



面向21世纪系列特色教材

电子商务教程

主编：潘 力 唐红梅

吉林人民出版社

电子商务教程

主编：潘 力 唐红梅

吉林人民出版社

电子商务教程

主 编:潘 力 唐红梅

责任编辑:贾淑文

封面设计:靳敏平 赵义涛

责任校对:唐红梅

吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街 7548 号 邮政编码:130022)

印 刷:吉林市欣河印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:19 字数:420 千字

标准书号:ISBN 7-206-03690-2

版 次:2005 年 8 月第 1 版

印 次:2005 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1-1 200 册

定 价:32.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

《电子商务教程》编委会

主 编 潘 力 (吉林农业科技学院)

唐红梅 (吉林农业科技学院)

副主编 林 华 (吉林农业科技学院)

王忠政 (吉林农业科技学院)

石玉洁 (吉林农业科技学院)

参 编 由晓霞 (吉林农业科技学院)

李 理 (吉林农业科技学院)

闫玲玲 (吉林农业科技学院)

吴 翔 (东北电力学院)

臧良运 (齐齐哈尔大学)

前 言

为适应 21 世纪对高职高专电子商务专门人才的需求,本书在编写过程中从培养高职高专人才的角度出发,以理论必需和够用为原则,注意引用了大量的案例,介绍新理论、新方法,注重学生能力的培养和综合素质的提高,力求做到理论精、内容新,富有高职高专教材的特色。

随着计算机技术、控制技术和通信技术迅速发展,互联网凭借着其巨大的优势和潜力,正在并将继续改变人们的工作、生活、娱乐、消费以及其它各个方面。电子商务是在网络环境下运作的贸易方式,网络和电子商务的形成、发展为企业利用互联网开展外部经营和营销活动奠定了基础。互联网的全球开放性、虚拟性、跨时空性和高增长性的特点,使网络虚拟市场成为一个潜力巨大的数字化新兴市场,这将给企业带来诸多在传统环境下意想不到的发展机遇和挑战。通过互联网,企业不仅能实现与顾客的信息交流,而且可以通过虚拟的商城和数字化信息向顾客展示产品、销售产品、完成售后服务。因此,以互联网为媒体的电子商务活动,具有与传统商务完全不同的特征。

21 世纪是网络与电子商务时代,电子商务将在经济发展中起到举足轻重的作用,但是传统的贸易方式和电子商务交易方式将长期共存,传统的知识产权受到了电子商务法律问题的冲击,电子支付安全问题有待于进一步完善,新的问题如域名、计算机软件、网络犯罪等问题又摆在我们的面前。如何适应网络经济、如何适应网络经济发展的必然趋势、如何在新世纪的激烈竞争中抢得先机并赢得市场成为电子商务的重要使命。电子商务是一个创新的力量,将对经济、社会、文化等各个方面产生难以估量的影响。

本书的一大特点是每章都有开篇要点,课后还配有相关复习思考题,同时引用了大量的实际案例,使理论能更充分地与实际相联系。全书计划授课为 70 学时,任课教师可以根据具体的情况进行删减。本书由潘力、唐红梅副教授任主编,林华、王忠政、石玉洁讲师为副主编,由潘力、王忠政负责策划、统稿。由晓霞、李理、闫玲玲、吴翔、臧良运等教师参加了编写工作。具体的编写分工是:第一、十章由潘力编写,第十二章由唐红梅编写,第九章由林华编写,第七章由林华、吴翔编写,第六章由王忠政编写,第二章由王忠政、闫玲玲编写,第四章由石玉洁编写,第三章由石玉洁、李理编写,第五章由臧良运编写,第八章由吴翔编写,第十一章由由晓霞编写。

电子商务作为一门新兴学科,编写难度较大,本书在编写过程中翻阅和参考了大量国内外有关书刊、文件及资料,收集了大量案例,力图献给读者最新、最全面的知识 and 内容。由于教材编写和出版时间较短。难免存在问题和不足,恳请读者批评指正。

编者

2005 年 5 月 20 日

内 容 提 要

本教材是在我学院多年来电子商务课程教学及适应电子商务专业教学用书需要的基础上,与其它大学合作,为适应 21 世纪新的课程体系的要求编写而成的。

本书共分十二章,第一章主要概述电子商务的概念与研究对象、特征与分类、产生与发展以及对社会产生的影响等问题;第二章讲述电子商务系统的分类、结构与功能、流程、平台与应用以及电子商务系统与解决方案等内容;第三章主要介绍电子商务系统的经济环境、市场环境、法律环境、技术环境等方面的知识;第四章讲述电子商务的技术体系、信息技术、Internet 技术和 EDI 技术等基本知识;第五章从电子商务的安全技术角度,讲述引起电子商务安全问题的要素、电子商务安全问题的技术体系、解决电子商务安全问题的策略等方面的内容;第六章主要讲述网上电子支付、电子货币及其发展、网上银行功能和特征等问题;第七章阐述电子商务发展时代的物流、物流管理、第三方物流、现代物流技术、物流标准化与标准机构等基本理论;第八章主要介绍电子商务网站的系统规划、电子商务网站的设计、电子商务网站的建设、电子商务网站的网页设计与制作等内容;第九章主要论述网络服务电子商务、农产品电子商务、电子政务、移动电子商务的应用;第十章介绍企业信息化的概念与特征、企业管理信息化、企业信息化建设、需求特征、体系结构与新模式、发展战略等内容;第十一章着重论述网络营销的基本理论、网上市场调查、网络营销策略及网络广告的内容;第十二章主要介绍我国外经贸行业发展概况、电子商务在外经贸业务中的应用及影响,并阐述我国外经贸行业电子商务的发展状况及主要策略。

目 录

第一章 电子商务概述	1
第一节 电子商务的产生与发展阶段.....	1
一、电子商务的产生	1
二、电子商务产生和发展的基本条件.....	2
三、电子商务的发展阶段	2
四、电子商务的发展趋势	3
第二节 电子商务的概念与研究对象.....	4
一、电子商务的基本概念	4
二、电子商务的研究对象	5
第三节 电子商务的特征与分类	5
一、电子商务的功能与特征	5
二、电子商务的分类	7
第四节 电子商务对社会的影响	8
一、电子商务在社会变革中的竞争优势.....	9
二、电子商务对社会的影响	10
三、电子商务对新经济的影响	11
四、电子商务对企业竞争战略的影响.....	11
第五节 我国电子商务的发展	12
一、电子商务活动方兴未艾、形势喜人.....	13
二、网络和网民的规模增长速度非常迅猛.....	14
三、中国电子商务的发展还处于初级阶段, 具有很大的发展潜力.....	14
四、实施“金字”工程, 成为中国电子商务的重要内容.....	15
五、加入世界贸易组织对中国电子商务发展的影响.....	17
案例 美国亚马逊网上书店	20
第二章 电子商务系统	21
第一节 电子商务系统概述	21
一、电子商务系统的分类	21
二、电子商务系统的结构	23
三、电子商务系统的功能	25
第二节 电子商务系统的流程	26
一、电子商务系统流程的要素	26
二、电子商务系统流程	27
第三节 电子商务系统的平台及应用.....	31
一、网络平台	31
二、电子商务基础平台	32

三、电子商务应用平台	33
第四节 电子商务系统与解决方案.....	33
一、电子商务系统建设概述	34
二、电子商务解决方案概述	35
三、电子商务解决方案的内容	35
四、电子商务解决方案的分析方法.....	37
案例 中国商品交易中心的运作	40
第三章 电子商务环境.....	43
第一节 电子商务经济环境	43
一、电子商务对税收政策的影响	43
二、电子商务对货币政策的影响	44
三、电子商务对其它经济政策的影响.....	45
第二节 电子商务市场环境	45
一、电子商务中的消费者	46
二、电子商务对消费者购买行为的影响.....	46
三、电子商务对消费者生活方式的影响.....	47
四、电子商务对市场运作的影响	49
第三节 电子商务法律环境	50
一、电子商务交易方面的立法现状.....	50
二、电子商务安全方面的立法现状.....	52
三、电子商务知识产权方面的立法现状.....	52
四、电子商务合同方面的立法现状.....	54
五、电子商务隐私权方面的立法现状.....	54
六、电子商务司法管辖方面的立法现状.....	55
七、电子商务中的赋税和关税问题.....	55
八、完善我国电子商务法律环境的对策.....	56
第四节 电子商务技术环境	57
一、加密技术	57
二、认证技术	57
三、技术标准	58
案例 张冀光诉中国计算机世界出版服务公司侵犯名誉权纠纷案.....	60
第四章 电子商务的技术基础	62
第一节 电子商务技术体系	62
一、计算机技术	62
二、Internet 技术	62
三、网络技术	62
四、Web 技术	63
五、数据库技术	63

六、交易安全技术	63
七、电子支付技术	63
八、电子数据处理技术	63
第二节 电子商务的信息技术	63
一、计算机技术	64
二、数据库技术	66
三、计算机网络技术	70
第三节 Internet 的基础与应用	73
一、Internet 概述	73
二、Internet 特点	73
三、Internet 工作原理	74
四、Internet 的连入	76
五、Internet 的主要应用	76
第四节 EDI 增值网络技术	78
一、EDI 概述	78
二、EDI 的运行环境	80
三、EDI 系统构成要素	80
四、单证、报文及报文的处理过程	82
五、EDI 的发展情况	82
案例 上海联华超市集团 EDI 应用系统	84
第五章 电子商务安全	86
第一节 电子商务安全的概述	86
一、电子商务安全的现状	86
二、电子商务安全要素	88
三、网络攻击的常用办法	90
第二节 数字加密技术体系	94
一、数字加密的一般模型	94
二、网络通信中的一般加密方式	95
三、公钥密码与 RSA	97
四、密码分配	98
第三节 CA 认证	100
一、身份认证	101
二、数字签名	103
三、数字时间戳	105
四、数字证书	105
第四节 电子商务的安全协议	107
一、电子商务安全协议的分类	107
二、国际通用电子商务安全协议	108

第五节 电子商务的安全策略	111
一、防火墙 (Fire Wall)	111
二、电子商务安全策略	114
案例 北大青鸟与 CA 共推全面电子商务安全解决方案	118
第六章 电子支付系统	119
第一节 网上支付概述	119
一、传统的支付方式	119
二、网上支付的类型	121
三、电子支付系统	121
第二节 电子支付	124
一、电子支付的概念及特征	125
二、电子支付的方式	126
三、电子支付的流程	130
第三节 电子货币	131
一、电子货币的产生与发展	131
二、电子货币的特征与分类	132
三、电子货币的功能	133
四、电子货币的运行条件	133
第四节 网上银行	134
一、网上银行的概念及功能	134
二、网上银行的特征	135
三、网上银行的实现环境和条件	135
四、网上银行的发展	136
案例 招商银行的网上银行——“一网通”	143
第七章 电子商务物流与标准化	145
第一节 电子商务物流概述	145
一、物流的概念	145
二、物流的功能	147
三、物流管理和物流系统	149
四、物流与供应链	150
五、电子商务与物流	150
六、第三方物流	152
第二节 现代物流技术	154
一、条形码技术	154
二、射频技术	156
三、全球定位系统技术	156
四、地理信息系统技术	157
第三节 电子商务标准化与标准化机构	157

一、标准与标准化	157
二、标准化机构	158
三、中国电子商务标准化的现状	159
四、中国电子商务标准发展趋势	160
案例 沃尔玛公司的物流管理	163
第八章 电子商务网站建设	165
第一节 电子商务网站建设的系统规划	165
一、电子商务网站的规划	165
二、域名及域名结构	167
第二节 电子商务网站的设计	168
一、网站的设计原则	168
二、网站的 CI 设计	170
三、网站的布局设计	172
四、网站的色彩应用	173
第三节 电子商务网站的建设	174
一、电子商务网站的域名申请	174
二、电子商务网站的实施方式	175
三、网站系统设计	178
第四节 电子商务网站的网页设计与制作	179
一、网页设计语言	179
二、网页制作软件	181
三、网页的规划布局	183
案例 格兰仕微波炉电子商务网站设计规划书摘要	184
第九章 电子商务应用	186
第一节 网络服务电子商务	186
一、旅游电子商务	186
二、网络教育	189
三、证券电子商务	193
四、网上保险服务	196
第二节 农产品电子商务	198
一、发展农产品电子商务的必要性	198
二、农产品电子商务发展中存在的问题	199
三、农产品电子商务的实践	200
第三节 电子政务	202
一、电子政务的概念	202
二、电子政务的应用	204
三、建设电子政务的关键问题	204
四、电子政务系统的安全建设	205

第四节 移动电子商务的应用	206
一、移动电子商务概述	206
二、移动电子支付和移动银行	208
三、移动电子商务的其它应用	209
案例 透过吉林省农安县“三辣”外销旺, 解读农产品电子商务	211
第十章 企业信息化与电子商务	213
第一节 企业信息化的概念与特征	213
一、企业信息化的概念	213
二、企业信息化的特征	215
三、企业信息化的内容	216
四、企业信息化的意义和作用	216
第二节 企业管理信息化	218
一、企业管理信息化的模式和策略	218
二、当前企业管理信息化急需解决的问题	221
三、我国实施企业管理信息化的推动力和方式	222
四、电子商务时代的企业管理信息化	224
第三节 企业信息化建设	227
一、企业信息化建设	227
二、我国企业信息化建设现状	230
第四节 企业信息化的需求特征与虚拟企业	231
一、企业信息化需求的特征	231
二、企业信息化的需求分析	232
三、虚拟企业	233
第五节 企业信息化体系结构与新模式	234
一、企业信息化综合体系结构	234
二、企业信息化的新模式	235
三、我国企业信息化发展的支撑条件	237
第六节 企业信息化发展战略	238
一、企业信息化发展的战略指导思想	238
二、企业信息化发展的战略目标与战略重点	239
三、企业信息化发展的战略模式	240
案例 青岛海尔集团的信息化建设	242
第十一章 网络营销	243
第一节 网络营销概述	243
一、网络营销产生的基础	243
二、网络营销的内涵	244
三、网络营销的职能与工具	245
四、网络营销的常用方法	247

第二节 网上市场调查	250
一、网上市场调查的涵义	250
二、网上市场调查的特点	251
三、网上市场调查的方法	252
四、网上市场调查的注意事项	256
第三节 网络营销策略	257
一、网络营销的“4Ps”组合策略	257
二、网络营销的顾客服务策略	260
三、网站策略	262
第四节 网络广告	264
一、网络广告的形式	264
二、网络广告的发布	265
三、网络广告的定价	267
四、网络广告的运作过程	270
案例 海尔集团网络营销策略	272
第十二章 外经贸行业电子商务应用	273
第一节 外经贸行业发展概况	273
一、我国外经贸行业发展现状	273
二、我国外经贸事业的发展战略与措施	274
三、我国外经贸发展面临的挑战	275
第二节 外经贸电子商务概述	276
一、电子商务在外经贸业务中的应用	277
二、传统外经贸业务方式与电子商务方式的比较	278
三、电子商务对外经贸发展的影响	279
四、香港贸发局促进外经贸电子商务发展的措施	280
第三节 我国外经贸行业电子商务发展	282
一、我国外经贸行业电子商务发展状况	282
二、推进我国外经贸行业电子商务发展的主要策略	284
案例 在线广交会	287

第一章 电子商务概述

当今世界网络、通信和信息技术快速发展,因特网(Internet)在全球迅速普及,使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征,使得任何一个商业组织都必须改变自己的组织结构和运行方式来适应这种全球性的发展和变化。随着信息技术在国际商贸和商业领域的广泛应用,利用计算机技术、网络通信技术和 Internet 实现商务活动的国际化、信息化和无纸化,已成为各国商务发展的一大趋势。电子商务正是为了适应这种以全球为市场的变化而出现和发展起来的。电子商务提出了一种全新的商业机会、需求、规则和挑战,代表了未来信息产业的发展方向,已经并将继续对全球经济和社会的发展产生深刻的影响。

【本章要点】

- 电子商务的产生与发展阶段
- 电子商务的概念与研究对象
- 电子商务的特征与分类
- 电子商务对社会经济的影响
- 我国电子商务的发展

第一节 电子商务的产生与发展阶段

一、电子商务的产生

电子商务产生 20 世纪 60 年代,是在与计算机技术、网络通信技术的互动发展过程中不断发展的。也有人认为,电子商务的雏形是在 1839 年电报刚出现以后,当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式传输的时候形成的。1979 年,美国出版了第一本研究电子商务的著作《EDI Management, Control, Security and Audit》,20 世纪 80 年代初,电子数据交换(EDI)在美国进入实用阶段,普及速度很快。

在 1998 年 11 月, APEC 部长级会议通过了《APEC 电子商务行动蓝图》,制定了未来 APEC 推动电子商务发展的行动框架,提出了发达国家于 2005 年、发展中国家于 2010 年实现无纸贸易的工作目标。在 APEC 会议上,与会各国还进一步制定了一份前瞻性、面向行动的《数字 APEC 战略》。该战略旨在利用先进的信息及通信技术,促进互联网的广泛介入,提高就业率、改善公共服务、提高生活品质,达到在 APEC 地区创建数字化社会的目标。

在 1993 年 3 月,中国科学院高能物理研究所建成了国内第一条因特网国际专线,1994 年 4 月,以中科院、清华大学、北京大学为核心的“中国国家计算机网络设施”(简称 NCFC,中关村网)与因特网连通。2004 年 7 月,中国互联网信息中心(CNNIC)的报告统计,截止 2004 年 6 月 30 日,我国上网用户总数为 8700 万,比去年同期增长了 28%,上网计算机达到 3630 万台。网络国际出口带宽增长飞速,总数达到 53.9G,比去年同期增长 190%。

CN 下注册的域名数、网站数分别达到 38 万和 63 万。我国互联网事业正在持续快速的发展,并在普及应用上进入了一个崭新的阶段,从而也带动了电子商务的迅速发展。随着网上股票和外汇买卖、网上银行、在线交易、网络广告、网络资讯服务等网上业务的广泛开展,为我国各类商业企业有效地开展电子商务活动提供了保障。

二、电子商务产生和发展的基本条件

(一) 计算机在社会各领域的广泛应用

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,在社会各领域的应用范围也越来越广,这为电子商务的应用提供了基础。

(二) 网络技术的普及和成熟

由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的主要媒体,因此全球上网用户呈现高速增长,网络快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了基本的应用条件。

(三) 银行信用卡的普及和应用

银行信用卡方便、快捷、安全等优点使其成为人们消费支付的重要手段。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,这为电子商务中的网上支付提供了更加便利的条件。

(四) 各国政府的支持与推动

自 1997 年欧盟发布了“欧洲电子商务协议”和随后美国发布“全球电子商务纲要”以后,电子商务受到世界各国政府的普遍重视,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重要的推动和有利的支持。

(五) 国际电子安全交易协议的制定

1997 年 5 月 31 日,由美国 VISA 和 Master Card 等国际组织联合指定的 SET (Secure Electronic Transfer Protocol),即电子安全交易协议的出台,同时该协议得到了大多数厂商的认可和支 持,这为构建网络上的电子商务提供了一个关键性的安全环境。

三、电子商务的发展阶段

目前,人们普遍认为电子商务的产生与发展分为两个阶段。第一阶段是基于 EDI (Electronic Data Interchange) 技术的产生和发展,主要在 20 世纪 60 年代至 90 年代,为电子商务发展的初级阶段。EDI 技术在 20 世纪 60 年代末产生于美国,当时的贸易商们在使用计算机处理各类商务文件的时候,发现由人工输入到一台计算机中的数据 70%是来源于另一台计算机输出文件,很容易造成由于过多的人为干扰,影响了数据的准确性和工作效率的提高,于是人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上交换数据,与之相适应的 EDI 便应运而生。进入 70 年代,美国银行家协会 (American Bankers Association) 提出的无纸金融信息传递的行业标准,以及美国运输数据协调委员会 (Transportation Data Coordinating Committee, TDCC) 发表的第一个 EDI 标准,开始了美国信息的电子交换。由此可见,EDI 作为企业间电子商务的应用技术,是一种将企业之间的业务按照一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机的电子传输方法。第二阶段是 20 世纪 90 年代以来,随着因特网 (Internet) 的普及和推广,使电子商务进入迅速发展的阶段。20 世纪 90 年代前大多数 EDI

在电脑上使用是通过 VAN (Value-Added Network, 增值网) 的专用网络来实现的。由于覆盖面更广、费用更低、服务更好、安全性高, 出现了 Internet 替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势, 商业贸易活动正式进入到 Internet 时代, 使电子商务成为因特网应用的最大热点。

目前, 世界上有 180 多个国家, 几亿用户与因特网互联, 上网用户每年还在以 180% 的速度递增。根据联合国贸易和发展会议的一份报告, 在未来几年内, 全球电子商务将得到进一步发展, 其增长速度将超过 50%, 预计到 2006 年全球电子商务的交易额最多可达 12 万亿美元。

四、电子商务的发展趋势

(一) 个性化趋势

个性化很强的专一化网络是把有限的人力、财力、物力、社会的关注力和企业的潜在力集聚在某一方面, 力求从某一局部、某一专业进行渗透和突破。它比较好地满足了上网者个性化方面深层要求, 所以得到人们的欢迎。今后的电子商务网站, 将从六个方面满足网民个性化的要求: 即制定信息的个性化、选择商品的个性化、发挥潜力的个性化、参与品评和发表见解的个性化、业务扩展的个性化和深度服务的个性化。

(二) 融合化趋势

融合是优势互补、资源共享以满足网民全方位、多层次的个性化要求, 这种融合首先反映在信息的融合。维持信息日复一日的更新比构建网站要难得多, 这会促使许多网站的整合观发生变化, 会由扩充期兼并式的整合观, 跃升为互动整合观, 双方或多方, 发现所长、发展所长、稳定所长、互补所短、互通有无地融合在一起, 以求得共同发展。

这种融合还反映在工作上, 一种以方便客户为原则、以共同利益为纽带的、以多种协同完成同一商务运作为目的垂直型网站, 将得到迅猛发展, 融合的深度发展仍然是市场的扩展和网站领域的延伸。

(三) 区域化趋势

由于我国经济发展的不平衡, 地区自然条件、生活水平、网民结构及文化风俗的差异, 必然使电子商务和网络经济发展表现出区域差异, 特别是区域文化的影响。以发达经济带为基础的东南沿海地区、京津地区已形成有区域经济特色的信息产业群和网站建设群。网站建设的深层次发展必然在栏目建设上、物品销售上形成自己的区域文化特色和相对稳定的客户群。

(四) 产业链延伸化趋势

产业链延伸是电子商务发展的必然结果, 是电子商务生命力的体现。首先是向服务行业延伸, 个性化服务的优势将越来越充分地显现。人们不仅可以享受到购物送货的方便, 还能享受更多的延伸服务, 如智能化住宅的出现, 远程水表、电表的普及, 用量考核、收费将成为电子商务的内容。与此同时, 信息将进一步商品化, 收集和人工采集信息的方法将有所创新。其次是向产业化扩展和延伸。电子商务的发展将带动结算业、包装业、配送业等相关产业的发展, 同时还将激活许多相关联的产业, 如电子地图技术。电子商务将它们激活了, 使人们看到了它的连锁优势, 形成一种增值效益, 产生了产业化前景。再者是

向技术管理的新需求扩展和延伸,十亿农民的广阔市场,远程教学、远程诊断、远程技术服务都将得到大的发展。

(五) 交易国际化趋势

电子商务的国际化趋势是历史的必然,特别是我国加入 WTO 以后,国外资本的注入、外国企业的入市,将进一步改善和加强国外新技术的介入,推动我国电子商务整体实力、技术水平、装备水平的迅速提高。市场开放度的加大、贸易机会的增多,使得和国际市场对接的进程更加迅猛,中国的电子商务已走向世界并将占有一席之地。

第二节 电子商务的概念与研究对象

一、电子商务的基本概念

当前,在全球范围内,电子商务发展进度之快、推动力之大已呈现不可阻挡的趋势,成为一种全新的贸易形式和手段,体现出开放性、全球化、低成本、高效率的特点。这些特点使得电子商务超越了作为一种贸易手段的内在价值,它影响着人类社会的生活。实际上,电子商务是人类经济、科技、文化发展的必然产物,是信息化社会的商务模式,是商务的未来。

电子商务从字面来看,就是指通过电子手段进行商业贸易活动的意思。其英文名大多用 Electronic Commerce,简写为 EC,也有的用 Electronic Business,简写为 EB。到目前为止,还没有一个较为全面的、具有权威性的、能够为大多数人接受的电子商务的定义。下面介绍几个国际化组织对电子商务的定义:

(一) 联合国经济合作和发展组织(OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务的定义如下:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

(二) 全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会在报告草案中对电子商务定义为: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,公有企业、私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

(三) 国际标准化 ISO(International Organization for Standardization)关于 EB 谅解备忘录对 EB 的定义如下:电子商务(EB)是企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

(四) 联合国国际贸易法律委员会(UNTRAL)对 EC 的定义:电子商务是采用电子数据交换(EDI)和其它通信方式增进国际贸易的职能。

总的看来,我们对电子商务的定义,主要可以从广义和狭义两方面来理解:

广义上的电子商务 EB(Electronic Business)是指各行各业,包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化,也可称做电子业务,包括电子商务、电子政务、电