

高 职 高 专 国 家 规 划 教 材

国 际 信 息 化 电 子 商 务 师 认 证 指 定 教 材

新编电子商务(概论)

孙参运 李 东 主编

ELECTRONIC COMMERCE

河 南 大 学 出 版 社

高 职 高 专 国 家 规 划 教 材
国 际 信 息 化 电 子 商 务 师 认 证 指 定 教 材

图书在版编目(CIP)数据

新编电子商务概论

孙参运 李东 主编 包东红 李建伟 副主编

ELECTRONIC COMMERCE

河 南 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

新编电子商务(概论)/孙参运,李东主编. - 开封:河南大学出版社,
2008.3

ISBN 978-7-81091-782-7

I. 新… II. ①孙…②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 026051 号

责任编辑 李 森 谌洪波

封面设计 张 松

出 版	河南大学出版社	
	地址:河南省开封市明伦街 85 号	邮编:475001
	电话:0378-2825001(营销部)	网址:www.hupress.com
排 版	郑州市今日文教印制有限公司	
印 刷	河南第二新华印刷厂	
版 次	2008 年 3 月第 1 版	印 次 2008 年 3 月第 1 次印刷
开 本	787mm × 1092mm 1/16	印 张 21
字 数	460 千字	印 数 1 - 3000 册
定 价	32.00 元	

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

内 容 提 要

电子商务概论是电子商务专业主干性、导论性、统帅性的课程,是学生认识 and 了解电子商务的入门课程。本书分四篇系统地介绍了电子商务基础的相关知识,包括认识篇(电子商务概述、电子商务的影响、电子商务专业与电子商务职业)、应用篇(BtoB 电子商务、BtoC 电子商务、CtoC 电子商务、电子政务、其他服务业的电子商务、EDI 电子商务)、管理篇(电子商务运营条件、电子商务管理)、实训篇等内容。本书的编者在教材编写中突出体现认知、能力本位的思想,注重系统性、时代性、实践性、应用性,力争探索一个更加适合学生认识、学习,教师教学方便、顺手的电子商务理论框架。

本书可作为高职高专电子商务专业的教学用书,也可作为国际信息化电子商务师认证用书和高职高专市场营销、物流管理、国际商务等专业教学用书;同时也可以作为各类成人高等教育教学用书,以及社会各类企业的培训教材和自学参考资料。

前 言

世界首富比尔·盖茨曾说过：“21 世纪，要么电子商务，要么无商可务。”

“电子商务的诞生打破很多行业原有商业模式，可以说电子商务是一种手段，更是一种模式，还是一种观念。电子商务将为优质商机项目在最短时间，用最少成本，通过最合理路径，整合最广泛资源，建立最大市场网络提供可能。电子商务将作为一种核心商业模式，在中国高速发展的市场经济中占有重要位置，全面改写中国经济版图。也许，撬动全球经济的支点，就在你手中鼠标的箭头下面。”（第九届中国国际电子商务大会组委会）

全国人大委员长吴邦国指出：“大力发展电子商务，是推进国民经济信息化的重要内容。在全国范围内基于互联网的电子商务在以前所未有的速度迅猛发展，不仅改变着传统的社会生产方式，而且对经济结构的调整产生了极为深刻的影响，成为世界经济的增长点。”

由此可见，电子商务虽然是 20 世纪后期才出现的新事物，到目前为止只不过 30 多年的历史，但它是伴随信息技术，特别是因特网技术的发展以及其在商务活动中的应用而发展起来的，而且逐渐成为经济生活的新领域、新途径、新方式。它不仅带来了经济世界的改变，而且给社会各个层面带来了全新的面貌。

自教育部 2000 年开始设立电子商务专业以来，电子商务专业一直是一个热门而又备受争议的专业。笔者认为，电子商务跨“电子”和“商务”两个领域，课程体系和教材开发一直没有自己独立的框架结构，尤其是电子商务专业的统领课程——电子商务概论，大多是把计算机、互联网、网络营销、网页网站、电子支付、物流、电子商务安全、电子商务法律法规等知识进行堆积，缺乏系统结构，让学生学习起来感到没有方向，教师教起来如同“鸡肋”，颇为“费劲”。

在编写本书中作者翻阅了大量中外电子商务方面的理论书籍，浏览、查阅了大量电子商务方面的网站和文章、论著，进行了系统的概括和总结，在编写教材中力争突出体现能力本位的思想，注重系统性、时代性、实践性、应用性，力争探索一个更加适合学生认识、学习，教师教学方便、顺手的电子商务理论框架。

本书由商丘职业技术学院孙参运老师和商丘科技学院李东老师担任主编，河南国际信息化认证管理中心包东红主任和商丘职业技术学院李建伟老师担任副主编。参加本书编写工作的还有王小平、李冬芹、皇甫亚楠。

在本书编写过程中,我们得到了商丘职业技术学院经贸系主任杨紫元副教授的关心、指导和大力帮助,在此我们表示衷心的感谢!本书还参阅、引用了有关著作、教材和电子商务网站的成果与资料,在此一并致以由衷的感谢!

由于编写人员水平有限,书中难免有不妥和疏漏之处,敬请各位专家、学者和广大读者批评指正。欢迎广大读者提出宝贵意见,联系邮箱:suncanyun@163.com

孙参运

2008年1月

目 录

认 识 篇

第一章 电子商务概述	(3)
第一节 电子商务的概念	(4)
第二节 电子商务的产生与发展	(10)
第三节 电子商务的功能和特性	(15)
第四节 电子商务的分类与层次	(18)
第五节 电子商务的框架和系统结构	(21)
第六节 电子商务的环境	(25)
第二章 电子商务的影响	(33)
第一节 传统商务与电子商务	(34)
第二节 电子商务的地位、作用及影响	(41)
第三节 我国电子商务的发展现状与趋势	(48)
第四节 电子商务发展的新看点——移动商务	(54)
第三章 电子商务专业与电子商务职业	(60)
第一节 电子商务专业	(61)
第二节 电子商务人才的特征和素质	(63)
第三节 电子商务职业与就业	(65)

应 用 篇

第四章 BtoB 电子商务	(75)
第一节 BtoB 电子商务概述	(76)
第二节 BtoB 电子商务市场	(81)
第三节 BtoB 电子商务平台和经营模式	(83)
第四节 企业电子商务的开展	(86)

第五节 企业对企业交易模式案例——中国商品交易中心	(89)
第五章 BtoC 电子商务	(97)
第一节 BtoC 电子商务概述	(98)
第二节 BtoC 电子商务的模式	(104)
第三节 BtoC 电子商务的流程	(112)
第四节 网络图书销售	(115)
第五节 BtoC 电子商务案例——当当网网上图书商城	(118)
第六章 CtoC 电子商务	(124)
第一节 CtoC 电子商务概述	(125)
第二节 CtoC 电子商务的环节及流程	(129)
第三节 网上拍卖	(135)
第四节 网上集市	(141)
第五节 CtoC 电子商务案例分析	(144)
第七章 电子政务	(151)
第一节 电子政务的概念	(152)
第二节 电子政务的主要功能和内容	(156)
第三节 电子政务案例	(159)
第八章 其他服务业的电子商务	(164)
第一节 旅游电子商务	(165)
第二节 网上银行	(171)
第三节 网上证券	(173)
第九章 EDI 电子商务	(177)
第一节 EDI 概述	(178)
第二节 EDI 结构和业务流程	(180)
第三节 EDI 电子商务案例——上海联华超市集团 EDI 应用系统	(185)

管 理 篇

第十章 电子商务运营条件	(191)
第一节 电子商务顾客	(192)
第二节 电子商务产品	(202)
第三节 电子商务网站	(206)
第四节 网络营销	(217)
第五节 电子商务支付	(225)
第六节 电子商务物流	(232)
第十一章 电子商务管理	(240)

第一节	电子商务带来企业管理新革命	(241)
第二节	电子商务管理的概念	(245)
第三节	供应链管理	(248)
第四节	电子商务安全管理	(254)
第五节	电子商务客户管理	(261)

实 训 篇

单元一：Internet 的应用	(269)
实训一 Internet 的基本应用	(269)
实训二 病毒防护	(273)
实训三 网页的保存	(276)
单元二：网络应用工具	(279)
实训一 文件的压缩与解压缩	(279)
实训二 电子邮箱的申请与使用	(282)
单元三：商务信息的检索与发布	(286)
实训一 商务信息的检索	(286)
实训二 企业信息发布技术	(290)
单元四：网上商城	(294)
实训一 网上购物	(294)
实训二 我的店铺	(299)
单元五：网上银行与支付	(304)
实训一 个人网络银行	(304)
实训二 企业网络银行的应用	(308)
实训三 支付宝的申请方法	(312)
单元六：网上拍卖	(315)
实训一 商品的拍卖	(315)
实训二 商品的竞买	(319)
参考文献	(325)

认识篇

第一章 电子商务概述

人类社会的发展总是伴随着新工具的产生,从原始社会的刀耕火种到四大发明的出现和代表工业社会的蒸汽机、电灯的使用,直到深入我们每一个家庭的电视和电话以及互联网的出现,促使了信息社会的来临。人类社会前行的重大历程都与新工具的发明分不开,而每一次革命性工具的发明都将会导致整个社会经济结构的调整、生活状态的改变和财富的重新分配。时代背景的不同,必然会导致营销方式的变革,电子商务可以说是一次重大的商业革命。它是知识经济的产物,代表着先进的生产力和生产关系,顺应了时代发展的潮流;它符合众多消费者的利益和愿望,有利于国计民生,有着巨大的生命力;它会在市场经济的大熔炉中百炼成钢,最终得到市场和消费者的接受和钟爱。

学习目标

通过本章的学习,对电子商务的概念、产生与发展有一定的认识,对电子商务的功能和特征、分类和层次、框架和结构体系有一定的了解和掌握。

关键词

电子商务(Electronic Business)

电子贸易(Electronic Trade)

电子数据交换 EDI(Electronic Data Interchange)

【导入案例】

北大研究生网上卖水果

炎炎夏日,对于在校大学生来说,购买到物美价廉的水果无疑是一件开心事。最近一段时间,北京大学环境学院研究生二年级学生任宝开办了“水果在线”网站,通过低价销售、送货上门策略吸引了大量北大学生火爆网购。任宝注册的“水果在线”网站在短短 5 天内注册学生 500 人。据了解,附近一些学校学生也发帖咨询,希望网购水果。

第一节 电子商务的概念

电子商务是在 20 世纪 90 年代兴起于美国等发达国家的一个新概念。1997 年 IBM 公司第一次使用了电子商务(Electronic Business)一词,后来电子商务一词的使用慢慢普遍起来。如今,有关电子政务、电子市场、电子银行、电子邮政等词也不断涌现出来。

一、电子商务含义的演变

电子商务在中国出现时,其基本概念是电子贸易(Electronic Trade,简称 ET),亦称“无纸贸易”,它主要在一些大企业与其客户交易中运用。由于它简化了交易程序,降低了交易成本,提高了交易效率,这种方式很快得到许多企业的仿效。然而,由于各企业制定的交易程序不一致,交易过程实际上复杂而困难,加之商务活动的安全性、可靠性、顺畅性都比较差,这就提出了电子商务统一标准体系的问题。后来,按照标准格式进行数据传输达成协议,成为 EDI(Electronic Data Interchange)协议。

目前人们所用的 EC(Electronic Commerce)电子商务概念,是早期 EDI 在同一国际标准的基础上用于 Internet 的结果,它简化了电子商务程序,降低了成本耗费,已经成为全球电子商务的基本程式。显然,EC 就是利用 Internet 进行的商务交易方式。

但是,人们在 Internet 上从事电子商务,目前仍然存在着技术、安全、法律、税收等一系列需要解决的问题。在这样的情况下,一些国际大公司提出了电子商务新概念——EB(Electronic Business)。EB 的含义是运用 Internet 进行的各种经营管理活动,包括网上交易、供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)以及企业内部管理(OPS)等内容。显而易见,EB 所包括的内容远远超过 EC 的网上交易范围,为电子商务的进一步发展拓宽了思路,开辟了前景。

二、对电子商务的不同理解

目前国际上对电子商务尚无统一的定义,许多 IT 企业、国际组织、政府以及相关学者根据自己的实践都提出了他们自己的观点。

(一)IT 企业对电子商务的定义

IT 企业是电子商务相关技术的直接提供者,最积极的推动者和参与者。

1. IBM 公司认为:电子商务是在 Internet 等网络的广泛联系与传统信息技术系统的丰富资源相结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。它强调在网络计算环境下的商业化应用,强调买方、卖方、厂商及其合作伙伴在网络计算环境下的完美结合。

他们定义公式为:电子商务=信息技术+ Web +业务

2. HP 公司认为:电子商务是指在从售前服务到售后服务的各个环节实现电子化、自动化。其认为,电子商务以电子手段完成产品和服务的等价交换,在 Internet 上开展电子商务内容包含真实世界中销售者和购买者所采取的所有服务行动,而不仅仅是订货和付款。

3. 通用电气公司对电子商务的定义是:电子商务是通过电子数据交换方式进行商业交易,分为企业与企业之间的电子商务以及企业与消费者之间的电子商务。企业与企业之间的电子商务是以 EDI 为核心技术,以 VAN 和 Internet 为主要手段,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业生产、库存到流通各个环节的效率;企业与消费者之间的电子商务是以 Internet 为主要的服务提供手段,实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

4. Intel 公司关于电子商务的定义为:电子商务是基于网络连接的不同计算机之间建立的商业运作体系,是利用 Internet/Intranet 网络使商业运作电子化。电子贸易是电子商务的一部分,是企业与企业之间或企业与消费者之间使用 Internet 所进行的商业交易(如广告宣传、产品介绍、商品订购、付款、售后服务等)。

他们定义公式为:电子商务=电子化的市场+电子化的交易+电子化的服务

5. 联想公司认为,电子商务不仅仅是一种管理手段,而且触及企业组织架构、工作流程的重组乃至社会管理思想的变革。企业的电子商务的发展道路是一个循序渐进、从基础到高端的过程,包括构建企业的信息基础设施,实现办公自动化(OA),建设企业核心的业务管理和应用系统(包括 ERP 和外部网站),针对企业经营的三个直接增值环节设计和实施客户关系管理(CRM)、供应链管理(SCM)和产品生命周期管理(PLM)。

(二)有关政府、组织对电子商务的定义

1. 美国政府 1999 年在《全球电子商务纲要》中对电子商务所下定义为: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。

2. 联合国经济合作与发展组织(OECD)认为:电子商务是发生在开放式网络上的,包含企业之间、企业和消费者之间的商务交易。

3. 全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会认为:电子商务是运用电子通信手段进行的经济活动,包括对产品和服务的宣传、购买和结算。

4. 加拿大电子商务协会认为: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账,它包括公司间和公司内利用电子邮件、EDI、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、销售以及商务谈判等。

5. 欧洲经济委员会于 1997 年 10 月在全球信息标准大会上提出:电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易。这里的电子方式(或技术)包括 EDI、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件、传真、网络、电子公告牌、条码、图像处理、智能卡等。

6. 国际商会于 1997 年 11 月在巴黎举行的世界电子商务会议上,将电子商务定义为整个

贸易活动的电子化。他们认为:电子商务从外延方面看,是交易各方以电子方式,而不是通过当面或直接面谈的方式进行的商业交易。电子商务技术是一种集成了多种技术的集合体,包括数据交换、数据获取和数据自动捕获等。而商务内容包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业和贸易伙伴以共同拥有和运营共享的商业方法等。

7. 欧洲议会也对电子商务下了定义,他们定义为:电子商务是通过数字方式进行的商务过程。它通过数字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,包括货物数字贸易和服务、在线数据传递、数字资金划拨、数字证券交易、数字货运单证、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、专门设备等)、服务(如信息服务、金融和法律服务等)、传统活动(如健身、体育等)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练等)。

(三)学者对电子商务的定义

1. 美国经济学家托马斯·马龙教授,最早提出电子商务概念,并把电子商务分为狭义和广义的电子商务。前者指的是在运用电子化的买与卖的过程中,卖方找到潜在的客户并了解其需求,而买方找到潜在的卖主并了解其产品的销售条件等。后者指的是在商业活动中的所有方面都得到了信息技术的支持,这些活动不仅包括买和卖,还包括设计、制造和管理等。

2. 美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·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。这种方法是通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度来满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。”

卡拉克塔和惠斯顿从以下角度对电子商务下了定义:

从通信的观点看,电子商务是借助电话、计算机网络或任何其他电子媒介进行信息、产品或服务传递以及支付的过程。

从业务流程的观点看,电子商务是将技术应用于企业交易过程和工作流程以实现自动化的过程。

从服务的观点看,电子商务是传达公司、消费者和管理层的需求,从而降低服务费用,提高产品质量和服务速度的工具。

从在线的观点看,电子商务提供了通过因特网购买和销售产品、信息的能力,并提供了其他在线服务的可能。

从合作的观点看,电子商务是在组织间和组织内部进行合作的框架。

从社区的观点看,电子商务为社区成员提供了一个学习、交易和合作的集会场所。

3. 我国电子商务专家李琪教授在《电子商务概论》(高等教育出版社,2004年9月)中将电子商务划分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务定义为,使用各种电子工具从事商务或活动。这些工具包括从初级的电报、电话、广播、电视、传真到计算机、计算机网络,到 NII(国家信息基础结构—信息高速公路)、GII(全球信息基础结构)和 Internet 等现代系统。而商务活动是从泛商品(实物与非实物、商品与非商品化的生产要素等)的需求活动到泛商品的合理、合法的消费除去典型的生产过程后的所有活动。狭义电子商

务定义为,主要利用 Internet 从事商务或活动。电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化地运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

4. 我国电子商务专家杨坚争教授在《电子商务基础与应用》第四版(西安电子科技大学出版社,2004 年 1 月)中对电子商务的定义是:电子商务系指交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络(主要是因特网)所进行的各类商业活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

对电子商务的理解,应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面,电子商务概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种使用电子技术为基础的通信方式;另一方面,对“商务”一词应做广义解释,使其包括不论是契约型还是非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果将“现代信息技术”看做一个子集,“商务”看做另一个子集,电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集,即“电子商务”标题之下可能广泛涉及因特网、内部网和电子数据交换在贸易方面的各种用途。

三、电子商务的本质

从前面的叙述中,显然可以看出这些定义是有一定区别的,但从总体上来说,他们都认为电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件设备和网络基础设施,通过按一定的协议连接起来的电子网络环境进行各种商务活动的方式,不同之处主要表现为技术和商务的覆盖面不同。

从总体上来说,人们对电子商务的认识和定义大致有广义和狭义之分。一般认为,广义的电子商务是指利用整个 IT 技术对整个商务活动实现电子化。将利用 Internet、Extranet 和 Intranet 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络以及其他信息技术进行的所有企业活动都归属于电子商务。狭义的电子商务特指运用互联网开展的交易或与交易直接相关的活动,它仅仅将基于 Internet 进行的交易活动归属于电子商务,我们称之为 EC(Electronic Commerce)。

EB(Electronic Business)是在 Internet 的广泛联系与传统信息技术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,是一种通过电子方式进行的商务活动,它不是传统意义上的通过面对面的交换或面对面的交谈方式进行的交易方式,而是一种系统的、完整的电子化运作,它包括方案的提出、设计、实施以及建立在其上的商务应用等各个方面。EB 要比 EC 囊括的范围宽广得多,因为后者仅指简单的商务交易应用,即单指在网络上做买卖。而 EB 是存在于企业与企业之间、企业与客户之间、企业内部的一种联系网络,它贯穿于企业行为的全过程。在电子商务过程中,企业内部通过内部网络的网络计算完成核心业务,实现企业资源优化组合,高度灵活地安排生产和管理业务流程,改善售后服务,缩短周转时间,降低成本,从有限的资源中获取更大的收益;对外通过企业与企业之间的外部网络检索联网供应商的产品与查询客户的需求,从而指导本企业进行有效决策。企业的客户可以通过网络了解本企业销售管理的产品信息,选中

产品后就可以直接从网上发订单并通过网络经银行直接转账付款完成商品购买过程,实现了商品流通与交易功能,并且客户还可以通过网络与企业联系,针对产品中的问题进行交流。通过这种网络方式使企业与顾客联系、与批发商联系、与供货商联系、与股东联系,并且进一步使他们一起进行相互间的交流。他们在网络上进行业务往来,其业务量将大大超出传统方式,并将最终取而代之。因此,本书中的电子商务的概念是指利用现代电子信息网络来实现各种商务活动,涉及 LAN、WAN、Intranet、Extranet 与 Internet 等网络技术领域,利用前所未有的高速网络方式将雇员、顾客、销售商和供货商联系在一起,并将有价值的信息迅速传递给需要的人们。这是一个介于最广义的电子商务与最狭义的电子商务之间的一个活动范畴。之所以这样界定,是考虑到依托互联网的电子商务是今后的发展方向与主流,另外,从发展的眼光来看,将电子商务仅仅局限于网络贸易是不够的,要将利用各类电子信息网络所进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等商务活动都纳入电子商务的范畴较为妥当。

目前,电子商务已涉及和可以进行的业务包括:商家在销售前后向客户提供所销售的产品和服务的有关细节、产品的使用技术指南、回答顾客的询问和意见、销售过程的处理等服务;在交易后采用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等多种方式进行电子支付;对客户所购买的商品进行发送管理和运输跟踪,包括对可以用电子化方式来传送的产品如软件资料等的实际发送;在因特网上组建一个虚拟企业来提供产品和服务,组织志同道合的公司和贸易伙伴共同拥有和运营共享的商业做法;政府部门和某些机构通过因特网进行的办公业务和行政作业流程等。

电子商务的运作是在一个范围广阔的开放的大环境和大系统中,利用计算机网络技术全面实现网上交易的电子化的过程,将参加电子商务活动的各方,包括商家、消费者、运输商、金融机构、信息公司或证券公司以及政府管理部门等联系在一起。电子商务交易得以完成的关键,在于可以安全地实现在网上的信息传输和在线支付的功能,所以为了顺利完成电子商务的交易过程,需要健全社会的电子商务服务系统,完善电子商务的规范和法规,建立安全和实用的电子交易支付方法和机制等,来确保参加交易的各方和所有的合作伙伴能够安全可靠地用电子商务的方式进行全部的商业活动。

电子商务是在网上开展的一种先进的交易方式,网络是电子商务最基本的构架。电子商务强调参加交易的买方和卖方、金融机构和所有合作伙伴,都要通过企业内部网、企业外部网和因特网密切地结合起来,共同从事在计算机网络环境下的商业电子化应用,实现真正意义上的电子商务。这也就是说电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所,它不但能够实时地为用户提供所需的各类商品的供应量、需求量、发展状况以及买卖双方的详细情况,使厂商能够更方便地研究市场,更准确地了解市场和把握市场,而且又是世界各地的厂商进行广告宣传的好渠道,全球性的因特网可以使厂商在电子商务网络上的广告传播最广而耗费成本最低。

总结起来,我们可以这样说:从宏观上讲,电子商务是商务发展史上的又一次革命,是通过电子手段建立的一种新经济秩序,它不仅涉及电子技术和商业交易本身,而且涉及诸