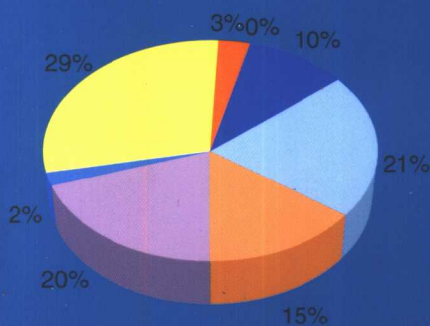
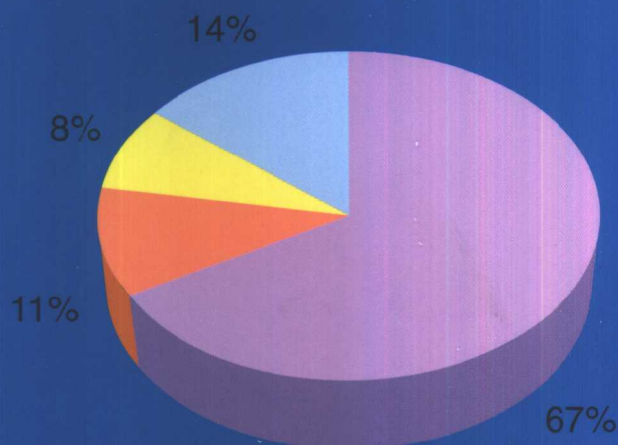


电子商务

高职高专电子商务专业系列教材
商业信息化系列培训教材

李大军 主 编
董 铁 副主编



清华大学出版社
<http://www.tsinghua.edu.cn>



高职高专电子商务专业系列教材
商业信息化系列培训教材

电 子 商 务

李大军 主 编
董 铁 副主编

清 华 大 学 出 版 社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

本书是一本针对电子商务应用与发展,以及对电子商务专业人才的培养所急需掌握的知识与技能,围绕着国内外有关电子商务网站的具体运营环节而编写的教材。

全书共分六章,内容包括:电子商务的基本概念,企业信息化与电子商务、电子商务系统建设,电子商务营销,电子商务支付,电子商务的物流配送体系和电子商务安全等。

本书从宏观的角度出发,介绍了国内外电子商务应用与发展的理论和实务,采用了较新的数据和资料,为便于教学精选了一些国内外具有代表性的电子商务企业(公司、网站)运营的案例,并在每章后附有思考题。

本书作为高职高专电子商务专业系列教材之一,专业特色浓厚、操作技能特点突出、理论难度适中、叙述简洁、深入浅出、重点突出、语言流畅、内容实用。本书不仅适合于高职高专电子商务、商业信息化、经济信息管理等专业学生的教学,也可用于中专、技校相关专业的教学,同时还适用于各类企业干部员工的短期培训及社会上的自学者使用。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务/李大军主编. —北京:清华大学出版社,2002.9

高职高专电子商务专业系列教材

ISBN 7-302-05817-2

I. 电… II. 李… 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(2002)第 062560 号

书 名: 电子商务

作 者: 李大军 主编 董铁 副主编

出 版 者: 清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

责任编辑: 徐培忠

印 刷 者: 北京鑫丰华彩印有限公司

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 787×1092 1/16 **印张:** 26.75 **字数:** 648 千字

版 次: 2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-05817-2/TP·3442

印 数: 0001~4000

定 价: 37.00 元

高职高专电子商务专业系列教材

商业信息化系列培训教材

编 委 会

主 任 黄 海

副主任	牟惟仲	华平澜	王纪平	刘普合	吴江江	李顺利	郑国本
	张慧伶	徐培忠	张昌连	冀俊杰	赵志远	郝建忠	邓 耘
	潘宏海	孟庆端	李大军				

编 委	宋承敏	仲万生	王 新	孟震彪	张念宏	郑蒲京	张建国
	周 宏	鲁瑞清	张 星	宋伟森	冯仁华	李秀珍	栾茂茹
	李红玉	周 平	卫停战	李贵保	张国英	刘长鑫	白文祥
	杨士山	郝 嘉	顾佳敏	丁宝和	陈文泉	王伟光	李书胜
	徐 军	姚传鼎	阙晓芒	付续昌	林 亚	李敬锁	孟乃奇
	马爱杰	高光敏	孙淑凤	唐国荣	刘 颖	侯 杰	卢绍霞
	鄂 萍	吴淑娟	马秀萍	王天雷	王 凯	华叶芳	杨瑞岐
	李 弘	杨 红	姚黎荣	张 铎	何明珂	盛定宇	刘惠芳
	孟繁昌	延 静	杜惠美	孙桂华	程冠英	邵佑民	田世润
	张振卿						

秘书长 李大军

推进电子商务,发展现代商业

(代丛书序)

国家经贸委贸易市场局局长 黄海

“十五”至 2010 年期间,是我国流通产业向现代化迈进的重要时期。流通产业的现代化进程,直接关系到国民经济发展的全局。

科技进步是流通现代化的基本推动力,电子商务的应用是传统流通产业升级的重要内容。依靠科技进步,以电子商务带动我国流通的现代化进程,是需要我们认真研究的重大课题,也是整个流通行业的一项长期任务。

推进流通自动化、电子化、数字化、网络化和现代化,是我国经济发展的客观要求。如何满足即期的消费需求,开发潜在的消费需求,创造未来的消费需求,是市场经济能够不断发展的动力所在。所谓社会化大流通,就是围绕市场消费需求所进行的社会再生产的全过程。流通带动生产,小流通带动小生产,大流通带动大生产,现代流通带动现代生产。现代流通是社会再生产过程的血脉和神经,是各种生产要素集结、整合与聚变的载体,是决定经济运行速度、质量和效益的引导性力量。运用高新技术建立和发展现代化大流通体系,可以带动产业结构的调整,提高劳动生产率和经济运行的效率。流通产业要加大对国民经济增长的贡献,就必须加速推进流通产业信息化与现代化的进程。

实现流通现代化,就必须紧紧依靠科学技术的进步。流通现代化是流通产业的整体进步,是微观竞争机制和宏观管理机制的变革,是一项庞大而复杂的社会工程。要转变传统观念,提高流通行业的科技意识,开展全行业的创新活动,加大对流通科技创新的投入,完善行业技术进步的政策。要制定具体的管理办法,指导企业的创新活动,促使企业真正成为技术与制度创新的主体。电子商务既是改造传统流通产业的基本措施,也是保证流通产业不断适应知识经济时代发展要求的基本措施。要把电子商务的逐步应用,作为流通产业技术进步的主线。

根据我国流通产业的特点与改革发展的任务,我们在实际工作中应当把握如下一些原则:

一是服务于产业结构调整和技术升级。结构调整是“十五”期间流通工作的主题,是技术升级的必需条件。流通信息化和电子商务应用不能停留在服务传统产业的阶段,而应当有力地支持跨地区、跨部门、跨所有制的企业兼并、收购与改组,有力地支持大型企业集团的成长,增强企业乃至整个行业的创新能力。必须努力构建与经济运行结构相适应的技术结构,这是流通产业技术升级的基本要求,是提高流通技术水平与国际化程度的标志,是实现

可持续发展的重要条件。

二是促进流通方式的创新。流通方式的创新是流通产业永恒的主题,说到底,是企业管理、技术与制度的创新。在信息技术与网络技术飞速发展的今天,信息已成为企业的重要战略资源,流通方式的创新更多的是以信息技术的应用和信息资源的开发为依托的。电子商务的实施就是一种典型的范例。电子商务应当紧紧围绕流通方式的创新,以连锁经营、物流配送等现代流通组织形式的发展,促进供应链管理、客户关系管理等先进技术的应用。

三是提高流通企业的竞争力。在世界经济一体化、在国内市场与国际市场逐渐融合的新格局下,我国流通能力更主要地依赖于流通企业的竞争力,尤其是依赖于大型流通企业集团的竞争力。培育流通企业的竞争力和实施正确的竞争战略,是流通企业所面临的共性问题,也是一个亟待解决的重大问题。电子商务应用不应停留在满足企业简单需求的目标上,而应当支持流通企业的长远发展战略,有助于提升企业的竞争力,特别是有助于提升大型流通企业集团的国际市场竞争力。

四是与电子政务工程相结合。电子商务应用要与电子政务工程有机结合,建立必要的网络系统,快速地采集市场信息,准确地反映市场动态,有效地支持政府流通主管部门的宏观调控,并为企业经营决策提供社会化和个性化的信息服务。

我国电子商务的应用,目前正在进入一个新的发展时期。为了完成流通产业信息化、现代化的目标,需要进行的工作有很多,如尽快制定发展规划与相关政策,积极培育流通产业技术创新体系,加强电子商务标准体系建设等等。其中,大力开展流通信息化、现代化知识的普及和推广,是一项非常重要而艰巨的任务。这套由来自政府、院校、企业的专家教授共同参加编写的电子商务系列教材,在这方面进行了积极有益的尝试。我相信经过全行业 and 全社会的共同努力,电子商务一定能够在我国流通领域得到广泛应用,为促进国民经济持续、快速、健康发展和社会进步,做出更大的贡献。

前言

随着计算机技术、信息技术、网络技术、通信技术等高科技的日新月异的飞速发展,世界已经进入了信息时代。以因特网为基础的网络新经济,正在深刻地影响着人类社会的经济和文明,正在全面地改变着我们的生活方式、工作方式和商务模式。

网络经济促生了电子商务,电子商务是当今因特网应用的最大热点,并以其强大的生命力冲击着传统的商业贸易和交易形式。当前,电子商务已经成为一种符合人类发展进步趋势并得到公众认同的新事物,它已经开始对人类的经济生活和社会文明进行全方位的改造,在企业经营竞争、政府政务管理、民众生活、文化教育,以及娱乐等方面都显现出了极强的活力,为人们展示了一个现实的、全新的、光彩照人的电子世界。正是由于电子商务的出现,使得传统的经营模式和经营理念发生了巨大的变化,传统企业已面临一场新的革命,通过电子商务来实现飞跃确实是难得的发展机遇,如果抓住了这次机会就可能使我们加速发展,缩短与经济发达国家之间的距离。

电子商务在其发展过程中,经历了上升、发展、滑坡、调整的几个阶段。尽管上个世纪末电子商务大跃进造就的大多数网站还没有完全走出经营亏损的阴影,但是没有人怀疑电子商务所代表的新经济潮流和它潜在的巨大市场潜力。我们清楚地看到,传统产业正在快速地向电子商务靠拢,各国政府仍在有条不紊地推进电子商务的基础建设,仍在大力地发展电子商务。电子商务大起大落的经验和教训给今天的发展积累了宝贵的财富,新经济时代的泡沫已逐渐退去,电子商务新的春天即将到来。

本书针对电子商务应用与发展,以及对电子商务专业人才的培养所急需掌握的知识与技能,围绕着国内外有关电子商务网站的具体运营而编写。

全书共分六章,内容包括:电子商务的基本概念,企业信息化与电子商务、电子商务系统建设,电子商务营销,电子商务支付,电子商务的物流配送体系和电子商务安全等。

本书从宏观的角度出发,介绍了国内外电子商务应用与发展的理论和实务,采用了较新的数据和资料,为便于教学,精选了一些国内外具有代表性的电子商务企业(公司、网站)运营的案例,并在每章后附有思考题。

本书作为高职高专电子商务专业系列教材之一,不仅适合于高职高专电子商务、商业信息化、经济信息管理等专业学生的教学,也可用于中专、技校相关专业的教学,同时还适用于各类企业干部员工的短期培训及社会上广大网络经济-电子商务的跟进者和自学者使用。

本书由李大军主编、策划并统稿,董铁为副主编,牟惟仲(原国内贸易部科技司司长、高级工程师)总审。全书由李大军和董铁共同编写,其中李大军编写第一章及附录,董铁编写第二章、第三章、第四章、第五章、第六章。全体作者和编审人员希望此书能为我国电子商务

的快速推进、良好运营、健康发展,能提高我国企业的国际竞争力贡献一份力量。

在编写的过程中,本书作者翻阅和参考了大量国内外最新与电子商务有关的书刊、文件及资料,收集、收录了大量的最新有关电子商务的案例和条款,力图献给读者最新、最前瞻的知识和内容,如果能够对读者有所帮助那正是我们欲达到的目的。由于编写时间仓促,书中难免存在错误和遗漏,敬请社会各界的电子商务专家和广大读者批评指正。

作者

2002年8月

目 录

第一章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的概念和定义	1
1.1.1 电子商务的由来和发展	1
1.1.2 电子商务的概念和定义	7
1.1.3 电子商务涉及的范围和应用形式	10
1.1.4 电子商务与电子政务	12
1.2 电子商务的特征和影响	15
1.2.1 电子商务的特征和功能	15
1.2.2 电子商务对经济和社会的影响	17
1.2.3 电子商务和企业	19
1.3 电子商务的类型与模式	24
1.3.1 电子商务的基本框架	24
1.3.2 电子商务的分类	26
1.3.3 电子商务的主要类型和基本模式	29
1.4 电子商务的现状和前景	35
1.4.1 世界各国的电子商务发展	35
1.4.2 我国电子商务的现状	38
1.4.3 电子商务的发展前景	41
1.5 有关案例	43
1.5.1 亚太国家和地区电子商务的发展策略	43
1.5.2 中国商品交易中心	50
1.5.3 首都电子商务工程	58
1.5.4 中远集团电子商务发展战略	60
第二章 电子商务系统的建设	64
2.1 企业信息系统建设	64
2.1.1 企业信息化建设的重要性	64
2.1.2 信息系统建设的方法和过程	68
2.1.3 企业信息化建设的内容	70
2.2 电子商务网站建设	72
2.2.1 网站域名的设计	72
2.2.2 主页的构思与策划	77
2.2.3 建设网站的工具	84

2.2.4 企业网站的宣传与推广	88
2.3 电子商务的运行环境	90
2.3.1 电子商务与政府管理机构	90
2.3.2 电子商务与中介	91
2.3.3 电子商务与网络服务商	92
2.3.4 电子商务的软硬件平台	95
2.4 电子商务系统的管理	100
2.4.1 企业电子商务的组织管理	100
2.4.2 企业网站的技术维护	102
2.4.3 电子商务的人才管理	105
2.5 有关案例	107
2.5.1 知名注册网站——域名星空	107
2.5.2 在网易申请主页空间的规则	111
2.5.3 百度搜索引擎竞价排名服务	115
第三章 电子商务营销	119
3.1 网络营销	119
3.1.1 电子商务的营销理念	119
3.1.2 网络营销的特点和优势	124
3.1.3 企业营销的流程	127
3.2 网络营销的规划	130
3.2.1 营销战略	130
3.2.2 网络商品资源的开发	135
3.2.3 网络营销中的顾客关系管理	137
3.3 网络促销的策略	142
3.3.1 网络营销中的市场调查	142
3.3.2 网络消费的心理和行为分析	149
3.3.3 网络营销的主要方法	152
3.4 电子商务的盈利目标	156
3.4.1 网络营销的成本	156
3.4.2 电子商务目前的盈利状况	157
3.4.3 电子商务的盈利途径	159
3.5 有关案例	162
3.5.1 世界上最大的网络书店——亚马逊的传奇	162
3.5.2 华普在线的电子商务	170
3.5.3 一个网上小商品商城	176

第四章 支付结算系统	180
4.1 电子商务的支付系统	180
4.1.1 传统商务支付方式	180
4.1.2 电子支付的特点	182
4.1.3 电子商务支付系统的构成	184
4.2 电子商务支付方式	188
4.2.1 信用卡支付	188
4.2.2 电子支票	190
4.2.3 电子现金	191
4.3 电子商务的支付协议	193
4.3.1 商务信用和支付风险	193
4.3.2 网络交易的不安全现象	195
4.3.3 支付系统中的安全协议	197
4.4 电子商务与金融	201
4.4.1 电子商务中的网络银行	201
4.4.2 网络银行的发展	203
4.4.3 网络银行面临的挑战	207
4.5 有关案例	209
4.5.1 美国的信用卡	209
4.5.2 招商银行的网络服务	212
4.5.3 中国银行的电子钱包	218
第五章 电子商务物流系统	223
5.1 电子商务中的物流	223
5.1.1 电子商务物流的特点	223
5.1.2 物流组织的几种模式	230
5.1.3 我国物流的现状和问题	233
5.2 现代物流技术	240
5.2.1 条码技术	240
5.2.2 射频技术应用	246
5.2.3 GIS 和 GPS 技术	247
5.2.4 其他物流技术的应用	249
5.3 供应链及其管理	256
5.3.1 供应链的基本思想	256
5.3.2 企业资源计划	259
5.3.3 供应链管理	270
5.4 电子商务的物流配送中心	272
5.4.1 物流配送中心的规划	272

5.4.2	电子商务的配送·····	278
5.4.3	配送技术的应用·····	284
5.4.4	我国商品配送中存在的主要问题·····	287
5.5	有关案例·····	288
5.5.1	美国的电子商务物流模式·····	288
5.5.2	不同类型的物流作业流程和物流管理·····	290
5.5.3	日本物流的现状和发展·····	293
5.5.4	广州宝供储运公司物流方案·····	297
第六章	电子商务的安全·····	302
6.1	电子商务安全的重要性·····	302
6.1.1	电子商务的安全要素·····	302
6.1.2	电子商务安全现状·····	304
6.1.3	安全问题对企业和消费者的影响·····	306
6.2	电子商务安全涉及的范围·····	307
6.2.1	电子商务数据的安全·····	307
6.2.2	电子商务网络的安全·····	308
6.2.3	电子商务设备的安全·····	309
6.3	电子商务安全技术·····	311
6.3.1	电子商务认证技术·····	311
6.3.2	信息加密技术·····	315
6.3.3	病毒与黑客的防范·····	319
6.4	电子商务安全管理·····	323
6.4.1	安全管理体系·····	323
6.4.2	安全管理措施·····	326
6.4.3	人员管理·····	332
6.5	有关案例·····	335
6.5.1	国富安电子商务认证中心·····	335
6.5.2	广东发展银行安全性建设·····	339
6.5.3	黑客案例·····	341
附录一	电子商务标准·····	343
附录二	世界上的第一个 Internet 商务标准介绍·····	346
附录三	近年来我国互联网宏观发展状况·····	349
附录四	计算机信息网络国际联网管理暂行规定实施办法·····	353

附录五 中国互联网络域名注册暂行管理办法·····	357
附录六 中文域名注册管理办法(试行)·····	361
附录七 中国互联网络域名注册实施细则·····	366
附录八 互联网上网服务营业场所管理办法·····	369
附录九 互联网信息服务管理办法·····	373
附录十 互联网电子公告服务管理规定·····	376
附录十一 银行卡业务管理办法·····	379
附录十二 中国银行人民币长城卡管理办法·····	387
附录十三 金融机构计算机信息系统安全保护工作暂行规定·····	391
附录十四 牡丹信用卡·····	395
附录十五 商品代理配送制行业管理若干规定·····	399
附录十六 商用密码管理条例·····	404
附录十七 中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例·····	407
附录十八 计算机信息网络国际联网安全保护管理办法·····	410
附录十九 计算机信息系统国际联网保密管理规定·····	413

第一章 电子商务概述

1.1 电子商务的概念和定义

1.1.1 电子商务的由来和发展

1. 电子商务是经济发展和科技进步的产物

在被称为当今世界经济的三大趋势——高科技、经济全球化以及产业结构调整的带领下,全球经济跨入了一个新的世纪。为了适应高科技的发展和经济的全球化,各国都在加紧进行产业结构的调整,国民经济的中心从传统的工业和农业向知识密集型和科技密集型的服务业加速倾斜。现代服务和信息产业正取代传统产业,成为新的经济增长点和支柱产业,促使国家整体的产业结构升级。与高科技、经济全球化和产业结构调整密切相关的电子商务,成为人们普遍关注的新事物。

从产生和发展的过程来看,电子商务是在西方发达国家进入后工业时代、以新型企业为主要推动力、以争夺全球市场为目标、以网络技术为手段而演化出来的一种新的竞争方式。电子商务正在极大地改变着企业的经营管理模式,给企业的活动创造了新的时空,使之在组织、经营、管理、运行、人才等诸多方面产生深刻的变化。

早在 1839 年电报刚出现的时候,人们就萌发了运用电子手段进行商务活动的设想,各种商务信息开始突破空间的界限,逐渐将经济活动和人们的生活带入电子时代。20 世纪 60 年代,人们开始用电报报文发送商务文件;70 年代又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报;80 年代计算机的普及和字表处理软件的出现产生了企业内部电子数据处理 EDP (Electronic Data Process) 技术,为标准格式商务单证的开发应用提供了条件,使企业商业文件的处理从书面文件转变为电子文件形式。

随后,人们又开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换。EDI(电子数据交换)是通过专用的电信网络,将业务文件按一个公认的标准从一台计算机直接传输到另一台计算机。它最早起源于美国的运输业,后来又主要用于银行间的电子资金转账与企业、事业间的数据交换。这类专用的网络被称为 VAN(增值网)。在经营管理中,不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的,相互之间在计算机处理上并不完全兼容,因此,当需要发送 EDI 文件时,EDI 软件要将从用户数据库系统中提取的信息,翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此也被称做“无纸贸易”。这在当时是对传统商务模式的一大突破,但它是一种为满足部分行业需要而发展起来的技术手段,必须遵照统一标准和专用设备及软件对交易活动的电子数据进行相对封闭的交换,买卖双方的选择非常局限,EDI 的技术要求复杂,使用 VAN 的费用很高,只有少数实

力雄厚的大公司才支付得起采用 EDI 做生意的高昂费用,与中小企业和普通老百姓一直无缘。多方面的原因限制了 EDI 应用范围的扩大和应用水平的提高。

计算机技术的发展和普及、因特网的兴起和应用以及一系列相关技术的问世,使数据的处理和信息的传递突破了时间和地域的限制,信息化时代的到来成为不可抗拒的潮流,社会的文明从此进入一个崭新的时代,如同蒸汽机引起的工业革命一样,极大地改变了人们的行为方式、思维方式、交流方式和贸易方式,人类的生活因此而急剧变化。作为信息时代的产物和宠儿——电子商务成为信息时代最具活力的代表,对世界经济的发展与文明的进步形成了强大的推动力。

1997 年,在中国的 IT 专业报纸、电视台和大众报刊上开始出现电子商务这一术语,此后,中国大地上电子商务的热潮逐渐兴起,有关电子商务的话题日益增多,涉及电子商务的网站、号称电子商务的企业层出不穷。一些知名计算机网络公司宣称自己引导着电子商务的潮流,电子商务的概念“忽如一夜春风至”,像“麦当劳”一样被国人知晓了,虽然它还没有给中国经济带来明显的实惠和冲击,但是想通过电子商务创造财富和改变生活的人对它寄予了极大的期望。

2. 电子商务的代次划分

(1) 第一代电子商务

使用电报、电话传递商务信息是最早期的电子商务,这一代电子商务的特点是:手工填写文件和单据改由电子机械设备打印,车船邮寄纸面文书改由电子通信设备传递,这些电子技术的应用节约了信息处理时间,减轻了劳动强度,方便了交易过程。

(2) 第二代电子商务

计算机刚刚被用于数据处理时,手工录入数据的工作量很大。使用计算机处理各类商务文件时,输入到一台计算机中的数据,有 70% 是来源于另一台计算机输出的数据。过多的重复录入影响了工作效率的提高和数据的准确性,于是第二代电子商务——EDI 应运而生。这一代电子商务的特点是:数据处理过程中大大减少了人工干预,原始数据不再重复输入,被称为“无纸化贸易”。

(3) 第三代电子商务

真正使电子商务实现飞跃的是因特网的高速发展。因特网起源于 1966 年美国国防部建立的 ARPAnet,这个专用网络到 20 世纪 80 年代中期进入了一个爆发式增长阶段。1991 年美国宣布因特网向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统,商业贸易活动正式进入到这个“王国”。1993 年 WWW(World Wide Web)技术在因特网上出现,使因特网具备了支持电子邮件接收与发送、信息浏览查询及多媒体应用的功能,也使得网上的商业贸易活动变得异常活跃,到 1995 年因特网上的商业业务信息量首次超过了科教业务信息量。这既是因特网此后产生爆炸性发展的开端,又是第三代电子商务出现的标志。

近几年来,随着移动通信技术的发展,无线上网的技术已经成熟,许多专家预言,移动电

子商务将是今后电子商务的重要特征之一。

3. 电子商务的优势

基于因特网的电子商务对企业具有更大的吸引力,这是因为它和早期电子商务特别是和基于 EDI 的电子商务相比具有明显的优势。

(1) 费用低廉

因特网是国际的开放性网络,使用费用很便宜,这一优势使得许多企业尤其是中小企业非常感兴趣。

(2) 覆盖面广

因特网几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

(3) 功能全面

因特网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

(4) 使用简单

基于因特网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,商业文件或单证可以通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行专用软件的翻译和转换,任何人都能看懂或直接使用。

4. 电子商务的发展

在不太长的时期中,电子商务几经更新换代,它的发展速度远远超出人们对它的估计。其原因在于:

(1) 计算机的广泛应用

20 世纪 80 年代后,计算机走出科学实验室,进入企业和机关的办公领域,90 年代以后开始进入普通百姓的家庭,计算机技术的发展速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用奠定了基础。

(2) 网络的普及和成熟

由于因特网技术的出现,网络逐渐成为全球通信与交易的重要媒体,20 世纪 90 年代后期,全球上网用户的数量每年呈几何级数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展创造了条件。

(3) 信用卡的普及应用

信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,为电子商务中的网上支付提供了手段。

(4) 电子安全交易协议的制定

1997年5月,由美国VISA和Mastercard等国际组织联合制定的电子安全交易协议的出台以及大多数厂商的认可和支 持,为开发电子商务提供了一个关键的安全环境。

(5) 经济全球化的需要

经济的发展使国际贸易往来越来越频繁,资源重新配置使分工越来越细,生产和消费的地域限制越来越弱,这种跨时空的经济一体化趋势为电子商务开辟了广阔的市场需求。

(6) 各国政府的支持与推动

自1997年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布“全球电子商务纲要”以后,电子商务受到世界各国政府的重视,许多国家的政府开始尝试“网络政府”,推广“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有力的支持。

因特网的出现给了电子商务以新的活力,电子商务正在成为一种潮流,开展电子商务已是一种国际大趋势,基于因特网的电子商务正以前所未有的速度迅猛发展,不仅改变着传统的社会生产方式,而且对经济结构的调整产生了极为深刻的影响,成为世界经济新的增长点。许多电子商务发展成熟的国家都认识到,电子商务的发展是未来世界经济发展的一个重要推动力,鼓励企业积极投身于电子商务的实践。

5. 现代电子商务的发展阶段

近年来,电子商务的发展经历了起步、发展、滑坡、调整的几个阶段。

(1) 起步阶段

这一阶段大约从1994年开始,到1997年底为止。当时,很少有传统企业认识到因特网的商业价值,但一些有识之士开始将眼光转向因特网。

1995年7月,以30万美元的第一笔投资起家,美国人贝索斯在其西雅图住处的车库里成立亚玛逊(Amazon)网上书店。他将一个车房改装成货仓和工作坊,初期的设备只有三台电脑和300个“顾客”测试网址。一个月下来,亚玛逊的书就已经发运到美国所有50个州和世界上45个国家。同年10月,订单数首次达到每天100份。不到一年达到每小时100份(几年后达到了每分钟100份)。1997年5月,公司在纳斯达克(NASDAQ)上市,但在当时,亚玛逊的股票很少有人注意,很长一段时间,股票的市值一直徘徊在7~8美元左右。

比这还要早一年的时候,还是大学学生的杨致远,想以更有效率的方式,找到网上难以记忆的东西,他和他的同学将每个访问过的网址记录下来,并将经过简单分类整理的站点书签文件放到了学校的主机上,但意外的是他们收到了很多鼓励的信件,正是这种鼓励很快导