

主 编——宋 玲
执行主编——杨卫东

电子商务

21世纪的机遇与挑战



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
URL: <http://www.phei.com.cn>

电子商务

——21 世纪的机遇与挑战

主 编 宋 玲
执行主编 杨卫东

電子工業出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书是一本全面阐述电子商务理论与实践的新著。

电子商务最近两年以惊人的速度向国民经济的各个领域扩展,引起了各界人士的广泛关注。本书从六个方面对电子商务进行了全面的介绍。在第一篇中,深入探讨了电子商务的定义,分析了电子商务对人类的思维方式、经济活动和工作生活方式带来的变革,展望了电子商务的发展前景。在第二篇中,着重研究了电子商务与商业、金融和其他行业及电子政府的结合与实践。第三篇主要解决电子商务的实现问题,包括电子商务的环境支持,电子商务的主要技术问题,电子商务的发展策略,我国政府在电子商务发展中的地位和作用。第四篇收集了国外主要IT厂商的电子商务策略。第五篇介绍了电子商务在中国的探索与实践。最后,在附录中汇集了国内外电子商务的有关文献,包括西方国家有关电子商务的行动计划,我国涉及电子商务的有关法律法规,以及某些国家和地区的电子商务法律法规。本书内容全面,资料详实,适应政府有关部门管理人员、计算机技术人员、企业市场开发人员、商业管理工作参考,也可作为大专院校计算机、经济管理和商业管理的专业教材和在职人员的培训教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,翻版必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务:21世纪的机遇与挑战/宋玲主编.-北京:电子工业出版社,1999.4

ISBN 7-5053-5061-7

I. 电… II. 宋… III. 商务-计算机应用 IV. F716

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 34484 号

书 名:电子商务——21 世纪的机遇与挑战

主 编:宋 玲

执行主编:杨卫东

责任编辑:龚兰方 郭 晓

排版制作:电子工业出版社计算机排版室

印 刷 者:北京天竺颖华印刷厂

出版发行:电子工业出版社 URL:<http://www.phei.com.cn>

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销:各地新华书店

开 本:787×1092 1/16 印张:29.5 字数:768 千字

版 次:1999 年 4 月第 1 版 1999 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5053-5061-7
Z·342

定 价:55.00 元

凡购买电子工业出版社的图书,如有缺页、倒页、脱页、所附磁盘或光盘有问题者,请向购买书店调换。

若书店售缺,请与本社发行部联系调换。电话 68279077

发展电子商务
推进国民经济
和社会服务信
息化

吕新奎
一九九九年
二月廿四日

编委会名单

编委会主任：吕新奎

编委会副主任：宋玲 张春江

编委：刘力 陈静 蔡金荣 杨国勋 刘永春 苏云清
陈立波 陆德 张全寿 龚兰芳 张会生 张宝泰
华平澜 陈皓 陆首群 张叔辉 李刚 孙国安
周军 江永清 钱卫列 尚艳静

主编：宋玲

执行主编：杨卫东

副主编：杨坚争 陈进

参加编写者：姬雪梅 杨晨光 陈建学 刘韶华 陈丽英 赵峻嵘
陈信祥 冯艺东 陈志红 刘霞 李朝平 徐文
范越英 方咏梅 苏旸 孔祥志 刘婕 王勇
刘永 卓剑明 温淳 王经东 徐秀华 高霞
李志达 吴雨 李中献 詹榜华 黄翊

协作：中电金网信息公司

前言

电子商务正在走进我们的生活，这一点已不再被人们所怀疑。

1997年，当第一届中国电子商务大会召开时，了解电子商务的人还寥寥无几。而今天，当第三届中国电子商务大会即将召开时，报名参会的单位已达几千家，包括政府、企业、院校、科研、媒体等。人们正在以一种前所未有的热情，投入到这一前无古人的伟大事业中。

20世纪90年代以来，计算机网络技术得到了飞速发展，信息的处理和传递突破了时间性和地域性的局限，计算机网络化和经济全球化成为不可抗拒的世界潮流。与传统的计算机技术不同，计算机网络技术一直在寻求除文字处理和信息传递领域外的更大、更直接的利润空间，商业领域自然成为其首选的对象，而迅速膨胀的网络用户也使得具有远见的厂家和商家颇感兴趣。从单纯的网上发布信息、传递信息到在网上建立商务信息中心；从初期不成熟的电子商务交易到能够在网上完成供、产、销全部业务流程的电子商务虚拟市场；从封闭的银行电子化系统到开放的网络电子银行，电子商务如火如荼。

电子商务是一个发展潜力巨大的市场，具有诱人的发展前景。1998年世界Internet用户已经超过1亿户，通过Internet实现的商业销售额达到430亿美元，比1997年的26亿美元增长了16.08倍。据估计，到2000年，全球电子商务的交易量将达到1200亿美元，到2005年，这一数字有望猛增到8000亿美元以上。作为一种崭新的商务交易活动，电子商务是推动未来经济增长的关键动力。它的推行，将打破时空界限，改变贸易形态，大大加速整个社会的商品流通，有效地降低企业生产成本，提高企业的竞争能力，同时也为消费者提供了更多的选择机会，使消费者得到更多的实惠。这是一场商业领域的根本性革命，它对于人类思维方式产生的影响，对于人类经济活动产生的影响，对于人类工作方式和生活方式产生的影响正在逐步地显露出来。

1998年11月18日，国家主席江泽民在吉隆坡举行的亚太经合组织领导人非正式会议上指出，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带来更多的贸易机会。在发展电子商务方面，我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用，同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导，并为电子商务的发展提供良好的法律法规环境^①。

面对全球性的电子商务热潮，我们试图把思想的触角伸向电子商务这个虽不陌生，但还不很熟悉的领域，力图向读者阐述如下观点：

1. 电子商务是实现经济变迁的重要措施和手段。人类社会经济的发展曾经历了两次重大的转变：一是在1880年前后由农业经济向工业经济的转变，二是开始于20世纪70年代的由工业经济向信息经济的转变。农业经济向工业经济的转变属于同一形式下不同模式的经济转变，而工业经济向信息经济的转变却是由实体经济形式向虚拟经济形式的转变。后者对经

^① 人民日报吉隆坡11月18日电，江主席在亚佩克会议就电子商务问题发言。北京：人民日报，1998-11-19(1)

济发展的影响要比前者深远得多、广泛得多。而在这样一种转变过程中，电子商务是一种非常重要的、关键性的措施和手段，因为它是将信息技术与传统经济连接起来的最有效的桥梁。电子商务将会对世界经济发展和竞争格局产生巨大的影响，这一点，不久的将来我们就可以看到。美国政府把这种影响与二百年前的工业革命的影响相提并论；世界各国也都纷纷发展电子商务，把它作为迎接世界经济一体化的重要手段。由此可见，发展电子商务已不再是一个单纯的技术问题，而是关系到一个国家生存与发展的又一次严峻的挑战。我们必须对此有深刻的认识。

2. 电子商务的实施是一次世界性的创新活动。创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。没有创新的意识和行动，将会被世界所抛弃。电子商务本身是前所未有的开创性事业，需要开放的、动态的创造性思维。Internet 网络给予人们一个极大的想象空间和创造空间，也给了人们一个相当复杂的操作环境。没有创新的思想 and 意识，很难跟上发展迅猛的计算机网络技术，也很难在电子商务这样一个新兴的商业领域中生存下来。在这场电子商务的创新竞赛中，美国占据了上风，而 20 世纪 80 年代位于世界经济发展前列的日本却落到了后边。严峻的竞争形势要求我们来不得半点的疏忽和犹豫。在信息时代的这场社会生产和社会消费的根本性革命中，我们一定要把握时机，齐心协力，坚持不懈，锲而不舍，把电子商务这一大工程搞好。

3. 电子商务工程是一项涉及全社会的系统工程。电子商务工程不仅是计算机软硬件技术、网络技术和通信技术的应用，而且是系统科学、法学、社会学、管理学以及各产业相关学科和技术的综合应用。它的实施几乎涉及社会的各个行业，不仅需要信息产业的努力，更重要的是需要政府的引导和支持，需要生产者和消费者的共同参与，需要法律的有力保护，也需要广泛的教育和培训。我们应当充分考虑到实施过程中可能出现的问题和困难，从技术、管理、法律、教育等方面采取综合措施，保证电子商务积极稳妥地发展。

4. 电子商务的本质是商务。电子商务的目标是通过电子的方式来进行商务活动，所以，它要服务于商务，满足商务活动的要求，商务将会是电子商务的永恒主题。但是，从另一个方面来讲，商务又是在不断发展的，而电子商务的应用将会对商务本身的发展带来巨大的影响。也可以说：电子商务是通过改变人类的商务方式，增加人类商务活动的合理性，来推动商务本身的发展。从实践过程来讲，电子商务已经以惊人的速度被应用到了人类社会活动的各个领域、各个部门，并且这个速度还在不断加快：从个人到团体、从单个企业到整个国家乃至全世界，从金融、商业、房地产等领域到生产、制造、运输各个产业，都正在以最快的速度应用电子商务。

5. 电子商务是世纪之交国家经济的新的增长点。以电子商务为代表的网络经济是知识经济或数字经济的重要组成部分，它的启动，首先将有力地带动信息产业和信息服务业的发展。同时，电子商务将大大促进供求双方的贸易与经济活动，极大地减少交易费用和交通运输的负担，提高企业的整体经济效益和参与世界市场的竞争能力。它对于开拓新的生产领域和销售领域，对于缓解整个社会的就业问题，也将发挥积极的作用。

本书分为五篇和附录，在第一篇中，我们深入探讨了电子商务的定义，分析了电子商务对人类的思维方式、经济活动和工作生活方式带来的变革，展望了电子商务的发展前景。在第二篇中，我们着重研究了电子商务与商业、金融、其他行业及电子政府的结合与实践。

第三篇主要解决电子商务的实现问题,包括电子商务的环境支持,电子商务的主要技术问题,电子商务的发展策略,我国政府在电子商务发展中的地位和作用。第四篇中,我们收集了国外主要 IT 厂商的电子商务策略。第五篇中,我们介绍了电子商务在中国的探索与实践。最后,我们收集了国内外电子商务的有关文献,包括西方国家有关电子商务的行动计划,我国涉及电子商务的有关法律法规,以及某些国家和地区的电子商务法律法规。

本书有两个鲜明的特点:第一,理论与实际密切结合。本书首先深入研究了电子商务的基本理论,在此基础上,着重介绍了国内外电子商务应用的成功案例,包括整体构思、具体方案,以及相应的安全措施。希望能够使读者在理论和实际方面都有一个较为完整的轮廓。第二,资料丰富。本书收集了国内外主要 IT 厂家电子商务的策略,收集了国内主要电子商务工程的应用实例,还收集了有关的电子商务的政策法规。这些材料有助于读者从中汲取他人的想法和经验。

电子商务是 21 世纪经济活动的核心,目前正处在不断地发展和完善过程之中,将会不断有概念、技术和实践的创新与突破。因此,在本书中,我们尽量避免使用结论性的语言,尽可能地向读者展示世界各国政府、不同研究者和厂商的理论、技术和管理方法,以求给予广大读者最大量的信息,让读者在阅读的过程中,形成自己对电子商务的理解。从另一方面讲,电子商务是一个涉及多学科的极其广阔的新领域,从整体上很难把握。虽然在撰写过程中,我们请教了多位国内外专家,但由于时间较紧,仍难免存在疏漏之处,恳请读者能够根据自己的观点给我们提出宝贵意见。

信息产业部、国家信息化办公室、国家经贸委、国家自然科学基金委员会等有关部委的领导和专家、国内外著名 IT 企业对本书的编写给予了大力支持。本书在撰写过程中参阅了国内外大量的有关文献,许文革、陈宝梅、刘派、冯振伟、马海燕、王欣、邵江、赵伟华、朱小燕、赵朋等也做了部分工作,并得到了电子工业出版社的大力支持,谨在此对来自各方面的帮助表示诚挚的谢忱。

编委会

目 录

第一篇 电子商务带来的革命	1
第一章 什么是电子商务	1
第一节 电子商务的定义	1
一、世界电子商务会议关于电子商务的概念	1
二、部分学者的意见	2
三、IT（信息技术）行业对电子商务的定义	4
四、笔者的看法	6
第二节 电子商务的分类	9
一、按照交易对象分类	9
二、按照商务活动的内容分类	9
三、按照使用网络的类型分类	9
第三节 电子商务的基本流转程式	10
一、电子商务的交易过程	10
二、网络商品直销的流转程式	11
三、网络商品中介交易的流转程式	13
第四节 电子商务参与各方的法律关系	15
一、电子商务交易中买卖双方当事人的权利和义务	15
二、网络交易中心的法律地位	16
三、网络交易客户与虚拟银行间的法律关系	17
四、认证机构在电子商务中的法律地位	18
第二章 电子商务带来的革命	20
第一节 电子商务对人类思维方式产生的巨大变革	20
一、电子商务技术创造新的思维方式	20
二、电子商务条件下的思维是创造性思维	21
三、电子商务条件下的思维是整体性思维	22
四、电子商务对厂商和消费者思维的变革	22
第二节 电子商务对人类经济活动产生的变革	26
一、电子商务是实现经济变迁的重要措施和手段	26
二、电子商务对市场结构的变革	27
三、电子商务对市场准入条件的变革	29
四、电子商务对企业管理的变革	30
五、电子商务对企业内部结构和行业结构的变革	33
第三节 电子商务对人类工作和生活方式的变革	35
一、信息传播方式	35

二、生活方式.....	36
三、办公方式.....	36
四、消费方式.....	37
五、教育方式.....	37
第四节 电子商务在全球的发展	38
一、EDI 商业的发展状况.....	38
二、Internet 商业的发展状况.....	44
第二篇 电子商务与经济	51
第三章 电子商务与商业	51
第一节 电子商务与流通业发展	51
一、商品流通的作用与管理.....	51
二、供应链技术.....	52
第二节 零售业与电子商务技术	54
一、电子商店的概念.....	54
二、电子商店的特点.....	55
三、网上零售商业体系的结构与电子商店营销能力.....	56
第三节 网上购物技术	61
一、电子购物工具.....	61
二、电子零售的通用交易过程.....	64
三、电子商店——购物方式变革.....	65
第四节 电子商店在中国	66
一、电子商店在中国的发展.....	66
二、国内网上购物实例.....	67
三、电子商店的建立过程.....	72
四、企业开展电子商务的关键.....	74
第四章 电子商务与金融业	76
第一节 电子商务与金融发展	76
一、新时代的金融变革与发展.....	76
二、金融服务发展的特点.....	77
三、电子商务带给金融业的机遇和挑战.....	79
第二节 金融在电子商务中的作用	81
一、电子商务方式与电子商务环境.....	81
二、电子支付是电子商务的必备条件.....	82
三、金融服务方式.....	83
第三节 电子商务中的金融服务	83
一、电子货币服务.....	83
二、网上金融服务.....	86

第四节 网上银行业务.....	88
一、网上银行业务.....	88
二、中国网上银行业务介绍.....	93
第五节 网上理财服务.....	96
一、网上投资理财现状.....	96
二、网上投资形式.....	99
三、网上投资理财特征.....	100
第六节 网上保险服务.....	101
一、利用 Internet 服务的特点.....	101
二、网上保险公司业务.....	102
三、我国保险市场的 Internet 保险业务.....	106
四、保险企业的内部网建设.....	108
五、网上保险展望.....	109
第七节 金融业务扩展.....	110
一、金融业务发展.....	110
二、金融安全问题.....	112
三、金融业务扩展目标.....	113
第五章 电子商务与其他行业.....	115
第一节 电子商务与税收.....	115
一、税收的意义.....	115
二、电子商务税收.....	116
三、税务系统的电子化.....	117
第二节 电子商务与旅游.....	118
一、电子商务与旅游事业发展.....	118
二、网上旅游系统.....	119
第三节 电子商务与信息服务业.....	120
第四节 电子商务与传播业.....	123
第五节 电子商务与卫生医疗服务.....	125
第六章 政府与电子商务.....	126
第一节 电子政府的意义.....	126
一、电子政府的实质.....	126
二、电子政府的实施.....	128
三、政府上网工程的范畴.....	129
第二节 各国电子政府的发展.....	130
一、政府支持战略.....	130
二、部分国家政府站点现状.....	131
第三节 我国电子政府的发展.....	132
一、电子政府的必然.....	132

二、电子政府问题.....	133
三、我国电子政府的发展.....	134
四、电子政府的应用领域.....	135
五、我国电子政府的发展步骤的初步设想.....	136
第三篇 电子商务的实现.....	137
第七章 电子商务的环境支持.....	137
第一节 社会需求的促动.....	137
一、计算机网络与通信技术需要开拓新的应用领域.....	137
二、信息经济社会的发展要求有更高的劳动生产率.....	139
三、经济活动的全球化迫切需要全球范围的虚拟市场.....	141
四、世界性的经济挑战要求我国电子商务更快发展.....	142
五、现代消费者需要挑选范围大、方便快捷的购物方式.....	142
第二节 经济发展水平的持续提高.....	143
一、世界经济发展水平的持续提高.....	144
二、我国经济实力大大增强.....	145
第三节 各地政府积极推进信息化建设.....	146
一、北京.....	146
二、上海.....	147
三、天津.....	148
第四节 各行各业的积极参与.....	149
一、经营计算机产品的公司.....	149
二、旅游娱乐业.....	151
三、耐用消费品.....	151
四、零售业.....	152
五、信息服务与广告业.....	153
六、回报与展望.....	154
第八章 电子商务的主要技术问题.....	156
第一节 网络的建设.....	156
一、外购整体网络服务方式.....	156
二、建立独立的网络站点.....	157
三、ISP 的选择.....	162
四、电子商务站点的建立.....	163
五、网络数据备份.....	165
六、网络电源的管理.....	166
第二节 网上交易的实现.....	167
一、企业间网上交易的实现.....	167
二、消费者与企业间的电子交易过程.....	168

第三节 商业运作权威认证机构的建立	170
一、认证机构的作用	170
二、电子商务认证中心与证书	170
三、证书的树形验证结构	171
四、权威认证机构的建立	172
第四节 电子商务的交易安全	173
一、电子商务的安全需求	173
二、电子商务安全体系结构	175
三、电子商务中使用的核心安全技术	176
四、电子商务交易安全还需要解决的技术问题	180
第五节 国际上通行的两种电子支付安全协议	180
一、SSL 安全协议	180
二、SET 安全协议	181
第九章 电子商务发展策略	185
第一节 欧美部分国家政府的电子商务发展策略	186
一、经济合作与发展组织	186
二、美国	187
三、欧盟	188
第二节 亚太部分国家政府的电子商务发展策略	189
一、新加坡	189
二、马来西亚	190
三、日本	190
四、韩国	191
五、澳大利亚	191
第三节 我国政府的电子商务发展策略	192
一、“金贸”工程	193
二、我国发展电子商务的总体框架	194
第四节 积极、稳妥地推进我国电子商务	194
一、提高全民族对电子商务的认识	194
二、加强对电子商务发展的宏观规划和指导	196
三、进一步加快网络基础设施的建设	198
四、加强安全技术的研究和电子商务标准的制订	199
五、构造适合电子商务发展的法制环境	200
六、加强人才培养	201
七、加强国际交流	201
第四篇 电子商务战略汇编	203
第十章 国外主要 IT 厂商电子商务战略及方案	203

第一节 惠普 (HP) 公司.....	203
一、惠普公司电子商务策略之概论篇——建立电子化世界.....	204
二、惠普公司电子商务策略之实践篇——电子业务框架组成及扩展型企业发展的白皮书.....	208
三、惠普的电子商务解决方案.....	221
四、惠普与金融服务业.....	226
五、惠普在电信服务业的成功案例.....	231
参考 I: HP-VeriFone 电子商务技术——VeriFone 电子支付系统.....	233
参考 II: ExpressVault 安全电子商务解决方案.....	239
第二节 Frontec 公司.....	240
一、Frontec 公司在中国.....	241
二、Frontec 的电子商务方案.....	242
三、成功的范例.....	243
第三节 IBM 公司.....	250
一、Internet 网络与电子商务.....	250
二、网络的作用不仅仅限于商业交易.....	252
三、网络的第三种功能就是重新定义传统的流通模式.....	253
第四节 SUN 公司.....	254
一、电子商务市场.....	255
二、电子商务系统结构.....	256
第五节 Lotus 公司.....	262
一、Lotus 电子政务应用解决方案概述.....	262
二、什么是电子政务.....	262
三、Lotus 电子政务模型.....	265
四、Lotus 电子政务基本模块.....	267
五、Lotus 电子政务模型的应用.....	271
六、电子政务示范应用.....	272
第六节 英特尔公司.....	274
一、电子商务——新的机遇.....	274
二、中国的情况.....	276
三、持续计算的概念.....	276
四、后台计算.....	277
五、便携式电脑及其发展.....	277
六、未来的电脑.....	278
七、发展前景.....	279
第七节 Sybase 公司.....	279
一、Sybase 的电子商务策略.....	279
二、Sybase 电子商务方面的产品.....	280
第八节 Oracle 公司.....	284

第九节 COMPAQ 公司	285
一、电子商务市场	286
二、电子商务划分	286
三、康柏电子商务	287
四、成功案例	288
五、前景	291
第十节 GE 公司	292
一、Internet 将成为促进 EDI 推广使用的催化剂	292
二、网络的概念现在从根本上被扩展了	293
三、积极主动地促使 EDI 和电子商务成为业界越来越可行的技术	293
四、帮助公司开发、保持和运行 Intranet 和 Extranet	294
五、信息网络将推动 21 世纪的电子商务革命	295
第五篇 电子商务工程	296
第十一章 中国商品交易中心	296
第一节 中国商品交易中心 (CCEC) 的诞生	296
一、中国商品交易中心的创建	296
二、中国商品交易中心的基本思路	298
第二节 中国商品交易中心电子商务的特征和应用	300
一、中国商品交易中心电子商务的特征	301
二、CCEC 电子商务的优点	301
三、中国商品交易中心电子商务应用模型	302
第三节 中国商品交易中心电子商务系统功能	308
一、总体原则	308
二、中国商品交易中心电子商务网络设计要求	311
三、主要网络技术分析	314
第四节 金贸工程与中国商品交易中心电子商务的发展	317
第十二章 首都电子商务工程	319
第一节 启动首都电子商务工程的目的和意义	319
第二节 启动电子商务存在的问题和解决途径	319
一、国内电子商务启动发展中的分散、无序问题	319
二、关于安全认证体系 (CA) 的建设问题	320
三、关于充分发挥借记卡在 B to C 模式电子商务中的作用问题	320
四、关于法律、政策环境建设问题	320
第三节 首都电子商务工程总体框架	321
一、首都电子商城 (Beijing Electronic Commerce City)	321
二、网络拓扑结构	324
三、安全认证 (CA) 中心	325

四、首都电子商务交易流程.....	328
五、零散客户网上消费 (B to C) 流程设计.....	329
六、企业间电子商务 (B to B) 设计	331
七、首都电子商务工程试点类型.....	331
第四节 关于首都电子商务工程试点工作的单位分工和计划进度	332
一、建设首都电子商城, 由北京市政府负责	332
二、建设 CA 体系与 CA 中心.....	332
三、网关建设.....	333
四、非金融 CA 中心建设	333
五、传统的 EDI 中心改造	333
六、ISP 和 IP-VPN 网络资源提供	333
七、协作问题.....	333
八、商户、企业试点方案.....	333
九、法律政策环境建设.....	333
第十三章 国信电子商务工程	334
第一节 商业企业电子商务解决方案.....	335
一、国信商业企业电子商务系统对企业的支持	335
二、国信商业企业电子商务系统对消费者的支持	335
三、国信商业企业电子商务系统结构.....	336
四、国信商业企业电子商务系统应用平台	338
第二节 电子政务解决方案.....	338
一、政府信息化系统的基础.....	338
二、政府信息化系统的规划目标.....	338
三、政府信息化系统的实施.....	339
四、政府信息化系统的建设原则.....	340
五、政府信息化系统的应用软件解决方案	340
六、政府信息化系统现状及发展方向	341
第三节 信息发布解决方案.....	342
一、国信信息发布解决方案的特点.....	342
二、国信的 Internet Web 站点的总体设计思路	343
三、国信的网络站点的建设原则.....	343
第四节 网上商店解决方案.....	344
一、对商家的支持.....	344
二、对消费者的支持.....	344
三、网上商店的结构组成.....	345
第五节 电子商务应用实务.....	349
一、中国光盘超级市场.....	349
二、国信商盟中国酒店预订网	350

第十四章 贸易之星电子商务方案	354
第一节 中国企业电子商务需求及突破口	354
一、面向市场的企业级电子商务应用是中国企业信息化跨世纪的热点	354
二、国际电子商务是中国企业电子商务应用的现实突破口	354
三、国际电子商务战略及方案必须符合国情	354
第二节 中国企业国际电子商务 4E-4P 战略实施体系	355
一、国际电子商务 4E-4P 战略内容介绍	355
二、中国企业国际电子商务应用存在的主要问题	355
第三节 中国技术进出口总公司贸易之星国际电子商务整套解决方案	356
一、贸易之星解决方案的内容	356
二、贸易之星整套解决方案的特点	356
三、潜在贸易机会转化成交易的影响因素	357
第十五章 用友企业资源计划 (UFERP)	358
第一节 UFERP 概述	358
第二节 系统结构	359
第三节 系统特点	360
一、技术特点	360
二、业务模型特点	360
第四节 平台方案	360
第十六章 亿阳集团客户服务中心系统	362
第一节 系统概述	362
一、客户服务中心系统的发展	362
二、软件技术研究开发中心客户服务中心的特点	363
第二节 系统业务功能介绍	364
一、话费及帐务查询子系统	364
二、客户投诉与建议受理子系统	364
三、业务咨询及受理子系统	364
第三节 系统体系结构	364
一、系统网络结构	364
二、系统硬件配置说明	365
三、系统软件结构	368
四、系统管理	369
附录 电子商务文献汇编	370
附录 A	370
附录 B	405
后记	450
参考文献	452