



劳动和社会保障部职业技能鉴定推荐教材

21世纪 规划教材
高等职业教育 双证系列

电子商务基础教程

主编 \ 罗 明 张敬伟

上海交通大学出版社

劳动和社会保障部职业技能鉴定推荐教材

21世纪高等职业教育 规划教材
双证系列

电子商务基础教程

主 编 罗 明 张敬伟

副主编 袁江军 成志军

范 明 文 科

主 审 朱小立

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书根据高职电子商务概论教学大纲和助理电子商务师(国家职业资格三级)国家职业标准的要求,系统地介绍了电子商务基础的相关知识,包括电子商务概述、Internet 基础知识、电子支付系统、电子商务的安全与管理、电子商务虚拟市场及其运营、B to C 电子商务、C to C 电子商务、B to B 电子商务、电子商务与物流、网络营销、电子商务合同的法律规范和电子商务网站的规划与建立等内容。本书的编写在高职电子商务“双证教育”中走出一条创新之路,内容结合了近年来电子商务发展的新情况,并配套《电子商务实训教程》作为本教材的实训指导教材。

本书可作为高等职业教育电子商务专业的教材,也可以作为助理电子商务师(国家职业资格三级)的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础教程/罗明、张敬伟主编. —上海:上海交通大学出版社,2007(2008 重印)

(21 世纪高等职业教育规划教材双证系列)

ISBN 978-7-313-04841-7

I. 电… II. ① 罗… ② 张… 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(2007)第 105866 号

电子商务基础教程

罗 明 张敬伟 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

立信会计出版社常熟市印刷联营厂印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:18.5 字数:343 千字

2007 年 7 月第 1 版 2008 年 2 月第 2 次印刷

印数:3 051~6 100

ISBN 978-7-313-04841-7/F·680 定价:30.00 元

版权所有 侵权必究

21 世纪高等职业教育规划教材双证系列编委会电子商务专业委员会

顾 问: 冯拾松 (金华职业技术学院)

主 任: 罗 明 (杭州万向职业技术学院)

成 员: (以下按姓氏笔画为序)

马贵平 (四川达州职业技术学院)

王自勤 (浙江经济职业技术学院)

王绍军 (济南铁道职业技术学院)

文 科 (南京工程高等专科学校)

邓 平 (湖南生物机电职业技术学院)

朱延平 (江苏海事职业技术学院)

李国强 (武汉工交职业学院)

张立群 (浙江育英职业技术学院)

张敬伟 (浙江长征职业技术学院)

张 震 (渤海船舶职业学院)

范生万 (安徽工商职业学院)

胡华江 (金华职业技术学院)

袁江军 (浙江经济职业技术学院)

蒋一清 (无锡工艺职业技术学院)

彭连刚 (长沙航空职业技术学院)

前 言

电子商务是自然科学与社会科学相互交叉、科学与技术相互渗透而形成的一门新兴学科,是一门涉及计算机科学、信息科学、经济科学、管理科学、社会科学等多门学科的交叉学科。近几年来,电子商务发展迅猛,无论在网站、营销、支付、商法等方面都发生较大的变化。高等职业教育电子商务专业的教学目标是培养具有扎实的经济、管理、信息科学技术方法手段及市场营销和电子商务理论知识,能够使用现代信息和网络技术开展市场研究、信息传递、网上商务系统建设、广告设计、网络营销与贸易及网上支付和结算等商务活动,具有独立分析和解决问题能力的实用型的人才。本书是高等职业教育电子商务及相关专业学生获取学历证书和助理电子商务师(国家职业资格三级)国家职业资格认证证书相结合的学习用书。对电子商务专业的学生不仅可以学习与本专业相关的理论,同时又能学到必须掌握的技能。适合于作为高等职业教育电子商务及相关专业和助理电子商务师(国家职业资格三级)学习和培训的教材。

本书根据高职电子商务概论教学大纲和国家助理电子商务师(国家职业资格三级)国家职业标准的要求,系统地、全面地介绍电子商务基础的相关知识,包括电子商务概述、Internet 基础知识、电子支付系统、电子商务的安全与管理、电子商务虚拟市场及其运营、B to C 电子商务、C to C 电子商务、B to B 电子商务、电子商务与物流、网络营销、电子商务合同的法律规范和电子商务网站的规划与建立等内容。

本书由罗明、张敬伟担任主编,负责拟定全书的思路、框架和统稿。由袁江军、成志军、范明、文科担任副主编,朱小立任主审。具体参加撰稿的有浙江长征职业技术学院的张敬伟(第1章)、安徽工商职业学院刘亚男(第2章)、浙江经济职业技术学院纪琳(第3章、第4章)、杭州万向职业技术学院罗明(第5章)、陈惠源(第6章)、浙江育英职业技术学院袁江军(第7章、第8章)、杭州万向职业技术学院范明(第9章)、长沙航空职业技术学院彭连刚(第10章)、南京工程高等专科学校文科(第11章)、湖南生物机电职业技术学院成志军(第12章)。

本书在编写过程中,得到浙江大学博士生导师汪斌教授、硕士生导师柴彭颐教授、金华职业技术学冯拾松教授、浙江经济职业技术学院王自勤副教授、安徽

工商职业学院范生万副主任、无锡工艺职业技术学院蒋一清副教授等专家的关心、指导和大力帮助,在此我们表示衷心的感谢!本书还参阅、引用了有关著作、教材和电子商务网站的成果与资料。在此,一并致以由衷的感谢!

限于编写人员水平有限，其中若有不妥和疏漏之处，恳请各位专家、学者和广大读者批评指正。

目 录

1 电子商务概述	1
1.1 电子商务的基本概念	1
1.2 电子商务的产生与发展	8
1.3 电子商务的分类	18
1.4 电子商务的功能及其对社会的影响	22
思考与练习	25
2 Internet 基础	26
2.1 Internet 的基础知识	26
2.2 web 基本知识	30
2.3 Internet 的应用	34
思考与练习	40
3 电子支付系统	41
3.1 电子支付概述	41
3.2 电子现金	43
3.3 信用卡	47
3.4 电子支票	52
3.5 电子钱包	54
3.6 网络银行	58
3.7 第三方支付平台	64
思考与练习	66
4 电子商务的安全与管理	67
4.1 电子商务安全问题概述	67
4.2 电子商务的安全控制要求和安全体系结构	70
4.3 数字机密性技术	75

4.4	数字摘要技术.....	81
4.5	数字签名技术.....	82
4.6	数字时间戳.....	84
4.7	电子商务认证技术.....	85
4.8	常用的电子商务安全协议.....	90
	思考与练习.....	95
5	电子商务虚拟市场及其运营	96
5.1	电子虚拟市场的概念.....	96
5.2	电子虚拟市场分类.....	102
5.3	电子虚拟市场运营模式.....	108
5.4	电子虚拟市场的法律规范.....	113
5.5	电子虚拟市场的影响.....	115
	思考与练习.....	118
6	B to C 电子商务.....	119
6.1	B to C 电子商务的基本概述	119
6.2	B to C 电子商务的交易流程	124
6.3	B to C 电子商务的模式及其典型运作方式	129
6.4	B to C 模式创新	135
	思考与练习.....	139
7	C to C 电子商务	140
7.1	C to C 电子商务概述	140
7.2	C to C 的电子商务模式	141
7.3	C to C 电子商务涉及的环节及一般流程	145
7.4	C to C 模式的发展潜力	155
	思考与练习.....	155
8	B to B 电子商务.....	156
8.1	B to B 电子商务概述	156
8.2	B to B 电子商务的一般流程	162
8.3	B to B 电子商务的发展趋势	170
	思考与练习.....	171

9 电子商务与物流	172
9.1 物流的基本知识.....	172
9.2 电子商务与物流的关系.....	179
9.3 电子商务企业的物流模式.....	189
9.4 国外电子商务下先进物流模式案例.....	192
9.5 电子商务条件下的配送.....	194
思考与练习.....	199
10 网络营销	200
10.1 网络营销概述.....	200
10.2 网络商务信息采集与处理.....	206
10.3 网络广告.....	217
10.4 网络促销.....	221
思考与练习.....	227
11 电子商务法律法规.....	228
11.1 国际电子商务法概述.....	228
11.2 电子合同法律制度.....	235
11.3 电子签名和电子认证法律制度.....	239
11.4 电子支付法律制度.....	243
11.5 电子商务知识产权法律制度.....	248
11.6 电子商务中消费者权益保护法律问题.....	253
思考与练习.....	256
12 电子商务网站的规划与建立	257
12.1 电子商务系统的框架.....	257
12.2 建立商务网站的步骤.....	262
12.3 商务网站设计与制作.....	269
12.4 商务网站案例分析.....	277
思考与练习.....	282
参考文献	283

1 电子商务概述

本章将从电子商务的基本概念入手,分别介绍电子商务的特点及其功能对社会发展的影响,电子商务的分类,早期电子商务、现代电子商务和电子商务的国内外现状及发展趋势研究内容和意义进行介绍,为学生进一步学习电子商务的基本理论奠定基础。

本章学习要求

- 了解电子商务的基本概念;
- 熟悉电子商务的产生与发展;
- 掌握电子商务的分类、电子商务的功能及其对社会的影响。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 电子商务的定义

今天,互联网以其他任何技术无法比拟的速度发展着,其用途也越来越广泛,特别是在商务应用方面有着广阔的前景。电子商务这一名词成为各种媒体及人们生活、工作中出现频率最高的用词之一。然而,正是互联网的高速发展及其广阔的商务应用前景,人们对它的认识尚不能与其发展速度同步。再加上人们的出发点不同及切入点的差异,对电子商务的解释及定义,更是仁者见仁、智者见智,没有一个公认的统一的定义。

1.1.1.1 对电子商务的各种定义

1) 各国对电子商务的定义:

(1) 美国政府在其《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出,电子商务是指通过 Internet 进行的各项商务活动,包括:广告、交易、支付、服务等活动,电

子商务将涉及世界各国。

(2) 加拿大电子商务协会给电子商务的定义是, 电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账, 它还包括公司间和公司内利用 E-mail, EDI、文件传输传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能(如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判)。

(3) 《中国电子商务蓝皮书: 2001 年度》认为, 电子商务是指通过 Internet 网完成的商务交易。交易的内容可分为商品交易和服务交易, 交易是指货币和商品的易位, 交易要有信息流、资金流和物流的支持。

(4) 中国电子商务协会发布的《中国电子商务发展分析报告》认为, 电子商务是以电子形式进行的商务活动。它在供应商、消费者、政府机构和其他业务伙伴之间通过电子方式(如电子函件、报文、万维网技术、电子公告牌、智能卡、电子资金转账、电子数据交换和数据自动采集技术等)实现非结构化或结构化的商务信息的共享, 以管理和执行商业、行政和消费活动中的交易。

2) 国际组织对电子商务的定义:

(1) 欧洲经济委员会在比利时首都布鲁塞尔举办了全球信息社会标准大会, 会上明确提出了电子商务的定义: 电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成的任何形式的业务交易。这里的电子方式包括电子数据交换(EDI)、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件、传真、网络、电子公告系统条码、图像处理、智能卡等。

(2) 世界贸易组织(WTO)认为, 电子商务是通过电子方式进行货物和服务的生产、销售、买卖和传递。这一定义奠定了审查与贸易有关的电子商务的基础, 也就是继承关贸总协定(GATT)的多边贸易体系框架。

(3) 联合国经济合作和发展组织(OECD)认为, 电子商务是通过数字通信进行的商品和服务的买卖以及资金的转账, 包括 E-mail、文件传输、传真、电视会议和远程计算机联网所能实现的全部功能。

(4) 全球信息基础设施委员会(GIIC)的电子商务工作委员会认为, 电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动, 通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响。企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民和企业家都能自由地参加广泛的经济活动, 其中包括各行各业及政府的服务业。

3) 著名 IT 企业对电子商务的定义:

(1) IBM 提出了一个电子商务的定义公式, 即: 电子商务=Web+IT。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)结合起来的应

(2) 惠普提出电子商务是以现代扩展企业为信息技术基础结构, 电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界 E-World, $EW=EC(\text{Electric Commerce})+EB(\text{Electric Business})+EC(\text{Electric Consumer})$ 。惠普电子商务的范畴按定义包括所有可能的贸易伙伴: 用户、商品和服务的供应商、承运商、银行保险公司以及所有其他外部信息源的受益人。

1.1.1.2 电子商务的定义的界定

纵览上述定义, 可以看出, 它们只是从不同角度, 不同范围来提出各自的观点。这中间的差异主要在于技术手段和所覆盖的业务活动范围。有的定义内涵较为广泛, 如 OECD、GIIIC 和 HP 给出的概念, 在技术手段上它们强调包括一切电子手段, 而在业务活动范围上提出“所能实现的全部功能”、“广泛的经济活动”和“EB”(Electric Business)。从这个意义上讲, 电报、电话、电视、超级市场中使用的 POS 机都可以作为电子商务的拉动手段, 利用这些手段进行的企业各项管理活动也都属于电子商务。但大多数定义还是将电子商务限定在使用计算机网络特别是互联网进行的商业交易活动, 这也是有其道理的。因为只有在计算机网络, 特别是 Internet 普及的今天, 才能使得电子商务得到如此广泛的应用, 也使得商业模式发生了根本性的转变。总的来说, 目前人们对电子商务的定义大体分为两类: 狭义电子商务和广义电子商务。

狭义的电子商务(E-Commerce)主要是指运用 Internet 开展的交易或与交易直接相关的活动。E-Commerce 通过使得交易涉及的各方当事人借助电子方式联系, 而无需依靠纸面文件完成单据的传输, 实现整个交易过程的电子化。从技术手段看, E-Commerce 以电子信息技术、网络互联技术和现代通信技术电子交易方式代替了当面交换或直接面谈方式进行的交易。从业务活动范围来看, E-Commerce 涵盖的业务包括: 市场营销、售前售后服务、销售、支付、运输等。

广义的电子商务(E-Business)是指运用 IT 技术对整个商务活动实现电子化。E-Business 将利用 Internet、Intranet 和 Extranet 等各种不同形式的计算机网络以及其他信息技术进行的所有企业活动都归属于电子商务, 也就是说, 广义电子商务不仅包括企业间的商业活动, 还包括企业内部的各种管理活动, 如生产、管理、财务等, 涵盖了贸易、经营、管理、服务和消费等各个业务领域。企业资源规划或管理信息系统(ERP/MIS)、供应链管理(SCM)、物流管理(LM)、客户关系管理(CRM)等都可以看成是电子商务的应用形式。而且, 随着广义电子商务观念的发展, 人们提出了在网络化的基础上重塑各类业务流程, 实现电子化、网络化的运营方式。它包括从原材料的查询、采购、产品的展示、订购到产品制造、储运以及电子支付等一系列贸易活动在内的完整电子商务的概念。

电子商务的核心内容是商务、计算机处理和网络。其中,计算机处理是手段,网络是载体,商务是内容和目的。简单地说,电子商务就是指利用计算机网络进行的商务活动。电子商务系统是指商务活动的各方,包括商店、消费者、银行或金融机构、信息公司或证券公司以及政府等,利用计算机网络技术全面实现在线交易电子化的过程。

1.1.2 电子商务的特点

商务活动的核心是信息活动,在正确的时间和正确的地点,与正确的人交换正确的信息是电子商务活动成功的关键。在传统的商务活动中,信息的主要形式是以纸为载体的文字信息,而电子商务则是使用计算机网络来交换信息,信息的重要形式是电子数据。与传统的商务活动相比,电子商务有以下几个显著的特点:

1.1.2.1 交易突破时空

Internet 覆盖全球,已经成为一种无边界的媒体,在世界任何地点、任何时间都可以通过 Internet 获得所需信息。传统的商务活动受时间和地点的限制,而 Internet 上的虚拟商店可以 7 天×24 小时,用户可以非常方便地获得商品和服务,这使商务活动向任何时间、任何地点、任何方式的 3A(Anytime, Anywhere, Anyway)全方位服务方面前进了一大步。

1.1.2.2 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,无需当面进行,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。通过信息的推拉互动,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。

1.1.2.3 交易成本低

所有信息化电子商品,既可主动散发信息,又可以接受需求者的查询,无需再担负促销广告费用。同时,可以很好地实现“零库存”,什么时候卖出货,什么时候才进货。电子商务令许多企业,尤其是中小企业对其非常感兴趣。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，无需中介者参与，减少了交易的有关环节。

3) 卖方可通过因特网进行产品介绍、宣传，避免了传统方式下做广告、散发印刷品等大量费用。

4) 电子商务实行“无纸贸易”，可减少 90% 的文件处理费用。

5) 因特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 Internet 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做出反应，即时生产，即时销售，降低存货费用，采用产销快捷的配送公司提供交货服务，从而降低产品成本。

7) 传统的贸易平台是贸易店铺，新的电子商务贸易平台则是 Internet 网络或办公室。

8) 由于因特网是国际开放性网络，使用费用很便宜，一般来说，其费用不到企业在公用数据通信网的基础上建立专用网络 VAN 的四分之一。

1.1.2.4 交易效率高

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。信息处理和传递的速度明显加快，对原料采购、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也无须人员干预，可以在最短时间内完成。传统贸易方式中，用信件、电话和传真传递信息必须有人的参与，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。

1.1.2.5 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。

1.1.3 电子商务的基本组成

电子商务活动过程中,完整的电子商务包括信息流、商流、资金流和物流等四种基本组成元素。强调四种流的整合,其中信息流贯穿商品交易的始终,在一个更高的位置对商品流通的整个过程进行控制,记录整个商品活动过程,决定商流和物流,引导向资金流,是进行经营决策的重要依据。

1.1.3.1 电子商务的组成部分

电子商务以下部分组成(见图 1.1):

1) 网络:包括 Internet、Intranet、Extranet 网络。Internet 是电子商务的基础,是商务、业务信息传递的载体;Intranet 是企业内部服务活动的场所;Extranet 是企业与用户进行商务活动的纽带。

2) 电子商务用户:包括企业用户和个人用户、企业用户建立 Intranet、Extranet 和 MIS.对人、财、物、产、供、销进行科学管理。个人用户利用浏览器、电视机顶盒、PDA(Personal Digital Assistance)和 Visual TV 等接入 Internet 获取信息和购买商品等。

3) 认证中心:是法律承认的权威机构,负责发放和管理电子证书,使网上交易的各方都能够互相确认身份。电子证书是一个包含证书持有人的个人信息、公开密钥、证书序号、有效期和发证单位的电子签名等内容的数字文件。

4) 配送中心:接受商家的要求,组织运送商品,跟踪商品流向,将商品送到消费者手中。

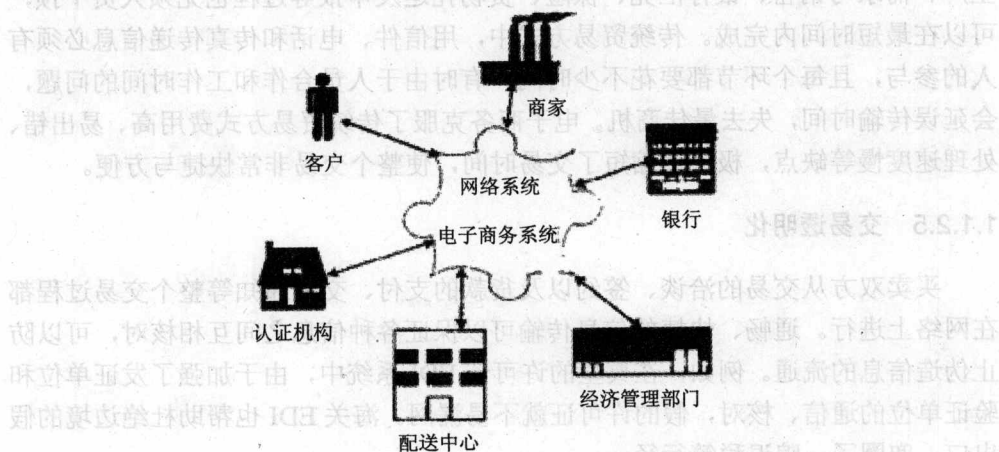


图 1.1 电子商务的组成

5) 网上银行: 网上银行在网上实现买卖双方结算等传统的银行业务, 为商务交易中的用户和商家提供全天的实时服务。

6) 商务活动的管理机构: 包括工商、税务、海关和经贸等部门。

1.1.3.2 电子商务关键组成要素

电子商务关键组成要素(见图 1.2)如下:

1) 信息流: 是通过网络以及通信设备进行的信息交换。既包括商品信息、技术支持信息、售后服务信息、企业资信信息等的传递过程, 也包括询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商务贸易单证信息的传递过程。还包括如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等。

2) 资金流: 指资金的转移过程。包括付款、转账等。

3) 商流: 指商品交易过程中发生的有关商品所有权的转移。包括合同及各种单证的签订。

4) 物流: 指物质实体(商品或服务)的流动过程, 具体指运输、储存、配送、装卸、保管、物流信息管理等各种活动。是“四流”中较为特殊的一种。

在电子商务环境下, 信息流、商流和资金流都可以通过计算机和网络实现。

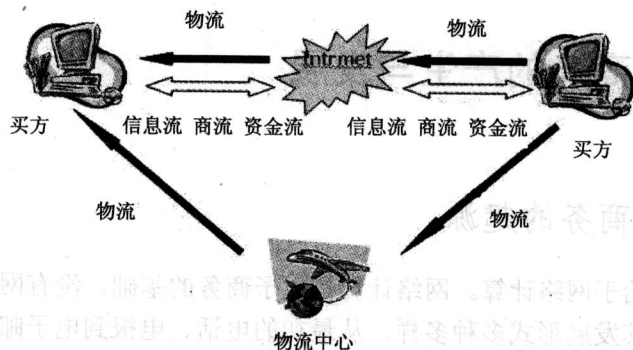


图 1.2 电子商务关键组成要素的运动

1.1.3.3 电子商务的交易过程

商贸实务运作过程是企业具体进行一个商贸交易过程中的实际操作步骤和处理的過程。

1) 交易前的准备: 传统商务模式中, 商品的供应方的营销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息。对于商品的需求者和消费

者来说,要尽可能得到自己所需要的商品信息,来充实自己的进货渠道。在电子商务营销模式中,交易的供需信息都是通过交易双方的网址和网络主页完成的,双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。

2) 贸易的磋商:在传统商贸活动,双方进行口头磋商或在贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或 邮寄等。电子商务中的贸易磋商过程将纸面单证在网络和系统的支持下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:在传统商务活动中,贸易磋商过程经常通过口头协议来完成的,在磋商过程完成后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商贸合同,来确定磋商的结果和监督监督执行。电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统的功能保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性,并且在第三方授权的情况下具有法律效应,可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

4) 资金的支付:传统商贸业务中的支付一般有支票、现金、汇票、本票的结算方式。电子商务中交易的资金支付采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式以在网上支付的方式进行。

1.2 电子商务的产生与发展

1.2.1 电子商务的起源

电子商务始于网络计算。网络计算是电子商务的基础。没有网络计算,就没有电子商务。其发展形式多种多样,从最初的电话、电报到电子邮件以及其后的 EDI,都可以说是电子商务的某种发展形式。

电子商务的发展有其必然性和可能性。传统的商业是以手工处理信息为主,并且通过纸上的文字交换信息,但是随着处理和交换信息量的剧增,该过程变得越来越复杂,这不仅增加了重复劳动量和额外开支,而且也增加了出错机会,在这种情况下需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务;另一方面,计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用导致了 EDI 和 Internet 的出现和发展,全球社会迈入了信息自动化处理的新时代,这又使得电子商务的发展成为可能。

在必然性和可能性的推动下,电子商务得到了较快发展,特别是近两年来其