



普通高等教育“十五”国家级规划教材

高等学校电子商务专业主要课程教材

电子商务管理

(第二版)

王学东 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十五”国家级规划教材

高等学校电子商务专业主要课程教材

电子商务管理

(第二版)

王学东 主编



高等教育出版社

HIGHER EDUCATION PRESS

内容简介

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材。全书三篇共 15 章。第一篇是原理篇,主要探讨电子商务管理思想的产生与发展,电子商务管理的性质、职能与对象,电子商务管理的体制,电子商务管理的组织与运行平台;第二篇是内容篇,主要介绍电子商务经营战略以及在此基础上形成的与电子商务活动组织有关的人、财、物、时间、信息、技术、环境、客户等要素系统组成的信息流、物流、资金流等的运作管理;第三篇是方法篇,主要介绍电子商务管理中常用的 BPR 管理方法、ERP 系统方法、供应链管理方法、客户关系管理方法和电子商务风险管理以及电子商务系统评价。

本书可作为普通高等学校电子商务专业本科生的专业教材,也可供其他专业本科、专科学生、研究生以及企事业单位工作人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务管理/王学东主编. —2 版. —北京:高等教育出版社,2005.9

ISBN 7-04-017883-4

I. 电... II. 王... III. 电子商务 - 经济管理 - 高等学校 - 教材 IV. F713.86

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 106793 号

策划编辑 郭 钧 责任编辑 刘 荣 封面设计 杨立新
责任绘图 尹 莉 版式设计 王 莹 责任校对 康晓燕
责任印制 朱学忠

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
		网上订购	http://www.landaco.com
经 销	北京蓝色畅想图书发行有限公司		http://www.landaco.com.cn
印 刷	济南新华印刷厂		
		版 次	2002 年 1 月第 1 版
开 本	787×960 1/16		2005 年 9 月第 2 版
印 张	22.75	印 次	2005 年 9 月第 1 次印刷
字 数	420 000	定 价	26.20 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 17883-00

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail：dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

前 言

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材,是在2002年9月由高等教育出版社出版的《企业电子商务管理》的基础上修订的第二版教材。

电子商务代表了一种全新的管理模式,对传统的管理理论和方法带来了严峻的挑战,同时也为电子商务管理的发展带来了机遇。本书在编写过程中充分注意了国内外有关电子商务管理研究与实践的现状,充分考虑到电子商务专业本科教育的实际需要,为学生拓宽知识面、加强适应能力提供素材,力求做到深入浅出。本书的内容分为三篇:第一篇是原理篇,主要探讨电子商务管理思想的产生与发展,电子商务管理的性质、职能与对象,电子商务管理的体制,电子商务管理的组织与运行平台;第二篇是内容篇,主要介绍电子商务经营战略以及在此基础上形成的与电子商务活动组织有关的人、财、物、时间、信息、技术、环境、客户等要素系统组成的信息流、物流、资金流等的运作管理;第三篇是方法篇,主要介绍电子商务管理中常用的BPR管理方法、ERP系统方法、供应链管理方法、客户关系管理方法和电子商务风险管理以及电子商务系统评价。

本书在编写过程中,曾引用和参考了大量的文献资料和研究成果。限于篇幅,书后只列出了主要参考文献,如有遗漏,谨向作者致歉。

本书的编写执笔人如下:第1、3、4章由王学东、陈道志编写;第2章由王学东、董莹莹编写;第5、6、7、8、9章由易明编写;第10、11、12、14、15章由杨斌编写;第13章由王学东、杨莎编写。全书由王学东教授担任主编,杨斌、易明任副主编。全书由王学东教授拟订大纲,并负责最后的统稿和定稿。整个编写过程得到了高等教育出版社的领导、编辑以及华中师范大学信息管理系的大力支持,在此一并表示感谢。

由于编写人员水平有限,书中还有一些不尽如人意的地方,请专家和读者批评指正。

编者

2005年5月

第一版前言

本书是高等教育面向 21 世纪电子商务专业教材建设项目的研究成果之一,是根据 2001 年 6 月“面向 21 世纪电子商务专业(本科)教材建设研讨会”拟定的电子商务专业主要课程教材编写大纲组织编写的。本书主要作为大专院校电子商务企业“企业电子商务管理”课程的教材。此外,本书还可供有关科研、管理人员参考。

本书编写过程中充分注意到国内国外有关电子商务活动及其研究的实际,充分考虑到电子商务专业教育的基础与需要,为拓宽知识面、加强适应能力提供素材,力求做到深入浅出。本书内容可划分为以下几个组成部分:第一部分主要探讨企业电子商务的组织形态,明确虚拟企业、电子商务企业、企业电子商务之间的演进发展与联系,认识企业电子商务的管理对象;第二部分主要是概括和抽象企业电子商务管理原理,阐述企业电子商务组织的管理机制、组织结构、运营模式、运作流程,旨在认清企业电子商务组织管理的内涵和规范要求;第三部分是企业电子商务组织的经营管理内容,分为两个层面予以说明,第一层面从宏观上研究企业电子商务管理的战略,第二层面从微观上研究企业电子商务管理的具体内容,主要以企业电子商务的三流(即信息流、物流、资金流)为主线,集成人、财、物、信息、时间、环境等要素系统,构建企业电子商务的完整管理体系。

本教材在编写过程中,曾引用和参考了大量的文献资料和研究成果。限于篇幅,书后只列出了主要参考文献,如有遗漏,谨向作者致歉。

本书的编写执笔人如下:第一、八章由桂学文编写;第二、三章由王学东编写,第四章由易明、周涛编写,第五章由王战平编写,第六、七章由王学东、易明、周涛编写,第九章由刘刚编写,第十章由王伟军编写。全书由王学东担任主编,桂学文、王战平、王伟军任副主编。整个编写过程得到了高等教育出版社李冬梅、黄燕老师及对外经贸大学陈进教授的大力支持和帮助,华中师大教务处沈振煜、刘建清、洪早清处长曾给予了大力支持,在此一并致以深深的谢意。

由于编写人员水平有限,书中可能会有错误缺点,恳切希望使用本教材的师生和读者提出批评和改进意见。

编者

2001.8

目 录

第 1 篇 原 理 篇

第 1 章 电子商务管理思想的产生与发展	2
1.1 电子商务管理思想的萌芽时期	3
1.2 电子商务管理思想的形成时期	6
1.3 电子商务管理思想的发展时期	14
思考题	21
第 2 章 电子商务管理的性质、职能与对象	22
2.1 电子商务管理的性质	22
2.2 电子商务管理的职能	28
2.3 电子商务管理的对象	35
思考题	38
第 3 章 电子商务管理的体制	39
3.1 电子商务管理体制的内涵	39
3.2 电子商务管理的运营机制和运行机制	42
思考题	52
第 4 章 电子商务管理的组织与运行平台	53
4.1 电子商务组织形态	53
4.2 电子商务组织结构	65
4.3 电子商务运行平台	80
思考题	86

第 2 篇 内 容 篇

第 5 章 电子商务战略管理	88
5.1 战略管理概述	88
5.2 电子商务战略管理	93
5.3 电子商务战略实务	100
思考题	112
第 6 章 电子商务资源管理	113

6.1 电子商务资源	113
6.2 电子商务人力资源管理	117
6.3 电子商务物力资源管理	124
6.4 电子商务无形资产管理	128
6.5 电子商务资本运营	132
案例	139
思考题	140
第7章 电子商务信息流运作管理	141
7.1 电子商务信息流概述	141
7.2 电子商务信息流运作过程	143
7.3 企业信息化	147
7.4 电子商务信息流管理系统	151
7.5 电子商务的智能信息流管理系统的核心技术	161
思考题	174
第8章 电子商务物流运作管理	176
8.1 电子商务物流概述	176
8.2 电子商务物流运作过程	180
8.3 电子商务物流运作的原则、思想与方法	195
8.4 电子商务物流组织模式	200
思考题	209
第9章 电子商务资金流运作管理	210
9.1 电子商务资金流概述	210
9.2 电子商务网络支付平台与流程	212
9.3 电子商务资金管理	218
思考题	227

第3篇 方法篇

第10章 BPR 管理方法	230
10.1 业务流程重组基础知识	230
10.2 业务流程重组的实施方案、程序及内容	236
案例	245
思考题	250
第11章 ERP 系统方法	251
11.1 ERP 的发展历程	251
11.2 ERP 系统的计划层次	264
11.3 ERP 的局限性及项目实施	270
思考题	275

第 12 章 供应链管理方法	276
12.1 供应链管理的内涵	276
12.2 供应链管理的内容	282
12.3 供应链管理的相关技术	288
案例	296
思考题	299
第 13 章 客户关系管理方法	300
13.1 客户关系管理基础	300
13.2 客户关系管理系统	312
13.3 客户关系管理与电子商务	322
案例	324
思考题	326
第 14 章 电子商务风险管理	327
14.1 风险与风险管理	327
14.2 电子商务风险管理	330
案例	334
思考题	337
第 15 章 电子商务系统评价	338
15.1 电子商务系统评价概述	338
15.2 电子商务系统评价方法	344
思考题	350
主要参考文献	351

第 1 篇

原 理 篇

第1章 电子商务管理思想的产生与发展

从管理思想的早期萌芽到当代全面系统的管理理论的产生,历经两千多年。纵观管理发展史,管理思想的发展与社会生产力和社会经济的发展状况密切相关,生产力的每一次突飞猛进无不促进了管理思想的迅速成熟和飞跃发展。可以这么说,社会生产力是影响时代管理思想发展的主要因素,而生产力又主要取决于科学技术的发展和人类各种文化渗透和融合的程度。其中,生产组织方式是形成新的管理思想的主要来源:农业经济的生产方式,决定着传统的管理思想,并以此支配着当时的管理过程;工业经济的生产方式,决定着古典的管理思想和现代管理思想,以及相应的经济规律;当生产力的发展使人类进入电子商务时代时,首先表现出来的也是生产方式的转变,从而形成可适应于电子商务时代的管理思想——电子商务管理思想。

作为管理思想发展的新境界,电子商务管理思想的实质是什么呢?我们知道电子商务管理是利用信息技术对电子商务活动中各个流程、资源的整合管理,实际上就是对电子商务活动中“三流”(即信息流、资金流、物流)的管理。管理的关键不是要实现“三流”合一,而是“三流”协同互动。所以,电子商务管理的实质是实现电子商务活动中信息流、资金流和物流的协同与和谐管理。这其中体现了电子商务管理思想即协同与和谐的管理思想,其直接表现就是“三流”的协同与和谐。这一思想就其外延而言是极其广泛的,如融合互补、动态协作、系统开放、知识创新等思想,它们是围绕“三流”协同与和谐而进行的细化和扩展,而且在不断充实、发展和完善中。

电子商务活动中信息流、资金流和物流的协同与和谐是通过信息技术在人类商务活动中不断渗透和融合而实现的,所以电子商务管理思想当然也产生于信息技术和商务活动不断融合的过程中,本章以此为主要依据将电子商务管理思想的产生与发展划分为三个阶段来描述。

1.1 电子商务管理思想的萌芽时期

尽管电子商务的概念大约是在20世纪90年代中期被提出并迅速传播和推广的,但是它可以追溯到19世纪40年代。那时人们已有意识地用电报这一电子通信技术来传递商务活动信息。利用电子技术进行商务活动,这也可算是广义的电子商务,或者说是电子商务的萌芽,因此,电子商务管理思想的萌芽是从那时开始的。

1.1.1 信息技术及经济发展历程

继1837年莫尔斯发明电报以后,1864年马可尼和波波夫几乎同时发明了无线电技术,随后无线电报产生,1876年贝尔又发明了电话,人类进入了电子通信时代。在这之前,从英国开始的逐步向其他国家扩展的第一次工业革命使人类进入了蒸汽机时代,生产力水平有了很大的提高,工业革命从轻工业中的棉纺织业开始,扩展到动力和交通业。尽管如此,当时的经济还是短缺经济,企业最关心的是如何提高生产率,信息流的及时协同对此显得不是太重要,企业更加关注生产过程中的协调和效率,如劳动分工、提高工人的劳动熟练度、将工资和劳动量挂钩等内部管理措施。因此电报、电话作为当时比较先进的通信工具还没能普遍运用到商业活动中。

19世纪70年代,人类第二次科技革命开始,人类进入了电气时代。随后,垄断组织出现,作为超大型企业,它是一种新的经济联合体。垄断组织有财力购买先进设备,有能力了解并开辟世界市场,有力量进行科研,不断开发新产品,有能力在竞争中占据优势,这使得企业管理幅度和范围增大、难度加大,企业必须重视组织管理的和谐和协调。但此时企业之间进行商务信息交流仍然停留在电报、电话等工具上。

20世纪40年代,以电子计算机为代表的第三次科技革命爆发,计算机技术、通信技术得到迅猛发展。计算机技术主要成就有:1944年冯·诺依曼提出程序存储和顺序计算的概念;1946年第一台电子计算机ENIAC诞生;1948年贝尔实验室(Bell Lab)发明了二极管;1954年第一台晶体管计算机诞生;1958年Firchrd公司的诺宜斯发明了第一块集成电路。通信技术方面的主要成就有:电报电话进一步普及;1948年,维纳、香农提出信息论、控制论、系统论的基础,信息、频谱、时分、频分等概念导致微波多路通信成为50年代主体通信技术,以及后来60年代后期开始的卫星通信也是以微波通信为基础的;1958年集成电路

的出现,把布尔代数的基本原理、数字集成电路、数字信号处理结合在一起,数字通信开始出现。计算机和通信工具马上成为人们经济活动中不可或缺的工具。早期计算机只是用于单机处理一些文件,储存一些数据。随着处理各类商务文件的增多,人们逐渐发现由人工输入到一台计算机中的数据约70%是来源于另一台计算机输出的文件,由于过多的人为因素,还影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们便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,这样电子数据交换技术(electronic data interchange, EDI)随之产生,这也标志着电子商务的诞生。利用EDI,商务活动的参与者通过网络连成了一个统一的整体,可以方便地进行商务信息流的交互,但还远远没有实现“三流”在同一个系统中协同运作。

1.1.2 有关管理理论及思想

尽管EDI实现无纸交易才标志着电子商务产生,但电子商务管理思想的实质——协同与和谐其实在很多管理学者的著作中已出现了,甚至在我国古代自然哲学中都可以看到它的影子。当然,那时不可能提出电子商务的概念,“三流”当然更不可能提到,但从我们今天的角度去审视,就会发现这些理论和思想跟我们谈到的电子商务管理思想的实质是不谋而合的。

在中国的古代的自然哲学中,十分重视不同事物之间的协作现象和协同作用,非常强调“天时不如地利,地利不如人和”的观点。《国语·郑语》记载史伯对郑环公答问时说:“夫和实生物……以他平他谓之和,故能丰长而物生……故先王以上与金、木、水、火杂,以成百物。”“和”即把不同性之物结合在一起,能够产生新事物。如五味配合可以烹调出可口的美餐,五音协调才能奏出动听的音乐等。这些哲学命题都说明了“协同”的重要性。普利高津也认为,中国传统自然哲学强调的是“关系”,注意研究整体的协调和协作,以期达到一个“自发的、有组织的世界”。

在西方社会经济领域的研究和实践中也蕴含着大量有关协同与和谐的管理思想,例如早期管理教育的先锋 Andrew Ure (1778—1857),他试图在当时寻找一个自动化的方案以防止员工以其自己喜欢的方式工作而导致整个工厂陷入一片混乱。他认为,在每一个企业都有“三种行动原则或三个有机系统:机械的、道德的和商业的”,管理层必须“安排和控制”生产者以使其在这几方面整体和谐地运转。19世纪中期,法国著名经济学家弗雷德里克·巴斯夏于1850年出版了《和谐经济论》一书,他认为“社会普遍法则是和谐协调的,这些法则从各个方向趋于完善人类”,而对于“人或人类社会来说,和谐不意味着完美,而意味着改善”。波兰的高级管理人员和管理学者卡罗尔·阿达米斯基(1866—1933)在其《集体工作的原理》、《劳动的和谐化》中就明确提出了协同与和谐理论雏形,

他用该理论简单解释了有关生产中计划和控制集体工作的规律。

与此同时,从古典的泰勒科学管理理论、法约尔的组织管理理论到梅奥提出的人际关系理论,以及由它们衍生的行为科学学派、管理科学学派、决策理论学派以及之后的系统管理理论学派、权变理论学派、经验主义学派成为管理学发展的主要路线,尽管没有明确的协同与和谐管理理论分支,但在这些学派中,都多多少少渗透着该思想。

1.1.3 特点

综上所述,协同与和谐的思想作为一种反映社会经济普遍运行机理的管理思想,一直伴随在管理理论的演进过程之中,其思想发展可以说是源远流长的。但无论是中国远古的哲学思想,还是近代的管理学说,由于受到当时生产力水平,尤其是科学技术水平的限制,它总处于一种零碎、片段的意识状态,而未能形成一种科学规范的管理思想。所以我们将它划分为电子商务管理思想的萌芽阶段。此阶段的特点主要有:

(一)“三流”由捆绑到分离

尽管电报、电话对部分商务信息流的整理和传播有所改善和促进,但在很长一段时间里,社会经济的细胞——企业,为了获取最大利润,采用“劳动分工”的原理组织生产;为了提高生产率,普遍推行标准化制度;在交易过程中,人们最关心的是获取和占有。这种以产品为导向的理论,导致了以物流和资金流交易为中心的商务过程,而且商业也采取直接交易方式,“三流”以捆绑形式出现。

随着服务业的发展,促使运输部门与生产部门相分离;随着大众传媒(如报纸、广告、电视)的出现,信息流被剥离出来;随着金融业的发展,为了交易安全,资金流开始不在现场进行,而采用支票等转账结算。于是,“三流”开始分离并被专业化地运作,交易水平有了提高,但是交易成本并没有多少降低。并且由于分离的“三流”之间相互协同能力低,反而导致了交易效率的降低。

(二)信息技术的冲击力度较小

由于当时的条件限制,电子技术并没有一开始就广泛渗透到商业活动中,人们更多地关心企业内部的生产协调和高效。随着社会的发展,计算机的发明,EDI的产生和应用,人们才更多地关注与企业外部环境进行协作和沟通。但是初期的EDI仅仅是在社会商务活动的局部范围内实现了电子化协同互动。例如,它基本上只是局限于企业对企业间,社会的终端消费者被拒之门外,而且由于接入的费用限制,很多小企业都不能列入其中。

因此,这一阶段,社会经济活动因信息技术的发展而开始产生变化,但还不够深刻,对管理活动也没有产生深远的影响。

(三) 知识不断积累

自古以来,人们在社会经济活动中就萌发了协同与和谐的思想,但是由于生产力水平的限制,人们找不到实现协同与和谐的方法和途径,因此它没有得到管理学研究主流的重视。但在许多的管理学成果中,我们都可以看到协同与和谐痕迹。如在管理组织理论研究成果中,美国的切斯特·巴纳德就提出了自觉协作活动系统,他认为组织是一个由人们有意识地加以协调的各种活动的系统,这个系统能否长期存在、发展就决定于它的协同效果和效率。此外,系统管理论学派也讲究协同与和谐。

不难看出,有关协同与和谐管理的思想,历来被学者们所接受,但是在他们的理论和实践中,追求协同与和谐被作为一项基本的组织原则在执行,很少有人关注协同与和谐存在的原因、方法和模式,似乎那是组织存在的前提,并不需要研究和描述。但是如果要实现真正意义的协同与和谐,这些研究和实践是非常重要的。可见,尽管有这么多理论和思想的积累,但是协同与和谐的思想还没有形成体系,它只是该思想的萌芽阶段。然而这些积累对电子商务管理思想的形成打下了深厚的基础,没有这些前期的管理理论和思想,谈电子商务管理思想也是空中楼阁。

1.2 电子商务管理思想的形成时期

电子商务管理思想是在信息技术的迅猛发展和应用、社会经济管理模式不断变革的过程中产生的,它的产生没有一个明显的时间界限。根据信息技术和经济发展状况以及管理理论和思想成果,大致可以将这一时期划分为20世纪六七十年代到该世纪末期。

1.2.1 信息技术和经济发展状况

20世纪60年代以来,计算机技术及通信技术进一步发展,它们的结合又产生了计算机网络。互联网以及基于它的电子商务的出现和迅速普及成为此时期最为显著的特征。

(一) 互联网的产生及商业化

因为EDI的局限性,现在人们谈论的电子商务都是基于互联网的。互联网最初起源于阿帕网(APPANET),它是20世纪60年代末至70年代初,由美国国防部资助,Advanced Research Project Agency公司承建的。建设此网的目的是:如果核弹击毁了军事网络的一部分,数据仍然能够通过未被破坏的网络到达目

的地,该网络使用“包交换/分组交换”的信息传播技术。基本原理是:一组信息首先被分割为若干个“包”,每个“包”包含它的目的地址,每个包通过不同计算机之间的不同线路到达目的地,在目的地这些“包”被重新组装还原成原来的信息。该原理成为现在 Internet 的标准。APPANET 的关键技术是用一种新的方法使不同的计算机系统互联,成为互联网。

1981年,美国另一个政府机构——全国科学基金会(NSF)开发了5个超级计算机中心相连的网络。当时美国许多大学和学术机构已经建立了一批地区性网络与5个超级计算机中心连接,形成了一个新的大网络——NSFNET,该网络成员可以相互进行通信,从而开始了互联网真正快速发展阶段。NSFNET 逐渐代替了 APPANET 成为互联网的主干网了。

1982年,在 ARPA 的资助下,加州大学伯克利分校将 TCP/IP 协议嵌入 UNIXBSD4.1 版本,这极大地推动了 TCP/IP 的应用过程。1983年 TCP/IP 成为该网络的主要协议,真正意义的 Internet 产生了。

1991年,美国政府宣布 Internet 向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统。自1992年起,Internet 进入了商业化阶段,其用户向全世界迅速扩张,Internet 从一个国防和科研应用的计算机联网系统,发展为全面商业化的全球信息网。

1993年,万维网(word wide web, WWW)及其相关技术的推出使得互联网具备了支持多媒体应用的功能,而且突破了平台的局限。Internet 迅速走向普及化,逐步从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,它的功能也从信息共享转变为一种大众化的信息传播工具。

1994年底,Internet 已通往全世界150个国家和地区,联接了3万多个子网,320多万台计算机主机,直接用户超过3500万个。

看到 Internet 的羽翼丰满,NSFNET 于1995年4月30日正式宣布停止运作,由美国政府指定的3家私营企业代替。至此,Internet 的商业化彻底完成。

(二) 电子商务的发展

基于 EDI 的电子商务是现代信息技术和商务活动相结合的一个成功例子,它极大地改变了传统的商贸手段和管理手段,不仅使商贸业务的操作方式根本改观,而且影响了企业的行为和效率,在市场结构、国民经济的运行方式等方面都引起了较大变化,因而被认为是一次影响深远的结构性商业革命。它主要应用于制造业、运输业、零售业以及卫生保健和政府部门。EDI 使用的专用增值网(VAN),须架设专门线路,成本较高,因而大量的小型企业 and 消费者不能进入网络,使得它所处的市场模型依然是一个旧的市场模型——生产商设计的模型,所有的产品都取决于企业和企业的伙伴想市场需要什么。

随着 Internet 的迅速普及和商业化,基于 Internet 的电子商务迅猛发展,电

子商务表现出新的活力。它几乎囊括了社会和经济活动的各个方面。例如：商品信息采集、信息存储处理、信息交换、广告发布；售前售后服务、促销营销、销售；电子支付；运输；组建虚拟企业；旅游；金融等各种各样的内容。

除此之外，电子商务在政府的应用——电子政务，也迅速崛起，它使政府通过网络实现政府业务职能，行政管理与服务社会的电子化、信息化、网络化。它不仅可以在政府内部，也可以在政府外部实现信息传递交换、共享、服务的功能，使政府的政务程序公开化与透明化，政府的办事过程便利化与快捷化。同时，还可以实现政府与社会、企业、公众进行双向交流，进一步完善政府职能。

总之，基于 Internet 的电子商务集中体现了以下主要特点：

1. 普遍性

作为一种新型的交易方式，将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

2. 方便性

人们不再受地域的限制，客户能以非常简捷的方式完成过去较为复杂的商务活动，如通过网络银行能够全天候地存取资金、查询信息等，同时使得企业对客户的服务质量可以大大提高。

3. 整体性

此时的电子商务能够规范事物处理的工作流程，将人工操作和电子信息处理集成成为一个不可分割的整体，这样不仅能提高人力和物力的利用，也可以提高系统运行的严密性。

4. 协调性

商务活动本身是一个协调过程，它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调，电子商务更是要求银行、配送中心、通信部门、技术服务等多个部门的通力协作，往往电子商务的全过程是一气呵成的。

（三）社会经济活动的变革

互联网和基于互联网的电子商务，对整个社会的经济活动产生了直接、深刻的影响，对管理也提出了全方位的挑战。

1. 改变了交易方式

传统的市场交易逐步过渡到网上交易。表面上，这是最寻常的改变，毫无“石破天惊”之感。然而，最不寻常的改变，正孕育在这最寻常的改变之中。

2. 改变了人们的消费方式

消费者找厂家、跑商场、进银行、排队、交涉、办手续等行为，都在被改变着。“腰酸腿疼”的购物方式，将被轻松的“点击鼠标”所代替。用经济学的语言来说，极大地降低了购买方的交易费用。

3. 改变了企业的营销方式