



高等院校电子商务专业系列规划教材

电子商务概论

杨风召◎主编

Introduction to
Electronic Business



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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



高等院校电子商务专业系列规划教材

电子商务概论

杨风召◎主编

韩 耀 曹 杰 毛彦妮 曾范清◎参编

Introduction to
Electronic Business

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 杨风召主编. —北京: 电子工业出版社, 2011.1
(高等院校电子商务专业系列规划教材)

ISBN 978-7-121-12383-2

I. ①电… II. ①杨… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 229726 号

责任编辑: 王慧丽

印 刷: 北京市顺义兴华印刷厂

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 19.5 字数: 431 千字

印 次: 2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

电子商务是网络化的新型经济活动,正以前所未有的速度迅猛发展,已经成为主要发达国家增强经济竞争实力、赢得全球资源配置优势的有效手段。过去16年来,中国信息产业增加值年均增速超过26.6%,占国内生产总值的比重由不足1%增加到10%左右。互联网与实体经济不断融合,利用互联网改造和提升传统产业,带动了传统产业结构调整和经济发展方式的转变。据调查,2009年,中国电子商务交易额超过3.6万亿元。电子商务专业化服务体系正在形成,数字认证、电子支付、物流配送等电子商务应用支撑体系正在逐步形成。2010年第一季度,中国电子商务交易额达到了10152.7亿元,单季交易额突破万亿元规模。

随着电子商务的迅速发展,各种新的商业模式和新的电子商务技术不断涌现,社会对电子商务专业人才的需求也逐年增加。在电子商务专业人才培养的课程体系中,“电子商务概论”这门课既可以作为电子商务专业本科生前导性课程,让学生在学习专业课之前对电子商务所涉及的理论和技术有一个概括性的了解,建立起各门专业课之间的有机联系;也可以作为其他专业学生了解电子商务方面有关知识的概论性课程,近些年,该课程已经成为许多经济管理专业类和信息技术类专业学生的重要必修课或选修课之一。本书就是在作者讲述“电子商务导论”和“电子商务概论”两门课程的自编讲义基础上形成的。

本书体例新颖,每章都从一个引导案例开始,引发学生对相关问题的思考,然后通过后续内容的讲解使学生掌握该章的基本概念、理论和技术。最后教师可以引导学生对引导案例进行重新分析,达到深化认识、提高利用所学知识解决实际问题能力的目的。每章都有“学习目标”和“教学建议”,方便教学。还设有“专业术语”、“前沿话题”、“相关链接”等栏目,帮助学生梳理思路、拓展知识面。每章后面附有实验和复习思考题。因此,本书是一本集理论教学、实验教学、案例教学等于一体的立体化教材,能较好地满足电子商务相关课程的理论和实践教学需要。本书多数实验是在高校中广泛使用的奥派电子商务立体化实训平台上进行的,在附录中对该平台进行了简单的介绍。

本书的内容围绕电子商务中的信息流、商流、资金流和物流进行组织,并涵盖了传统企业利用计算机和网络技术从事商务活动的内容。第1章电子商务概述,介绍了电子商务的概念和内涵、电子商务的本质特征、电子商务体系框架及对社会经济的意义等内容;第

2 章电子商务运作模式,讲述电子商务模式、分类、运作流程及盈利模式等内容;第 3 章电子商务系统的体系结构与技术基础,重点讲解电子商务系统的基本结构、网络的基本知识、电子商务系统的设计开发步骤,以及电子商务系统的开发技术和工具等内容;第 4 章电子商务安全技术,介绍常用的计算机网络安全技术及有关电子商务安全的技术;第 5 章电子支付,讲解电子支付的概念和特征、支付系统的构成和功能、各种电子支付方式的使用及网上银行的相关内容;第 6 章电子商务物流,讲述电子商务和物流的关系、电子商务物流的特征、电子商务物流技术等相关知识;第 7 章网络营销,讲述网络营销的概念、特点、模式和过程等相关内容;第 8 章企业电子商务,讲述企业信息管理系统、企业办公自动化系统、电子商务下的客户关系管理和供应链管理等内容。

本书由南京财经大学承担“电子商务导论”和“电子商务概论”课程教学的部分教师集体编写,杨风召担任主编。其中,第 1 章由韩耀编写,第 2 章和第 3 章由杨风召编写,第 4 章和第 5 章由曾范清编写,第 6 章由曹杰编写,第 7 章和第 8 章由毛彦妮编写。在本书的编写过程中,南京财经大学电子商务系的其他老师和部分研究生参与了相关工作,对他们的辛勤付出表示衷心的感谢。由于作者的水平有限加之时间仓促,书中错误和不当之处在所难免,请各位读者不吝赐教。

作 者

2010 年 7 月于南京

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
1.1 从传统商务到电子商务	3
1.2 电子商务的定义	6
1.3 电子商务的产生与发展	10
1.4 电子商务的功能与特征	17
1.5 电子商务对社会经济的影响	22
1.6 电子商务应用的一般框架	28
复习思考题	32
第 2 章 电子商务运作模式	33
2.1 电子商务模式	35
2.2 B2C 电子商务	44
2.3 B2B 电子商务	48
2.4 C2C 电子商务	53
2.5 电子商务企业的商业模型和盈利模式	55
实验 2.1 B2C 电子商务模拟	56
实验 2.2 B2B 电子商务模拟	71
复习思考题	74
第 3 章 电子商务系统的体系结构与技术基础	75
3.1 电子商务系统的基本结构	77
3.2 电子商务网络平台	78
3.3 电子商务应用系统开发技术	88
3.4 电子商务网站建设	96
实验 3.1 局域网组建、配置和管理	105
实验 3.2 互联网接入	109

实验 3.3 互联网使用	112
复习思考题	121
第 4 章 电子商务安全技术	122
4.1 电子商务安全问题	123
4.2 计算机网络安全技术	124
4.3 数据加密与信息安全	130
4.4 电子商务安全认证技术	134
4.5 电子商务安全协议	149
实验 4.1 CA 认证	150
实验 4.2 信用认证	154
复习思考题	160
第 5 章 电子支付	161
5.1 电子支付概述	162
5.2 电子货币	166
5.3 网上银行	172
5.4 第三方支付	175
实验 5.1 电子钱包使用与管理	178
实验 5.2 网上银行	183
复习思考题	187
第 6 章 电子商务物流	188
6.1 电子商务物流概述	190
6.2 电子商务物流系统的组成	193
6.3 电子商务物流模式	201
6.4 电子商务物流技术	211
实验 6.1 第三方物流管理	220
实验 6.2 现代物流技术——GPS 车辆监控调度系统	223
复习思考题	225
第 7 章 网络营销	226
7.1 网络营销的概念	228
7.2 网络营销系统	231
7.3 网络广告	236

7.4 网络营销的模式	243
实验 7.1 域名服务	253
实验 7.2 网络广告	256
实验 7.3 邮件列表	261
复习思考题	264
第 8 章 企业电子商务	265
8.1 企业信息管理系统	267
8.2 企业办公自动化管理	274
8.3 企业客户关系管理	278
8.4 企业供应链管理	286
实验 8.1 企业办公自动化	290
实验 8.2 企业客户关系管理	293
复习思考题	300
附录 A 奥派电子商务立体化实训平台总体介绍	301
参考文献	303

第 1 章

电子商务概述



引导案例

亚马逊书店

1995年7月，在华盛顿社区的一个车库里，Amazon.com悄悄开张了。在十多年后的今天，作为全球最大的电子商务网站，网络公司亚马逊成了电子商务的代名词，而它的发展历程也成为互联网上最著名的一个案例。

一、伟大的构想

1994年的一天，时值30岁的杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）突然惊讶地发现：网络使用正以每年高达2300%的速度暴增，这对他而言是一项重要发现。他开始思考：既然有这样的一种趋势，自己该如何在这样的网络空间创造无穷的商机。他最后得出的结论是：网络完全可以创造更高的顾客价值，这种价值足以催生出一个崭新的经营和消费模式。

随后，贝佐斯得到了好友的支持和父母30万美元退休金的资助，在咨询了创业专家及律师后，于1995年7月成立了亚马逊网上书店。亚马逊书店取得了成功。2006年，亚马逊书店的1700名员工人均销售额38.5万美元，比全球最大的拥有2.7万名员工的Barnes & Noble图书公司要高3倍以上。亚马逊书店的成功也使贝佐斯成为电子商务的传奇人物。《时代》杂志资深评论员彼尔·菲尔兹博士说：“亚马逊是互联网时代的典型象征之一，也是伟大的幸存者。亚马逊的成功得益于其首席执行官贝佐斯的智慧和分析能力。”他还说：“贝佐斯最大的本事是创造和利用了技术，用最佳的消费模式将商品转移到顾客的手中。”

二、以技术为基础

计算机技术专业出身的贝佐斯十分清楚技术的重要性，他的观点是：“现实世界的商店最有力的武器就是地段，地段，地段；而对于网上经营来说最重要的是技术，技术，技术。”这一指导思想自亚马逊公司创建之日起就被不停地强调，直接导致了亚马逊经营中高科技含量不断提高。贝佐斯非常自豪于自己公司的软件，因为其公司的技术软件不断开发创新，竞争者难以望其项背。

2002年,亚马逊推出“网上服务”。通过这种“网上服务”,希望在网上销售商品的商家可以使用亚马逊发明的“一点通”(One-Click)购买系统,迅速查找到某种产品的销售数据。亚马逊还提供一些免费软件,程序员可以在此基础上开发出其他应用软件。

全球化经营的发展,传统销售的变革,使网上销售开始面临巨大的压力。亚马逊于是自主开发“自动化购买程序”的自动化软件,2004年8月投入使用后效果显著,通过该软件,买家可以在最短的时间内准确地预测出产品需求,从而找出最理想的产品供应商。

在信息时代,贝佐斯对技术的执著追求令华尔街侧目。瑞士信贷波士顿第一银行资深评论员菲尔·魏兹认为:“在未来几年,亚马逊的收入将继续保持高速的增长势头。同时,由于精简措施逐步生效,网站产品价格也会进一步下降,而价格的下降反过来又会吸引更多的用户。这样的良性循环将使亚马逊在日益激烈的市场竞争中长期立于不败之地。”

三、以顾客为中心

强调技术的重要性,并不等于对商务和顾客的忽视。相反,在贝佐斯的心目中,顾客关系一直摆在核心的地位,而技术则是更好地为顾客服务的手段。亚马逊成立初期,贝佐斯就有一个想法:创造世界上最重视顾客的公司。事实上,亚马逊一直在为顾客提供方便舒适的网上购物环境。方便购书是亚马逊的最大特色,通过网络,顾客可以任意检索、预览、购买任何书籍。亚马逊通过“一点通”设计,用户只要在该网站买过一次书,其通信地址和信用卡账号就会被安全地存储下来。下次再购买时,顾客只要用鼠标点击一下欲购之物,网络系统就会帮助完成以后的手续,其中包括消费者的收件资料,甚至刷卡付费也可由网络系统代劳。亚马逊公司还利用软件收集顾客在购物爱好和购物历史方面的信息,随时为顾客购买图书提供建议。

从顾客的角度出发,亚马逊提出了LIP(Listen、Invent、Personalize),即聆听、发明、量身定制的企业经营理念。亚马逊认为:“不会聆听顾客的公司肯定无法生存,但单靠聆听,甚至按照顾客要求去做还不够,你得根据需求,推出创新的消费方式,最后,才为顾客量身定做他们的购物天地。比如,你喜欢科幻小说,亚马逊便根据你的买书习惯,为你制造个人界面,推荐你爱看的科幻书。”

四、对未来的展望

可以预期,不断发展的电子商务和电子商务技术会成为亚马逊持续发展的动力和新增长点。亚马逊为了获得更大的成功,正在摆脱零售企业的旧框架,向更广阔的电子商务领域渗透,并致力于与其他网络企业建立广泛和密切的合作关系,而这也正代表了未来电子商务发展的方向。

问题: 亚马逊书店与一般的书店有何不同?这些不同点反映了电子商务的哪些基本特征?亚马逊书店为何能取得成功?

◇ 本章学习目标 ◇

- 理解电子商务的概念及内涵;
- 掌握电子商务的本质特征;
- 认识电子商务的产生与发展对社会经济的影响及其重大意义;
- 了解电子商务体系框架。

教学建议

节	内 容	课 时	讲授重点
1.1	从传统商务到电子商务	0.5	商务活动的内容及其工具的演化
1.2	电子商务的定义	0.5	电子商务的内涵与本质
1.3	电子商务的产生与发展	0.5	电子商务产生的动力与条件
1.4	电子商务的功能与特征	1	电子商务的功能与特征
1.5	电子商务对社会经济的影响	1	电子商务对经济与企业的影响
1.6	电子商务应用的一般框架	0.5	电子商务应用的层次与支柱

1.1 从传统商务到电子商务**1.1.1 什么是商务**

商务,即商业事务。一般所说的商务活动,就是指至少有两方参与的有价物品或服务的协商交换过程,它包括买卖各方为完成交易所进行的各种活动。

商务活动是一种最基本的经济活动。在人类社会发展的过程中,由于社会分工的出现和日益深化,人们各自生产不同的产品,这些产品主要不是为了自己的需要,而是要作为商品进行销售,于是就产生了商务活动。通过商务活动,生产者收回生产的成本,并实现产品价值的增值,从而使整个经济过程得以延续并在延续中不断得到发展。所以,在市场经济的条件下,商务活动是一切经济活动的基础。

1.1.2 商务活动的运作流程**1. 交易准备**

在进行交易之前,买卖双方都需要为交易进行一些准备,包括物质上的准备,如卖方必须备有可供出售的商品,买方必须备有可以用来购买商品的资金,同时还包括信息上的一些准备,如卖方需要了解有哪些可能的买主及这些买主的有关信息,而买方也需要了解有哪些可能的卖主及这些卖主的有关信息。只有掌握了这些信息后,买卖双方才有可能寻

找到合适的交易对象和产品。

2. 交易协商

在经过前一阶段的准备工作，交易双方在确定了可能的交易对象后，就进入交易协商阶段。在这一阶段，交易双方就交易内容及条件等有关事项进行沟通和磋商，向对方传达自己的意愿和要求，并了解对方的意愿和要求，再就各种具体问题进行协商谈判，以消除双方的差距，最后达成一致。

3. 合同签订

如果协商谈判顺利，最后双方能够达成一致，双方即可签订交易合同，将有关约定以法律形式确定下来。合同的作用是为了规范交易双方的行为，避免交易过程中的随意性和不确定性。合同作为具有约束力的正式法律文件，一经签订，双方都必须认真履行。

4. 合同执行

在这一阶段，交易双方按照合同的约定完成交易。卖方按照合同的规定为买方提供符合其要求的产品并通过一定的形式提交给对方，买方则按照规定将一定数额的货款通过一定方式支付给卖方。当这个过程完成后，交易过程也就全部完成。

1.1.3 商务活动的四流

从上面的分析可以看出，在商务活动中实际上存在着四种流：一是商流，即商品的所有权从卖方向买方转移；二是物流，即商品从卖方向买方的流动；三是资金流，即资金从买方向卖方的流动；四是信息流，即信息在交易各方相互之间的流动。在这四种流中，信息流是最为重要的一种流，没有信息流就没有交易，也就不会有商流、物流和资金流的发生。所以，有关信息流的活动是商务活动的最基础和重要的内容。

1.1.4 传统商务的电子化

1. 传统商务的运作流程及其局限

信息流的过程也就是进行信息搜寻、传递和交流的过程，而这一过程必须借助于一定的工具来完成。受到技术条件的限制，传统的商务活动通常只能采取面对面的方式，借助于一些简单的工具，通过一些纸质的文件与单据来传递信息，如图 1-1 所示。



图 1-1 传统商务的运作流程

在当时的技术条件下，传统商务受到很多制约，存在着很多不尽如人意的地方。一是

信息的不完全, 因为由人工搜集信息, 受人的能力限制, 所获得的信息是非常有限的, 不可能得到全部的信息; 二是受到时间和空间的限制, 因为由人来进行交易活动, 其工作时间及活动的空间范围都必然受到一定限制; 三是交易成本很高, 人工的信息搜集、处理和传递效率很低, 因而在交易过程中需要花费大量的人力、物力和财力。

2. 技术进步与商务工具的变革

正是由于传统商务存在着许多局限, 因此人们在商务实践中一直在寻求新的技术和手段, 并将其运用到商务活动中, 以降低商务活动成本, 提高商务活动效率。从历史上看, 商务发展的过程也就是商务技术进步的过程。其中, 电子信息技术的发展和应用, 从早期的电报与电话, 到后来的传真机、计算机, 一直到现在的计算机网络, 包括互联网, 这些技术的发明和应用, 在商务发展的过程中起到了至关重要的作用。这些技术的发明和在商务活动中的应用, 导致了商务工具的不断变革, 促成了商务活动的电子化。如图 1-2 所示。

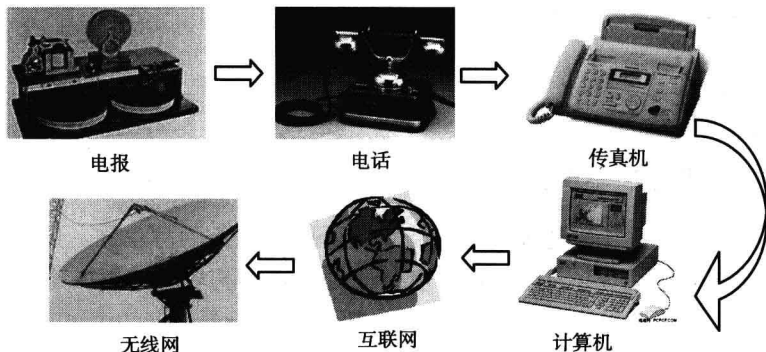


图 1-2 商务工具的变革

3. 电子商务的运作流程及其优越性

同样, 商务活动电子化也是一个渐进的过程。在早期的电子信息技术的应用, 包括电报、电话、传真机以至单个的计算机应用, 只是在局部上改变了商务活动的某些环节的进行方式, 所发生的变化还仅仅是量的变化。直至在计算机技术的基础上, 进一步将许许多多计算机连接起来, 构成计算机网络, 并出现了互联网这样的国际网络, 这时的商务电子化进程由量变开始转变为质变, 出现了真正意义上的电子商务。

与传统商务相比, 电子商务并没有改变商务活动的内容, 它同样也包括交易准备、交易协商、合同签订及合同执行等内容, 如图 1-3 所示。电子商务所改变的是商务活动的方式和手段, 将信息网络技术应用与商务活动之中, 商务活动的工具发生了根本性的变革。

信息网络技术的应用, 使传统商务所受到的局限在很大程度上得到解决。首先, 信息网络的应用使信息的搜集、处理、传递及沟通变得更加便捷, 可以获得更加完全的信息, 使信息不充分的问题在很大程度上得以改善; 其次, 在交易过程中, 许多业务由计算机通

过网络来进行，这样就突破了时间与空间的限制，使商务活动可以在一个更加广阔的时间和空间范围进行；最后，信息网络技术的应用使许多业务可以由计算机系统自动完成，不仅使交易效率大大提高，同时也使交易成本可以大大降低，这就为商务活动的开展创造了更加有利的条件。



图 1-3 电子商务的运作流程

正因为如此，从传统商务到电子商务的转变，被认为是商务发展史上的一次带有根本性的重大变革。毋庸置疑，将来所有的领域和行业都必将进行信息化、网络化的改造，完成从传统商务到电子商务的转变，这是一个不可逆转的必然趋势。

1.2 电子商务的定义

1.2.1 对电子商务的不同理解和表达

顾名思义，电子商务就是应用电子技术所开展的商务活动总称。然而，由于对电子技术和商务活动的界定范围不同，因此对电子商务的理解和表达也有所不同。

在英文中，电子商务主要有两个词与之相对应：一是 Electronic Commerce，缩写为 E-Commerce；二是 Electronic Business，缩写为 E-Business。采用 E-Commerce 还是 E-Business，实际上反映了人们对电子商务在理解和认识上的差异。

就词义来看，Commerce 和 Business 有其相同的地方，但又存在着一定的差别。按照词典中的解释：Commerce 主要是指商业、贸易，即商品的买卖，尤指大规模的，如在城市和国家之间的贸易；而 Business 除了一般的商业交易外，还包括了工业和职业的交易，尤其是为进行交易而涉及的工商企业外部与内部的各项事务。仅就 Commerce 和 Business 这两个词的意思来看，Commerce 的词义相对要窄一些，而 Business 的词义要更加宽泛。因此，人们一般将 E-Commerce 称为狭义电子商务，而将 E-Business 称为广义电子商务。

1.2.2 对电子商务的不同定义

1. E-Commerce 的定义

将电子商务理解为 E-Commerce，是很多政府所支持的观点。

美国政府在其制定的《全球电子商务纲要》中为电子商务所下的定义是：电子商务是指通过 Internet（因特网）进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全

球电子商务将会涉及全球各国。

欧洲议会在《电子商务欧洲动议》中对电子商务的定义是：电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它的技术是通过电子方式处理和传递数据，包括文本、声音和图像。它的商务则涉及许多活动，不仅包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得等有形商品的商务活动，而且包括无形商品（服务）的商务活动，如信息服务、金融服务、法律服务、健身服务、教育服务等。

国际商会举行的“世界电子商务会议”对电子商务的定义是：电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的众多代表在会议上共同探讨了电子商务的概念问题。电子商务从外延方面可以定义为：交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易。它的技术是一种多技术的集合体，包括交换数据（如电子数据交换、电子邮件）、获得数据（共享数据库、电子公告牌）及自动捕获数据（条形码）等。它的商务包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

2. E-Business 的定义

将电子商务理解为 E-Business，则是企业界，特别是一些信息产业著名企业的观点。

E-Business 的这一表达实际上就是由 IBM 公司首先提出来的。IBM 公司认为：电子商务是在 Internet 等网络的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。电子商务是在 Internet 上进行的重要事务，是一种利用前所未有的网络方式，将顾客、销售商、供货者和雇员联系在一起，将有价值的信息迅速传递给需要的人们，而不仅仅是商业交易。

另一家积极倡导 E-Business 的企业是 Intel 公司。Intel 公司指出：电子商务是基于网络连接的不同计算机间建立的商业运作体系，是利用 Internet/Intranet 来使商务运作电子化。电子交易是电子商务的一部分，是企业与企业之间或企业与消费者之间使用 Internet 所进行的商业交易（如广告宣传、商品订购、付款、售后服务等）。

还有一家 IT 企业 SUN 公司以更加专业性的语言对电子商务进行了描述：电子商务就是利用 Internet 进行的商务交易。在技术上可以给出如下定义：在现有的 Web 信息发布的基础上，加上 Java 网上应用软件以完成网上公开交易；在现有的企业内部网（Intranet）的基础上，开发 Java 网上企业应用软件，达到企业应用 Internet 化，进而扩展到外部网（Extranet），使外部客户可以使用企业的应用软件进行交易；电子商务客户将通过包括 PC、网络电视机顶盒（Set Top Box, STB）、电话、手机、个人数字助理（PDA）和 Java 设备进行交易。

不仅在企业界,一些国际组织也赞同 E-Business 的观点。例如,世界贸易组织(WTO)就认为:电子商务就是通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动,它不仅指基于 Internet 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、储运及电子支付等一系列的贸易活动。

1.2.3 不同电子商务定义的比较

将上面两种不同的电子商务定义进行比较可以看出,E-Commerce 与 E-Business 之间的区别主要表现在两个方面:一是电子技术所包含内容的差别,二是商务活动所包含内容的差别。E-Commerce 只是指运用 Internet 开展的交易或与交易直接有关的活动,而 E-Business 则是指利用所有信息技术(IT 技术)和网络技术(Web 技术)对整个商务活动过程实现电子化。E-Commerce 仅仅将 Internet 进行的交易活动归属于电子商务,而 E-Business 则将利用包括 Internet、Intranet 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络及其他信息技术进行的所有的企业活动都归属于电子商务(见表 1-1)。

表 1-1 E-Commerce 与 E-Business 的比较

	E-Commerce	E-Business
电子技术	Web 技术	Web 技术+其他 IT 技术
商务活动	交易	交易+其他与企业经营有关的所有活动

E-Commerce 与 E-Business 有相同点也有不同之处。相同点主要表现在:第一,都面向同一个事物——电子商务;第二,它们都强调电子化,强调在现代信息社会,利用多种多样的电子信息工具;第三,工具作用的基本对象都为商务活动。不同点主要有:一是技术的涵盖面不同,其中均包括运用 Internet 技术,但 E-Business 还涵盖了其他信息技术;二是商务的涵盖面不同,其中均包括交易,但 E-Business 还涵盖了其他与企业经营管理有关的活动,如图 1-4 所示。



图 1-4 E-Business 与 E-Commerce 的比较

1.2.4 对电子商务内涵的认识

目前,虽然人们对电子商务的理解和表达还没有完全统一,但已经有越来越多的人接受 E-Business,即广义电子商务的概念。这是因为尽管电子商务最早是从利用网络开展贸易或商品销售开始,但仅仅在交易环节实现电子化是远远不够的。商务活动是一个连续的过程,交易和销售只是商务过程末端的一个环节。没有前端的开发研制、生产加工、物流配送、支付结算及客户服务等环节的电子化、网络化支持,交易环节的电子化、网络化就难以实现,其相对于传统商务的优越性也就无法得到充分的体现。因此,在对交易环节实行电子化、网络化的同时,还需要对产品的整个开发研制、生产加工、物流配送、支付结算及客户服务等所有环节都实行电子化和网络化的运作,只有这样,才有可能实现真正意义上的电子商务。

基于这样一种认识,我们给电子商务做出如下定义:电子商务是指利用各种信息、网络技术所进行的商品服务贸易及与此相关的各种经营管理活动的总和。

相关链接

李琪教授对电子商务定义的阐释

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会副主任李琪教授在《中国电子商务》一书中指出:客观上存在着两类或三类依据内在要素不同而对电子商务的定义。第一,广义的电子商务定义,是指电子工具在商务活动中的应用。电子工具包括从初级的电报、电话到 NII (National Information Infrastructure)、GII (Global Information Infrastructure) 和 Internet 等工具。现代商务活动是从商品(包括实物与非实物、商品与商品化的生产要素等)的需求活动到商品的合理、合法的消费除去典型的生产过程后的所有活动。第二,狭义的电子商务定义,是指在技术、经济高度发达的现代社会里,掌握信息技术和商务规则的人,系统化运用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的全过程。第一个定义可以简称为商务电子化,第二个定义可以简称为电子化商务系统。这一对定义,可以用另一对概念来类比,它们是“部队机械化”和“机械化部队”。对于第一类定义,人们比较容易接受,因为在许多领域有类似定义,如会计电算化、金融电子化等,它们强调的是原始人工系统的电子化武装、改造过程,一个由初级到高级、由局部到整体的过程。而第二类定义则突出了它的前提、中心、重点、目的和标准,指出它应达到的水平和效果,它对电子商务的内涵规定得更严格,同时体现了电子商务时代要求,它从系统的观点出发,强调人在系统中的中心地位,将环境与人、人与工具、人与劳动对象联系起来,用系统的目标、系统的组成来定义电子商务,从而使它具有生产力定义的性质。如果再考察一下第一定义和第二定义的关系,我们可以说,第一定义是基本范畴,第二定义则是具有现代特征、现实意义的电子商务系统定义。