

高等院校应用型本科经济管理类“十三五”规划教材

电子商务基础与实训



主编 陈联刚



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

高等院校应用型本科经济管理类“十三五”规划教材

电子商务基础与实训

主 编 陈联刚

副主编 王会丽 张凌云 罗 迹

参 编 杨慧玲 章承林 陈艳春 何 晖

吴 瑰 杨冰冰 钟 利 张浩康

毛求真 王 宇 徐晓光 向 宏



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与实训/陈联刚主编. —武汉:华中科技大学出版社,2017.10
ISBN 978-7-5680-2722-9

I. ①电… II. ①陈… III. ①电子商务-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 076374 号

电子商务基础与实训

陈联刚 主编

Dianzi Shangwu Jichu yu Shixun

策划编辑:袁 冲

责任编辑:沈 萌

封面设计:抱 子

责任监印:朱 玢

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉华工鑫宏印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:18.25

字 数:479 千字

版 次:2017 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:39.80 元



华中出版

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前言

在“互联网+”时代,网络的普及使得传统企业运营管理发生了根本性的变革,电子商务就是以信息技术为手段,以商品交换为中心的交易活动和相关服务的活动,是传统商业企业各运营环节的电子化、网络化、信息化。

随着知识社会的来临,无所不在的网络与无所不在的计算、无所不在的数据、无所不在的知识共同驱动了无所不在的创新。新一代信息技术的发展催生了创新 2.0,而创新 2.0 又反过来作用于新一代信息技术形态的形成与发展,重塑了物联网、云计算、社会计算、大数据等新一代信息技术的新形态。目前,“互联网+”不仅仅是互联网移动了、应用于传统商务了,更会同无所不在的计算、数据、知识,造就了无所不在的创新,推动了知识社会以用户创新、开放创新、大众创新、协同创新为特点的创新 2.0。所谓“互联网+”,事实上是互联网发展新形态、新业态,是知识社会推动下的互联网形态演进,而智慧城市则是新一代信息技术支撑、知识社会下一代创新环境下的城市形态。“互联网+”也被认为是智慧城市的基本特征,有利于形成创新涌现的智慧城市生态,从而进一步完善城市的管理与运行功能,实现更好的公共服务,让人们出行更便利、居住环境更舒适。可以说,人们的生活习惯和工作节奏已经被电子商务极大改变。

“电子商务”一词源自“electronic business”,是通过网络化手段进行的商业事务活动。通过使用互联网等信息化工具,使企业内部、供应商、客户和合作伙伴之间,利用网络业务共享企业商品信息,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业的采购、生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

电子商务的核心价值就是让消费者通过网络购物、支付,节省消费者与企业的时间,提高交易效率。在消费者信息多元化的 21 世纪,通过网络渠道,可以“足不出户”地了解国内和国外的商品信息,然后再享受网络购物的便捷性。

移动电子商务就是利用手机、PDA(个人数字助理)及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或 C2C 电子商务。它将互联网、移动通信技术、短距离通信技术及其他信息处理技术完美结合,使人们可以随时、随地、随身进行各种商贸活动,实现线上线下的购物与交易、在线电子支付,以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

移动电子商务是在无线传输技术高度发达的情况下产生的,移动电子商务是由电子商务的概念衍生出来的,电子商务以 PC 机为主要界面,是“有线的电子商务”;而移动电子商务则是通过手机、PDA 这些可以装在口袋里的终端与我们谋面,无论何时、何地都可以开始。可以说,移动电子商务将决定 21 世纪新企业的风貌,也将改变社会生活与传统商业的地形地貌,而移动支付的环境已经形成。

电子商务发展迅速,因此电子商务行业对人才的综合性技能提出了很高的要求。例如,电子商务技术型人才,既要求了解程序设计、网络技术、网站设计、美术设计、安全、系统规划等知识,又要求了解商务流程、消费者心理和客户服务等,技术型人才要求有扎实的计算机根底,但考虑到最终设计的系统是为解决企业的管理和业务服务,又需要分析企业的消费者需求,所以该类人才还应该对企业的流程、管理需求以及消费者心理有一定的了解,而这将成为电子商务技术型人才的特色所在。对于电子商务营销型人才,首先要熟悉电子商务商业模式和盈利模式,深入了解网络消费者的心理和行为,必须精通电子商务项目策划和电子商务平台的基本操作,同时学会对电子商务交易洽谈、交易达成、支付和物流配送四个环节的运营管理进行梳理,

降低运营成本,提高效率。

电子商务是融合计算机技术、市场营销、管理、金融、法学和物流管理等于一体的新型交叉学科,旨在培养具有扎实的经济与管理等方面的基本理论知识,熟悉信息科学与技术的基本知识和方法,掌握电子商务系统工程的开发、应用与管理的技术和技能,具有创新精神、较强的管理能力和独立分析问题的能力,从事现代商务管理、电子商务开发、网站运营管理的高级专门人才。

电子商务是特别强调“实战”的专业,“电子商务概论”课程正是通过教学“实务项目导向”原则,来让学生掌握现实中电子商务交易的模式、方法、技能(在现实网络交易过程中,学生可以及时发现问题、分析问题、解决问题),锻炼学生独立思考的能力,实现“零距离”教学,调动学生学习的兴趣和积极性。

本书从电子商务人物出发,进而分析电子商务案例,从而引出电子商务知识点。综合考虑教材的系统性、科学性、实用性,从企业全程电子商务的角度,全书共安排了电子商务概述、网络经济与用户体验、电子商务网站竞争力分析、电子商务网络技术基础、网络营销、电子支付与网络银行、电子商务物流及供应链管理、电子商务安全技术、电子商务系统规划、电子商务网站运营和管理、移动电子商务、电子商务法律、电子商务创业管理等主要内容。希望通过本书的介绍,读者既能系统掌握电子商务基础知识,了解最新的电子商务理论与技术的发展,又能适应全国统一的电子商务职业技能考试理论知识部分的要求。

本书有三个特色:一是每一章前都有“实务导入”,从电子商务人物,导入电子商务网站并提出现实问题;二是注重“课堂讨论”“案例分析”和“资料链接”;三是介绍了电子商务创业管理的若干事项,可以提升学生的网络创业意识和能力,反映了最新的电子商务与现代企业的发展,具有实用价值。本书内容丰富,涉及知识面较广,由长期从事电子商务教学的老师编写,突出实用性,体现了电子商务专业的教学要求,有利于学生吸收和消化电子商务课程讲授的原理和知识点。

通过阅读本书,我们希望读者能够:

- (1) 熟悉电子商务商业模式和盈利模式;
- (2) 了解电子商务网络营销的新理念;
- (3) 掌握电子商务“三流”的管理和运用技巧;
- (4) 学会电子商务交易模式下营销管理的基本方法;
- (5) 提高对电子商务网络经济“用户体验”的认识;
- (6) 掌握电子商务业务流程信息化的基本技能;
- (7) 熟练驾驭具体电子商务“网络创业”项目的管理和运作。

本书可作为电子商务专业的电子商务基本教程,同时也适合非电子商务专业的学生学习掌握电子商务基础知识。对于关心并打算认识和了解电子商务的企业、政府及研究机构的相关人员,本书也是一本较为适合的参考书。本书由陈联刚、王会丽、张凌云、罗迹、杨慧玲、章承林、陈艳春、何晖、吴瑰、杨冰冰、钟利、张浩康、毛求真、王宇、徐晓光、向宏等编写,全书由陈联刚统稿。本书是集体智慧的结晶,感谢武汉大学陈务正教授的审阅,感谢武昌理工学院的大力支持。

电子商务是新兴的专业,发展迅速,电子商务与现代企业管理更是一个有待探索的领域。由于编者学术水平有限,书中难免存在不完善之处,敬请各位读者批评指正。

编 者

2017年7月27日

目 录

第一章 电子商务概述.....	(1)
1.1 电子商务的产生和发展	(2)
1.2 电子商务的概念及其运行	(8)
1.3 电子商务的框架结构与业务流程.....	(15)
1.4 电子商务带来的变革.....	(20)
第二章 网络经济与用户体验	(27)
2.1 网络经济的产生与发展.....	(28)
2.2 网络企业的组织与管理.....	(33)
2.3 新经济与经济全球化.....	(38)
2.4 体验经济的意义与作用.....	(42)
第三章 电子商务网站竞争力分析	(47)
3.1 网站竞争力的概念.....	(48)
3.2 电子商务网站的战略分析.....	(57)
3.3 电子商务带来的网站竞争新观念和问题.....	(63)
第四章 电子商务网络技术基础	(71)
4.1 计算机网络的基础知识.....	(72)
4.2 互联网协议和功能.....	(78)
4.3 Intranet 技术和 Extranet 技术.....	(83)
第五章 网络营销	(89)
5.1 网络营销概述.....	(90)
5.2 网络调研与消费者行为分析.....	(97)
5.3 网络营销组合策略	(101)
5.4 网络营销常用技术手段	(107)
第六章 电子支付与网络银行.....	(116)
6.1 电子支付	(117)
6.2 电子货币	(120)
6.3 电子钱包	(126)
6.4 信用卡支付	(130)
6.5 网络银行	(133)
第七章 电子商务物流及供应链管理.....	(141)
7.1 物流与供应链管理概述	(142)
7.2 供应链管理内容	(145)
7.3 供应链管理方法	(149)
7.4 电子商务物流管理	(156)

第八章 电子商务安全技术	(166)
8.1 电子商务安全概述	(167)
8.2 网络安全技术	(170)
8.3 信息认证技术	(174)
8.4 电子商务安全协议	(179)
第九章 电子商务系统规划	(184)
9.1 电子商务系统概述	(185)
9.2 电子商务系统规划	(195)
9.3 电子商务战略制订	(199)
第十章 电子商务网站运营和管理	(204)
10.1 电子商务网站运营.....	(205)
10.2 电子商务网站管理.....	(211)
10.3 电子商务网站设计.....	(214)
10.4 电子商务网站评价.....	(219)
第十一章 移动电子商务	(225)
11.1 移动电子商务基础.....	(226)
11.2 移动电子商务的环境.....	(232)
11.3 移动电子商务应用分析和未来.....	(235)
第十二章 电子商务法律	(243)
12.1 电子商务的概念和法律关系.....	(244)
12.2 电子合同.....	(247)
12.3 电子支付的法律.....	(250)
12.4 电子商务中的安全问题.....	(253)
12.5 电子商务纠纷的法律解决.....	(257)
第十三章 电子商务创业管理	(263)
13.1 网络创业的内涵.....	(264)
13.2 创业能力的培养和基本条件.....	(268)
13.3 电子商务与风险投资.....	(273)
参考文献	(286)

第一章 电子商务概述

【学习目标】

- ☆ 了解电子商务的起源和发展。
- ☆ 了解电子商务在国内外发展的基本状况。
- ☆ 掌握电子商务的商业模式。
- ☆ 掌握电子商务的定义、功能和特征。
- ☆ 掌握电子商务的交易环节。
- ☆ 熟悉电子商务的基本业务流程。
- ☆ 了解电子商务对社会生活、企业及世界经济的影响。



实务导入

李国庆和俞渝创办网上书店——当当网

在中国的 B2C 电子商务领域,当当网是不得不提的一个企业,作为当当网的创始人,俞渝和其丈夫李国庆的创业,改变了当代很多中国人的买书模式。

当当网(www.dangdang.com)是全球知名的综合性网上购物商城,由国内著名出版机构科文公司、美国老虎基金、美国 IDG 集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金(原名软银中国创业基金)共同投资成立。

当当网从 1999 年 11 月正式开通至今,已从早期的网上卖书拓展到网上卖各品类百货,包括图书音像、美妆、家居、母婴、服装和 3C 数码等几十个大类。其中,在庫图书、音像商品超过 80 万种,百货 50 余万种。目前,当当网的注册用户遍及全国各省、自治区和直辖市,每天有 450 万独立 UV,每天要发出 20 多万个包裹。在物流方面,当当网在全国 11 个城市设有 21 个仓库,共 37 万多平方米,并在 21 个城市提供“当日达”服务,在 158 个城市提供“次日达”服务,在 11 个城市提供夜间递送服务。

除图书以外,母婴、美妆、服装、家居家纺是当当网着力发展的四大目标品类,其中,当当婴童已经是中国最大的线上商店,美妆则是中国排名前五的线上商店。当当网还在大力发展自有品牌当当优品。在业态从网上百货商场拓展到网上购物中心的同时,当当网也在大力开放平台,目前当当网平台商店数量已超过 1.4 万家,同时,当当网还积极地走出去,在腾讯、天猫等平台开设旗舰店。

当当网于美国时间 2010 年 12 月 8 日在纽约证券交易所正式挂牌上市,成为中国第一家完全基于线上业务、在美国上市的 B2C 网上商城。自路演阶段,当当网就以广阔的发展前景受到大批基金和股票投资人的追捧,上市当天股价即上涨 86%,并以 103 倍的高 PE 和 3.13 亿美元的 IPO 融资额,连创中国公司境外上市市盈率和亚太地区 2010 年高科技公司融资额度两项历史新高。



预习题

(1) 图书实体店和网店经营的不同点有哪些?

(2) 当当网的商品种类从图书到百货说明了什么? 消费者用户的体验具体体现在哪些方面?

1.1 电子商务的产生和发展

电子商务是以信息网络技术为手段,以商品交换为中心的商务活动;也可理解为在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(value added network,简称 VAN)上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动,是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。



资料链接

互联网+

“互联网+”是创新 2.0 下的互联网发展的新业态,是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果,推动经济形态不断地发生演变,从而带动社会经济实体的生命力,为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。通俗地说,“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”,但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。它代表一种新的社会形态,即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济、社会之中,提升全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

“互联网+”代表着一种新的经济形态,它指的是依托互联网信息技术实现互联网与传统产业的联合,以优化生产要素、更新业务体系、重构商业模式等途径来完成经济转型和升级。“互联网+”计划的目的在于充分发挥互联网的优势,将互联网与传统产业深度融合,以产业升级提升经济生产力,最后实现社会财富的增长。“互联网+”概念的中心词是互联网,它是“互联网+”计划的出发点。“互联网+”计划具体可分为两个层次的内容来表述。一方面,可以将“互联网+”概念中的文字“互联网”与符号“+”分开理解。符号“+”意为加号,代表着添加与联合。这表明了“互联网+”计划的应用范围为互联网与其他传统产业,它是针对不同产业间发展的一项新计划,应用手段则是通过互联网与传统产业进行联合和深度融合的方式进行。另一方面,“互联网+”作为一个整体概念,其深层意义是通过传统产业的互联网化完成产业升级。互联网将开放、平等、互动等网络特性运用于传统产业,通过分析与整合大数据,试图厘清供求关系,通过改造传统产业的生产方式、产业结构等内容,来增强经济发展动力,提升效益,从而促进国民经济健康、有序地发展。

1.1.1 电子商务产生的背景

信息技术(information technology,简称 IT),即集成电路技术和数据网络通信技术,是 20 世纪后半叶发展起来的电子技术,为电子商务的发展奠定了技术基础。

20 世纪 40 年代,开始了信息技术革命的新时代,与工业革命相比发展速度更快,对社会

生产力和人类工作、生活方式的影响也都更为深入和广泛。1946年,美国宾夕法尼亚大学研制成了世界上第一台可运行程序的电子计算机,使用了18 800多个电子管,5 000个继电器,重达30余吨(1吨=1 000千克),占地170平方米,但每秒仅处理5 000条指令,制造成本则达到几百万美元。

电子计算机诞生至今,由于构成其基本部件的电子器件发生了重大的技术革命,使它得到了突飞猛进的发展,突出表现为计算机的体积越来越小,处理速度越来越快,成本却越来越低。回顾电子器件的变化过程,计算机的逻辑元件经历了从电子管到晶体管,再从晶体管到小集成电路及至今天采用大集成电路或超大集成电路。半导体存储器的集成度越来越高,内存储器的容量越来越大,外存储器使用各种类型的软盘、硬盘和光盘,运算速度每秒可达几亿甚至上百亿次。

20世纪60年代,美国军方最早开发了作为保障战时通信的因特网技术,把单个计算机连接起来应用,计算机开始了网络化的进程。进入20世纪70年代,当时的美国政府和军方出于冷战的需要,设想将分布在美国本土东海岸的四个城市的计算机联系起来,使它们成为一个打不烂、拖不垮的网络系统。美国国防部构想的这个系统称为ARPAnet。但当时的计算机厂商生产的计算机,无论是硬件还是软件都是不一样的,要组成这样的网络,就必须把很多不同的计算机硬件和软件通过某种方式连接起来。于是在20世纪70年代初出现了一个关于计算机网络互联的共同协议——TCP/IP协议,这个协议达成之后,ARPAnet取得比较大的进展,即从美国本土连接到了其在欧洲的军事基地。

20世纪80年代初,美国科学基金会发现这种方式非常实用,于是把这几个地区的计算机连接起来,并连接进了大学校园,使参加因特网技术开发的科研和教育机构开始利用因特网,这便是今天Internet的雏形。20世纪90年代,当因特网技术被发现可以有极其广泛的市场利用价值,而政府无法靠财政提供因特网服务时,美国政府的政策开始转向开放市场,由私人部门主导。1991年,美国政府解除了禁止私人企业为了商业目的进入因特网的禁令,并确定了收费标准和体制。从此,商业网成为美国发展最快的因特网,个人、私人企业和创业投资基金成为美国因特网技术产业化、商业化和市场化的主导力量。

1992年以后,为占领世界信息竞争的制高点,重振美国的经济,提高美国的竞争力,维持美国在世界经济、政治、军事等领域中的霸主地位,美国适时发布了一系列框架性文件,表明了美国占领全球因特网经济制高点的行动纲领。

1993年9月,美国制定并发布了《国家信息基础设施:行动纲领》的重大战略决策。“国家信息基础设施”是“信息高速公路”的正式名称,它的实质是以现代通信和计算机为基础,建设一个以光缆为主干线的覆盖全美国的宽带、高速、智能数据通信网,以此带动美国经济与社会的信息化进程,促进经济的发展。美国的目标是确保其在全球信息基础设施建设的领先地位。

1994年9月,美国在建设本国信息高速公路的基础上,又提出了建立全球信息基础设施(global information infrastructure,简称GII)计划的倡议,呼吁各国把光纤通信网络和卫星通信网络连接起来,从而建立下一代通信网络。

1997年7月,美国发布《全球电子商务政策框架》,明确美国将主导全球电子商务,并制定了九项行动原则。《全球电子商务框架》确立了五大原则:私人部门应作为主导;政府应该避免对电子商务做不恰当的限制;当政府需要介入时,它的目标应该是为电子商务提供并实施一个可预见的、最简单的、前后一致的商业法制环境;政府应当认清因特网的独特性质;应当立足于全球,发展因特网上的电子商务。



课堂讨论

网络给我们的生活带来了哪些变化?

计算机网络是人类伟大的发明,它给人们带来了便利,创造了价值,提高了效率,提供了快乐。不知不觉中,人们已经习惯了离不开网络的工作、生活。随心所欲地浏览全世界的资讯新闻,快捷地收发邮件、信息,与远在千里之外的人分享资源,坐在家里买卖商品等,这些都已经成了很多人生活的一部分。域名、虚拟货币、虚拟财产、网上银行、网上商铺、个人博客空间、个人电子邮件、网上股票交易、网上招聘、网上谈判、网络教学、网络图书馆等,都和现实中的人有千丝万缕的利益联系,在网络上也形成了复杂的“社会关系”,这些都耗费了人们大量的时间、精力、金钱。计算机,这个连接计算机网络的一个终端,是人们网络活动的出发点和回归点。如果网络是海洋,那么计算机就是航海的工具,在网络上的每次活动都能在这里反映,发出与反馈回来的信息都存储在计算机里。计算机网络里包含了人们的个人隐私活动、个人隐私信息,所有这些都有可能关系着人们个人的名誉、尊严、财产等。

1.1.2 电子商务的发展阶段

按照各个时期有代表性的不同技术,可以将电子商务的发展历程划分成如下几个阶段。

第一阶段:电子邮件阶段。

这个阶段可以认为是从 20 世纪 70 年代开始,通信量平均以每年几倍的速度增长。

第二阶段:信息发布阶段。

从 1995 年起,以 Web 技术为代表的信息发布系统爆炸式地成长起来,成为 Internet 的主要应用技术。同时,从 20 世纪 70 年代起,银行间电子资金转账(EFT)开始在安全的专用网络上推广,它改变了金融业的业务流程。电子资金转账是指通过企业间的通信网络进行的账户交易信息的电子传输,由于它以电子方式提供汇款信息,从而使电子结算实现了最优化。

第三阶段:EC(electronic commerce)阶段,即电子商务阶段。

之所以把 EC 列为一个划时代的东西,是因为 Internet 的最终主要商业用途,就是电子商务。同时,反过来也可以说,若干年后的商业信息,主要是通过 Internet 传递。

从 20 世纪 70 年代后期到 80 年代早期,电子商务以电子报文传送技术如电子数据交换(EDI)的形式在企业内部得到推广。电子报文传送技术减少了文字工作并提高了自动化水平,从而简化了业务流程。电子数据交换使企业能够用标准化的电子格式与供应商之间交换商业单证(如订单)。例如,如果将电子数据交换与准时化(JIT)生产相结合,供应商就能将零件直接送到生产现场,节约企业的存货成本、仓储成本和处理成本。1997 年年底,在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织(APEC)非正式首脑会议上,时任美国总统的克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案,其引起了全球首脑的关注,IBM、HP 和 Sun Microsystems 等国际著名的信息技术厂商宣布 1998 年为电子商务年。

第四阶段:协同电子商务阶段。

随着 SaaS(software as a service)软件服务模式的出现,软件纷纷登录互联网,延长了电子商务链条,形成了“协同电子商务”概念模式。在 20 世纪 80 年代中期,联机服务开始风行,它提供了新的社交交互形式(如聊天室),还提供了知识共享的方法(如新闻组和 FIP)。这就为互联网用户创造了一种虚拟社区的感觉,逐渐形成了“地球村”的概念。同时,信息访问和交

换的成本已降得很低,而且范围也在空前扩大,全世界的人都可以相互沟通。20 世纪 90 年代中期,在互联网上出现了 WWW(万维网)应用,这是电子商务的转折点。WWW 为信息出版和传播方面的问题提供了简单易用的解决方案。WWW 带来的规模效应降低了业务成本,它所带来的范围效应则丰富了企业业务活动的多样性。WWW 也为小企业创造了机会,使它们能够与资源雄厚的跨国公司在平等的技术基础上竞争。

第五阶段:智慧阶段(随时、随地、随身)。

随着智能手机的普及,互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟,主动互联网营销模式出现,碎片化时间销售顺势而出,电子商务逐渐摆脱了将传统销售模式生搬上互联网的现状,以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次的沟通。这个阶段的发展特点包括:更广阔的市场,更快的流通和低廉的价格,更符合时代的要求等。更广阔的市场,在网上这个世界将会变得很小,一个商家可以面对全球的消费者,而一个消费者可以在全球的任何一家商家购物。更快的流通和低廉的价格,电子商务减少了商品流通的中间环节,节省了大量的开支,从而也大大降低了商品流通和交易的成本。更符合时代的要求,如今人们越来越追求时尚、讲究个性,注重购物的环境,网上购物,更能体现个性化的购物过程。

1.1.3 电子商务产生的环境

信息时代,网络已经深刻地改变了人们社会生活的各个领域,以互联网为基础的电子商务,在世界各地蓬勃地发展,在商务活动中发挥着越来越重要的作用。电子商务的迅速发展正在引起商务环境的深刻变革,这种变革对社会经济生活和企业竞争力的积极影响还在逐步显现出来。电子商务不仅在改变着各行各业的经营思想和经营模式,而且还在改变着我们的生活、学习和工作方式,电子商务触发了人类社会全方位的深刻变革,电子商务将是 21 世纪社会经济发展的方向。

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是计算机技术的发展,近 30 年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用提供了基础。

由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈级数增长,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

其中,信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们网络消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使“一卡在手,走遍全球”成为可能,同时,也为电子商务的网上支付提供了重要的手段。



课堂讨论

我国电子商务征税问题及对策探析

近几年来,代表着新兴贸易方式的电子商务,其交易额高速增长,正在迅速侵占传统贸易方式的市场份额。这种转变在体现经济全球化发展的同时,也对现行我国财政税收管理体制带来了很大的挑战,目前电子商务交易税收存在漏洞和征税盲区是不争的事实。电子商务本质上是将流通中多环节的现场交易变革为单环节的电子交易,根据税法基本原理和我国现行的税收体制,电子商务同样适用各项税收法律法规(并没有对电子商务的交易行为进行豁免),但由于多种条件限制,目前我国对电子商务的税收征管并未完全铺开。电子商务领域不应该成为税收的法外之地,加强电子商务的税收征管,对维护税法的严肃性、增加财政收入和促进

我国市场经济的公平公正具有重要意义。

相比传统贸易方式,电子商务具有全球性、模糊性和数字化等特点,这容易造成课税对象性质模糊及纳税时间和地点不确定,也使得现行税收要素对其约束力和控制力降低,在一定程度上给税收征管工作带来了困难和挑战。

1.1.4 我国电子商务应用的发展

从交易规模来看,自2003年开始我国电子商务就保持了快速增长的态势,即使受全球金融海啸的冲击,在2007—2010年的年均增长仍然超过30%。2012年,我国网络零售额超过6万亿元,在国内消费总额占比突破4%,整体交易规模超过日本。从品类扩展来看,我国早已从信息家电(3C产品)、图书等标准化品类扩展到了服装鞋帽、化妆品、食品、家用电器、家居百货、文体用品、珠宝配饰等。

我国电子商务主要分为企业对企业(B2B)、企业对消费者(B2C)、消费者对企业(C2B)和消费者对消费者(C2C)四种模式,目前来看,每一种模式都有不断深化的趋势。同时,各种商业模式也不再以孤立的形态出现,往往根据企业发展需要适当融入其他商业模式。以京东商城为代表的B2C企业积极引入团购,以C2C企业为代表的淘宝网先后推出淘宝商城(现在改名为天猫)、聚划算,涉足B2C和团购模式,而以团购起家的聚美优品也在2011年开设了B2C网站。

我国电子商务发展大致经历了三个时期:1999年到2002年是萌芽阶段,网民少,网商更少,以8848为代表的一批企业折戟沉沙;2003年到2007年是兴起阶段,中小企业电子商务平台——阿里巴巴开始盈利,当当网、卓越网(也称为亚马逊中国)、淘宝网、eBay、易趣网等一批电子商务企业快速崛起;2008年至今是电子商务进入爆发式增长阶段,阿里巴巴、网盛上市标志着B2B领域的发展进一步规范,淘宝网调整战略、百度试水C2C市场,意味着电子商务开始优化和细分,苏宁(全称为苏宁云商集团股份有限公司)、国美(全称为国美电器控股有限公司)等传统零售商纷纷跟进,PPG工业公司、红孩子、京东商城等更是引爆了整个B2C市场。

电子商务为什么能够在短期内迅速崛起?简单来说,与传统商务模式相比,电子商务可以使商家及时、准确地了解销售情况和供求信息,有针对性地调整生产和销售计划,大大降低了库存成本。同时,规模化、专业化、数字化的第三方物流又能帮助电子商务零售业打通流通渠道,显著降低交易成本。数据显示,与实体店相比,网店能够节省60%的运输成本和30%的运输时间,降低55%的营销成本和47%的渠道成本。

电子商务产业有效地推动了流通业、制造业、物流快递、宽带、支付等产业的发展。特别是作为一种创新,电子商务通过提供新的服务、新的市场和新的经济组织方式,撬动着传统经济的转型升级。从这个意义上来说,电子商务必将对我国经济社会产生巨大而深远的影响。

与世上万物一样,电子商务及其相关产业在发展过程中也出现了一些问题,这是正常的也是不可避免的。对于不同问题我们应当有所区分,差别对待。有些问题是传统商贸领域也存在的,如假冒伪劣、缺乏诚信等,对此政府应加强监管,积极维护市场的正常交易。还有一些则是由电子商务交易特性延伸出来的问题,如网关认证、网络安全等,还有B2C企业只赚规模、不见盈利的问题,从最早的8848到如今的卓越网,再到后来成长起来的红孩子、凡客诚品都普遍存在。这类问题是在商业创新过程中出现的,监管部门和业界应当抱以宽容的态度,用市场的方法去解决,切不可一遇到问题就动用行政手段严格约束。对电子商务产业的监管应更多

侧重于对消费者权益的保护,通过完善相关法律法规,使维护消费者合法权益成为规范企业行为、促进行业健康发展的动力。



案例

朱明跃和猪八戒网——非实物网络交易

猪八戒网由原《重庆晚报》记者朱明跃创办于2006年,服务交易品类涵盖创意设计、网站建设、网络营销、文案策划、生活服务等多种行业。猪八戒网有千万服务商为企业、公共机构和个人提供定制化的解决方案,将创意、智慧、技能转化为商业价值和社会价值。2011年,猪八戒网获得IDG投资并被评选为中国2011年度“最佳商业模式十强”企业。2015年6月15日,猪八戒网宣布分别获得来自重庆北部新区和赛伯乐集团的10亿元、16亿元融资,计划打造全国最大的在线服务电子商务交易平台,完成融资后,会执行平台零佣金制度,不再收取20%的交易佣金。

猪八戒网这么多年汇集了中国几百万家中小微企业,通过猪八戒网,可以轻松地找到大量的中小微企业。此外,平台也是人才数据的海洋和设计作品数据的海洋。在沉淀了大规模的交易之后,这些数据的价值不可估量。社会价值实际上是平台最重要的价值,在猪八戒网上创业,成本低、订单多,新创企业易存活。猪八戒网是天然的创业孵化器,同时,猪八戒网的交易的逻辑决定了必须要把平台的订单散布给尽可能多的卖家才可能得到解决,这就解决了一大批人的就业问题。

1.1.5 电子商务在国际贸易中的应用

电子商务在国际贸易中的广泛应用,引起了国际贸易的一系列变化,并对其起着积极的推动作用。

国际贸易运行方式和环境发生了重大变化。网上订货、网上促销、网上谈判都为国际贸易开辟了新的发展形势。EDI工程是信息技术与社会化服务系统的结合,进出口商利用电子表格进行商品的报关、商检、保险、运输、结汇等工作,大大减少了人力、物力和时间的消耗,降低了流通成本和交易费用,加快了国际贸易的节奏。这种网上的信息交换,开辟了一个崭新的市场空间,突破了传统市场必须以一定的地域存在为前提的条件,全球以信息网络为纽带连成一个统一的大“市场”,促进了世界经济全球市场化的形成。信息流带来的商品、技术等生产要素的全球加速流动导致了全球“网络经济”的崛起,在这种网络贸易的环境下国家与国家之间的经贸联系与合作得以大大加强。

国际贸易经营管理方式发生了重大变革。以计算机网络信息技术为核心的电子商务系统,利用信息技术改造传统贸易,为国际贸易提供了一种信息较为完全的市场环境,达到跨国资源和生产要素的最优配置,从而使市场机制能够更为充分有效地发挥作用。这种方式突破了传统贸易以单向物流为主的运作格局,实现了物流、信息流、商流高度统一的全新战略。这种经营战略,把代理、展销等多种传统贸易方式融为一体,把全部进出口货物所需要的主要流程如市场调研、国际营销、仓储报关、商检等引入计算机网络中,为世界各地的制造商和贸易商提供全方位、多层次、多角度的互动式的商贸服务,解除了传统贸易活动中的物质、时间、空间对交易双方的限制,促进了国际贸易的深化发展。



案例

王树彤与敦煌网——中小企业跨境交易

敦煌网成立于2004年,是中国第一个B2B跨境电子商务平台,致力于帮助中国中小企业通过电子商务平台走向全球市场。敦煌网CEO王树彤是中国最早的电子商务行动者之一,曾在1999年参与创立卓越网并出任第一任CEO。敦煌网开创了“为成功付费”的在线交易模式,突破性地采取佣金制,免注册费,只在买卖双方交易成功后收取费用。敦煌网一直致力于帮助中国中小企业通过跨境电子商务平台走向全球市场,开辟一条全新的国际贸易通道,让在线交易变得更加简单、更加安全、更加高效。

作为中国B2B跨境电子商务平台的首创者,敦煌网致力于引领产业升级。传统信息平台的电子商务已死,真正的电子商务不仅要解决交易问题,还要提供专业化的、具有行业纵深、区域纵深、服务纵深的服务以及优质的客户体验。

敦煌网作为中国最领先的在线外贸交易品牌,是商务部重点推荐的中国对外贸易第三方电子商务平台之一。工信部电子商务机构管理认证中心已经将其列为示范推广单位。

1.2 电子商务的概念及其运行

21世纪是网络时代,电子商务是在西方发达国家进入后工业时代,以新型企业为主要推动力、以争夺全球市场为目标、以网络技术为手段而演化出来的一种新的竞争方式。电子商务正在极大地改变着企业的经营管理方式,使企业在组织、经营、管理、运行、人才等诸多方面都在发生着深刻的变化。

1.2.1 电子商务的概念

1996年前后,美国学术界提出了“电子商务”的概念,短短几年的时间,这一概念已在全球各地被广泛接受。简单地说,电子商务就是将信息网络、金融网络和物流网络结合起来,把在商务活动和贸易活动中发生的各方面有机地联系起来,使得信息流、资金流和物流迅速流动,是一种全新的商业运作模式。即电子商务是利用现代先进的计算机网络技术从事商业活动的方式,它通过将贸易活动网络化,可以减少传统经贸方式中的大量中间环节,实现企业与企业、企业与消费者的直接交易,从而最大限度地降低经济活动中的交易成本,提高经济运转的效率。

电子商务是典型的“非接触”经济,一般来说,电子商务有狭义和广义之分。

狭义的电子商务也称为电子交易,主要包括利用网络进行的商务交易活动。广义的电子商务则是包括电子交易在内的、利用网络进行的全部商业活动。因此,广义的电子商务包括面向企业外部的商务活动,如网络营销、电子支付、物流配送等;还包括企业内部的业务活动,如企业资源计划、客户关系管理、供应链管理、人力资源管理、网上调研、财务管理等。电子商务包括商务活动和技术平台两个部分。商务活动是核心,技术平台是电子化的手段和工具。从这个角度来讲,研究电子商务有两大侧重领域,即商务活动和技术平台,这两者有很大差异,但两者又相辅相成。

电子商务是一个迅速发展的学说。在电子商务的发展过程中,人们按照各自的理解为电

子商务加上各种注解,专家学者、政府部门、行业协会和 IT 公司从不同角度提出了各自的见解。下面是电子商务的一些有代表性的定义。

定义 1 《中国电子商务蓝皮书(2001)》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交易的易位,交易要有信息流、资金流和物流的支持。

定义 2 加拿大电子商务协会及服务中心给电子商务的定义是:电子商务是通过数字通信进行商品、服务的买卖和资金的转账,还包括公司与公司之间和公司内部利用 E-mail、电子数据交换、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)。

定义 3 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,全球电子商务将会涉及全球各国。

定义 4 联合国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、智能卡等。

定义 5 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,那就是继承关税及贸易总协定(GATT)的多边贸易体系框架。

定义 6 IBM(国际商业机器有限公司)提出了一个电子商务的定义公式,即电子商务=Web+IT。它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互联网(Internet)、企业内部互联网(Intranet)和企业外部网(Extranet)结合起来应用。

1.2.2 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务。因此,它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、网络交易管理等功能。

1. 广告宣传

电子商务可凭借企业的 Web 服务器和客户的浏览,在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具迅速地找到所需的商品信息,而商家可利用网上主页和电子邮件在全球范围内做广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

2. 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(whiteboard conference)来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能突破人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

3. 网上订购

电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送实现网上订购。网上订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。

4. 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节,客户和商家之间可采用信用卡账号实施支付。在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5. 电子账户

网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。而电子账户管理是其基本的组成部分。信用卡账号或银行账号都是电子账户的一种标识。而其可信度需要配以必要的技术措施来保证,如数字凭证、数字签名、加密等手段的应用保证了电子账户操作的安全性。

6. 服务传递

对于已付款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。而有些货物在本地,有些货物在异地,电子邮件将能在网络中进行物流的调配。而最适合在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等,它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。

7. 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。客户的反馈意见不仅能提高企业售后服务的水平,而且还使企业获得改进产品、发现市场的商业机会,这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。

8. 网络交易管理

整个网络交易的管理将涉及人、财、物等多个方面,企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理。因此,网络交易管理是涉及商务活动全过程的管理。电子商务的发展,将会提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的网络应用服务系统。



案例

周钦年和淘品牌的百分之一——欠税 430 万元

百分之一,淘宝网首家女装四金冠店铺,其销售量、信誉在女装类排名第一。同时,它也是启动真人模特全球外景拍摄的第一家淘宝网店。百分之一尊崇“百搭在全球”的策划主线,自2008年6月全球外景行第一站的巴厘岛开始,足迹已遍布全球20多个国家和地区。

2011年6月底,武汉市国家税务局对百分之一女装开出首张网店税单,税额高达430万元,在全国引起了广泛的关注和讨论。而在此前,百分之一获IDG公司近千万美元投资,早已成为武汉首家获得风投的个人网店。

2004年,30岁的周钦年和妻子一起开了一家网店,专卖二手衣服,生意相当好。整整一年,他们每天的工作就是在厨房铺上色卡纸,摆好衣服,然后爬上梯子往下拍,在两人的努力下,网店每天能赚300元左右。周钦年认为,自己的成功得益于不同于别人的特色,从一开始就树立跟传统网店完全不同的全新模式,坚持并比别人看得更远一些。

1.2.3 电子商务的运营管理

1. 电子商务的组成

电子商务的基本组成要素有网络系统、电子商务客户、认证机构、配送中心、网上银行、商务活动的经济管理部门等。