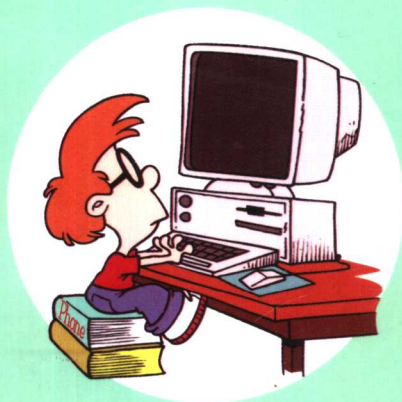
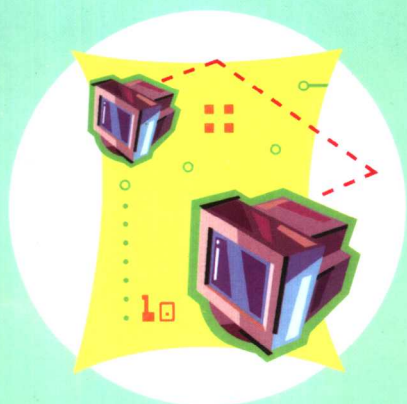
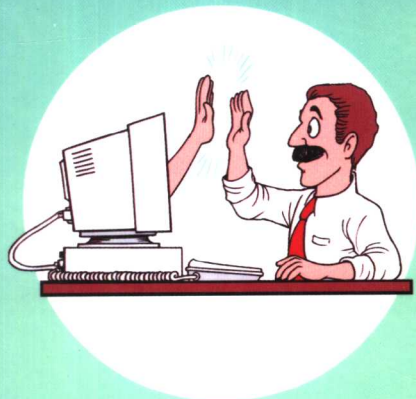


# 电子商务概论<sup>@</sup>

DIANZI SHANGWU GAILUN

万 君 王云鹏 编



● 电子商务网络建设

● 电子商务的应用

● 物流、营销与网络支付

● 电子商务系统的建设

● 电子商务附录

# 电 子 商 务 概 论

万 君 王云鹏 编

内蒙古科学技术出版社

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/万君,王云鹏编. —赤峰:内蒙古科学技术出版社,2005.12

ISBN 7-5380-1394-6

I. 电… II. ①万…②王… III. 电子商务-概论  
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 149050 号

出版发行/内蒙古科学技术出版社

地 址/赤峰市红山区哈达街南一段 4 号

电 话/(0476)8224848 8231924

邮 编/024000

出 版 人/额敦桑布

责任编辑/许占武

封面设计/永 胜

印 刷/赤峰市百柳印刷厂

字 数/450 千

开 本/787×1092 1/16

印 张/19.5

版 次/2006 年 1 月第 1 版

印 次/2006 年 1 月第 1 次印刷

定 价/32.00 元

## 内容简介

本书内容共分 11 章，详细介绍了电子商务的基本概念、基本方法以及进行电子商务活动涉及的几个重点环节。内容包括电子商务概述、电子商务的技术基础、电子商务网站建设、电子商务的应用框架、电子商务支付系统、电子商务的物流管理、网络营销、电子商务安全、电子商务涉及的道德和法律规范问题。

本书可作为高等院校计算机网络专业、电子商务专业、营销类专业学生的教材，也可作为有关电子商务的培训教材，对企事业单位从事电子商务应用的管理人员、技术人员均具有重要的参考价值。

# 前 言

20 世纪 90 年代后期，互联网的商业性应用在全球的许多领域得到了推广。这种应用的发展推动了对电子商务专业人才的巨大需求。电子商务专业人才属于复合型人才，既要懂互联网络站点建设，又要懂经营管理，他们将是推动我国电子商务蓬勃发展的中坚力量。

编写这本教材的指导思想是要使这本教材既适合教师教，又便于学生学。对于非电子商务专业的学生来说，这本教材将帮助他们全面了解有关电子商务领域各个方面的基本知识；对于电子商务专业的学生来说，这本教材将为他们学习电子商务专业课程打下扎实的基础。它面向的是企业经营者或是学习电子商务管理的人。它最明显的特点就是把技术和管理结合了起来，既不是避开技术单纯谈管理，也不是通篇陷在技术细节中让人不知这些技术有什么作用。

本书在编写过程中，编者参考、借鉴了国内外著作及网上文献，由于种种原因未能一一征询原著作者，谨此说明，并对文献出版者和著作者表示最诚挚的感谢。

由于编者水平有限，加之时间紧迫，书中难免有错误和观点不妥之处，敬请各位读者和同行批评指正。

编 者  
2005 年 5 月

# 目 录

|                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| <b>第一章 电子商务概述 .....</b>         | <b>(1)</b>  |
| 1.1 电子商务的发展历史 .....             | (1)         |
| 1.2 电子商务的概念 .....               | (2)         |
| 1.2.1 电子商务的定义 .....             | (2)         |
| 1.2.2 电子商务的业务流程 .....           | (5)         |
| 1.2.3 电子商务信息流、资金流和物流的相互关系 ..... | (7)         |
| 1.3 目前电子商务常见的活动 .....           | (8)         |
| 1.4 电子商务的业务模式 .....             | (9)         |
| 1.5 电子商务的研究内容 .....             | (11)        |
| 1.5.1 电子商务研究的对象 .....           | (11)        |
| 1.5.2 电子商务研究涉及的领域 .....         | (12)        |
| 1.5.3 电子商务的内涵 .....             | (13)        |
| 1.5.4 电子商务的外延 .....             | (15)        |
| <b>第二章 网络技术基础 .....</b>         | <b>(17)</b> |
| 2.1 计算机网络概述 .....               | (17)        |
| 2.1.1 计算机网络的定义和功能 .....         | (17)        |
| 2.1.2 计算机网络系统的组成 .....          | (18)        |
| 2.1.3 网络的分类与拓扑结构 .....          | (20)        |
| 2.1.4 开放系统互联参考模型 .....          | (22)        |
| 2.1.5 互联网协议 .....               | (24)        |
| 2.2 互联网简介 .....                 | (26)        |
| 2.2.1 互联网的产生与发展 .....           | (26)        |
| 2.2.2 IP 地址和域名系统 .....          | (27)        |
| 2.2.3 互联网的应用层协议 .....           | (29)        |
| 2.2.4 网络标记语言 .....              | (31)        |
| 2.3 互联网提供的服务 .....              | (32)        |
| 2.3.1 文件传输 FTP .....            | (32)        |
| 2.3.2 远程登录 Telnet .....         | (34)        |

|                                              |             |
|----------------------------------------------|-------------|
| 2.3.3 电子邮件服务 .....                           | (34)        |
| 2.3.4 万维网(WWW)服务.....                        | (35)        |
| 2.3.5 电子公告牌 BBS 简介 .....                     | (36)        |
| 2.3.6 信息查询及其他服务 .....                        | (37)        |
| 2.4 网络互联技术 .....                             | (37)        |
| 2.4.1 内联网 .....                              | (37)        |
| 2.4.2 外联网 .....                              | (39)        |
| 2.4.3 网络接入技术 .....                           | (40)        |
| 2.5 电子数据交换系统 .....                           | (49)        |
| 2.5.1 EDI——商业机构对商业机构电子商务的技术结构.....           | (49)        |
| 2.5.2 电子数据交换的定义 .....                        | (50)        |
| 2.5.3 EDI 的技术标准 .....                        | (51)        |
| 2.5.4 EDI 的分类 .....                          | (51)        |
| 2.5.5 电子数据交换系统的组成 .....                      | (51)        |
| 2.5.6 电子数据交换系统的实现过程 .....                    | (53)        |
| 2.5.7 EDI 的实施 .....                          | (53)        |
| <b>第三章 电子商务网站建设 .....</b>                    | <b>(55)</b> |
| 3.1.WWW 服务器的硬件及其性能评价 .....                   | (55)        |
| 3.1.1 自营主机与主机托管的选择 .....                     | (55)        |
| 3.1.2 WWW 平台选择 .....                         | (57)        |
| 3.1.3 WWW 服务器性能评价 .....                      | (58)        |
| 3.2 WWW 服务器软件的功能 .....                       | (60)        |
| 3.2.1 核心功能 .....                             | (60)        |
| 3.2.2 网站管理 .....                             | (61)        |
| 3.2.3 网站开发 .....                             | (63)        |
| 3.3.4 电子商务 .....                             | (63)        |
| 3.3 WWW 服务器软件和工具 .....                       | (64)        |
| 3.3.1 Apache HTTP Server .....               | (65)        |
| 3.3.2 微软公司 Internet Information Server ..... | (66)        |
| 3.3.3 网景公司的 Netscape Enterprise Server ..... | (66)        |
| 3.4 其他 WWW 服务器工具 .....                       | (67)        |
| 3.4.1 网络门户 .....                             | (67)        |
| 3.4.2 搜索引擎 .....                             | (68)        |
| 3.4.3 推式技术 .....                             | (69)        |
| 3.4.4 智能代理 .....                             | (71)        |
| 3.5 电子商务的需求 .....                            | (72)        |
| 3.6 网站的营销 .....                              | (77)        |

|                                          |             |
|------------------------------------------|-------------|
| 3.7 主机托管服务 .....                         | (77)        |
| 3.7.1 什么是主机托管 .....                      | (78)        |
| 3.7.2 主机托管的优点 .....                      | (78)        |
| 3.7.3 主机托管的成本分析 .....                    | (79)        |
| 3.8 基本功能软件包 .....                        | (79)        |
| 3.8.1 主机托管基本服务 .....                     | (79)        |
| 3.8.2 标题广告交换网站 .....                     | (80)        |
| 3.8.3 全面服务的购物中心式主机托管 .....               | (81)        |
| 3.8.4 经营费用估算 .....                       | (84)        |
| 3.9 中档软件包 .....                          | (84)        |
| 3.9.1 INTERSHOP Merchant Edition .....   | (85)        |
| 3.9.2 Net. Commerce Start .....          | (85)        |
| 3.9.3 Site Server Commerce Edition ..... | (86)        |
| 3.10 面向大企业的企业级电子商务软件 .....               | (87)        |
| <b>第四章 电子商务的应用框架 .....</b>               | <b>(88)</b> |
| 4.1 电子商务的应用框架 .....                      | (88)        |
| 4.1.1 电子商务应用的2个支柱 .....                  | (88)        |
| 4.1.2 电子商务应用的4个基础 .....                  | (89)        |
| 4.1.3 我国的网络基础设施 .....                    | (89)        |
| 4.2 电子商务环境 .....                         | (90)        |
| 4.2.1 网络基础环境 .....                       | (90)        |
| 4.2.2 电子商务发展的外部环境 .....                  | (92)        |
| 4.2.3 电子商务发展的内部环境 .....                  | (94)        |
| 4.3 电子商务的功能 .....                        | (94)        |
| 4.3.1 广告宣传 .....                         | (94)        |
| 4.3.2 咨询洽谈 .....                         | (94)        |
| 4.3.3 网上订购 .....                         | (95)        |
| 4.3.4 网上支付 .....                         | (95)        |
| 4.3.5 电子账户 .....                         | (95)        |
| 4.3.6 服务传递 .....                         | (95)        |
| 4.3.7 意见征询 .....                         | (95)        |
| 4.3.8 交易管理 .....                         | (95)        |
| 4.3.9 供应链管理 .....                        | (96)        |
| 4.3.10 情报搜集与意见征询 .....                   | (96)        |
| 4.3.11 客户关系管理 .....                      | (96)        |
| 4.3.12 企业内部信息化管理 .....                   | (96)        |
| 4.4 电子商务的交易模式 .....                      | (96)        |



|                               |              |
|-------------------------------|--------------|
| 4.4.1 商业企业对消费者的电子商务模式 .....   | (96)         |
| 4.4.2 商业企业对商业企业的电子商务模式 .....  | (105)        |
| 4.4.3 商业机构对政府的电子商务模式 .....    | (110)        |
| 4.4.4 消费者对消费者的电子商务模式 .....    | (111)        |
| <b>第五章 电子商务支付系统</b> .....     | <b>(112)</b> |
| 5.1 电子商务支付系统概述 .....          | (112)        |
| 5.1.1 电子支付的概念 .....           | (112)        |
| 5.1.2 网上电子支付系统 .....          | (113)        |
| 5.1.3 在线电子支付方式 .....          | (113)        |
| 5.2 电子货币和电子钱包 .....           | (114)        |
| 5.2.1 电子货币的概念 .....           | (114)        |
| 5.2.2 电子钱包的概念 .....           | (114)        |
| 5.2.3 电子钱包的作用 .....           | (115)        |
| 5.2.4 电子钱包的使用 .....           | (115)        |
| 5.2.5 国外几种常用的电子钱包 .....       | (117)        |
| 5.3 电子现金支付方式 .....            | (118)        |
| 5.3.1 电子现金的属性 .....           | (118)        |
| 5.3.2 电子现金支付方式的特点 .....       | (119)        |
| 5.3.3 电子现金的优点和存在问题 .....      | (119)        |
| 5.3.4 电子现金的应用过程 .....         | (120)        |
| 5.3.5 电子现金应用系统提供商 .....       | (121)        |
| 5.4 银行卡支付方式 .....             | (122)        |
| 5.4.1 银行卡的使用过程 .....          | (122)        |
| 5.4.2 通过第三方代理的银行卡支付 .....     | (123)        |
| 5.4.3 安全电子交易的银行卡支付 .....      | (124)        |
| 5.5 电子支票支付方式 .....            | (125)        |
| 5.5.1 电子支票的概念 .....           | (125)        |
| 5.5.2 电子支票支付方式的特点和优势 .....    | (126)        |
| 5.5.3 电子支票的使用过程 .....         | (127)        |
| 5.6 智能卡 .....                 | (128)        |
| 5.6.1 智能卡 .....               | (128)        |
| 5.6.2 智能卡的优点 .....            | (128)        |
| 5.6.3 运用智能卡进行网上购物的过程 .....    | (128)        |
| 5.6.4 中国 IC 卡系列标准与规范 .....    | (129)        |
| 5.6.5 中国 IC 卡行业的现状及发展趋势 ..... | (129)        |
| <b>第六章 物流管理</b> .....         | <b>(130)</b> |
| 6.1 物流概述 .....                | (130)        |

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| 6.1.1 物流的概念 .....         | (130)        |
| 6.1.2 物流的功能 .....         | (131)        |
| 6.1.3 物流的经济效益 .....       | (132)        |
| 6.2 物流系统的组成 .....         | (132)        |
| 6.2.1 供应系统 .....          | (133)        |
| 6.2.2 生产运营系统 .....        | (133)        |
| 6.2.3 配送系统 .....          | (133)        |
| 6.3 供应链管理 .....           | (134)        |
| 6.3.1 供应链的概念 .....        | (134)        |
| 6.3.2 供应链管理的概念 .....      | (135)        |
| 6.3.3 供应链与企业资源计划 .....    | (136)        |
| 6.3.4 电子化供应链的实现技术 .....   | (136)        |
| 6.4 物流的模式 .....           | (137)        |
| 6.4.1 传统物流的特点 .....       | (137)        |
| 6.4.2 现代物流的特点 .....       | (138)        |
| 6.4.3 电子商务的物流模式 .....     | (138)        |
| 6.4.4 电子商务物流模式的案例分析 ..... | (140)        |
| <b>第七章 网络营销 .....</b>     | <b>(142)</b> |
| 7.1 网络营销概述 .....          | (142)        |
| 7.1.1 网络营销的产生和发展 .....    | (142)        |
| 7.1.2 网络营销的概念 .....       | (144)        |
| 7.1.3 网络营销理论 .....        | (144)        |
| 7.1.4 网络营销网站的分类 .....     | (146)        |
| 7.2 网络营销的特点与功能 .....      | (147)        |
| 7.2.1 网络营销与传统营销的比较 .....  | (147)        |
| 7.2.2 网络营销的特点 .....       | (150)        |
| 7.2.3 网络营销的优势 .....       | (151)        |
| 7.2.4 网络营销的劣势 .....       | (152)        |
| 7.2.5 网络营销的基本功能 .....     | (153)        |
| 7.3 网络营销系统 .....          | (154)        |
| 7.3.1 网络营销系统的组成 .....     | (154)        |
| 7.3.2 网络营销的层次 .....       | (155)        |
| 7.3.3 消费者的购物过程 .....      | (156)        |
| 7.3.4 网络营销的步骤 .....       | (157)        |
| 7.4 网络营销的模式 .....         | (157)        |
| 7.4.1 在线商店模式 .....        | (157)        |
| 7.4.2 企业间网络营销模式 .....     | (158)        |

|                               |              |
|-------------------------------|--------------|
| 7.4.3 中立交易平台模式 .....          | (158)        |
| 7.4.4 网上采购模式 .....            | (159)        |
| 7.4.5 网络招投标模式 .....           | (160)        |
| 7.4.6 网络拍卖模式 .....            | (161)        |
| 7.4.7 电子报关模式 .....            | (162)        |
| 7.4.8 电子邮件营销模式 .....          | (163)        |
| 7.5 网络营销的客户关系管理 .....         | (164)        |
| 7.5.1 客户关系管理的概念 .....         | (164)        |
| 7.5.2 网络消费者的特征 .....          | (165)        |
| 7.5.3 影响网络消费者购物的主要因素 .....    | (167)        |
| 7.6 网络营销的策略 .....             | (168)        |
| 7.6.1 网络营销规划 .....            | (168)        |
| 7.6.2 网络营销的价格策略 .....         | (169)        |
| 7.6.3 网络营销的促销策略 .....         | (169)        |
| <b>第八章 电子商务在其他领域的应用 .....</b> | <b>(171)</b> |
| 8.1 网络广告 .....                | (171)        |
| 8.1.1 网络广告概述 .....            | (171)        |
| 8.1.2 网络广告的特点 .....           | (172)        |
| 8.1.3 网络广告的计价方式 .....         | (174)        |
| 8.1.4 网络广告的运作 .....           | (175)        |
| 8.2 网上银行 .....                | (176)        |
| 8.2.1 网上银行的概念 .....           | (178)        |
| 8.2.2 网上银行的特点 .....           | (179)        |
| 8.2.3 网上银行的功能 .....           | (180)        |
| 8.3 网上证券 .....                | (185)        |
| 8.3.1 网上证券概述 .....            | (185)        |
| 8.3.2 网上证券交易的特点 .....         | (185)        |
| 8.3.3 网上证券交易系统的功能 .....       | (186)        |
| 8.3.4 网上证券交易系统的应用 .....       | (188)        |
| 8.4 网上保险 .....                | (188)        |
| 8.4.1 网上保险概述 .....            | (189)        |
| 8.4.2 网上保险的优点 .....           | (189)        |
| 8.4.3 网上保险的模式 .....           | (190)        |
| 8.4.4 网上保险的基本功能 .....         | (191)        |
| <b>第九章 社会、道德与法律规范 .....</b>   | <b>(194)</b> |
| 9.1 电子商务的社会环境 .....           | (194)        |

|                                 |              |
|---------------------------------|--------------|
| 9.1.1 国际环境 .....                | (194)        |
| 9.1.2 语言 .....                  | (194)        |
| 9.1.3 文化 .....                  | (195)        |
| 9.1.4 基础设施 .....                | (197)        |
| 9.1.5 电子商务的法律环境 .....           | (197)        |
| 9.2 电子商务参与各方的法律关系 .....         | (199)        |
| 9.2.1 卖方的义务 .....               | (199)        |
| 9.2.2 买方的义务 .....               | (199)        |
| 9.2.3 网络交易中心的法律地位 .....         | (200)        |
| 9.2.4 网络交易客户与银行间的法律关系 .....     | (200)        |
| 9.2.5 认证机构在电子商务中的法律地位 .....     | (201)        |
| 9.3 电子商务中的知识产权保护 .....          | (201)        |
| 9.3.1 著作权 .....                 | (201)        |
| 9.3.2 域名与商标权 .....              | (204)        |
| 9.3.3 对知识产权的安全威胁 .....          | (207)        |
| 9.4 电子商务交易的法律规范 .....           | (208)        |
| 9.4.1 数据电信制度 .....              | (208)        |
| 9.4.2 电子合同 .....                | (208)        |
| 9.4.3 数字签名(电子签名) .....          | (211)        |
| 9.4.4 电子认证制度 .....              | (211)        |
| 9.4.5 电子支付制度 .....              | (213)        |
| 9.5 网络安全的法律规范 .....             | (216)        |
| 9.5.1 国际互联网络行业市场准入 .....        | (216)        |
| 9.5.2 互联网内容管理 .....             | (217)        |
| 9.5.3 网络安全的保护 .....             | (217)        |
| 9.5.4 网络保密管理 .....              | (218)        |
| 9.6 对计算机犯罪的法律制裁 .....           | (218)        |
| 9.6.1 对计算机犯罪的量刑 .....           | (218)        |
| 9.6.2 案例分析——非法入侵网站案 .....       | (219)        |
| 9.7 电子商务的道德问题 .....             | (219)        |
| <b>第十章 电子商务安全 .....</b>         | <b>(221)</b> |
| 10.1 电子商务与信息安全 .....            | (221)        |
| 10.1.1 安全的概念、类型、安全威胁与安全措施 ..... | (221)        |
| 10.1.2 安全策略 .....               | (221)        |
| 10.1.3 电子商务安全的现状 .....          | (222)        |
| 10.1.4 电子商务安全的要素 .....          | (223)        |
| 10.1.5 网络攻击的常用方法 .....          | (224)        |

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 10.2 电子商务安全技术 .....         | (225)        |
| 10.2.1 加密技术 .....           | (225)        |
| 10.2.2 数字签名技术 .....         | (229)        |
| 10.2.3 数字时间戳 .....          | (232)        |
| 10.2.4 认证技术 (CA) .....      | (233)        |
| 10.2.5 公开密钥基础设施 (PKI) ..... | (237)        |
| 10.2.6 病毒防范措施 .....         | (238)        |
| 10.3 电子商务安全协议 .....         | (240)        |
| 10.3.1 电子商务安全协议分类 .....     | (240)        |
| 10.3.2 国际通用电子商务安全协议 .....   | (241)        |
| 10.4 防火墙系统 .....            | (247)        |
| 10.4.1 防火墙的概念 .....         | (247)        |
| 10.4.2 防火墙系统的功能和不足之处 .....  | (247)        |
| 10.4.3 防火墙的安全体系 .....       | (248)        |
| 10.4.4 防火墙系统的类型 .....       | (251)        |
| <b>第十一章 电子商务系统的建设 .....</b> | <b>(252)</b> |
| 11.1 电子商务系统的结构 .....        | (252)        |
| 11.1.1 电子商务系统的结构 .....      | (252)        |
| 11.1.2 电子商务系统的生命周期 .....    | (253)        |
| 11.2 电子商务系统建设的原则与方法 .....   | (255)        |
| 11.2.1 电子商务系统建设的原则 .....    | (255)        |
| 11.2.2 电子商务系统建设的方法 .....    | (256)        |
| 11.3 电子商务系统的规划 .....        | (261)        |
| 11.3.1 系统规划概述 .....         | (261)        |
| 11.3.2 企业需求分析 .....         | (261)        |
| 11.3.3 制定发展策略 .....         | (262)        |
| 11.3.4 确定体系结构 .....         | (263)        |
| 11.3.5 规划人员组织 .....         | (264)        |
| 11.3.6 电子商务系统规划报告 .....     | (264)        |
| 11.4 电子商务系统的可行性分析 .....     | (267)        |
| 11.4.1 社会的可行性分析 .....       | (268)        |
| 11.4.2 经济的可行性分析 .....       | (268)        |
| 11.4.3 技术的可行性分析 .....       | (270)        |
| 11.4.4 实施电子商务的商业计划 .....    | (271)        |
| 11.5 电子商务系统的设计 .....        | (273)        |
| 11.5.1 系统设计概述 .....         | (273)        |
| 11.5.2 网络平台设计 .....         | (274)        |

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 11.5.3 商务平台设计 .....          | (276)        |
| 11.5.4 商务网站建设 .....          | (278)        |
| 11.5.5 电子商务解决方案 .....        | (283)        |
| <b>附录 A 电子商务领域中的岗位 .....</b> | <b>(285)</b> |
| A.1 电子商务中的岗位 .....           | (285)        |
| A.1.1 电子商务中的技术性工种 .....      | (285)        |
| A.1.2 电子商务中的商业工种 .....       | (287)        |
| A.1.3 电子商务中的商业/技术工种 .....    | (289)        |
| A.2 电子商务的雇主类型 .....          | (290)        |
| A.2.1 Web 商业机构和传统公司 .....    | (290)        |
| A.2.2 咨询公司 .....             | (290)        |
| A.2.3 服务提供商 .....            | (290)        |
| <b>附录 B 电子商务职业资格考试 .....</b> | <b>(291)</b> |
| B.1 电子商务师国家职业标准 .....        | (291)        |
| B.2 国际电子商务师 .....            | (293)        |
| <b>参考文献 .....</b>            | <b>(294)</b> |

# 第一章 电子商务概述

## 1.1 电子商务的发展历史

商务（Commerce）即从事商品交换的经济事务活动。简单的说，就是商品（货物）的买、卖，或者说是货品的交换及分配。商务涉及货品、服务、金融、知识信息等的交易，与此有关的企业、机构、单位、部门、消费者等团体或个体以一定的契约及规则相互联系在一起，构成了一个符合社会规律并按一定方式进行的商贸活动网络。

考察电子商务产生与发展的历史，从普遍的意义上讲，电子商务的发展有其必然性和可能性。从电话、电报、传真的商业应用起，电子商务活动就开始出现了。由于当时商务活动信息流的电子化水平太低，所以还不是真正意义的电子商务。

传统的商业是以手工处理信息为主，并且通过纸上的文字交换信息，但是随着处理和交换信息量的剧增，该过程变得越来越复杂，这不仅增加了重复劳动量和额外开支，而且也增加了出错机会，在这种情况下需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务。另外，计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用导致了 EDI 和 Internet 的出现和发展，全球社会迈入了信息自动化处理的新时代，这又使得电子商务的发展成为可能。企业需要更有效地应用计算机技术以改善顾客交互、业务流程和企业内部及企业之间的信息交换，这一需求使得电子商务从无到有，逐步发展到今天的规模。

随着社会进步和生产力的发展，特别是各个时期科学技术的不断创新，商务的形式及具体内容应市场的需求在不断地变化。从原始的以物易物的商品交换演变成以货币为媒介的商品交换，进而发展为近代结合先进的科学技术手段的商品交换。19 世纪晚期的邮购订货，20 世纪 60 年代后期的折扣减价超市，70 年代前期的电话订购，80 年代的电视直销和会员制邮购直销，到今天的网络营销等，可以说都是商务活动手段的更新换代。电子工具就是对传统商务进行改造、补充和拓展的现代手段，电子工具包括从初级的电报、电话到国家信息基础设施（National Information Infrastructure, NII）、全球信息基础设施（Global Information Infrastructure, GII）和 Internet 等现代通信与信息系统，以及用于商务活动的网络平台、信息化工具、交易操作方案、关系数据库、信息处理等。因而，电子商务就是一套运用电子计算机及网络技术等现代科学手段进行的商务活动。

电子商务就其性质和应用的领域来讲是一个复杂的系统工程,绝对不能单纯理解为“电子”加“商务”,或者“电子网络”与“商务”概念的简单叠加,或者“电子是手段,商业是目的”。那么,究竟什么是电子商务呢?电子商务,顾名思义就是建立在电子技术和网络技术基础上的商业运作,是利用电子技术所提供的工具手段实现其操作过程的商务。当企业将它的主要业务通过企业内部网(Intranet)、外部网(Extranet)及 Internet 与企业的职员、客户、供销商以及合作伙伴直接相连时,其中发生的各种活动就是电子商务活动。

## 1.2 电子商务的概念

电子商务的概念是在不断发展的,1995 年 IBM 公司提出了“网络计算”(Network Computing)的概念,1996 年该公司提出了“电子商业”(Electronic Commerce)的概念,到了 1997 年该公司又提出了“电子商务”(Electronic Business)的概念。

### 1.2.1 电子商务的定义

1997 年 11 月国际商会在法国巴黎举行的世界电子商业会议提出了电子商业的概念。电子商业(E-Commerce)是指实现整个贸易过程中各阶段贸易活动的电子化。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:电子商业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(如共享数据库、电子公告牌),以及自动捕获数据(如条形码)等。电子商业涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等,参见图 1.1.1。

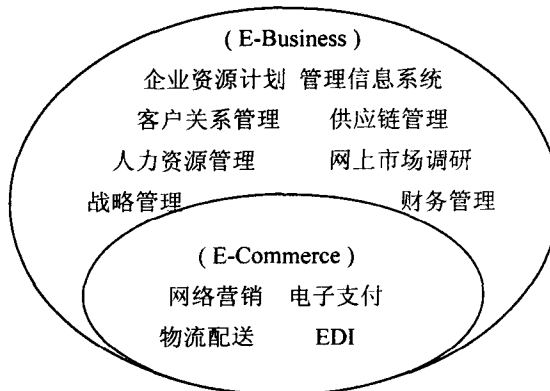


图 1.1.1 电子商业与电子商务的涵盖范围



随着社会进步和生产力的发展，特别是各个时期科学技术的不断创新，商务的形式及具体内容应市场的需求在不断地变化。从原始的以物易物的商品交换演变成以货币为媒介的商品交换，进而发展为近代结合先进的科学技术手段的商品交换。19 世纪晚期的邮购订货，20 世纪 60 年代后期的折扣减价超市，70 年代前期的电话订购，80 年代的电视直销和会员制邮购直销，到今天的网络营销等，可以说都是商务活动手段的更新换代。电子工具就是对传统商务进行改造、补充和拓展的现代手段，电子工具包括从初级的电报、电话到国家信息基础设施（National Information Infrastructure, NII）、全球信息基础设施（Global Information Infrastructure, GII）和 Internet 等现代通信与信息系统，以及用于商务活动的网络平台、信息化工具、交易操作方案、关系数据库、信息处理等。因而，电子商务就是一套运用电子计算机及网络技术现代科学手段进行的商务活动。

电子商务包含两个方面：一是商务活动，二是电子化手段。它们之间的关系是：商务是核心，电子是手段和工具。这里的商务包括企业通过内联网的方式处理与交换商贸信息，企业与企业之间通过外联网或专用网方式进行的业务协作和商务活动，企业与消费者之间通过互联网进行的商务活动，消费者与消费者之间通过互联网进行的商务活动，以及政府管理部门与企业之间通过互联网或专用网方式进行管理以及商务活动。这里的电子化手段包括自动捕获数据、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、网络通信和无线移动技术等各种电子通信技术手段。

EC（Electronic Commerce）是指狭义上的电子商务，又称为“电子商贸”，指在国际互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行的交易活动和相关服务活动，是传统贸易活动各环节的电子化、网络化。它包括通过 Internet 买卖产品和服务，产品可以是实体化的，如汽车、电视，也可以是数字化的，如新闻、录像、软件等基于知识的产品。此外，还可以提供各类服务，如安排旅游、远程教育等。它实现了交易的无纸化、自动化和高效化。因此，电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里，掌握信息技术和商务规则的人系统地运用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

EB（Electronic Business）则指广义上的电子商务，即应用计算机与网络技术和现代信息化通信技术，并按照一定的标准，利用电子化工具来实现包括电子交易在内的商业交换和行政作业的商贸活动的全过程。一方面，它不仅包括通过网络电子邮件、视频交换、文件交换以及 EDI 所进行的网络上的商业数据交换和通过网络进行的电子交易，还包括政府职能部门所提供的电子化服务、网络银行（Internet Bank）以及跨企业共同运作等，覆盖了与商务活动有关的所有方面。另一方面，它既包括了企业内部商务活动，如生产、管理、财务等，也包括了企业间以及企业与客户之间的商务活动；它不仅仅是硬件和软件的结合，更是把买家、卖家、厂家和合作伙伴在 Internet、Intranet 等网络上利用网络技术与现有的商业设施结合起来进行运营。

事实上，EC 可以认为是商务电子化，EB 则可以看作是电子化商务系统。对于狭义定义，人们比较容易接受，因为在许多领域有类似定义，譬如会计电算化、金融电子化等，它们强调的是原始人工系统的电子化武装、改造过程，表示一个由初级到高级、由局部过渡到整体的过程。而广义定义则突出了它的前提、中心、重点、目的和标准，指出它应达到的水平和效果，它是对电子商务更严格和体现时代要求的定义。