

# 现代旅游

## 电子商务教程

(第2版)

杨路明 巫宁 等编著



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

6  
28

# 现代旅游电子商务教程

(第2版)

杨路明 巫 宁 等编著

電子工業出版社

**Publishing House of Electronics Industry**

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书比较系统地介绍了电子商务的基本知识、相关技术和实际应用,包括旅游业的特征,旅游电子商务的发展基础,电子商务在全世界旅游业中的应用前景,旅游电子商务的概念与内涵,以及旅游电子商务体系的结构、功能、关联过程和依托环境。同时还对旅游电子商务发展对旅游产业的影响,包括推动旅游市场结构变化、促进旅游产业变革与创新进行了讨论。本书从旅游电子商务的企业应用以及理论层面讨论了信息化对旅游企业的战略意义,并对旅游企业的信息化策略及国内外有代表性的旅游企业的电子商务进行了分析与说明。

本书是学习旅游电子商务知识的一本基础性读物。可作为高等院校非电子商务专业本科生、研究生的电子商务应用教材,并可以作为旅游专业及旅游管理专业的师生、各级旅游主管部门、旅游企业及从事旅游研究、旅游规划、旅游与经营开发的企业和个人的教材及参考书,也可以作为政府公务人员学习和认识旅游电子商务的参考书与教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

现代旅游电子商务教程/杨路明,巫宁等编著.—2版.—北京:电子工业出版社,2007.1  
ISBN 7-121-03633-9

I. 现… II. ①杨… ②巫… III. 旅游业—电子商务—教材 IV. F590.6-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 151605 号

责任编辑:赵平

印刷:北京东光印刷厂

装订:三河市皇庄路通装订厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本:787×1092 1/16 印张:24.5 字数:627.2 千字

印次:2007年1月第1次印刷

印数:5000册 定价:36.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系电话:(010)68279077;邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

## 反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可,复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为;歪曲、篡改、剽窃本作品的行为,均违反《中华人民共和国著作权法》,其行为人应承担相应的民事责任和行政责任,构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序,保护权利人的合法权益,我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为,本社将奖励举报有功人员,并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话:(010)88254396;(010)88258888

传 真:(010)88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址:北京市万寿路173信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编:100036

## 再版前言

三年前,当本书开始撰写时,旅游电子商务的研究在我国还是一个相对的空白点,对于旅游电子商务研究的人还比较少。对于这一点,在旅游界及电子商务界是一致认可的。电子商务的快速发展,为旅游电子商务的研究注入了更多的新鲜血液,旅游电子商务的研究及应用在我国也进入了快速发展的阶段。特别是旅游电子商务的有效应用,使得旅游电子商务的研究也在学术界有了更快速的发展。

旅游电子商务是电子商务应用的一部分,它是电子商务中对物流依赖相对比较少的一个领域,具有巨大的发展潜力。为了能让更多从事旅游研究的读者也能有效研究旅游电子商务,有必要对旅游电子商务的基本情况、所需要的技术及发展有一个比较全面的介绍,因此,本书从读者及教学的角度对原书进行了比较大的修改。

本书第1版对电子商务的介绍从技术角度讨论的比较多,而实际上从事旅游电子商务教学及研究的人员主要是非技术人员。因此,第2版对过于技术化的内容进行了删减,而对电子商务的应用及其网站的策划和设计进行了更多的讨论。因此,新版书增加了网络经济与管理、电子商务系统设计、电子商务网站的建设,并对原来的电子商务技术基础进行了重写,使之更适合非技术专业的学生及电子商务应用人员阅读。具体修改内容如下。

(1) 增加了第2章网络经济与管理,更深入地对网络经济的现状、影响与作用,以及网络环境下的管理进行了深入的讨论。

(2) 增加了第4章电子商务系统设计。主要让从事旅游规划、旅游设计及旅游管理的人员对电子商务系统设计所涉及的一些内容及方法有一个比较系统的认识,从而能有效应用旅游电子商务进行相应的工作。

(3) 增加了第5章电子商务网站的建设。进行旅游设计、旅游管理及旅游规划的人员有必要了解网站建设的基本方法及相关内容。

(4) 对第1章和第3章进行了修改,补充了一些数据,使之更能体现现代技术的应用与发展。

除第1版参与编写人员巫宁、李钰、张志勇、陈飙、王挺、李柏文外,第2版中又有云南大学的曹丽娟、东北林业大学经济管理学院胡艳英、云南大学的宋乐参与了编写和修正工作。由我设计了编写方案并进行了最终的修改与定稿。

由于电子商务的发展迅速,本书同样也存在许多的问题,还有许多地方需要进行修改,真切希望读者能给本书提出意见及建议,使之更趋向于完善。

杨路明

2006.11.18 于昆明龙泉小区

Lmyang@ynu.edu.cn

# 目 录

## 第 1 部分 电子商务基础知识

<b>第 1 章 电子商务概述</b> .....	1
1.1 电子商务的概念 .....	1
1.1.1 电子商务的定义 .....	2
1.1.2 电子商务的内涵 .....	3
1.2 电子商务的兴起与发展 .....	4
1.2.1 电子商务产生和发展的条件 .....	4
1.2.2 电子商务发展的两个阶段 .....	5
1.2.3 国内外电子商务发展状况 .....	8
1.3 电子商务的特点及功能 .....	11
1.3.1 电子商务的特点 .....	11
1.3.2 电子商务的功能 .....	13
1.4 电子商务的分类和应用 .....	14
1.4.1 电子商务的分类 .....	14
1.4.2 电子商务交易的三个阶段 .....	17
1.4.3 电子商务的层次 .....	18
1.4.4 电子商务的应用 .....	20
1.5 电子商务对社会经济的影响 .....	21
1.5.1 电子商务对社会经济的影响 .....	22
1.5.2 电子商务对世界经济影响的分析 .....	23
小结 .....	25
思考题 .....	25
<b>第 2 章 网络经济与管理</b> .....	26
2.1 网络经济的定义与发展 .....	26
2.1.1 网络经济的定义 .....	26
2.1.2 网络经济的产生和发展 .....	27
2.2 网络经济的理论分析 .....	29
2.2.1 网络经济中的定理 .....	30
2.2.2 网络经济的边际成本和收益 .....	33
2.2.3 网络效应 .....	35
2.3 网络企业组织 .....	36

2.3.1	网络经济对企业组织结构变革的要求	37
2.3.2	网络组织的定义	37
2.3.3	网络组织的类型	39
2.3.4	网络组织的结构	41
2.4	网络企业管理	42
2.4.1	电子商务协同	42
2.4.2	学习型组织与知识管理	44
2.4.3	网络化供应链管理	47
2.4.4	柔性化管理	48
	小结	49
	思考题	50
<b>第3章</b>	<b>电子商务的技术基础</b>	<b>51</b>
3.1	Internet 的系统组成	51
3.1.1	Internet 的发展	51
3.1.2	Internet 协议	53
3.1.3	IP 地址与域名	56
3.1.4	Internet 实用程序	65
3.1.5	标记语言和 WWW	66
3.2	Internet 应用	70
3.2.1	E-mail 及应用	70
3.2.2	FTP 及应用	71
3.2.3	其他应用	71
3.3	Web 系统结构	73
3.3.1	Web 系统的组成	73
3.3.2	Web 系统的模式	74
3.3.3	Internet 系统的接入方案	75
3.4	Internet 组网基础	85
3.4.1	Internet 的网络拓扑结构	85
3.4.2	Intranet、Extranet、虚拟专用网	88
3.4.3	组网设备及通信线路	90
	小结	93
	思考题	93
<b>第4章</b>	<b>电子商务系统设计</b>	<b>94</b>
4.1	电子商务系统总体结构	94
4.1.1	电子商务系统的基本概念	94
4.1.2	电子商务系统的运行环境	97
4.1.3	电子商务系统的体系结构	98
4.1.4	电子商务应用系统	100
4.2	电子商务系统技术架构	101
4.2.1	电子商务网络平台	101
4.2.2	电子商务系统硬件平台	102

4.2.3 电子商务软件平台 .....	104
4.2.4 电子商务系统集成 .....	105
4.3 电子商务系统的规划与设计 .....	106
4.3.1 电子商务系统规划概述 .....	106
4.3.2 电子商务系统用户需求分析 .....	107
4.3.3 商务模型规划 .....	108
4.3.4 商务系统规划 .....	111
4.3.5 电子商务系统规划基本过程 .....	111
4.3.6 电子商务系统规划步骤 .....	115
4.3.7 电子商务系统设计与集成 .....	116
4.4 电子商务系统实施与维护 .....	117
4.4.1 电子商务系统的测试 .....	117
4.4.2 电子商务系统的实施与发布 .....	120
4.4.3 电子商务系统的维护 .....	121
4.4.4 电子商务系统的评估 .....	122
小结 .....	127
思考题 .....	127
<b>第5章 电子商务网站的建设</b> .....	<b>129</b>
5.1 电子商务网站及其特点 .....	129
5.1.1 电子商务网站的种类与特点 .....	130
5.1.2 电子商务网站的体系结构 .....	133
5.1.3 电子商务网站的功能结构 .....	134
5.2 电子商务网站的规划 .....	135
5.2.1 电子商务网站规划的任务与步骤 .....	136
5.2.2 电子商务网站的市场需求分析 .....	137
5.2.3 电子商务网站的定位及可行性分析 .....	138
5.2.4 域名注册及 ISP 提供商选择 .....	142
5.3 电子商务网站的内容设计 .....	144
5.3.1 电子商务网站设计的原则 .....	145
5.3.2 电子商务网站的设计风格 .....	146
5.3.3 网页的可视化设计 .....	147
5.3.4 网页制作 .....	151
5.4 网络开发技术 .....	154
5.4.1 Web 数据库技术 .....	154
5.4.2 视频信息服务平台开发 .....	155
5.4.3 Web Mail 信息服务平台 .....	157
5.4.4 组建 ISP 信息服务平台 .....	158
小结 .....	160
思考题 .....	161



## 第 2 部分 电子商务与旅游产业

<b>第 6 章 信息化潮流中的现代旅游业</b> .....	162
<b>6.1 旅游产业的特征及其与电子商务的天然适应性</b> .....	162
6.1.1 旅游业是信息密集型和信息依托型产业 .....	163
6.1.2 旅游业是跨国界合作和跨空间运作的典型产业 .....	165
6.1.3 旅游电子商务较少涉及物流问题 .....	166
6.1.4 电子商务平台的特性,能较好地解决满足旅游者个性化需求与实现旅游业 运作规模优势的矛盾 .....	166
<b>6.2 旅游电子商务的广阔发展空间</b> .....	167
6.2.1 旅游电子商务发展的持久性动因 .....	168
6.2.2 旅游电子商务发展的产业背景——旅游业与信息产业的发展 .....	169
<b>6.3 全球旅游电子商务的发展图景</b> .....	174
6.3.1 美国旅游电子商务发展概况 .....	175
6.3.2 欧洲及其他国家旅游电子商务发展概况 .....	178
6.3.3 中国旅游电子商务发展概况 .....	188
<b>小结</b> .....	191
<b>思考题</b> .....	191
<b>第 7 章 旅游电子商务及旅游电子商务体系</b> .....	193
<b>7.1 旅游电子商务的概念</b> .....	193
7.1.1 国际对旅游电子商务的认识 .....	194
7.1.2 旅游电子商务的定义 .....	195
<b>7.2 旅游电子商务体系</b> .....	197
7.2.1 旅游电子商务体系的概念 .....	197
7.2.2 旅游电子商务体系与旅游业 .....	198
<b>7.3 旅游电子商务体系的构成</b> .....	199
7.3.1 网络信息系统——旅游电子商务体系的架构和基础 .....	199
7.3.2 电子商务服务商——旅游电子商务的技术支持者 .....	201
7.3.3 旅游目的地营销机构、旅游企业和旅游者——旅游电子商务的应用主体 .....	202
7.3.4 旅游信息化组织——旅游电子商务的推进者、规范者 .....	207
7.3.5 支付、物流和规范——旅游电子商务实现的重要支持 .....	210
<b>7.4 旅游电子商务体系的功能</b> .....	212
7.4.1 旅游电子商务体系的信息流功能 .....	213
7.4.2 旅游电子商务体系与资金流、物流和旅游流 .....	219
<b>7.5 旅游电子商务体系的交易模式</b> .....	224
7.5.1 旅游企业间电子商务(B2B) .....	224
7.5.2 旅游企业对企业类客户的电子商务(B2E) .....	224
7.5.3 旅游企业对旅游者的电子商务(B2C).....	225
7.5.4 旅游者对旅游企业的电子商务(C2B).....	225
<b>7.6 旅游电子商务体系的特点</b> .....	226

7.6.1	时空无界性 .....	226
7.6.2	聚合性 .....	226
7.6.3	直接性和高效性 .....	227
7.6.4	经济性和联结经济性 .....	227
小结	.....	227
思考题	.....	228
<b>第 8 章</b>	<b>电子商务与旅游市场</b> .....	<b>229</b>
8.1	电子商务与旅游消费 .....	229
8.1.1	信息技术与旅游消费的互动发展 .....	229
8.1.2	旅游者对互联网及电子商务的认同和应用 .....	233
8.1.3	电子商务条件下的旅游消费过程 .....	239
8.2	电子商务与旅游服务提供 .....	241
8.2.1	电子商务改变传统旅游服务的方式和内涵 .....	241
8.2.2	电子商务与一对一旅游服务 .....	243
8.2.3	旅游信息服务与旅游目的地信息系统 .....	246
8.3	电子商务与旅游市场运行 .....	255
8.3.1	电子商务降低了市场交易成本,提高了市场交易效率 .....	255
8.3.2	电子商务增加了旅游市场交易机会 .....	257
8.3.3	电子商务加剧了旅游市场的内部竞争 .....	258
8.3.4	电子商务带来了旅游市场管理的新课题 .....	259
小结	.....	259
思考题	.....	260
<b>第 9 章</b>	<b>电子商务与旅游产业优化</b> .....	<b>261</b>
9.1	网络经济改造旅游产业发展环境 .....	261
9.1.1	信息化建设扩大了对旅游产业的技术投入规模 .....	261
9.1.2	信息资源的开发和共享促进了旅游生产资料的变革 .....	263
9.1.3	信息技术的应用提高了旅游业劳动投入的素质和效益 .....	263
9.2	电子商务与旅游市场结构演变 .....	264
9.2.1	传统的旅游中间商 .....	264
9.2.2	“直接经济”对传统旅游中间商的挑战 .....	266
9.2.3	新型电子旅游中间商的发展 .....	267
9.2.4	电子商务时代的旅游市场结构 .....	269
9.3	电子商务与旅游产业和企业组织结构的变革 .....	272
9.3.1	电子商务影响旅游产业和企业组织结构的分析框架 .....	272
9.3.2	电子商务对旅游产业和企业组织结构的影响趋势 .....	274
9.4	旅游电子商务与旅游业集合竞争力 .....	280
9.4.1	电子商务增强了旅游业各子系统间的协作与关联 .....	281
9.4.2	推进政府主导,企业参与的旅游目的地营销 .....	282
小结	.....	283
思考题	.....	283

## 第 3 部分 旅游企业信息化

<b>第 10 章 旅游企业信息化应用策略</b> .....	284
10.1 旅游企业网站建设和互联网络营销 .....	284
10.1.1 建立旅游企业网站 .....	284
10.1.2 旅游企业的网络营销 .....	286
10.1.3 利用行业电子商务平台实现旅游企业电子商务 .....	290
10.2 计算机预订系统(CRS)和全球分销系统(GDS) .....	291
10.2.1 计算机预订系统和饭店集团中央预订系统 .....	291
10.2.2 全球分销系统(GDS)的概念和特征 .....	292
10.2.3 全球分销系统(GDS)的发展 .....	294
10.3 客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM) .....	300
10.3.1 CRM 的概念 .....	301
10.3.2 CRM 的管理目标、组成和功能 .....	302
10.3.3 CRM 发展概况 .....	306
10.4 企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP) .....	308
10.4.1 ERP 的概念 .....	308
10.4.2 ERP 软件的主要模块与功能简介 .....	309
10.4.3 ERP 的发展阶段 .....	310
10.4.4 中国 ERP 的发展趋势 .....	311
10.4.5 旅行社与 ERP 实施战略 .....	311
小结 .....	314
思考题 .....	314
<b>第 11 章 旅游企业信息化战略选择</b> .....	315
11.1 旅游企业信息化的两重价值——应用与组织进化 .....	315
11.1.1 旅游企业信息化的应用价值 .....	315
11.1.2 旅游企业信息化的组织进化价值 .....	319
11.2 旅游企业电子商务机会甄别流程 .....	320
11.2.1 分析信息时代下的旅游企业竞争 .....	321
11.2.2 识别企业自身的能力基础和资源基础 .....	322
11.2.3 识别企业内外部的所有机会 .....	323
11.2.4 提出问题, 辨明企业发展电子商务的构思 .....	324
11.2.5 排列机会的优先顺序 .....	324
11.2.6 分析并确定介入电子商务的基本方案 .....	325
11.3 旅游企业信息化道路 .....	325
11.3.1 旅游企业信息化的概念界定 .....	326
11.3.2 旅游企业信息化步骤 .....	326
小结 .....	332
思考题 .....	333
<b>第 12 章 旅游企业信息化实务与案例</b> .....	334

---

12.1 旅游企业的电子商务实践·····	334
12.1.1 航空公司的旅游电子商务实践·····	334
12.1.2 旅行社的旅游电子商务实践·····	336
12.1.3 旅游饭店对旅游电子商务的应用·····	342
12.1.4 旅游观光娱乐机构对旅游电子商务的应用·····	347
12.2 利用行业电子商务平台实现中小旅游企业信息化·····	352
12.2.1 金旅工程概述·····	353
12.2.2 金旅工程公共商务网的旅游电子商务平台·····	355
12.2.3 金旅工程旅游企业信息化解决方案·····	368
12.2.4 案例总结与评述·····	371
小结·····	371
思考题·····	372
<b>第 13 章 我国旅游电子商务发展的思考与展望·····</b>	<b>373</b>
13.1 理性认识旅游电子商务在价值链中的地位和作用·····	374
13.2 探索符合中国实情的旅游电子商务发展之路·····	376
<b>参考文献·····</b>	<b>379</b>

# 第 1 部分 电子商务基础知识

## 第 1 章 电子商务概述

### 课前导读

Internet 飞速发展的今天,电子商务已渗透到人们的日常生活中。当你用 E-mail 与客户沟通的时候,当你轻点鼠标进行网上购物的时候,你已在使用电子商务了。当然,这些日常感性体验向我们展示的可能只是电子商务的冰山一角。

在使用电子商务之前,我们需要对电子商务有一个全面的了解。什么是电子商务?电子商务是在什么时候兴起和发展起来的?电子商务的特点是什么?它对社会经济的发展会有什么样的影响?本章就是从这些基本知识开始的。

### 教学目标

- 介绍电子商务的概念
- 介绍电子商务的兴起与发展
- 详细讲解电子商务的特点及功能
- 详细讲解电子商务的分类和应用
- 讲述电子商务对社会环境的影响

### 1.1 电子商务的概念

**重点:** 基于分析不同机构和研究者对电子商务的定义,本书认为,电子商务即以信息技术、网络技术、通信技术为基础,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种商务活动。电子商务的主要内涵是:信息运营、集成信息资源、商务贸易、协作交流。

电子商务源于英文 Electronic Commerce,简称为 EC。顾名思义,其内容包含两个方面,一是电子方式,二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通信方式,实现买卖双方不谋面地进行各种商贸活动。

电子商务可以通过多种电子通信方式来完成。简单地,比如,你通过打电话或发传真的方式来与客户进行商贸活动,似乎也可以称作电子商务。但是,现在人们所探讨的电子商务主要是以 EDI(Electronic Data Interchange)和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟,电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的,所以也有人把电子商务简称为 IC(Internet Commerce)。

从贸易活动的角度分析,电子商务可以在多个环节实现,由此也可以将电子商务分为两个层次,较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等;最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 Internet 网络能够进行全部的贸易活动,即在网上将信息流、商流、资金流和部

分的物流进行完整的实现。也就是说,你可以从寻找客户开始,一直到洽谈、订货、在线付(收)款、开据电子发票以至电子报关、电子纳税等都通过 Internet 一气呵成。

要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面,除了买家、卖家外,还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的,因此,整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版,网络银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可缺少的作用。

从宏观上讲,电子商务是计算机网络的又一次革命,旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序,它不仅涉及电子技术本身,更涉及到诸如贸易、金融、安全等其他层面。

从微观上来说,电子商务是指各种具有商业活动能力的实体(生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费等)利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商业贸易活动。

### 1.1.1 电子商务的定义

电子商务虽然正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活,但是至今没有一个统一的定义。世人众说纷纭,各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多不同的表述,下面就是几个比较有代表和权威的定义。

国际商会于 1997 年 11 月,在巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce)。会上专家和代表对电子商务的概念进行了最有权威的阐述:电子商务是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。电子商务涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、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)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

经合组织(Organization for Economic Cooperation Development, OECD)是较早对电子商务进行系统研究的机构,它将电子商务定义为:电子商务是利用电子化手段从事的商业活动,它基于电子处理和信息技术,如文本、声音和图像等数据传输。其主要是遵循 TCP/IP 协议的通信传输标准,遵循 Web 信息交换标准,提供安全保密技术。

美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·B·惠斯顿在《电子商务的前沿》一书中提出:“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,以满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和卖方联系起来”。

欧洲议会关于“电子商务”给出的定义是:“电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设

计和工程、在线资料、公共产品获得。它还包括了产品(如消费品、专门设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、教育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)”。

HP 公司认为,简单地说,电子商务就是指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。

IBM 公司认为,电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动,是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。简单地说:电子商务 = Web + 企业业务。

Intel 公司的定义:电子商务 = 电子化的市场 + 电子化的交易 + 电子化的服务。

Sybase 公司的定义:电子商务可以用二维坐标系来表示:前端和后端应用组成其中一个坐标轴,“企业到企业”和“企业到顾客”组成另一个坐标轴,而所有的产品都是这个坐标系中的点。

美国通用电气(GE)公司定义:电子商务是任何商务交易形式或商务信息交流通过电子信息高速公路运行或动作的总称。而信息高速公路泛指一切电子信息传递网络。

我们认为:电子商务是以信息技术、网络技术、通信技术为基础,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种商务活动。电子商务过程就是利用各种电子工具和电子技术从事各种商务活动的过程。其中,电子工具是指计算机硬件和网络基础设施(包括 Internet、Intranet、各种局域网等);电子技术是指处理、传递、交换和获得数据的多技术的集合。

总之,无论是国际商会,还是 HP 和 IBM,都认为电子商务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。

### 1.1.2 电子商务的内涵

20 世纪 90 年代以来,随着 Internet 以及各项相关技术的日趋成熟,电子商务在社会经济领域得到了广泛的应用。在发达国家,电子商务的迅速发展,推动了商业、贸易、营销、金融、广告、运输、教育等社会经济领域的创新,并因此形成了一个又一个新产业,给世界各国企业带来了许多新的机会。

在电子商务中,用户可将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务网络,并进行多种网上交易业务的选择。电子商务涵盖的范围包括:商务信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、广告、销售、电子支付(电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、配送(包括有形商品的配送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、组建虚拟企业等。

因此,电子商务的内涵可以概括为:信息运营、集成信息资源、商务贸易、协作交流。

**信息运营** 在过去,那些核心商务系统中的信息很难为更多的人进行使用。而现在,通过通用的 Internet 界面,解决了信息系统的开放问题。信息的收集、发布、处理、分析可以更高效率地进行。

**集成信息资源** 企业数据包括客户数据、库存记录、银行账号、安全密码等最有价值的信息,这些宝贵的信息财富支撑着一个企业的运作。将这些信息与自己的网络站点集成起来,就可以把成千上万的雇员和商业伙伴连接起来,并由此引来了更多的客户。可以说,此时的信息就可以使公司雇员工作效率更高、供货渠道更畅通、客户也更满意。如果把企业的事务处理系

统与网络集成在一块,那么企业就开始进入了电子商务,一步步开始真正从事电子商务活动。在此,客户不仅可以从企业数据库中获得 Internet 当前的产品信息,还可以实时购买并进行支付。目前国内外许多公司正在利用自己的后台资源与信息网络进行集成,直接投入商业应用,从而扩大全球的商业合作伙伴和客户。

**商务贸易** 商务贸易并不仅是在线购物,还应该为各公司间建立营销网络而服务。电子商务的一个发展方向就是网上在线交易,这是一种全新的贸易方式。网上交易比较典型的是,1997年出现的亚马逊(Amazon)网络书店,可以说,它真如神话一样,在一夜之间成为全球最大的、陈列书籍最多的书店,能提供 110 万种英文图书。应当说,在科学快速发展的今天,商业贸易的新模式每天都在不断涌现。因此,要利用最新的科技方式,进行商务贸易的更新才是最好的方式。

**协作交流** 人人都能参与的新闻组讲座是交流的重要组成部分。但对于商务贸易来说,一些人以一种非常安全、非常秘密、非常自如的方式通过 Internet 进行交流是非常有意义的方式。电子化的商业贸易现在已经在快速发展,而电子商务最强有力的方面正是协作交流。

Internet 正以电子商务的方式渗透到贸易活动的各个阶段,因而内容广泛,包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、共享资源等。它为商业机构带来了无尽的可拓展空间,并带来了无穷的选择能力,而电子商务是使 Internet 持续发展的更强有力的推动力量。

## 1.2 电子商务的兴起与发展

**重点:** 电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代。当时商业机构之间基于增值网络和电子数据交换技术沟通商务信息,实现了效率的提高。而电子商务的真正快速发展,是从 20 世纪 90 年代以来,随着 Internet 逐渐普及,成为全球通信与交易的媒体后开始的。

电子商务产生于 20 世纪 60 年代,发展于 90 年代,它经历了由局部的、在专用网上的电子交易,到开放的、基于 Internet 的电子交易过程。特别是近年来,Internet 的快速发展给了电子商务以新的活力,为电子商务提供了新的发展空间,基于 Internet 的电子商务已经引起了全世界人们的关注。

### 1.2.1 电子商务产生和发展的条件

现代电子商务始于计算机网络,计算机网络是电子商务的基础。没有计算机网络,就没有电子商务。其发展形式多种多样,从最初的电话、电报到电子邮件以及其后的 EDI,都可以说是电子商务的某种发展形式。

电子商务的发展有其必然性和可行性。传统的商业是以手工处理信息为主,并且通过纸上的文字交换信息。但随着处理和交换信息量的剧增,该过程变得越来越复杂,这不仅增加了重复劳动量和额外开支,而且也增加了出错机会。在这种情况下,需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务;另一方面,计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用,促进了 EDI 和 Internet 的出现和发展,全球社会迈入了信息自动化处理的新时代,这又使得电子商务的发展成为可能。

计算机的出现和广泛使用促进了电子商务的产生,网络的出现和政府的支持推动了电子商务的发展,因此,电子商务产生和发展的重要条件可以归纳为以下几点:



## 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,计算机的普及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。

## 3. 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安全电子交易协议(Secure Electronic Transfer Protocol, SET),该协议得到大多数厂商的认可和支 持,为在网络上开发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

1996年12月,联合国颁布《贸易法委员会电子商务示范法及其颁布指南》。1997年4月,欧盟提出了“欧盟电子商务行动方案”,美国政府发表了“全球电子商务框架”文件。2001年11月,联合国贸易和发展委员会发表《2001年电子商务和发展报告》,联合国秘书长安南亲自作序。2002年1月24日,联合国第56届会议通过了《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》。2005年4月1日,被称为“中国首部真正意义上有关电子商务的法律”——《电子签名法》正式实施。2005年9月1日,“APEC无纸贸易高级别研讨会”在北京举行,主要是利用信息技术手段加快APEC无纸贸易发展进程。欧盟2005年初对政府采购电子化立法,从2006年1月开始,在政府采购的各个阶段,电子签名已经在欧盟全体成员国之间合法化。

在必然性和可能性的推动下,电子商务得到了较快发展,特别是近两年来其发展速度令世人震惊。虽然如此,电子商务的战略作用却是逐渐被全球各国所认识的,而且其今后的发展道路也是漫长的。

### 1.2.2 电子商务发展的两个阶段

从20世纪60年代至今,电子商务的发展已有40多年的时间,我们将电子商务的发展大体上分为两个阶段。

#### 1. 20世纪60年代~90年代:基于EDI的电子商务

从技术的角度来看,人类利用电子通信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