



“十一五” 高职高专财经类规划教材

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

● 主编 李守良



河南科学技术出版社

应用

在“另存为”对话框中

“十一五”高职高专财经类规划教材

电子商务概论

主编 李守良

河南科学技术出版社

· 郑州 · 出版发行：河南科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论/李守良主编. —郑州: 河南科学技术出版社, 2008. 7
(“十一五” 高职高专财经类规划教材)
ISBN 978 - 7 - 5349 - 4010 - 1

I. 电… II. 李… III. 电子商务 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 075066 号

出版发行: 河南科学技术出版社

地址: 郑州市经五路 66 号 邮编: 450002

电话: (0371) 65737028 65788631 65788613

网址: www. hnstp. cn

策划编辑: 陈淑芹

责任编辑: 申卫娟

责任校对: 李 华 崔春娟

封面设计: 李 冉

版式设计: 采 风

印 刷: 河南新丰印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

幅面尺寸: 185 mm × 260 mm 印张: 16.25 字数: 360 千字

版 次: 2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

如发现印、装质量问题, 影响阅读, 请与出版社联系。

《“十一五”高职高专财经类规划教材》

编审委员会名单

BIANSHENWEIYUANHUIMINGDAN

主 任	王金台		
副 主 任	李喜婷	李杰虎	王生交 褚素萍
	付子顺	杨紫元	王景山
编 委	(以姓氏笔画为序)		
	万久玲	王长安	王生交 王金台
	王景山	付子顺	杨紫元 李杰虎
	李东营	李喜婷	肖宪堂 汪 泉
	周慧玲	侯丽平	银加峰 葛元月
	程礼忠	褚素萍	潘玉尚

《电子商务概论》编写人员名单

BIANXIERENYUANMINGDAN

主 编 李守良

副 主 编 刘秀英 尹 涛 王利东

编 者 (以姓氏笔画为序)

马小雨 王利东 尹 涛 刘秀英

李守良 杨永亮 葛 佩

编写说明

BIANXIESHUOMING

近年来,我国高职高专财经类专业的课程改革已经取得了令人欣慰的成绩,课程设置越来越贴近社会需求和个体需求。专业课程与职业资格证书衔接,增设了大量的专业选修课程和技能课程,完善了实训课程体系,这一切都较好地反映了劳动力市场变化、学生择业观念的更新。用人单位对劳动力的选择将不再凭一张文凭,而要看他是否具有实际操作能力。

本套教材紧密结合高职高专教育的办学指导思想、高职高专财经类专业人才培养目标和高职高专课程改革的最新成果,在内容的把握上突出了下列“四个特性”:

1. 适应性。本套教材的体系设置、内容安排,都与高职高专财经类专业的发展方向、培养目标、业务规格、岗位职业能力需求相适应。教材根据高职高专培养目标所建立的新的理论教学体系和实践教学体系,以及学生所应具备的相关应用能力培养体系,构建了职业应用能力训练模块。实训教材体系的完善是该系列教材的一大亮点。

2. 应用性。专业基础课教材以应用知识为主,达到为专业课服务的目的;专业课教材强调知识的应用,加强对专业能力的培养。

3. 先进性。在满足本学科知识的连贯性与专业课需要的前提下,精简理论的推导,删除过时的内容。本套教材在编写过程中,参阅了大量最新、最具权威的文献资料,如中华人民共和国财政部2006年颁布的《企业会计准则》及其应用指南,中国注册会计师协会主编的2008年的《会计》、《税法》、《审计》、《经济法》、《财务成本管理》考试用书,财政与金融领域最新政策、法规和制度等,使本套教材适应新形势的特点得到突显。

4. 通俗性。本套教材内容宽泛浅显,力戒文字抽象、深奥,有利于教师教学和学生自学。

本套教材内容以技能为主,知识以够用为度;尽量拓宽知识面,增加信息量,很少涉及偏深偏难又不实用的内容;不刻意追求理论性、系统性、学科性,内容选取简单实用;紧跟政策与科学、技术的发展,反映新准则、新方法和新技术;融教学法于教材之中,便于教学,体现能力本位的职业教育思想。

本套教材可作为高职高专会计学专业以及其他经济、管理类专业用书,也可供会计实际工作者、经济管理人员在职学习或参考。

在本套教材的编写过程中,各位编者多次开会研讨,共商编写事宜,反复协商,达成共识,进而明确了本套教材的体系规划、设计思路、编写理念、应有特色和预定目标,力争使本套教材做到起点高、立意新、注重实践、突出质量。但由于时间仓促,经验有限,并做了许多新的尝试,不足之处在所难免,恳请各位专家、同仁批评指正。

王金台

2008年6月

前言

QIANYAN

《电子商务概论》是由河南科学技术出版社组织编写的“十一五”高职高专财经类规划教材之一。

本教材依据教育部颁发的《关于高职高专院校人才培养工作水平评估方案（试行）》有关规定，紧密结合高职高专教育的特点进行编写。在教材编写过程中突出体现认知、能力本位的思想，注重教材的适应性、实用性、先进性、综合性、通俗性，强化职业教育技能的特色。

本教材的目的在于阐明什么是电子商务，如何开展和管理电子商务，以及电子商务的主要机会、限制因素、带来的问题和风险，因此，在此基础上对电子商务相关的内容进行了概括和提炼。本教材包括理论教学和实践教学两部分，其中理论教学分为10章，分别为电子商务概述、电子商务的技术支持、电子商务应用模式、电子商务与网络支付、电子商务安全、电子商务的网络营销、电子商务与物流、电子商务网站建设、电子商务法律、电子商务在其他领域的应用等内容，占46学时；实践教学占20学时。

本教材在编写过程中，沿“概念—技术—系统实施及应用”这一主线逐步展开，由浅入深，循序渐进，以培养学生的实用技能为核心，重点突出理论的适用性，依据高职高专教育教学规律，强化素质教育。本书可作为高职高专院校、成人高等院校等电子商务、物流管理、市场营销等专业的教材，也可作为企业经营与管理人员自学参考用书。

本教材由李守良担任主编，负责拟定全书的思路和框架设计以及全书的统稿工作。刘秀英、王利东、尹涛任副主编。参编的其他人员有马小雨、葛佩、杨永亮。

本教材参阅、引用了有关著作、教材的成果与资料，在此致以衷心地感谢！

由于编写人员水平所限，本书若有不足之处，恳请各位专家、学者和广大读者批评指正。

编者

2008年6月

目 录

MULU

第一章 电子商务概述	(1)
第一节 电子商务的产生与发展	(1)
一、电子商务产生的社会基础和技术基础	(1)
二、电子商务的发展过程	(4)
第二节 电子商务的基本概念与框架	(5)
一、电子商务的定义	(5)
二、电子商务的模型	(6)
三、电子商务的结构模型	(7)
第三节 电子商务的分类、交易与功能	(9)
一、电子商务的分类	(9)
二、电子商务的交易过程	(12)
三、电子商务的功能与效益	(13)
第四节 电子商务的现状与发展趋势	(14)
一、电子商务的现状	(14)
二、电子商务发展对社会和经济的影响	(16)
三、电子商务的发展趋势	(17)
第二章 电子商务的技术支持	(20)
第一节 网络技术	(20)
一、计算机网络概述	(20)
二、计算机网络的结构与组成	(21)
三、计算机网络通信协议	(23)
四、Internet 概述	(24)
第二节 电子商务与 Web 技术	(25)
一、关于 Web 的几个基本概念	(25)
二、网页相关技术	(25)
第三节 电子数据交换 (EDI) 技术	(27)
一、EDI 的概念	(27)
二、EDI 的基本组成	(28)
三、EDI 的实现过程	(30)
四、EDI 在我国的应用	(31)



第四节 数据仓库和数据挖掘技术	(31)
一、数据仓库	(31)
二、数据挖掘	(33)
第三章 电子商务应用模式	(37)
第一节 B to B 电子商务应用模式	(37)
一、B to B 电子商务交易概述	(37)
二、B to B 交易模式	(39)
第二节 B to C 电子商务模式	(42)
一、B to C 电子商务模式概述	(42)
二、B to C 商务模式、盈利模式、商务网站运作、顾客类型	(43)
三、B to C 模式流程	(49)
第三节 C to C 电子商务模式	(51)
一、C to C 电子商务模式概述	(51)
二、网上拍卖	(52)
第四章 电子商务与网络支付	(59)
第一节 网络支付概述	(59)
一、网络支付的概念	(59)
二、网络支付的基本功能	(60)
三、网络支付与传统支付的区别	(60)
第二节 电子支付工具	(61)
一、电子现金	(61)
二、电子钱包	(63)
三、电子支票	(65)
四、智能卡	(66)
第三节 网络银行	(67)
一、网络银行的概念	(67)
二、网络银行的结构	(69)
三、典型的网络银行支付形式	(71)
第四节 第三方支付	(75)
一、第三方支付概述	(75)
二、第三方支付交易流程	(75)
三、第三方支付的形式	(76)
四、第三方支付的特点	(76)
五、第三方平台结算支付模式存在的问题	(77)
第五章 电子商务安全	(79)
第一节 电子商务安全的概述	(79)
一、电子商务安全的概念	(79)
二、电子商务的安全问题	(80)

三、我国电子商务安全的现状	(80)
第二节 网络安全技术	(81)
一、操作系统安全	(81)
二、防火墙技术	(82)
三、VPN 技术	(83)
四、病毒防范技术	(84)
第三节 信息安全技术	(85)
一、密码学概述	(85)
二、对称密钥密码体制	(86)
三、非对称密钥密码体制	(88)
第四节 电子商务的认证技术	(90)
一、认证技术概述	(90)
二、认证机构	(93)
三、数字证书	(93)
第五节 安全电子交易技术	(95)
一、SSL 协议	(95)
二、SET 协议	(96)
三、公钥基础设施 PKI	(97)
第六章 电子商务的网络营销	(102)
第一节 市场与营销理念的变迁	(102)
一、市场的产生和发展	(102)
二、营销理念的变迁	(103)
第二节 网络营销概述	(105)
一、网络营销的基本概念	(105)
二、网络营销的诞生与发展	(106)
三、网络营销的职能	(108)
四、网络营销的内容体系	(110)
第三节 网络营销的策略	(111)
一、网络营销的产品策略	(111)
二、网络营销的价格策略	(113)
三、网络营销的渠道策略	(114)
四、网络营销的促销策略	(116)
第四节 网络调研	(117)
一、网络市场调研的特点	(117)
二、网络市场调研的策略	(118)
三、网络市场调研的程序	(120)
四、网络市场调研可能存在的问题	(122)
第五节 网络营销的常用工具	(122)



一、企业网站	(122)
二、搜索引擎	(124)
三、电子邮件	(124)
四、其他营销工具	(125)
第六节 网上营销实例分析	(127)
一、海尔简介	(127)
二、海尔的网络营销	(127)
第七章 电子商务与物流	(131)
第一节 电子商务物流概述	(131)
一、物流概述	(131)
二、电子商务物流概述	(133)
三、电子商务物流的发展趋势	(135)
第二节 电子商务与供应链管理	(137)
一、供应链与供应链管理的概念	(137)
二、电子商务供应链与传统供应链的区别	(139)
三、电子商务对供应链管理的影响	(141)
第三节 电子商务下的物流模式	(141)
一、企业自营物流模式	(141)
二、第三方物流	(142)
三、国际物流	(143)
第四节 现代物流的核心——信息化	(146)
一、条码技术及应用	(146)
二、电子数据交换 (EDI) 技术的应用	(147)
三、射频技术及应用	(148)
四、地理信息系统 (GIS) 技术	(148)
五、全球定位系统 (GPS) 技术	(149)
第八章 电子商务网站建设	(153)
第一节 电子商务网站概述	(153)
一、企业建立网站的基本原则	(153)
二、电子商务网站的类型	(154)
第二节 电子商务网站的规划与设计	(157)
一、网站规划的具体内容	(157)
二、域名注册方法	(158)
三、Internet 服务提供商	(160)
四、电子商务网站的设计	(161)
第三节 电子商务网站的开发工具	(162)
一、电子商务网页设计语言	(162)
二、电子商务网页制作工具	(165)

三、电子商务网页美化工具	(167)
第九章 电子商务法律	(169)
第一节 电子商务法	(169)
一、电子商务法的含义	(169)
二、电子商务法律关系	(170)
三、国外电子商务立法	(170)
四、国内电子商务立法	(171)
第二节 电子商务基本法律制度	(174)
一、电子合同法律制度	(174)
二、电子签名法律制度	(177)
第三节 电子商务相关的法律问题	(180)
一、网络知识产权法律问题	(180)
二、网上消费者权益保护的法律问题	(182)
三、网上税收法律问题	(183)
四、网上法律救济	(185)
第十章 电子商务在其他领域的应用	(189)
第一节 电子政务	(189)
一、电子政务的概念	(189)
二、电子政务的具体内容	(190)
三、我国目前电子政务实施状况	(192)
第二节 网上证券	(193)
一、网上证券交易概述	(193)
二、网上证券交易的特点	(194)
三、网上证券交易系统的功能	(195)
四、网上证券交易系统的应用	(196)
第三节 网上保险及其他	(202)
一、网上保险概述	(202)
二、网上保险的优点	(203)
三、网上保险的模式	(204)
四、网上保险的基本功能	(206)
五、电子商务的其他应用	(207)
实训	(212)
实训一 信息搜索	(212)
实训二 B to B 与 B to C 电子商务实验	(213)
实训三 C to C 电子商务实验 (以淘宝网为例)	(216)
实训四 EDI 电子商务	(221)
实训五 网络银行与网络支付	(228)
实训六 数字证书	(229)



实训七 安全交易	(236)
实训八 网络营销	(242)
实训九 透过 Internet 了解物流行业	(244)
实训十 网站建设	(245)
附录一 电子商务概论习题	(246)
附录二 电子商务概论习题答案	(247)
附录三 电子商务概论习题答案	(248)
附录四 电子商务概论习题答案	(249)
附录五 电子商务概论习题答案	(250)
附录六 电子商务概论习题答案	(251)
附录七 电子商务概论习题答案	(252)
附录八 电子商务概论习题答案	(253)
附录九 电子商务概论习题答案	(254)
附录十 电子商务概论习题答案	(255)
附录十一 电子商务概论习题答案	(256)
附录十二 电子商务概论习题答案	(257)
附录十三 电子商务概论习题答案	(258)
附录十四 电子商务概论习题答案	(259)
附录十五 电子商务概论习题答案	(260)
附录十六 电子商务概论习题答案	(261)
附录十七 电子商务概论习题答案	(262)
附录十八 电子商务概论习题答案	(263)
附录十九 电子商务概论习题答案	(264)
附录二十 电子商务概论习题答案	(265)
附录二十一 电子商务概论习题答案	(266)
附录二十二 电子商务概论习题答案	(267)
附录二十三 电子商务概论习题答案	(268)
附录二十四 电子商务概论习题答案	(269)
附录二十五 电子商务概论习题答案	(270)
附录二十六 电子商务概论习题答案	(271)
附录二十七 电子商务概论习题答案	(272)
附录二十八 电子商务概论习题答案	(273)
附录二十九 电子商务概论习题答案	(274)
附录三十 电子商务概论习题答案	(275)
附录三十一 电子商务概论习题答案	(276)
附录三十二 电子商务概论习题答案	(277)
附录三十三 电子商务概论习题答案	(278)
附录三十四 电子商务概论习题答案	(279)
附录三十五 电子商务概论习题答案	(280)
附录三十六 电子商务概论习题答案	(281)
附录三十七 电子商务概论习题答案	(282)
附录三十八 电子商务概论习题答案	(283)
附录三十九 电子商务概论习题答案	(284)
附录四十 电子商务概论习题答案	(285)
附录四十一 电子商务概论习题答案	(286)
附录四十二 电子商务概论习题答案	(287)
附录四十三 电子商务概论习题答案	(288)
附录四十四 电子商务概论习题答案	(289)
附录四十五 电子商务概论习题答案	(290)
附录四十六 电子商务概论习题答案	(291)
附录四十七 电子商务概论习题答案	(292)
附录四十八 电子商务概论习题答案	(293)
附录四十九 电子商务概论习题答案	(294)
附录五十 电子商务概论习题答案	(295)
附录五十一 电子商务概论习题答案	(296)
附录五十二 电子商务概论习题答案	(297)
附录五十三 电子商务概论习题答案	(298)
附录五十四 电子商务概论习题答案	(299)
附录五十五 电子商务概论习题答案	(300)
附录五十六 电子商务概论习题答案	(301)
附录五十七 电子商务概论习题答案	(302)
附录五十八 电子商务概论习题答案	(303)
附录五十九 电子商务概论习题答案	(304)
附录六十 电子商务概论习题答案	(305)
附录六十一 电子商务概论习题答案	(306)
附录六十二 电子商务概论习题答案	(307)
附录六十三 电子商务概论习题答案	(308)
附录六十四 电子商务概论习题答案	(309)
附录六十五 电子商务概论习题答案	(310)
附录六十六 电子商务概论习题答案	(311)
附录六十七 电子商务概论习题答案	(312)
附录六十八 电子商务概论习题答案	(313)
附录六十九 电子商务概论习题答案	(314)
附录七十 电子商务概论习题答案	(315)
附录七十一 电子商务概论习题答案	(316)
附录七十二 电子商务概论习题答案	(317)
附录七十三 电子商务概论习题答案	(318)
附录七十四 电子商务概论习题答案	(319)
附录七十五 电子商务概论习题答案	(320)
附录七十六 电子商务概论习题答案	(321)
附录七十七 电子商务概论习题答案	(322)
附录七十八 电子商务概论习题答案	(323)
附录七十九 电子商务概论习题答案	(324)
附录八十 电子商务概论习题答案	(325)
附录八十一 电子商务概论习题答案	(326)
附录八十二 电子商务概论习题答案	(327)
附录八十三 电子商务概论习题答案	(328)
附录八十四 电子商务概论习题答案	(329)
附录八十五 电子商务概论习题答案	(330)
附录八十六 电子商务概论习题答案	(331)
附录八十七 电子商务概论习题答案	(332)
附录八十八 电子商务概论习题答案	(333)
附录八十九 电子商务概论习题答案	(334)
附录九十 电子商务概论习题答案	(335)
附录九十一 电子商务概论习题答案	(336)
附录九十二 电子商务概论习题答案	(337)
附录九十三 电子商务概论习题答案	(338)
附录九十四 电子商务概论习题答案	(339)
附录九十五 电子商务概论习题答案	(340)
附录九十六 电子商务概论习题答案	(341)
附录九十七 电子商务概论习题答案	(342)
附录九十八 电子商务概论习题答案	(343)
附录九十九 电子商务概论习题答案	(344)
附录一百 电子商务概论习题答案	(345)

第一章 电子商务概述



学习目标

1. 了解电子商务的产生与发展历程。
2. 掌握电子商务的定义和模型。
3. 了解电子商务的分类。
4. 了解电子商务的发展现状及趋势。

电子商务是在计算机技术与网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的。近年来,随着计算机网络的爆炸性发展,电子商务也获得了迅速发展,引起了世界各国的高度重视。电子商务作为一种新兴的商务运作模式影响着各行各业,要了解和认识电子商务,必须从基本概念入手。

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务产生的社会基础和技术基础

电子商务的产生和发展有其深远的社会和技术背景,它并非是单纯依靠某几个企业或政府推动才发展起来的产物。虽然电子商务只是在最近几年才兴盛起来,但事实上,早在 20 世纪 70 年代末,公司间通过专用计算机和网络传送商业数据的 EDI(电子数据交换)模式就已经出现。此外,在购物活动中,当你在 POS 收款机上使用信用卡结账时,这事实上也是以电子形式进行的商务活动。而多年以来,许多金融、制造、航空等领域的大公司更是早已建立了和客户间的电子通信,并用电子化手段处理其内外业务。这些电子化的商业活动在过去的几十年是如此广泛的存在,使得我们怀疑,电子商务究竟是新兴的产物还是早就已经广泛存在了的。

实际上,和当下的电子商务不同,电子数据交换和自动付款机是工作于封闭系统中,它们使用传统的通信媒介,并严格限制使用方。早期的解决方式都是建立在大量功能单一的专用软硬件设施的基础上,因此使用价格十分昂贵,只有大型企业才能承受得起。此外,早期网络技术的局限性也限制了其应用范围的扩大和应用水平的提高。到了 20 世纪 90 年代,由于互联网络的出现,把信息技术和网络技术的应用推向了一个



新的高潮,网络化已经由一个高新技术的产物演变成为一个社会化进程,社会的网络化导致当代经营过程的很多变化,有了网络之后,人们获取信息的能力大大增强,而且经营范围不再受地域的约束和局限,企业就有可能把经营的触角深入到世界的各个角落,这就是经济的全球化。全球化的经济就必然要求物资能够在世界各地自由流动,所以说,经济的全球化在客观上会要求贸易的自由化。社会的网络化、经济的全球化和贸易的自由化已经演变成人类社会发展的三大进程。在 20 世纪末,这三大进程开始合一,导致了电子商务系统的诞生。

从大的社会背景来看,Internet 的发展和上面所提到的三大进程是电子商务发展的基础动力。

2005 年,全球互联网用户数突破 10 亿,中国网民规模超过 1 亿。根据 CNNIC (中国互联网信息中心) 的调查表明,中国互联网用户数每年都以几何级的数字增长,截至 2007 年 12 月,中国互联网用户数达到 2.1 亿,仅次于美国的 2.15 亿,位居世界第二。

因为互联网以及电子商务的发展对企业和对国家来说都非常重要,世界各国以及各种国际经贸组织都竭尽全力去推动互联网事业的发展。电子商务迅速发展的最重要时期是 20 世纪 90 年代。

1990 年 3 月,由联合国统一向全球颁布了电子数据交换的标准——EDI。这个标准的产生和迅速推广极大地促进了人类利用电子技术促进贸易事业发展的进程。1992 年,联合国贸易发展大会第一次明确地提出,要研究电子数据交换技术的应用,并且要利用这种技术去提高贸易的效率;在 1994 年联合国贸易发展大会上,研究和总结了两年以来 EDI 应用技术的发展历程,并在这次会议上明确地提出要开放 EDI 的概念。大会认为,前两年 EDI 技术的进程有很多很好很可取的地方,但是由于以前的 EDI 技术对技术本身要求较高,所以这种现状极大地影响到一些中小企业的使用;大会还认为,如果中小企业不能很好地使用它,不能把 EDI 应用的技术要求降低到最低的限度,就不可能真正推动世界贸易的发展。自这次大会明确提出要开放 EDI 以后,EDI 技术就迅速地原来以广域网为基础的应用系统逐渐地向 Internet 发展。

自 20 世纪 90 年代中期以后,人们在电子商务所涉及的法律、金融等其他方面也做了大量的工作。1996 年,联合国国际贸易法委员会正式用六种文字向全球颁布了电子商务示范法,并且敦促各国政府尽快地根据自己国家的具体情况和示范法的文本制定本国相应的法律,以免电子商务大潮来临之际没有法律作为保障,影响到正常的经济和金融秩序。1997 年 12 月,世界贸易组织(WTO)达成全球金融协议,协议明确提出,要利用电子技术去促进世界金融事业的发展,防范金融风险,促进电子商务事业的发展。

1998 年 5 月,世界贸易组织正式达成了一项为期一年的对 Internet 贸易免税的临时性协议。1998 年 6 月,美国国会众议院通过一项 Internet 免税法案,规定了在三年期限以内,可以对电子商务的企业实行免税。1998 年 10 月,美国国会参议院正式通过了为期一年的 Internet 免税法案,为此美国每年大约要承受 120 亿美元的损失。那么美国政府、美国国会为什么要这样积极地去促进电子商务事业的发展呢?其目的是要以极小

的代价去换来巨大的收益,以此增强美国企业和美国整个国家在下一个世纪的综合竞争能力。

1998年以来,我国政府对电子商务给予了空前的重视。1998年初,我国四部委共同宣布把1998年定义为中国电子商务年。随后,各种各样的政府上网工程、企业上网工程,以及我国各级地方政府的电子商务示范工程等迅速地在全国各地开展。所有这些举措都极大地促进了我国电子商务事业的发展。

技术的发展对电子商务的推动作用也是不可忽视的。

1996年2月,VISA与MasterCard两大信用卡国际组织共同发起制定保障在互联网上进行安全电子交易的SET(Secure Electronic Transaction,安全电子交易)协议(SET协议的制定得到了IBM、Microsoft、Netscape、GTE、VefiSign等一批技术领先的跨国公司的支持)。SET协议适用于B to C的模式,围绕客户、商户、银行(收单行或开户行)以及其他相关银行的相互关系确认身份(把数字加密技术用于数字签名和颁发电子证书),借以保障交易安全。

1997年12月,VISA与MasterCard两组织共同建立安全电子交易有限公司,专门从事管理与促进SET协议在全球的应用推广,该公司被赋予代表上述两大银行卡国际组织管理颁发具有最高权威等级的根认证机构(RootCA)的特许权力。在R-CA之下,建立分层结构的认证体系,即分层逐级而下的品牌认证机构(BrandCA)、地域政策认证机构(Geo-politicalCA),以及持卡人认证机构(CardHolderCA)、商户认证机构(MerchantCA)、支付网关认证机构(PaymentGatewayCA)。但SET协议操作起来过于复杂,成本较高,使用的广泛性尚差,所以SET协议并未在当时得到普及。

加拿大北方电讯公司(Nortel)所属的Entrust公司开发公钥基础设施(Public Key Infrastructure,PKI)技术,支持SET、SSL(Secure Sockets Layer,安全套接层)、IP及电子证书和数字签名,以弥补SSL协议的缺陷,IBM、Sun等公司均采用Entrust公司的PKI技术,以支持B to B方式的电子商务进行安全结算。

网络交易安全技术的逐步完善是电子商务形成和发展的关键。

归纳起来,电子商务产生的社会基础有以下几点:

第一,信息化受到各国政府的重视。在进入后工业化社会的今天,IT技术日益成为衡量人类进步和经济发展的重要指标。

第二,个人电脑大量进入普通家庭和中小型企业。

第三,因特网用户呈几何级数增加,众多网络用户为电子商务的应用奠定了基础。新华网北京2007年5月17日电:我国已成为全球信息通信业发展最快的国家之一。截至今年第一季度,我国互联网上网人数达到1.44亿,其中宽带上网用户9700万户。在2007年5月17日举行的“世界电信与信息社会日”纪念活动上,信息产业部副部长奚国华发布了这一最新数据。按照信息产业部“十一五”规划,到2010年,我国互联网上网人数有望达到2亿,年均增长8%,普及率为15%。

第四,新的经济消费观正在逐步形成。因为新的经济基础必然会导致产生新的消费观念。表现:对高科技产品的追求成为消费潮流;对传统的购买方式感到厌倦,想尝试新的购买方式。



电子商务的技术基础归纳起来,则有以下几点:

第一,以 MIS (管理信息系统) 和 OA (办公自动化) 为代表的信息系统在企业的广泛应用,使得企业利用电子设备处理商业数据早已成为一种习惯,而互联网的发展则使得信息系统的应用从内部管理延伸到外部经营。

第二, Web 技术、XML、ASP 和 Java 语言等技术被广泛应用于电子商务。目前,满足电子商务运作的基本技术已经成熟,已进入实用阶段。

第三,用于解决交易安全和身份验证的 SSL 和 SET 技术早已出台,目前在电子交易中已经得到了广泛的应用。

第四,基于数据仓库、数据挖掘和在线分析处理技术的商业智能 (BI) 系统也开始在企业电子商务的进程中发挥越来越重要的作用。

二、电子商务的发展过程

电子商务发展的历史虽然不长,但已经经历了四个阶段:

第一阶段:电子数据交换阶段 (EDI)。

广义的电子商务实际上在网络出现以前就已存在。20 世纪 50 年代,EDI 就在美国出现。EDI 是在专用的网络上,用规定的格式来传递商业交易信息,比如合同和订单。对于许多交易来说,在减少交易错误和缩短处理时间方面,EDI 发挥了重大作用,但是 EDI 并未得到很广泛的应用,这是因为:

第一,EDI 使用的专用增值网络软硬件价格都很昂贵,使许多中小企业望而却步。

第二,EDI 信息是批量传输的,存在一定滞后性,这也在客观上影响了实时生产、采购和定价。

由于这些原因,EDI 并未真正普及,目前只是在国际贸易领域得到了比较普遍的应用。

第二阶段:电子商务起步阶段。

此阶段以戴尔计算机为代表,在戴尔计算机网站上顾客可以对自己将要购买的计算机独立选择部件,提交订单,然后由企业组装后进行配送。这种交易方式提供了个性化的服务,并去掉了销售环节中的中间商部分。随着戴尔的成功,越来越多的企业在自己的网站上提供了在线销售功能。

第三阶段:商务中介平台阶段。

在这个阶段,第三方提供统一的交易平台,把交易双方带到共同的网站社区之中。商务社区创造了市场透明度,由第三方进行信用认证,交易双方免去了对方信誉的顾虑。在第三方交易平台中,企业对企业、企业对消费者的两种常见的交易模式的参与者数量和交易数量一直保持了高速增长,是目前发展的最成熟的一种电子商务模式。

第四阶段:协同式商务阶段。

商业合作伙伴间的几乎每一个业务流程都可以借助网络加以改善或重组。与 B to C (企业对消费者模式) 商务相比, B to B (企业对企业模式) 商务涉及的关系要复杂得多。用建筑上的事情作比, B to C 商务像是等待一所房子完工之后买下它,而 B to B 商务则更像从事一个庞大的建筑项目,需要在专业工作者之间协调多项流程。我们把