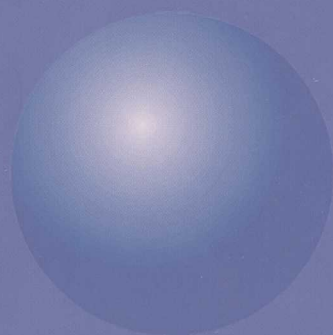




教育部职业教育与成人教育司推荐教材

电子商务 基础

DIANZI SHANGWU JICHU



主编 李红



中国财政经济出版社

教育部职业教育与成人教育司推荐教材

电子商务基础

主 编 李 红

江苏工业学院图书馆
藏书章

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务基础/李红主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2007.12

教育部职业教育与成人教育司推荐教材

ISBN 978-7-5095-0128-3

I. 电… II. 李… III. 电子商务-成人教育: 高等教育-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 118521 号

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: jiaoyu@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 传真: 88190655

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 14.25 印张 337 000 字

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月北京第 1 次印刷

定价: 18.00 元

ISBN 978-7-5095-0128-3/F·0110

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前 言

近年来,电子商务在世界各地蓬勃发展,在商务活动中发挥着越来越重要的作用。电子商务的迅猛发展正在引起商务环境的深刻变革,这种变革对社会经济生活和企业竞争力的积极影响正在逐步显露出来。电子商务将成为推动全球经济增长的一个重要动力,它的作用和影响将是极其深远的。

我国 Internet 的网民人数截至到 2007 年 6 月底已经达到了 1.62 亿人,占总人口比例的 12.3%,宽带网民总数也已达到 1.22 亿人。电子商务的应用在高速发展,整个电子商务环境正在逐步成熟,理性而务实的传统企业也正逐步成为电子商务的主角。如何面对、适应电子商务时代的到来,已经是与国家、企业和个人发展密切相关的大问题。每个企业都将面临着业务流程重组以适应电子商务的要求,同时,电子商务的发展又要求从事商务活动的人员改变知识结构,掌握电子商务新技能。因此,了解和掌握电子商务的基本理论和技术方法已经成为社会经济发展的迫切要求。为了适应我国电子商务的快速发展,满足高等职业院校培养电子商务复合型应用人才的需要,我们编写了这本《电子商务基础》教材。

本书是为高职高专院校电子商务及相关专业学生学习电子商务知识而编写的教材。全书内容跨度较大,不仅涉及计算机技术、网络通信技术和信息安全技术等知识,还涉及经济学、管理学、市场营销学、国际贸易及法律等领域的知识。因此,这是一本学科综合、文理渗透、理论与实践应用相结合的教材,可以作为电子商务及经管类专业的教材,也可作为从业人员的自学参考用书。

本书在编写过程中,力求体现实用性、针对性,注重学生对理论知识的掌握和应用能力的培养。为此,在每章的前面都列出学习目标,指出主要学习内

容以及应掌握的知识点；同时每章后面都配以相应的实例与案例分析、学习提示、能力测评指标、思考题、练习题、推荐研究网站以及上机与上网实验题目。实例与案例分析为学习者提供了真实的电子商务应用实例，有助于学习者从实际应用的角度出发，去联系所学理论，掌握所学内容；学习提示根据每章的具体内容与特点，帮助学习者掌握学习重点及学习方法；能力测评指标给出检验学习效果的一种参照，便于学习者以此检验和判断自己的学习是否达到了要求，从而抓住学习的重点；练习题有助于学习者加深对内容的理解、掌握并巩固概念；推荐研究网站有助于教师和学生对相关内容的了解、体会与掌握，提高学习者从网上获取知识的能力；上机与上网实验题目为学习者提供了将理论与实践结合的具体上机操作途径，加强对学习者应用能力的培养。

使用本教材授课，建议采用 72 个课时（包括上机实践），应重点讲授第 1~6 章的内容，第 7、8 章的内容教师可有针对性地选择讲授。

全书共分 8 章，第 1 章介绍电子商务的基本概念、传统商务和电子商务的共同点与区别、电子商务的发展历程、电子商务体系构成、电子商务特性与功能、电子商务流程及电子商务的种类；第 2 章介绍电子商务中所涉及的基础技术知识，主要包括计算机网络的基本概念、网络体系结构和网络协议、Internet 技术基础、网络标记语言、Web 技术、数据库技术及电子商务系统基础技术；第 3 章介绍电子商务的安全问题，包括电子商务安全要素、电子商务安全技术及安全协议；第 4 章介绍电子商务支付系统及电子商务支付工具，以及网上银行的服务；第 5 章介绍网络营销基础知识，主要包括网络营销的概念和主要内容，以及网络营销的手段，包括网上市场调查、网络广告、网站推广及邮件列表的基础知识；第 6 章介绍物流的概念、电子商务物流、电子商务物流的基本技术及新型电子商务物流模式；第 7 章介绍移动电子商务的基本知识，主要包括移动电子商务的关键技术、应用、发展及应用实例；第 8 章介绍电子商务中所涉及的法律问题。

本书是作者李红在近年来电子商务教学和科研的基础上，并参考大量的国内外相关资料而完成的，在此，谨向书中参考文献列出的作者及参考网站表示感谢！由于作者水平有限，书中的不足及错误之处，敬请读者批评指正。

在本书的写作过程中，研究生绍继川同学参加了部分习题的校对工作，在

此表示感谢!

编 者

2007 年 5 月

目 录

第 1 章 电子商务概述	(1)
1.1 传统商务	(1)
1.1.1 传统商务的概念	(2)
1.1.2 传统商务活动	(2)
1.1.3 传统商务的历史和发展	(3)
1.2 电子商务	(3)
1.2.1 什么是电子商务	(3)
1.2.2 传统商务与电子商务	(4)
1.2.3 电子商务中的角色	(6)
1.3 电子商务的发展	(7)
1.3.1 电子商务产生的基础	(7)
1.3.2 电子商务的发展历程	(8)
1.3.3 电子商务的发展状况	(9)
1.4 电子商务体系构成	(14)
1.4.1 三个层次	(15)
1.4.2 四个支柱	(16)
1.4.3 三个运作环境	(16)
1.5 电子商务流程	(17)
1.5.1 电子商务中的“四流”	(17)
1.5.2 电子商务的基本交易过程	(18)
1.6 电子商务的种类	(19)
1.6.1 按照使用网络的类型分类	(19)
1.6.2 按照交互方式分类	(19)
1.6.3 按照交易范围分类	(21)
1.7 电子商务应用实例	(21)
1.7.1 GE 公司的电子商务战略	(21)
1.7.2 Amazon 网上书店的成功	(24)

第2章 电子商务基础技术	(31)
2.1 计算机网络概述	(31)
2.1.1 计算机网络的概念	(31)
2.1.2 计算机网络的类型	(32)
2.1.3 计算机网络的拓扑结构	(32)
2.2 网络体系结构和网络协议	(32)
2.2.1 网络体系结构	(32)
2.2.2 网络协议	(33)
2.3 Internet 技术基础	(34)
2.3.1 Internet 的特点及工作原理	(34)
2.3.2 Internet 的地址与域名	(36)
2.3.3 Internet 的基本服务	(38)
2.3.4 Internet 的接入方法	(39)
2.3.5 Internet 在企业中的应用	(41)
2.4 网络标记语言	(44)
2.4.1 页面标记语言	(44)
2.4.2 超文本及超文本链接	(44)
2.4.3 HTML 语言	(45)
2.4.4 XML 语言	(46)
2.5 Web 技术	(47)
2.5.1 Web 技术概述	(47)
2.5.2 Web 的功能、特点及技术结构	(47)
2.5.3 交互式 Web 应用	(48)
2.6 数据库技术	(51)
2.6.1 数据库技术的基本概念	(51)
2.6.2 数据库技术与电子商务	(52)
2.7 构建电子商务网站	(53)
2.7.1 电子商务网站概述	(54)
2.7.2 电子商务网站建设步骤	(56)
2.8 电子商务系统实例	(57)
2.8.1 Dell 公司的网站建设	(57)
2.8.2 IBM 电子商务转型之路	(60)
第3章 电子商务的安全	(66)
3.1 电子商务安全概述	(66)
3.1.1 电子商务的基本安全要素	(66)
3.1.2 电子商务中的安全问题	(67)
3.2 电子商务安全技术	(68)

3.2.1	病毒及黑客防范技术	(68)
3.2.2	防火墙技术	(76)
3.2.3	加密技术	(77)
3.2.4	认证技术	(80)
3.3	安全协议	(82)
3.3.1	SSL 协议	(82)
3.3.2	SET 协议	(83)
3.4	电子商务安全应用实例	(85)
3.4.1	上海市电子商务安全证书管理中心有限公司	(85)
3.4.2	广东省电子商务认证中心	(86)
第 4 章 电子商务支付		(90)
4.1	电子商务支付概述	(90)
4.1.1	传统的网下支付方式	(90)
4.1.2	电子支付	(91)
4.1.3	电子支付的发展过程	(93)
4.2	电子商务支付系统	(93)
4.2.1	电子商务支付系统构成	(93)
4.2.2	电子商务支付系统类型	(94)
4.3	电子支付工具	(94)
4.3.1	电子现金	(94)
4.3.2	智能卡	(97)
4.3.3	电子钱包	(99)
4.3.4	电子支票	(101)
4.4	电子支付应用	(102)
4.4.1	支付网关	(102)
4.4.2	第三方支付平台	(103)
4.4.3	移动支付	(104)
4.4.4	预付费卡	(105)
4.4.5	支付宝	(105)
4.4.6	PayPal	(106)
4.5	网上银行	(107)
4.5.1	网上银行的形式及其特点	(107)
4.5.2	网上银行的业务功能	(108)
4.5.3	网上银行服务的申请	(109)
4.6	电子支付应用实例	(109)
4.6.1	YeePay	(109)
4.6.2	招商银行网络银行	(111)

第5章 网络营销基础知识	(119)
5.1 网络营销概述	(119)
5.1.1 网络营销的概念	(119)
5.1.2 网络营销的主要内容	(120)
5.1.3 网络营销的特点	(121)
5.1.4 网络营销策略	(121)
5.2 网络营销手段	(123)
5.2.1 网上市场调查	(123)
5.2.2 网络广告	(126)
5.2.3 网站推广	(132)
5.2.4 邮件列表营销	(135)
5.3 网络营销实例——Dell公司的网上直销模式	(139)
第6章 电子商务物流	(146)
6.1 电子商务物流概述	(146)
6.1.1 物流的概念与分类	(146)
6.1.2 电子商务与物流	(148)
6.1.3 电子商务物流的内容与特点	(149)
6.2 电子商务物流基本技术	(151)
6.2.1 条码技术	(151)
6.2.2 射频技术	(153)
6.2.3 地理信息系统技术	(154)
6.2.4 全球定位系统技术	(155)
6.2.5 EDI技术	(157)
6.2.6 电子订货系统	(158)
6.2.7 货架技术	(159)
6.3 新型电子商务物流模式	(160)
6.3.1 配送与配送中心	(160)
6.3.2 第三方物流	(161)
6.3.3 第四方物流	(162)
6.3.4 电子物流	(162)
6.3.5 绿色物流	(163)
6.3.6 国际物流	(164)
6.4 电子商务物流案例——沃尔玛物流配送中心	(165)
第7章 移动电子商务	(173)
7.1 移动电子商务概述	(173)
7.1.1 移动电子商务的含义与特点	(174)

7.1.2	移动电子商务服务模式	(174)
7.1.3	移动电子商务系统架构	(176)
7.2	移动电子商务的关键技术	(176)
7.2.1	无线应用协议	(176)
7.2.2	移动 IP 技术	(177)
7.2.3	移动电话	(177)
7.2.4	“蓝牙”技术	(177)
7.2.5	通用分组无线业务技术	(178)
7.2.6	移动定位系统	(178)
7.2.7	第三代移动通信系统	(179)
7.3	移动电子商务的应用	(180)
7.3.1	移动 POS	(181)
7.3.2	移动订票	(181)
7.3.3	移动博彩	(181)
7.3.4	手机银行	(182)
7.4	移动电子商务应用实例	(183)
第 8 章	电子商务与法律	(187)
8.1	电子商务的法律环境	(187)
8.1.1	电子商务带来的法律问题	(187)
8.1.2	电子商务各参与方的法律关系	(189)
8.2	电子商务的法律建设	(191)
8.2.1	电子商务立法的目的	(191)
8.2.2	电子商务立法的指导思想与原则	(192)
8.2.3	电子商务立法的范围	(193)
8.2.4	电子商务立法的内容	(193)
8.3	电子商务立法现状	(194)
8.3.1	国际电子商务立法现状	(194)
8.3.2	我国电子商务立法现状	(195)
8.4	案例分析	(198)
8.4.1	网上竞拍案	(198)
8.4.2	网络游戏虚拟财产纠纷案	(199)
附录 1	部分习题参考答案	(203)
附录 2	关键技术语索引	(209)
	参考文献及参考网站	(214)

第1章

电子商务概述

本章学习目标

- 电子商务与传统商务的区别
- 电子商务中的角色
- 电子商务的发展历程
- 电子商务的体系构成
- 电子商务的流程与种类

1.1

传统商务

当我们的祖先开始将他们的日常活动进行分工之时，商务活动的萌芽便产生了。那还是一个没有历史记载的年代。此后，每个家庭不再为了自足而一面种植作物，一面打猎和生产工具，取而代之的是，某个家庭仅从事上述某一个领域的活动，然后通过交换来获取其他方面的需要。例如，制造工具的家庭可以用自己的产品向那些种植作物的家庭换得谷物。在这些原始的经济活动中，服务也开始成为买卖的对象。例如，部落的巫师可能靠施法来换取食物和工具。最终，随着牲畜和金属货币作为通货的地位被大家普遍认可，交易的结算也变得更加简单。

1.1.1 传统商务的概念

商务活动,或者说经商,是指至少有两方参与的有价物品或服务的协商交换过程,它包括买卖双方为完成交易所进行的各种活动。

传统商务是包含商品的生产、流通、结算所进行的全部活动的总称。可以说,人类社会中人与人的基本关系之一就是商务关系。人们正是通过各种商务活动把社会经济各部门联系起来,把不同的人群联系起来,形成了人类整体互相依赖、互相支持的关系。

1.1.2 传统商务活动

一般来说,商务活动至少包括两个过程,即买方和卖方为完成交易所进行的买卖活动。就买方而言,其业务活动包括以下几个方面。

① 确定需求。这种需求可能只是一个简单的需求,也可能是非常复杂的需求。例如,一个人因为口渴想买一瓶矿泉水,某学校决定要建立校园网。对前者来说,确定需求非常简单,而实现需求只需去一下商店就可以解决了。但对后者来说,就需要涉及学校的方方面面,要根据学校的实际情况确定和实现这个需求。

② 寻找满足需求的产品或服务。一旦买方确定了他们的需求,就要寻找能够满足这些需求的产品或服务。在传统商务中,买方寻找产品或服务的方法很多,如:请教朋友、参考产品目录等。

③ 选择卖主。买方选择了满足需求的产品或服务之后,就要选择一个可以提供这种产品或服务的卖主。在传统商务中,买方可以通过各种途径与卖主进行接触,包括电话、邮件等。

④ 谈判。一旦买主选择了一个卖主,双方就开始了谈判。谈判的内容包括交易的很多内容,如产品价格、质量保证、付款条件、交货日期、运输方法等。在现实中可能是买主选择多个卖主进行谈判。

⑤ 进行交易。很多交易都有一个反复的过程。例如,买主所得到的产品可能会有一系列问题,需要和卖主不断进行协商等。

⑥ 要求售后服务。买卖完成后,买方可能还要就产品质量担保、产品更新和日常维护等问题和卖方进行接触。

对于上述买方所完成的每一项业务活动,卖方都有一个相应的业务活动与之对应。

① 市场调查。卖方首先要进行市场调查来确定潜在顾客的需要。市场调查的方法有:问卷调查、推销员与顾客交谈、主题小组讨论或聘请企业外部的咨询人员等。

② 产品开发。确定了市场的需要后,卖主就要着手开发出能够满足市场需要的产品和服务。这一过程包括新产品的设计、测试和生产等。

③ 广告和促销。新产品开发完成后,卖方就要让潜在顾客知道这种新的产品或服务已经存在。为此,需要做各种广告和进行各种促销活动,同顾客及潜在顾客沟通关于新的产品或服务的信息。

④ 谈判。一旦顾客对卖方的促销活动有了回应,双方就开始对交易的条件进行谈判。

⑤ 进行交易。一切条件成熟后,双方开始交易活动。

⑥ 提供售后服务。

综上所述,传统商务中涉及买方和卖方的业务活动如图1-1所示。

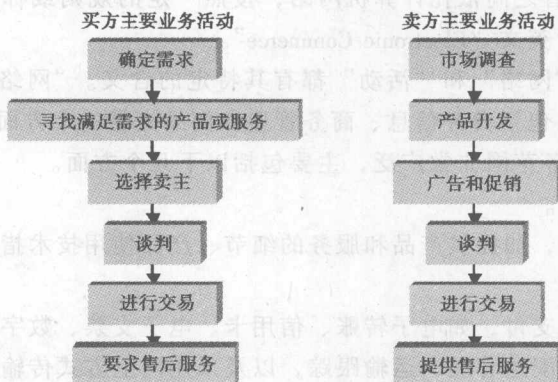


图1-1 传统商务中买卖双方的主要业务

1.1.3 传统商务的历史和发展

传统商务起源于史前。当我们的祖先开始对日常活动进行分工时,商务活动就开始了。这时,每个生产单元(那个时候一般是家庭)不再像以前那样自己生产各种生活必需品了,而是专心于某一种或几种生产活动,然后用他们的产品去换取自身所需要的实物。例如,制造工具的生产单元可以和种植谷物的生产单元互换产品。最原始的时候,人们只是进行物物交换。后来,由于交易的频繁发生,就产生了货币,这样交易活动变得更容易了。

从某种意义上说,货币的出现,促进了交易的发展,使得传统商务的活动、手段得到了很大的发展。近百年来,随着科技的发展,商务活动的手段也在不断发生着变化。早在1839年,当电报出现时,人们就开始进行运用电子手段进行商务活动的讨论。后来,电话、电传、传真相继出现,商务活动的方式开始以语音、文字、图像的方式进行,新的商务活动手段出现了。

最近几十年,全球的经济与科技发展异常迅猛,特别是以计算机网络为基础的信息革命浪潮的兴起,带动了商务活动的拓展和变革,传统的商务活动呈现出一些新的趋势和发展前景,电子商务正是在这样的情况下产生的。

1.2

电子商务

1.2.1 什么是电子商务

电子商务正在以极快的速度发展着,并逐渐进入人们的日常生活。了解电子商务,认识电子商务,应用电子商务,已经成为现代社会人们必须面对的课题。

1. 电子商务的基本概念

电子商务是指交易者之间依托计算机网络,按照一定的规则或标准进行各种商务活动。“电子商务”一词,源于英文“Electronic Commerce”。

在上述的定义中,“网络”和“活动”都有其特定的含义。“网络”是指以 Internet 为主的计算机网络,“商务”包括商务信息、商务管理和商品交易三个方面。

电子商务涵盖的业务范围非常广泛,主要包括以下几个方面。

- ① 信息传递与交换。
- ② 售前、售后服务,如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南及回答顾客意见等。
- ③ 网上交易。
- ④ 网上支付或电子支付,如电子转账、信用卡、电子支票、数字现金等。
- ⑤ 运输,如商品的配送管理、运输跟踪,以及采用网上方式传输产品等。
- ⑥ 组建虚拟企业,组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立的中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务,并实现企业间资源共享等。

电子商务是“网络”技术与“商务”活动有机结合的整体,“网络”与“商务”是电子商务的两个不可偏废、不可分离的组成部分,缺乏网络技术的商务活动和脱离商务活动的网络应用,都不能称为电子商务。

2. 广义和狭义电子商务

由于电子商务中的“电子”一词可以宽泛到包括 Internet、其他计算机网络和电子收银机等所有电子工具和电子技术,而“商务”一词可以涵盖商务信息、商务管理和商品交易在内的所有商务活动,加上电子商务本身尚在发展之中,包括电子商务定义在内的很多方面还没有完全定型,所以在不同的书籍和文章里,对电子商务的定义也有“广义”和“狭义”之分。

狭义的电子商务定义:仅指运用 Internet 进行商品交易。

广义的电子商务定义:则将运用一切电子工具和电子技术进行所有与商务有关的活动,如商务信息、商务管理和商品交易,都称为电子商务。

从电子商务应用的需要出发,将电子商务中的“商务”仅仅局限于“交易”而不考虑“信息”和“管理”是不实际的,而将电子商务中的“电子”无限扩大到所有电子工具和电子技术则有范围太宽之嫌,难以突出电子商务本身的特性。因此,本书采用的电子商务的定义,将“电子”的含义限定为以 Internet 为主的计算机网络,将“商务”的含义规定为包括商务信息、商务管理和商品交易在内的全部商务活动。

1.2.2 传统商务与电子商务

比较一下传统商务和电子商务的异同,我们会发现,它们既有联系又有区别。

1. 传统商务和电子商务的共同点

(1) 电子商务和传统商务的本质相同

无论是电子商务还是传统商务,其进行的任何一笔交易都包含着几种基本的“流”,即信息流、资金流和物流。

(2) 二者都需要自己的活动空间

这个空间主要包括三个方面:

① 交易的场所。

② 交易的区域。

③ 交易的主体——卖主和买主。

(3) 二者都以货币为媒介,按市场要求进行商品资源配置

无论是电子商务还是传统商务,都是以货币作为媒介进行商品资源配置的。

(4) 都是一种严肃的社会行为

为了从法律上保证购销双方的权益,在进行电子商务活动时,双方必须以真实的身份进入市场,提供真实的资料和产品。并且,参与电子商务活动的双方在对方没有授权可公开资料的情况下,有义务为对方的产品保密。目前,我国正在加紧《电子商务法》的立法工作,这无疑将会促进我国电子商务的健康发展。

(5) 物流作业流程相同

电子商务的物流作业流程同传统商务的一样,其目的都是要将用户所订的货物送到用户手中。基本的业务流程一般是这样的:进货、进货检验、分拣、储存、拣选、包装、分类、组配、装车及送货等。

2. 传统商务与电子商务的区别

传统商务与电子商务的区别有以下几方面。

(1) 运作过程不同

在传统商务的交易过程中,实务操作由4个环节组成:交易前的准备、交易协商、合同与执行、支付与清算等。

① 交易前的准备:就是交易双方如何做宣传或者获取有效的商品或服务信息的过程。

② 交易协商过程:是指在商品的交易双方都了解了有关产品或服务的供需信息后,就开始进入具体的交易协商过程;而交易协商实际上是交易双方进行口头协商或书面单据传递的过程,书面单据包括询价单、订购合同、发货单、运输单、发票、验收单等。

③ 合同与执行过程:在传统商务活动中,交易协商过程经常是通过口头协议来完成的,但在协商后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,来确定磋商的结果和监督执行,并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行仲裁。

④ 支付过程:传统的商务活动的支付一般有支票和现金两种方式,支票方式多用于企业的交易过程。

电子商务的运作过程虽然也有交易前的准备、交易的协商、合同的签订与执行及资金的支付等环节,但是交易具体使用的运作方法是完全不同的。

① 交易前的准备:交易的供需信息一般都是通过网络来获取的,这样双方信息的沟通具有快速和高效的特点。

② 交易的协商:在电子商务中,交易双方的协商过程将书面单据变成了电子单据并且实现在网络上的传递。

③ 合同的签定与执行: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力,可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

④ 资金的支付:电子商务中交易的资金支付一般采取网上支付的方式。

(2) 商务的中心不同

在传统商务中,制造商是商务的中心;而在电子商务环境下,销售商则是商务的主体。在传统商务中,制造商负责组织市场的调研、新产品的开发和研制,最后也是由制造商负责组织产品的销售。所以,可以说一切活动都是离不开制造商的。但是在电子商务环境下,则是由销售商配合负责销售环节,包括产品网站建立与管理、网页内容设计与更新、网上销售的所有业务及售后服务的设计、组织与管理等。制造商不再起主导作用。

(3) 商品流转的机制不同

传统商务中的商品是一种“间接”的流转机制。制造企业所生产出来的商品大部分都要经过一系列的中间商,才能到达最终用户手中。这种流转机制无形中给商品流通增加了许多无谓的环节,也增加了相应的流通、运输、存储费用,加上各个中间商都要获取自己的利润,这样就造成商品的出厂价与零售价有很大的价差。对此,一些制造企业采取了直销方法,即把商品直接送到商场上柜销售。这种流转方式,使商品的价格得到了下降,深受消费者的欢迎。但是,这种方式并不能给生产企业带来更大的利润,因为直销方式要求制造厂商有许多销售人员经常奔波在各个市场之间。

电子商务的出现使得每一种商品都能够建立最直接的流转渠道。制造企业可把商品直接送到用户那里,还能从用户那里得到最有价值的需求信息,实现无阻碍的信息交流。

(4) 涉及的地域范围和商品范围不同

传统商务所涉及的地域范围和商品范围是有限的,而随着 Internet 的推广与普及,特别是各类专业网站的出现,电子商务所涉及的地理范围和时间则是无限的,甚至是超越时空的。

3. 传统商务与电子商务之间的关系

综上所述,不难看出,传统商务与电子商务之间既有共同点,也有不同之处,两者之间的关系主要表现在以下几个方面。

① 电子商务的物流系统可以建立在传统商务的物流系统的基础上,这样可以更充分地发挥物流资源的利用率。

② 电子商务环境下的客户可能就是传统商务中的客户群,从某种意义上说,电子商务是传统商务的发展。

③ 电子商务的许多活动可以沿袭传统商务中的活动方式进行操作,并对它们加以改进、延伸,使之能够适应新的商务条件。

④ 传统商务的已有销售渠道、信息网络等也可为电子商务所用。

1.2.3 电子商务中的角色

电子商务中的主要角色有采购者、供应者、支付中心、认证中心、物流中心等。

(1) 买方(消费者)

这里的买方,可以是企业,也可以是个人,只要通过电子商务购买商品,包括有形商品、无形商品和服务,就是电子商务中的买方。

(2) 卖方(商家)

与买方类似,这里的卖方,可以是企业,也可以是个人,只要通过电子商务出售商品,包括有形商品、无形商品和服务,就是电子商务中的卖方。

(3) 支付中心