

网络管理与技术丛书

信息管理系列

电子商务

网站建设

信息管理系列 编委会

领先于网络时代

尽晓电子商务

成功人士必读

创建未来生活



中国人民大学出版社
CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS

网络管理与技术丛书
信息管理系列

电子商务网站建设

信息管理系列 编委会

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务网站建设/信息管理系列 编委会编著

北京: 中国人民大学出版社, 2001

(网络管理与技术丛书·信息管理系列)

ISBN 7-300-03760-7/G·785

I. 电…

II. 信…

III. 电子商务-网站-基本知识

IV. TP393·092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 15815 号

网络管理与技术丛书

信息管理系列

电子商务网站建设

信息管理系列 编委会

出版发行: 中国人民大学出版社

(北京中关村大街 31 号 邮编 100080)

邮购部: 62515351 门市部: 62514148

总编室: 62511242 出版部: 62511239

经 销: 新华书店

印 刷: 涿州市星河印刷厂

开 本: 787×960 毫米 1/16 印张: 22.5

2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷

字 数: 556 000 印数: 1~5000 册

定 价: 31.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

20 世纪的偶像是原子，
21 世纪的偶像是网络，
网络就是我们的未来！

美国《连线》主编凯文·凯利在《网络经济的十种策略》中的这一论断令人发聋振聩。

我们的时代正走向信息时代、网络时代。网络已远远超出技术的层面，它渗透到我们生活的各个方面，它重塑了这个时代的政治、经济、文化，改变了我们的生活方式、交往方式和思维方式，它好像被激活的高速裂变的细胞，扩散到社会有机体的各个部位，像活跃的蜂群笼罩着我们这个星球的表面。网络代表着新时代，网络象征着新生活。

网络离不开技术。计算机信息技术是网络社会的主角，那么掌握计算机技术意味着应对未来挑战的必不可少的手段。计算机将是我们生活中不可缺少的内容，学会计算机技术也是在未来生活中生存的一个必不可少的条件。

但是，仅仅依靠技术的进步而忽视人文关怀，人就成了被异化的“单向度”的机器，互联网世界应是最具人性化的“以人为本”的世界，互联网一方面体现着技术的发展，它同时也推动着经济的繁荣、管理的创新、文化的丰富以及社会的全面进步。

作为在人文社会科学有影响的出版机构，中国人民大学出版社一直关注着这场网络革命，早在 1997 年就推出了一套在业界引起广泛影响的“网络文化丛书”。今天，我们又在 IT 行业在全球迅猛发展，向各行各业渗透并引发新一轮产业革命的时候，及时组织了很多专家、教授、编程人员，出版具有自己特色的电脑图书，即把技术及其技术在经济、管理、法律等方面的应用紧密结合，从而形成自己的出书特色。

中国人民大学出版社版计算机图书像其他人大版图书一样比较全面、严谨、严肃。本系列图书几乎全部是关于网络、信息方面的知识。丛书共计 5 个系列，40 余本——计算机综合知识、网页设计及网络编程、UNIX 系统及网络管理、Oracle 数据库、信息管理。内容涉及到网络的方方面面：网络基础知识、网页制作、网络编程、数据库工程、系统平台、网络信息系统、网络安全、软件体系结构以及网站的筹建、管理等等。

本套丛书从整体上具有计算机图书固有的特点：

新——正式的版本、最新的版本

博——最常用软件、功能最强大软件

势——论述网络、领导大势

快——最快捷的工具书

通——内容系统、深入浅出

雅——版面沉稳、雅致

实——内容丰富、尽晓网络

总之，这套丛书系统地、全面地介绍了网络方面的知识，用户可以选择适合自己的图书，可以循序渐进地系统学习，同时也可以做为随身“博士”，随时帮助解决实际的问题；既有“入门”知识，又可以达到“入室”水准。这样，通过这套丛书的系统学习，我们将在信息爆炸的未来占有一席之地，搏击，以网制胜未来。

本套丛书编写时间较短，书中难免有不足之处，请读者指出，我们会尽快改进。

中国人民大学出版社

内 容 简 介

本书详细叙述了构建电子商务网站的一般性的知识，通过对当今电子商务的详细介绍，以及对构建网站必备知识的具体讲解，为企业建设网站、开展电子商务提供有益的参考。本书可以分成两大块内容，其一是电子商务相关知识，其二就是构建网站的一般过程，两者的相互融合就形成了本书。

本书材料翔实，观点新颖，具有一定的理论深度，同时也具有较强的可读性与操作性，对电子商务网站建设的前前后后都具有很好的实际指导意义。本书对正在从事或准备从事电子商务的企业、商家都有重要的参考价值，是广大公司经理，企业营销人员、电子商务从业人员的重要参考书，也可为意欲了解电子商务，了解构建网站相关知识的人员用作参考读物。

前 言

电子商务正在靠近人们的生活。作为网络与商务结合产物的电子商务，诞生于风起云涌的信息时代，诞生于繁荣昌盛的当今商业世界。电子商务的诞生与发展，其冲击波将不可避免地涉及到现代社会里的每一个人，而她所带来的，决不是小范围内的修修补补，而将是一场意义深远的，带有根本性质的变革。

电子商务是指交易各方之间（还涉及到诸如认证中心、政府等的第三方）利用现代信息技术和计算机网络，按照一定的标准所进行的各类商贸活动。从本质上看，电子商务仍然是一种商务活动，是满足商务活动的基本要素，只是交易的手段发生改变。但在当今世界，电子商务的发展非常迅速，形成了一个发展潜力巨大的市场，具有诱人的发展前景。

在当前及至今后一段时间内，电子商务仍将是业界关注的方向和重点。由于传统商业模式的改变，所以企业的运作方式也将发生重大转变，这就迫使传统企业以最快的速度来适应新的竞争环境。

面对电子商务的挑战，企业家与企业都采取了积极的态度。在经历以 HTML 网页为基础的静态网站的第一代电子商务之后，一些企业开始过渡到第二代互联网上的业务，即将企业外部管理尤其是订单管理与企业内部管理直接融合在一起，但是这种方式仍然以供应商为中心；目前初露端倪且有极大前景的第三代电子商务，它以客户为中心，向客户提供质量更高的定制化产品与服务。在电子商务这一新领域的竞争中，涌现出了大批充满生机与活力的在电子商务环境下企业管理的新理论和新方法，不论是在思想观念和战略管理模式方面，还是在商务信息的收集与利用、市场营销理论与方法，以及物流管理方面，电子商务网站尤其担当了极其重要的角色，发挥了重要的作用。本书就是基于这种理解与把握，讲述了网站建设，尤其是电子商务网站的许多详细知识。

由于电子商务发展迅速，各种新问题、新情况不断出现，加之本书撰写时间紧迫，故书中错误在所难免，恳请读者不吝赐教。

编 者

2001 年 2 月

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
1.1 商业的发展和电子商务的概念	1
1.1.1 商业简史回顾	2
1.1.2 电子商务的概念	3
1.2 电子商务的概述	4
1.2.1 电子商务的分类	4
1.2.2 电子商务服务功能	4
1.2.3 电子商务的应用特性	6
1.2.4 电子商务系统结构	8
1.2.5 电子商务全球概览	9
1.2.6 电子商务对社会的影响	11
第 2 章 电子商务的实现	12
2.1 电子商务的平台	12
2.1.1 Internet 简介	12
2.1.2 电子商务平台	22
2.2 几种操作系统简介	24
2.2.1 Windows NT 概述	24
2.2.2 UNIX 简介	35
2.2.3 Linux 简介	37
2.3 电子商务技术	42
2.3.1 网页制作软件简介	42
2.3.2 网页编程语言简介	50
第 3 章 企业如何开展电子商务	63
3.1 企业介入电子商务的必要性和可行性	63
3.1.1 企业介入电子商务的必要性	64
3.1.2 企业介入电子商务的可行性	66
3.2 电子商务的安全问题	68
3.2.1 电子商务安全性问题概述	68

3.2.2	电子商务安全问题产生的根源	69
3.2.3	电子商务安全问题的类型及安全控制要求	69
3.2.4	解决电子商务安全问题的策略	71
3.2.5	电子商务安全常见解决技术	73
3.2.6	电子商务安全协议	83
3.2.7	电子商务认证中心	86
3.2.8	电子商务安全的法律保障	89
3.3	商务的支付系统	98
3.3.1	金融交易卡	98
3.3.2	数字货币	102
3.3.3	电子转账系统和网上银行	105
3.4	企业开展电子商务的基本步骤	106
第 4 章	企业网站的设计	111
4.1	网站总体规划	111
4.1.1	需求分析	111
4.1.2	电子商务网站功能分析	114
4.1.3	电子商务网站的主题	115
4.1.4	网站规划具体方案	116
4.1.5	制作网站的基本原则	119
4.2	资料库的建立和数据库支持	125
4.2.1	Web 数据库概述	125
4.2.2	Web 数据库模型	125
4.2.3	Web 数据库的部分产品	126
4.2.4	Web 服务器与数据库服务器的连接方式	129
第 5 章	企业网站的建立	134
5.1	ISP 的申请	134
5.1.1	我国 ISP 的基本情况	134
5.1.2	选择 ISP 时应当注意的问题	136
5.1.3	ISP 提供的服务	137
5.2	域名的申请	139
5.3	网站的接入方式	143
5.3.1	Internet 接入技术	143

5.3.2 企业联网方案遴选.....	146
5.4 网站制作的基本技术过程	149
5.4.1 主页制作一般步骤.....	149
5.4.2 制作网页八大诀窍.....	152
第 6 章 网站制作技术	154
6.1 网页制作的基本语言——HTML	154
6.1.1 HTML 语言的结构	154
6.1.2 构成网页的基本元素	156
6.1.3 超文本链接指针	158
6.1.4 版面风格控制	163
6.1.5 表格 (table)	166
6.1.6 框架 (frame)	167
6.1.7 表单 (form)	168
6.1.8 CSS 技术	170
6.2 动态网页的基本脚本语言之一——VBScript	174
6.2.1 VBScript 编码约定	174
6.2.2 VBScript 数据类型	177
6.2.3 VBScript 运算符	178
6.2.4 VBScript 过程	179
6.2.5 使用条件语句	180
6.2.6 使用循环语句	181
6.2.7 VBScript 的对象	183
6.2.8 VBScript 简单页面	183
6.2.9 VBScript 与窗体处理	185
6.3 动态网页的脚本语言之二——JavaScript.....	187
6.3.1 JavaScript 简介	187
6.3.2 JavaScript 技巧	188
6.3.3 框架	189
6.3.4 状态列效果	190
6.3.5 数组 (arrays)	190
6.3.6 输入表单 (form) 的处理	191
6.4 ASP 编程.....	192

6.4.1	ASP 初步	192
6.4.2	ASP 内置对象	192
6.4.3	网上商城的实例	197
6.5	通用网关接口——CGI	218
6.6	当今流行的网页开发技术 PHP	224
6.6.1	PHP 的程序模式	225
6.6.2	PHP 语言结构	231
6.7	未来的技术的主流 XML	235
6.7.1	XML 加速电子商务的发展	235
6.7.2	XML 与 EDI	236
6.7.3	对称的 EDI	237
6.7.4	XML 为 IT 业带来新的商机	237
6.7.5	应用于无线通讯——WML	237
6.7.6	其他应用	238
第 7 章	网站建设的后续工作	239
7.1	网站的评测	239
7.1.1	网站评测的指标	239
7.1.2	网站评价的具体内容	240
7.1.3	网站的评测方式	241
7.1.4	网上的数据采集	243
7.1.5	网站评价的工具	244
7.2	网站的发布	245
7.3	网站的推广	247
7.3.1	网站推广的传统方式	247
7.3.2	互联网上的推广策略	248
7.4	网站的日常维护和更新	256
7.5	网络管理概述	257
7.6	网站的安全管理	262
7.6.1	网站安全问题概述	263
第 8 章	电子商务网站的基本经营策略	273
8.1	行业电子商务简介	273
8.1.1	政府部门	274

8.1.2 工商业.....	276
8.1.3 金融业.....	277
8.1.4 保险业.....	279
8.1.5 旅游业.....	280
8.1.6 医疗卫生	282
8.1.7 教育业.....	283
8.2 正确的电子商务的观念	285
第9章 著名电子商务网站	288
9.1 亚马逊公司简介	288
9.1.1 亚马逊电子商务网站介绍	288
9.1.2 亚马逊透视.....	295
9.2 8848-珠穆朗玛电子商务网站简介	297
9.3 电子商务网站启示和展望	303
第10章 我国目前开展电子商务存在的问题和前景.....	307
10.1 我国计算机网络及应用水平	307
10.2 我国电子商务发展现状分析	310
10.2.1 我国电子商务现状分析	310
10.2.2 我国电子商务主要问题	314
10.2.3 中外电子商务的差距	320
10.3 政府定位	321
10.3.1 中国政府的实际作为	321
10.3.2 WTO 对我国电子商务的影响	324
10.4 发展我国的电子商务	325
10.4.1 电子商务三阶段	325
10.4.2 电子商务 B2B 模式的发展	328
10.4.3 中国电子商务发展趋势	329
10.5 中国电子商务人才的培养	332
第11章 电子商务的展望	335
11.1 电子商务总结及展望	335
参考文献	342

第 1 章 电子商务概述

自上个世纪 90 年代以来信息技术至今已有十年的发展历程了，但这短短的十年，对于信息技术来说却有着极不寻常的意义。因为这十年，是信息技术革命蓬勃发展的十年，在整个信息技术发展史上具有里程碑式的地位。在这十年里，计算机技术发生了日新月异的变化，计算机网络及通信技术也是一日千里，气势磅礴，令人无法抗拒。特别是 Internet 的大规模普及和应用，对人们传统的生活方式和观念造成了前所未有的冲击。网络已经切切实实地渗透到了我们的现实生活当中，网络时代正迈着她那沉着而又坚定的步伐向我们走来。面对网络的来临，人们绝不能敬而远之，而应当是满怀希望和信心去迎接她，去拥抱她，因为她给我们所带来的，不仅仅是挑战，更多的是机遇。

本书所要涉及的电子商务就是这样的一个机遇。精明的商家们已经敏锐地觉察到了 Internet 将会给传统商业所带来的革命性影响。网络不应当仅仅是静态的粘贴画、娱乐的好场所。它是现代高科技的结晶，是一种方便快捷的工具，人们应当很好地拿过来为自己所用。吸引眼球不能成为其最终目的，而盈利才是网络的真正价值所在。在网上做生意，是网络发展的必然趋势。由此，电子商务作为一种崭新的商务运作方式，将会带来新一轮的产业革命，而这场革命的最终结果，就是把人类真正带入到信息社会。人们足不出户，就能了解到窗外的世界，就能选购到自己满意的商品，就能满足自己的几乎一切的需要。本章将要讨论的就是电子商务的概念和特点，以及它的由来、发展过程、现状和未来趋势。

1.1 商业的发展和电子商务的概念

电子商务，顾名思义是指在网上进行商务活动。其主要功能包括网上的广告、订货、付款、客户服务和货物递交等销售、售前和售后服务，以及市场调查分析、财务核计及生产安排等多项商业活动。所以从本质上来讲，它仍然属于商务的一类，只是加上了电子这个时髦的词汇而已。“商”这个字应当看作是电子商务这四个字的核心。而这儿的电子，当然指的就是如今风行于全世界的 Internet 了。因此，简单地说，电子商务就是 Internet 和商业结合的产物，是依托于网络而进行的一种商业运作方式。但是，把传统的商业搬到网络上来，许多问题也就相应产生了。

1.1.1 商业简史回顾

商业,从它诞生起到现在已经有很长的历史了,在这漫长的岁月里,她经历了各种风风雨雨,包括人为的和社会的因素,有阻碍的,也有促进的,但是商业始终以它独有的魅力吸引着人类。总体来讲,它的发展在古代就是很缓慢,很脆弱的。只是到了近现代,商业才得到了迅速的发展。

古代希腊早在爱琴文明时代(公元前二十世纪到公元前十二世纪,又称为克里特·麦锡尼时代)就开始使用青铜器。公元前十一世纪到公元前九世纪就是希腊历史上有名的“荷马时代”,此时,氏族制度开始解体,并出现了早期的奴隶制城邦。在这段时期内,手工业与农业日益分离,并且日益发展起来。爱琴海周围的地区,地处中纬度,风光旖旎,气候温和,四面岛屿星罗棋布,港湾又蜿蜒曲折,不仅适合人类居住,更有利于商旅航行。古希腊早期商业的发展,地理条件优越是一个重要的因素。

由于自然条件的不同,古希腊各城邦国家可分为三类。第一类适合农业,如斯巴达;第二类适合商业和手工业,如小亚细亚;第三类就兼有以上两类的特征,如雅典。这点与中国城市的出现不同,中国建立城市时,政治军事因素考虑较多,而古希腊的城市形成则是在工商业发展的引诱下,人们逐渐聚集到一起来而形成的。真不知道东西方发展的差异,这算不算一个原因。

伴随着生产与分工的发展,商业活动也日趋频繁起来。商品经济有助于人们开拓视野,扩大社会接触面,锻炼人们的管理才能,培养自由民主和竞争意识,古希腊就是在这一片商业繁荣的景象中成长起来的。

公元前二世纪到公元一世纪是罗马奴隶制繁荣时期。当时罗马的商品经济获得了空前的发展,达到了古罗马历史上商品经济发展的最高水平,虽然当时商人地位仍然较低,交通运输状况还很落后,但这并未能阻止商业的发展。与此同时,古代亚欧两洲的商业来往也达到了一个新的高峰。

到了十四至十五世纪,西欧资本主义生产关系开始萌芽,这是西欧社会经济发展和生产力水平发展到一定阶段的必然产物,工场手工业的出现则是其具体体现。资本主义的出现,对商业来说则是一个福音。

发生于十六世纪的商业革命,正处于欧洲封建社会崩溃和资本主义确立的时期,可以看作是商品流通领域里的一次重大变革。同样,商业革命是社会生产力发展以及社会分工和商品交换扩大的结果。而且只有当商品交换跨出国界之时,商业革命才会发生。

当世界跨入了资本主义之后,商业则遇到了其发展前所未有的黄金时期。理由很明显,“资本主义在它短短的几百年间所生产出来的产品比它以前所有时期所生产产品的总和还要多”,产品多了必然要求卖出去,尤其是数次工业革命的推动,在促进了生产力的大大发展,产品也大为丰富的同时,商业的繁荣也是不可避免的,以至于一直延续到今天。商业确实与人们的日常生活息息相关,无商不活,这句话很有道理的。

而计算机网络的出现又必将给商业孕育一次新的革命。随着计算机通信技术的发展和完善,为电子商务的出现奠定了坚实的物质和技术基础。上网人数的不断剧增,则成为电子商务出现和迅速发展的另一个刺激因素。电子商务作为一种崭新的商业形式已经在人们的蓦然回首间悄然诞生了。

商业是一切交易行为的泛称，它并不单纯是在商店里的经营活动，它还应当包括商品从生产制造一直辗转到最后消费者的这一漫长的全部过程。从信息角度解释，商业应当是覆盖整个社会各个方面的信息网络。由于商业具有涉及面广、覆盖面大等特点，使得不同国家和地区的商业各具特色，惟一相同的就是商业在当今每一个国家里都占有重要的地位。当前，全球经济向国际化、一体化发展，世界范围内的商务活动必不可少，因此如何有效地组织跨国、跨地区的商业活动便首当其冲。商业自动化是摆脱当前商业活动复杂性和分散性的有效手段，而电子商务则是商业自动化的最佳方式。因此可以说，电子商务的出现，是经济全球化发展和 Internet 技术发展的必然产物。

1.1.2 电子商务的概念

计算机网络是电子商务崛起的技术保证和物质基础，而电子商务正代表着网络的发展趋势。电子商务如今正在发展当中，到目前很难有个统一的说法，许多专家和学者都尝试着从不同角度来界定电子商务的内涵和外延。下面所列举的是一些常见的、但尚未规范的电子商务的定义：

(1) 电子商务是通过电子方式，并在网络基础上实现物资、人员过程的协调，以实现商业交换的活动。

(2) 电子商务是数据（资料）电子装配线的横向集成。

(3) 电子商务是电子化的购销市场，使用电子工具完成商品购买和服务。

(4) 电子商务是一组电子工具在商务中的应用。这些工具包括：电子数据交换（EDI），电子邮件（E-mail），电子公告系统（BBS），电子商品条码（Banner），图像处理 and 智能卡（IC），电子目录，电子合同，EDI 信用卡及电话电报等。

(5) 电子商务是由 Internet 创造的网络空间，它超越时间和空间的制约，以极快的速度实现电子商品的交换。

(6) 电子商务是在计算机与通信网络的基础上，利用电子工具实现商业交换和行政作业的全部过程。

(7) 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，同时它还包括公司间和公司内利用电子邮件、EDI、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。

(8) 电子商务的最大赢家 IBM（国际商用机器公司）提出的电子商务的定义是：电子商务 = Web + IT + Business。在 IBM 的视野中，所谓“商务”远不止是通常所称的工商企业，而且包括社会各个方面的组织机构。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 Internet、Intranet（企业内部网）和 Extranet（企业外部网）结合起来的应用。

(9) 另一家大公司惠普则认为，电子商务是跨时域、跨地域的电子化世界（E-World），E-World = Electronic Commerce + Electronic Business + Electronic Consumer。按照惠普公司电子商务的定义范畴，电子商务活动包括所有可能的贸易伙伴、用户、商品和服务供应商、承运商、银行保险公司以及所有其他外部信息源的收益人。这是一个非常广义的定义。

以上对电子商务所作的定义涉及到了电子商务交易的方式、环境、过程、工具、技术和理念等方面的内容。就范围而言，它包括商务活动的所有方面，如交易的方式、工具等；从过程上看，它包括

了商务活动的所有阶段,如市场调查、合同签订、货物配送以及售后服务等;就参加者而言,它包括整个商务活动的参与人员,如生产方、销售方、供应方和客户。电子商务对企业营销而言则是个巨大的挑战与深刻的变革,因为企业不得不把传统营销方式转轨到基于网络的营销方式。这种转型所带来的剧痛也是不可避免的。

电子商务是把传统商业搬到网络上的一种商业形式,虽然从其本质来讲仍然是种商业形式,不过正是因为 Internet 的介入,才使得它获得并采取了一种全新的经济模式。它完全不同于以往任何传统经济,这种改变不仅仅是一种技术上的改变,更是一种全新的营销方式,甚至包括文化和理念上的巨大变革,这是一个无法逆转和回避的大趋势。

1.2 电子商务的概述

1.2.1 电子商务的分类

电子商务可以按照交易参与主体这一标准把它分成以下几类:

(1) 企业对消费者 (B2C): 利用 Internet 向最终消费者提供类似于传统商业的零售服务。各种网上商店、商城即属此类。

(2) 企业对企业 (B2B): 商业机构利用 Internet 或各种商务网络向供应商 (企业或公司) 订货或付款等。这种方式时间较长,近年来所占比重仍然居首位。

(3) 企业对政府 (B2G): 覆盖公司与政府组织间的许多事务,如政府网上订购等。

(4) 消费者对政府 (C2G): 政府将电子商务扩展到福利的发放、自我估税及个人税收的征税等方面均属于此类。

(5) 消费者对消费者 (C2C): 这种是在网上提供一个私人交易平台,使得每一个人都有参与电子商务的平等权利和空间。网上拍卖即属于此类。

在这五类当中,其中最为重要也最为常见的就是前两类了。对于 B2B、B2C 这两种电子商务模式,许多厂商已经纷纷提出了自己的解决方案。但是在目前,B2B 比 B2C 所占的份额要大,在实际操作中也较为成熟。

1.2.2 电子商务服务功能

在网络上进行的商务活动照样有传统商务的所有活动过程,比如说营销、服务、交易和相应的管理等,所以电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务。因此概括地讲,电子商务与 Internet 结合起来就打上了一些网络的烙印,形成了电子商务所独有的服务功能,如业务组织与运作、信息发布、网上购物、网上支付、咨询洽谈、交易管理等各项功能。

(1) 业务组织与运作

电子商务是一种基于信息的商业进程。企业利用 Internet 对外可以加强与合作伙伴的联系,对内则可以提高企业管理的现代化水平。在电子商务时代里,企业将要直接面对最终消费者,这就根本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有了更为切实的参考信息源,那就是用户直接反馈过来的建议与意见。用户至上的观点在这里也就得到真正的贯彻。

(2) 信息发布

在电子商务中,商业信息发布的实时性和方便性是传统媒体所无法比拟的。信息查询技术的发展,以及多媒体的广泛使用都使得这些信息比过去更加精彩,更加吸引人。网络广告宣传、用户在线查询和浏览、网络会议等具体发布形式更让人眼花缭乱。而这一切的效用成本比值要比传统媒体划算多了,精明的商家们当然心中有数。

这里还得提一下网上广告业。Internet 的出现对广告业来说是个巨大的福音。与以往的各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富,传递范围也较广。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(Search)迅速地找到所需的商品信息,而商家可利用网上主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内做广告宣传。网络广告业在目前状况下的收益不算很大,但是随着电子商务的发展和网络经济的规模化,广告业的前途是不可估量的。

(3) 网上订购

网上订购是对个人而言的,它是 B2C 模式在实际当中的具体应用。网上订购在技术上是通过网上交互进行的。厂商或者大型零售商在网页上面提供有关商品的详细信息,并且附有订购信息处理手段,让用户与厂商直接进行交互,当用户提交完订购单后,系统会回复确认信息,以保证订购信息的确定。当然安全保密措施也是必不可少的。

(4) 网上支付

用户填完订单之后,付款是当然的事情。不然的话,随便那个人上网瞎点一通,商家岂不是要乱了套?当然目前付款方式各有不同,但是随着电子商务的发展,必然会带动新型付款方式的形成。数字货币、数字支票、信用卡系统等综合网上支付手段不仅方便迅速,还可节省大量人力物力以及时间。所以说,电子商务的迅猛发展,对网上金融服务提出了要求,所以说,网上支付还得有金融业的大力支持和参与。

支付过程在商务活动中占有重要地位,网上支付必须解决好安全问题,否则后果不堪设想。在管理上要加强,如严厉惩处欺骗、窃听、冒用等非法行为,这必须有银行、信用卡公司、保险公司等金融单位提供网上服务;在技术上,则要加强如数字凭证、身份验证、加密等技术手段的应用。安全问题是一个非常值得注意的问题,需要认真对待。

(5) 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件(E-mail),新闻组(News Group)和实时的讨论组(chat)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)来交流及时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。