的利润，这样就造成商品的出厂价与零售价有很大的差价。对此，一些制造企业采取了直销方法，即把商品直接送到商场上柜销售。这种流转方式使商品的价格得到了下降，深受消费者的欢迎。但是，这种方式并不能给生产企业带来更大的利润，因为直销方式要求制造厂商有许多销售人员经常奔波在各个市场之间。

电子商务的出现使得每一种商品都能够建立最直接的流转渠道。制造企业可把商品直接送到用户那里，还能从用户那里得到最有价值的需求信息，实现无阻碍的信息交流。

（4）涉及的地域范围和商品范围不同

传统商务所涉及的地域范围和商品范围是有限的，而随着 Internet 的推广与普及，特别是各类专业网站的出现，电子商务所涉及的地理范围和时间则是无限的，甚至是超越时空的。

3. 传统商务与电子商务之间的关系

综上所述，传统商务与电子商务之间既有共同点也有不同之处，两者之间的关系主要表现在以下几个方面：

① 电子商务的物流系统可以建立在传统商务的物流系统的基础上，这样可以更充分地发挥物流资源的利用率。

② 电子商务环境下的客户可能就是传统商务中的客户群，从某种意义上说，电子商务是传统商务的发展。

③ 电子商务的许多活动可以沿袭传统商务中的活动方式进行操作，并对它们加以改进延伸，使之能够适应新的商务条件。

④ 传统商务的已有销售渠道、信息网络等也可为电子商务所用。

1.2.3 电子商务中的角色

电子商务的主要角色有买方、卖方、支付中心、认证中心、物流中心等。

1. 买方（消费者）

这里的买方，可以是企业也可以是个人，只要通过电子商务购买商品（包括有形商品、无形商品和服务）就是电子商务中的买方。

2. 卖方（商家）

与买方类似，这里的卖方可以是企业，也可以是个人，只要通过电子商务出售商品（包括有形商品、无形商品和服务）就是电子商务中的卖方。

3. 支付中心

支付中心的功能是为电子商务中的买方、卖方等角色提供资金支付方面的服务。此角色一般由网上银行承担。网上银行包括完全在网上运作的网上银行，也包括提供网上银行服务的传统银行。支付中心应该做到：提供网上支付服务、发放电子钱包、允许自行查询和管理

账户、提供全天候 24 小时服务、保证支付安全等。

4. 认证中心

认证中心 (Certificate Authority, 简称 CA) 是一些不直接从电子商务交易中获利的受法律承认的权威机构, 它们负责发放和管理电子证书, 使网上交易的各方能够相互确认身份。

5. 物流中心

物流中心主要接受卖方的送货请求, 将买方无法从网上直接得到的有形商品送达买方, 并跟踪商品流向动态。

1.3

电子商务的发展历程

1.3.1 电子商务产生的基础

1. 电子商务产生的原因

在任何商务活动中, 买卖双方所交换的是他们的需求, 在商务活动的发生过程中必然包含物流、资金流和信息流, 这是人类商务活动所共同遵循的。

在人类社会的商务活动中, 自始至终存在的是物流。资金流是随着货币的产生才出现的。后来随着社会分工的日益细化和商务信息的发展, 专门为货币做中介服务的机构产生了, 如银行。随着货币中介服务业的产生, 物流和资金流开始分离, 产生了多种交易付款方式: 交易前的预付款, 信用证担保付款, 交易中的托收、支票、汇票, 交易后付款 (如分期付款、延期付款) 等。正是随着商品所有权的转换和物流的分离, 信息流开始出现, 并且起到了十分重要的作用。

物流与资金流的分离, 使得人类的交易活动呈现出丰富而复杂的特性, 给人们提供了方便, 但是也出现了新的商业风险, 如对方的商品质量、价格、支付能力、支付信誉等。要规避这种风险就得依靠获取尽可能多的信息, 只有多掌握信息, 才能减少不确定因素并监督控制交易过程。正是在这种背景下, 信息作为规避风险的有效手段越来越为人们所重视。

电子商务的出现激发了社会经济的革命, 商务活动中电子手段的引入导致了新的经济模式的产生, 并且导致了行业的重组。有的行业开始兴起, 有的行业开始没落; 有的商业形式开始产生, 有的商业形式开始消失。电子商务的一个重要特点就是信息流处于极为重要的地位, 它站在更高的角度对商品流通的全过程进行控制。

2. 电子商务产生的条件

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代, 发展于 20 世纪 90 年代, 其发展有如下主要条件。

(1) 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, 应用越来越广泛, 这为电子商务的应用提供了基础。

(2) 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,全球上网用户数量呈几何级数增长趋势,并且其具有快捷、安全、低成本的特点,为电子商务的发展提供了应用条件。

(3) 信用卡的普及

信用卡以其方便、快捷、安全等优点已逐渐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,同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

(4) 电子安全交易协议的制定

1997 年 5 月 31 日,由美国 VISA 和 Mastercard 国际组织等联合制定了 SET (Secure Electronic Transfer, 安全电子交易) 协议,该协议得到了大多数厂商的认可和支持,因此为开发基于互联网的电子商务提供了一个关键的安全环境。

(5) 政府的支持与推动

自 1997 年欧盟发布欧洲电子商务协议,以及随后美国发布“全球电子商务纲要”后,电子商务受到了世界各国政府的重视,许多国家的政府开始尝试“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有利的支持。

1.3.2 电子商务的发展历程

电子商务是一个新名词,但并非新的事物。从更广泛的意义上讲,自从有了电子通信手段就有了电子商务活动。早在 1839 年电报刚出现的时候,人们就开始运用电子手段进行商务活动的实践,而在西方发达国家广泛流行了几十年的电话购物和信用卡支付等商务活动也都属于电子商务的初级表现形式。

真正意义上的电子商务研究和应用经历了两个重要的发展阶段,即开始于 20 世纪 70 年代末期的基于电子数据交换 (Electronic Data Interchange, 简称 EDI) 的电子商务和开始于 90 年代初期的基于 Internet 的电子商务。

1. 基于 EDI 的电子商务

早在 20 世纪 60 年代,人们就已经在使用电报报文发送商务文件;20 世纪 70 年代,又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报,但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计算机信息管理系统中,数据的重复录入量较大;20 世纪 70 年代末,EDI 技术和银行间的电子资金转账 (Electronic Fund Transfer, 简称 EFT) 技术开始在企业间得到应用,电子商务应用系统的雏形出现了。

有关 EDI 的最初想法来自美国运输业,原因是运输业流通量大,货物和单证的交接次数多,而单证的交接速度常常赶不上货物的运输速度。当时的贸易商们在使用计算机处理各类商务文件的时候还发现,由人工输入到一台计算机中的数据 70% 是来源于另一台计算机输出的文件,过多的人为因素也影响了数据的准确性和工作效率的提高,这就促成了 1975 年第一个 EDI 标准的发表。应用 EDI 可以使交易双方将交易过程中产生的各种单据以规定的标准格式在双方的计算机系统上进行端对端的数据传送和自动处理,减少了文字工作并提高了自动化水平,从而使企业实现“无纸贸易”,简化了业务流程,减少了由于人工操作失误带来的损失,大大提高了工作效率,降低了交易成本,加强了贸易伙伴之间的合作关系。因此,实用的 EDI 电子商务在 20 世纪 80 年代得到了较快的发展,在国际贸易、金融、海关业务、航空公司、连锁店及制造业等领域得到了大量的应用。而 EFT 最早是由美国加利福尼亚