

教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书
中等职业学校电子商务专业教学用书

电子商务基础学习指导与练习

程越敏 主编



0 1 0

-Business



高等教育出版社

教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书

中等职业学校电子商务专业教学用书

电子商务基础学习指导与练习

程越敏 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是教育部职业教育与成人教育司推荐教材《电子商务基础》(尚建成主编 ISBN 978-7-04-014977-X)的配套用书,也是中等职业学校电子商务专业教学用书。

本书与主教材第一章至第七章的各章内容保持一致,每章由四个部分组成:第一部分是学习指导,包括本章的必备知识、学习目标、学习要点及学习建议,主要介绍本章的重点和应掌握的主要知识点;第二部分是案例评析;第三部分是本章练习,包括判断题、单项选择题、多项选择题、思考题和实践题;第四部分是拓展知识,提供与本章内容相关的延伸知识。

本书可供中等职业学校财经商贸类专业学生学习电子商务基础课程使用,也可供在职人员及自学者参考。

本书配有多媒体教学课件,供教师教学和学生课外练习使用。另外,凭主教材《电子商务基础》所附的学习卡,登录网站(<http://sve.hep.com.cn>)即可获得更多的学习资源。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础学习指导与练习 / 程越敏主编. —北京:高等教育出版社, 2007.7

ISBN 978-7-04-021098-9

I. 电… II. 程… III. 电子商务-专业学校-教学参考资料 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 089714 号

策划编辑	陈伟清	责任编辑	丁孝强	封面设计	张 志
版式设计	张 岚	责任校对	杨雪莲	责任印制	尤 静

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京市南方印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 4.5
字 数 100 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007年7月第1版
印 次 2007年7月第1次印刷
定 价 14.60元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21098-00

前 言

为了帮助学生更好地学习电子商务知识和掌握电子商务应用技能,我们编写了本书。

本书力求紧密结合电子商务活动的实际,本着循序渐进、由浅入深的逻辑思维方式,对学生所学的知识进行多角度、多层次的学习指导和训练,是一本面向广大中等职业学校教师教学和学生学习的参考用书,可以与教育部职业教育与成人教育司推荐教材、中等职业学校电子商务专业教学用书《电子商务基础》配合使用。

本书与主教材《电子商务基础》第一章至第七章的各章内容保持一致,每章由四个部分组成:第一部分是学习指导,包括本章的必备知识、学习目标、学习要点和学习建议,主要介绍本章的重点和各章节应掌握的主要知识点;第二部分是案例评析,由案例和评析两栏目组成,可以作为学生的课后学习资料,也可以由教师组织讨论;第三部分是本章练习,题型包括判断题、单项选择题、多项选择题、思考题和实践题等可以作为学生课后练习;第四部分是拓展知识,提供与本章学习内容相关的延伸知识。

本书可供中等职业学校财经商贸类专业学生学习电子商务基础课程使用,也可供在职人员及自学者参考。

本书配有多媒体教学课件,供教师教学和学生课下练习使用。另外,凭主教材《电子商务基础》(ISBN 978-7-04-014977-X)所附的学习卡,即可登录网站(<http://sve.hep.com.cn>)获得更多的学习资源。

本书由四川省成都市财贸职业高级中学组织编写,由程越敏任主编。第一章由钟兴富编写,第二章由李莉编写,第三章由周秀娟编写,第四章由陈书英编写,第五章由程弋可编写,第六章由何毓颖编写,第七章由谢玉华编写。

由于编者水平有限,不足之处在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见或建议。

编 者

2007年3月

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将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，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

目 录

第 1 章 电子商务概述	1	本章练习	29
学习指导	1	拓展知识	32
案例评析	3	第 5 章 电子商务的技术实现	34
本章练习	4	学习指导	34
拓展知识	8	案例评析	36
第 2 章 电子商务的分类与应用	11	本章练习	37
学习指导	11	拓展知识	41
案例评析	13	第 6 章 电子商务安全保障体系	43
本章练习	14	学习指导	43
拓展知识	17	案例评析	46
第 3 章 电子商务的功能与结构	19	本章练习	47
学习指导	19	拓展知识	53
案例评析	21	第 7 章 电子商务营销策略	57
本章练习	22	学习指导	57
拓展知识	24	案例评析	59
第 4 章 电子商务的业务流程与主要		本章练习	60
环节	26	拓展知识	63
学习指导	26	参考文献	67
案例评析	28		

第1章 电子商务概述



学习指导

【必备知识】

1. 商务

人们通常把为实现商品或服务的交易而开展的一系列经营管理活动总称为商务。商务活动包括采购、生产、销售、交易磋商、经营决策、营销策略、客户服务等。交易中涉及的“四流”包括：① 商流，即商品所有权的转移；② 物流，即商品实物的位移；③ 资金流，即交易过程中资金在交易双方及相关单位间的流动过程；④ 信息流，即商品、消费者及其需求、市场、竞争对手、价格等信息的收集和传递。

2. 市场

市场是指具有特定需要和欲望，而且愿意并能够通过交换来满足这种需要或欲望的全部潜在顾客。市场 = 人口 + 购买力 + 购买欲望。

3. 市场营销

市场营销是个人和机构通过预测、刺激、提供方便，协调生产与消费，以满足顾客和社会公众对产品、服务及其他供应的需求的整体经济活动。

4. 市场营销环境

市场营销环境是指一切影响、制约企业营销活动的外部力量和相关因素的集合，是影响企业生存和发展的各种外部条件。企业的营销环境由微观环境和宏观环境构成。微观环境是指与企业紧密相联，直接影响企业营销能力的各种参与者，包括企业本身、供应商、营销中介、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，也称为直接营销环境。宏观环境是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量，也称为间接营销环境，主要包括人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然生态等因素。宏观环境一般以微观环境为媒介去影响和制约企业的营销活动，在特定场合，也可直接影响企业的营销活动。

5. 计算机

计算机是一种能迅速而高效地自动完成信息处理的电子设备，它能按照程序对信息进行加工、处理和存储。

6. 计算机网络

计算机网络是现代通信技术与计算机技术相结合的产物。所谓计算机网络,就是把分布在不同地理区域的计算机与专门的外部设备用通信线路互联成一个规模大、功能强的网络系统,从而使众多的计算机可以方便地互相传递信息,共享硬件、软件、数据信息等资源。通俗地讲,网络就是通过电缆、电话线或无线通信等互联的计算机的集合。

7. 网络的功能

通过网络,可以和其他连到网络上的用户一起共享网络资源,如磁盘上的文件及打印机、调制解调器等,也可以和他们互相交换数据信息。

8. Internet

从广义上讲,Internet 是遍布全球的联络各个计算机平台的总网络,是成千上万信息资源的总称;从本质上讲,Internet 是一个使世界上不同类型的计算机能交换各类数据的通信媒介。其主要功能是:电子邮件、文件传输(FTP)、远程登录、WWW 服务、公告版、新闻组服务等。

【学习目标】

1. 正确领会电子商务的基本含义,熟悉电子商务的运作环境,理解电子商务的优势。
2. 了解电子商务的起源,理解电子商务产生的基础。
3. 认识电子商务的发展历程,认识世界电子商务、我国电子商务、我国地方电子商务的发展状况与趋势,认识影响我国电子商务发展的因素。
4. 认识电子商务对社会发展所带来的巨大影响。
5. 了解我国电子商务发展中存在的问题。

【学习要点】

本章的主要知识点见表 1-1。

表 1-1 本章知识点

知 识 要 点	知 识 条 目
电子商务基本概念	1. 电子商务的含义 2. 电子商务的运行环境 3. 电子商务的优势
电子商务产生的背景与发展历程	1. 电子商务的起源 2. 电子商务产生的基础 3. 电子商务的发展历程
电子商务的发展状况与趋势	1. 世界电子商务发展状况 2. 电子商务在中国的发展状况 3. 电子商务的发展趋势
电子商务的影响与存在的问题	1. 电子商务对社会发展的影响 2. 电子商务发展中存在的问题

【学习建议】

1. 学生结合传统的商务活动对电子商务的含义有初步的认识并进行对比分析,通过访问电子商务相关网站如中国电子商务咨询网(<http://www.ecw.cn>)、电子商务论坛(<http://dianzis-hangwu.org>)、中国电子商务法律网(<http://www.chinaeclaw.com>),理解电子商务的含义。

2. 收集与电子商务相关的新闻和案例,观看多媒体音像资料,加深对电子商务的感性认识。

3. 通过访问著名的电子商务网站如卓越网(<http://www.joyo.com>)、阿里巴巴(<http://china.alibaba.com>),结合生活中的体会,举例说明电子商务体现的方式。

4. 举例说明电子商务给我们的生活及企业带来的便利,了解各行业电子商务的发展状况;了解电子商务实施的现状和广阔的前景,增强对所专业的热爱,明确学习的目的,激发学习的热情。

5. 提出我国电子商务在发展过程中还存在的问题以及解决的办法,并与国外的电子商务发展情况进行比较,能动态地把握国内外电子商务的发展趋势。

6. 收集自己了解的行业电子商务的相关信息,了解我国企业所面临的市场竞争形势,并进行分析与思考。

7. 教师分别采用讲授法、举例法、对比分析法、讨论法、案例法等不同的教学方法进行有针对性的教学,在教学理念上,重在培养学生的创新精神、创新意识和电子商务理念,让学生通过电子商务的实际操作学习电子商务的基础知识。

8. 分成不同的学习讨论小组并组成不同的模拟公司,给公司设计域名。

9. 参考学时:共6课时,分别如下:

电子商务基本概念:2课时;

电子商务产生的背景与发展历程:1课时;

电子商务的发展状况与趋势:1课时;

电子商务的影响与存在的问题:2课时。



案例评析

金乡大蒜香飘全球^①

【案例】

山东金乡是全国著名的“大蒜之乡”,一到收获季节,各地客商蜂拥而至。以前,他们为了全面了解大蒜的价格、品质、包装、货运等,需要费不少口舌和时间。如今,为了拓宽农产品购销渠道,专门成立了经济信息中心,在网上收集、发布各类信息,还注册了“中国大蒜之乡山东金乡”主页,开通了中国大蒜网。无论哪里的客商,通过网络都能轻而易举地获得大蒜的相关信息。通过网上交易,金乡大蒜不仅在国内畅销,还远销新加坡、美国、韩国等60多个国家和地区。目前,上网热正在该县兴起,不少大蒜储藏加工企业还专门制作了自己的主页。蒜头插上互联网这个

^① 资料来源:金乡大蒜网(<http://www.sogarlic.com>)。

“翅膀”，飞向了全国，也飞向了世界。

【评析】

互联网是一个开放平等的大舞台，它打破了空间和时间的限制，无论是大企业、小企业，还是个人，只要其产品确实有价值，就会有平等的商业机会。



本章练习

一、判断题

- () 1. 电子商务一词源于 Electronic Commerce, 缩写为 EC。
- () 2. 电子商务是指利用简单、快捷、低成本的电子通信方式, 买卖双方不谋面地进行各种商业和贸易活动。
- () 3. 广义的电子商务也称为电子交易 (E-Commerce), 主要是指网络销售, 其主要功能包括网上广告、订货、付款、客户服务和货物传递等售前、售后的服务以及电子商情、电子合同等。
- () 4. 狭义的电子商务 (E-Business), 主要是指用网络进行管理, 在企业内部 (如 ERP, CRM 等) 的电子商务的应用。
- () 5. 电子商务随着网络技术、多媒体技术、通信技术及数据库技术的发展有了新变化, 除了利用 Internet 来进行, 越来越多的用户主要是消费者个人更重视在 Internet、Intranet 和 Extranet 上的综合应用。
- () 6. 利用企业内部的信息链接, 你可以从寻找客户开始, 一直到洽谈、订货、在线付 (收) 款、开具电子发票, 甚至到电子报关、电子纳税、物资调配等, 都可通过 Internet 一并完成。
- () 7. 电子商务可以通过多种电子通信方式来完成, 电子商务早期主要是通过 Internet 来完成的。
- () 8. 现在人们所指的电子商务是在 Intranet 网络上进行的, 它是电子商务活动的基础构架。
- () 9. 在全球电子商务中, 产品信息的发布与接受订单是通过网上站点完成的, 这样的站点被称为电子商场。
- () 10. 为保证网上交易各方身份的真实无误、交易过程的确认, 必须设立权威的认证中心。
- () 11. 基于互联网的商务, 通信速度大大提高, 尤其是国际范围内的通信更加快捷, 相应提高了业务的效率。这反映了电子商务具有高速、高效的特点。
- () 12. 电子商务所具有的费用低廉的特点, 是由于互联网是国际的开放性网络, 使用费用很低廉, 一般来说, 其费用不到专用增值网 (Value Added Net, VAN) 的 1/3, 比普通的通信费用也节省许多, 同时也节省了管理和人员的开销。
- () 13. 电子商务扩大了企业的竞争领域, 使企业从广告、促销手段、产品设计与包装等领域的竞争扩大到无形的虚拟竞争空间。采用了电子商务的企业就具备了新的强有力的竞争手段, 从而增强了企业竞争力。

()14. 20 世纪 70 年代,计算机的广泛应用和先进通信技术的使用,导致了电子数据交换的出现和发展。

()15. 20 世纪 90 年代,世界各大公司与企业开始采用电子数据交换,将其用于发送和接受订单、交货信息、支付信息等。电子商务由此真正出现。

()16. 20 世纪 90 年代以来,互联网技术和电子数据交换技术的迅猛发展,为电子商务系统的发展奠定了坚实的基础。

()17. 计算机的广泛应用、网络的普及和成熟,是电子商务产生和发展的必备条件。

()18. 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。

()19. 自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布《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。

()20. 人们开始采用 EDI 作为企业间进行电子商务交易的应用技术,这也就是电子商务的雏形。

()21. 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的电子传输方法。

()22. 通过 Internet 实现的 EDI 可以直接称为 Internet EDI。

()23. 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,但不需要相关的 EDI 软件来处理。

()24. Internet 免税区政策,即企业单位在全球范围内通过 Internet 网所购、销的商品,不加企业所涉及的所有税种。

()25. Internet 免税区将可能成为世界上最大的自由贸易区,其意义极其宽广和深远。

()26. 新一代电子商务将朝着深度与广度发展。在普及方面,电子商务将把每个人联到网上,将日常生活中任何可能的电子设备都嵌入芯片和存储器,能够将自己生活中的每一个细节融入网络。

()27. 通过互联网,人们只要动一动手就可以进入网上商场,身临其境地浏览、采购各类产品,包括常规物理类产品和数字类商品(如信息、录像、录音、数据库、软件及各类知识产品)。

()28. 网上购物的最大特征是消费者的主导性,购物意愿掌握在消费者手中。因此,电子商务将改变人们的消费方式。

()29. 在线电子支付是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件。

()30. 在电子商务时代,当企业应用电子商务进行生产经营,银行走向金融电子化,以及消费者实现网上消费的同时,也对政府管理行为提出新的要求,电子政府或称网上政府将随着电子商务的发展而成为一个重要的社会角色。

()31. 要想实现真正实时的网上交易,要求网络有非常快的响应速度和较高的带宽。这必须由硬件提供对高速网络的支持,这个问题目前基本能解决。

()32. 在电子商务活动中,政府应遵循电子商务的国际准则,尽量放权于企业。政府在

其中所起的作用应是扶持和服务,但并非不需要政府的控制和干预。

()33. 作为一个安全的电子商务系统,首先必须具有一个安全、可靠的通信网络,以保证交易信息安全、迅速地传递;其次必须保证数据库服务器绝对安全,防止黑客闯入网络,盗取信息。

()34. 目前我国各个国有专业银行网络选用的通信平台基本统一,各银行间跨行业务的互联、互通,使网上支付问题得以解决。

二、单项选择题

1. 电子商务一词源于英文(),其缩写为 EB。

- A. Easy Commerce
- B. Electronic Commerce
- C. Electronic Business
- D. Easy Business

2. ()被定义为通过一个公用网络(通常是互联网)建立一个临时的、安全的连接,是一条穿过混乱的公用网络的安全稳定的隧道。

- A. 虚拟专用网(VPN)
- B. 私有网络
- C. 虚拟局域网(VLAN)
- D. 加密隧道

3. 下列关于电子商务与传统商务的描述,不正确的是()。

- A. 电子商务的物流配送方式和传统商务的物流配送方式基本相同
- B. 电子商务活动可以不受时间、空间的限制,但传统商务做不到这一点
- C. 电子商务和传统商务的广告模式的不同之处在于电子商务可以根据更精确的个性差别将客户进行分类,并有针对性地分别投放不同的广告信息
- D. 用户购买的任何产品都只能通过人工送达,如果采用计算机技术,则用户无法收到其购买的产品

4. 下列关于 EDI 内涵的说法中,最准确的是()。

- A. EDI 是一种采用计算机通过数据通信网络将标准化文件在通信双方之间进行自动交换和处理的工作方式
- B. EDI 和 E-mail 都是通信双方通过网络进行的信息传递方式,所以两者的本质相同
- C. EDI 就是无纸贸易
- D. 以上都不对

5. 最早的电子商务产生是因为()。

- A. 计算机的发明
- B. 电报的发明
- C. 计算机网络的出现
- D. 电话的发明

6. 电子商务最热心的推动者是()。

- A. 政府
- B. 企业
- C. 消费者
- D. 中介机构

7. 下列说法错误的是()。

- A. 电子商务本身并不是高技术,只是高技术的应用
- B. 电子商务的本质是商务
- C. 电子商务不仅仅是网上销售产品
- D. 网上教育不属于电子商务的范畴

8. 下列说法正确的是()。

- A. 电子商务是一种采用最先进信息技术的买卖方式
- B. 电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交易场所
- C. 电子商务是整个贸易活动的电子化、自动化
- D. 电子商务就是指电子交易

9. 目前,在电子商务的定义中,网络是指()

- A. 计算机网络
- B. 互联网
- C. 以互联网为主的计算机网络
- D. 增值网络

10. 目前,电子商务主要是指()。

- A. 上网
- B. 消费者网上购物
- C. 企业之间的无纸贸易
- D. 在以通信网络为基础的计算机系统支持下的商务活动

11. 目前,EDI 使用的数据通信网络一般是指()。

- A. 互联网
- B. 内联网
- C. 增值网
- D. 专用网

12. 最早的电子商务应用网络是()。

- A. 互联网
- B. EDI 网络
- C. Intranet
- D. Extranet

三、多项选择题

1. 狭义的电子商务主要是指网络销售,其主要功能包括()。

- A. 网上广告
- B. 网上订货与支付
- C. 客户服务与货物传递
- D. 电子商情与电子合同

2. 下列说法中,属于电子商务基本功能的有()。

- A. 网上订购
- B. 资料下载
- C. 信息储存
- D. 信息发布与广告宣传

3. 电子商务最早产生于 20 世纪()年代,大规模发展于 20 世纪()年代。

- A. 60
- B. 70
- C. 80
- D. 90

4. 要实现完整的电子商务会涉及很多方面,除了买卖双方外,还应该()等。

- A. 银行等金融机构
- B. 配送中心
- C. 政府机构
- D. 认证机构

5. 电子商务的发展经历了以下两个阶段,从 20 世纪 60 年代到 90 年代的基于()的电子商务和 20 世纪 90 年代以后的基于()的电子商务。

- A. Internet
- B. Web
- C. EDI
- D. HTTP

6. 电子商务运行环境主要包括()。

- A. 电子商场
- B. 认证中心
- C. 配送中心
- D. 网络银行

7. 电子商务运行的网络模式主要有()。
- A. 互联网 B. 企业内部网络
C. 企业外部网络 D. 以上都不是
8. 电子商务的优势包括()和使用更灵活、增强企业竞争力等。
- A. 高速高效 B. 费用较高
C. 覆盖面广 D. 功能更全面
9. 电子商务产生和发展的主要条件有()以及政府的支持与推动。
- A. 计算机的广泛使用 B. 网络的普及和成熟
C. 信用卡的普及应用 D. 安全电子交易协议的制定
10. 从技术上讲,EDI 包括硬件与软件两大部分,其中软件主要包括()。
- A. 计算机软件 B. EDI 标准
C. 其他商务软件 D. 以上都不是
11. 电子商务对社会发展的影响主要表现为()等。
- A. 将改变商务活动的方式 B. 将改变人们的消费方式
C. 将改变企业的生产方式 D. 将改变竞争的形式
12. 有助于扩大电子商务应用的措施有()等。
- A. 加快银行支付系统的建设,实现支付过程和支持手段的电子化
B. 制定和完善各种电子商务法律法规
C. 加快信息基础设施,如建设各种信息传输网络、开发信息技术等
D. 加快企业信息化,提高企业管理水平

四、思考题

1. 电子商务与传统商务相比,其优越性有哪些?
2. 决定消费者上网购物的主要原因是什么?

五、实践题

访问中国商品交易市场网站(<http://www.chinamarket.com.cn>),了解网站交易过程,查找你感兴趣的商品的供求信息。



拓展知识

一、各国政府、学者、企业界人士对电子商务的不同定义

简单地讲,电子商务是指利用电子网络进行的商务活动。但电子商务的定义至今仍不是一个很清晰的概念。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,给出了许多不同表述的定义。

世界电子商务会议关于电子商务的概念是:电子商务(Electronic Commerce),是指对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方面可以定义为:电子商务是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(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

欧洲议会对于“电子商务”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。它包括产品(如消费品、专用设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、体育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。

加拿大电子商务协会关于电子商务的概念是:电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转移,它还包括公司间和公司内利用电子邮件,电子数据交换、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能(如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判)。

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B.惠斯顿在他们的专著《电子商务的前沿》中提出:从广义上讲,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,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,如今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,而未来的电子商务者通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条将买方和卖方联系起来。

Intel 公司对于“电子商务”的定义是:随时(Any Time)、随地(Any Where)、随意(Any Device)。

二、传统商务与电子商务的区别

表 1-2 中列出了传统商务与电子商务的区别。

表 1-2 传统商务与电子商务的区别

项 目	传 统 商 务	电 子 商 务
信息提供	根据销售商的不同而不同	透明、准确
流通渠道	企业—批发商—零售商—消费者	企业—消费者
交易对象	部分地区	全球
顾客忠诚度	(一般情况下)不固定	固定(购买方便,价格低廉)
交易时间	规定的营业时间内	24 小时
销售方法	通过各种关系买卖	完全自由购买
营销活动	销售商的单方营销	双向沟通,一对一
顾客购物方便度	受时间与地点的限制,还要看店主的神色	顾客按自己的方式无拘无束地购物
回应顾客	需要用很长时间掌握顾客的需求	能够迅速捕捉顾客的需求,并及时应答
销售地点	需要销售空间(店铺)	虚拟空间

三、电子商务的理念

创新是电子商务最本质的特征。电子商务不是传统商务活动在网上的翻版,而是对生产流

程、营销模式、组织管理等方面的创新和变革。电子商务的理念主要体现在以下几方面：

- 以商务为本
- 以客户为中心
- 以自动化和人性化为目标
- 注重商务,以传统企业为主开展电子商务

四、电子商务对社会发展的影响

1. 电子商务将改变传统的社会秩序和法律制度

电子商务活动的国际性特征,决定了研究、整合和借鉴国际组织以及各国、各地区成熟的立法经验,避免与国际通用规则相抵触。同时,电子商务所可能涉及的国家经济情报、企事业的商业利益、公民个人的隐私权利等都直接或间接地反映和表现为国家利益,强调和保障国家经济安全十分重要。

因此,在强调电子商务立法的国际属性的同时,必须从国家经济安全的高度来审视和确定我国的电子商务立法,尊重技术自主知识产权,加强网络与电子商务核心软件及数据库的独立开发。

2. 电子商务将超越国界

许多电子商务公司,无论是做实实在在的商品贸易,还是提供无形的有偿服务,它们都盯上了国际市场的巨大潜在发展空间。许多政府和国际组织纷纷鼓励电子商务公司积极参与国际贸易竞争,以促进本国经济的发展和就业。

尽管这种国际贸易面临高的运输成本、语言障碍和货款支付与结算等方面的问题,但经济全球化进程的加快以及电子商务法规的日趋完善,还有电子商务模式的创新,将会逐步扫清这些障碍。像 eBay 这样迅速崛起的国际电子商务大公司就是最好的例证。

不过,由于电子商务超越了国家与地区的地理限制,国际市场和国内市场不再有明显的界限,国内竞争与国际竞争也不再有明显的区别,这将使得不同国家和地区的同类商品在互联网上展开极为激烈的竞争。

第2章 电子商务的分类与应用



学习指导

【必备知识】

1. EDI

EDI 是电子数据交换的英文缩写,它是指交易双方根据统一的报文标准,将结构化的数据信息经数据通信网系统,在双方的计算机之间进行的交换和自动处理。

2. CRM

客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM)的概念是由美国的 Gartner Group 提出的,是一种使企业在客户服务、市场竞争、销售及支持服务方面彼此协调的关系系统,可以帮助企业确立长久的竞争优势。

3. 金融电子化

金融电子化是指金融企业采用现代信息技术手段,提高金融业务效率,降低经营成本,实现业务处理自动化、管理信息化和决策科学化,为客户提供更快捷、方便的服务,从而提高企业市场竞争力的过程。

4. 网络银行

网络银行又称为网上银行或电子银行,它利用计算机和互联网技术,为客户提供综合、实时的全方位银行服务,相对于传统银行而言,网络银行是一种全新的银行服务手段。

5. 电子钱包

电子钱包是网上购物常用的一种支付工具。它有两种概念:一是纯粹的软件,主要用于网上消费、账户管理,这类软件通常是与银行账户或银行卡账户连接在一起的。二是小额支付的智能储值卡,持卡人预先在卡中存入一定的金额,交易时直接从储值账户中扣除交易金额。

6. 认证机构

认证机构(Certificate Authority, CA)是为了从根本上保障电子商务交易活动顺利进行而设立的,主要是解决电子商务活动中交易参与各方身份、资质的认定,维护交易活动的安全。CA 的功能主要有:接收注册请求,处理、批准/拒绝请求,颁发证书等。

7. ERP

企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP)系统是一种主要面向制造行业进行物质