

全国高等院校电子商务系列实用规划教材



# 新编电子商务

主 编 田 华



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

全国高等院校电子商务系列实用规划教材

# 新编电子商务

主 编 田 华  
参 编 李 燕



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

## 内 容 简 介

本书系统地介绍了电子商务的基本框架、基本理论、电子商务技术、安全和业务操作流程以及电子商务应用等。全书共9章,具体内容包括电子商务概述、电子商务法律法规基本知识、网络营销、计算机网络技术、电子商务安全管理、电子交易、物流信息管理、网络采购和电子商务的应用。本书重点突出了电子商务在商务活动中的最新实际应用,结合大量经典实例阐述了电子商务的方法和原理,力求重点突出、结构清晰、通俗易懂。通过大量的知识拓展和实践案例分析,重点突出技能应用、培养学生岗位实践能力。

本书可作为高等学校电子商务专业的教材,也可作为电子信息、经济管理类专业学生的教材或教学参考用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

新编电子商务/田华主编. —北京:北京大学出版社, 2015. 9

(全国高等院校电子商务系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-23558-4

I. ①新… II. ①田… 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(2015)第223162号

|       |                                                                      |
|-------|----------------------------------------------------------------------|
| 书 名   | 新编电子商务<br>Xinbian Dianzi Shangwu                                     |
| 著作责任者 | 田 华 主编                                                               |
| 责任编辑  | 王显超                                                                  |
| 标准书号  | ISBN 978-7-301-23558-4                                               |
| 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                               |
| 印 刷 者 | 三河市博文印刷有限公司                                                          |
| 经 销 者 | 新华书店                                                                 |
| 定 价   | 787毫米×1092毫米 16开本 24.25印张 570千字<br>2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷<br>48.00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

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

# 前 言

随着网络的快速发展,电子商务的发展日新月异,社会上需要大量“既懂电子,又懂商务;既会应用,又会创新”的复合型人才。因此,培养适应电子商务发展需要的各类人才,是国家及高等院校的重要任务。

本书系统地介绍了电子商务的基本框架、基本理论、电子商务技术、安全和业务操作流程以及电子商务应用等。全书共9章,包括电子商务概述、电子商务法律法规基本知识、网络营销、计算机网络技术、电子商务安全管理、电子交易、物流信息管理、网络采购和电子商务的应用。在编写中,重点突出了电子商务在商务活动中的最新实际应用,结合大量经典实例阐述了电子商务的方法和原理,力求重点突出、结构清晰、通俗易懂。通过大量的知识拓展和实践案例分析,重点突出技能应用、培养学生岗位实践能力。本书的每章开始都列出了“知识要点”“能力要求”“相关知识”,每章最后都有“本章小结”让读者对本章的重点内容一目了然,清楚本章的学习目标。每一章均由导入案例开篇,引导和启发读者主动思考、分析与探索;每一章最后都精心设计了“案例分析”“本章习题”等模块,针对每一章的重点和难点进行训练,便于读者掌握相关理论,提升实践技能和综合职业能力。为了方便教学,本书配有电子课件,供课堂教学使用。

本书从国家培养电子商务应用型人才目标出发,探讨应用型人才培养方法,探索学校教育与实践相结合的模式,为电子商务应用型人才培养提供教学参考。本书参考最新修订的“电子商务师”国家职业资格标准编写,努力做到知识体系完整、框架内容丰富、教与学相结合、学与用相呼应。由于电子商务的发展变化较快,本书编写中力求取材新颖、内容丰富、关注焦点、最新动态;采用经典案例、理论实践、热点话题、实战演练凸显本书“实用型”的特色。

本书由田华担任主编,并编写了第1、2章和第5~9章,李燕担任参编,并编写了第3、4章。感谢部分学生对本书进行的校对和编辑。

由于编者水平有限,书中难免存在疏漏和不足之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2015年5月

# 目 录

|                                    |    |                                  |    |
|------------------------------------|----|----------------------------------|----|
| 第1章 电子商务概述 .....                   | 1  | 2.1.3 电子商务法所涉及的商务范围 .....        | 57 |
| 1.1 电子商务的基本概念 .....                | 3  | 2.1.4 电子商务立法目的 .....             | 57 |
| 1.1.1 电子商务产生的原因 .....              | 3  | 2.1.5 我国涉及交易安全的法律法规 .....        | 58 |
| 1.1.2 Internet 电子商务的产生 .....       | 4  | 2.2 电子商务参与各方的法律关系 .....          | 60 |
| 1.1.3 电子商务的发展 .....                | 5  | 2.2.1 电子商务交易中买卖双方当事人的权利和义务 ..... | 60 |
| 1.1.4 电子商务的定义 .....                | 8  | 2.2.2 网络交易中心的法律地位 .....          | 61 |
| 1.2 电子商务的分类与特征 .....               | 10 | 2.2.3 网络交易客户与虚拟银行间的法律关系 .....    | 62 |
| 1.2.1 电子商务的分类 .....                | 10 | 2.2.4 认证机构在电子商务中的法律地位 .....      | 63 |
| 1.2.2 电子商务的特点 .....                | 13 | 2.3 电子商务的相关法律问题 .....            | 64 |
| 1.2.3 电子商务的功能 .....                | 14 | 2.3.1 电子商务运作平台建设及其法律地位问题 .....   | 64 |
| 1.3 电子商务的组成与应用模式 .....             | 16 | 2.3.2 网上交易主体及市场准入问题 .....        | 65 |
| 1.3.1 电子商务的组成 .....                | 16 | 2.3.3 电子合同的问题 .....              | 65 |
| 1.3.2 电子商务的模型 .....                | 17 | 2.3.4 电子商务中产品交付的特殊问题 .....       | 66 |
| 1.3.3 电子商务的模式 .....                | 19 | 2.3.5 特殊形态的电子商务规范问题 .....        | 66 |
| 1.4 电子商务的框架与流程 .....               | 24 | 2.3.6 网上电子支付问题 .....             | 66 |
| 1.4.1 电子商务的框架 .....                | 24 | 2.3.7 网上不正当竞争与网上无形财产保护问题 .....   | 66 |
| 1.4.2 电子商务的流程 .....                | 27 | 2.3.8 网上个人隐私保护问题 .....           | 66 |
| 1.5 网络商务信息收集与处理 .....              | 32 | 2.3.9 电子商务中的物流问题 .....           | 67 |
| 1.5.1 网络商务信息的采集 .....              | 32 | 2.3.10 电子签名问题 .....              | 67 |
| 1.5.2 网络商务信息的采集方法 .....            | 34 | 2.3.11 电子商务领域知识产权问题 .....        | 68 |
| 1.5.3 网络商务信息收集的途径 .....            | 37 | 2.3.12 电子商务发展中的税收问题 .....        | 69 |
| 1.5.4 网络商务信息的处理 .....              | 38 | 2.4 电子商务市场环境和诚信环境 .....          | 70 |
| 1.6 EDI 与电子商务 .....                | 41 | 2.4.1 电子商务市场环境 .....             | 70 |
| 1.6.1 EDI 的发展概况 .....              | 41 | 2.4.2 电子商务的诚信环境 .....            | 72 |
| 1.6.2 EDI 概述 .....                 | 42 | 本章小结 .....                       | 74 |
| 1.6.3 EDI 应用系统 .....               | 44 | 本章习题 .....                       | 75 |
| 1.6.4 EDI 的业务流程 .....              | 48 |                                  |    |
| 1.6.5 EDI 产生的影响 .....              | 49 |                                  |    |
| 1.6.6 EDI 的新发展——Internet EDI ..... | 50 |                                  |    |
| 本章小结 .....                         | 52 |                                  |    |
| 本章习题 .....                         | 53 |                                  |    |
| 第2章 电子商务法律法规基本知识 .....             | 55 |                                  |    |
| 2.1 电子商务立法范围 .....                 | 56 |                                  |    |
| 2.1.1 电子商务法的调整对象 .....             | 56 |                                  |    |
| 2.1.2 电子商务法所涉及的技术范围 .....          | 56 |                                  |    |

|                                    |     |                                 |     |
|------------------------------------|-----|---------------------------------|-----|
| <b>第3章 网络营销</b> .....              | 77  | 4.2.5 Intranet 和 Extranet ..... | 149 |
| 3.1 网络营销概述 .....                   | 79  | 4.2.6 WAP 技术 .....              | 152 |
| 3.1.1 网络营销的产生和发展<br>状况 .....       | 79  | 4.2.7 物联网 .....                 | 154 |
| 3.1.2 我国网络营销发展概况 .....             | 80  | 4.2.8 云计算 .....                 | 158 |
| 3.1.3 网络营销的职能 .....                | 86  | 4.3 通信技术 .....                  | 158 |
| 3.2 网络营销策略 .....                   | 88  | 4.3.1 通信系统的组成 .....             | 158 |
| 3.2.1 网络营销产品策略 .....               | 88  | 4.3.2 带宽、传输速率 .....             | 159 |
| 3.2.2 网络营销品牌策略 .....               | 93  | 4.3.3 通信方式 .....                | 160 |
| 3.2.3 网络营销价格策略 .....               | 98  | 4.4 网页制作 .....                  | 163 |
| 3.3 网络信息中介商 .....                  | 101 | 4.4.1 初识 Dreamweaver 软件 .....   | 163 |
| 3.3.1 网络营销中的分销渠道 .....             | 101 | 4.4.2 网页中文本的格式化方法 .....         | 168 |
| 3.3.2 网络信息中介商 .....                | 102 | 4.4.3 超级链接与导航栏 .....            | 169 |
| 3.3.3 网络信息中介商的作用 .....             | 102 | 本章小结 .....                      | 174 |
| 3.3.4 选择网络信息中介商的<br>原则 .....       | 103 | 本章习题 .....                      | 175 |
| 3.3.5 网络信息中介商的优势和<br>发展前景 .....    | 104 | <b>第5章 电子商务安全管理</b> .....       | 178 |
| 3.4 网上市场调查 .....                   | 104 | 5.1 电子商务安全 .....                | 179 |
| 3.4.1 网上市场调查问卷设计 .....             | 104 | 5.1.1 电子商务安全威胁 .....            | 179 |
| 3.4.2 撰写网络市场调查计划书 .....            | 108 | 5.1.2 电子商务安全需求 .....            | 180 |
| 3.4.3 网上市场调查数据的分析<br>工作程序及内容 ..... | 111 | 5.1.3 电子商务中主要的安全<br>技术 .....    | 181 |
| 3.4.4 撰写网络市场调查报告 .....             | 111 | 5.2 计算机安全制度 .....               | 182 |
| 3.5 网络广告与促销 .....                  | 112 | 5.2.1 计算机安全控制制度 .....           | 182 |
| 3.5.1 建立网上商店 .....                 | 112 | 5.2.2 防范计算机犯罪的法律<br>手段 .....    | 185 |
| 3.5.2 网络广告设计 .....                 | 114 | 5.3 文件加密和浏览器安全设置 .....          | 186 |
| 3.5.3 制订网站推广计划 .....               | 122 | 5.3.1 文件加密 .....                | 186 |
| 3.5.4 网络促销 .....                   | 124 | 5.3.2 浏览器安全设置 .....             | 192 |
| 本章小结 .....                         | 130 | 5.4 交易安全管理 .....                | 196 |
| 本章习题 .....                         | 131 | 5.4.1 交易者身份的确认 .....            | 196 |
| <b>第4章 计算机网络技术</b> .....           | 133 | 5.4.2 制定交易安全管理制度 .....          | 200 |
| 4.1 计算机网络基础知识 .....                | 134 | 5.4.3 安全套接层 SLL 协议 .....        | 203 |
| 4.1.1 计算机网络的基本概念 .....             | 134 | 5.4.4 安全电子交易 SET 协议 .....       | 204 |
| 4.1.2 网络体系结构 .....                 | 138 | 5.5 安全工具使用 .....                | 206 |
| 4.1.3 网络协议 .....                   | 140 | 5.5.1 杀毒软件使用 .....              | 206 |
| 4.2 Internet 技术及应用 .....           | 143 | 5.5.2 防火墙安全工具使用 .....           | 211 |
| 4.2.1 IP 地址 .....                  | 143 | 本章小结 .....                      | 214 |
| 4.2.2 域名 .....                     | 144 | 本章习题 .....                      | 215 |
| 4.2.3 Internet 的接入方式 .....         | 145 | <b>第6章 电子交易</b> .....           | 218 |
| 4.2.4 Internet 的基本服务 .....         | 147 | 6.1 订单处理 .....                  | 219 |
|                                    |     | 6.1.1 单证设计 .....                | 219 |
|                                    |     | 6.1.2 订单处理流程 .....              | 221 |

|                                   |     |                                     |     |
|-----------------------------------|-----|-------------------------------------|-----|
| 6.1.3 订单合并 .....                  | 223 | 7.3.1 物流信息 .....                    | 276 |
| 6.1.4 网上单证常见的问题 .....             | 223 | 7.3.2 物流信息技术 .....                  | 277 |
| 6.1.5 订单分析 .....                  | 226 | 7.3.3 利用物流信息技术收集、<br>处理物流基本作业信息 ... | 282 |
| 6.2 电子合同 .....                    | 228 | 7.3.4 分析物流信息, 撰写物流<br>信息分析报告 .....  | 283 |
| 6.2.1 电子合同概述 .....                | 228 | 7.4 物流配送 .....                      | 285 |
| 6.2.2 电子合同的签订 .....               | 229 | 7.4.1 物流配送与配送中心 .....               | 285 |
| 6.2.3 电子合同分析 .....                | 233 | 7.4.2 配送的合理化运作 .....                | 286 |
| 6.3 电子支付 .....                    | 235 | 7.4.3 配送领域的技术应用 .....               | 287 |
| 6.3.1 电子支付的协议 .....               | 235 | 7.4.4 制定配送方案 .....                  | 289 |
| 6.3.2 网上银行 .....                  | 239 | 7.5 企业物流 .....                      | 291 |
| 6.3.3 电子支付类型 .....                | 241 | 7.5.1 生产企业物流 .....                  | 291 |
| 6.3.4 电子支付工具 .....                | 241 | 7.5.2 商业企业物流 .....                  | 293 |
| 6.3.5 支付宝 .....                   | 246 | 7.5.3 配送中心物流 .....                  | 295 |
| 6.4 售后服务 .....                    | 252 | 7.6 物流信息系统 .....                    | 296 |
| 6.4.1 处理网上客户的反馈信息 ...             | 252 | 7.6.1 物流信息系统概述 .....                | 296 |
| 6.4.2 处理网上客户的投诉 .....             | 253 | 7.6.2 物流信息系统功能 .....                | 297 |
| 6.5 电子交易模式和平台 .....               | 255 | 7.6.3 物流软件的使用 .....                 | 298 |
| 6.5.1 电子交易模式 .....                | 255 | 本章小结 .....                          | 300 |
| 6.5.2 电子商务平台 .....                | 256 | 本章习题 .....                          | 301 |
| 6.5.3 电子交易平台 .....                | 258 |                                     |     |
| 本章小结 .....                        | 261 |                                     |     |
| 本章习题 .....                        | 262 |                                     |     |
| <b>第7章 物流信息管理</b> .....           | 265 | <b>第8章 网络采购</b> .....               | 304 |
| 7.1 物流概述 .....                    | 266 | 8.1 网络采购概述 .....                    | 305 |
| 7.1.1 物流的概念 .....                 | 266 | 8.1.1 网络采购基本概念 .....                | 305 |
| 7.1.2 物流活动要素 .....                | 267 | 8.1.2 实施网络采购的风险 .....               | 306 |
| 7.1.3 物流、商流和流通的关系 .....           | 268 | 8.1.3 网络采购优势 .....                  | 308 |
| 7.1.4 物流的发展 .....                 | 269 | 8.1.4 网络采购的主要类型 .....               | 308 |
| 7.1.5 第三方物流 .....                 | 270 | 8.2 采购业务流程编制 .....                  | 309 |
| 7.1.6 第四方物流 .....                 | 270 | 8.2.1 采购信息的处理 .....                 | 309 |
| 7.1.7 绿色物流 .....                  | 271 | 8.2.2 拟订采购合同的主要条款 ...               | 312 |
| 7.2 电子商务与现代物流 .....               | 271 | 8.2.3 网上采购流程 .....                  | 317 |
| 7.2.1 物流在电子商务中的地位<br>和作用 .....    | 271 | 8.3 供应商管理 .....                     | 321 |
| 7.2.2 电子商务环境下的物流<br>管理 .....      | 273 | 8.3.1 选择供应商 .....                   | 321 |
| 7.2.3 电子商务环境下的供应链与<br>供应链管理 ..... | 274 | 8.3.2 评价供应商 .....                   | 327 |
| 7.2.4 电子商务环境下物流业的<br>发展方向 .....   | 275 | 本章小结 .....                          | 330 |
| 7.3 物流信息的收集与分析 .....              | 276 | 本章习题 .....                          | 331 |
|                                   |     | <b>第9章 电子商务的应用</b> .....            | 334 |
|                                   |     | 9.1 B2C类的电子商务 .....                 | 336 |
|                                   |     | 9.1.1 B2C类电子商务的概念 ...               | 336 |
|                                   |     | 9.1.2 B2C类电子商务的优势 ...               | 337 |



|                                  |     |                                    |     |
|----------------------------------|-----|------------------------------------|-----|
| 9.1.3 B2C类电子商务模式 .....           | 338 | 9.3.2 中国C2C简史 .....                | 353 |
| 9.1.4 B2C类电子商务的发展 ...            | 340 | 9.3.3 C2C类电子商务的发展<br>前景 .....      | 354 |
| 9.1.5 B2C类电子商务的系统<br>结构 .....    | 342 | 9.3.4 C2C类电子商务模式的<br>创新 .....      | 354 |
| 9.1.6 B2C类电子商务的交易<br>过程 .....    | 344 | 9.3.5 C2C类电子商务模式存在的<br>隐患及对策 ..... | 355 |
| 9.1.7 我国网络购物存在的问题<br>及解决对策 ..... | 345 | 9.4 其他类的电子商务 .....                 | 357 |
| 9.2 B2B类的电子商务 .....              | 347 | 9.4.1 电子政务 .....                   | 357 |
| 9.2.1 B2B类电子商务的概念 ...            | 347 | 9.4.2 网上旅游服务 .....                 | 365 |
| 9.2.2 B2B类电子商务的优势 ...            | 347 | 9.4.3 网上教育 .....                   | 366 |
| 9.2.3 B2B类电子商务的特点 ...            | 349 | 9.4.4 网上信息服务 .....                 | 368 |
| 9.2.4 B2B的模式 .....               | 349 | 9.4.5 网上证券 .....                   | 369 |
| 9.2.5 B2B类电子商务的交易<br>过程 .....    | 350 | 9.4.6 网上保险 .....                   | 371 |
| 9.2.6 B2B电子交易业务流程 ...            | 351 | 9.4.7 电子商务应用扩展 .....               | 372 |
| 9.2.7 B2B类电子商务的发展 ...            | 352 | 本章小结 .....                         | 376 |
| 9.3 C2C电子商务 .....                | 352 | 本章习题 .....                         | 376 |
| 9.3.1 C2C类电子商务的概念 ...            | 352 | 参考文献 .....                         | 379 |

# 电子商务概述

## 第 1 章

### 教学目标

通过本章的学习,了解电子商务的产生和发展、电子商务分类;熟知 EDI 的工作原理以及产生的影响;理解电子商务的概念、特点,电子商务的框架,电子商务的组成与应用模式,EDI 的发展对电子商务及贸易起到的重要作用;掌握电子商务的流程,电子商务信息的收集与处理交换。

### 教学要求

| 知识要点         | 能力要求                                                                                | 相关知识                                                                                                          |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 电子商务的基本概念    | (1) 了解电子商务产生的原因<br>(2) 了解 Internet 电子商务的产生<br>(3) 了解电子商务的发展                         | (1) 电子商务的定义<br>(2) 中国电子商务的发展                                                                                  |
| 电子商务的分类与特征   | (1) 了解不同标准的电子商务的分类<br>(2) 了解电子商务的特点                                                 | (1) B2B 电子商务定义<br>(2) B2C 电子商务定义<br>(3) 政府与企业电子商务定义                                                           |
| 电子商务的组成与应用模式 | (1) 了解电子商务系统的组成<br>(2) 了解电子商务模型并能灵活运用<br>(3) 了解电子商务模式                               | (1) 电子商务的概念模型<br>(2) 信息网络、物流网络、金融网络的概念<br>(3) 电子商务业务模式内容<br>(4) 电子商务运营模式内容<br>(5) 电子商务盈利模式内容<br>(6) 电子商务新模式内容 |
| 电子商务的框架与流程   | (1) 了解电子商务总框架、发展框架<br>(2) 了解以 Web 为中心的电子商务架构、以应用为主的电子商务整体架构<br>(3) 掌握电子商务的基本流程和具体流程 | (1) Web 组件的特性<br>(2) 电子商务流程的参与主体<br>(3) 网络商品直销的流程、网络商品中介交易的流程、C2C 电子商务流程                                      |

续表

| 知识要点        | 能力要求                                                                                              | 相关知识                                                                    |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 网络商务信息收集与处理 | (1) 了解网络商务信息采集<br>(2) 了解网络商务信息分级<br>(3) 了解网络商务信息的采集方法、收集的途径<br>(4) 掌握网络商务信息处理、发布并能运用              | (1) 网络商务信息的定义、特点和收集要求<br>(2) 网络商务信息的发布工具与方法                             |
| EDI 与电子商务   | (1) 了解 EDI 的发展概况<br>(2) 了解 EDI 应用系统<br>(3) 了解 EDI 应用方式、EDI 的实现、EDI 的业务流程<br>(4) 了解 EDI 对电子商务产生的影响 | (1) EDI 的概念<br>(2) EDI 应用模式<br>(3) EDI 标准、EDI 软件及硬件<br>(4) Internet EDI |



## 导入案例

## 电子商务是新经济模式

2012年11月30日晚9点50分,阿里巴巴集团旗下淘宝和天猫的交易额本年度突破10000亿元!阿里巴巴集团董事局主席马云对此表示:“我们很幸运,能够适逢互联网这个时代,一起见证并参与互联网及电子商务给我们社会带来的一次次惊喜和改变。”

具体剖析10000亿元的交易额可以发现,三四线以下地区60%以上的消费增长速度,要远远高于作为传统消费主力的一二线城市不足40%的消费增速。庞大的消费增量,给受阻于出口增长缺乏的以长三角、珠三角地区为首的企业创造了新的机遇和空间。

以服装制造业为例,在长三角、珠三角等产业密集地,已经出现了大批专业为电商企业做定制和分工的下游供应链企业,从纽扣、布料甚至是包装,都已经专业型的分工条线——上游的电商企业通过阿里巴巴、淘宝和天猫等平台获得订单后,整个供应链条全部协作,从而实现低库存甚至零库存,并迅速调动物流企业发货,而至再度收获订单的整个闭环。目前长三角、珠三角地区的一些服装企业,整个供应链运转时间甚至可以被压缩到15天。

马云认为,互联网环境下电子商务的本质,绝不是以前很多人理解的“虚拟经济”。实际上,电子商务是实实在在的新经济,是用互联网信息技术和传统实体经济完美融合的一种新经济模式,这种新经济模式能有效整合当下的现有资源,切实降低企业发展成本,提升小企业全新的竞争实力,极大地提高社会整体效率。当下千万级的网商以及互联网环境下的每个消费者,是新经济时代第一批移民,他们将引导中国经济的转型。

“10000亿元只是刚刚开始,我们正在步入10万亿元的时代。”他说,“未来电子商务在中国,必将产生1000万数量级的小而美的企业,具备服务全球10亿消费者的能力。”

资料来源:大洋网

## 引 言

随着网络、通信和信息技术快速发展, Internet 在全球迅速普及。信息技术在国际贸易和商业领域广泛应用, 利用计算机技术、网络通信技术和 Internet 实现商务活动的国际化、信息化和无纸化, 已经成为各国商务发展的趋势。

面对经济全球化和日益激烈的市场竞争, 企业要在全球竞争中生存和发展, 客观上要求其提高商务活动效率及商务决策的科学性和可靠性。而借助计算机处理, 企业能够有效提高商务决策的科学性和可靠性; 借助于 Internet, 企业能显著提高商务活动效率。于是, 为了提高商务活动的效率和效益, 将计算机和 Internet 应用到商务活动中来就成为时代发展的必然。

电子商务作为计算机通信技术和现代贸易活动相结合的产物, 已经成为人类跨入 21 世纪的重要标志之一。网络经济使得商业空间发展到全球的规模, 使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征, 使得任何一个商业组织都必须改变自己的组织结构和运行方式, 以适应这种全球性的发展和变化。电子商务的发展为人类开辟了新的生活和工作空间, 代表了未来商务活动的发展方向, 已经并将继续对全球经济和社会的发展产生深刻的影响。

### 1.1 电子商务的基本概念

电子商务(Electronic Commerce, EC)是基于互联网的一种新的商业模式, 其特征是商务活动在互联网上以数字化电子方式完成。电子商务是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术, 实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。

广义上讲, 电子商务一词源自于 Electronic Business, 是指利用简单快捷低成本的方式, 在买卖双方不谋面的情况下所进行的商务和贸易活动。

#### 1.1.1 电子商务产生的原因

电子商务产生的原因可以从以下 3 个方面进行分析。

##### 1. 信息网络技术为电子商务奠定了物质基础

20 世纪 80 年代末期以国际互联网技术(Internet)和电子数据技术(EDI)为代表的全球网络技术迅猛发展, 推动了现代通信技术的不断更新。Internet 的技术性能, 为它在商业上的应用提供了广阔的天地。Internet 的强劲发展和网络应用在全球范围内的普及, 为电子商务的发展奠定了良好的基础。Internet 的发展在环境、技术和经济上都为电子商务创造了条件, 电子商务作为 Internet 的一项最为重要的应用系统已呈现在人们眼前了。

##### 2. 国际经贸的迅速发展要求商务手段和工具上的变革

1950 年全球贸易额仅为 1130 亿美元, 1995 年增长到 6 万多亿美元, 2000 年已经达到



12 万多亿美元,增长了近 100 倍,若排除通货膨胀因素,仍有 15 倍多,远远超过全球 GDP 的增长速度。进入 21 世纪,世界贸易每年都达到了两位数的增长,并且增长的速度越来越快。2005 年,全球国际贸易额达到 25.92 万亿美元,几乎在 1995 年的基础上翻了两番。

全球贸易额的增加带来了各种贸易单证、文件数量的激增,繁多的贸易单证在各个国家的数个公司之间传递。据估计,平均每做一笔生意需要 30~40 份纸面单证。纸面文件的处理工作非常繁重,而且容易出错。国际贸易的发展,客观上要求从根本上消除传统纸面文件所形成的成本高、传递慢、重复处理等问题,要求商务手段和工具上的变革。

国际贸易所涉及的内容繁多,包括海关、税收、结算、运输等,与内陆贸易有实质性的区别,而且各国之间对于这些业务的商务政策和处理方式不同,这就造成了数据量的剧增。原有的一个个独立存在的商贸管理信息系统,已经远远不能适应国际商务业务发展的需要,只有开发新的电子商贸系统才能适应全球商贸发展的需要。

### 3. 国际市场的激烈竞争也促进电子商务的发展

世界市场的激烈竞争也大大促进了电子商务的发展。20 世纪六七十年代以后,价格因素在竞争中所占的比重在减少,而非价格因素在上升。例如,小批量、多品种、定制式生产成为销售商和消费者新的需求,这就要求商业文件的传递和处理速度大大加快,以适应瞬息万变的市场变化。因此,可以说市场竞争是电子商务产生和发展的催化剂。

总之,电子商务形成的动因主要体现在:社会网络化,20 世纪 90 年代后期“互联网”广泛使用;经济全球化,“社会网络化”将企业经营范围扩展到世界各个角落;物资流动自由化,“经济全球化”要求物资自由流动。

#### 1.1.2 Internet 电子商务的产生

1969 年 9 月,用于军事目的的计算机互联网在加州大学洛杉矶分校 UCLC 等四站点连通。

1973 年,ARPAnet 扩展成国际互联网,第一批接入的有英国和挪威。

1981 年,TCP/IP4.0 版本正式成为 ARPAnet 的标准协议。

1984 年,从 ARPAnet 分出 MILnet(军用)和 ARPAnet(民用)两个网络,DCA 把 ARPAnet 各站点的通信协议全部转为 TCP/IP,这是全球 Internet 正式诞生的标志。

1989 年,美国科学基金会允许两家商业性电子邮件商 MCI 和 CompuSever 与互联网建立有限联系,即可以和互联网相互交换电子邮件,这样就使企业可以直接向互联网上的地址发电子邮件。

1991 年网络向社会开放,1993 年随着 WWW(World Wide Web)和 Web 浏览器的出现,开启了 Internet 的商务浪潮。

1992 年,美国政府提出“信息高速公路”计划,公布“国家信息基础设施建设:行动纲领”,简称 NII 计划。

1994 年,美国加州组成商用实践网(CommerceNet),目的是加速发展互联网上电子商务,确保交易安全、货款支付作业、商业电子目录、EDI 的实现。

从 1995 年起,Internet 主干网转由企业支持,实现商业化运营。1995 年 8 月,劳伦

斯利威莫实验室开始试验用电子邮件的方式在 Internet 上传输 EDI 交易信息。EDI 交易信息经过加密压缩后作为电子邮件的附件在网上传播。实现 Internet 与 EDI 的结合有 4 种方式: Internet Mail、标准 CI、Web-EDI、XML/EDI。

1997 年,美国克林顿政府要求联邦政府自 1997 年 1 月起,各部门采用全面采取电子商务方式。

1997—1999 年,电子商务以新商业推动的商业模式运作,把虚拟的网络经济与现实的传统经济结合起来,创造全新的商业运作模式。例如,从网络走向传统产业的 Amazon (<http://www.amazon.com/>): 创新的商业运营模式(网络购物、具有竞争力的价格折扣、完善的购物服务、灵活的支付手段等),获得了迅速的发展。还有从传统产业进军网络的 Dell(<http://www.dell.com/>)和 Cisco(<http://www.cisco.com/>), Dell 的网络订单、订单分解及转发,营造出一个纯粹电子商务企业网站的典范; Cisco 以签约合同制造商的形式,创造无限的满足订单能力,却没有任何生产设备,其精干灵活的组织形式和高度的生产效率,使公司的市值一度超越微软公司,一举成为纳斯达克市场上市值最大的公司。

2000 年以来,电子商务以新服务、新应用推动企业经营运作。网络公司的新服务、传统企业的新应用,在极大拓展其用户和市场资源的同时,不断提高自身的经营运作。

2011 年 11 月 11 日,“网购神话”淘宝网单日销售额破 52 亿元。网络经济占 GDP 的比重呈上升趋势,电子商务市场份额达 26.1%,是未来网络经济发展主动力,网络零售增长态势表现最为强劲,未来四年平均复合增长率可达 95.0%。中国电子商务近年来每年以 30% 以上的速度增长,2011 年交易规模接近 6 万亿元人民币。

2012 年 11 月 11 日,淘宝和天猫总成交额 191 亿元,再次刷新了单日销售额天量;12 月 12 日,当天销售 43.8 亿元。天猫淘宝 2012 年交易额破万亿元,占中国 GDP 的 2%。

2014 年深圳电子商务交易额超 1.5 万亿元。

电子商务不是在某天突然产生的,它经历了由局部的、在专用网上交易到开放的、基于 Internet 的电子商务过程。EFT(Electronic Funds Transfer, 电子资金转账)使企业间能够通过网络进行账户交易信息的传输,实现了结算的最优化,这是传统商务活动中的部分质变。EDI 的使用,是传统商务中最重要质变,以至于有人把它叫作 EDI 电子商务,但是它并没有引起传统商务的根本质变。此外,诸如计算机联网订票系统(SA-BRE)、借记卡(Debit Card)、自动柜员机(ATM)、收款机(POS)等,它们都引起了传统商务某一方面或某一环节的部分质变,这些部分质变积累到 Internet 出现后,它们的技术和作用与 Internet 联系起来,于是传统商务发生了根本质变,电子商务产生了。

### 1.1.3 电子商务的发展

#### 1. 电子商务发展的五大阶段

第一阶段: 电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从 20 世纪 70 年代开始,平均的通信量以每年几倍的速度增长。

第二阶段: 信息发布阶段。从 1995 年起,以 Web 技术为代表的信息发布系统,爆炸式地成长起来,成为目前 Internet 的主要应用。中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段：电子商务阶段(EC, Electronic Commerce)。EC在美国也才刚刚开始，之所以把EC列为一个划时代的东西，笔者认为，是因为Internet的最终主要商业用途，就是电子商务。同时反过来也可以很肯定地说，若干年后的商业信息，主要是通过Internet传递。Internet即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997年底在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织非正式首脑会议(APEC)上美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案，引起了全球首脑的关注，IBM、HP和Sun等国际著名的信息技术厂商已经宣布1998年为电子商务年。

第四阶段：全程电子商务阶段。随着SaaS(Software as a Service)软件服务模式的出现，软件纷纷登录互联网，延长了电子商务链条，形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段：智慧电子商务阶段。2011年，互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟，主动互联网营销模式出现，I-Commerce(Individual Commerce)顺势而出，电子商务摆脱传统销售模式生搬上互联网的现状，以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以IZP科技集团提出的ICE最具有代表性。

## 2. 中国电子商务的发展

第一阶段：起步期。1990—1993年，电子数据交换时代，成为中国电子商务的起步期。

第二阶段：雏形期。1993—1997年，政府领导组织开展“三金工程”阶段，为电子商务发展期打下坚实基础。1993年成立了国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室，相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”，取得了重大进展。1996年1月成立国务院国家信息化工作领导小组，由副总理任组长，20多个部委参加，统一领导组织中国信息化建设。1996年，全桥网与互联网正式开通。1997年，信息办组织有关部门起草编制中国信息化规划。1997年，中国第一家垂直互联网公司浙江网盛科技股份有限公司(浙江网盛生意宝股份有限公司)诞生。1997年4月在深圳召开全国信息化工作会议，各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室，各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。1997年，广告主开始使用网络广告。1997年4月以来，中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

第三阶段：发展期。1998—2000年，互联网电子商务发展阶段。1998年3月，中国第一笔互联网网上交易成功。1998年10月，国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”，它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程。1999年3月8848等B2C网站正式开通，网上购物进入实际应用阶段。1999年兴起政府上网、企业上网，电子政务(政府上网工程)、网上纳税、网上教育(湖南大学、浙江大学网上大学)，远程诊断(北京、上海的大医院)等广义电子商务开始启动，并已有试点，进入实际试用阶段。

第四阶段：稳定期。2000—2009年，电子商务逐渐以传统产业B2B为主体，标志着电子商务已经进入可持续性发展的稳定期。

据中国互联网信息中心统计，截至2009年6月，中国互联网人数已达3.38亿元。自1994年中国接入国际互联网以来，我国互联网已经历十五个年头。在这15年里，中国互

联网产业经历了门户、SP、搜索、网游、Web 2.0、电子商务六大主流，互联网也渐由新闻娱乐应用向电子商务与生活服务应用为主转变。从1995年被看作中国最早的一家网络公司的瀛海威成立，中国的互联网企业经过15年的发展，已经形成年直接营收逾百亿元的庞大产业规模，而且也间接带动了IT、信息产业、家电、物流、展会、金融、广告、包装等诸多行业的发展，这其中电子商务类企业贡献尤为显著。

作为互联网产业最重要、发展最健康的分支，电子商务也自1997年起，不经意间跨入了第十二个年头，圆满地落下了第一个轮回的帷幕。中国电子商务经历了12年五个阶段所发生的一些标志性事件，如图1.1所示。

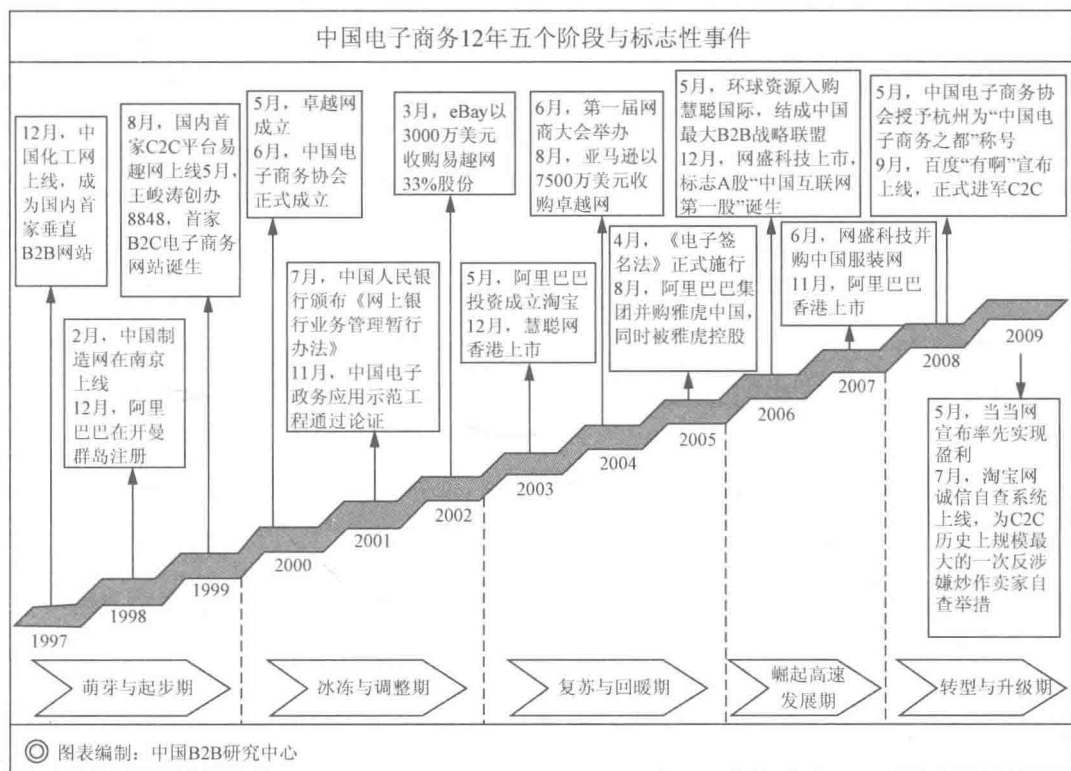


图 1.1 中国电子商务 1997—2009 年经历的五个阶段与标志性事件

第五阶段：成熟期。2013年1月15日，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布《第31次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示，截至2012年12月底，我国网民规模达到5.64亿元，互联网普及率为42.1%；中国手机网民规模达到4.2亿个，成为中国网民的重要组成部分，2012年中国移动互联网市场产值达到了712.5亿元，2013年中国移动互联网的规模将达到901.9亿元。中国网站规模达到250万个；CN域名注册量达到873万个，较2011年年底增加98万个，半年增长率为12.7%。我国拥有IPv6地址数量为12499块/32，全球排名第3位，仅次于巴西和美国。《报告》显示，截至2012年12月，我国微博用户规模为3.09亿个，我国网络购物用户规模达到2.42亿个。

2012年上半年中国网上零售市场交易规模达到4976亿元，根据《2012年第3季度中国网上零售市场季度监测》数据显示，2012年第3季度中国网上零售市场交易规模达到

3316 亿元，环比增长 18.7%，同比增长 60%，到 2012 年年底我国网络零售市场交易规模突破 10000 亿元。

### 1.1.4 电子商务的定义

#### 1. 不同发展阶段的电子商务定义

电子商务是一个不断发展的概念，电子商务的先驱 IBM 公司于 1996 年提出了 Electronic Commerce (E-Commerce) 的概念，到了 1997 年，该公司又提出了 Electronic Business(E-Business)的概念。但中国在引进这些概念的时候都翻译成电子商务，很多人对这两者的概念产生了混淆。事实上这两个概念及内容是有区别的，有人将 E-C 称为狭义的电子商务，将 E-B 称为广义的电子商务。E-C 是指实现整个贸易过程中各阶段贸易活动的电子化。E-B 是利用网络实现所有商务活动业务流程的电子化。E-Commerce 集中于电子交易，强调企业与外部的交易与合作，而 E-Business 则把涵盖范围扩大了很多，广义上指使用各种电子工具从事商务或活动，狭义上指利用 Internet 从事商务或活动。

在不同的发展阶段，各专家从不同的角度出发对电子商务给出了众多的定义，如图 1.2 所示。

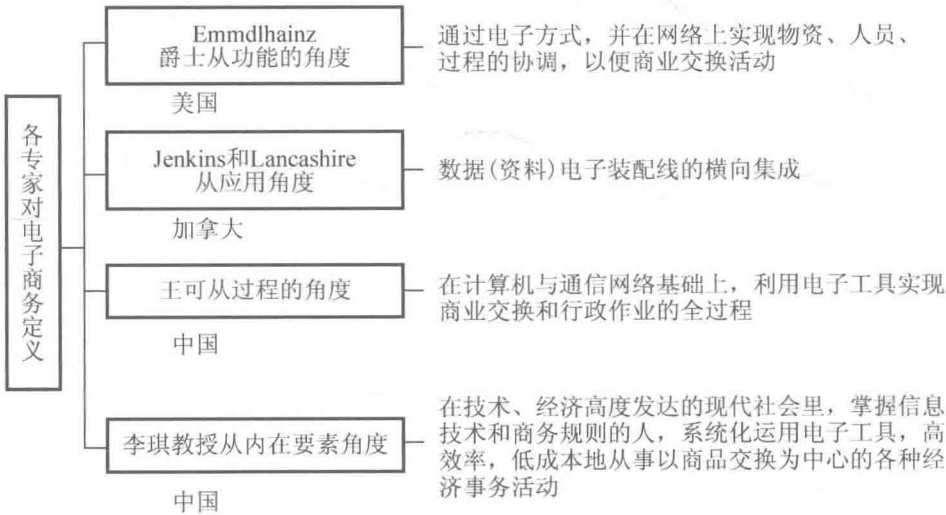


图 1.2 各专家对电子商务的定义

电子商务的定义从范围上看可以分为广义的电子商务和狭义电子商务，如图 1.3 所示。

#### 2. 几种常见电子商务的定义

电子商务的定义，至今国际上尚无一致的规范化定义，常见电子商务的定义主要有以下几种。

(1) 1997 年 11 月 6 日至 7 日在法国首都巴黎，国际商会举行了世界电子商务会(The World Agenda for Electronic)，从商业角度提出了电子商务的概念。电子商务，是指对整个贸易活动实现电子化，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

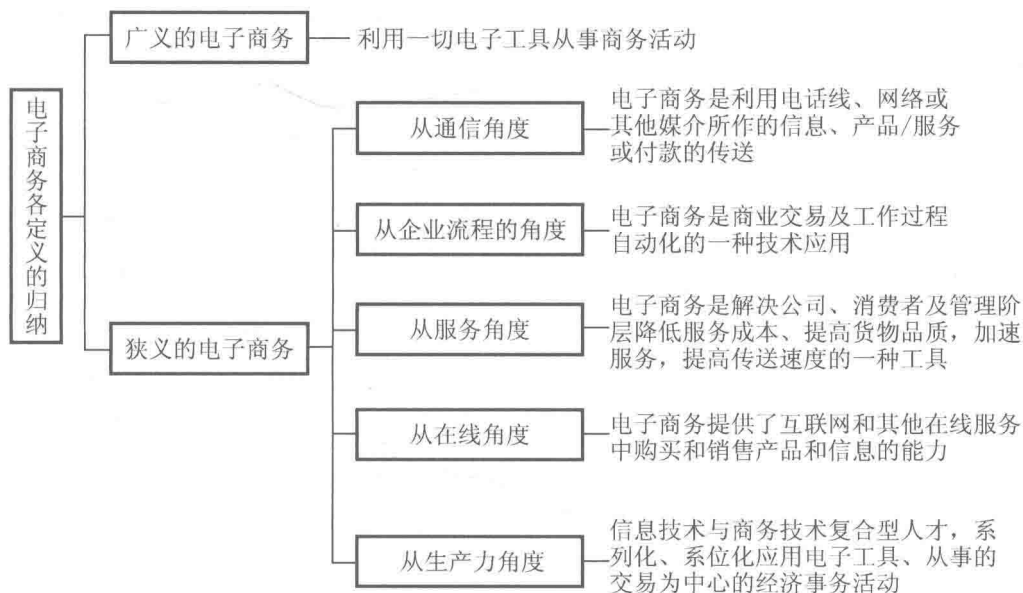


图 1.3 广义与狭义的电子商务

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（共享数据库、电子公告牌）以及自动捕获数据（条形码）等。

（2）联合国经济合作和发展组织（OECD）对电子商务的定义：电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间（Business to Business）、企业和消费者之间（Business to Consumer）的商业交易。

（3）联合国国际贸易法律委员会（UNITRAL）：电子商务是采用电子数据交换（EDI）和其他通信方式增进国际贸易的职能。

（4）全球信息基础设施委员会（GIIC）电子商务工作委员会在报告草案中对电子商务的定义：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带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响，公有私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动，其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。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。

（5）IBM 公司：电子商务（E-Business）概念包括三个部分：内联网（Intranet）、外联网（Extranet）和电子商务（E-Commerce）。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用，不仅仅是硬件和软件的结合，也不仅仅是我们通常意义下的强调交易的狭义的电子商务（E-Commerce），而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在互联网（Internet）、内联网和外联网结合起来应用。它同时强调这三部分是有层次的。只有先建立良好的 Intranet，建立好比较完善的标准和各种信息基础设施，才能顺利扩展到 Extranet，最后扩展到 E-Commerce。