

高职高专通用教材
G Z G Z

E-BUSINESS APPLICATION TECHNOLOGY

电子商务 应用技术

刘冬 黄达安 编著



暨南大学出版社
Jinan University Press

E-BUSINESS APPLICATION
TECHNOLOGY

电子商务

应用技术

主 编 王 强



清华大学出版社

高职高专通用教材

G Z G Z

E-BUSINESS APPLICATION
TECHNOLOGY

电子商务

应用技术

■ 刘 冬 黄达安 编著



暨南大学出版社

Jinan University Press

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务应用技术/刘 冬, 黄达安编著. —广州: 暨南大学出版社, 2005. 8

ISBN 7-81079-567-8

I. 电… II. ①刘…②黄… 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 (2005) 第 053589 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 编辑部 (8620) 85226521 88308896 85226593
营销部 (8620) 85225284 85228291 85220602 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心
印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16
印 张: 22.75
字 数: 460 千
版 次: 2005 年 8 月第 1 版
印 次: 2005 年 8 月第 1 次
印 数: 1—6000 册

定 价: 36.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社营销部联系调换)

前言

2003年,一场突如其来的SARS极大地影响了人们的生活、学习和工作,然而就在传统商务活动受到极大负面影响的同时,电子商务这种新兴的商务形式却呈现出快速增长的趋势。也可以说,正是SARS使人们深切体会到电子商务的优势,也使中国的电子商务进入了又一个新的复苏期。

各种相关信息技术(计算机技术、通信技术和网络技术等)的快速发展深刻地影响着人类社会的各个方面,而人类自古以来的经济活动也产生了又一次重要的变革——电子商务。电子商务是传统的商务活动与先进的信息技术结合的产物,它的出现既是科学技术进步的体现,更是经济全球化、信息化的体现。反过来,电子商务也必将极大地促进经济全球化、信息化的进一步发展。

电子商务虽然是一种全新的商务模式,但它已经成为了当今因特网最大的应用热点,也已经成为当今世界上最热门的商务领域。各国政府部门、相关机构都在不遗余力地推行电子商务。

基于以上对电子商务重要性的理解,为了适应电子商务迅速发展对电子商务相关专业人才的需求,我们特地编写了这本《电子商务应用技术》。

全书共分为九章,各章所包含的主要内容如下:

第一章:电子商务概述。介绍电子商务的概念、基本功能、特点和优点,同时对电子商务的起源和发展以及电子商务的支撑环境作了介绍,最后还介绍了我国电子商务发展现状及存在问题。

第二章:电子商务的平台技术。介绍了电子商务网站的网络环境与实现技术。

第三章:电子商务系统分类及模式。介绍了电子商务的分类、基于EDI技术的电子商务和基于Internet的电子商务以及所涉及的EDI技术等方面的知识。

第四章:电子商务的支付系统。介绍了电子支付的概念、当前电子支付的主要方式、实现电子支付的主要系统、网上银行以及实例。

第五章:电子商务安全管理与技术。介绍电子商务系统所涉及的安全知识和技术,包括安全协议、密码学和数据加密技术、数字签名和认证技术、防火墙和虚拟专用网VPN技术、病毒防范和黑客防范技术。

第六章:电子商务与网络营销。介绍网络营销的相关知识,主要包括目前主

流的网络营销技巧、网络营销的策略以及网络广告。

第七章：电子商务与现代物流。介绍物流的概念和管理、网络时代的现代物流和物流信息化、电子商务与现代物流之间的关系以及电子商务物流实例。

第八章：电子商务案例分析。介绍当前比较流行的电子商务系统的解决方案以及国内外著名的电子商务网站。

第九章：电子商务网站建设与实例。介绍电子商务网站建设的概念、商务网站建设流程、商务网站的网页设计、具体的商务网站的建设实例。

全书内容循序渐进，使读者在学习电子商务理论和电子商务技术知识的基础之上，通过电子商务案例的分析与实例的学习做到理论联系实际，突出了本书的实用性。并且每章均配有各类相关习题、上机题及参考答案，同时还配有课件，方便老师教学或广大读者自学。

本书可作为各类高等职业技术学院和高等专科学校的经济管理类专业、计算机相关专业的电子商务概论课程的教材或参考书。此外，本书也适合各类从事电子商务的实践工作者、政府工作人员以及各级管理人员等相关专业人士学习参考。

参加本书编写的还有晨曦、黄文焘。由于电子商务是一门新兴的学科，它处于不断变化和发展的过程中，加之笔者水平有限，书中存在缺点不足之处在所难免，竭诚欢迎读者批评指正。

编 者

2005 年 4 月

目 录

前 言	(1)
第一章 电子商务概述	(1)
1.1 电子商务的概念	(1)
1.2 电子商务的产生和发展	(9)
1.3 电子商务的支撑环境	(14)
1.4 我国电子商务的现状、发展前景及存在的问题	(24)
第二章 电子商务的平台技术	(30)
2.1 计算机网络基础技术	(30)
2.2 Internet 技术	(36)
2.3 Internet 的主要服务	(47)
2.4 网页开发技术	(52)
2.5 Web 数据库技术	(62)
第三章 电子商务系统分类及模式	(71)
3.1 电子商务系统的分类	(71)
3.2 EDI 电子商务	(74)
3.3 Internet 电子商务	(82)
第四章 电子商务的支付系统	(90)
4.1 电子支付概述	(90)
4.2 电子支付的主要方式	(98)
4.3 实现电子支付的主要系统	(104)
4.4 网上银行	(107)
4.5 电子商务支付系统实例	(114)
第五章 电子商务安全管理与技术	(119)
5.1 电子商务安全概述	(119)

5.2	电子商务的安全协议	(122)
5.3	密码学与加密技术	(129)
5.4	数字签名与认证技术	(133)
5.5	虚拟专用网 (VPN) 技术	(138)
5.6	防火墙技术	(144)
5.7	其他的安全技术	(149)
5.8	实例分析: CA 公司的电子商务安全方案	(152)
第六章	电子商务与网络营销	(156)
6.1	网络营销简介	(156)
6.2	网络营销的技巧	(161)
6.3	网络营销的策略	(163)
6.4	网络广告简介	(167)
第七章	电子商务与现代物流	(171)
7.1	物流概述	(171)
7.2	现代物流与物流信息化	(176)
7.3	电子商务与现代物流	(181)
7.4	电子商务物流实例	(192)
第八章	电子商务案例分析	(200)
8.1	电子商务系统的解决方案	(200)
8.2	电子商务应用案例	(209)
8.3	国内外著名电子商务网站分析	(214)
第九章	电子商务网站建设与实例	(236)
9.1	电子商务网站建设概述	(236)
9.2	电子商务网站的建设流程	(243)
9.3	电子商务网站的网页设计	(253)
9.4	电子商务网站建设实例	(264)
	参考答案	(345)
	参考文献	(360)

第一章 电子商务概述

学习重点

- ◇ 电子商务的定义
- ◇ 电子商务的基本功能和特点
- ◇ 电子商务的政策法规
- ◇ 电子商务的标准体系
- ◇ 我国电子商务发展前景及存在问题

电子商务已经成为当今世界上最热门的商务领域，它把传统的商务活动与先进的网络技术结合起来，成为全新的商务模式。顾名思义，电子商务内容包含两个方面：一是电子方式；二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷的现代通信网络以及相关的信息技术，实现企业、商户及消费者的网上购物、网上交易及在线电子支付等商务活动的一种不同于传统商业运营的新型商业运营模式。

本章主要介绍电子商务的基本概念，电子商务的起源和发展，让读者了解电子商务的定义，电子商务所需的支撑环境，电子商务在国内外的发展现状以及我国发展电子商务的前景和策略。

1.1 电子商务的概念

随着电子技术和国际互联网的发展，信息技术作为工具被引入到商贸活动中，产生了电子商务。一般认为，狭义的电子商务（Electronic Commerce，简称EC），即电子交易，主要指利用网络通信等技术进行网上交易活动。而广义的电子商务（Electronic Business，简称EB）指利用各种信息技术电子化整个商务活动，它包括电子交易在内的一切商务活动，它不仅仅只涉及企业之间、企业与企业之间的商务活动，还包括了企业内部之间所发生的商务活动。

1.1.1 电子商务的定义

关于电子商务的定义有多种说法。下面是一些国际组织、政府、公司、学术

团体等所总结的较为全面的定义，在此介绍给大家以供参考。

1. 世界贸易组织电子商务专题报告

电子商务就是通过电信网络进行的生产、经营、销售和流通等活动。它不仅指基于国际互联网上的交易，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。简单地讲，电子商务是指利用电信网络进行的商务活动。世界范围内的政府部门、公众服务机构、电信企业、银行等多种服务机构以及各类企业和数以亿计的个人用户，都开始广泛地参与电子商务活动。

2. 联合国经济合作和发展组织 (OECD)

电子商务是发生在开放网络上的包含企业与企业之间 (Business to Business)、企业和消费者之间 (Business to Consumer) 的商业交易活动。

3. 联合国国际贸易法律委员会 (UNITRAL)

电子商务是采用电子数据交换 (EDI) 和其他通讯方式增进国际贸易的职能。

4. IBM 公司

电子商务 (E - Business) 概念包括三个部分：内联网 (Intranet)、外联网 (Extranet) 和电子商务 (E - Commerce)。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用，不仅仅是硬件和软件的结合，也不仅仅是我们通常意义下的强调交易的狭义的电子商务 (E - Commerce)，而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在国际互联网 (Internet)、内联网 (Intranet) 和外联网 (Extranet) 结合起来的應用。它同时强调这三部分是有层次的。只有先建立良好的 Intranet，建立好比较完善的标准和各种信息基础设施，才能顺利扩展到 Extranet，最后扩展到 E - Commerce。

5. 通用电气公司 (GE)

电子商务是通过电子方式进行商业交易，分为企业与企业间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。企业与企业间的电子商务是以 EDI 为核心技术，增值网 (VAN) 和国际互联网为主要手段，实现企业间业务流程的电子化，配合企业内部的电子化生产管理系统，提高企业从生产、库存到流通 (包括物资和资金) 各个环节的效率。企业与消费者之间的电子商务是以 Internet 为主要服务提供手段，实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

6. 美国政府

电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务的范围将会覆盖全球各国。

总结起来，从宏观上讲，电子商务是计算机网络的又一次革命，是通过电子

技术手段建立起的一种新的经济秩序，它不仅涉及电子技术和商业交易本身，而且涉及到诸如金融、税务、教育等社会其他层面；从微观角度说，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体（生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等）利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商业贸易活动。

从技术方面看，电子商务可以通过多种电子通讯方式来完成。比如你通过电话或发传真等简单的方式来与客户进行商贸活动，似乎也可以称作为电子商务。但是，现在人们所探讨的电子商务主要是以 EDI（电子数据交换）和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟，电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的。所以也有人把电子商务简称为 IC（Internet Commerce）。

从贸易活动的角度分析，电子商务可以在多个环节实现，由此也可以将电子商务分为两个层次，较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等。最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 Internet 网络进行全部的贸易活动，即在网上传信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现。也就是说，你可以从寻找客户开始，一直到洽谈、订货、在线付（收）款、开具电子发票以及到电子报关、电子纳税等都可通过 Internet 完成。

要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面，除了买家、卖家外，还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的，因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版，网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

1.1.2 电子商务的基本功能

电子商务可提供网上交易和管理等商务活动全过程的服务。因此，它具有企业业务组织、信息发布与广告宣传、咨询洽谈、网上定购、网上支付、网上金融与电子账户、信息服务传递、意见征询和调查统计、交易管理等各项功能。

1. 企业业务组织

电子商务是一种基于信息的商业进程，在这一进程中，企业内外的大量业务被重组以便整个企业有效地运作。企业对外通过 Internet 加强了与合作伙伴之间的联系，打开了面向客户的窗口；对内则通过 Intranet 提高业务管理的集成化和自动化水平，以实现高效、快速和方便的业务活动。

2. 信息发布与广告宣传

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和企业信息，以供客户浏览。客户可借助网上的检索引擎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广告宣传。与以往的各类广告

相比,网上的广告成本最为低廉,宣传范围覆盖全球,同时带给顾客最为丰富的信息。

3. 咨询洽谈

在电子商务活动中,顾客可以借助非实时的电子邮件(E-mail),新闻组(News Group)和实时的讨论组(BBS)来了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的交互平台来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式,利用摄像头,人们甚至可以在网络中传输实时的图片和视频片段。

4. 网上订购

电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送实现网上的订购。

网上的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单。当客户填完订购单后,系统会通过发送电子邮件或其他的方式来通知客户确认订购信息。通常,订购信息会采用加密的方式来传递和保存,以保证客户和商家的商业信息不会泄漏。

5. 网上支付

由于支付是商务活动中的基本需求,电子商务要成为一个完整的过程,网上支付便是一个重要的环节。客户和商家之间可采用数字货币、数字支票、信用卡系统来实施支付,网上支付比起传统的支付手段更为高效和方便,也可省略交易中很多人员的开销。不过,由于网上支付涉及到机密的商业信息,所以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。

6. 网上金融与电子账户

网上的支付必须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户的一种标志。而其可信度需配以必要技术措施来保证。如数字凭证、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。

7. 信息服务传递

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。而最适合在网上直接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。

8. 意见征询和调查统计

电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件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。同时,企业在网上采用调查的方式,可以了解市场的发展前景;通过统计交易的数

据, 可以了解顾客的爱好。

客户的反馈意见和商务信息调查统计不仅能提高售后服务的水平, 更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

9. 交易管理

由于在商务活动中, 整个交易的管理将涉及到人、财、物多个方面, 如企业和企业、企业与客户及企业内部等各方面的协调和管理。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。

1.1.3 电子商务的特点

电子商务是 Internet 爆炸式发展的直接产物, 是网络技术应用的全新发展方向, 是一种全新的商务模式。Internet 本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点, 也成为电子商务的内在特征, 并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值, 它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动, 而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

电子商务的特性可归结为以下几点: 商务性、服务性、集成性、可扩展性、普遍性、方便高效性、安全性和协调性。

1. 商务性

电子商务最基本的特性为商务性, 即提供买卖交易的服务、手段和机会。网上购物提供一种客户所需要的方便途径。因而, 电子商务对任何规模的企业而言, 都是一种机遇。

就商务性而言, 电子商务可以扩展市场, 增加客户数量。通过将万维网信息连至数据库, 企业能记录下每次访问、销售、购买形式和购货动态以及客户对产品的偏爱, 这样企业就可通过统计这些数据来获知客户最想购买的产品是什么。

2. 服务性

在电子商务环境中, 客户不再受地域的限制, 像以往那样, 忠实地只做某家邻近商店的老主顾, 他们也不再仅仅将目光集中在最低价格上。因而, 服务质量在某种意义上成为商务活动的关键。技术创新带来新的效果, 万维网应用使得企业能自动处理商务过程, 并不再像以往那样强调公司内部的分工。现在 Internet 上许多企业都能为客户提供完整服务, 而万维网在这种服务的提高中充当了催化剂的角色。

企业通过将客户服务过程移至万维网上, 使客户能以一种比过去便捷的方式完成过去他们较为费事才能获得的服务。如将资金从一个存款户头移至一个支票户头, 查看一张信用卡的收支, 记录发货请求, 乃至搜寻并购买稀有产品, 这些

都可以足不出户而实时完成。

显而易见,电子商务提供的客户服务具有一个明显的特性:方便。这不仅对客户来说如此,对于企业而言,同样也能受益。我们不妨来看这样一个例子,比利时的塞拉银行,通过电子商务,使得客户能全天候地存取资金,快速地阅览诸如押金利率、贷款过程等信息,这使得服务质量大为提高。

3. 集成性

集成性也称为完整性。电子商务是一种新兴产物,其中用到了大量新技术,但并不是说新技术的出现就必然导致老设备的死亡。万维网的真实商业价值在于协调新老技术,使用户能更加行之有效地利用他们已有的资源和技术,更加有效地完成他们的任务。

电子商务的集成性,还在于事务处理的整体性和统一性,它能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率,也提高了系统运行的严密性。

4. 可扩展性

要使电子商务正常运作,必须确保其可扩展性。万维网上有数以百万计的用戶,而传输过程中,时不时地会出现高峰状况。倘若一家企业原来设计每天可受理40万人次访问,而事实上却有80万,就必须尽快配备一台扩展的服务器,否则客户访问速度将急剧下降,甚至还会拒绝若干次可能带来丰厚利润的客户的来访。

对于电子商务来说,可扩展的系统才是稳定的系统。如果在出现高峰状况时能及时扩展,就可以大大地降低系统阻塞的可能性。电子商务中,耗时仅2分钟的重新启动也可能导致大量客户流失,因而可扩展性可谓极其重要。

5. 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。

6. 方便高效性

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、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。

7. 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。

8. 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、

零售商间的协调,在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作,才能保证电子商务的整个过程顺利完成。

1.1.4 电子商务的优点

电子商务综合运用信息技术,以提高贸易伙伴间商业运作效率为目标,将一次交易全过程中的数据和资料用电子方式实现,在商业的整个运作过程中实现交易无纸化、直接化。电子商务可以使贸易环节中各个商家和厂家更紧密地联系,更快地满足需求,在全球范围内选择贸易伙伴,以最小的投入获得最大的利润。

电子商务与传统的商务活动方式相比,具有以下几个优点。

1. 交易虚拟化

通过 Internet 为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无须当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。对卖方来说,可以到网络管理机构申请域名,制作自己的主页,组织产品信息上网。而虚拟现实、网上聊天等新技术的发展使买方能够根据自己的需求选择广告,并将信息反馈给卖方。通过信息的交互传递,签订电子合同,完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

2. 交易成本低

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,无须中介者参与,减少了交易的有关环节。

(3) 卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下做广告、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) 互联网使买卖双方即时沟通供需信息,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(Intranet)可实现“无纸办公(OA)”,提高了内部信息传递的效率,节省时间,并降低管理成本。通过互联网络把其公司总部、代理商以及分布在其他国家的子公司、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,降低存货费用,采用高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. 交易效率高

由于互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理,将原料采购、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,而在最短的时间内完成。传统贸易方式中,用信件、电话和传真传递信息,必需有人的参与,且每个环节都要花不少时间。有时由于人员合作和工作时间的问题,会延误传输时间,失去最佳商机。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

4. 交易透明化

买卖双方从交易的洽谈、签约以及货款的支付、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,假的许可证就不易漏网。海关 EDI 也帮助杜绝边境的假出口、兜圈子、骗退税等行径。

5. 提升企业竞争力

电子商务使得许许多多的中小企业也可以通过网络实现全天候、国际化的商务活动,通过网络进行宣传、营销,可以创造更多的销售机会,以此来提高企业的竞争力。

6. 促进经济全球化

电子商务使得世界各地的人们都可以了解到国际上的商业信息,加速了信息沟通和交流,促进国际商务活动的开展,跨国商务活动变得越来越频繁,符合经济全球化的发展趋势。

1.1.5 电子商务的主要应用领域

电子商务系统作为信息流、物流、资金流的实现手段,应用极其广泛,尤其适于以下场合的应用:

- (1) 国际旅游和各国旅行服务行业:例如旅店、宾馆、饭店、机场、车站的订票、订房间、信息发布等一系列服务;
- (2) 传统的出版社和电子书刊、音像出版部门;
- (3) 网上商城:批发、零售商品,汽车、房地产、拍卖等的交易活动;
- (4) 计算机、网络、数据通信软件和硬件生产商;
- (5) 进行金融服务的银行和金融机构,持有各种电子货币或电子现金者(例如电子信用卡、磁卡、智能卡、电子钱包等持有者);
- (6) 进行小规模现金交易的金融组织和证券公司;

(7) 政府机关部门的电子政务：电子税收、电子商检、电子海关、电子政府管理；

(8) 信息公司、咨询服务公司、顾问公司；

(9) 分布在全世界的各种应用项目和服务项目等。

1.2 电子商务的产生和发展

当国际互联网（Internet）在全球范围兴起的时候，一个由传统商务活动与新兴网络技术相结合的商务模式产生了，这便是电子商务。

1.2.1 电子商务的产生

电子商务最早产生于20世纪60年代，大规模发展于20世纪90年代，其产生和发展的重要条件主要有以下几个方面。

1. 经济全球化的发展

经济全球化是指世界各国的经济在生产、分配、消费各个领域所发生的一体化趋势。经济全球化促进跨国公司的发展，国际范围的商务活动变得频繁，而且国际贸易成为各国经济发展的重要组成部分。

经济全球化促使人们寻找合适的方式来满足这种商务活动，电子商务应运而生，并以其独特的优势成为这场革命中的重要力量，在国际商务活动中扮演着越来越重要的角色。

2. 计算机和网络技术的发展、普及和广泛应用

近30年来，计算机的处理速度越来越快，处理能力越来越强，价格越来越低，应用越来越广泛，这为电子商务的应用提供了基础。

由于国际互联网逐渐成为全球通信与交易的媒体，全球上网用户呈级数增长趋势，快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

3. 信用卡和电子金融的普及应用

信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段，并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统，使“一卡在手、走遍全球”成为可能，同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

各大银行也都看到了电子商务的发展前景，纷纷推出了支持在线交易的电子金融服务，在安全技术的保障下，电子银行的发展解决了商务活动中的支付问题，成为促进电子商务发展的强大动力。

4. 电子安全交易协议的制定和安全技术的发展

1997年5月31日，由美国VISA和Mastercard国际组织等联合指定的SET