

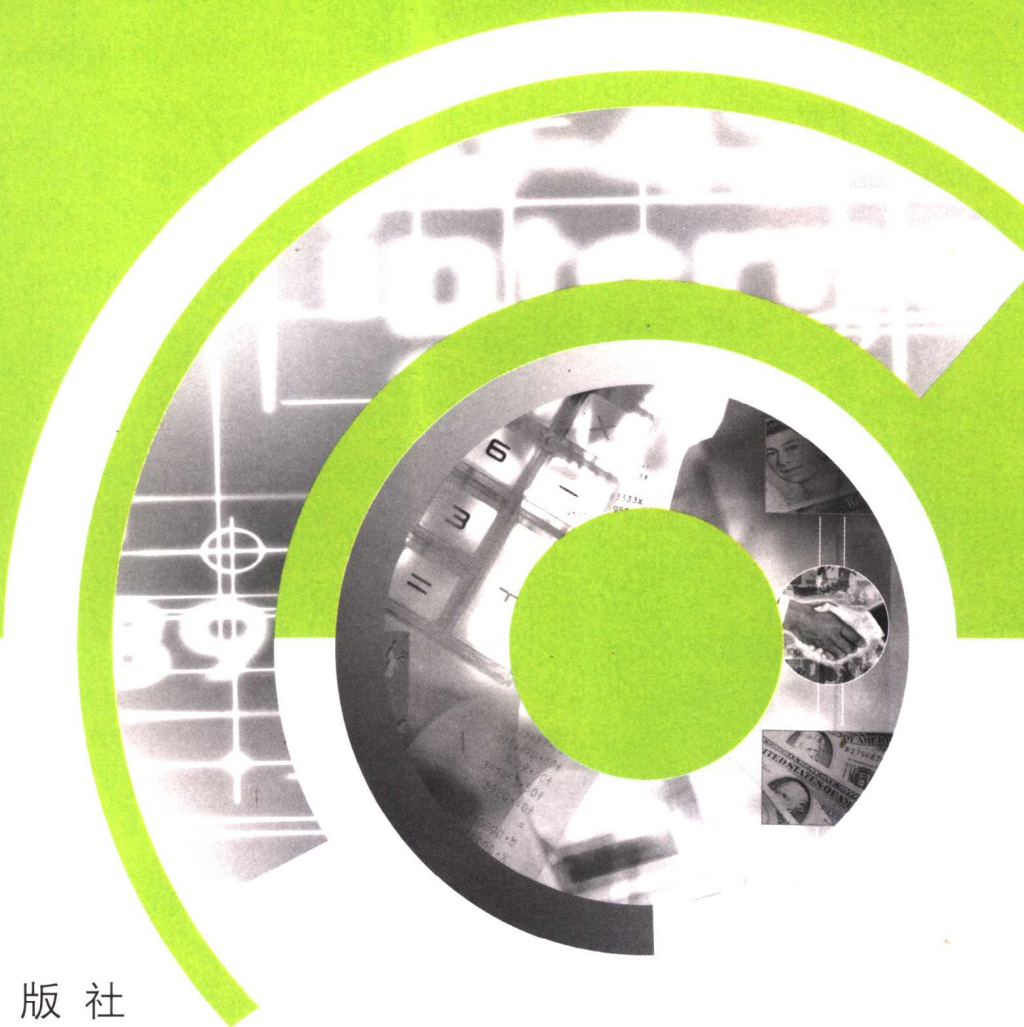
市场营销本科系列教材



电子商务

Dianzi Shangwu

主 编 冯仁德



重庆大学出版社

F716
F334

内容摘要

本书是市场营销本科系列教材之一，主要介绍电子商务的基本概念、发展历程、应用模式、安全与支付、网络营销、物流管理、网络客户服务、网络广告、网络品牌、网络口碑、网络危机管理等。本书可作为高等院校市场营销专业及相关专业的教材，也可供从事电子商务工作的管理人员参考。

市场营销本科系列教材

电子商务

主 编

冯仁德

副主编

梁玉国

周作淘



A0994348

重庆大学出版社

11/17/09

内 容 简 介

电子商务正在改变整个世界的商务模式,正在改变我们的工作和生活方式,它已成为我们用来推动经济、文化进步的动力和工具。我们编写此书时遵循了简洁明了,通俗易懂,简单实用,理论与案例分析相结合的原则。本书共分9章,对电子商务的基本知识进行了较为全面的阐述,综述了电子商务的概念,提出了电子商务系统的组成,分析了电子商务的功能和效益,就电子商务开发和管理的有效方法进行了探讨,在电子商务应用和经营实务方面进行了大胆的探索,对电子商务安全、流程再造、智能化应用以及社会和法律环境方面作了较为全面的介绍。

本书可作为经济管理类本科生或研究生的教材或参考书,并可作为具有一定文化水平的读者自学用书,也可供正在从事商业自动化的工作人员、电子商务研究人员、信息管理人员和技术人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务/冯仁德主编. —重庆:重庆大学出版社,2002.8

市场营销本科系列教材

ISBN 7-5624-2665-1

I. 电... II. 冯... III. 电子商务—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 048235 号

电 子 商 务

主 编 冯仁德

责任编辑:孙英姿 版式设计:孙英姿

责任校对:蓝安梅 责任印制:张永洋

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400044

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:13.25 字数:238千

2002年8月第1版 2002年8月第1次印刷

印数:1—5 000

ISBN 7-5624-2665-1/F·260 定价:16.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 翻印必究

前言

当今信息技术的飞速发展促进了 Internet 在全球的迅速普及,商务空间发展到全球规模,这使得任何一个商务组织都必须调整自己的经营方式和产业结构,以适应新的市场发展的需要。因此,任何一个企业要在本世纪生存,就必须迅速地改变传统的经营观念,跟上当今世界发展的最新潮流,加入到电子商务大潮中去。电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,在通过一定的协议连接起来的电子网络环境中进行各种商务活动的方式。更广泛地说,凡是利用国际互联网进行商务活动的一种方式就是电子商务。电子商务以其高效率、廉价、高收益、全球化等传统经营方式所无法比拟的优点受到全球的关注。美国、欧盟等发达的国家或组织已经采取措施大力发展电子商务,我国政府也大力倡导电子商务,因为电子商务中蕴涵着无穷的商业机遇。

电子商务是信息时代中产生与发展起来的新生事物,同时它也是信息技术与各国信息化建设的必然产物,它加快了全球信息的传递与交流,极大地降低了经济与社会活动的成本,提高了社会运行效率和企业经济效益。我国的电子商务目前正处在起步阶段,机遇与挑战并存,而发展电子商务是一项长远的战略性任务,其最为基本的先决条件是培养一大批掌握最新信息技术和现代市场营销的电子商务专门人才。

本书由冯仁德任主编,由梁玉国、周作洵任副主编。第1章、第9章由冯仁德编写,第2章、第4章由梁玉国编写,第3章由周作洵编写,第5章由牛三勇编写,第6章由康世瀛编写,第7章由胡宝娣编写,第8章由魏锋编写。由于我们水平有限,时间仓促,错误难免,敬请读者批评指正。

编者
2002.3



目 录

第1章 电子商务概述

1.1 电子商务的界定和理解	1
1.2 电子商务的发展条件	8
1.3 电子商务的重要性	12
案例分析一 电子商务帝国——亚马逊(Amazon)网上书店传奇	17
复习思考题	18

第2章 电子商务的功能和分类

2.1 电子商务的功能	19
2.2 电子商务类型	25
2.3 电子商务的效益分析	36
案例分析二 广东时代集团尝到了电子商务的好处	41
复习思考题	41

第3章 电子商务应用系统的开发与管理

3.1 企业开展电子商务的目的及需求分析	43
3.2 电子商务开发的原则与步骤	47
3.3 商业网站设计	51
3.4 电子商务系统的管理与人才培养	58

案例分析三 人民的公司——eBay 网站成功的奥秘	63
复习思考题	66

第4章 电子商务经营实务

4.1 电子商务经营概述	67
4.2 电子商务的交易过程	73
4.3 企业发展电子商务的策略	75
4.4 网络营销	77
案例分析四 发展迅速的 8848——珠穆朗玛网上超市	84
复习思考题	88

第5章 电子商务流程再造

5.1 电子商务业务流程再造的实质	89
5.2 电子商务业务流程再造的原理与原则	93
5.3 电子商务业务流程再造的基本步骤	98
5.4 电子商务业务流程的分析	105
案例分析五 银行业务流程再造的实施方式	111
复习思考题	113

第6章 电子商务安全技术

6.1 电子商务安全的概念	114
6.2 电子商务的安全控制要求	118
6.3 电子商务系统的安全技术	128
6.4 电子商务安全交易标准	139
案例分析六 Sun 公司电子商务解决方案	143
复习思考题	145

第7章 电子商务的社会与法律环境

7.1 电子商务的社会环境问题	147
7.2 发达国家电子商务社会环境的建设	154
7.3 我国电子商务的社会环境和政策法律环境	161
复习思考题	174

第8章 电子商务的智能化及其应用

8.1 企业资源计划(ERP)	175
8.2 个性化服务	180
8.3 供应链管理(SCM)	183
8.4 客户关系管理(CRM)	187
复习思考题	189

第9章 电子商务的未来

9.1 中国电子商务发展的思考	190
9.2 电子商务走向未来	200
复习思考题	201

参考文献



第 1 章 电子商务概述

1.1 电子商务的界定和理解

一般认为,电子商务就是在网上实施的商务活动,当企业将自己的主要业务通过计算机网络与合作伙伴,包括客户、供销商等直接相联时,这时所进行的各种商务活动实际上就是电子商务了。由于计算机网络的发展和应用为人类活动创造了一个崭新的信息空间,在这个空间里,人们可以通过数字信号在网上讨论问题、传递邮件、阅读和写作。而商务活动作为人类活动中一种最基本、最广泛的联系方式,自然会渗透到这个空间中去。于是,人们开始想到利用数字信号在计算机网络上开展商务活动。因此,电子商务是人类社会经济、科学技术和文化发展相结合的必然产物。

1.1.1 电子商务的定义

电子商务(Electronic Commerce,简称 EC,或者是 Electronic Business,简称 EB)就是利用现代先进的电子技术从事各种商务活动的方式。虽然各国政府和企业、用户对电子商务都十分重视,电子商务发展也很快,但对于电子商务的确切定义,业界众说纷纭,至今没有一个统一的定义。因而众多的计算机制造商(电子商务的主要推动者)出于各自的商业目的,各执一词,使得本已对电子商务知之甚少的人们在概念上更加模糊不清。于是人们按照各自的理解为电子商务加上了定义,主要的有:

第一,1997年11月6—7日,国际商会在巴黎举行了世界电子商务会议

(World business Agenda for Electronic Commerce)。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表,共同探讨了电子商务的概念问题。认为电子商务(EC),是指实现整个商务活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易。从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

电子商务涵盖的业务范围包括:信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、公司和商务伙伴可以共同拥有和运营共享商业方法等。

第二,联合国经济合作与发展组织(Organization for Economic Cooperation and Development, OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务的定义是:电子商务是发生在开放网络上包括企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

第三,全球信息基础设施委员会(Global Information Infrastructure Committee, GIIC)电子商务工作委员会报告草案中对电子商务定义如下:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对有价值的产品和服务进行宣传、估算和购买。这种交易方式不受地理位置、资金多少以及零售渠道所有权的影响,……电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

第四,美国政府在《全球电子商务纲要》中认为:电子商务是通过 Internet 进行的各种商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将涉及世界各国。

第五,加拿大电子商务协会对电子商务的定义: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,它还包括公司间和公司内利用 E-mail、电子数据交换(Electronic Data Interchange, 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。

第六,IBM 公司所倡导的电子业务(E-business, EB)概念包括三个部分:企业内部网、企业外部网、电子商务。它所强调的不仅是硬件和软件的结合,也不是强调交易的狭义的电子商务,而是把买方、卖方、厂商及合作伙伴在 Internet、企业内部网、企业外部网结合起来的应用。IBM 强调这三部分是有层次的:只有先建立了良好的 Internet,建立了比较完善的标准和各种信息基础设施,才能扩展到 Extranet,最后扩展到 E-commerce。

第七,HP 公司提出了关于电子商务、电子业务、电子消费和电子化世界的概念。它对电子商务的定义是:通过电子化手段来完成商务活动的一种方式,电

子商务使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等的交换,是商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式:商家之间的电子商务及商界与最终消费者之间的电子商务。

第八,通用电气公司对电子商务的定义是:电子商务是通过电子方式进行商业交易,分为企业与企业间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。

第九,除此之外,还有人认为:电子商务是通过电子方式,并在网络基础上实现物资、人员过程的协调,以实现商业交换活动;电子商务是数据(资料)电子装配线的横向集成;电子商务是电子化的购销市场,使用电子工具完成商品购买和服务;电子商务是在计算机与通信网络的基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全部过程;电子商务是一组电子工具在商务中的应用,这些工具包括电子数据交换、电子邮件、电子公告系统、条码、图像处理、智能卡等;电子商务是由 Internet 创造的网络空间超越时间和空间的制约,以极快的速度实现电子式商品交换;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、信息交流等活动。

对电子商务定义的一些差异是我们对这一客观事物认识的正常反映,也是随着电子商务技术的进步而发展的。笔者认为电子商务,是指在 Internet 网上进行商务活动。其主要功能包括网上的广告、定货、付款、客户服务和货物递交等销售、售前和售后服务,以及市场调查分析、财务核算及生产安排等多项利用 Internet 开发的商务活动。电子商务的一个重要技术特征是利用 Web 的技术来传输和处理商务信息。狭义的电子商务也称作电子交易(E-commerce),主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行交易,大大减少商务旅行和时空带来的限制。而广义的电子商务包括电子交易在内的利用 Web 进行的全部商业活动,如市场分析、客户联系、物资调配等等,亦称作电子商业。这些商务活动可以发生于公司内部、公司之间及公司与客户之间。企业之间通过 Intranet 和 Internet 相连,可以在跨国、跨地区之间方便地搜集市场信息,宣传产品和企业形象,并进行购销洽谈。

1.1.2 电子商务的特征

1. 普遍性

电子商务作为一种新型的交易方式,将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

2. 方便性

在电子商务环境中,人们不再受地域的限制,客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动,如通过网络银行能够全天候地存取资金、查询信息等,同时使企业对客户的服务质量大大提高。

3. 整体性

电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,这样不仅能提高人力和物力的利用,也可以提高系统运行的严密性。

4. 安全性

在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题,它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等,这与传统的商务活动有着很大的不同。

5. 协调性

商务活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调,在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作。

1.1.3 电子商务的优越性

近年来,电子商务通过无纸商务,大量减少商务活动(咨询、交易、财务、统计等)中人、财、物的消耗,电子商务在商务中的广泛应用,使企业节省了大量的运营成本,提高了企业的运营水平。其优越性主要有:

1. 减少员工成本

计算机自动接受和处理信息,使得公司在同样业务的情况下,可以用更少的员工去处理,或者把一部分专业人员从行政管理中解脱出来,以从事具有更高效率的工作,节省了人工管理操作费用。

2. 减少文件处理成本

电子商务的一个重要特征是电子单证和磁盘文件取代了传统的纸质文件,既节省了大量的纸张开支,又省去了对纸质文件的打印、审核、修改、邮寄等花费。同时数据的传送由计算机网络来完成,也减少了数据重复录入,因而降低了商业文件本身的成本及其处理成本。

3. 缩短商业交易时间

由于使用电子商务后,文件处理速度大大提高,信息交换的准确性也得到改善。同时与邮寄有关的时间延迟被消除了,因而减少了发货延迟时间和订货周期,缩短了整个商务周期,提高了工作效率,提高了企业的竞争力。

4. 提高服务质量

企业在 Internet 上开展商务活动的最重要原因之一,是企业可以利用 Internet 向客户提供有关产品和服务的丰富的数据资料。企业可以迅速、统一地提供最新的产品和价格信息;顾客利用电子邮件等方式可以很快地与电子技术支持系统取得联系并获得对有关问题的迅速、准确和最新的答复,而不必受限于昂贵且过时的打印资料或局限性很大的咨询服务。

5. 降低了安全库存量

适当的库存量是企业维持正常生产所必需的。用传统方法采购时,订单处理周期长,不确定性高,因此企业要求的安全库存量也比较大。使用电子商务之后,文件处理比以前既快捷又可靠,自然可以降低安全库存水平,使库存占用的资金量减少,从而降低了企业的运营成本,减少了脱销和生产缺料停工现象。

6. 减少错误信息

商务文件中的一个错误可能要付出很大的代价,订单遗失也会给企业带来损失。使用电子商务后,在电子商务系统中大部分数据都是一次性录入,重复录入很少,从而使出错机会减少,提高了工作质量。同时电子商务系统本身一般都具有一定的数据检错功能,一些信息源上的数据输入错误可以及时发现,加上电子商务在收到信息后就会发给信息发送者一份收到通知,这就可以及时发现漏发信息或信息中途遗失的情况。据统计,仅此一项就使由于错漏而造成的商务损失减少了 40%。

7. 增加了商务机会

电子商务不仅仅是一种商业信息的快速传递手段,它在商务中的应用直接导致了商务方式的变革。这种商务方式的变革促使公司内部改善其经营管理,树立良好的企业形象,使企业在整个商务过程中与商务伙伴建立更友好更密切的合作关系,可以选择更多的商务伙伴,得到更多的商务市场。例如在商务过程中,由于商务程序的简化,电子商务通信的及时,资金回笼时间提前,使得企业有机会与更多的商务伙伴建立联系,这样可以优化企业决策,也可以增加新的商务机会。在传统的商务方式中,零售商从批发商那里订货,批发商再向制造商订

货。实现电子商务后,零售商既可以从批发商那里订货,也可以从制造商那里直接订货。此外,企业可以利用 Internet 巨大的地理覆盖面和丰富的 Web 用户资源,以非常低的成本建立全球市场,从而突破时间和空间的限制,大大地增强企业的市场拓展能力。

总之,应用电子商务后,由于商务程序的简化,商业交易周期的缩短,人工处理费用的减少以及资金周转的加快,产生了巨大的经济效益。

1.1.4 电子商务的特点

电子商务与传统商务相比,具有以下四大特点:

1. 全球性

根据美国商务部的报告,Internet 仅花了 4 年时间,全球上线人数已经超过 1 亿人。支撑这种爆炸性增长的是 Internet 商务应用的普及和个人联网使用者的持续增加。Internet 的特征就是信息被全球人分享,只要你愿意上网,就不受国界和时空的影响。电子商务给全球的企业都带来机遇与挑战。在这一场空前激烈的国际竞争中,要求企业重新审视自己的发展战略,必须意识到 Internet 的国际性以及其对经济发展的重要性,以全球经营的战略目光,迎接挑战,把握机会,夺取更大的胜利。

2. 直接性

网络能使交易双方通过互动方式在网上完成交易全过程。它使商品和信息的交换过程不再受时间和空间的制约,人们不必专门为了得到某国市场的商品信息而前往该国。在网络商务中,企业可以通过 Internet 开展产品的视觉宣传、产品销售、服务支持,获取各种商业信息等等。生产者可以依据网页向用户提供各类信息展示产品视觉形象,介绍产品的性能、用途,可根据客户的要求组织生产,然后直接出售给用户,并提供各类服务,甚至可以让消费者直接参与产品的设计与定制。无买主的产品不生产,更不必为库存担忧,从而大大降低了企业的经营成本。消费者可直接在网上参与产品的设计,了解产品的真实质量,公开询价,并能直接购买到自己称心如意、价廉物美的商品,不必花费大量的时间和精力去转商场,寻觅中意商品,尽可能在网上从容地挑选。消费者不仅能货比三家,甚至可以达百家,而且网络上的价格是高度透明的。总之,供求双方都提高了效率,不需要通过中间媒介迂回地沟通,不需要再为中间商环节付出成本,企业自身的运转成本和用户支付费用都大大地降低了。

3. 便捷性

电子商务是 Internet 商业应用的最高境界,从售前服务到售后服务支持的各个环节实现电子化、自动化,给当前的商务活动提供了极大的便捷。Internet 商业功能的增强与便捷,已经受到各国特别是经济发达国家公民的喜爱。据一项调查发现:1997 年上半年,由 Internet 购物的用户,法国占 23%,德国占 39%,英国占 38%。Internet 商务的便捷性同样受到企业的欢迎:网络改善了企业内部的信息传递与沟通,能从市场快速地获取信息,并对市场的变化做出迅速反应;企业可以通过 Extranet 或 Internet 发布和寻找交易机会,通过电子单证交换、电子商务跟踪货物、电子资金转账等手段完成整个交易过程。尤其是一种适合电子商务的新型货币的使用,伴随 Extranet 上的商务活动,给人类的经济活动带来了更大的便利。这种新型货币可以储存在电脑的硬盘里,也可以储存在智能卡里。它是由一组数字构成的特殊信息,含有用户的身份、密码、金额、使用范围等内容,经计算机网络进行传输,这些信息传输到开设这种业务的银行后,银行便替交易双方结算。整个过程安全、可靠,给供求双方带来更大的便利和快捷。当前,某些特种商品也能采用这种方法进行销售。

4. 均等性

Internet 结构是按照“包交换”的方式连接的分布式网络,通过全球性的惟一地址逻辑地连接在一起。这个地址建立在“网际协议”或今后其他协议基础上。在技术的层面上 Internet 绝对不存在中央控制问题,不存在某一个国家或某一个利益集团通过某种技术手段来控制 Internet 的问题。网络的应用,实现信息资源共享,对大、中、小企业都产生机遇与挑战,带来的机会是均等的。“入网”后的中、小企业能像大企业一样,可以通过网络及时掌握市场供求状况及各种数据资料,并对原材料、市场、期货、汇率等诸多因素进行深入、全面、准确和快捷的分析、预测和判断,从而对企业的项目决策及经营战略快捷地做出应变。中、小企业不仅能成为电子商务的技术、产品、系统和软硬件的供应商,还可以创造更多的网上就业机会和赢利机会,轻松地进行制造、营销、管理,从而更有效地参与竞争。在商业金融等领域,电子商务作为一种全球性的具有战略意义的商务手段正在被广泛使用,以取代传统的商务交易方式,并为企业提供了无限的商机。由于它对传统商务手段的变革而导致了未来商业环境的冲击,使商品流通业面临着一场经营管理思想和手段的变革。

所以,简单地讲,电子商务也就是商务活动的电子化,是利用现代计算机技术、网络通信技术来快速有效和全面地实现商务活动在线交易电子化的全过程。

它不仅指基于 Internet 网上的交易,而且指所有利用 Internet, Intranet 和局部网来解决问题、降低成本、增加价值并创造新的商机的所有商务活动,包括从销售到市场、经营运作到信息管理。从最初的电话、电报、传真到电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、多媒体、条形码数据自动捕获器等,这些都可以用来支持商务活动。

1.2 电子商务的发展条件

人类最早采用的商品交换方式是“以物易物”,此时没有货币,商品交换过程中商品所有权的转换是随着物资流的转换而发生的,没有资金流。随着货币的出现,人类商品交换过程中出现了第一层中介——货币。这时商品交换的方式是“一手交钱,一手交货”,商品所有权的转移仍然与物资流的转换连在一起。但在这一时期,由于社会生产力的发展,社会分工的出现,信息流的作用在商品交换中开始表现出来,以后,随着社会分工的细化和商业信用发展,专门为货币做中介服务的第二中介出现了,这就是我们今天所说的银行等金融机构。这些机构从事的是货币中介服务和货币买卖,由于它们的作用,物资流和资金流开始分离,产生了多种交易付款方式,如:交易前的预先支付、信用卡担保支付、交易中的托收、支票、汇票、交易后付款,等等。这意味着商品所有权的转移和物资流开始分离。这种情况下,信息流的作用显得越来越重要了。因为这种分离带来了风险,要避免风险就要依靠尽可能充分的信息,如:供货方商品的质量信息、价格信息,需求方的支付能力以及支付信誉等。

随着信息技术和网络的发展,电子中介作为一种工具或手段被应用于生产、交换和消费领域中,人们从事商务活动的具体过程没有变化,但在每一个阶段中,交易各方互相联系和交流的工具发生了变化。以前的纸面单证,改成现在的电子单证;以前的传真和邮寄方式,变成 E-mail 和 EDI。这种商务活动过程中工具、手段的变化意味着人类生产方式的重要变化,而这种生产方式的变化必然形成新的经济秩序。在这个变化过程中,一些行业逐渐消失了,一些行业兴起并迅速发展;有些商务活动方式逐渐被淘汰,一些新的商务活动方式逐渐产生并成为主流。在这种新的工具作用下的商务活动,还有一个重要特点,就是信息流的作用被进一步强化了,交易双方可以互不相识,但可以通过信息确认交易的成功率,最终完成交易。信息流从一个更高的角度控制商品流通的全过程。由此,我们也可以认识到人们总是将电子商务与逐步兴起的信息经济紧密地联系在一起

的原因了。

电子商务的形成与电子工具的发展、商品范畴的扩展以及商务活动规模的扩大有着必然的联系。

1.2.1 Internet 促进电子商务的产生和发展

随着 Internet 逐渐进入政治、经济领域,如何大力发展电子商务对于各国政府,乃至企业来说,已经具有相当重大的战略意义。电子商务从某种程度上削弱了商务活动在时空上的限制,从而使商贸业务的运行和发展更加趋于灵活性、实时性和国际性。在全球市场竞争更加激烈的今天,电子商务是一个有发展潜力的巨大市场,具有诱人的发展前景。现代信息通讯技术正在以坚定沉稳的步伐渗透到我们生活中的每一个角落(如家庭、公司、银行、学校以及医院等),并将迅速改变我们的生活方式和工作模式。

第一,从工商企业、科研机构到学校、家庭都可发现 Internet 的踪迹,网络已成为我们工作和生活的组成部分。人们可以随时随地轻轻松松到网上购物,还可以利用开放式的网络电子银行管理自己的账户,选择自己的投资、消费方式。企业的内部员工以及企业与企业之间相互交往的方式也会产生前所未有的变化,尤其是越来越多的商家开始利用 Internet 进行商务交往,使商务活动实现了电子化。他们从最初单纯的网上发布和传递信息到在网上建立商务信息中心,从在传统的商务方式下使用不成熟的电子化交易手段到能够在网上建立虚拟市场完成供产销全部业务流程的电子商务,电子商务已成为不可抗拒的世界潮流,使人们传统的行为方式和观念受到巨大的冲击和影响。

第二,商业是一切交易行为的总称,它并不是单纯在商店里的经营活动,而且还涉及商品的生产制造到最终消费的全过程。商业作为国民经济中不可缺少的重要环节,从信息流的角度来看,商业信息同样贯穿到整个社会各个方面,涉及面相当广。当前经济向全球化、一体化方向发展,促使商务活动范围迅速扩展到全世界的每一个角落,如何在不同的国家和地区快速地完成企业之间的交易过程也就成为企业的当务之急。Internet 的发展为整个商务活动的自动化创造了有利条件,打破了传统商务活动在空间和时间上的制约,实现了商务信息在全球范围内的快速交换,彻底地改变了传统商务活动模式,为企业在全球范围内从事商务活动提供了最便捷、最有效的手段。

第三,商业自动化的不断完善和发展为电子商务的产生提供了良好的生长环境。早在 Internet 技术被大量采用之前,许多企业就已经采用了电子方式来

进行数据、表格等信息的交换和处理,最为典型的是办公自动化系统和管理信息系统。这些系统综合利用计算机网络、通讯、管理等科学技术,对企业内外部的信息进行收集、加工、存储、传递和利用,辅助企业各级管理人员有效地履行企业生产经营管理功能,最终实现企业的经营总目标。现在从普通商场的电子收款机、销售点实时管理系统(POS)、电子订货系统(EOS)和商场管理信息系统(BMIS),到跨越不同国界、不同企业的电子数据交换(EDI),数据信息的控制处理越来越准确、有效,大量事务处理工作趋向标准化。特别是采用电子数据交换作为国际经济和商务往来的主要手段,从根本上改变了国际产业结构和商务方式,并改变了企业内部结构和运行机制,改变了传统企业的采购、销售方式,改善了整个企业的资金流动、库存、客户服务等方式,使商务伙伴之间的各业务环节更加密切和协调,从而获得了明显的经济效益和社会效益。

第四,在金融业,随着技术革命的突飞猛进,银行也步入电子化时代。这一浪潮使银行能快速地为世界各地的客户提供电子金融服务。对于金融机构而言,大量自动服务系统的采用为电子商务的最终实现提供了坚实的物质基础。通过自动服务终端、自动柜员机(ATM)等服务,顾客可以进行现金存取、转账、账户查询等活动,大大提高了银行的自动化水平。而随着股票、证券、期货、保险等金融业务的需求和发展,金融业成为电子商务领域发展的急先锋,而银行提供电子支付服务的最终效果,则是电子商务能否得以全面应用和推广的瓶颈因素。

多年来,大量的银行、航空公司、连锁店及制造业企业已建立了供货方和客户间的电子通信和处理关系。这种方式加快了供货方处理速度,有助于实现最优化管理,使得操作更有效率,提高了对客户服务质量。但早期的解决方式均建立在大量的、功能单一的、专用的软硬件设施基础上,因此使用价格特别昂贵,仅大型企业才会利用。此外,早期网络技术的局限性也限制了应用范围的扩大和水平的提高。

第五,电子商务的发展,得益于全球经济一体化的迅速发展,得益于信息处理技术及通信技术的迅速发展和成熟。真正促使电子商务提到议事日程上来的关键因素是 Internet 的发展,随着通信和网络技术的不断完善,无疑将在各个方面都会为电子商务的发展创造更加有利的条件。作为全球独一无二的最大网络,Internet 在地域上包含了一百多个国家和地区,成千上万个子网,并拥有数以亿计的网民。同时 Internet 又是一个发展最快的网络,没有人能说得清楚它到底有多大,因为它无时无刻不在扩充,资源每时每刻都在增加。无论对个人、企业还是一个国家,Internet 之所以备受青睐的原因就在于它架起了一座通向外界的桥梁,联网意味着信息和服务的共享。商务活动的准确性、快捷性和动态性等