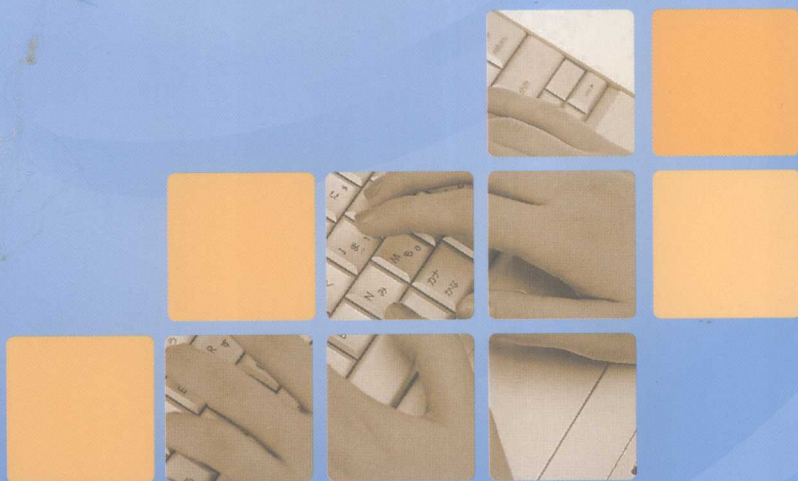




全国高等院校电子商务系列实用规划教材

电子 商务实务

主 编 仲 岩
副主编 芦 阳 李 霞



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

全国高等院校电子商务系列实用规划教材

电子商务实务

主 编 仲 岩
副主编 芦 阳 李 霞
参 编 贯 晶 王彩霞 刘亚男



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书在结构和内容上,通过系统地介绍电子商务的基本理论、基本技术和基本应用,构建起了电子商务的基本框架;在章节安排上,设置学习目标、引例、知识结构图、思考与练习和实训指导等模块,并在内容中穿插案例分析和阅读材料;在写作上,力求做到将系统的理论描述、生动的案例和实例介绍以及实用性强的实训指导相结合,进一步突出了本书的实用性特征。

此外,本书专门设置了电子商务综合实训的内容,介绍了真实的网络环境下各种电子商务工具、电子商务技术和电子商务实践技能的应用和操作,突破了传统的电子商务实训以电子商务教学软件为平台的局限性,具有极强的可操作性。

本书主要作为高等院校电子商务专业以及市场营销、国际贸易等经济管理类专业和计算机、信息管理等信息类专业学生的教材,也可作为企业管理人员、电子商务从业人员的培训教材及学习参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务/仲岩主编. —北京:北京大学出版社, 2009.7

(全国高等院校电子商务系列实用规划教材)

ISBN 978-7-301-15474-8

I. 电… II. 仲… 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 116495 号

书 名: 电子商务实务

著作责任者: 仲 岩 主编

策 划 编 辑: 乐和琴

责 任 编 辑: 王显超

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-15474-8/TP · 1033

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 涿州市星河印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 17 印张 384 千字

2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

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,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

电子商务是现代通信技术和网络技术在生产、流通领域中的应用，它对传统的生产运作模式、经营管理模式和商务流通模式产生了前所未有的巨大影响，为传统的经济理论和实践注入了新的内涵。

本书以现代高等职业教育理念为指导，以培养学生的电子商务操作技能和应用电子商务技术开展相关活动的能力为目标，紧密结合电子商务的实践来构建电子商务实施与运作的整体知识框架，并吸收了本学科的最新研究成果和研究方法，因而它具有实用性、先进性和有效性的特点。

本书在结构和内容上，系统地介绍电子商务的基本理论、基本技术和基本应用，构建起了电子商务的基本框架。具体包括电子商务概述、电子商务模式、电子商务开发技术、电子商务支付技术、电子商务安全技术、网络营销、电子商务物流和电子政务等内容，并通过电子商务综合实训进一步强化对于技能的训练和能力的培养，结构合理，实用性突出。

本书在章节模块安排上，在导入部分设置了学习目标和引例，以突出高等职业教育注重实践性教学的特点，并通过引例启发学生思考，引入教学内容；在正文部分设置了案例分析和阅读材料，对关键知识点进行重点和深入的剖析，同时扩展学生的知识面；在总结和延伸部分设置了知识结构图、思考与练习、案例分析和实训指导等模块，对内容进行系统性的总结，帮助学生强化重要知识点，并对相关实践技能和操作进行讲解，培养学生的技术应用能力。

本书在写作上，力求做到将系统的理论描述、生动的案例和实例介绍以及实用性强的实训指导相结合；既有基本的电子商务理论，又有实施电子商务所涉及的各种技术和技能，并强化电子商务交易的各项操作流程及基本应用，进一步突出了本书的实用性特征。

此外，本书专门设置了电子商务综合实训的内容，安排了认识电子商务、网络工具的使用、网上银行及数字证书、网上交易及网上建店、网络营销实务几个实训模块，分别介绍了真实的网络环境下各种电子商务工具、电子商务技术和电子商务实践技能的应用和操作，突破了传统的电子商务实训以电子商务教学软件为平台的局限性，具有极强的可操作性。

本书由中州大学经济贸易学院仲岩担任主编，芦阳和李霞担任副主编，贯晶、王彩霞和刘亚男参与编写。各章分工如下：仲岩执笔第1章和第6章，芦阳执笔第2章和第9章，李霞执笔第4章和第8章，刘亚男执笔第3章，贯晶执笔第5章，王彩霞执笔第7章。仲岩负责本书总体框架设计、编写大纲、初稿的修改、统撰和定稿。

本书在编写过程中参考了国内外电子商务教材、相关的文献资料和一些网站资料，在此向相关作者表示衷心的感谢！由于作者水平有限，书中难免有错漏之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

2009年6月

课程建议

1. 课程的性质和目标

电子商务作为现代通信和网络技术在生产、流通领域中的应用,是经济管理理论与计算机网络技术融为一体的综合性交叉学科。这一课程为学生系统掌握电子商务理论、技术与运作提供了重要的帮助,通过本课程的学习,学生应达到以下目标:

- (1) 形成电子商务的专业思想,并从整体上把握电子商务理论与实践的基本内容;
- (2) 了解电子商务运作的环境、模式与基本流程;
- (3) 掌握各种电子商务实务运作,如网上购物、网上交易、网上建店、网上银行等;
- (4) 掌握电子商务工具,如 Outlook Express、FTP、新闻组等的应用;
- (5) 掌握电子商务相关实践技能,如电子商务支付技术、电子商务安全技术、电子商务物流、网络营销等的操作。

2. 课程对象

本课程主要为高等职业教育经济管理类专业及计算机和信息管理类学生开设,特别是电子商务、市场营销、国际贸易及相关专业,同时也可作为其他经济类或相关专业学生的选修课程或必修课程。

3. 教学起点

为保证本课程的教学效果,教学起点应为大学二年级学生。先导课程包括《管理学》、《计算机基础》和《网络技术》等。

4. 知识能力结构

要求 章节	知 识 结 构	能 力 结 构
第 1 章	电子商务概述	分析能力:了解电子商务的内涵,理解并掌握电子商务的特点和功能;了解电子商务的产生和发展过程;了解电子商务的法律法规 应用能力:能够描述电子商务的概念模型;能够全面把握电子商务的特点、优势及影响
第 2 章	电子商务模式	分析能力:理解电子商务模式的基本含义;了解 BtoB、BtoC 和 CtoC 电子商务模式的主要内容;掌握 BtoB、BtoC 和 CtoC 电子商务模式的基本流程 应用能力:熟练应用 BtoC 电子商务模式从事网上购物;熟练应用 CtoC 电子商务模式从事网上购物
第 3 章	电子商务开发技术	分析能力:了解计算机网络的概念和功能;掌握计算机网络的基本组成;掌握计算机网络接入 Internet 的方式;掌握 IP 地址的概念、分类及域名的概念;掌握电子商务系统的体系结构;了解电子商务系统的开发模式和软硬件环境 应用能力:能够使用 Internet 的基本功能;能够进行网络设置
第 4 章	电子商务支付技术	分析能力:理解电子商务支付系统的基本构成、功能和特点;了解主要的网上支付方式;了解网上银行的概念、地位和特点 应用能力:能够使用网上银行的主要功能;能够使用第三方支付平台完成支付活动



续表

要求 章节	知识 结 构	能 力 结 构
第 5 章	电子商务安全技术	分析能力：理解电子商务安全性要求的基本含义；了解电子商务的安全体系结构；理解加密技术及其原理；了解防火墙的概念和原理 应用能力：掌握数字认证技术的原理和应用；掌握计算机病毒的特征及其防范措施
第 6 章	网络营销	分析能力：了解网络营销的基本概念；理解网络营销的特点、优势以及网络营销与传统营销的关系；掌握网络营销的主要策略；了解网络广告和网络公共关系的含义及主要内容 应用能力：能够运用网络营销策略对各种网络营销活动进行综合分析；能够进行基本的网络营销策划
第 7 章	电子商务物流	分析能力：掌握物流的概念和分类；了解物流的功能要素；理解电子商务与物流的关系以及电子商务环境下物流的特点；掌握电子商务物流模式；了解电子商务环境下的供应链管理 应用能力：能够分析企业电子商务活动中物流的合理性；能够结合实际为企业电子商务设计合适的物流方式
第 8 章	电子政务	分析能力：了解电子政务的内涵、特点和功能；掌握电子政务的主要模式；了解国内外电子政务的发展状况 应用能力：能够对电子政务服务项目进行分析；能够基本掌握电子政务的个人业务和企业业务的应用
第 9 章	电子商务综合实训	分析能力：了解电子商务实训项目的基本内容；掌握电子商务综合实训项目的操作步骤或流程 应用能力：能够进行电子商务综合实训项目操作；能够掌握电子商务的基本技能和应用

5. 课程大纲

本课程总学时为 60 学时，其中，理论教学学时为 40 学时，实践教学学时为 20 学时，课外实践根据需要安排。

第 1 章 电子商务概述(建议学时：6 学时，其中：理论 6 学时)

教学重点：电子商务的概念、特点、功能及概念模型；电子商务的优势、影响；电子商务产生的基础；中国电子商务发展状况

授课章节及知识点：

1.1 电子商务的基本内涵

电子商务的概念；电子商务的特点；电子商务的功能；电子商务的概念模型

1.2 电子商务的优势及影响

电子商务的优势；电子商务的影响

1.3 电子商务的产生与发展

电子商务的产生基础；电子商务的发展阶段；国外电子商务的发展状况；中国电子商务的发展状况

1.4 电子商务法律

电子商务法律的概念和作用；电子商务涉及的法律问题；国内外电子商务立法

第 2 章 电子商务模式(建议学时：6 学时，其中：理论 5 学时，实践 1 学时)

教学重点：BtoB 电子商务的优势及交易流程；BtoC 电子商务的主要形式及交易流程；CtoC 电子商务的优势及交易流程





授课章节及知识点:

2.1 电子商务模式概述

商务模式的含义; 电子商务模式简述

2.2 BtoB 电子商务模式

BtoB 电子商务的优势; BtoB 电子商务的交易流程; 企业开展 BtoB 电子商务的基础

2.3 BtoC 电子商务模式

BtoC 模式的主要形式; BtoC 电子商务的交易流程

2.4 CtoC 电子商务模式

CtoC 电子商务的优势; CtoC 电子商务的交易流程

第3章 电子商务开发技术(建议学时: 6 学时, 其中: 理论 4 学时, 实践 2 学时)

教学重点: 计算机网络的概念和功能; 计算机网络的构成; 计算机网络的分类; Internet 接入技术; IP 地址和域名; Internet 服务; 电子商务系统建设

授课章节及知识点:

3.1 网络技术基础

计算机网络的概念和功能; 计算机网络的构成; 计算机网络的分类

3.2 Internet 技术

Internet 的产生与发展; Internet 接入技术; TCP/IP 协议; IP 地址和域名; Internet 服务

3.3 电子商务系统的构建

电子商务系统的体系结构; 电子商务系统建设

第4章 电子商务支付技术(建议学时: 6 学时, 其中: 理论 5 学时, 实践 1 学时)

教学重点: 电子支付系统的基本构成; 信用卡支付方式; 网上银行的功能; 网上银行的应用

授课章节及知识点:

4.1 电子支付系统

电子支付系统的基本构成; 电子支付系统的功能; 电子支付系统的特点

4.2 电子支付方式

信用卡支付方式; 电子支票支付方式; 电子现金支付方式; 电子钱包; 移动支付

4.3 网上银行

网上银行的概念; 网上银行的功能; 网上银行的应用

第5章 电子商务安全技术(建议学时: 6 学时, 其中: 理论 4 学时, 实践 2 学时)

教学重点: 数据加密技术; 身份认证技术; 防火墙技术; 防杀病毒技术

授课章节及知识点:

5.1 电子商务安全的要求

电子商务面临的安全威胁; 电子商务的安全性要求; 电子商务的安全体系

5.2 电子商务安全技术

数据加密技术; 身份认证技术; 防火墙技术; 防杀病毒技术

第6章 网络营销(建议学时: 8 学时, 其中: 理论 6 学时, 实践 2 学时)

教学重点: 网络营销的概念和内容





授课章节及知识点:

6.1 网络营销概述

网络营销的产生; 网络营销的概念和内容; 网络营销理论

6.2 网络营销的优势与特点

网络营销的优势; 网络营销的特点; 网络营销与传统营销

6.3 网络营销策略

网络营销产品策略; 网络营销价格策略; 网络营销渠道策略; 网络营销促销策略

6.4 网络广告

网络广告的特点; 网络广告的类型; 网络广告的技巧; 网络广告的策划与实施

6.5 网络公共关系

网络公共关系的优势; 网络公共关系的形式; 网络公共关系的建立与保持

第7章 电子商务物流(建议学时: 6学时, 其中: 理论6学时)

教学重点: 物流的分类、功能要素; 电子商务与物流的关系; 电子商务下的物流系统的特征; 电子商务物流模式; 供应链及供应链管理; 电子商务下的供应链管理

授课章节及知识点:

7.1 物流概述

物流的定义; 物流的分类; 物流的功能要素; 物流管理的概念和内容

7.2 电子商务下的物流系统

电子商务对物流的影响; 物流在电子商务中的地位; 电子商务下的物流系统的特征; 电子商务物流模式; 电子商务下物流业的发展趋势

7.3 电子商务与供应链管理

供应链; 供应链管理; 电子商务下的供应链管理

第8章 电子政务(建议学时: 4学时, 其中: 理论4学时)

教学重点: 电子政务的内涵、本质及意义; 电子政务模式; 中国电子政务建设概况

授课章节及知识点:

8.1 电子政务基础

电子政务的内涵; 电子政务的本质; 电子政务的功能; 发展电子政务的意义

8.2 电子政务模式

政府间的电子政务; 政府对企业的电子政务; 政府对公民的电子政务; 政府对公务员的电子政务

8.3 国内外电子政务的发展

国外电子政务发展概况; 中国电子政务建设概况

第9章 电子商务综合实训(建议学时: 12学时, 其中: 实践12学时)

教学重点:

授课章节及知识点:

9.1 认识电子商务

浏览电子商务网站

9.2 网络工具的使用

Outlook Express 的设置和使用; Serv-U 的安装和设置





9.3 网上银行及数字证书

个人网上银行的申请；个人数字证书的申请、安装及管理

9.4 网上交易及网上建店

网上购物；支付宝实名认证；网上建店

9.5 网络营销实务

新闻组的使用；搜索引擎竞价排名

6. 考核方式及评分标准

本课程有三个考核项目，主要考核学生对电子商务基本理论的掌握、对电子商务工具的应用、对电子商务交易流程的掌握以及运用所学知识开展电子商务活动的的能力。

考核方式采用平时考核和期末考试相结合，其中平时成绩占 40%，期末考试成绩占 60%。

考核项目一

类型：作业

形式：书面报告

内容：每章后的案例分析

目标：各章学习目标

分数：15%

考核项目二

类型：实践操作

形式：实训报告

内容：每章后的实训操作及综合实训项目

目标：各章的技能目标及综合实训的技能目标

分数：25%

考核项目三

类型：期末考试

形式：闭卷

目标：对电子商务有关知识、方法的学习和掌握及实际应用能力

分数：60%

目 录

第 1 章 电子商务概述	1	2.4.2 CtoC 电子商务的交易流程	37
1.1 电子商务的基本内涵	2	本章知识结构图	39
1.1.1 电子商务的概念	2	实训指导	41
1.1.2 电子商务的特点	3	第 3 章 电子商务开发技术	42
1.1.3 电子商务的功能	3	3.1 网络技术基础	43
1.1.4 电子商务的概念模型	4	3.1.1 计算机网络的概念和功能	43
1.2 电子商务的优势及影响	5	3.1.2 计算机网络的构成	44
1.2.1 电子商务的优势	5	3.1.3 计算机网络的分类	47
1.2.2 电子商务的影响	7	3.2 Internet 技术	50
1.3 电子商务的产生与发展	10	3.2.1 Internet 的产生与发展	50
1.3.1 电子商务的产生基础	10	3.2.2 Internet 接入技术	52
1.3.2 电子商务的发展阶段	11	3.2.3 TCP/IP 协议	56
1.3.3 国外电子商务的发展状况	12	3.2.4 IP 地址和域名	56
1.3.4 中国电子商务的发展状况	13	3.2.5 Internet 服务	58
1.4 电子商务法律	17	3.3 电子商务系统的构建	59
1.4.1 电子商务法律的概念和作用	17	3.3.1 电子商务系统的体系结构	59
1.4.2 电子商务涉及的法律问题	18	3.3.2 电子商务系统建设	61
1.4.3 国内外电子商务立法	19	本章知识结构图	63
本章知识结构图	20	实训指导	65
实训指导	22	第 4 章 电子商务支付技术	70
第 2 章 电子商务模式	24	4.1 电子支付系统	71
2.1 电子商务模式概述	25	4.1.1 电子支付系统的基本构成	71
2.1.1 商务模式的含义	25	4.1.2 电子支付系统的功能	73
2.1.2 电子商务模式简述	25	4.1.3 电子支付系统的特点	73
2.2 BtoB 电子商务模式	25	4.2 电子支付方式	74
2.2.1 BtoB 电子商务的优势	26	4.2.1 信用卡支付方式	74
2.2.2 BtoB 电子商务的交易流程	27	4.2.2 电子支票支付方式	77
2.2.3 企业开展 BtoB 电子商务的 基础	29	4.2.3 电子现金支付方式	78
2.3 BtoC 电子商务模式	29	4.2.4 电子钱包	79
2.3.1 BtoC 模式的主要形式	29	4.2.5 移动支付	80
2.3.2 BtoC 电子商务的交易流程	31	4.3 网上银行	81
2.4 CtoC 电子商务模式	36	4.3.1 网上银行的概念	81
2.4.1 CtoC 电子商务的优势	37	4.3.2 网上银行的功能	83
		4.3.3 网上银行的应用	85



本章知识结构图	91	本章知识结构图	141
实训指导	93	实训指导	143
第5章 电子商务安全技术	95	第7章 电子商务物流	144
5.1 电子商务安全的要求	95	7.1 物流概述	145
5.1.1 电子商务面临的安全威胁	96	7.1.1 物流的定义	145
5.1.2 电子商务的安全性要求	98	7.1.2 物流的分类	146
5.1.3 电子商务的安全体系	99	7.1.3 物流的功能要素	147
5.2 电子商务安全技术的种类	100	7.1.4 物流管理的概念和内容	148
5.2.1 数据加密技术	100	7.2 电子商务下的物流系统	148
5.2.2 身份认证技术	103	7.2.1 电子商务对物流的影响	149
5.2.3 防火墙技术	107	7.2.2 物流在电子商务中的地位	150
5.2.4 防杀病毒技术	110	7.2.3 电子商务下的物流系统的 特征	150
本章知识结构图	111	7.2.4 电子商务物流模式	151
实训指导	112	7.2.5 电子商务下的物流业的 发展趋势	154
第6章 网络营销	114	7.3 电子商务与供应链管理	156
6.1 网络营销概述	114	7.3.1 供应链	156
6.1.1 网络营销的产生	114	7.3.2 供应链管理	157
6.1.2 网络营销的概念和内容	117	7.3.3 电子商务下的供应链管理	159
6.1.3 网络营销理论	118	本章知识结构图	161
6.2 网络营销的优势与特点	121	实训指导	163
6.2.1 网络营销的优势	121	第8章 电子政务	164
6.2.2 网络营销的特点	122	8.1 电子政务基础	165
6.2.3 网络营销与传统营销	123	8.1.1 电子政务的内涵	165
6.3 网络营销策略	125	8.1.2 电子政务的本质	166
6.3.1 网络营销产品策略	125	8.1.3 电子政务的功能	167
6.3.2 网络营销价格策略	127	8.1.4 发展电子政务的意义	168
6.3.3 网络营销渠道策略	128	8.2 电子政务模式	168
6.3.4 网络营销促销策略	130	8.2.1 政府间的电子政务	169
6.4 网络广告	131	8.2.2 政府对企业的电子政务	171
6.4.1 网络广告的特点	131	8.2.3 政府对公民的电子政务	173
6.4.2 网络广告的类型	132	8.2.4 政府对公务员的电子政务	175
6.4.3 网络广告的技巧	135	8.3 国内外电子政务的发展	175
6.4.4 网络广告的策划与实施	136	8.3.1 国外电子政务发展概况	175
6.5 网络公共关系	137	8.3.2 中国电子政务建设概况	179
6.5.1 网络公共关系的优势	137	本章知识结构图	182
6.5.2 网络公共关系的形式	138	实训指导	184
6.5.3 网络公共关系的建立与 保持	139		



第9章 电子商务综合实训	186
9.1 认识电子商务	186
9.2 网络工具的使用	189
9.2.1 实训项目一: Outlook Express 的设置和使用	189
9.2.2 实训项目二: Serv-U 的安装和 设置	195
9.3 网上银行及数字证书	203
9.3.1 实训项目一: 个人网上银行的 申请	203
9.3.2 实训项目二: 个人数字证书的 申请、安装及管理	206
9.4 网上交易及网上建店	213
9.4.1 实训项目一: 网上购物	213
9.4.2 实训项目二: 支付宝实名 认证	228
9.4.3 实训项目三: 网上建店	233
9.5 网络营销实务	238
9.5.1 实训项目一: 新闻组的 使用	238
9.5.2 实训项目二: 搜索引擎竞价 排名	248
本章知识结构图	254
参考文献	255



第 1 章 电子商务概述

知识要求

了解电子商务的内涵,理解并掌握电子商务的特点和功能
了解电子商务的产生和发展过程
了解电子商务的法律法规



学习目标

能力要求

能够描述电子商务的概念模型
能够全面把握电子商务的特点、优势及影响

网上广交会



引例

20 世纪 90 年代中期以来,随着以互联网为核心的现代信息技术在进出口贸易中的广泛应用,电子商务作为一种新的贸易方式逐渐受到了国内外客商的高度重视。为了充分发挥广交会这一中国目前规模最大、商品种类最全、层次最高的综合性国际贸易盛会的优势,为国内外客商提供全方位、高水平的信息服务和贸易支持,国家外经贸主管部门在 1996 年 9 月第 80 届广交会上开创性地举办了首届“网上广交会”,为广大参会客商搭起了基于互联网的“贸易之桥”。

“网上广交会”主要是通过中国进出口商品交易会专门网站(www.cantonfair.org.cn)实现的,重点突出对参展企业和参展商品的介绍,为参展企业与国内外客商提供网上贸易信息服务。同时,“网上广交会”突破现场参展的场地限制,跨越洽谈互访的时空障碍,以丰富、及时、准确、权威的专业信息提供周到服务,为广大企业开辟出一条可靠、便捷、灵活、经济的参展渠道,为不能参加现场广交会的企业提供网上参与广交会的机会,并为世界了解中国出口企业及商品信息提供了重要窗口,被外商盛赞为“永不落幕的交易会”。

目前,“网上广交会”的主要功能包括贸易信息服务、新闻与法规服务、外经贸电子商务平台服务和自助网站生成服务等。“网上广交会”充分利用互联网的资源,打破了时空界限,突出体现了其持续时间长、参展费用低、辐射范围广和信息内容丰富等优势。十多年来,“网上广交会”逐步发展壮大,已经成为广交会的重要补充和延伸,在一定程度上拓展了广交会的功能,进一步提升了广交会的成效,为国内外客商,特别是为国内数量众多的中小企业参与国际贸易提供了有利的平台。

(资料来源:姚国章.新编电子商务案例(第 2 版)[M].北京大学出版社,2008 年 6 月,第 59~62 页,有改动。)

思考题:

- (1) 现代信息技术的快速发展对商业活动产生了哪些影响?
- (2) 通过“网上广交会”的出现和发展,简述电子商务在现代经济社会中的地位。



1.1 电子商务的基本内涵

1.1.1 电子商务的概念

随着网络技术的高速发展,信息技术作为工具被引入到商贸活动中,基于网络和信息技术的电子商务作为一种新兴的交易形式开始受到各类企业的高度重视,并逐渐在全世界范围内得到广泛应用。同时,电子商务的迅速兴起,引起了理论界的普遍关注,一些国际组织、政府、企业界人士和学者,根据各自对电子商务的理解,给出了许多不同的概念。其中,比较有代表性的概念有以下几种。

1997年11月,国际商会在巴黎举行的世界电子商务大会上将电子商务定义为,电子商务(Electronic Commerce, EC)是指整个贸易活动的电子化。从交易方式的角度来看,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;从技术的角度来看,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(如共享数据库、电子公告板)以及自动捕获数据(如条形码)等技术。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中指出:电子商务是通过互联网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等。全球电子商务将会涉及世界各国。

IBM公司认为,电子商务是在Internet等网络的广泛联系以及传统信息系统的丰富资源相结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动,是内部网、外部网和电子商务三个层面的结合应用。

综合分析上述概念,在电子商务的几个关键特征上理论界已经基本达成一致,即电子商务是一种商务活动,其所使用的是网络和电子信息技术。在此基础上,本书认为,从广义上来说,电子商务是各种具有商业活动能力的实体(包括生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构及个人消费者等)利用网络和信息技术的各种商业活动;从狭义上来说,电子商务是各种交易主体利用互联网所进行的贸易活动。

全面深入地理解电子商务的概念应注意以下几个方面。

第一,网络和先进的电子信息技术是电子商务的技术载体。电子商务所应用的实现技术主要包括网络技术、计算机技术、EDI、数据存储分析处理技术等。这些先进技术为电子商务活动提供了快捷、高效的电子工具,使电子商务活动能够高效率、高效益、低成本地进行。因此,网络和电子信息技术是电子商务实现的手段。

第二,电子商务的核心是商务。尽管电子商务的开展需要利用网络和电子信息技术,但是从本质上看,电子商务是实现以商品交换为目的的各种商务活动。先进技术的应用只是改变了传统商务的实现形式,使在传统环境中开展的商务活动能够在网络的虚拟空间开展起来。但是,形式的改变并没有改变商务活动中各交易主体之间的交换关系。显然,电子商务的核心仍然是商务,技术只是电子商务的手段。

第三,电子商务不只局限于网上销售。电子商务涵盖了企业的采购、产品开发、生产、销售、服务支持、形象宣传以及内部管理等各个方面,网上销售产品只是电子商务活动的一部分,不是全部。

第四,掌握现代信息技术与商务理论及实务的复合型人才是发展电子商务的关键。电子

商务是现代信息技术与商务的有机结合。合格的电子商务人才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。无论是一个企业还是一个国家,成功发展电子商务的关键都在于是否拥有大批掌握现代信息技术与商务理论及实务的复合型人才。

1.1.2 电子商务的特点

电子商务利用现代信息技术将传统商务活动中的物流、资金流、信息流的传递方式进行整合,以电子方式实现商务信息的传递和交换,从而达到提高商业运作效率的目的。与传统商务相比,电子商务具有以下突出特点。

(1) 虚拟性。电子商务是依托互联网开展的商务活动。在电子商务交易过程中,信息和资源以数字化的形式实现传递和转移,从而使整个商务活动中的大部分流程能够在虚拟的网络平台上开展,从信息的发布、交易双方的洽谈磋商、合同的签订、货款支付到完成交易,均通过计算机网络实现。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行,交易完全虚拟化,并且出现了虚拟的商店、中介机构及虚拟企业等新的组织形式。

(2) 高效性。电子商务的高效性是建立在先进的信息技术基础之上的。借助于网络 and 现代信息技术,整个交易流程都可以直接通过网络,采用电子化的方式进行,缩短了交易时间,大大提高了商务活动的效率;同时,电子商务能够实现商业信息的便利存储和快速传递,使买卖双方的信息交流和沟通更加快捷。此外,企业还可以充分利用互联网上的丰富资源,及时掌握供求信息,从而对市场需求做出快速反应,提高产品设计、开发和生产的速度,做到即时生产、即时销售。

(3) 协作性。电子商务活动是一个涉及多个参与主体、由多个环节组成的过程。电子商务的实现,需要参与交易的各方,如客户、生产商、批发商、零售商、物流公司等按照一定的规则来协调开展,同时,银行、交通、通信、保险、政府等诸多外部部门也应同时参与并发挥作用,才能实现全过程的电子商务。随着电子商务应用领域的不断扩展,协调的范围也在不断扩大,过程也更加自动化。只有企业内外部各个业务部门之间相互协调、配合,才能真正体现电子商务的优势与价值。

(4) 集成性。电子商务系统能够有效协调企业的新技术的开发运用和原有技术的改造,使企业充分整合各种内外部资源来实现生产、销售及客户服务的高效运作。同时,电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体。这种事务处理的整体性和统一性不仅能提高各种资源的利用效率,而且也能提高企业电子商务系统运行的可靠性。

(5) 可扩展性。对于企业来说,其所应用的电子商务系统不应当是一成不变的,而应能够随着企业规模的扩大和业务的扩展而不断扩展。根据企业的业务需求或发展需要,企业必须对原先设计的电子商务方案进行修改、补充和完善,提高其适用性。电子商务的可扩展性在很大程度上取决于技术的进步程度。

1.1.3 电子商务的功能

基于互联网的电子商务突破了时间和空间的限制,在很大程度上改变了传统商务活动的形式,丰富了传统商务的内容,具备了广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、物流服务、意见征询、交易管理等多项功能。



1. 广告宣传

互联网是全世界容量最大、效率最高的信息传播工具，通过互联网发布商务信息是电子商务的基本功能之一。开展电子商务的企业可以利用网站、电子邮件、即时通信工具等多种手段，以较低的成本、较快的速度发布各种商务信息，并取得较好的传播效果。

2. 咨询洽谈

电子商务可以使企业通过电子邮件、新闻组、讨论组、论坛等非实时通信工具了解市场和商品信息，进行咨询沟通，洽谈交易事务，并利用网络会议等工具进行实时的信息交流。

3. 网上订购

在网络平台上，客户可以利用电子邮件或表单的交互传递来实现网上订购。为方便客户顺利完成订购过程，企业通常会在网站的产品介绍页面提供友好的订购提示信息和订购交互格式的表单，当客户填写完订购单后，系统通常会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。

4. 网上支付

网上支付是完整的电子商务过程中必不可少的环节。客户和商家之间可使用电子支票、银行卡、电子现金、电子钱包等工具进行网上支付。网上支付可以帮助买卖双方缩短交易时间，降低交易成本。

5. 物流服务

物流服务是电子商务的交易得以完成的重要环节，它通过物流配送系统将客户购买的商品尽快地传递到客户的手中。对于有实体形态的商品，电子商务系统可以借助物流体系实现商品的转移；对于各种没有实体形态的信息类商品，可以直接通过网络进行传输。

6. 意见征询

企业可以利用网站、电子邮件、新闻组等工具，及时地收集客户对其产品和服务的意见和建议，这可以促使企业提高产品和服务质量，发现新的市场机会，与客户建立良好的合作关系。

7. 交易管理

企业的交易管理是对企业内部所有资源以及企业外部的合作者、消费者、政府部门以及相关组织等各方面的协调与管理。交易管理实际上是涉及商务活动全过程的管理。企业可以利用电子商务系统，实现各种信息和资源的实时传输和汇总，及时处理各种问题，保证企业的正常运转。

1.1.4 电子商务的概念模型

电子商务概念模型是对各种具体的电子商务活动的一般抽象描述，它由电子商务交易主体、电子市场、交易事务等基本要素构成，如图 1.1 所示。

在电子商务交易过程中，各种电子商务交易主体都要在电子市场中完成各种交易事务，并伴随着物流、资金流和信息流。电子商务概念模型可以描述为电子商务交易主体和电子市场之间以物流、资金流和信息流为主要内容的各项交易事务。





1. 电子商务交易主体

电子商务交易主体是指能够从事电子商务活动的经济实体,包括生产企业、商业企业、银行、政府机构、个人以及各种中介机构等。

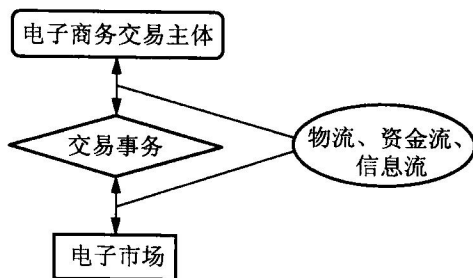


图 1.1 电子商务概念模型示意图

2. 电子市场

电子市场指电子商务交易主体从事商务活动的场所。在电子商务活动中,电子市场是由电子商务活动的参与者,利用信息技术和各种软硬件,通过网络连接成的统一的、拥有各种信息和资源的、虚拟的交易平台。

3. 电子商务中的交易事务

电子商务中的交易事务是指电子商务交易主体之间所从事的具体商务活动,如报价、询价、转账支付、广告宣传、物流配送等。

4. 电子商务中的物流、资金流和信息流

电子商务中的任何一笔交易,都包含着物流、资金流和信息流。其中,物流是商品实体和服务的配送和传输渠道,由运输、装卸、储存、配送、保管、物流信息管理等一系列具有时间和空间效用的经济活动组成。资金流主要是指资金的转移过程,包括付款、转账、结算、汇兑等。信息流是电子商务交易主体之间的信息传递与交流的过程,既包括商品信息的提供、促销营销、技术支持、售后服务等内容,也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。电子商务活动中的各种交易事务均是由物流、资金流和信息流构成的。

电子商务概念模型清晰地显示出电子商务的本质是电子商务交易主体在电子市场中所从事的各种商务活动,这些商务活动通过物流、资金流和信息流表现出来。

1.2 电子商务的优势及影响

1.2.1 电子商务的优势

电子商务在世界范围内的迅速发展,其主要原因在于基于计算机网络的电子商务具有传统商务无可比拟的优势,使企业能够以更加低廉的成本,更高效地完成商务活动的业务流程,可以增加销售额,从而提高企业的经济效益。电子商务的优势具体表现在以下几个方面。