

21 世纪高职高专计算机系列教材

电子商务 原理及应用

主 编 龚尚福

副主编 何玉辉 李白萍 朱 宇

主 审 陈建铎



西安交通大学出版社

21 世纪高职高专计算机系列教材

电子商务

原理及应用

主 编 龚尚福

副主编 何玉辉 季白萍 朱 宇

主 审 陈建铎

西安交通大学出版社
· 西 安 ·

内容简介

本书在叙述电子商务基本概念、功能、原理和相关技术的基础上,着重引用近年来出现的有关电子商务新技术的实用内容。本书由8章组成,内容包括:电子商务概述、电子商务系统的模式、电子商务安全管理、电子商务中的支付系统、电子商务的网络环境和实现技术、企业 Intranet 建设、商务网站建设和商务系统设计、电子商务系统的解决方案。每章配有适量的习题,供读者练习和提高。

本书理论与实际相结合,内容新颖,概念清晰,实用性强。是高职高专院校电子商务、工商、财政、税务和管理类专业的计算机系列教材之一;也可以供网络系统管理、开发人员,商贸经销人员和企业领导以及对电子商务感兴趣的科技人员使用;另外,本书也适合作为大专院校相关专业的教材以及 MBA 等选修使用。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务原理及应用/龚尚福主编. —西安:西安交通大学出版社,2003.5
(21世纪高职高专计算机系列教材)
ISBN 7-5605-1636-X

I. 电… II. 龚… 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(2002)第105328号

书 名: 电子商务原理及应用

主 编: 龚尚福

策划编辑: 贺峰涛 屈晓燕

文字编辑: 屈晓燕

出版发行: 西安交通大学出版社

地 址: 西安市兴庆南路25号 (邮编:710049)

网 址: <http://unit.xjtu.edu.cn/unit/jtupress>

电 话: (029)2668357 2667874(发行部)

(029)2668315 2669096(总编办)

电子邮箱: eibooks@163.com

印 刷: 陕西向阳印务有限公司

版 次: 2003年5月第1版 2003年5月第1次印刷

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 338千字

书 号: ISBN 7-5605-1636-X/TP·309

定 价: 18.00元

21 世纪高职高专计算机系列教材编委会

顾 问：冯博琴

主 编：陈建铎

副 主 编：谢膺白 王四万 何东健 龚尚福

编 委：(以姓氏笔画为序)

王 津 王四万 王佑元 王丽芳 王晓奇

何东健 张水平 张俊兰 张晓云 李银兴

陈建铎 段宏斌 龚尚福 谢膺白

策划编辑：贺峰涛 屈晓燕

序

随着我国科学技术的发展,全民高等教育已经成为时代的要求。扩大招生规模,发展高等职业教育,已经成为各级政府和广大教育工作者的共识。为了指导和推动全国高等职业教育的健康发展,国家教育部先后制定了“高职高专教育基础课程教学基本要求”和“高职高专教育专业人才培养目标和规格”两个文件。在此基础上,许多出版社先后出版了相关的系列教材,对推动我国的高等职业教育起到了积极的作用。

但是,时代在前进,科学技术在发展,尤其是计算机信息技术发展的速度更是惊人。这就要求高等学校的教学内容应能跟上科学技术的发展,应能满足新技术对新型人才的需求。因此,其教材应当不断地修改和更新。故此,我们组织高校中长期从事高等职业教育的专家、学者编写了“21世纪高职高专计算机系列教材”。在编写过程中,我们以教育部上述两个文件为依据,参阅同类教材,汲取多年来在高等专科教育、成人教育中培养应用型人才的成功经验,充分体现高职高专实用型人才的特征,“以应用为目的,以必须、够用为度”,尽量做到从实际应用的需求出发,减少枯燥乏味的纯理论和概念,使学生理论联系实际,学中有用,边学边用。通过学习,提高学生的应用和解决实际问题的能力。在编排顺序方面,尽量做到由浅入深,循序渐进,内容多样,结构合理,语言简练,文字流畅,使学生易学,易懂,易掌握。

这套教材目前已列入选题的有18种,既有专业基础知识,又有最新技术,可作为高职高专基础课、专业基础课以及最新技术课的教材,也可供自考和学历文凭教育使用。

在人类社会进入新世纪以来,我国高等职业教育迅猛发展的格局已经形成。这就要求教育界的志士仁人奋发努力,以自己的心血和汗水去培养时代所需要的一代有理想、有道德、有知识、有能力的高素质、高水平的应用型专业人才。

陈建铎

2002年10月

前言

21 世纪将是一个以计算机、通信、网络 and 知识经济为核心的信息化时代。网络与信息技术的发展和应用,极大地推动了人类社会信息化进程,电子商务已成为一种新兴的企业经营和管理方式。在电子商务的产生与发展过程中,市场需求以及市场主体(企业与中间商)固然是极为重要的因素,但电子商务作为一种新的商务模式,网络和信息技术的基础性作用才是其产生的关键,它为电子商务活动提供了良好的运营环境。

电子商务涉及了网络和信息技术的许多相关技术,电子商务技术就是网络和信息技术在商务方面的应用。Internet 技术构建起纵横交错的网络,将大量的计算机联系在这个网络之中;以计算机通信技术和电子数据交换(EDI)技术实现了网络中可靠的信息交流;数据库技术则解决了大规模信息在网络中存储、共享等问题;网络安全技术为网络信息的交换提供了安全屏障;电子支付技术则使资金流在网络中的畅通成为可能;而电子商务的应用开发技术,则更为直接地提供了实现电子商务应用系统的工具和方法。有了这些技术基础的支持,我们就可以在企业原有(或待建)内部网的基础上开发电子商务系统和从事电子商务活动了。对于从事电子商务工作而言,掌握信息技术是十分必要的。同时对于电子商务系统的组织策划、经营管理决策而言,了解技术就更为重要。不了解电子商务的原理与应用,就不会理解信息技术对于商务模式影响的重要性。在信息技术不断发展的情况下,不了解电子商务技术,就不能把握电子商务发展的未来。

由于电子商务技术随着电子商务的发展在不断地发展和更新,若想在本书中将其全部包括是不现实的,而且电子商务中所涉及的每一种技术都有其深厚的基础,都可作为一门独立的课程,限于篇幅,也不可能全面深入地展开介绍,所以这一切都使本书的构思与编写具有一定的局限性。

针对目前我国电子商务的迅速发展,特别是考虑到目前电子商务从业者需要概括了解电子商务技术的普遍要求,本书试图从原理和应用技术的角度向读者介绍电子商务并力争使读者在宏观上把握电子商务系统的原理和相关技术构成。同时,又能对各种技术有一个系统、全面的了解,为以后更深入地学习和研究某一方面的应用建立基础。本书是电子商务的一本基础性教材,各章节的编写本着精炼化、实用化的原则,尽量使用深入浅出的语言,讲解各种技术的基本原理以及与电子商务的关系,同时力争把最新的电子商务相关技术纳入本书内容范围。

全书共 8 章。第 1 章从基本概念出发对电子商务及其功能进行概述性介绍;第 2 章介绍了电子商务的系统模式,从传统电子商务到现代电子商务、电子商务的层次结构、系统构成、总体模式、企业电子商务的开发模式等方面进行了较为详细的论述;第 3 章介绍了电子商务的安全管理,重点分析和阐述了电子商务系统安全因素、安全技术、客户认证、数据加密、安全管理和相关技术标准等;第 4 章全面介绍了电子支付的方式和技术,从传统支付方式到电子支付和网络支付方式的演变、电子支票和电子现金等问题;第 5 章介绍了电子商务的网络环境与实现技术,包括网络结构和系统环境、Web 技术、数据库技术和电子商务营销平台等内容;第 6 章介绍了企业 Internet 建设,从电子商务对企业信息系统的要求、Intranet 体系结构、规划、建设和管理等方面进行了详细的叙述;第 7 章系统而详细地介绍了企业网站建设与商务系统设计,使读者了解和掌握网络接入方式、域名和 IP 地址的注册、网站建设与运营策略、网站内容规划

和网页制作技术、商务系统总体设计等内容;第8章通过实例介绍了电子商务解决方案,为选择并进而构建适合自己的电子商务解决方案奠定良好基础。

本书由从事多年计算机网络、电子技术和企业管理教学经验的教师合作编写。第1,6,7,8章由龚尚福、朱宇、刘志生编写;第2,3,4章由何玉辉、李白萍、朱宇编写;第5章由牟琦编写;系列教材主编陈建铎教授对全书进行了详细的审阅,并提出了许多宝贵的意见。本书的编写还得益于相关的国内外参考资料,在此,谨向书中参考文献列出的作者表示感谢!同时还要感谢赵鹏举在本书编写过程中所做的编辑、插图和校对工作。

限于作者的水平有限及时间仓促,错误和不足在所难免,恳请读者批评指正。

编者

2002年8月

目 录

第 1 章 电子商务概述

1.1 电子商务的产生和发展	1
1.1.1 电子商务的产生	1
1.1.2 电子商务的发展	2
1.1.3 电子商务的发展趋势	3
1.2 电子商务的现状和特点	4
1.2.1 电子商务的发展现状	4
1.2.2 电子商务的特点	5
1.3 电子商务的基本概念	7
1.3.1 电子商务的定义	7
1.3.2 电子商务的类别	7
1.3.3 电子商务系统构成及其模式	10
1.4 电子商务的基本服务功能	13
1.5 电子商务的支撑环境	15
1.5.1 法律、法规和政策	15
1.5.2 技术支持	17
1.5.3 电子商务的标准体系	19
1.5.4 电子商务标准的选用原则	19
1.6 我国电子商务存在的问题	21
习题	22

第 2 章 电子商务系统的模式

2.1 传统商务与电子商务	23
2.1.1 传统商务与电子商务的比较	23
2.1.2 EDI 与现代电子商务的比较	24
2.2 电子商务的层次结构	26
2.2.1 电子商务技术参考模型	26
2.2.2 电子商务的对象关系	27
2.2.3 电子商务系统的开放结构体系	28
2.3 电子商务模式	29
2.3.1 企业与企业之间的电子商务	29
2.3.2 企业与消费者之间的电子商务	31
2.4 EDI 电子商务系统	32
2.4.1 EDI 的概念	32

2.4.2 EDI 的构成要素	33
2.4.3 EDI 的通信服务方式	34
2.4.4 EDI 的实现过程	36
2.4.5 EDI 的应用过程	39
2.4.6 EDI 服务中心	40
2.4.7 EDI 标准化	41
2.5 现代电子商务信息系统总体模式	42
2.5.1 总体模式的框架结构	42
2.5.2 各子网之间的电子商务活动	43
2.5.3 信息传递关系	45
2.6 电子商务系统的应用模式	45
2.6.1 企业电子商务策略	45
2.6.2 企业电子商务的设计	46
2.6.3 典型企业电子商务系统模式	46
习题	48

第3章 电子商务安全管理

3.1 电子商务系统安全性分析	50
3.1.1 电子商务系统的风险源	50
3.1.2 电子交易中的安全问题	52
3.1.3 电子商务系统的安全策略	53
3.2 电子商务系统的安全技术	54
3.2.1 网络安全策略	54
3.2.2 网络安全机制的实现	56
3.2.3 建立网络防火墙	58
3.2.4 虚拟专用网(VPN)技术	60
3.2.5 数据加密技术	62
3.3 安全电子交易的认证技术	64
3.3.1 数字签名	64
3.3.2 数字摘要	64
3.3.3 数字信封	64
3.3.4 数字时间戳	64
3.3.5 认证中心(CA)与数字证书	65
3.3.6 生物统计学身份识别(Biometric Identification)	66
3.4 SSL 安全协议	67
3.4.1 SSL 安全协议的基本概念	67
3.4.2 SSL 安全协议的运行步骤	68
3.4.3 SSL 安全协议的应用	68
3.5 安全电子交易的安全管理	69

3.5.1 安全电子交易(SET)概述	69
3.5.2 SET 协议的交易模式	70
3.5.3 SET 的加密技术	71
3.5.4 SET 认证	72
3.5.5 SET 协议存在的问题	74
3.6 有关信息安全技术的标准	75
3.6.1 密码技术的国际标准	75
3.6.2 ISO 安全结构和安全框架标准	76
3.6.3 Internet 标准和 RFC	76
3.6.4 ANSI 和 ISO 的银行信息系统安全标准	76
习题	77

第4章 电子商务中的支付系统

4.1 传统的支付方式	78
4.1.1 现金支付方式	78
4.1.2 票据支付方式	79
4.1.3 信用卡支付方式	80
4.2 电子支付方式	81
4.2.1 电子货币	82
4.2.2 电子信用卡	84
4.2.3 电子支票	86
4.3 网上支付方式	87
4.3.1 网上支付系统的基本构成	87
4.3.2 网上支付系统的种类	88
4.3.3 网上支付系统的功能	89
4.4 电子支票系统	90
4.4.1 电子资金结算	90
4.4.2 电子支票系统的交易过程	90
4.4.3 电子支票系统的安全方案	91
4.4.4 电子支票支付系统实例	92
4.5 电子现金(E-Cash)支付系统	94
4.5.1 电子现金的种类和形式	94
4.5.2 电子现金的支付过程	95
4.5.3 电子现金支付方式的特点及存在的问题	96
4.5.4 电子现金支付系统实例	97
4.6 电子支付系统中亟待解决的问题	98
4.6.1 安全问题	98
4.6.2 电子货币对金融发展的影响问题	99
4.6.3 电子货币的立法问题	99

4.6.4 支付方式的统一问题	100
习题	101

第5章 电子商务的网络环境与实现技术

5.1 网络结构和系统环境	103
5.1.1 Internet 结构及其联网方式	103
5.1.2 从 C/S 架构到 B/W/D 结构	105
5.1.3 B/W/D 结构的主要优势	105
5.2 Web 技术及其基本服务	106
5.2.1 Web 技术	106
5.2.2 文件传输服务(FTP)	107
5.2.3 电子邮件(E-mail)	108
5.2.4 远程登录服务(Telnet)	109
5.2.5 信息搜索	109
5.2.6 数据分析	109
5.2.7 动态内容	109
5.3 电子商务应用开发技术	110
5.3.1 关于 HTML 语言	110
5.3.2 VB Script 语言	116
5.3.3 Java Script 语言	117
5.3.4 公共网关接口 CGI	117
5.3.5 ActiveX 技术	117
5.3.6 ASP	118
5.3.7 可扩充的标记语言 XML	123
5.4 电子商务的营销平台	124
5.4.1 选择合适的网络平台	124
5.4.2 选择应用服务器	126
5.5 数据库技术与电子商务	127
5.5.1 数据的收集、组织与存储	127
5.5.2 决策支持	127
5.5.3 对 EDI 的支持	128
5.5.4 Web 数据库及其技术	128
习题	129

第6章 企业 Intranet 建设

6.1 电子商务对企业信息系统的要求	131
6.1.1 建立企业的网络站点和网页	132
6.1.2 建立企业内部的管理信息系统(MIS)	132
6.1.3 建立企业的内联网和外联网	132

6.1.4 建立合理的企业管理信息模式	134
6.2 Intranet 体系结构	134
6.2.1 Intranet 的特点	134
6.2.2 Intranet 的系统组成	135
6.2.3 Intranet 的体系结构	136
6.2.4 Intranet 的硬件和软件结构	136
6.2.5 Intranet 与 Internet 的连接方式	136
6.3 Intranet 的规划	139
6.3.1 需求分析	139
6.3.2 系统方案设计	141
6.3.3 性能设计	142
6.3.4 其他	143
6.4 Intranet 的建设	143
6.4.1 硬件和软件的选型	143
6.4.2 应用软件、系统集成与试运行	144
6.5 Intranet 的管理	144
6.5.1 系统管理	144
6.5.2 网络管理	144
6.5.3 服务管理	145
6.5.4 Intranet 系统管理所采用的方法	145
6.5.5 Intranet 系统管理策略	146
6.5.6 Intranet 系统管理有关技术	146
6.6 Intranet 的应用	147
6.6.1 概述	147
6.6.2 Intranet 使用实例——Silicon Graphics 公司	148
习题	149

第7章 商务网站建设与商务系统设计

7.1 概述	150
7.2 选择合适的网络服务商 ISP	151
7.2.1 ISP 简介	151
7.2.2 ISP 提供的服务方案	152
7.2.3 ISP 的接入方式	153
7.2.4 ISP 的选择	154
7.3 域名与 IP 地址的注册	155
7.3.1 IP 地址与域名	155
7.3.2 域名的注册	158
7.3.3 域名命名技巧	159
7.3.4 我国域名管理制度简介	159

7.4 网站的建设与运营策略	160
7.4.1 企业建立网站的必要性	160
7.4.2 网站的基本构成	161
7.4.3 网站的创建流程	163
7.4.4 网站的经营策略	165
7.5 规划网站内容及网页制作	168
7.5.1 网页设计的基本原则	168
7.5.2 主页设计的基本方法	169
7.5.3 新闻稿档案和参考页面的设计	170
7.5.4 产品页面的创建	171
7.5.5 针对不同浏览者需求特性的网页设计	173
7.6 在线商务系统总体设计方法	174
7.6.1 系统设计原则	174
7.6.2 系统结构	175
7.6.3 系统总体功能设计	176
7.7 系统功能模块设计	177
7.7.1 商品目录维护系统	177
7.7.2 客户信息维护系统	178
7.7.3 商品进货系统	179
7.7.4 配送中心库存管理系统	179
7.7.5 销售中心电子订货系统	180
7.7.6 销售中心结算管理系统	181
7.7.7 分析统计系统	181
习题	182

第8章 电子商务系统的解决方案

8.1 电子商务系统的策划和实施	184
8.2 Intel 公司的电子商务解决方案	186
8.3 IBM Start Now 电子商务解决方案	194
8.4 首都在线电子商务解决方案	197
习题	200

参考文献



第1章

电子商务概述

随着人类向信息化、数字化和网络化社会发展的步伐不断加快,商业活动已从传统的方式迅速向电子商务方式过渡和发展,电子商务已成为一个充满机遇和挑战的新领域。由于科学技术的进步与社会形态的变化,使企业与企业之间,政府与企业之间,企业与个人之间的商务活动以及协约关系等发生变化,而这些变化给生产企业和商家带来了巨大的商业机会。电子商务作为一门发展非常迅速的新技术,带动着一个以国民经济信息化、企业信息化为基础,金融电子化为保证,电子信息技术为支柱的电子商务时代已经到来。本章将概述电子商务的基本知识和特点、产生和发展、服务功能、支撑环境以及电子商务解决方案的核心问题等内容。

1.1

电子商务的产生和发展

1.1.1 电子商务的产生

电子商务(E-commerce)是一个新的名词而不是一种全新的事物,现代电子商务的概念,起源于20世纪60年代,在20世纪90年代初期得到了迅速发展。其产生与发展的原因与以下几个方面的主要因素有关。

1. 计算机技术的广泛应用

近30年来,计算机的迅速发展和普及应用,尤其是处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越便宜,应用越来越广泛,为电子商务的推进提供了基础。

2. 网络的日益普及和成熟

由于Internet逐渐成为全球通信和交易的媒体,上网用户呈级数趋势增长,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. 信用卡的普及及应用

信用卡以其方便、快捷、安全等优点已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的手段。

4. 电子安全交易协议的不断完善

1997年3月31日,由美国VISA和MasterCard等国际组织联合制定的SETP(Security Electronic Transfer Protocol,电子安全交易协议)的出台,以及该协议得到大多数厂商的认可

和支持,为开发网络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。

1.1.2 电子商务的发展

电子商务是在与计算机技术、网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的,现在社会上所讲的电子商务是指在网络环境下特别是 Internet 网上所进行的商务活动。从广义的角度来看,电子商务是指人们应用电子手段从事商务活动的一种方式,其目的是通过电子数据信息完成商贸过程中的事务处理以及将商品和服务的信息通过电子信息交换把企业、消费者和其他相关的社会团体连接起来。从这个概念出发,在 1839 年当电报刚出现的时候,人们就开始使用电子手段从事商务活动了。随着电话、传真等工具的应用,现代商务一直与电子技术密切地联系在一起。但是真正意义上对电子商务的研究和应用始于 20 世纪 80 年代。随着电子商务的快速发展,可以把电子商务的发展分为两个阶段,即开始于 20 世纪 80 年代中期的 EDI 电子商务和开始于 20 世纪 90 年代初期的 Internet 电子商务。

1. 基于 EDI 的电子商务

从计算机的电子数据处理(EDP)技术,到文字处理(Word)软件和电子表格(Spread Sheet)软件的出现,标准格式商务单证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(Electronic Fund Transfer)早在 20 世纪 70 年代末就出现了,而实用的 EDI 商务在 20 世纪 80 年代中后期才得到了较大的发展。

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上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”,大大提高了工作的效率,降低了交易的成本,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,并且应用价格极为昂贵。受这些因素的制约,EDI 电子商务仅局限在先进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,大多数的中小企业难以应用 EDI 开展电子商务活动。

2. 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,进入家庭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。

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 的电子商务技术也就应运而生。Internet 电子商务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不成熟的电子商务交易到能够在网上完成供、

产、销、存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,在 Internet 网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的发展,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,这一切都为 Internet 电子商务的发展和应用奠定了牢固的基础。

Internet 网上的电子商务之所以受到重视,是因为它具有区别于其他方式的不同特点和诱人的发展前景。它可以使企业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。尤其是对各种各样的企业都能提供广阔的发展天地和商机,帮助他们节约成本,增加利润,扩展市场,提高效率并紧密联系客户。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。

1.1.3 电子商务的发展趋势

1. 电子商务市场的发展前景

在发达国家,电子商务的发展非常迅速,通过 Internet 进行交易已成为潮流。电子商务也是一场革命,它打破了时空的限制,改变了贸易形式,使 Internet 成为一种重要的业务传送载体。它能汇聚信息,生成新的业务,产生新的经济增长点,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,企业通过网上搜索交换信息,使业务交往个性化和具有动态特征,以赢得用户的欢迎,获得巨大效益。

Internet 网上电子商务的迅速兴起的另一个深刻的背景是因为 Internet 的爆炸性发展,促进了信息技术更加广泛的应用。由此而引起的剧烈的全球性竞争要求企业比竞争对手具有更大的灵活性来响应业务需求的变化,提高投资回报率,加速新产品上市时间,制定最佳的价格,提供及时的商品交付和较好的售后服务。为了适应新的市场发展的需要,全球企业的经营模式面临新的挑战,企业必须调整自己的经营方式和产业结构,才能够在适者生存的市场竞争中取得立足之地。因此电子商务的应用已经成为企业在商场上克敌制胜的关键技术,它能为企业赢得越来越多的客户。

随着全球 Internet 的普及和应用,企业传统的商务活动进入了新的电子商务时代。世界各大 IT(Information Technology)厂商积极推出的面向电子商务的软件产品和解决方案,使人们已经越来越清楚地看到了电子商务的优势和实际的应用价值。Internet 上的电子商务已经被公认为现代商业的发展方向,这是一个潜力巨大的市场,具有诱人的发展前景。

我国电子商务活动开展时间不长,但发展态势很好,我国政府和有关主管部门对电子商务给予了高度的重视和积极的支持。目前我国大约有 1.5 万家国有大中型企业,其中的 50% 左右连入了 Internet,一些企业拥有自己的主页和 WWW 服务器,有进出口权的企业有一部分能熟练进行国际电子商务的业务。同时,随着这几年我国计算机网络技术的蓬勃发展,一大批高科技信息管理人才得到培养和锻炼,这一切都是在中国推动电子商务的有利条件和保证。1998 年 3 月 6 日,我国国内第一笔 Internet 网上电子商务交易成功;1999 年 7 月,浙江省某企业成功地通过网上支付的形式采购了 200 万美元的设备材料。据报道,在 1997 年就建立的我国第一家区域性和公众性网站——上海热线,到 1999 年 11 月每天的访问量已超过 20 万人次;上海的 8 家银行联线的新 IC 卡在 1999 年 12 月发行;同时,为上海电子商务配套的统一的支付网关也已建成。上海的电子商务支付网点正式投入运行,届时网上消费者在家里凭 IC 卡就可以完成网上购物的全过程。当前,已经有越来越多的企业决策者将企业下一步发展的方向和注意力集中到电子商务上来。

任何新的事物都代表着一种趋势,符合人类进步的趋势必然会得到大家的认同。电子商务就是这样一种事物,它对人类社会进行着全方位的改造,在企业、政府部门、公共研究机构、

教育以及娱乐等方面正改变着人类相互交往的方式,为人们展示了一个全新的、理想的世界。因此,电子商务未来的发展前景十分乐观。随着 Internet 的进一步发展,电子商务必将成为全世界人们进行商务活动的新方式。在电子商务市场上的商品种类也将多姿多彩,除了已经在电子商务市场上站住脚并取得巨大利润的鲜花、图书、CD 唱片、旅游、电子证券商以及计算机软硬件等类别外,随着各行业进入电子商务市场,人们将在网上找到几乎所有需要的商品,例如汽车在网上的销售就已经显示了其相当大的潜力。信息技术和与之相关的电子商务的应用,对我国经济和社会发展的促进作用将是多方面的。电子商务已经向我们走来,随着 Internet 在我国的大规模普及,加快和大力发展我国的电子商务,将是中国广大的企业在 21 世纪超越世界的真正机遇。

2. 电子商务发展趋势

(1) 运作速度更加迅捷:网络的响应速度是衡量一个 ISP(Internet Service provider, 网络服务提供商)服务质量的重要参数,网上的信息检索与电子交易同样需要迅速的反应。借助于日益发展、完善的信息网络平台,电子商务需求的迅猛发展更是如虎添翼,运作速度更迅捷,业务交往个性化。通过 Web 购物、多方面多用途正是电子商务的发展趋势。

(2) 业务交往个性化:随着用户需求的日益多样化,如何满足顾客的个性化需求是现代企业面临的一个重要课题,同时也是一个非常棘手的问题。这种快速变化着的需求对企业的生产流程提出了严峻的挑战,它要求企业的生产流程要有足够的柔性。电子商务能较好地解决这一问题,因为电子商务中企业与客户间的关系正是迎合了这一特点。

(3) 电子购物向纵深发展:设想一下在家里足不出户便可将想要的东西买回来,是不是相当方便? 电子商务正是提供了一种在家购物的可能。只需一个能让商家认可的电子资金账号(信用卡),便可让你从众多的网上商店中挑选满意的任何商品,而无需东奔西跑。

电子商务系统与传统的交易系统相比,购物渠道方面具有显著不同的特点。浏览传统交易购物渠道常常意味着经常在大范围的、不相关联的商店中摸索,或者通过“商品清单信息表”搜索。而在现代电子商务系统中,网上商店无处不在,而且彼此关联,具有交互性、智能化特征。另一方面,现代电子商务市场把有关产品和服务的信息紧密集成,帮助买方在不同的商店之间进行比较,以选取最合适的商品。

(4) 支持企业运营管理全过程:从辨别用户需求,企业内部产品研发、生产、检验、营销,用户发送订单,跟踪运送情况,接收票据到更新数据和用户调查,再到企业产品的开发与改进,电子商务支持企业产品研发、生产、营销全过程。并且电子商务使得企业离自己的市场更近,看得更清楚。

1.2

电子商务的现状和特点

1.2.1 电子商务的发展现状

在社会需求的推动和网络技术的催生下,电子商务正以惊人的速度在全球迅猛发展。在发达国家,电子商务的发展非常迅速,通过 Internet 进行交易已经成为潮流。电子商务作为一种崭新的商务活动方式,正在成为推动全球经济增长的重要力量,一个巨大的电子商务市场正在全世界范围内形成。电子商务已经被公认为未来商务的发展方向,被公认为是潜力巨大的市场,世界各国都对电子商务给予了极大的关注、支持和投入。

1. 惊人的增长速度

从电子商务交易额的增长,我们可以感受到全球电子商务的发展是何等迅猛!