

21 世纪 高 职 高 专 规 划 教 材

电 子 商 务 专 业 系 列

21

电子商务实用基础

闵 敏 吴凌娇 等 编著

清华大学出版社



国家“十二五”规划教材

教育部“十二五”规划教材



电子商务实用基础

王健 王健 王健

清华大学出版社



21 世纪 高 职 高 专 规 划 教 材

电 子 商 务 专 业 系 列

电子商务实用基础

闵 敏 吴凌娇 等 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书从电子商务的基本概念、技术平台及应用环境着手,详细介绍了电子商务的基本交易模式,电子商务的网络安全技术及交易安全技术,网上支付流程,电子商务下的物流管理和网络营销方法,电子商务系统的实施与应用等相关内容。全书的每一章均由一个引例导入,并结合章节内容精心编排了相关的案例分析,以真正体现理论联系实际,突出实用性。每一章均配备了题型丰富的习题,这些题型包括单选题、多选题、简答题,以及旨在培养学生感知新知识、了解行业新动态或体现电子商务实务操作的实践操作题。

全书内容充实,知识新颖,实用性强,可作为各类高职高专学院经济管理类专业、计算机相关专业的电子商务基础课程的教材或参考书,也可作为国家助理电子商务师资格考试的参考书。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用清华大学核研院专有核径迹膜防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实用基础/闵敏等编著. --北京:清华大学出版社,2005.2

(21世纪高职高专规划教材.电子商务专业系列)

ISBN 7-302-10172-8

I. 电… II. 闵… 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(2004)第 135971 号

出 版 者:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

客户服务:010-62776969

责任编辑:田 梅

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:北京国马印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×230 印张:16.75 字数:344千字

版 次:2005年2月第1版 2005年2月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-10172-8/TP·1082

印 数:1~5000

定 价:21.50元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,担负着为国家培养并输送生产、建设、管理、服务第一线高素质技术应用型人才的重任。

进入 21 世纪后,高职高专教育的改革和发展呈现出前所未有的发展势头,其学生规模已占我国高等教育的半壁江山,成为我国高等教育的一支重要的生力军;办学理念上,“以就业为导向”成为高等职业教育改革与发展的主旋律。近两年,教育部召开了三次产学研交流会,并启动四个专业的“国家技能型紧缺人才培养项目”,同时成立了 35 所示范性软件职业技术学院,进行两年制教学改革试点。这些举措都表明国家正在推动高职高专教育进行深层次的重大改革,向培养生产、服务第一线真正需要的应用型人才的方向发展。

为了顺应当前我国高职高专教育的发展形势,配合高职高专院校的教学改革和教材建设,进一步提高我国高职高专教育教材质量,在教育部的指导下,清华大学出版社组织出版“21 世纪高职高专规划教材”。

为推动规划教材的建设,清华大学出版社组织并成立“高职高专教育教材编审委员会”,旨在对清华版的全国性高职高专教材及教材选题进行评审,并向清华大学出版社推荐各院校办学特色鲜明、内容质量优秀的教材选题。教材选题由个人或各院校推荐,经编审委员会认真评审,最后由清华大学出版社出版。编审委员会的成员皆为教改成效大、办学特色鲜明、师资实力强的高职高专院校、普通高校以及著名企业,教材的编写者和审定者都是从事高职高专教育第一线的骨干教师和专家。

编审委员会根据教育部最新文件政策,规划教材体系,比如部分专业的两年制教材;“以就业为导向”,以“专业技能体系”为主,突出人才培养的实践性、应用性的原则,重新组织系列课程的教材结构,整合课程体系;按照教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”,教材的基础理论以“必要、够用”为度,突出基础理论的应用和实践技能的培养。

本套规划教材的编写原则如下:

- (1) 根据岗位群设置教材系列,并成立系列教材编审委员会;
- (2) 编审委员会规划教材、评审教材;
- (3) 重点课程进行立体化建设,突出案例式教学体系,加强实训教材的出版,完善教学服务体系;
- (4) 教材编写者由具有丰富教学经验和多年实践经验的教师共同组成,建立“双师型”编者体系。

本套规划教材涵盖了公共基础课、计算机、电子信息、机械、经济管理以及服务等大类的主要课程,包括专业基础课和专业主干课。目前已经规划的教材系列名称如下:

公共基础课

公共基础课系列

计算机类

计算机基础教育系列

计算机专业基础系列

计算机应用系列

网络专业系列

软件专业系列

电子商务专业系列

电子信息类

电子信息基础系列

微电子技术系列

通信技术系列

电气、自动化、应用电子技术系列

机械类

机械基础系列

机械设计与制造专业系列

数控技术系列

模具设计与制造系列

经济管理类

经济管理基础系列

市场营销系列

财务会计系列

企业管理系列

物流管理系列

财政金融系列

服务类

旅游系列

艺术设计系列

本套规划教材的系列名称根据学科基础和岗位群方向设置,为各高职高专院校提供“自助餐”形式的教材。各院校在选择课程需要的教材时,专业课程可以根据岗位群选择系列;专业基础课程可以根据学科方向选择各类的基础课系列。例如,数控技术方向的专业课程可以在“数控技术系列”选择;数控技术专业需要的基础课程,属于计算机类课程可以在“计算机基础教育系列”和“计算机应用系列”选择,属于机械类课程可以在“机械基础系列”选择,属于电子信息类课程可以在“电子信息基础系列”选择。依此类推。

为方便教师授课和学生学习,清华大学出版社正在建设本套教材的教学服务体系。本套教材先期选择重点课程和专业主干课程,进行立体化教材建设:加强多媒体教学课件或电子教案、素材库、学习盘、学习指导书等形式的制作和出版,开发网络课程。学校在选用教材时,可通过邮件或电话与我们联系获取相关服务,并通过与各院校的密切交流,使其日臻完善。

高职高专教育正处于新一轮改革时期,从专业设置、课程体系建设到教材编写,依然是新课题。希望各高职高专院校在教学实践中积极提出意见和建议,并向我们推荐优秀选题。反馈意见请发送到 E-mail:gzzg@tup.tsinghua.edu.cn。清华大学出版社将对已出版的教材不断地修订、完善,提高教材质量,完善教材服务体系,为我国的高职高专教育出版优秀的高质量的教材。

高职高专教育教材编审委员会

前言

电子商务实用基础

当今的经济社会,电子商务早已不再是一个新鲜的名词与话题。电子商务不仅改变了普通百姓的生活方式,而且也改变了企业的管理经营模式,改变了政府机关的形象。可以说,现代社会的任一领域都离不开电子商务,越来越多的人希望进一步了解、掌握电子商务的相关知识和方法。也正因为此,各大高等院校除了在电子商务专业中开设《电子商务实用基础》这一专业基础课外,在其他经济管理类专业、计算机专业等许多相关专业中,都相继将其作为必修课或选修课。

电子商务本身的发展相当快速,因此本书的知识体系在确保科学正确的前提下,力求实效性和先进性,在引导读者掌握电子商务知识的同时,注重对电子商务的理念的培养。“理论够用、实践为重”历来是高职高专教育的教学目标。因此,本书的每一章均尽力体现这一宗旨,在通过引例导出知识内容的同时,强调电子商务的实务性,克服了以往电子商务基础知识的空泛性和枯燥性,从而不仅让读者在感受电子商务给我们带来乐趣的同时,能真正体会到它真真切切的实用性。

本书的作者均为多年从事电子商务专业教学的一线教师。其中,部分教师为国家电子商务师培训师,部分教师则同时从事着电子商务系统的开发研究工作。正是有了这些积累,在对本书内容的选取与组织上,努力实现了将个人的教学经验与体会、电子商务系统的实用知识有机的融合,同时考虑到高职高专学生专业技能的需要,参考了国家劳动和社会保障部制定的《电子商务师国家职业标准》。全书内容充实,知识新颖,实用性强。

全书共分 8 章。

第 1 章作为电子商务知识的铺垫,介绍了电子商务的基本概念、技术平台及应用环境,为读者建立一个初步印象。

第 2 章介绍电子商务的交易模式,详细讲解了 B2C、B2B 和 C2C 三种最常见的电子商务模式,每一种模式均结合典型实例介绍该模式下的整个交易过程。

第 3 章为电子商务的安全技术,该章的技术性稍强些,重点介绍了支撑电子商务顺利进行的网络安全技术以及电子交易安全技术,并以个人数字证书的申请与使用为例讲解安全技术的应用方法。

第4章介绍电子商务的网上支付原理及方法,主要介绍了电子现金支付、银行卡支付、电子钱包支付、智能卡支付等主要的支付手段,并通过具体的应用实例让读者真切感受网上支付带来的便捷。

第5章为电子商务下的物流技术,作为制约电子商务发展的瓶颈之一的物流,这几年已成为国家大力发展的一个分支,本章简要介绍了现代物流的基本概念及物流技术,并以国内著名的物流企业宝供为案例,分析实际的企业物流管理系统。

第6章从系统的角度介绍了企业如何全面实施电子商务系统。

第7章介绍电子商务系统下的网络营销策略、主要方法和手段。

第8章简要介绍电子商务的应用领域。

本书可作为各类高职高专院校经济管理类专业、计算机相关专业的电子商务基础课程的教材或参考书,也可作为国家助理电子商务师资格考试的参考书。

全书由闵敏、吴凌娇、王效忠、陆婷及王莉共同编著。其中吴凌娇编写第1、2、4章,王效忠编写第5章,陆婷编写第7章,王莉编写第8章;闵敏编写第3、6章。闵敏负责全书的统稿。本书的编写得到了相关专业教师的大力协助,他们无私地为本书提供了部分素材与资料;同时,在本书的编写过程中,除了所列的参考文献外,同时参考了许多与电子商务相关的杂志、书籍、网站和论坛,部分网友也提出了一些中肯的建议,在此一并表示谢意。

电子商务目前仍是一个正在不断发展以求成熟的应用系统,所涉及的领域相当广泛,一些相关的理论和实践仍在探索之中,因此本书的内容也许存在不妥甚至错误之处,恳请得到各位专家及同仁的真实反馈与宝贵意见,E-mail 联系方式: minmin@ccit.js.cn。

书中图标说明:

书中图标	代表含义	说 明
	“引例”图标	表示每章篇首所引入的与本章内容相关的一个小引例,用于本章内容的趣味引入
	“小资料”图标	用于表示与所述内容相关的背景资料或最新知识
	“说明”图标	用于对某些内容的补充解释或说明

编 者

2005 年 1 月

目 录

电子商务实用基础

第 1 章 电子商务概述	1
引例：电子商务——让生活变得更轻松	1
1.1 电子商务的基本概念	2
1.1.1 传统商务与电子商务	2
1.1.2 电子商务的起源和发展	5
1.1.3 电子商务的基本要素	7
1.1.4 电子商务的基本框架	9
1.1.5 电子商务的分类	10
1.2 电子商务的技术平台	12
1.2.1 网络与通信技术	12
1.2.2 Web 应用技术	15
1.2.3 数据库技术	16
1.2.4 EDI 技术	19
1.3 电子商务的应用环境	22
1.3.1 企业信息化环境	23
1.3.2 政策与法律环境	23
1.3.3 社会经济环境	26
1.3.4 人力资源环境	27
1.4 本章小结	27
习题	27
第 2 章 电子商务的交易模式	30
引例：易趣网上的卖家故事	30
2.1 B2B 模式	31

2.1.1 B2B 模式概述	31
2.1.2 B2B 网站的类型	32
2.1.3 B2B 模式的交易过程	36
2.1.4 B2B 模式交易实例	36
2.2 B2C 模式	43
2.2.1 B2C 模式概述	43
2.2.2 B2C 网站的类型	45
2.2.3 B2C 模式的交易过程	48
2.2.4 B2C 模式交易实例	49
2.2.5 国内 B2C 网上购物的现状及发展条件	55
2.3 C2C 模式	56
2.3.1 C2C 模式概述	56
2.3.2 C2C 网站的经营模式	58
2.3.3 C2C 模式的交易过程	59
2.3.4 C2C 模式交易实例	59
2.3.5 拍卖网站实例	66
2.4 其他模式	66
2.5 本章小结	69
习题	69
第 3 章 电子商务的安全技术	71
引例：血汗钱网上神秘被盗 800 万张信用卡泄密	71
3.1 电子商务安全概述	72
3.1.1 电子商务的安全要素	72
3.1.2 电子商务安全的主要内容	73
3.2 计算机网络安全技术	74
3.2.1 网络安全的特征与技术	74
3.2.2 病毒防治	75
3.2.3 防火墙技术	79
3.3 电子交易安全技术	80
3.3.1 加密技术	80
3.3.2 认证技术	89
3.3.3 安全协议	92
3.4 数字证书应用实例	98

3.4.1 申请个人数字证书	98
3.4.2 个人电子邮件证书的使用	100
3.5 本章小结	109
习题	110
第4章 电子商务的网上支付	112
引例：手机变成电子钱包	112
4.1 电子支付系统	113
4.1.1 电子支付系统概述	113
4.1.2 电子支付的发展历史	114
4.2 电子现金网上支付方式	114
4.2.1 电子现金概述	114
4.2.2 电子现金的支付流程	117
4.2.3 电子现金系统实例	117
4.3 银行卡网上支付方式	122
4.3.1 银行卡概述	122
4.3.2 信用卡网上支付结算模型	124
4.3.3 银行卡的网上支付结算流程	125
4.3.4 银行卡网上支付应用实例	126
4.4 电子钱包网上支付方式	134
4.4.1 电子钱包概述	134
4.4.2 电子钱包系统应用实例	135
4.5 智能卡支付方式	140
4.5.1 智能卡概述	140
4.5.2 智能卡的网上支付结算流程	143
4.6 电子支票网上支付方式	144
4.6.1 电子支票概述	144
4.6.2 电子支票的网上支付结算流程	146
4.7 本章小结	147
习题	147
第5章 电子商务中的物流管理	149
引例：榨干物流的最后一滴油	149
5.1 物流概述	150

5.1.1	物流的基本概念	150
5.1.2	国内外物流业的发展	154
5.2	电子商务中的物流	156
5.2.1	物流与电子商务的关系	156
5.2.2	电子商务下的物流实现模式	157
5.2.3	电子商务中物流的特点	159
5.3	现代物流技术	160
5.3.1	物流装备技术	160
5.3.2	物流信息技术	165
5.4	案例分析:宝供物流和信息化管理	169
5.5	本章小结	174
习题		175
第6章	电子商务系统的实施	176
引例:	“面包屑型”(Breadcrumbs)网站架构	176
6.1	电子商务系统实施概述	177
6.1.1	电子商务系统的组成与分类	177
6.1.2	企业电子商务系统实施步骤	179
6.2	电子商务系统的实施内容	183
6.2.1	不同行业电子商务系统的实施内容	183
6.2.2	电子商务网站的构建	185
6.2.3	电子商务网站的推广	189
6.3	电子商务系统下的企业信息化系统	191
6.4	电子商务系统应用综合案例分析:联想电子商务系统应用	194
6.4.1	公司概况	194
6.4.2	联想电子商务实施情况	196
6.4.3	联想企业网站设计分析	199
6.5	本章小结	202
习题		202
第7章	网络营销	204
引例:	DELL 的网络营销	204
7.1	网络营销概述	204
7.1.1	网络营销的概念	204
7.1.2	网络营销的发展及其主要形式	206

7.2 网络营销的主要方法	208
7.2.1 E-mail 营销	208
7.2.2 网络广告营销	209
7.2.3 信息的发布与整理	211
7.3 网络营销策略	218
7.3.1 网络营销中的顾客策略	219
7.3.2 网络营销中的产品策略	221
7.3.3 网络营销中的定价策略	222
7.3.4 网络营销中的渠道策略	223
7.3.5 网络营销中的促销策略	224
7.4 案例分析: 海尔集团的网络营销策略	225
7.5 本章小结	227
习题	228
第8章 电子商务的行业应用	230
引例: 中国的旗帜如何飘扬在雅典奥运	230
8.1 生产制造行业	231
8.1.1 生产制造企业电子商务发展概述	231
8.1.2 生产制造企业的电子商务应用	231
8.1.3 制造业电子商务应用案例: 通用电气的电子化采购	233
8.2 流通贸易行业	233
8.2.1 电子商务在外贸行业的应用	234
8.2.2 电子商务在零售业的应用	235
8.3 服务行业	239
8.3.1 金融证券业	239
8.3.2 旅游业	243
8.3.3 网络教育	244
8.4 电子政务	245
8.4.1 电子政务的基本概念	245
8.4.2 电子政务的基本模式	246
8.4.3 我国电子政务的建设和发展	249
8.5 本章小结	252
习题	252
参考网站	254
参考文献	255

电子商务概述

引例：电子商务——让生活变得更轻松

电子商务似乎是在不经意间就融入了我们的日常生活,经常会听到周围的人这样说:“我在网上花一半价钱拍下了一双名牌运动鞋”、“我在网上找到了工作”、“我通过网络给远方的朋友订购了一大束鲜花”、“我用 PDA 在网上预订了机票”、“这是我个人网店的网址,请多多关照”……

电子商务的确使生活变得更轻松、更自在,你可以在家里穿着拖鞋,喝着咖啡,听着音乐,悠然自得地在网上轻松购物,也可以足不出户却家事、国事、天下事事事清楚,甚至坐在家中聆听世界一流大学知名教授的精彩授课。电子商务将人类过去的美好憧憬变成了现实。

现代都市中有一种新的自由职业人,他们不用“朝九晚五”地日复一日,年复一年,他们行迹不定,来去自由,却过着殷实的小康生活,他们就是网上创业者——个人网店经营者。一台笔记本,一根网线,使他们置身世界任何地方都可以精心打理自己的网店,受理来自顾客的订单。美国有一位七十多岁的老太太,在街头花 2 美元买了一个芭芭娃娃,却在美国著名的 eBay 个人拍卖网站上以 100 美元的高价卖给了来自东南亚的一位顾客。网上个人物品拍卖不仅使美国很多老人的晚年生活更加有趣,而且也可以赚点零钱贴补家用。

电子商务不仅改变了普通老百姓的生活,也改变了企业的管理经营模式,改变了政府机关的形象。一位工作于政府部门的公务员这样说:“自从实施电子政务以来,整个政府形象大变,文山会海没有了,工作效率大大提高。有时,甚至过去一年的工作可以在一天之内完成。”一位工作于外资企业的白领丽人说:“自从公司采用移动电子商务以来,生意是如虎添翼,随时随地都能了解到最新商机,随时随地都可以和顾客取得联系。”

当然电子商务能做的还不仅仅只限于上述情况,我们还有什么理由拒绝电子商务呢?

随着电子商务日益渗透日常生活,人们对电子商务知识的需求也越来越迫切。本章将在传统商务和电子商务比较的基础上介绍电子商务的基本概念,与电子商务密切相关的网络与通信技术、Web 技术、数据库技术和 EDI(Electronic Data Interchange)技术,以及成功应用电子商务所必需的政策法律、社会经济等人文环境。

1.1 电子商务的基本概念

商务活动即从事商品交换的经济事务活动,也即商品(货物)的买卖或货品的交换和分配。随着社会进步和生产力的发展,商务活动的形式、内容和手段都在不断发生变化。商务活动经历了以物易物的商品交换、以货币为媒介的商品交换、结合先进科学技术手段的商品交换三个不同的发展历程。尤其是近代,随着科学技术的创新,商务活动的手段日益丰富,从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,直到今天以Internet为平台的电子商务和以无线网络为平台的移动电子商务,这些都是商务活动手段的更新换代。

1.1.1 传统商务与电子商务

1. 传统商务活动

传统商务活动起源于史前,当我们的祖先开始对日常活动进行分工时,传统商务活动就开始了。传统商务活动的基本过程由交易前的准备、贸易磋商、合同的签订与执行、支付过程与结算及交易后的服务等环节组成。

(1) 交易前的准备

该过程就是供需双方通过报纸、电视、户外媒体等各种广告宣传形式,从而获取有效的商品信息的过程。

(2) 贸易磋商

在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后,就开始进入具体的贸易磋商过程。贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易单证包括询价单、价格磋商、订购合同、发货单、运输单、发票、收货单等,各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销策略管理要求及详细的商品供需信息,所使用的工具有电话、传真和邮寄等。

(3) 合同的签订与执行

交易双方以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,确定磋商的结果并据此监督执行。在以后的活动中如果产生纠纷,相应的机构也可根据此合同进行仲裁。

(4) 支付过程与结算

传统商贸活动中的支付一般采用转账和现金两种支付方式,转账(如支票、汇兑等)方式多用于企业之间的贸易结算,涉及到双方单位及其开户银行;现金方式常用于企业对个体消费者的商品零售过程的支付结算。

(5) 交易后的服务

主要指销售方通过电话、上门服务等方式,帮助客户解决产品使用中出现的技术问

题、产品的升级等相关服务。

2. 电子商务活动

电子商务源于英文 Electronic Commerce(电子商业),简称为 EC。顾名思义,其内容包含两个方面:电子与商贸活动。由于电子商务活动所涉及的内容及手段等都随着相关技术的发展而不断发生变化,目前世界范围内至今仍无统一的定义。世界电子商务会议中将“整个贸易活动实现电子化”称为电子商务,而作为电子商务基础设施和环境的营造者、电子商务业务的推动者的一些 IT 行业,对电子商务的定义有所不同。比如:

电子商务=电子化市场+电子化交易+电子化服务(Intel 公司)

电子商务=电子业务+电子消费(HP 公司)

尽管定义形式千差万别,但其本质都是相通的,即均包含两个方面:一是商务活动中所使用的电子手段,或者说是进行商务活动的电子平台;二是商务活动的具体内容。因此可以给电子商务以如下通俗定义:电子商务是指人们利用电子手段进行的商业、贸易等商务活动,是商务活动的电子化、网络化和自动化。本书所探讨的电子商务主要是利用 Web 提供的通信手段在网上进行的交易活动,如通过 Internet 平台买卖产品和提供服务。

电子商务所包含的内容十分广泛。从如图 1-1 所示的业务组成来看,它不仅包含面向企业外部的网络营销、电子支付、物流配送、电子数据交换(EDI)等电子商业活动,还包括企业内部商务活动的电子化,如企业资源计划(Enterprise Resource Planning, ERP)、企业内部管理信息系统(Management Information System, MIS)、客户关系管理(Customer Relationship Management, CRM)、供应链管理(Supply Chain Management, SCM)、人力资源管理(Human Resource Management, HRM)

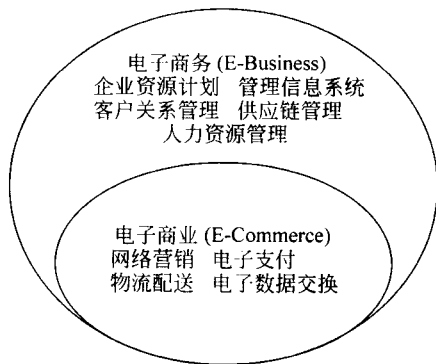


图 1-1 电子商务的业务组成

等。企业内部管理的电子化、网络化和自动化是企业全面实施电子商务的前提和基础。

从电子商务的应用领域来看,凡是在以互联网为主的计算机网络上进行的一切经济和商业活动,以及与之相关的活动,都属于电子商务的范畴。比如网上订购、网上洽谈、电子合同、网络广告、电子报关、电子纳税、电子政务、网上证券、网上保险、网上银行、远程教学、远程医疗、在线娱乐、在线订阅、在线出版等都属于电子商务。

电子商务活动中的业务流程与传统商务过程相似,也有交易前的准备、贸易磋商、合同的签订与执行以及支付结算等环节,但是具体使用的运作方法完全不同。

(1) 交易前的准备

交易双方所需信息都是通过相关网址和网页完成的,双方信息的沟通主要利用 E-mail、QQ 等网络即时通信工具,具有快速、高效、低成本的特点。

(2) 贸易磋商

在网络和系统的支持下,电子商务中的贸易磋商过程将纸面单证变成了电子化的记录、文件和报文在网络上的传递过程,并且由专门的数据交换协议,保证了网络信息传递的正确性、安全性和快速的特点。

(3) 合同的签订与执行

交易双方可以以电子文件的形式生成电子合同。电子商务中的安全电子交易协议及数字签名、数据加密等信息安全技术,保证了电子合同的正确性、可靠性、完整性和安全性。通过第三方认证机构(Certificate Authority, CA)中心签订的电子合同与书面合同一样具有法律效应,可以作为法律仲裁依据。

(4) 支付过程

电子商务中的支付与结算可以采用信用卡、电子支票、电子现金、电子钱包等网上支付形式。

(5) 交易后的服务

电子商务活动下的售后服务所能做的工作远远超过传统商务活动。供应商可以在自己的网站上提供客户支持信息,通过网络通信工具快速及时地为客户提供各类技术帮助与服务,通过在线调查了解客户的需求,从而使得客户服务的质量和响应速度大大提高。

当然,在实际操作过程中,大多数贸易方会根据实际情况将传统商务活动的某些环节融入电子商务活动中。比如,在网上搜集商情信息并洽谈,在网下支付和签订合同。这样的商务活动属于一种不完全的电子商务活动。目前,我国的大部分电子商务活动还停留在这一水平上。

3. 传统商务活动和电子商务活动的对比

传统商务和电子商务的具体对比可以用表 1-1 说明。

由此可见,电子商务较传统商务有着无可比拟的优点,主要体现在以下四个方面。

(1) 交易虚拟化

在理想的电子商务活动中,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等均可通过 Internet 完成,无需像传统商务活动那样必须当面进行,从而实现了整个交易的完全虚拟化。正是这种交易的虚拟化使得交易双方无需受时间、地点的限制,使商务活动可以在任何时间、任何地点、以任何方式进行,从而扩大了商务活动的对象范围,增加了商务的实效性,真正实现了贸易的全球化。

(2) 交易成本低

降低交易成本主要表现在:第一,电子商务实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理