

 数字时空
IGISPACE

数字时空电子商务系列丛书

电子商务模拟与实验教程

——学生用书

冯军 主编

北方交通大学网络管理研究中心
北京数字时空科技发展有限公司

F7
10



803268

F7
3

电子商务模拟 与 实验教程

——学生用书



贵阳学院图书馆



GYXY803268

北方交通大学网络管理研究中心
北京数字时空科技发展有限公司

前 言

电子商务的大潮已经席卷了世界每一个角落,从最初的 IT 圈向外迅速扩散。如今电子商务已经不再是遥远的海市蜃楼或者一个时髦的概念,而是每一个想要在今后获取巨大发展空间的企业最实用的选择。然而,在专业人员短缺已成为众所周知事实的 IT 界,电子商务专业人才的匮乏、青黄不接问题更是突出。如今,无论是新兴的 COM 公司还是传统企业都张开双臂,全力拥抱电子商务人才。

需求会自动创造供给,经济学家这么告诉我们,而现实也一再验证这么一点。电子商务一时成为社会上最热门的专业。而需求一旦形成,也就引起众人争食这个越来越有“钱景”的电子商务教育市场大饼。一起来啃这张“大饼”的机构大体有三:高等院校、职业教育机构和社会培训机构。

和社会上各种名目繁多的培训班及自学考试比起来,正规高等院校中的电子商务教育或许算得上是电子商务教育的象牙塔,无论是在常人看来还是用人单位的眼中比起其他形式的电子商务教育要更有份量和正规一些。那么,高等院校是否真的是 EC 教育的天堂呢?去看看清华大学 MBA 的电子商务课程教育吧。电子商务社会培训机构要赢利生存,实行完全的市场化运作,他们必然对这张“大饼”有最强的食欲、最大的胃口,他们是如何推进电子商务教育,并让消费者把口袋里的钱掏出来的?

目前,无论是谁作为电子商务教育的供给者,都还存在诸多问题。我们在“寻找电子商务专家”过程中发现了这许许多多的问题,师资力量、课程教材设计、文凭证书颁发、市场规范等等。所以我们应该对电子商务教育热潮有更多的冷思考,认识问题才能进一步解决问题。

电子商务,最热门的专业乎?是的,面对目前书市上各种名目的电子商务教材与教程,我们姑且不去评说它的优缺点,但是,电子商务这门课岂能是讲讲书本和理论就行了,电子商务课程具有很强的操作性和实践性。为此,配合电子商务模拟软件和实验的教程就应用而生。我们这套教程起着抛砖引玉的作用,希望各位同仁多提宝贵意见。

作为当前 IT 热点和未来信息产业的发展方向,电子商务的优越性显而易见。当企业利用网络,把企业的业务系统和顾客、供应商、销售商以及其商贸环节联为一体,直接在网上完成从进货到销售的完整商业行为,也就实现了电子商务。

企业不但可以通过网络,直接接触成千上万的新用户,而且能随时与遍及

世界的贸易伙伴进行交流合作，从根本上精简了商业环节，降低了运营成本，并提高了运营效率。企业的利润和竞争力，得到前所未有的提高，更拥有一个商机无限的网络发展空间。

在向用户提供电子商务解决方案方面，数字时空具有无可争议的优势。数字时空是全球最优秀的信息技术解决方案供应商和最先进的软件技术开发商，同时也是唯一一家已在电子商务领域进行大规模投资的大型信息技术企业。在与电子商务密切相关的所有领域，数字时空都有领先的技术、产品与服务。

数字时空在电子商务的实施中积累了丰富的经验。1999 年以来，数字时空与其业务伙伴合作，已经协助分布在全国各地的一百多家企业完成了从传统商务到电子商务的转变。在以后出版的电子商务解决方案成功案例分析集里，您可以看到数字时空在全国各地帮助客户实施电子商务的实际案例。

数字时空还一直致力于把它先进的电子商务解决方案介绍给教育界的广大用户。在 2000 年 2 月份，数字时空就提出将电子商务作为 2000 年以及今后公司业务的重点。从那时开始，数字时空就和它的合作伙伴一起，在电子商务领域开始进行一系列大胆的尝试。在这本实验书中，您也可以看到数字时空在帮助学校实施电子商务教学与实验中的许多宝贵实践。

电子商务不是一个概念或稍纵即逝的理论，它已在世界各地运行，已成为今天的现实的活动。为配合各教育单位的电子商务教学活动，数字时空特推出《电子商务模拟与实验教程》教师与学生用书，我们衷心希望，通过这本实验书，您能更多地了解电子商务教学的有关方法。

另外，数字时空将所收录的国内外近 30 个案例以金融、电信、政府、交通、旅游、商品流通和媒体/工商等行业进行划分，从“商业问题”、“解决方案”、“特点”、“获益”等不同角度对每一案例进行剖析，言简意赅，通俗易懂，技术资料详实地出版一本成功案例集。我们衷心希望，通过这本成功案例集，您能更多地了解全球电子商务领域最新的发展状况，同时也了解数字时空对学校和企业电子商务普及和发展的坚定承诺。

数字时空期待着与您共同携手，迎接电子商务的美好明天！

目 录

前言

第一章 电子商务实验概论	(1)
1.1 电子商务的时代背景	(1)
1.2 电子商务教学	(1)
1.3 重要的一环:实验课程	(4)
1.4 电子商务实验课的远程教学方式	(5)
第二章 电子商务流程模型	(6)
1、电子商务流程	(6)
1.1 电子商务通用交易过程	(6)
1.2 个人消费者的购物过程	(9)
1.3 企业——企业电子商务交易过程	(10)
2、电子商务的运行模式	(11)
3、电子商务模型的模拟软件	(14)
3.1 总体方案与设计	(14)
3.2 模块开发与说明	(17)
第三章 电子商务的实现	(23)
1、电子商务的内容	(23)
1.1 电子商务的概念模型	(23)
1.2 电子商务的交换模型	(24)
1.3 电子商务的四个主要参与者	(26)
1.4 电子商务的三种基本形式	(27)
2、电子商务的一般框架	(29)
3、电子商务对社会的影响	(32)
3.1 对商业企业的影响	(32)
3.2 对工业企业的影响	(35)
3.3 对最终消费者的影响	(38)
3.4 对金融机构的影响	(39)
3.5 对政府机构的影响	(41)
3.6 对社会经济的影响	(41)
3.7 电子商务的标准化问题	(42)
4、电子商务流程与模式	(46)

4.1 传统商务运作方式	(46)
4.1.1 商务活动主体	(46)
4.1.2 商务活动内容	(47)
4.1.3 传统商务运作方式的特点	(48)
4.2 传统商务流程	(48)
4.2.1 商场商务流程	(49)
4.2.2 连锁超市商务流程	(49)
4.3 电子商务流程	(50)
4.3.1 电子商务通用交易过程	(52)
4.3.2 个人消费者的购物过程	(53)
4.3.3 企业—企业电子商务交易过程	(56)
4.4 电子商务对传统商务管理的挑战	(56)

第四章 电子商务教学模拟实验系统 e-Tutor	(59)
一、系统版本介绍	(59)
二、系统要求	(59)
三、系统总体结构介绍	(59)
四、e-Tutor 系统中的各个角色:	(61)
1、银行:	(61)
2、EDI 信息中心:	(63)
3、物流中心:	(65)
4、网上商场:	(67)
5、网上生产厂家:	(70)
6、个人消费者:	(74)
五、电子商务教学模拟系统 e-Tutor 的操作流程说明:	(74)
(一) BTOC(个人消费者购买商场产品)的流程图及步骤	(74)
(二) 企业对企业的电子商务(BTOB)交易流程及步骤举例	(76)
1、BTOB(企业对企业的供与需过程)的流程图	(76)
2、BTOB(企业对企业的供与需过程)的操作步骤	(77)
3、BTOB 流程举例的具体操作步骤:	(78)
六、e-Tutor 电子商务模拟系统的教学管理	(82)

第五章 电子商务教学模拟实验系统 e-Tutor 学生手册	(84)
1、成功的电子商务在线商业计划	(85)
1.1 你想在网上做生意然后占据你所听说过的数十亿美元的市场份额吗	(85)
1.2 开始	(86)
1.3 多种可行的方式	(86)
1.4 最好的计划	(87)
1.5 销售和市场循环	(88)
1.6 “商业规则”文档——公司制度	(88)

1.7 需求文档	(89)
2、拥有电子商务学习认证 万向金额的阶梯	(90)
2.1 电子商务学习及专业的认证已成趋势	(90)
2.2 IT 业十大热门职位	(91)
3、电子商务基础知识回顾	(92)
3.1 什么是电子商务	(92)
3.2 电子商务怎么做	(94)
3.3 电子商务从何而来	(97)
3.4 电子商务带来了什么	(98)
3.5 为什么要开展电子商务	(100)
3.6 企业电子商务:时不我待	(104)
3.7 开展电子商务会有哪些风险	(105)
3.8 电子商务的发展趋势	(106)
4、电子商务教学模拟实验系统 e-Tutor 操作	(109)
4.1 学生注册与登录	(109)

第六章 电子商务教学模拟实验系统 e-Tutors 八个实验 (112)

实验 1:网上商场	(112)
实验 2:B2C 实验	(126)
实验 3:网上工厂	(139)
实验 4:网上物流	(148)
实验 5:网上银行	(158)
实验 6:网上 EDI 中心	(168)
实验 7:互动的 B2B 实验	(175)
实验 8:自己动手建企业网站	(200)

附录 1:电子商务法规汇编 (203)

附录 2:部份案例分析 (242)

附录 3:高等教育自学考试电子商务专业实践性环节实施办法 (248)

附录 4:网络安全与中国 CA 认证中心简介 (262)

第一章 电子商务实验概论

1.1 电子商务的时代背景

Internet 的产生和发展,是人类历史上最重要的革命之一,它不仅发生在技术领域,而且完全改变了人们的生活方式和思维方式,也改变了企业的生产经营方式。一个网上生活,网上交易的电子商务时代已经来临。

21 世纪将是电子商务的时代。

1.2 电子商务教学

越来越多的人想要了解网络经济时代的企业经济管理模式,越来越多的企业希望聘用相关领域的人才。我们看到,企业对既懂技术又精通电子商务经营管理的高级人才求之若渴,从而,网络经济时代的电子商务教育已经迫在眉睫。电子商务的迅猛发展必然带来对电子商务人才的巨大需求,为高校发展提供了巨大机会。

电子商务教学的重要性已被教育界的同仁认同。在这种情形下,如何进行电子商务教学,培养时代需要的电子商务人才,成为教育界关注的焦点。

根据电子商务的三大流动特性:信息流、资金流、物质流和由此产生的相关问题:法律问题、安全问题、信任问题直至实现电子商务的目的:效率化这样一条主线,很多学校已安排了很好的教学计划,并开始实施。

需求会自动创造供给,经济学家这么告诉我们,而现实也一再验证这么一点。电子商务一时成为社会上最热门的专业。而需求一旦形成,也就引起众人争食这个越来越有“钱”景的电子商务教育市场大饼。一起来啃这张“大饼”的机构大体有三:高等院校、职业教育机构和社会培训机构。

那么谁能成为赢家呢?谁能紧跟时代把握潮流脉搏而把电子商务教学质量搞得最好?电子商务的教学是门实践性很强的专业。我们看到有许多的学校已经开始进行了有益的尝试,如与电子商务企业合作,联合办学,真是一条好路子。例如:对外经济贸易大学工商管理学院与北京启明星辰电子商务有限公司联合举办电子商务研究生课程进修班,培养网络经济时代的 MBA。

也有学校采取多方位的教学,如课程采用全新的教学方式——远程教育,打破了传统上时间和空间的局限,充分体现网络的资讯快捷、资源共享、双向交互的优势,本身就是电子商务在教育上的真正应用。

进入网络教育,成为网络经济时代的电子商务和工商管理人才,是现代人实现自身价值最大化的最佳途径,把握时代先机,成功与梦想就在你的眼前。

[教学对象]

- 在校学生和对电子商务有兴趣并有一定基础的毕业生。
- 企业投资者和经营管理者: 他们的企业已经在传统商业运行模式下取得成功,希望尽早涉足电子商务领域,以此在信息时代赢得和保持竞争优势。
- 创业者: 网络时代的创业者普遍年轻、具有开拓精神、富有想象力,中国的比尔盖茨和杨致远将在他们当中出现,要实现这样的梦想,必须掌握包括电子商务在内的先进技术和全新的经营管理理念。
- 希望在 IT 行业发展事业的个人: 中国严重缺乏高水平的经营管理人才,这一事实引发了 MBA 教育在国内的迅速发展,持有 MBA 学位的人在人才市场极为走俏。进入网育、成为网络经济时代的电子商务人才,意味着轻易获得满意的工作和高收入。

[电子商务课程及设置]

在职人员及在校学生在深造电子商务和企业管理专业时应该上些什么课程呢?

我们认为开设以下必修课、学位课(约二十几门)较为理想。

[课程设置 Course Schedule (讨论稿)]

大学企业管理(研究方向:电子商务、国际企业管理、市场营销、财务管理、人力资源管理)) 研究生课程进修班选定如下课程:

- 学位课:
社会主义市场经济研究
高级商务英语
微观经济学
管理学原理
- 必修课:
财务会计、财务管理、营销学原理、国际营销学、应用统计、管理会计、国际企业战略管理、国际金融、供应链管理、国际财务管理、人力资源管理、中国对外贸易政策、电子商务概论、互联网营销、互联网经济学、电子商务法律法规、**电子商务实验与操作实践**、电子商务解决方案讲座、风险投资与公开上市

- 基础课程
 - 引言：电子商务简介
 - 第一部分：客户关系管理
 - 第二部分：电子化采购
 - 第三部分：供应链管理
 - 第四部分：电子营销
 - 第五部分：需求链研究
 - 第六部分：运输与物流管理
 - 第七部分：电子化结算
 - 第八部分：企业实例
 - 知识管理
 - 电子商务组织机构设计
 - 企业对企业电子商务培训课程
 - 企业电子商务发展战略
 - 选修课
 - 案例分析，如：
 - 题目：思科等著名企业电子商务概述
 - 普华永道(PWC)、数字时空电子商务教程
 - 成功电子商务网站评价
- 学完后，学员应具备如下能力：
- 1、对电子商务领域的投资项目和企业进行(价值评估) 精确分析投资成本及投资回报；
 - 2、为不同种类的商品销售和服务销售建立适当方式的电子商务系统并形成管理体系；
 - 3、建立会计报告和财务管理系统以支持企业开展电子商务，并对网络销售行为提供法律意见咨询；
 - 4、评估并选择各种网络工具和技术以完成完整的电子商务解决方案，例如，安全交易软件、数据库系统、客户软件、金融机构分析工具等；
 - 5、评估电子商务系统面临的安全风险并形成安全策略。

1.3 重要的一环：实验课程

电子商务及网络教育在教育领域里的一场空前的革命。根据电子商务的主要业务课程，电子商务专业的主要实践教学环节有以下五个模块：

- 网络技术基础；
- 网页设计、制作、管理
- 编程及数据库管理
- 管理信息系统
- 电子商务中的商务与管理
- 综合训练

网络技术以操作系统和网络课程为主线，安排学生了解和掌握操作系统网络的安装、使用、配置及管理。

网页设计与制作：掌握网页和一般网站设计的技术和常用软件操作。

编程及数据库管理：学习面向对象的程序设计方法，掌握一种数据库的使用和管理，最好是 SQL Server 或 ORACLE。

管理信息系统：完成一个小型管理信息系统的分析与设计。

电子商务中的商务与管理：开设电子商务模拟实验课程，采用数字时空电子商务模拟实验系统 e-Tutor，约 20-28 学时，在实验环境下实现网上企业从客户管理、商品在线分类与查询、促销、采购定单、支付到系统后台管理的全过程，为今后实际从事电子商务打下坚实基础。

综合性的教学实践可以安排在毕业设计环节。它帮助电子商务专业的学生接近最后的学习目标：学习具体建设电子商务系统和管理它的技术，这需要综合运用学生大学期间学习的专业知识。

实验教学是未来教育的主流之一。

美国约有 80 所大学允许通过网络及实验获得学位，在中国，一项对北京、上海、广州等地的调查显示，有 40.5% 的人认为实训是未来最好的教育方式。

以电子商务(实验操作教育)的方式传授网络经济时代的工商管理知识，是教学的最佳选择。充分体现网络的资讯快捷、资源共享、(双向交互)的优势。

可以说，不通过电子商务实验操作教育学习，就不能真正成为网络经济时代的电子商务人才。

数字时空的电子商务模拟教学系统 e-Tutor 是属于智能教学系统 - Intelligent Tutor System (另一种提法是“计算机智能教学，ICAI - Intelligent Computer Aided Instruction) 的范畴。智能教学系统是以人工智能科学、认知科学和思维科学为理论基础来研究人类的学习、思维过程和特征。它注重已有知识及专家经验的系统推理和教学策略，有助于学生智力开发和能力培养，对改进教学质量有着深刻的影响。

智能教学系统的基本模式可分为操练型、对话型、测试型、模拟型等等。前三类在现有的多媒体教学方案中已经有不同程度的应用。模拟型智能教学系统研究开发有一定

难度,投入教学应用的并不多见,而能经受实践检验并长盛不衰的模拟型教学系统就更为少见。

模拟型智能教学系统为学生提供一种任其自由探索的环境,要求学生运用已学过的知识,通过分析、综合等推理过程,发现前所未知的规律。这类教学系统不象常见多媒体教学系统那样是围绕“知识讲解”来设计,而是通过激发学生的求知欲来达到学习的目的。它的要点不是“教”而是“学”。与电子商务管理专业有关的模拟型智能教学系统在国外也不多见,有国内已开发的模拟实训,有各种各样的系统。但是,当这些系统有的是国外翻版,由于知识产权(源代码保密)原因,国内用户又无法根据需要修改系统,难以有更新升级的能力,所以其生命力不强。有的是基于 DOS 或传统的 C/S 结构,只是表格的传递而不是基于 WEB/服务器的结构,不是真正意义上的电子商务模拟,绝大多数经不起时间的检验。除了结构不合理以外,很多系统本身并不完善。一个模拟型智能教学系统须经过多次改进完善、经历较长时间才能成熟。

根据近年来的《电子商务模拟系统》的教学实践证明,模拟型智能教学系统具有直观、高效、启发性强、更接近实际的优点,因此在深入开发方面,可考虑:

- 扩大其应用的学科领域
- 不断更新其教学内容以适合企业改革、发展需要
- 紧跟教学改革、信息技术和学科发展潮流,创新其系统。使电子商务教学在现有基础上形成体系,创立特色和风格。

1.4 电子商务实验课的远程教学方式

学员通过访问网站上的远程教育栏目,便进入虚拟教室。

教师将电子版的课件存入电子白板,电子白板与 Internet 相连。当教师按下电子白板的保存按钮后,可将白板中的板书内容以 JPEG 格式传到 Web 服务器的指定目录。学员可通过 internet 浏览,进行在线授课。

学生只要接入 Internet,访问相关网站,输入个人密码,Web 的考试系统会自动生成试卷,自动批卷。可以从任何地点进行在线考试。系统实时纪录考生的考试状态,若考生因网络失败而导致考试的异常中断,其可以在下次登录到系统中时,自动恢复到上次考试的中断点。

学员通过访问网站,输入个人密码,可以浏览教师在 Web 中发布的,预先编辑好的基于各种媒体的作业如:文本、图片和语音,完成并提交作业。

登录到远程教育系统的用户(学生、教师)可以通过 Web,在同一时间,进行在线讨论、在线答疑。在教师的指引下,可以共同浏览感兴趣的网页内容,并就网页上的内容进行交流。

数字时空愿在不久的将来帮助各教学单位实现通过在线授课,在线讨论,在线考试……等教学方式以网上远程教学的方式,为普及电子商务及相关知识的教学做出自己的贡献。

第二章 电子商务流程模型

电子商务模型

【概述】本章主要阐述电子商务的流程和电子商务的运行模式；针对电子商务的模型，介绍一套电子商务模型的模拟软件，通过对该软件的分析，使读者能够深入的了解电子商务的环节和过程，理解参与电子商务的各方的商务内容和在电子商务中的地位。

1、电子商务流程

电子商务模式可以从消费者或从销售商两个方面考虑。从消费者来看，贸易活动指出了在一个采购者在购买一个产品或服务时所发生的一系列活动。从销售商来说，贸易模式定义了定货管理的循环，指出了系统内为了完成消费者的订单所采取的一切措施。

商务流程对于电子商务系统是十分重要的。商务流程是指企业在具体从事一个商贸交易过程中的实际操作步骤和处理过程。这一过程如果按照前面所述的组织内部管理活动的几种典型方式来分析，可细分为：事务流，即商贸交易过程中的所有单据和实务操作过程；物流，即商品的流动过程；资金流，即交易过程中资金在双方单位（包括银行）中的流动过程。

1.1 电子商务通用交易过程

一、交易前的准备

这一阶段主要是指买卖双方和参加交易各方在签约前的准备活动。

- (1) 买方根据自己要买的商品，准备购货款，制定购货计划，进行货源市场调查和 market 分析，反复进行市场查询，了解各个卖方国家的贸易政策，反复修改购货计划和进货计划，确定和审批购货计划。按计划确定购买商品的种类、数量、规格、价格、购货地点和交易方式等，尤其要利用 Internet 和各种电子商务网络寻找自己满意的商品和商家；
- (2) 卖方根据自己所销售的商品，召开商品新闻发布会，制作广告进行宣传，全面进行市场调查和 market 分析，制定各种销售策略和销售方式，了解各个买方国家的贸易政策，利用 Internet 和电子商务网络发布商品广告，寻求贸易伙伴和贸易机会，扩大贸易范围和商品所占市场的份额。其它参加交易各方有中介方、银行

金融机构、信用卡公司、海关系统、商检系统、保险公司、税务系统、运输公司，也都为进行电子商务交易做好准备。

在电子商务系统中，信息的交流通常都是通过双方的网址和主页来完成的。这种信息的沟通方式无论从效率上，还是从时间上都是传统方法无法比拟的。这一过程可用图 3-1 来表示。

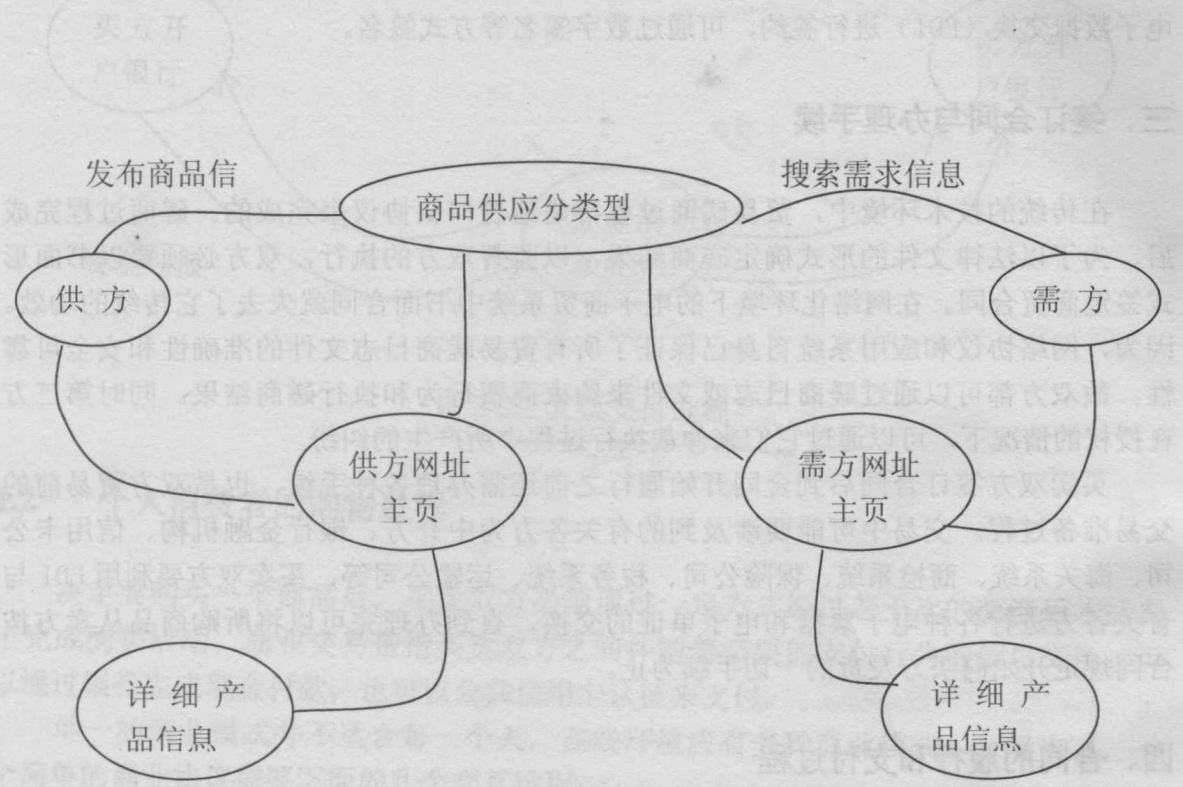


图 3-1 网络环境下的信息供需实现方式

二、交易磋商

在商品的供需双方都了解到了有关商品的供需信息后，具体商品交易磋商过程就开始了。在传统的工业化社会中，贸易磋商过程往往都是贸易单证的传递过程。这些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。通过邮寄的单证传递是贸易磋商中很费时费力的过程，特别是在贸易磋商回合较多的情况下更是如此。用电话虽然能够达到磋商的目的，但是磋商的结果仍然需要用传递纸面单证的方式来完成。用传真虽然能够达到直接传递纸面单证的目的，但是传真的安全保密性和可靠性不足，一旦发生贸易纠纷，传真件不足以作为法庭仲裁的依据。故在传统的技术条件下，邮寄就成了重要贸易文件传递的唯一途径。

在网络化环境下整个商贸磋商的过程可以在网络和支持下完成。原来商贸磋商中的单证交换过程，在电子商务中演变为记录、文件或报文在网络中的传递过程。

各种各样的电子商务系统和专用数据交换协议自动地保证了网络信息传递的准确性和安全可靠。

电子商务的特点是可以签订电子商务贸易合同。交易双方可以利用现代电子通信设备和通信方法,经过认真谈判和磋商,将双方在交易中的权利、所承担的义务,对所购买商品的种类、数量、价格、交货地点、交货期、交易方式和运输方式、违约和索赔等合同条款,全部以电子交易合同方式做出全面详细的规定,合同双方可以利用电子数据交换(EDI)进行签约,可通过数字签名等方式签名。

三、签订合同与办理手续

在传统的技术环境中,贸易磋商过程都是通过口头协议来完成的。磋商过程完成后,为了以法律文件的形式确定磋商结果,以监督双方的执行,双方必须要以书面形式签定商贸合同。在网络化环境下的电子商贸系统中书面合同就失去了它传统的功效。因为,网络协议和应用系统自身已保证了所有贸易磋商日志文件的准确性和安全可靠。故双方都可以通过磋商日志或文件来约束商贸行为和执行磋商结果。同时第三方在授权的情况下,可以通过它们来仲裁执行过程中所产生的纠纷。

买卖双方签订合同后到合同开始履行之前还需办理各种手续,也是双方贸易前的交易准备过程。交易中可能要涉及到的有关各方为中介方、银行金融机构、信用卡公司、海关系统、商检系统、保险公司、税务系统、运输公司等,买卖双方要利用 EDI 与有关各方进行各种电子票据和电子单证的交换,直到办理完可以将所购商品从卖方按合同规定开始向买方发货的一切手续为止。

四、合同的履行和支付过程

这一阶段是从买卖双方办完所有各种手续之后开始,卖方要备货、组货,同时进行报关、保险、取证、信用等,卖方将所购商品交付给运输公司包装、起运、发货。买卖双方可以通过电子商务服务器跟踪发出的货物,银行和金融机构也按照合同,处理双方收付款、进行结算,出具相应的银行单据等,直到买方收到自己所购商品,完成整个交易过程。

传统商贸业务中的支付过程有二种形式:一种是支票方式,这种方式多用于企业的商贸过程;另一种是现金方式,这种方式比较简单,常用于企业(主要是商业零售业)对个体消费者的商品零售过程。在实际操作过程中,现金支付方式非常简单,而支票方式则较为复杂,它涉及到双方单位和它们的开户银行等多家单位,如图 3-2 所示。

这种资金支付过程在网络环境下将会有很大的改变。改变的结果是,原支票支付方式被电子支付方式所取代;原现金支付方式被信用卡方式所取代。

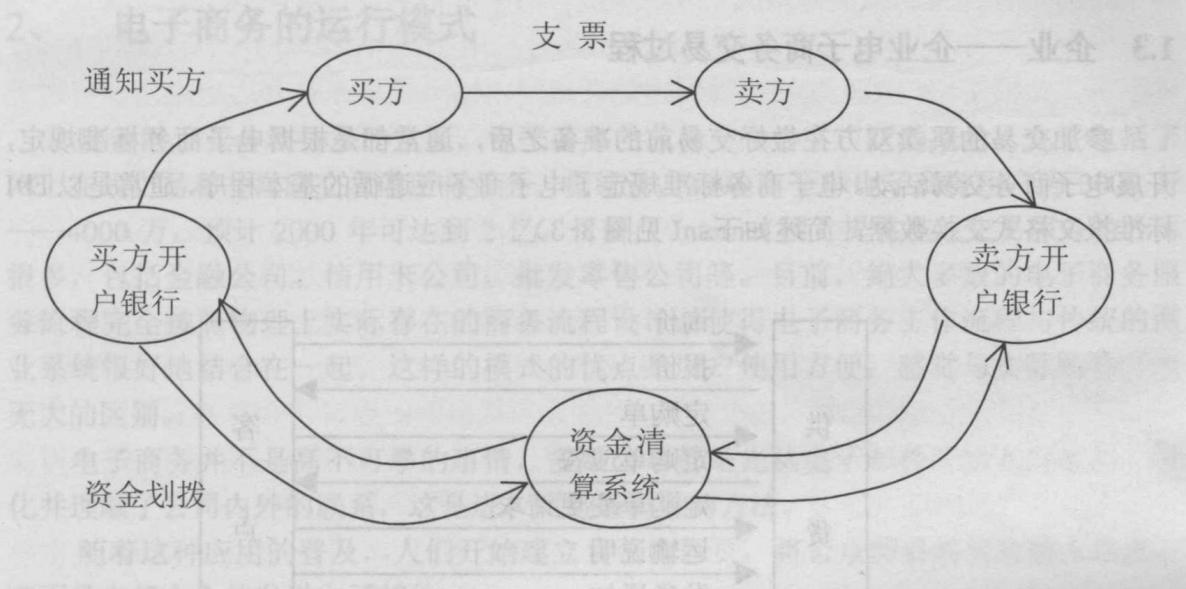


图 3-2 支票支付过程

1.2 个人消费者的购物过程

决定要购买一个商品后，买卖双方必须通过一定方式经过若干次的交涉后才能真正完成购买活动。商业交易是指买卖双方之间伴随着必要的支付行为的信息交换。可以通过银行完成现金付款，也可以公共信用卡认证来支付。

单一的商业模式并不适合每一个人，在线环境应有多种商业模式。一般来说，一个简单的商业协议需要下面的几个交互过程：

- ① 买方与卖方就购买产品问题进行接触。这个对话可以在线交互完成—Web、E-mail、电话等。
- ② 销售商报价。
- ③ 买方和卖方进行谈判（讨价还价）。
- ④ 如果满意，买方以双方同意的价格签署付款协定，将信息加密。
- ⑤ 卖方进入帐务服务来验证加密后的付款细节。
- ⑥ 帐务服务将付款细节解密，检查买方的余额及信用情况，扣除要转帐的总金额（帐务服务需要与买方银行联系）。
- ⑦ 帐务服务给卖方开绿灯，提交货物，并发送一个标准化的信息来描述交易的细节。
- ⑧ 收到货物后，买方签署和发送数据，卖方帐务服务完成交易。在帐务服务的最后，买方收到一个交易单。

1.3 企业——企业电子商务交易过程

参加交易的买卖双方在做好交易前的准备之后，通常都是根据电子商务标准规定，开展电子商务交易活动。电子商务标准规定了电子商务应遵循的基本程序，通常是以 EDI 标准报文格式交换数据，简述如下：（见图 3-3）



图 3-3 电子商务交易程序

- ①客户方向供货方提出商品报价请求（REQOTE），说明想购买的商品信息。
- ②供货方向客户方回答该商品的报价（QUOTE），说明该商品的报价信息。
- ③客户向供货方提出商品定购单（ORDERS），说明初步确定购买的商品信息。
- ④供货方对客户提出的商品定购单的应答（ORDESP），说明有无此商品及规格型号、品种、质量等信息。
- ⑤客户方根据应答提出是否对定购单有变更请求（ORDCHG），说明最后确定购买商品信息。
- ⑥客户向供货方提出商品运输说明（IFTMIN），说明运输工具、交货地点等信息。
- ⑦供货方向客户出发货通知（BESADN），说明运输公司、交货地点、运输设备、包装等信息。
- ⑧客户向供货方回复收货通知（RECADV），报告收货信息。
- ⑨交易双方收发汇款通知（REMADV），买方发出汇款通知，卖方报告收款信息。
- ⑩供货方向客户发送电子发票（INVOIC），买方收到商品，卖方收到货款并出具电子发票，完成全部交易。