

民营企业如何开展电子商务

——“从头到尾”之69个问题

赵玉双 编著

民营企业
工具
丛书



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

民营企业如何开展电子商务

——“从头到尾”之69个问题

赵玉双 编著

民营企业
工具
丛书



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

图书在版编目 (CIP) 数据

民营企业如何开展电子商务：“从头到尾”之 69 个问题 / 赵玉双编著. —北京：中国水利水电出版社，2005
(民营企业工具丛书)

ISBN 7-5084-2724-6

I. 民... II. 赵... III. 私营企业—电子商务
IV. F276.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 015488 号

书 名	民营企业工具丛书 民营企业如何开展电子商务 ——“从头到尾”之 69 个问题
作 者	赵玉双 编著
出版 发行	中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心) 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
经 售	
排 版	中国水利水电出版社微机排版中心
印 刷	北京市兴怀印刷厂
规 格	880mm×1230mm 32 开本 12.75 印张 308 千字
版 次	2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷
印 数	0001—4000 册
定 价	19.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

• **版权所有·侵权必究**

民营企业工具丛书编辑委员会

顾问

高尚全 胡德平 保育钧 吴敬琏 厉以宁
萧灼基 张培刚 杨 勋

主任

常兴华 李正斌

委员 (按姓氏笔画为序)

王国光	王国荣	王涵生	宁 宇	宁淑惠
叶国伟	刘 伟	刘锦平	权兆能	仲大军
孙福全	杜钢建	杜晓山	余章明	谷克鉴
何炼成	李良栋	李以学	李洪波	林毅夫
周天勇	杨志军	杨宜勇	苗迎春	范泉秀
邹东涛	张维迎	张令平	张建军	张鳞龙
胡伟希	钟朋荣	郑秉文	闫华红	姜之强
赵玉双	夏业良	党国英	盛 洪	郭奉元
黄燕芬	温铁军	焦守铭	焦建国	楚修齐
樊 纲	魏 杰	魏里亚		



主 编 的 话

党和政府反复强调：要大力发展和积极引导非公有制经济；支持非公有制中小企业的发展，鼓励有条件的企业做强做大。现阶段，是民营企业发展的大好时期。政策的支持给民营企业带来了良好的发展环境，民营企业的发展必然进一步加速。而从另外一个角度，我们也可以理解为，对中国数以万计的民营企业来说，又一轮的强者恒强、弱者恒弱的优胜劣汰的时代开始了。

中国的民营企业从无到有发展到今天，发展很快，成绩不小，但问题亦很突出。尤其在管理模式、人才利用和技术开发等问题上更为突出。正如中国海星集团总裁荣海先生指出的，经过20多年原始资本的积累，当今中国民营企业中很大一部分已经或基本突破了资金的瓶颈，现阶段突出的瓶颈在人才和管理上。总体来看，民营企业发展中的问题主要在于内部管理的不完善和不成熟，没有建立起一种可以维持其持续竞争力的核心能力。而在竞争进一步加剧、规模与实力愈来愈重要的新的发展时期，民营企业家们十分有必要重新审视自己的核心竞争力，这是关系到企业生死存亡的问题。与此同时，建立起符合现代经济发展的现代企业管理模式，已是十分重要和迫切了。

正是由此，我们编写了这套“民营企业工具丛书”，力求给民营企业的管理者和不同层次工作人员提供一些工具性的可随时拿来就用得上的东西。“民营企业工具丛书”包括《民营企业管理表格精选：作为管理工具的通用表格》、《民营企业内部管理：



最实用的方法和工具精选》、《民营企业如何开展电子商务：“从头到尾”之 69 个问题》、《民营企业财务运作精要：从工作环节入手》和《民营企业相关法律法规精选》五本著作，基本涵盖了民营企业管理的主要内容。同时，“民营企业工具丛书”的选题更多地是考虑到了目前形势下民营企业的实际要求。必须提到的是，《民营企业管理表格精选：作为管理工具的通用表格》、《民营企业内部管理：最实用的方法和工具精选》主要是对目前的管理制度、管理表格和管理方法进行了选编。面对浩繁的管理制度、管理表格和管理方法，如何选编是非常重要的。本套丛书的编写者费了不少心血，总是力求找出民营企业管理工作中能用得上的东西，力求“全”与“新”。《民营企业如何开展电子商务：“从头到尾”之 69 个问题》和《民营企业财务运作精要：从工作环节入手》中有作者的不少心得，但更多地是要服从民营企业管理者和不同层次工作人员以及其他读者的需要。

需要提到的是，“民营企业工具丛书”的作者，既有来自国家有关科研机构的工作人员和高校教师，也有来自企业的经营管理者。如作者之一的张令平，原来是某大型企业的领导，他的参与就使“民营企业工具丛书”更加贴近了企业的需求。

除“民营企业工具丛书”的署名作者外，还有不少同志参与了本书的编写工作。在此，我们谨向他们及本丛书所选编内容的原作者，一并表示衷心的感谢，并致以崇高的敬意。

由于我们水平有限，加之成书时间紧迫，书中疏漏之处在所难免，敬请读者不吝指正。

张令平 李正斌

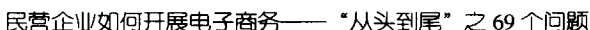
2005 年 2 月 15 日



目 录

主编的话

第一单元 民营企业中的电子商务	1
问题 1 电子商务在民营企业发展中的地位和作用如何?	2
问题 2 民营企业中电子商务的发展前景及趋势怎样?	13
问题 3 什么是电子商务?	20
问题 4 民营企业中电子商务的主要模式有哪些?	24
问题 5 民营企业中电子商务的主要类型有哪些?	30
第二单元 民营企业中的电子商务依赖的技术平台 ...	35
问题 6 民营企业中的电子商务依赖哪些技术平台?	36
问题 7 民营企业中的电子商务涉及到的网络技术基础 有哪些?	38
问题 8 什么是 TCP/IP 协议?	46
问题 9 什么是 IP 地址?	49
问题 10 电子商务平台 Internet 的技术怎样?	57
问题 11 企业内部网 Intranet 的技术怎样? 是如何建立的? ...	69
问题 12 企业外联网 Extranet 的技术怎样? 是如何建立的? ...	84
问题 13 EDI 技术是什么?	86
问题 14 www 技术是怎样的?	96
第三单元 民营企业电子商务的解决方案	103
问题 15 什么是电子商务解决方案?	104



民营企业工具丛书



问题 36	如何进行网上交易运作?	205
-------	-------------------	-----

问题 37	如何管理好民营企业自己的网站?	209
-------	-----------------------	-----

第五单元 民营企业中电子商务相关系统 213

问题 38	民营企业中电子商务与电子邮件系统 (E-mail) 的关系如何?	214
-------	--	-----

问题 39	民营企业中电子商务与办公管理系统 (OM) 的关系如何?	219
-------	------------------------------------	-----

问题 40	民营企业中电子商务与客户关系管理系统 (CRM) 的关系如何?	223
-------	---------------------------------------	-----

问题 41	民营企业中电子商务与供应链管理系统 (SCM) 的关系如何?	228
-------	--------------------------------------	-----

问题 42	民营企业中电子商务与企业应用集成系统 (EAI) 的关系如何?	235
-------	---------------------------------------	-----

问题 43	民营企业中电子商务与企业资料规划系统 (ERP) 的关系如何?	241
-------	---------------------------------------	-----

问题 44	民营企业中电子商务与企业产品发布查询系统 (PPR) 的关系如何?	246
-------	---	-----

第六单元 民营企业电子商务中的网络营销 249

问题 45	什么是网络营销?	250
-------	----------------	-----

问题 46	民营企业如何确定网络营销的目标?	253
-------	------------------------	-----

问题 47	民营企业为什么要实施网络营销?	255
-------	-----------------------	-----

问题 48	如何规划民营企业自己的网络营销模式?	261
-------	--------------------------	-----

问题 49	民营企业如何规划和实施网络营销战略?	265
-------	--------------------------	-----

问题 50	如何制定民营企业自己的网络营销策略?	268
-------	--------------------------	-----

问题 51	民营企业如何成功开展网络营销?	275
-------	-----------------------	-----

问题 52	如何创建和管理营销导向的民营企业商务网站? ...	279
-------	---------------------------	-----



第七单元 民营企业电子商务中的物流配送	283
问题 53 什么是民营企业物流?	284
问题 54 电子商务的发展对物流配送有什么要求?	291
问题 55 民营企业电子商务物流有哪些解决方案?	293
问题 56 民营企业中生产企业物流配送是如何实现的?	295
问题 57 物流与电子商务有什么样的关系?	298
第八单元 民营企业电子商务的支付技术和问题	303
问题 58 什么是电子支付?	304
问题 59 电子支付的基本体系是怎样的?	308
问题 60 民营企业在我国一般能采用哪些电子支付工具?	312
问题 61 民营企业如何解决自己的电子支付问题?	319
第九单元 民营企业电子商务的安全技术	323
问题 62 电子商务在交易过程中存在哪些安全因素?	324
问题 63 电子商务有哪些安全问题?	328
问题 64 使用信用卡支付,完成一笔安全电子商务的交易, 通常有哪些参与方?	330
问题 65 现今电子商务的安全技术有哪些?	332
问题 66 民营企业实施电子商务时应考虑哪些安全问题?	340
第十单元 企业电子商务的法律和法规	343
问题 67 什么是电子商务法?	344
问题 68 电子商务法律制度内容是什么?	347
问题 69 与电子商务有关的法律和法规有哪些?	353

民营企业中的电子商务

20 世纪 90 年代以来,随着计算机网络、通信技术的迅速发展,特别是 Internet 的普及应用,使人们传统的行为方式和观念受到巨大的冲击和影响。电子商务也从“神秘”的面纱后面走到台前,代表着网络应用的发展方向。电子商务作为一种崭新的商务运作方式,已经带来一次新的产业革命,这场革命的最终结果是将人类真正带入信息社会。

现今,不论是全球最大的公司,还是只有几个人的小公司,都纷纷注册自己的网址,树立其网络形象。我国的民营企业,由于自身的特点,在电子商务领域起步相对较晚,甚至有一部分民营企业决策者,认为电子商务与自己无关。事实上,据有关调查,我国许多中小企业,尤其是众多的民营企业,面对日益繁荣的互联网经济,也日益感到困难重重:缺乏专业人才和独立构筑网络系统的能力;没有充足的资金投入;难以有效利用网上信息资源;难以融入国际市场。那么,民营企业到底需不需要电子商务?电子商务在民营企业发展中的地位 and 作用是什么样的?民营企业中电子商务的主要模式和类型有哪些?这是本书首先要回答的问题。



■ 问题 1

电子商务在民营企业发展中的地位 and 作用如何？

一般来说，民营企业资金相对比较单薄，所以更看重一件事情能为企业带来什么样的利益，换句话说，民营企业更看重投资收益比。因此，在回答此问题之前，必须要解答下面几个问题：

● 电子商务的功能

电子商务可以提供网上交易和管理等全过程的服务，因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

1. 广告宣传

电子商务可凭借企业的 Web 服务器在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的搜索工具迅速地找到所需商品信息，而商家可利用网上主页和电子邮件在全球范围内做宣传广告。这种广告宣传不仅广告成本低廉，而且覆盖范围大、顾客获得的信息量丰富，是传统广告所无法比拟的。

2. 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息、洽谈交易事务，还可以通过更进一步的



网络会议来进行实时的讨论和洽谈。网上的咨询和洽谈不仅能避免面对面时谈话内容所受的限制，而且能提供多种方便的异地的咨询和洽谈。

3. 网上订购

电子商务可借助 Internet 上的邮件交互传送实现网上订购。网上订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。如果客户有需要，他只需要填写简单的订购单，然后发送回公司，系统回复确认信息单，来保证订购信息的收悉。

4. 网上支付

网上支付是电子商务过程的一个重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号进行支付。在网上直接采用电子支付手段将省略交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5. 电子账户

网上支付需要有电子金融来支持，即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务，而电子账户管理是其基本的组成部分。

信用卡号或银行账号都是电子账号的一种标志。其可信度需配以必要的技术措施来保证，如数字证书、数字签名、加密等手段的应用，提供了电子账户操作的安全性。

6. 服务传递

对于已付了款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。而有些货物在本地，有些货物在异地，电子邮件将能在网络中进行物流的调配。最适合在网上传递的货物是信息产品，如软件、电子读物、信息服务等，它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。而其他的货物，可以通过邮局或物流配送中心将货物



送到用户端。

7. 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页来收集用户对销售服务的反馈意见，这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高销售服务的水平，更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

8. 交易管理

整个交易的管理将涉及到人、财、物多个方面，企业和企业、企业和客户以及企业内部等各个方面的协调和管理。因此，交易管理是涉及商务活动全过程的管理。

电子商务的发展将会提供一个良好的交易管理的网络环境以及多种多样的应用服务系统。这样，能保障电子商务获得更广泛的应用。

● 电子商务的优点

(1) 小而美，便宜且具弹性的新科技

例如开放原始代码软件，网络服务。

(2) 虚拟房间

约有 22% 的美国家庭现在有高速网络连接，这对网络娱乐、银行、购物非常重要。

(3) 轻易锁定目标

新软件协助电子商务公司锁定最有可能的顾客。

(4) 费用

通过网络传送软件的应用及数据库服务，每月收取使用费用。

(5) 电子计算网络能让国际商用机器公司（IBM）等外包商通过因特网把运算能力传给有需要的客户。



● 电子商务有哪些特性?

1. 普遍性

电子商务作为一种新型的交易方式,将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

2. 方便性

在电子商务环境中,人们不再受地域的限制,客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动,如通过网络银行能够全天候地存取资金账户、查询信息等,同时使得企业对客户的服务质量可以大大提高。

3. 整体性

电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,这样不仅能提高人力和物力的利用,也可以提高系统运行的严密性。

4. 安全性

在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题,它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,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,这与传统的商务活动有着很大的不同。

5. 协调性

商务活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商之间的协调。在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通信部门、技术服务等多个部门的通力协作,往往电子商务的全过程是一气呵成的。

● 电子商务成本

电子商务的成本应该是商家所有应用于其中的软硬件配置、学习和使用、信息获得、网上支付、信息安全、物流配送、售后



服务以及商品在生产 and 流通过程中所需的费用总和。

1. 技术成本

电子商务的技术成本包括软硬件成本、学习成本和维护成本。电子商务是各种技术结合的产物，昂贵的投资、复杂的管理、高昂的维护费用使得一些企业望而却步。面对客户无力应付复杂的技术平台和高昂的软硬件配置的实际问题，ASP 这个新兴行业随之兴起。它以系统、人才匮乏的民营企业作为开展业务的主要对象，同时一些大企业也对 ASP 发生了兴趣。但这种租赁式服务的价格和质量能否为企业接受，能在多大程度上降低企业的电子商务技术成本，还有待于实践验证。

2. 安全成本

在任何情况下，交易的安全总是人们关心的首要问题，如何在网上保证交易的公正性和安全性、保证交易方身份的真实性、保证传递信息的完整性以及交易的不可抵赖性，成为推广电子商务的关键所在。而上述交易的一系列安全要素，必须有一系列的技术措施来保证。目前，安全标准的制定、安全产品的研制以及安全技术的开发为解决网上交易的安全问题起到了推动作用。而这些用于交易安全的协议、规章、软件、硬件、技术的使用及其学习和操作定会加大电子商务运营的成本。

3. 配送成本

在电子商务中最难解决的就是物流配送。物流配送从经营电子商务的公司中分离出来而由专门的物流代理公司去经营将成为发展方向。目前，邮政系统正着手营造一个庞大的物流配送网络，准备担当起这个角色，在这方面它们有独特的优势。

物流配送代理的独立操作也将引发一些新的问题，双方的配合至关重要，但一些涉及物权归属、风险责任、费用成本、产品



质量、争议解决方面的法律问题也将浮出水面。

物流配送是电子商务的重要和最后环节，是电子商务的目标和核心，也是衡量电子商务成功与否的一个重要尺度。物流配送需要有商品的存放网点，需要增加运输、配送人员的开支，由此而增加的成本应该经过仔细核算。有人认为，企业要增加的仅仅是配送成本，而节省的则是库存成本和店面成本。要知道，店面成本虽然节省了，但是存放网点的增加和配送所需要的其他开支能在多大程度上降低总成本，仍然需要在实践中摸索，而且，库存仍然是必需的。

4. 客户成本

电子商务的客户成本，指的是顾客用于网上交易所花费的上网、咨询、支付直到最后商品到位所花的费用总和，这是一种完全依赖网络的服务，只要消费者一开始享受这样的服务，就要承担每小时数元钱的最低成本，还不包括添置相应硬件设备和学习使用的费用。这种费用虽然不列入商家的运营成本，但是作为用户成本，却是影响电子商务发展的重要因素。比如说，在网上购买一个电熨斗可以便宜 5 元，但用户用于网上浏览、查询、挑选、支付所花费的费用要用去 6 元，用户就会放弃网上购物的方式。电子商务虽然孕育着巨大的商机，但利润的真正实现，仍需要经过详尽的论证。

5. 法律成本

毋庸置疑，电子商务的发展面临着大量的法律问题，例如：

- 1) 网上交易纠纷的司法裁定、司法权限；跨国、跨地区网上交易时法律的适用性、非歧视性等；
- 2) 安全与保密、数字签名、授权认证中心 (CA) 管理；
- 3) 网络犯罪的法律适用性：包括欺诈、仿冒、盗窃、网上