



JING JI GUAN LI

高等学校规划教材

# 电子商务

主 编 张金锁 李跃贞  
副主编 苏建军 张曼莉



中国矿业大学出版社

高等学校规划教材

# 电 子 商 务

主 编 张金锁 李跃贞  
副主编 苏建军 张曼莉

中国矿业大学出版社

## 内 容 提 要

本书是煤炭高等院校“十五”规划教材之一。书中全面地介绍了电子商务的基本概念、电子商务的网络技术基础、电子商务的安全技术基础、电子商务的信息应用环境、电子货币与支付体系、电子商务系统的建设、网络营销、电子商务中的法律问题等。

本书阐述简明实用,是高等院校、大专院校和高等职业技术学院电子商务课程的理想教材,亦可供电子商务爱好者学习参考。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务/张金锁,李跃贞主编. —徐州:中国矿业大学出版社,2002.3

ISBN 7-81070-425-7

I. 电... II. ①张...②李... III. 电子商务  
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 013114 号

书 名 电子商务  
主 编 张金锁 李跃贞  
责任编辑 刘社育 瓮立平  
责任校对 瓮立平  
出版发行 中国矿业大学出版社  
(江苏省徐州市中国矿业大学内 邮编 221008)  
印 刷 北京科技印刷厂  
经 销 新华书店  
开 本 787×1092 1/16 印张 12.25 字数 295 千字  
版次印次 2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次印刷  
印 数 4000 册  
定 价 22.00 元  
(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

## 高等院校经济管理专业教材编审委员会

主    任    解京选  
秘 书 长    刘社育  
委    员    (以姓氏笔画为序)  
            王汉斌  王建成  牛冲槐  付  祥  
            沈玉志  张  骅  张兆响  张金锁  
            陈洪安  唐立峰

主    编    张金锁  李跃贞  
副 主 编    苏建军  张曼莉  
编写人员    (以姓氏笔画为序)  
            刘春光  陈国春  李跃贞  苏建军  
            张金锁  张曼莉  赵文涛

## 高等院校经济管理专业规划教材

### 出版说明

经过二十余年的改革开放,我国社会主义市场经济体制已基本建立并逐渐完善,中国经济正融入世界经济的大潮之中。与此同时,我国的高等教育也经历了一个持续、稳定的大发展时期,并且正在继续向高等教育的大众化和国际化方向发展。为了适应社会经济的发展,教育部于1998年颁布实施了新的《普通高等学校本科专业目录》并采取了一系列高等教育改革和调整措施,引导高等学校拓宽专业口径、加强专业建设和管理,提高办学水平和人才培养质量。这些改革措施必将给中国高等教育的发展注入新的活力。

21世纪将是知识经济的世纪,是充满希望的世纪。在跨入新世纪之际,我们这套“高等院校经济管理专业规划教材”陆续与读者见面。这套教材是“煤炭行业高等院校十五教材建设规划”中的“经济管理专业规划教材”,是由焦作工学院、西安科技学院、黑龙江科技学院、太原理工大学、湘潭工学院、淮南工学院、中国煤炭经济学院和华北矿业高等专科学校等高等院校的一大批学者编写的。

这套教材包括了经济与管理类相关专业的二十余种专业基础课和专业课教材。在本套教材编写过程中,编审委员会先后两次对编写规划和编写细则进行了认真讨论,力求使其体系合理、内容充实,既符合教学大纲要求,又能反映当代国内外科技先进水平。其特点如下:

第一,突出系统性。这套教材基本上涵盖了经济管理类各专业的主干课程,既有专业基础课,又有专业课,还包括近几年有关院校开设的新课程,突出了系统性和完整性,有利于各高等院校选用。

第二,内容成熟。这套教材组织了十余所高校的具有较高学术水平的研究生导师和学术带头人参加编写,并专门成立了编审委员会。他们在长期的教学和研究中积累了大量的教学 and 实践经验。教材既有一定的理论深度,又贴近教学实践,是一套内容较为成熟的教材。

第三,追求创新。这套教材在参考众多同类教材和著作的基础上,融进

了编者多年的教学研究成果，对教材的体系和内容作了一定的创新，使其具有了一定的创新性。此外，这套教材还增加了诸如电子商务等课程，以促进其教学和发展。

这套教材是众多高等院校大协作的结果。它的出版发行，必将有助于相关院校的学科建设和教材建设，对提高经济与管理类专业的教学质量、增加学生的知识、提高学生能力具有一定的积极意义。

由于编写人员的知识水平有限，时间也很仓促，若有不当和错误之处，欢迎读者提出批评意见，以利于今后的修改完善，在此表示衷心的感谢。

高等院校经济管理专业

教材编审委员会

2001年1月

## 前 言

互联网技术的飞速发展和全面普及以及与商业发展的自身需求,导致了一种新的商务活动方式——电子商务的产生。由于其巨大的潜在商机和战略地位,电子商务一经出现,就得到世界各国政府和企业的重视和推动。在短短的五六年时间中,电子商务得到了快速的发展,并已成为互联网上最大的应用热点,显示出其强大的生命力和广阔的发展前景。

人类已步入以信息经济为特征的 21 新世纪,电子商务作为实现信息经济的主要手段之一,将会给全球经济带来新的增长点,同时也将会对社会经济产生重大的影响。电子商务将彻底改变传统的商务活动方式,改变人们的消费方式,改变企业的生产和经营管理模式,改变政府的职能和行为;电子商务也将会对经济和管理的基本理论、商务政策和法规提出挑战。电子商务将带来一场史无前例的革命,其对社会经济的影响远远超过商务的本身,电子商务必将人类真正带入信息社会。

电子商务在我国的起步晚于西方发达国家,但在政府的重视和支持下,在企业界的不断实践下,我国电子商务得到了快速的发展。目前,许多企业都意识到了电子商务在未来市场竞争中的作用和重要性,纷纷希望了解电子商务,以便于积累知识,尽快开展自己的电子商务。可以预见,随着我国加入 WTO 和互联网的普及,我国的电子商务会得到更大的发展。

为了适应电子商务飞速发展对人才的需求,不少院校在经济管理类专业或相关专业开设了电子商务课程,有些设立了电子商务专业,出版了不少电子商务教材、专著和译著。这些为我国电子商务的发展起到了一定的推动作用。

近年来,我们密切注视电子商务的发展动态,并为我们院校的经济管理类专业讲授了电子商务课程。在此基础上,考虑到相关课程的设置情况和现有的实验条件,我们依照科学性、先进性、实用性和针对性原则,编写了这本教材,以期对电子商务知识的传播尽微薄之力。

本书是《高等学校(矿业)“十五”规划教材》之一。书中比较全面地介绍了电子商务的基本概念、电子商务的网络技术基础、电子商务的安全技术基础、电子商务的信息应用环境、电子货币与支付体系、电子商务系统的建设、网络营销、电子商务中的法律问题等。

全书共分九章,编写分工如下:第一章 张金锁;第二章 张金锁、李跃贞、苏建军;第三章 张曼莉;第四、九章 赵文涛;第五章 刘春光、陈国春;第六章 苏建军、张金锁;第七章 苏建军;第八章 李跃贞。张金锁、李跃贞任主编,苏建军、张曼莉任副主编。全书由张金锁、李跃贞总撰并定稿。

由于时间仓促,加之作者水平有限,书中难免有错误和不当之处,恳请读者提出宝贵的意见。

编 者

2002.1

## 目 录

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| <b>第一章 引言</b> .....          | ( 1 )   |
| 第一节 电子商务的产生与发展 .....         | ( 1 )   |
| 第二节 电子商务对社会经济产生的影响 .....     | ( 5 )   |
| 第三节 电子商务的发展趋势 .....          | ( 6 )   |
| 小结 .....                     | ( 7 )   |
| 思考题 .....                    | ( 8 )   |
| <b>第二章 电子商务的基本概念</b> .....   | ( 9 )   |
| 第一节 电子商务的定义 .....            | ( 9 )   |
| 第二节 电子商务的功能与特性 .....         | ( 12 )  |
| 第三节 电子商务的主要模式 .....          | ( 15 )  |
| 第四节 电子商务系统构成 .....           | ( 21 )  |
| 小结 .....                     | ( 23 )  |
| 思考题 .....                    | ( 24 )  |
| <b>第三章 电子商务的网络技术</b> .....   | ( 25 )  |
| 第一节 计算机网络技术基础 .....          | ( 25 )  |
| 第二节 网络互联技术 .....             | ( 42 )  |
| 小结 .....                     | ( 54 )  |
| 思考题 .....                    | ( 54 )  |
| <b>第四章 电子商务的安全技术基础</b> ..... | ( 55 )  |
| 第一节 安全交易的基本要求 .....          | ( 55 )  |
| 第二节 密码技术 .....               | ( 60 )  |
| 第三节 安全认证技术 .....             | ( 66 )  |
| 第四节 电子商务安全协议 .....           | ( 72 )  |
| 第五节 公钥基础设施(PKI) .....        | ( 80 )  |
| 第六节 数字时间戳 .....              | ( 84 )  |
| 小结 .....                     | ( 85 )  |
| 思考题 .....                    | ( 85 )  |
| <b>第五章 电子商务的信息应用环境</b> ..... | ( 86 )  |
| 第一节 WWW 技术及应用 .....          | ( 86 )  |
| 第二节 超文本标识语言(HTML) .....      | ( 93 )  |
| 第三节 可扩充的标识语言(XML) .....      | ( 94 )  |
| 第四节 Web 应用服务器 .....          | ( 96 )  |
| 第五节 EDI 技术 .....             | ( 97 )  |
| 第六节 数据仓库和数据挖掘技术 .....        | ( 99 )  |
| 小结 .....                     | ( 103 ) |
| 思考题 .....                    | ( 103 ) |



---

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| <b>第六章 电子货币与支付体系</b> .....     | (104) |
| 第一节 电子货币 .....                 | (104) |
| 第二节 支付体系 .....                 | (105) |
| 第三节 电子支付方式 .....               | (112) |
| 小结 .....                       | (116) |
| 思考题 .....                      | (116) |
| <b>第七章 工商企业电子商务系统的建设</b> ..... | (117) |
| 第一节 工商企业 Intranet 的创建 .....    | (117) |
| 第二节 工商企业电子商务的内容规划与评估 .....     | (123) |
| 第三节 企业商务网站的规划设计与制作 .....       | (126) |
| 小结 .....                       | (136) |
| 思考题 .....                      | (136) |
| <b>第八章 网络营销</b> .....          | (137) |
| 第一节 网络营销概述 .....               | (137) |
| 第二节 网络营销策略 .....               | (143) |
| 第三节 网络营销技术 .....               | (147) |
| 第四节 网络营销的成功案例分析 .....          | (167) |
| 小结 .....                       | (175) |
| 思考题 .....                      | (176) |
| <b>第九章 电子商务中的法律问题</b> .....    | (177) |
| 第一节 知识产权问题 .....               | (177) |
| 第二节 税收问题 .....                 | (179) |
| 第三节 电子商务中的其他法律问题 .....         | (181) |
| 小结 .....                       | (185) |
| 思考题 .....                      | (185) |
| <b>主要参考文献</b> .....            | (186) |

# 第一章 引言

## 第一节 电子商务的产生与发展

### 一、电子商务的产生和发展历程

现在社会上所说的电子商务(E—Commerce)是指在网络环境下特别是 Internet 环境下所进行的商务活动。从这个角度看,电子商务并非新兴之物,早在 1938 年,当电报刚开始出现的时候,人们就开始了对电子手段商务的讨论。当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式在电线中传输的时候,就标志着电子手段商务的新纪元。

从技术上看,以电话、传真等电子通讯方式进行商贸活动都可以认为是电子商务。从这个角度来讲,人类以电子通讯的方式进行商贸活动已有几十年的历史了。我们现今的电子商务就是在此基础上产生和发展起来的。传统上,可以把电子商务产生和发展分为两个阶段,即基于电子数据交换 EDI (Electronic Data Interchange)的电子商务阶段和基于 Internet 的电子商务阶段。覃征教授等学者在这两个阶段的基础增加了一个新近发展的阶段即 E 概念电子商务阶段,从而形成了如图 1—1 所示的电子商务产生和发展阶段。

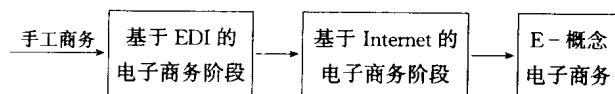


图 1—1 电子商务产生与发展阶段

#### (一) 基于 EDI (Electronic Data Interchange) 的电子商务阶段

早在 20 世纪 60 年代,人们就开始用电报方式发送商务文件,传递商务活动信息,后来又采用更方便、更快捷的传真机来代替电报。但传真文件是通过纸面打印来传递信息的,不能将信息直接转换为其他形式进行处理,在信息的处理上不灵活。到 20 世纪 60 年代末期,有些商人就发现在用计算机处理各种商务文件时,由人工输入到一台计算机中的数据 70% 是来源于另一台计算机输出的文件,由于过多的人为因素的干扰,影响了数据的准确性和工作效率的提高。为解决这个问题,人们开始探索新的途径。20 世纪 70 年代末 EDI 应运而生,而实用的 EDI 商务在 20 世纪 80 年代得到了较大的发展。EDI 电子商务主要是通过增值网络 VAN(Value—Added Networks)实现的。通过此网络,交易双方可以将交易过程中产生的询价单、报价单、订购单、收货通知单和货物托运单、保险单和转账发票等报文数据以规定的标准格式在双方的计算机系统上进行端对端的数据传送。到了 20 世纪 90 年代初,EDI 电子商务技术已经十分成熟。它是企事业间的 EDI 技术与银行间的电子资金转账(EFT)技术相结合的产物。EDI 电子商务使企业实现了“无纸贸易”,大大提高了工作的效率,降低了交易的成本,减少了由于失误带来的损失,加强了贸易伙伴之间的合作关系,因此

在国际贸易、海关业务和金融领域得到了大量的应用。众多的银行、航空公司、大型企业等均纷纷建立了自己的 EDI 系统,在贸易界甚至提出了“没有 EDI 就没有定单!”、“EDI 引发了贸易领域的革命!”等口号。但是 EDI 电子商务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,当时的网络技术的局限性限制了 EDI 应用范围的扩大;同时 EDI 对技术、设备、人员有较高的要求,使用价格极为昂贵,并且对信息共享考虑的也较少。因此,EDI 电子商务仅局限在先进国家和地区以及大型的企业范围内应用,在全世界范围内得不到广泛的普及和发展,大多数的中小企业难以应用 EDI 开展电子商务活动。为此,迫切需要建立一种新的成本低廉、能够实现信息共享的电子商务系统。

## (二) 基于 Internet 的电子商务阶段

随着 Internet 和计算机网络技术的蓬勃发展,网络化和全球化已成为不可抗拒的世界潮流,价格低廉并且连通全世界的电子信息通道已经形成,应用 Internet 网开展电子商务业务也开始具备实用的条件,电子商务获得长足发展的时机已经成熟。

1991 年 2 月,美国政府宣布 Internet 向社会公众开放,允许其在网上开发商业应用系统。从此开始,一直排除在 Internet 之外的商业贸易活动正式进入这个全球最大的网络王国。1993 年万维网(WWW, World Wide Web)在 Internet 上出现,使得 Internet 具备了支持多媒体的功能,从而扩大了 Internet 的应用范围,为各种网站尤其是商务网站的建立和运营提供信息和网络环境的支持。1995 年 Internet 上的商业业务信息首次超过了科教业务信息量,这是 Internet 之后产生爆炸性发展的标识,同时也是电子商务从此大规模起步发展的标志。

在 Internet 上进行商务活动,涉及到客户、商家、银行等的安全交易问题,如何解决这一问题关系到电子商务发展的关键。1996 年 2 月 VISA 与 Master Card 两大信用卡国际组织联合制定 SET(Secure Electronic Transfer Protocol, 安全电子交易协议),为开发基于 Internet 的电子商务提供了比较可靠的安全环境。该协议得到了 IBM, Microsoft, Netscape, GET, VeriSign 等一批技术领先的跨国公司的认可和支持。1994 年成立的美国网景公司(Netscape),推出了 SSL(Security Socket Layer, 安全套接层协议),用以弥补 Internet 上的主要协议 TCP/IP(Transmission Control Protocol / Internet Protocol)在安全性能上的缺陷(如难以确定用户身份等),支持企业与企业之间的电子商务。SSL 的缺陷是没有数字签名功能,没有授权和存取控制,不能抗抵赖,用户身份可能被冒充等。加拿大北方电讯公司(Nortel)所属的 Entrust 公司开发了 PKI(Public Key Infrastructure)技术可支持 SET, SSL, IP sec 及电子证书和数字签名,弥补了 SSL 协议的缺陷。IBM, Sun Microsystems 等公司均采用 PKI 技术,以支持企业与企业间的电子商务之安全结算。

随着 Internet 的普及和成熟以及安全电子交易技术、管理技术和相关法律法规的发展和建立,基于 Internet 的电子商务得到了飞速发展,涌现出了像亚马逊(amazon.com)网上书店、个人对个人拍卖网站 eBAY 公司、采用网络直销模式的美国戴尔(DELL)公司等著名基于 Internet 的电子商务企业。电子商务已逐渐成为全球经济的新的增长点和 Internet 应用的最大热点。据统计,1997 年底,全球 Internet 的网上用户达 1 亿个,年增长速度 60%,电子商务交易额 70 亿美元。2001 年 2 月,全球 Internet 用户已达 2.13 亿,包括电子商务在内的信息技术产业正在以比整个经济快一倍的速度增长,企业间基于 Internet 的电子商务之交易数额已超过 6 000 亿美元。显然,电子商务作为一种崭新的商务交易活动方式,已成为

推动未来经济增长的最关键动力,一个巨大的电子商务市场已在全世界的范围内形成。

### (三) E 概念电子商务阶段

从 2000 年初开始,人们对电子商务的认识逐渐由电子商务提高到 E 概念的高度,人们认识到电子商务实际上就是电子信息技术同商务应用的结合。而电子信息技术不但可以和商务活动结合,还可以和医疗、教育、金融、军事、政府等有关的应用领域结合,从而形成有关领域的 E 概念。例如:电子信息技术与医疗结合产生出电子医务——远程医疗;与教育结合孵化出电子教务——远程教育或网上大学;与金融结合产生出电子金融业务——在线银行和网上证券交易;与军事结合产生出电子军务——远程指挥;与政务结合产生出电子政务;同企业组织形式结合形成虚拟企业。相信随着电子信息技术的不断发展和社会需求的不断增加,人们会不断地为电子信息技术找到新的应用领域,必将产生出越来越多的 E 概念。E 时代必将来临。

## 二、世界各国政府和国际组织对电子商务发展的推动

真正的电子商务概念的提出并被全世界所接受,只有短短的五六年时间。在这短短的几年中电子商务得到了飞速的发展,其原由除了与 Internet 技术、网路安全技术等的飞速发展有关外,也与世界各国政府和国际组织的重视和推动是分不开的。了解这些对进一步理解电子商务的产生和发展是有帮助的。下面简要叙述主要国家的政府或国际组织对电子商务发展的支持和推动。

1996 年 6 月,联合国国际贸易法委员会提出了电子商务示范蓝本,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,以促进发展欧洲的电子商务,提高欧盟的全球竞争力。为此,欧盟在网络开放、平等接入、知识产权保护、安全认证等方面制定了一系列法规性文件和指令。

1997 年 2 月 5 日,美国与欧盟共同发表了有关电子商务的联合宣言,就电子商务的有关原则达成了一致意见。美国还与日本就电子商务问题正在进行谈判。

1997 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,克林顿政府还将国际互连网的影响与 200 年前的工业革命相提并论。在以后的国际论坛上,美国政府代表团都以此文件为准则,与世界各国商讨有关全球电子商务的政策和法规问题。该实施纲要的颁布标志着电子商务在美国的全面启动,同时也使许多国家和许多企业认识到推行电子商务的紧迫性和重要性。

1997 年底,国际商会牵头的世界电子商务会议在法国巴黎召开,183 名与会代表针对如何确保电子商务在全球统一规划和标准框架下顺利发展,做了积极的探讨,并就“贸易面临电子化,在数字时代赢利,电子交易的安全性,建立顾客信任、电子支付、电子商务的法律框架,Internet 的未来发展、政府在电子商务中的作用”等问题广泛交换了看法,为解决电子商务所遇到的难题,开出了一剂剂良方。

1998 年 10 月,世界经合组织在加拿大的渥太华召开了电子商务的专题讨论会,共同商讨促进全球电子商务发展的策略。会议推出了《全球电子商务行动计划》。

中国国家主席江泽民于 1998 年 11 月 18 日在亚太经合组织第六次领导人非正式会议上就电子商务问题发言时说,电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用推广将给各

成员带来更多的贸易机会。江泽民说:目前,电子商务尚处在起步阶段,发达成员和发展中成员之间存在较大差距。发达成员应为发展中成员普及电子商务提供必要的技术援助。“工欲善其事,必先利其器”。只有通过广泛、深入的技术交流与合作,才能使电子商务在亚太经合组织成员内得到协调发展。在发展电子商务方面,我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用,同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导,并为电子商务的发展提供良好的法律法规环境。我国从1997年开始,每年由信息产业部、国家经贸委和中国国际贸易促进会联合举办一次中国国际电子商务大会,对电子商务在全球的应用和发展、电子商务在各个领域的应用及电子商务的法律法规、认证等相关内容进行研讨和交流。

由 Ziff-Davis 杂志牵头,301 名世界著名 Internet 和 IT 业巨头、相关记者、民间团体、学者等参加,历时半年时间制定的世界上第一个电子商务标准(The Standard for Internet Commerce, Version 1.0—1999)于1999年12月14日公布。该标准已在相当程度上规范了利用 Internet 从事零售业的网上商店需要遵循的准则。

以上所有这些都说明,为创造一个适应 Internet 这一国际性媒体的电子商务框架,各国政府和国际组织正在进行积极的磋商和开拓性的工作。这些工作对全球电子商务的发展具有很重要的推动作用。

### 三、电子商务在我国的发展情况

电子商务在我国起步晚于西方发达国家,但其发展速度却很快。我国政府和企业界均敏锐地意识到电子商务将会对我国经济增长和企业竞争力产生巨大的影响,所以都非常重视电子商务的发展。1993年3月,我国与 Internet 接通,同年5月中国联网工作全部完成。中国的网路域名定为 .cn。1995年8月在北京召开的高能物理大会,就是通过中国网向全世界播发的。目前,国内有10个 Internet 国际出口,分别归口到中国科学院、国家教育部、信息产业部和原电子工业部四个国家指定的互联单位管理,从而形成了当前我国 Internet 市场的四大主流系统,即中国国家计算与网络设施工程 NCFC (The National Computing and Networking Facility of China)、中国教育和科研计算机网 CERNET (China Education and Research Network)、信息产业部的中国公用计算机网 CHINANET、原电子工业部的中国国家公用信息网或称金桥网 CHINAGBNET (China Gold Bridge Network),其中前两个为非赢利性质的。在此基础上我国又建立了通过 CHINANET 接入 Internet 的中国公众多媒体信息网。这些网路为我国电子商务的发展奠定了基础。

我国从20世纪90年代初开始,相继在国民经济的重要部门和信息基础较发达的行业实施了一系列的“金”字工程(如“金桥”、“金卡”、“金关”等)。这些金字工程同样为我国电子商务的发展打下一定的基础。

此外,中国远洋集装箱信息系统、中国商品交易网和中国商品订货系统、进出口许可证联网申领系统、原产地证书联网申领系统、金融证券实时交易系统等电子网络也相继建成。同时省级电子商务平台也陆续开始建设。我国大型企业,如海尔、美的、春兰等,从2000年3月投巨资开始发展电子商务;陕西电子商务示范工程于2000年3月启动;首都电子商城开始投入运营并取得较好的经济和社会效益。这些均说明了我国电子商务发展的强劲势头。

目前,我国(内地)的上网用户约3370万个,与去年同期相比增加了1120万个,增幅近50%,涌现出了像“珠穆朗玛—数字巅峰”(www.8848.net)和“雨虹网花”

(www.netflower.com.cn)等比较优秀的商务网站。我们相信,随着中国加入 WTO,我国上网用户将会持续增加,优秀的 Internet 商务网站或企业也将会不断涌现,我国电子商务的发展速度将会更快。

## 第二节 电子商务对社会经济产生的影响

电子商务是人类利用现代信息技术进行商品买卖活动的一种新的交易模式,它是 20 世纪最后的也是最重要的科技成果,其对人类社会经济的影响是非常重大和深远的。下面将根据唐春林等学者的总结来简要叙述一下电子商务对社会经济发展的影响。

### 1. 电子商务将改变商务活动的方式

过去一提到商务,人们不是联想到在一家商场中精疲力尽地搜索自己所需的商品,就是联想到在谈判桌前,买卖双方唇枪舌剑地谈判。而如今通过 Internet 就可以看见店面前台,人们不仅能身临其境地浏览各类产品,而且还能获得在线服务;不仅能够购买物理类产品,如汽车、电视机和录音机,也能购买数字类产品,如信息、录像、录音、数据库、软件及各类知识产品,还能获得各类服务,如安排旅游行程、网上医疗诊断和远程教育。

### 2. 电子商务将改变人们的消费方式

网上购物的最大特点是消费者的主导性,亦即购物意愿掌握在消费者手中。消费者足不出户,就可走遍世界,网上的搜索功能可方便地带着顾客货比多家,同时消费者将能以一种十分轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者的主权可以得到充分的体现。从而使消费者拥有更加个性化的选择,更多的便利与价格优惠。

### 3. 电子商务将改变企业的生产方式

电子商务是将商务活动的全过程搬到了快捷方便的互联网上进行,所以它极大地提高了商务活动的效率,减少了不必要的中间环节。消费者的个性化、特殊化需要可以完全通过网路展示在生产厂商的面前。为了满足消费者需求,占领市场,生产厂商必将采用小批量、多品种、“零库存”的灵巧、简捷的生产方式。

### 4. 电子商务将改变企业的经营管理方式

电子商务拉近了企业与顾客的距离,增加了企业与市场信息交流的实时性和互动性。这就要求企业的经营管理方式也必须与之相适应。传统的以“金字塔”式的管理结构为核心的企业经营管理模式必将向“扁平化”、“虚拟化”方向发展。

### 5. 电子商务将带来一个全新的金融业

电子货币与在线电子支付体系是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件。随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网路、银行电子支付系统、电子支票、电子现金等服务将会把传统的金融业带入一个全新的领域。届时,只要一卡在手,就可以周游全世界,就可足不出户,购买你想要的产品和服务。

### 6. 电子商务打破了时空等限制市场的壁垒

由于 Internet 已遍布世界各个角落,打破了传统的地域概念,同时,电子商务 24 小时全天候敞开门户,因此,它打破了诸如时间和距离等限制市场的壁垒,使电子商务具有了广阔的天地,并赋予了全球性的特征,充分实现了市场的公平竞争。

### 7. 电子商务将转变政府的行为

政府承担着大量的公共管理和公共服务职能。随着电子商务的快速发展,政府的管理和服务职能必须满足电子商务活动的要求。当企业基于电子商务进行生产经营、银行全部金融电子化、消费者实现网上消费时,必将对政府的管理行为提出新的要求。电子政务将随着电子商务的发展而成为一个重要的社会角色。

#### 8. 电子商务将促进国民经济信息化

电子商务是信息技术发展的必然结果,反过来,电子商务的发展也必将促进信息技术的发展,并全面推进国民经济信息化。这主要表现在如下方面:

- (1) 促进信息化硬件、软件和相关信息服务的发展;
- (2) 促进信息基础设施的建设和完善;
- (3) 加快三网合一的速度;
- (4) 促进信息产业与金融、教育、医疗等各产业的融合;
- (5) 提高政府统计系统的可靠性。

#### 9. 电子商务将对传统的商务政策和法规提出挑战

电子商务是基于互联网的一种新的贸易形式,它对传统的商务政策和法规提出了新的要求。电子商务带来的身份识别、电子签名、安全支付、合同认证、商业欺诈等方面的问题,需要加强相关法规和政策的建设完善。此外,税收问题、电子支付中的法律问题、知识产权问题等都是电子商务中所必须解决的软环境问题。

#### 10. 电子商务对国家和地区的发展具有深远的战略意义

电子商务改变了传统的贸易方式,创造出了无限的商机,成为全球社会关注的热点。哪一个国家或地区拥有了先进的电子商务,那它就会在全球经济中占了先机,并拥有主导地位。所以,世界各国政府均重视电子商务的发展。

总之,电子商务作为一种先进的商务活动,必将带来一场史无前例的产业革命。其对社会经济的影响将会远远超过商务本身,它将会把人类带入真正的信息社会。

### 第三节 电子商务的发展趋势

电子商务作为 21 世纪的新型贸易模式,其未来的发展趋势备受人们的关注。近年来,许多专家、学者、商家和咨询机构对未来的电子商务进行了展望。

#### 1. 电子商务的运作速度将更加迅捷

网络的响应速度是衡量一个 ISP 服务质量的重要参数,网上的信息检索与电子交易同样需要迅速的反应。借助于日益发展、完善的信息网络环境平台,电子商务需求的迅猛发展更是如虎添翼,动作速度更迅捷、业务交往个人化、通过 Web 购物、多方面用途正是电子商务的发展趋势之一。

#### 2. 电子商务将向纵深发展

随着电子商务基础设施的完善,电子商务的深度将进一步拓展,新一代的电子商务将浮出水面,取代目前简单地依托“网站+电子邮件”的方式。电子商务将从网上商店和门户的初级形态,过渡到将企业的核心业务流程、客户关系管理等全过程都延伸到 Internet 上,使产品和服务更贴近用户需求。互动和实时成为企业信息交流的共同特点,网络成为企业资源计划、客户关系管理及供应链管理的中枢神经。届时,电子商务可以支出从辨别用户需

求、企业内部产品研制、生产、检验、营销、用户发送订单、跟踪运送情况、接收票据和更新数据、用户调查,再到企业产品开发与改进等的全过程。

### 3. 电子商务将向各行各业渗透

电子商务的倡导者是世界 IT 业巨人 IBM、HP、Microsoft。电子商务的实施首先是金融服务业,如银行系统、股票买卖系统、保险业系统、图书销售和拍卖等服务业公司;其次是大型的跨国公司,如 DELL、通用汽车等;然后才是传统的加工制造业、零售业和中小型企业。最后,电子商务还要扩大到政府部门、军事部门、医疗和教育等公共事业部门,形成名副其实的 E 概念电子商务。

### 4. 电子商务将向个性化发展

由于电子商务使消费者和商家的距离更加贴近,消费者对商品和服务的个性化需求将会更加强劲,对个性化商品的深度参与也将成为必然。所以,对所有面对消费者的电子商务活动来说,提供多样化的服务,是决定成败的关键。这就要求电子商务必须向个性化发展。

### 5. 电子商务将向行业化或专业化发展

由于受风险资金的制约,网站的定位将从以往“大而全”的模式向行业化或专业化模式发展。今后几年内我国上网人口仍将是中高收入水平的人群为主,面向消费者的直线型商务网站和专业化商务网站前景看好。面向行业的专业电子商务发展潜力很大。

### 6. 电子商务网站将会出现兼并热潮

目前互联网上大大小小的网站有千万个,其中,有些为行业性网站,有些为功能性网站,不少网站定位相同或相近,业务内容趋同,尤其在我国这种问题更为严重。由于受资源条件的限制,对于这些相同或相近的网站,势必会被它们中的佼佼者兼并。对于不同类型的网站,虽然行业性网站具有行业优势,但却缺乏功能性专业知识,而功能性网站则欠缺行业经验及客户关系,二者的兼并或联合则可跨越行业性与功能性网站之间的沟壑,实现优势互补。在这类兼并或联合中,行业性网站将主要转向客户关系管理。

### 7. 电子商务将促使电子商务应用服务商 eASP (e-commerce Application Service Provider) 产生

电子商务是将来的主要交易模式,但对于为数众多的中小型企业来说,要想建立自己的电子商务网站,必须采用独立的基础架构与服务支持,这将使它们面临着投入大、运营成本高、投资回收期长、缺乏标准化的应用系统、软硬件需不断升级等一系列难题。为此,提供共享后台系统的新型网站和以租用形式服务于不同行业性网站的功能型网站,即 eASP,可望在近年内出现。

### 8. 电子商务将向全球化发展

随着互联网的全球化和国际电子商务环境的不断规范和完善,基于 Internet 的电子商务也必将遍布全球。

## 小 结

本章首先从电子商务的产生和发展历程,世界各国政府和国际组织对电子商务的支持和推动等方面入手,介绍了电子商务的产生和发展。从中可以看出,电子商务从产生到发展可分为三个阶段:EDI 电子商务、Internet 电子商务和 E 概念电子商务。然后,介绍了电子商务对社会经济产生的影响:电子商务作



为一种先进的商务活动必将带来一场史无前例的产业革命,其对社会经济的影响将会远远超过商务本身,它将会把人类带进真正的信息社会。最后,介绍了电子商务的发展趋势:纵深化、个性化、行业化或专业化、全球化等将成为电子商务发展的趋势。

### 思 考 题

1. 谈谈电子商务的产生和发展。
2. 电子商务会对社会经济产生哪些影响?除了书上介绍的外,试想还有那些影响?
3. 试展望电子商务未来的发展趋势。