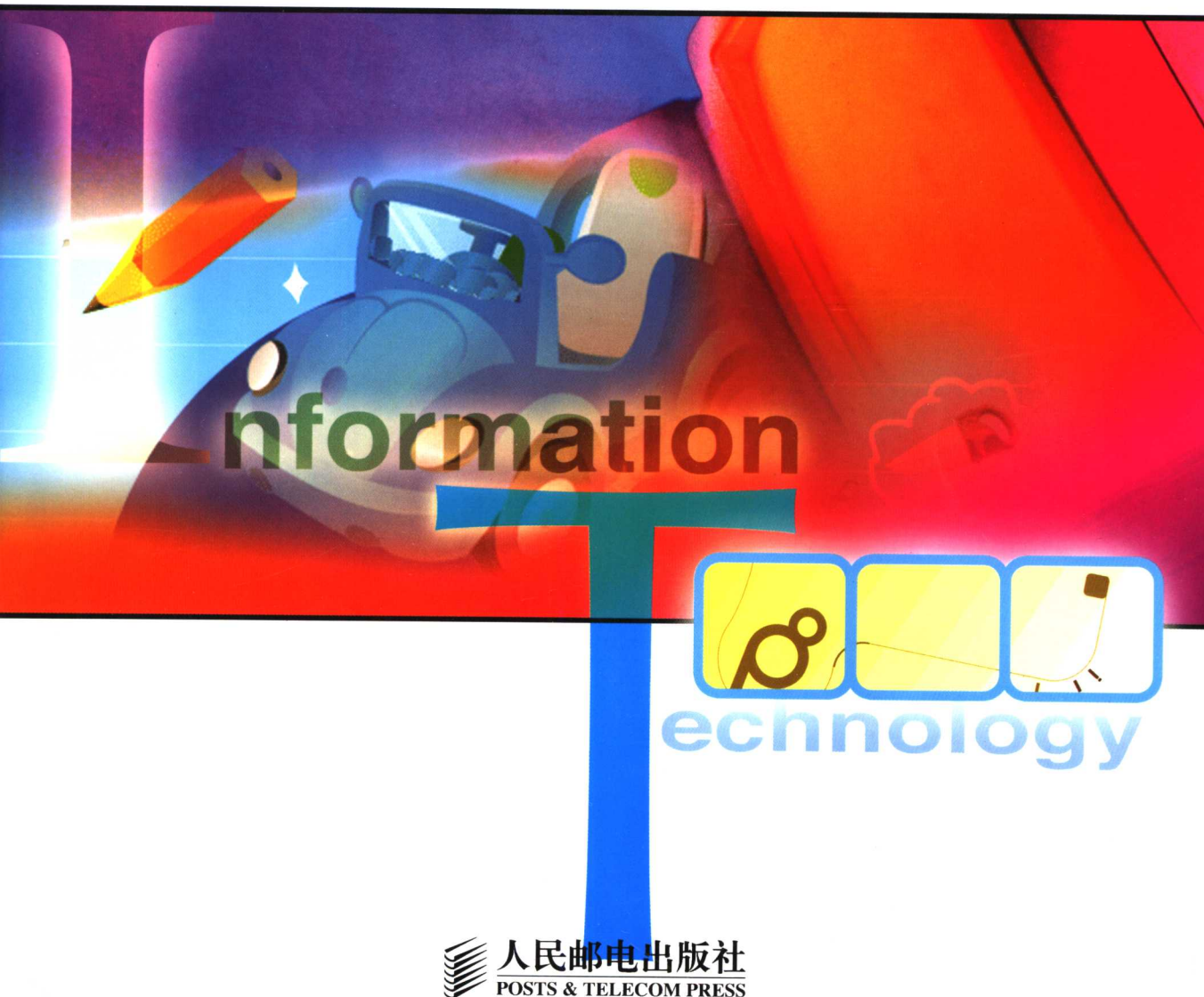


高职高专

现代信息技术系列教材

商务网站设计 实用教程

聂良刚 庞大连 主编



高职高专现代信息技术系列教材

商务网站设计实用教程

聂良刚 庞大连 主编

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务网站设计实用教程 / 聂良刚, 庞大连主编. —北京: 人民邮电出版社, 2005.9
(高职高专现代信息技术系列教材)

ISBN 7-115-13948-2

I. 商... II. ①聂...②庞... III. 电子商务—网站—高等学校: 技术学校—教材
IV. ①F713.36②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 097023 号

内 容 提 要

本书深入介绍了商务网站设计的最新理念和开发技术, 从介绍电子商务和商务网站的基本概念、商务网站的设计理念开始, 详细讲解了商务网站的建设规划、网站设计平台和运行环境选择与调试、网站的建立与设计、网页设计基础、网站交互功能设计和商务网站的管理与维护技术。此外, 本书还精选了若干国内外成功的商务网站的案例, 并对这些案例进行了分析, 最后以一个经典实例具体地讲解了商务网站的设计和开发全过程。

本书侧重于可读性、系统性、实用性和可操作性, 是多位高校一线教师和网络工程师共同研究和实践的成果。本书适合作为高职高专院校电子商务及相关专业的教学用书, 也可供网站设计人员、商务网站管理和运营人员以及电子商务爱好者学习与参考。

高职高专现代信息技术系列教材

商务网站设计实用教程

-
- ◆ 主 编 聂良刚 庞大连
责任编辑 郭 晶
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京鸿佳印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 19.25
字数: 460 千字 2005 年 9 月第 1 版
印数: 1—3 000 册 2005 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-115-13948-2/TP · 4935

定价: 25.50 元

读者服务热线: (010) 67170985 印装质量热线: (010) 67129223

编者的话

随着 Internet 应用在全球范围内的迅速普及, 电子商务作为当今商业经营的重要形式, 已成为现代企业参与国际竞争的重要手段之一。商务网站是电子商务系统的基础, 在 Internet 上建立商务网站是电子商务目前主要的实现形式。

与普通的 Web 网站相比, 商务网站在交互性, 安全性和数据流量等方面要求更高。商务网站并非网页的简单堆砌, 商务网站的构建、管理和维护是一项复杂的系统工程。商务网站不但要展示和推广企业的产品和服务, 宣传企业的管理理念、企业文化和品牌形象, 而且要和企业客户实现互动, 完成信息流、资金流和物流等协调有序的快速流动。因此, 商务网站构建前的规划、网站的开发设计、网站的优化与推广、网站的管理与维护等都和企业的电子商务活动能否成功运作息息相关。

设计和构建网站是企业通向电子商务的第一步, 管理网站是电子商务有效运转的保障。作为电子商务人才, 尤其是电子商务高级管理人才, 明确商务网站建设的目标, 了解商务网站的总体架构, 把握网站规划的具体内容, 熟悉最新的应用技术及开发工具, 掌握一些网页制作的方法和技巧, 学会商务网站管理的具体原则、内容和技巧, 是必须具备的知识和技能。

充分考虑到高职高专学生的学习特点和就业需要, 作者本着实用、好学的原则进行编写, 因此本书具有由简到繁、循序渐进的特点。书中每章均列举了一些经典案例对文中理论知识和实用技术进行形象说明, 每章由内容概要、学习目标和学习指导开始, 末尾均附有思考与练习题和实践题, 力求能让读者通过简单的理论思考和实用的实践操作真正掌握相关知识和技术, 做到通俗易懂、简洁实用。

全书共 9 章。第 1 章论述了电子商务的基本概念、特性和功能, 电子商务应用系统结构及工作流程, 商务网站的基本概念、功能和特性, 商务网站的结构模式、设计的总体思想及设计和管理的内容。第 2 章从商务网站建设流程和原则出发, 详细介绍了网站建设的流程以及流程中各阶段的工作。第 3 章着重介绍商务网站运行平台各种软件和硬件产品, 对其性能及其选择加以分析和对比, 并从多角度提出最优化的组合。第 4 章针对几种常用的 Web 服务器, 详细说明其特点以及安装和配置的方式, 接着介绍了网站内容设计的流程以及网站建设基本模型和常见商务网站的功能模块划分, 最后介绍网站的组织结构设计以及风格设计要点。第 5 章主要介绍 HTML 语言基础、静态网页制作和设计实用技术。第 6 章主要介绍了 ASP 技术的特点、工作的原理, 以及 ASP 默认的脚本语言 VBScript 的基本语法和应用, 并利用实例介绍了 ASP 中 5 个内建对象和访问后台数据库及 Web 应用系统设计的方法。第 7 章围绕着商务网站的管理、优化、测试、发布、推广和网站安全等进行了详细的论述。第 8 章通过分析几个国内外知名的电子商务网站, 对各行业的经典成功案例作了详细介绍, 让读者从商务网站成功案例中了解成功网站的独到之处以便借鉴。第 9 章通过创建一个具体的书店网站来介绍商务网站程序设计所涉及的主要功能模块。这一章融会了前面各章的知识, 内容相当丰富, 同时还介绍了动态交互网页编程和 Web 数据库应用编程方面的许多技巧。

本书由聂良刚担任主编, 庞大连担任副主编, 刘琳、郑华、容治和陈绯担任编者。第 1

章由庞大连编写，第2章和第8章由刘琳编写，第3，4章由郑华编写，第5章由容治编写，第6章由陈绯编写，第7章由聂良刚编写，第9章由聂良刚和丁薇编写。本书的面世，除了编著者的努力之外，在编写过程中还得到了彭欣、喻光继、石雄飞、陈军、李新仕等多位专家、教授们的指导和帮助，同时还参考了国内外部分最新的研究成果，并借鉴了国内外部分成功商务网站的一些资料数据。在此，谨向给予我们支持和帮助的单位与个人表示最诚挚的感谢。

我们希望本书的出版能为我国电子商务和商务网站建设事业的发展添砖加瓦。由于我们水平有限，编写时间仓促，书中难免存在不足，有疏漏或不妥之处，恳请读者批评、指正。

编者

2005年6月15日

目 录

第1章 商务网站概述	1
1.1 电子商务概述	1
1.1.1 电子商务的定义	1
1.1.2 电子商务系统结构	2
1.1.3 电子商务的主要功能	3
1.1.4 电子商务的分类	4
1.2 电子商务应用系统及工作流程	5
1.2.1 电子商务系统的结构和基本构成要素	5
1.2.2 电子商务应用系统的工作流程	7
1.3 电子商务网站综述	9
1.3.1 电子商务网站的定义	9
1.3.2 商务网站的功能与特点	9
1.3.3 商务网站的结构模式	11
1.3.4 商务网站的几种常见形式	14
1.4 商务网站设计与管理理念	18
1.4.1 商务网站规划的原则	18
1.4.2 商务网站设计与管理的主要环节及内容	19
本章小结	20
习题	20
第2章 商务网站建设规划	22
2.1 商务网站建设的流程和原则	22
2.1.1 商务网站建设一般流程	22
2.1.2 商务网站建设基本原则	22
2.2 商务网站建设目标	23
2.2.1 网站建设目标	23
2.2.2 网站定位	24
2.3 商务网站规划	25
2.3.1 商务网站建设可行性分析	26
2.3.2 商务网站建设需求分析	30
2.4 网站域名注册和 ISP 选择	34
2.4.1 网站域名注册	34
2.4.2 ISP 选择	38
2.4.3 主机托管和虚拟主机	40

2.5 商务网站建设解决方案	40
2.5.1 商务网站解决方案	40
2.5.2 制定商务网站解决方案	41
2.5.3 制定商务网站解决方案时应当遵循的原则	41
2.5.4 商务网站解决方案案例	42
本章小结	44
习题	44
第3章 商务网站运行环境与设计平台	45
3.1 商务网站的运行环境	45
3.1.1 商务网站运行的网络基础	46
3.1.2 网络传输介质及主要特性	48
3.1.3 商务网站运行的网络设备	49
3.1.4 服务器及其选择	51
3.1.5 网络操作系统软件	55
3.1.6 Web 服务器软件	58
3.1.7 网络数据库	61
3.2 网站设计的硬件平台	64
3.2.1 处理器	65
3.2.2 内存	66
3.2.3 显示卡	66
3.2.4 外部存储系统	67
3.3 网站设计的软件平台	67
3.3.1 网站开发工具概述	67
3.3.2 网站前台开发工具	68
3.3.3 网站后台开发工具	72
3.4 平台方案优化选择	73
本章小结	76
习题	76
第4章 网站的建立和设计	77
4.1 Web 服务器的安装与配置	77
4.1.1 IIS	78
4.1.2 Apache	89
4.2 商务网站的内容设计	95
4.2.1 网站主题定位	96
4.2.2 商务网站内容规划	97
4.2.3 网站内容设计的特性	97

4.2.4 内容设计应注意的问题	98
4.3 商务网站的功能模块设计	99
4.3.1 网站建设的基本模型	99
4.3.2 商务网站功能模块划分	102
4.4 网站组织和风格设计	105
4.4.1 网站的组织结构设计	105
4.4.2 网站的风格设计	106
本章小结	108
习题	108
第 5 章 网页设计基础	110
5.1 HTML 基本知识	110
5.1.1 HTML 介绍	110
5.1.2 HTML 文档结构	110
5.1.3 HTML 基本标记的使用	112
5.1.4 HTML 标准单位	114
5.2 网页设计工具	115
5.2.1 网页设计工具	116
5.2.2 Dreamweaver 的工作界面	116
5.3 静态网页设计	117
5.3.1 定义一个本地站点	117
5.3.2 页面设置和定位	117
5.3.3 文本对象的添加和设置	119
5.3.4 图片的插入和设置	119
5.3.5 超链接	120
5.4 网页修饰	121
5.4.1 样式表 CSS 简介	121
5.4.2 样式表的创建	122
5.4.3 CSS 滤镜	123
5.5 表单和客户端脚本	124
5.5.1 表单	124
5.5.2 客户端脚本	129
本章小结	129
习题	130
第 6 章 ASP 基础	131
6.1 ASP 基础	131
6.1.1 ASP 简介	131

6.1.2 ASP 运行环境	132
6.2 脚本语言	133
6.2.1 VBScript 介绍	134
6.2.2 基本语法	134
6.2.3 基本语句	137
6.2.4 数组	142
6.3 ASP 的内建对象	143
6.3.1 Request 对象	143
6.3.2 Response 对象	146
6.3.3 Server 对象	149
6.3.4 Application 对象	150
6.3.5 Session 对象	152
6.4 网站数据库技术	154
6.4.1 Web 数据库访问技术	154
6.4.2 Connection 连接对象	156
6.4.3 Recordset 对象	161
6.5 动态网页设计举例	167
本章小结	177
习题	177
第 7 章 商务网站的管理与维护	178
7.1 网站管理概述	178
7.1.1 网站管理的定义与现状	178
7.1.2 网站管理的作用与意义	179
7.1.3 网站的管理模式	180
7.2 网站管理的目标、内容及原则	182
7.2.1 网站管理的目标	182
7.2.2 网站管理的层次结构	183
7.2.3 网站管理的内容	184
7.2.4 网站管理的原则	184
7.3 网站的性能优化	187
7.3.1 网站性能的监测与分析	187
7.3.2 网站性能问题及其优化	188
7.4 网站测试与发布	190
7.4.1 网站测试	190
7.4.2 网站发布	193
7.5 网站的宣传推广	197
7.5.1 宣传推广网站的重要性	197
7.5.2 网站推广方式与方法	198

7.6 网站的维护与更新	201
7.6.1 服务器的维护与管理	201
7.6.2 网站日常维护与管理	202
7.6.3 网站更新与升级	205
7.7 网站的安全	207
7.7.1 常见的安全问题及其解决方法	207
7.7.2 加密及认证技术	209
7.7.3 防火墙技术	212
7.7.4 入侵检测技术	214
7.7.5 系统备份	217
7.8 常用商务网站管理软件	220
7.8.1 Microsoft BizTalk Server 2000	220
7.8.2 Microsoft Commerce Server 2000	221
7.8.3 IBM WebSphere	222
7.8.4 BEA WebLogic	222
本章小结	223
习题	223
第8章 国内外商务网站案例分析	224
8.1 阿里巴巴网站分析	224
8.1.1 网站简介	224
8.1.2 发展史	226
8.1.3 网站功能	226
8.1.4 网站特色	230
8.1.5 最新动态	232
8.2 Dell 电子商务网站案例分析	232
8.2.1 经营理念	232
8.2.2 骄人业绩	233
8.2.3 网站首页设计	234
8.2.4 网站功能	235
8.2.5 网站特色	237
8.2.6 交易安全保障	239
8.2.7 网站评价	240
8.3 eBay 易趣网站案例分析	241
8.3.1 网站简介	241
8.3.2 发展大事记	242
8.3.3 特色经营战略	242
8.3.4 主要流程设计	243
8.3.5 网站特色功能	244

8.3.6 网站发展动态	247
8.4 携程旅行网网站分析	248
8.4.1 网站简介	248
8.4.2 发展战略	249
8.4.3 经营理念	250
8.4.4 网站功能	251
8.4.5 主要流程设计	252
8.4.6 业务特色	253
8.5 中国建设银行网上银行案例分析	254
8.5.1 企业概况	254
8.5.2 发展趋势	255
8.5.3 网站功能	256
8.5.4 新增业务	258
8.5.5 网站系统安全策略	259
本章小结	260
习题	261
第9章 商务网站综合设计举例	262
9.1 总体结构设计	262
9.1.1 网站主要功能模块	262
9.1.2 数据库设计	263
9.1.3 主要页面文件	263
9.1.4 系统开发环境简介	265
9.2 商品展示功能设计	265
9.2.1 数据表设计	265
9.2.2 包含文件设计	266
9.2.3 商品搜索页面设计	269
9.2.4 商品展示页面设计	271
9.3 购物车设计	274
9.3.1 数据库设计	275
9.3.2 放入购物车页面设计	275
9.3.3 显示购物车页面设计	279
9.4 收银台设计	281
9.4.1 收银台设计概述	281
9.4.2 数据库设计	281
9.4.3 订单提交功能的实现	281
9.4.4 获取送货信息设计	284
9.5 后台管理设计	287
9.5.1 后台管理概述	287

9.5.2 商品管理页面	288
9.5.3 客户管理页面	291
本章小结	293
习题	293
参考文献	295

第 1 章 商务网站概述

本章概要：随着计算机网络、通信和信息技术的迅速发展，Internet 技术的应用在全球范围内迅速普及。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。在电子商务系统中，商务网站就是最基础的建设，在 Internet 上建立商务网站是电子商务目前主要的实现形式。本章将围绕着电子商务的定义、功能、特性，电子商务应用系统及工作流程，电子商务网站的定义、功能、特点、结构模式，电子商务网站设计理念等几个方面展开论述。

学习目标：通过本章学习，读者应理解并掌握电子商务的基本概念、特性和功能；电子商务应用系统结构及工作流程；电子商务网站的基本概念、功能和特性；了解电子商务网站的结构模式、设计的总体思想及设计和管理的内容。

学习指导：本章重点是电子商务及商务网站的基本概念和功能，难点是电子商务网站的结构模式。

1.1 电子商务概述

Internet 及其相关技术改变了人们的交流方式、生活习惯及思想观念。Internet 促使生产活动、商务活动从形式到内容都发生了深刻的变化，也引发了信息产业革命，从而带来了新的经济模式。在新经济模式中，卖方市场已逐渐转向买方市场，与过去相比，现代商业具有竞争越来越激烈、市场的需求越来越复杂多样、消费者的需要具有更多的选择机会、更大的灵活性和更优质的服务等特点。任何一个商业组织都必须改变自己的经营管理结构和运作方式来适应这种全球性的发展和变化。

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，它可以使销售商与供应商更紧密地联系起来，更快地满足客户的需求，也可以让商家在全球范围内选择最佳供应商，使其产品可以更快地进入市场，甚至是在全球市场上销售产品。

1.1.1 电子商务的定义

顾名思义，电子商务包含两个方面的内容：一是电子方式，二是商务活动。电子商务主要是指互联网上的商务活动，它使信息流、资金流和物流三者融为一体，是一种全新的商务运作模式。它不是传统意义上的通过直接面谈或当面交换方式进行的交易，而是一种系统的、完整的电子商务运作，包括方案的提出、设计、实施以及建立在其上的商务应用等各个方面。

目前，人们对电子商务的定义存在着广义和狭义两种理解。

从狭义的电子商务（Electronic-Commerce, EC）也就是电子交易，是指人们利用电子手段在网上进行以商品交换为中心的各种商业活动。包括政府部门、企事业单位、金融机构、商家和个人通过 Internet 进行商品交易活动或提供各种在线服务。

广义的电子商务（Electronic-Business, EB）指各行各业中各种业务的电子化，包括企业内部商务活动，如生产、管理、财务等以及企业间的商务活动。它不仅是硬件和软件的结合，更是把客户、销售商、生产厂家和合作伙伴在 Internet、企业内部网（Intranet）和企业外部网（Extranet）上利用 Internet 技术与现有的系统全面结合起来的一种应用。电子商务的应用范围远远超过通常网上购物的概念。它可以是各种形式、各种内容、各种目的、各种风格的电子数据交换，其基础是以电子化的形式来处理 and 传输商务数据，包括文本、声音、视频、图像等数据类型。

电子商务的目标是在电子化的环境中建立商业环境，使买卖双方的交易环节以电子化集成和自动化完成。电子商务综合了多种技术，包括电子数据交换技术（如电子数据交换服务 EDI、电子函件等）、电子资金转账技术、数据共享技术和网络安全技术等。电子商务所包括的内容很多，例如货物贸易和相关服务、提供数字化的商务资料、实现电子转账、完成电子化的股票交易处理、提供电子提货单证、进行商业拍卖活动、联机信息查询服务、联机科技情报查询服务、直接消费者市场和售后服务等。

实际上，不管从哪个角度去认识和理解电子商务，其核心部分都是基本一致的，即电子商务是指完全或部分采用“电子”形式完成的各种商务活动。一方面电子商务是在通过电子手段建立一种新的经济模式，它不仅涉及电子技术和商业交易本身，而且涉及到诸如金融、税务、物流、法律等社会其他层面；另一方面电子商务又是指各种具有商业活动能力的企业、商家、金融机构、政府机构和个人消费者利用网络通信技术所进行的各项商业贸易活动。

1.1.2 电子商务系统结构

如图 1-1 所示，电子商务系统由以下几部分组成。

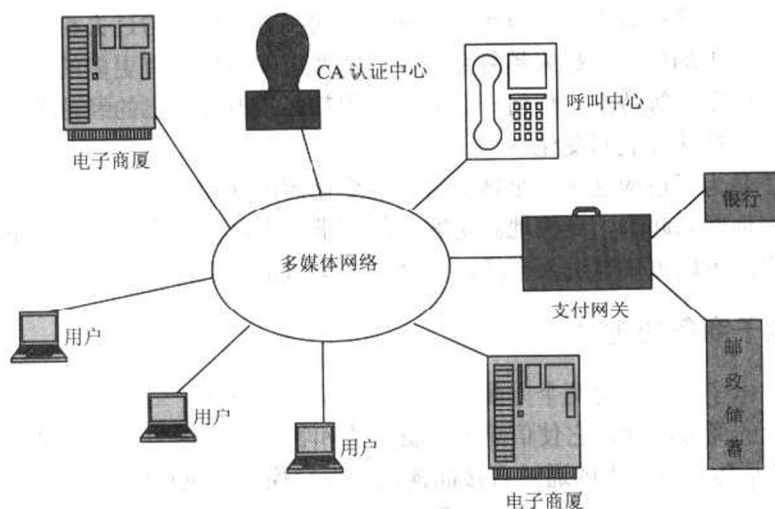


图 1-1 电子商务系统结构图

- 电子商厦：进行商品陈列的数据库；
- CA 认证中心：对买卖双方进行必要的认证，确保交易的有效性；
- 呼叫中心：将用户要求通知相关机构或部门；
- 支付网关：确保购买过程的支付顺利完成。

用户通过计算机或其他类型的终端接入多媒体网，企业或政府通过电子商城发布信息，银行通过安全的支付网关提供在线支付。同时还需要组织一个完善高效的物流网络来进行商品的配送。

1.1.3 电子商务的主要功能

电子商务通过 Internet 可提供网上交易和管理的全过程服务，它具有以下功能：

1. 广告宣传

电子商务使企业可以通过自己的 Web 服务器、网络主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内作广告宣传，在 Internet 上宣传企业形象和发布各种商品信息。客户用浏览器可以迅速找到所需的商品信息。与其他各种广告形式相比，网上广告成本最为低廉，而给顾客的信息量却最为丰富，而且网络广告不像电视广告那样让消费者被动地接受，网络广告的阅读者是有选择地、主动地浏览广告的内容。

2. 咨询洽谈

电子商务使企业可借助实时的电子邮件(E-mail)、新闻组(News Group)和实时讨论组(Chat)来了解市场和商品信息，洽谈交易事务。如有进一步的需求，还可用网上会议(Net meeting)、电子公告栏(BBS)来交流即时的信息。在网上进行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。

3. 网上订购

随着电子商务技术的发展和运用，网上购物将越来越普及，并逐渐成为一种新的生活时尚。电子商务可以通过电子邮件的交互传送实现客户在网上的订购。网上订单通常都设在产品介绍的面面上，并提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式。当客户填完订购单后，系统回复信息单表示订购信息已收悉。订购信息可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

4. 网上支付

网上支付是电子商务交易过程中的重要环节，客户和商家之间可采用信用卡、电子支票和电子现金等多种电子支付方式进行网上支付。采用在网上电子支付的方式节省了交易中大量的人员开销。但是网上支付需要更加可靠安全的信息传输控制，以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5. 电子账户

网上支付必须有电子银行(虚拟银行)的支持，即网上支付要由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供网上操作的金融服务，而电子账户管理是其基本的组成部分。客户的信用卡号或银行账号是电子账户的标志。电子账户通过客户认证、数字签名、数据加密等技术措施的应用保证电子账户操作的安全性。

6. 服务传递

电子商务通过服务传递系统将客户订购的商品尽快地传递到已订货付款的客户手中。对

于有形的商品,有些产品在本地,而有些产品在异地,服务传递系统就可以采用电子邮件的方式在网络中进行物流的调配,并通过物流配送系统完成商品的传送。而无形的信息产品如软件、电子读物、信息服务等则立即从电子仓库中将商品通过网上直接传递到用户端。

在电子商务快速发展的今天,电子商务的成败取决于服务而又有助于服务的实现,因此,“服务制胜”将成为众多企业的成功之道。

7. 意见征询

企业的电子商务系统可以很方便地通过网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集客户对商品和销售服务的反馈意见。客户的反馈意见不仅可以提高售后服务的水平,更可以使企业获得改进产品、发现市场的商业机会,从而使企业的市场运作形成一个良性的封闭回路。

8. 交易管理

电子商务的交易管理系统涉及在网上交易活动全过程中的人、财、物等多方面,也涉及到企业与企业、客户与企业及企业内部在各方面的协调和管理,因此交易管理是商务全过程的管理。例如,思科(Cisco)公司是一个大型网络设备供应商,它在 Internet 上建立了一套专用的电子商务订货系统和交易系统,销售商和客户都能通过此系统直接向公司订货。这个系统大大提高了订货的准确率,同时企业也可以减少销售费用,降低库存。

电子商务的上述功能为网上交易提供了一个良好的交易服务和管理的環境,使电子商务的交易过程得以顺利和安全地完成,并可以使电子商务的应用更为广泛。

1.1.4 电子商务的分类

电子商务形式多样、应用范围广泛,为了更好地了解这种新型的商务活动,人们从不同的角度对它进行分类。一般按电子商务参与者的性质分类,可分为以下几种类型:

1. BtoB

BtoB 即企业与企业之间的电子商务(Business to Business, BtoB),是指企业与企业之间通过 Internet 或各种商务网络进行数据信息的交换、传送,开展贸易活动的商务模式。这种模式的特点是每次交易量大、交易次数较少,并且购买方比较集中,因此实施这类电子商务的关键是建设好电子商务订货系统,以方便购买方进行选择。由于参与交易的企业一般信用较好,通过网上结算实现比较简单,加上量大次数少,货物配送可以采用专门渠道实现,以保证交易速度和交易质量。

BtoB 是电子商务中历史最长、发展最完善的商务模式,它不仅适用于大企业,也适用于中小企业。

2. BtoC

企业与消费者之间的电子商务(Business to Customer, BtoC),这种模式类似于商业活动中的零售业,它是随着 WWW 的出现而迅速发展起来的。目前,在互联网上遍布着各种类型的虚拟商场,提供从食品、鲜花、书籍、软件到计算机、汽车等各种消费品和服务信息,此外还提供各类服务,如网上教育、卫生保健、视频点播等。消费者在家中通过与互联网相连的计算机,便可在网上选购商品和服务。这种形式的电子商务活动特点是每次交易量少、交易次数多,购买者较为分散,因此实施的关键是建设高性能和高可靠性的电子商务结算系统和配送系统,这是 BtoC 模式下电子商务必须解决的主要问题。由于国内的消费者信用机制还没有建立起来,加之缺少专业配送系统,因此开展网上购物活动时,特别是面对大众购物

时必须解决好这两个环节才有可能获得成功。

3. GtoB

政府与企业之间的电子商务 (Government to Business, GtoB)。这种电子商务活动可以覆盖企业公司与政府组织的各种事务, 包括采购、税收、商检、管理条例的发布以及法律法规的颁布等。在 GtoB 的电子商务中, 政府扮演着电子商务的使用者和宏观管理者的双重角色。政府一方面作为消费者, 可以通过互联网发布自己的采购清单, 公开、透明、高效地完成所需物品的采购; 另一方面, 政府的宏观调控、监督管理及指导规范的职能可以通过互联网充分、及时地发挥。例如, 在美国, 政府采购清单可以通过互联网公开发布, 企业、公司可以以电子化方式来完成对政府采购行为的响应。虽然目前在这方面的应用还比较少, 但当政府身体力行带头利用电子商务技术时, 这类电子商务的业务就会迅速增长。

4. CtoC

消费者与消费者之间的电子商务 (Customer to Customer, CtoC)。这是消费者个人之间利用 Internet 进行的商务活动。目前 CtoC 型电子商务主要是网上拍卖, 一般是消费者之间在网上彼此进行一些小额的交易。

另外, 按商业活动运作方式分类, 可以分为完全电子商务和不完全电子商务两类; 按开展电子交易的信息网络范围分类, 可分为本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务 3 类; 按电子商务的交易电子化程度分类, 又可分为初级层次、中级层次和高级层次的电子商务 3 类。

1.2 电子商务应用系统及工作流程

1.2.1 电子商务系统的结构和基本构成要素

在电子商务运作中, 由于实施主体的目的差异和自身实力等方面的差距, 开展的具体业务是各不相同的。但无论是采用何种电子商务模式进行网上业务交易, 都必须以电子商务系统和基本应用框架组成元素为基础。

1. 电子商务系统的结构

从总体来说, 电子商务系统是一个以电子数据处理、环球网络、数据交换和资金汇兑技术为基础, 集销售、运输、银行结算、认证、保险、商检等为一体的综合商贸信息处理系统。它的结构是根据业务发生过程以及网络数据交换的形式而设置的。电子商务系统是三层体系结构, 如图 1-2 所示。

(1) 电子商务网络平台

电子商务以网络为环境, 因此其体系结构的底层是网络平台。网络平台是信息传送的载体和用户接入的手段, 它包括硬件、软件、数据库和电信, 其中电信包括各种各样的物理通信平台和信息传送方式。电子商务硬件如因特网 (Internet)、企业内部网 (Intranet)、远程通信网 (Telecom)、有线电

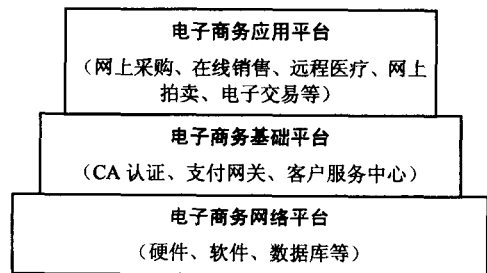


图 1-2 电子商务系统的 3 层体系结构