

21世纪高等职业教育信息技术类规划教材

21 Shiji Gaodeng Zhiye Jiaoyu Xinxu Jishulei Guihua Jiaocai

电子商务 实用技术教程

DIANZI SHANGWU SHIYONG JISHU JIAOCHENG

宋海民 冯方友 主编 邹先容 贾学斌 高曙光 副主编 胡大威 主审

- 以案例为主线
- 以能力培养为核心
- 突出实用性和应用性



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

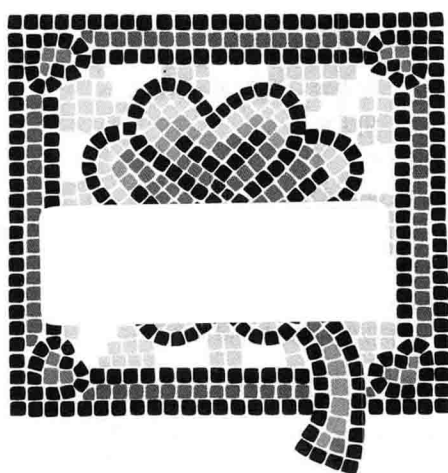
21世纪高等职业教育信息技术类规划教材

21 Shiji Gaodeng Zhiye Jiaoyu Xinxu Jishulei Guihua Jiaocai

电子商务 实用技术教程

DIANZI SHANGWU SHIYONG JISHU JIAOCHENG

宋海民 冯方友 主编 邹先容 贾学斌 高曙光 副主编 胡大威 主审



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务实用技术教程 / 宋海民, 冯方友主编. --
北京: 人民邮电出版社, 2014. 9
21世纪高等职业教育信息技术类规划教材
ISBN 978-7-115-36755-6

I. ①电… II. ①宋… ②冯… III. ①电子商务—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第194857号

内 容 提 要

本书突出实用性和应用性, 重点培养学生电子商务技术的应用能力, 以能力培养为核心, 以案例为主线。本书共 11 章, 主要内容包括: 电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务的安全技术、电子商务与电子支付、电子商务与网络营销、电子商务物流、电子商务与供应链管理、移动电子商务、电子商务法律与法规、电子商务在各行各业中的应用以及上机实训。

本书适合作为高职高专电子商务专业教材, 也可作为计算机应用、经济管理及市场营销等专业教材, 还可作为企事业单位管理、营销人员的培训教材和学习参考书, 还可供读者自学使用。

-
- ◆ 主 编 宋海民 冯方友
副 主 编 邹先容 贾学斌 高曙光
主 审 胡大威
责任编辑 梅 莹
责任印制 张佳莹 焦志炜
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京中新伟业印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 15.5 2014 年 9 月第 1 版
字数: 393 千字 2014 年 9 月北京第 1 次印刷
-

定价: 34.00 元

读者服务热线: (010) 81055256 印装质量热线: (010) 81055316
反盗版热线: (010) 81055315
广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前言



当前,随着我国互联网及通信技术的迅猛发展,互联网用户全球第一,“互联网大国”的态势已经初显,电子商务给人们的生活和社会的经济发展带来了巨大的冲击。今后将是互联网和移动网络的天下,而这其中,电子商务与移动电子商务将是重要组成部分。

近年来,国内很多出版社相继出版了一批“电子商务基础”、“电子商务概论”、“电子商务导论”等书籍,由于知识体系、编写质量、理论与实践结合程度等方面的原因,都不适合作为应用型高等职业院校开设的“电子商务”课程的教材。目前,高校普遍采用的纯理论教学方法,在“电子商务”、“网络营销”等理论性较强的课程中,其教学效果不够理想。本书采用案例分析型教学方法能明显改善教学效果,也有利于培养学生对该课程的学习兴趣。正是基于以上原因,我们组织了本书的编写,以满足市场对案例分析型教材的实际需求。

本书是以《电子商务师国家职业标准》中对助理电子商务师及电子商务师的知识 and 技能要求为依据,以目前高职高专电子商务专业(或方向)的知识能力结构和从业要求为目标而编写的。本书体系合理、概念清晰、习题丰富、文字流畅、通俗易懂。本书注重基础,突出应用,每章有案例,以便读者能够综合运用本章所学知识提高实际应用能力。

本书由武汉职业技术学院胡大威教授主审,武汉职业技术学院宋海民副教授及佛山职业技术学院冯方友副教授担任主编,第1、2、6、11章由宋海民编写;第3、8、10章由冯方友编写;第4、7章由武汉职业技术学院邹先容编写;第5章由武汉职业技术学院高曙光编写;第9章由武汉职业技术学院贾学斌编写,最后由宋海民副教授统稿。

许多领导及老师对本书的出版给予了热情的支持,在编写过程中还得到了张伟老师的帮助,以及人民邮电出版社的通力合作,在此一并表示感谢。

感谢广大老师及读者选择使用本书,由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,敬请广大读者批评指正。作者邮箱: haiminsong@126.com; 课程网站: <http://zyk.wtc.edu.cn/solver/classView.do?classKey=815519&menuNavKey=815519>。

编者

2014年6月18日



第 1 章 电子商务概述1

- 1.1 电子商务的发展历程2
 - 1.1.1 电子商务的产生与发展2
 - 1.1.2 电子商务的发展现状3
- 1.2 电子商务概念5
 - 1.2.1 人类商品交易模式的变化5
 - 1.2.2 电子商务的概念6
 - 1.2.3 电子商务的 3 个阶段和 4 种基本流8
- 1.3 电子商务分类10
 - 1.3.1 按交易的参与主体分类10
 - 1.3.2 按交易内容分类11
 - 1.3.3 按开展电子商务的地理范围分类12
 - 1.3.4 按电子商务使用的网络类型分类12
- 1.4 电子商务的基本组成、特点与一般流程13
 - 1.4.1 电子商务的基本组成13
 - 1.4.2 电子商务的特点14
 - 1.4.3 电子商务的应用特性15
 - 1.4.4 电子商务的优点16
 - 1.4.5 电子商务的一般流程17
- 本章小结18
- 综合习题 118

第 2 章 电子商务技术基础20

- 2.1 电子商务的网络技术21
 - 2.1.1 计算机网络技术概述21
 - 2.1.2 计算机网络的分类24
 - 2.1.3 计算机网络的组成28
 - 2.1.4 计算机网络的体系结构31
 - 2.1.5 计算机网络协议33

- 2.2 Internet 基本知识 34
 - 2.2.1 Internet 简介 34
 - 2.2.2 Internet 提供的服务 35
 - 2.2.3 IP 地址与域名 37
 - 2.2.4 Internet 接入 41
- 2.3 网站开发技术 43
 - 2.3.1 Web 的应用系统模式 43
 - 2.3.2 网络标记语言 44
 - 2.3.3 系统开发技术 44
- 2.4 EDI 技术 45
 - 2.4.1 EDI 概述 46
 - 2.4.2 EDI 系统结构 48
 - 2.4.3 EDI 的应用 49
- 本章小结 49
- 综合习题 2 49

第 3 章 电子商务的安全技术 51

- 3.1 电子商务安全概述 52
 - 3.1.1 电子商务安全风险 52
 - 3.1.2 电子商务安全的主要内容 53
 - 3.1.3 电子商务安全的对策 54
- 3.2 电子商务安全需求 55
 - 3.2.1 电子商务安全问题 55
 - 3.2.2 电子商务的安全要求 55
- 3.3 电子商务常用安全技术 57
 - 3.3.1 网络的物理隔离 57
 - 3.3.2 虚拟专用网 (VPN) 技术 57
 - 3.3.3 防火墙技术 (Firewall) 58
 - 3.3.4 数据加密技术 59
 - 3.3.5 电子商务认证技术 61
- 3.4 电子商务安全技术协议 64
 - 3.4.1 安全套接层协议 (Secure Sockets Layer) 64



3.4.2 安全交易协议 (Secure Electronic Transaction)	66
本章小结	67
综合习题 3	67
第 4 章 电子商务与电子支付	69
4.1 电子支付概念	70
4.1.1 电子支付概念	70
4.1.2 电子支付的特点及问题	71
4.2 电子支付的方式	72
4.2.1 电子支付系统	72
4.2.2 电子货币	74
4.2.3 电子钱包	76
4.2.4 电子现金	77
4.2.5 银行卡	80
4.2.6 电子支票	80
4.2.7 智能卡	81
4.2.8 电子票据	82
4.2.9 移动支付	82
4.3 网上支付	83
4.3.1 网上支付概述	83
4.3.2 网上支付模式	84
4.4 网上银行	87
4.4.1 网上银行概述	87
4.4.2 网上银行的框架及服务	89
4.5 国内外的电子支付系统	90
4.5.1 国内电子支付体系	90
4.5.2 国外电子支付体系	92
本章小结	93
综合习题 4	93
第 5 章 电子商务与网络营销	95
5.1 网络营销概述	96
5.1.1 网络营销现状与发展	96
5.1.2 网络营销的特点	98
5.1.3 网络营销的优势与劣势	100
5.1.4 网络营销的职能	100
5.1.5 网络营销分类	101
5.1.6 网络营销发展趋势	102
5.2 网络营销策略	104
5.2.1 网络营销策划	104
5.2.2 网络营销的产品策略	105
5.2.3 网络营销价格策略	106
5.2.4 网络营销渠道策略	108
5.2.5 促销策略	109
5.3 网络营销的手段	110
5.3.1 搜索引擎营销	110
5.3.2 博客营销	111
5.3.3 微博营销	112
5.3.4 电子邮件营销	112
5.3.5 病毒式营销	112
5.3.6 社区营销	113
5.3.7 事件营销	113
5.3.8 软文营销	114
5.3.9 问答营销	114
5.3.10 口碑营销	115
5.3.11 网络视频营销	115
5.3.12 论坛营销	116
5.3.13 分类信息营销	117
5.3.14 网络广告	118
本章小结	119
综合习题 5	119
第 6 章 电子商务物流	121
6.1 电子商务物流的概念	122
6.1.1 现代物流的基本概念	122
6.1.2 物流功能要素	123
6.1.3 物流管理的发展概况	126
6.1.4 电子商务物流管理概念	128
6.1.5 电子商务下物流的特点	128
6.2 电子商务环境下的物流技术	129
6.2.1 条形码 (Bar Code) 技术及其 应用	129
6.2.2 无线射频识别 (RFID) 技术及其 应用	130
6.2.3 地理信息系统 (GIS) 技术及其 应用	132
6.2.4 全球定位系统 (GPS) 技术及其 应用	133



6.3 电子商务下的物流配送管理.....134	8.3.5 移动支付支撑的产业链与运作模式.....172
6.3.1 配送的概念及特点.....134	8.3.6 移动支付的发展.....174
6.3.2 电子商务下的配送模式和分类.....135	8.3.7 移动支付运营策略.....176
6.3.3 配送作业流程与配送线路优化.....136	本章小结.....177
6.4 物流业务外包.....137	综合习题 8.....178
6.4.1 第三方物流发展的环境条件与动因.....137	第 9 章 电子商务法律与法规.....179
6.4.2 第三方物流 (3PL).....138	9.1 电子商务法律概述.....180
6.4.3 国内外物流外包业务.....139	9.1.1 电子商务法律的基本概念.....180
本章小结.....140	9.1.2 电子商务新的法律需求.....181
综合习题 6.....140	9.2 电子商务的法律环境.....182
第 7 章 电子商务与供应链管理...142	9.2.1 国际电子商务法律环境.....182
7.1 供应与供应链管理概述.....143	9.2.2 我国电子商务法律环境.....183
7.1.1 供应链管理产生的背景.....143	9.3 电子商务基本法律制度.....185
7.1.2 供应链与供应链管理.....144	9.3.1 数据电文法律制度.....185
7.2 供应链管理方法.....149	9.3.2 电子签名及其法律制度.....186
7.2.1 供应链管理方法概述.....149	9.3.3 电子认证法律关系.....187
7.2.2 供应链管理的主要方法.....151	9.3.4 电子合同的法律制度.....187
7.3 电子商务与供应链管理.....156	9.3.5 电子支付的法律制度.....189
7.3.1 电子商务供应链管理概述.....156	9.3.6 网上银行和电子货币的法律制度.....190
7.3.2 基于电子商务的供应链管理.....158	9.4 与电子商务相关的法律制度.....190
本章小结.....161	9.4.1 电子商务中消费者权益保护.....190
综合习题 7.....161	9.4.2 网络环境下隐私权保护.....192
第 8 章 移动电子商务.....163	9.4.3 知识产权保护.....193
8.1 移动电子商务概述.....164	9.4.4 电子商务税收法律问题.....194
8.1.1 移动电子商务发展历程.....164	本章小结.....195
8.1.2 移动电子商务的特点.....165	综合习题 9.....195
8.1.3 移动电子商务提供的服务.....166	第 10 章 电子商务在各行各业中的应用.....197
8.2 移动电子商务的主要技术.....167	10.1 网上购物.....198
8.2.1 移动通信技术.....167	10.1.1 网上购物的概念.....198
8.2.2 无线 Internet 技术.....168	10.1.2 网络零售的特点.....198
8.3 移动支付.....169	10.1.3 我国网络零售发展现状.....199
8.3.1 移动支付概述.....169	10.1.4 我国网络零售市场的发展趋势.....200
8.3.2 移动支付的特征.....170	10.2 电子政务.....201
8.3.3 移动支付的技术支撑.....170	
8.3.4 移动支付的支付流程.....172	



10.2.1 电子政务与传统政务·····	201	二、相关知识·····	219
10.2.2 电子政务的具体内容·····	202	三、实训内容与方法·····	224
10.2.3 我国电子政务的建设和发展·····	204	实训3 C2C网上购物·····	224
10.3 网上证券·····	205	一、实训目的·····	224
10.3.1 网上证券的作用·····	205	二、相关知识·····	224
10.3.2 网上证券的特点与优势·····	206	三、实训内容与方法·····	226
10.4 网上旅游·····	208	实训4 网上开店·····	227
10.4.1 网上旅游概述·····	208	一、实训目的·····	227
10.4.2 旅游电子商务的类型·····	210	二、相关知识·····	227
10.4.3 网上旅游的应用·····	213	三、实训内容与方法·····	232
10.4.4 我国旅游电子商务的发展及 存在的问题与对策·····	213	实训5 店铺装修管理·····	232
本章小结·····	215	一、实训目的·····	232
综合习题10·····	215	二、相关知识·····	232
第11章 上机实训·····	217	三、实训内容·····	236
实训1 网上调查电子商务应用·····	217	实训6 博客营销·····	236
一、实训目的·····	217	一、实训目的·····	236
二、相关知识·····	217	二、相关知识·····	236
三、实训内容与方法·····	218	三、实训内容·····	238
实训2 注册为淘宝会员·····	218	参考文献·····	239
一、实训目的·····	218		

第1章

电子商务概述

→ 学习目标

- 掌握电子商务的发展历程。
- 掌握电子商务概念。
- 掌握电子商务分类。
- 掌握电子商务的基本组成、特点与一般流程。

→ 案例导入

案例 1-1 亚马逊公司的成功经验

亚马逊公司是一家财富 500 强公司，总部位于美国华盛顿州的西雅图。它由杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）创立于 1995 年，目前已成为全球商品品种最多的网上零售商和全球第 2 大互联网公司。

亚马逊为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品，如图书、影视、音乐和游戏、数码下载、电子和电脑、家居园艺用品、玩具、婴幼儿用品、食品、服饰、鞋类和珠宝、健康和个人护理用品、体育及户外用品、玩具等。

2004 年 8 月，亚马逊全资收购卓越网，使亚马逊全球领先的网上零售专长与卓越网深厚的中国市场经验相结合，进一步提升客户体验，并促进中国电子商务的成长。至今已经成为中国网上零售的领先者，有很大的拓展空间。

亚马逊可以提供的图书目录比全球任何一家书店的存书要多 15 倍以上，亚马逊书店的 1600 名员工人均销售额 37.5 万美元。而实现这一切既不需要庞大的建筑，又不需要众多的工作人员，电子商务在其中所起的作用十分关键。它工作的中心就是要吸引顾客购买它的商品，同时树立企业良好的形象。

案例分析

亚马逊公司的成功秘诀如下：①了解电子商业。②成立企业家团队。③创造网络品



牌。④提供好处以招揽并留住顾客。⑤建立配送网络。

案例思考题

亚马逊是如何成功的？结合本案例，说说电子商务的发展前景。

1.1 电子商务的发展历程

Internet 的商业化发展推动了电子商务的迅速增长，电子商务正在成为人们进行商务活动的新模式，正在推动人类社会继农业革命、工业革命之后的第三次革命。对于任何想实现跨越式发展的企业来讲，开展电子商务都是必然选择。

1.1.1 电子商务的产生与发展

人类利用电子通信方式进行贸易活动已有几十年的历史了，早在 20 世纪六七十年代，就出现了电子商务的雏形——基于电子数据交换（EDI）的电子商务。

1. 电子商务产生和发展的条件

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代，发展于 20 世纪 90 年代，其产生和发展的重要条件主要如下。

（1）计算机应用的普及

近年来，计算机处理速度越来越快，处理能力越来越强，价格越来越低，应用越来越广泛。特别是微型计算机的普及，相当多的工作人员和家庭利用微机开展各种工作。为电子商务的应用提供了广阔空间，这是电子商务发展的基础。

（2）网络技术的成熟与普及

网络技术的迅速发展及普及应用，快捷、安全及低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件，这是电子商务最基本的条件。

（3）电子交易协议的制定

为确保网上支付的安全性，美国 VISA 和 Mastercard 国际组织等联合制定了电子安全交易协议，于 1997 年 5 月 31 日公布，作为在开放网络上进行电子支付的安全标准。为网上购物与支付提供一个安全的环境，这是电子商务的关键所在。

（4）信用卡的普及

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，并形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统，信用卡可以方便地跨国使用，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。

（5）政府的支持与推动

1997 年 4 月欧盟发布了欧洲电子商务协议，1997 年 7 月美国政府发布了“全球电子商务纲要”，推动着全球电子商务的发展。电子商务受到世界各国政府的重视，各国政府纷纷采取各种有效措施支持和推动电子商务的发展，许多国家的政府开始尝试“网上采购”，这为电子商务的发展提供了有利的支持。



2. 电子商务发展的两个阶段

(1) 20 世纪 60 年代~20 世纪 90 年代：基于 EDI 的电子商务

从技术角度来看，人类利用电子通信的方式进行贸易活动已有几十年的历史。早在 20 世纪 60 年代，人们就开始用电报报文发送商务文件；20 世纪 70 年代人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报，但是由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的，不能将信息直接转入到信息系统中，因此人们开始采用 EDI 作为企业间电子商务的应用技术，这就是电子商务的雏形。

由于 EDI 大大减少了纸张票据，因此人们形象地称为“无纸贸易”或“无纸交易”。

(2) 20 世纪 90 年代以来：基于国际互联网的电子商务

由于使用 VAN 的费用很高，仅大型企业才会使用，因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。20 世纪 90 年代中后期，国际互联网迅速走向普及化，逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭，其功能也从信息共享演变成为一种大众化的信息传播工具。从 1991 年起，一直排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入到这个王国，从而使电子商务成为互联网应用的热点。

1.1.2 电子商务的发展现状

1. 国际的情况

电子商务已经成为一种全球性的具有战略意义的经营管理手段。世界各国政府都非常重视发展电子商务，鼓励企业积极投身于电子商务的实践活动中去，广泛开展电子商务应用。美国积极发展以信息技术为主导的知识经济，大力推进信息技术研究与应用，在发展电子商务方面，强制政府部门的采购行为必须全部通过电子商务方式完成采购任务，并逐步全面取消纸面单证在部门之间的传递。自从联合国国际贸易委员会首次提出“电子商务示范法”蓝本开始，电子商务立法就有了一个可供各国参照的范本。随后，欧盟提出了“电子商务行动方案”，在安全认证、知识产权保护、网络开放等方面制定了一系列的法规性文件；1997 年，美国政府发表了“全球电子商务框架”文件，并公布“网络贸易三项免税政策”草案；美洲和欧洲就全球电子商务达成协议；西方七国集团针对中小企业拟定了促进全球电子商务发展的基本政策建议，探讨全球电子商务的立法协调与电子支付系统的货币政策问题；新加坡与澳大利亚政府签署了一项信息与通信科学技术协议，全面提升两国在电子商务领域的合作关系。纵观全球各国，大力推进电子商务应用如火如荼，其发展潮流势不可挡。

从 20 世纪 90 年代中期开始，在短短的 10 来的时间里，电子商务的发展经历了 3 个阶段。

(1) 第一个阶段：高速初始发展阶段

20 世纪末，基于计算机技术与通信技术结合的网络环境出现，在互联网上从事能产生效益的商务活动，成为经济活动中的热点，对发展前景的美好展望，电子商务得到了爆炸式发展。大量的风险投资家涌入电子商务领域，不断有企业宣布从事电子商务，新的电子商务网站大量涌现。

在当年电子商务的爆炸式发展中，资本市场的投资，起到了推波助澜的作用。从 20 世纪 90 年代开始，在 IT 业快速发展的推动下，美国股市连续上涨 10 年，创造了经济奇迹。20 世纪 90 年代中期以后，网络概念股受到了青睐。网上图书销售商亚马逊的营业收入从 1996 年的 1 580 万



美元猛增到 1998 年的 4 亿美元。面对 Internet 良好的应用前景,网络概念股节节走高。以高新技术类上市公司为主的美国 NASDAQ 股票市场,1996 年年初的指数点位还只有 1 000 点,而 2000 年年初该点位已经超过 4 000 点。在财富效应的驱动下,各种资金蜂拥进入以网络为核心的 IT 领域,电子商务经历了其发展初期的爆炸式发展阶段。

(2) 第二个阶段:调查蓄势阶段

2000 年年初,在投资者的疯狂追捧下,NASDAQ 指数接近了 5 000 点大关。然而就在这个时候,IT 业经过 10 多年的高速发展之后积累的问题逐渐开始暴露,电子商务也未能例外。尽管一些电子商务网站的营业收入已经做得很大,但支出更大,一直不能实现赢利。此外,随着规模的扩大,物流、管理等方面的问题开始突出,如何继续保持高速发展成为一个很突出的问题。

从 2000 年中期开始,和整个 IT 业一道,电子商务开始调整。股市泡沫开始破灭,NASDAQ 指数在一年的时间内就从 5 000 点跌破至 2 000 点以下。随着资金的撤离,许多依赖资本市场资金投入的网站陷入了困境,不少网站开始清盘倒闭。据不完全统计,超过三分之一的网站销声匿迹了。电子商务经历了其发展过程中的寒冬。

(3) 第三个阶段:复苏稳步发展阶段

从 2002 年年底至今,电子商务步入复苏和稳步发展阶段,经过电子商务发展寒冬的严峻考验,生存下来的电子商务网站开始懂得电子商务网站的经营必须要有务实的特点,首先要在经营上找到经济的赢利点,有了这些宝贵经验和经营实践,务实的经营理念使这些经营性的网站,一反长期亏损局面而出现了赢利。人们看到了希望,电子商务网站的经营实现了突破,开始出现了又一个春天。电子商务毕竟是具有强大生命力的新生事物,短暂的调整改变不了其上升趋势。在惨烈的调整之后,从 2002 年年底开始复苏,其标志是不断有电子商务企业开始宣布实现赢利。

2. 国内的情况

我国的电子商务发展迅速,形势喜人。当今社会的日常生活,已经与电子商务有着千丝万缕的联系。电子商务在中国已呈蓬勃发展的趋势,在不久的将来会对经济社会产生巨大影响。迄今为止,我国的电子商务的发展经历了 3 个阶段。

(1) 1990~1993 年,EDI 的电子商务应用阶段

1990 年开始,国家计委、科委将 EDI 列入“八五”国家科技攻关项目。1991 年 9 月,由国务院电子信息系统推广应用办公室牵头会同国家计委等 8 个部委局发起成立“中国促进 EDI 应用协调调查小组”,同年 10 月成立“中国 EDIFACT 委员会”并参加亚洲 EDIEACT 理事会。当时,我国 EDI 的应用主要局限于大的集团公司或者行业,如对外贸易、交通、银行等部门,横向联系还没有建立。

(2) 1993~1997 年,“三金工程”阶段

1993 年成立了国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金桥的“三金工程”,目标是建设中国的“信息准高速国道”。金桥工程,属于信息化的基础设施建设,是中国信息高速公路的主体。金关工程,即国家经济贸易信息网络工程,可延伸到用计算机对整个国家的物质市场流动实施高效管理。金卡工程,即从电子货币工程起步,计划用 10 多年的时间,推广普及金融交易卡,实现支付手段的革命性变化,从而跨入电子货币时代。

(3) 1998 年以来,互联网电子商务的发展阶段

1998 年 3 月,我国第一笔互联网网上交易成功。1998 年 7 月,中国商品交易市场正式宣告成



立,被称为“永不闭幕的广交会”。1999年,现货电子市场电子交易额达到2 000亿元人民币。中国银行与电信数据通信局合作在湖南进行中国银行电子商务试点,推出我国第一套基于SET的电子商务系统。1999年3月,8 848等B2C网站正式开通,网上购物进入实际应用阶段。

中国银联股份有限公司于2002年3月26日成立。该公司采用先进的信息技术与现代公司经营机制,建立和运营全国银行卡跨行信息交换网络,实现银行卡全国范围的联网通用,推动我国银行卡产业的迅速发展,实现“一卡在手,走遍神州”,乃至“走遍世界”的目标。

在2001~2005年期间,我国电子商务在经历了探索和理性调整后,步入务实发展的轨道。电子商务逐渐渗透到经济和社会的各个方面,国民经济重点行业和骨干企业电子商务应用不断深化,网络化生产经营与消费方式逐渐形成。2005年,全国企业网上采购商品和服务总额达16 889亿元,占采购总额的比重约8.5%,企业网上销售商品和服务总额为9 095亿元,占主营业务收入的比重近2%。中小企业成为电子商务的积极实践者,经常性应用电子商务的中小企业约占全国中小企业总数的2%。

电子商务支撑体系建设取得重要进展。电子认证、电子支付、现代物流、信用、标准等电子商务支撑体系建设逐步展开。19家电子认证机构获得电子认证服务许可,近20家商业银行开办电子银行服务,第三方电子支付业务稳步上升。物流专业化、社会化和信息化程度逐渐提高。

电子商务发展环境进一步改善。从2003年2月1日起,《广东省电子交易条例》正式在该省行政区域内实施,这是中国内地首部有实施意义的地方电子商务法规。2004年8月28日第十届全国人大常委会第十一次会议通过了《电子签名法》。《电子签名法》的通过,标志着我国首部“真正意义上的信息化法律”已正式诞生,这使电子商务的应用在法律上得到了保障。

近年来,我国网民人数世界第一,电子商务飞速发展。网上支付、网络购物和网上银行增长率远远超过其他网络应用。

1.2 电子商务概念

电子商务是人类利用现代信息技术的一种新的商品交易模式,它是人类商品交易模式发展、变化到今天的必然方式。电子商务已引起了世界各国政府的高度重视,它已在我们身边悄悄地(可以说是如火如荼地)发展起来了,并已深入到了我们的工作、学习和生活的方方面面。

1.2.1 人类商品交易模式的变化

1. 无商品交易阶段

在原始社会,人们共同劳动、共同生活,劳动成果大家共同分享。由于生产力落后,人们不可能有用于交换的剩余产品,也就基本上不存在商品交易的概念。

2. 商品交易的产生及其模式的变化阶段

当社会生产力发展到一定阶段,剩余产品出现了,同时也出现了经济利益各不相同的群体,于是,商品交易的概念便产生了。随着人类社会的不断进步,人们的商品交易模式也不断地发生着变化。



(1) “以物换物”的商品交易模式

剩余产品的出现,产生了小规模、直接的以物换物的交换。这一模式主要以物流为主,商流在物流后实现,商品交换后所有权发生了改变,这种商务活动属于直接交易。

(2) “一手交钱、一手交货”的商品交易模式

随着交易范围和规模的不断扩大,出现了以中介进行商品交换的方式,即“以钱买物”,但是人们是按照“一手交钱、一手交货”的现金买卖原则,即先付款后提货。这种商务活动也属于直接交易。

(3) 具有“中介人”的商品交易模式

在社会化大生产以及社会分工的日趋专业化,出现钱庄、银行等从事货币服务及货币买卖的金融信用行业,这一阶段物流和商流开始分离,业务交易模式开始从直接向间接转变,如交易前预付款、事中托收承付、支票、汇票和事后分期付款等。在这个阶段,信息的作用开始突出起来。在商品交易的前、中、后期,交易双方都尽可能地了解对方和金融中介等的有关商品交易的各种信息,如商品信息、商业信誉、支付能力、中介能力、中介信息等。而银行等金融、商业中介要充分了解和掌握交易双方的各种信息,保障商品交易的安全性,这一阶段尽管是间接交易,但需要交易双方、金融中介、商业中介等面对面商议或者通过电报、电话、传真等方式直接交流,商务活动实现的手段还是直接的。

(4) 电子商务商品交易模式

随着电子技术尤其是计算机技术、网络技术的发展和普及,商品交易的实现需要市场信息、客户信息、供应商信息、营销信息、商品信息、交易信息、支付信息等,并且这些信息的获得、传输、加工和处理全部或者部分采用电子工具实现,通过信息控制商品交换和交易的全过程。在这个过程中,交易双方具有陌生性和间接性,信息交流是间接的。在现代商业活动中如果没有计算机、网络等电子信息技术的支撑,没有信息流,则交易是不可能实现的。由于是采用电子技术及其工具实现的商务活动,因此称为电子商务模式。

1.2.2 电子商务的概念

1. 电子与商务的关系

早在 1939 年,当电报刚出现的时候,人们就开始对利用电子手段进行商务活动的讨论,随着电话、传真、互联网、手机等通信工具的出现,商务活动中可应用的工具进一步扩充,如图 1-1 所示。



图 1-1 商务工具的变迁

自 20 世纪 90 年代末电子商务这一新生事物出现以来,不同的组织、学者、专家以及企业都对电子商务进行过界定,但截至目前还没有统一的定义。综观近年来对这一定义的认识和演变,各种定义的区别主要体现在电子和商务这两个词的外延和范围上。

电子即电子技术,这是一个覆盖范围极广的领域。无疑,电子技术是现代高新技术的核心,而现代电子技术的核心又是计算机技术和通信技术,计算机网络



是计算机技术和通信技术结合的产物, Internet 则是计算机网络技术到目前为止最为重要的应用。由于 Internet 在整个电子技术中的特殊地位, 在对电子商务概念的理解中, 一般人认为“电子”指的就是 Internet。当然, 也有人认为电子商务中的“电子”是以 Internet 为主要工具, 同时也包括其他计算机网络、通信设备(如电话、传真机、手机)等电子手段。甚至还有人认为, 电子商务中的“电子”就是现代高新技术, 商务活动中使用到的高新技术手段都可以包括在“电子”一词中。

再来看对“商务”一词的理解。西方学者认为, 商务是将社会资源转换为产品和服务, 并以赢利为目的向消费者进行销售的有组织的活动。在这一定义中, 商务的核心是销售活动。同一般的销售活动相比较, 商务活动的规模较大, 具有严格的商业协议, 并受到相应的法律保护, 是一种有组织的活动。在使用商务这一概念时, 实际上也有广义和狭义之分。有人认为, 企业的活动都直接或间接地与销售有关, 因此除了销售, 企业的其他活动也属于商业活动。而有人则认为, 商务活动只包括企业销售产品和服务的活动。

理解技术与商务过程的相互关系是理解电子商务定义的关键。电子商务的定义应当反映现代经济活动转变的状态, 反映信息技术在商务活动中的应用, 否则, 就不能区别存在多年的利用传真或电话进行的电子交易; 电子商务的定义也不能局限于信息软件和通信技术, 它应当反映信息软件和通信技术在全局商业过程价值链中的应用。

2. 电子商务定义

正是由于有了对“电子”和“商务”的不同理解, 一些组织、机构和个人从不同的角度出发, 对“电子商务”给出了不同的定义。下面列出一些典型定义。

(1) 欧洲议会的定义

欧洲议会关于“电子商务”给出的定义是: “电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据, 包括文本、声音和图像。”

(2) 世界电子商务会议的定义

1997 年 11 月 6 日至 7 日国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议, 从商业角度提出了电子商务的概念: 电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。

从涵盖范围方面可以定义为: 电子商务是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。

从技术方面可以定义为: 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(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

(3) IBM 公司对电子商务的定义

IBM 公司对电子商务的定义是: 电子商务是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相结合的背景下, 应运而生的一种在互联网上展开的互相关联的动态商务活动。电子商务又有广义和狭义之分。

狭义的电子商务 E-Commerce (EC) 称作电子交易, 主要是指利用 Internet 提供的通信手段在网上进行的交易。

广义的电子商务 E-Business (EB) 是包括电子交易在内的, 利用 Internet 进行的全面的商业活动, 如市场调查分析、财务核算、生产计划安排、客户联系、物资调配等。

从上面的各种定义可以看到, 由于人们对“电子”和“商务”两词有不同的理解, 因此对“电



子商务”的理解也不同。从外延来看,狭义的概念则认为电子商务主要包括利用互联网进行的交易活动;广义的概念是指利用各种信息技术手段进行的全部商业经营管理活动。

本书采用 IBM 公司的定义,认为电子商务是以 Internet 为平台所进行的全面的商业活动。这种理解也是人们较为认同的一种通俗的电子商务。这里所说的以 Internet 为平台,指的是在商务活动的各个环节,包括谈判、交易、资金支付等在 Internet 上进行,其他手段如电话、网下资金支付等仅仅是补充。所谓全面的商业活动,是指包括了企业和个人商业活动的各个环节,而不仅仅是贸易阶段,当然贸易是其中的核心。

需要说明的是关于 E-Commerce (EC) 和 E-Business (EB) 这两个英语单词,许多中文资料上都把它们统一翻译为电子商务。一般来说,EC 是以商品的买卖为中心,以 Internet 为平台的商品交换活动,西方媒体上最先使用的就是这一词汇,还有人将其译为电子贸易。而 EB 是 IBM 公司在 1997 年率先推出的电子商务概念。IBM 认为,电子商务不仅包括在线的商品交换,而且还应包括对客户的服务和商业伙伴之间的合作,IBM 甚至认为企业在其按照 Internet 标准构造的企业内部网 (Intranet) 和企业互联网 (Extranet) 上从事的业务都包括在 EB 之中。又有人将 EB 翻译为电子商务。如果按照上述理解,EB 包括了 EC,而 EC 则是 EB 的精华所在,如图 1-2 所示。

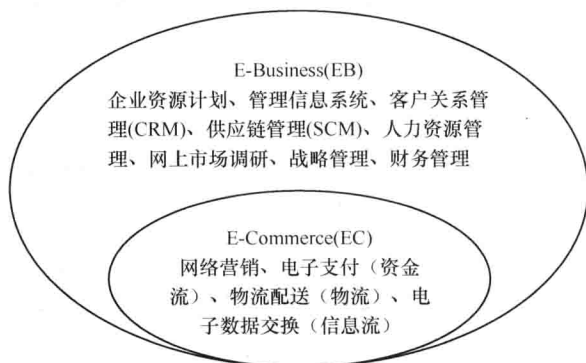


图 1-2 EB 和 EC

事实上,EB 和 EC 是历史的产物,Internet 发展迅速。新名词层出不穷,有时候发展速度甚至快到连取一个恰当的名称都来不及。因此,在许多英文资料上,作者们并没有严格区分 EC 和 EB,有时候甚至是混用。

1.2.3 电子商务的 3 个阶段和 4 种基本流

1. 电子商务交易过程的 3 个阶段

(1) 交易前

这一阶段主要是指买卖双方和参与交易各方在签约前的准备活动,包括在各种商务网络和 Internet 上寻找交易机会,通过交换信息来比较价格和条件、了解各方的贸易政策、选择交易对象等。

买方根据自己要买的商品,准备购货款,制订购货计划,进行货源市场调查和市场分析,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。再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,尤其要利用互联网和各种电子商务网络寻找自己满意的商品和商家。

卖方根据自己欲销售的商品,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,利用互联网和各种电子商务网络发布商品信息,寻找贸易合作伙伴和交易机会,扩大贸易范围和商品所占市场的份额。

其他参加交易各方,如中介、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、运输公司等也都应为进行电子商务交易做好准备。

(2) 交易中

这一阶段包括交易谈判和签订合同、办理交易进行前的手续等。

① 交易谈判和签订合同:主要是指买卖双方利用电子商务系统对所有交易细节进行网上谈判,将双方磋商的结果以文件的形式确定下来,双方利用现代电子通信设备和通信方法,以电子文件形式签订贸易合同。明确双方在交易中的权利,所承担的义务,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。

② 办理交易进行前的手续:主要是指买卖双方签订合同后到合同开始履行之前办理各种手续的过程,也是双方贸易前的交易准备过程。

(3) 交易后

这一阶段包括交易合同的履行、服务和索赔等活动。它是买卖双方办完所有手续之后,卖方要备货、组货,同时进行报关、保险、取证等,卖方将买方所购商品交付给运输公司包装、起运、发货,买卖双方可以跟踪发出的货物,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,才完成了整个交易过程。

索赔是在买卖双方交易过程中出现违约时,需要进行违约处理的工作,受损方要向违约方索赔。

2. 传统商品交易中的信息流、商流、资金流、物流

传统商品交易中的任何一笔交易,都包含着几种基本的“流”,即信息流、商流、资金流、物流。

① 信息流:信息流既包括商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容,也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉等。

② 商流:商流是指用户在选定商品以后,提出购买清单,而商家对用户的购买行为进行确认和回复过程中的信息交换。它是商品在购、销之间进行交易和商品所有权转移的运动过程,具体是指商品交易的一系列的活动。

③ 资金流:资金流主要是指资金的转移过程,包括付款、转账等过程。

④ 物流:物流是指物质实体(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。

3. 电子商务中的信息流、商流、资金流、物流

在电子商务时代,进行交流和联系的工具变了,如从以前的纸面单证变为现在的电子单证。但人们做贸易的顺序并没有改变,还是有交易前、交易中和交易后3个阶段。同传统商务过程一