



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中国—澳大利亚(重庆)职业教育与培训项目
中等职业教育电子商务专业系列教材

电子商务基础

总 主 编 邵兵家
执行总主编 张小毅
主 编 黄文胜 王 荣
副 主 编 杨丽娟



重庆大学出版社

<http://www.cqsp.com.cn>

内 容 提 要

基于互联网的电子商务完全融入了我们的生活,深刻地影响着我们的生活方式和企业的经营模式。了解、使用电子商务成了人们的必修课。本书为初涉电子商务的人士提供必要的电子商务知识和技能,内容包括电子商务的技术与社会环境,电子商务的典型运作模式,电子商务的安全、网上支付的知识与技能,电子商务物流支持和电子商务营销技术。本书的内容来自于电子商务实践环境,具有较高的实用性。通过本书的阅读和学习,可以让读者顺利地进入电子商务行业,有助于从事与电子商务相关的职业活动。

本书可作为中等职业学校电子商务专业及相关专业的基础类教材,也可作为电子商务爱好者的自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/黄文胜,王荣主编. —重庆:重庆大学出版社,2015.9
中等职业教育电子商务专业系列教材
ISBN 978-7-5624-9347-1

I. ①电… II. ①黄…②王… III. ①电子商务—中等专业学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 172281 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中国—澳大利亚(重庆)职业教育与培训项目
中等职业教育电子商务专业系列教材

电子商务基础

总 主 编 邵兵家
执行总主编 张小毅
主 编 黄文胜 王 荣
副 主 编 杨丽娟

策划编辑:王海琼
责任编辑:王海琼 版式设计:王海琼
责任校对:邹 忌 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:邓晓益
社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号
邮编:401331
电话:(023)88617190 88617185(中小学)
传真:(023)88617186 88617166
网址: <http://www.cqup.com.cn>
邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)
全国新华书店经销
自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:11 字数:241 千
2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷
印数:1—2 000
ISBN 978-7-5624-9347-1 定价:22.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究



系列教材编委会

主	任	赵为粮				
副	主	任	傅正洪	张 荣	刘先海	姚友明
委	员	向才毅	赵仕民	谢 红	谭绍华	
		徐光伦	邵兵家	章方学	张小毅	
		张 立	饶邦华	王 勇		
总	主	编	邵兵家			
执行总主编		张小毅				
顾	问	安东尼·巴勒特(澳大利亚专家)				
		简·切内斯(澳大利亚专家)				
		林伟良(澳大利亚专家)				



前言

电子商务这种基于国际互联网络进行商务活动的现代商务方式,突破了传统商务在时间、地域上的限制,成为方便、快捷、安全可靠的新兴电子化商务活动模式。电子商务喷薄而出的巨大商业价值,为企业认可并重视,国家从政策上、企业从资金上、全民从行动上全面推进电子商务的发展,电子商务将逐渐成为社会生活的主要方式,也将成为数字化社会的基础。无论是个人,还是企业都需要懂电子商务、会运用电子商务。电子商务基础是中等职业学校电子商务专业的基础课程,旨在让学生能够全面了解电子商务的相关知识和运行流程,并能运用于电子商务实践活动中。

本书按电子商务的构建与运行所需环境,按模块组织教材内容,教材中每个模块涉及的知识和操作技能都来自于电子商务的实践,可以一边学习一边运行,让学习者轻松体会到学习的价值和乐趣,不断强化学习的目的性。在教材结构规划、内容组织、文字编撰等方面,始终坚持以人为本的原则,体现了中等职业教育电子商务专业学生在知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观等方面的基本要求。教材中必备知识的陈述图文并茂,文字通俗易懂。整个内容的安排突出“学生为中心,能力为本位”的教育理念,方便教师以新课程的理念来组织教学,教师成为学生学习的组织者、参与者和引领者,让学生去探究、发现、实践以提高运用电子商务的实践能力。

全书包括初识电子商务、电子商务的模式、电子商务安全、网上支付、电子商务物流和网络营销六个模块。

模块一 初识电子商务,介绍电子商务的基本概念和组成要素,电子商务的类型和电子商务实施的技术条件和社会条件。

模块二 电子商务的模式,主要介绍了电子商务的三种常见模式B2B、B2C、C2C的运作方法和交易流程以及各自适应的交易领域。

模块三 电子商务安全,介绍了电子商务安全的基本内容及要求,从计算机网络安全和信息安全两个方面介绍了保障电子商务安全的技术实现和实践应用。

模块四 网上支付,介绍了网上支付的常用工具及特性和使用条件,重点介绍了使用网上银行实现网络支付必需的知识和技能。

模块五 电子商务物流,首先介绍了物流的基础知识和运作流程,物流与电子商务的关系,重点介绍了现代物流的发展及对电子商务的支撑作用。

模块六 网络营销,介绍了与电子商务相关的网络营销的基本概念和主要形式,突出了主流网络营销手段的应用技术和效果分析,为选择营销工具和营销策略提出了参考建议。

本书由黄文胜和王荣担任主编,模块1由杨海、杨丽娟共同编写,模块2由徐菡编写,模块3由黄文胜编写,模块4、模块5由王荣编写,模块6由王梅编写。

由于编者水平有限且电子商务的发展迅速,书中难免有错误或与当前电子商务实践活动不一致的地方,如读者发现了问题,请与我们联系,我们将真诚接受你的建议和批评,并及时进行修改。

联系方式:hungws@21cn.com

编 者
2015年3月



目 录

模块 1 初识电子商务 1

- 任务 1 认识电子商务 2
- 任务 2 认识电子商务的技术需求 12
- 任务 3 认识电子商务的应用环境 26

模块 2 电子商务的模式 33

- 任务 1 B2B 电子商务 34
- 任务 2 B2C 电子商务 40
- 任务 3 C2C 电子商务 46

模块 3 电子商务安全 55

- 任务 1 考察电子商务安全 56
- 任务 2 认识计算机网络安全 59
- 任务 3 认识电子商务交易安全 67

模块 4 网上支付 89

- 任务 1 电子支付系统 90

电子商务基础

任务 2 使用网上银行 95

任务 3 其他电子支付工具 100

模块 5 电子商务物流 107

任务 1 认识物流 108

任务 2 认识电子商务物流 117

任务 3 现代物流技术 125

模块 6 网络营销 143

任务 1 认识网络营销 144

任务 2 考察网络营销方法 148

任务 3 网络营销策略 154

模块

1

初识电子商务

学习要点

今天,依托 Internet 为平台发展起来的新型商务活动形式——电子商务,早已度过了争论是否可行和试水阶段,它真真切切地进入了老百姓的日常生活。它不但改变了老百姓的生活方式,也改变了企业的经营管理模式和政府的工作流程。“20 世纪最伟大的发明是电子计算机,电子计算机最伟大的发展是 Internet, Internet 最伟大的应用是电子商务。”了解、学习、使用电子商务成了现代信息社会的必修课。

学习完本模块后,你将能够:

- ☐ 描述电子商务的概念及活动过程;
- ☐ 知道电子商务的组成要素;
- ☐ 了解电子商务的分类;
- ☐ 知道电子商务的技术需求;
- ☐ 知道电子商务的应用环境。

任务1 认识电子商务

电子商务是现代信息技术与传统商务活动相结合而形成的一种新型商务活动方式,它已经并将更深入地影响社会生活的方方面面,与人们的学习、工作、生活息息相关。本任务要求你:

- ①知道电子商务定义的内容。
- ②了解电子商务的发展概况。
- ③能描述电子商务与传统商务的活动过程和区别。
- ④知道电子商务活动的主体和常见的电子商务交易模式。

1. 初识电子商务

商务泛指一切与商品买卖服务相关的事务活动,是与人们生活密切相关的活动之一,凡是人口高度聚集的地方,必将发展成为商务活动的中心。

1986年杰夫·贝佐斯(Jeff Bezos)毕业于普林斯顿大学电气工程学与计算机科学系。1994年,时年29岁的贝佐斯供职于华尔街上一家投资银行任副总裁。而此时源于美国国防部高级研究计划局(ARPA)1969年开始主持的阿帕网(ARPANet)发展起来的互联网(Internet),其骨干网已经覆盖了全球91个国家,主机已超过400万台。Internet已不再是计算机人员和军事部门进行科研的领域,而是变成了一个全民开发和使用信息资源的覆盖全球的信息海洋。1995年,当贝佐斯研究Internet的使用情况时,发现Internet用户正以每年2300%的速度增长,面对这种发展趋势,贝佐斯认为网络空间潜藏着无限商机,Internet完全可以创造更高的顾客价值,从而催生出一个崭新的经营和消费模式。于是他毅然辞职,并转而投资一种可以方便在Internet销售的商品,经考察发现,在网上开展图书销售服务是个不错的选择。图书品种有数百万种之多,面对庞大的图书信息,计算机的处理能力优势可以得到充分发挥,没有一家实体书店可以存储下这么多品种的图书,消费者购书时感兴趣的是图书的作者、出版商、内容摘要、价格等信息,而这些信息可以通过Web网页向全球网民展示、对比,更容易让消费者快速找到满意的图书,而在图书市场上,还没有像零售业中沃尔玛那样的商业巨头,容易形成竞争优势。加之图书体积小,不易损坏,方便配送,价格不高,不易让消费者产生巨大的心理压力。综合这些因素,贝佐斯在朋友的支持和父母30万美元退休金的资助下,于1995年7月创立了世界上第一家网上书店——亚马逊网上书店(www.amazon.com)。

亚马逊网上书店1995年7月开业,到2002年开始赢利,此时已有220个国家的4000万网民在亚马逊网上书店购买了商品。今天亚马逊不再是当初的单一网络书店,其经营

范围扩展到音乐下载、DVD 电影、服务、电子电器、服装、家居用品等多种行业,几乎覆盖了我们生活所需的方方面面。亚马逊通过商业投资收购的方式发展成为全球规模最大的电子商务网站。在中国,亚马逊的网站地址是(www.amazon.cn)。

(1)你认为 Internet 的发展和在全球的普及应用,对商务活动会产生或已经产生了哪些影响?

(2)你认为亚马逊网上书店取得巨大成功的因素有哪些?

(3)请你通过 Internet、图书馆等查询与电子商务相关的资料,谈一谈你对电子商务的认识。



在原始社会早期,人们处于自给自足的经济生活中,几乎不存在商品交换,也没有所谓的商务活动。随着生产力的发展,社会出现分工,产品出现了剩余,人们有了商品交换的需求,于是出现了专门从事与商品交换、买卖相关事务活动的人和组织,他们所从事的与商品交换相关的事务活动就是商务活动,商务活动从开始就伴随着人类社会的发展而不断发展。

信息传播技术对商务活动的影响尤其显著。19 世纪邮政系统的建立,导致了邮购商品的兴起,20 世纪 70 年代电话的逐渐普及引发了电话购物,20 世纪 80 年代又出现了电视购物,今天以 Internet 为平台的网上购物更是颠覆了传统的商品交易模式。

1995 年 7 月,亚马逊网上书店的上线运营拉开了电子商务发展的帷幕,而关于什么是电子商务的纷争也从未停息过,至今还没有一个标准的、统一的定义,但这并不妨碍人们理解和使用电子商务。不论是国际化组织、行业协会还是政府机构,它们对电子商务的定义中都涉及电子商务的两个本质内容:一是电子方式,二是商贸活动。因此通俗地说,电子商务指的是利用快捷的电子通信方式,买卖双方不谋面地进行的各种商务活动。

电子商务有广义和狭义之分,利用电子通信手段和信息处理技术进行的以商品买卖为中心的商务活动,称为狭义的电子商务,即电子交易(Electronic Commerce, EC)。广义的电子商务(Electronic Business, EB)是指经济社会各行业内部的各种业务全面实现电子信息化,典型的对于企业生产经营全面信息而言,就不仅仅是商品交易的电子化,还包括了贯穿生产经营全过程的企业资源计划、供应链管理、客户关系管理、人力资源管理等方面的信息化和各系统的有机集成和协作运行。

现在人们谈论的电子商务主要是通过电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟和普及应用,电子商务真正的发展是建立在 Internet 技术之上的。

眼下留神



● 使用了电子手段的商务活动不一定是电子商务,但电子商务一定离不开电子手段。电子商务不是传统商务简单的电子化。

- 电子商务所用的电子手段主要是指计算机技术、网络通信技术和信息处理技术。
- 电子商务中的商品可以是有形产品,也可以是无形的服务。
- 电子商务活动中的交易参与者是不谋面的。
- 本书所言的电子商务是指通过 EDI 和 Internet 完成的商务活动。

日积月累



- 商务活动包括询价、报价、磋商、签约、履约、支付等与商品交易有关的事务活动。
- 电子手段是指电子技术、工具、设备及系统,具体包括电报、电话、电视、传真、计算机、通信网络、EDI、Internet、银行卡、电子货币等。
- 电子商务是指主要通过 Internet 进行的一切与商品交易服务相关的事务活动。电子商务分为狭义的电子交易(EC)和广义的电子商务(EB)。
- 网上购物、在线娱乐、网上洽谈、电子合同、网络广告、电子报关、电子纳税、电子政务、网上证券、网上保险、网上银行、远程教学、远程医疗、在线订阅、在线出版都属于电子商务。

2. 电子商务的产生与发展

任何事物的产生都有其必然的条件,电子商务的产生源于贸易的需求。在经济全球化、市场国际化的背景下,人工方式参与的贸易活动已远远无法达到贸易的要求。于是人们开始追求“无纸化”的商业贸易,电子商务应运而生。

电子商务最早起源于美国,主要基于当时的 EDI 技术即电子数据交换。早在 20 世纪五六十年代,美国开始实施 EDI 技术,并把它作为电子商务的雏形。1968 年美国成立了世界上第一家专门研究并改进企业间电子数据交换方法的研究会。1975 年美国建立了第一个 EDI 标准。1979 年美国国家标准委员会(ANSI)授权,由 Accredited Standards Committee X12(简称 ASC X12)来制定 EDI 的统一标准。美国政府从 1983—1995 年,共出版了 245 项 EDI 标准。在美国颁布 EDI 标准之后,大企业之间纷纷应用该技术,电子商务活动如火如荼地展开了。同时英国、德国、荷兰、意大利、日本、新加坡等国也制定了各自的 EDI 标准,一场 Internet 的商业浪潮就这样席卷而来直至今日。

随着网络技术的日趋成熟,从 1995 年以 Web 技术为代表的信息发布系统,爆炸式地成长起来。在这一阶段,买家和卖家开始尝试在没有中介的情况下开展交易。成功的先行者把它们网站当成主要的销售渠道(思科和戴尔),它们通常是技术公司,面向懂技

术的顾客,没有或只有很少的渠道冲突。对其他大多数公司而言,它们仍然只把网站当成展示产品目录和市场推广材料的地方。

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。Internet 的最终主要用途是商业用途,就是电子商务。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。真正的电子商务时代到来了。

2011 年,Internet 信息碎片化以及云计算技术愈发成熟,主动 Internet 营销模式出现。

(1)请你通过 Internet、图书馆等查询与电子商务相关的资料,谈一谈电子商务产生的原因。

(2)你认为电子商务的发展可以分为哪几个阶段?

学路领航



随着贸易活动的发展,人们需要通过贸易单证和文件,实现对贸易活动的记录和管理。而伴随着经济全球化、市场国际化时代的到来,传统的纸质贸易单证和文件数量激增,这类纸质的单证和文件采用人工方式处理成本高、出错率高,远远无法达到贸易的要求。于是,人们开始追求“无纸化”的商业贸易,电子商务应运而生。

20 世纪 60 年代,随着微电子技术的发展、个人计算机以及网络技术的发展,美国开始实施 EDI 技术,并把它作为电子商务的雏形。以计算机、网络通信和数据标准为框架的电子商业系统产生,将分散在各商业领域的计算机系统连接成计算机局域网,通常采用电子报表、电子邮件等新技术和高功能的商业电子化设备。

20 世纪 90 年代,随着信息和网络技术的快速发展和普及使用,尤其是 WWW 的推广,电子商务进入了快速发展的时期。各个商家充分利用了 WWW 技术,利用网站向客户展示自己的商品和服务。

20 世纪 90 年代后期,随着信用卡的普及和应用,相关的电子安全交易协议的制定以及各国政府的支持与推动,真正的电子商务时代到来了。交易双方可以在网上实现商品或服务的整个商务过程。在该阶段中第三方目的网站开始把交易双方带到共同的社区之中,并能及时地接收和处理订单。

目前,随着 Internet 信息碎片化以及云计算技术愈发成熟,主动 Internet 营销模式出现,电子商务摆脱传统销售模式,转而在 Internet 上以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。

日积月累



电子商务发展历史虽然不长,但已经历了4个阶段:

- 第1个阶段是电子数据交换(EDI)。电子商务实际上是在网络出现以前就已存在。1994年之前,企业层面的电子商务是通过EDI进行的。
- 第2个阶段是信息发布阶段。该阶段主要利用网络发布商品信息。
- 第3个阶段即真正的电子商务阶段。在该阶段中第三方目的网站开始把交易双方带到共同的社区之中,并能及时接收和处理订单。
- 第4个阶段智慧电子商务阶段。该阶段是在第3个阶段的基础上提供对各种商务流程的支持,创造一个虚拟的商业链。

3. 电子商务的优势

电子商务是计算机技术、网络技术及 Internet 技术发展的产物。与传统的商务活动相比较,电子商务具有其独特的优势和特征。

360buy 京东商城是中国 B2C 市场最大的 3C 网购专业平台,是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具影响力的电子商务网站之一。

京东商城提供了灵活多样的商品展示空间。消费者查询、购物都将不受时间和地域的限制。依托多年打造的庞大物流体系,消费者充分享受了“足不出户,坐享其成”的便捷。目前,分布在华北、华东、华南、西南的四大物流中心覆盖了全国各大城市。2009年3月,京东商城成立了自有快递公司,物流配送速度、服务质量得以全面提升。

京东商城提供了多种支付方式包括在线支付、货到付款、分期支付等,为客户提供了多种选择。同时,多种方式的物流配送也方便了广大的客户能及时地收到所订购的产品。

京东商城目前拥有遍及全国各地 2 000 万注册用户,1 200 家供应商在线销售家电、数码通信产品、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等 11 大类数万个品牌 70 余种优质商品。日订单处理量超过 15 万单,网站日均访问量超过 3 500 万元。现在,京东商城已占据中国网络零售市场份额 33.9%,连续 12 个季度蝉联行业头名。

(1)请你通过京东商城购买一件小物品,记录购物的全过程,并与在实体店购物经历对比。

(2)请你通过 Internet、图书馆等查询与商务活动相关的资料,谈一谈传统的商务活动有哪些流程。

(3)请你通过 Internet、图书馆等查询与商务活动相关的资料,谈一谈传统的商务活动与电子商务活动的区别。

(4)请你根据阅读材料,查询与电子商务相关的资料,谈一谈电子商务相对于传统商务活动的优势有哪些。

学路领航



传统商务交易过程中的实务操作由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成。

(1)交易前的准备

对于商贸交易过程来说,交易前的准备就是供需双方如何能宣传或者获取有效的商品信息的过程。商品供应方的营销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息。对于商品的需求者来说,要尽可能得到自己所需要的商品信息,来充实自己的进货渠道。因此,交易前的准备实际上就是一个商品信息的发布、查询和匹配的过程。

(2)贸易磋商过程

在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后,就开始进入具体的贸易磋商过程,贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易单证包括询价单、价格磋商、订购合同、发货单、运输单、发票、收货单等,各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销策略管理要求及详细的商品供需信息。在传统商贸活动的贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或邮寄等,因为传真件不足以作为法庭仲裁依据,故各种正式贸易单证的传递主要通过邮寄方式传递。

(3)合同与执行

在传统商务活动中,贸易磋商过程是通过口头协议来完成的。但在磋商过程完成后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,来确定磋商的结果和监督执行,并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行仲裁。

(4)支付过程

传统商贸业务中的支付一般有支票和现金两种方式,支票方式多用于企业的商贸过程,用支票方式支付涉及双方单位及其开户银行;现金方式常用于企业对个体消费者的商品零售过程。

在电子商务环境下,商贸实务的运作过程虽然也有交易前的准备、贸易的磋商、合同的签订与执行以及资金的支付等环节,但是交易具体使用的运作方法是完全不同的。

(1) 交易前的准备

在电子商务营销模式中,交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的,双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。

(2) 贸易的磋商

电子商务中的贸易磋商过程将纸面单证在网络和系统的支持下变成了电子化的记录、文件和报文在网络上的传递过程,并且由专门的数据交换协议保证了网络信息传递的正确性、安全性和快速的特点。

(3) 合同的签订与执行

电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统的功能保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性,并且在第三方授权的情况下具有法律效应,可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

(4) 资金的支付

电子商务中交易的资金支付采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式以在网上支付的方式进行。

传统商务中制造商是商务中心,而在电子商务环境下销售商则是商务的主体。在传统商务下制造商负责组织市场的调研、新产品的开发和研制,最后也是由制造商负责组织产品的销售。可以说一切活动都是离不开制造商的。但在电子商务环境下则是由销售商配合负责销售环节,包括产品网站建立与管理、网页内容设计与更新、网上销售的所有业务及售后服务的设计、组织与管理等,制造商就不再起主导作用。

电子商务和传统商务商品流转的机制不同,传统商务下的商品流转是一种“间接”的流转机制。制造企业所生产出来的商品大部分都经过了一系列的中间商,才能到达最终用户手中。这种流转机制无形中给商品流通增加了许多无谓环节,也增加了相应的流通、运输、存贮费用,加上各个中间商都要获取自己的利润,这样就造成了商品的出厂价与零售价有很大的价差。对此一些制造企业就采取了直销方法(把商品直接送到商场上柜销售)。这种流转方式,使商品的价格得到了下降,深受消费者的欢迎。但是,这种方式并不能给生产企业带来更大的利润,因为直销方式要求制造厂商有许多销售人员经常奔波在各个市场之间。电子商务的出现使得每一种商品都能够建立最直接的流转渠道,制造厂商可把商品直接送达用户,还能从用户那里得到最有价值的需求信息,实现无阻碍的信息交流。

电子商务和传统商务所涉及的地域范围和商品范围是不同的。传统商务所涉及的地域范围和商品范围是有限的,而随着 Internet 的推广与普及,特别是各类专业网站的出现,电子商务所涉及的地理范围和时间则是无限的,是超越时空的。



- 开放性。包括空间的开放性和时间的开放性。空间的开放性使经纪活动可以扩展到全球范围内进行,不再受国家地域的限制。时间的开放性是指用户不论在什么时间,只要能够介入 Internet,就可以开展电子商务活动。

- 虚拟性。电子商务借助 Internet 开展商务活动,使得商务活动能够在不同地点、不同人之间非面对面地进行。

- 低成本。没有店铺成本,没有专业的销售人员,没有库存的压力,是电子商务优于传统商务的突出特征。

- 高效率。与传统的通信手段相比,Internet 的信息传输速率高、信息量大。商务活动中需要的信息能够高效地传输,提高了交易的效率。

4. 电子商务交易模式

“模式”并不是电子商务时代的创新,它是伴随着分工和交易的出现而出现的,是企业为适应分工和交易而创造的生存方式,是企业通过 Internet 以及相关的电子商务系统实现盈利的方式。在众多的电子商务模式中,B2C、B2B、C2C 是电子商务的主流模式。

淘宝网(www.taobao.com)是国内首选购物网站、亚洲最大购物网站,由全球最佳 B2B 平台阿里巴巴公司投资 4.5 亿元创办,致力于成就全球首选购物网站。淘宝网是 C2C(客户对客户)的个人交易网上平台,区别于七美网 <http://www.7my.cn> 等。自 2003 年 5 月 10 日成立以来,淘宝网基于诚信为本的准则,从零做起,倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化。“宝可不淘,信不能弃。”截至 2010 年 12 月 31 日,淘宝网注册会员超过 3.7 亿人,覆盖了中国绝大部分网购人群;2011 年交易额为 6 100.8 亿元,占中国网购市场 80% 的份额,比 2010 年增长 66%。2012 年 11 月 11 日,淘宝单日交易额 191 亿元。

慧聪网成立于 1992 年,是国内 B2B(企业对企业)电子商务服务提供商。慧聪网注册企业用户已超过 1 500 万,买家资源达 1 120 万,覆盖行业超过 70 余个,员工 4 500 左右。

苏宁易购,是苏宁云商集团股份有限公司旗下新一代 B2C(企业对客户)网上购物平台,现已覆盖传统家电、3C 电器、日用百货等品类。2011 年,苏宁易购强化虚拟网络与实体店同步发展,不断提升网络市场份额。苏宁易购依托强大的物流、售后服务及信息化支持,成为中国领先的 B2C 平台之一。

(1)请你通过自己的网上购物经验,谈一谈电子商务活动中的主体有哪些。

(2)请你通过 Internet、图书馆等查询与电子商务相关的资料,谈一谈电子商务可以分为哪些类别。

(3)请你根据阅读材料,查询与电子商务相关的资料,谈一谈按参与电子商务的主体

来划分,电子商务交易模式有哪些。

(4)请你根据阅读材料,查询与 B2B、B2C、C2C 电子商务相关的资料,举出一些代表性的国内电子商务网站。



电子商务活动是商务活动的各参与方和支持组织商务活动的所有电子技术手段的集合。由于电子商务条件下的各参与方不像传统商务活动中那样直接联系,而是通过电子技术手段进行信息沟通和业务合作。因此,除了需要传统商务活动中的采购者与供应者这些主体之外,还需要用于网上身份验证的认证中心、完成商品配送的物流中心等主体。因此,电子商务活动的主体包括了采购者、供应者、支付系统、认证中心、物流中心和电子商务服务商等。这些主体都围绕电子商务网络相互协作展开业务,共同完成电子商务活动。

按照不同的划分方式,电子商务可以分为以下的类别:

(1)按照商业活动的进行方式划分

- **完全电子商务:**是指交易过程中的整个活动都可以在网上完成,商品或者服务的整个商务过程都可以在网上实现的电子商务。例如,大部分数字商品的网上交易就属于完全电子商务。

- **不完全电子商务:**是指完整的商品或服务交易过程并不能都依靠网络来实现的商务。例如,大部分有形商品的网上交易都可以认为是不完全电子商务,因为最终的商品流动依靠实物流系统来完成。

(2)按照开展电子交易的范围划分

- **本地电子商务:**是指利用本城市或本地区内的信息资源进行的电子商务。
- **国内电子商务:**是指本国范围内进行的电子商务活动。
- **国际电子商务:**是指在世界范围内进行的电子商务活动。

(3)按照交易对象划分

- **有形商品电子商务:**是指将实物商品的交易尽可能通过网络来完成的电子商务形式,但最终商品的归属权必须要通过实物流系统完成。这是电子商务的一个重要部分,也是电子商务与传统商务相互交叉的最大部分。

- **数字商品电子商务:**是指通过网络传输数字商品(无形商品),达成交易的电子商务形式。在数字商品的电子交易过程中,没有实物商品的流通过程,因此所有的交易过程都可以通过网络进行。