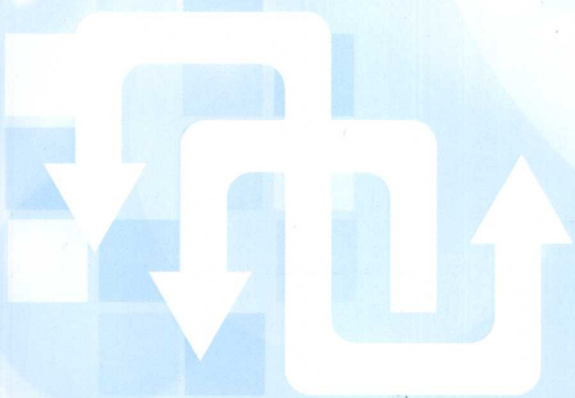


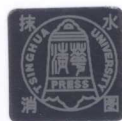
21世纪高等学校电子商务专业规划教材



朱少林 主 编

蔡燕 熊平 孙夫雄 副主编

电子商务概论 (第2版)



清华大学出版社

21世纪高等学校电子商务专业规划教材

朱少林 主 编

蔡燕 熊平 孙夫雄 副主编

电子商务概论

(第2版)

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书从培养面向电子商务系统规划、设计和开发人员的角度构建全书知识体系,第1章概述电子商务的基本概念和电子商务的产生、发展及对国民经济的影响;第2章讲述电子商务的一般框架和电子商务原理,特别讲述了网络营销和电子商务中介活动;第3章讲述电子商务技术基础,包括网络通信技术和 Web 开发技术;第4章讲述电子商务业务技术,介绍电子商务的信息管理、商务运作和服务等活动中涉及的商务技术;第5章从计算机安全、网络安全、信息安全和支付安全等方面讲述电子商务的安全和支付问题及相关技术;第6章讲述电子商务基础设施、支撑环境和信用环境,介绍流通领域、工业领域和信息服务领域中企业的电子商务活动及相应的电子商务的体系结构;第7章讲述电子商务系统规划、设计,以及实施的内容、方法和过程;第8章讲述电子商务的宏观运行环境,介绍电子商务背景下,政府和政务活动、税务和法律问题与对策;第9章介绍几种电子商务的解决方案和应用案例。

本书成书角度新颖、体系完整、叙述清楚,可以作为大学电子商务本科专业电子商务概论课程的教材,可以用作信息管理和信息系统专业、计算机应用专业等相关专业本科生、研究生的教材和参考书,也可以供从事相关领域工作的专业技术人员和管理人员参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/朱少林主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2016

21世纪高等学校电子商务专业规划教材

ISBN 978-7-302-43004-9

I. ①电… II. ①朱… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 031100 号

责任编辑:闫红梅 李 晔

封面设计:常雪影

责任校对:梁 毅

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 装 者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:25.5

字 数:634千字

版 次:2006年12月第1版

2016年9月第2版

印 次:2016年9月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:49.50元

产品编号:067927-01

第二版前言

当今世界,以互联网为基础的电子商务的发展如火如荼,可以用日新月异来形容。在法、德等欧洲国家,电子商务所产生的营业额已占商务总额的 1/4,而在美国则已高达 1/3 以上,AOL、Yahoo!、eBay、Amazon 等著名的电子商务公司在各自的领域取得了令人不可思议的成就和巨额利润。

我国近年来的电子商务交易额增长率一直保持快速增长势头,并以 GDP 7%~9% 的 2~3 倍的速率在增长。特别是网络零售市场更是发展迅速,2012 年达到 13110 亿元,按汇率计算合计 2068 亿美元,与美国 2012 年的 2255 亿美元已经非常接近。2013 年我国网络零售市场交易规模为 1.85 万亿元,已经超越美国,成为世界第一电子商务大国。而 2015 年 11 月 11 日阿里巴巴“双十一”节日交易额超过 900 亿元,更是让人们看到我国网络零售市场发展的巨大潜力。

电子商务的显著特点,是把生产者、物流供应商和消费者整合在同一平台上,不仅能够释放潜在需求,而且能够创造新的需求;不仅直接催生出一批服务新模式、新业态,而且促进了各种要素的合理流动和重新组合,推动产业结构、区域结构实现“再平衡”。2014 年,我国电子商务交易总额突破 13 万亿,增速达 28.6%,带动就业创业超过 1000 万人。

当前我国电子商务发展正在进入密集创新和快速扩张的新阶段,日益成为拉动我国消费需求、促进传统产业升级、发展现代服务业的重要引擎,且推动其自身发展到一个新的水平。

“互联网+”是互联网发展的新形态、新业态,是知识社会创新推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。通俗来说,“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”,但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果,它代表一种先进的生产力,推动经济形态不断地发生演变,从而带动社会经济实体的生命力,为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。

2006 年本书第 1 版成书的时候,学术界还在争论电子商务专业的知识体系是偏重于商务还是偏重于技术。作者认为,人才培养是以满足国民经济建设对人才的需要为目标的,“互联网+”更加凸显对电子商务技术人才的需求。《电子商务概论》作为电子商务专业的入门课程,其知识体系应该能体现这种理念。

本书第 2 版继承了第 1 版的教材编写指导思想,基本保持了上一版的教材体系,但根据电子商务实践发展和其理论研究的最新成果对各章节作了一些补充和完善。第 1 章更新了

电子商务发展现状;第2章对加强了电子商务原理的阐述;第5章增加了对数字证书的认证体系讲解;第6章对电子商务系统的阐述更加全面。特别是,本书增加了第4章电子商务业务技术内容,重点讲述电子商务的业务活动及相关处理技术,展示了电子商务专业特有的技术领域,凸显了电子商务的技术性,凸显了本教材的技术特色。

本书由朱少林主编,蔡燕、熊平、孙夫雄参与编著,还有部分研究生参与了资料收集工作,其中朱少林编写了第1~4章、第7~9章,熊平、孙夫雄编写了第5章,蔡燕编写了第6章。

由于时间仓促,水平有限,对电子商务的认识存在着肤浅和片面性,错误之处在所难免,敬请读者批评指正。

作 者

2015年9月25日

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的概念与内涵	1
1.1.1 什么是电子商务	1
1.1.2 电子商务的内涵	7
1.1.3 电子商务的外延	8
1.1.4 电子商务的功能	9
1.2 电子商务的产生与发展	12
1.2.1 Internet 的产生与应用	12
1.2.2 EDI	13
1.2.3 基于 Internet 的电子商务的产生	15
1.2.4 电子商务的发展	16
1.3 电子商务产生的动力与条件	18
1.3.1 电子商务产生的动力	18
1.3.2 电子商务发展的必要条件	20
1.4 电子商务的影响	21
1.4.1 电子商务的特点与特性	21
1.4.2 电子商务对消费者的影响	24
1.4.3 电子商务对企业的影响	25
1.4.4 电子商务对社会经济发展的影响	28
1.5 我国电子商务的发展与存在的问题	30
1.5.1 我国电子商务的发展历程	30
1.5.2 我国电子商务的发展现状与趋势	31
1.5.3 我国发展电子商务存在的问题与制约因素	34
1.5.4 发展我国电子商务的对策	37
本章小结	38
思考题	38
第 2 章 电子商务原理	40
2.1 商务与商务活动	40
2.1.1 商务	40

2.1.2	商务活动	42
2.1.3	商务模式与模型	43
2.1.4	传统商务的局限性和发展趋势	44
2.2	电子商务的一般框架	46
2.2.1	电子商务运行环境	46
2.2.2	电子商务一般框架	48
2.3	电子商务原理	51
2.3.1	电子商务系统模型	51
2.3.2	电子商务系统的组成结构	53
2.3.3	电子商务模式及其分类	57
2.3.4	电子商务原理	60
2.3.5	B2B 电子商务	62
2.3.6	B2C 电子商务	67
2.4	网络营销	69
2.4.1	网络营销的概念	69
2.4.2	网络营销的功能与特点	71
2.4.3	网络营销活动与管理	74
2.5	网上商店	77
2.5.1	网上商店的形态	78
2.5.2	网上商店购物的特点	79
2.5.3	网上商店在我国的发展和探索	80
2.5.4	网上商店的建立过程	81
2.6	电子商务中介服务	82
2.6.1	电子商务与市场中介	82
2.6.2	ISP 与互联网服务	86
2.6.3	网上银行与金融服务	92
2.6.4	交通运输与物流服务	97
2.6.5	虚拟市场与创新交易方式	99
	本章小结	103
	思考题	104
第3章	电子商务技术基础	105
3.1	信息处理与计算机网络技术的发展	105
3.1.1	信息处理技术的发展	105
3.1.2	计算机网络及其种类	107
3.1.3	计算机组网技术和网络互联技术	112
3.1.4	局域网	120
3.1.5	广域网与计算机通信技术	122
3.2	Internet	125
3.2.1	Internet 概述	125

3.2.2	Internet 接入技术	130
3.2.3	Internet 的功能与应用	131
3.3	B/S 计算模式	132
3.3.1	C/S 模式	133
3.3.2	B/S 模式	134
3.3.3	中间件	135
3.4	数据处理技术	141
3.4.1	数据处理技术的发展过程	141
3.4.2	数据库技术概述	143
3.4.3	数据仓库与数据挖掘	145
3.4.4	数据处理技术与电子商务	148
3.5	Web 开发技术	148
3.5.1	Web 概述	149
3.5.2	Web 工作原理	151
3.5.3	Web 客户端开发技术	155
3.5.4	Web 服务器端开发技术	160
	本章小结	165
	思考题	165
第 4 章	电子商务业务技术	166
4.1	商务信息管理与搜索技术	166
4.1.1	商品信息编码技术	166
4.1.2	商务信息管理	167
4.1.3	商品信息搜索技术与搜索引擎	170
4.2	产品定制技术	172
4.2.1	产品定制的产生	173
4.2.2	产品数据管理	175
4.3	订单处理技术	177
4.3.1	订单处理业务的工作流程	177
4.3.2	订单处理系统核心模块构成	178
4.3.3	供应链管理技术	180
4.4	协同商务技术	185
4.4.1	协同商务整合模式	185
4.4.2	协同产品资料管理(Collaborative Product Definition Management)	186
4.4.3	协同商务系统的技术架构	187
4.5	个性化推荐技术	189
4.5.1	个性化推荐技术概述	189
4.5.2	电子商务个性化推荐系统组成	191
4.5.3	基于 Web 挖掘的电子商务个性化推荐流程	191

4.5.4	模式发现技术	193
4.5.5	推荐技术与算法	195
	本章小结	199
	思考题	199
第5章	安全技术与支付技术	200
5.1	电子商务安全问题	200
5.1.1	电子商务安全要素	200
5.1.2	电子商务安全问题分类	201
5.1.3	电子商务安全措施	203
5.1.4	安全管理问题	203
5.1.5	电子商务的法律保障问题	204
5.1.6	电子商务安全技术简介	205
5.2	密码技术与信息加密	207
5.2.1	密码技术概述	207
5.2.2	密码技术的基础知识	208
5.2.3	对称密码体制	210
5.2.4	非对称密码体制	214
5.3	认证技术	216
5.3.1	身份认证技术	216
5.3.2	数字证书与认证中心	220
5.3.3	数字信封与SSL协议	224
5.3.4	数字签名技术及其应用	229
5.4	计算机病毒及其防治技术	234
5.4.1	计算机病毒概述	234
5.4.2	计算机病毒类型	236
5.4.3	计算机病毒的清除	238
5.4.4	网络防病毒技术	239
5.4.5	网络防病毒技术发展趋势	240
5.5	防火墙	241
5.5.1	防火墙基本知识	241
5.5.2	防火墙的设计准则	243
5.5.3	包过滤防火墙	244
5.5.4	应用层网关	246
5.5.5	线路层网关	248
5.5.6	防火墙举例	248
5.6	安全电子支付技术	251
5.6.1	电子支付概述	251
5.6.2	电子支付工具	254
5.6.3	电子支付方式	256

本章小结	260
思考题	260
第 6 章 企业电子商务系统	262
6.1 电子商务系统构成	262
6.1.1 电子商务系统的体系结构	262
6.1.2 企业电子商务的业务流程	267
6.1.3 企业电子商务的信息流程	269
6.1.4 电子商务的资金流	272
6.1.5 电子商务的物流	273
6.2 企业资源计划(ERP)	274
6.2.1 ERP 的概念	274
6.2.2 ERP 产生的背景	275
6.2.3 ERP 的功能	275
6.2.4 ERP 的管理思想	277
6.2.5 ERP 的主要组成部分和主要流程	278
6.2.6 ERP 的实施	280
6.2.7 ERP 的发展趋势	283
6.3 供应链管理系统(SCM)	284
6.3.1 供应链管理的概念	284
6.3.2 供应链的模型	286
6.3.3 供应链管理流程	288
6.3.4 供应链管理的内容	291
6.3.5 供应链管理的辅助策略	292
6.3.6 SCM 的发展趋势	299
6.4 客户关系管理系统	299
6.4.1 CRM 的概念	299
6.4.2 客户关系管理系统的体系结构	300
6.4.3 客户关系管理系统的功能模块	301
6.4.4 客户关系数据挖掘	303
6.4.5 客户关系系统流程	304
6.4.6 CRM 的实施	305
6.4.7 衡量客户管理的指标	306
6.4.8 CRM 系统与 ERP 系统、SCM 系统的整合	307
6.5 企业信息门户	308
6.5.1 EIP 的概念	309
6.5.2 EIP 主要功能	311
6.5.3 EIP 的技术架构	312
6.5.4 企业信息门户的发展趋势	316

本章小结·····	318
思考题·····	319
第7章 电子商务系统规划 ·····	320
7.1 电子商务系统及其生命周期·····	320
7.1.1 电子商务系统生命周期·····	320
7.1.2 电子商务系统设计开发过程·····	321
7.2 企业电子商务系统的建设策略·····	321
7.2.1 企业电子商务系统建设的管理策略·····	322
7.2.2 企业电子商务系统建设的技术策略·····	324
7.2.3 企业信息系统实施的效益评价·····	325
7.2.4 我国企业信息化建设的现状与策略·····	327
7.3 电子商务的系统规划·····	327
7.3.1 制定电子商务系统发展战略和目标·····	328
7.3.2 电子商务模式及其盈利方式分析·····	330
7.3.3 确定电子商务模型·····	332
7.3.4 可行性分析·····	333
7.4 电子商务系统分析阶段·····	334
7.5 电子商务系统设计阶段·····	339
7.6 电子商务系统实施阶段·····	341
7.7 电子商务系统运行/维护阶段·····	342
本章小结·····	344
思考题·····	345
第8章 信息经济与电子商务宏观环境 ·····	346
8.1 关于信息经济的讨论·····	346
8.1.1 新经济·····	346
8.1.2 信息与信息经济·····	347
8.2 人文环境与电子商务·····	351
8.3 电子政务与电子商务·····	352
8.3.1 电子政务的概念及电子政务平台·····	352
8.3.2 电子政务与电子商务·····	358
8.4 电子商务税收环境·····	359
8.4.1 电子商务的发展带来的税收问题·····	360
8.4.2 我国发展电子商务的税收对策·····	361
8.5 电子商务的法律环境·····	363
8.5.1 电子商务所带来的法律问题·····	363
8.5.2 国际电子商务立法发展进程·····	365
8.5.3 建设中国特色的电子商务法律体系·····	367
本章小结·····	369
思考题·····	370

第 9 章 电子商务解决方案与案例	371
9.1 电子商务解决方案	371
9.1.1 电子商务解决方案的内容	371
9.1.2 IBM 电子商务解决方案	373
9.1.3 Sun 电子商务解决方案	378
9.1.4 HP 电子商务解决方案	380
9.2 电子商务应用案例	383
9.2.1 Dell 电子商务案例	383
9.2.2 Amazon 电子商务案例	385
9.2.3 阿里巴巴 B2B 电子商务案例	387
9.3 电子商务基础设施建设案例	389
9.3.1 首都信息化工程	390
9.3.2 首都电子商务工程	391
本章小结	393
思考题	393

第1章 电子商务概述

1.1 电子商务的概念与内涵

进入 20 世纪 90 年代以来,伴随着 Internet 的发展和日益成熟,电子商务作为一种新兴的商务活动方式得到了迅速的发展。电子商务涉及内容十分广泛,包括金融机构、商家、生产企业、网络服务提供商、个人消费者、政府部门和事业单位等,作为简单、快捷、低成本的通信和交易方式,电子商务最显著的实践意义还是其对国民经济发展以及世界经济大融合的拉动作用。电子商务正以难以置信的速度渗透人们的日常生活。为了理解什么是电子商务,让我们从了解电子商务的概念和内涵开始。

1.1.1 什么是电子商务

随着电子技术和因特网(Internet 网络)的发展,信息技术作为工具被引入到商贸活动中,产生了电子商务(Electronic Commerce, EC 或 Electronic Business, EB),引起了人们的普遍关注。那么什么是电子商务呢?我们怎样去定义电子商务呢?我们先来看两个电子商务的实例。

1. 电子商务的实例

1) 网上购书

当当网自 1999 年 11 月开通,目前是全球最大的中文网上图书音像商城,面向全世界中文读者提供 30 多万种中文图书和音像商品,每天为成千上万的消费者提供方便、快捷的服务,给全球 600 万网上购物者带来极大的方便和实惠。当当网主页如图 1.1 所示。

张军是一名电子商务专业的学生,他想通过网上购物,买一本《电子商务概论》参考书。在听取其他同学的介绍后,他选择在当当网上购买。

(1) 登录购物网站。在浏览器地址栏输入当当网地址: <http://www.dangdang.com>, 进入当当网主页。

当当网购物流程: 选择选购商品→注册/登录→填写收货信息→选择送货方式→选择包装和付款方式→提交订单命令,然后等待收货。

(2) 选购商品放入购物车。在商品搜索栏选择“在所有图书中”→“商品名”→“电子商务概论”命令,单击“搜索”按钮。当当网将列表显示所有搜索结果。

(3) 浏览搜索到的商品,查看其他读者对该书的评论。满意时,单击“购买”按钮即可放入购物车。此时可以继续搜索/购买其他商品。

(4) 单击购物车中的“去结算中心”按钮,即进入注册/登录页面。

(5) 注册/登录。输入邮件地址,选择“我已经登记过,我的密码是”命令,并在下方输入登录密码,单击“下一步”按钮。如果还未注册,需要先注册开户。选择“我还未登记过”命

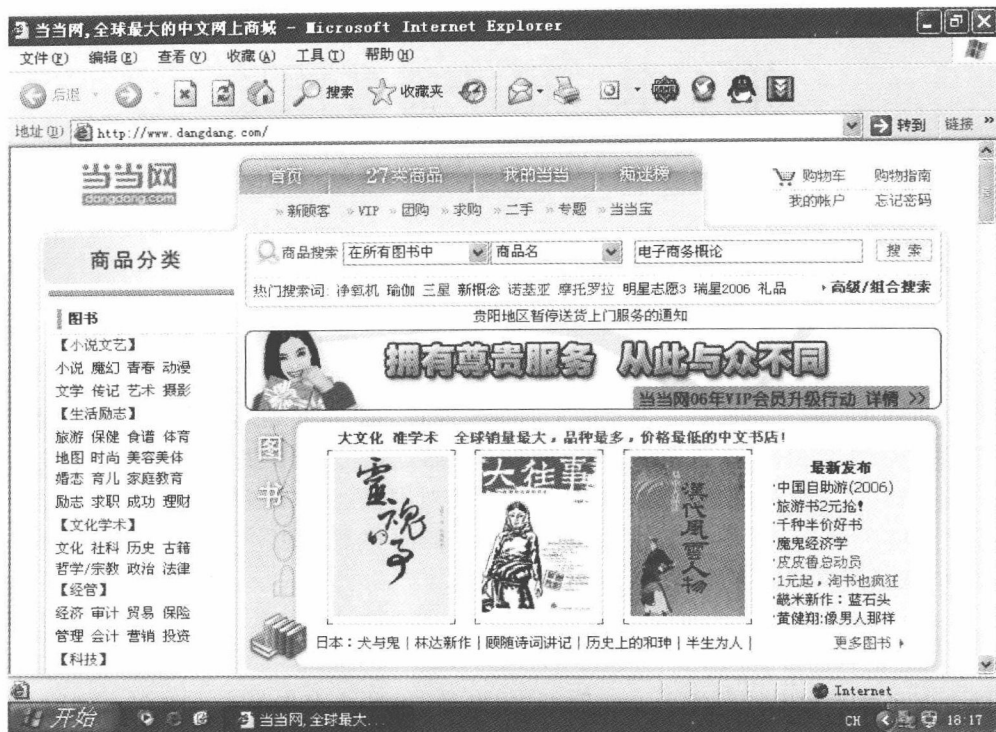


图 1.1 当当网主页

令,然后进入注册页面,需要输入用于注册的电子邮件地址,设定登录密码完成开户。

(6) 填写收货信息。完成注册/登录后,即进入收货信息页面填写收货人的详细信息。包括收货人的姓名、地址、邮编、电话等信息。

(7) 选择送货方式。送货方式有加急送、特快专递和普通邮递等几种,根据所在地区和时间要求,张军选择了普通邮递送货方式。

(8) 选择付款方式。付款方式有货到付款、邮局汇款、银行电汇、储蓄卡汇款、在线支付等几种。张军选择货到付款。

(9) 提交订单等待收货。几天后,张军在学校以近七折的价格收到了他订购的图书。

2) 网上交易

阿里巴巴网站创建于1999年3月,是目前世界上最大的网上贸易市场之一。它将企业与供货商、经销商等关联企业的业务模式转变为以互联网为基础的电子商务模式,相关企业之间在互联网上发布产品和技术信息,以电子邮件或其他基于互联网的通信方式进行交流,在网上寻货、订货、处理订单、跟踪供货、库存和销售情况等。阿里巴巴(中国)网站(china.alibaba.com)主页如图1.2所示。

深圳九九加一实业有限公司是一个电子产品生产企业,数码相机是其主要产品,其产品销售几乎全部在阿里巴巴网上完成。他们在阿里巴巴网站的一次营销工作按以下步骤进行。

(1) 登录电子商务网站。在浏览器地址栏输入alibaba.com,登录阿里巴巴网站。

(2) 上传企业产品信息。在阿里巴巴网站主页页面上部的右方有一个“我的阿里助手”

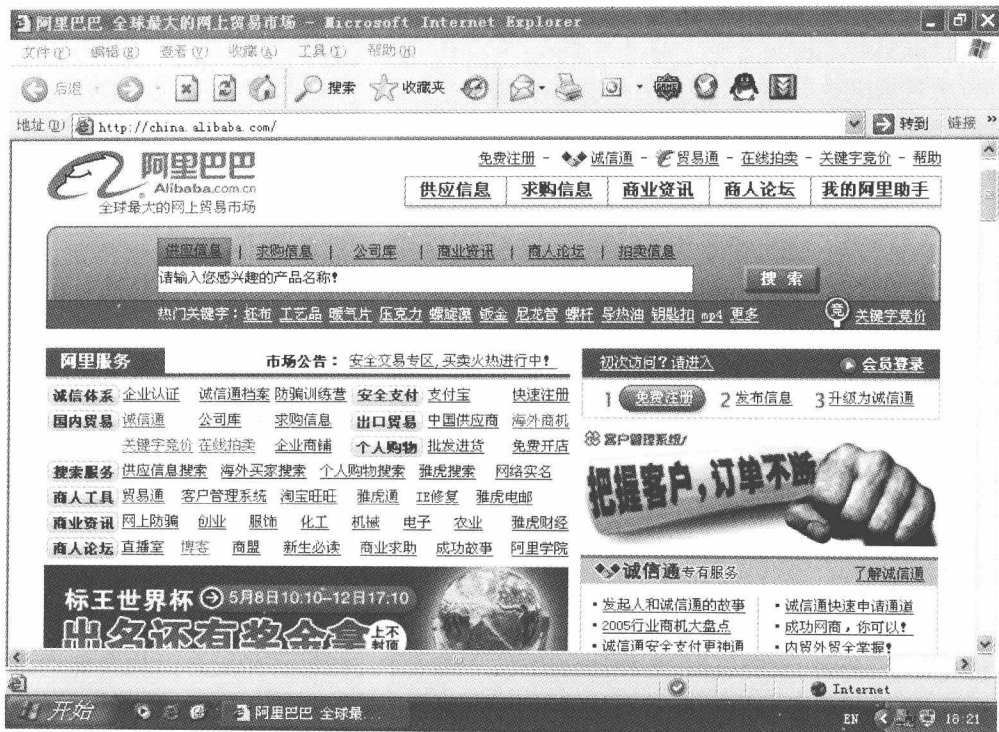


图 1.2 阿里巴巴网站主页

的链接,单击后便进入“阿里助手”首页,在这里,发布商业信息,上传企业简介和产品目录等,将产品的名称、型号、功能、价格等相关信息进行展示。

(3) 客户询盘、双方洽谈。客户在阿里巴巴网站上搜索到企业发布的商业信息后,通过E-mail、贸易通(阿里巴巴的一款即时通信软件)等与企业联系,也可以在企业发布的商业信息后直接留下询问信息。电子商务操作人员每天的主要工作就是对意向客户留下的需求信息进行回复。

(4) 达成协议后客户支付。经过数轮协商,双方达成协议后,若客户同意购买产品,则需要先付款。

(5) 款到发货。收到客户货款后,立刻发货。下午1点多,工作人员再核对单据、整理货品,为发货做准备。每天下午五点左右物流公司会派人来九九加一公司办理配送业务。

(6) 客户收货后确认。客户收到货物后进行确认,交易完成。

深圳九九加一实业有限公司每年投资于电子商务上的资金大约70~80万元,包括购买付费服务和人工成本,而九九加一每年通过电子商务达成的营业额超过1亿元,占公司总营业额的75%以上。

2. 电子商务的概念

电子商务作为一个新生事物,国内外一些知名的组织机构和专家学者从不同角度对电子商务作了不同的定义,但目前还没有形成一个较为全面的、具有权威性的、能够为大多数人接受的定义。

1) 国际组织对电子商务的定义

《联合国贸易法委员会电子商务示范法》虽然在标题中提到“电子商务”,在第2条中提供了“电子数据交换”的定义,但《电子商务示范法》并未具体说明“电子商务”系指何物。在拟订《电子商务示范法》时,联合国贸易法委员会决定,处理当前这一主题时须铭记电子数据交换的广泛含义,即“电子商务”标题之下可能广泛涉及的电子数据交换在贸易方面的各种用途。“电子商务”概念所包括的通信手段有以下使用电子技术为基础的传递方式,即以电子数据交换进行的通信,狭义界定为电子计算机之间以标准格式进行的数据传递;利用公开标准或专有标准进行的电文传递;通过电子手段,例如通过互联网络进行的自由格式的文本的传递。还有其他一些国际组织也对电子商务做了定义。

(1) 联合国经济合作和发展组织的定义为,电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

(2) 联合国国际贸易法律委员会的定义为,电子商务是采用电子数据交换和其他通信方式增进国际贸易的职能。

(3) 全球信息基础设施委员会电子商务工作委员会报告草案的定义为,电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。

(4) 国际标准化组织关于电子商务谅解备忘录的定义为,电子商务(EB)是企业之间,企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

2) 世界电子商务会议关于电子商务的概念

1997年11月6~7日,国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce),从商业角度提出了电子商务的概念,即电子商务是指实现整个贸易活动的电子化。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(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

3) IT行业对电子商务的定义

IT(信息技术)行业是电子商务的直接设计者和电子商务软硬件设备的制造者。很多公司都根据自己的技术特点给出了电子商务的定义。虽然差别较大,但都认同电子商务是利用现有的计算机软件、硬件设备和网络基础设施,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) IBM公司将电子商务定义为,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。它是因特网(Internet)的广阔联系与传统信息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。因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)和企业外部网(Extranet)是电子商务的三种基本模式。而这三种模式是有层次的,只有在因特网的基础上,先通过建立良好的企业内部网(Intranet),建立起比较完善的标准和各种信息基础设施,才能顺利扩展到企业外部网(Extranet),最后扩展到电子商务(Electronic Business)。

(2) 美国惠普公司(HP)提出电子商务(EC)、电子业务(EB)、电子消费(EC)和电子化世界的概念。它对电子商务(E-Commerce)的定义是,通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式,电子商务使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等的交换,是商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式,即商家之间的电子商务及商界与最终消费者之间的电子商务。对电子业务(E-Business)的定义为,一种新型的业务开展手段,通过基于 Internet 的信息结构,使得公司、供应商、合作伙伴和客户之间,利用电子业务共享信息。E-Business 不仅能够有效地增强现有业务进程的实施,而且能够对市场等动态因素做出快速响应并及时调整当前业务进程。更重要的是,E-Business 本身也为企业创造出了更多、更新的业务动作模式。对电子消费(E-Consumer)的定义为,人们使用信息技术进行娱乐、学习、工作、购物等一系列活动,使家庭的娱乐方式越来越多的从传统电视向 Internet 转变。

(3) Sun 公司对电子商务的定义是,简单地讲,电子商务就是利用 Internet 网络进行的商务交易,在技术上可以给予如下三条定义:

① 在现有的 Web 信息发布基础上,加上 Java 网上应用软件以完成网上公开交易。

② 在现有企业内部交互网(Intranet)的基础上,开发 Java 的网上企业应用,达到企业应用 Intranet 化,进而扩展到外部 Extranet,使外部客户可以使用该企业的应用软件进行商务交易。

③ 商务客户将通过计算机、网络电视机机顶盒、电话、手机、个人数字助理等 Java 设备进行交易。

4) 政府部门的定义

(1) 美国政府的定义是,电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将会涉及全球各国。

(2) 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。它包括了产品(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)”。

(3) 上海市电子商务安全证书管理中心给电子商务下的定义是,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的商务业务活动。电子商务(EC)主要包括利用电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、电子资金转账及 Internet 的主要技术在个人、企业和国家间进行无纸化的业务信息交换。

5) 权威学者的定义

(1) 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,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,满足政府组织、厂商和消费者建低成本的需求。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将买方和卖方联系起来。