



DIAN ZI SHANG WU GAI LUN



电子商务 概论

姚立新 著

中国城市出版社

电 子 商 务 概 论

姚立新 著

中国城市出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论/姚立新著. —北京:中国城市出版社,
2002.12

ISBN 7-5074-1465-5

I. 电… II. 姚… III. 电子商务—概论
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 096846 号

责任编辑	何玉兴 姚志红		
封面设计	周国强		
责任技术编辑	尹植		
出版发行	中国城市出版社		
地 址	北京市朝阳区和平里西街 21 号	邮 编	100013
电 话	84275833	传 真	84278264
电 子 信 箱	citypress@sina.com		
读者服务部	84277987		
经 销	新华书店		
印 刷	北京国防印刷厂		
字 数	261 千字	印 张	10.125
开 本	850×1168(毫米)		1/32
版 次	2002 年 12 月第 1 版		
印 次	2004 年 10 月第 4 次印刷		
印 数	47001—147000 册	定 价	13.40 元

版权所有,盗印必究。

属印装质量问题印厂负责调换

说 明

随着因特网的日益普及和经济全球化进程的加剧，世界各国特别是发达国家都高度重视发展电子商务，以提高其企业在全球范围内的竞争力，保持国内经济的持续增长。联合国贸易发展会议（贸发会议）2002年11月18日发表的一份报告说，未来几年内，电子商务和互联网的使用将会得到飞速发展，中国将成为亚太地区电子商务发展方面的主导力量。为了适应形势发展和工作的需要，使广大学员了解和掌握电子商务的基本知识，我们请中国信息经济学会电子商务专业委员会副主任委员、经济学博士姚立新教授主持编写了这本《电子商务概论》教材。

本书针对成人教育的特点，系统地介绍了电子商务的基本概念、电子商务网站的建设、电子商务的安全和法律问题，以及电子商务在商业、物流、国际贸易、金融、证券、保险、税收等领域的应用，并在研究和分析发达国家电子商务发展政策的基础上，紧密联系我国改革开放实际，阐述了我国政府促进电子商务发展的对策。

书中如有不妥之处，敬请读者提出宝贵意见，以便进一步修订。

中 国 城 市 出 版 社

中共中央党校函授学院

2002年11月

目 录

第一章 电子商务总论	1
第一节 电子商务概述	1
第二节 电子商务的经济应用	9
第三节 电子商务的成本与效益分析	18
第二章 电子商务网站建设	27
第一节 电子商务网站的页面组成与设计	27
第二节 电子商务网站的技术构成	37
第三节 电子商务网站的创建和经营发展策略	41
第三章 电子商务与网络商业	53
第一节 网络商业概述	53
第二节 网络商业顾客的购买过程	57
第三节 网络商店的经营	61
第四章 电子商务与国际贸易	75
第一节 电子商务下的国际贸易概述	75
第二节 EDI	80
第三节 电子商务与对外贸易宏观管理	88
第五章 电子商务与物流	94
第一节 物流概述	94
第二节 电子商务时代的物流	98

第三节	电子商务物流的解决方案·····	104
第六章	电子商务与金融 ·····	113
第一节	电子货币·····	113
第二节	网络银行·····	118
第三节	电子支付系统·····	136
第四节	网络证券·····	141
第五节	网络保险·····	154
第七章	电子商务的税收问题 ·····	166
第一节	电子商务带来的税收问题·····	166
第二节	电子商务与税收征管·····	173
第三节	电子商务的税收政策和关税政策·····	180
第八章	电子商务安全 ·····	190
第一节	电子商务安全概述·····	190
第二节	电子商务安全技术·····	201
第九章	电子商务的法律问题 ·····	220
第一节	电子商务交易的法律问题·····	220
第二节	电子商务中隐私权和知识产权的法律保护·····	243
第三节	我国有关电子商务的法律规定·····	254
第十章	网络营销 ·····	262
第一节	网络营销概述·····	262
第二节	网络市场调研·····	265
第三节	网络市场细分与目标市场选择·····	270
第四节	网络促销策略·····	275
第五节	网络营销战略的制定·····	283

第十一章	电子商务发展政策	292
第一节	发达国家电子商务发展政策	292
第二节	我国的电子商务发展政策	302

第一章 电子商务总论

第一节 电子商务概述

一、电子商务的概念

电子商务是指通过电子信息网络进行的产品的交易和服务的提供与接受等商务活动。一般来说,电子商务的概念可以有广义和狭义之分。广义的电子商务泛指应用电子通讯技术和信息技术而进行的各种商务活动及相关服务活动。狭义的电子商务是指通过因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网络(Value Added Network, 简称VAN)等电子信息网络开展的各种商务活动及相关服务活动。狭义的电子商务即一般所指的现代电子商务。本书主要讨论狭义的电子商务。

与传统商务相比,现代电子商务具有如下特点:

1. 电子商务是计算机技术、网络通信技术与现代商业技术高度有机结合的产物。信息网络是电子商务产生和发展的重要基础。电子商务的战略性资源是信息。电子商务中的各主体之间可以进行实时信息交流。
2. 电子商务是一种经济创新。电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,形成一种新的经济运作模式。电子商务一方面实现商务活动本身的变革和企业经营管理的变革,另一方面在一定程度上促进了整个社会经济运行方式的变革,为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能。
3. 电子商务突破了传统商务活动及相关服务活动所受到的时间和空间上的限制,拓展了人们开展商务活动和相关服务活动

的时空范围。电子商务可以帮助企业构筑覆盖全球的营销体系，实施全球性经营战略，加强全球范围内的商业合作，获得全球性竞争优势，增强全球性竞争能力。

二、电子商务的类型

（一）按照电子商务的运作方式分类

按照电子商务的运作方式来分类，电子商务可分为完全电子商务和不完全电子商务。

完全电子商务是指完全可以通过电子信息网络实现和完成完整交易过程的商务活动。换句话说，在完全电子商务下，商品或者服务的完整交易过程是在电子信息网络上实现的。一些数字化产品（如计算机软件、电影、音乐、游戏、图书、报刊等）的交易和数字化服务（如信息咨询服务、法律服务、行政管理服务和会计服务等）的提供与接受及其支付结算等完整交易过程，可以完全在电子信息网络上完成。完全电子商务能使双方超越地理空间的障碍进行电子交易，可以充分挖掘全球商务市场的潜力。

不完全电子商务是指不能完全依靠电子信息网络实现和完成完整交易的商务活动。不完全电子商务要依靠一些外部因素，如运输系统的效率等。一些不能数字化的有形产品的交易过程，不能完全在电子信息网络上实现，需要利用电子信息网络以外的一些要素和系统，如需要利用传统物流运输系统来实现实体配送等。

（二）按电子商务参与主体的关系分类

政府部门、企业、商业机构、金融机构、学校、家庭等组织和个人均可以利用电子信息网络开展电子商务活动。按电子商务参与主体的关系，电子商务可分为四类，即企业对消费者的电子商务、企业对企业的电子商务、企业对政府机构的电子商务和消费者对政府机构的电子商务。

1. 企业对消费者的电子商务（Business to Consumer

Electronic Commerce, 简称 B to C, 或 B2C)。企业对消费者的电子商务是指企业与消费者之间利用因特网等电子信息网络开展的商务活动和相关服务活动。网络商业是这一类型电子商务的主要表现形式。目前, 企业与消费者之间在因特网上开展了各种类型产品(如鲜花、书籍、计算机、汽车等)的交易以及服务的提供和接受等。

2. 企业对企业的电子商务 (Business to Business Electronic Commerce, 简称 B to B, 或 B2B)。企业对企业的电子商务是指企业与企业之间利用因特网等电子信息网络开展的商务活动和相关服务活动。B to B 电子商务已经有了多年的发展历史, 特别是通过电子数据交换 (Electronic Data Interchange, 简称 EDI), 使企业对企业的电子商务得到了迅速发展和推广。目前, 企业对企业的电子商务发展较快, 是电子商务的主流。

3. 企业对政府机构的电子商务 (Business to Government Electronic Commerce, 简称 B to G, 或 B2G)。企业对政府机构的电子商务是指企业与政府机构之间利用因特网等电子信息网络开展的商务活动和相关服务活动。如政府机构与企业之间进行的行政管理服务的提供和接受, 政府机构可以利用因特网等电子信息网络发放进出口许可证、开展统计工作, 企业可以在网上办理交税和退税等。

4. 消费者对政府机构的电子商务 (Consumer to Government, 简称 C to G, 或 C2G)。在这种电子商务中, 政府机构与消费者之间进行社会福利金(费)的发放与接受, 以及个人税收的征收与缴纳等活动。随着商业机构对消费者以及商业机构对政府电子商务的发展, 各国政府将会对个人实施更为完善的电子商务服务。

三、电子商务的经济特征

现代电子商务与传统商务相比, 主要具有如下五个特征:

1. 电子商务市场的全球性。电子商务是以因特网作为其交

易的载体的，而因特网的一个重要特征就是全球连通，在因特网上没有明显的地域和国家界限，通过任何一台联网的电脑都可以访问世界任何一个角落的服务器，商家可以在因特网所到之处搜寻资源，也可以向因特网所到之处推销产品，因特网使得远距离的交易不仅成为可能，而且可以经常发生。于是，电子商务主体面对的就不仅仅是一个地区的市场，而是全球的大市场。全球性的市场不仅一改封闭的交易形式，而且期待着高度一体化的商业和法律规则。

2. 电子商务经济资源的虚拟性。由于在因特网上处理、储存和传输的都是表示一定信息的电磁信号，从而以因特网为载体的电子商务都是数字化的。也就是说，电子商务中的经济资源并不以其传统的物化形式出现，而是被虚拟为数字形式的符号。

3. 电子商务交易形式的发展性。随着计算机技术和网络技术的快速发展，作为其应用的电子商务无论在规模上还是形式上都有了巨大的发展。与此相适应，不断切合信息和通讯技术特征的电子商务交易方式也伴随着经济技术发展而快速发展。从简单的 EDI 信息传输到构建数字化交易平台，从初始的电子邮件身份认证到数字化签名，电子商务交易形式不断更新。电子商务交易形式的高速发展，迫切要求电子商务立法跟上其快速发展的节拍，为其保驾护航。

4. 商务运作方式方法的特殊性。商务运作过程是企业在具体进行一个商贸交易过程中的实际操作步骤和处理的过程。与传统商务相比，电子商务的商务运作过程具有其特殊性。

传统商务交易过程中的实务操作由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成：（1）交易前的准备：对于商贸交易过程来说，交易前的准备就是供需双方如何能宣传或者获取有效的商品信息的过程。商品供应方的营销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息。对于商品的需求者来说，则需要得到有关商品的信息，以充实自己

的进货来源。因此，交易前的准备实际上就是一个商品信息的发布、查询和匹配过程。(2) 贸易磋商过程：在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后，就开始进入具体的贸易磋商过程，贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易单证包括询价单、价格磋商、订购合同、发货单、运输单、发票、收货单等等，各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销管理要求及详细的商品供需信息。在传统商贸活动的贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或邮寄等，各种正式贸易单证的传递主要通过邮寄方式传递。(3) 合同与执行：在传统商务活动中，贸易磋商过程经常通过口头协议来完成的，但在磋商过程完成后，交易双方必须要以书面形式签订具有法律效力的商贸合同，来确定磋商的结果，便于日后双方对合同的监督执行，并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行裁决。(4) 支付过程：传统商贸业务中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商贸过程，用支票方式支付涉及到双方单位及其开户银行。现金方式常用于企业对个体消费者的商品零售过程。

在电子商务环境下，商务运作的过程虽然也有交易前的准备、贸易的磋商、合同的签订与执行以及资金的支付等环节，但是交易过程中具体使用的运作方法不同。(1) 交易前的准备：在电子商务模式中，交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网页完成的，双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。(2) 贸易的磋商：电子商务中的贸易磋商过程，是将纸面单证在网络和系统的支持下，变成电子化的记录、文件和报文，并在网络上传递的过程，并且由专门的数据交换协议保证网络信息传递的正确性、安全性和快速性等。(3) 合同的签订与执行：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贸易磋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力，可以作为在执行过程中产生纠纷的裁决依据。

(4) 资金的支付：电子商务中交易的资金支付，采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式，以在网上支付的方式进行。

5. 交易成本低，交易效率高：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) 买卖双方之间距离越远，在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处理成本。(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) 卖方可通过因特网进行产品介绍、宣传，避免了在传统方式下做广告、发印刷产品等大量费用。电子商务实行“无纸贸易”，可减少 90% 的文件处理费用。(4) 因特网使买卖双方及时沟通供需信息，使“零库存”生产和销售成为可能，从而可能使库存成本降至最低甚至为零。(5) 企业利用内部网 (Intranet) 可实现“无纸办公”，提高内部信息传递的效率、节省时间，并降低管理成本。(6) 通过因特网把其公司总部、代理商，以及分布在其他地方的子公司、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，采用快捷的配送公司提供交货服务，从而降低产品成本。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吧或办公室。

电子商务具有较高的交易效率。由于因特网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，将原料采购、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在最短的时间内完成。而传统贸易方式中，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。

四、电子商务的发展阶段

电子商务的发展可以分为两个阶段。

(一) 20 世纪 60 年代—90 年代：基于 EDI 的电子商务阶段

从技术的角度来看，人类利用电子通讯的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 60 年代，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，但是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（电子数据交换）作为企业间商务活动的应用技术，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 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 (Electronic Data Interchange)：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 都不通过因特网，而是通过租用专线在专用网络上实现，这类专用的网络被称为增值网 (Value - Added Network, 简称 VAN)，这样做的目的主要是考虑到安全问题。但随着因特网安全性的日益提高，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。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。EDI 软件主要有以下几种：(1) 转换软件 (Mapper)。转换软件可以帮助用户将原有计算机系统的文件，转换成翻译软件能够理解的平面文件 (Flatfile)，或是将从翻译软件接收来的平面文件，转换成原计算机系统文件。(2) 翻译软件 (Translator)。将平面文件翻译成 EDI 标准格式，或将接收到的 EDI 标准格式翻译成平面文件。(3) 通信软件。将 EDI 标准格式的文件外层加上通信信封 (Envelope)，再送到 EDI 系统交换中心的邮箱 (Mailbox)，或从 EDI 系统交换中心内将接收到的文件取回。EDI 软件中除了计算机软件外还包括 EDI 标准。国际标准——UN/EDIFACT (UN/EDI For Administration、Commerce and Transportation) 使国际间用统一的标准进行电子数据交换成为了现实。

(二) 20 世纪 90 年代以来：基于因特网的电子商务阶段

20 世纪 90 年代初以来，因特网迅速普及，逐步从大学、科研机构走向商务应用，其功能也已从信息共享演变成为一种大众化的信息传播工具。相应地，在因特网上出现了日益广泛的经济贸易活动，如通过因特网实现查询、采购、产品介绍、广告、订购、电子支付等一系列的网上交易活动。随着这些网上交易活动的飞速发展，作为真正现代意义上的电子商务才应运而生，并迅速发展成为一场波及全球的现代电子商务新潮。与 EDI 电子商务相比，现代电子商务具有以下一些明显的优势：(1) 费用低廉，(2) 覆盖面广，(3) 功能全面，(4) 使用简单方便。

现代电子商务的产生和发展受多种社会、经济和技术因素的综合作用和影响，是人类生产力发展和科技进步的必然结果。

信息技术的发展和应用为电子商务的产生和发展奠定了物质技术基础。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。信息经济时代的到来为电子商务展示了广阔的发展前景。

网络的普及和成熟推动了电子商务的快速发展。由于因特网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。

各国企业在经济全球化条件下的国际竞争中希望赢得竞争优势的现实需要, 是电子商务发展动力的基本来源。

各国政府对电子商务的重视和扶持以及有关国际机构的积极推动, 是促进电子商务发展的重要因素。政府的支持对电子商务的发展提供了有力的推动。

电子商务法律框架的制定和完善是电子商务产生和发展的重要保证。

作为一种商务创新, 电子商务将带来一场史无前例的经济革命, 并将给社会发展、法律制度以及文化教育等带来巨大而深远的影响。

第二节 电子商务的经济应用

一、电子商务系统的构成

从技术角度看, 电子商务系统由三部分组成: 企业内部网、企业内部网与因特网的连接、电子商务应用系统。

(一) 企业内部网

企业内部网由 Web 服务器、电子邮件服务器、数据库服务器以及电子商务服务器和客户端的 PC 机组成。所有这些服务器和 PC 机都通过先进的网络设备集线器 HUB 或交换器 SWITCH

连接在一起。

WEB 服务器最直接的功能是可以向企业内部提供一个网络站点，借此可以完成企业内部日常的信息访问；邮件服务器为企业内部提供电子邮件的发送和接收；电子商务服务器和数据库服务器通过 WEB 服务器，由自己对企业内部和外部提供电子商务处理服务；协作服务器主要保障企业内部各项工作能协同工作，例如，在一个软件企业，企业内部的开发人员可以通过协作服务器共同开发一个软件；客户服务器提供企业内部网络访问者的身份验证，不同的身份对各种服务器的访问权限不同；客户端 PC 机上要安装有因特网浏览器，以访问 WEB 服务器。在企业内部网中，每种服务器的数量随企业的情况不同而不同，例如，如果企业内访问网络的用户比较多，可以放置一台企业 WEB 服务器和几台部门级 WEB 服务器，如果企业的电子商务类型比较多样或者电子商务业务量比较大，可以放置多台电子商务服务器。

（二）企业内部网与因特网连接

为了实现企业与企业之间、企业与用户之间的连接，企业内部网必须与因特网进行连接，但连接后，会产生安全问题。所以在企业内部网与因特网连接时，必须采用一些安全措施或配备具有安全功能的设备，这就是所谓的防火墙。为了进一步提高安全性，企业往往还会在防火墙外建立独立的 Web 服务器和邮件服务器供外部访问之用，同时在防火墙与企业内部网之间，一般会有一台代理服务器，代理服务器的功能有两个，一是安全功能，即通过代理服务器，可以屏蔽企业内部网内的服务器或 PC 机，当一台 PC 机访问因特网时，它先访问代理服务器，然后由代理服务器去访问因特网；二是缓冲功能，代理服务器可以保存经常访问的因特网上的信息，当 PC 机访问因特网时，如果被访问的信息已存放在代理服务器中，那么代理服务器将把信息直接送到 PC 机上，省去对因特网的再一次访问，从而可以节省费用。

（三）电子商务应用系统