



面向

21世纪

高级应用型人才

中国高等职业技术教育研究会推荐
高职高专系列规划教材

电子商务概论 (第二版)

宋沛军 编著

西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

内 容 简 介

全书分五大模块：第一模块为基础理论模块，主要研究和介绍电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式和框架体系与业务流程等；第二模块为技术支持模块，主要研究和介绍电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、电子商务网站设计与规划等；第三模块为商务管理模块，主要研究和介绍网络商务信息、网络市场、网络营销和促销策略、物流管理、企业资源计划(ERP)、客户关系管理(CRM)、供应链管理(SCM)以及电子商务组织等；第四模块为行业应用模块，主要讲述电子政务、电子商务在三次产业如农业、贸易、金融、生产制造业中的应用；第五模块为法律法规模块，主要讲述我国和世界各国在电子商务方面的立法和政策等。

本书可作为高校电子商务及经济、管理、贸易、信息等专业的教材，也可作为电子商务工作者和研究人员的参考用书；同时还可作为参加电子商务师认证考试及短期培训班的学员用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/宋沛军编著. —2版. —西安：西安电子科技大学出版社，2010.4

高职高专系列规划教材

ISBN 978-7-5606-2390-0

I. 电… II. 宋… 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(2010)第 011995 号

策 划 毛红兵

责任编辑 寇向宏

出版发行 西安电子科技大学出版社(西安市太白南路 2 号)

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址：[//www.xduph.com](http://www.xduph.com) 电子邮箱：xdupfb001@163.com

经 销 新华书店

印 刷 陕西华沐印刷科技有限责任公司

版 次 2010 年 4 月第 2 版 2010 年 4 月第 6 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 23.5

字 数 551 千字

印 数 20 001~23 000 册

定 价 34.00 元

ISBN 978-7-5606-2390-0 / F·0042

XDUP 2682002-6

*** 如有印装问题可调换 ***

本社图书封面为激光防伪覆膜，谨防盗版。

第二版前言

10 多年来,电子商务经历了 1996 年的异军突起、1999 年的一哄而上、2000 年的网络泡沫、2001 年的骤然而下、2003 年的平静渐进、2004 年的重生活力、2005 年的务实发展、2006 年的迅速崛起、2008 年的盈利等几个大起大落阶段。现在,电子商务正以其无可比拟的优势和不可逆转的趋势,改变着商务活动的运作模式,对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战,并将给社会经济的各个方面带来根本性的变革。如今,各类新的专门技术、应用系统、企业管理方案出现不久,便很快在电子商务中获得广泛应用。因此,很多信息技术人员、金融贸易工作者、众多的 Internet 用户,以及相关领域的在校教师和学生,都迫切希望了解电子商务知识、掌握与其相关的计算机和网络技术以及电子商务的实现方法。

本书的组织结构

本书第一版由西安电子科技大学出版社在 2006 年出版,并于 2007 年荣获河南省教育厅人文社会科学研究成果奖(NO.2007-C-208)。这次重新编写并不只是对第一版的简单修改和补充,而是以管理为视角,按照教育部 16 号文件提出要融“教、学、做”为一体,强化学生能力的培养要求,采用项目教学、任务驱动、工学结合、案例分析、职业岗位和工作过程等新型教学方式,以“贴近实际工作需要”为原则选择教材内容,兼顾“知识点”、“技能点”和“能力点”。同时,精心设计随堂案例演练环节,将基础知识与基本技能的操作紧密结合,紧紧围绕“什么是电子商务、企业为什么要开展电子商务活动、实施电子商务需要哪些技术平台和商务条件、如何开展电子商务活动以及电子商务在三次产业中的应用”等问题深入浅出地讨论电子商务的全过程。

全书共分五大模块:

第一模块为基础理论模块,主要研究和介绍电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式和框架体系与业务流程等,解决“什么是电子商务”的问题。该模块包括两个项目、八个学习任务和七个情境案例。

第二模块为技术支持模块,主要研究和介绍电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、电子商务网站设计与规划等,以解决企业实施电子商务所需要的技术性的问题。该模块包括五个项目、十四个学习任务和九个情境案例。

第三模块为商务管理模块,主要研究和介绍网络商务信息、网络市场、网络营销和促销策略、物流管理、企业资源计划(ERP)、客户关系管理(CRM)、供应链管理(SCM)以及电子商务组织等,以解决企业实施电子商务所需要的商务方面的问题。该模块包括五个项目、九个学习任务和七个情境案例。

第四模块为行业应用模块,包括电子政务、电子商务在三次产业如农业、贸易、金融、

生产制造业中的应用。该模块包括两个项目、五个学习任务和五个情境案例。

第五模块为法律法规模块,主要讲述我国和世界各国在电子商务方面的立法和政策等内容,解决企业开展电子商务所涉及到的政策、法律和法规问题。该模块包括一个项目、两个学习任务和三个情境案例。

本书的特点

本书力求从实际应用的角度将电子商务复杂的知识以简明的方式告诉读者。同时,让读者了解,在从事各类经营和商务活动时不要忽视网络环境和电子商务系统的作用;在做任何经营决策时,不要忽视技术支持的作用;在制定企业营销和发展战略时,要注意到时代和环境已经发生了变化,要根据信息化社会的营销环境和技术特点来制定自己的营销策略。在编写的过程中,我们比较注重以下几点:

(1) 清晰简洁、组织有序、系统完整的知识体系。本书不仅较为完整地涵盖了电子商务所涉及的管理和技术层面的内容,而且将各部分内容非常巧妙地连贯起来,使之成为一个系统性较强的知识体系框架。通过阅读和学习本书,能使读者构建起一个清晰、完整的知识体系。

(2) 技术与管理的有机融合。电子商务主要涉及两个方面:技术层面和管理层面。本书主要介绍了管理层面的电子商务以及电子商务的应用与实施。然而,我们也非常重视电子商务技术层面的应用。由此本书与同类教材相比不仅涉及到大量电子商务的最新技术与应用实施,还贯穿始终地从管理视角聚焦于电子商务的战略、运营与盈利模式,以及管理问题的讨论。这对于从事企业运营的管理者而言,有助于在学习电子商务相关技术与应用知识的同时,更好地将其与管理高度融合。它将成为企业管理人士叩开电子商务之门的一把金钥匙。

(3) 翔实、生动的实战案例。为了帮助读者更好地理解本书所阐述的观点和内容,本书采用了现实生活中较典型的31个情境案例,在每一章都会提供实例来说明电子商务对现代企业的重要性。这些实例都是为涵盖各章所阐述的主要问题而精心挑选的。在每个实例后面,都会有一两个问题将实例中所涉及的重要问题与本章的主要问题联系起来,供读者带着问题学习。另外,全书还穿插有大量实战性案例,这些案例许多都是引自世界知名企业和网站,内容翔实、语言生动,对读者深入理解书中相关理论和实践都会大有裨益。

(4) 本书是学校、学生、教师与企业四方联动的桥梁与载体。本书主要围绕“教育部16号文件”精神,借鉴国际先进高职高专教育课程模式及其开发方法,结合我国国情,以市场需求为导向,以新的职业能力内涵为目标,推行项目教学、任务驱动、工学结合,将电子商务理论教学与实践教学真正地融为一体。

另外,本书涉及到的电子商务所有重要的商务问题和技术问题,读者不需要很多的计算机知识和技术背景,都能读懂此书,本书也不要求读者以前是否接触过电子商务知识。本书基于宏观的视角进行写作,由于电子商务跨越多个学科,可以说任何商务领域的管理者以及专业人员对此都会产生兴趣。

在本书编写过程中,我们借鉴了国内外大量的资料,在此,谨向各位学者表示由衷的敬意和感谢。本书能够顺利出版,要非常感谢我的电子商务和网络营销知识的引路人——电子商务专家河南财经政法大学副校长司林胜教授和山东工商学院綦振平教授,另外还要感

谢西安电子科技大学出版社毛红兵等编辑的关心和支持。由于电子商务发展迅猛，跨多个学科，加之作者水平及资料所限，文稿虽经多次修改，书中难免有问题或疏漏，不当之处，恳请专家和读者批评斧正。

宋沛军

2010.2 许昌

hnxcsbj@163.com

songpeijun2009@163.com

第一版前言

无论是新兴的高科技企业还是传统产业，要获得生存和发展的机会，就必须利用先进的管理思想和管理技术来武装自己，提升作业效率和降低成本，进一步提升商品与服务的品质。只有这样，才有资格在现在的数字商潮中参与竞争。互联网的出现，彻底地改变了全球商业的经营和管理模式，而作为现代市场竞争的原动力——电子商务，正在改变着企业的传统运作流程。有迹象表明，电子商务必将是一个发展潜力巨大的市场，它将是 21 世纪全球经济增长最快的领域之一，它带来的经济发展机遇是人类历史上几百年才能遇到的，其利润空间可以说是天文数字，因此，不论是传统产业还是新兴产业，它们要么进入网上的世界，要么面临破产的威胁。

什么是电子商务

一般人认为，电子商务是借助互联网而发生的任意商业间的交易，实际上它远远不止于在互联网上进行的商品、服务与货币的交换。电子商务是一种开放的技术，它使企业能够增加商业交易处理的准确性和效率，它还是一种使企业可以同客户与销售商交换信息，从而有利于每一个参与交易的人的途径。最终，电子商务可能会取代企业内部和企业之间，以及企业与客户之间的纸张。因此，电子商务是指在开放网络上进行的企业之间或企业与消费者之间的商业交易，是利用电脑网络(Internet/Intranet/Extranet)在有关各方之间进行商务或业务信息的交换和处理，快速完成日常商务和业务活动的一种新方法、新手段、新技术。

电子商务是商务活动的电子化手段，是商务与数字技术结合的产物，是企业、企业家、销售商和消费者交流的平台，也是企业实现提高销售额和降低交易成本、寻找商业机会和提高交易率、提升企业品牌和提供更有效服务、整合企业内部资源和减少中间环节以及降低库存积压的解决方案。

开展电子商务需要什么样的人

20 世纪 90 年代后期，电子商务在我国的许多领域得到了广泛应用，其发展拉动了对电子商务专业人才的巨大需求。电子商务专业人才属于复合型人才，既要懂计算机网络，又要懂经营管理，他们将是推动我国电子商务蓬勃发展的中坚力量。

电子商务的核心是商务，商务的核心是贸易，电子商务是属于商人的。因此，电子商务专业学生的培养过程应当完全按照贸易的实际需要来展开。国际电子商务师认证委员会(CCIEBS)认为，电子商务人才应当具备以下几个方面的能力：一是理念，即真正以信息化

手段实现商务目的,尤其是在全球化背景下实现商务目的电子商务观念;二是实施电子化贸易、商务的能力;三是与技术、管理、财务、法律、物流等其他部门协调实施、推动电子商务的能力;四是持续学习能力,包括利用网络技术收集、研究、学习、分析贸易及商务的相关市场动态、背景和信息的的能力。

可以这样认为,企业需要的电子商务人才是“先擅商务,后长电子”的复合型人才,即电子商务人才需要有每天都学习电子商务新知识的意识,熟悉计算机及互联网使用基本技能,还需懂得贸易知识和消费心理学、互联网知识、行业知识、沟通技巧、谈判技巧、客户关系管理、营销学、销售技巧、广告学、国际贸易、会计知识、公共关系、时间管理、品牌知识、商业法律等多学科知识。

由于电子商务的开展过程结合了商务管理、商务活动、商务理论与信息技术等方面的内容,对人才素质的要求较高。而在我国,电子商务又是新兴事物,专业人才的严重匮乏已成为制约我国电子商务发展的主要瓶颈。因此,对电子商务专业人才的培养迫在眉睫。教育部于2000年首次批准西安交通大学、浙江大学等8所高校开办电子商务本科专业,到目前为止,全国已有200多所高校获得了开办电子商务本科专业的资格,与此同时,大量专科、高职、中专和技校也相继开办了该专业。

本书的编写目的

笔者自1996年开始全面接触互联网时就被其强大的信息查询功能所深深吸引。当时,笔者主要是利用互联网搜索经济、管理和营销方面的理论知识和案例实践用于教学和培训,以丰富教学内容。“能否借助互联网进行商务活动?”1998年在给许继电器(000400.SZ)培训营销人员时,其销售公司的副总在课下交流时谈到,“如果把企业主要产品的照片发到网上,再详细介绍其功能特点、使用方法和价格,并提供企业留言、联系人电话以及E-mail地址等,和用户产生互动,这必将增加销售额,市场潜力巨大!”其实,那时国内一些企业已经“触网”,只不过对电子商务的认识还很浮浅,主要还只是用来进行广告宣传和信息传递。随后,8848、阿里巴巴、易趣、当当书店等BtoB、BtoC和CtoC网站问世。到2000年,随着国内外媒体的推波助澜,以及政府和众多企业的重视,电子商务成为家喻户晓的名词。笔者正是在此背景下开始从事电子商务的教学和理论研究的。在担任电子商务教学的同时,还主持制定了电子商务专业的课程设置,同时,应劳动与社会保障部电子商务师考试中心的邀请编审了电子商务师考试教材。笔者分别到东北财经大学、西安交通大学、西南财经大学、河南工业大学和天津工业大学等地接受了电子商务理论的系统学习,并参加电子商务的学术研讨会,除此之外,还到一些网络公司或网站进行实践活动,并应邀参加一些公司的网络策划。

综观笔者使用过的电子商务方面的国内外教材,由于编者视角各异,针对性显得不足:大部分的电子商务教材要么是电子(技术)写得太专业,让人读起来比较困难;要么是商务部分写得很不具体和全面,使用起来总感觉效果不够理想。笔者认为之所以出现这种情况,是因为他们没有很好地把商务融入到网络信息技术中去。为此,笔者从1998年起着手搜集

资料准备编写本书,几年来,新东西不断涌现,搜集的资料也在不断更新,书稿几易。

本书在写作过程中力求贯彻“商务为本”的理念,将“电子”与“商务”有机地融合在一起,体现科学性、系统性、实用性、针对性、现实性和可操作性,着眼于对学生应用能力的培养;在形式、体例、语言等方面力求简单、实效、精炼,结合学生学习特点,深入浅出、循序渐进,以利于读者理解和消化,强化学生的实际应用能力。

本书讲述了哪些内容

为了帮助学生全面掌握有关电子商务领域各个方面的基本知识,为以后学习电子商务专业课程打下扎实的基础,我们特编写了《电子商务概论》这本教材。

本书编写体例:案例(引言)+实训(本章试验)+理论。

本书写作的主导思想:商务为本,电子与商务有机融合,着重应用能力的培养。

本书主要讲述了电子商务的概念、功能与 EDI 技术(第 1 章);电子商务的参与主体、电子商务模式及其业务流程(第 2 章);计算机系统的组成、网络知识、互联网、网络协议等电子商务技术(第 3 章);网络市场分析、网络营销策略和网络促销策略(第 4、5 和 6 章);金融业(银行、证券、保险)如何开展电子商务活动(第 7 章);电子商务物流与供应链管理(第 8 章);电子商务面临的安全技术与法律问题(第 9 章)。本书中的例子都是经过精心挑选的,主要用来阐明各章中表述的理论的具体应用,读者可以通过访问它们的网站,以加深对电子商务相关理论的认识和理解,并作为实践的参考。与之相配套的《电子商务模拟试验教程》也将随后与广大读者见面。

结束语(致谢)

在本书编写过程中,作者借鉴了国内外大量的出版物和网上资料,由于编写体例的限制,没有在文中一一注明,仅在参考文献中部分列出,在此,谨向各位学者、作者表示由衷的感谢和敬意,如果认为存在版权问题,请直接与作者联系(E-mail:hnxcsbj@126.com)。本书能够顺利出版,得益于西安电子科技大学出版社的何明丽和毛红兵等同志的关心支持,也非常感谢电子商务专家、上海理工大学杨坚争教授和山东工商学院慕振平教授提供的丰富资料和他们在本书的编写体例上给予的指导,另外,河南许昌网民之家(www.xchome.net)站长风轻扬先生提供了大量的网上资料并专门开辟了电子商务学习与交流的平台,在此也表示深深的谢意。由于作者水平及资料所限,书中难免有许多不当或错误之处,恳请广大读者予以批评斧正。

宋沛军

2006.1

河南许昌职业技术学院

目 录

模块一 基础理论模块

项目一 认识电子商务.....	3
学习任务一 电子商务的基本概念	3
学习任务二 电子商务的产生与发展	10
学习任务三 电子商务的作用与特点	16
学习任务四 电子商务与注意力经济	22
项目二 电子商务模式.....	25
学习任务五 电子商务框架.....	25
学习任务六 B2B 电子商务模式	35
学习任务七 B2C 电子商务模式	42
学习任务八 C2C 电子商务模式	45

模块二 技术支持模块

项目三 电子商务网络平台技术.....	51
学习任务九 计算机系统组成	51
学习任务十 局域网网络技术	57
学习任务十一 网络协议.....	64
项目四 互联网、移动通信网和物联网.....	72
学习任务十二 互联网.....	72
学习任务十三 移动通信网和物联网	85
项目五 电子商务支付技术	90
学习任务十四 电子支付技术	90
学习任务十五 电子支付系统	94
学习任务十六 电子支付工具	99
项目六 电子商务安全技术	108
学习任务十七 电子商务安全概述	109
学习任务十八 电子商务安全技术	116
学习任务十九 电子商务交易安全措施和安全协议	125
学习任务二十 计算机病毒防范措施	128
项目七 电子商务网站建设与管理	135
学习任务二十一 电子商务网站建设	135
学习任务二十二 电子商务网站管理与网站推广	146

模块三 商务管理模块

项目八 网络市场与网络商务信息	159
学习任务二十三 网络商务市场与网络市场调研	159
学习任务二十四 网络商务信息	176
项目九 网络营销策略	183
学习任务二十五 网络营销策略	183
学习任务二十六 网络促销与网络广告	198
项目十 电子商务与物流管理	213
学习任务二十七 物流概述	213
学习任务二十八 物流技术	228
项目十一 电子商务与供应链管理和企业资源规划	242
学习任务二十九 供应链管理与企业资源规划	242
项目十二 电子商务组织与虚拟企业管理	256
学习任务三十 电子商务组织与虚拟企业	256
学习任务三十一 虚拟企业管理	269

模块四 行业应用模块

项目十三 电子商务与三次产业	279
学习任务三十二 电子商务与第一产业	279
学习任务三十三 电子商务与第二产业	284
学习任务三十四 电子商务与第三产业	293
项目十四 电子政务	307
学习任务三十五 电子政务概述	307
学习任务三十六 电子政务的框架体系	317

模块五 法律法规模块

项目十五 电子商务政策与法律法规	329
学习任务三十七 电子商务对传统法律的挑战	329
学习任务三十八 各国电子商务立法成果及我国的电子商务立法	337
附录 电子商务发展“十一五”规划	355
参考文献	362

基础理论模块

20 世纪最伟大的发明是电子计算机

电子计算机最伟大的发展是 Internet

Internet 最伟大的应用是电子商务

——乌家培教授

国家信息中心原副主任

中国信息经济学会名誉理事长

中国数量经济学会名誉理事长

本模块主要研究和介绍电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式和框架体系以及电子商务的业务流程等，解决“什么是电子商务”的问题。

项目一

认识电子商务

学习要点

学习和研究电子商务的目的在于把握电子商务的规律，并用它来指导和开展电子商务或相关工作。本章是电子商务概论课程的基础，主要介绍电子商务的基本概念、作用和特点等基本知识，同时还简述了电子商务的产生与发展的历程。

学习目标

- (1) 识记目标：了解电子商务的基本概念以及电子商务的产生与发展。
- (2) 技能目标：理解电子商务的作用和特点。
- (3) 应用目标：掌握电子商务与传统商务的异同以及企业开展电子商务活动的意义。

无论是新兴的高科技企业还是传统产业，要生存要发展都必将使用先进的管理思想和技术来武装自己。互联网的出现，彻底地改变了全球商业的经营和管理模式，而作为现代市场竞争的原动力——电子商务，正在改变着企业的传统运作流程。21 世纪是一个以数字化、网络化与信息化为核心的信息时代，电子商务作为信息时代一种新的贸易形式，不仅仅对商务的运作过程和方法产生巨大的影响，也对人类的思维方式、经济活动方式、工作方式、生活方式产生巨大的影响。

学习任务一 电子商务的基本概念

【情境案例一】 玩具闯入互联网

2008 年 12 月中央电视台财经频道《对话》栏目邀请海利集团董事长方光明就该企业介入互联网(电子商务)的经营模式和经验进行了座谈。

主持人：2008 年的金融危机已经给世界经济带来了一定程度的影响，对中国来说，一些对外依存度比较高的企业，比如说服装、鞋帽、玩具、家电的制造企业，他们的海外订单也在一夜之间减少了不少，给企业的生存和发展，都带来了很大的困扰。今天各位在我

们的《对话》节目当中将会结识这样的一位企业家，他的企业已经有十六年的 OEM 的历史，就在大家面对金融危机，感觉到资金链非常紧张的时候，他却一下子拿出了一亿多，投入到自己的扩大生产当中，真可谓是一掷亿金。他为什么会在这样的情形之下敢做出这样的一个举动呢？难道他真的发现了别人都没有看到的金矿，或者他真的像别人所说的那样头脑发热、失去了理智，答案马上揭晓，有请方光明先生。

主持人：您一上场就与众不同，带了一个和自己的年龄不太相符的东西上来，这么可爱的玩具带上来是要送给我吗？

方光明：这个我还不舍得送你。因为这个玩具叫恐龙迪迪，是我在网上领养的。

主持人：这个礼物背后有什么样的秘密吗？

方光明：玩具是我生产的，我们现在又投入了一亿多开发了网络，那么小孩子买了这个玩具以后，通过这个玩具上的密码进入我们的网络，就生成了一个宠物。我是给予快乐的，给小孩子快乐。所以它既是玩具，又有网络，又有文化创意。

主持人：看来我们所有人的答案拼凑到一块，就是方先生所在的企业他们正在做的事情。其实还有很多你想不到的地方，比如说方先生所在的企业，在一年之间他的产能就能扩大 10 倍，2006 年的时候，我知道你们的订单是一千万个毛绒玩具的加工对吧，然后到 07 年的时候，已经到了一个亿，怎么做到的这一点？

解说：全球经济出现衰退现象，出口订单减少，制造业遭遇“寒冬”。一个最低端的毛绒玩具加工企业，为何逆境中销量从一千万快速达到一个亿？25000 元起步的浙江商人，启动一生中最大的投资，是一场豪赌的游戏还是一场信心的比拼？

方光明：一个新的盈利模式是需要天分、敏感，甚至无数次的失败来打造的。我的这个模式主要是向两边发展，一方面就是从文化、文化创意、网络设计这方面组建了公司，另一方面我们在营销团队上培养了人才，然后形成了几百人的这么一个销售团队，把两头做强。我想拿这个玩具做比较。我们这个玩具看上去跟普通的毛绒玩具是一模一样的，只不过它耳朵上多了一个智慧卡，当小孩子买了这个玩具以后，通过这个智慧卡的密码，就能进入到我们投资的这个网站上去，玩具立马变成了他的宠物。小孩子用虚拟的货币去买东西给这个宠物吃，就形成了这么一个产业链。比如说，当这个宠物脏了，三天不洗澡，那我们会提醒小孩，你领养的宠物已经脏了，然后你要帮它洗澡，洗得干净，从买一块肥皂，到任何一个沐浴露，你都要给它买，然后这个宠物也很高兴。用这种模式来吸引小孩子，从而不断督促小孩学习，不断地积累虚拟货币，来跟这个宠物一起生活、一起长大。我们在游戏里面专门设计了，一定要学习，不学习，是没钱的，而且一定要学习得正确，你懂了，然后这关你过了就有钱了。还有一个，我们在游戏里面设计了关卡，比如说我们到海洋里面，那你不能带这个恐龙了，海洋里面要什么，购买一个鱼，购买一个鱼才能到海底世界淘宝。还有一个你知道我们这个宠物，是跟着小孩子的，你领养的，一年它大一岁，你也大一岁，你明年就要重新购买一个新宠物，来延续你领养的宠物。

方光明：假设我这个模式跟你现在的网游模式一样的话，很简单，玩具不要做，就做点卡，点卡在店里可以买到，35 元，45 元，这个点卡买回去以后，把密码输进去以后，什么都没了，现在所有市面上的游戏都是这样子的。所以我反对传统的点卡形式。现在小孩子尽管不上网，但是他买到这个玩具，也物有所值，而不是买点卡，35 元花掉了，什么都没有。

主持人：你担不担心今天把这个秘密说完了，别人都像你这么做了。

吴长江(雷士照明控股有限公司总裁)：我们觉得你的这个模式是有很大的风险的。其实做网络这一块，你投入这一点一个亿或者两个亿都不算多的，你说中国有多少互联网开始投入很多钱，到最后也是白花钱的。所以我们认为，你不但增加了正常的一些销售成本，还增加了额外的创新的成本。我举个例子，如果现在你的外单全部没了，就凭你现在这块，你能不能生存下去？

方光明：创新本身是一个高风险的行业，所以如果你不创新的话，你永远会沉浸在老的传统概念下，那你的企业到最后也是死胡同。如果闯的话，万一闯出一条路来，那么前景就不一样了。如果外销同样会减少，那么这个时候我只能是等死，如果我内销同时跟上了，那么我内销这块也可以盈利，来弥补我外销这块缺陷。第二个，你们说到的就是网络维护的这块，实际你们从另外一个概念来考虑，就是网络本身就是我企业的一个销售平台、销售终端，这么来考虑的话，那你的企业就可以。作为一个整体来说，它的生命力、它的盈利点，我觉得就要强多了。

魏鹏举：谁都知道，网络是一个烧钱的行业。网络游戏的传播模式是靠渠道，我们国内的渠道运营基本上是垄断的，网游运营商和渠道的谈判能力几乎是没的，所以这就导致可能投入很大。方总所代表的企业反而更好地可以给我们网游提供一个好的盈利模式。

方光明：我一直在考虑玩具这个行业如何把它做好，因为玩具是小孩子要玩的，只要有人，永远有小孩子，永远是一个朝阳产业。如何变换一种模式来扩大这种消费，培养这种客户群，我觉得这是我一直在考虑的。

魏鹏举：多元化的融资手段还是应该积极地去考虑的。

方光明：这个我可以说一下，其实这个也是我们普遍面临的问题，从融资的角度来说，你的难度就非常高。比如说我搞一个网游公司，一开始就跟银行借钱的话，对不起，不可能借给你钱，你什么都没有，你就凭一个故事，我要借给你钱，那是不可能的。所以这是一个政策性的问题，普遍遇到的问题。像这种高科技的跟这种虚拟的情况下，一般首先要自己有资金，你才能够跨出第一步，那么第二步等到你产品上来了，利润也来了，业务也做出来了，银行会上门的，主动找你问你“要不要钱”。

魏鹏举：我们看到的可能更多的是凶险的江湖，目前我们最担心的是，比如你说你叫网娃，假如说哪一天突然你发现市场上有太多的“山寨版网娃”出现了，你怎么来保护你的知识产权。

方光明：网娃我们还没面世呢，已经有人在复制。我们叫“网娃总动员”，人家叫“网娃宠物总动员”。比如说这个玩具，它颜色变一下，眼睛大一点，这个嘴巴稍微变一下，那它就是他的宠物了。

主持人：果然是非常地道的山寨现象。那怎么办呢，你能告他们吗？

方光明：到目前为止，我觉得我们也束手无策，那么我们以后就只能是从网络上说，你买了这个玩具，你一定要有密码，没有密码的是没用的。

梁梅：现在国家对于内销还有创新有很多扶持政策，但是您有没有考虑怎么充分利用国家有关的扶持政策？

方光明：我们开具发票的时候，纳税的时候，如果纯粹开点卡的话，那就是享受国家有关的优惠政策，开玩具的话，那就是税赋很高。所以这个现在我们法律上可能也还没有出来，全新的模式嘛。企业长期的竞争力一方面靠自身去培养你的竞争力，然后培养你忠实的消费，我想这样是改变环境的方式。另外一方面我们更呼吁，要建立更良好良性的社会，企业运营的外部环境，这个可能更需要我们政府、企业团队，以及全社会的努力。

主持人：特别想送给方先生的四个字就是“心想事成”，玩具行业和互联网嫁接了，而且这样的一次嫁接也让自己的企业和整个行业充满了无限的生机。我想在我们今天都在关注转型和升级的时刻，我们需要这样的智慧，当然更需要把这样的智慧放在今天的现实环境之下，不断地去探索去体验。

由该案例我们可以认为：电子商务是互联网等新技术与传统企业的有机融合。

【情境练习与思考】什么是电子商务？你是如何理解的？

电子商务是指利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务过程中的电子化、数字化和网络化，即人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠纸介质单据或现金进行交易，而是借助网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易的。电子商务作为新技术和新经济的代表，至今还没有一个很清晰的概念。各国政府、学者、专家、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度，给出了既有区别又有相似之处的定义和见解。比较这些定义，有助于我们更全面地了解电子商务。

一、关于电子商务的英语表述

- E-Commerce(Electronic Commerce);
- I-Commerce (Internet Commerce);
- E-Trade(Electronic Trade)或 I-Trade(Internet Trade);
- E-Business(Electronic Business);
- Commerce on the web 等。

目前叫得最多的是 EC(E-Commerce)和 EB(E-Business)。

关于 EC 和 EB 两个英文术语的概念，在中文翻译时一般不作特别的区分，都翻译为电子商务。美国等国家政府和社会团体一般采用 EC 来表示电子商务(贸易等)，而在企业中(以 IBM 为例)则多用 EB 来表示电子商务(贸易、商业和企业内部业务等)。

二、国际组织与各国政府关于电子商务的概念

1. 世界电子商务会议关于电子商务的概念

1997年11月6日至7日在法国首都巴黎，国际商会举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce)，全世界的商业、信息技术和法律等领域的专家和政府部门的代表共同讨论了电子商务的概念。与会代表认为：电子商务是指对整个贸易活动实现电子化，即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。从技术层次来看：电子商务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)以及自动捕获数据(条形码)等。从业务层次来看：电子商务业务包括信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南，回答顾客意见)、销售、电子支付(使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业，集中一批独立的中小公司的权限，提供比任何一个单独公司更多的产品和服务)、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. 世界贸易组织关于电子商务的概念

世界贸易组织(World Trade Organization, WTO)在电子商务专题报告中认为：电子商务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 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。

3. 全球信息基础设施委员会关于电子商务的概念

根据全球信息基础设施委员会(Global Information Infrastructure Committee, GIIC)电子商务工作委员会报告草案，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和服务进行宣传、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。

4. 欧洲议会关于电子商务的概念

欧洲议会在“电子商务欧洲会议”上指出：电子商务是通过电子方式进行的商务活动，包括产品(如消费品、专用设备)、服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、教育)、新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。欧洲议会认为电子商务涉及到的活动有电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得等。

5. 欧洲经济委员会关于电子商务的概念

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任何形式的业务交易。这里的电子方式包括电子数据交换、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、图像处理和智能卡等。

6. 中国对电子商务的定义

《中国电子商务蓝皮书：2001 年度》认为，电子商务是指通过 Internet 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。

7. 加拿大电子商务协会对电子商务的定义

加拿大电子商务协会指出：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(Electronic Data Interchange)、文件传输、