

全国高等院校国际经济与贸易专业系列统编教材

主编
周升起

国际电子商务



INTERNATIONAL ECONOMY TRADE BUSINESS



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

全国高等院校国际经济与贸易专业系列统编教材

国际电子商务

主 编 周升起

副主编 冯 然 陈修权

参 编 张锡宝 陈云天
李 旻

中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

国际电子商务 / 周升起主编. —北京: 中国商务出版社, 2006. 10

(全国高等院校国际经济与贸易专业系列统编教材)

ISBN 7-80181-612-9

I. 国... II. 周... III. 国际贸易—电子商务—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125521 号

全国高等院校国际经济与贸易专业系列
统编教材

国际电子商务

主 编 周升起

中国商务出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64245984 (发行部)

网址: www.cctpress.com

E-mail: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行

北京金奥都图文制作工作室排版

北京密兴印刷厂印刷

787 毫米 × 980 毫米 16 开本

23.125 印张 421 千字

2006 年 11 月 第 1 版

2006 年 11 月 第 1 次印刷

印数: 4 000 册

ISBN 7-80181-612-9

F · 956

定价: 33.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64212247

全国高等院校国际经济与贸易专业系列统编教材

顾 问 施用海 霍建国 严卫京 张汉林

主 任 钱建初

秘 书 长 吴小京

编委会成员（以汉语拼音为序）

陈丽珍 陈双喜 程艳菲 冯宗宪 高 歌

高湘一 韩常青 蒋 瑛 李汉君 李 宏

刘 巍 唐海燕 王友顺 谢晓丰 阎国庆

杨爱兰 杨逢珉 张永安 周升起

序

进入 21 世纪以来,我国外经贸事业发展蒸蒸日上,对外贸易额连年增长,2005 年我国进出口贸易额已经达到 14 200 亿美元,成为世界上的贸易大国。随着对外贸易的发展,外经贸领域对各类外贸人才的需求也日益增长。与此同时,我国的国际贸易教育事业也发展到了一个关键时期,各地院校纷纷开设了国际贸易或与国际贸易有关的专业。但与此不相适应的是,当前国际贸易教育普遍存在着教材陈旧、滞后的情况。当今的国际贸易已经发生了很大变化,服务贸易、技术贸易等有别于商品贸易的贸易形式发展迅速,新的国际贸易理论不断出现,新的交易条件和方式层出不穷;而目前我国各地院校普遍还在使用 20 世纪 80 年代的教材,内容陈旧,形式单一成为这些教材的普遍缺点。

中国商务出版社(原中国对外经济贸易出版社),是商务部所属的唯一一家专业出版社。多年以来,中国商务出版社出版了大量对外经济贸易方面的优秀图书,为我国的对外贸易教育事业作出了卓越的贡献。

在经历了一段时期的调查研究和悉心准备后,中国商务出版社于 2005 年年底在北京召开了“全国高等院校国际经济与贸易专业系列统编教材研讨会”。全国 80 多所开设国际贸易相关专业的高等院校的 100 多位专家、教授参加了会议。经过大家热烈的研讨,会议决定打造一套全新的国际经济与贸易专业系列统编教材。这次会议后,参编的各院校的专家、教授们为编写这套教材,投入了大量的精力。主编们根据自己多年从事对外经济贸易的教学经验,结合当前国际贸易发展的新形势、新理论、新问题,与时俱进,力求创新,精心编撰,几易其稿,为广大读者提供了这套适应当前国际贸易新形势的、适用于所有开设国际贸易及相关专业的高等院校的教材。这套教材是全国 80 多所高等院校从事国际经济与贸易教育事业专家、教授的智慧结晶,也是中国商务出版社为我国国际经济与贸易事业所作的又一杰出贡献。

相信这套教材的出版一定能为我国国际经济与贸易教育事业提供最新、最好的教学用书,也能为我国国际经济与贸易事业培养出更多符合时代要求、知识丰富、能力出众的有用人才。

中国国际贸易学会会长



2006 年 5 月

前 言

一、写作背景

在经济全球化的背景下,计算机信息技术、网络技术的发展、普及和在国际贸易领域的应用,导致了一种新的国际商务活动方式——国际电子商务的出现。由于其显著的功能优势、巨大的社会效益和对全球经济一体化的推动作用,国际电子商务一出现,就显示出强大的生命力。虽然只有短短十几年的历史,但世界范围的(国际)电子商务热已经形成,并正在改变着传统的国际贸易经营思想、经营模式和管理工作方式。国际电子商务将成为 21 世纪世界贸易的主要发展方向和各国竞争的焦点。

以 1996 年启动的国家级信息化工程——“金关”工程为标志,国际电子商务在我国开始从理论研究走向应用系统开发阶段,2002 年 6 月在全国各外贸口岸正式开通运营的“中国电子口岸”,则标志着国际电子商务迈入实际应用阶段。4 年来,已有近万家外经贸企业在“中国电子口岸”登记注册,并通过该网络办理进出口贸易的各项业务,2005 年完成的国际贸易业务量超过 4 000 亿美元。与此同时,我国的对外贸易管理模式也实现了向网络化、电子化的转变。

目前,专业化的(国际)电子商务服务商(ISP)和运营商(ICP)不断现身,并在我国进出口贸易领域发挥着越来越重要的作用;各类外经贸企业及相关机构纷纷建立自己的网站,新的国际电子商务解决方案层出不穷;我国政府管理部门更是积极采取各种优惠政策和支持措施,构建政府“电子政务”管理网络,出台(国际)电子商务法律、法规,制定(国际)电子商务代码、安全和标准体系等。中国国际电子商务网和中国电子口岸的开通运行,更是使进出口

贸易领域全面推行国际电子商务方式的环境已经形成。

但是,国内迄今已出版的电子商务类书籍中,专门研究和介绍国际电子商务的教材还十分鲜见,即使有,其内容也多数侧重于技术,缺乏实务性和可操作性。在国际电子商务的运作过程中,技术是手段和工具,对高校学生以及外经贸企业来讲,通过学习掌握从事国际电子商务的基本能力才是目的。

为适应 21 世纪国际经济与贸易学科建设与新型国际贸易人才培养的需要,中国商务出版社经过认真的市场调研,组织全国近百所高等院校的专家、学者,编著出版“国际经济与贸易”专业系列统编教材,《国际电子商务》为本系列教材之一。通过本教材的出版和使用,希望对推动高校国际电子商务教学,以及在外经贸企业的应用,起到重要的引导作用,为我国国际电子商务的全面发展作出一定的贡献。

二、写作结构

本书的写作目的,是以培养高等院校国际经济与贸易及其相关专业学生,掌握从事国际电子商务的操作和应用能力为主。因此,在写作结构上,本书把重点集中在国际电子商务的特点、国际电子商务网络体系以及国际电子商务交易程序等内容上。但为了保持编写体系和结构的完整性、系统性,对作为国际电子商务基础的电子商务的概念、特点、发展变化,以及国际电子商务的技术基础、支持条件和运行环境等,本书也作了精练的介绍。具体编写结构安排如下:

基础篇。

本篇主要介绍作为国际电子商务运行基础的电子商务的产生与发展演变过程,电子商务系统框架结构以及国际电子商务的基本概念、特点。本篇包括三章内容,分别是:第一章,电子商务概述;第二章,电子商务系统框架;第三章,国际电子商务。

技术篇。

本篇突出介绍国际电子商务运行所必须的网络技术环境。本篇包括四章内容,分别是:第四章,电子商务开发技术;第五章,电子商务中的 EDI;第六章,电子商务安全技术;第七章,电子商务信息管

理技术。

实务篇。

本篇为全书的重点。主要讲述中国国际电子商务网络体系建设及运行状况,外经贸企业开展国际电子商务的方式、方法和基本程序,国际电子商务下的现代物流及金融服务。本篇包括五章内容,分别是:第八章,中国国际电子商务网络建设;第九章,国际电子商务交易前准备;第十章,国际电子商务交易程序;第十一章,国际电子商务下的现代物流;第十二章,国际电子商务下的金融服务。

三、写作分工

本教材的写作完成,是在中国商务出版社的精心组织和大力支持下,经过全国高校的多位专家学者共同努力的结果。参与本书编写的作者分别来自青岛大学、广东外语外贸大学、大连海事大学和中国商务部培训中心。具体编写分工如下:周升起(青岛大学)编写第八章、第九章、第十章;冯然(广东外语外贸大学)编写第五章、第六章、第七章;陈修权(大连海事大学)编写第一章、第二章、第四章;张锡宝(青岛大学)编写第三章;李旻(中国商务部培训中心)编写第十一章;陈云天(中国商务部培训中心)编写第十二章。全书由周升起负责统稿。

在本书的编写过程中,作者参考了已出版的大量电子商务类文献、已发表的(国际)电子商务方面的论文、国内外重要网站的调查、研究报告和网页设计等成果,由于篇幅所限,书中没有一一列举,在此向这些成果的作者和同仁表示衷心的感谢。

由于国际电子商务是一门新兴学科,随着网络信息技术和电子商务技术的发展,新观念、新模式层出不穷,任何论著都难以赶上其发展速度,加上我们的研究范围和写作能力有限,书中难免有纰漏或不当之处,敬请各位专家、学者提出批评指正,我们定当获益匪浅。

编 者
2006年6月

目 录

基 础 篇

第一章 电子商务概述	(1)
第一节 电子商务的产生与发展	(1)
第二节 电子商务的基本概念	(17)
第三节 电子商务环境建设	(27)
复习思考题	(33)
第二章 电子商务系统框架	(34)
第一节 电子交易市场	(34)
第二节 电子商务系统的框架结构	(48)
第三节 企业电子商务系统	(54)
复习思考题	(63)
第三章 国际电子商务	(64)
第一节 电子商务与国际贸易	(64)
第二节 国际电子商务的含义与特征	(71)
第三节 国际电子商务发展趋势及面临的障碍	(77)
复习思考题	(89)

技 术 篇

第四章 电子商务开发技术	(90)
第一节 计算机网络技术	(90)
第二节 电子商务网站建设技术	(104)
第三节 网页制作技术	(113)
复习思考题	(121)

第五章 电子商务中的 EDI	(122)
第一节 EDI 概述	(122)
第二节 EDI 的系统组成与标准	(130)
第三节 EDI 在商务领域的应用	(139)
复习思考题	(148)
第六章 电子商务安全技术	(149)
第一节 电子商务安全概述	(149)
第二节 电子商务的信息保密技术	(155)
第三节 电子商务安全保护措施	(167)
复习思考题	(173)
第七章 电子商务信息管理技术	(174)
第一节 商务信息管理	(174)
第二节 电子商务信息分析	(186)
第三节 应用型电子商务信息分析系统	(193)
复习思考题	(199)

实 务 篇

第八章 中国国际电子商务网络建设	(200)
第一节 中国国际电子商务系统框架	(200)
第二节 中国国际电子商务网络建设	(205)
第三节 中国电子口岸	(228)
复习思考题	(239)
第九章 国际电子商务交易前准备	(240)
第一节 国际电子商务基础条件	(240)
第二节 国际电子商务交易准备	(255)
复习思考题	(268)
第十章 国际电子商务交易程序	(269)
第一节 国际电子商务交易流程	(269)
第二节 国际电子商务交易磋商	(278)
第三节 国际电子商务合同履行	(285)
复习思考题	(297)

第十一章 国际电子商务下的现代物流	(298)
第一节 国际电子商务与物流	(298)
第二节 国际电子商务下的供应链管理	(308)
第三节 国际物流管理信息系统	(314)
第四节 国际电子商务下的物流配送	(319)
复习思考题	(325)
第十二章 国际电子商务下的金融服务	(326)
第一节 电子货币与电子支付	(326)
第二节 网上银行业务	(338)
第三节 网上保险业务	(346)
复习思考题	(353)
参考文献	(354)

基 础 篇

第一章 电子商务概述

电子商务是信息技术与商务活动相结合的产物。人们将以计算机和网络技术为代表的信息技术 (Information Technology, IT), 应用到商务领域, 便产生了电子商务 (Electronic Commerce, EC)。电子商务也常称作网络商务、互联网商务或者因特网商务等。

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

电子商务的产生与发展是生产力发展的客观要求和 IT (Information Technology) 技术发展的必然结果。

1. 生产力的发展对电子商务产生催化作用

在商品经济条件下, 经济规律作用的结果必然要求全球资源在全世界范围内的最优配置, 因而形成了经济全球化、市场国际化、社会分工国际化以及产业结构调整全球化的局面。而这又导致资本的跨国流动和跨国公司的大量涌现, 推动国际贸易和国际投资的迅速发展。国际贸易和国际投资成了推动世界经济增长的“发动机”。国际贸易的快速增长造成了传统以纸张为载体的贸易单证和文件数量的激增, 纸面单证和文件数量的增加所带来的成本增长、纸面单证

处理过程中的差错,以及纸面单证传递过程中的时间耽搁等,大大影响了国际贸易效益和效率。改进国际间的信息传递方式、提高信息传递速度,从而降低国际贸易成本,提高国际贸易效益和效率就成为国际社会关注的焦点。

国际市场需求的个性化、多样化和竞争程度的加剧,使生产由大规模的批量生产向柔性的小批量、多品种生产方式转变,企业组织形式则由大型、纵向、集中式向小型、横向、分散式、网络化方向发展。制造商、供货商、批发商、零售商和消费者之间,跨国公司和各分支机构之间迫切要求提高商业文件、单证的传递速度,提高文件处理的准确性,缩短时间和空间跨度。因此,追求贸易的“无纸化”成为所有贸易伙伴的共同需求。

2. IT 业的发展为电子商务的产生提供了坚实的物质基础

IT(信息技术)业的发展过程中产生了晶体管集成电路、大规模集成电路和超大规模集成电路,对应产生了 PC(Personal Computer,个人电脑)机、小型机、分布式计算机等技术。在数据处理与传输方面,先后产生了超文本技术(HTML)、压缩与解压缩技术、多媒体技术、数字技术、光纤宽带传输技术等。IT 业从以下几个方面促进了电子商务的产生:

(1) 计算机的处理速度越来越快,信息处理能力越来越强,价格越来越低,应用范围越来越广,越来越走向普及,计算机的广泛应用为电子商务的产生和发展奠定了物质基础。

(2) 20 世纪 80 年代中期,国际通讯协议(TCP/IP)的出现和因特网(Internet)的诞生,成为全球通信与信息交换的主要媒体,全球上网用户呈几何级数增长的趋势,快速、安全、低成本、图文并茂的特点使网络不断走向普及和成熟,从而为电子商务的发展提供了应用基础。

(3) 以电子支付技术为基础的信用卡(Credit Card)和电子货币(Electronic Currency)的产生和普及应用,为电子商务的发展提供了金融基础,信用卡以其方便、快捷、安全、多用途等特点而逐渐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,为电子商务发展中最关键的网上支付提供了重要的技术手段。

(4) 1997 年 5 月 31 日美国“维萨”卡(VISA)和“万事达”卡(Master Card)等联合制定的 SET(Secure Electronic Transaction),即安全电子交易协议的出台,得到大多数厂商的认可和支持,为电子商务的大发展提供了一个关键的安全环境。

截至 2005 年年底,我国上网计算机总数将近 5 000 万台。网民总人数超过

1 亿, 达到 11 100 万人。网上购物人数的比例为 24.5%^①, 这个比例首次超过亚太地区平均水平^②。据权威机构统计, 2005 年中国电子商务市场交易额达 6 800 亿元人民币^③。

截至 2005 年年底, 全球互联网用户总数已超过 10 亿, 其中 8.45 亿用户经常上网。美国网民最多, 达 1.75 亿。就地区而言, 网民最多的是亚太地区, 达 3.15 亿。欧洲上网人数为 2.33 亿。拉美地区仅有 7 000 万人使用互联网。1/4 的全球互联网用户使用宽带或高速网络上网。亚太地区的宽带接入家庭占全球宽带家庭的近 40%。美国的宽带接入家庭达 4 300 多万户。拉美地区是全球宽带服务增长最快的地区, 其用户增长率高达 70%^④。

二、电子商务的发展

电子商务的发展大致经历了三个大的阶段 (如图 1-1-1 所示):

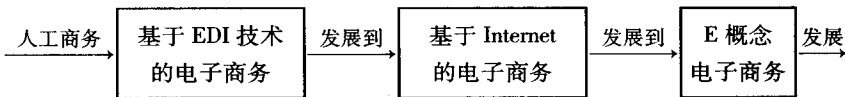


图 1-1-1 电子商务的发展历程

1. 基于 EDI 的电子商务阶段

在贸易“无纸化”趋势的推动下, 为了克服传统的人工处理贸易单证和文件带来的诸多困难和问题, 贸易企业开始在国际商务活动中尝试应用计算机来处理商务活动中所涉及的文件和单证。在使用计算机来处理各种文件和单证的过程中, 人们逐渐发现, 人工输入一台计算机的信息, 大约有 70% 是来自另一台计算机输出的信息, 但由于传真文件是通过纸张打印来传递和管理信息的, 不能将信息直接转录到另一个需要使用这些信息的计算机系统里去。在重复的输入和输出过程中, 由于过多的人为因素, 影响了信息传递的准确性、提高了信息传递的成本。因此, 人们开始尝试在贸易伙伴之间, 或企业内部的计算机之间使数据能自动交换, 于是 EDI 技术便应运而生。

EDI 是将业务信息按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上

① 中国互联网络信息中心 (CNNIC), 《中国互联网络发展状况统计报告》(2006 年 1 月)

② 中国社会科学院互联网研究发展中心, 《2005 年中国电子商务市场调查报告》(2006 年 2 月)

③ 新华网 (2006 年 1 月 15 日)

④ 新华网 (2006 年 5 月 26 日)

去的电子传输技术方法。由于 EDI 大大减少了传统方法中的纸张票据信息传递及时、易于保存和编辑,因此,人们形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。从技术上讲,EDI 包括“硬件”和“软件”两大部分,硬件主要是计算机及传输设备,软件包括计算机操作软件和 EDI 标准。从硬件方面讲,20 世纪 90 年代之前,大多数 EDI 都有单独的系统和标准,不通过 Internet,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现。这类专用的网络被称为 VAN (Value-Added Network, 增值网),这样做的目的主要是考虑到信息传递的安全问题。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。由于不同的行业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,从企业专用数据库中提取的信息,必须被翻译成 EDI 标准格式才能进行传输。EDI 就是电子商务的初级阶段,这一阶段在 70 年代后期至 90 年代初期。

2. 基于 Internet 的电子商务阶段

EDI 的运用使得贸易文件和单证处理的劳动强度、差错率和费用大大降低,信息传递效率和贸易效率都大为提高,极大地推动了国际贸易的发展,显示出电子商务的巨大优势和强大生命力。但由于 EDI 信息传输系统的建立需要较大的投资,使用 VAN 的费用又很高,中小型企业难以应用,只有大型企业使用才有明显的效益。因此,基于 EDI 的电子商务的应用范围受到了很大的限制,而且 EDI 对于信息共享的考虑也较少,比较适合贸易规模大、客户多、单证和文件传输量大的大型公司之间使用。随着大量的中小型企业对信息共享和 EDI 需求的增长,迫切需要建立一种新的成本低廉、能够实现信息资源共享、任何企业之间都可以无障碍的实现即时信息传递的电子信息交换系统。

20 世纪 80 年代后期,在美国国防部高级研究计划署 ARPA 网的基础上发展起来的 Internet 网,迅速推广普及,逐步从大学、科研机构走向企业和普通百姓家庭,其功能也逐步从信息共享演变成为一种大众化的信息传播与交互式即时交易工具。从 1991 年起,一直被排斥在 Internet 之外的商业贸易活动正式进入该网络系统,从而使电子商务成为 Internet 应用的最大热点。

在全球迅速普及的 Internet 克服了 EDI 的不足,满足了中小企业对于电子数据交换和信息共享的要求。Internet 作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的信息传输系统,已表现出替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势,在 Internet 的基础上建立电子信息交换系统,为在所有企业中普及电子商务活动成为可能,从而也将大大推动各国以及世界经济、贸易、投资以及金融的发展和一体化,促进经济全球化的发展进程。

3. E 概念电子商务阶段

自进入 21 世纪以来,人们对于电子商务的认识又开始进一步深化,逐渐由电子商务扩展到 E 概念的高度。人们开始认识到:电子商务实际上是电子信息技术同商务活动的结合,而电子信息技术不但可以和商务活动结合,还可以同医疗、教育、文化、出版、卫生、军事、政府、金融、企业生产经营管理、产品营销等其他领域相结合,从而使整个社会的所有活动实现 E (Electronic, 电子) 化。电子信息技术同医疗结合,孵化出电子医务——远程医疗、网上医院;电子信息技术同教育结合,孵化出电子教学——远程教育、网上学校;电子信息技术同出版、文化结合,孵化出网上书店、电子杂志;电子信息技术同政府政务结合,孵化出电子政务;电子信息技术同军事结合,孵化出电子军务——远程指挥、模拟演习;电子信息技术同金融结合,孵化出网上银行;电子信息技术同企业生产经营管理结合,孵化出虚拟企业;电子信息技术同产品营销结合,孵化出新的营销手段——网络营销。

对应于不同的 E 概念,产生了不同的电子商务模式,有所谓的 B to B (Business to Business, 企业—企业) 模式; B to C (Business to Customer, 企业—消费者) 模式; B to G (Business to Government, 企业—政府) 模式; C to G (Customer to Government, 消费者—政府) 模式等。随着电子信息技术的发展和社会需求的不断创新,人们还会为电子信息技术找到新的应用领域,必将产生更多的 E 概念,电子商务也会随之扩展到更大的空间。

经过多年的发展,目前电子商务大致呈现出如下态势:

(1) 国际上围绕着电子商务的信息化竞争十分激烈,并且涉及整个社会的生产、经营、管理,波及到整个价值链,影响广泛和深远。

(2) 电子商务的主流模式特点逐渐显现,各种模式的业务流程不断优化,逐渐趋于合理。

(3) 电子商务在企业中的重要作用和地位,已经被人们认识和接受,逐渐成为企业保持竞争优势的手段。

(4) 电子商务的关键技术已经成熟,但是在普遍运用方面,还面临着人才匮乏的困扰。

(5) 电子商务的法律法规等社会环境还不够完善。

(6) 电子商务在国家之间、地区之间的发展还很不平衡。

三、中国电子商务发展

纵观我国电子商务发展过程,大致可以分为四个阶段:

1. 1990—1993 年, EDI 推广应用阶段

从 1990 年开始,我国将 EDI 列入“八五”国家科技攻关项目,具有代表性的项目有“国家外贸许可证 EDI 系统”、“中国外运海运/空运管理 EDI 系统”、中国化工进出口公司的“中化财务、石油、橡胶贸易 EDI 系统”及山东抽纱公司“EDI 在出口贸易中的应用”等。

1991 年 9 月国家成立了“中国促进 EDI 应用协调小组”,同年 10 月成立了“中国 EDIFACT 委员会”并参加亚洲 EDIFACT 理事会。EDI 在国内外贸易、交通、银行等领域的应用得到国家的重视和有力推动。

2. 1993—1997 年,“金”字工程为代表的电子商务基础发展阶段

1993 年国家开始实施金关、金卡、金税等“金”字工程,取得重大进展。1994 年 5 月的“北京电子商务国际论坛”,有美、英、法、德、日、澳大利亚、埃及、加拿大等国代表共 700 余人参加,1994 年 10 月的“亚太地区电子商务研讨会”在京召开,加速了电子商务理念在我国的传播。

1995 年,中国互联网开始商业化,互联网公司兴起。1996 年 1 月成立国务院国家信息化工作领导小组,统一领导组织我国信息化建设。1996 年,金桥网正式开通。

1997 年 4 月在深圳召开全国信息化工作会议,各省市地区开始制定包含电子商务在内的信息化建设规划。1997 年,广告主开始使用网络广告。1997 年 4 月,中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

3. 1998 年开始进入互联网电子商务发展阶段

1998 年 3 月,我国第一笔互联网网上交易成功。1998 年 7 月,中国商品交易市场正式宣告成立,被称为“永不闭幕的广交会”。中国商品现货交易市场,是我国第一家现货电子交易市场,1999 年现货电子市场电子交易额当年达到 2 000 亿元人民币。中国银行进行了电子商务试点,推出我国第一套基于 SET (Secure Electronic Transaction) 协议的电子商务系统。

1998 年 10 月,我国启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”,是一项电子商务在经贸流通领域应用的大型试点工程。

1998 年北京、上海等城市启动了电子商务工程,进行电子商场、电子商厦及电子商城的试点,开展网上购物与网上交易,建立金融与非金融认证中心,制定电子商务有关标准、法规。

1999 年 3 月 8848 等 B2C 网站正式开通,开始了实际的网上购物。

1999 年政府上网、企业上网、网上纳税、网上教育和远程诊断等广义电子商务开始启动,并进入实际试用。