



复旦卓越 · 经济学系列

电子商务

杨顺勇 朱志强 刘开颜 主编



复旦大学出版社

复旦卓越·经济学系列

电 子 商 务

主 编 杨顺勇 朱志强
刘开颜

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务/杨顺勇等著. —上海:复旦大学出版社,
2006.6

(复旦卓越·经济学系列)

ISBN 7-309-04992-6

I. 电… II. 杨… III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第042401号

电子商务

杨顺勇 朱志强 刘开颜 主编

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 徐惠平 黄 乐

总 编 辑 高若海

出 品 人 贺圣遂

印	刷	上海崇明裕安印刷厂
开	本	787×960 1/16
印	张	15.5
字	数	278千
版	次	2006年6月第一版第一次印刷
印	数	1—6000

书	号	ISBN 7-309-04992-6/F·1129
定	价	26.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本书共分八章,对电子商务的基础知识、发展历程、应用技巧都进行了系统的描述,内容包括电子商务概述、电子商务与企业信息化、电子商务的主要模式、电子商务实现技术、电子商务安全、企业电子商务应用、网络营销与网络广告和电子商务与法律等。本书注意结合了当今流行的商务理论及商务环境,更多的是从经济管理层面对电子商务加以论述。

本教材内容新颖、图文并茂、简明通俗、实用性强,并附有大量实例。可作为高校经济管理类教材,也适合电子商务从业人员参考使用。本书提供网络教学支持,并及时更新相关教案、教学参考及阅读资料,有助于加深对教材内容的理解,指导学生在网络时代如何突破传统教材的内容限制进行自主性、研究性学习。

序

因特网的兴起,从根本上改变了人类社会的进程。通讯技术、商业社会发生了前所未有的变化,传统的商业活动的空间、时间和交易方式被改变了,整个市场规则被改写,人类社会面临着一场空前的变革。电子商务作为一个全新学科,在中国高校的出现仅仅数年时间,电子商务作为高校电子商务专业的主干课程,本身就在不断的探索和学习的过程中。近年来,国内出版的同类教材数不胜数,其中不乏精品佳作,但不少教材在内容安排和体例上并不适合教学,由杨顺勇等主编的《电子商务》一书,对电子商务的基础知识、发展历程、应用技巧进行了系统的描述。书稿着力反映计算机应用领域的新知识、新技术、新方法,力求与信息技术发展同步;注重计算机应用能力的培养,与教育改革同步,通俗易懂,且重点突出;同时配有教育课件,便于教学和学习,是一本较适合各高等院校教学的教材。

赵立平

2006. 3. 5

目 录

第一章 导论	1
本章提要.....	1
第一节 电子商务概述.....	1
第二节 电子商务的产生与发展.....	6
第三节 电子商务的分类.....	9
第四节 我国电子商务的发展趋势	13
思考题	15
案例分析	15
第二章 电子商务与企业信息化	19
本章提要	19
第一节 传统企业面临电子商务的挑战	19
第二节 信息化是企业电子商务的基础	22
第三节 管理信息系统在企业管理中的应用	25
第四节 企业内部网的建设	33
思考题	38
案例分析	39
第三章 电子商务的主要模式	42
本章提要	42
第一节 B to B 电子商务模式	42
第二节 B to C 电子商务模式	55
第三节 C to C 电子商务模式	63
思考题	69
案例分析	69
第四章 电子商务实现技术概述	73
本章提要	73

第一节 Internet 技术	73
第二节 网站构建技术	78
第三节 网页制作技术	81
第四节 数据库技术	90
第五节 电子支付技术	97
思考题	99
案例分析	99
 第五章 电子商务安全	105
本章提要	105
第一节 电子商务安全基本概念	105
第二节 防火墙技术	108
第三节 数据加密技术	114
第四节 认证技术	117
第五节 电子商务安全交易的有关标准	133
思考题	136
案例分析	136
 第六章 企业电子商务应用	141
本章提要	141
第一节 企业电子商务的应用模式	141
第二节 企业电子商务系统	150
第三节 企业电子商务网站建设	158
思考题	166
案例分析	166
 第七章 网络营销	171
本章提要	171
第一节 营销和网络营销	171
第二节 网络营销策略	174
第三节 网络广告	183
第四节 电子商务客户的获得	196
思考题	200

案例分析.....	200
第八章 电子商务与法律	205
本章提要.....	205
第一节 电子商务对现行法律的冲击.....	205
第二节 电子商务中的法律问题.....	207
第三节 电子商务中的税收.....	214
第四节 电子商务中的知识产权.....	220
第五节 电子商务争端的解决机制.....	226
思考题.....	230
案例分析.....	230
主要参考书目	232
后记	235

第一章 导 论

本章提要

1. 电子商务就是利用计算机和网络技术进行的商务活动,其内涵包括电子商务的前提条件、核心、工具以及对象四个方面的内容。

2. 电子商务发展分为 EDI 电子商务和 Internet 电子商务两个阶段,它促使传统企业进行四个方面的变革:技术的变革、流程的变革、结构的变革和文化的变革。

3. 电子商务按照不同的分类标准可以有不同的分类结果。目前主要的分类有:按电子商务参加主体分类、按电子商务交易过程分类、按电子商务使用的网络类型分类和按商务活动内容分类。

4. 就整体而言,我国电子商务尚处于初级阶段,交易手段、范围、交易人数、安全认证等均处于探索过程。电子商务不仅直接关系到国民经济的发展,也直接影响社会公众的生活,牵涉国家政策、法律、信息技术发展与基础设施建设等一系列综合性的问题。

第一节 电子商务概述

一、电子商务的定义

对一个企业来说,电子商务是一种新的经营手段。随着网络和电子商务的发展,越来越多的企业开始以电子商务的方式实现管理和营销,一个电子商务的经营和市场环境正在形成,这是一个全新的、竞争激烈的国际化市场。为适应这种新的经营环境,应对来自全球竞争者的挑战,我国的电子商务企业和开展或即将开展电子商务的传统企业,除要选择适合自身发展的商业模式外,更重要的是要制定一个行之有效的电子商务战略,以提高企业的竞争力。Internet 改变了传统企业的经营行为,改写了企业竞争规则,其重要方式就是电子商务。要了解

和认识电子商务的本质与内涵,必须从其基本概念入手。

电子商务就是利用计算机和网络技术进行的商务活动。由于电子商务出现的时间不够长,不同的企业、组织和政府对它有着不同的理解和定义。这些概念都是从不同的角度对其进行描述,因此它们可以帮助我们对电子商务有一个概括的了解。

经济合作和发展组织(OECD)的定义:电子商务是发生在开放网络上的包含企业与其他企业之间、企业和消费者之间的商业交易。

国际商会从商业角度提出了电子商务的概念:电子商务(Electronic Commerce)是指实现整个贸易活动的电子化。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:电子商务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。

世界贸易组织的定义:电子商务就是通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动,它不仅指基于 Internet 上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动,包括通过网络实现从原材料查询、采购、产品展示、订购到出品、储运以及电子支付等一系列的贸易活动。

IBM 提出:电子商务=Web+IT(Information Technology,信息技术)。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)结合起来的應用。

MICROSOFT 公司以 E-Commerce 作为对电子商务的解读,E-Commerce 强调商务活动中的电子贸易行为。

上述定义从不同的角度和方面对电子商务进行了定义,它们并没有对错之分。现在有人将电话购物、电视购物以及售货终端机归入电子商务的范畴,但是大多数定义还是将电子商务的定义限制在使用计算机网络进行的商业活动中。

从上述概念中我们不难发现,电子商务有广义和狭义之分。

狭义的电子商务(E-Commerce)是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的商务活动,也可以称为电子交易。包括电子商情、电子广告、电子购物、电子交易、电子支付、电子商场以及电子银行。

广义的电子商务(E-Business)可以认为是电子事务,是指各个行业,包括企业、事业和政府在内的各种实体的业务电子化、网络化。广义的电子商务是一个

范围很广的概念,它不仅仅是商业交易的网络化、电子化,还包含电子政务、电子军务、电子教务等等。

现代计算机和通讯技术提供了强大的数据通讯和处理能力,不仅改变了产品和服务的生产销售过程,还对传统的企业文化带来了强烈的冲击。

从发展的角度来看,在考虑电子商务的概念时,仅仅局限于利用因特网(Internet)进行商务活动是远远不够的。将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴比较符合发展实际。正如美国学者瑞维·卡拉塔和安德鲁·B·惠斯顿所指出的:电子商务是一种现代商业方法,这种方法以满足企业、商人和顾客的需要为目的,通过提高传递速度来改善服务质量、降低交易费用来达到上述目的。今天的电子商务通过少数计算机网络进行信息、产品和服务的交易,未来的电子商务则可以通过构成信息高速公路的无数网络中的任何一个网络进行交易。也就是说,现在电子商务以 Internet 为主要载体不等于只能永远采用这一种载体,未来的电子商务必将采用比 Internet 这一现有的覆盖最为广泛的载体还要先进得多的其他网络载体。

二、电子商务的内涵和特点

1. 电子商务的内涵

完整的电子商务的内涵应包括四个方面的内容:电子商务的前提条件、核心、工具以及对象。

(1) 电子商务的前提是商务信息化。计算机和信息技术的发展和创造,同以往的技术发明和工具创造的不同之处在于:IT 技术是对自然信息、人类信息进行采集、存储、加工处理、分发和传输的工具。电子商务是应用现代信息技术在互联网络上进行的商务活动,应用的前提是完善的现代通信网络和信息化技术。因此没有现代信息技术及网络技术的产生和发展就不可能有电子商务。

(2) 电子商务的核心是人。第一,电子商务是一个社会系统,而社会系统的中心是人,所以它的中心必然是人;第二,商务系统实际上是由围绕商品贸易的各个方面代表着各方面利益的人所组成的关系网;第三,在电子商务活动中,虽然我们充分强调工具的作用,但归根结底起关键作用的仍是人。因为工具的制造发明、工具的应用、效果的实现都是靠人来完成的,所以,我们必须强调人在电子商务中的决定性作用。也正因为人是电子商务的主宰者,进而我们有必要考察什么样的人才是合格者。很显然,电子商务是信息现代化与商贸的有机结合,所以能够掌握运用电子商务理论与技术的人必然是掌握现代信息技术、掌握现

代商贸理论与实务的复合型人才。

(3) 电子工具必须是现代化的。从广义的电子商务来讲,凡应用电子工具,如电话、电报等从事商务活动就可被称为电子商务。但是,我们在此研究的是狭义的电子商务,即:具有很强时代烙印的高效率、低成本、高效益的电子商务。因而,这里所说的电子商务使用的电子工具就不是一般泛泛而言的电子工具,而是能跟上信息时代发展步伐的成系列、成系统的电子工具。从系列化讲,我们强调的电子工具应该是从商品需求咨询、商品配送、商品订货、商品买卖、货款结算、商品售后服务等伴随商品生产、消费,甚至再生产的全过程电子工具。如:电视、电话、电报、电传、EDI(Electronic Data Interchange)、EOS(Electronic Ordering System)、POS(Point of Sale)、MIS(Management Information System)、DSS(Decision Support System)、电子货币、电子商品配送系统、售后服务系统等。从系统化讲,我们强调商品的需求、生产、交换要构成一个有机整体,构成一个大系统,同时,为防止“市场失灵”,我们还要将政府对商品生产、交换的调控引入该系统。而能达此目的电子工具主要为:局域网(LAN)、城市网(MAN)和广域网(WAN)等。它们是纵横相连、宏微结合、反应灵敏、安全可靠的电子网络,有利于大到国家间小到零售商与顾客间方便、可靠的电子商务活动。

(4) 电子商务的对象变化是至关重要的。从社会再生产发展的环节看,在生产、流通、分配、交换、消费这个链条中,发展变化最快、最活跃的就是中间环节的流通、分配和交换。这些中间环节我们又可以把它们看成是以商品的贸易为中心来展开的,即:商品的生产主要是为了交换——用商品的使用价值去换取商品的价值,围绕交换必然产生流通、分配等活动,它连接了生产和消费等活动。于是,我们说,以商品贸易为中心的各种经济事务活动可以统称为商务活动。通过电子商务,可以大幅度地减少不必要的商品流动、物资流动、人员流动和货币流动,减少商品经济的盲目性,减少有限物质资源、能源资源的消耗和浪费。以商品贸易为中心的商务活动可以有两种概括方法:第一,从商品的需求咨询到计划购买、订货、付款、结算、配送、售后服务等整个活动过程;第二,从社会再生产整个过程中除去典型的商品生产、商品在途运输和储存等过程的绝大部分活动过程。

为了更好地理解电子商务的内涵,我们来看一个简单的实例。

【实例】——网上订餐

永和大王快餐店对于自身的各式快餐有着相当详细的产品介绍。在生动形象的食品图像的陪衬下,永和大王从该食品的历史、文化、口味、功效等诸多方面展开了非常详尽的介绍,网络消费者从中能够方便地挑选自己喜欢的食品,并作出正确的选择。永和大王快餐店的主页见图 1-1。



图 1-1 永和大王主页 (<http://www.yonghe.com.cn>)

2. 电子商务的特点

同传统的商务活动比较,电子商务有着许多特点,具体如下:

(1) 交易虚拟化。通过 Internet 为代表的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。整个交易均可通过计算机互联网络完成,使交易达到虚拟化。对卖方来讲,可以通过自己的网站来实现产品和服务信息发布、市场营销、网上交易、电子支付以及售后服务和信息反馈。整个过程中交易双方完全在网络和计算机组成的虚拟环境下完成。

(2) 交易成本低。由于互联网是国际性的开放性网络,使用费用非常低廉,特别是对于中小企业来讲,电子商务极大地提高了它们的竞争力。首先,同传统的贸易形式相比,距离越远,网络传输信息成本的低廉性就越明显;计算机技术使得存储在其中的信息可以反复使用和修改,这样就减少了信息的反复录入所需的成本。其次,买卖双方可以通过网络进行商务活动,无需中介参与,减少了中间环节;互联网络使无纸贸易成为可能,通常情况下,可以减少 90% 的文件处理费用;互联网也可以作为产品营销的渠道,极大地降低了传统的营销费用。另外,电子商务使买卖双方可以及时沟通信息,使无库存生产和消费成为可能;利用内部

网,企业可以极大地降低办公成本,对市场和企业的信息实现共享,以提高生产效率。最后,电子商务使企业可以实现无店铺销售,从而达到降低成本的目的。

(3) 交易效率高。由于互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能够在全球范围内进行快速传递并由计算机自动处理,将原料采购、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运以及申报等过程在无人干预的情况下,在最短的时间内完成。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢的特点。总之,电子商务为消费者提供了一种方便、迅捷的购物途径。为商店提供了一个良好的营销环境和遍布世界各地巨大的消费群体。因而,无论是对大企业还是对中小企业,以及个体经营者来讲,电子商务都是一种机遇。

(4) 交易透明化。买卖双方从交易的洽谈、签约以及贷款的支付到交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,可以防止伪造的信息流通,使交易更加透明。

在电子商务中,安全性是必须考虑的问题。对于客户而言,无论网上的物品怎样具有吸引力,如果他对交易的安全性缺乏信心,就不敢贸然在网上进行交易,企业和企业之间的大宗交易更是如此。信息系统中的欺诈、窃听、病毒和黑客的非法入侵都是电子商务的大敌,必须加以解决。

(5) 交易安全性。目前,电子商务的安全性主要通过技术手段和安全电子交易协议标准来保证。安全技术包括加密机制、签名机制、分布式安全管理、存取控制、防火墙、安全万维网服务器、防病毒保护等;安全电子交易协议标准比较多,符合国际标准的主要有安全套接层(SSL)协议和安全电子交易(SET)协议。采用这些已有的实用技术和协议标准可以为企业建立一个安全、可靠的电子商务环境。

(6) 交易可扩展性。要使电子商务能够正常运作,必须确保电子商务系统的可扩展性,因为网上的用户数量是不断增长的。有资料表明,1998年全球因特网用户数为2亿,到2004年全球因特网用户已超过10亿。网络上的用户数量之大、增长速度之快,均要求电子商务系统能够有与其相适应的可扩展性,以便在网络用户数增加及出现传输高峰时,系统仍然能够正常工作。

第二节 电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

人类的商务活动历史悠久,当早期的生产活动有了社会分工,商务活动就开

始了。随着技术和社会的发展、进步,商务活动对人类来讲也越来越重要。为了提高商业活动的效率,人们不断地将各种先进的科学技术和成果应用到商务活动中。电子商务就是这种应用的结果。

其实,广义意义上的电子商务活动并非是新兴事务,早在 19 世纪电报出现以后,人们就开始将它应用到商务活动中,这可以说是最早的电子商务。随着电话、传真、电传以及电视出现后,早期电子商务可用的工具就越来越丰富。但是,这些形式的商务活动并不属于严格意义上的电子商务。

1. 电子商务产生的原因和条件

真正意义上的电子商务产生于 20 世纪 60 年代,而快速发展则是 30 年后的 90 年代。促使电子商务产生的条件有两个:经济活动的全球化和现代 IT 技术的发展。二次世界大战后,随着经济活动的发展,经济全球一体化的趋势越来越明显。随之而来的是大量的商务信息在地区之间和国家之间的传递,传统的方式已经不能满足相应的要求。能快速、准确、廉价、高效地处理、存储和传递信息的技术成了业界和社会的要求,IT 技术的发展满足了这个要求。这两个条件是电子商务产生的直接原因。

计算机技术和网络技术是电子商务产生的主要条件。计算机和数据库技术的发展使得数据能够高效地存储、加工和处理,成本也越来越低。计算机的广泛应用成为可能,这为电子商务的发展奠定了基础。同时,二战后美国军方开发的网络技术已开始引起了民间科学实验室和大学的重视并得到了广泛的应用。为了应对二战后的东西方冷战的格局,美国军方开发了相应的技术。这项技术很快引起了非军方科学家的重视并进行开发和应用,使得 Internet 逐渐成为全球通讯与交易的媒体。Internet 的快捷性、开放性、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。此外,电子商务产生和发展的重要条件还包括银行卡的应用、电子安全交易协定的制定和政府的支持与推动。

2. 电子商务发展的两个阶段——EDI 电子商务和 Internet 电子商务

基于 EDI 的电子商务:EDI 是英文 Electronic Data Interchange 的缩写。EDI 电子商务起源于 20 世纪 60 年代的美国,当时用户发现,使用计算机处理各类文件时,所使用的人工输入的数据 70% 来源于另外一台计算机。

由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高。人们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,在这种背景下,产生了 EDI。1979 年,美国出版了第一本研究 EDI 的著作《EDI Management, Control, Security and Audit》。20 世纪 80 年代初,EDI 在美国进入使用阶段,在工商企业界得到广泛应用,在实践中不断地发展和完善。

EDI 是将业务文件按照一个标准从一台计算机传输到另一台计算机上的电子传输方式。由于 EDI 极大地减少了纸张单证,人们形象地称之为“无纸贸易”。同时,这种方式将另外一台计算机传来的数据存储到计算机中,在使用时不需要人工的再次输入,提高了效率,减少了错误的发生。到了 80 年代后期,一些引述促使 EDI 取得了进一步的发展,特别是 90 年代联合国 EDI-FACT 标准被得到广泛的认可,EDI 电子商务被各国政府和企业广泛应用。

EDI 主要应用于企业与企业、企业与开发商之间的批发业务。相对于传统的订货和付款方式,EDI 节约了大量的时间和费用。相对于因特网,EDI 较好地解决了安全保障问题。但是,由于早期的 EDI 必须租用 EDI 网络上的专线才能够实现相应的服务,专线的租用费用往往很高,同时也需要贸易伙伴同时使用 EDI,因此,阻碍了中小企业的使用。加之早期的 EDI 要求有专门的人才来操作,需要开发专用的软件,只有大公司才能使用 EDI。近年来,随着计算机技术和通讯技术的发展和普及,基于互联网使用可扩展标识语言的 EDI,即 web-EDI 正逐步取代传统的 EDI。

互联网商务(Internet 商务)是国际现代商业的最新形式。它以计算机、通讯、多媒体和数据库技术为基础,通过互联网络,在网上实现营销、购物等服务,突破了传统商业的生产、批发程序和营销模式,真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率,从而实现了社会资源的高效运转和最大节余。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制,广泛浏览,充分比较,力求以最低的价格提供最为满意的商品和服务。

1991 年,美国政府宣布因特网向社会公众开放,允许在网上开发商务应用系统。1993 年万维网(WWW, World Wide Web)在因特网上出现,这是一种具有处理数据、图文、声像、超文本对象能力的网络技术,使因特网具备了支持多媒体应用的功能。1995 年因特网上的商务信息量首次超过了科教业务信息量。这既是因特网此后产生爆炸性发展的标志,也是电子商务从此大规模起步发展的标志,也表明电子商务进入了以 Internet 为主流的时代。全球互联网用户 1996 年不足 0.4 亿,到 2004 年 12 月已经突破 10 亿,并且平均每月增加 100 万户。与此同时,Java 语言已经成为开发和使用因特网应用程序的首选语言。原来只能传送静态网页的万维网,现在已经能够提供可定制的动态网页。为电子商务进入以 Internet 为主流的时代奠定了基础。

二、电子商务带来的变革

电子商务不仅仅为我们带来了技术上的革命,还促使传统企业进行四个方

面的变革：技术的变革、流程的变革、结构的变革和文化的变革。

1. 技术的变革

目前,互联网已经成为世界上最流行、最可靠的电子商务媒介。传统企业投身电子商务必须要考虑全面采用互联网技术。互联网技术的最大优势在于企业的电子商务系统可以拥有最大数量的客户,而不必逐个维护。在电子商务建设中,企业必须充分地利用现代计算机技术和 IT 技术发展的最新成果,以保证电子商务系统的高效性和功能性。

2. 流程的变革

企业作业流程的变革,源于企业必须提高整体效率去应对市场和客户。电子商务和传统商务信息流动的不同、信息共享程度的不同使得企业的流程产生了极大的变化。同时,在市场管理、销售过程 and 客户服务环节,实现客户自助服务,可以以更低的成本提高客户的满意度。在企业内部推行自助服务可以获得更低的成本、更准确的处理信息。在电子交易市场上的快速正面交锋与协作,将取代传统的竞争模式。

3. 结构的变革

为了适应电子商务和经济全球化的要求,企业结构,特别是大集团企业结构,必须重新调整。在销售环节和生产环节,必须调整传统的模式,以适应电子商务发展的要求。

4. 文化的变革

传统企业走向电子商务,意味着自己的商务半径在短时间内迅速放大。迫使企业的管理者采用全球性的思维模式,从全球的角度来考虑企业的发展。在传统的模式下,一个企业想将自己的商务活动扩展到其他地区和国家是十分困难的事情。而电子商务可以帮助企业很方便地实现这些目标,实现全球化的发展模式。

第三节 电子商务的分类

电子商务按照不同的分类标准可以有不同的分类结果。目前主要的分类有如下几种。

一、按电子商务参加主体分类

1. 按商业活动运作方式可分成完全电子商务和不完全电子商务两类

(1) 完全电子商务:即可以完全通过电子商务方式来实现整个交易过程的