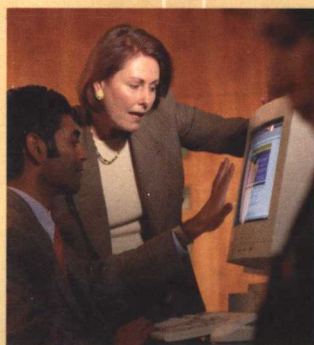


网络与商用软件应用

徐 炜 柳巧玲 编著



WANGLUO
YU
SHANGYONG
RUANJIAN
YINGYONG



东南大学出版社

网络与商用软件应用

徐炜 柳巧玲 编著

内 容 摘 要

本书在一般性地介绍电子商务基本知识的基础上,重点介绍了商务活动中常用的计算机网络与软件应用知识,并对基于 WWW 的商务工具,如制作 Web 页的工具 Dreamweaver、超文本制作语言 HTML 和一些其他的 WWW 服务器软件作了介绍。为方便初学者使用,本书各章附有练习题,全书最后还附上机实习指导。

图书在版编目(CIP)数据

网络与商用软件应用/徐炜,柳巧玲编著. —南京:
东南大学出版社,2003.5
ISBN 7—81089—213—2

I. 网... II. ①徐...②柳... III. ①电子商务—高等学校—教材②计算机网络—高等学校—教材③电子商务—应用软件—高等学校—教材 IV. ①F713.36
②TP393

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 028944 号

东南大学出版社出版发行
(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 东南大学激光照排印刷中心印刷
开本:787mm×1092mm 1/16 印张:12.5 字数:312 千字
2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 月第 1 次印刷
印数:1—5000 册 定价:19.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换 联系电话:025—3795802)

前 言

电子商务是当今信息社会电子技术、网络技术以及数据处理技术在商贸领域中应用的产物,也是高新技术手段与商贸实务、营销策略相结合的结果,它的出现必将在当今商贸领域中带来新的变革。进入 21 世纪后,经济全球化和我国经济迅速发展,国内市场已从卖方市场转变为买方市场,这给企业带来了很大的压力。因此,大力发展电子商务,促进流通,加强贸易,将为企业发展赢得新的空间和机遇。

要抓住电子商务发展的机遇,就必须了解和掌握与商务活动密切相关的网络和计算机软件应用知识。在我国高等院校,“商用软件与网络”是国际经济与贸易专业所开设的一门实用性很强的课程。为使学生在较短的时间内掌握网络与商用软件应用知识,并能立即利用所学知识制作自己的商店门面,发布自己的商品广告,便捷地进行网上商务往来,我们将有关网络与商用软件应用的知识与实务加以浓缩和组织,编写了这本书。

本书第 1 章对电子商务的基本概念、电子商务过程、电子商务的构成与安全性等问题作了一般性的介绍。第 2 章重点介绍常用于商务活动的计算机网络知识。第 3 章介绍几种实用网络软件,如网络浏览器 IE, E-mail 软件 Outlook Express 和 Foxmail, 文件输送工具 CuteFTP, 文件下载工具网际快车、网络蚂蚁, 远程登录协议 Telnet 和解压缩软件 WinZip。第 4 章介绍基于 WWW 的商务工具,如制作 Web 页的工具 Dreamweaver、超文本制作语言 HTML、WWW 服务器软件和工具等。每章末附有练习题,全书最后还附有上机实习指导。

本书内容丰富,图文并茂,通俗易懂,即学即用,不仅适用于非计算机专业的学生选作课堂教学用书,而且也适用于想在短时间内掌握网络与商用软件应用知识的初学者自学。

在本书编写过程中,我们所参阅的文献除了在参考书目中列出的一部分外,还有大量在网上查阅到的其他资料,我们向所有文献的作者致谢。世格软件公司的李军工程师对本书的编写提出了许多宝贵意见,南京工业大学教务处和经济管理学院在本书编写过程中给予了大力支持,我们表示深深的谢意。由于我们编写本书的时间仓促,加之自身水平有限,书中的疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正。

编著者

2003 年 5 月

目 录

第 1 章 电子商务基础知识	(1)
1.1 电子商务概述	(2)
1.1.1 电子商务的概念	(2)
1.1.2 电子商务的分类	(4)
1.1.3 电子商务的特点	(5)
1.1.4 电子商务的功能与影响	(6)
1.2 基本的电子商务过程	(9)
1.2.1 交易准备阶段	(9)
1.2.2 贸易谈判与合同签订阶段	(10)
1.2.3 交易合同的履行与索赔阶段	(10)
1.3 电子商务系统的构成	(11)
1.3.1 Intranet	(11)
1.3.2 Intranet 与 Internet 的连接	(11)
1.3.3 电子商务应用子系统	(12)
1.4 电子商务的安全性问题	(14)
1.4.1 电子商务安全威胁	(15)
1.4.2 电子商务安全需求	(16)
1.4.3 电子商务采用的主要安全技术及其标准规范	(17)
1.5 发展我国电子商务亟待解决的问题	(20)
1.5.1 电子商务在我国遇到的问题	(21)
练习 1	(23)
第 2 章 计算机网络	(24)
2.1 计算机网络基本知识	(25)
2.1.1 计算机网络的概念	(25)
2.1.2 计算机网络的分类	(25)
2.1.3 计算机网络的特点	(26)
2.1.4 计算机网络的拓扑结构	(27)
2.1.5 计算机网络的传输介质	(29)
2.1.6 计算机网络协议	(31)

2.2	Internet	(32)
2.2.1	Internet 概述	(32)
2.2.2	网络互联和网络协议	(35)
2.2.3	Internet 上的服务	(40)
2.2.4	连入 Internet 的方式	(44)
2.2.5	企业内部网	(46)
练习 2		(52)
第 3 章	商用网络软件	(53)
3.1	网络浏览器 IE	(54)
3.1.1	IE 的特点	(54)
3.1.2	利用 IE 浏览器保存当前网页的全部内容	(54)
3.1.3	使用 IE 浏览器中的搜索助手	(55)
3.1.4	如何让 IE 和 Netscape 共享书签和收藏夹	(57)
3.1.5	加快网页的下载速度	(59)
3.1.6	设置默认电子邮件	(61)
3.1.7	脱机浏览网页	(62)
3.1.8	修改 IE 默认的 HTML 文件编辑器	(65)
3.1.9	启动系统的分级审查功能	(65)
3.1.10	利用 IE 收听“广播”	(67)
3.1.11	如何让网络优先拨通	(68)
3.2	E-mail 应用软件 Outlook Express	(70)
3.2.1	Outlook Express 简介	(70)
3.2.2	用户账号设置	(70)
3.2.3	邮件管理	(73)
3.2.4	发送邮件	(78)
3.2.5	辅助功能	(82)
3.3	E-mail 软件 Foxmail	(85)
3.3.1	Foxmail 简介	(85)
3.3.2	安装程序	(85)
3.3.3	用户账号设置	(87)
3.3.4	启动界面和新增的实用功能	(88)
3.4	文件传输工具 CuteFTP	(97)
3.4.1	CuteFTP 的安装及运行	(97)
3.4.2	设置 FTP 站点	(99)
3.4.3	连接站点	(101)
3.4.4	文件传输	(101)
3.4.5	PCF 操作	(104)
3.4.6	设置与使用	(104)

3.4.7 宏命令	(106)
3.4.8 自动更改文件扩展名	(107)
3.4.9 设置文件传输队列	(108)
3.4.10 制定文件传输计划	(108)
3.5 文件下载工具 FlashGet	(111)
3.5.1 FlashGet 的安装及运行	(111)
3.5.2 FlashGet 的启动	(112)
3.5.3 文件下载	(112)
3.5.4 查看下载	(114)
3.5.5 管理文件	(115)
3.5.6 程序设置	(116)
3.5.7 站点资源浏览器	(119)
3.6 网络蚂蚁 NetAnts	(119)
3.6.1 网络蚂蚁的特点	(119)
3.6.2 网络蚂蚁的常规设置	(120)
3.6.3 网络蚂蚁的使用	(120)
3.7 远程登录协议 Telnet	(121)
3.7.1 远程登录的概念	(121)
3.7.2 Telnet 的工作原理	(122)
3.7.3 利用 Windows 98 系统实现远程登录	(122)
3.8 解压缩软件 WinZip 8.0	(123)
3.8.1 WinZip 的安装	(124)
3.8.2 WinZip 的解压缩	(125)
3.8.3 WinZip 的压缩	(130)
3.8.4 利用 WinZip 快速校验 ZIP 压缩包应用程序	(133)
练习 3	(134)
 第 4 章 基于 WWW 的商务工具	(135)
4.1 交互制作 Web 页的工具——Dreamweaver	(135)
4.1.1 Dreamweaver 的特点	(135)
4.1.2 Dreamweaver 简介	(135)
4.1.3 用 Dreamweaver 制作 Web 页	(140)
4.2 超文本制作语言 HTML	(164)
4.2.1 SGML 和 XML 简介	(164)
4.2.2 HTML 语言	(165)
4.3 WWW 服务器软件和工具	(179)
4.3.1 Apache HTTP Server	(179)
4.3.2 微软公司的 Internet Information Server	(180)
4.3.3 网景公司的 Netscape Enterprise Server	(181)

4.3.4 O'Reilly 公司的 WebSite Professional	(182)
4.3.5 其他的 WWW 服务器工具	(183)
练习 4	(185)
 [附录]上机实习指导.....	 (187)
参考文献.....	(189)

第 1 章

电子商务基础知识

- 电子商务概述
- 基本的电子商务过程
- 电子商务系统的构成
- 电子商务的安全性问题
- 发展我国电子商务亟待解决的问题

1.1 电子商务概述

1.1.1 电子商务的概念

随着信息技术的飞速发展,信息网络迅速地扩展到世界各个角落。电子信息和网络化的环境彻底改变了传统商贸业务和实务操作赖以生存的基础,形成了对传统营销策略和市场理念的巨大冲击,并催生了一种崭新的商务活动——电子商务。

1. 什么是电子商务

电子商务(Electronic Commerce,简称为 EC)是指利用简单、快捷、低成本的电子通信方式,买卖双方不谋面地进行各种商务活动。其内容包含两个方面:一是电子方式,二是商务活动。

从广义上讲,电子商务泛指以电子装置为媒介进行的各种商务活动,包括利用计算机、电话、传真以及网络等各种电子媒介所从事的商务活动;而狭义的电子商务则指以计算机网络和先进的数字化传媒技术为依托进行的各种商务活动,其基本特征是以计算机网络为商务媒介,其技术基础是数据(包括文本、声音和图像)的数字化处理和电子传输。它是计算机技术、网络通信技术与现代商业技术高度有机结合的产物。

从贸易活动的角度分析,电子商务可以在多个环节实现,由此也可以将电子商务分为两个层次:较低层次的电子商务,如电子商情、电子贸易、电子合同等;而最完整的、最高级的电子商务应该是利用互联网(Internet)进行全部的贸易活动,即在網上将信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现。也就是说,你可以从寻找客户开始,一直到洽谈、订货、在线付(收)款、开电子发票以至到电子报关、电子纳税等都通过 Internet 来实现。电子商务的实质就是以数字化网络为基础进行的直接方式的商品、服务交易,是商务活动实现电子化的一种形式。它不仅指基于 Internet 上的交易,而且指所有利用 Internet、局域网和广域网来解决问题、降低成本、增加价值并创造新的商机的商务活动。

实现完整的电子商务涉及到很多方面。除了买家、卖家外,还要有银行或其他金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的参与。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的,因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版。网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的作用。

2. 电子商务的发展

电子商务最初起源于计算机的电子数据处理技术。计算机使用的文字处理软件和电子表格软件的出现,为标准格式商务单证的电子数据交换(EDI)的开发应用提供了强有力的工具,这些软件使企业商业文件的处理从手工书面文件的准备和传递,转变为电子文件的准备和传递,大大地帮助了政府或企业的采购。随着网络技术的发展,电子数据资料的交换又从磁带、软盘等电子数据资料物理载体寄送,转变为通过专用的增值通信网络传送,近年来更转移到通过 Internet 进行传送,这就彻底打破了传统商务活动在时间和空间上的制约,实现了商务信息在全球范围内的快速交换,为企业在全球范围内从事商务活动提供了最便捷、

最有效的手段。

许多企业在内部采用电子方式进行数据、表格等信息的交换和处理,最为典型的是办公自动化和管理信息系统。这些系统综合利用计算机网络、通信、管理等科学技术,对企业内外部信息进行收集、加工、存储、传递和利用,辅助企业各级管理人员有效地履行企业生产经营和管理的功能,最终实现企业经营的总目标。这实际上已经是电子商务的雏形。

在金融业,银行之间的电子资金转账技术与企业、事业单位间电子数据交换技术相结合,产生了早期的电子商务。信用卡、自动柜员机、零售业销售终端和联机电子资金转账技术,以及相应的网络通信技术和安全技术的发展,导致了今天网上持卡购物(Business to Customer,简称B to C)以及企业之间网上交易(Business to Business,简称B to B)这两种模式的电子商务得到飞速发展。

随着 Internet/Intranet(企业内部网)技术的飞速发展,电子商务的规模迅速膨胀。目前,电子商务在全球的企业用户已达上百万。作为一种崭新的经营和业务运作方式,电子商务通过网络在合作伙伴之间进行经济信息或业务信息的交换和处理,快速有效地处理日常商务和其他业务活动,可以提高工作效率,降低营运费用,为企业和其他用户带来巨大的利益、价值或方便,因而有着广阔的发展前景。

Internet 网络技术把世界范围的亿万消费者连接在一起,形成了一个全球性的商品及服务的巨大市场。这是一个令人振奋的新市场,无论在规模上还是应用范围上都在以核裂变般的速度进行扩张,这给广大消费者提供了前所未有的选择机会和生活便利,同时也创造出完全新型的客户关系,为企业发展提供了良好时机。例如,1994 年开始兴起的万维网(World Wide Web,简称 WWW)仅经过 8 年多时间其用户数量已达到 6.55 亿多,大多数网上服务项目呈现高速增长的势头,网上产品及服务的成交额达上千亿美元。

电子商务之所以能如此快速地发展,得益于以下几个方面:①计算机的广泛应用。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,应用越来越广,为电子商务的应用提供了坚实的基础。②网络的普及和成熟。由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈几何级数增长趋势,这为电子商务的发展提供了应用条件。③信用卡的普及与应用。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,同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。④电子安全交易协议的制定。1997 年 5 月 31 日,由美国 VISA 和 Mastercard 国际组织等联合制定的 SET(Secure Electronic Transfer Protocol),即电子安全交易协议的出台,以及该协议得到大多数厂商的认可和支 持,为开发网络上的电子商务提供了一个关键的安全环境。⑤政府的支持与推动。1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国政府随后发布“全球电子商务纲要”,此后电子商务受到世界各国政府的普遍重视,许多国家的政府相继颁布了一些有关电子商务的文件并开始尝试“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有力支持。当然其他基础设施条件也影响着电子商务的发展,信息技术解决的是信息流和资金流的问题,而商品流和物资流则与铁路、公路、航空、港口、邮政服务等社会基础设施条件密切相关。

电子商务今后的发展空间还很大,如果我们讲求实效,加强技术设施建设,以互联网技术打破现存的一切不合理的业务链条结构,充分利用企业分销渠道网络、客户信息、基础设施、知识产权及品牌效应等全部资源,让产品群、客户群、技术群、物流群重新排列,优化组

合,将会形成知识经济环境下新的利益分配格局,使市场竞争更为公平有效。

1.1.2 电子商务的分类

电子商务可以按不同的方法进行分类,以下列举常用的四种分类方法。

1. 按照交易对象的不同,电子商务分为三种类型

(1) 企业与消费者之间 B to C 的电子商务 这类电子商务基本上等同于电子化的商业零售,如商品流通业与零售业实现于网上的电子商店、网上购物等,它是随着 WWW 网的出现而迅速发展起来的。现在,在 Internet 上遍布各种类型的商业中心,提供从鲜花、书籍到计算机、汽车等各种消费商品和服务。

(2) 企业与企业之间 B to B 的电子商务 它涉及到企业之间的密切合作,例如,原材料供应、产品市场拓展、委托加工、划款支付等等一系列企业之间的经济活动。它应该是电子商务的主要服务内容,追求的是信息流、物流、资金流完美的一致性。电子商务在这方面已经有了多年的历史,积累了很多经验,特别是通过专用网络或增值网络运行的电子数据交换技术,运用得很好。

(3) 企业与政府之间 B to G 的电子商务 这种商务活动包括了企业与政府部门间的各项商业事务,如海关业务、电子征税、政府网上采购等,涉及的是企业与政府有关部门的联系。美国政府从 1997 年 1 月就已经开始通过电子数据交换完成政府年度采购任务,并于 1999 年最终取消了纸面单证。

2. 按照应用行业的不同,电子商务主要有两种形式

(1) 商业电子商务 主要应用于流通业和零售业,例如,网上供应链、电子商店、虚拟市场、网上购物等。

(2) 金融业电子商务 这是“数字经济”、“网上经济”的核心部分。例如,金融服务所涉及的网上银行、电子支付、个人理财、会计账务管理;保险业所涉及的保险代理服务、网上报价、理赔管理;投资理财业所涉及的网上证券交易、委托投资、网上投资、财务管理;金融信息服务业所涉及的信息发布与统计、咨询、评估、论证和审计管理等。

还有许多其他行业的电子商务,如运输业、信息服务业等行业的电子商务。

3. 按照使用网络类型的不同,电子商务目前主要有三种形式

(1) 基于 EDI 的电子商务 它是利用专用网络或增值网络进行电子交易的,前些年就建立起来了,由于安全、稳定、可靠,至今仍在广泛使用。对基于 EDI 的电子商务要注意以下三点:①结构上的数据,它是用于交换的数据或信息,要求在内容、意义和格式上可以认识,并能用计算机有效地、准确地处理。②统一的报文标准,即报文表达方式要统一。③电子的手段,它是指计算机用户之间直接的电子数据交换。从应用的角度来看,EDI 一般发生在企业与企业之间,主要应用于那些具有合作基础的贸易伙伴。这些贸易伙伴将他们平常贸易往来中的数据以一种标准化的形式传送。EDI 更注重交易的细节,它对简化贸易程序、规范业务流程有着重要意义。

(2) 基于 Internet 的电子商务 Internet 是一种采用 TCP/IP 协议组织起来的松散合作型的国际互联网络。基于 Internet 的电子商务就是利用 Internet 进行电子交易。它以计

算机、通讯、多媒体数据库技术为基础,通过 Internet 在网上实现购物服务。它突破了传统商业生产、批发、零售及进、销、存、调的流转程序与营销模式,真正实现了少投入、低成本、零库存、高效率,避免了商品的无效搬运,从而实现了社会资源的高效运转和最大节约。消费者可以不受时间、空间、厂商的限制,广泛浏览,充分比较,自如使用,以最低的价格获得最满意的商品和服务。

(3) 基于 Intranet 的电子商务 基于 Intranet 网络的电子商务就是利用企业内部网络进行电子交易,主要应用于企业内部的各种业务通信和事务管理。Intranet 是在 Internet 技术的基础上发展起来的企业内部网,它与 Internet 的主要区别:①它上面的敏感信息或享有知识产权的信息受到企业防火墙安全网点的保护,只允许有授权者进入 Intranet。②它可以使企业内部各子公司、职能部门和员工共享重要的程序与信息,可以使各部门之间、上下级之间的沟通和联系更加便捷,增加其间的互助与合作,简化工作流程,缓解信息传递过程中的丢失和歪曲现象,使企业内部运作更有效率,实现企业内部的办公自动化。

4. 按照销售产品形式的不同,电子商务可分为两种模式

(1) 有实际产品的电子商务模式 它是指传统的有形商品的电子商务模式。产品或服务是在国际互联网上成交的,而实际产品或劳务的交付仍然是传统的方式,不能够仅仅依靠电脑的信息载体来实现。网上设立的独立虚拟店铺和网上在线购物中心所经营的许多实物产品都采用这种电子商务模式。

(2) 无形产品和劳务的电子商务模式 它是指将无形产品和劳务(如信息、计算机软件、视听娱乐产品等)以网络形式直接向消费者提供的电子商务模式。例如,在线经营商通过每月向消费者收取固定费用,提供各种形式的在线信息服务;出版商通过互联网络向消费者提供除传统出版物之外的电子刊物;一些网站收取一定的订阅费用后便向消费者提供在线游戏;企业通过网页安排向消费者提供计次收费性网上信息浏览和信息下载;在线服务商允许企业通过付费方式在网上设置广告,扩大知名度和争取市场份额等。

1.1.3 电子商务的特点

电子商务具有强大的双向信息沟通能力、灵活的交易手段和快速的交货方式,可以帮助企业合理运作,以更快捷的方式将产品和服务推向市场,大幅度促进社会生产力的提高。与传统商贸相比,电子商务具有全球性、直接性、便捷性、交易成本低和均等性等五大特点。

1. 电子商务的全球性

交易双方通过互动方式直接在网上完成交易,这一过程使商品和信息的交换不再受时间和空间的制约。因此,任何人可以在任何时间、任何地点利用电子商务服务器的服务功能,通过 Internet 进行电子商务活动;各国的政府部门、医院、公司、学校、商店、金融机构、银行、家庭等也都可以利用电子商务服务器的服务功能在 Internet 上开展电子商务活动。基于 Internet 这个全球连接的极为庞大的互联网,电子商务轻易地跨越了地域的限制,成为全球性的商务活动。

2. 电子商务的直接性

在以 Internet 为代表的计算机互联网络上进行的电子商务活动中,交易双方从贸易磋

商、签订合同到实际支付等都无需当面进行,均可通过计算机互联网络完成,实现了整个交易的完全虚拟化。对企业来说,可以依据网页向用户提供各类信息,展示产品视觉形象,介绍产品的性能、用途,也可以根据用户的要求组织商品生产,然后直接出售给用户,并提供各类服务,甚至还可以让消费者直接参与产品的设计与定制;对消费者来说,能够直接在网上参与产品的设计,了解产品的真实质量,公开询价,并能直接购买到自己称心如意、物美价廉的商品,而不必花费大量时间、耗费太多精力去逛商场。交易双方在网络这个虚拟的环境中直接接触,最终完成交易。

3. 电子商务的便捷性

传统贸易方式中,用信件、电话和传真传递信息必须有人的参与,且每个环节都要花不少时间。有时由于人员合作和工作时间的问题,会延误传输时间,失去最佳商机。而互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与自动处理,网上广告、网上市场调查与分析、订货、生产安排、货物递交、付款、财务核计、客户服务等过程可在最短的时间内完成,改善了企业内外部的信息传递与沟通,使企业从市场快速地获取信息,并对市场的变化做出迅速反应。网络还加强了客户、企业、分销商、银行、海关、税务部门等商务主体各方的联系,因而极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

4. 电子商务交易成本低

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现为:①网络上进行信息远距离传递的成本相对于信件、电话低,传递时间缩短及减少重复的数据录入也降低了信息成本。②买卖双方通过网络进行商务活动,无需中介者参与,减少了交易的有关环节。③卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下做广告的大量费用。④电子商务实行“无纸贸易”,可减少90%的文件处理费用。⑤Internet使买卖双方即时沟通供需信息,企业及时对各地市场情况做出反应,即时生产、即时销售,甚至采用无库存生产和无库存销售,而使库存成本降为零。⑥企业利用Intranet可实现“无纸办公(OA)”,提高了内部信息传递的效率,节省时间并降低管理成本。通过互联网络把其公司总部、代理商以及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起,使企业内部资源配置达到最佳,从而降低产品成本。⑦利用Internet与相关企业形成紧密联合,如采用高效快捷的配送公司提供交货服务,也可降低产品成本。

5. 电子商务的均等性

网络的应用真正实现了信息资源的共享,对大、中、小企业都产生机遇与挑战,带来的机会是均等的。“入网”后的中、小企业能像大企业一样,通过网络及时掌握市场供求状况及各种数据资料,并对原材料、市场、期货、汇率等诸多因素进行深入、全面、准确和快捷的分析、预测和判断,对企业的项目决策及经营战略迅速做出反应,使其创造出更多的赢利机会,轻松地进行生产、营销、管理,从而更有效地参与竞争。

1.1.4 电子商务的功能与影响

1. 电子商务的功能

电子商务可提供比传统商务更为广泛、全面的服务,涉及网上宣传、网上交易、网上支付

和管理全过程。

(1) 广告宣传 电子商务可凭借企业的 Web 服务器在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助浏览器及网上的检索工具(Search)迅速找到所需要的商品信息,商家也可以利用网上主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内作广告宣传。与传统广告相比,网上广告成本低、范围广,给客户的信息更为丰富。

(2) 售前售后服务 利用网上的信息交换,可提供产品和服务的细节、产品使用技术指南,了解市场和商品信息,征询和回答客户的意见,缩短生产者和消费者之间的距离。借助于售前售后服务,客户能及时反馈意见,参与产品的设计及生产过程。如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,使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务水平,更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

(3) 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)来了解市场和商品信息,洽谈交易事务,如果有进一步的需求,还可以利用网上的白板会议(Whiteboard Conference)和智能代理(Intelligent Agent)来交流即时的图形信息和交易信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面交流的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

(4) 网上订购 企业和客户都可以利用 WWW 中的电子信息交互传送实现网上的订购。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。当客户填写完订购单后,通常系统会确认回复信息单以保证订购信息的准确。订购信息也可采用加密的方式,确保客户和商家商业交流信息的安全。

(5) 网上支付 在电子商务中,客户和商家之间可使用电子资金转账、信用卡账户、电子支票和电子现金等通过银行实施网上支付。在网上直接实施电子支付手段可以节约时间并省去交易中人员的开销。网上支付必须提供安全、可靠的信息传输控制环境,以防止欺诈、窃取、修改、假冒和否认等非法行为。

(6) 销售服务 借助于销售服务,企业可以尽快地将客户已付款订购的货物传递到他们手中。不论货物在本地,还是在外地,都可以通过电子信息在网络中调配物流。最适合在网上直接传递的货物是数字化的产品,如软件、电子读物、信息服务等都能直接从电子仓库中将货物发送到客户端。

(7) 运输服务 为了搞好运输服务,必须实现包括海、陆、空运输企业之间的联网。电子商务所提供的运输服务包括:货物及运输工具、班次的调配、商品的发送管理及运输跟踪,以及可以电子化传送产品的实际发送。

(8) 组建虚拟企业 数字经济和网络经济的出现,一方面缩小了空间,将世界变成了“地球村”;另一方面又扩大了空间,除了物理空间外,又多了一个媒体空间(Cyberspace)。因此,经济活动不仅可以在物理世界中进行,而且还可以在媒体空间中进行。可以组建物理上不存在的企业,如虚拟商店、虚拟市场、虚拟银行、虚拟公司、虚拟研究中心及远距离的多主体虚拟合作等,集中一批独立的中小型公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务。虚拟现实系统能提供动态反馈,并使数据和实时信息形象化而又有直观性。

(9) 共享资源 在网络的支持下,企业和他们的贸易伙伴们可以共同开发、拥有和运营共享的商业资源、软件和数据信息等,实现各类资源的最佳配置和最大化应用。电子商务提

供了共享知识的机遇,创造了开放、竞争、虚拟与现实相结合的交流环境。

(10) 交易管理 整个网上交易的管理将涉及到人、财、物和信息等多个方面,涉及企业和企业、企业和消费者、企业和政府及企业内部等各方面的协调与管理,涉及到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应用服务系统。

(11) 促进 IT 产业发展 电子商务包含了范围广泛的信息技术,涉及到网络基础设施的建设、个人通信系统、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、传真、多媒体技术、信用卡业务、安全认证、保密措施、文件交换及目录服务等。所有这些都将促进 IT 产业的不断发展。

2. 电子商务对社会的影响

随着电子商务魅力的日渐显露,电子商务正在对社会和经济发生越来越深刻的影响。

(1) 电子商务正改变商务活动的方式 传统的商务活动最典型的情景就是“推销员满天飞”,“采购员遍地跑”,“说破了嘴、跑断了腿”;消费者在商场中筋疲力尽地寻找自己所需要的商品。而现在,通过 Internet 只要动动手就可以了,人们可以进入网上商场浏览、采购各类产品,而且还能得到在线服务;商家们可以在网上与客户联系,利用网络进行货款结算服务;政府还可以方便地进行电子招标、政府采购等。

(2) 电子商务正改变着人们的消费方式 网上购物的最大特征是消费者的主导性,购物意愿掌握在消费者手中;同时,消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者主权在网络购物中可以充分体现出来。

(3) 电子商务正改变着企业的生产经营方式 电子商务的应用可以使企业更好地利用信息来增加产品的品牌价值,通过邮件与信息共享、电子业务单证制作与传递、企业人事管理和内部工作流程网络化、销售信息和业务自动化处理等方面的变革,自动处理商业流程以减少成本和开发周期,并拓展新的市场和电子销售渠道以增加收入。由于电子商务是一种快捷、方便的购物手段,消费者的个性化、特殊化需要完全可以通过网络展示在生产厂商面前。为了取悦顾客,突出产品的设计风格,许多企业纷纷发展和普及电子商务,如美国福特汽车公司在 1998 年 3 月就将分布在全世界的 12 万个电脑工作站与公司的内部网连接起来,并将全世界的 1.5 万个经销商纳入内部网,其最终目的是实现能够按照用户的不同要求,做到按需供应汽车。

(4) 电子商务将给传统行业带来一场革命 电子商务是在商务活动的全过程中,通过人与电子通讯方式的结合,极大地提高商务活动的效率,减少不必要的中间环节,传统制造业借此进入小批量、多品种的时代,“零库存”成为可能;传统零售业和批发业开创了“无店铺”、“网上营销”的新模式;各种线上服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

(5) 电子商务将带来一个全新的金融业 由于在线电子支付是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件。随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及网上服务、电子支票、电子现金等服务,将传统金融业带入一个全新的领域。1995 年 10 月,全球第一家网上银行“安全第一网络银行”(Security First Network Bank)在美国诞生。这家银行没有建筑物,没有营业地址,营业厅就是首页画面,员工只有 10 人,与总资产超过 2 000 亿美元的美国花旗银行相比,“安全第一网络银行”简直微不足道,但与花旗银行不同的是,该银行所有交易都通过 Internet 进行,

1996 年其存款金额就达到 1 400 万美元。

(6) 电子商务将转变政府的行为 政府承担着大量的社会、经济、文化的管理与服务的功能,尤其作为“看得见的手”,在调节市场经济运行、防止市场失灵等方面有着很大的作用。在电子商务时代,当企业应用电子商务进行生产经营、银行实现金融电子化、消费者实现网上消费的同时,将同样对政府管理行为提出新的要求。电子政府或称网上政府,将随着电子商务发展而成为一个重要的社会角色。

(7) 电子商务加快社会信息化的进程 电子商务对国民经济信息化的影响主要有以下四个方面:①促进信息设备硬件、软件和相关信息服务的发展。②促进信息基础设施的建设与完善。③促进电信网、计算机网、广播电视网的一体化。④促进信息产业与金融、证券、教育、医疗等相关产业的融合。电子商务的广泛开展还将使一些新业务应运而生,如在线超市、电子报纸、家庭银行等将使各种信息的传播更快更广。

(8) 电子商务推动新的商务政策和法规的出台 由于电子商务对传统贸易体制的强烈冲击,加之这种新的贸易形式所带来的身份识别、电子签名、安全支付、产权保护、合同认证、商业欺诈等方面的问题,需要加强相关法规的建设。此外,税收、商标权、域名、安全和隐私权等问题都是发展电子商务所必须解决的,这必将推动相关政策法规的制定与实施。

(9) 电子商务促进社会资源有效配置 电子商务的发展将进一步密切各国之间的经济联系,扩大国际贸易和国际经济技术合作的规模,实现实物商品、物资的优化配送,提高运输效率,减少运输费用,促进产品市场、要素市场的全球化,使各国不同地区的不同企业可以按照各自的比较优势组织生产,从而使资源在全球范围内的配置更为有效。

总而言之,作为一种商务活动过程,电子商务将带来一场史无前例的革命。它对社会经济的影响会远远超过商务活动本身,电子商务会将人类真正带入信息社会。

1.2 基本的电子商务过程

不同类型的电子商务,其运作的过程有所不同,特别是在复杂程度上有很大的差别,这里描述的是基本的电子商务过程。一般来说,基本的电子商务过程可分为交易前准备、贸易谈判并签订合同、交易合同的履行和索赔等三个阶段。参与电子商务的主要有客户、商家、认证中心和银行四方,中间还可能涉及到中介方、海关、保险、税务、运输公司等方面。

1.2.1 交易准备阶段

这一阶段主要是指买卖双方和参加交易各方在签约前的准备活动。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 market 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 Internet 和各种电子商务网络寻找自己满意的商品和商家。卖方根据自己所销售的商品,召开商品新闻发布会,制作广告进行宣传,全面进行市场调查和 market 分析,制订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 Internet 和各种电子商务网络发布商品广告,寻找贸易伙伴和交易机会,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方、