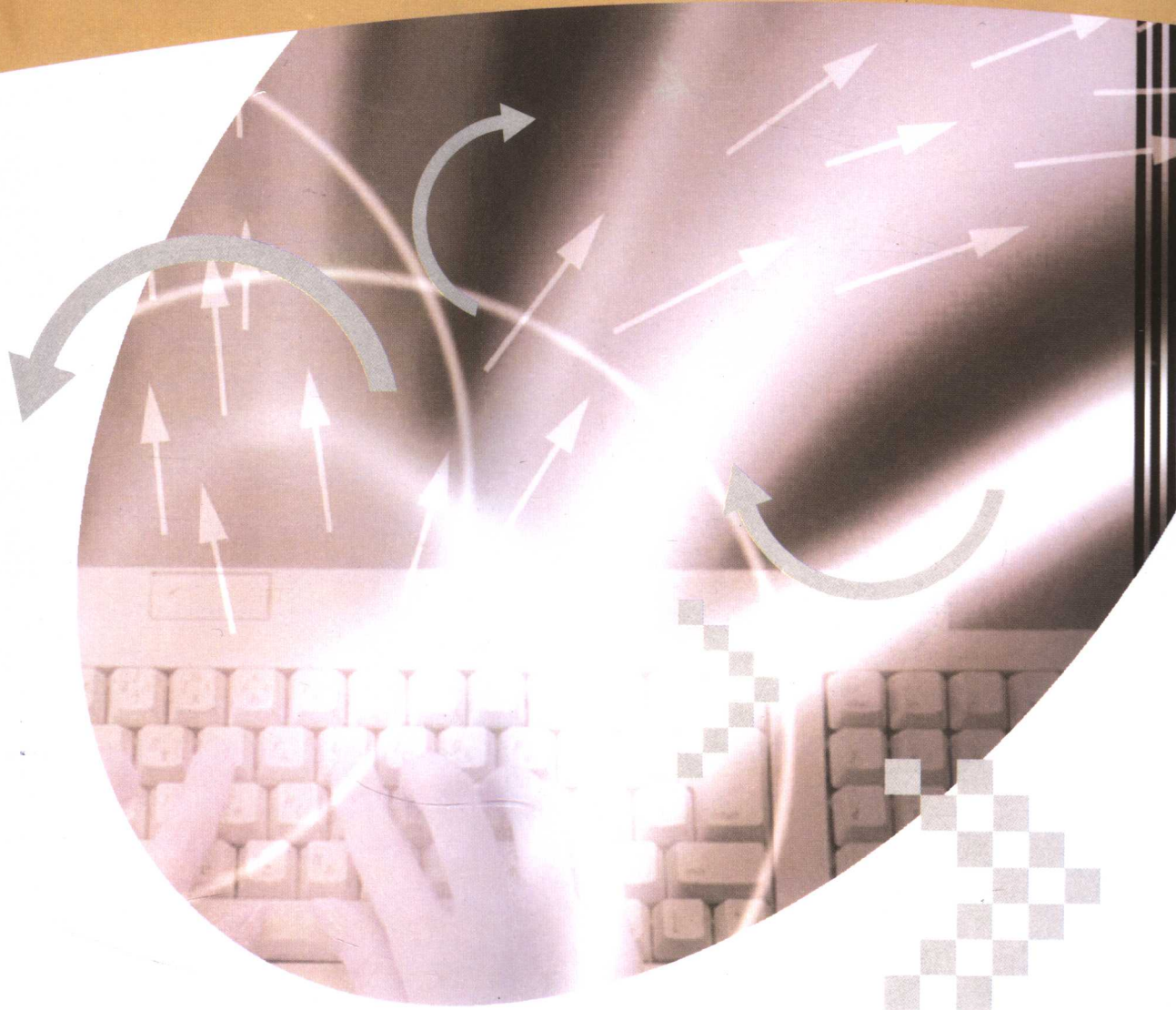




电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

蹇洁 主编
卓颀 曹慧英 副主编

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



蹇洁 主编

卓颢 曹慧英 副主编

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

本书编委会

主任委员 蹇洁

委员 (排名部分先后)

曹慧英 张仿 李胜竹

罗龙艳 何波 卓颢

西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/蹇洁主编;卓颀,曹慧英副主编. —成都:西南财经大学出版社,2006.8

ISBN 7-81088-539-1

I. 电... II. ①蹇... ②卓... ③曹... III. 电子商务—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 096106 号

电子商务概论

蹇洁 主编

卓颀 曹慧英 副主编

责任印制:杨斌

责任编辑:张访 赵莎

封面设计:时单

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸:	185mm × 260mm
印 张:	15.75
字 数:	375 千字
版 次:	2006 年 8 月第 1 版
印 次:	2006 年 8 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 7-81088-539-1/F·467
定 价:	26.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志不得销售。

前 言

电子商务是一种新型的商务运作模式，是一门研究如何应用电子信息技术促使商务过程发生深刻变革的学科，以其信息传递快、市场规模大、商品品种多、可靠性能强、流通环节少、交易成本低而风靡全球。由于该学科尚处于发展时期且迅速变化的阶段，因此如何建立起理论体系对认识电子商务有着至关重要的作用。

电子商务之所以受到重视，是因为它具有区别于其他方式的特点，并且有诱人的发展前景。它可以使企业从事在物理环境中所不能从事的业务，有助于降低企业的成本，提高竞争力，尤其能使中小型企业以更低的成本进入国际市场参与竞争。根据《教育部商务部关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知》，本书从电子商务的基本知识入手，对电子商务所涉及各方面进行了介绍，最后通过各种实例对电子商务的典型应用进行了分析。

本书是重庆邮电大学经济管理学院“电子商务课题组”共同研究的结果，每一章均由其研究领域的资深教师担任编写。本书一共分为9章。

第1章主要介绍了电子商务的定义、发展阶段、对社会的影响以及发展现状和趋势等。

第2章对电子商务的概念模型和系统组成、运作框架和交易模式进行了分析。

第3章则对电子商务的基础技术进行了说明，主要包括网络和通信技术、数据管理技术、EDI技术、代理技术、电子商务开发技术。

第4章对电子商务支付问题进行了探讨。

第5章从电子商务安全的要求和框架入手，讨论了安全技术中的数据加密和数字签名技术、身份认证技术、认证机构、网络系统安全技术、各种安全协议等。

第6章对电子商务中的物流问题进行分析，并对现在较新的物流模式进行了比较细致的论述。

第7章对电子商务和企业管理之间的关系进行了分析，主要讨论了电子商务对企业各方面的影响，包括企业的业务流程再造、知识管理、网络营销、客户关系管理、供应链管理和虚拟企业。

第8章主要分析了电子商务的环境,包括:电子商务社会环境、电子商务法律环境和电子商务政策环境等。

第9章对电子商务的典型应用进行了描述和分析,选取了电子商务的一些典型应用,主要包括网上交易市场、网络娱乐、旅游电子商务、网上证券交易、电子政务、大型企业电子商务和其他应用等等。

本书由蹇洁、卓颀确定目录的组织 and 内容的选取。蹇洁、曹慧英负责统稿和定稿。蹇洁负责第1章和第9章的编写;卓颀负责第2章和第5章的编写;曹慧英负责第3章的编写;何波负责第4章的编写;罗龙艳负责第6章的编写;李胜竹负责第7章的编写;张仿负责第8章的编写。

本书可以作为高等学校电子商务专业、电子信息类专业、信息管理与工商管理专业的研究生和本科生的电子商务课程的教材;也适合企业各部门管理人员、信息技术人员使用;还可以作为相应层次的电子商务培训班的教材。

计算机网络技术和电子商务发展很快,本书的内容仍需不断更新,恳请广大读者指导赐教。

编者

email: cqupt_xg@126.com

2006年6月

内容简介

“电子商务概论”是电子商务专业的首门核心课程，是学生进一步学习电子商务专业的基础知识。本书结合了国内外最新的电子商务应用技术和发展现状，从本学科的交叉性、边缘性、综合性、系统性和先进性等几个方面对电子商务基本知识进行了比较全面和深入的介绍和讨论。

本书从基础、技术、管理、应用等四个方面系统、全面地介绍了电子商务的整体框架和涵盖的主要内容。本书主要包括电子商务的基本概念、运行原理和相关计算机基础技术等电子商务基本理论；电子商务支付、安全技术、电子商务物流、电子商务与企业管理、电子商务环境和电子商务的典型应用案例等内容。

本书主要针对电子商务本科专业编写的，同时也可以作为计算机应用、信息管理、经济贸易和工商管理等本科、专科学生和企业员工等学习电子商务知识的参考用书或培训教材。

目 录

第1章 电子商务概述.....	(1)
1.1 电子商务的概念	(1)
1.1.1 电子商务的定义	(1)
1.1.2 电子商务的特点	(3)
1.1.3 电子商务的研究内容	(4)
1.1.4 电子商务的意义	(5)
1.2 电子商务的发展阶段	(5)
1.2.1 早期的电子商务	(5)
1.2.1 现代电子商务	(6)
1.3 电子商务的影响	(6)
1.3.1 电子商务对社会生活的影响	(6)
1.3.2 电子商务对经济政策的影响	(8)
1.3.3 电子商务对企业管理的影响	(10)
1.4 电子商务的发展现状与趋势	(11)
1.4.1 外国电子商务的发展状况	(11)
1.4.2 我国电子商务的发展状况	(12)
1.4.3 目前电子商务发展存在的问题	(16)
1.4.4 电子商务发展的趋势	(18)
小结	(19)
习题	(20)
第2章 电子商务的运行机理	(21)
2.1 电子商务的概念模型和系统组成	(21)
2.1.1 电子商务的概念模型	(21)

2.1.2 电子商务的系统组成	(23)
2.2 电子商务的运作框架	(24)
2.2.1 电子商务的基础设施	(25)
2.2.2 电子商务运作的两个支柱	(26)
2.2.3 电子商务系统的支撑环境	(27)
2.2.4 企业电子商务的应用结构	(28)
2.3 电子商务交易模式	(29)
2.3.1 B2B 的电子商务交易模式	(29)
2.3.2 B2C 的电子商务交易模式	(33)
2.3.3 G2B 的电子商务交易模式	(35)
2.3.4 其他电子商务交易模式	(36)
小结	(37)
习题	(37)
第3章 电子商务的基础技术	(38)
3.1 网络技术和通信技术	(38)
3.1.1 Internet 的概述	(38)
3.1.2 Internet 网络结构及协议	(40)
3.1.3 HTTP 协议	(45)
3.1.4 Internet 接入方式	(46)
3.1.5 Internet 应用	(48)
3.2 数据管理技术	(50)
3.2.1 数据库技术的产生与发展	(51)
3.2.2 数据库技术基本理论	(53)
3.2.3 数据仓库、联机分析处理和数据挖掘	(55)
3.2.4 数据库技术与电子商务	(62)
3.3 电子数据交换(EDI)技术	(63)
3.3.1 EDI 的概念	(63)
3.3.2 EDI 的标准	(64)
3.3.3 EDI 的工作原理	(64)
3.3.4 EDI 的应用	(66)
3.4 代理技术	(67)
3.4.1 软件代理的产生与发展	(67)
3.4.2 智能代理与个性化服务	(68)
3.4.3 移动代理技术	(69)
3.4.4 移动代理系统及应用	(71)
3.5 基于 Web 的电子商务开发技术	(73)
3.5.1 HTML 知识	(73)
3.5.2 XML 技术简介	(75)

3.5.3	ASP 开发技术	(78)
3.5.4	JAVA 技术	(80)
3.5.5	JSP 技术	(81)
小结		(84)
习题		(84)
第4章	电子商务支付	(85)
4.1	电子支付概述	(85)
4.1.1	电子支付的定义	(86)
4.1.2	电子支付的特点	(86)
4.1.3	电子支付的历史发展阶段	(86)
4.2	电子支付架构	(87)
4.3	网络银行	(88)
4.3.1	网络银行概念及特点	(88)
4.3.2	网络银行发展模式	(89)
4.3.3	网络银行功能及建设领域	(90)
4.3.4	网络银行实例	(91)
4.4	网上支付工具	(94)
4.4.1	电子支票系统	(94)
4.4.2	电子现金系统	(95)
4.4.3	银行卡支付系统	(97)
4.4.4	微支付系统	(98)
4.5	移动支付	(101)
4.5.1	移动支付概念	(101)
4.5.2	移动支付的发展和应用	(101)
小结		(103)
习题		(103)
第5章	电子商务安全	(104)
5.1	电子商务安全概述	(104)
5.1.1	电子商务的安全问题	(104)
5.1.2	电子商务的安全要求	(106)
5.1.3	电子商务的安全框架	(107)
5.2	保密通信	(108)
5.2.1	保密通系统概述	(108)
5.2.2	密码体制的分类	(109)
5.2.3	典型的加密算法	(110)
5.3	认证技术	(113)
5.3.1	身份认证技术	(113)

5.3.2 消息认证技术	(114)
5.3.3 数字证书及证书授权 (CA) 中心	(114)
5.4 认证体系	(116)
5.4.1 Kerberos 认证系统	(116)
5.4.2 公钥基础设施 (PKI)	(118)
5.5 电子商务网络系统安全	(122)
5.5.1 访问控制技术	(122)
5.5.2 防火墙技术	(124)
5.5.3 反病毒技术	(125)
5.6 电子商务的安全协议	(130)
5.6.1 SSL 协议	(130)
5.6.2 SET 协议	(131)
5.6.3 UN/EDIFACT 标准中的安全措施	(135)
5.6.4 S—HTTP	(135)
5.6.5 PGP 协议	(136)
5.6.6 S/MIME 协议	(138)
5.6.7 Ipsec 协议	(139)
小结	(141)
习题	(141)
第6章 电子商务物流	(143)
6.1 物流体系概述	(143)
6.1.1 物流概述	(143)
6.1.2 物流的分类	(146)
6.1.3 物流管理	(147)
6.2 电子商务与物流	(148)
6.2.1 电子商务中物流的重要性	(148)
6.2.2 电子商务物流的特点	(150)
6.2.3 我国电子商务物流现状及对策	(151)
6.3 电子商务物流技术	(155)
6.3.1 条码技术	(156)
6.3.2 射频技术	(159)
6.3.3 GIS 技术	(161)
6.3.4 GPS 技术	(162)
6.4 电子商务环境下的物流模式	(164)
6.4.1 自营物流模式	(164)
6.4.2 第三方物流模式	(166)
6.4.3 物流联盟模式	(169)
6.4.4 第四方物流	(170)

小结.....	(171)
习题.....	(171)
第7章 电子商务与企业管理.....	(172)
7.1 业务流程重组	(173)
7.1.1 流程与 BPR	(173)
7.1.2 BPR 的基本原则	(174)
7.1.3 BPR 策略	(175)
7.2 供应链及供应链管理	(176)
7.2.1 电子商务下的供应链管理	(176)
7.2.2 供应链管理与企业经营	(177)
7.3 组织变革	(178)
7.3.1 组织变革的基本内涵	(178)
7.3.2 组织变革的主要内容	(179)
7.3.3 信息技术与企业变革	(180)
7.3.4 变革中的程序问题	(181)
7.4 知识管理	(182)
7.4.1 电子商务与知识管理	(182)
7.4.2 知识管理的基本目标	(183)
7.4.3 电子商务中的人力资源管理	(184)
7.4.4 战略联盟的知识管理	(184)
7.5 网络营销	(186)
7.5.1 网络营销基本特征的分析	(186)
7.5.2 网络营销的竞争原则	(186)
7.5.3 网络营销的基本策略	(187)
7.5.4 电子商务模式下的网络营销新理论	(187)
7.6 客户关系管理	(188)
7.6.1 客户关系管理 (CRM) 的内涵与特征	(188)
7.6.2 客户信息管理	(189)
小结.....	(190)
习题.....	(190)
第8章 电子商务环境.....	(191)
8.1 电子商务社会环境	(191)
8.1.1 文化环境	(191)
8.1.2 基础设施环境	(192)
8.1.3 经济环境	(192)
8.2 电子商务法律环境	(192)
8.2.1 国外法律环境	(192)

8.2.2 国内法律环境	(194)
8.2.3 国内法律前景	(195)
8.3 电子商务政策环境	(195)
8.3.1 宏观政策	(195)
8.3.2 电子税收	(196)
8.4 电子商务与政府管理	(196)
8.4.1 政府在电子商务中的作用	(196)
8.4.2 国外政府电子商务管理	(197)
8.4.3 国内政府电子商务管理	(201)
小结	(203)
习题	(203)
第9章 电子商务的典型应用	(204)
9.1 网上交易市场	(204)
9.1.1 网上交易市场概述	(204)
9.1.2 综合性网上交易市场——阿里巴巴、ebay、拍拍网等	(204)
9.2 网络娱乐	(210)
9.2.1 网络娱乐概述	(210)
9.2.2 网络娱乐——网络聊天、网络游戏、网络电影	(210)
9.3 旅游电子商务	(215)
9.3.1 旅游电子商务概述	(215)
9.3.2 综合性旅游网站——携程旅游网	(218)
9.4 网上证券交易	(220)
9.4.1 网上证券交易概述	(220)
9.4.2 美国网络证券交易	(223)
9.5 电子政务	(224)
9.5.1 电子政务概述	(224)
9.5.2 中央政府门户网站	(227)
9.6 企业电子商务	(230)
9.6.1 企业电子商务概述	(230)
9.6.2 大型骨干企业的电子商务	(232)
9.7 电子商务的其他应用	(234)
9.7.1 电子邮政	(235)
9.7.2 手机电子商务	(236)
9.7.3 网络教育	(237)
小结	(239)
习题	(239)

第1章 电子商务概述

本章从电子商务的简单概念入手,分别介绍电子商务的特点、研究内容和意义,早期电子商务、现代电子商务和电子商务的国内外现状及发展趋势。通过本章的学习,读者可以对电子商务的概念有一个基本的了解,为进一步学习电子商务的基本理论奠定基础。

1.1 电子商务的概念

20世纪90年代以来,随着信息技术的迅速发展,互联网投入商业化运营,以及商务活动国际化、信息化和无纸化的发展趋势,电子商务这一全新的商业模式应运而生并对社会经济生活产生了深远的影响。从最初单纯的网上信息发布到能够完成整个交易过程的电子商务网站;从在传统的贸易方式下使用不成熟的电子化交易手段到通过 Internet 建立虚拟市场完成产供销全部业务流程的电子化;从实体化或数字化产品的在线购物到各类远程服务(远程教育、远程医疗、网上银行、网络游戏等)和信息服务(Internet 接入、整机托管、软件出租等)的提供,电子商务发展之快,应用面之广令人目不暇接。那么,到底什么是电子商务呢?

1.1.1 电子商务的定义

事实上,到目前还没有一个较为全面和权威、能够为大多数人接受的电子商务的准确定义。一些专家学者、政府部门、行业协会和 IT 公司根据不同的出发点与立场,从不同角度提出了各自的见解。下面我们先来看看一些有代表性的组织机构给出的定义。

定义1:美国政府在其《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出,电子商务是指通过 Internet 进行的各项商务活动,包括:广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将会涉及全球各国。

定义2:加拿大电子商务协会给电子商务的定义是,电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它还包括公司间和公司内利用 E-mail, EDI, 文件传

输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能（如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判）。

定义3：欧洲经济委员会在比利时首都布鲁塞尔举办了全球信息社会标准大会，会上明确提出了电子商务的定义。电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成的任何形式的业务交易。这里的电子方式包括电子数据交换（EDI）、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件、传真、网络、电子公告系统条码、图像处理、智能卡等。

定义4：世界贸易组织（WTO）认为，电子商务是通过电子方式进行货物和服务的生产、销售、买卖和传递。这一定义奠定了审查与贸易有关的电子商务的基础，也就是继承关贸总协定（GATT）的多边贸易体系框架。

定义5：OECD（联合国经济合作和发展组织）认为，电子商务是通过数字通信进行的商品和服务的买卖以及资金的转账，包括 E-mail、文件传输、传真、电视会议和远程计算机联网所能实现的全部功能。

定义6：GIIC（全球信息基础设施委员会）的电子商务工作委员会认为，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进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响。公有、私有企业、公司，政府组织，各种社会团体，一般公民和企业家都能自由地参加广泛的经济活动，其中包括各行各业及政府的服务业。

定义7：IBM 提出了一个电子商务的定义公式，即：电子商务 = Web + IT。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用，是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网（Internet）、企业内部网（Intranet）和企业外部网（Extranet）结合起来的应用。

定义8：惠普提出电子商务是以现代扩展企业为信息技术基础结构，电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界 E-World， $EW = EC \text{ (Electric Commerce)} + EB \text{ (Electric Business)} + EC \text{ (Electric Consumer)}$ 。惠普电子商务的范畴按定义包括所有可能的贸易伙伴：用户、商品和服务的供应商、承运商、银行保险公司以及所有其他外部信息源的受益人。

定义9：《中国电子商务蓝皮书：2001 年度》认为，电子商务是指通过 Internet 网完成的商务交易。交易的内容可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。

定义10：中国电子商务协会发布的《中国电子商务发展分析报告》认为，电子商务是以电子形式进行的商务活动。它在供应商、消费者、政府机构和其他业务伙伴之间通过电子方式（如电子函件、报文、万维网技术、电子公告牌、智能卡、电子资金转账、电子数据交换和数据自动采集技术等）实现非结构化或结构化的商务信息的共享，以管理和执行商业、行政和消费活动中的交易。

纵览上述定义，可以看出，它们只是从不同角度，不同范围来提出各自的观点。这中间的差异主要在于技术手段和所覆盖的业务活动范围。有的定义内涵较为广泛，如 OECD、GIIC 和 HP 给出的概念，在技术手段上它们强调包括一切电子手段，而在业务活动范围上提出“所能实现的全部功能”、“广泛的经济活动”和“EB”（Electric Business）。从这个意义上来讲，电报、电话、电视、超级市场中使用的 POS 机都可以作为电子商务的技术手段，而利用这些手段进行的企业各项管理活动也都属于电子商务。但大多

数定义还是将电子商务限制在使用计算机网络特别是互联网进行的商业交易活动,这也是有道理的。因为只有在计算机网络,特别是 Internet 普及的今天,才能使得电子商务得到如此广泛的应用,也使得商业模式发生了根本性的转变。总的来说,目前人们对电子商务的定义大体分为两类:狭义电子商务和广义电子商务。

狭义的电子商务(E-Commerce)主要是指运用 Internet 开展的交易或与交易直接相关的活动。E-Commerce 通过使得交易涉及的各方当事人借助电子方式联系,而无需依靠纸面文件完成单据的传输,实现整个交易过程的电子化。从技术手段看,E-Commerce 以电子信息技术、网络互联技术和现代通信技术电子交易方式代替了当面交换或直接面谈方式进行的交易。从业务活动范围来看,E-Commerce 涵盖的业务包括:市场营销、售前售后服务、销售、支付、运输等等。

广义的电子商务(E-Business)是指运用 IT 技术对整个商务活动实现电子化。E-Business 将利用 Internet、Intranet 和 Extranet 等各种不同形式的计算机网络以及其他信息技术进行的所有企业活动都归属于电子商务,也就是说,广义电子商务不仅包括企业间的商业活动,还包括企业内部的各种管理活动,如生产、管理、财务等,涵盖了贸易、经营、管理、服务和消费等各个业务领域。企业资源规划或管理信息系统(ERP/MIS)、供应链管理(SCM)、物流管理(LM)、客户关系管理(CRM)等都可以看成是电子商务的应用形式。而且,随着广义电子商务观念的发展,人们提出了在网络化的基础上重塑各类业务流程,实现电子化、网络化的运营方式。它包括从原材料的查询、采购、产品的展示、订购到产品制造、储运以及电子支付等一系列贸易活动在内的完整电子商务的概念。

总之,我们认为,电子商务的核心内容是商务,计算机处理和网络。其中,计算机处理是手段,网络是载体,商务是内容和目的。简单地说,电子商务就是指利用计算机网络进行的商务活动。电子商务系统是指商务活动的各方,包括商店、消费者、银行或金融机构、信息公司或证券公司以及政府等,利用计算机网络技术全面实现在线交易电子化的过程。

1.1.2 电子商务的特点

电子商务是在传统商务的基础上发展起来的,但由于有了信息技术的支持,它与传统商务比起来具有一些明显的特征,总结起来有以下几个特点:时间无限化、交易虚拟化、市场全球化、交易透明化、交易简易化、贸易智能化。

1. 时间无限化

时间无限化是指厂商真正可提供 24 小时不间断服务和全天候营业,方便服务客户和优化服务。

2. 交易虚拟化

交易虚拟化是指电子商务以电子虚拟市场作为其运作空间,通过计算机互联网络进行贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无需当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易全部或部分地演变为电子化、数字化、虚拟化,或实现了某种程度的在线经营。

3. 市场全球化

市场全球化是指电子商务跨越了空间,拥有无地域界限的全球市场。这是由其所凭借

的主要媒体——互联网的全球性的本质决定的。跨国经营不再只是大企业、大公司才能做的，无论在哪个国家或地区，只要能接入国际互联网络，就可以方便地使用国际互联网所提供的各种服务，享用国际互联网上庞大的全球信息资源，并进入全球市场。

4. 交易透明化

电子商务的出现使买卖双方的整个交易过程都在网络上进行，通畅、快捷的信息传输方便了各种信息之间互相核对，有助于防止伪造信息的流通。例如，在典型的许可证 EDI 系统中，由于加强了发证单位和验证单位的通信、核对，所以假的许可证就不易漏网。

5. 交易简易化

通过电子商务方式进行交易减少了中间流通环节，实现零库存，降低成本，从而可使用户和厂商双得利，也有利于遏制假货的出现。

6. 贸易智能化

电子商务的迅猛发展使人类贸易活动的基础不再是对产品的拥有量，而是对技术和知识的拥有量。国际贸易过程中的财富分配将以各交易方所拥有的技术和知识为转移。贸易产品的技术含量不断增加，最终朝着智能化产品的方向发展。

1.1.3 电子商务的研究内容

目前，电子商务实践势不可挡的在全世界开展起来，电子商务专业教育成为全世界高等教育的热点。我国不同层次、不同类型的电子商务教育蓬勃发展起来，电子商务的探讨与研究开始向深度与广度发展，特别是电子商务专业人才的培养、电子商务学科体系的建立等问题引起了人们的极大兴趣与关注。电子商务并不是专门研究某一具体行业的电子商务，而是研究电子商务及其活动的各种基本原理、方式方法与规律的科学。

电子商务的理论可以从宏观和微观这两个层面进行研究。从宏观层面，主要探讨电子商务对于国民经济、产业竞争、社会的宏观作用。具体而言可以分为两个部分，一个是电子商务对于整个国民经济影响的实证及机制研究，另一个是电子商务的深入发展给广大人民群众的社会生活带来巨大影响。从微观层面，主要探讨电子商务应用技术的改进、电子商务企业主体的经营管理创新。一般来说，电子商务研究的主要内容可以归纳为以下几个方面：

(1) 电子商务基础理论的研究，如电子商务的概念、类型、特征、模型、结构的研究；电子商务系统的概念、结构、开发技术与方法及其相关标准体系的研究；电子商务的总体框架、电子商务交易过程、交易实体、网络营销、网络商务信息处理等。

(2) 电子商务实现技术，包括计算机技术、网络技术、通信技术、数据库技术、多媒体技术、物流技术、安全技术、支付技术等。

(3) 电子商务网站建设与管理，如电子商务解决方案、电子商务网站的设计、电子商务与企业信息系统建设、电子商务网站的运营与维护等。

(4) 电子商务环境下企业管理的研究，如企业电子商务战略与实施、客户关系管理、电子商务物流、供应链管理、虚拟企业等。

(5) 电子商务经济理论与政策的研究，如网络经济理论、电子商务的成本与效益分析、电子商务企业的经济效益与社会效益评估、与电子商务相关的税收政策、货币政策、劳动力政策等。

(6) 电子商务与法律法规的研究, 如对网络中隐私权的保护、知识产权和版权的保护、电子数据和电子签名的法律地位、认证机构的法律地位等。

1.1.4 电子商务的意义

从在宏观上讲, 电子商务相对于传统经济运行方式是一场革命。电子商务是借助网络化、数字化技术而开展的一种全新的经济活动, 它通过全球互联的网络, 打破时空界限, 改变贸易形态, 改善信息流、物流、资金流的环境和实现方式, 加快信息的传递和交流, 加速商品流通, 降低交易成本和生产成本, 提高企业管理水平, 提高整个社会经济运转的效率。电子商务代表着未来经贸的运营模式, 它正在促进经济领域发生一场革命性的变革。

电子商务最基本的内容是企业—企业、企业—消费者的营销活动, 但同时它还可以带动网络相关技术的发展, 可以促进新兴产业的成长, 促进传统产业的调整和改造。从更广义上讲, 电子商务作为一种商务活动, 它不是孤立存在的, 它对社会的生产经营、人们的生活方式、政府的职能以及社会法律体系、文化教育发展等各方面都会产生深远的影响, 并将深刻改变未来整个人类社会的面貌。

从在微观方面来看, 电子商务在企业经营中的作用: 一是开拓新的市场, 寻找新的商机。传统的交易行为中, 买卖双方往往受到信息交流的限制, 所能选择的范围有限, 甚至经常存在同一种商品, 买方找不到卖方、卖方找不到买方的情况。电子商务可以使企业自由地在同一网络平台上发布供给和需求信息, 非常方便地找到自己所需要的买卖对象, 大大拓宽了企业的购买和销售空间。二是改善企业的营销环节。电子商务的本质是将交易活动网络化, 通过把信息沟通、资料传递(以后甚至可以将双方谈判)放到网上来, 就可以减少传统交易行为中的一系列中间环节, 大幅降低企业的营销成本。虽然我国现阶段大部分企业所开展的还只能说是非常初级的电子商务, 还只是作为传统营销方式的补充, 但是已经显现其在简化营销环节、提高营销效率及节约营销成本上的巨大效用。

1.2 电子商务的发展阶段

电子商务的发展是一个渐进的过程, 其产生和发展的原动力来自于信息技术的进步和商业社会的发展。20世纪90年代以来, 经济全球化的趋势越加明显, 国际贸易越加频繁, 跨国集团的组织的网络遍布全球, 竞争趋于白热化, 这些都在强烈地呼唤更为高效的商务手段, 而计算机通信技术、互联网技术的成熟又为这一需求的实现提供了可能性。

1.2.1 早期的电子商务

1946年计算机的诞生导致了一场旷日持久的信息技术革命, 从而引发了电子商务的新一轮革命, 并在20世纪70年代末80年代初产生了基于电子数据交换(EDI)的国际贸易, 也被许多人称为无纸贸易的开始。

EDI(电子数据交换, Electronic Data Interchange)可以说是电子商务的前身, 是指有业务往来的公司机构通过计算机网络系统, 以电子方式传递标准化与固定格式的商业交易