

电子商务通览

李琪主编

DIANZISHANGWUTONGLAN



中国商业出版社

电子商务通览

主编 李 琪

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务通览/李琪主编. —北京:中国商业出版社, 2000. 5

ISBN 7-5044-3701-8

I. 电… II. 李… III. 计算机网络-商务 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 20272 号

责任编辑: 台 颀

黄卫红

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京北商印刷厂印刷

787×1092 毫米 16 开 74.5 印张 1875 千字

2000 年 4 月第 1 版 2000 年 4 月第 1 次印刷

定价: 240.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《电子商务通览》编辑委员会

顾问

乌家培 国家信息中心(前副主任)专家委员会主任 研究员 博导

郑新立 国家发展计划委员会政策法规司司长.

宋 玲 国家信息产业部信息化推进司司长

闵宗陶 陕西财经学院(前副院长) 教授 博导

Turban 美国加州大学教授

Jeanne Wing-Yin Wong 澳大利亚 国际商务研究机构系统支持专家

梁定澎 中国台湾中山大学教授

编委

主任委员:李 琪

委 员:方美琪 唐士军 梁春晓 谢 康 范越英

李汉生 朱晓辉 刘宗昌 谷 峰 司 南

余镜怀 钱卫列 白会宜 王 刚

编写成员

主 编:李 琪

副主编:张 秦 魏修建 李华敏 李明轩 李占全

编 写:刘 芸 陈 桦 韩 峰 喻世华 高 捷

王 秦 汤晓鸿 杨文斌 朱 玉 郭小宁

胡 强 王 辉 胡宏力 彭 晖 周 琼

本通览是为了满足我国各行各业对电子商务各方面知识的了解、研究和应用需要而编写的,它是国内第一本关于电子商务的综合、实用和大型工具书。全书共分五篇三十六章,从五大方面比较全面地介绍和阐述了国内外有关电子商务的主要内容。它们是:电子商务的历史演进;电子商务的实践应用,包括政府、机构、行业和许多知名企业的电子商务应用方案和大量案例;电子商务的法规建设,包括国内外已有的电子商务法律、规范和规划等;电子商务技术,包括各类电子商务的工具和技术实现等。最后,附录了电子商务大事年表,电子商务主要网址和电子商务的名词术语。

本书可以作为政府、企业、机关、学校和科研单位以及个人学习、研究和从事电子商务实践的重要参考资料。

电子商务作为一种新生事物历史并不长,即使从基于电子数据交换(EDI)的电子商务算起,其发展也不过只有十几年的时间,何况以基于因特网(Internet)的电子商务而论,其历史则仅5年左右而已。尽管如此,但是从国外到国内,近三四年来,电子商务的发展呈加速度“爆炸性”增长态势。有关统计和预测电子商务全球交易额的数据,因来源和口径的不同而各异,但这些数据所显示的电子商务交易额年增长速度的百分比之高(据说2000年前全球电子商务年均增长率高达70%以上),确实令人吃惊。

撇开电子商务相关宣传中一部分厂商和媒体“炒作”的“泡沫”因素外,世界电子商务这种快速发展有其深刻的技术、经济、政治原因。

从技术条件看,因特网的大普及为电子商务的快速增长建立了基础。随着信息网络的发展,网络经济日益兴起。电子商务是网络经济的主要内容。据了解,美国网络经济近十多年来发展所创造的价值,接近于该国汽车工业近百年发展所创造的价值;美国目前约有80%的网上交易是企业与企业之间的商务活动,再过几年,可能所有企业的商务活动都将通过信息网络来进行。从我国的情况看,虽然因特网的商业性应用起步较晚,但近两年多来电子商务不断出现一浪高过一浪的热潮,这是与因特网用户差不多每半年翻一番的迅猛增加速度分不开的。

从经济缘由看,电子商务与传统商务相比,具有鲜明的特性和巨大的优势性。电子商务预示着一场贸易革命以至经济革命,它正在改变着经济和社会的运作方式,极大地影响着国际经贸关系发生新变动。电子商务的经济特性,一是使商务活动的扩展具有全球性,二是使商务活动的低成本和高效率具有较广的普

遍性,三是使买方对商品或服务的购买具有多选择性。电子商务的生命力源于它的优越性,即能增加贸易机会、降低贸易成本、提高贸易效率、简化贸易流程、改变贸易模式、带动经济变革。电子商务促进了经贸信息的双向流动和经贸业务的多点集成。电子商务的效益还会随着信息网络的扩大通过网络效应而急剧增加。

从政治因素看,由于电子商务的发展关系到企业和国家的竞争力,而成了各国决胜于未来的一个制高点。经济发达国家企图凭借它们的信息化优势,控制全球电子商务的政策和标准的制定权,大力推行有利于它们自身利益的这些政策和标准,而发展中国家为了在全球经贸活动中不受制于人,就必须积极争取有关电子商务国际规则制定和执行中的参与权和发言权,以便在今后国际经贸谈判与合作中掌握主动权。这是一场无硝烟的争斗,也是一股推动电子商务在各国发展的无形力量。

电子商务一出现,我国的政府和企业以及有关的民间组织和新闻媒体就给予密切关注和高度重视,并积极开展宣传和组织实施电子商务的相应活动。这些活动在1998年的“世界电子商务年”尤为频繁,可以说形成了一个高潮。

1998年11月18日,国家主席江泽民在亚太经合组织第六次领导人非正式会议上就电子商务问题发表意见时指出:“电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用推广将给各成员带来更多的贸易机会。”他还说:“目前,电子商务尚处在起步阶段,发达成员和发展中成员之间存在较大差距。发达成员应为发展中成员普及电子商务提供必要的技术援助。‘工欲善其事,必先利其器。’只有通过广泛、深入的技术交流与合作,才能使电子商务在亚太经合组织成员内得到协调发展。”关于我国发展电子商务问题,江主席表示:“我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用,同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导,并为电子商务的发展提供良好的法律法规的环境。”^①

为了推动电子商务的发展,我国政府研究和制订了全国电子商务的总体设想和框架,以及相应的战略方针。我国信息产业部的领导在1998年把电子商务与企业信息化、金融电子化相提并列,作为国民经济信息化的三个重点之一,并说明了这三个重点之间的关系为:电子商务是核心,金融电子化是保证,企业信息化是基础。^②

目前,我国有的部门(如外经贸部)和地区(如北京市)已启动电子商务工程(如首都电子商务工程等),有不少企业准备采用电子商务方式(如网上浏览、网下交易),已出现一些网络企业(如北京图书大厦网上书店等)。在企业中,以外贸企业和外资企业应用电子商务较为规范和成熟。民间行业协会(如中国信息协会等)已多次举办有关电子商务的研讨会,讨论电子商务的理论与实践、中国电子商务发展战略、网络营销等问题。

应当承认,中国电子商务的发展,只是刚刚起步罢了,在信息基础设施的完善、政策法规和标准规范等发展环境的营造、推广应用过程中的组织协调、资格认证和安全保密技术的解决、发展前景和社会经济影响的宣传等各个方面,都有许多问题亟待研究和改进。在电子商务的推广应用过程中,尤其需要不断提高政府、企业和公众对电子商务的认识,使他们逐渐自觉地接受已沿袭成百上千年的传统商务方式的变革。

那么,怎样来提高社会各界对电子商务的认识呢?除了从实践中使人们受益于电子商务之外,一个很重要的途径就是要普及电子商务知识。陕西财经学院电子商务研究所李琪教授主编

① 以上引语均见《计算机世界》1998年11月30日F1版,《江主席谈电子商务》。

② 吕新奎:《发展电子商务,加快推进国民经济信息化》,《计算机世界》1998年5月4日F1版。

的《电子商务通览》，正是为了满足我国各行各业人士掌握和运用电子商务诸多方面知识的需要而写的。这是国内第一本关于电子商务的大型工具书，它具有综合性和实用性。该书创意新，资料全，系统性强，历史叙述与逻辑分析相结合，理论性与应用性相结合，文字说明深入浅出，图、表并茂，附录多而有用。

电子商务涉及商业、工业、金融业、信息业等诸多行业和理科、工科、文科等诸多学科的各种知识，这使《电子商务通览》的内容具有百科全书的特色。然而该书从策划到成书，只用了一年时间。在人手少、任务重、时间紧的情况下，完成这样一本篇幅庞大、内容浩瀚的工具书的写作，主编和其他编者付出的辛勤劳动是可想而知的了。对他们的劳动及其带来的贡献，我深表敬佩。我预料广大读者跟我一样也会有同感的。

当然，任何一本书都会有这样或那样的缺点或不足，但这并不要紧，可在出版后征集意见据以修订和再版。我祝愿本书的出版能在社会上赢得好评，并希望将来有机会重版，一版比一版更好。

乌家培

一九九九年八月三十一日

前 言

人类社会进入 20 世纪 90 年代以来,电子商务从发达国家向发展中国家迅速扩展。它作为一种崭新的生产力,一方面,自己正由弱到强,由小到大迅速成长,另一方面,在它的直接作用和间接作用下,产业经济、国民经济、乃至世界经济正生长出许多新的增长点。相比人类历史上由使用铁器开始的农业革命和使用蒸汽机开始的工业革命,当今使用电子工具开始的这场流通(商业)革命将会对人类社会经济产生更加深远的影响,对人类社会进步发挥更大的作用。

从最一般的概念上讲,电子商务就是用电子工具从事商务活动,而电子工具是人类社会进入信息社会的基础,即是说,电子商务是人类信息社会的商务活动。以美国为例,90 年代以来,由于其信息产业的从业人员已超过就业人员的 50%,信息产业的产值在 GDP 中所占比重超过 60%,所以他已进入了信息社会。美国经济持续高速增长达 8 年之久,与其积极采用电子商务、发展电子商务有着紧密和重要的关系,比如:到 1998 年底,全球电子商务促销开展得最好的三家公司都是美国的,他们是:英特尔(Intel)公司,网上月销售超过 10 亿美元;思科(Cisco)公司,网上月销售超过 5 亿美元;戴尔(Dell)公司,网上月销售超过 3 亿美元。另据 IDG 公司的分析报道,到 2000 年,美国电子商务的固定资产、非固定资产及服务之和将达到美国 GDP 的 15%左右。再从当代电子商务的特征来看,电子商务的生产力性质清晰可见:电子商务是掌握信息技术和商务技能的人,系统化使用电子工具,针对信息化的商品和服务开展的一系列经济事务活动之总称。即,生产工具,劳动对象和劳动者的知识和技能都是崭新的,并且是有机结合的。电子商务具有五大特点:高效率、低成本、安全、可靠和方便。以致于现任美国总统克林顿认为,电子商务是 21 世纪(至少前四分之一世纪)世界经济的主要推动力之一。

电子商务既然是生产力,它必然要求有与之发展相适应的生产关系和上层建筑。于是,1996 年 6 月 14 日联合国贸易发展组织颁布了《电子商务示范法》;1997 年 4 月欧盟提出《欧盟电

电子商务行动方案》;1997年7月美国政府颁布了《全球电子商务框架》;1998年5月世贸组织部长会议形成《全球电子商务宣言》;日本、新加坡和我国台湾等国家和地区也都相继制定了自己的电子商务发展计划和规程;1999年7月我国政府提出了《国家电子商务发展总体框架》草案。

在我国,从1993年开始实施“三金工程”和后继的“十金工程”以来,从政府到民间就开始了电子商务多方面的积极探索。据我们研究认为:中国的电子商务大体要经历四个阶段,由四路纵队衔接叠加才能达致电子商务普遍应用的程度,并从现在开始再经过10年左右的努力奋斗可能在总量上达到与发达国家平均水平相似的程度。这四个阶段是:技术推动(惊涛拍岸)——知识传播(风起云涌)——法规建设(电闪雷鸣)——应用推广(暴风骤雨)。这四路纵队是:IT行业的技术专家;科教行业的学者教师;政府、行会的决策管理者;企业、事业、机关的集体个人。今年,是我国的政府上网年。目前,我们正处在上述的第二与第三阶段发展期。前面已经有不少企业、行业、地区进行和仍在进行着初步电子商务实践。后面,已有一些企业、事业在密切注视着我国电子商务发展的趋势,有些正在考虑适时介入电子商务活动,利用电子商务获取效益。中国的电子商务通过产、学、官、商四方面为主的有机结合,从步骤上再分两步走:首先,在3—4年内营造出必要的政策、法规环境,开发出一批较好的技术平台,培养出一批电子商务专门从业人才,从点到线,再到面地开发成功一批电子商务示范工程,从而形成中国电子商务的核心力量;第二步,用6—7年时间重点开展电子商务人才培养,普及推广电子商务知识和技术,将中国商务与国际接轨,在全球经济一体化的大背景下,充分发挥电子商务的功效,努力节约资源、降低成本,从国际贸易到国内贸易,从流通到生产,再到消费,全面推进中国电子商务的应用,在2010年左右使我国的电子商务总体水平达到发达国家的平均水平,促进我国国民经济的健康、快速和持续增长,并为人类社会可持续发展做出中华民族的应有贡献。

为了推动我国电子商务事业的发展,解决我国政府、企业、事业、机关、科研、院校等单位和个人从事科学研究、项目开发、教学培训和实践应用中电子商务系统化资料缺乏的困难,从1998年6月起,在许多单位、领导和老师、同志们的支持、鼓励下,陕西财经学院电子商务研究所就制定了主持编纂这部大型工具书——《电子商务通览》的计划。起初,我们原拟本书的名字为《电子商务大全》,后经研究认为:一则我们很难收齐散见于各处的历史和现行资料、文档;再则,电子商务事业在我国,甚至在发达国家也都处在迅速发展过程之中,新的内容正层出不穷,原有的内容还可能有些变化,于是,最终确定以《电子商务通览》为宜。

作为迄今为止,国内编纂的第一部电子商务大型工具书,我们考虑的首先是资料的全面性和系统性,然后通过资料的筛选和编纂使其成为有机的组合,突出知识性和有用性,在写作特点上我们注意:本书坚持大众化与科学化相结合的原则,以提供给读者全面、准确的电子商务资料和线索为宗旨。采用规范的和通俗易懂的语言深入浅出地介绍理论和实际内容;采用标准化语言解释技术、设备、名词和专业术语;采用图形、表格等形式化工具演绎和归纳重要内容;搜集准确的网址、人名、书名、期刊等名称以供读者搜索资料和联系有关人物、组织之用。

本《通览》共由五篇三十六章和三个附录组成,它们是:历史篇、理论篇、应用篇、法规篇和技术篇。其中,历史篇又分早期电子商务、当代电子商务和电子商务的发展状况共三章内容;理论篇又分电子商务基本理论、中国电子商务信息系统目标模式、商品生产、流通领域电子商务需求分析、政府电子商务需求分析、消费领域、金融业电子商务需求分析和电子商务的问题与对策、电子商务相关书籍、杂志、电子商务理论研究和应用实践的知名人士共十章内容;应用篇又分政府应用、银行应用、保险业、证券业、内贸、外贸、旅游、文化教育、电信和其他行业以及企

业电子商务应用、主要组织网络和部分大型 IT 企业电子商务的方案和案例等十三章内容;法规篇又分电子商务相关法规、相关标准与协议和国内经济信息化政府规划三章内容;技术篇又分现代通信业务、数据通信、现代通信网、电子数据交换、电子商务的安全、电子商务的支持系统和电子商务的解决方案共七章内容。最后三个附录:电子商务大事年表、电子商务典型网址和电子商务名词术语。

在本书的创意、策划阶段,中国惠普公司从资金上给予了大力支持,我们编委会全体成员对此衷心地表示感谢!

科利华集团愿大力支持本书的发行,提出用电子通道促销《电子商务通览》的好建议,我们表示完全赞同和感谢!

本书创意、策划、收资、筛选、编撰、审阅等历时一年多,但毕竟人手少、时间紧、任务重,加之我们的水平和能力有限,挂一漏万,错误和缺点在所难免。故恳请读者对书中不足和错讹之处不吝批评指正,我们谨向您表示崇高的敬意。

《电子商务通览》编委会

1999 年 7 月

目 录

历 史 篇

第一章 早期的电子商务	(3)
第一节 早期的电子商务工具.....	(3)
第二节 基于 EDI 的国际电子商贸系统	(5)
第二章 当代电子商务	(38)
第一节 互联网络与电子商务	(38)
第二节 世界贸易组织与电子商务	(49)
第三节 电子商务与政府上网	(60)
第四节 网上购物与营销	(71)
第三章 电子商务的现状与发展	(79)
第一节 全球电子商务发展现状	(79)
第二节 电子商务发展目标	(86)
第三节 电子商务在中国的发展与现状	(89)

理 论 篇

第四章 电子商务基本理论	(109)
第一节 电子商务定义.....	(109)
第二节 电子商务基础.....	(114)
第三节 电子商务的地位和作用.....	(116)
第四节 电子商务的特点和驱动力.....	(118)
第五节 电子商务演变规律探讨.....	(120)
第六节 电子商务机理研究.....	(123)
第五章 中国电子商务信息系统目标模式探讨	(127)
第一节 中国电子商务信息系统总体模式研究.....	(127)
第二节 商品流通子网模式研究.....	(130)
第三节 生产子网模式与消费子网模式研究.....	(135)
第四节 网络模式的概念与意义.....	(138)
第六章 商品生产领域电子商务需求分析	(142)
第一节 商品生产领域对电子商务的需求分析概述.....	(142)
第二节 电子商务在生产领域中的应用分析.....	(143)
第七章 流通领域电子商务需求分析	(161)
第一节 商品流通对电子商务的需求分析.....	(161)
第二节 电子商务在流通业中的应用分析.....	(168)
第三节 各种流通业态的电子商务应用.....	(170)

第四节 流通业电子促销·····	(176)
第八章 政府电子商务需求分析 ·····	(180)
第一节 政府对电子商务活动的需求分析·····	(180)
第二节 电子商务时代中的政府·····	(181)
第三节 政府对电子商务的应用分析·····	(191)
第九章 消费领域电子商务需求分析 ·····	(196)
第一节 信息化时代的消费者·····	(196)
第二节 消费领域中电子商务的应用分析·····	(201)
第十章 金融业电子商务需求分析 ·····	(208)
第一节 银行在电子商务中的职能与作用研究·····	(208)
第二节 电子支付系统研究·····	(211)
第三节 网上金融服务·····	(217)
第十一章 电子商务发展中的问题与对策 ·····	(223)
第一节 电子商务中的主要问题·····	(223)
第二节 我国电子商务发展中的问题与对策·····	(233)
第十二章 电子商务相关书籍与刊物 ·····	(239)
第一节 电子商务相关书籍·····	(239)
第二节 国内外电子商务刊物简介·····	(247)
第十三章 电子商务知名人士 ·····	(252)
第一节 国外知名人士·····	(252)
第二节 国内知名人士·····	(254)

应 用 篇

第十四章 电子商务在政府中的应用 ·····	(261)
第一节 政府上网概述·····	(261)
第二节 中国政府上网简介·····	(262)
第三节 国际机构与各国政府上网简介·····	(273)
第四节 中国政府主要工程介绍·····	(285)
第五节 中国国内 CA 认证中心简介·····	(290)
第十五章 电子商务在银行中的应用 ·····	(295)
第一节 电子商务对银行业的影响和作用·····	(295)
第二节 电子商务与银行卡·····	(297)
第三节 中国国有银行的电子化发展·····	(304)
第四节 中国各银行的应用·····	(308)
第五节 世界金融机构与各国银行的应用·····	(323)
第六节 网上银行综合管理·····	(329)
第十六章 电子商务在保险中的应用 ·····	(336)
第一节 电子商务对保险的影响和作用·····	(336)
第二节 电子商务在寿险中的应用·····	(339)
第三节 应用案例·····	(342)

第四节	保险决策支持系统——菲奈特公司设计的保险决策支持系统	(347)
第十七章	电子商务在证券业中的应用	(351)
第一节	电子商务在证券业中的发展	(351)
第二节	电子商务在中国证券业中的应用	(353)
第三节	电子商务在国外证券业中的应用	(357)
第十八章	电子商务在内贸中的应用	(362)
第一节	电子商务对商品流通的影响和作用	(362)
第二节	电子商务在商业、物资、供销社中的应用	(369)
第三节	电子商务在批发业、连锁经营中的应用	(376)
第四节	电子商务在零售业中的应用	(383)
第五节	电子商务在国外零售业中的应用	(396)
第十九章	电子商务在外贸中的应用	(411)
第一节	电子商务对外贸的影响和作用	(411)
第二节	电子商务在我国外贸中的应用	(413)
第三节	电子商务在各国外贸中的应用	(418)
第二十章	电子商务在旅游业中的应用	(426)
第一节	电子商务对旅游的影响和作用	(426)
第二节	电子商务在旅游业中的应用	(427)
第三节	加速旅游行业信息化建设的对策	(441)
第二十一章	电子商务在邮政、电信业中的应用	(447)
第一节	电子商务在邮政业中的应用	(447)
第二节	电子商务在电信业中的应用	(453)
第三节	应用案例	(456)
第二十二章	电子商务在教育、文化、出版业中的应用	(468)
第一节	电子商务在教育中的应用	(468)
第二节	电子商务在文化中的应用	(480)
第三节	电子商务在出版业中的应用	(489)
第二十三章	电子商务在其他行业中的应用	(496)
第一节	电子商务在交通中的应用	(496)
第二节	电子商务在医疗中的应用	(503)
第三节	电子商务在税收中的应用	(511)
第四节	电子商务在技术监督、工商管理、募捐、商检中的应用	(517)
第二十四章	电子商务在企业中的应用	(527)
第一节	电子商务对企业的影响和作用	(527)
第二节	企业如何开设电子商店	(534)
第三节	企业网络营销	(538)
第四节	企业网络营销案例	(554)
第五节	发展对策	(584)

第二十五章 中国主要网络组织	(595)
第一节 中国电信网.....	(596)
第二节 中国教育和科研计算机网.....	(600)
第三节 中国科技网.....	(609)
第四节 中国金桥网.....	(613)
第五节 讯业金网和中国商品订货系统.....	(616)
第六节 其他网络组织.....	(623)
第二十六章 IT 企业	(651)
第一节 惠普.....	(651)
第二节 IBM	(659)
第三节 康柏.....	(663)
第四节 其他 IT 企业	(669)

法 规 篇

第二十七章 电子商务相关法规	(685)
第一节 联合国贸易法委员会《电子商务示范法》.....	(685)
第二节 国内电子商务相关法规.....	(690)
第二十八章 电子商务相关标准与协议	(742)
第一节 EDI 标准.....	(742)
第二节 其他标准与协议目录.....	(753)
第二十九章 国内经济信息化政府规划	(759)
第一节 国家发展计划委员会信息化建设成果与发展目 标.....	(759)
第二节 财政部系统信息化“九五”规划.....	(769)
第三节 国有资产信息系统的建设和发展.....	(772)
第四节 电子工业部计算机信息网络发展规划.....	(775)
第五节 发展 CHINANET 促进国内信息产业繁荣发展	(784)
第六节 北京市信息化工作发展规划.....	(786)
第七节 首都电子商务工程.....	(791)
第八节 上海市经济信息化发展规划.....	(803)
第九节 天津市经济信息化发展规划.....	(806)
第十节 重庆市经济信息化发展规划.....	(809)
第十一节 江苏省经济信息化发展规划.....	(814)
第十二节 山东省经济信息化发展规划.....	(818)
第十三节 深圳市经济信息化发展规划.....	(830)

技 术 篇

第三十章 现代通信业务	(837)
第一节 传真.....	(837)

第二节	可视图文·····	(854)
第三节	图文电视·····	(865)
第四节	智能用户电报·····	(867)
第五节	电子信箱·····	(874)
第三十一章	数据通信·····	(892)
第一节	数据传输·····	(892)
第二节	数据交换和分组交换网·····	(901)
第三节	异步传递方式(ATM)·····	(914)
第四节	帧中继·····	(918)
第五节	数据通信的应用·····	(922)
第三十二章	现代通信网·····	(931)
第一节	综合业务数字网(ISDN)·····	(931)
第二节	智能网(IN)·····	(941)
第三节	分组交换网·····	(945)
第四节	数字数据网(DDN)·····	(950)
第五节	Internet·····	(957)
第六节	信息高速公路·····	(962)
第三十三章	电子数据交换·····	(966)
第一节	概述·····	(966)
第二节	EDI 通信·····	(967)
第三节	EDI 消息处理系统·····	(970)
第四节	EDI 系统的安全·····	(978)
第五节	EDI 的编码·····	(982)
第六节	EDIMS 的性能要求、实现和 EDI 的实施·····	(986)
第三十四章	电子商务的安全·····	(992)
第一节	概述·····	(992)
第二节	网络安全·····	(996)
第三节	公开密钥密码体制·····	(1010)
第四节	数字签名·····	(1016)
第五节	安全电子交易协议(SET)·····	(1019)
第六节	安全套接层协议(SSL)·····	(1024)
第三十五章	电子商务的支持系统·····	(1029)
第一节	电子数据处理系统·····	(1029)
第二节	管理信息系统及其发展·····	(1031)
第三节	DSS 的概念与发展·····	(1036)
第四节	电子商务系统及其发展·····	(1042)
第五节	基于 Internet 的电子商务系统·····	(1047)
第三十六章	电子商务解决方案·····	(1051)
第一节	系统设计原则·····	(1051)
第二节	网络结构·····	(1051)

第三节 系统功能设计	(1053)
第四节 电子支付及安全性的实现	(1059)
第五节 电子商务的四种解决方案	(1065)
附录 1 1998 年国际国内十大网事及网上经济风云录	(1072)
附录 2 相关网址	(1076)
附录 3 电子商务名词术语	(1147)
参考文献	(1169)
致谢	(1172)