



职业教育电子商务专业“十一五”规划教材

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

李贞华 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



配助教课件

职业教育电子商务专业“十一五”规划教材

电子商务概论

主 编 李贞华

副主编 何兴旺

参 编 覃永学 白晓雷

白宝田 施 勇



机械工业出版社

“电子商务概论”是电子商务专业的核心课程之一，也是经济管理类其他相关专业电子商务方面的基础课程之一。本书共分9个单元，分别从初识电子商务、领会电子商务交易模式、熟悉电子商务安全、运用电子支付、认识电子商务物流、掌握网络营销策略、学会网络采购、了解电子商务法律、分析电子商务案例几个方面介绍了电子商务的基本理论与实务操作。本书系“任务驱动”系列教材之一，可作为职业教育电子商务专业教材，也可作为全国电子商务员考试的培训或复习用书。

图书在版编目（CIP）数据

电子商务概论/李贞华主编. —北京：机械工业出版社，2009.4
职业教育电子商务专业“十一五”规划教材
ISBN 978-7-111-26717-1

I. 电... II. 李... III. 电子商务—职业教育—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 046176 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：徐永杰 责任编辑：聂志磊

封面设计：马精明 责任印制：乔 宇

北京双青印刷厂印刷

2009 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·14.75 印张·344 千字

0 001—3 000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-26717-1

定价：25.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话：（010）68326294

购书热线电话：（010）88379639 88379641 88379643

编辑热线：（010）88379196

本社服务热线：（010）68311609

本社服务邮箱：marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线：（010）88379196

投稿邮箱：leory123@sina.com

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着经济全球化和以 Internet 为核心的网络技术的飞速发展,电子商务作为一种全新的商务手段得到了迅速的普及和推广。电子商务从发展之初就以其独特的魅力引起了社会各界的极大关注,它给社会的生产、管理,人们的生活、就业,政府职能,法律制度以及教育文化等各个方面带来了巨大的影响。未来的电子商务必将成为世界信息系统的核心和新世纪经济活动的重心。

本书的编写本着“以任务为主线、以技能为载体、以学生为中心”的指导思想,以提高学生的整体素质为基础,充分体现了职业教育的特点。此外,本书在体例安排上,结合职业教育学生的心理和生理特点,版式设计灵活、简洁,配有大量的网页图片和流程图,使其具有生动性、趣味性和启发性等特点。同时,本书还注意与人力资源和社会保障部颁布的《电子商务师国家职业标准》相衔接。

本书的结构如下:

- 任务目标:通过学习本单元内容应达到的目标。
- 任务相关理论介绍:本单元的主要内容。
- 知识链接:一些电子商务的数据资料。
- 示例:通过一些示例和对示例的分析提示,增强学生对知识的理解。
- 单元总结:本单元主要内容提要。
- 课后习题:为巩固掌握所学内容而设计的练习题。

本书共分9个单元,包括初识电子商务、领会电子商务交易模式、熟悉电子商务安全、运用电子支付、认识电子商务物流、掌握网络营销策略、学会网络采购、了解电子商务法律和分析电子商务案例。本书可作为职业学校电子商务专业和其他相关专业学生的教材,也可作为电子商务专业培训教材或一般参考书。书中引用大量的实际案例,每一单元都精心编写了练习题,以帮助学生更加深刻地理解知识,并配有电子课件和习题参考答案,方便教师教学。

本书由李贞华担任主编,何兴旺担任副主编。具体分工如下:覃永学编写第一~二单元;何兴旺编写第三、第七单元;李贞华编写第四~六单元;白晓雷编写第八单元;白宝田、施勇编写第九单元。

由于时间仓促与编者水平有限,书中难免有不足之处,敬请各位专家、读者批评指正。

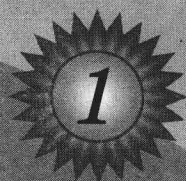
编 者

目 录

前言	
第一单元 初识电子商务	1
任务一 电子商务从哪儿来的	1
任务二 了解现实中电子商务的应用	3
任务三 掌握电子商务的类型	5
任务四 电子商务将如何发展	9
单元总结	12
课后习题	12
第二单元 领会电子商务交易模式	15
任务一 认识 B2B 电子商务	15
任务二 认识 B2C 电子商务	22
任务三 认识 C2C 电子商务	26
任务四 认识 EDI 贸易业务	34
任务五 学会淘宝网上淘宝	36
单元总结	45
课后习题	45
第三单元 熟悉电子商务安全	48
任务一 了解电子商务中的安全要求	48
任务二 学会数据加密方法	52
任务三 掌握保证电子商务安全的手段	55
任务四 学会防火墙的使用	60
任务五 认识安全交易协议	64
单元总结	67
课后习题	67
第四单元 运用电子支付	70
任务一 认识电子支付工具(一)	70
任务二 认识电子支付工具(二)	75
任务三 了解第三方支付	82
任务四 使用网络银行	84
任务五 了解移动支付	88
单元总结	94
课后习题	94
第五单元 认识电子商务物流	97
任务一 认识物流	97
任务二 掌握电子商务物流基本操作	100
任务三 了解电子商务如何配送	104
任务四 初识供应链管理	108
任务五 领会第三方物流	114
单元总结	121
课后习题	121
第六单元 掌握网络营销策略	124
任务一 认识网络营销	124
任务二 规划网络营销策略	129
任务三 建设和推广电子商务网站	138
任务四 运用网络广告技术	144
任务五 收集与整理网络商务信息	151
任务六 掌握博客营销	156
单元总结	163
课后习题	163
第七单元 学会网络采购	165
任务一 掌握网络采购的基本方法	165
任务二 了解网络采购流程	169
任务三 选择、评价供应商	175
单元总结	181
课后习题	181
第八单元 了解电子商务法律	184
任务一 初识电子商务法	184
任务二 学会电子商务中的知识产权保护	187

任务三 学会电子商务中的消 费者权益保护	191	任务一 研究 Dell 直销模式	207
任务四 学会域名保护	194	任务二 研究网上书店	214
任务五 了解电子商务税收	198	任务三 分析阿里巴巴的网 上交易	217
任务六 学会虚拟财产的法律 保护	201	任务四 分析携程旅行网的 业务模式	223
单元总结	204	单元总结	227
课后习题	204	课后习题	227
第九单元 分析电子商务案例	207	参考文献	229





第一单元 初识电子商务

20 世纪末，继 Internet 如旋风般席卷全球之后，集信息技术、商务技术和管理技术于一体的电子商务也迅速进入了人们的生产和生活中，加快了经济全球化、贸易自由化和信息现代化的发展步伐。目前，电子商务正以强劲之势改变着企业的经营方式、商务的交流方式、人们的消费方式和政府的工作方式，越来越多地影响着社会的经济发展和人们的生活。

任务一 电子商务从哪儿来的

任务目标

了解电子商务产生和发展的重要条件以及电子商务兴起和发展的两个阶段。

任务相关理论介绍

一、电子商务的起源

20 世纪 60 年代，电子计算机的广泛应用和先进通信技术的使用导致了电子数据交换（Electronic Data Interchange，简称 EDI）技术的出现和发展，一些集团开始合作开发采购、运输和财务领域中应用的工业 EDI 标准，而这些标准只适用于工业界内的贸易。为了广泛使用 EDI 技术，20 世纪 70 年代，美国运输数据协调委员会和国家信用管理协会在应用研究基金会原有标准的基础上，着手开发了 EDI 标准。随后，世界各大公司与企业开始采用电子数据交换技术，将其用于发送和接受订单、交货信息和支付信息等。电子商务由此诞生。

二、电子商务产生的基础

早期的电子商务大部分都建立在大量功能不同的软件设施基础上，因此使用价格极

为昂贵, 仅大型企业才会使用电子商务技术。此外, 早期的网络技术的局限性也限制了电子商务技术应用范围的扩大和水平的提高。随着全球商贸业务的发展以及信息管理技术的成熟, 企业对电子商务的需求越来越强烈。20 世纪 90 年代以来, 因特网技术和 EDI 技术的迅猛发展为电子商务的发展奠定了坚实的基础。

电子商务产生和发展的主要条件是:

(1) 计算机的广泛应用 从计算机问世至今, 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, 这为电子商务的应用提供了基础。

(2) 网络的普及和成熟 由于 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和网络快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

(3) 信用卡的普及应用 信用卡以其方便、快捷、安全等优点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的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) 安全电子交易协议的制定 1997 年 5 月 31 日, 由美国 VISA 和 Master Card 国际组织等联合制定的安全电子交易 (Secure Electronic Transaction, 简称 SET) 协议出台, 该协议得到大多数厂商的认可和支 持, 这为开展电子商务提供了安全环境。

(5) 政府的支持与推动 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力的支持。

知识链接

电子商务是指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术(主要是 Internet)等现代信息技术所进行的各类商务活动, 包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

三、电子商务的发展历程

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代, 在 20 世纪 90 年代得到了快速发展, 从产生到现在经历了几个不同的阶段。

第一阶段: 基于 EDI 的电子商务

从技术的角度来看, 人类利用电子通信的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 60 年代, 人们就开始用电报发送商务文件; 20 世纪 70 年代, 人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报。但是由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的, 不能将信息直接转入到计算机信息管理系统中, 因此, 人们开始采用 EDI 作为企业间进行电子商务交易的应用技术, 这也就是电子商务的雏形。

EDI 在 20 世纪 60 年代末期产生于美国。当时的贸易商们在使用计算机处理各类商务文件的时候发现, 由人工输入到一台计算机内的数据中有 70% 是来源于另一台计算机输出的数据, 由于过多人为因素影响了数据的准确性和工作效率的提高, 人们开始尝试在贸易伙伴的计算机之间使数据能够自动交换, 因此 EDI 应运而生。

第二阶段：基于 Internet 的电子商务

由于 VAN（增值网）的费用很高，只有大型企业才有条件使用，因此限制了基于 EDI 的电子商务的应用范围的扩大。20 世纪 90 年代中期，Internet 迅速普及，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。从 1991 年起，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，从而使电子商务成为互联网应用的最大热点。以直接面对消费者的网络直销模式而闻名的美国戴尔（Dell）公司 1988 年 5 月的在线销售额高达 500 万美元，该公司 2000 年在线收入占总收入的一半。另一个网络新贵——亚马逊网上书店（Amazon.com）的营业收入从 1996 年的 1580 万美元猛增到 1998 年 4 亿美元。eBay 公司是互联网上最大的个人拍卖网站，这个跳蚤市场在 1998 第一季度的销售额就达 1 亿美元。

综合所述，EDI 技术的产生和发展为以 Internet 为基础的电子商务应用提供了有益的尝试和技术准备，Internet 技术的普及与发展也为 EDI 技术的进一步发展提供了动力和技术条件。

任务二 了解现实中电子商务的应用

任务目标

了解电子商务的优势以及电子商务对社会经济和人类工作、生活方式的影响。

任务相关理论介绍

一、发展电子商务的原因

以互联网为依托的电子技术平台为传统商务活动提供了一个无比宽阔的发展空间，其优越性是传统媒介手段根本无法比拟的，其特点如下：

（1）广域性 互联网跨越世界、穿越时空，无论身处何地，无论白天与黑夜，只要利用浏览器轻点鼠标，你就可以随心所欲地登录任何国家、地域的网站，与他人直接沟通。

（2）即时性 21 世纪是信息社会，信息就是财富，而信息传递速度的快慢对于商家而言可谓是生死攸关。互联网以其传递信息速度的快捷性而备受商家青睐。

（3）虚拟性 互联网使传统的空间概念发生了变化，出现了有别于实际地理空间的虚拟空间。处于世界任何角落的个人、公司或机构，可以通过互联网紧密地联系在一起，建立虚拟社区、虚拟公司、虚拟政府、虚拟商场、虚拟大学或者研究所等，以达到信息共享、资源共享、智力共享等目的。

（4）互动性 通过互联网，商家之间可以直接交流、谈判、签合同，消费者也可以

把自己的反馈建议反映到企业或商家的网站上，而企业或商家则要根据消费者的反馈及时调查产品及服务的品质，做到良性互动。

综合以上优势，电子商务作为一种新的商业模式于 20 世纪最后的 10 年出现在人们面前，和传统的交易方式相比，电子商务有很多优越之处。例如，它可以突破地域和时间限制，使处于不同地区的人们自由地传递信息，互通有无，开展贸易；它的快捷、自由和交换的低成本等优势使其大受欢迎，并被广泛使用。

二、电子商务的影响

21 世纪是一个以网络为核心的信息时代，数字化、网络化与信息化是 21 世纪的时代特征。电子商务作为信息时代的一种新的商贸形式，不仅带来了经营战略、组织管理及文化冲突等方面的变化，还带来了一种通过技术的辅助、引导、支持来实现前所未有的频繁的商务经济往来的方式，是商务活动本身发生的根本性革命。电子商务直接改变的是商务活动的方式、买卖的方式、贸易磋商的方式、售后服务的方式等。

1. 电子商务对社会经济的影响

1) 电子商务将改变商务活动的方式：传统的商务活动中，推销员满天飞、采购员遍地跑、说破了嘴、跑断了腿的现象不复存在了，消费者在商场中精疲力尽地寻找自己需要的商品的现象也不会有了。现在，只要动动手，消费者通过互联网就可以进入网上商场浏览、采购各类产品，而且还能享受到在线服务；商家们可以在网上与客户联系，利用网络进行货款结算服务；政府还可以方便地进行电子招标、政府采购等活动。

2) 电子商务将改变人们的消费方式：网上购物的最大特征是消费者的主导性，购物主动权掌握在消费者手中；同时，消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易。

3) 电子商务将改变企业的生产方式：电子商务取消了许多中间环节，一切将更加直接。消费者通过网上购物，其个性化、特殊化需求通过网络完全展示在生产厂商面前，为了满足顾客的个性化需求，生产厂商针对特定的市场，生产不同的产品。制造业中的许多企业纷纷发展和普及电子商务。例如，美国福特汽车公司在 1998 年 3 月份将分布在全世界的 12 万个电脑工作站与分公司的内部网连接起来，并将全世界的 1.5 万个经销商纳入内部网中，福特公司的最终目的是实现能够按照用户的不同要求，做到按需供应汽车。

4) 电子商务将对传统行业带来一场革命：电子商务是一种崭新的贸易形式，通过人与电子通信方式的结合，极大地提高商务活动的效率，减少不必要的中间环节。传统的制造业借此进入小批量、多品种生产的时代；传统的零售业和批发业开创了“无店铺”和“网上营销”的新模式；各种在线服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

5) 电子商务将带来一个全新的金融业：由于在线电子支付是电子商务的关键环节，也是电子商务得以顺利发展的基础条件，随着电子商务在电子交易技术环节上的突破，网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及电子支票、电子现金等服务将传统的金融业带入一个全新的领域。1995 年 10 月，全球第一家网上银行“安全第一网络银行（Security First Network Bank）”在美国诞生。这家银行没有建筑物，没有地址，营业厅就是网站首页，员工只有 10 人，与总资产超过 2000 亿美元的美国花旗银行相比，“安全第一网络银行”简直是微不足道，但与花旗银行不同的是，该银行所有的交易都通过互联网进行。

6) 电子商务将改善政府的行为: 政府承担着大量的社会、经济、文化的管理和服务的功能, 尤其作为“看得见的手”, 在调节市场经济运行、防止市场失灵方面有着很大的作用。电子政府或称网上政府的出现, 将使政府的角色重新进行定位。

7) 电子商务将对企业管理产生巨大的影响: 电子商务改变了企业的竞争方式、竞争基础和竞争形象, 商务信息对企业的影响大大超出了其他因素的影响。

2. 电子商务对人们思维方式的影响

电子商务是商务领域的一场信息革命, 它将对人们的思维方式产生根本性的影响。新的思维方式体现在以下几个方面。

1) 时空观念的转换方面: 电子商务没有时间上的间断和地域上的界线, 一切都以虚拟方式出现。

2) 低成本扩张的可能性方面: 这种电子交易方式降低了成本, 提高了交易效率。

3) 营销观念的变革方面: 商务活动必须重视速度快、信用高和服务周到。

4) 学习的重要性方面: 不断地学习是工作和生存的必要条件。

3. 电子商务对人类工作和生活方式的影响

电子商务不仅影响着社会经济、企业管理, 同时也在改变着人们的生活、工作、学习以及娱乐方式。

1) 在信息传播方面: 无论对信息传播者还是信息受众, 网上信息传播都是最佳的选择。这也是电子商务受欢迎的原因之一, 网上信息传播的优势使网络广告也越来越受广告主欢迎。

2) 在生活方式方面: 电子商务的发展使人们的生活方式发生了变化。现在轻点鼠标, 人们就可以在网上海会、购物、看电影、玩游戏、看书、讨论问题; 当然, 这也出现了新的问题, 如网上垃圾污染问题、家庭隐私问题、网上安全问题等。

3) 在办公方式方面: 利用电脑与网络在家里办公已成为可能, 不再局限于办公室, 既节约了时间和费用, 也减轻了交通压力, 在家里办公已成为一些企业的时尚。

4) 在消费方式方面: 消费者不必将时间花在选购和排队等待上, 在家里就可以利用互联网完成整个购物的过程。网上购物和咨询、电子支付、送货上门等, 整个过程都可以通过鼠标点击来完成, 消费者可以十分轻松的心情在网上尽情畅游。

5) 在教育方式方面: 交互式的网络多媒体技术给人们的教育带来了很大的方便, 远程的数字化课堂让很多人的教育问题得到解决。讲课、作业、讲评, 一切都在网络上进行。网络大学作为远程教育的一种方式, 打破了时间和空间的限制, 为越来越多的人所接受。

任务三 掌握电子商务的类型

任务目标

掌握电子商务的几种主要的分类方法, 尤其是按照电子商务活动的对象类型分类。

任务相关理论介绍

电子商务的应用极其广泛，因此有许多分类方法。

一、按照电子商务活动的范围分类

按照电子商务活动的范围分类，可分为本地电子商务、远程国内电子商务和全球电子商务。

1. 本地电子商务

本地电子商务是指用本城市内或本地区内的信息网络实现的电子商务活动，电子交易的地域范围较小。本地电子商务系统是利用 Internet、Intranet 或专用网将下属系统连接在一起的网络系统。本地电子商务系统是开展远程国内电子商务和全球电子商务的基础系统。

2. 远程国内电子商务

远程国内电子商务是指在本国范围内进行的网上电子交易活动，其交易的地域范围较大，对软、硬件和技术要求较高，要求在全国范围内实现商业电子化、自动化，实现金融电子化，交易各方需具备一定的电子商务知识、经济能力和技术能力，并具有一定的管理水平和能力等。

3. 全球电子商务

全球电子商务是指在全世界范围内通过全球网络进行的电子交易活动，其涉及了有关交易各方的相关系统，如买方国家进出口公司系统、海关系统、银行金融系统、税务系统、运输系统、保险系统等。全球电子商务业务内容繁杂、数据往来频繁，要求电子商务系统严格、准确、安全、可靠，联合国国际贸易委员会应制定出世界统一的电子商务标准和电子商务（贸易）协议，使全球电子商务得到顺利发展。

二、按照电子商务活动的对象类型分类

按照电子商务活动的对象类型分类，可分为企业对企业的电子商务（B to B，简称 B2B）、企业对消费者的电子商务（B to C，简称 B2C）、企业对政府的电子商务（B to G，简称 B2G）、消费者对消费者的电子商务（C to C，简称 C2C）、消费者对政府的电子商务（C to G，简称 C2G）。

1. 企业对企业的电子商务

企业对企业的电子商务是指企业（生产企业或商业企业）利用 Internet 或各种商务网络向供应商（生产企业或商业企业）订货、收发票据和支付货款的活动。企业对企业的电子商务是目前为止电子商务发展最快的一个领域，也将是电子商务业务中的重头戏。典型的 B2B 网站有阿里巴巴等。阿里巴巴电子商务网站建于 1999 年，是全球最大的网上贸易市场，如图 1-1 所示为阿里巴巴电子商务网站。



图 1-1 B2B——阿里巴巴电子商务网站

处于生产领域的商品生产企业，它进行传统商务的过程大致可以描述为：需求调查——材料采购——生产——商品销售——收款——货币结算——商品交割。

当引入电子商务后，这个过程可以描述为：以电子查询的形式进行需求调查——以电子单证的形式调查原材料信息——确定采购方案——生产——通过电子广告促进商品销售——以电子货币的形式进行资金接收——同电子银行进行货币结算——商品交割。

2. 企业对消费者的电子商务

企业对消费者的电子商务基本等同于商业电子化的零售商务，随着互联网的出现和快速发展，这种类型的电子商务发展得很快。Internet 上已遍布各种类型的商业中心，提供各种商品的电子商务服务，如鲜花、书籍、计算机、汽车和各种消费商品的交易和服务。例如，IT 产品销售网站就很多，如 IT168 (<http://www.it168.com>)、太平洋电脑网 (<http://www.pconline.com.cn>)，如图 1-2 所示)。



图 1-2 B2C——太平洋电脑网

为了获得消费者的认同，网上销售商在网络商店的布置方面往往煞费苦心。网上商店的商品不是摆在货架上，而是做成了电子目录，里面有商品的图片、详细的说明书、尺寸和价格信息等。“第三方”的购买指南还不时帮助消费者在众多的商品品牌之间做出选择。消费者对选中的商品只要用鼠标轻轻一点，再把它拖到网站的“购物手推车”里就可以了。在付款时，消费者需要输入自己的姓名、电话、住址及信用卡号码，按下回车键，一次网上购物就算完成。为了解决消费者的疑问，大多数网上销售商还提供免费电话咨询服务。

总之，这种购物过程彻底改变了传统的面对面交易方式，是一种崭新而有效、保密性好、安全性高的电子购物过程，利用各种电子商务保密服务系统，人们就可以在 Internet 上使用自己的信用卡放心大胆地购买物品。

3. 企业对政府的电子商务

企业对政府的电子商务可以覆盖到企业、公司与政府机构间的许多事务，目前我国有些地方政府已经推出网上采购。例如，政府通过 Internet 发布采购清单，公司以电子化方式回应；另外，政府通过电子交换的方式向企业征税等。这种方式可以帮助政府更好地树立形象，实施对企业的行政事务管理，推行各种经济政策等。如图 1-3 所示为中国电子口岸网。

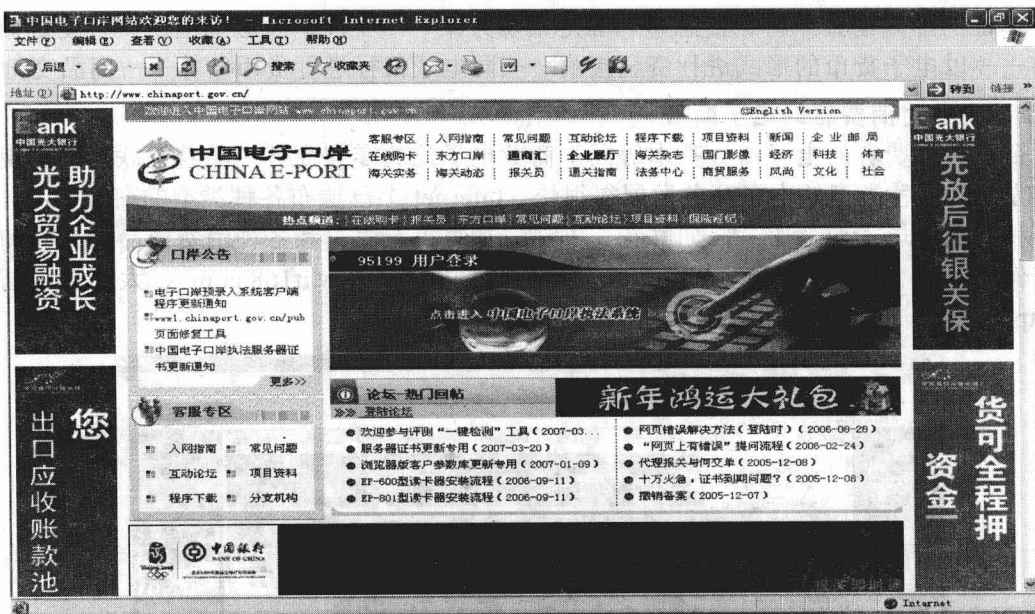


图 1-3 B2G——中国电子口岸网

4. 消费者对消费者的电子商务

消费者之间可以通过使用公共网站和个人网站等方式来交换数据，如民间以物易物方式的交换、信息资料的交换及民间借贷等。如图 1-4 所示为拍拍网。



图 1-4 C2C——拍拍网

5. 消费者对政府的电子商务

消费者对政府的电子商务是指政府对个人的电子商务活动，如社会福利基金的发放及个人报税等。

三、按照电子商务活动的运作方式分类

按照电子商务活动的运作方式分类，可分为完全电子商务和非完全电子商务。

1. 完全电子商务

完全电子商务是指完全通过电子商务方式完成全部交易行为和过程的商务活动，或者说是商品或服务的完整交易过程完全是在网络上实现的商务活动。完全电子商务能使双方超越地理空间的障碍进行电子交易，可以充分挖掘全球市场的潜力，如数字化商品、网上服务等。

2. 非完全电子商务

非完全电子商务是指不能完全依靠电子商务方式实现商务过程和商务行为的商务活动。它要借助于一些外部系统的功能，如物流系统等来完成交易，它所进行的是交易非数字化商品。

任务四 电子商务将如何发展

任务目标

了解电子商务的应用情况和未来发展趋势。

任务相关理论介绍

一、电子商务在国际的发展状态

以欧美国家为例,可以说电子商务发展得如火如荼。在法、德等欧洲国家,电子商务所产生的营业额已占商务总额的 1/4 左右,在美国则已高达 1/3 以上,而欧美国家电子商务的开展也不过才十几年的时间。在美国,美国在线(AOL)、雅虎、电子港湾等著名的电子商务公司在 1995 年前后开始盈利,到 2000 年共盈利 7.8 亿美元;IBM、亚马逊书城、戴尔、沃尔玛超市等电子商务公司在各自的领域更是取得了巨额利润。

欧美国家电子商务飞速发展的原因有以下几点:

(1) 欧美国家拥有计算机的家庭、企业众多,网民人数占人口的 2/3 以上,尤其是青少年几乎都是网民,富裕的经济条件和庞大的网民群体为电子商务的发展创造了一个良好的环境。

(2) 欧美国家普遍流行使用信用卡进行消费,建立了一整套完善的信用保障体系,这为电子商务解决了网上支付的问题。欧美国家的信用保证业务已经开展了 80 年。在欧美国家,人们可自由流动,为方便生活起居,每个人都有一个独一无二的、不能伪造并伴随终生的信用代码。持此信用卡进行消费,发卡银行允许持卡人大额度透支,但持卡人需要在规定时间内将所借款项归还。如果某企业或个人恶意透支后不还款,那也就意味着以后他无论走到何地,他的信用记录上都会有此污点,不论他想贷款买房、购车或开办公司,银行都不会贷款给他。因此,西方人普遍将信用看作自己的第二生命。当在网上购物时,他们会在点击物品后直接输入密码,将信用卡中的电子货币划拨到网站上,商务网站在确认钱款到账后,立即组织送货上门。

(3) 欧美国家的物流配送体系比较完善、正规,尤其是近年来大型第三方物流公司的出现,使不同地区的众多网民往往能在点击购物的当天或第二天就可收到自己所需的产品,这要得益于欧美国家近百年的仓储运输体系的发展。以美国为例,第二次世界大战后,许多企业将军队后勤保障体系的运作模式有效地加以改造并运用到物资流通领域中,逐渐在全国各地设立了星罗棋布、无孔不入的物流配送网络。即使在电子商务业务还未广泛开展的 10 多年前,只要客户打电话通知订货,几乎都可以享受免费的送货家政服务。FedEx、UPS 等是大型物流公司的典范,专门负责为各个商家把产品送到顾客手中,有了这样庞大、完善的物流配送体系,当电子商务时代到来后,美国只需将各个配送点用计算机网络连接起来,就顺理成章地完成了传统配送向电子商务时代的过渡,电子商务活动中最重要、最复杂的环节——物流配送问题就这样轻而易举地被解决了。

二、我国电子商务发展的现状

我国的电子商务活动方兴未艾,形势喜人。我国已提出了自己的电子商务框架结构,继 1999 年实施政府上网工程后,2000 年又推出企业信息化工程。中国政府将全面推动电子商务的发展。

20 世纪 90 年代开始,我国相继实施“金桥”、“金卡”、“金关”、“金税”等一系列金字工程,为电子商务发展创造了条件。今天,我们的日常生活已经或多或少地与电子商务发生着关系。我国的证券(股票)交易网拥有 1 亿用户;我国的信用卡发卡量已达 15 亿张,各种非金融 IC 卡发卡量达 5 亿张;民航订票系统每年处理 8 500 多万张机票等。此外,中国商品交易网、中国商品订货系统等网络也相继建立。

最近几年,我国因特网的发展速度十分迅速,上网用户在数量上已经超过了日本、英国,位居世界第二。

企业作为经济体系中最重要元素,无论过去还是未来,都将发挥重要的作用。我国的许多企业纷纷投入信息化的潮流。目前,我国已注册的企业类域名有 3.4 万个之多,占到域名总数的 80%;电子商务使企业从采购到销售的运营效率大幅提高,给大大小小的国内企业创造了跨出国门与全球企业平等竞争的机会。

IT 企业则早就把注意力转向了 Internet。无论是概念的炒作,还是产品解决方案的推出,大有星星之火燎原之势。在林林总总的网站中,面向消费类电子商务的网站也已经有千家之多。在世纪的变革中,IT 企业被推到了前沿。

在我国,电子商务在很多方面已经发挥着良好的作用和效益,并已经开始影响到我们的生活。但是,利用 Internet 进行电子商务活动在我国才刚刚起步,很多方面还不尽如人意。技术的完善和巨大的市场需求给经营者带来巨大的诱惑;残酷的竞争事实使各行业的经营者一方面希望利用信息技术降低内部成本,另一方面希望通过电子商务扩大市场及提高服务质量,努力确保自己的企业在残酷竞争中保持优势。可以这样形容现在的中国电子商务:机遇与风险同在,领先一步可能就是赢家。

为了加速电子商务在我国的普及,使之与国际接轨,达到与国外同步的发展水平,许多公司已开发或引进了电子商务技术。为了适应国际商务活动和管理经营飞速变化的形势,我国已建成了中国国际电子商务网,该网是在外贸领域推广电子商务应用的基础设施,它为全国各级外经贸管理机关和进出口企业实现对外经济贸易全过程的电子化管理提供了一个功能完善、安全、实用、高效的国际化的电子商务环境。

发展国际电子商务是当前我国商贸工作的重点之一。最近几年,绝大多数产品从卖方市场发展为买方市场,流通的重要地位不断上升,世界经济一体化的速度不断加快。客观形势给经贸工作带来了压力和动力、机遇和挑战,这迫使我们大力发展国际电子商务,促进流通、加强贸易,以保证国民经济不断发展。可以说,我国国际电子商务的前景十分广阔。

三、电子商务的发展趋势

进入 21 世纪,全球电子商务迎来了新的发展高潮。新一代的电子商务将形成全新的市交易模式、企业运作模式及个人获取信息的方式。新型的市场交易模式是由电子商店、电子市场、电子社区等组成的市场环境,从而导致行业重组,产生新型企业。网络的作用会更加明显,它由最初仅提供一个途径的阶段发展到更加直接地渗透到管理中的阶段。网络将成为企业资源计划、客户关系管理及供应链管理的中枢神经,企业将变成“无边界”的企业。