



应用型高等院校经管类规划教材

电子商务概论

Introduction to Electronic Commerce

主编 李柏杏 王虹



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



应用型高等院校经管类规划教材

电子商务概论

Introduction to Electronic Commerce

主 编 李柏杏 王 虹

副主编 罗 璇 桂辉慧



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/李柏杏,王虹主编. —武汉:武汉大学出版社,2016.8
应用型高等院校经管类规划教材
ISBN 978-7-307-18449-7

I. 电… II. ①李… ②王… III. 电子商务—高等学校—教材
IV. F713.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 181738 号

责任编辑:陈 红 责任校对:李孟潇 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:黄石市华光彩色印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:19.25 字数:458千字 插页:1

版次:2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷

ISBN 978-7-307-18449-7 定价:32.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。



电子商务在应用中生辉

一口气读完了李柏杏主编的《电子商务概论》。李柏杏等老师用流畅的语言、鲜活的案例，描绘了电子商务的精髓与脉络，论述中兼述案例分析，案例分析中寓于理论的亮点，无不相映成辉，是一部难得的应用型本科生学习的好教材。

“电子商务”是人们并不陌生而难以把握其实质并运用的词汇，要把“电子商务”的内涵说清楚，并把电子商务在实际工作中的应用说清楚，让人们看起来更明白，则是一件不易的事。

李柏杏等老师编写的《电子商务概论》教材是在市场经济发展的大环境下，高等教育进行改革和本科院校转型的背景下，经过反复的思考编写完成的。这本《电子商务概论》教材具有显著的三个特点：第一，理论联系实际。教材通俗易懂，简明扼要，既将电子商务运作模式阐释得比较明了，又将电子商务的理论在实践中的运用论述的比较鲜活。第二，案例寓原理其中。每章都会有一个精选的案例，在分析案例时，依据电子商务概论的理论知识，做出判断或者做出评价，或者提出问题所在，分析问题的原因，提出解决问题的对策。李柏杏等老师编撰的《电子商务概论》教材，在这些方面的尝试是一大亮点。

从国内外《电子商务概论》教材看，一部分教材有偏重于研究型、理论性特征，注重电子商务的字面解释和说明，强调电子商务的概念，电子商务产生的背景是什么，注重概念的诠释和表述等，偏重阐释电子商务的基本理论、内容、特点和实质，至于电子商务运作模式和方法如何置于社会转型的大背景下去进行应用则涉及不足，把电子商务的运作及方法与案例有机融合、相互渗透、相互印证的则不多。李柏杏老师主编的《电子商务概论》教材，注重高等学校本科院校由研究型向应用型转型的大背景，从转型角度切入，把编写教材立足点定位在转型和应用，将电子商务的运作模式和方法与现实社会转型发生的实际电子商



务案例对应起来，进行分析，具有强烈的应用性和可操作性。

感谢李柏杏等老师编写了一本通俗易懂的应用型本科院校《电子商务概论》教材。
是为序，并作推荐。

王仁祥

2016年7月8日于武汉

（作者系湖北商贸学院经济学院院长）





前言

步入 21 世纪之后,信息技术和社会经济的快速发展促进了电子商务的产生,电子商务已经对传统的商业模式产生了深刻的影响,成为商务发展的一个模式与分支,在经济领域中起到越来越重要的作用。目前,电子商务已经成为国际上各个国家制定经济政策的主要依据之一,以网络和电子商务为主要特征的新经济成为推动全球经济一体化的重要手段和前提条件。电子商务改变了普通百姓生活方式,改变了企业的经营管理模式,也改变了政府的形象和工作方式。

电子商务概论与电子商务要区分开来,电子商务是一型学科,也是一个行业,目前正日新月异地发展。电子商务概论是电子商务专业必修的核心基础课,也是经济管理类专业必修的专业基础课。电子商务概论是把电子商务基本理论和技能方法向大学生做个概括介绍,系统地了解电子商务的运作模式。电子商务概论也是从事经营电子商务研究和实践必须掌握的基本知识和技能。学习和研究电子商务概论正是为了在现有的条件下,通过合理的组织和配置信息流、资金流、商流等要素,提高企业的经营模式和盈利水平。

本教材在综合了近年来国内外电子商务学研究的前沿问题及成果的基础上,以电子商务的理论基础、交易模式、关键环节、新技术新应用四部分,构成全书的基本框架,并融入电子商务道德、社会责任和电子商务法律等国内外电子商务界十分关注的问题。本书共十章,由李柏杏老师负责编写第三、四、五、十章,王虹老师负责编写第二、六、九章,罗璇老师负责编写第一、七章,桂辉慧老师负责编写第八章。全部内容涉及电子商务的概述、电子商务技术基础、电子交易与支付、电子商务交易模式、电子商务安全机制、电子商务物流、电子商务法律、移动电子商务、物流网、跨境电子商务等。书中引入大量案例,在案例选择



上,既保留部分国内外经典案例,又有针对性地选择了时代感强的典型案例,且在每章节后增加了丰富的课后练习题,供学习者巩固复习。

全书紧紧围绕高校教学改革的需要,强化了对电子商务前沿知识的介绍,使学习者能及时把握电子商务的发展方向。此外,本书在编写过程中,特别注重趣味性与可读性,旨在引发读者兴趣,开拓其电子商务视野,使其掌握现代电子商务的基本概念、基本原理、基本方法,建立科学的电子商务理念,提升电子商务能力和综合素质。本教材可以作为应用型本科、专科电子商务类专业及其他各专业的电子商务课程教材,也可以供从事电子商务实践的电子商务人员学习和参考。感谢作者所在院系的领导及同事对本教材编写工作的大力支持。

由于我们水平有限,可能会存在疏漏与差错之处,恳请各位读者予以指正。

李柏杏

2016年7月





目 录

第一章 电子商务概述	/1
第一节 电子商务的基本概念及功能	/2
第二节 电子商务的产生和发展	/13
第三节 电子商务的框架模型	/19
第四节 电子商务的环境	/24
第二章 电子商务技术基础	/32
第一节 计算机网络技术	/33
第二节 Internet 技术基础	/46
第三节 Web 开发技术	/57
第四节 电子数据交换技术	/62
第三章 电子交易与支付	/75
第一节 电子交易的原理及流程	/76
第二节 电子合同	/81
第三节 电子货币	/88
第四节 电子支付	/93
第四章 电子商务交易模式	/104
第一节 B2C 电子商务交易模式	/105
第二节 B2B 电子商务交易模式	/112
第三节 C2C 电子商务交易模式	/117
第四节 O2O 电子商务交易模式	/122
第五节 其他电子商务交易模式	/128
第五章 电子商务安全机制	/136
第一节 网络安全	/137



第二节	电子商务网络安全	/143
第三节	电子商务安全技术	/148
第四节	电子商务安全协议	/160
第六章	电子商务物流	/171
第一节	电子商务物流概述	/172
第二节	电子商务物流运作模式	/184
第三节	供应链管理与配送	/189
第四节	电子商务物流技术	/199
第五节	电子商务物流管理信息系统	/213
第七章	电子商务法律	/220
第一节	电子商务的法律法规	/221
第二节	国内外电子商务立法概况	/229
第三节	电子商务中的知识产权法律规范	/234
第八章	移动电子商务	/243
第一节	移动电子商务概述	/244
第二节	移动电子商务的相关技术	/250
第三节	移动电子商务的应用	/252
第九章	物联网	/259
第一节	物联网的基础知识	/260
第二节	物联网的体系架构	/262
第三节	物联网的关键技术	/266
第四节	物联网的应用	/272
第十章	跨境电子商务	/279
第一节	我国跨境电子商务的发展历程及现状	/280
第二节	跨境电子商务商业模式	/285
第三节	跨境电子商务的挑战	/290
	参考文献	/300



第一章

电子商务概述

学习目标

了解：电子商务的产生和发展阶段、电子商务的环境因素

理解：电子商务的基本框架

掌握：电子商务的概念、业务组成



开篇导入

电子商务改变了我们的生活方式和经营管理模式

电子商务在不经意间融入了我们的日常生活，经常会听到有人说：“我在网上花一半的价钱拍下了一部手机”，“我在网上找到了工作”，“我通过网络给远方的朋友订购了生日蛋糕”，“我今天的午饭是通过肯德基网站订购的，宅急送快递公司给我送来的”，“这是我的个人网店，欢迎光临”……

电子商务改变了普通百姓的生活方式，我们足不出户就可以悠然自得地在网上购物，也可以做到家事、国事、天下事事事清楚，甚至可以坐在家中聆听世界一流大学知名教授的精彩授课。电子商务将人类过去的美好憧憬变成了现实。

电子商务改变了企业的经营管理模式，改变了政府的形象。一位工作于外资企业的白领说：“自公司用移动电子商务以来，生意如虎添翼，随时随地都能了解到最新商机，随时随地都可和顾客取得联系。”一位工作于政府部



门的公务员这样说：“自实施电子政务以来，政府部门的工作效率大大提高，现在有时甚至可以在一天之内完成过去一年的工作。”

那么究竟什么是电子商务？电子商务具有哪些功能？我们如何理解电子商务的基本框架和相关环境呢？

第一节 电子商务的基本概念及功能

步入 21 世纪之后，电子商务已经对传统的商业模式产生了深刻的影响，成为商务发展的一个模式与分支，在经济领域中起到越来越重要的作用。目前，电子商务已经成为国际上各个国家制定经济政策的主要依据之一，以网络和电子商务为主要特征的新经济成为推动全球经济一体化的重要手段和前提条件。

一、商务与电子商务

（一）商务

随着我国市场经济的不断完善，企业、政府、个人同市场的联系越来越紧密。企业直接面对市场谋求更大的生存和发展空间，政府采购开始采用市场化运作方式，个人消费日趋多样化，商务活动已渗透到社会经济生活的各个领域。这样，我们可以把商务解释为：以营利为目的的市场经济主体，通过实现商品的交换而开展的一系列经营管理活动的总称。对商务含义的解释，大致可归纳如下：

1. 现代商务主体的多元性

现代商务主体的多元性，即商务主体包括一切以营利为目的的市场经济主体。商务主体涉及企业、政府部门（包括事业单位）、家庭和个人等。

2. 现代商务的实质

现代商务的实质是商品交换，即通过买卖方式实现商品所有权转移的交换行为。

3. 现代商务的对象

现代商务的对象或客体是所有的经济资源，包括各种有形商品和无形商品。

4. 商务活动

商务活动包括采购、生产、销售、商贸磋商、价格比较、经营决策、营销策略、推销促销、公关宣传、售前和售后服务、客户关系、咨询服务等。

（二）电子商务

电子商务代表着 21 世纪新经济的发展方向，它的产生是基于两个“全球化”：经济全球化和信息全球化。随着互联网的蓬勃兴起和发展壮大，电子商务已真正走进传统商务活动的各个环节和各个领域，并直接影响和改变着社会经济生活的各个方面。那么，什么是电子商务呢？

电子商务是一个不断发展的概念。IBM 公司于 1996 年提出了 electronic commerce (E-Commerce) 的概念,到了 1997 年,该公司又提出了 electronic business 的概念。1997 年 7 月,美国政府发表了电子商务白皮书,从此“电子商务”一词被正式应用,并受到全球的瞩目。

事实上,电子商务至今还没有一个较为全面、具有权威性的、能够为大多数人接受的定义。国内外不同的书籍、机构等对电子商务的定义都有差异,各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多表述不同的定义。本书综合多种说法认为:电子商务是指利用互联网及现代通信技术进行任何形式的商务运作、管理或信息交换。它包括企业内部的协调与沟通、企业之间的合作及网上交易三方面的内容。

狭义的电子商务 (Electronic Commerce, EC) 仅指在互联网上开展的交易或与交易有关的活动。广义的电子商务 (Electronic Business, EB) 是指利用信息技术使整个商务活动实现电子化,包括利用互联网、内联网 (intranet)、外联网 (extranet) 等不同形式的网络,以及信息技术进行的商务活动。换句话说,广义的电子商务实际就是将所有商务活动的业务流程电子化,不仅包括企业商务活动中面向外部的业务流程,如网络营销、电子支付、物流配送等,还包括企业内部的业务流程,如企业资源计划 (Enterprise Resource Planning, ERP)、管理信息系统 (Management Information System, MIS)、客户关系管理 (Customer Relationship Management, CRM)、供应链管理 (Supply Chain Management, SCM)、人力资源管理 (Human Resource Management, HRM)、战略管理 (Strategy Management, SM)、市场管理、生产管理、研发管理及财务管理等内容。具体如图 1-1 所示。

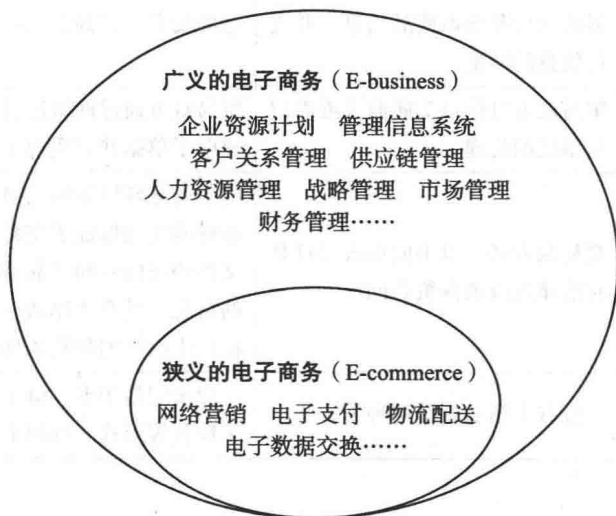


图 1-1 电子商务的业务组成

二、传统商务与电子商务的比较

传统商务起源于远古时代,当人们对日常活动进行分工时,商业活动就开始了。每个家庭不再像以前那样既要种植谷物,又要打猎和制造工具了。每个家庭可专心于某一项生产活动,然后用产品去换取所需之物。

电子商务并非新兴之物。早在 1839 年,当电报刚出现的时候,人们就开始了对运用电子手段进行商务活动的讨论。随着电话、传真、电视、移动通信等电子工具的诞生,商务活动中可应用的电子工具进一步扩充。电子商务真正始于 20 世纪 70 年代的电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI),在这之后,伴随着计算机技术、网络通信技术,特别是互联网技术的不断发展,实现企业内部、企业之间、企业与客户之间的商业活动,成为越来越多企业的要求,并逐渐发展成为一个相对独立的、全新的商务领域。

(一) 传统商务与电子商务的运作过程比较

传统商务和电子商务运作过程都是由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成,但是二者交易具体使用的运作方法是完全不同的。表 1-1 为传统商务和电子商务运作过程比较。

表 1-1

传统商务和电子商务运作过程比较

运 作 过 程	传 统 商 务	电 子 商 务
交易前的准备 (实际上是商品信息的发布、查询和匹配的过程)	商品供应方和需求方是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传和获取商品信息,并进行信息的匹配	交易的供需双方都是通过网络来进行商品信息的发布、查询和匹配
贸易磋商	贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递	贸易双方通过网络进行磋商或将书面单据变成电子单据并且实现在网络上的传递
合同与执行	交易双方必须以书面形式签订具有法律效应的商贸合同	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交易协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应,可以作为在执行过程产生纠纷的仲裁依据
支付与清算	一般有支票和现金两种方式	一般采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式,以网上支付的方式进行

(二) 传统商务与电子商务的项目比较

如上所述,电子商务在交易的各个环节都采用了与传统商务不同的运作方法。在许多方面,电子商务都优于传统商务。传统商务与电子商务的项目比较参见表 1-2。

表 1-2

传统商务与电子商务的项目比较

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、及时
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
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
销售地点	需要销售空间	虚拟空间
顾客方便度	受时间与地点的限制	顾客按自己的方式无拘无束地购物
服务顾客	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, 及时应对

三、电子商务的分类

电子商务的应用范围很广, 从不同角度可以将电子商务分为不同的类型。

(一) 按参与电子商务的交易主体分类

电子商务通常在三类群体之间进行, 即企业 (business)、政府部门 (government) 和个人消费者 (consumer)。按信息在这三类群体之间的流向, 电子商务可以分为以下 8 个类型。

1. 企业与企业之间的电子商务

企业与企业之间的电子商务 (Business to Business, B2B) 指企业与企业之间通过互联网进行的商务活动。也就是说, 进行电子商务的供需双方都是企业 (或商家), 它们通过网络交换信息, 传递各类电子单证 (如订单、合同、付款通知等), 从而使交易全过程实现电子化和无纸化。B2B 是目前应用最广泛的一种电子商务。企业可以是生产企业, 如海尔、戴尔等, 与上游原材料和零配件供应商、下游经销商、物流运输商、产品服务商等利用各种网络商务平台进行电子商务活动; 企业也可以是商家, 如某商家通过阿里巴巴平台采购宝洁公司的商品等, 这些都属于 B2B 电子商务。通过专用增值网络 (Value Added Network, VAN) 上进行的电子数据交换是这类电子商务产生、发展的基础和前身。B2B 网站的典型是阿里巴巴、中国制造网、慧聪网、敦煌网等。

2. 企业与个人消费者之间的电子商务

企业与个人消费者之间的电子商务 (Business to Consumer, B2C) 指企业与个人消费者之间进行商品或服务的交易, 这类电子商务实际上是电子化的在线零售业。目前, 互联网上已遍布各种类型的在线零售企业。它们所出售的商品一应俱全, 从食品、饮料到计算



机、汽车等,几乎包括所有的消费品;或者提供各类网络服务,如远程教育、在线医疗等。近年来,随着互联网为企业和消费者开辟了新的交易平台,再加上全球网民的增多,这类电子商务得到了较快的发展,成为电子商务发展的主要动力。B2C的典型有亚马逊、当当网、京东商城、Vancle 凡客诚品、天猫等。

3. 个人消费者与个人消费者之间的电子商务

个人消费者与个人消费者之间的电子商务(Consumer to Consumer, C2C)指个人消费者之间通过网络商务平台实现交易的一种电子商务模式。

传统的商务模式不能提供便利的方式让消费者出售其所持有的闲置物品,而利用互联网就可以很好地解决此问题。C2C电子商务中的参与者主要有消费者及为消费者提供网络服务的平台提供商,如淘宝网等。物品持有者可通过这些网上商务平台发布其物品信息,物品需求者也可在此类平台上对所需要的物品出价,最终物品将出售给出价最高的买方。这种交易方式类似于拍卖,因此,也称为网上拍卖。

4. 企业与政府之间的电子商务

企业与政府之间的电子商务(Business to Government, B2G)涵盖了政府与企业间的各项事务,包括政府采购、税收、商检、管理条例发布,以及法规、政策颁布等。B2G电子商务使企业和政府之间通过互联网可以方便、快捷地进行信息交换。政府一方面作为消费者,可以通过互联网发布自己的采购清单,公开、透明、高效、廉洁地完成所需物品的采购;另一方面,政府对企业进行宏观调控、指导规范、监督管理的职能通过网络以电子商务方式更能充分、及时地发挥。借助于网络及其他,政府职能部门能更及时、全面地获取所需信息,作出正确的决策,做到快速反应,能迅速、直接地将政策、法规及调控信息传达给企业,起到管理与服务的作用。

5. 个人消费者与政府之间的电子商务

个人消费者与政府之间的电子商务(Consumer to Government, C2G)涵盖个人与政府之间的若干事务,如个人公积金的交纳、养老金的领取、个人向政府纳税等。C2G电子商务网站是政府工作透明化的重要窗口,也是公民了解政府发布的各项信息和政策的重要渠道,如上海市民信箱网(www.smmail.cn)和太原市住房公积金管理中心(www.tygjj.com)。

6. B2B2C 电子商务模式

B2B2C(Business to Business to Consumer)模式包括两种形式,第一种形式是生产厂商对商家、商家对消费者的交易链条,如出版商将图书出版后,直接将出版的图书交给销售商,销售商在网上销售,消费者可以在网上购买这一商品;第二种形式是生产商同时面对供应商和消费者,如海尔生产商通过海尔招标网采购原材料(B2B),海尔生产商通过海尔商城销售海尔系列产品(B2C)。

7. 团购模式

团购模式又叫消费者对企业的集合竞价模式,就是将零散的消费者及其购买需求聚合起来,形成较大批量的购买订单,从而可以得到厂商的批发价和较低的折扣价,商家也可以从大批量的订单中享受到“薄利多销”的优惠,因此,对消费者与商家是双赢的。有的也叫C2B(Consumer to Business)模式或叫C2T(Consumer to Team)模式,我国从

2010 年以来发展起来的团购网站有美团网、拉手网等。

8. O2O 模式

O2O (online to offline) 模式称为线上购买、线下消费, 也即将线下商务的机会与互联网结合在一起, 让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以利用线上来揽客, 消费者可以线上搜索商品, 线下完成交易。该模式最重要的特点是: 推广效果可查, 每笔交易可跟踪。国内首家社区电子商务开创者九社区是鼻祖, 比较具有代表性的网站还有象屿集团下的吉象商城 (www. jxmall. com. cn)。该模式将线上会员和实体店会员融为一体, 满足消费者的不同需求。随着互联网上本地化电子商务的发展, 信息和实物之间、线上与线下之间的联系变得更加紧密。O2O 让电子商务网站进入一个新的阶段。

B2C、C2C 与 O2O 方式相比较, B2C、C2C 在线支付购买的商品会通过物流公司送到消费者手中; 而 O2O 是通过在线支付购买线下的商品、服务, 然后再到线下去享受服务。

团购与 O2O 相比较, O2O 是网上商城, 而团购是低折扣的临时性促销。图 1-2 为 O2O、团购、B2C、C2C 的区别。

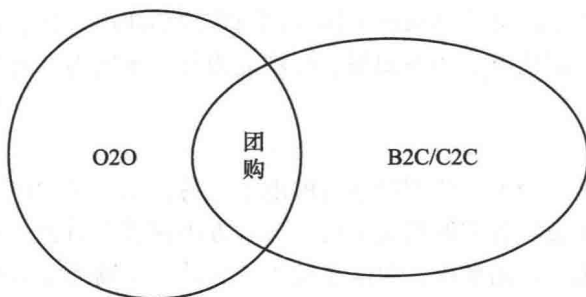


图 1-2 O2O、团购、B2C、C2C 的区别

(二) 按商务活动的内容分类

按商务活动的内容, 电子商务可分为完全电子商务和不完全电子商务。

1. 完全电子商务

完全电子商务 (也称直接电子商务) 即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易。这类电子商务主要针对无形货物和服务的网上交易, 如计算机软件、电子杂志的订购、付款和在线交付, 金融产品、旅游产品的网上交易, 全球规模的信息服务 (电子图书和报刊) 等。这类交易不需要利用传统渠道, 可以使买卖双方不受地域的限制直接在网完成交易。

2. 不完全电子商务

不完全电子商务 (也称间接电子商务) 即无法完全依靠电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易, 它需要依靠一些外部要素, 如运输系统等来完成交易。这类电子商务主要针对有形货物 (如书籍、电脑、日用品等) 的电子订货, 这类交易仍然需要利用传

统的渠道（如邮政服务或快递公司等）送货或实地交割货物。

（三）按开展电子交易的信息网络范围分类

按开展电子交易的信息网络范围，电子商务可分为3类，即本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务。

1. 本地电子商务

本地电子商务通常是指利用本城市内或本地区内的信息网络实现的电子商务活动，电子交易的地域范围较小。本地电子商务系统是利用互联网、内联网或专用网将下列系统联结在一起的网络系统：参加交易各方的电子商务信息系统（包括买方、卖方及其他各方的电子商务信息系统）、银行金融机构电子信息系统、保险公司信息系统、商品检验信息系统、税务管理信息系统、货物运输信息系统、本地区电子数据交换中心系统（实际上，本地区电子数据交换中心系统联结各个信息系统的中心）。本地电子商务系统是开展远程国内电子商务和全球电子商务的基础系统。

2. 远程国内电子商务

远程国内电子商务是指在本国范围内进行的网上电子交易活动，其交易的地域范围较广，对硬件和技术要求较高，要求在全国范围内实现商业电子化、自动化，实现金融电子化，交易各方具备一定的电子商务知识、经济能力和技术能力，并具有一定的管理水平和能力等。

3. 全球电子商务

全球电子商务是指在全世界范围内进行的电子交易活动。参加电子交易的各方通过网络进行贸易，涉及有关交易各方的相关系统，如买方国家进出口公司系统、海关系统、银行金融系统、税务系统、运输系统、保险系统等。全球电子商务业务内容繁杂，数据来往频繁，要求电子商务系统严格、准确、安全、可靠，应制定世界统一的电子商务标准和电子商务（贸易）协议，使全球电子商务得以顺利发展。

四、电子商务系统的组成

电子商务系统的基本组成要素有电子商务网络系统、供应方和需求方、认证机构、物流中心、网上银行、电子商务服务商等，其系统结构如图1-3所示。

（一）电子商务网络系统

电子商务网络系统包括互联网、内联网和外联网。互联网是电子商务的基础，是商务、业务信息传送的载体；内联网是企业内部商务活动的场所；外联网是企业与企业，以及企业与个人进行商务活动的纽带。

（二）供应方和需求方

供应方和需求方统称为电子商务用户，可分为个人用户和企业用户。个人用户使用个人计算机（PC）、个人数字助理（PDA）等接入互联网；企业用户建立企业内联网、