

应用型电子商务
“十一五”系列规划教材



电子商务 基础与实训

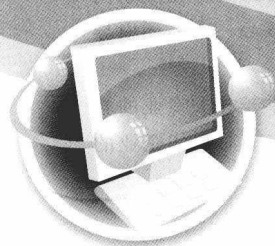
施志君 主编
朱国麟 副主编

DIANZI SHANGWU
JICHU YU SHIXUN



化学工业出版社

应用型电子商务
“十一五”系列规划教材



电子商务 基础与实训

施志君 主 编
朱国麟 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书内容涉及电子商务的概念、分类、结构、流程等基本知识,介绍了教师讲授及学生学习电子商务基础与实训的方法,重点讲解了如何开展 B to B、B to C、C to C 电子商务,结合电子商务应用的实际需要和电子商务资格考证(广东)的要求,强调学生掌握相关的理论知识和实操技能。

本书的特色在于加强了实训教学的比重,共有 25 个实训项目;另外,强化了电子商务资格考证(广东)的应知、应会内容,便于读者尽早达到电子商务从业的要求;再者,尽可能地让读者在互联网上进行操作练习,在真实交易环境中进行商务技能的实训,突出“商务”技能实践的核心;本书还引导读者对电子商务的一些现象进行深层次的思考。

本书可作为应用型本科和高职高专电子商务等专业的教材;也可作为中职或中技学校相关专业的教学用书或培训教材,但对于中职或中技学生来说,书中打*号的章节可以不作要求。本书对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着现实的指导作用。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与实训/施志君主编. —北京:化学工业出版社, 2009.9
应用型电子商务“十一五”系列规划教材
ISBN 978-7-122-06135-5

I. 电… II. 施… III. 电子商务-应用型学校-教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 134601 号

责任编辑:宋湘玲 唐旭华
责任校对:陈 静

文字编辑:丁建华
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 刷:北京云浩印刷有限责任公司
装 订:三河市宇新装订厂
787mm×1092mm 1/16 印张 14 $\frac{1}{4}$ 字数 340 千字 2009 年 8 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: 26.00 元

版权所有 违者必究

编审委员会

主 任 施志君

副主任 朱国麟

委 员 (按姓氏笔画排序)

朱国麟 关 勇 李怀恩 吴俊钿 陈 勋

周训武 施志君 梁超雄

编写说明

目前,各个行业和领域正在积极开展形式多样的电子商务与电子政务活动,电子商务的快速发展,使整个社会对电子商务专业人才的需求日益迫切,未来10年内,我国电子商务专业人才需求数量为200多万。为了培养社会急需的电子商务专业人才,教育部2001年批准电子商务作为目录外专业在全国高校中开设,可见国家对培养电子商务专业人才的重视。虽然这些年来我国电子商务得到了一定的发展,各个高等院校的毕业生都陆续地走向社会,但却出现了如此“矛盾”的现象:一方面是电子商务的高速发展、人才奇缺;另一方面是专业知识结构不合理、电子商务专业毕业生难在社会上找到工作。解决上述矛盾的关键在于清楚认识市场需要的是应用型的电子商务人才,学校培养电子商务专业人才不能与市场脱节,该系列规划教材就是基于这种市场需求推出的。

应用型电子商务人才的培养离不开适用、好用的教材,目前市场上严重缺乏电子商务专业的应用型或者说是实战型的教材,影响了教师的教学和学生的学习。鉴于这种状况,基于多年的行业或专业经验,广东省多所在电子商务专业有所建树的应用型学校联合组织策划,并邀请企业专家指导、实际参与编写,共同完成了“应用型电子商务‘十一五’系列规划教材”的编写工作,期待弥补教材市场的这一空白。

该电子商务系列规划教材共计10本,分两批出版,其中2009年1月出版8本,分别是《计算机实用技术》、《实用联网技术》、《网络营销与实训》、《电子商务网站建设与完整实例》、《电子商务案例分析》、《电子客户关系管理与实训》、《电子商务物流与实务》、《电子商务项目策划与设计》;2009年8月出版2本,分别是《电子商务基础与实训》、《国际商务》。

该应用型电子商务“十一五”系列规划教材的主要特点如下。

(1) 电子商务专业涵盖的知识面非常广泛,并且其更新速度也很快,在编写本套教材的过程中,注重理论分析的准确、清晰、简明、新颖,做到够用就行。立足于应用型,本套教材重点突出专业技能的训练;根据各门课程的讲授特点,每本教材的编写思路和体例也各具特色。

(2) 本套教材把电子商务应用所需要的专业技能进行了分解,每本教材强调不同的专业模块。《电子商务基础与实训》是围绕电子商务开展的几种模式,告诉学生如何进行B to B、B to C、C to C、EG,把涉及的业务知识和技能串起来。《计算机实用技术》是通过配置、购买、维修计算机的实训过程,结合动手DIY,使涉及计算机的相关知识和技能过关。《实用联网技术》是通过实际的网络配置训练,使涉及网络的相关知识和技能过关。《网络营销与实训》介绍各种网络营销手段的应用,特别是近期经过市场检验的新网络营销手段,以大量的互联网实践来掌握网络营销技能。《电子商务网站建设与完整实例》是以一个完整的网站建设为例,训练网站设计及制作、后台数据处理。《电子商务案例分析》通过大量成功案例的分享,旨在激活学生的思路,从中获取开展电子商务应用的创新灵感。《电子客户关系管理与实训》分行业给学生提供角色演练的模拟实训,让学生掌握客户服务的技巧。《电子商务物流与实务》引用国内外先进理论与应用实例,注重电子商务与物流的结合,让学生了

解一些实务型的物流操作。《电子商务项目策划与设计》从项目管理角度介绍电子商务项目分析方法，有效解决了电子商务师资格鉴定第二阶段内容，让读者学会电子商务项目设计，了解答辩技巧。《国际商务》主要介绍企业如何做出口贸易、投资等内容，突出应用特色。

(3) 各教材以电子商务应用层面的理论知识够用为度，同时引入比较新颖的专业内容、发展动态、创新模式，以满足读者工作岗位的实际需求。

(4) 本套教材附有大量的案例、思考、练习、演练、实训、拓展等，还考虑到教学层次的差异，给出了大量链接资源、阅读资料，便于深化学习。

(5) 教材同时还考虑到学生参加专业资格鉴定的需要，很多具体的教学内容都与电子商务师的鉴定内容挂钩，便于读者自学和备考。

(6) 本套教材均配有立体化电子教案，以期有助于教师教学和学生自主学习，需要请联系 sxl_2004@126.com 或登录化学工业出版社官方网站下载。

总之，本套规划教材着重强调电子商务应用的专业技能，有很多尝试电子商务应用的方法，也有很多实操性的训练，还有很多和社会接轨的实践机会。该套教材既可作为应用型本科院校、高职高专院校电子商务等专业的教材；也可作为中职（中技）学校相关专业的教学用书或培训教材。在当今的电子商务时代，该套教材对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着现实的指导作用。

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

编审委员会

2008年11月

前言

为了满足应用型本科的教学改革和培养高等学院应用型人才的需要，解决应用型本科教学缺乏一体化实用性教材的问题，我们编写了这本教材。本书的特色在于加强了实训教学的比重，共有 25 个实训项目；另外，强化了电子商务资格考证（广东）的应知、应会内容，便于读者尽早达到电子商务从业的要求；再者，尽可能地让读者在互联网上进行操作练习，在真实交易环境中进行商务技能的实训，突出“商务”技能实践的核心；本书还引导读者对电子商务的一些现象进行深层次的思考。

本书编写思路清晰，根据任务驱动教学的特点，在“怎样开展电子商务”这个总任务的驱动下，把几种常见电子商务的流程进行分解，结合要完成的各子任务来介绍需要用到的知识和技能，有效地实现了电子商务理论与实践的紧密结合。具体来讲：一是让读者清楚电子商务的架构等基础知识；二是重点介绍了 B to B、B to C、C to C 电子商务的开展和实际应用；三是简要说明了电子政务的应用；四是让读者了解电子商务的社会环境，包括技术支持、法律法规。

本书由施志君主编，负责编写提纲、体例的设计，初稿的增删修改、统稿和定稿，并编写了第 2、第 5 章及第 1、第 6 章部分内容。广州市电子数据交换中心的朱国麟编写了第 2、第 3 章的基于电子商务考核平台的实训内容。刘海珍编写了第 1 章部分内容。周勇标编写了第 3 章。陈建平编写了第 4 章内容。邹丽编写了第 6 章部分内容。

本书可作为应用型本科电子商务等专业的教材；也可作为高职、高专、中职（中技）学校相关专业的教材，但对于中职（中技）学生来说，书中打*号的章节可以不作要求。本书对现代企业的管理人员、市场营销人员、客服人员等有着现实的指导作用。

编者

2009 年 5 月

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 电子商务基础与实训课程	1
1.1.1 课程的特点和目标	1
1.1.2 任务驱动型的教学方式	2
1.1.3 学习课程的方法建议	3
实训 1 分组讨论：如何理解和认识电子商务	4
实训 2 课堂汇报：如何培养“电子商务感”	4
1.2 电子商务概述	5
1.2.1 电子商务的概念	5
1.2.2 电子商务的分类	8
1.2.3 电子商务的模式创新	10
1.2.4 电子商务的框架结构	11
1.2.5 电子商务的通用交易过程	13
1.2.6 电子商务的基本流转程式	14
1.2.7 电子商务应用系统	19
实训 3 寻找典型的 B to B、B to C、C to C、EG 网站	20
实训 4 具体分析说明某一电子商务应用系统	21
习题 1	22
课外提升建议 1*	24
第 2 章 B to B 电子商务	25
2.1 B to B 网络交易过程	25
2.1.1 交易过程及流程图	25
2.1.2 交易所需知识与技能	26
实训 5 网上 B to B 交易实践	26
2.2 交易前准备与调查认证	39
2.2.1 买卖双方要做的准备工作	39
2.2.2 调查认证的方法	51
实训 6 找出四种常见的网上单证实例	52
实训 7 找出三种常见的调查认证平台实例	52
实训 8 尝试获取企业证书*	52
2.3 贸易洽谈与签订合同	54
2.3.1 电子商务的贸易洽谈方式	55
2.3.2 网上贸易的安全要求	57

2.3.3	电子合同	58
2.3.4	签订合同的方式	60
实训 9	学会使用三种贸易洽谈方式	60
2.4	交易过程的安全技术	61
2.4.1	信息加密技术	61
2.4.2	数字签名技术	63
2.4.3	数字时间戳技术	64
2.4.4	身份认证技术	65
实训 10	交易中传送重要信息的操作	68
2.5	电子支付与配送	75
2.5.1	电子支付概述	75
2.5.2	网上银行	76
2.5.3	采用的主要支付方式	79
2.5.4	配送与售后服务	80
实训 11	网上企业账户的开设与支付	85
实训 12	体验企业的网上售后服务	89
2.6	B to B 电子商务的规划 *	90
2.6.1	开展方式的选择	90
2.6.2	具体方案的实施	91
2.6.3	发展阶段的规划	92
实训 13	学习规划某一企业网站 *	92
习题 2		94
课外提升建议 2 *		96

第 3 章	B to C 电子商务	98
3.1	B to C 网络交易	98
3.1.1	B to C 网络交易过程	98
3.1.2	B to C 与 B to B 的比较	98
实训 14	网上购物的实践	99
3.2	网络商品直销	103
3.2.1	网络商品直销的利弊	103
3.2.2	采用的支付方式	104
3.2.3	配送与售后服务	108
实训 15	银行卡的使用	108
3.3	存在认证中心的网络商品直销	115
3.3.1	实际应用情况	115
3.3.2	电子商务安全协议	118
3.3.3	采用的支付方式	123
3.3.4	配送与售后服务	127
实训 16	电子钱包的使用	128

实训 17 第三方支付平台的使用	131
3.4 打造个性化的电子商务*	137
3.4.1 B to C 电子商务的特色	137
3.4.2 满足消费者的个性化需求	138
实训 18 搜索、分享特色网店	139
习题 3	139
课外提升建议 3*	141
第 4 章 C to C 电子商务	142
4.1 C to C 电子商务简析	142
4.1.1 C to C 电子商务的发展及现状	142
4.1.2 C to C 电子商务的吸引力	143
4.1.3 C to C 电子商务的前景	144
4.2 C to C 电子商务网站	145
4.2.1 淘宝网	145
4.2.2 拍拍网	146
4.2.3 易趣网	148
4.2.4 百度有啊	149
4.2.5 各类拍卖网站	149
实训 19 比较 C to C 电子商务的开展	151
4.3 网店的经营	152
4.3.1 起步开店	152
4.3.2 发布宝贝	158
4.3.3 店铺推广	160
4.3.4 建立自己的网店品牌	161
实训 20 尝试建立起自己的网店*	162
习题 4	162
课外提升建议 4*	164
第 5 章 电子政务	165
5.1 电子政务简介	165
5.1.1 电子政务的概念	165
5.1.2 与传统政务的比较	166
5.1.3 实施电子政务的主要目的	167
5.1.4 我国电子政务的发展	168
5.1.5 电子政务发展中的主要问题	169
实训 21 浏览广东南海电子政务网站	169
5.2 电子政务的业务模型	171
5.2.1 G to G 电子政务	171
5.2.2 G to B 电子政务	173

5.2.3 G to C 电子政务	174
5.2.4 G to E 电子政务	176
实训 22 分析几例政务网站中的业务类型	177
5.3 电子政务的典型应用	178
5.3.1 中华人民共和国商务部电子政务建设	178
5.3.2 广东省人民政府电子政务建设	179
5.3.3 广州市人民政府电子政务建设	181
5.3.4 广州市天河区人民政府电子政务建设	185
实训 23 简要评价几级政务网站*	188
习题 5	188
课外提升建议 5*	189
第 6 章 电子商务的社会环境	191
6.1 电子商务的安全	191
6.1.1 电子商务网站的安全	191
6.1.2 网络安全的防范技术	194
6.1.3 电子商务系统安全管理制度	197
6.1.4 电子商务交易的安全	199
实训 24 课堂讨论：电子商务遇到的安全问题	199
6.2 电子商务的职业道德、法律法规	199
6.2.1 职业道德	199
6.2.2 法律法规	201
实训 25 课堂竞赛：电子商务职业道德、法律法规知识竞赛	207
习题 6	207
课外提升建议 6*	209
参考文献	213

第1章 绪 论

电子商务的快速发展和普遍应用，不但改变了人们的通信方式，也改变了人们的生活方式，更改变了企业的生产管理和经营方式，越来越多的企业和个人加入到电子商务的研究开发和应用推广中。

本章将帮助同学们理解什么是电子商务，学会培养“电子商务感”，本书按照任务驱动式的编写思路，讲解电子商务所用到的知识和技能，重点介绍了电子商务的一些基础理论知识。

1.1 电子商务基础与实训课程

电子商务基础与实训课程是让读者了解如何在网上开展各种类型的电子商务，采用任务驱动的编写风格，让读者轻松掌握电子商务相关知识和技能。

1.1.1 课程的特点和目标

如今，电子商务已经不是简单的纸上谈兵了，现实生活中大量的应用实例，使人们对电子商务从感性认识逐渐形成了理性的认识。本课程冲破了传统的电子商务基础理论体系的束缚，在“怎样开展电子商务”这个总任务的驱动下，把几种常见电子商务的流程进行分解，结合要完成的各子任务来介绍需要用到的知识和技能，有效地实现了电子商务理论与实践的紧密结合。如图 1-1 所示。

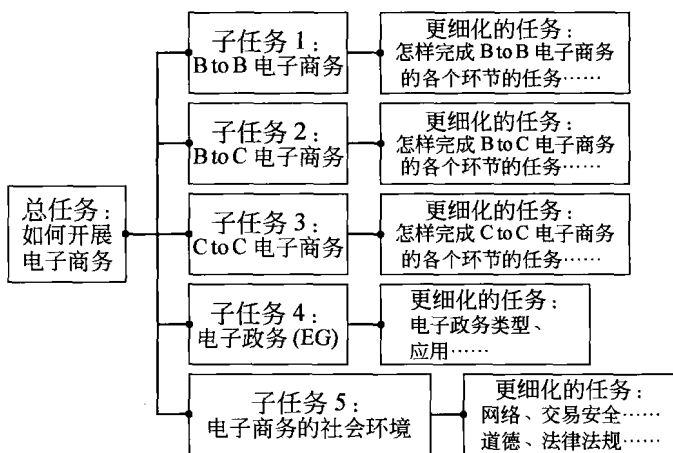


图 1-1 电子商务基础与实训任务分解

根据市场对电子商务人才培养的实际需要，主要介绍电子商务的最实用、最常用的知识和技能，以及目前为止电子商务实际应用中的最新理论和技术。并且通过实例培养学生对基

础理论的思考,结合实训指导来增强学生实际操作的能力,使学生在以理论指导实践的同时,又以实践来加深对理论的认识和理解。注重加强基本技能的训练,对重点实训进行强化训练,精心安排实训内容,布置学生提交的实操作业,引导同学们进行深入的思考;并与电子商务资格考证(广东)相结合,利用电子商务资格考证(广东)实操平台把无法在互联网上实训的内容进行模拟操作训练,让学生掌握必要的技能。总之,电子商务基础与实训课程以提高学生的专业素质为目的,从实用角度出发,结合电子商务交易的实际,力争激发学生的创新精神和学习热情,培养学生的实际动手能力。

本课程要求学生通过电子商务基础与实训的理论知识的学习,掌握电子商务的基本框架及初步应用,掌握电子商务的类型及实际应用模式,掌握电子商务的标准流程,了解网络交易的安全知识。通过电子商务模拟实训的操作,拥有网络贸易交易的实践操作能力,为以后从事相关工作打下良好的基础。例如:掌握电子商务的B to B、B to C、C to C的交易流程,了解电子政务的开展;会进行网络商情信息的判断、收集、处理、分析和发布,会利用信用平台等考查交易对方的资信,会利用即时沟通工具进行在线洽谈和签订电子合同,会利用数字签名等安全技术保证网上交易安全,会利用网上银行系统和第三方支付平台进行网上支付和结算操作,了解物流配送,学会利用网络为客户提供贴心的售后服务等。学习结束后,能够胜任企业的与电子商务相关的岗位工作,如:网络信息编辑工作、网络采购工作、网络推广及在线客服服务工作,也可以自己在网上创业,开一家网上商店等。

1.1.2 任务驱动型的教学方式

传统的教学方法是建立在“传递——接受”教学理论和“刺激——反应”学习理论的基础上,主要特点是教师是主动的施教者,是知识的传授、灌输者,学生是外界刺激的被动接受者,是知识的灌输对象。由于电子商务是新兴的交叉学科,涉及面广,实践性强,采用传统的缺少互动的填鸭式灌输教学法,既不利于学生理解,又无法培养学习的主动性。因而建立以“任务驱动”的双向互动课堂新模式,对于激发学生学习动机、培养学生职业思考能力、动手能力及提高教学效果都具有重要意义。

所谓“任务驱动教学法”是由教师根据当前教学主题设计并提出“任务”,针对提出的任务,采取演示或讲解等方式,给出完成任务的思路、方法、操作和结果,然后引导学生边学边练,并完成相应的学习任务的教学方法。概括地说,任务驱动教学法就是教师以任务(范例)引路,学生边学边练,完成自主学习任务。在“任务驱动教学法”中,学生更多的时候是在教师的帮助下进行主动的思考与探索。例如:在“任务驱动”教学中,教师可将当前的热点问题、热点人物和新闻事件作为任务设计的素材,引导学生自己选择健康积极向上的内容来设计任务。这样,使学生的注意力集中到完成任务上来。在设计任务之后,采用多媒体演示或讲解的方法,给出完成该任务的思路或者是完成任务的方法或具体操作步骤。然后教师根据“教学任务”所展示的内容,当堂让学生及时练习,即边学边做。最后,根据教学任务和学生边学边做中的情况,总结规律和技巧,将实践上升到理论高度。

本书就是按照任务驱动的教学模式的需要来编写的,根据专业教学大纲的标准,结合电子商务资格考证(广东)的相关理论知识和技能操作,利用互联网上的相关免费资源、电子商务资格考证(广东)实操平台,让读者逐步掌握如何开展各种电子商务工作的知识和技能。

1.1.3 学习课程的方法建议

对刚接触电子商务的读者来说,要学好电子商务基础与实训课程,必须用心地、持之以恒地做到以下几点。

(1) 弄清电子商务所涉及的领域

电子商务是利用“电子”的手段来实现“商务”的目的,其中,“电子”手段包括了计算机技术、网络技术、通信技术,这些技能的深入和精通需要理科知识基础;“商务”目的是一个广义的概念,既指在网络上做生意,进行商务活动,也涵盖进行各种事务处理、营销策划等;电子商务是一个日新月异的、应用广泛的、越来越受到重视的行业,所以说,要融入这个行业,首先要对它有一个总体的认识,弄清电子商务所涉及的领域,知晓自己学习各知识点和技能操作的目的。图1-2所示为电子商务含义的图解。

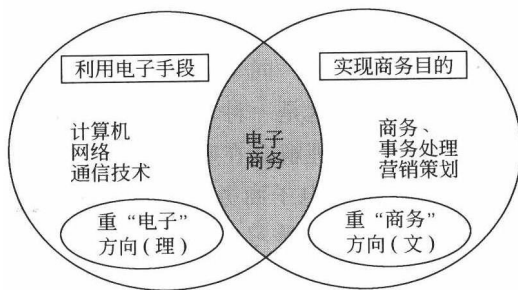


图 1-2 电子商务的含义图解

(2) 密切结合电子商务资格鉴定考试重点来学习本课程

电子商务基础与实训课程中详细讲解了很多涉及电子商务资格鉴定的考试重点,包括的理论知识鉴定重点有:职业道德及相关法律法规、电子商务的概念和分类、电子商务系统的构造、电子商务的交易过程、电子商务基本流转程序、EDI 基础知识、电子商务英语等电子商务基础知识点,浏览工具、电子邮件等网络应用知识点,网上单证、电子支付的概念及方式、网上银行、电子商务的安全要求、基本加密方法、安全认证手段、安全交易协议、电子合同等电子交易知识点。介绍的实操技能鉴定重点有:浏览器使用、浏览器设置、电子邮件收发、邮件账户设置、通讯簿的使用、搜索引擎的使用等网络使用技能要点,网上单证、B to C 网上购物、B to B 网上交易、常用支付工具的使用、交易安全、电子合同与数字证书的使用等网络交易技能要点。对于职业院校的同学们来说,必须通过该门课程的学习掌握以上这些专业资格鉴定的理论知识和实操要点,为顺利通过专业资格鉴定打好基础。

(3) 培养“电子商务感”,尽可能用电子商务的手段解决碰到的问题

所谓“电子商务感”,简单地说,就是在工作、学习或生活中碰到问题时,首先要想到能否利用电子商务的手段来解决。换句话说:在处理工作、学习或医、衣、食、住、行、玩、用等各种领域需求的时候,能否想到利用网络的资源或途径来解决。例如:要迅速传递信息,要了解某一概念、查找相关资料,要了解保健、医疗方面的内容,要知晓国内外流行的服饰款式,要了解出差或旅游地点的特色食品或小吃,要租用即将工作城市的住房,要订飞机票,要搞清楚自驾游的线路图,要弄清异地购车是否能在本地上牌等问题时,一定要首先考虑使用网络的手段,渐渐培养自己的“电子商务感”,学好课本的相关知识和技能。

(4) 独立、优质完成作业,熟练技能

电子商务基础与实训课程的作业很多,理论知识基本上是按照电子商务资格考证(广东)的要求出的相关习题,这些都必须理解掌握;还有大量的实操作业需要同学们课堂或在业余时间完成,从学这门课程开始就要熟练掌握电子商务专业的基本技能,比如:使用浏览器、电子邮件,B to B、B to C、C to C 的交易,洽谈工具、电子支付等技能。

(5) 培养自学能力，多去论坛、圈子等交流

电子商务的发展日新月异，任何一本教材都需要经过编写、编辑、审稿、出版等过程，所以，课本内容在某些方面落后于专业的发展是不奇怪的，因此，同学们在学习过程中要注重培养自学能力，去拓宽或深化课本中的相关内容；碰到难点时，可多去相关论坛、圈子交流，总会得到热心网友的指点。如：电子商务论坛（<http://ebpoint.cn/>）、中国电子商务论坛（<http://www.cecib.cn/index.php>）、中国电子商务网论坛（<http://bbs.cebn.cn/>）、电子商务圈（<http://www.ecsoo.com/>）等，都是与专业高手交流的好地方。

(6) 多看相关报纸、杂志或网站资料，积累思考

有关电子商务领域的报纸、杂志或网站资料很多，如：报纸、杂志上常有业内信息，网站上的信息就更多了。同学们要学会积累思考，多挤时间，把看到的资料进行分类整理，便于自己对比分析，这是一种非常好的学习方法。尤其是对于电子商务，面临不断变化的新发展，要学会用脑去理解，在吸取别人经验的基础上有所创新，这才是最重要的。如：打造中国首家智能 B to B 电子商务企业宣传平台的中国电子商务网（<http://www.cebn.cn/>）、向最红的电子商务网站学习的电子商务点评网（<http://www.ebs123.com/>）、电子商务世界网（<http://www.ebworld.com.cn/>）、阿里学院针对广大网商和大学生推出的在线培训——阿里学学（<http://page.china.alibaba.com/ac/peixun.html>），都提供了丰富的专业内容，使对电子商务感兴趣的读者的专业水平可以得到迅速的提升。

实训 1 分组讨论：如何理解和认识电子商务

1. 实训目的

利用业余时间，通过进行分组讨论，各抒己见，在辩论中加深同学们对电子商务的理解和认识。

2. 实训内容

全班同学分成若干组，6~8 个学生为一组进行讨论，谈谈各自对电子商务的看法和理解，然后每组派代表进行归纳小结。

3. 提交作业

(1) 各小组把讨论的小结以书面或电子文档的形式上交。

(2) 调查汇总各小组成员截至目前为止对网络使用的时间多少和熟练程度，并以表格形式提交给老师，以便老师在今后的教学中因材施教。

4. 问题思考

(1) 电子商务所涉及的知识领域里，你最感兴趣的是什么？你准备如何选择今后的专业发展方向？

(2) 你是否清楚选择的专业发展方向所需要的知识和技能包括哪些内容？你准备怎么去获取和练就这些知识和技能？

实训 2 课堂汇报：如何培养“电子商务感”

1. 实训目的

通过本次实训，分享同学们培养“电子商务感”的具体做法，促使在今后的工作、学习和生活中进一步应用电子商务来解决问题。

2. 实训内容

(1) 各位同学在理解“电子商务感”的基础上回忆一下,自己是否拥有成功地运用电子商务来解决问题的经历,如果有,请老师找时间,让同学们上台说出来分享。

(2) 举例说明:学习到目前为止,你准备从哪些方面着手来培养自己的“电子商务感”,表述得越详细越好。

3. 提交作业

(1) 请写出利用网络来解决学习中碰到的难题的方法。

(2) 根据你所在的学校的地理位置,你要给班级同学提供去春游或秋游的详细方案两份供同学们挑选,你准备怎么做?

4. 问题思考

(1) 对“电子商务是一种趋势!”的说法,你是怎样看待的?

(2) 你经常浏览的网站有哪些?它们能帮你解决哪些问题?

1.2 电子商务概述

电子商务是一种新兴的、处于发展过程中的现代商务方式,自1995年来得到了迅速发展,显现了巨大的现代商业价值。任何合法组织和公司甚至个人通过在互联网上建立自己的站点都可成为全球化的信息发布者;信息的获取具有广泛的内容和选择性;贸易、商务活动中的商品认识、合同谈判、交易都通过互联网信息和网络软件完成。企业行政管理进入了电子化办公时代,人类将不可避免地适应电子商务时代的数字化生存。

1.2.1 电子商务的概念

迄今为止,电子商务还没有一个权威的规范的定义,各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多表述不同的说法。

(1) 电子商务的定义

以下介绍几种有关电子商务的定义。

① 1997年11月6日至7日,在巴黎举行的世界电子商务大会上,对电子商务的概念做出了权威的定义:电子商务是指对整个贸易活动实现电子化,交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换和直接面谈形式进行的任何形式的交易。

值得注意的是:电子化不等于自动化,它是指利用电子的手段。从中可以看出,电子商务是关于交易和贸易活动的。在整个交易活动过程中,充分运用Internet,以网上洽谈、网络交易、网上支付等形式进行交易,以达到加强企业与客户沟通、快速响应客户需求、简化交易流程、减少交易环节、降低交易成本,提高企业市场竞争力的目的。

② 联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义:采用电子形式开展商务活动,它包括在供应商、客户、政府和其他参与方之间通过任何电子工具,如:EDI、Web技术、电子邮件等,来共享结构化或非结构化商务信息,并管理和完成商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

电子商务可以通过多种电子通信方式来完成。简单地说,通过电话或发传真的方式与客户进行商贸活动,也可以称作为电子商务;但是,现在人们所探讨的电子商务主要是以

EDI（电子数据交换）和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟，电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的。

③ 业内比较常见的表述：电子商务就是在 Internet 开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易、在线电子支付以及有关方面的网络服务的一种新型的商业运营模式。

④ 电子商务的定义可以理解为广义电子商务和狭义电子商务。

广义电子商务（Electronic Business，缩写为 EB）是指使用各种电子工具从事商务活动或行政管理。这些电子工具包括从初级的电报、电话、广播、电视、传真到计算机、网络等现代信息系统。

狭义电子商务（Electronic Commerce，缩写为 EC）是指利用 Internet 从事商务活动，简单地说，就是在网上做生意。

在本教材中，B to B、B to C、C to C 所说的电子商务是指狭义电子商务，而电子政务 EG 则是归属于广义电子商务中的。

（2）电子商务的内涵

从电子商务的各种定义描述中，可以归结出电子商务的内涵，即：信息技术特别是互联网的产生和发展是电子商务开展的前提条件；掌握现代信息技术和商务理论与实务的人是电子商务活动的核心；系列化、系统化电子工具是电子商务活动的基础；以商品贸易为中心的各种经济事务活动是电子商务的对象。

① 电子商务的前提 电子商务是应用现代信息技术在互联网络上进行的商务活动，正如中国企业家王新华指出的：“从本质上讲电子商务是一组电子工具在商务过程中的应用，这些工具主要包括：电子数据交换（EDI）、电子邮件（E-Mail）、电子公告系统（BBS）、条码（Barcode）、图像处理、智能卡等。而应用的前提和基础是完善的现代通信网络和人们的思想意识的提高以及管理体制的转变。”因此，没有现代信息技术及网络技术的产生和发展就不可能有电子商务。

② 电子商务的核心 首先，电子商务是一个社会系统，既然是个社会系统，它的中心必然是人；第二，商务系统实际上是由围绕商品贸易的各个方面代表着各方面利益的人所组成的关系网；第三，在电子商务活动中，虽然充分强调工具的作用，但归根结底起关键作用的仍然是人。因为工具的制造发明、工具的应用、效果的实现都是靠人来完成的，所以，必须强调人在电子商务中的决定性作用。也正因为人是电子商务的主宰者，进而有必要考察，什么样的人才合格者。很显然，电子商务是信息现代化与商贸的有机结合，所以能够掌握运用电子商务理论与技术的人必然是掌握现代信息技术、掌握现代商贸理论与实务的复合型人才。而一个国家、一个地区能否培养出大批这样的复合型人才就成为该国、该地区发展电子商务最关键的因素。

③ 电子商务的工具 从广义电子商务角度讲，凡应用电子工具，如电话、电报等从事商务活动就可被称为电子商务。但是，在此需要深入研究的是狭义电子商务，即：具有很强时代烙印的高效率、低成本、高效益的电子商务。因而，这里所说的电子商务使用的电子工具就不是一般泛泛而言的电子工具，而是能跟上信息时代发展步伐的成系列、成系统的电子工具。从系列化讲，强调的电子工具应该是从商品需求咨询、商品配送、商品订货、商品买卖、货款结算、商品售后服务等伴随商品生产、消费，甚至再生产的全过程电子工具。如：电视、电话、电报、电传、EDI（Electronic Data Interchange）、EOS（Electronic Or-