

电子商务 基础教程

中南大學出版社





电子商务 基础教程

主 编：邹德军

副主编：刘智勇 李启秀

编 委：（按姓氏笔画排序）

朱爱娇 李春来 肖月华 严明燕 陈鸽林



图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础教程/邹德军主编. —长沙:中南大学出版社,
2008. 1

ISBN 978-7-81105-620-4

I. 电... II. 邹... 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(2007)第 206608 号

电子商务基础教程

主编 邹德军

☐责任编辑 谭晓萍

☐责任印制 文桂武

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-8876770

传真:0731-8710482

☐印 装 湖南印刷一厂

☐开 本 730 × 960 1/16 ☐印张 22.25 ☐字数 408 千字 插页:2

☐版 次 2008 年 1 月第 1 版 ☐2008 年 1 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 978-7-81105-620-4

☐定 价 35.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

前言

当今世界是信息化的时代,信息化已经逐步深入到社会生活的各个方面。在此背景下,电子商务不仅仅局限于商业交易过程的信息化,而是涉及到整个企业经营管理各个方面的信息化,成为企业信息化的联系点。这使电子商务人才需求呈现多样化趋势。在企事业单位一线从事具体电子商务工作的技术和管理人才将是多样化中重要的一极。本教材主要是针对高等职业教学需要而编写,力图满足培养这部分人才的需要。在编撰过程中立足理论够用、重在实践的思路,注重结合高等职业教育人才培养的教学内容、方法和课程体系特点,充分体现应用型人才培养的特色:

1. 注重基本技术方法和实务技能的结合。为突出应用型人才培养的特色,本教材在编写中比较详细介绍电子商务的基本方法和具体技术,并重点介绍了社会信息化环境下,企业开展电子商务活动的主要方法和技术的应用,以培养学生分析和解决现实问题的能力。

2. 注重一定的复合性。电子商务人才的两个基本技能是商贸运营管理技能和现代信息技术的应用能力。如何将两者完美结合一直是电子商务高等职业教学中面对的难题。本教材在编写中注重介绍一些新的商贸思路和技术的发展趋势,力图使现代信息技术应用能力培养与商贸运营管理能力培养接轨,并根据编者的理解介绍了一些未来很有可能实现的电子商务方法和技术。

本教材编写分工为:邹德军编写第1章和第2章、刘智勇编写第3章和第11章、陈鸽林编写第4章、李启秀编写第6章和第8章、肖月华编写第5章、朱爱娇编写第7章、严明燕编写第9章、李春来编写第10章。全书由邹德军主编并统稿,刘智勇和李启秀担任副主编。

在本教材编写过程中,参阅了大量文献,从中受到不少启发。中南大学出版社领导、尤其是谭晓萍编辑为本书的出版和发行倾注了极大热情。在此一并向他们表示诚挚的感谢!

本教材为方便教师的教学工作,备有电子版综合练习、电子教案、电子课件和相关案例与实训材料,各位老师可以选择使用,欢迎索取(E-mail: zoudejun@126.com)。

本教材可以作为高等职业院校中电子商务、工商管理类等经济管理类专业的

电子商务基础教材，也可以作为有一定经济管理知识的专业人士学习电子商务的材料，还可以作为从事电子商务工作人员的参考书。

由于时间和编者水平有限，可能存在一些疏漏和错误之处，恳请读者批评、指正！

编者

2007 年 12 月

目 录

第一章 电子商务概述	(1)
第一节 电子商务的产生与发展	(1)
第二节 电子商务的内涵	(15)
第三节 电子商务的种类	(21)
第四节 电子商务竞争优势	(26)
第五节 电子商务发展中的问题	(41)
第六节 电子商务发展趋势	(45)
第二章 电子商务流程与运作模式	(51)
第一节 电子商务交易的一般流程	(51)
第二节 B2C 电子商务交易的一般业务流程	(55)
第三节 B2B 电子商务交易的一般业务流程	(67)
第四节 电子商务主要运作模式	(73)
第五节 企业内部电子商务的组成	(85)
第三章 电子商务网络技术	(93)
第一节 电子商务网络基础技术	(93)
第二节 电子商务网络互联技术	(104)
第四章 电子商务安全技术	(116)
第一节 电子商务安全的基本要求	(116)
第二节 防火墙与网络安全	(121)
第三节 信息加密与交易安全	(127)
第四节 认证技术与数字证书	(132)
第五章 网上支付技术	(146)
第一节 网上支付系统概述	(146)

第二节	网上支付的主要方式	(155)
第三节	网上银行	(164)
第六章	网络营销	(179)
第一节	网络营销概述	(179)
第二节	商务网站推广	(190)
第三节	网络广告	(197)
第四节	网络市场调研	(203)
第五节	博客营销	(210)
第七章	电子商务物流	(216)
第一节	物流与供应链管理	(216)
第二节	电子商务环境下的物流	(226)
第三节	现代物流技术	(242)
第八章	电子商务环境下的 ERP 与 CRM	(254)
第一节	电子商务环境下的 ERP	(254)
第二节	电子商务环境下的 CRM	(262)
第九章	电子商务网站建设	(271)
第一节	电子商务网站规划	(271)
第二节	电子商务网站应具备的内容	(279)
第三节	电子商务网站建设流程	(287)
第四节	电子商务网站的评价	(297)
第十章	电子商务法律	(307)
第一节	电子商务法律环境	(307)
第二节	电子商务合同	(313)
第三节	电子商务税收	(316)
第四节	网络隐私法律问题	(320)
第五节	网络知识产权保护	(324)
第十一章	电子商务案例分析	(328)
第一节	中国商品交易中心——交易资源整合的平台	(328)

第二节 电子采购平台——海尔电子商务的“一流三网”	(335)
第三节 当当网上商城——B2C(零售业)电子商务巨头	(340)
第四节 淘宝网——C2C 电子商务	(343)
参考文献	(347)

第一章 电子商务概述

计算机网络等现代信息技术的迅猛发展将人类社会推入信息经济时代。电子商务作为信息经济时代的代表,使得商业信息传播在手段和方法上突破了传统时空的限制,这就需要我们突破传统企业经营管理理论思想和实践方法的束缚。本章主要内容:当代社会发展的三大进程与信息技术(IT)的发展;电子商务的内涵;电子商务种类;电子商务的产生与发展的条件;企业应用电子商务的竞争优势;电子商务对企业经营管理思想和方法的影响。

第一节 电子商务的产生与发展

一、形成电子商务的社会环境

(一) 现代信息技术迅速发展

20 世纪末,对人类社会的发展进程最有影响的事件莫过于 Internet 的出现。从 1989 年开始,Internet 在世界范围内普及并以极快的速度覆盖了全球各国(中国内地例外,由于非技术方面的原因,一直到 1994 年年底 Internet 才开始推广)。Internet 的出现拉近了人们之间的距离,使得人们之间的信息沟通没有了时间和空间的限制,导致了人们生活方式的巨大变化,以至于“地球村”概念的出现。在网络时代,生活在地球上的每一个人,就像生活在同一个小村落的居民一样,彼此都是邻居,相互沟通和信息通信从此不再会有障碍。特别是到了 1995 年前后,由于 Internet 的性质发生了根本性变化,从一个学术网络、技术网络迅速发展演变成一个大众媒体。网络开始深入到人类生活的方方面面,引起了整个社会的变化,例如:

(1) 办公文件、商务单证的处理和传递等通过网络来完成。

(2) 开展休闲娱乐活动时(如下棋、打牌、游戏等),完全可以根据自己的时间安排和兴趣爱好,通过网络来寻找合作伙伴。

(3) 购物,水费、电费、电话费的支付,理财和个人账户管理,可以通过网上银行和电子商务系统来完成。

(4) 查询资料、搜索市场或商务信息资源时,首选的不是传统图书馆和传统媒体,而是数字图书馆和网络媒体。

(5) 学生选课、查成绩、查学分、交作业、与教师交流等可通过网络来进行。

(6) 医生远程诊断交流等可通过网络来进行。

这个变化是由于以 Internet 为基础的信息技术 (Information Technology, 简称 IT) 的发展而引发的, 是信息技术和信息系统发展到今天的必然产物。IT 产业的发展是从计算机诞生及其在各行各业的应用开始的。尽管 IT 业目前的发展状况空前繁荣, 但是它的每一步发展都伴随着无数次的挫折和反思。正是这些挫折和反思推动了信息革命的进程。

早年, 人们将 IT 引入管理领域, 用计算机模拟人工统计和记账, 完成一些基础管理工作。20 世纪 50 ~ 60 年代计算机在管理领域的广泛应用, 向世人展示了它广阔的应用前景和强大的生命力。一时间, 以电子计算机为基础的信息系统风靡整个西方世界。各企业纷纷出巨资购买计算机, 并抽出大量人力、财力建立信息系统, 以期待它取代日常的人工管理工作, 自动从事基础管理、经营管理, 甚至管理决策, 期望为企业带来巨大的经济效益。但是, 事实的发展却不像人们所期望的那样顺利。那种机械模拟人工记账过程的信息系统开发方法, 在管理领域遇到了许多问题。

同样是在 20 世纪 50 ~ 60 年代, 人们也曾尝试用电脑去模拟人类思维活动, 并解决了一些诸如下棋、推导简单公式等问题。这些成果的取得, 一度也曾引发了计算机最终是否能战胜人类的无限遐想的争议。

但随着时间的推移, 计算机不但没有战胜人类, 而且在人工智能领域遇到了许多问题。例如, 计算机可以用程序语言来模拟人脑的思维规律, 解决一些规律性较强的分析、判断问题; 但是, 对于一些平常、简单、灵活的问题却显得十分笨拙, 无能为力。

这时, 人们才发现, 自结绳记事、原始岩画以来, 人类虽然已经从事了数千年的信息处理工作, 但是, 人类并没有真正认识到信息处理的规律性, 也从来没有主动去研究过这类问题。从上述失败的经验教训中, 人们开始思索信息的本质是什么、信息处理应该遵循什么样的规律等。这些思索的结果引发了 IT 业的发展和信息革命的诞生。

正如蒸汽机的发明引发了人类对能量转化规律的研究以及工业革命的诞生一样, 计算机的出现引发了人类对信息处理规律的研究以及信息革命的诞生, 即: 蒸汽机→能量转换规律的研究→工业革命→工业化社会; 计算机→信息处理规律的研究→信息革命→信息化社会。

因此, 希望读者不要把目光和关注的焦点全都放在一时的技术涨落上, 而应聚焦于技术变化背后所引发的研究和革命。例如:

(1)从数值处理到数据处理导致了计算机应用的主要领域从军事、科学与工程计算转向了管理领域,标志着信息革命的开始。

(2)从数据处理到知识处理导致了信息技术应用的领域从传统的只能进行定量分析走向从事定性分析。

(3)从知识处理到网络处理标志着信息技术应用的领域从企业内部管理迈向了外部经营领域。而2000年纳斯达克股票市场的大调整,剔除了网络经济中的泡沫,使得实体产业开始意识到了网络和电子商务在企业经营活动中的重要性,从而开始真正成为网络应用和电子商务发展的主体。未来技术的进步和发展将会导致涉及面更广、更有深远意义的社会革命。

(二)经济全球化的需要

网络的社会化进程势必会深入到人类的经济生活领域,会进入到各类企业的经营和管理活动中,导致企业经营范围扩大,外部商务和协作活动增多。一个企业、一个国家经济的发展越来越多地要依靠其他国家、其他产业的协调发展。这就是所谓的经济全球化进程。在经济全球化的趋势下,企业的经营活动会越来越多地依赖网络环境来展开。而且,在网络的支持下,经济全球化出现了许多不同于以往的经营和经济发展模式。例如:

(1)电子商务——在全球范围内的网络营销。

(2)开放式的供应链模式——可以使得企业依托外部社会,组织专业化、社会化的大生产,充分利用各种资源,降低原材料、零部件等生产环节的成本,增强企业的竞争能力。

(3)虚拟市场——这种没有资金占用和货物积压负担的信息市场可以给顾客更多的选择和更大的市场空间。

(4)跨国经营、跨国兼并、连锁企业、合资企业、外资企业——充分利用世界各国、各地区经济发展的不平衡和劳动力资源的不同,降低企业生产成本,获取更大的利润,参与更大范围的国际竞争。

(5)订单装配(OEM)生产方式——产品拥有者和产品的实际加工生产者分离。

(6)市场范围和利益的重新划分——经营范围扩大、获取利润的最大化,以及市场格局和利益的重组。

(7)金融资产的自由流动和财富内含的重新界定。

经济全球化势必会提出另外一个要求,即:贸易自由化。可以设想,如果贸易不能自由化,人员、货物、产品、零部件、原材料、技术就不能在世界各国、各企业之间自由地流动,经济全球化也就根本不可能实现。因此,贸易自由化是实现经济全球化的必要前提。

贸易的自由化除消除了贸易壁垒。在提供快捷、便利的交通运输工具后,能否利用网络环境来沟通商务信息和各种信息系统,利用网络环境来完成各种商务单证的传递和手续也是非常重要的。网络环境是促进贸易自由化的重要工具和操作平台之一。

(三) 企业管理信息化的需要

在一个大型企业的内部或一个行业内开展的电子商务活动,形成一个商务活动链,可以大大提高工作效率和降低业务成本。这个网络就是企业内部网(Intranet)。

企业内部网由 Web 服务器、电子邮件服务器、数据库服务器以及电子商务服务器和客户端的 PC 机组成。所有这些服务器和 PC 机都通过先进的网络设备集线器(HUB)或交换机(SWITCH)连接在一起。它可以处理企业内部的电子商务,从而增加商务活动处理的敏捷性,对市场状况能更快地做出反应,能更好地为客户提供服务。Web 服务器最直接的功能是可以向企业内部提供一个 WWW 站点,借此可以完成企业内部日常的信息访问;邮件服务器为企业内部提供电子邮件的发送和接收;电子商务服务器和数据库服务器通过 Web 服务器对企业内部和外部提供电子商务处理服务;协作服务器主要保障企业内部某项工作能协同工作,例如,在一个软件企业,企业内部的开发人员可以通过协作服务器共同开发一个软件;账户服务器提供企业内部网络访问者的身份验证,不同的身份对各种服务器的访问权限将不同;客户端 PC 机上要安装有 Internet 浏览器,如 Microsoft Internet Explorer 或 Netscape Navigator,借此访问 Web 服务器。在企业内部网中,每种服务器的数量随企业情况的不同而不同。例如,如果企业内访问网络的用户比较多,可以放置一台企业 Web 服务器和几台部门级 Web 服务器;如果企业的电子商务种类比较多或者电子商务业务量比较重,可以放置几台电子商务服务器。

在建立了完善的企业内部网和实现了与互联网之间的安全连接后,企业已经为建立一个好的电子商务系统打下良好基础。在这个基础上,再增加电子商务应用系统,就可以进行电子商务活动了。电子商务应用系统主要是完成企业内部的业务处理和向企业外部用户提供服务以及安全的电子支付系统。一般来讲,电子商务应用系统主要以应用软件形式实现,它运行在已经建立的企业内部网之上。电子商务应用系统分为两部分:一部分是完成企业内部的业务处理和向企业外部用户提供服务,比如用户可以通过互联网查看产品目录、产品资料等;另一部分是安全的电子支付系统,使得用户可以通过互联网在网上购物、支付等。

综观当代社会发展进程,促成当代网络技术和电子商务蓬勃发展的时代背

景,同时也是以网络和电子商务为主要支柱的网络新经济产生的基础。

二、电子商务发展的阶段

(一) 电子商务的最初形式

目前,人们所提及的电子商务多指在网络上开展的商务活动,即通过企业内部网、外部网(Extranet)以及 Internet 进行的商务活动。然而,从利用电子通讯技术、使用电子工具进行商务活动的角度来看,并非计算机技术及网络技术产生之后才有电子商务的产生。实际上早在 1839 年,当电报刚出现的时候,人们就开始运用电子手段进行商务活动,当买卖双方贸易过程中的意见交换、贸易文件等开始以莫尔斯码形式在电线中传输的时候,就有了电子商务的萌芽。随着电话、传真、电视等电子工具的诞生,商务活动中可应用的电子工具进一步得到扩充。

作为最早电子商务工具的电报,是用电信号传递文字、照片、图表等的一种通信方式。随着社会的进步与发展,传统的用户电报在速率和效率上不能满足日益增长的文件往来的需要,特别是随着办公室自动化的发展,产生了智能用户电报(Tele tex)。智能用户电报是在具有某些智能处理功能的用户终端之间,经公用电信网,以标准化速率自动传送和交换文本的一种电信业务。从本质上说,智能用户电报是将基于计算机的文本编辑、文字处理技术与通信相结合的产物。

电话是一种广泛使用的多功能电子商务工具。通过电话可以为商品和服务做广告,可以在购买商品和服务的同时进行支付(与信用卡一起使用)。例如,电话银行,电话查寻服务,叫孩子起床的定时呼叫服务和其他的为成年人娱乐提供的服务等。在非标准的交易活动中,用电话要比通过信函更容易进行谈判。因为电话的设备较便宜,它的用户界面较好,电话所需的带宽很窄也可以满足数据交换的要求。然而,在许多情况下,电话仅是为书面的交易合同或者是为产品实际送交做准备;电话的通讯一直局限于两人之间的声音交流,但现在,用可视电话进行可视商务对话已经成为现实。然而,高质量的可视电话需要投入大量的资金以购买设备和带宽,且后者不能在电话线上,甚至在功能更强大的数字 ISDN 通路上也一样受限制。由于技术和经济的限制,以及在一定程度上处于对个人或家庭隐私权的考虑等因素,可视电话业务的发展相对迟缓,因此当前应用可视电话和可视会议仍有很大的局限性。

传真提供了一种快速进行商务通讯和文件传输的方式。传真与传统的信函服务相比,主要优势在于传输文件的速度更快。自 1843 年贝尔发明传真以来,传真技术曾经过了几次大的飞跃。传真在新闻、气象、公安、商贸、办公室自

动化等领域的应用日益广泛, 并已开始进入家庭。尽管通过传真可以做广告、购物或进行支付, 但传真缺乏传送声音和复杂图形的能力, 也不能实现相互通讯, 传送时还需要另一台传真机或电话与之相连, 且传真机较贵。虽然传真具备以上不足, 但传真的费用、网络进入、带宽的需求, 以及用户界面的友好方式与电话相同; 这些特点使传真在通讯和商务活动中显得非常重要, 其缺陷也使得它在个体消费者中应用较少。

随着电视进入越来越多的家庭, 电视广告和电视直销在商务活动中越来越重要。但是, 消费者还必须通过电话才能认购。换句话说, 电视是一种“单通道”的通信方式, 消费者不能积极地寻求所需的货物或者与卖家谈判交易条件。此外, 在电视节目中插播广告的成本也相当高。

由电报、电话、传真和电视带来的商业交易在过去的几十年间日益受到重视, 由于它们各有其优缺点, 所以人们互为补充地将电报、电话、传真、电视用于商务活动之中。今天, 这些传统的电子通讯工具仍然在商务活动中发挥着重要作用。

(二) EDI 电子商务

EDI 有时也称为“无纸贸易”。国际标准化组织将 EDI 定义为一种电子传输方法, 使用这种方法, 首先将商业或行政事务处理中的报文数据按照一个公认的标准, 形成结构化的事务处理的报文数据格式, 进而将这些结构化的报文数据经由网络, 从计算机传输到计算机。从 EDI 的定义中可以看出它显然是商务往来的重要工具, 所以, EDI 系统就是电子商务系统, EDI 被认为是电子商务的早期形式, 称为 EDI 电子商务。

对于大型企业来说, EDI 这种从企业应用系统到企业应用系统、没有人为干涉、采用标准格式的交易方式对企业降低库存、减少错误、实现高效率管理是十分有效的。传统的基于专用 VAN 的 EDI 技术使大型企业的业务发展取得了很大的成功, 但对于中小企业使用该技术却有一定困难, 因为这类用户需要一个价格较低、易操作、易接入的支持人机交互的 EDI 平台, 而这些是传统的基于 VAN 的 EDI 系统所无法提供的。然而, 在当今社会经济活动中, 中小企业的作用越来越大, 它们与大公司有许多贸易单证往来。因此让中小型企业能够顺利使用 EDI, 使传统 EDI 走出困境, 重新焕发青春, 显得十分必要。有关专家正在从下述两个方面进行努力:

1. 基于 Internet 的 EDI

Internet 是世界上最大的计算机网络, 近年来得到迅速发展, 它对 EDI 产生了重大影响。Internet 是全球网络结构, 可以实现世界范围的链接, 且花费很少; Internet 对数据交换提供了许多简单而且易于实现的方法, 用户可以使用

Web 完成交易; Internet 服务提供商 ISP(Internet Service Provider)提供了多种服务方式,而这些服务方式过去都必须从传统的 VAN 那里购买,费用很大。

Internet 和 EDI 的联系,为 EDI 发展带来了生机,基于 Internet 的 EDI(简称 Internet-EDI)成为新一代的 EDI,前景诱人。据一家研究公司调查显示,近半数的企业打算在 21 世纪初使用 Internet-EDI。用 VAN 进行网络传输、交易和将 EDI 信息输入传统处理系统的 EDI 用户,正在转向使用基于 Internet 的 EDI 系统。

2. Web-EDI

E-mail 最早把 EDI 带入 Internet,用 ISP 代替了传统 EDI 依赖的 VAN,解决了原来通信信道价格昂贵的问题。但是,简单电子邮件协议(STMP)在安全方面存在几个严重的问题。第一,保密性问题,E-mail 在 Internet 上传送明文,保密性较差。第二,不可抵赖问题,E-mail 很容易伪造,并且发送者可以否认自己是 E-mail 的作者。第三,确认交付问题,STMP 不能保证买卖双方正确交付了 E-mail,无法知道是否丢失。为了解决上述问题,除广泛采用电文加密、电子认证技术外,Internet EDIINT 工作小组发布了在 Internet 上进行安全 EDI 的标准。针对 EDI 标准在许多应用中过于复杂的情况,标准化组织对一些特定的应用制定了简单标准,它既不同于过去的行业、国家标准,也不同于过去制定的国际标准。它是一种特殊的跨行业的国际标准,相对比较简单,并考虑了(Internet Commerce,简称 IC)的一些需求。例如,公共采购协议 OBI(Open Buying on the Internet)就是一个成功的例子,OBI 针对大量的、低价格的交易定义了一种公开的、灵活的交易设计标准,这些交易占所有交易的 80% 以上,实现了 EDI 节省费用的目标。

Web-EDI 方式被认为是目前 Internet-EDI 中最好的方式。标准 IC 商业方式的 EDI 不能减少那些仅有很少贸易单证的中小企业的费用,Web-EDI 的目标是允许中小企业只需通过浏览器和 Internet 链接去执行。

EDI 交换。Web 是 EDI 消息的接口,典型情况下,其中一个参与者一般是较大的公司,针对每个 EDI 信息开发或购买相应的 Web 表单,将其改造成适合自己的 IC,再把它们放在 Web 站点上,选择他们所感兴趣的表单,然后将填写结果提交给 Web 服务器,通过服务器端程序进行合法性检查,把它变成通常的 EDI 信息,此后的信息处理就与传统的 EDI 信息处理一样了。很明显,这种解决方案对中小企业来说是负担得起的,只需一个浏览器和 Internet 链接就可完成,EDI 软件和映射的费用则花在服务器端。Web-EDI 方式对现有企业的系统应用只需做很小改动,就可以方便快速地扩展成为 EDI 系统应用。

总之,Internet 的出现使得传统的 EDI 从专用网络扩大到了 Internet,以 Internet 作为互联手段,将它同 EDI 技术相结合,提供一个较为廉价的服务环境

就可以满足大量中小型企业对 EDI 的需求,使得 EDI 在当今的电子商务中仍起着重要作用。

(三) Internet 的电子商务发展

Internet 是一个连接无数个遍及全球范围的广域网和局域网的互联网络。Internet 的兴起将分布于世界各地的信息网络、网络站点、数据资源和用户有机地联为一个整体,在全球范围内实现了信息资源共享、通信方便快捷,因而它已经成为目前人们工作、学习、休闲、娱乐,相互交流以及从事商业活动的主要工具。

在 20 世纪 80 年代中期,信息高速公路、信息经济、电子商务对于我们来说似乎还是很抽象、很遥远的概念,即便是在发达国家,许多人也认为那不过是政客们为捞取选票而描绘的海市蜃楼,或者是商家为吸引股民和消费者而玩的噱头。20 世纪 90 年代以来,随着网络、通信和信息技术的突破性进展,Internet 在全球爆炸性地增长并迅速普及,使得现代商业具有不断增长的供货能力、客户需求和全球竞争三大特征。在这一新趋势下,一种基于因特网、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式——电子商务出现并发展起来。自 1992 年美国取消 Internet 商业应用的禁止后,电子商务的推广与 Internet 扩张互为因果、互相促进,形成良性循环,在政府的鼓励和促进下(如 1997 年以来相继提出“网络年”、“电子商务年”等概念,鼓励中小企业和政府部门等上网),电子商务迅速推广普及。

1996 年 12 月 16 日,联合国第 85 次全体会议通过了第 51/162 号决议,正式颁布了《贸易法委员会电子商业示范法及其颁布指南》(以下简称《电子商务示范法》)。《电子商务示范法》的颁布,规范了电子商务活动中的各种行为,极大地促进了世界电子商务的发展,并为各国电子商务立法提供了一个范本。

1997 年 4 月 15 日,欧盟提出了“欧盟电子商务行动方案”,对信息基础设施、管理框架和商务环境等方面的行动原则进行了规定。同年 7 月 1 日,美国政府发表了“全球电子商务框架”文件,提出了开展电子商务的基本原则、方法和措施。该文件第一次将因特网的影响与 200 年前的工业革命相提并论,极大地推动了美国和世界电子商务的发展。这一年,通过因特网形成的电子商务交易额达到 26 亿美元。

1998 年,IBM、HP 等跨国公司相继宣布该年度为“电子商务年”,得到众多信息技术公司和商务公司的响应。1999 年 12 月 14 日,Ziff-Davis 杂志牵头组织了 301 位世界著名的因特网和 IT 业巨头、相关记者、民间团体、学者等,经过半年时间,对 7 项 47 款标准进行了两轮投票,确定了世界上第一个因特网商务标准(The Standard for Internet Commerce, Version 1.0 - 1999),虽然这并不是—

个法律文本,但遵守这一标准的销售商的确在随后的几年中获得了更大的发展。

据美国德克萨斯大学 1999 年 10 月完成的一项研究估计,以电子商务为主要内容的美国 Internet 产业在过去 4 年间以 174% 的年均增长率发展,1998 年销售收入为 3 014 亿美元,占美国国内生产总值的 4%,1999 年达到 5 070 亿美元,占国内生产总值的 6.5%。这项研究还显示,Internet 产业提供了绝大部分新增就业岗位,就业人数在 1999 年中增加了 46%,由 160 万人增加到 230 万人。

当时 Internet 和电子商务的飞速发展创造了新的商业奇迹或神话,Amazon、美国在线(AOL)、eBay、Yahoo 这些成立仅五六年或十来年的新型网络企业,依靠电子商务的优越性和投资者对网络企业的钟情,从最初的几百万或几千万美元投资迅速成长为市值达数百亿甚至上千亿美元的巨型企业。1999 年年末,AOL 并购几百亿美元身价的时代华纳公司,开创了网络企业鲸吞老牌大型企业的先河,人们惊呼一个“快吃慢”的企业并购时代开始了。2000 年 2 月底,香港盈科数码动力成功收购香港电讯是“小吃大”、“快吃慢”的又一突出事例,该公司上市仅 10 个月,股价就从 0.68 港元飙升到 20 港元,以 2 180 亿港元的市值吞并了市值高达 3 150 亿港元的“百年老店”香港电讯,创造了网络时代的又一奇迹。

进入 21 世纪,因特网经济遭到第一次沉重的打击。美国纳斯达克指数暴跌,网络股的价值缩水使得投资人忧心忡忡。一时间,众多的注意力集中在因特网经济的泡沫上。尤其是作为电子商务典范的美国亚马逊公司经营情况的恶化,8848 等电子商务公司的倒闭,更加大了人们对电子商务的恐惧心理,似乎电子商务已经走到崩溃的边缘。甚至有人惊呼,网络公司已经开始分享“最后的晚餐”。

面对电子商务发展的严峻形势,联合国有关组织加大了电子商务发展工作的力度。2001 年 5 月 10 日,联合国促进贸易和电子商务中心(UN/CEFACT)与结构化信息标准发展组织(OASIS)正式批准了 EBXML(Electronic Business Xten-sible Markup Language)标准,为拓展一个统一的全球性的电子商务交易市场奠定了基础。

2001 年 11 月,联合国贸易和发展委员会发表了由联合国原秘书长安南亲自作序的《2001 年电子商务和发展报告》。这一长达 40 万字的报告,在充分考察电子商务发展过程的基础上,深入分析了电子商务对发达国家和发展中国家的影响,构造了电子商务发展环境模式和实践方法,并对电子商务的应用进行了全面总结。应当说,在电子商务发展的关键时刻,这一报告对于促进世界电