

电子商务系列教材

Series Books on E-Commerce

E-Commerce and International Trade

电子商务与 国际贸易

覃征 李顺东 阎礼祥 窦家维 著

人民邮电出版社
www.pptph.com.cn

电子商务系列教材

电子商务与国际贸易

覃 征 李顺东 著
阎礼祥 窦家维

人民邮电出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务与国际贸易 / 覃征等 著. —北京: 人民邮电出版社, 2001.7

电子商务系列教材

ISBN 7-115-09196-X

I. 电… II. 覃… III. 国际贸易—电子商务—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 031059 号

内 容 提 要

本书介绍了电子商务与国际贸易的基本概念, 国际贸易的管理和实务, 国际贸易电子商务系统的设计, 电子商务在国际货物贸易领域、国际非货物贸易领域的具体运用以及国际营销等问题。本书内容新颖, 材料丰富, 论述精炼, 从实用出发, 解决实际问题, 注重信息处理技术与国际贸易工作的结合, 便于读者在实际工作中运用。

本书可作为大专院校国际贸易专业与电子商务专业的教科书, 也可作为电子商务的研究人员和从事国际贸易工作的人员的参考书。

电子商务系列教材

电子商务与国际贸易

-
- ◆ 著 覃 征 李顺东 阎礼祥 窦家维
责任编辑 滑 玉
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@pptph.com.cn
网址 <http://www.pptph.com.cn>
读者热线: 010-67129212 010-67129211(传真)
北京汉魂图文设计有限公司制作
北京密云春雷印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 13.25
字数: 315 千字
印数: 1—5 000 册
 - 2001 年 7 月第 1 版
2001 年 7 月北京第 1 次印刷
-
- ISBN 7-115-09196-X/TP·2144

定价: 19.00 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010)67129223

作者简历



章征，1956 年生，博士生导师、教授。西北工业大学博士，西安交通大学博士后，现任西安交通大学电信学院副院长、西安交通大学电子商务研究所所长。主要研究方向：计算机系统集成与电子商务、复杂信息处理、计算机网络应用。在国内外重要学术刊物发表论文 30 余篇，出版学术专著 10 余本。

编者的话

20 世纪 90 年代以来,一系列技术的突破使得因特网发生了日新月异的变化,电子商务(Electronic Commerce)应运而生。目前电子商务交易正迅速增长,它渗透到社会再生产的生产、交换、分配、消费的各个环节,极大地节约资源,加快社会再生产的循环过程,推动社会经济的发展,改变人类社会的生活方式。因特网的迅速发展使电子商务成为继传统市场之后的又一个巨大市场,这一市场突破了国界与疆域。企业或商家可以很容易地在这个市场上构筑覆盖全球的商业营销网,因而获得全球性、无时限的商务空间。未来 10 年,1/3 的全球国际贸易将以网络贸易的形式来完成。巨大的市场与无限的商业机遇,展现出这一市场的现实与潜在的丰厚商业利润前景。因特网最大的优势之一就是超越时间、空间的限制,能够有效地打破国家和地区之间各种有形和无形的壁垒,对于每个国家和地区对外经济、技术交流将起到革命性的作用。电子商务给中小企业开拓国际市场、利用好国外各种资源带来了千载难逢的机遇。

发展电子商务是大势所趋。在发达国家,电子商务目前已经成为企业从事进出口业务的主要方式。如美国,95%的企业将电子商务作为主要的贸易手段,其贸易公司的新增业务中,有 85%是通过电子商务开拓的。为了在保住我国传统出口市场份额的同时,使我国的出口不断地扩大,最好的方法就是采用电子商务方式进行国际贸易。如何深刻地理解电子商务和正确地运用电子商务系统是摆在我们面前的一项十分紧迫的任务。如果不采用电子商务技术,那么我国的企业在国际市场竞争中将处于非常不利的位置,就如同手持大刀、长矛同配备冲锋枪、迫击炮的对手打仗一样。电子商务的发展使出口行业最先获益,2000 年中国的出口总值达到了 2493 亿美元,其中比重最大的是纺织品和电子消费品出口。B2B 将给出口商们带来极为积极的影响。据估计,向 B2B 过渡将为大多数行业在早期带来 5%至 10%的成本节约。以此计算,中国出口贸易这一领域向 B2B 过渡将产生 125~250 亿美元的成本节约空间。更重要的是,因为 B2B 使出口商们有机会在更有效率的供货商之间作出选择,这将给出口商带来更大的出口增长动力。

在国际贸易领域如何系统地运用电子商务技术,是一个全新的课题。作者根据十多年国际贸易的经验和在电子商务领域的研究成果,对电子商务与国际贸易的结合方面进行了初步的探索。希望能给从事国际贸易的业务人员和从事电子商务的研究人员带来一点启发。

本书有七章,各章内容基本上自成体系,读者可以根据自己的具体情况和需要选择自己感兴趣的章节研读。

除此之外,本书还介绍了国际贸易最重要的三个法律:《联合国国际货物销售合同公约》、国际商会《国际贸易术语解释通则》和《跟单信用证统一惯例》。

由于我们水平有限,时间紧迫,加之电子商务是一门迅速发展的,仅有几年历史的新学科,书中难免存在缺点和错误,敬请读者批评指正。

编者
2001 年 5 月

目 录

第 1 章 电子商务	1
1.1 电子商务的产生与发展	1
1.1.1 电子商务的产生	1
1.1.2 电子商务的发展	3
1.1.3 电子商务在我国国际贸易领域的发展状况	7
1.1.4 电子商务在我国发展的不利因素	8
1.2 电子商务的经济理论	9
1.3 电子商务下的管理理论	12
1.4 电子商务下的法学理论	15
1.5 电子商务关键技术	17
1.5.1 电子数据交换 (EDI)	17
1.5.2 电子商务下的通信与计算机网络技术	18
1.5.3 计算机应用技术	18
1.5.4 在线支付技术	19
1.5.5 管理信息系统 (MIS)	20
1.5.6 决策支持系统(DSS)	21
1.5.7 人工智能	21
1.6 电子商务安全保密技术	22
1.6.1 加密算法	23
1.6.2 数字签名	23
1.6.3 信息认证技术	24
1.6.4 防火墙技术	25
1.7 国际贸易与电子商务	25
1.7.1 国际贸易电子商务的条件已经成熟	25
1.7.2 电子商务对国际贸易的影响	26
1.7.3 电子商务与我国国际贸易	27
小结	27
第 2 章 国际贸易理论与管理	29
2.1 国际贸易的产生	29
2.2 国际贸易的基本概念	29
2.2.1 国际贸易的概念	29
2.2.2 国际贸易的分类	30
2.3 国际贸易的理论	30

2.3.1 亚当·斯密的“国际分工说”	31
2.3.2 大卫·李嘉图的“比较成本说”	32
2.3.3 赫克歇尔—俄林的“要素比例说”	32
2.3.4 评价	33
2.4 国际贸易政策及理论	33
2.4.1 自由贸易政策	33
2.4.2 保护贸易政策	34
2.4.3 现代国际贸易理论	36
2.5 国际贸易的管理	38
2.5.1 国际贸易管理的关税措施	38
2.5.2 国际贸易管理的非关税措施	39
2.6 关贸总协定与国际贸易组织简介	40
2.6.1 关贸总协定	40
2.6.2 世界贸易组织(WTO)	41
2.6.3 中国与世界贸易组织	42
2.7 国际贸易对国民经济的作用	43
小结	44
第3章 国际贸易实务	45
3.1 国际贸易合同简介	45
3.2 国际贸易合同的商品条款	51
3.2.1 品名条款	51
3.2.2 质量条款	52
3.2.3 数量条款	53
3.2.4 包装条款	53
3.3 国际贸易价格条款	55
3.3.1 国际贸易价格术语的概念	55
3.3.2 有关国际贸易价格术语的国际惯例	55
3.3.3 INCOTERMS 简介	56
3.3.4 INCOTERMS2000	57
3.3.5 不同价格术语之间的换算	61
3.3.6 规定价格条款时的注意事项	61
3.4 国际贸易的货物运输	62
3.4.1 海洋运输方式及运费	62
3.4.2 集装箱运输	62
3.4.3 运输单据	63
3.4.4 装运条款	64
3.5 国际贸易货物保险	67
3.5.1 风险与损失	67
3.5.2 我国的海运货物保险险别	68

3.5.3 国际贸易合同中的保险条款	69
3.5.4 国际贸易中的其他保险险别与条款简介	69
3.5.5 国际贸易中保险金额与保险费的计算	71
3.6 国际贸易货款的收付	71
3.6.1 支付工具	71
3.6.2 支付方式	73
3.7 国际贸易商品检验与争议处理	76
3.7.1 商品检验与检疫	77
3.7.2 索赔	79
3.7.3 不可抗力	79
3.7.4 仲裁	79
3.8 国际贸易中的其他贸易形式	79
小结	80
第4章 国际贸易电子商务系统的设计	81
4.1 电子商务系统设计引论	81
4.1.1 系统分析	81
4.1.2 软件需求分析	82
4.1.3 设计数据库	83
4.1.4 软件设计	85
4.1.5 程序编码	86
4.1.6 系统测试	86
4.1.7 系统维护	86
4.2 国际贸易企业的组织结构	86
4.3 进出口业务及相关单位	88
4.3.1 进口业务所涉及的有关部门和业务	88
4.3.2 出口业务所涉及的有关部门与业务	89
4.4 电子商务系统的需求分析	90
4.4.1 系统需求分析	90
4.4.2 形成需求分析的正式文件	92
4.5 数据库设计	94
4.5.1 法律数据库	94
4.5.2 商情数据库	95
4.5.3 客户资源数据库	96
4.5.4 合同库	97
4.5.5 经营库	97
4.5.6 人力资源库	97
4.6 软件设计	98
4.6.1 软件系统结构的总体设计	98
4.6.2 处理方式设计	99

4.6.3 数据结构设计	99
4.7 在 EDI 上构建新的电子商务系统	100
4.8 国际贸易电子商务系统的集成	101
小结	103
第 5 章 电子商务与国际货物贸易	104
5.1 电子商务时代企业的经营	104
5.1.1 国际贸易电子化对业务人员的基本要求	105
5.1.2 电子商务时代对国际贸易企业的基本要求	105
5.2 电子商务条件下的国际贸易信息的获取	106
5.2.1 基本信息的获取	106
5.2.2 查询市场信息	111
5.2.3 确定市场进入方式	112
5.2.4 获得有关公司的信息	113
5.3 国际贸易的洽谈	114
5.3.1 建立业务联系	114
5.3.2 与客户洽谈	115
5.4 合同的订立	119
5.4.1 合同订立的时间	119
5.4.2 合同的形式	119
5.4.3 合同的内容	120
5.4.4 合同的签名与传递	120
5.5 国际贸易中买卖合同的履行	122
5.5.1 备货	122
5.5.2 报验	123
5.5.3 催证、审证和改证	123
5.5.4 租船定舱、报关、装运、保险	124
5.5.5 制单结汇	125
5.5.6 常用的出口单据	126
5.5.7 制单结汇注意事项	127
5.5.8 进口合同的履行	128
小结	129
第 6 章 电子商务与国际间的非货物贸易	130
6.1 电子商务条件下的国际技术贸易	130
6.1.1 国际技术贸易的内容	130
6.1.2 国际技术贸易的类型	131
6.1.3 国际技术贸易中的价格构成	131
6.1.4 国际技术贸易的特点	132
6.1.5 电子商务条件下的国际技术贸易	133

6.2 电子商务对国际服务贸易的影响	134
6.3 电子商务条件下的国际金融服务贸易	135
6.3.1 传统国际金融服务的发展	135
6.3.2 国际金融服务的新发展	136
6.3.3 网上银行——新经济条件下金融服务的核心	136
6.4 电子商务条件下的旅游服务贸易	139
小结	141
第7章 国际贸易的网络营销	143
7.1 网络营销的概念	143
7.1.1 国际贸易网络营销的概念	143
7.1.2 国际贸易网络营销对进口商的好处	144
7.1.3 国际贸易网络营销对出口商的好处	144
7.2 网络营销的基础	145
7.2.1 网络营销的外部环境	145
7.2.2 企业内部的基本条件	146
7.3 国际贸易网络营销的步骤	147
7.3.1 了解因特网	147
7.3.2 进入因特网	148
7.3.3 电子商务阶段	149
7.4 国际贸易网络营销的工具	149
7.4.1 电子函件	149
7.4.2 搜索引擎	150
7.4.3 HTML	151
7.4.4 访问统计报告	151
7.4.5 邮件列表	152
7.5 国际贸易网络营销技巧	155
7.5.1 了解因特网的阶段	155
7.5.2 网络营销阶段	156
7.5.3 跨国网络营销的几个成功案例	158
附录1 全球重要的国际贸易网站	162
附录2 联合国国际货物销售合同公约	165
附录3 国际商会《跟单信用证统一惯例》	182
附录4 电子商务与国际贸易常用词语	198
参考文献	202

第1章 电子商务

1.1 电子商务的产生与发展

新千年伊始,电子商务就以前所未有的力量向着人们千百年来形成的商务活动观念和方式发起冲击。它直接作用于商务活动,间接作用于社会经济的方方面面。电子商务的影响将远远超出商务活动本身,它对人类社会的影响是深刻的、彻底的,对社会各个行业的渗透也是空前的,无论是工业、流通业、金融业还是媒体传播业,也不管是政府、企业还是科研机构,甚至传统的农业都将受到电子商务的洗礼。国际贸易行业当然首当其冲地受到电子商务的全面影响。

国际贸易的电子化发展是大势所趋。在发达国家,电子贸易目前已经成为企业从事进出口业务的主要方式。如美国,95%的企业将电子商务作为主要的贸易手段,其贸易公司的新增业务中,有85%是通过电子商务开拓的。目前世界各国都将电子商务作为拓展进出口贸易的重要手段,推动本国企业应用电子商务,积极抢占国际贸易市场。国际贸易的主要国家与地区如美国、欧盟各国、日本、东南亚各国、我国的香港等,都在大力促进电子商务在国际贸易中的应用。目前电子商务在国际上已经得到迅速发展和应用,它将在国际商务和社会生活中逐步占据主导地位。发达国家都把电子商务作为21世纪国家经济的增长重点,也把电子商务作为提高国家实力和竞争力的关键。我国的管理部门正在加紧国际合作,研究制定相应法律、法规和技术标准,营造良好的电子商务环境,促进我国经济贸易的发展。

电子商务正成为国际贸易交往的主要手段和重要途径,成为21世纪国际贸易发展的大趋势,加快推行电子商务是促进中国对外经济贸易持续、稳定和健康发展的必要措施。这就要求从事国际贸易的业务、管理人员熟悉电子商务环境,逐步采用电子商务方式进行商务管理、用电子商务技术武装我国的国际贸易,最终能参与电子商务时代的国际竞争。那么究竟什么是电子商务?电子商务是如何产生和发展的?什么是电子商务的关键技术?电子商务如何同国际贸易相结合?电子商务条件下国际贸易将如何进行?本书将就这些问题进行一些理论和应用上的探讨,希望能对从事国际贸易理论研究、国际贸易实践的人员和从事电子商务研究、实践的人员有所启发。

1.1.1 电子商务的产生

亚当·斯密的“绝对成本学说”、大卫·李嘉图的“比较成本学说”和赫克歇尔—俄林的“要素比例学说”是国际贸易的重要学说。根据这些学说各个国家生产自己绝对成本低的商品、比较成本低的商品或者要素丰富的商品,总之,生产自己国家具有优势的产品,然后把自己生产的商品在国际市场上进行交换,能够促进各个国家的经济以最快的速度发展。在这些理论的指引下,各个国家都在大力发展自己的优势产品生产,并积极地发展对外贸易,

从而推动了国际贸易的迅速发展。国际贸易成了推动世界经济增长的“发动机”，特别是第二次世界大战以来，国际贸易的增长大大高于世界经济的增长(国际贸易域经济增长指数见表 1-1)。改革开放以来，我国对外贸易的增长速度一直快于国民经济的增长速度，我国对外贸易依存度一直在 40%左右，对外贸易对于国民经济增长的贡献率保持在 3%~4%。国际贸易的迅速增长造成了传统的以纸为载体的贸易单证和文件的数量激增，据测算，做成一笔交易所需要的单证大约有 30 多种。这些文件如表 1-2 所示。

表 1-1 国际贸易域经济增长指数

年份 指数	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1993	1994
国际贸易	100	148	210	310	476	605	776	862	1157	1295	1360
世界经济	100	129	155	203	263	318	387	442	516	539	563

表 1-2 国际贸易中涉及的单据种类

编 号	文 件 名 称
1	合同(合同、售货确认书、购买确认书)
2	订单(订单有时就是合同，有时作为合同的附件，详细列明商品的规格、数量搭配等)
3	商业发票 (Commercial Invoice)
4	银行汇票 (Bank Draft)
5	付款通知书
6	信用证 (Letter of Credit)
7	出口货物报关单
8	出口货物装箱单
9	出口申请书 (现在已经较少使用)
10	出口结汇申请单 (现在已经较少使用)
11	海运提单 (Marine Bill of Lading)
12	多式联运提单
13	航空运单 (Airway Bill)
14	国际货协运单
15	承运货物收据 (Cargo Receipt)
16	邮政收据
17	快邮收据
18	快递收据
19	海关发票 (加拿大、美国、新西兰、加勒比、西非、牙买加)
20	保险单 (大保单、小保单、保险批单、保险证明书)
21	生产厂产地证明书
22	产地证 (国际贸易促进委员会、商检局、商会)
23	GSP 产地证明书申请书
24	GSP (FORM-A) 产地证明书
25	欧共体纺织品专用产地证明书

续表

编 号	文 件 名 称
26	品质检验证书
27	重量检验证书
28	动植物检疫证明书
29	中华人民共和国出口许可证
30	中华人民共和国进口许可证
31	对美国出口的纺织品出口许可证/商业发票
32	对欧共体出口的纺织品出口许可证
33	对加拿大出口的纺织品出口许可证
34	对芬兰出口的纺织品出口许可证
35	对瑞典出口的纺织品出口许可证
36	寄（单、样品）证明
37	装运通知

在传统的贸易条件下这些单证和文件的处理完全凭手工作业，劳动强度大，效率低，出错率高，费用高。图 1-1 是传统国际贸易条件下的单证处理流程图。由图可以看出传统贸易条件下的单证处理多么复杂，而这还仅仅是单证处理，没有考虑到这些单证处理过程所涉及的有关政府部门、海关、商检、银行、外汇管理等机构办理相应的单证所需要等待的时间。制造商、供货商和消费者之间，跨国公司与各分公司之间迫切要求提高商业文件和单证的传递和处理速度、缩短空间跨度和传递处理的正确度。追求商业贸易的“无纸化”成为所有贸易伙伴的共同需求。

在使用计算机处理各类商务文件的时候，人们发现需要输入到计算机中的数据，70%是来源于另一台计算机输出的数据，但由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的，不能直接输入到需要使用这些信息的计算机信息系统中。在重复的输入和输出过程中由于过多的人为因素，影响了数据的准确性和工作效率的提高，因此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，电子数据交换（Electronic Data Interexchange, EDI），这种电子商务的初级形式应运而生。

起源于 20 世纪 60 年代的电子数据交换(EDI)是电子商务的雏形。到 80 年代末，发达国家的电子数据交换已形成规模。在增值网络服务推出以后，此类专用信息交换系统得到了更大发展。因特网在全球日益普及，更加速了电子商务的发展。随着信息技术的发展和应用范围的拓宽，电子商务的内涵和外延也在不断充实和扩展，并不断被赋予新的含义，开拓出更加广阔的应用空间。

1.1.2 电子商务的发展

EDI（Electronic Data Interchange）——电子数据交换：是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。由于 EDI 采用计算机与计算机之间的直接信息传输，减少了重复的输入与输出，大大减少了纸张交换的票据，因此，人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。90 年代之前的大多数 EDI 都不通过因特网，而是通过租用的电脑线在专用网络上实现，这类专用的网络被称为增值网（Value-Addle

Network, VAN), 这样做的目的主要是考虑到安全问题。EDI 的软件主要是将用户数据库系统中的信息, 翻译成 EDI 的标准格式以供传输交换。由于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, 因此, 当需要发送 EDI 文件时, 从企业专有数据库中提取的信息, 必须翻译成 EDI 的标准格式后才能进行传输。EDI 是电子商务的初级阶段。

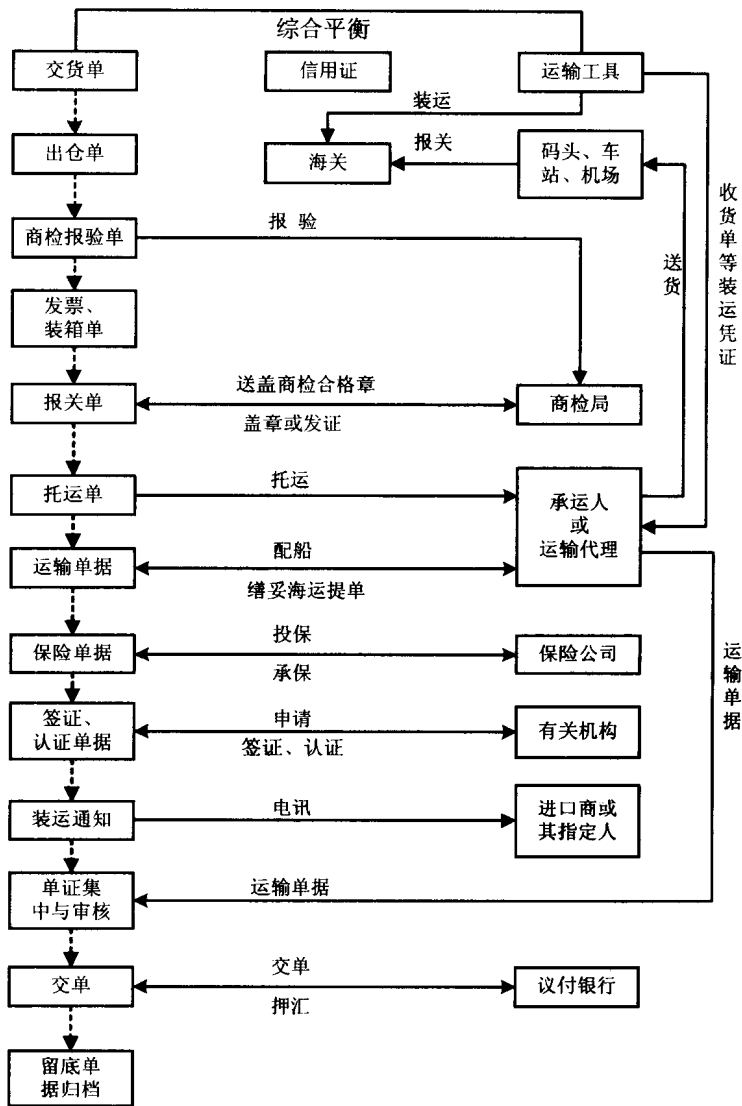


图 1-1 传统国际贸易条件下的单证处理流程图

EDI 的运用, 使得单证和文件处理的劳动强度、出错率和费用大为降低, 效率大为提高, 极大地推动了国际贸易的发展, 显示了巨大的优势和强大的生命力。但 EDI 通信系统的建立需要较大的投资, 使用 VAN 的费用很高, 限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大, 而且 EDI 对于信息共享的考虑也较少, 比较适合具有大量的单证和文件传输的大型跨国公司。随着大型跨国公司对信息共享的需求增加和中小公司对 EDI 的渴望, 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信息交换系统。因特网正好适应了商务发展的这种需要。

20 世纪 90 年代中后期，一直排斥在因特网之外的商业贸易活动正式进入到因特网王国，商务应用逐渐成为因特网应用的热点，因特网也借助于商业应用而迅速发展。从此电子商务发展到了以因特网为基础的阶段，也就是基于因特网的电子商务阶段。基于因特网的电子商务的发展，极大地促进了商业的发展，带来了商务模式的巨大转变，造就了一系列迅速崛起的新公司。同时也使老的传统企业获得了新的发展动力，焕发出新的活力。但与此同时也使一些不能适应电子商务发展，不能迅速转变商务模式的公司面临淘汰的危险。以直接面对消费者的网络直销模式而闻名的美国戴尔（Dell）公司，正是利用电子商务使企业获得新的活力，1998 年 5 月的在线销售额高达 500 万美元，该公司 2000 年在线收入已占总收入的一半。另一个网络新贵——亚马逊（Amazon）网上书店，从一个名不见经传的新公司，发展成世界知名的企业也只用了二、三年的时间，它的营业收入从 1996 年的 1580 万美元猛增到 2000 年的 10 多亿美元。这样迅速的发展全得益于电子商务商业模式的运用。三年前开办的 eBay 公司是因特网上最大的个人对个人的拍卖网站，这个跳蚤市场 1998 年第一季度的销售额就达 1 亿美元。像这样的营业性网站已从 1995 年的 2000 个急升为 1998 年的 42.4 万个。面对电子商务如此迅猛的发展趋势，弗雷斯特（Forrester）公司不得不将它对于 2002 年电子商务的预测由原来的 3270 亿美元改为 8427 亿美元。电子商务虽只有几年的历史，但发展超过任何人的预期。随着因特网的发展，电子商务正以几何级数迅速发展。

为什么基于因特网的电子商务对企业具有如此大的吸引力呢？这是因为它比基于 EDI 的电子商务具有以下一些明显的优势：

（1）费用低廉：由于因特网是国际的开放性网络，使用费用很便宜。一般来说，其费用不到 VAN 的 1/4，这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣；

（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）功能更全面：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）使用更灵活：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，任何商业文件或单证可以直接通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成，不需要像 EDI 那样再进行翻译，任何人都能看懂或直接使用。

在因特网基础上建立的电子信息交换系统，既成本低廉又可以实现信息共享，为在中小企业中普及商务活动的电子化——电子商务提供了可能。基于因特网的 EDI 具备 EDI 和因特网的共同优势，因此有人把通过因特网实现的 EDI 直接叫做 Internet EDI。

基于因特网的电子商务，最初主要是利用因特网的电子函件功能进行日常商务通信，到后来发展到利用因特网进行企业信息发布，让公众可以通过因特网来了解企业的全部情况。到目前为止信息发布仍然是因特网的主要商业应用之一；1996 年 6 月 14 日，联合国贸易委员会通过《电子商务示范法》，这标志着发展到真正的电子商务应用。

基于因特网的电子商务基本上可分为两种模式：一种是用于企业之间的商务活动的模式，在英语中就是 Business To Business，简称为 B2B。B2B 电子商务交易的特点是交易频率低（一般几天甚至一个月才有一笔），每笔交易的数额比较大（一般都在数十万元以上），支付的成本不是问题，而安全和认证问题是这种商务模式的核心问题。只要解决了安全问题，在消费习惯和消费心理上采用电子商务的形式就没有什么大的障碍了。它比较适合我国目前的现实，是目前我国开展电子商务的主流模式。我国政府在电子商务发展方面的指导原则也

是主流发展 B2B 电子商务，重点在于用电子商务技术改造传统产业。

另一种是用于企业与消费者之间的电子商务模式，英语原文是 Business To Consumer，简称为 B2C，这种商务模式的特点是：交易频率极高（一般每天有数十笔甚至数万笔），每笔交易的数额很小（一般都在数元到数千元之间）。这种交易不但有安全性和认证要求，而且支付的成本和速度也成了关键的问题。B2C 是我国电子商务发展的一个长期目标，这种模式的成熟恐怕要等一段时间了。

自 2000 年以来，人们对于电子商务的认识，由电子商务又扩展到 E 概念的高度。即与 E (Electronic Information 电子信息技术) 有关的事务处理活动。E 概念电子商务是电子信息技术在人类社会活动事务处理方面的运用（从这个意义上我们可以称其为电子事务），它必将对人类社会产生全面而深刻的影响。人们认识到电子商务实际上就是以商务为核心，以电子信息技术为基础的技术含量很高的商务活动。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、卫生、军事以及政府部门的工作结合，从而产生出远程教育、远程医疗、电子政务、远程指挥、在线银行、电子信息技术与企业组织形式结合形成虚拟企业等等。这些大多是以电子信息技术为核心结合传统产业形成的所谓 E 概念电子商务。随着电子信息技术的发展和社会需要的不断提出，人们会不断地为电子信息技术找到新的应用，还将产生越来越多的 E 概念。电子商务发展的简图如图 1-2 所示。

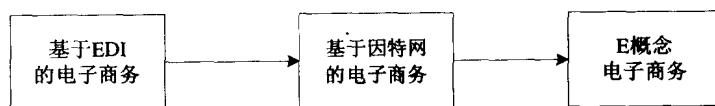


图 1-2 电子商务发展过程简图

基于 EDI 的电子商务在我国只有与国际贸易有关的部门（进出口公司、海关、商检、对外贸易运输部门等）经历过，而且现在还在广泛运用，一般的企业关没有这种经历。许多新型的企业或传统的企业进入电子商务都是直接从基于因特网的电子商务开始的，而目前也只能说是仅仅开始。在发达国家电子商务的几个发展阶段由低级到高级是水到渠成的很自然的事，而我国，由于基础设施、法律、专业人才、消费习惯、安全技术方面的问题，我国要真正全面运用电子商务还有很长的路要走，还有许多的问题需要解决。主要的问题还在于法律方面和安全技术方面。

电子商务可以降低交易成本，增加贸易机会，简化贸易流程，提高贸易效率，提高生产力，改善物流系统。电子商务是一种替代传统商务活动的新形式，是一个新的市场。正是由于电子商务的巨大潜力和电子商务活动的本质特征，世界各国政府都对电子商务给予高度重视。为了能够创造性地和及时有效地抓住电子商务迅速发展的机会，不少国家提出了本国的电子商务框架，制定了有关法律法规和发展战略。经济合作和发展组织(OECD)、亚太经合组织(APEC)、世界知识产权组织(WIPO)和联合国(UN)等国际组织，以及各相关论坛都专门成立了电子商务工作组，提出了一些报告或规范。

电子商务已经渐渐渗入到大众的日常生活中，我们已经在享受它所带来的乐趣。当然，电子商务不仅仅是通过因特网进行商品交易，它的用途非常广泛。它可以用于企业竞争、政府对于社会的管理、公共机构的服务、文化教育以及娱乐等方面，改变了人类相互交往的方式。

电子商务采用了基于开放式标准的因特网通信通道，与传统的商务活动通信方式，如邮寄、传真或报纸、电台和电视台等相比较，其内容和内涵发生了很大变化。电子商务的交

互性使单向的通信变成了双向的通信；它扩大了通道的功能，不仅能传递信息，还能用于支付和传递服务。另外，电子商务还能够提供企业虚拟的全球性贸易环境，大大提高商务活动的水平和服务质量。

1.1.3 电子商务在我国国际贸易领域的发展状况

电子商务在我国发展起步较晚，但电子商务来势凶猛，发展迅速。中国政府敏锐地意识到电子商务对经济增长和企业竞争力的巨大影响，由信息产业部的信息化推进司（国家信息化办公室）专门负责组织、协调管理国家信息化建设工作。

1. 电子商务基础设施

在电子商务基础设施环境与建设方面，国家投入了大量人力、物力和财力，已基本建成了覆盖全国的大容量、高速率光纤传输网络、公用数据通信网、卫星与微波通信网；图像通信网和多媒体通信网正在建设中。国内因特网已经形成规模，覆盖了全国所有省份和地区。目前中国的电信网、因特网的上网主机数、网络用户数都已跃居世界第二位，国际因特网的出口带宽已经超过 12GB/s，为发展我国电子商务提供了良好的网络平台和运行环境。

2. 国际贸易有关的应用

从 20 世纪 90 年代初开始，国家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“金桥”、“金卡”和“金关”等一系列“金”字工程。拉开了我国国际贸易领域运用电子商务技术的序幕。在国务院的领导下，外贸领域实施了海关、外汇、统计、银行、运输、商检、税务、保险、贸促会等部门的计算机联网，从签约、备货、领证、排载、报关、报验、装船、投保、议付、结汇、退税、索赔等环节建立了完善的 EDI 电子数据交换体系，初步实现了国际贸易的电子化管理。

此外，服务于国际贸易货物运输的中国远洋运输集装箱信息系统、中国商品交易网和中国商品订货系统等电子网络也相应建立。对外经贸部国际电子商务信息中心正式开始利用网络发布国家的外贸政策、法律法规，实施进出口配额的网上招标，在网上发放进出口许可证，节约了大量的费用和时间。国家外经贸部 1998 年 6 月发出通知，到 2000 年，所有外贸企业必须从因特网上申请配额。据中国国际电子商务中心发言人表示，中国进出口企业(包括外商投资企业)将逐步实行以电子方式申请配额许可证，2000 年后，不上网的企业将失去经营配额许可证的权利。

《科技日报》2000 年 6 月 14 日发表的中国外贸企业运用电子商务情况的调查报告，显示了外贸行业开展电子商务的情况，如表 1-3 所示。

表 1-3 外贸行业开展电子商务情况简表

开展情况	广泛开展电子商务	初步开始	已着手准备	已有考虑	还没有考虑
百分比	4.5%	31.2%	28.7%	12.0%	23.6%

从表中看出中国出口企业开展电子商务的状况是较为乐观的。这一结果应该说远领先于其他领域的企业，原因是出口企业在与国际接轨方面一直走在前列，对国际贸易中电子商务趋势的感受和认同相对来说也是超前的。调查也显示出，出口企业计算机的普及率、触网率都较高，对因特网的认识较有深度，对因特网的使用较为广泛，对因特网信息的需求很强烈。