

GAODENG XUEXIAO JINGJI
GUANLI LEI ZHUANYE YINGYONGXING
BENKE XILIE JIAOCAI



高等学校经济管理类专业
应用型本科系列教材

主 编 林 勇

电子商务理论与实务

DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIWU



重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>



高等学校经济管理类专业
应用型本科系列教材

电子商务理论与实务

DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIWU

主 编 林 勇

副主编 李霞 董晓华



重庆大学出版社

内容提要

本书系高等学校经济管理类专业应用型本科系列教材,全书共分10章,内容包括:电子商务概念、电子商务的框架模型、电子商务的技术基础、电子支付与网上银行、网络营销、物流及供应链管理、电子政务、电子商务法律、电子商务系统建设。本书还安排了7个电子商务模拟实验项目,供实训教学使用。

本书内容深入浅出,通俗易懂,既适合于作为高等学校经济管理类专业应用型本科教学用书,也适用于作电子商务高职高专专业、自学考试以及成人教育的教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务理论与实务/林勇主编. —重庆:重庆大学出版社,2009.8

(高等学校经济管理类专业应用型本科系列教材)

ISBN 978-7-5624-4905-8

I. 电… II. 林… III. 电子商务—高等学校—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第099630号

电子商务理论与实务

主 编 林 勇

副主编 李 霞 董晓华

责任编辑:梁 涛 姚正坤 版式设计:梁 涛

责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆川渝彩色印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:21.25 字数:428千

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4905-8 定价:34.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

前 言

《电子商务理论与实务》系高等学校经济管理类专业应用型本科系列教材,它作为电子商务专业的第一门专业核心(骨干)课程教材,基于电子商务专业的基本特征,从电子商务的基本理论、基本知识、基本应用等方面系统地勾画出电子商务专业的基本框架和轮廓,从而为后继专业课程的学习奠定基础。

本书共分为10章,第1章是电子商务概念,主要探讨电子商务的基本概念、电子商务的产生、发展与现状以及电子商务系统;第2章是电子商务的框架模型,主要介绍了电子商务的交易模式及电子商务环境;第3章是电子商务的技术基础,主要介绍计算机网络与通讯技术、电子商务网站技术、电子商务安全技术;第4章是电子支付与网上银行,主要介绍电子支付系统、电子货币、网上银行和移动电子商务;第5章是网络营销,主要介绍网络营销的理论基础与网络营销技术;第6章是物流及供应链管理,主要介绍物流的相关知识与供应链管理的相关知识;第7章是电子政务,主要探讨电子政务的模式与应用;第8章介绍电子商务的相关法律知识;第9章为电子商务系统建设,主要介绍电子商务网站的建设与电子商务系统规划;第10章则为电子商务模拟实验,主要安排了7个实验项目,以结合课程内容的讲授,进行实训教学。

为了适应电子商务发展对专业人才培养的客观要求,本书编写注意吸纳了国内外有关电子商务研究与实践的成果,在深入浅出地介绍电子商务基本知识的基础之上,强调理论与实践结合,并为此提供了丰富的素材,为培养电子商务人才奠定基础。

本书撰写分工如下:第1章、第2章、第5章由广东白云学院李霞编写;第3章由重庆大学城市科技学院林勇编写;第4章、第6章由重庆大学城市科技学院林颖编写;第7章、第9章由重庆大学城市科技学院颜颖编写;第8章由重庆文理学院苏莉娟编写;第10章以及全书的实验指导由重庆大学董晓华编写。

本书由林勇任主编,由李霞、董晓华任副主编,林勇负责拟定大纲和最后统稿、定稿。电子商务资深专家重庆大学邵兵家教授审阅了全书;整个编写过程也得到了重庆大学出版社的大力支持,在此一并表示感谢。

本书在编写过程中,引用和参考了大量的文献资料和研究成果。限于篇幅,书后只列出了主要参考文献,势必有遗漏,仅向相关文献作者致歉。

书中定会有一些不尽如人意之处,恳请专家和读者批评指正,以便再版时修订和完善。

编 者
2009 年 4 月



目 录

DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIWU

第1章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的基本概念	2
1.2 电子商务的分类	7
1.3 电子商务的特点及功能	10
1.4 电子商务的发展及其对社会的影响	12
1.5 典型案例分析	16
本章小结	24
思考题	24
实验指导	24
第2章 电子商务的框架模型	25
2.1 电子商务的参与对象	26
2.2 电子商务的交易模式	29
2.3 电子商务的结构模型	45
2.4 电子商务环境	50
本章小结	55
思考题	55
实验指导	55
第3章 电子商务的技术基础	56
3.1 电子商务与计算机网络技术	57
3.2 Internet 概述	63
3.3 Intranet 概述	68

3.4 电子数据交换	69
3.5 电子商务与 Web 技术	74
3.6 电子商务信息安全技术	87
本章小结	99
思考题	100
实验指导	101
第4章 电子支付与网上银行	102
4.1 电子支付	103
4.2 电子支付工具	107
4.3 网上银行	118
4.4 移动电子商务	126
4.5 电子支付实例分析	130
本章小结	138
思考题	138
实验指导	139
第5章 网络营销	140
5.1 网上零售	141
5.2 网络营销概述	147
5.3 网络营销模式与策略	155
5.4 网络营销环境	163
5.5 网络市场调研	168
5.6 网络环境的营销技术	172
5.7 网络营销案例分析——百度网站的营销及推广	177
本章小结	179
思考题	180
实验指导	180
第6章 物流配送与供应链管理	181
6.1 现代物流	182
6.2 配送概述	185
6.3 现代物流模式	189

6.4 现代新技术在电子商务物流配送中的应用	193
6.5 供应链管理	204
6.6 企业资源计划与客户关系管理	206
6.7 案例分析	209
本章小结	212
思考题	213
实验指导	213
 第7章 电子政务及管理创新	214
7.1 电子政务概述	215
7.2 电子政务的模式与构架	222
7.3 电子政务流程再造与管理创新	227
7.4 电子政务的发展与对策	229
7.5 案例分析	234
本章小结	237
思考题	237
实验指导	237
 第8章 电子商务法律	238
8.1 电子商务法律概述	239
8.2 电子商务交易的法律规范	247
8.3 电子商务中的税收	256
8.4 电子商务中知识产权的保护	262
8.5 电子商务中隐私权的保护	267
8.6 电子商务中虚拟财产的保护	272
8.7 案例分析——上海宣判三起涉及网络的知识产权案件	274
本章小结	276
思考题	276
实验指导	276
 第9章 电子商务系统的建设	277
9.1 电子商务系统的规划	278
9.2 电子商务系统的设计与实现	282

9.3 电子商务开发的项目管理	286
9.4 企业电子商务网站建设	292
9.5 企业电子商务网站实例	297
本章小结	299
思考题	300
实验指导	300
第10章 电子商务模拟实验	301
10.1 实验1 电子商务模拟系统入门、电子支付虚拟银行管理	302
10.2 实验2 B2C 模块管理	305
10.3 实验3 C2C 模块管理	312
10.4 实验4 B2B 前台注册,CA 认证	313
10.5 实验5 B2B 后台管理及物流配送	316
10.6 实验6 网络营销	321
10.7 实验7 交易网站搭建及企业内部管理	325
参考文献	328

第1章 电子商务概述

本章导读:

20 世纪 90 年代以来,随着 Internet 的发展,电子商务也迅速兴起。电子商务从不同侧面有不同的分类,按交易对象进行区分,电子商务有 B2B, B2C, C2C, G2B, G2C 等几种类型。电子商务的发展势头强劲,它给人类社会带来了深远的影响。本章将介绍电子商务发展的基本情况。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 生活中的电子商务

20 世纪 90 年代以来,随着 Internet 的发展,电子商务的踪迹已经遍布企业、科研机构、商场、学校乃至家庭的每个角落。这里,列举一些日常的事例来说明电子商务的应用。

(1) 网上订购 CD

一位青年听说他喜欢的一位歌星新近出版了一张专辑,急欲得到它。他登录到网上的中国音像信息中心(<http://www.cnav.com>),下载并收听了这张专集中的几首歌,非常喜欢。于是,他就在网上订购了这张专辑,第二天就收到了。

(2) 网上订花

到西安出差的上海某公司业务员小张,突然记起明天就是女朋友的生日,可因为工作一时半会儿也赶不回去,情急之中,他来到网吧,从网上连到上海正广和网上购物中心(<http://www.85818.com.cn>),为在上海的女朋友订购了一束红玫瑰。第二天,小张接到女朋友从上海打来的电话,告诉他,她非常喜欢这份意想不到的生日礼物。

(3) 网上订餐

某一天晚上,一个科研小组工作到晚上,大家都饿了。于是,他们从网上找到了永和大王网上快餐店(<http://www.yonghe.com.cn>),然后查看了餐厅提供的网上菜单,从中订购了几种食物。不一会儿外卖就给送来了,他们很快吃到所订购的热腾腾的食物。

(4) 网上订票

一对夫妇打算在劳动节放假期间带着即将大学毕业的女儿出去旅游,于是他们从网上找到了华夏旅游网站(<http://www.ctn.com.cn>)并选择去云南旅行。他们在网上查询了旅游路线、景点、交通、餐饮、购物等方面的情况,同时还预订了到昆明的飞机票。出行前,他们收到了机票,愉快地踏上了旅程。

(5) 网上购物

王先生准备在“五一”结婚,近段时间为筹备婚礼忙得不亦乐乎,听朋友介绍海尔最近推出了一款液晶彩电不错,于是晚上在家打开电脑上网,经过搜索找到了青岛海尔集团网站(<http://www.haier.com>),并从海尔网上商城中看到了朋友所说的那种产品,通

过查询,对这款彩电的性能非常满意,于是订购了一台42英寸(1英寸=2.54厘米)的液晶彩电。根据预定时间,海尔集团的工作人员将彩电送上了门,并详细介绍了使用方法,还调试了所有功能,临走时,他们告诉王先生,今后有什么问题将随叫随到。

(6) 网上交易

赵庄的李老汉这几天茶饭不思,唉声叹气。原来,李老汉种了20亩(1公顷=15亩)大葱,经过全家人的辛勤耕耘,大葱丰收了,堆得满庭满院都是,可就是卖不出去。在大学学习电子商务专业的小儿子知道了这件事情,就在阿里巴巴商务网站(<http://www.alibaba.com.cn>)发了一条供货信息。第三天,小儿子就给家里打电话,说大葱的销售问题解决了,厂家将上门收购,只要质量符合要求,有多少要多少,而且价格要比本地高出近25%。为此,过年时李老汉给小儿子发了个大红包,作为小儿子的创业基金。

以上事例说明了由于信息技术的发展,特别是通信网络和 Internet 的飞速发展,新的经营模式——电子商务模式正在涌现,人们不但可以轻松上网购物,而且可以通过开放式的网络银行管理自己的账户资料;企业内部的员工以及企业与企业之间的相互交往方式也会产生前所未有的变化,尤其是越来越多的商家开始利用 Internet 进行商务交往,实现贸易活动电子化。从最初的网上信息发布到在网上建立商务信息中心,从在传统的贸易方式下使用不成熟的电子化交易手段到能够在网上建立虚拟市场完成供一产一销的全部业务流程的电子商务,电子商务已逐渐成为商家或企业从事生产经营活动的新模式。电子商务的应用与发展已成为当今经济发展中风头最劲的潮流之一,其影响将超过商务本身,对社会的生产和管理、人们的生活和就业、政府职能、法律制度以及教育文化都会带来巨大的影响。为了全面了解电子商务,首先从电子商务概念进行介绍。

1.1.2 电子商务的定义

究竟什么是电子商务?如果你问不同的人,你可以得到不同的电子商务的释义。因为电子商务这一概念自产生起,就没有一个统一的定义,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,从各自的角度提出了自己对电子商务的认识,所以今天可以看到关于电子商务的各种阐述。本书将较有代表性的一些定义作一汇集、比较,有助于全面理解和认识电子商务。

1) 世界电子商务会议关于电子商务的概念

1997年11月6日至7日,国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce)。全世界商业、信息技术、法律等领域的

专家和政府部门的代表,共同讨论了电子商务的概念问题,这是目前电子商务较为权威的概念阐述。与会代表认为,电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方面可以定义为,交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为,电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。

电子商务涵盖的业务包括信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立的中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方式等。

2) 部分学者的观点

美国经济学家托马斯·马龙教授最早提出电子商务概念,并把电子商务分为狭义和广义的电子商务。前者指的是在运用电子化的买与卖的过程中,卖方找到潜在的客戶并了解其需求,而买方找到潜在的卖主并了解其产品的销售条件等;后者指的是在商业活动中的所有方面都得到了信息技术的支持,这些活动不仅包括买和卖,还包括设计、制造和管理等。

美国学者瑞维卡拉·科塔和安德鲁·B. 惠斯顿在其专著《电子商务的前沿》中提出:“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量,提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条将买方和卖方联系起来。”

3) 政府和国际性组织的定义

欧洲议会给出的关于“电子商务”的定义是:电子商务是通过电子方式进行的商务活动,它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像;它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得;它包括了产品(如消费品、专用设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、教育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出:“电子商务是指通过 Inter-

net 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动,全球电子商务将会涉及全球各国。”

联合国经济合作和发展组织(OECD)是较早对电子商务进行系统研究的机构,它将电子商务定义为:电子商务是利用电子化手段从事的商业活动,它基于电子数据处理和信息技术,如文本、声音和图像等数据传输;其主要是遵循 TCP/IP 协议,通信传输标准,遵循 Web 信息交换标准,提供安全保密技术。

世界贸易组织电子商务专题报告中定义,电子商务就是通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动,它不仅指基于 Internet 上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动,包括通过网络实现从原材料查询、采购、产品展示、订购到出品、储运以及电子支付等一系列的贸易活动。

全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会报告草案指出,电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有、私有的企业和公司,以及政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务行业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

4) IT 行业对电子商务的定义

信息技术行业是电子商务的直接设计者和设备的直接提供者。许多公司根据自己的技术特点分别给出了电子商务的定义。

IBM 提出了一个电子商务的定义公式,即电子商务 = Web + IT。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网、企业内部网(Intranet)和企业外部网(Extranet)结合起来的的应用。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用,不仅仅是硬件和软件的结合,也不仅仅是我们通常意义下的强调交易的狭义的电子商务(E-Commerce),而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网、内联网和外联网结合起来的的应用。它同时强调这三部分是有层次的。只有先建立良好的 Intranet,建立好比较完善的标准和各种信息基础设施,才能顺利扩展到 Extranet,最后扩展到 E-Commerce。

HP 公司认为,电子商务是指在从售前服务到售后服务的各个环节实现电子化、自动化;电子商务是以电子手段完成产品和服务的等价交换,在 Internet 上开展电子商务内容包含真实世界中销售者和购买者所采取的所有服务行动,而不仅仅是订货和付款。

通用电气公司(GE)认为,电子商务是通过电子方式进行商业交易,企业与企业间的电子商务是以 EDI 为核心技术,以增值网(VAN)和互联网(Internet)为主要手段,实

现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业从生产、库存、到流通(包括物资和资金)各个环节的效率;企业与消费者之间的电子商务是以 Internet 为主要服务提供手段,实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

SUN 公司认为,电子商务就是利用 Internet 网络进行的商务交易。它在技术上可以给出如下定义:

- ①在现有的 Web 信息发布的基础上加上 Java 网上应用软件以完成网上公开交易。
- ②在现有的企业内部交互网的基础上,开发 Java 的网上企业应用,达到企业全面应用 Intranet,进而扩展到外部 Extranet,使外部客户可以使用该企业的应用软件进行交易。
- ③电子商务客户将通过包括 PC 和 STB(set top box,即网络电视机顶盒)、电话、手机、PDA(个人数字助理),Java 设备进行交易。

5) 总结

从总体上说,人们对于电子商务的认识和定义大致有广义和狭义之分。一般认为,广义的电子商务即 E-Business,是指利用整个 IT 技术对整个商务活动实现电子化,将利用 Internet,Extranet 和 Intranet 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络以及其他信息技术进行的所有的企业活动都归属于电子商务;狭义的电子商务称为 E-Commerce,特指运用互联网开展的交易或与交易直接相关的活动,它仅仅将基于 Internet 进行的交易活动归属于电子商务。

E-Business 是在 Internet 的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动,是一种通过电子方式进行的商务活动,不是传统意义上的通过面对面的交换或面对面的交谈方式进行的交易方式,而是一种系统的、完整的电子化运作,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。E-Business 要比 E-Commerce 囊括的范围宽广得多,因为后者仅指简单的商务交易应用,即单指在网络上做买卖。而 E-Business 是存在于企业与企业之间、企业与客户之间、企业内部的一种联系网络,它贯穿于企业行为的全过程。在电子商务过程中,企业内部通过企业内部网络利用网络计算完成核心业务,实现企业资源优化组合,高度灵活地安排生产和管理业务流程,改善售后服务,缩短周转时间,降低成本,从有限的资源中获取更大的收益。对外通过企业与企业之间的外部网络检索联网供应商的产品与查询客户的需求,从而指导本企业进行有效决策。企业的客户可以通过网络了解本企业的销售管理的产品信息,选中产品后就可以直接从网上发订单并通过网络经银行直接转账付款完成商品购买过程,实现了商品流通与交易功能;客户还可以通过网络与企业联系,针对产品中的问题进行交流。通过这种网络方式使企业与顾客联系,与批

发商联系,与供货商联系,与股东联系,并且进一步使得他们一起进行相互间的交流。他们在网络上进行业务往来,其业务量将大大超出传统方式,并最终将传统方式取而代之。因此,本书中的电子商务的概念是指利用现代电子信息网络来实现各种商务活动,涉及 LAN, WAN, Intranet, Extranet 与 Internet 等网络技术领域,利用前所未有的高速网络方式将雇员、顾客、销售商和供货商联系在一起,并将有价值的信息迅速传递给需要的人们。这是一个介于最广义的电子商务与最狭义的电子商务之间的一个活动范畴。之所以这样界定,是考虑到依托互联网的电子商务是今后的发展方向与主流。另外,从发展的眼光来看,将电子商务仅仅局限于网络贸易是不够的,要将利用各类电子信息网络所进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等商务活动都纳入电子商务的范畴较为妥当。

1.2 电子商务的分类

1.2.1 按交易对象分类

按参与电子商务交易涉及的对象分类,电子商务可以分为以下 5 种类型:

(1) 企业与消费者之间的电子商务 (Business to Customer, B2C)

这是消费者利用因特网直接参与经济活动的形式,类同于商业电子化的零售商务。随着万维网(WWW)的出现,网上销售迅速地发展起来。目前,在因特网上有许许多多各种类型的虚拟商店和虚拟企业,提供各种与商品销售有关的服务。通过网上商店买卖的商品可以是实体化的,如书籍、鲜花、服装、食品、汽车、电视等;也可以是数字化的,如新闻、音乐、电影、数据库、软件及各类基于知识的商品;还有提供的各类服务,有安排旅游、在线医疗诊断和远程教育等。

(2) 企业与企业之间的电子商务 (Business to Business, B2B)

B2B 方式是电子商务应用最广泛和最受企业重视的形式,企业可以使用 Internet 或其他网络对每笔交易寻找最佳合作伙伴,完成从订购到结算的全部交易行为,包括向供应商订货、签约、接受发票和使用电子资金转移、信用证、银行托收等方式进行付款,以及在商贸过程中发生的其他问题如索赔、商品发送管理和运输跟踪等。企业对企业的电子商务经营额大,所需的各种硬软件环境较复杂,但在 EDI 商务成功的基础上发展得最快。

(3) 消费者与消费者之间的电子商务 (Customer to Customer, C2C)

C2C 电子商务平台就是通过为买卖双方提供一个双方在线交易平台,使卖方可以主动提供商品上网拍卖,而买方可以自行选择商品进行在线竞价。典型的 C2C 类型是拍卖网站。

(4) 政府与企业方面的电子商务 (Government to Business, G2B)

这种商务活动覆盖政府与企业组织间的各项事务。例如,企业与政府之间进行的各种手续的报批;政府通过因特网发布采购清单,企业以电子化方式响应;政府在网以电子交换方式来完成对企业和电子交易的征税等,这成为政府机关政务公开的手段和方法。

(5) 政府与消费者方面的电子商务 (Government to Customer, G2C)

政府对消费的主要运作方式是政府上网,在网络上成立一个虚拟的政府,在互联网上实现政府职能工作。

1.2.2 按活动方式分类

按商业活动运作方式,电子商务可分成完全电子商务和不完全电子商务两类。

(1) 完全电子商务

完全电子商务可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易。

(2) 不完全电子商务

不完全电子商务指无法完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的交易,它需要依靠一些外部要素,如运输系统等来完成交易。

1.2.3 按网络类型分类

根据开展电子商务业务的企业所使用的网络类型框架的不同,电子商务可以分为如下 3 种形式:

(1) EDI 网络电子商务 (Electronic Data Interchange, 电子数据交换)

EDI 是按照一个公认的标准和协议,将商务活动中涉及的文件标准化和格式化,通过计算机网络,在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。EDI 主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。EDI 电子商务在 20 世纪 90 年代已得到较大的发展,技术上也较为成熟,但是因为开展 EDI 对企业有较高的管理、资金和技术的要求,因此至今尚不太普及。

(2) 因特网电子商务 (Internet 电子商务)