

国家自然科学基金资助(70471037)
陕西省自然科学基金资助(2004G02)

电子商务商业建模

Business Modeling for E-Commerce

覃 正 编著
QINZHENG



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

国家自然科学基金资助(70471037)
陕西省自然科学基金资助(2004G02)

电子商务商业建模

Business Modeling for E-Commerce

覃正 编著
QINZHENG



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

· 西 安 ·

内容简介

《电子商务商业建模》主要介绍在电子商务环境下的企业商业建模方法。全书共分四个部分:第一部分介绍电子商务、商业模式及商业建模;第二部分介绍基于顾客价值过程理论的可重用基本模式模型;第三部分介绍电子商务商业建模的技术体系和安全机制;第四部分介绍如何使用可重用基本模式模型对实际案例进行分析。本书有较强的可操作性,同时又不失理论深度。它有助于帮助读者形成系统分析和构建电子商务环境下企业商业模式的能力。本书适用对象为企业管理人员以及相关专业的研究生和 MBA 学员。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务商业建模/覃正编著. —西安:西安交通大学出版社,2005.9
ISBN 7-5605-1879-6

I. 电... II. 覃... III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 089546 号

书 名:电子商务商业建模

编 著:覃 正

出版发行:西安交通大学出版社

地 址:西安市兴庆南路 25 号(邮编:710049)

电 话:(029)82668357 82667874(发行部)

(029)82668315 82669096(总编办)

印 刷:陕西江源印刷科技有限公司

字 数:206 千字

开 本:727 mm×960 mm 1/16

印 张:11

版 次:2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷

印 数:0 001~1 000

书 号:ISBN 7-5605-1879-6/F·126

定 价:28.00 元

版权所有 侵权必究

前 言

自从 Internet 问世以来,电子商务的浪潮迅速席卷了整个世界,电子商务的新思维已经深入到社会经济活动的各个领域,它的蓬勃发展给人们的行为理念带来了许多新的变化。

现在,人们越来越多地提到“商业模式”这一概念。随着商业模式理论研究及应用的不断深入和发展,商业模式已经显示出了它对于企业发展前所未有的重要程度。从电子商务的第一次兴起到网络经济泡沫的破灭,再到电子商务的蓄势待发,人们从来没有停止过对商业模式进行创新的努力。

本书首先介绍商业模式的定义,对目前的商业模式理论进行了概述,并用案例说明了商业模式不仅实实在在地存在于企业的日常业务流程中,而且在企业整个运行中起着不可或缺的作用。

其次,在 Internet 快速发展的背景下,传统的商业模式必然要受到冲击,许多新的商业模式不断出现和确立。相对于电子商务实践的要求,国内外在电子商务环境下的商业模式研究显得更为急需。为此,本书将在商业模式的建模方面与读者一起进行探索。

本书结合可重用商业模式,对计划实施电子商务商业模式的企业,提供一种通用的、能够支持可复用构件的建模方法,给出了一般的建模框架,并提出了基于顾客价值过程的电子商务商业模式。在此框架下,已知的大部分商业模式都可以被涵盖进去。同时,本书还力图以一个比较清晰准确的分类规则对种种复杂的商业模式加以划分和运用。最后,本书在现有商业模式和模式创新两个方面,结合作者基于顾客价值过程的电子商务商业模式的研究成果做了进一步探讨。

本书为国家自然科学基金(70471037)和陕西省自然科学基金(2004G02)资助项目。本书由西安交通大学管理学院、上海财经大学信息管理与工程学院博士生导师覃正教授编著,刘晓勇、惠龙、韩刚、蔺楠、冯岩参加了编写工作。

由于作者水平及时间所限,书中难免存在不妥或错误之处,恳请各位读者批评指正。

作 者

2005 年 6 月

目 录

第1章 电子商务基础	(1)
1.1 电子商务的内涵	(1)
1.1.1 电子商务的定义	(1)
1.1.2 电子商务的分类	(2)
1.2 电子商务的起源与发展	(3)
1.3 电子商务与传统商务	(5)
1.3.1 传统商务	(5)
1.3.2 电子商务	(6)
1.3.3 电子商务与传统商务的比较	(6)
1.4 电子商务的应用	(7)
1.4.1 电子商务的应用层次	(7)
1.4.2 电子商务的典型应用	(7)
第2章 电子商务商业模式概述	(12)
2.1 什么是商业模式	(12)
2.1.1 商业模式的定义	(12)
2.1.2 商业模式的要素	(13)
2.1.3 商业模式的特点	(17)
2.2 电子商务商业模式与传统商业模式的比较	(19)
2.2.1 互联网对于商业活动的影响	(19)
2.2.2 电子商务商业模式与传统商业模式的比较	(21)
2.3 电子商务商业模式的结构与评价	(23)
第3章 电子商务商业模式分析	(27)
3.1 电子商务模式的内涵	(27)
3.2 电子商务模式的价值过程识别	(28)
3.2.1 电子商务流程活动的系统结构建模	(28)
3.2.2 基于系统结构模型分解的过程识别	(30)
3.2.3 核心过程识别算法	(31)
3.2.4 其他过程识别及其关系确定算法	(32)
3.3 电子商务价值动态循环过程	(33)

3.4	基于网络购物模式的价值过程识别算例	(35)
3.5	电子商务中的顾客价值	(40)
3.6	基于顾客价值过程的电子商务模式分析与设计	(41)
3.6.1	价值实现过程一:价值界定	(43)
3.6.2	价值实现过程二:价值创造	(44)
3.6.3	价值实现过程三:价值传递	(45)
3.6.4	价值实现过程四:价值保持	(49)
3.7	基于顾客价值过程的电子商务模式分析因素	(50)
第4章	电子商务商业建模理论	(52)
4.1	几种主要的电子商务模式理论	(52)
4.2	电子商务的可重用基本模式理论	(58)
4.2.1	电子商务的可重用基本模式的定义	(59)
4.2.2	基于价值过程的电子商务可重用模式	(60)
4.3	价值创造过程中的可重用模式	(62)
4.3.1	企业提供价值的内容	(62)
4.3.2	价值提供方式	(71)
4.4	价值传递过程中的可重用模式	(72)
4.4.1	潜在顾客的搜寻	(72)
4.4.2	企业定价机制	(78)
4.4.3	企业提供价值的渠道	(82)
4.5	价值保持过程中的可重用模式	(86)
4.5.1	提高顾客忠诚度	(86)
4.5.2	顾客关系数据库的作用	(88)
4.6	应用可重用模式进行分析和建模	(91)
第5章	电子商务建模的技术体系	(94)
5.1	网络连接与通信技术	(94)
5.1.1	局域网、广域网通信技术	(94)
5.1.2	互联网接入技术	(96)
5.1.3	TCP/IP 协议	(100)
5.2	基于互联网的技术	(102)
5.2.1	网络拓扑结构	(102)
5.2.2	网络编程语言	(104)

5.3 数据库与数据仓库技术	(108)
5.3.1 电子商务对数据库、数据仓库的特殊要求	(109)
5.3.2 数据仓库、联机分析处理以及数据挖掘	(109)
5.4 电子支付技术	(114)
5.4.1 电子支付概述	(114)
5.4.2 电子支付协议	(117)
5.5 移动电子商务	(120)
5.5.1 移动电子商务的技术基础	(120)
5.5.2 手机银行	(122)
第6章 电子商务的安全机制	(127)
6.1 电子商务的安全问题	(127)
6.1.1 电子商务的安全隐患	(127)
6.1.2 电子商务的安全要素	(128)
6.1.3 电子商务的安全体系	(130)
6.2 电子商务安全技术及规范标准	(134)
6.2.1 防火墙技术	(135)
6.2.2 信息加密技术	(138)
6.2.3 数字签名技术、认证机构和数字证书	(139)
第7章 电子商务模式分析案例	(142)
7.1 案例一 基于顾客价值过程的阿里巴巴商务模式分析	(142)
7.1.1 价值界定	(147)
7.1.2 价值创造	(147)
7.1.3 价值传递	(148)
7.1.4 价值保持	(149)
7.2 案例二 基于顾客价值过程的戴尔商务模式分析	(151)
7.2.1 价值界定	(154)
7.2.2 价值创造	(156)
7.2.3 价值传递	(158)
7.2.4 价值保持	(161)
参考文献	(164)

第 1 章 电子商务基础

1.1 电子商务的内涵

1.1.1 电子商务的定义

1997 年国际商会举行的世界电子商务会议,共同讨论了电子商务的内涵,认为电子商务就是整个贸易活动的电子化。从涵盖范围讲,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。从技术角度讲,电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据,获得数据以及自动捕获数据等。涵盖范围包括信息交换,售前、售后服务,销售,电子支付,运输,组建虚拟企业,公司和贸易伙伴共同拥有的商业方法等。

联合国经济合作和发展组织(OECD)认为电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业与消费者之间的商业交易。

IBM 公司认为电子商务(Electronic Business)是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务活动。强调在网络环境下的商业应用,把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在 Internet、Intranet 和 Extranet 上结合起来应用。

惠普(HP)公司指出,电子商务就是指从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化,电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界。

全球信息基础设施委员会(GIIC)认为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、购买与结算。这种交易方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的影响。通过这种方式,任何一个组织和个人都能够自由广泛地进行经济活动。电子商务能使产品在世界范围内进行交易并向消费者提供多种服务及购买选择。

国际标准化组织(ISO)对电子商务的定义是:企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

《中国电子商务蓝皮书:2001 年度》认为,电子商务指通过 Internet 完成的商务交易。交易的内容可以分为商品交易和服务交易,交易是指货币和商品的易位,

交易要有信息流、资金流和物流的支持。

我们可以从不同的角度审视电子商务。

(1) 从企业经营的角度来看,电子商务是通过因特网支持企业的经营管理活动。

(2) 从通讯的角度来看,电子商务是利用电话线、计算机网络或其他的介质来传递信息、产品、服务或进行支付。

(3) 从企业流程的角度来看,电子商务是企业的商业交易与工作流程采用先进自动化的一种技术应用。

(4) 从服务的角度来看,电子商务是解决公司、消费者与管理层想要降低服务的成本,又要提高货物的品质及加速服务传递的一种工具。

从众多的定义中,可以归纳出电子商务的两个基本点:

(1) 电子商务研究的主要对象是以商品交易为中心的各种商务活动。

(2) 电子商务的实现方法是数字化和网络化的电子工具。

简单来说,电子商务就是基于现代网络环境的对象和方法的结合,针对对象使用方法,或将方法应用于对象。

1.1.2 电子商务的分类

电子商务的应用非常广泛,借助于对电子商务应用类别的了解,我们可以对电子商务有一个更为深入的理解。下面介绍以交易主体和交易对象为基础,对电子商务应用的分类。

1. 按电子商务的交易主体分类

(1) 企业与消费者的电子商务(BtoC)

企业与消费者之间的电子商务就是指在 Internet 上,实现在线商品零售和为消费者提供所需服务的商务活动。可以说是一种销售的电子化,现在主要以零售业与服务业为主,虚拟的电子商店成为交易场所。

(2) 企业与企业之间的电子商务(BtoB)

企业与企业之间的电子商务就是指基于 EDI 或 Internet,企业之间进行谈判、订货、签约、付款、发票接发、商品运输管理跟踪等活动。这主要是一种针对采购商和供应商的网上商务。相比企业与消费者之间的电子商务,企业与企业之间的电子商务交易涉及的范围广、品种多、金额大,在整个电子商务中,企业与企业之间的电子商务活动占据了比较大的份额。

(3) 企业与政府的电子商务(BtoG)

政府在电子商务中扮演着非常重要的角色,政府既可以作为一般消费者,同企业发生业务活动,如政府采购等,又可以作为管理者,在电子商务活动中建立、完善法律法规,进行宏观调控、监督管理。近年来电子政务越来越受到各国和地区政府的重视,透明、高效、廉洁的政府办公,更加体现了政务的公正、公平、公开的宗旨。

(4) 消费者与消费者的电子商务(CtoC)

消费者个人借助于第三方提供的网上资源,如网上商店等开设网上店铺或柜台,进行自己的商业活动。在 CtoC 电子商务中,提供了一个最终消费吕的交易平台,它类似现实中集贸市场的作用。

2. 按电子商务的交易对象分类

(1) 有形产品的电子商务

有形产品的电子商务也称间接电子商务。有形产品主要是指实体商品,而实体商品无法通过网络来直接交易,必须对实体商品进行配送,才能在交易双方之间实现交易。也就是说商务过程中物流不是在网上完成的,必须借助物流中心、配送中心及邮政、快递公司实现商品的运输。但是商务中信息流和资金流都可以通过网络来进行,相比传统商务,信息及资金的确认与传送都更加便捷。

(2) 无形产品的电子商务

无形产品的电子商务也称直接电子商务。无形产品主要是指音乐、电影、软件、电子读物等数字产品。这类产品的最大特点就是可以没有实物,从而免去了货物运输这一环节。它的物流、信息流和资金流都可以通过网络实现,买方直接通过网络了解信息,支付款项,接收数据,是一种完全形式的电子商务。

1.2 电子商务的起源与发展

早在 1839 年电报出现后,人们开始以莫尔斯码点和线的形式在电线中传输贸易信息的时候,电子商务已经出现了它的萌芽,标志着人们利用电子工具进行商务活动的开始。后来,电话、传真和电视等电子工具的出现,使得利用电子工具从事商务活动的形式日益多样化。

近几十年计算机技术、网络通讯技术的产生和发展,为电子商务的飞速发展奠定了坚实的基础,特别是近些年计算机互联网(Internet)的发展,推动电子商务以前所未有的爆炸性速度急剧发展。

电子商务在经历了传统电子商务阶段和现代电子商务阶段后,进入了一个新的阶段:E化电子商务阶段。

1. 传统电子商务阶段

这一阶段主要指基于传统 EDI 技术的电子商务阶段。EDI 是 Electronic Data Interchange 的缩写,译为电子数据交换。国际标准化组织将其定义为一种电子传输方法,使用这种方法,首先将商业或行政事务处理中的报文数据按照一个公认的标准,形成结构化事务处理的报文数据格式,进而将这些结构化的报文数据经由网络,从计算机传输到计算机。可以看出 EDI 的本质就是一种从事商务交易的电子工具,EDI 系统其实就是一种电子商务系统,所以 EDI 一般被认为是电子商务的早期形式,是电子商务的萌芽。

EDI 的出现,大大减少了商务交易中纸张票据的使用,因此,有时也被称为“无纸贸易”或“无纸交易”。EDI 主要包括硬件和软件两大部分,硬件主要是指计算机网络,软件则是计算机软件和 EDI 标准。在 20 世纪 90 年代之前,大多数的 EDI 都不通过 Internet,而是通过企业租用专用网络传递电子数据信息。专用网络相比 Internet 有很好的安全性,但是,它最大的缺点就是租用的费用非常高,只有一些大公司才能支付和维持,中小公司只能“望网兴叹”。EDI 软件主要是将用户数据库系统的信息,翻译成 EDI 标准格式以供传输交换使用,不同行业有不同信息格式的数据库,在相互数据传输时,需要将不同格式的数据翻译成统一的 EDI 标准格式。

2. 现代电子商务阶段

这一阶段主要指以 Internet 上的 EDI 为核心的电子商务阶段。20 世纪 90 年代中期后,Internet 迅速普及,逐步从信息共享发展为一种大众化的信息传播工具。1991 年,美国政府宣布 Internet 向社会公众开放,准许在 Internet 上开展商业贸易活动。1993 年 WWW(World Wide Web)在 Internet 上崭露头角,这种网络技术具有处理数据、图文、声像和超文本对象的能力,使得 Internet 具有了多媒体应用的功能。两年后,Internet 上的商业贸易活动信息量首次超过了科教业务信息量,标志着 Internet 产生后爆炸性发展的开始,也标志着电子商务大规模起步发展的开始。

Internet 的出现克服了 EDI 的不足,满足了中小企业对于能够实现信息共享、成本低廉的电子数据交换系统的需求。Internet 是一种费用更低、服务更好、覆盖更广的公众网络系统,在其基础之上建立的电子数据交换系统,为大中小型企业中

普及商业贸易活动的电子化,提供了可能。基于 Internet 的 EDI(简称为 Internet—EDI)具有 Internet 和 EDI 的共同优点,发展前景非常好。基于 VAN 的 EDI 用户,正在转向使用基于 Internet 的系统,来取代价格昂贵的 VAN 系统。

3. E 化电子商务阶段

进入 21 世纪以后,人们对电子商务的认识,逐渐上升到了—种 E 化的电子商务。虽然电子商务的核心仍是电子信息技术与商务活动应用的结合,但是这一时期,这种结合已经扩展到了政府、教育、医疗、军事等许多相关的应用领域,在这些领域中掀起了 E 概念的旋风,如电子政务——远程服务、电子教务——远程教育、电子医务——远程医疗、电子军务——远程指挥等等。对应于不同的 E 化概念,产生了不同的电子商务模式,有所谓的 E—B, E—C, E—G, E—H 等,随着信息技术、网络技术的发展,针对逐渐出现的新的社会需求,还会有越来越多、越来越新、越来越好的电子工具应用到新的领域中,推动社会各个领域的发展。

1.3 电子商务与传统商务

1.3.1 传统商务

在我们所熟悉的传统商务中,一般商务活动的流程如下:卖方利用多种形式进行营销活动,宣传自己的产品和服务;买方在获取了这些产品和服务的信息后,如果对该产品或者服务感兴趣,就会通过面谈、电话或传真等方式进一步掌握有关产品信息,联系购买。在决定购买后,一般通过银行汇款或银行转账,将货款支付给卖方;卖方在收到货款后将货物发送给买方,或是买方亲自上门取货。买卖双方完成交易后,买方可能还要就质量担保、产品更新和日常维护等问题和卖方接触,而卖方可能还要就产品的使用信息、买方的满意程度和新产品的推广和买方接触。如图 1.1 所示。

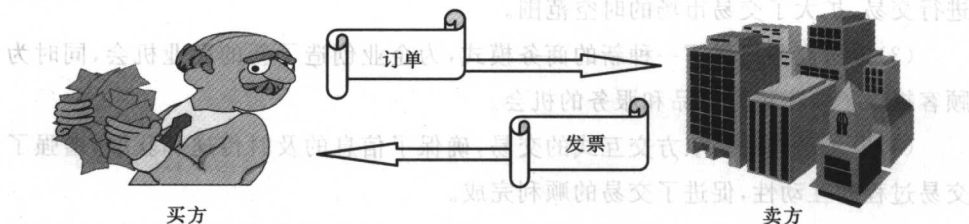


图 1.1 传统商务中的交易方式

1.3.2 电子商务

随着因特网在全球的飞速发展,以及内部网和外部网的广泛建立,电子商务已经跨越地域的限制,延伸到了全球的各个角落。在过去的几十年里,电子中介逐渐作为一种工具被引入到商务活动中,人们使用各种电子工具来完成各种交易活动如图 1.2 所示。银行使用电子资金转账技术在全球范围内转移顾客的资金,企业使用电子数据交换技术发出订单、寄送发票,零售商针对各种商品做电视广告来吸引顾客电话订货。电子工具通过改变中介机构进行金融中介服务,改变了其工作方式,产生了新的业务,甚至出现了新的中介机构,如电子商务设备提供商、网络接入服务商、网上信息发布媒体、咨询服务商、网上搜索引擎服务商等等。

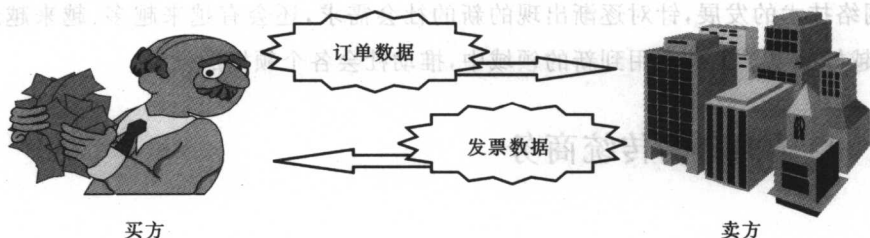


图 1.2 电子商务中的交易方式

1.3.3 电子商务与传统商务的比较

电子商务在某些方面比传统商务具有明显的优势,交易双方可以充分借助先进的通信和网络技术,完成交易活动。电子商务的优势主要表现为:

(1) 电子商务运用在销售支持和订单获取流程中,可以减少企业的销售成本,提高交易的效益和效率。

(2) 电子商务没有时间和空间的限制,在世界各地,在每天的任何时刻,都可以进行交易,扩大了交易市场的时空范围。

(3) 电子商务提供了一种新的商务模式,为企业创造了新的商业机会,同时为顾客提供了获得更好产品和服务的机会。

(4) 电子商务采用双方交互式的交易,确保了信息的及时传递和获取,增强了交易过程的互动性,促进了交易的顺利完成。

但是也应该看到,电子商务还是一个正在不断发展的新事物,面临的法律和管

理问题明显不同于传统商务。例如:电子商务中交易主要是通过网络来实现的,彼此可以在不见面的情况下完成交易,这样就给交易的安全带来隐患,所以电子商务的交易安全就需要一些专门的法律法规来保障,又如对于(交易)双方身份的确认,交易信息的公布、确认和保密,网络支付的确认、保密等等。

1.4 电子商务的应用

1.4.1 电子商务的应用层次

国际数据公司(IDC)对电子商务的研究,认为电子商务的应用可以分为三个层次。第一层次是指面向市场的以市场交易为中心的活动,包括促成交易实现的各种网上商务活动,及实行交易的电子贸易活动,有时也将网上商务活动和电子贸易活动一起统称为电子商贸活动,这其中包括网上展现、网络营销、网上洽谈、网上支付和网上服务等活动。第二层次是指利用 Internet 来重组企业内部经营管理活动,使其与企业的电子商贸活动始终协调一致。比如企业资源计划(ERP)、供应链管理(SCM)和企业应用集成(EAI)等,利用网络将企业的研发、生产、销售与供应等活动集成起来,实行企业的集成管理,实现数字化、网络化、集成化的运营。第三层次是指以 Internet 为基础的社会经济活动,如逐渐兴起的电子政务、远程医疗、远程教育等等。以电子政务为例,电子政务就是政务的电子化,主要指政府利用网络来处理政务,进行招标投标、政府采购、收缴税费、社会保障等日常公共管理事务。

这三个层次的电子商务都反映出了网络时代市场的快速变化,这些变化要求社会各个层面最大限度地适应它。其中第一层次和第二层次是第三层次电子商务的基础支撑,三者共同协调发展,是电子商务良性发展的必然要求。

1.4.2 电子商务的典型应用

电子商务的触角已经深入到社会经济活动的各个角落,可以说是无处不在、无时不在。各个行业和组织,都纷纷踏入电子商务领域,直接或是间接地开展电子商务活动,这一切积极地推动着电子商务的蓬勃发展。下面列举一些电子商务应用的典型实例。

1. 网上商店(E-Shop)

网上商店是建立在网络大世界中,利用网络从事商品销售的虚拟商店。提到网上商店,就不得不提亚马逊公司(Amazon.com)如图 1.3 所示,它从网络书店做起,逐步扩大网上销售商品的种类,现已能够在网上提供完整的商品目录与相关信息,并且整合了订购、销售与配送的完整方案,其顾客遍及世界各地。到 1997 年,网上销售业已经发展成为了一个相对独立的产业,网上销售额已经突破 40 亿美元。目前网上销售的商品种类已经逐渐从信息产品、数字产品扩展到了日常消费品,网上商店已经成为电子商务发展的一个重要领域。

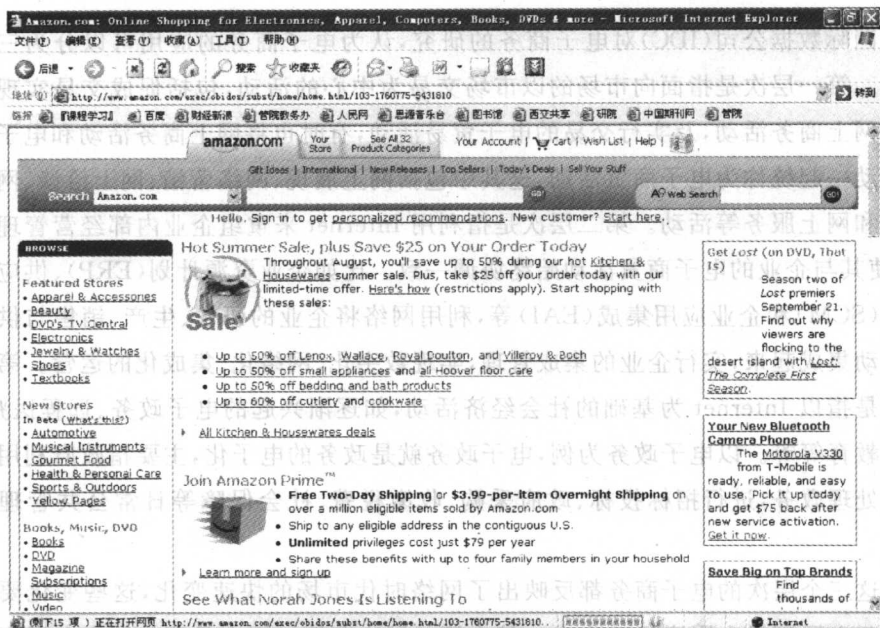


图 1.3 亚马逊的网上购物主页

2. 网上银行(E-Bank)

网上银行是指利用网络技术,通过互联网向客户提供全方位金融产品及服务的虚拟银行。促进网上银行业务增长的一个重要原因,就是 20 世纪 90 年代中后期金融服务行业内的竞争日趋激烈,与此同时,网络、电子商务给网上银行的发展提供了新的发展机会。行业分析家期望银行业的扩展方向是电子商务服务,而不是传统式分行。1995 年 10 月 18 日,安全第一网络银行(SFNB, Security First

Network Bank)成立。这是第一家在互联网上提供账户查询服务的银行;第一家在联邦金融保险公司(FDIC)投保的互联网银行;第一家获准在互联网上提供各种银行服务的银行。(已在1998年被加拿大皇家银行收购,更名为“RBC Centura”)网上银行不受传统商铺式分行庞大的日常固定开支的困扰,能够为存款支付更多的利息,即使投资低风险的资产,仍能获得稳定回报。网上银行业务的出现使业内的规模经济产生变化,可以用较低成本的无纸化营运方式进行跨地区的作业,它将成为未来银行成功的关键因素。图1.4所示为RBC Centura的网上主页。

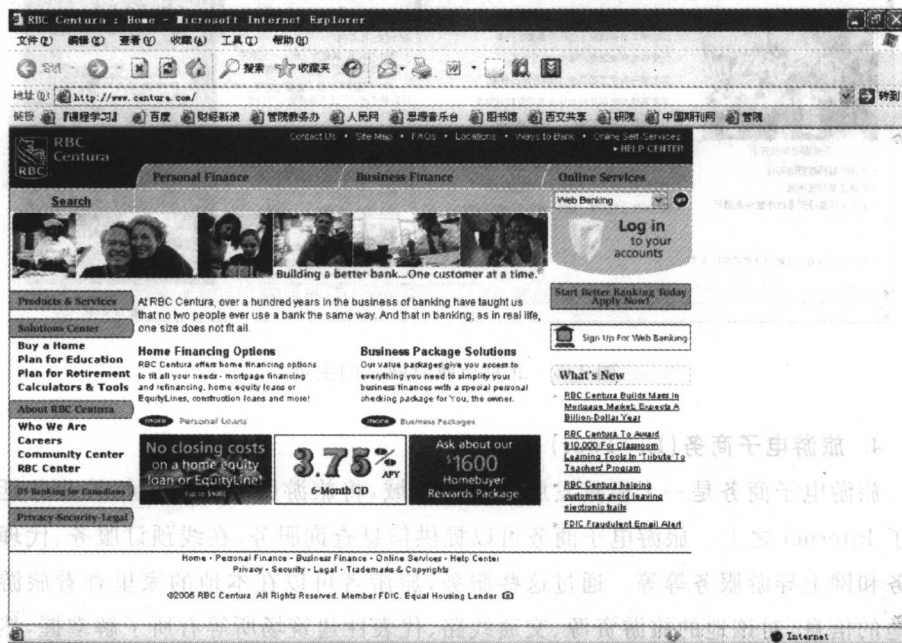


图 1.4 RBC Centura 主页

3. 电子政务(E-Government)

电子政务就是政务管理的电子化,具体是指政府机构在其管理和服务职能中运用信息技术和通信技术,实现日常办公、信息收发、公共管理等政府事务的数字化、网络化的一种现代行政管理模式。电子政务的建设可以实现政府组织结构和 workflows 的重组优化,促成精简、高效和廉洁的政府运作,充分体现政务公平、公开和公正的精神。图1.5所示为北京市政府网站的主页。

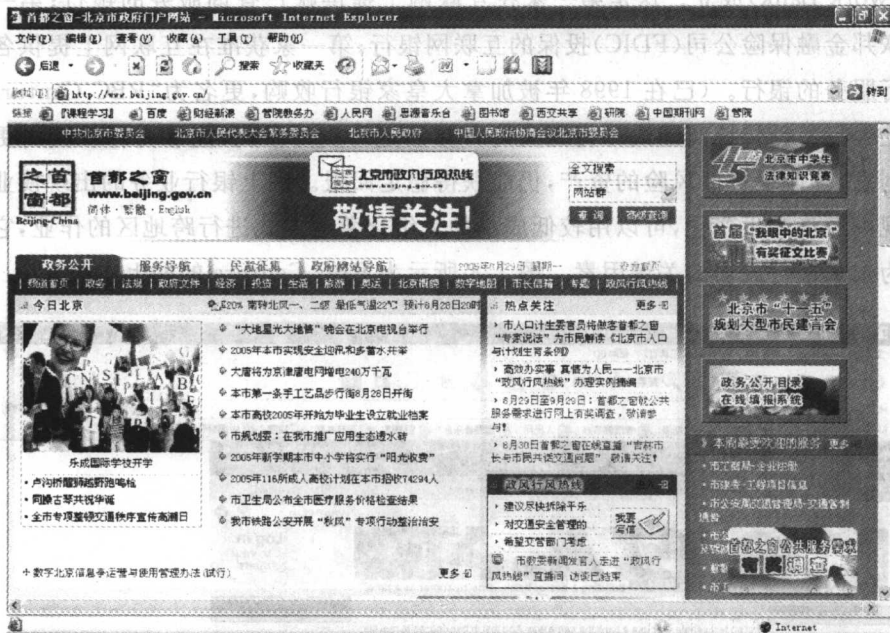


图 1.5 北京市政府网站的主页

4. 旅游电子商务(E-Tour)

旅游电子商务是一个极具发展潜力的领域,将旅游服务组织的相关业务延伸到了 Internet 之上。旅游电子商务可以提供信息查询服务、在线预订服务、代理人服务和网上导游服务等等。通过这些服务,旅游者可以在本地的家里查看旅游目的地地的信息,对该地的旅游资源、交通线路、代表性建筑场所等有所了解掌握,然后可以根据自己的需求选择并预订入住的酒店和相关服务、旅行社的旅游线路、导游服务及往返机票等等。图 1.6 所示为国内著名旅游电子商务网站携程旅游网的主页。

Bill Gates 曾经说过:“在每一次技术进步之时,思维方式的转变是产生一波新应用的关键……而每一波新的应用的产生,是将商务活动带入一个新时代的关键。”一方面,电子商务作为一种新的经营方式影响着各行各业,在企业的经营模式、政府的管理模式、人们的生活方式等方面产生类似工业革命的一次信息革命;另一方面,电子商务作为一门新的学科,正在建设和发展之中。