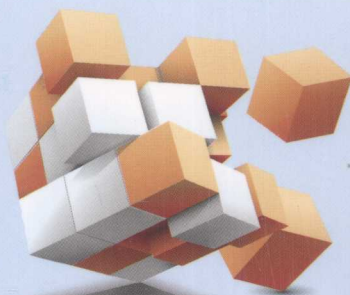


全国高等院校电子商务系列实用规划教材



# 电子商务项目教程

主 编 芦 阳

- ✓ 关注电子商务前沿并紧跟其发展主流
- ✓ 系统全面地介绍电子商务整体框架
- ✓ 构造真实的实训项目来培养实践技能
- ✓ 多种习题类型全面巩固相关理论知识



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

013065145

F713.365.2  
24

全国高等院校电子商务系列实用规划教材

# 电子商务项目教程

主 编 芦 阳  
副主编 郑素苹 李 敏  
孔令婷 任其俊



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS



北航

C1672661

F713.365.2  
24

## 内 容 简 介

本书是以电子商务系统的各个组成部分作为项目,以电子商务知识框架的构造为主线,以电子商务基本技能的培养为重点的项目教程。全书共分八个项目,主要内容包括认识电子商务、选择电子商务模式、构建电子商务网络平台、设计电子商务支付系统、建设电子商务安全体系、开展网络营销、构建电子商务物流体系和应用移动电子商务。本书以项目为依托,以电子商务系统的各个组成部分作为要素来组织内容,每个项目均根据电子商务系统的要求设置工作任务,每个工作任务以相应的知识基础为铺垫,将电子商务理论知识、方法与技能融入完成工作任务的过程中,实现教、学、做一体化。

本书可作为高等院校电子商务、市场营销等相关专业的教材,亦可作为在职人员的培训用书,还可作为成人高校学生的自学用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务项目教程/芦阳主编. —北京:北京大学出版社, 2013.8

(全国高等院校电子商务系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-23071-8

I. ①电… II. ①芦… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 191861 号

书 名: 电子商务项目教程

著作责任者: 芦 阳 主编

策 划 编 辑: 刘 丽

责 任 编 辑: 刘 丽

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-23071-8/TP · 1306

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博:@北京大学出版社

电 子 信 箱: pup\_6@163.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 23.75 印张 570 千字

2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 45.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

# 前言

随着信息技术的普及,电子商务已经成为人们学习工作生活中不可或缺的组成部分。从浏览网页到网上购物,从信息查询到网上预订,从网络营销到移动商务,电子商务使传统意义上的商务活动发生了技术上、理念上的巨大变化,形成了一种全新的商务方式,同时,也对网络时代的人才培养活动提出了新的要求。

电子商务是一门基础性较强的课程,它通过系统地介绍电子商务的基本理论、基本知识、基本技术、基本应用等内容,并运用实践的方式使学生形成对电子商务基本知识的理解及应用,从而系统地构建起电子商务的知识体系及基本框架。因此,该课程内容覆盖面广,理论与实践结合紧密,具有较强的实践性、基础性和实用性特征。但是传统的电子商务教材往往将重点放在理论知识方面,对学生职业能力的塑造、实践技能的培养等存在缺失,造成了学生在面对具体工作时,缺乏对电子商务知识体系的清晰认识和电子商务主要业务的操作技能。为了改变这种情况,编者在研究国内外优秀教材及教学方法的基础上,结合教育部对高等院校人才培养的要求,将多年来参与和指导电子商务实践的经验进行总结,编写了本书。

本书以电子商务系统的各个组成部分作为项目,以电子商务知识框架的构造为主线,以电子商务基本技能的培养为重点,按照“知识理论实践一体化”的原则,设计课程思路。本书共分八个项目,每个项目由知识目标、实训目标、问题导入、知识基础、工作任务、项目小结和课后练习等模块组成,穿插应用实例、阅读资料、动手动脑等栏目,将电子商务实践技能的培养融入具体的业务实践当中,通过构造真实的实训项目来培养学生的实践技能。全书整体结构设计科学,业务流程清晰,内容丰富,形式灵活,让学生边学、边做、边总结,从而达到“在学习中实践,在实践中学习,在学习实践中提高”之目的。

本书的特色突出体现在以下两个方面:一是基于电子商务知识体系的框架来构建“项目—任务”的课程结构。本书以项目为依托,以电子商务系统的各个组成部分作为要素来组织内容,将学习内容转化为学习性工作任务,每个项目均根据电子商务系统的要求设置具体的工作任务,每个工作任务以相应的知识基础为铺垫,将电子商务理论知识、方法与技能融入完成工作任务的过程中,实现教、学、做一体化。二是突出学生自主学习,实施团队化运作。本书设计的工作项目和任务模拟电子商务实践,以项目小组(团队)方式开展实训,充分发挥学生的自主性和积极性,将教材从教师的授课参考书转化为教师指导与服务学生的系统方案,使学生在自主完成各项任务的过程中掌握技能,提升综合能力。

本书由中州大学芦阳任主编,郑素苹、李敏、孔令婷和任其俊任副主编。其中,项目一、项目二、项目六由芦阳编写,项目四由郑素苹编写,项目三由李敏编写,项目七由孔令婷编写,项目五、项目八由任其俊编写。全书由芦阳总纂定稿,电子课件由芦阳负责制作。



编者在编写本书的过程中,借鉴了大量文献资料,在此对相关作者表示感谢!

由于编者水平有限，不妥之处敬请广大读者批评指正，并对本书提出宝贵的修改意见。

编者

2013 年 5 月

## 北京大学出版社本科电子商务与信息管理类教材(已出版)

| 序号 | 标准书号          | 书 名                      | 主 编 | 定 价   |
|----|---------------|--------------------------|-----|-------|
| 1  | 7-301-12349-2 | 网络营销                     | 谷宝华 | 30.00 |
| 2  | 7-301-12351-5 | 数据库技术及应用教程(SQL Server 版) | 郭建校 | 34.00 |
| 3  | 7-301-17475-3 | 电子商务概论(第2版)              | 庞大莲 | 42.00 |
| 4  | 7-301-12348-5 | 管理信息系统                   | 张彩虹 | 36.00 |
| 5  | 7-301-13633-1 | 电子商务概论                   | 李洪心 | 30.00 |
| 6  | 7-301-12323-2 | 管理信息系统实用教程               | 李 松 | 35.00 |
| 7  | 7-301-14306-3 | 电子商务法                    | 李 瑞 | 26.00 |
| 8  | 7-301-14313-1 | 数据仓库与数据挖掘                | 廖开际 | 28.00 |
| 9  | 7-301-12350-8 | 电子商务模拟与实验                | 喻光继 | 22.00 |
| 10 | 7-301-14455-8 | ERP 原理与应用教程              | 温雅丽 | 34.00 |
| 11 | 7-301-14080-2 | 电子商务原理及应用                | 孙 睿 | 36.00 |
| 12 | 7-301-15212-6 | 管理信息系统理论与应用              | 吴 忠 | 30.00 |
| 13 | 7-301-15284-3 | 网络营销实务                   | 李蔚田 | 42.00 |
| 14 | 7-301-15474-8 | 电子商务实务                   | 仲 岩 | 28.00 |
| 15 | 7-301-15480-9 | 电子商务网站建设                 | 臧良运 | 32.00 |
| 16 | 7-301-15694-0 | 网络金融与电子支付                | 李蔚田 | 30.00 |
| 17 | 7-301-16556-0 | 网络营销                     | 王宏伟 | 26.00 |
| 18 | 7-301-16557-7 | 网络信息采集与编辑                | 范生万 | 24.00 |
| 19 | 7-301-16596-6 | 电子商务案例分析                 | 曹彩杰 | 28.00 |
| 20 | 7-301-16717-5 | 电子商务概论                   | 杨雪雁 | 32.00 |
| 21 | 7-301-05364-5 | 电子商务英语                   | 覃 正 | 30.00 |
| 22 | 7-301-16911-7 | 网络支付与结算                  | 徐 勇 | 34.00 |
| 23 | 7-301-17044-1 | 网上支付与安全                  | 帅青红 | 32.00 |
| 24 | 7-301-16621-5 | 企业信息化实务                  | 张志荣 | 42.00 |
| 25 | 7-301-17246-9 | 电子化国际贸易                  | 李辉作 | 28.00 |
| 26 | 7-301-17671-9 | 商务智能与数据挖掘                | 张公让 | 38.00 |
| 27 | 7-301-19472-0 | 管理信息系统教程                 | 赵天唯 | 42.00 |
| 28 | 7-301-15163-1 | 电子政务                     | 原忠虎 | 38.00 |
| 29 | 7-301-19899-5 | 商务智能                     | 汪 楠 | 40.00 |
| 30 | 7-301-19978-7 | 电子商务与现代企业管理              | 吴菊华 | 40.00 |
| 31 | 7-301-20098-8 | 电子商务物流管理                 | 王小宁 | 42.00 |
| 32 | 7-301-20485-6 | 管理信息系统实用教程               | 周贺来 | 42.00 |
| 33 | 7-301-21044-4 | 电子商务概论                   | 苗 森 | 28.00 |
| 34 | 7-301-21245-5 | 管理信息系统实务教程               | 魏厚清 | 34.00 |
| 35 | 7-301-22125-9 | 网络营销                     | 程 虹 | 38.00 |
| 36 | 7-301-22122-8 | 电子证券与投资分析                | 张德存 | 38.00 |
| 37 | 7-301-22118-1 | 数字图书馆                    | 奉国和 | 30.00 |
| 38 | 7-301-22350-5 | 电子商务安全                   | 蔡志文 | 49.00 |
| 39 | 7-301-22121-1 | 电子商务法                    | 郭 鹏 | 38.00 |
| 40 | 7-301-22393-2 | ERP 沙盘模拟教程               | 周 菁 | 26.00 |
| 41 | 7-301-22779-4 | 移动商务理论与实践                | 柯 林 | 43.00 |
| 42 | 7-301-23071-8 | 电子商务项目教程                 | 芦 阳 | 45.00 |

相关教学资源如电子课件、电子教材、习题答案等可以登录 [www.pup6.com](http://www.pup6.com) 下载或在线阅读。

扑六知识网([www.pup6.com](http://www.pup6.com))有海量的相关教学资源和电子教材供阅读及下载(包括北京大学出版社第六事业部的相关资源),同时欢迎您将教学课件、视频、教案、素材、习题、试卷、辅导材料、课改成果、设计作品、论文等教学资源上传到 [pup6.com](http://pup6.com), 与全国高校师生分享您的教学成就与经验,并可自由设定价格,知识也能创造财富。具体情况请登录网站查询。

如您需要免费纸质样书用于教学,欢迎登录第六事业部门户网([www.pup6.com](http://www.pup6.com))填表申请,并欢迎在线登记选题以到北京大学出版社来出版您的大作,也可下载相关表格填写后发到我们的邮箱,我们将及时与您取得联系并做好全方位的服务。

扑六知识网将打造成全国最大的教育资源共享平台,欢迎您的加入——让知识有价值,让教学无界限,让学习更轻松。

联系方式: 010-62750667, [dreamliu3742@163.com](mailto:dreamliu3742@163.com), [lihu80@163.com](mailto:lihu80@163.com), 欢迎来电来信。

# 目 录

## 项目一 认识电子商务 ..... 1

### 任务一 理解电子商务的基本含义 ..... 2

#### 一、电子商务的概念 ..... 2

#### 二、电子商务的概念模型 ..... 4

#### 三、电子商务的功能 ..... 5

#### 四、电子商务的特点 ..... 6

#### 五、电子商务的分类 ..... 8

### 任务二 了解电子商务的产生与发展 ..... 11

#### 一、电子商务的产生基础 ..... 11

#### 二、电子商务的发展过程 ..... 12

#### 三、国外电子商务的发展状况 ..... 13

#### 四、中国电子商务的发展状况 ..... 15

### 任务三 了解电子商务的优势与影响 ..... 24

#### 一、电子商务与传统商务的区别 ..... 24

#### 二、电子商务的优势 ..... 27

#### 三、电子商务的影响 ..... 28

### 任务四 了解电子商务的法律法规 ..... 35

#### 一、电子商务立法的必要性 ..... 35

#### 二、电子商务法律法规的概念、特点与作用 ..... 35

#### 三、电子商务法律法规的内容 ..... 37

#### 四、国内外电子商务法律体系的建设和实践 ..... 43

### 项目小结 ..... 46

### 课后练习 ..... 48

## 项目二 选择电子商务模式 ..... 51

### 任务一 理解电子商务模式的基本含义 ..... 53

#### 一、商务模式 ..... 53

#### 二、电子商务模式 ..... 54

### 任务二 掌握 BtoB 电子商务模式 ..... 56

#### 一、BtoB 电子商务的含义、特点与优势 ..... 56

#### 二、BtoB 电子商务的盈利模式 ..... 60

#### 三、BtoB 电子商务的类型 ..... 62

#### 四、BtoB 电子商务的交易过程 ..... 66

#### 五、企业开展 BtoB 电子商务的基础 ..... 68

### 任务三 掌握 BtoC 电子商务模式 ..... 70

#### 一、BtoC 电子商务的含义、特点与优势 ..... 70

#### 二、BtoC 电子商务的支持体系 ..... 72

#### 三、BtoC 电子商务的盈利模式 ..... 73

#### 四、BtoC 电子商务的交易流程 ..... 76

#### 五、企业开展 BtoC 电子商务的影响因素 ..... 77

### 任务四 掌握 CtoC 电子商务模式 ..... 83

#### 一、CtoC 电子商务的含义 ..... 84

#### 二、CtoC 电子商务的优势 ..... 84

#### 三、CtoC 电子商务的运作模式 ..... 85

### 项目小结 ..... 102

### 课后练习 ..... 103

## 项目三 构建电子商务网络平台 ..... 106

### 任务一 掌握基本的网络技术 ..... 107

#### 一、计算机网络的概念与功能 ..... 107

#### 二、计算机网络的构成 ..... 109

#### 三、计算机网络的分类 ..... 112

### 任务二 掌握基本的 Internet 技术 ..... 118

#### 一、Internet 的产生与发展 ..... 118

#### 二、Internet 接入技术 ..... 121

#### 三、TCP/IP ..... 126

#### 四、IP 地址与域名 ..... 127

#### 五、Internet 服务 ..... 129

### 任务三 建设电子商务系统 ..... 145

#### 一、电子商务系统的结构 ..... 145

#### 二、电子商务系统开发的主要形式 ..... 147

### 项目小结 ..... 152

### 课后练习 ..... 153

## 项目四 设计电子商务支付系统 ..... 156

### 任务一 了解电子商务支付系统 ..... 157

#### 一、电子商务支付系统的概念 ..... 158

#### 二、电子商务支付系统的构成 ..... 159

#### 三、电子商务支付系统的特点与优势 ..... 160

#### 四、电子商务支付系统的功能 ..... 162



|                             |     |                              |     |
|-----------------------------|-----|------------------------------|-----|
| 任务二 掌握电子商务支付系统的基本模式 .....   | 164 | 四、微博推广 .....                 | 278 |
| 一、信用卡支付方式 .....             | 164 | 五、新闻组 .....                  | 280 |
| 二、电子支票支付方式 .....            | 167 | 六、E-mail 营销 .....            | 281 |
| 三、电子现金支付方式 .....            | 169 | 项目小结 .....                   | 286 |
| 四、第三方支付 .....               | 171 | 课后练习 .....                   | 287 |
| 五、移动支付 .....                | 175 | <b>项目七 构建电子商务物流体系</b> .....  | 291 |
| 任务三 掌握网上银行的应用 .....         | 183 | 任务一 了解电子商务物流 .....           | 292 |
| 一、网上银行的概念 .....             | 184 | 一、物流和物流管理的定义 .....           | 293 |
| 二、网上银行的特点与优势 .....          | 185 | 二、物流的分类 .....                | 294 |
| 三、网上银行的功能 .....             | 186 | 三、物流的功能 .....                | 296 |
| 项目小结 .....                  | 202 | 四、现代物流的特点 .....              | 299 |
| 课后练习 .....                  | 204 | 五、电子商务与物流的关系 .....           | 301 |
| <b>项目五 建设电子商务安全体系</b> ..... | 207 | 六、电子商务物流的发展趋势 .....          | 303 |
| 任务一 了解电子商务安全现状 .....        | 208 | 任务二 了解电子商务物流模式 .....         | 306 |
| 一、电子商务面临的安全威胁 .....         | 209 | 一、自营物流模式 .....               | 306 |
| 二、电子商务的安全性要求 .....          | 212 | 二、物流联盟模式 .....               | 309 |
| 任务二 掌握电子商务安全技术 .....        | 215 | 三、第三方物流 .....                | 312 |
| 一、电子商务的安全体系 .....           | 215 | 四、第四方物流 .....                | 315 |
| 二、数据加密技术 .....              | 216 | 任务三 了解电子商务与供应链管理 .....       | 318 |
| 三、身份认证技术 .....              | 219 | 一、供应链 .....                  | 318 |
| 四、防火墙技术 .....               | 224 | 二、供应链管理 .....                | 319 |
| 五、防杀病毒技术 .....              | 227 | 三、电子商务下的供应链管理 .....          | 324 |
| 项目小结 .....                  | 234 | 项目小结 .....                   | 333 |
| 课后练习 .....                  | 235 | 课后练习 .....                   | 335 |
| <b>项目六 开展网络营销</b> .....     | 238 | <b>项目八 应用移动电子商务</b> .....    | 339 |
| 任务一 了解网络营销 .....            | 239 | 任务一 了解移动电子商务 .....           | 340 |
| 一、网络营销的产生 .....             | 240 | 一、移动电子商务的定义 .....            | 340 |
| 二、网络营销的基本内涵 .....           | 241 | 二、移动电子商务与传统电子商务的比较 .....     | 341 |
| 三、网络营销的特点与功能 .....          | 242 | 三、移动电子商务的特点与优势 .....         | 343 |
| 四、网络营销的优势与缺陷 .....          | 244 | 四、移动电子商务的发展状况 .....          | 345 |
| 五、网络营销与传统营销 .....           | 245 | 任务二 了解移动电子商务应用 .....         | 351 |
| 任务二 制定网络营销策略 .....          | 256 | 一、移动支付 .....                 | 351 |
| 一、网络营销产品与服务策略 .....         | 257 | 二、手机银行 .....                 | 355 |
| 二、网络营销价格策略 .....            | 261 | 三、移动办公 .....                 | 357 |
| 三、网络营销渠道策略 .....            | 263 | 四、手机娱乐服务 .....               | 358 |
| 四、网络营销促销策略 .....            | 264 | 五、移动定位 .....                 | 361 |
| 任务三 实施网络营销站点推广 .....        | 274 | 项目小结 .....                   | 365 |
| 一、交换链接 .....                | 274 | 课后练习 .....                   | 367 |
| 二、网络社区 .....                | 275 | <b>附录 电子商务项目教程课程建议</b> ..... | 369 |
| 三、病毒性营销 .....               | 277 | <b>参考文献</b> .....            | 372 |



## 认识电子商务

# 项目一

### 知识目标

- 掌握电子商务的基本内涵、本质、特点及功能。
- 了解电子商务的产生与发展。
- 了解中国电子商务发展的现状。
- 理解电子商务与传统商务的区别及电子商务的特点与优势。
- 了解电子商务的法律法规。

### 实训目标

- 能够对企业开展电子商务的优势进行分析。
- 能够对中国电子商务发展现状进行分析。

 问题导入

## 淘宝网创造“双十一”网购神话

据2012年11月12日《央广财经评论》报道,在2012年“光棍节”,也就是2012年11月11日,淘宝网、天猫一手缔造的“双十一购物狂欢节”创造出惊人的销售神话。淘宝网和天猫隶属的阿里巴巴集团11月12日凌晨确认,“双十一”这天,天猫和淘宝网的支付宝总销售额达到191亿元,其中,天猫销售额达132亿元,淘宝网销售额59亿元。从零点上线开始,8分钟的交易额就突破1亿元;37分钟时,淘宝网和天猫的支付宝交易额累计已过10亿元;下午13时38分,天猫平台交易额突破100亿元。根据淘宝网披露的“双十一”活动的详细数据,当天有109家天猫的店铺支付宝成交额突破千万,其中2家超6 000万元,3家超5 000万元,杰克琼斯(单店)、全友家居(单店)、骆驼(集团)、GXG(集团)的销售额过亿元。

从2009年起,淘宝网让11月11日这一“光棍节”变成了消费者网购狂欢节,传统百货、服装与电器业促销黯然失色,仅苏宁电器旗下易购从2012年起有能力参与该电商业大促。

天猫总裁张勇当天在微博表示:“100亿,不是梦想。这是电子商务的力量,是消费者的力量。事实证明,中国消费者的消费力是巨大的。利用电子商务,就能激发巨大的内需增量,引发产业的巨大变革。”

**问题:** (1) 电子商务是对传统商务的巨大挑战吗?

(2) 电子商务的发展趋势是什么?

**点评:**“双十一”网购神话是中国新兴商业模式的巨大魅力和所具有的广阔前景的直接展现。正是因为互联网的无限延展性,使得单日过百亿这种巨量的销售业绩在互联网时代不再成为神话。经过二十多年的发展,电子商务初期的稚嫩已经过去,成熟的传统零售也正面临着转型升级,可以预见的是,在未来很长时间内,电子商务这一新兴商业模式将与传统经济模式在竞争与合作中长期共存,共同推动现代商业经济的繁荣。

## 任务一 理解电子商务的基本含义

### 知识基础 电子商务的基本含义

完成本任务所需要的知识基础包括电子商务(Electronic Commerce)的概念和概念模型,电子商务的功能、特点、分类等理论。

#### 一、电子商务的概念

随着电子技术和互联网的高速发展,新的信息技术作为工具被引入到商贸活动中,形成了新兴的商业活动模式——电子商务。基于网络和信息技术的电子商务从一出现便显示出巨大的成长空间,并开始受到各国政府和各类企业的高度重视,迅速在全世界范围内得到广泛应用。电子商务的兴起也引起了相关理论研究的跟进,一些国际组织、政府、企业

界人士和学者,根据各自对电子商务的理解,给出了许多不同的概念。其中,比较有代表性的定义包括以下几种。

1997年11月,国际商会在巴黎举行的世界电子商务大会上对电子商务的定义为:电子商务是指整个贸易活动的电子化。从交易方式的角度来看,电子商务是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;从技术的角度来看,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(Electronic Data Interchange, EDI)、电子邮件(E-mail)]、获得数据(如共享数据库和电子公告板)及自动捕获数据(如条形码)等技术。

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及资金的转账活动,还包括企业之间和企业内部应用 E-mail、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、销售及商务谈判等)。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中指出:电子商务是通过互联网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等。全球电子商务将会涉及世界各国。

IBM公司认为:电子商务是在 Internet 等网络的广泛联系及传统信息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,是内部网、外部网和电子商务三个层面的结合应用。

美国权威学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B. 惠斯顿在其名著《电子商务前沿》中指出:广义地讲,电子商务是一种现代商业方法,这种方法通过改进产品和服务质量,提高服务传输速度,进而满足政府组织、厂商和消费者降低成本的需求。

通过对上述定义进行总结,可以看出,对电子商务的界定必须包含三个方面的内容:一是商务活动;二是电子信息技术手段;三是商务效能的改善。其中,电子信息技术是电子商务活动的技术载体,商务活动是电子商务的本质,而商务效能的改善则是商务与电子信息技术相融合的核心。

基于此,本书认为,从广义上来说,电子商务是各种具有商业活动能力的实体(包括生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构及个人消费者等)利用网络和信息技术的各种商业活动;从狭义上来说,电子商务是各种交易主体利用互联网所进行的贸易活动。

全面深入地理解电子商务的概念应注意以下几个方面。

(1) 网络和先进的电子信息技术是电子商务的技术载体。电子商务的实现技术主要包括网络技术、计算机技术、EDI、数据存储分析处理技术等。这些先进技术为电子商务活动提供了快捷、高效的电子工具,使电子商务活动能够高效率、高效益、低成本地进行。因此,网络和电子信息技术是电子商务实现的手段。

(2) 电子商务的核心是商务。尽管电子商务的开展需要利用网络和电子信息技术,但是从本质上看,电子商务是实现以商品交换为目的的各种商务活动。先进技术的应用只是改变了传统商务的实现形式,使在传统环境中开展的商务活动能够在网络的虚拟空间开展起来。但是,形式的改变并没有改变商务活动中各交易主体之间的交换关系。因此,电子商务的核心仍然是商务,技术只是电子商务的手段。

(3) 电子商务不仅局限于网上销售。电子商务涵盖了企业的采购、产品开发、生产、销售、服务支持、形象宣传及内部管理等各个方面,网上销售产品只是电子商务活动的一部分,但不是全部。



(4) 掌握现代信息技术与商务理论及实务的复合型人才是发展电子商务的关键。电子商务是现代信息技术与商务的有机结合,所以,合格的电子商务人才必然是掌握现代信息技术、掌握现代商贸理论与实务的复合型人才。无论是一个企业还是一个国家,成功发展电子商务的关键都在于是否拥有大批掌握现代信息技术与商务理论及实务的复合型人才。



### 阅读资料

## 电子商务的概念辨析

E-Commerce(EC)和 E-Business(EB)具有以下区别。

EC 是指服务(Service),顾客与产品或服务提供者之间的商务关系,如顾客在网络上购买商品,并享受商品或服务提供者提供的服务等,属于 EC。

EB 是指一种更宽泛的商业关系,Business 是包含了现实社会中各种各样的商业关系,因此,EB 的概念更加宽泛。它不仅包括产品或服务提供者与顾客或商家与生产商之间的商务关系,而且还包括生产商与原料生产商之间的商务关系,以及商家、生产商和原料生产商与政府部门之间的商务关系等,涉及内容不仅有网上交易,而且还包括供应链、客户关系管理和企业内部管理等。



### 动手动脑

电话订餐、电话预订机票等业务是否属于电子商务?为什么?

## 二、电子商务的概念模型

电子商务从宏观上看,是信息时代的一次革命,是通过电子手段建立的一种新的经济秩序,它不仅涉及电子技术和商业交易本身,而且涉及包括金融、税务、教育等社会其他层面;从微观上看,电子商务是各种具有商业活动能力的主体(生产企业、商业企业、金融机构、政府组织和个人消费者等)利用网络和先进的电子信息技术所进行的各种商贸活动。本书主要关注微观角度的电子商务。

一次典型的电子商务交易过程由电子商务交易主体、电子市场和交易事务等基本要素构成,各种电子商务交易主体都要在电子市场中完成各项交易事务,并伴随着物流、资金流和信息流。因此,电子商务概念模型可以描述为电子商务交易主体和电子市场之间以物流、资金流和信息流为主要内容的各项交易事务,如图 1.1 所示。

### (一) 电子商务交易主体

电子商务交易主体是指能够从事电子商务活动的经济实体,包括生产企业、商业企业、银行、政府机构、个人及各种中介机构等。

### (二) 电子市场

电子市场指电子商务交易主体从事商务活动的场所。在电子商务活动中,电子市场是

由电子商务活动的参与者,利用信息技术和各种软硬件,通过网络连接成的统一的、拥有各种信息和资源的、虚拟的交易平台。

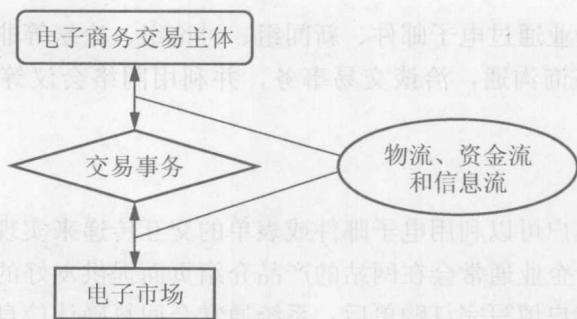


图 1.1 电子商务概念模型

### (三) 电子商务中的交易事务

电子商务中的交易事务是指电子商务交易主体之间所从事的具体商务活动,如报价、询价、转账支付、广告宣传、物流配送等。

### (四) 电子商务中的物流、资金流和信息流

电子商务中的任何一笔交易,都包含着物流、资金流和信息流。其中,物流是商品实体和服务的配送和传输渠道,由运输、装卸、储存、配送、保管、物流信息管理等一系列具有时间和空间效用的经济活动组成。资金流主要是指资金的转移过程,包括付款、转账、结算、汇兑等。信息流是电子商务交易主体之间的信息传递与交流的过程,既包括商品信息的提供、促销营销、技术支持、售后服务等内容,也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。电子商务活动中的各种交易事务均是由物流、资金流和信息流所构成的。

电子商务概念模型清晰地显示出电子商务的本质是电子商务交易主体在电子市场中所从事的各种商务活动,这些商务活动通过物流、资金流和信息流表现出来。



### 动手动脑

描述一次电子商务交易中所涉及的具体的物流、资金流和信息流。

## 三、电子商务的功能

基于互联网的电子商务突破了时间和空间的限制,在很大程度上改变了传统商务活动的形式,丰富了传统商务的内容,具备了广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、物流服务、意见征询和交易管理等多项功能。

### (一) 广告宣传

互联网是全世界容量最大、效率最高的信息传播工具,通过互联网发布商务信息是电子商务的基本功能之一。开展电子商务的企业可以利用网站、电子邮件、即时通信工具等

多种手段,以较低的成本、较快的速度发布各种商务信息,并取得较好的传播效果。

## (二) 咨询洽谈

电子商务可以使企业通过电子邮件、新闻组、讨论组、论坛等非实时通信工具了解市场和商品信息,进行咨询沟通,洽谈交易事务,并利用网络会议等工具进行实时的信息交流。

## (三) 网上订购

在网络平台上,客户可以利用电子邮件或表单的交互传递来实现网上订购。为方便客户顺利完成订购过程,企业通常会在网站的产品介绍页面提供友好的订购提示信息和订购交互格式的表单,当客户填写完订购单后,系统通常会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。

## (四) 网上支付

网上支付是完整的电子商务过程中必不可少的环节。客户和商家之间可使用电子支票、银行卡、电子现金、电子钱包等工具进行网上支付。网上支付可以帮助买卖双方缩短交易时间,降低交易成本。

## (五) 物流服务

物流服务是电子商务的交易得以完成的重要环节,它通过物流配送系统将客户购买的商品尽快地传递到客户的手中。对于有实体形态的商品,电子商务系统可以借助物流体系实现商品的转移;对于各种没有实体形态的信息类商品,可以直接通过网络进行传输。

## (六) 意见征询

企业可以利用网站、电子邮件、新闻组等工具,及时地收集客户对其产品和服务的意见和建议,这可以促使企业提高产品和服务质量,发现新的市场机会,与客户建立良好的合作关系。

## (七) 交易管理

企业的交易管理是对企业内部所有资源,以及企业外部的合作者、消费者、政府部门及相关组织等各方面的协调与管理。因此,交易管理实际上是涉及商务活动全过程的管理。企业可以利用电子商务系统,实现各种信息和资源的实时传输和汇总,及时处理各种问题,保证企业的正常运转。

# 四、电子商务的特点

电子商务利用现代信息技术将传统商务活动中的物流、资金流和信息流的传递方式进行整合,以电子方式实现商务信息的传递和交换,从而达到提高商业运作效率的目的。与传统商务相比,电子商务具有以下突出特点。

## (一) 交易虚拟化

利用电子信息技术进行的贸易活动,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,均可

以通过计算机网络完成,整个交易完全虚拟化,无须面对面交易。对卖方来说,可以建立自己的网站,并直接发布信息;也可以利用已有的网络中介机构发布商品信息,通过各种电子化的信息传输工具与买家进行沟通洽谈,达成交易意向,签订电子合同,通过网络实现资金的转移与支付。

### (二) 交易成本低

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在:第一,通过网络传递信息的成本远低于信件、电话及传真,同时,缩短时间及减少重复的数据录入也能够直接降低信息成本。第二,买卖双方通过网络进行商务活动,无须中介者参与,减少了交易的有关环节,从而节省中介成本。第三,卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,节省了发布广告、发放印刷品等方面的费用,并能节省大量的文件处理费用。第四,互联网使买卖双方能够及时沟通信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而大幅度降低库存成本。第五,企业通过网络把其公司总部、代理商及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起,及时地对各地市场情况作出反应,即时生产、即时销售、降低存货,采用高效快捷的配送公司提供物流服务,从而降低产品成本;并可以提高内部信息传递的效率,降低管理成本。

### (三) 交易效率高

电子商务的高效性是建立在先进的信息技术基础之上的。借助于网络 and 现代信息技术,整个交易流程都可以直接通过网络,采用电子化的方式进行,缩短了交易时间,大大提高了商务活动的效率;同时,电子商务能够实现商业信息的便利储存和快速传递,使买卖双方的信息交流和沟通更加快捷。此外,企业还可以充分利用互联网上的丰富资源,及时掌握供求信息,从而对市场需求作出快速反应,提高产品设计、开发和生产的速度,做到即时生产、即时销售。

### (四) 交易协作性

电子商务活动是一个涉及多个参与主体、由多个环节组成的过程。电子商务的实现,需要参与交易的各方,如客户、生产商、批发商、零售商、物流公司等按照一定的规则来协调开展,同时,银行、交通、通信、保险、政府等诸多外部部门也应同时参与并发挥作用,才能实现全过程的电子商务。随着电子商务应用领域的不断扩展,协调的范围也在不断扩大,过程也更加自动化。只有企业内外部各个业务部门之间相互协调、配合,才能真正体现电子商务的优势与价值。

### (五) 交易集成性

电子商务系统能够有效协调企业的新技术的开发运用和原有技术的改造,使企业充分整合各种内外部资源来实现生产、销售及客户服务的高效运作。同时,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。这种事务处理的整体性和统一性不仅能提高各种资源的利用效率,而且也能提高企业电子商务系统运行的可靠性。



## 五、电子商务的分类

按照不同的分类方式,可以将电子商务分为以下不同的类型。

### (一) 按照交易主体的类型不同分类

电子商务的交易主体主要包括企业(Business)、消费者(Consumer)、政府机构(Government)和中介组织。其中,中介组织的主要功能是为电子商务的实现与开展提供技术、管理和服务支持,不直接参与电子商务交易过程;而企业、消费者和政府组织则是以商业活动主体的身份直接参与电子商务交易过程。因此,按照这三类主体参与电子商务活动的角色不同,可以将电子商务分为企业对企业的电子商务(Business to Business, BtoB, B2B)、企业对消费者的电子商务(Business to Consumer, BtoC, B2C)、消费者对消费者的电子商务(Consumer to Consumer, CtoC, C2C)和企业对政府的电子商务(Business to Government, BtoG)等几类。

BtoB是企业与企业之间通过互联网进行的各种商务活动,如谈判、订货、签约、付款及索赔处理、商品发送管理等。BtoB是电子商务的一种重要模式,也是企业在激烈的市场竞争中改善竞争条件、建立竞争优势的主要方式。无论从交易额看,还是从交易范围看,BtoB都有着举足轻重的地位,是现在和未来电子商务发展的主流。阿里巴巴、慧聪网等从事的都是BtoB。

BtoC是企业 and 消费者利用互联网进行的商务活动。BtoC是目前电子商务发展最为成熟、形式最为多样、参与者最多的电子商务活动。京东商城、当当网、卓越亚马逊等是从事这类电子商务活动的典型代表。

CtoC是指消费者之间通过网上交易平台实现交易的一种电子商务活动,产品拥有者通过网络发布产品信息,产品需求者对其所需要的产品进行出价,卖方选择出价最高者达成交易协议。典型的CtoC网站如淘宝网、易趣网等。

BtoG是指企业与政府组织之间借助互联网开展的电子商务活动,主要指政府网上采购活动。



### 动手动脑

访问某一家网站,并分析其属于哪一类型的电子商务。

### (二) 按照电子商务交易所涉及的商品内容不同分类

按照电子商务交易所涉及的商品内容不同,可以将电子商务分为直接电子商务和间接电子商务。

直接电子商务是指电子商务活动所交易的商品为虚拟商品或服务,如计算机软件、信息服务等交易活动。直接电子商务能够通过网络直接完成从下订单到交货的全部过程,而无须借助中介。

间接电子商务涉及的商品是有形的货物,如鲜花、书籍、食品、汽车等,交易的商品



需要通过传统的渠道来实现商品实体的转移,如快递等。与直接电子商务相比,间接电子商务无法通过网络将商品直接送到购买者手中,因而会受到物流配送系统的制约。

### (三) 按照电子商务所使用的网络类型不同分类

按照电子商务所使用的网络类型不同,可以将电子商务分为 EDI 电子商务、互联网(Internet)电子商务和内联网络(Intranet)电子商务。

EDI 是按照一个公认的标准和协议,将商务活动中涉及的文件标准化和格式化,通过专用的增值网络(Value Added Network, VAN)在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。

互联网电子商务是指利用连通全球的互联网络开展的电子商务活动,是国际现代商业的最新形式。它以信息技术为基础,通过互联网络,在网上实现产品销售、服务支持等。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式,真正实现了少投入、低成本、高效率,从而实现了社会商业贸易的高效运转。

内联网络是在互联基础上发展起来的企业内部网,与互联网采用相同的技术,在与互联网连接时,设有互联网企业防火墙,这样有效地防止未经授权的外来人员进入企业内部网。内联网络电子商务是指企业将内联网络有限度地对商业伙伴开放,允许已有的或潜在的商业伙伴有条件地通过互联网进入自己的内部电脑网络,从而最大限度地实现商业信息传输和处理的自动化。

## 任务描述

本工作任务要求学生通过浏览电子商务网站,对电子商务的基本含义有明确的认识,并能初步分析该电子商务网站所从事的电子商务活动的类型、所具备的主要功能及特点。

## 任务情景

你经常上网吗?在浏览各类商业网站时,是否会对其所销售的商品或所提供的信息感兴趣?目前,无处不在的电子商务活动正在吸引着互联网上众多浏览者的目光。作为现代商业活动的从业人员,我们必须对电子商务这一信息时代的商业活动有着准确而清晰的认识,把握其特点,进而才能开展应用。

## 任务实施

(1) 打开浏览器,在地址栏中输入 <http://www.alibaba.com.cn>,登录阿里巴巴网站,如图 1.2 所示。