

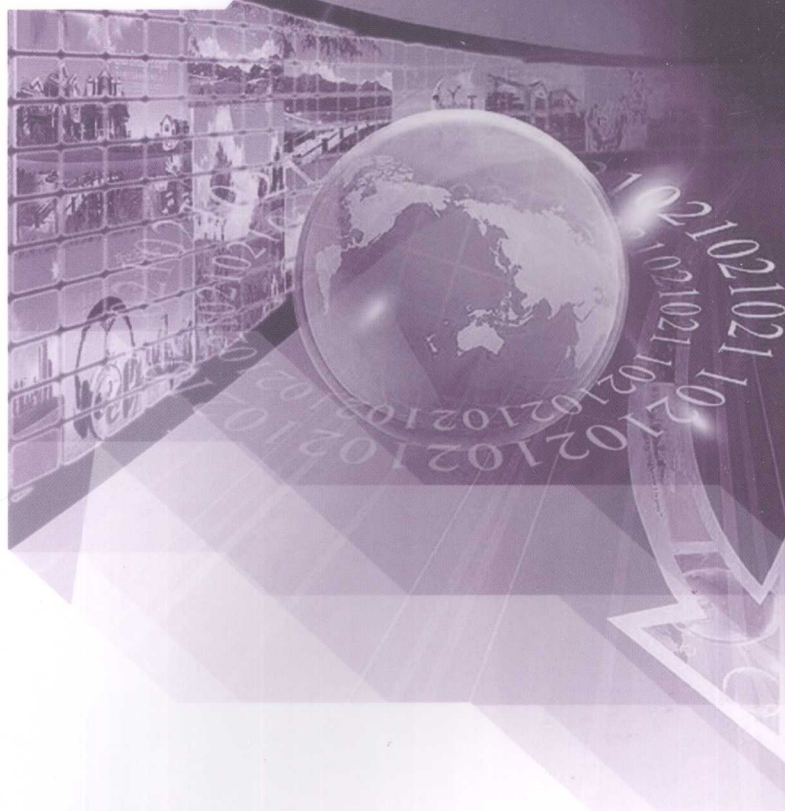


普通高等教育“十一五”规划教材

电子商务基础

唐春林 主编
杜朝晖 副主编

(第三版)



 科学出版社
www.sciencep.com

普通高等教育“十一五”规划教材

电子商务基础

(第三版)

唐春林 主编

杜朝晖 副主编

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书是在前两版的基础上编写的。除了继续保持第二版的知识体系和注重基础知识、注重感性认识、注重实践参与的特点外,还根据广大读者反馈的意见和多年的实际教学积累,对各章的教学内容进行了调整,增加了大量新的内容,力图反映电子商务的最新发展。

本书共分 11 章,内容有:电子商务的基础知识,涉及电子商务的概述、起源、定义、分类、系统组成和电子商务对社会带来的变革;电子商务的安全技术;电子商务与电子支付技术;电子商务与物流;电子商务的成功案例分析;电子商务与网络营销;电子商务的网站建设;电子商务涉及的法律法规问题;移动电子商务以及与人们的工作、学习、生活密切相关行业的电子商务网站介绍。每章后都配有相应的理论题和上机实践题,以巩固学习的内容。

本书既可作为各大学、职业技术学院等院校“电子商务概论”等相关课程的教材,也可作为政府机关、制造、贸易、商业、信息等企事业单位的“电子商务”培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础 / 唐春林主编. —3 版. —北京: 科学出版社, 2009
(普通高等教育“十一五”规划教材)

ISBN 978-7-03-024781-0

I. 电… II. 唐… III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 098045 号

责任编辑: 赵卫江 / 责任校对: 耿 耘

责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号
邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

骏立印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2000 年 9 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2003 年 6 月第 二 版 印张: 19 3/4

2009 年 7 月第 三 版 字数: 453 000

2009 年 7 月第 18 次印刷 印数: 55 001—58 000

定价: 29.80 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138017

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

2000年,为了满足电子商务教学的需要,我们编写了《电子商务基础》这本教材,编写原则是:突出对电子商务基础知识的介绍,突出读者对电子商务的感性认识,突出读者参与电子商务的实践(配有相关的上机实践题)。本书出版后,承蒙广大读者的厚爱,先后多次印刷。为了适应电子商务教学的需要,2003年6月我们对第一版做了修订后进行了再版,同样得到了全国许多高校的专家、教师和广大同学的支持,并迅速得到了广泛的使用。在此,我们对关心、支持并对本书提出意见和建议的专家、教师及广大读者表示衷心的感谢。

近几年,电子商务发展和普及速度很快,出现了许多新的观点和技术,这就要求我们的教学内容必须跟上,鉴于此,我们根据电子商务的最新发展和实际教学体会编写了《电子商务基础》第三版。

新版的《电子商务基础》,除了继续保持第二版的知识体系和前面版本注重基础知识、注重感性认识、注重实践参与的特点外,还根据广大读者反馈的意见和多年的实际教学积累,对各章的教学内容进行了调整,增加了大量新的内容,对一些陈旧的观点做了删改,力图反映电子商务的最新发展。

本书介绍了电子商务的基础知识及其涉及的主要技术,共分为11章。第1章和第2章介绍电子商务的基础知识,涉及电子商务的兴起、定义、分类、系统组成、电子商务对社会带来的影响和早期的电子商务——EDI;第3章讨论电子商务的安全技术,介绍了CA、数字证书、加密技术等内容;第4章讨论电子商务中的电子支付技术,谈到了网上银行、电子货币、支付网关等知识;第5章的电子商务与物流中,介绍了电子商务物流的概念、分类以及我国物流发展的现状等;第6章分析了一些电子商务的成功案例,为读者开展电子商务提供借鉴;第7章介绍了电子商务与网络营销,谈到了网络营销的各种方法;第8章讨论电子商务的网站建设,涉及电子商务网站的规划设计、网页制作、域名申请、主机托管等基本内容;第9章介绍了电子商务涉及的法律法规问题;第10章介绍了电子商务的最新发展分支——移动电子商务;最后在第11章介绍与人们的工作、学习、生活密切相关的各领域的电子商务网站。每章后都配有相应的理论题和上机实践题,以帮助读者复习和巩固每章所学的内容。

为了方便教学,本书配有教学课件和教学素材,读者可从科学出版社网站上下载使用,网址是<http://www.abook.cn>。

本书由唐春林策划,唐春林主编。另外,曹芳编写第3章,杜朝晖编写第4章,洪峰编写第5章,李爱武编写第6章,陆慕趣编写第7章,毛振寰编写第8章,吴红编写第9章,吴洪中编写第10章,其余章节由唐春林编写。

本书在编写过程中参考了国内外大量的有关文献,特别是参考引用了《计算机世界报》、《电脑报》以及<http://www.taobao.com>等网站上有关作者、编者、读者发表的观点和素材,谨在此表示诚挚的谢忱。

由于编者水平有限,书中错误与疏漏之处在所难免,欢迎读者批评指正。

编 者

2009年4月

目 录

第 1 章 电子商务的兴起与发展	1
1.1 电子商务的兴起.....	1
1.1.1 电子商务的兴起是必然的.....	1
1.1.2 电子商务的兴起是有一定基础的.....	2
1.1.3 电子商务概念和业务的兴起.....	3
1.2 电子商务在全球的发展.....	6
1.2.1 世界各国发展电子商务.....	6
1.2.2 电子商务在全球备受关注.....	8
1.3 电子商务在我国的发展.....	8
1.3.1 我国电子商务的发展简况.....	9
1.3.2 中国国际电子商务大会.....	10
1.3.3 WTO 对我国电子商务发展的影响.....	12
1.3.4 我国电子商务发展中应注意的问题.....	13
1.4 感受我们身边的电子商务.....	14
小结.....	18
习题.....	18
第 2 章 电子商务基础知识	19
2.1 电子商务的三个阶段和四种基本流.....	19
2.1.1 电子商务的三个阶段.....	19
2.1.2 电子商务的四种基本流.....	21
2.2 电子商务的定义.....	23
2.2.1 电子商务的定义举例.....	23
2.2.2 关于 EB 和 EC.....	24
2.3 电子商务的分类.....	25
2.3.1 按电子商务活动的性质分类.....	25
2.3.2 按电子商务的参与对象分类.....	25
2.3.3 按商业活动运作方式分类.....	27
2.3.4 按开展电子交易的信息网络范围分类.....	27
2.4 电子商务的功能及影响.....	28
2.4.1 电子商务的功能.....	28
2.4.2 电子商务产生的影响.....	29
2.4.3 电子商务与传统商务的区别.....	32
2.5 电子商务系统构成.....	33
2.5.1 电子商务系统框架结构.....	33

2.5.2 电子商务系统模型	34
2.6 电子数据交换 (EDI) 简介	34
2.6.1 EDI 的概念	34
2.6.2 EDI 的优点	35
2.6.3 EDI 的组成	35
2.6.4 不同时期的 EDI 系统	36
小结	41
习题	41
第 3 章 电子商务的安全技术	42
3.1 电子商务中的安全问题	42
3.1.1 由事例看电子商务的安全问题	42
3.1.2 电子商务安全分类	45
3.1.3 电子商务主要的安全要素	46
3.2 计算机病毒防治技术	47
3.2.1 计算机病毒的基本概念	47
3.2.2 计算机病毒的特征	47
3.2.3 计算机病毒的传播方式	49
3.2.4 计算机病毒的分类	49
3.2.5 计算机病毒的破坏行为	50
3.2.6 计算机病毒的防御	51
3.2.7 常用的杀毒软件	51
3.3 防范黑客技术	52
3.3.1 防范黑客入侵的措施和步骤	52
3.3.2 防火墙技术	54
3.4 加密技术	56
3.4.1 加密技术的一些概念和名词	57
3.4.2 对称密钥体制	57
3.4.3 非对称密钥体制	59
3.4.4 RSA 与 DES 的互补	61
3.4.5 密钥管理技术	61
3.4.6 加密技术的几个应用	63
3.5 认证与识别技术	65
3.5.1 证书认证中心 (CA 中心)	65
3.5.2 数字证书	68
3.6 虚拟专用网技术	72
3.7 电子商务中的主要安全协议	73
3.7.1 Internet 电子邮件的安全协议	73
3.7.2 SSL	73
3.7.3 S-HTTP	74

3.7.4 UN/EDIFACT 的安全	74
3.7.5 SET	74
小结	74
习题	74
第 4 章 电子商务与电子支付	76
4.1 支付、支付工具和支付系统	76
4.1.1 几个概念	76
4.1.2 支付工具的演变	76
4.1.3 国际国内支付系统简介	77
4.2 电子支付方式	80
4.2.1 关于电子支付	80
4.2.2 支持电子支付的网络平台	80
4.2.3 电子货币的概念、特征	81
4.2.4 银行卡类	83
4.2.5 电子现金类	85
4.2.6 电子支票类	88
4.3 与电子支付相关的两个安全协议	90
4.3.1 SSL 协议	90
4.3.2 SET 协议	92
4.3.3 SSL 协议和 SET 协议的比较	94
4.4 网上银行	95
4.4.1 网上银行的兴起	95
4.4.2 网上银行的有关内容	96
4.4.3 我国网上银行的发展	96
4.4.4 招商银行的网上银行	97
4.4.5 中国工商银行的网上银行	100
4.5 网上支付	101
4.5.1 关于电子支付与网上支付的概念	101
4.5.2 网上银行的网上支付	102
4.5.3 网上银行接口的网上支付(骨干层)	104
4.5.4 第三方支付	109
小结	111
习题	111
第 5 章 电子商务与物流	113
5.1 物流概述	113
5.1.1 物流的概念	113
5.1.2 物流的分类	115
5.1.3 物流管理	116
5.1.4 我国物流业发展简介	119

5.2	电子商务与物流的关系	121
5.2.1	物流对电子商务的影响	121
5.2.2	电子商务对物流的影响	124
5.3	电子商务物流中心	125
5.3.1	电子商务物流的特点	125
5.3.2	电子商务物流配送中心的特征	127
5.4	国内外电子商务物流模式	128
5.4.1	电子商务物流方案的重点考虑因素	128
5.4.2	国外电子商务物流模式案例	130
5.4.3	我国电子商务物流模式案例	133
5.5	电子商务物流技术	135
5.5.1	条码技术及应用	135
5.5.2	射频技术及应用	136
5.5.3	GIS 技术及应用	137
5.5.4	GPS 技术及应用	137
	小结	138
	习题	138
第 6 章	电子商务成功案例	140
6.1	亚马逊	140
6.1.1	亚马逊的创建与发展	140
6.1.2	亚马逊的成功分析	142
6.2	海尔集团	146
6.2.1	海尔集团简介	146
6.2.2	海尔的电子商务	148
6.2.3	海尔的物流	155
6.3	阿里巴巴	157
6.3.1	阿里巴巴简介	157
6.3.2	阿里巴巴的成功分析	158
6.4	戴尔计算机公司	162
6.4.1	戴尔简介	162
6.4.2	戴尔开展电子商务的主要措施	163
	小结	167
	习题	167
第 7 章	电子商务与网络营销	169
7.1	网络营销概述	169
7.1.1	网络营销的产生	169
7.1.2	网络营销产生的背景	169
7.1.3	网络营销的概念	171
7.2	网络营销的理论基础及内容体系	173

7.2.1 网络营销的理论基础	173
7.2.2 网络营销的内容体系	174
7.3 网络站点营销	175
7.3.1 网站内容营销	175
7.3.2 网站推广	178
7.4 搜索引擎营销	181
7.4.1 搜索引擎的发展与分类	181
7.4.2 搜索引擎营销 (SEM)	183
7.4.3 搜索引擎营销的主要方法	184
7.5 E-mail 营销	188
7.5.1 许可 E-mail 营销与垃圾邮件	188
7.5.2 E-mail 营销的几种模式	189
7.5.3 邮件列表	189
7.6 网络广告营销	190
7.6.1 网络广告的概念	190
7.6.2 网络与传统传媒的比较	191
7.6.3 网络广告的优缺点	191
7.6.4 网络广告的主要形式	193
7.6.5 与网络广告有关的几个名词	195
7.6.6 网络广告的计费方式	196
7.6.7 网络广告管理系统	197
小结	200
习题	200
第 8 章 电子商务网站建设	202
8.1 电子商务网站概述	202
8.1.1 电子商务网站的主要作用	202
8.1.2 电子商务网站的分类	203
8.1.3 电子商务网站建设的一般流程	204
8.2 电子商务网站策划	205
8.2.1 关于网站策划 (规划)	205
8.2.2 网站策划 (规划) 书	205
8.3 域名注册	207
8.3.1 IP 地址、域名、URL	207
8.3.2 域名的重要性	209
8.3.3 域名体系结构	210
8.3.4 域名注册	211
8.4 网页制作	216
8.4.1 静态网页和动态网页	216
8.4.2 网页制作工具	217

8.4.3 有关网页制作的一些知识和术语	218
8.5 服务器托管和虚拟主机	219
8.5.1 服务器空间的选择	220
8.5.2 服务器配置	221
8.5.3 虚拟主机提供商举例	221
8.6 网站运营维护	222
8.6.1 网站运营准备	223
8.6.2 网站运营的主要工作	223
8.7 网上开店	224
8.7.1 网上开店概述	224
8.7.2 免费网上开店举例	225
8.8 使用建站工具建立网站	226
8.8.1 中国频道的“速成网站”	226
8.8.2 中国万网的“速成网站”	227
小结	228
习题	228
第9章 电子商务中的税收和法律问题	230
9.1 电子商务引起的税收问题	230
9.1.1 与电子商务相关的税目	230
9.1.2 电子商务的税收问题	230
9.1.3 电子商务的税收立法	232
9.1.4 税务机关的应对措施	233
9.1.5 案例分析：全国首例网络交易偷税案	234
9.2 电子商务引起的法律问题	235
9.2.1 知识产权问题	235
9.2.2 电子支付问题	238
9.2.3 身份认证问题	239
9.2.4 信息安全问题	240
9.2.5 个人隐私问题	241
9.2.6 电子合同问题	242
9.3 国内外电子商务立法	244
9.3.1 国际电子商务的立法	244
9.3.2 国内电子商务的立法	249
小结	253
习题	253
第10章 移动电子商务	254
10.1 移动电子商务的兴起与发展	254
10.1.1 移动电子商务的兴起	254
10.1.2 移动电子商务在芬兰的发展	254

10.1.3	移动电子商务在美国的发展	255
10.1.4	我国移动电子商务的发展简况	256
10.2	移动电子商务的基础知识	257
10.2.1	移动电子商务的定义	257
10.2.2	移动电子商务的特点	257
10.2.3	移动电子商务的应用范围	258
10.2.4	移动电子商务的系统框架	258
10.2.5	移动电子商务带来的冲击和影响	259
10.3	移动电子商务中的主要技术	260
10.3.1	移动通信技术的发展	260
10.3.2	移动上网	263
10.3.3	无线应用协议 (WAP)	263
10.3.4	移动 IP	264
10.3.5	蓝牙	264
10.3.6	通用分组无线业务 (GPRS)	264
10.3.7	手机 (移动) 定位系统	265
10.4	移动电子商务应用举例	266
10.4.1	手机银行	266
10.4.2	移动商街	268
10.4.3	e 动商网	270
	小结	271
	习题	272
第 11 章	电子商务在各行各业的实践	273
11.1	行业应用	273
11.1.1	关于行业应用	273
11.1.2	行业网站举例	274
11.2	网上购物	276
11.2.1	关于网上购物	276
11.2.2	当当网	277
11.2.3	卓越网	277
11.2.4	比较购物网站	279
11.3	网上拍卖	280
11.3.1	关于网上拍卖	280
11.3.2	拍卖网站举例	281
11.3.3	拍卖网站的信用体系	284
11.4	电子政务	285
11.4.1	关于电子政务	285
11.4.2	中国政府网	286
11.4.3	网上报税	287

11.4.4 中国电子口岸	288
11.5 网络教育	289
11.5.1 现代远程教育与网络教育	289
11.5.2 高等远程教育	289
11.5.3 农村中小学现代远程教育工程	291
11.6 网络招聘	292
11.6.1 关于网络招聘	292
11.6.2 招聘网站举例	292
11.7 网上证券	294
11.7.1 关于网上证券	294
11.7.2 证券之星	294
11.7.3 大智慧	295
11.8 网上保险	296
11.8.1 关于网上保险	296
11.8.2 泰康在线	296
11.8.3 第三方网上保险交易平台	297
11.9 网上医疗	298
11.9.1 关于网上医疗	298
11.9.2 东软远程医疗网	299
11.10 网上旅游	300
11.10.1 关于网上旅游	300
11.10.2 携程旅行网	300
11.10.3 谷歌公司的“网上旅游”	300
小结	302
习题	303
主要参考文献	304

第1章 电子商务的兴起与发展

你知道亚马逊吗？你了解 8848 这个数字所代表的意义吗？阿里巴巴的故事你应该听说过吧？你当然会说：亚马逊是世界最长的河流；8848 是世界最高峰珠穆朗玛峰的高度的整数部分；阿里巴巴，芝麻开门的财宝故事我们从小就听过。

你也许感到奇怪，我们在这里谈电子商务，怎么说起这些来了呢？

因为电子商务与这些名词和数字有关：谈到电子商务，你不能不知道美国的“亚马逊”，它可以是电子商务的代名词；谈到中国的电子商务，你又能不知道阿里巴巴网站；而 8848 曾经一度是中国电子商务的代名词。

电子商务已引起了世界各国政府的高度重视，它已在我们身边悄悄地（也可以说是如火如荼地）兴起来了，它已深入到了我们的工作、学习、生活的方方面面。

1.1 电子商务的兴起

可以这样说：电子商务是人类利用现代信息技术的一种新的商品交易模式，它是人类商品交易模式发展、变化到今天的必然结果。当然，与人类历史上任何一种发明创造和任何一种新生事物出现一样，电子商务的出现有着其长期的技术积累、社会积累和人员积累。

下面我们谈谈电子商务的概念和业务的兴起。

1.1.1 电子商务的兴起是必然的

1. Internet 从科研用途到商业用途

Internet 是在美国较早的军用计算机网 ARPANET 的基础上经过不断发展变化而形成的。Internet 的起源主要可分为以下几个阶段。

(1) Internet 的前期阶段

1969 年，美国国防部高级研究计划管理局（Advanced Research Projects Agency, ARPA）开始建立一个名为 ARPANET 的网络。当时世界处于冷战时期，美国建立这个网络的目的是为了将美国的几个军事及研究用电脑主机连接起来，一旦其某些军事基地被袭击后，该指挥网络仍能畅通无阻，使其他的军事基地仍能接受命令。人们普遍认为 ARPANET 就是 Internet 的雏形。

(2) Internet 的发展阶段

美国国家科学基金会（NSF）不断对 ARPANET 的基本技术进行完善，开发出了基于 TCP/IP 协议的互联网技术。NSF 在 1985 年开始建立 NSFNET：规划建立了 15 个超级计算中心及国家教育科研网，形成了用于支持科研和教育的全国性规模的计算机网络。并以此作为基础，实现同其他网络的连接，代替了 ARPANET 的骨干地位。

1989年，MILNET（由ARPANET分离出来）实现和NSFNET连接后，就开始采用Internet这个名称。自此以后，其他部门的计算机网相继并入Internet，ARPANET即宣告解散。

（3）Internet的商业阶段

20世纪90年代初，商业机构开始进入Internet，使Internet开始了商业化的新进程，也成为Internet发展的强大推动力。

1995年，NSFNET停止运作，Internet已彻底商业化了。

随着商业网络和大量商业公司进入Internet，网上商业应用取得高速的发展，同时也使Internet能为用户提供更多的服务，使Internet迅速普及和发展起来。

2. 人类商品交易模式的变化

随着社会生产力的发展和科学技术的日新月异，人类社会经历了由自给自足的自然经济向商品经济的转换过程。

（1）无商品交易时期

在原始社会，人们共同劳动、共同生活，劳动成果大家共同分享。由于生产力落后，人们不可能拥有用于交换的剩余产品，也就基本上不存在商品交易的概念。

（2）商品交易的产生及其模式的变化

当社会生产力发展到一定阶段，剩余产品出现了，同时也出现了经济利益各不相同的群体，于是，商品交易的概念便产生了。并且，随着人类社会的不断进步，人们的商品交易模式也不断地发生着变化。

① “以物换物”的商品交易模式。经济利益各不相同的群体和剩余产品的出现，产生了小规模、直接的以物换物的交换。

② “一手交钱、一手交货”的商品交易模式。随着交易范围和规模的不断扩大，出现了以一般等价物乃至货币为媒介的商品交易方式。最初以货币为媒介的商品交易模式是“一手交钱、一手交货”的商品交易模式。

③ 具有“中介人”的商品交易模式。在社会化大生产以及社会分工的日趋专业化的今天，一种被称之为“中介人”的群体也应运而生。按照信息经济学的观点，中介人是市场经济中不可缺少的一个要素。他们靠收集、加工和发布信息而获取经济利益，从而成为联系生产者与消费者的纽带。他们的存在降低了市场风险，提高了市场运行的效率。尽管如此，交易双方或者中介人仍然需要进行大量的商务洽谈，并需进行大量的基于纸介媒体的文件交换，例如合同、订单、发票等。

④ 信息网络成为新的“中介人”的商品交易模式——电子商务。近年来，随着现代信息技术的迅猛发展，一种新的交易方式应运而生。这种交易方式主要靠电子信息网络进行交易活动，而无需买卖双方面对面地直接接触或中介人的撮合，信息网络成为新形势下的“中介人”，这便是电子商务的一个缩影。

1.1.2 电子商务的兴起是有一定基础的

虽然说电子商务的产生是必然的，但必然的背后有着长期的社会积累、技术积累和人员积累。概括地说，电子商务能够产生和发展的重要条件主要有以下几个方面。

1. 人们广泛使用计算机

自从世界上第一台计算机 ENAIC 在美国诞生以来, 经过 60 多年的发展, 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, 应用越来越广泛, 已经渗透到了社会的各个领域, 人们对计算机的依赖程度越来越高。这为电子商务的应用提供了技术基础。

2. Internet 的普及和成熟

计算机网络特别是 Internet 的逐渐普及和成熟使 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体, 全球上网用户呈级数增长趋势, Internet 快捷、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

3. 电子支付逐渐流行

信用卡等电子支付手段以其方便、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. 各种支持网络交易的安全交易协议的制定

世界各国、各种国际组织和跨国企业纷纷制定支持网络交易的安全交易协议, 为电子商务提供了安全的标准。SET 协议和 SSL 协议的出台, 得到众多厂商的认可和支持, 为电子商务的开展提供了一个关键的安全环境。

5. 全社会的关注与支持

自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议, 美国随后发布“全球电子商务纲要”以后, 电子商务受到世界各国政府的重视, 许多国家的政府开始尝试“网上采购”, 这为电子商务的发展提供了有利的支持。

6. 热衷于电子商务的人们

大量的热衷于电子商务的专家、学者、企业家、投资商、创业者、银行家等各界人士, 他们看到了电子商务的美好前景, 纷纷投入到电子商务的实践中来。

1.1.3 电子商务概念和业务的兴起

电子商务的兴起分为两个方面: 一个是电子商务概念的兴起, 另一个是电子商务业务的兴起。

1. 电子商务概念的兴起

电子商务这一概念的出现大约在 1995 年、1996 年。随着 Internet 和 WWW 等技术的兴起和普及, 利用遍布各地的网络来进行信息的传输成为可能, 在网上开展商务活动逐渐被人们所关注。

尤其是 1995 年、1996 年 Internet 的快速发展，出现了一些成功的案例：

以直接面对消费者的直销模式而闻名的美国戴尔（Dell）公司在 Internet 上销售其产品；网络新贵亚马逊（www.amazon.com）网上书店逐渐走进人们的视线；e-Bay 公司是互联网上最大的个人对个人的拍卖网站，它的销售额在逐年上升。

像这样的营业性网站随着 Internet 的发展呈现出急剧增长的趋势。

于是电子商务很快被媒体和 IT 界力捧起来，一些 IT 厂商乘机大做文章，高举电子商务大旗，并包装了类似电子管理（E-Management）、电子世界（E-World）、电子服务（E-Service）等衍生的词汇，用新的概念推销他们的产品或服务，以往的种种产品均被冠以电子商务的前缀。

由此，人们提出了电子商务的概念。

2. 电子商务业务的兴起

虽然电子商务的概念大约是在 1995 年、1996 年才提出来的，但是它的业务形式并不是这些年才开始的，实际上此前的电子数据交换 EDI、电子订单系统 EOS、电子资金转移 EFT 等都是利用电子化的手段、在计算机网络环境中进行的商务活动，本质上就属于电子商务的范畴，并且有些已经运作得很好了。但是由于种种因素的限制，特别是网络条件的限制，使得这些业务一直很难大规模采用和推广，当然也就无从提出“电子商务”这一概念了。

（1）基于 EDI 的电子商务

EDI（Electronic Data Interchange）是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据，因此，人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。

EDI 最早起源于第二次世界大战后期向被封锁城市运送物资的柏林空运行动。该行动的美方负责人 Edward A. Guilbert 发现他每天要处理大量的纸面文件。为了改变这种情况，Guilbert 开始使用电传进行通信，同时，为了使整个过程更简单，他指定了操作格式和过程的标准。

1968 年，Guilbert 创立和领导了美国运输业数据协调委员会（TDCC）。该组织的目的在于发展和扩充他本人在空运行动中所指定的一些标准。20 世纪 70 年代，该委员会开始颁布一些公司间的数据交换的标准计算机格式。EDI 的这些早期标准主要集中在提单和其他运输文件上。后来该组织发展成为电子数据交换协会（EDIA）。

1970 年，美国银行家协会（American Bankers Association）的一个研究委员会开发了无纸金融信息传递的美国全国结算系统，并提出了行业标准。

1972 年，美国第一个自动票据交换所系统成立。

1975 年，TDCC 发表了第一个 EDI 标准。

1978 年，美国全国性 EDI 委员会——X12 委员会成立。

1981 年，该委员会出版了第一套 EDI 标准。

1987 年，联合国公布了 EDI 运作标准 UN/EDIFACT（United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport），并且每年进行修订。

1989 年，美国公布了重新修订的“统一法典 4A 编——资金划拨草案”，规范了电

子商务中的资金划拨问题, EDI 的应用逐渐成为现实。

1990年3月正式推出了 UN/EDIFACT 标准, 并被国际标准化组织正式接受为国际标准 ISO9735。联合国为此成立了联合国贸易网络组织。

1996年12月18日, 联合国贸易网络组织中国发展中心(CNTPDC)在北京成立, 同年12月24日北京海关与中国银行北京分行在我国首次开通 EDI 通关电子划款业务, 并成为联合国贸易网络组织的成员。

(2) 基于 Internet 的电子商务

由于使用 EDI 的费用很高, 仅大型企业才会使用, 因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。

20世纪90年代中后期, 国际互联网迅速走向普及化, 逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭, 其功能也已从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。

一直排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入到这个王国, 因而使电子商务成为互联网应用的最大热点。出现了许多在互联网上开展商务活动的成功例子, 如前面提到的亚马逊、戴尔等, 从而引起了人们的广泛注意。

互联网还在高速发展着, 尤其是在我国。下面我们来看看从中国互联网络信息中心(CNNIC)2009年1月13日发布的《第23次中国互联网络发展状况统计报告》里摘录出来的一些内容, 从中我们可以感觉得到我国互联网的飞速发展:

截止到2008年底, 我国网民数达到2.98亿, 宽带网民数达到2.7亿, 国家CN域名数达1357.2万, 三项指标继续稳居世界排名第一。

我国网民规模已经接近3亿, 较2007年增长41.9%, 互联网普及率达到22.6%, 略高于全球平均水平(21.9%)。这是继2008年6月中国网民规模超过美国, 一举成为全球第一之后, 中国的互联网普及再次实现飞跃, 赶上并超过了全球平均水平。

与此同时, 过去半年来, 90.6%的中国网民使用过宽带接入互联网, 也就是说, 2.7亿中国网民使用了宽带访问互联网, 较2007年增长一个多亿。

另外, 作为国家域名, CN域名注册量较2007年增长50.8%, CN域名下的网站增幅更达到了120.3%。作为我国互联网的重要基础资源, CN域名已经广泛地应用在金融、汽车等各个行业中。

庞大的用户市场使大家对利用 Internet 进行电子商务活动的期望越来越高。于是电子商务受到各地政府和社会各行业的高度重视, 并逐渐成为关注焦点。另外, 也就出现了狭义和广义的电子商务, 狭义的电子商务实际上就是基于 Internet 的电子商务, 而广义的电子商务则会超过 Internet 的范围, 目前大家热衷的焦点也正是基于 Internet 的电子商务。

(3) 基于 Internet 的电子商务对企业具有更大的吸引力

为什么基于互联网的电子商务对企业具有如此大的吸引力呢? 这是因为它比基于 EDI 的电子商务具有以下明显的优势:

① 费用低廉。由于互联网是国际的开放性网络, 使用费用很便宜, 这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣。

② 覆盖面广。互联网几乎遍及全球的各个角落, 用户随时随地上网就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。