

21世纪

应用型财经管理 系列规划教材

电子商务概论

薛万欣 牟静 主编



化学工业出版社

21 世纪应用型财经管理系列规划教材

电子商务概论

薛万欣 牟 静 主 编
陈 光 盛晓娟 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书全面、系统地介绍了电子商务领域各方面的基本理论、基本知识和基本技能。内容包括电子商务概述、电子商务交易模式与网上支付、电子商务技术基础、电子商务安全技术、电子商务与物流、网络营销、电子商务法和电子商务系统分析与设计等。通过每章的学习目标和引导案例,重点介绍概念和方法,尽量做到理论联系实际;每章后有小结,并附思考题和上机实践题,以帮助学生提高分析和上机操作能力。全书内容编排既适合教师教,又方便学生学。

本书可作为高等院校本科经济类、管理类、信息类及计算机类专业电子商务概论课程的教材,同时,本书对企事业单位从事电子商务研究与应用的管理及技术人员也有重要的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/薛万欣,牟静主编. —北京:化学工业出版社,
2010.12

21世纪应用型财经管理系列规划教材

ISBN 978-7-122-09824-5

I. 电… II. ①薛…②牟… III. 电子商务-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第212064号

责任编辑:宋湘玲 姚晓敏
责任校对:陶燕华

文字编辑:王 洋
装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:北京云浩印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张14½ 字数358千字 2010年12月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址:<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:28.00元

版权所有 违者必究

前 言

现在本科教育已逐渐走向大众教育, 社会对教育的要求已越来越向着应用的方向发展。电子商务源于实践, 其教材也应以实践为主, 电子商务教育也要尊重实践, 只有这样才能培养出电子商务的应用型人才。

本书向读者介绍了电子商务的基本框架, 包括电子商务的概念、电子商务的机理和运作模式及电子商务的支撑环境, 使读者掌握电子商务的基本理论、基本知识、基本技术、基本法规等内容。

书中每章都有引导案例, 这些案例中有的描述了网民利用电子商务所带来的便利, 有的描述了中小企业利用电子商务成长的过程, 有的描述了企业网络营销的成功经验, 有的描述了企业搭建电子商务系统的过程等。在每章的最后有小结, 方便读者对理论知识的掌握, 另外每章的结尾都有思考题和上机实践题, 这对提高读者分析能力和实际操作能力都有较大帮助。

本书力求达到以下目标: 体系完整, 理论与实践结合, 国内与国外资料兼顾, 内容详略得当, 难易把握适中, 循序渐进, 深入浅出。本书配有电子课件, 可免费提供选用本书作为教材的老师, 如需要请联系 1172741428@qq.com 或 sxl_2004@126.com。

本书由薛万欣和牟静主编, 陈光、盛晓娟副主编, 具体分工如下: 第1章由牟静执笔, 第2章由盛晓娟执笔, 第3章由陈光执笔, 第4章由裴一蕾执笔, 第5章由王磊执笔, 第6章由田玲执笔, 第7章由邵彦铭执笔, 第8章由薛万欣执笔。薛万欣提出了全书的框架结构, 薛万欣、牟静共同统稿。

本书适合高等院校本科经济类、管理类、信息类及计算机类专业学生使用, 同时也适用于企事业单位从事电子商务研究与应用的管理及技术人员。

由于电子商务的理论与实践都处在快速的发展时期, 加之编者能力有限, 致使书中遗漏和不当之处难以避免, 故恳请读者不吝批评指正, 我们表示由衷感谢。

编者

2010年8月

目 录

第1章 电子商务概述	1
【学习目标】	1
【引导案例】	1
1.1 电子商务的基本概念	1
1.2 电子商务的功能和特点	4
1.3 电子商务的分类	7
1.4 电子商务的三流及关系	8
1.5 电子商务的起源	8
1.6 传统商务与电子商务	9
1.7 我国电子商务的发展状况及存在的问题	10
1.8 电子商务未来发展趋势	12
1.9 小结	13
【思考题】	14
【实践题】	14
第2章 电子商务交易模式与网上支付	17
【学习目标】	17
【引导案例】	17
2.1 B2B 电子商务模式	18
2.2 B2C 电子商务模式	28
2.3 C2C 电子商务模式	44
2.4 电子货币网上支付	53
【思考题】	58
【实践题】	59
第3章 电子商务技术基础	60
【学习目标】	60
【引导案例】	60
3.1 计算机网络基础	62
3.2 Internet 基础	64
3.3 域名	70
3.4 Internet 的应用	76
3.5 Internet 接入	86
3.6 小结	93

【思考题】	94
【实践题】	94
第4章 电子商务安全技术	95
【学习目标】	95
【引导案例】	95
4.1 电子商务安全概述	96
4.2 防火墙技术	97
4.3 加密技术	103
4.4 认证技术与数字证书	111
4.5 安全协议	115
4.6 小结	125
【思考题】	125
【实践题】	125
第5章 电子商务与物流	126
【学习目标】	126
【引导案例】	126
5.1 物流的概述	126
5.2 物流与电子商务的关系	132
5.3 物流模式	143
5.4 物流技术	145
5.5 小结	156
【思考题】	156
【实践题】	156
第6章 网络营销	157
【学习目标】	157
【引导案例】	157
6.1 网络营销概述	158
6.2 网上市场调研	166
6.3 网络营销策略	173
6.4 小结	181
【思考题】	182
【实践题】	182
第7章 电子商务法	184
【学习目标】	184
【引导案例】	184
7.1 电子商务法概论	185
7.2 电子合同	188
7.3 网络知识产权的保护和网络隐私权保护	192
7.4 小结	196

【思考题】	196
【实践题】	197
第8章 电子商务系统分析与设计	198
【学习目标】	198
【引导案例】	198
8.1 电子商务应用与电子商务系统内涵	200
8.2 电子商务系统的开发过程	202
8.3 电子商务系统的功能	203
8.4 电子商务构架	205
8.5 电子商务系统规划	206
8.6 电子目录、购物车、网上聊天、网上广播和网络电话	214
8.7 网站管理和网站访问分析	218
8.8 网上商店的建立过程	219
8.9 设计指导	220
8.10 小结	221
【思考题】	222
【实践题】	222
参考文献	224

第 1 章 电子商务概述

【学习目标】

- 了解电子商务的定义、功能和分类。
- 理解电子商务应用的典型案例及电子商务带来的新职业和新的创业机会。
- 掌握电子商务组成要素的概念及其关系。

【引导案例】

案例一：母亲节快到了，小明想要为妈妈买一束康乃馨，可是这段时间，他天天加班，每天一直工作到深夜，等他下班回家时，花店早已打烊。他很郁闷，经朋友推荐，他在某家网上鲜花店为妈妈订了束鲜花。妈妈和他都很开心。（资料来源：莎啦啦鲜花网）

案例二：某女士新购了一套住房，房间有几处格局不合理，需要请家装设计公司的专业人士重新设计，出设计方案。一打听只此一项服务需要花费 5000 元，太贵了，怎么办？这时，她想到可借助威客网发布任务，出悬赏金 500 元悬赏最佳设计方案，七天后，她共收到十个应征方案，从中她选了一个她最为满意的家装设计方案。我们可以简单算算，她所花的家装设计费用仅仅是传统家装设计费用的 1/10。既经济又快捷。（资料来源：中央电视台财经频道 CCTV2 消费主张节目）

启示：电子商务强调了新业务机会的产生和利用，即“创造商业价值”或“用更少的钱办更多的事”。

问题：我们身边的电子商务都有哪些？电子商务给我们工作、学习和生活带来哪些新的变化？

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 电子商务是人类交换活动的最新发展

商务是人类社会活动之一，自从有了商品和商品交换，就有了商务活动。商务活动是为了生产优良的商品，扩大市场和获得更好的利益回报而进行的社会交际活动。

英国伟大的思想家亚当·斯密在他的《国富论》中指出“分工”是创造财富的根本来源，“分工”把商品生产过程与商品交换过程分开。“分工”是工业经济与农业经济最大的区别点。然而分工并非终极目的，只是提高劳动效率的手段，生产的目的在于将商品销售出去，获取利润。

电子技术仅是 20 世纪发展起来的新兴科学技术，它与计算机的结合较晚。电子计算机应用在当今已经极为普遍，应用范围也极为广泛。

电子计算机与传统商务的结合已有 30 年的历史,从企业的电子记账到企业信息管理系统;从生产制造过程自动化到企业资源系统的实施;从信息自动传递到无纸办公的实现;从电子数据处理系统到辅助决策系统等。信息化已经与传统产业进行彻底的结合,为传统产业带来巨大的投资回报。

1.1.2 对电子商务的多角度理解

在了解电子商务的发展历程之前,必须知道什么是电子商务。对于很多人来说,电子商务就是互联网上的购物,但电子商务的业务领域并不局限于网上购物,它包括很多商业活动。下面从不同的角度探讨它的概念。

① 从通信的角度看,电子商务通过电话线、计算机网络或其他方式实现的信息、产品、服务或结算款项的传送。

② 从业务流程的角度看,电子商务是实现业务和工作流自动化的技术应用。

③ 从服务的角度看,电子商务要满足企业、消费者和管理者的愿望,如降低服务成本,同时改进商品的质量并提高服务实现的速度。

④ 从在线的角度看,电子商务提供在互联网和其他联机服务上购买和销售产品的能力。

总之,电子商务强调了新业务机会的产生和利用,即创造商业价值或用更少的钱办更多的事。

1.1.3 电子商务概念的外延

电子商务是 20 世纪 90 年代在美国、欧洲等发达国家开始兴起的一个新概念。目前,人们对电子商务还没有一个统一的、规范的认识,对电子商务概念存在不同的理解。于是,国际议会或组织、各国政府、IT 企业、国内外学者等不同行业的人们都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了电子商务许多不同的定义。比较这些定义,有助于更全面了解电子商务的本质。

(1) 国际议会或组织给出的定义

① 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。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表共同探讨了电子商务的概念问题,这是迄今为止对电子商务做出的最权威的概念阐述。

电子商务(electronic commerce)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: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(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。

电子商务涵盖的业务包括:信息交换、电子合同签订、电子支付、物流配送、售后服务等。

② 经济合作组织在有关电子商务的报告中给出的定义

电子商务通过数字通信(包括 E-mail、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网)进行商品和服务的买卖以及资金的转账。

并在此次会议上通过了全球电子商务行动计划和 OECD(经济合作与发展组织)国家电子商务行动计划。

(2) 政府部门的定义

欧洲议会给出的定义：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输数据，包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动，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；商业拍卖；电子货运单证；合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中给出电子商务的定义：通过 Internet 进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等。全球电子商务将涉及世界各国。

(3) IT 行业的定义

① HP 公司（惠普研发有限合伙公司）。电子商务以现代扩展企业为信息技术基础结构，电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界（e-world）。

电子商务指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化；电子商务是电子化世界的重要组成部分，它使人们可以电子交易手段完成物品和服务等价值交换；电子商务通过商家及其合作伙伴和用户建立的系统和数据库，使用客户授权和信息流授权方式，应用电子交易支付手段和机制，保证整个电子商务交易的安全性。

② Sun Micosystem 公司（SUN 公司）。电子商务指利用 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，以完成网上交易；在 Intranet 的基础上，开发 JAVA 的网上应用，进而扩展 Extranet，使外部用户可以使用该企业的应用软件进行交易；电子商务客户将通过包括 PC、STB（Set Top Box）、电话、手机、PDA 等的 JAVA 设备进行交易。

以上三点统一为：JAVA 电子商务的企业和跨企业应用。

③ COMPAQ 公司（康柏公司）。电子商务是一个以 Internet 或 Intranet 为构架，以交易双方为主体，以银行支付和结算为手段，以客户数据库为依托的全新商业模式。

④ IBM 公司（国际商业机器公司）。IBM 公司提出的电子商务的定义公式为：电子商务 = Web + IT。它所强调的是在网络计算机环境下的商业化应用，是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在 Intranet 和 Extranet 上结合起来的的应用。它更强调电子商务是利用互联网技术变革企业核心业务流程；同时提出电子商务的三要素理念：基础设施（infrastructure）、创新（innovation）、整和（integration）。

电子商务不只是建立一个“.com”，它是指把企业内部所有重要的环节（dot）都连接起来。

(4) 专家学者的定义

美国学者瑞维·卡拉科塔等在专著《电子商务的前沿》中给出的定义：电子商务是一种现代商业方法，这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度，满足政府组织、厂商和消费者降低成本的需求，这种方法也用于通过计算机网络寻找信息，以支持决策。

国内学者李琪认为：广义上讲，电子商务是指人们应用各种的电子手段来从事商务活动的方式；是电子商务化-电子工具〔从电报、电话到 N II（国家资讯通信基本建设）、G II（全球信息基础建设）和 Internet〕在商业上的应用。狭义上讲，电子商务系统即在技术、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总称。

前面的各种观点是从不同角度对电子商务的理解，相同点主要表现在以下方面。

① 都采用（或源于）同一个术语——电子商务。

- ② 都强调电子工具，强调在现代信息社会利用多种多样的电子信息工具。
- ③ 工具作用的基本对象都为商业活动。

不同点主要如下。

- ① 技术的涵盖面不同。
- ② 商务的涵盖面不同。

从宏观和微观的角度看电子商务：宏观上，电子商务是计算机网络的又一次革命，旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序，它不仅涉及电子技术本身，而且涉及诸如金融、税务、教育等社会其他层面；微观上，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体（生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等）利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商业贸易活动。

从广义和狭义的角度看电子商务：广义（e-business）上，电子商务指利用 IT 技术对整个商务活动实现电子化，包括利用 Internet、Intranet、Extranet、局域网、广域网等不同形式的计算机网络以及信息技术进行的商务活动；狭义 e-commerce 仅指利用 Internet 开展的交易或与交易有关的活动。

两者形成了电子商务的概念体系。

1.2 电子商务的功能和特点

1.2.1 电子商务的功能

电子商务的功能非常强大，内容也十分丰富，其功能与电子商务系统划分的层次有关，不同层次的功能是不一样的。按一般的分类法，可以分为商贸功能、应用功能和系统功能三大类功能。商贸功能：电子商务可以提供网上交易、支付和管理等商贸服务的全过程，内容十分丰富，具体来说可以分为网上广告宣传、咨询洽谈、服务传递、网上订购、电子账户、意见征询和交易管理等。应用功能主要包括售前服务、售中服务和售后服务三种（见表 1-1）。电子商务功能按目标的不同，可分为交易服务（commerce）功能、协同处理（collaboration）功能与内容管理（content management）功能三个层次，也被称为 3C 功能。

表 1-1 电子商务典型功能

阶段	主要内容	典型服务功能
交易前	卖方发布产品的有关信息，买方寻找适合商品的交易机会；买卖双方通过网络交换信息，比较价格和交易条件，并了解对方国家、地区的有关贸易政策	网上广告宣传服务、网上咨询服务
交易中	主要指签订合同、进行交易的过程，该过程涉及面很广，如与金融机构、运输部门、税务机关、海关等方面进行电子单证的交换和实现电子支付等	网上交易洽谈服务、网上产品订购服务、网上货币支付服务、交易活动管理服务
交易后	当交易双方完成各种交易手续之后，商品交付运递部门投送，或直接通过电子化方式传送信息产品或提供服务，并向用户提供方便、实时、优质的售后服务等	网上信息商品传递及查询服务、用户意见征询服务、商品操作指导及管理服务

(1) 电子商务应用功能

电子商务可提供网上营销、服务、交易和管理等全过程的服务，因此它具有业务组织与

运作、信息发布、网上订购、网上支付、网上金融服务等各项功能。

(2) 交易管理

电子商务是一种基于信息的商业进程。在这一过程中,企业内外的大量业务被重组而得以有效运作。它从根本上改变了企业传统的封闭式生产经营模式,使产品的开发和生产可根据客户需求而动态变化。

(3) 信息发布

在电子商务中,信息发布的实时性和方便性是传统媒体无法匹敌的。

(4) 网上购物

对个人而言,电子商务最为直观和方便的功能就是网上购物,还可借助网上的邮件交互传送,实现网上的订购。

(5) 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要环节。

(6) 网上售后服务

电子商务的发展为企业客户提供了新的服务领域和服务方式。

1.2.2 电子商务的特点

电子商务是商务交易的一种形式,服务于企业和社会的经济运行。电子商务的主要任务是在网络空间更好地利用现有资源。互联网(Internet)和内联网(Intranet)为电子商务系统的支撑环境。合作(collaboration)是电子商务区别于一般商务交易的本质特征,这种合作的结果是:人们更加便捷、有效地在一起工作和生存,进而实现社会经济全球化。

总之,电子商务是未来信息商业社会运作的核心。把电子商务仅仅理解为网上销售是片面的。通过网络把企业、合作者、消费者、政府等参与商务活动的各方连接为一个整体,进行包括电子交易在内的全部商业活动,才是电子商务的完整含义。

电子商务是未来信息商业社会运作的核心。电子商务顺应了网络时代的发展要求,它的出现,必将对未来的商业贸易往来的发展及繁荣起到不可替代的作用。

与传统商务活动相比,电子商务具有下列优越性。

(1) 降低交易成本

首先,尽管建立和维护公司的网站需要一定的投资,但是,与其他销售渠道相比,使用国际互联网的成本已经大大降低了,据统计,它的成本是传统广告的1/10。

其次,电子商务可以降低采购成本。借助Internet,企业可以在全球市场寻求最优惠价格的供应商,而且通过与供应商的信息共享,减少中间环节由于信息不准带来的损失。同时,企业可以加强与主要供应商之间的协作关系,将原材料的采购与产品的制造过程有机配合起来,形成一体化的信息传递和信息处理系统。

(2) 减少库存

企业为应付变化莫测的市场需求,不得不保持一定库存产品,而且由于企业对原料市场把握不准,因此也常常维持一定的原材料库存。产生库存的一个主要原因是信息不畅,以信息技术为基础的电子商务则可以改变企业决策中信息不确切和不及时问题。通过Internet可以将市场需求信息传递给企业进行决策生产,同时企业的生产信息可以马上传递给供应商,以及时适时补充供给,从而实现零库存管理。

库存量的减少意味着企业在原材料供应、仓储和行政开支上将实现大幅度的节省。

(3) 缩短生产周期

一个产品的生产是许多企业相互协作的成果,因此,产品的设计开发和生产销售可能涉及许多关联的企业,国际互联网络的发展加强了企业联系的广度和深度。现在,分布在不同地区的人员可以通过互联网协同工作,共同完成一个研究和开发项目。通过电子商务可以将过去的信息封闭的分阶段合作方式改变为信息共享的协同工作,从而最大限度减少因信息封闭而出现的等待时间。

每一项产品的生产成本都涉及固定成本的支出,固定成本的支出与生产周期有关。如果生产某一批产品的生产周期缩短了,那么产品的单位固定成本也相对减少。电子商务的出现使生产周期缩短,使产品成本降低。

(4) 增加商机

① 24h 在线服务可以为企业增加无限商机。世界各地存在的时差,造成了国际商务谈判的不便。然而,国际互联网的网页可以实现 24h 的在线服务,任何人都可以在任何时候在网上企业查找信息,寻求问题的答案。若没有理想的答案,还可以发出电子邮件进行询问。如果 24h 的网上交易能与企业原材料的采购、产品制造过程的电脑网络连接起来,无需人工干涉,那么网上交易的交易成本会大大降低。在线式商店能够 24h、365 天经营,这是传统市场实际店铺很难做到的。

② 24h 全球运作为企业增加无限商机。由于电子商务是 24h 全球运作的,网上的业务可以开展到传统销售和广告促销方式所达不到的市场范围。因此,使用国际互联网进行销售活动可以赢得新客户。

(5) 减轻物资的依赖

国际互联网为那些新兴的虚拟运作企业提供了发展机会。新兴企业可以不必像传统企业那样必须创建相应的基础设施来支持正常经营运作,新兴企业可以尽量少持有库存,或根本不必持有库存,也可能不必具备实物运作空间。

(6) 电子商务的交互式特征提高了服务质量

交互功能是电子商务的最大优势所在,在线商家可以在网上提供公司和产品的详细介绍,订单查询和 FAQ(常见问题与解答)等,使客户能够自己了解各种信息,从而大大提高了服务质量。通过在线追踪、在线调查或提供在线咨询服,商家可以及时了解市场的反馈信息,以便改进工作。

电子商务源于 20 世纪 80 年代的专用增值网络和 EDI 的应用,在商用 Internet 的推动下,电子商务得到迅速发展,而且表现出一些与 Internet 相关的特点。

① 信息化。电子商务的实施和发展与信息技术发展密切相关,也正是信息技术的发展推动了电子商务的发展。

② 虚拟化。由于信息交换不受时空限制,因此可以跨越时空形成虚拟市场,完成过去在实物市场中无法完成的交易。

③ 全球化。作为电子商务的主要媒体,Internet 是全球开放的,电子商务开展是不受地理位置限制的,它面对的是全球性统一的电子虚拟市场。

④ 社会化。电子商务的发展和应用是一项社会性的系统工程,因为电子商务活动涉及企业、政府组织、消费者,以及适应电子虚拟市场的法律法规和竞争规则等。缺少任何一个环节,势必制约甚至妨碍电子商务的发展,如电子商务交易纳税等敏感问题。

1.3 电子商务的分类

电子商务从大而全的门户网站到细而专的垂直网站,从B2C到B2B,其发展的过程中出现了各种各样的电子商务模式。可以说,一种业务和一个盈利点都可以形成一种电子商务模式。纵观电子商务的发展,可以发现电子商务模式在不断深化,横观各种电子商务模式的特点,不难发现它们存在的一些共性,通过这些共性的研究,可以对各种电子商务模式进行一些分类。下面是从不同角度对电子商务模式进行的分类。

(1) 按服务对象的不同分类

分为B2C、B2B、C2C、B2G、B2B2C。

B2C (Business To Consumer)。企业对消费者的电子商务,如网上商店、网上超市。B2C网上商店或网上超市根据所出售商品的种类不同,又分为网上食品店、网上药店、网上花店等。

B2B (Business To Business)。企业对企业的电子商务,B2B电子商务模式以包括筹措、生产和售后服务等内容的商务综合管理系统和信息资料互换为基础,组建并运用商业数据库和信息交换系统,以推动供应商、代理商、经销商和厂商的业务往来,有效削减交易费用,降低成本,实现企业业务的合理化。阿里巴巴是这一模式的典型代表。

C2C (Consumer To Consumer)。消费者与消费者之间电子商务模式。它是消费者与消费者之间的货物交易或各种服务活动在网络上的具体实现,其涵盖的范围主要包括艺术品交易、网上拍卖、旧货交易、网上人才市场、换房服务、邮票交易等。易趣网(ebay)、淘宝网(taobao)、拍拍网等均属于此模式。

B2G (Business To Government)。企业对政府的电子商务。

B2B2C (Business To Business to Consumer)。企业对企业对消费者的电子商务。

(2) 按服务内容的不同分类

分为ISP、ICP、ASP、ESP。

ISP (Internet Service Provider),网络服务提供商。一般指提供网络接入服务的提供商,如东方网景。

ICP (Internet Content Provider),网络内容提供商。主要指咨询类的网站。新浪网是国内一个主要的ICP网站。

ASP (Application Service Provider),应用服务提供商。主要指通过网络提供软件租赁的服务商。

ESP (E-business Solution Provider),电子商务解决方案提供商。主要指为不同企业提供不同电子商务解决方案的服务商。如易买卖是国内一电子商务解决方案提供商。

(3) 按照开展电子交易的信息网络范围分类

① 本地电子商务。本地电子商务通常利用本城市内或本地区内的信息网络实现电子商务活动,电子交易的地域范围较小。

② 远程国内电子商务。远程国内电子商务是指在本国范围内进行的网上电子交易活动,其交易的地域范围较大。

③ 全球电子商务。全球电子商务是指在全世界范围内进行的电子交易活动,参加电子交易各方通过网络进行贸易,涉及有关交易各方的相关系统。

(4) 按照交易对象分类

① 信息服务型电子商务。这种类型的电子商务在网上直接对无形的数字化产品和服务的交易活动,它包括数字化产品(如计算机软件)、各种信息服务(如专利信息、股票信息等)、娱乐内容的联机订购(如视频信号的点播)、付款和支付等一系列的交易与服务,以及全球规模的信息服务。

② 实物交易型电子商务。这种类型的电子商务是指在网上直接对有形货物的电子订货以及交易过程中的一系列服务活动,它仍然需要利用传统的货物配送渠道,如分销配送中心、邮政服务和商业快递等帮助送货到订货者手中。

1.4 电子商务的三流及关系

(1) 信息流

信息流是指电子商务交易各主体之间信息的传递过程,是电子商务的核心要素,它是双向的。在企业中,信息流分为两种,一种是纵向信息流,发生在企业内部;另一种是横向信息流,发生在企业与其上下游的相关企业、政府管理机构之间。

(2) 资金流

资金流是指资金的转移过程,包括支付、转账、结算等,它始于消费者,止于商家账户,中间可能经过银行等金融部门。

(3) 物流

物流是因人们的商品交易行为而形成的物质实体的物理性移动过程,它由一系列具有时间和空间效用的经济活动组成,包括包装、装卸、存储、运输、配送等多项基本活动。

(4) 三流之间的关系

以信息流为依据,通过资金流实现商品的价值,通过物流实现商品的使用价值。物流应是资金流的前提与条件,资金流应是物流的依托及价值担保,并为适应物流的变化而不断进行调整,信息流对资金流和物流的活动起着指导和控制作用,并为资金流和物流活动提供决策的依据,直接影响、控制着商品流通中各个环节的运作效率。

1.5 电子商务的起源

世界上对电子商务的研究始于20世纪70年代末。电子商务的实施可以分为两步,其中EDI商务始于20世纪80年代中期,Internet商务始于20世纪90年代初期。我国的电子商务及其研究起步更晚些,但进展还是比较快的。

1997年底,在亚太经济合作组织非正式首脑会议上,时任美国总统克林顿敦促世界各国共同促进电子商务的发展,引起了全球首脑的关注。有识之士指出,在电子商务问题上,迟疑一步就可能会丢失市场、丢失机会。

1998年11月18日,时任中国国家主席江泽民在亚太经合组织第六次领导人非正式会议上就电子商务问题发言时说,电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用推广将给各成员国家带来更多的贸易机会。

一般来说,电子商务经历了两个发展阶段:基于 EDI 的电子商务和基于国际互联网的电子商务。

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

EDI 在 20 世纪 60 年代末期产生于美国,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的输出文件,由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动转换,EDI 应运而生。

EDI (Electronic Data Interchange) 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此,人们也形象地称其为无纸贸易或无纸交易。

(2) 基于国际互联网的电子商务 (20 世纪 90 年代至今)

20 世纪 90 年代中期后,国际互联网迅速普及化,逐步从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,其功能也已从信息共享演变为大众化信息传播。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,因而使电子商务成为互联网应用的最大热点。以直接面对消费者的网络直销模式而闻名的美国 Dell 公司 1998 年 5 月的在线销售额高达 500 万美元;另一个网络新秀——Amazon 网上书店的营业收入从 1996 年的 1580 万美元猛增到 1998 年的 4 亿美元。

1.6 传统商务与电子商务

传统商务起源于史前。当祖先开始对日常活动进行分工时,商业活动就开始了。每个家庭不再像以前那样既要种植谷物,又要打猎和制造工具。每个家庭专心于某一项活动,然后用产品去换取所需之物。

货币的出现终结了易货贸易,交易活动变得更容易了。然而,贸易的基本原理并没有变化:社会的某一成员创造有价值的物品,这种物品是其他成员所需的。所以,商务活动就是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。

传统商务活动实质上就是完成买卖的双方交易的过程,包括卖方、买方、交易三要素。传统商务的基本流程主要由交易前的准备、交易磋商、合同的签订与执行、支付与结算等环节组成。

(1) 传统商务的基本流程

① 交易前的准备。交易前的准备是指参与交易的买卖双方在交易磋商前的准备活动。

② 交易磋商。交易磋商是指买卖双方对所有交易的细节进行谈判,包括双方在交易中的权利、所承担的义务,以及购买商品的种类、数量、规格、价格、购货地点和交易方式、运输方式、违约和索赔等。

③ 合同签订与执行。

④ 支付与结算。支付一般有两种方式,支票和现金。

a. 支票方式。多用于企业的商贸过程,用支票方式支付涉及双方单位及其开户银行。

b. 现金方式。常用于企业对个体消费者的商品零售过程。

(2) 电子商务的基本流程

① 交易前的准备。在电子商务营销模式中,买卖双方的供求信息都是通过交易双方依托的电子商务平台来发布的,双方信息的沟通具有快速和高效率的特点。

② 交易磋商。电子商务中的交易磋商过程将纸面单证的传递变成了电子化的记录、文件和报文,在网络上的传递,并且有专门的数据格式。

③ 合同签订与执行。电子商务环境下的网络协议和电子商务应用系统的功能保证了交易双方所有的贸易磋商文件的正确性和可靠性,并且在第三方授权的情况下具有法律效力,可以作为在执行过程中产生纠纷的仲裁依据。

④ 支付与结算。电子商务中,交易的资金支付采用信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包等形式,以网上支付的方式进行。

(3) 电子商务与传统商务比较

① 适用于电子商务的商品:主要是指标准化的并为消费者所熟知的产品或服务,典型的商品有办公设备、计算机和航空运输服务等,如许多常见网站上的图书和光盘。

② 适用于传统商务的商品:强调个人推销技巧在交易中的重要性(如房地产的销售),或产品的情况只有通过亲自接触才能确定(如购买时装和生鲜食品)的商品。

③ 采用电子商务和传统商务的结合:既具有典型商品的特征,又需要消费者的亲自接触。

1.7 我国电子商务的发展状况及存在的问题

1.7.1 发展现状

中国政府已经敏锐地意识到信息化及电子商务对经济增长和企业竞争力的巨大影响,开展并推动了一系列的“金”字工程。

目前,我国“金桥”工程初具规模,并已开始服务于社会。“金卡”工程首批 12 个试点省市已全部实现跨行联网运行。“金税”工程已开始覆盖全国 400 个城市、3800 个县市,并将建立起全国四级计算机稽核网络系统。另外,一些大的部委也对建网投以重视和决心。

借助于日益发展完善的信息网络环境平台,以及商务需求的发展,运作速度更迅捷、业务交往个人化、通过 Web 购物正是电子商务的发展趋势。

(1) 运作速度更迅捷

网络的响应速度是衡量一个 ISP 服务质量的重要参数,网上的信息检索、交易同样需要迅速反应,这也正是电子商务所要注重的。

(2) 业务交往个人化

近两年,美国纽约市的 Rochester 公司启用了电子商务 Web 应用程序,由于该系统是利用 Broad Vision 的商用服务器软件按一一对应的方式建成的,所以能使用户业务代表查看用户的概况,并对其账户提供类似信用卡或订购目录业务的帮助,这些业务充分体现了电子商务的个人化特征。

(3) 通过 Web 购物

在现代电子商务系统中,商店无处不在,而且彼此关联,具有交互性、智能化特征;另一方面,现代电子商务市场把有关产品和服务的信息紧集成,帮助买方在不同的商店之间