

国家级精品课

21世纪高职高专精品教材·财经类专业平台课

电子商务应用

E-COMMERCE APPLICATION

牟彤华 汪治 主编

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

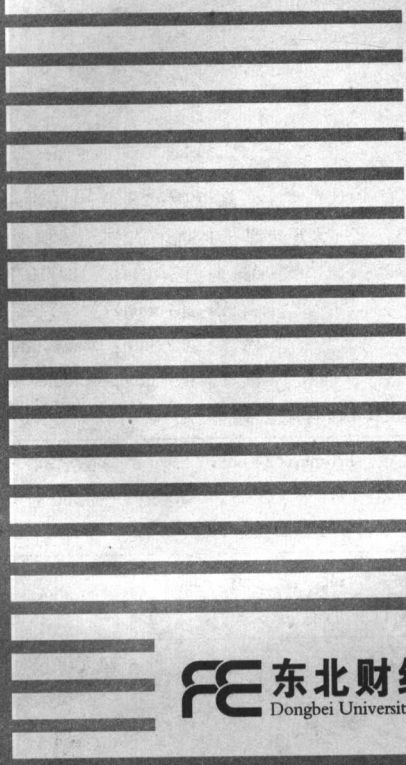
国家级精品课

21世纪高职高专精品教材 · 财经类专业平台课

电子商务应用

E-COMMERCE APPLICATION

牟彤华 汪治 主编



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

© 牟彤华 汪治 2006

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务应用 / 牟彤华, 汪治主编. —大连: 东北财经大学出版社,
2006. 8

21 世纪高职高专精品教材·财经类专业平台课

ISBN 7-81084-634-5

I. 电… II. ①牟…②汪… III. 电子商务-高等学校: 技术学校-
教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 080647 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连理工印刷有限公司印刷, 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 347 千字

印张: 17 1/4

印数: 1—5 000 册

2006 年 8 月第 1 版

2006 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑: 孟鑫 齐琦

责任校对: 尹秀英

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

定价: 24.00 元

出版说明

高等职业教育是我国高等教育体系的重要组成部分，也是我国职业教育体系的重要组成部分。教材建设是高等职业教育发展的重要因素，而现阶段可供教学选用的优质教材仍然非常有限。

为满足教学需要、服务教育事业，近年来东北财经大学出版社投入了大量资源开发财经类及相关专业高职教材，取得了阶段性成果，并在相关领域积累了丰富的经验，树立了良好的声誉。本套“21 世纪高职高专精品教材”是我社在此基础上开发的更为完善、更加适用的新型教材。

“21 世纪高职高专精品教材”立足于财经类及相关专业，包括财经类专业平台课、经济贸易类、财务会计类、旅游类、工商管理类、财政金融类、电子商务专业、文秘专业、物业管理专业、连锁经营专业等子系列。

本套教材具有以下特点：

1. 以就业为导向，以培养高技能人才为目标。在教材品种设计、内容取舍和讲述方式方面均注重培养学生的实践能力。
2. 将学历教育与职业资格认证考试相结合，更加贴近高等职业教育教学实践。
3. 作者均从教学一线严格遴选，既具有较高的学术水平，又具有丰富的教学经验。
4. 课件、习题、案例、多媒体光盘等教学辅助资源丰富。

高等职业教育正在快速成长，教学实践日新月异，要使教材建设满足和促进职业教育的发展，需要教育主管部门、教学单位、任课教师和专业教材出版机构的共同努力。东北财经大学出版社作为一家专业性、开放式、国际化的财经教育出版机构，愿与相关领域的有识之士精诚合作。

东北财经大学出版社
2006 年 8 月

前 言

电子商务作为新型的商务模式，在各行各业得到了越来越广泛的应用。电子商务类的课程就像外语类和计算机类课程一样，已成为大学生的必修课，电子商务应用技术成为我们工作、学习、生活不可或缺的工具。

本书以高等职业教育的要求为基础，结合编者多年教学实践经验和体会，紧紧围绕高职高专人才的培养目标，坚持创新、改革的精神，力求体现新的课程体系、新的教学内容和教学方法，以提高学生整体素质为基础，以能力为本位，兼顾知识教育、技能教育和能力教育。

与其他同类教材相比，本书有如下显著特点：

1. 结构创新。本书以 Internet 环境下开展商务活动为主线，介绍开展电子商务所必需的技术和商务环境，介绍了各个组成部分的基本内容、主要特点以及操作方法。

2. 内容创新。本书在编写上，为适应高职教育的特点，坚持按照先进、简明、适用、通俗的原则选择教材内容，强调学科的新理论、新知识、新技术、新方法、新经验、新案例，使教材内容先进科学；同时着眼于学科发展和现实应用，使教材具有理论和实用价值，具有可操作性。

3. 体例创新。本教材在编写中注意了教材各章的学习目标、该章课文的内容阐述与章后习题的功能类型及设计，要求这三者的相互对应，纠正了以往教材编写只注重知识点的偏向，所有教材的课文设计注重知识点、技能点和能力点三者的有机结合。本书在各章章首设置“学习目标”栏目，说明本章中应掌握的基本内容以及相应的实践技能。每章章后习题的设计，与本章各节中的内容阐述一一对应，即“知识掌握”题针对课文阐述的知识点进行设计；“知识应用”题中的“案例分析”针对课文阐述的能力点进行设计；“实践训练”针对课文中阐述的技能点进行设计，使读者易于理解基本概念，便于进行实际操作。同时，教材兼顾我国电子商务职业岗位群的要求，把电子商务职业资格标准中要求的知识、技能与能力，融入到教材中，便于学生参加并通过职业资格证书考试。

本书共分为7章，第1章电子商务概述，介绍了电子商务的基本概念和电子商务的产生、发展和分类。第2章电子商务技术，介绍了 Internet、EDI 技术、电子商务安全控制、常用物流信息技术等内容。第3章电子商务系统，介绍了电子商务

2 电子商务应用

活动必需的组成部分,包括电子商务架构、电子支付系统、物流配送系统、网站系统的组成和建立方法、电子商务的法律等内容。第4章电子商务交易,介绍了B2B、B2C、B2G等电子商务基本模式及其应用范围。第5章网络营销,介绍电子商务在营销中的常用方法。第6章电子商务典型应用,介绍在企业内部,在银行、证券、保险等行业电子商务的应用,同时,介绍了电子政务、移动商务等内容。第7章电子商务信息服务,介绍电子商务在网络传媒、网络娱乐等领域的最新发展和应用。本书可以作为高职院校各专业的电子商务应用课程教材或参考用书。

本书由汪治、牟彤华、石滨、孙润苟编写,具体分工为:汪治编写第1章,牟彤华编写第2、3、7章,石滨编写第4、5章,牟彤华、孙润苟共同编写第6章。全书由牟彤华和汪治共同设计编写框架及统稿。在本书的编写中参考、借鉴和运用了许多其他教材和网站的内容,在此深表谢意!

限于作者的水平有限加之时间仓促,书中难免存在疏漏和不当之处,敬请批评指正。

编 者
2006年7月
于深圳西丽湖

目 录

第1章 电子商务概述 ⇒1

- 学习目标 /1
- 主要概念 /1
- 1.1 引言 /1
- 1.2 电子商务的含义 /3
- 1.3 电子商务的概念模型与功能 /10
- 1.4 电子商务的应用类型及其分类 /16
- 1.5 电子商务的革命性影响 /21
- 本章小结 /26
- 相关网站 /27
- 基本训练 /27
- 知识应用 /29

第2章 电子商务技术 ⇒30

- 学习目标 /30
- 主要概念 /30
- 2.1 计算机网络及 Internet 应用技术 /30
- 2.2 电子数据交换 (EDI) 技术 /39
- 2.3 电子商务安全技术 /43
- 2.4 物流信息技术 /56
- 本章小结 /61
- 相关网站 /62
- 基本训练 /62
- 知识应用 /67

第3章 电子商务系统 ⇒69

- 学习目标 /69
- 主要概念 /69
- 3.1 电子商务系统的架构 /69
- 3.2 电子商务支付系统 /72

2 电子商务应用

3.3 电子商务物流配送系统 /82

3.4 电子商务认证中心 /93

3.5 电子商务网站应用系统 /97

3.6 电子商务法律法规 /107

本章小结 /111

相关网站 /111

基本训练 /111

知识应用 /117

第4章 电子商务交易 ⇨119

学习目标 /119

主要概念 /119

4.1 电子商务交易概述 /119

4.2 B2C 电子商务 /126

4.3 B2B 电子商务 /134

4.4 C2C 电子商务 /143

本章小结 /153

相关网站 /153

基本训练 /154

知识应用 /156

第5章 网络营销 ⇨159

学习目标 /159

主要概念 /159

5.1 网络营销基础知识 /159

5.2 网络商务信息收集及应用 /165

5.3 网络广告 /175

5.4 网站推广 /184

本章小结 /188

相关网站 /188

基本训练 /188

知识应用 /192

第6章 电子商务典型应用 ⇨194

学习目标 /194

主要概念 /194

6.1 企业电子商务应用 /194

6.2 金融电子商务 /200

6.3 电子政务 /211

6.4 移动商务 /216

本章小结	/225
相关网站	/225
基本训练	/225
知识应用	/227
第7章 电子商务信息服务	⇨229
学习目标	/229
主要概念	/229
7.1 网络媒体与媒体融合	/229
7.2 虚拟社区	/237
7.3 网络娱乐	/242
7.4 Web2.0 及其相关社会软件应用	/250
本章小结	/258
相关网站	/258
基本训练	/258
知识应用	/260
综合案例	⇨262
主要参考书目	⇨264

第 1 章

电子商务概述

[学习目标]

知识目标 了解电子商务的产生与发展；掌握电子商务的概念及内涵；掌握电子商务的特征；熟悉电子商务活动的特点；了解电子商务的标准；理解电子商务的概念模型与功能；熟悉电子商务应用的类型与分类；了解电子商务所带来的社会变革。

[主要概念]

电子商务的概念 电子商务的特征 电子商务活动的特点 电子商务的工具
电子商务标准 电子商务的概念模型、电子商务中的“四流” 电子商务应用分类 电子商务的功能

● 1.1 引言

电子商务正在以极快的速度发展，并逐渐进入人们的日常生活。了解电子商务，认识电子商务，应用电子商务，已经成为现代社会人们必须面临的课题。

电子商务是在 Internet 发展、成熟的基础上产生的。早在 1969 年，美国国防部先进研究项目管理局（ARPA）建立了用于国防研究项目的 ARPANET，以连接有关高校、研究机构和国防工程承包商的电脑系统，这是最早的电脑 Internet；从 1986 年起，由美国国家科学基金会（NSF）接手投资扩建成 NSFNET，对各大学和科研机构开放，用于非营利性教学和科学研究方面，成为推动科学技术研究和教育发展的重要工具；1992 年美国提出“信息高速公路”计划，进一步加强对 Internet 的资金支持，并取消商业性应用的禁令，给电子商务发展铺平了道路；从 1995 年起，Internet 主干网转由企业支持，实现商业化运营，电子商务进入快速成

长阶段。

电子商务推广应用是一个由初级到高级、由简单到复杂的过程,如从网上相互交流需求信息、发布产品广告,到网上查询、网上招标采购、电子订单、电子发票、电子合同、电子签名、电子资金转账等。对社会经济的影响也是由浅入深、从点到面,如企业应用电子商务是从少部分到大部分,直至覆盖全部业务环节;从企业电子商务应用到政府电子政务应用,直至覆盖整个社会生活。从具体业务范围来看也是由少到多逐步发展扩大,如从商品交易到教育、医疗卫生、报刊新闻、影视、旅游、游戏娱乐、信息咨询服务等;从电子贸易到电子金融、电子报关、电子报税等。

电子商务从产生到现在虽然时间不长,但是发展迅速。电子商务的发展前景和即将带来的影响,已经受到世界各国政府和各业务领域以及厂商、企业的广泛重视和积极参与。Internet 就像一个世纪前的电力一样正全面改变着社会生活的面貌,网络学校、电子图书馆、网上书城、电子音乐厅、网上医院、电子社区、网上舞厅、电子棋室、网上投票、电子政府、网络幼儿园、虚拟购物中心,Internet 和电子商务的影响无所不至,将日益成为人们生活中不可缺少的内容,相信“电子社会(e-society)”、“电子生活(e-life)”、“电子城市(e-city)”、“电子政府(e-government)”不会是离我们十分遥远的概念了。

Internet 和电子商务的飞速发展创造了新的商业奇迹或神话,Amazon、AOL、eBay、Yahoo 这些成立时间不长的新型网络企业,依靠电子商务的优越性和投资者对网络企业的钟情,从最初投资仅几百万或几千万美元的企业迅速成长为市值达数百亿甚至上千亿美元的巨型企业。1999 年末美国在线(AOL)并购几百亿美元身价的时代华纳公司,开创了网络企业鲸吞老牌大型企业的先河,人们惊呼一个“快吃慢”的企业并购时代开始了。相信 21 世纪的商业舞台上将上演一幕幕更精彩的电子商务市场争夺战。

电子商务实际上是电子与商务的结合,我们可以用一个比喻来形象地说明电子与商务的关系:电子与商务的关系就好比汽车与货物的关系,汽车好比电子,商务好比货物。没有汽车,货物照样存在,货物的交接也能够通过人工搬运或者人力车实现,但是有了汽车,货物就能够更快更好地配送。商务活动是电子商务的核心内容,明白了这一点,我们就应该正确地对待电子商务了。汽车是要为我们提供送货服务的,我们的目的是送货,因此要让汽车适合于我们送货。我们只要了解汽车的特点,如速度、载重量、驾驶规则等就可以了,顶多了解汽车的构造,不必了解汽车是如何制造出来的。简言之,我们是驾车而不是造车。同样,对于学习电子商务应用的人来说,在学习电子商务时,目的是要掌握如何应用电子商务,而不是如何实现电子商务;对于应用电子商务的组织来说,关注的是如何利用电子商务手段来加速、简化组织的活动过程,提高组织的效率;对于应用电子商务的人来说,关注的是如何利用电子商务手段来提高工作效率、学习效率和生活效率与质量。

● 1.2 电子商务的含义

1.2.1 电子商务的概念

电子商务 (e-business) 就是利用现在先进的电子技术从事各种商业活动的方式。至于标准确切的定义,对于电子商务业界至今也没有一个统一的、标准确切的定义,但无论是国际商会,还是 HP、E-world、IBM 的 E-business 等都认同电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施,在通过一定的协议连接起来的电子网络环境下进行的各种各样商务活动的方式。1997 年国际商会举行了世界电子商务会议,全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表,共同讨论了电子商务的概念问题。这是目前电子商务较为权威的概念阐述。

电子商务中的“电子”指电子商务技术,那么是不是只要将电子商务技术与传统商务活动结合就实现电子商务了?答案不是单纯的“是”或者“不是”,问题的关键是怎么结合。请看以下两个公式:

电子商务 $\neq$ 电子 + 商务

电子商务 = 电子 $\times$ 商务

这两个公式的意思是说,电子商务不是电子和商务的简单相加,而是电子和商务的有效融合;电子和商务的结合并不必然地得到具有更高效率和效益的电子商务。相反,如果结合得不好,电子商务的效率和效益甚至更低,因此,电子商务的落脚点是商务,电子商务是立足于基于计算机网络并与之有效融合的商务活动的,而不是相反。所以电子商务中的“商务”不再是指原来的商务活动模式,而是指与电子商务技术匹配的、进化了的商务模式。一种好的商务模式必然促进社会分工,进而促进社会经济发展。

电子商务通过信息网络以电子数据信息流通的方式在全世界范围内进行并完成各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务。目前电子商务已涉及和可以进行的业务包括:商家在销售前后向顾客提供所销售的产品和服务的有关细节、产品的使用技术指南、回答顾客的询问和意见、销售过程的处理等服务;在交易后采用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等多种方式进行电子支付;对顾客所购买的商品进行发送管理和运输跟踪,包括对可以用电子化方式来传送的产品,如软件资料等的实际发送;在 Internet 上组建一个虚拟企业来提供产品和服务、组织志同道合的公司和贸易伙伴共同拥有和运营共享的商业方式;政府部门和某些机构通过 Internet 进行的办公业务和行政作业流程等。

1.2.2 电子商务的内涵

电子商务的内涵,即信息技术特别是 Internet 技术的产生和发展是电子商务开展的前提条件;掌握现代信息技术和商务理论与实务的人是电子商务活动的核心;系列化、系统化电子工具是电子商务活动的基础;以商品贸易为中心的各种经济事务活动是电子商务的主要对象;高效率、低成本是电子商务的目的。

4 电子商务应用

1) 电子商务的前提

电子商务是应用现代信息技术在 Internet 上进行的商务活动。从本质上讲, 电子商务是一组电子工具在商务过程中的应用。应用的前提和基础是现代通信网络的完善、人们思想意识的提高以及管理体制的转变, 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

电子商务是一个社会系统, 是信息现代化与商贸的有机结合。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、工具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, 所以掌握并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。一个国家、一个地区能否培养出大批这样的复合型人才就成为该国、该地区发展电子商务最关键的因素。

3) 电子商务的工具

从广义电子商务定义讲, 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, 因此, 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、流通、消费, 甚至再生产的全过程电子工具。这些工具主要包括: Internet、企业内部网 (intranet)、企业外部网 (extranet)、电子数据交换 (electronic data interchange, EDI)、电子邮件 (e-mail)、电子公告系统 (BBS)、条码 (barcode)、电子订购系统 (electronic ordering system, EOS)、销售终端 (point of sale, POS)、企业资源计划 (enterprise resource planning, ERP)、决策支持系统 (decision support system, DSS)、供应链管理 (supply chain management, SCM)、客户关系管理 (customer relation management, CRM)、IC 卡 (intellect card)、电子货币 (e-currency)、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, 我们还要将政府对商品生产、交换的调控引入该系统。能达到此目的电子工具主要为: 局域网 (local area network, LAN)、城域网 (metropolitan area network, MAN) 和广域网 (wide area network, 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。如图 1—1 所示。

如果没有上述的系列化、系统化电子工具, 电子商务也就无法进行。

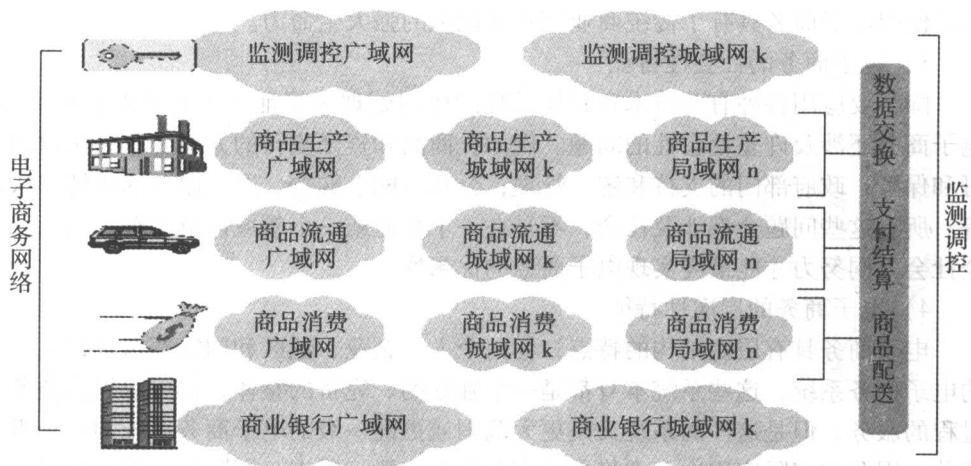


图 1-1 系统化的电子工具

4) 电子商务的主要对象

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。我们可以把这些中间环节看成是以商品或服务的贸易为中心来展开的，即商品或服务的生产主要是为了交换，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，电子商务的主要对象是以商品或服务的贸易为中心的各种经济事务活动。

5) 电子商务的目的

商务是核心，电子是手段，因此，电子商务的目的必然是高效率、高效益、低成本地进行产品生产与产品服务，提高整个社会的运行效率和企业的整体竞争能力。

1.2.3 电子商务的特征

1) 电子商务的结构性特征

电子商务涉及电子数据处理、网络数据传输、数据交换和资金汇兑等技术；企业的电子商务系统有导购、订货、付款、交易与安全等有机地联系在一起的各个子系统；在交易过程中经历商品浏览和订货、销售处理和发货、资金支付和售后服务等环节；电子商务业务的开展由消费者、厂商、运输、报关、保险、商检和银行等不同参与者通过计算机网络组成一个复杂的网络结构，相互作用，相互依赖，协同处理，形成一个相互密切联系的连接全社会的信息处理大环境。这个环境简化了商贸业务的手续，加快了业务开展的速度，最重要的是规范了整个商贸业务的发生、发展和结算过程，从根本上保证了电子商务的正常运作。

2) 电子商务的动态性特征

电子商务活动没有时间和空间的限制，每时每刻都在运转。例如，网络上的供求信息在不停地更换，网上的商品和资金在不停地流动，交易和买卖的双方也不停地变更，商机不断地出现，竞争不停地展开。正是这种物质、资金和信息的高速流

动,使得电子商务具有了传统商业所不可比拟的强大生命力。

3) 电子商务的社会性特征

除了要应用各种有关技术和其他系统的协同处理来保证商务过程的顺利完成,电子商务还涉及许多社会性的问题。例如,商品和资金流转的方式变革;法律的认可和保障;政府部门的支持和统一管理;公众对网上购物、网上服务的热情和认同等。所有这些问题全都涉及社会,不是在一个企业或一个领域内就能解决的。只有全社会共同努力才能最终实现电子商务的优越性。

4) 电子商务的层次性特征

电子商务具有层次结构的特点,任何个人、企业、地区和国家都可以建立自己的电子商务系统,这些系统本身都是一个独立的、完备的整体,都可以提供商务全过程的服务。但是这样的系统又是更大范围或更高一级的电子商务系统的一个组成部分。因此在实际应用中,常将电子商务分为一般、国内、国际等不同的级别。另外,也可以从系统的功能和应用的难易程度对电子商务进行分级,较低级的电子商务系统只涉及基本网络、信息发布、产品展示和货款支付等,各方面的要求较低;而用于进行国际贸易的电子商务系统不仅技术要求高,而且会涉及税收、关税、合同法以及不同的银行业务等,结构也比较复杂。

1.2.4 电子商务活动的特点

1) 虚拟性

电子商务是依托 Internet 开展的一种商务活动,它将整个活动中的大部分流程转移到虚拟空间,通过信息的推拉互动使贸易双方实现贸易活动。贸易双方从贸易磋商、签订电子合同,到完成交易并进行电子支付,均通过 Internet 实现,双方仅仅通过数字信息的传递即可完成商务过程。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行,交易完全虚拟化,并且在组织形式上出现了虚拟的商店、虚拟的企业。

2) 成本低

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在:

(1) 距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真而言就越低。此外,缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。

(2) 买卖双方通过网络进行商务活动,无需中介参与,减少了交易的有关环节。

(3) 卖方可通过 Internet 进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下作广告、发印刷产品等大量费用。

(4) 电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用。

(5) Internet 使买卖双方即时沟通供求信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而使库存成本降为零。

(6) 企业利用内部网可实现“无纸办公(OA)”,提高了内部信息传递的效率,节省了时间,并降低了管理成本。通过 Internet 把公司总部、代理商以及分布在其他国家或地区的子公司、分公司联系在一起,及时对各地市场情况作出反应,

即时生产, 即时销售, 降低库存成本; 同时采用产效快捷的配送公司提供交货服务, 从而降低产品成本。

(7) 传统的贸易平台是地面店铺, 新的电子商务贸易平台则是网吧或办公室。

3) 高效性

由于 Internet 将贸易中的商业报文标准化, 使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理, 使原料采购, 产品生产、需求与销售, 银行汇兑, 保险, 货物托运及申报等过程无须人员干预, 并在最短的时间内完成。通过电子商务开展商品和服务的贸易, 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, 减少商品生产和消费的盲目性, 减少物质资源和能源资源的消耗和浪费。公众、企业与政府之间也能以方便、快捷、高效的方式进行相互之间的经济、管理活动, 降低社会经营成本, 提高社会生产效率, 优化社会资源配置, 从而实现社会财富的最大化利用。

4) 透明性

Internet 是一个开放的网络, 从而使社会信息、政府的公共政策、有关经济状况的数据等得到充分开放与共享, 并得到社会舆论和公众的监督。通畅、快捷的信息传输和各种相关数据库之间的相互对接, 可以使各种相同信息之间自动互相核对, 保证信息的真实性和准确性, 防止伪造信息的流通。网络招标体现了“公开、公平、竞争、效益”的原则, 网络招标系统可以避免招、投标过程中的暗箱操作现象。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, 假的许可证就不易漏网。实行电子报关与银行的联网有助于帮助杜绝边境的假出口、兜圈子、骗退税等行径。

5) 方便性

显而易见, 电子商务提供的服务具有一个明显的特性——方便。人们不再受地域、场所、时间和方式的限制, 客户与商家之间, 企业与企业之间, 公众、企业与政府之间都能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的活动过程。

6) 安全敏感性

安全性是电子商务中必须考虑的核心问题。由于电子商务是建立在开放的 Internet 基础上的, 在带来极大方便的同时, 也面临窃取和篡改信息、欺骗、抵赖、阻断、病毒感染和非法入侵等潜在威胁, 尤其是在资金、商业机密、政务办公等方面的安全方面, 以及合同、文件签名等的真实性和有效性方面。对于顾客而言, 无论网上购物如何具有吸引力, 如果他们对交易安全性缺乏把握, 他们根本就不敢在网上进行买卖, 企业和企业间的交易更是如此。

7) 技术依赖性

计算机技术、网络通信技术、信息技术和多媒体技术的发展促成了电子商务的出现和发展。网络基础设施提供了电子商务所需的传输线路; 文本、声音、图像等信息最常用的发布载体是万维网 (world wide web), 运用超文本标记语言 (hyper text makeup language, HTML) 和 Java 技术可以将信息内容发布在万维网上; 超文

本传输协议 (hyper text transport protocol, HTTP) 是 Internet 上通用的信息传播工具, 它以统一的显示方式, 在多种环境下显示非格式化的多媒体信息; 各种技术标准及相应的网络协议对于保证兼容性和通用性是十分重要的; CA 认证、SET 安全电子交易协议 (secured electronic transaction, SET) 和安全套接层协议 (secured socket layer, SSL) 等协议标准提供一种端到端的方案, 解决安全性问题, 如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等。上述各种技术是电子商务能够顺利实施的技术保证。

8) 协作性

商务活动是一种协调过程, 它需要参与交易的各方, 如顾客、生产商、批发商、零售商、物流商按照一定的规则来协调完成。随着电子商务应用领域的不断拓宽, 这种协调范围也不断扩大, 过程也更加自动化。电子商务环境要求从社会上的银行、交通、通信、保险、政府等多个部门到企业内部各个业务部门之间的相互协调、配合、协作, 来实现全过程的电子商务, 并真正体现电子商务的优势与价值。

1.2.5 电子商务标准

1) 电子商务标准规范体系

电子商务的本质是互联、互通、互操作, 而这是建立在电子商务平台具有统一标准的基础上的, 因此, 建立统一的标准是发展电子商务的基础。

电子商务平台既有网络基础设施平台, 又有信息交换平台; 既有公用性的平台, 又有根据行业和企业特点的电子商务平台。为了互联、互通、互操作和资源共享, 必须遵从一定的标准和规范。

从技术标准上看, 电子商务标准分为基于 EDI、基于 XML 和独立于语法这 3 种形式。在 EDI 技术标准化方面, 形成了以 UN/EDIFACT 为核心的国际性 EDI 系列标准。随着互联网的广泛应用, 还产生了基于互联网的一系列 EDI 实施方案 (如 WEB-EDI、E-MAIL EDI、XML/EDI、SAMPL-EDI); 在 XML 技术标准化方面, 已经产生了一系列包括 EBXML 技术体系结构、核心构件、业务过程、注册系统、消息服务 (包括路由、封装和安全) 等在内的技术规范。

从工程标准上看, 要实现安全的电子商务主要需要解决数据共享、业务协同、安全保密 3 大问题, 即以互联网为主要通信基础设施, 以 XML 为信息描述语言, 以商务数据语义、票据格式、工作流、消息服务等为核心内容, 并向特定电子商务应用模式提供综合性的标准化解决方案。

从服务标准上看, 由 AOL、AT&T、DELL、Microsoft、Network Solution 和 Time Warner 公司组成的“美国电子商务和消费者保护集团”提出了旨在保护在线消费者、促进全球电子交易的一套电子商务指南, 该指南建议从事电子商务的公司应依据现有的工业标准和要求, 向顾客提供更加全面、详细和标准化的公司和产品信息。

电子商务平台的信息交换标准要符合国际标准、适应中国国情、具有开放性、适应将来业务发展、符合市场经济发展。还有一个非常重要的问题是, 电子商务平