

电子商务教程

■ 主编◎韦传亮 副主编◎周新超 甘志兰



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

电子商务教程

主 编 韦传亮
副主编 周新超 甘志兰
参 编 江 文 何海波 梁海跃
主 审 黄永宁

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务教程/韦传亮主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2007

ISBN 978-7-81078-953-0

I. 电… II. 韦… III. 电子商务—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 139967 号

© 2007 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电子商务教程

韦传亮 主编

责任编辑: 李文娟 王 宁

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 17.25 印张 398 千字

2007 年 9 月北京第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81078-953-0

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 28.00 元

前 言

随着信息与知识经济时代的到来,互联网日益成为人们从事商业贸易、生产经营、事务处理等工作的重要工具和媒介,基于互联网的电子商务正逐渐成为互联网发展的重要内容,电子商务将主导 21 世纪的国际经济。

近年来,电子商务正以惊人的速度发展。主要表现为:美国作为电子商务的发源地,美国政府把推行电子商务作为它的一项经济发展战略任务。许多国家的政府都认为电子商务的发展是 21 世纪世界经济发展的一个重要推动力,甚至可以与 200 年前的工业革命相比。2005 年 1 月 8 日《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》正式公布,其中指出电子商务是国民经济和社会信息化的重要组成部分,发展电子商务是以信息化带动工业化,转变经济增长方式,提高国民经济运行质量和效率,走新型工业化道路的重大举措,对实现全面建设小康社会的宏伟目标具有十分重要的意义;同时还提出了加快电子商务发展的指导思想和基本原则,以及一系列促进电子商务发展的具体措施。中国电子商务的发展经历了早期的迅速成长到低迷的过程,现阶段已从复苏转向务实发展。随着国内物流、支付、信用体系的逐步建立和完善,信息基础设施的发展,电子商务发展的环境逐渐成熟,各类厂商将迎来新的发展机遇和挑战。电子商务将成为中国互联网发展的下一个热点和盈利点。融合信息技术和商务管理的知识与技能的复合性人才需求量日益增加。为高职高专院校提供一本简明易懂、便于实训的电子商务专业用书,是本书编者的出发点和美好愿望。

本书在内容上力求体现“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的指导思想,融合“校企合作、工学交替”的教学模式,突出高职高专的教育特色。全书共八章,分别介绍了最新的电子商务概述、电子商务的实现技术、电子商务的应用、电子支付与安全防范、网络营销、电子商务物流配送、电子商务网站的建立与管理、电子商务法律与法规等基本知识和技能。本书各章均采用导入案例,强化商务流程的顺畅,注重技能的运用,以引起学生的学习兴趣与思考,各章末附有选择题、判断题、实训题、案例分析,以便于学生学习。

本书由具有多年电子商务专业教学经验和一定企业实践经验的教师编写。由清华同方股份有限公司高级工程师黄永宁先生主审。在编写过程中,编者参考了大量的同类教材和有关论著以及从事电子商务流程的企业实践,得到了许多兄弟院校和企业的大力支持

持，在此一并致以诚挚的谢意。

本书为高职高专电子商务的专业教材，也可以提供给管理类、营销类、计算机信息类各专业的学生作为参考教材，还可作为电子商务相关从业人员和爱好者的参考用书。

由于编者的水平有限，加之信息技术和商务管理在不断发展，书中难免存在不完善之处，恳请读者批评指正。

编 者

2007 年 6 月

目 录

第 1 章 电子商务概述	(1)
1.1 电子商务的涵义及分类	(1)
1.2 电子商务发展的基本环境	(13)
1.3 电子商务的基本业务流程	(18)
1.4 电子商务的发展现状与趋势	(23)
1.5 复习思考题	(30)
第 2 章 电子商务的实现技术	(33)
2.1 网络技术	(33)
2.2 互联网技术	(38)
2.3 数据库技术	(53)
2.4 EDI 技术	(57)
2.5 复习思考题	(66)
第 3 章 电子商务的应用	(71)
3.1 电子商务应用领域	(72)
3.2 电子商务应用模式	(101)
3.3 复习思考题	(106)
第 4 章 电子支付与安全防范	(109)
4.1 电子支付	(110)
4.2 电子支付安全防范	(121)
4.3 复习思考题	(144)
第 5 章 网络营销	(149)
5.1 网络营销概述	(151)
5.2 网络营销的目标市场	(154)
5.3 网络营销策略	(157)
5.4 网络营销手段	(166)
5.5 复习思考题	(177)

第6章 电子商务物流配送	(179)
6.1 物流概述	(179)
6.2 企业物流	(191)
6.3 第三方物流	(195)
6.4 物流管理	(199)
6.5 复习思考题	(213)
第7章 电子商务网站的建立与管理	(215)
7.1 电子商务网站的技术要求	(215)
7.2 电子商务网站的建立	(221)
7.3 电子商务网站的管理	(234)
7.4 复习思考题	(244)
第8章 电子商务法律与法规	(252)
8.1 电子商务法的含义	(252)
8.2 全球电子商务立法概况及其特点	(259)
8.3 国内电子商务法概况	(261)
8.4 复习思考题	(264)
参考文献	(266)

电子商务概述

〔**教学目的与要求**〕掌握电子商务的涵义，理解电子商务的活动，弄清电子商务的分类，了解电子商务的发展环境，掌握电子商务的业务流程。

〔**重点与难点**〕电子商务的涵义、电子商务的分类、电子商务的业务流程。

〔**问题导入**〕梦达公司是提供商务旅行服务的传统公司，由于业务需要，公司拟建设电子商务网站，通过互联网向全国提供订房、订票等旅行综合服务。由于梦达公司 CEO 是一个年纪比较大的人，对电子商务的了解不多，在公司进行电子商务业务决策前，梦达公司 CEO 面临着一些问题。

问题：

1. 什么是电子商务？
2. 电子商务有哪些类型？
3. 电子商务由哪些项目组成？
4. 电子商务的盈利方式有哪些？
5. 电子商务能达到什么目标？

1.1 电子商务的涵义及分类

1.1.1 电子商务的产生

1.1.1.1 电子商务产生和发展的条件

自 20 世纪 60 年代起，人们就开始了用电报报文发送商务文件的工作；20 世纪 70 年代，人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报。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 (Electronic Data Interchange, 电子数据交换) 作为企业间电子商务的应用技术，这也就是电子商务的雏形。EDI 在 20 世纪 60 年代末期产生于美国，当时的贸易商们在使用计

计算机处理各类商务文件的时候发现,由人工输入到一台计算机中的数据中有 70% 是来源于另一台计算机输出的文件,由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换,EDI 应运而生。EDI 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此,人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。

从技术上讲,EDI 包括硬件与软件两大部分。硬件主要是计算机网络,软件包括计算机软件和 EDI 标准。

从硬件方面讲,20 世纪 90 年代之前的大多数 EDI 都不通过 Internet,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现,这类专用的网络被称为 VAN (Value-Added Network, 增值网),这样做的目的主要是考虑到安全问题。但随着 Internet 安全性的日益提高,作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,其已表现出替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势,因此有人把通过 Internet 实现的 EDI 直接叫做 Internet EDI。如图 1-1 所示。

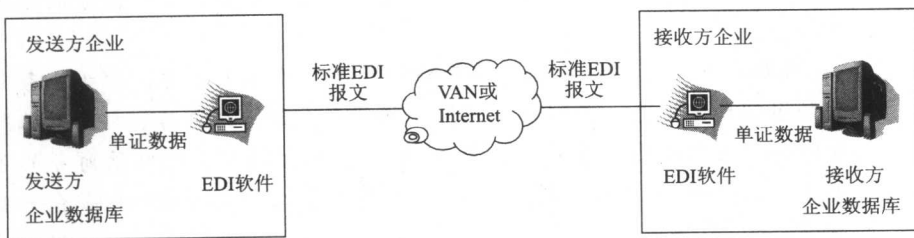


图 1-1 使用 EDI 时的贸易单证处理

从软件方面看,EDI 所需要的软件主要是将用户数据库系统中的信息,翻译成 EDI 的标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的,因此,当需要发送 EDI 文件时,从企业专有数据库中提取的信息,必须把它翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输,这时就需要相关的 EDI 软件来帮忙了。

电子商务产生和发展的重要条件主要是:

其一,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。

其二,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。

其三,信用卡的普及应用。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性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条件。

其四,电子安全交易协议的制定。1997 年 5 月 31 日,由美国 VISA 和 Mastercard 国际组织等联合指定的 SET (Secure Electronic Transfer Protocol, 电子安全交易协议) 出台,该协议得到大多数厂商的认可和支

要的安全环境。

其五,政府的支持与推动。自1997年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布了“全球电子商务纲要”以后,电子商务受到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。

1.1.1.2 基于国际互联网电子商务的快速发展

由于使用VAN的费用很高,仅大型企业才会使用,因此限制了基于EDI的电子商务应用范围的扩大。20世纪90年代中期后,国际互联网迅速走向普及化,逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,其功能也已从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。从1991年起,一直排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入到这个王国,因而使电子商务成为互联网应用的最大热点。以直接面对消费者的网络直销模式而闻名的美国戴尔(Dell)公司为例,1998年5月的在线销售额高达500万美元。另一个网络新贵亚马逊(Amazon.com)网上书店的营业收入从1996年的1580万美元猛增到1998年的4亿美元。1997年开办的eBay公司是互联网上最大的个人对个人的拍卖网站,这个网上跳蚤市场1998年第一季度的销售额就达1亿美元。像这样的营业性网站已从1995年的2000个急升为2006年的190多万个。

1.1.1.3 电子商务对企业具有强大的吸引力

互联网已成为全球最大的互联网络,已经覆盖150多个国家和地区;根据联合国贸易和发展会议《2006年信息经济报告》,2000年到2005年,全球互联网和电子商务保持了较快的发展速度。截止到2005年底,全世界的上网用户总人数超过10亿人,与2004年同期相比增长19.5%。如此庞大的使用群体为电子商务发展奠定了基础。

据CNNIC 2006年6月30日发布的统计报告显示,我国互联网用户数已居世界首位,网民总人数超过1.2亿人;上网计算机总数约为5450万台;域名总数约为300万个,网站总数约为80万个;国际出口带宽总量为21兆万,连接的国家有美国、俄罗斯、法国、英国、德国、日本、韩国、新加坡等;我国IP地址数超过1亿个(包含中国港、澳、台地区)。

为什么基于互联网的电子商务对企业具有如此大的吸引力呢?这是因为它比基于EDI的电子商务具有以下一些明显的优势:

(1) 费用低廉

由于互联网是国际的开放性网络,使用费用很低,一般来说,其费用不到VAN的1/4,这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣。

(2) 覆盖面广

互联网几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

(3) 功能更全面

互联网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

(4) 使用更灵活

基于互联网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,任何商业文件或单证可

以直接通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行翻译,任何人都能看懂或直接使用。

1.1.2 电子商务的涵义、组成和分类

1.1.2.1 电子商务的涵义

随着互联网技术的飞速发展,它的虚拟商业行为改变着我们的交易方式和经济活动。网络改变了竞争,也改变了企业的经营模式和管理理念。我国的企业在中国加入WTO后面临新的市场竞争规则的挑战,要及时赶上潮流,必须运用电子商务这一竞争新利器来提升自己的竞争优势。基于互联网的电子商务是使用电子科技的方式来实现商业目标的方法,它包括信息交换、电子货币传送、网上信息存取、网络服务器存取技术与设计、信息分级服务、信息目录存取、网上购物及电视与网络的互动技术等。那么,如何定义电子商务呢?

电子商务(E-commerce),仅从英文来看,E是Electronic,是“电子的、电子操纵的、利用电子的”,commerce是“商业、贸易、商务”。Electronic-commerce其内容包含两个方面,一是电子方式,二是商贸活动。将两者合到一起就得到了电子商务的概念:电子商务是指利用计算机通信网络来解决商业交易及交易前后的问题,以降低产、供、销成本,开拓新的市场,创造新的商机,从而增加企业利润的所有商业活动。

就因特网的发展而言,电子商务有广义和狭义之分,狭义的电子商务(E-commerce, E-trade)是利用先进的网络技术在网上进行交易的活动,也叫电子贸易,如图1-2、图1-3所示。电子商务的实质应该是一套完整的网络商务经营及管理信息系统。再具体一点,它是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,通过一定的协议连接起来的电子网络环境进行各种各样商务活动的方式。因此,广义的电子商务(E-business)是指包括电子交易在内的利用互联网网络所进行的商务活动和业务管理信息系统的总称(如图1-4所示),即在网上将信息流、物质流和货币流完整地实现相互流通交换,它的功能是全方位的,它涉及到社会经济生活的各个层面,并构成了一个广大的交流和交易的系统。

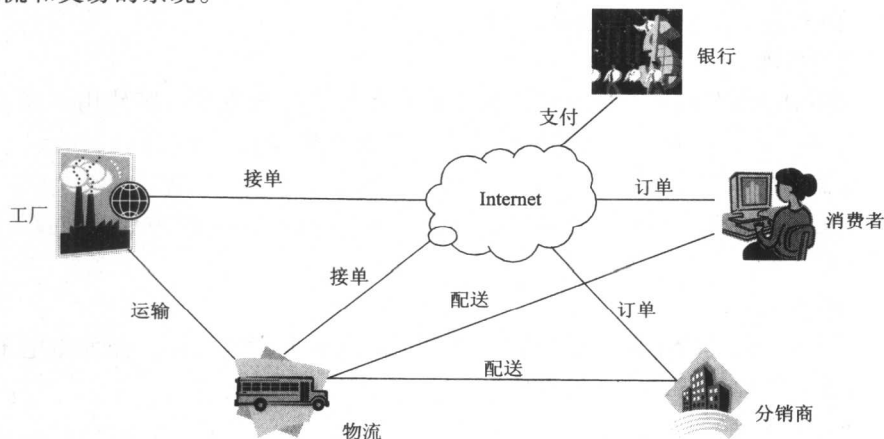


图 1-2 电子商务的简单模型

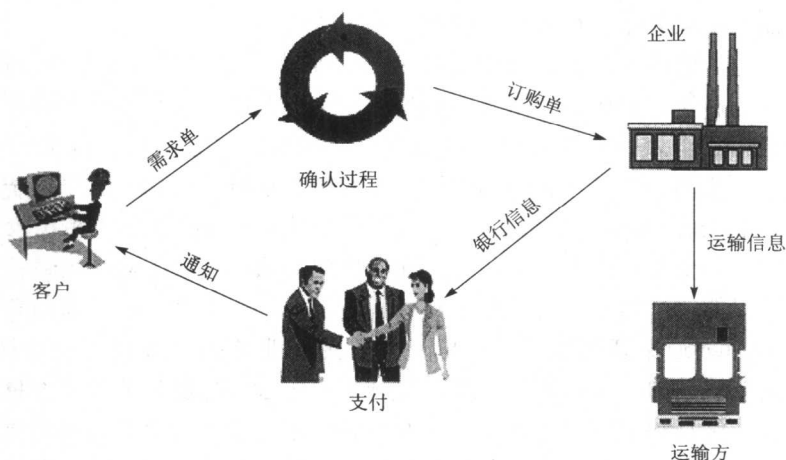


图 1-3 通过网上向企业下订单

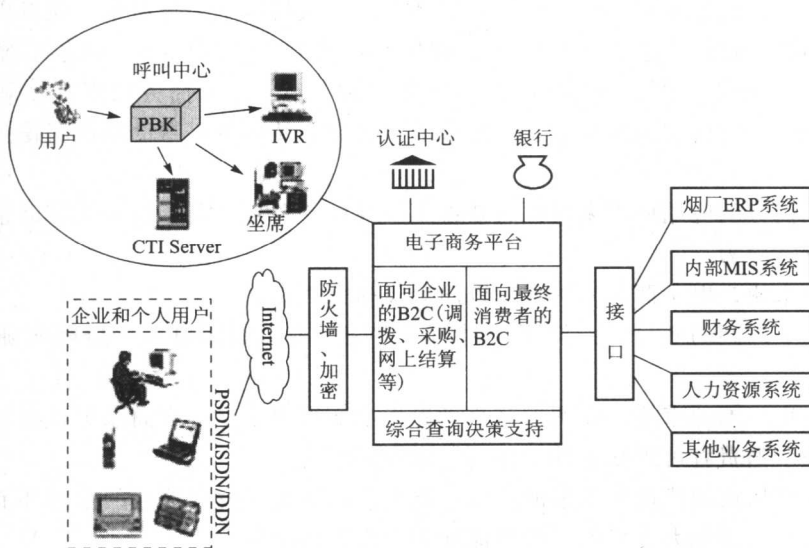


图 1-4 某烟厂的电子商务（广义的电子商务）

电子商务的主要成分是“商务”，是在“电子”基础上的商务。

首先，电子商务的前提是商务信息化。

其次，电子商务的核心是人。电子商务是一个社会系统，它的中心必然是人。电子商务的出发点和归宿是商务，商务的中心是人或人的集合。电子工具的系统化应用也只能靠人。

再次，电子工具必然是现代化的。所谓现代化工具是指当代技术成熟、先进、高效、低成本、安全、可靠和方便操作的电子工具。

另外，对象的变化是至关重要的。以往的商务活动主要是针对实物商品进行的商务活动，电子商务则首先要将实的商品虚拟化，形成信息化（数字化、多媒体化）的虚

拟商品,进而对虚拟商品进行整理、储存、加工传输。

电子商务究竟能够为我们,特别是能为广大企业带来些什么呢?Internet本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点,也成为电子商务的内在特征,并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值,它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动,而且将影响到整个社会的经济运行与结构。由于电子商务采用了基于开放式标准上的Internet通信通道,与传统的商务活动通信方式相比较,其内容和内涵发生了很大的变化:电子商务的交互性使单向的通信变成了双向的通信,扩大了通道的功能,不仅能传递信息,还能用于支付和传递服务;大大降低了通信费用,与传统手段相比,Internet通信费用最低廉;电子商务为企业提供了虚拟的全球性贸易环境,大大提高了商务活动的水平和服务质量,提升了商务通信速度,节省了大量的开支,如电子邮件节省了传真和电话费用,而电子发布和电子订单节省了广告和销售费用;增加了企业与客户和供应商之间的直接联系,如通过电子商务系统的主页,客户和供应商可以及时了解到有关产品的最新数据,如价格、新品种等。

同时,电子商务也可免去多层次中间环节,大大提高了服务质量,能以更加快捷方便的方式为客户提供优质全天候服务;即使企业内部是假期,电子商务系统仍能提供24小时的全天服务,使企业有可能接触更多的新客户。电子商务的直观性和透明性将大大增强企业客户的忠诚度以及企业的合理化运作,从而可以帮助企业获得更强的市场竞争力。

因电子商务的应用所带来的巨大效益不胜枚举。总之,电子商务将帮助企业获得更强大的市场竞争力。

对用户来说,电子商务的优点可以简单概括为四点:

第一,更广阔的环境。人们不受时间、空间、地点的限制,可以随时随地在网上交易。

第二,更广阔的市场。在网上这个世界将会变得很小,一个商家可以面对全球的消费者,而一个消费者可以在全球的任何一家商家购物。

第三,更快速的流通和低廉的价格。电子商务减少了商品流通的中间环节,节省了大量的开支,从而也大大降低了商品流通和交易的成本。

第四,更符合时代的要求。如今人们越来越追求时尚、讲究个性,注重购物的环境,网上购物使得购物过程更具个性化。

1.1.2.2 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务。因此,它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

(1) 广告宣传

电子商务可凭借企业的Web服务器和客户浏览,在Internet上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网上主页和电子邮件在全球范围内作广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(2) 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件,以及新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息,洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的论坛或即时通信工具来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

(3) 网上订购

电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送实现网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

(4) 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号实施支付。在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制系统,以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

(5) 电子账户

网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。而电子账户管理是其基本的组成部分。信用卡账号或银行账号都是电子账户的一种标志,其可信度需配以必要的技术措施来保证。这时数字凭证、数字签名、加密等手段的应用提供了电子账户操作的安全条件。

(6) 服务传递

对于已付了货款客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。而有些货物在本地,有些货物在异地,电子邮件将能在网络中进行物流的调配。最适合在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等。它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。

(7) 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见,这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

(8) 交易管理

整个交易的管理将涉及到人、财、物等多个方面,企业和企业、企业与客户及企业内部等各方面的协调和管理。因此,交易管理是涉及商务活动全过程的管理。电子商务的发展,将会提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统。这样,能保障电子商务获得更广泛的应用。

1.1.2.3 电子商务的特点

电子商务与传统的商务活动方式相比,具有以下几个特点:

(1) 交易虚拟化

通过以 Internet 为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无需当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。对

卖方来说,可以到网络管理机构申请域名,制作自己的主页,组织产品信息上网。而虚拟现实、网上聊天等新技术的发展使买方能够根据自己的需求选择广告,并将信息反馈给卖方。通过信息的推拉互动,签订电子合同,完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

(2) 交易成本低

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在:

① 距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真的成本而言就越低。此外,缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。

② 买卖双方通过网络进行商务活动,无需中介者参与,减少了交易的有关环节。

③ 卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下作广告、发印刷产品等大量费用。

④ 电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用。

⑤ 互联网使得买卖双方即时沟通共享信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,甚至使库存成本降为零。

⑥ 企业利用内部网 (Intranet) 可实现无纸办公 (OA), 提高内部信息传递的效率,节省时间,并降低管理成本。通过互联网络把其公司总部、代理商,以及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起及时地对各地市场情况作出反应,即时生产,即时销售,降低存货费用,采用高效快捷的配送公司提供交货服务,从而降低产品成本。

⑦ 传统的贸易平台是地面店铺,新的电子商务贸易平台只是网站。

(3) 交易效率高

由于互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理,原料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运及申报等过程无需人员干预,并且在最短的时间内完成。传统贸易方式中,用信件、电话和传真传递信息,必须有人的参与,每个环节都要花不少时间。有时由于人员合作和工作时间的问题,会延误传输时间,失去最佳商机。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

(4) 交易透明化

买卖双方交易的洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,可以防止伪造信息的流通。例如,在典型的许可证 EDI 系统中,由于加强了发证单位和验证单位的通信、核对,所以假的许可证就不易漏网。海关 EDI 也帮助杜绝边境的假出口、兜圈子、骗退税等行径。

1.1.2.4 电子商务的组成

(1) 电子商务的组成要素

电子商务的基本组成要素有网络、用户、配送中心、认证中心、银行、商家等。如图 1-5 所示。

① 网络: 包括 Internet、Intranet、Extranet 网络。Internet 是电子商务的基础,是商务、业务信息传递的载体; Intranet 是企业内部服务活动的场所; Extranet 是企业与用户

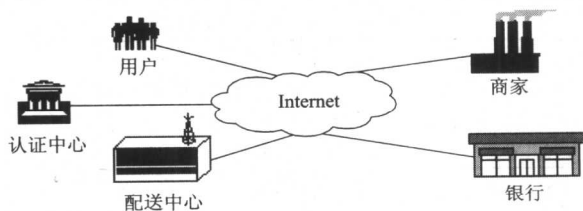


图 1-5 电子商务的组成要素

进行商务活动的纽带。

② 用户：电子商务用户，包括企业商家用户和个人用户。企业用户建立 Intranet、Extranet 和 MIS（管理信息系统），对人、财、物、产、供、销进行科学管理。个人用户利用互联网络浏览器、电视机顶盒等接入因特网获取信息和购买商品等。

③ 认证中心：认证中心（CA，Certificate Authority）是法律承认的权威机构，负责发放和管理电子证书，使网上交易的各方都能够互相确认身份。电子证书是一个包含证书持有人的个人信息、公开密钥、证书序号、有效期和发证单位的电子签名等内容的数字文件。

④ 配送中心：它接受商家的要求，组织运送商品，跟踪商品流向，将商品送到消费者手中。

⑤ 网上银行：指在网上实现买卖双方结算等传统的银行业务，为商务交易中的用户和商家提供全天的实时服务。

⑥ 商务活动的管理机构：包括工商、税务、海关和经贸等部门。

（2）电子商务的框架

由于一个企业的正常经营是从供应商中采购材料或物品，通过企业的生产成为产品，然后将产品销售给客户的过程，所以它上游连接着供应商，下游连接着客户，因此，供应商管理与客户管理已成为企业不可缺少的内容。企业除了本身具有的商业场所外，还应有虚拟商厦、虚拟配送中心、虚拟银行等，虚拟商务将成为传统企业的发展方向。在虚拟商务中，交易安全问题是人们普遍关注的问题。物流管理是企业实施电子商务中物流的具体实现，支付结算是企业中资金流的体现，网络技术、数据库技术、网站建设等基础技术是企业实现电子商务、进行信息化管理的基础。图 1-6 为企业电子商务的基本框架。

1.1.2.5 电子商务的分类

（1）按商业活动运作方式分类

① 完全电子商务：即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易，也称为直接电子商务或无形货物和服务，如计算机软件、影视作品、声像作品、事务咨询、翻译、图文信息、游戏等内容的订购、付款和交付，或者是全球规模的信息服务。

② 不完全电子商务：即指无法完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的交易，它需要依靠一些外部要素，如运输系统等来完成交易。

（2）按电子商务主体分类

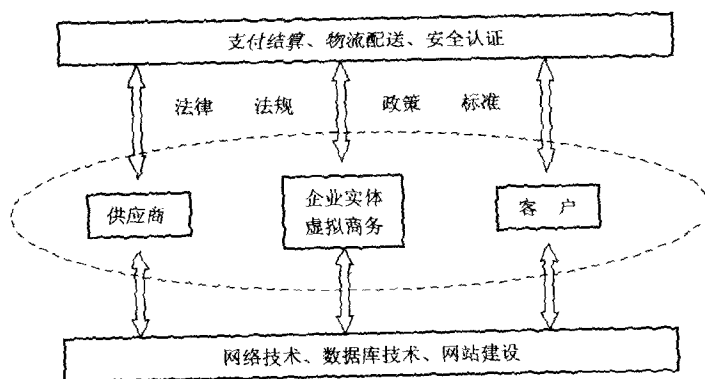


图 1-6 企业电子商务的框架

① 企业对消费者（即 B to C，也称商家对个人客户或商业机构对消费者）的电子商务。商业机构对消费者的电子商务基本等同于电子零售商业。目前，Internet 上已遍布各种类型的商业中心，提供各种商品和服务，主要有书籍、计算机、鲜花、电子消费品等商品和服务。参考的网站有：<http://www.amazon.com>，<http://www.dangdang.com> 等。

② 企业对企业（即 B to B，也称为商家对商家或商业机构对商业机构）的电子商务。商业机构对商业机构的电子商务是指商业机构（或企业、公司）使用 Internet 或各种商务网络向供应商（企业或公司）订货和付款。商业机构对商业机构的电子商务发展最快，已有多年历史，特别是通过增值网络运行的电子数据交换，使企业对企业的电子商务得到了迅速扩大和推广。公司之间可以使用网络进行订货和接受订货、合同等单证和付款，参考的网站有：<http://www.alibaba.com>，<http://www.EC21.com> 等。

③ 消费者对消费者（即 C to C）的电子商务。消费者对消费者的电子商务是指个体消费者向另外的消费者通过电子商务平台进行销售或买卖。买卖的产品以日常用品居多。参考的网站有：<http://www.ebay.com>，<http://www.taobao.com>，<http://www.paipai.com> 等。

④ 企业对政府机构（即 B to G）的电子商务。在企业与政府机构方面的电子商务可以覆盖公司与政府组织间的许多事务。目前我国有些地方已经推行网上采购、网上报税、网上报关等。

⑤ 消费者对政府机构（即 C to G）的电子商务。政府将会把电子商务扩展到福利费发放和自我估税及个人税收的征收方面。

(3) 按开展电子交易的信息网络范围分类

① 本地电子商务：通常是指利用本城市内或本地区内的信息网络实现的电子商务活动，电子交易的地域范围较小。

本地电子商务系统是利用 Internet、Intranet 或专用网将下列系统联结在一起的网络系统：

A. 参加交易各方的电子商务信息系统，包括买方、卖方及其他各方的电子商务信息系统；