

21世纪高职高专规划教材

电子商务与物流管理实训系列
高等职业教育技能型人才培养实训教材

电子商务应用 与运营

Dianzi Shangwu

YINGYONG YU YUNYING

主 编 ■ 相成久 齐 新

21 世纪高职高专规划教材·电子商务与物流管理实训系列
高等职业教育技能型人才培养实训教材

电子商务应用与运营

主 编	相成久	齐 新			
副主编	金 薇	苏 莉	刘 齐	郝中超	
参编人	金 盾	黄 健	李维锋	董永君	
	高亚彬	陈 枫	王志勇		

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务应用与运营/相成久, 齐新主编

北京: 中国人民大学出版社, 2010

21 世纪高职高专规划教材·电子商务与物流管理实训系列

高等职业教育技能型人才培养实训教材

ISBN 978-7-300-12163-5

I. ①电…

II. ①相… ②齐…

III. ①电子商务-高等学校: 技术学校-教材

IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 089434 号

21 世纪高职高专规划教材·电子商务与物流管理实训系列

高等职业教育技能型人才培养实训教材

电子商务应用与运营

主编 相成久 齐新

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

刷 北京东方圣雅印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 张 20.5

印 次 2010 年 8 月第 1 次印刷

字 数 467 000

定 价 29.00 元



前言

随着知识经济时代的到来,互联网已成为人们从事商业贸易、生产经营、事务处理等工作的重要工具和媒介,我国已成为世界第一大互联网国家,电子商务迎来了前所未有的发展机遇。目前,电子商务已经被大多数企业认识和接受,电子商务的经济价值已经被社会广泛认可并产生极大的市场需求。作为一种新型的商业模式,电子商务正逐渐改变着国民经济的方方面面。例如,近年来,各类商务网站如雨后春笋般在互联网上出现,网上商城、网上招标采购、网上银行、网上教育、医疗、旅游、娱乐……电子商务已经走向各行各业。在经济全球化、信息社会化、产业知识化的 21 世纪,我们每一个人都将离不开电子商务。为此我们每个人都应该了解电子商务,学会开展电子商务。

近年来不少高职高专院校开设了电子商务专业,还有许多院校的经济类、管理类、信息类及计算机类专业开设了《电子商务》课程,但从实际教学效果来看并不理想,我们认为,好的教学效果离不开好的教材和好的教学方式。

为了能开发一本适合高职高专教育的特色教材,本书编写者在前期做了大量的市场调研与企业调研,本着以职业能力培养为重点,与行业企业合作进行“基于工作过程”的系统化的课程开发与设计的思路,力求实现课程内容设计充分体现职业性、实践性和开放性的要求。课程实施采取以典型工作任务为载体的“理实一体化”的项目教学模式,教、学、做相结合,充分体现“做中学,学中做”的学习思路。针对这一教学模式与思路,在与课程相对应的教材开发上,对教材的内容和体例大胆创新。教材内容充分体现特定的工作过程知识;依据电子商务各岗位技能和素质要求,以真实的工作任务及工作过程为依据,整合、拓展教材内容,遵循简单到复杂、循序渐进的思路完成,具体如图 0—1 所示。为了便于学生理解和掌握,我们将电子商务业务化繁为简,由难变易,依据企业岗位对学生理论与技能的需求,结合学生的认知规律对课程进行重构,在教材中共设计了 9 个项目,每个项目下根据工作过程内容划

分2—4个模块，每个模块又由2—4个具体的学习任务构成。本教材共设计了学习任务30个、学习任务考核单30个，每个学习任务都设置任务情景（学习氛围）、环境需求（完成任务的条件）、任务描述（具体任务如何实施）、小调查（调查学生相关情况，因材施教）、任务拓展等板块。而且，这30个学习任务的任务情景是按照业务需求编排的，相互联系，环环相扣。

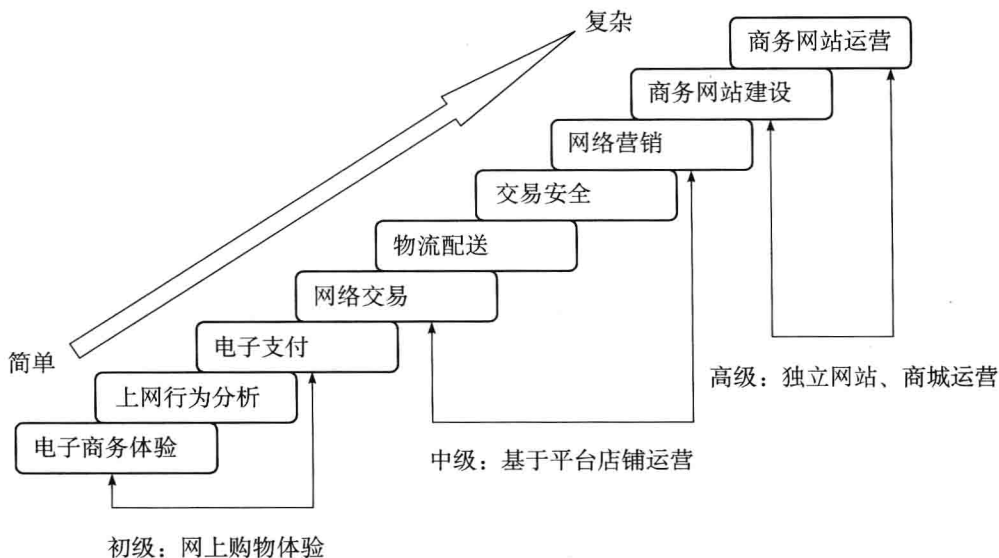


图0—1 教材整体内容设计

本教材的指导思想是既适合教师教，更方便学生自学。电子商务的特点之一就是24小时/365天跨越时空性，学生什么时候都可以接触它。基于此，本书在内容编写上将学生课上学习与业余自学、操作内容相结合。同时，本教材既适合电子商务专业的学生使用，又适合其他专业学生选修课使用。对电子商务专业的学生来说，本教材将为他们学习电子商务专业课程和掌握必要的操作技能打下扎实的基础；对非电子商务专业的学生来说，本教材将帮助他们全面掌握有关电子商务领域各个方面的应用和具体操作方法与技术。

综上所述，本教材具有以下六个特色：

第一个特色是教学内容新，充分保持了教材的先进性，对近两年在电子商务方面的新知识、新技术、新应用做了大量介绍。

第二个特色是知识点全面够用，适用面广。本教材全面系统地介绍了电子商务领域各个方面的知识，适用于电子商务专业课和其他专业选修课的教学。

第三个特色是课程内容完全基于“工作过程”而设计，在技能操作上严格按照现实中企业在电子商务应用中的解决方案、工作流程、操作技巧而设计。

第四个特色是引入企业行家参与到各个教学项目的编写与指导之中。

第五个特色是强调电子商务思维观念和技能培训，即通过本教材的学习，使学生充分认识到各行各业运用电子商务的发展前景，为将来从事电子商务行业打下基础，培养其电子商务意识。同时，更加注重技能演练与培训，采取课堂实训与业余课业相结合的方式拓

展学生电子商务技能。

第六个特色是内容由浅入深。本教材按电子商务一般工作流程组织项目与任务的先后顺序，工作任务除非现实很难实现才采用模拟方式，否则均采用真实任务，充分体现真实性、现实性。

本教材由工作在电子商务教学岗位第一线的教师以及相关电子商务企业工作人员合作编写，具体编写分工如下：项目一：金盾、黄健、王志勇；项目二、项目七：齐新、相成久；项目三：金薇、陈枫；项目四、项目六：郝中超、李维锋、董永君；项目五：刘齐、高亚彬；项目八、项目九：相成久、苏莉。排版与校对：苏莉；统编：相成久。

编写人员具体情况如下：

相成久（主编，辽宁农业职业技术学院）

齐 新（主编，辽宁信息职业技术学院）

金 薇（副主编，常州轻工职业技术学院）

苏 莉（副主编，营口市农业工程学校）

刘 齐（副主编，辽宁农业职业技术学院）

郝中超（副主编，常州轻工职业技术学院）

金 盾（参编，辽宁信息职业技术学院）

黄 健（参编，辽宁信息职业技术学院）

李维锋（参编，“美人的国度”淘宝店掌柜 <http://www.meirenqq.taobao.com>）

董永君（参编，沈阳日报报业集团沈阳网互动总监 <http://www.syd.com.cn>）

高亚彬（参编，沈阳高特斯特有限公司总经理 <http://www.gaote.cn>）

陈 枫（参编，沈阳闯行天下人才招聘网市场总监 <http://www.chuangjob.com>）

王志勇（参编，知众同盟品牌策划与视觉管理 <http://blog.sina.com.cn/soulstudio>）

为方便教师采用项目教学，本教材提供配套使用的教学资源包（多媒体光盘一张）。每个项目提供相应的资源包，资源包全部采用自动安装模式，教师进行哪个项目的教学，就安装相应项目的教学资源包，资源包自动配置教材中学习任务所需环境。教师如有需要，可致电 010-62515910 或发邮件至 neokitty@126.com 索取。

本教材对应课程已被评为辽宁省精品课程，网址为 <http://jpk.lnnzy.ln.cn/dzsw>，欢迎访问并提出宝贵建议。

本书在编写过程中引用了很多专家学者的观点和资料，在此表示真挚的感谢，由于时间仓促，如有差错和疏漏，恳请读者批评指正。

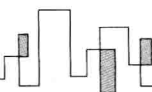
编 者

2010 年 6 月



目 录

项目一	电子商务初识与体验	1
模块一	电子商务初识	3
模块二	电子商务体验	13
项目二	上网行为分析与电子商务盈利模式	20
模块一	上网行为分析	22
模块二	电子商务盈利模式	34
项目三	电子金融与电子支付	46
模块一	电子金融与网上银行	48
模块二	网上证券交易	68
项目四	网上交易处理	77
模块一	C2C 交易处理	79
模块二	B2C 交易处理	92
模块三	B2B 交易处理	106
项目五	电子商务物流配送	129
模块一	电子商务与物流	132
模块二	现代电子商务物流模式	136
模块三	电子商务物流解决方案	144
项目六	电子商务交易安全保障与防范	155
模块一	电子商务安全现状调查与分析	158
模块二	网络安全技术保障	161
模块三	网上交易安全防范	171
项目七	网络营销运作	194
模块一	网络营销初识	196
模块二	网上市场调研	203
模块三	网络营销策略	211



模块四 网络营销运作	222
项目八 企业电子商务网站建设	250
模块一 电子商务网站建设流程	252
模块二 电子商务网站规划设计	262
模块三 电子商务网站内容设计	268
项目九 企业电子商务网站运营	277
模块一 电子商务网站维护	280
模块二 电子商务网站推广	296
模块三 电子商务网站业务处理与客服	312
参考文献	318

项目一 电子商务初识与体验

项目介绍

21 世纪是一个以数字化、网络化为特征,以网络通信为核心的信息时代。随着互联网的迅猛发展,电子商务日益蓬勃发展。“电子商务”一词也成为近年来最热门的话题,已经深入到人们的生产和生活中,推动着经济全球化、贸易自由化和信息现代化的发展步伐。电子商务正以强劲之势改变着企业的经营方式、个人的消费方式以及政府的工作方式,进而影响到整个社会经济的发展。

本项目主要有电子商务初识和电子商务体验两个模块,分成两个学习任务,学生可通过具体的学习任务,借助互联网资源和教学资源包提供的资料展开自学和同学之间的讨论交流,使学生对电子商务产生兴趣,进而重新认识电子商务。



项目目标

通过本项目的学习,使学生对电子商务有一个初步的了解,激发学生对电子商务的学习兴趣;通过学习,使学生理解电子商务的含义和发展历史;对开展电子商务的利益、风险及必要性有一个清醒的认识;掌握电子商务的类型和模式。



项目实施

通过案例分析、学生自学、课堂讨论等形式,教师作为组织者、指导者和共同学习者,与学生共同完成本项目的学习,并进行总结。



项目验收点

网上信息收集与整理;会员注册;网上商品选购;购物订单。



引导案例

女大学生开网店成三百万富姐

网络真是个神奇的地方,可以了解各种你所需要的信息,可以与认识、不认识的人交流,可以找到各种符合你的需要的游戏,也可以开个小店赚钱。据我所知,网店开得好能赚钱不假,但一年时间赚 300 万元却非常少见,而且是在校大学生。最近,地处临安的浙江林学院传出一个创业神话:大四女生小宋,从大三开始边读书边开网店,用了一年时间从 300 元赚到 300 万元。对于这一创业神话,你相信吗?杭州《都市快报》用了整整 3 个版面报道此件事情,而杭城几乎所有的媒体都报道了她。

小宋,2005 年考入浙江林学院家具设计专业。大三那年,她开始迷上服装设计,经常画些上衣、裙子的设计图,抽空还跑到学校附近的裁缝店学做衣服,一次校内交

易让她萌生开网店的想法。2008年4月29日，小宋的网上店铺开张，卖的第一批货品就是按自己的设计风格做的6件女装。2008年5月底，小宋赚了1万元，她的店铺升到一钻级别。2008年暑假，小宋把“总部”搬到了老家海盐，租了200平方米左右的厂房作为打版基地，又在附近找了一家服装加工厂代加工她自己设计出来的衣服。

2008年10月，小宋的网店升到了皇冠级别。她的团队也在不断扩大。目前共有50多人：2个助理、十几个客服、15个打版工、4个包装工，还聘请了专职设计师、模特、摄影师、司机等。2009年2月底，小宋除了固定资产投入、日常成本支出外，卡上有了300万元现金。现在，她的店每天交易量有400件左右，日利润1万到2万元。淘宝网公关部总监说：“按数据算，这家网店一年赚300万元是可能的，在淘宝上一切皆有可能。”这是一个互联网时代的财富故事，也是我们身边的财富神话，尽管让人不可思议，但它是真的。

- 思 考**：
1. 网上开的店与传统店铺一样吗？为什么小宋能赚到钱？
 2. 网上开店就是电子商务吗？你如何理解电子商务？

模块一 电子商务初识



学习任务 1—1

学习情境	由于对电脑和网络的热爱，小米报考了电子商务专业，可是她并不知道什么是电子商务，只是听人说电子商务是个热门专业，可以在网上赚到钱，她也听说很多人网上淘金赚到了钱。小米也想网上淘金，设想将来毕业了搞电子商务，做个“白领”，或者开个个人网店创业，可是做这些需要哪些知识和技能？电子商务到底能干什么？它有哪些形式？对此小米都很模糊。你能告诉小米吗？
环境需求	1. 互联网接入； 2. 计算机（每人一台）； 3. 电子商务介绍录像（教学资源包提供）； 4. 百度搜索引擎使用说明书（教学资源包提供）； 5. 学习任务考核单（也可到教学资源包下载，电子方式上传）。
任务描述	1. 观看录像，结束后调查同学中有过网上购物经历的比例，并请同学们谈谈购物经历和对电子商务的初步理解。 2. 利用搜索引擎（百度、谷歌等）搜索电子商务的含义和发展历史及现状，结合自身的理解，说说什么是电子商务，并填写学习任务考核单（要用自己的语言描述）；将电子商务发展的历史以时间段的形式填入学习任务考核单；将近年的电子商务发展现状以交易额数据形式填入学习任务考核单。 3. 通过网络了解目前社会对电子商务人才的需求情况，从教学资源包下载《电子商务人才岗位需求调查统计表》，仔细阅读，了解你适合做哪些岗位或者你将来想从事哪个岗位，确定你学习的个人偏好并填入学习任务考核单。 以上任务建议 2 学时完成。
任务间歇	播放励志 MV《我真的很不错》（教学资源包提供）。
小调查	你在大学期间想开网店吗？你有 QQ 号码和邮箱吗？
任务拓展	根据你确定的学习偏好，到图书馆借阅相关书籍。如果没有 QQ 号码和邮箱，请利用业余时间申请。



学习任务考核单 1—1

姓名：

学号：

编号：1—1

序号	任务	分值	总结与归纳				成绩
1	你的购物经历	10 分					
2	电子商务含义	20 分					
3	电子商务发展史	30 分					
4	电子商务发展现状	30 分					
5	你喜欢的岗位	10 分					
6	你在大学期间想开网店吗？			想	不想	看情况	
合 计							

* 请学生填写完学习任务考核单后上交



学习指南

1. 电子商务的定义

到目前为止,还没有一个较为全面、权威、能够为大多数人接受的电子商务的定义。各种国际化组织、IT 公司等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定义。

1.1 国际组织对电子商务的定义

(1) 世界电子商务会议关于电子商务的定义。1997 年 11 月 6 日至 7 日,国际商会在法国巴黎举行了世界电子商务会议,从商业角度给出了电子商务的定义: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:电子商务是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。

(2) 联合国国际贸易法委员会(UNCITRAL)关于电子商务的定义。作为国际贸易法律方面的一个权威国际组织,联合国国际贸易法委员会成立于 1966 年,它是联合国的一个附属机构。它认为,电子商务是采用电子数据交换(EDI)和其他通信方式增进国际贸易的职能,其显著特点是它包括可编程序电文。通过计算机程序制作是它与传统书面文件之间的根本区别。

(3) 联合国经济合作和发展组织(OECD)关于电子商务的定义。成立于 1961 年的联合国经济合作和发展组织是西方主要资本主义国家协调经济和社会政策的国际组织,主要研究、分析和预测世界经济的发展走向,协调成员国关系,促进成员国在经济方面的合作。它认为,电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

1.2 世界著名 IT 公司对电子商务的定义

(1) IBM 公司。IBM 公司认为,电子业务(E-Business, EB)概念包括三个部分:内联网(Intranet)、外联网(Extranet)和电子商务(E-Commerce, EC)。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强调交易的狭义的电子商务,而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在互联网(Internet)、内联网和外联网结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的。只有先建立良好的内联网,建立好比较完善的标准和各种信息基础设施,才能顺利扩展到外联网,最后扩展到电子商务。

(2) 惠普公司(HP)。HP 提出了电子商务(EC)、电子业务(EB)、电子消费(E-Consumer)和电子化世界的概念。它对电子商务的定义是:通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式,使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等的交换,是商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式:商家之间的电子商务及商家与最终消费者之间的电子商务。对电子业务的定义是:一种新型的业务开展手段,通过基于互联网的信息结构,使得公司、供应商、合作伙伴和客户之间,利用电子业务共享信息,不仅能够有效地增强现有业务进程的实施,而且能够对市场等动态因素做出快速响应并及时调整当前业务进程。更重要的是,电子业务本身也为企业创造出了更多、更新的业务动作模式。对电

子消费的定义是：人们使用信息技术进行娱乐、学习、工作、购物等一系列活动，使家庭的娱乐方式越来越多地从传统电视向互联网转变。

(3) Intel 公司。Intel 公司认为，电子商务=电子化市场+电子化交易+电子化服务。电子商务是基于网络连接的不同电子计算机间建立的商业运作体系，是利用互联网/内联网来使商务运作电子化。电子贸易是电子商务的一部分，是企业与企业之间，或企业与消费者之间使用互联网所进行的商业交易（如广告宣传、产品介绍、商品订阅、付款、售后服务等）。

1.3 我国学者对电子商务的定义

以上定义和说法都有其道理。然而，对绝大多数人来讲，并不一定需要一个十分准确的定义来统一思想。只需大体知道电子商务是利用互联网来进行的商务活动就已经足够了。况且，在高速发展的信息化领域中，谁能保证电子商务这个概念会固定在某些内涵和外延圈定的意义中而不再改变？但为了更加全面地概括电子商务，我国学者从广义和狭义两个方面给出了定义。

(1) 广义的电子商务。广义的电子商务一般用 EB (Electric Business) 表示，是指各行业、各部门（包括政府机构和企业、事业单位）、各种业务的电子化和网络化。在这个定义下，电子商务又可以称为电子业务，泛指现代的一种经营手段和经营理念，包括电子政务、电子军务、电子教务、电子商务、电子医务、电子公务、电子事务、电子家务等。



小提示

目前，许多学校的网络教学模式、远程教学模式都属于广义的电子商务。

(2) 狭义的电子商务。狭义的电子商务一般用 EC (Electric Commerce) 表示，是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动。如企业与企业、企业与消费者利用计算机网络进行的以商品交换为中心的各种商务活动，也可以称为电子交易，它包括网络营销、网络广告、网上洽谈、电子购物、电子支付、电子结算等不同层次、不同程度的电子商务活动。

本书研究介绍的电子商务范畴是指狭义的电子商务。



小提示

区分 E-Commerce 和 E-Business

很多人在谈及电子商务的时候习惯用 E-Business 这个词，还有很多人对 E-Commerce 和 E-Business 这两个词在使用时不加区分。其实，这两个名词有着不同的内涵和应用。

E-Commerce 是通过 Internet 进行的各种商务活动，包括网上的展示、洽谈、营销、支付等，最终实现产品或服务的所有权和使用权的转移，即 E-Commerce 是交易的各方利用网络在市场中进行产品和服务交换的商务行为。

E-Business 指的是企业利用现代化信息技术开展的一切商务活动，既包括网上交易，还涵盖企业内部及企业之间的协作与协调，以及企业在使用计算机及网络方面的各种其他用途。

(3) 对电子商务概念的理解。电子商务包含两个方面：一是商务活动，二是电子化手段。它们之间的关系是：商务是核心，电子化是手段和工具。这里的商务包括企业通过内联网方式处理与交换商贸信息，企业与企业之间通过外联网或专用网方式进行的业务协作和商务活动，企业与消费者之间通过互联网进行的商务活动，消费者与消费者之间通过互联网进行的商务活动，以及政府管理部门与企业之间通过互联网或专用网方式进行管理以及商务活动。这里的电子化手段包括自动捕获数据、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、网络通信和无线移动技术等各种电子通信技术手段。



小资料 商业是指以货币为媒介进行交换从而实现商品流通的经济活动。商业有广义与狭义之分。广义的商业是指所有以营利为目的的事业；而狭义的商业是指专门从事商品交换活动的营利性事业。电子商务只是商业中的一种模式。

(4) 电子商务的概念模型。电子商务的概念模型是对现实世界中电子商务活动的一般抽象描述，它由电子商务实体、电子市场、交易事务和信息流、商流、资金流、物流等基本要素组成，如图 1—1 所示。

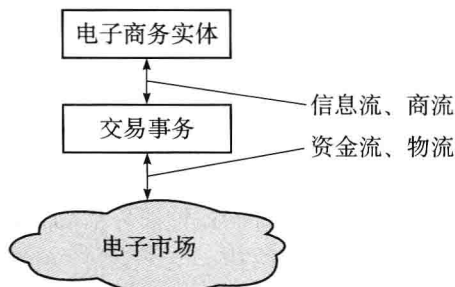


图 1—1 电子商务的概念模型

在电子商务概念模型中，电子商务实体是指能够从事电子商务的客观对象，如企业、银行、商店、认证中心、政府机构和个人等；电子市场是指电子商务实体从事商品和服务交换的场所，它由各种各样的商务活动参与者利用各种接入设备（计算机、个人数字助理等）和网络连成一个统一的整体；交易事务是指电子商务实体之间所从事的具体的商务活动的内容，如询价、报价、转账支付、广告宣传、商品运输等。

电子商务中的任何一笔交易都包含四种基本的“流”，即信息流、商流、资金流、物流。

1) 信息流是为服务于商流和物流所进行的信息活动的总称，既包括商品信息的提供、促销行销、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,还包括交易双方的支付能力、支付信誉等。

2) 商流是指商品在购、销之间进行交易和商品所有权转移的运动过程。具体指商品交易的一系列活动,包括交易前的商品宣传,用户选择及双方的谈判磋商,交易中的规则确认(合同)及订货、发货过程,交易后的服务行为等,往往涉及商检、税务、海关、运输等各行业。

3) 资金流主要是指资金的转移过程。包括付款、转账、兑换等过程。它始于消费者,终于商家账户,中间可能经过银行等金融部门。

4) 在电子商务环境下,以上三种“流”的处理都可以通过计算机和网络通信设备来实现。而物流作为电子商务四种“流”中最为特殊的一种,是指物质实体(商品和服务)的流动。

2. 电子商务的基本组成

电子商务的基本组成要素有计算机网络(包括 Internet、Intranet、Extranet)、用户、认证中心、物流配送中心、网上银行、商家等,其系统结构如图 1—2 所示。

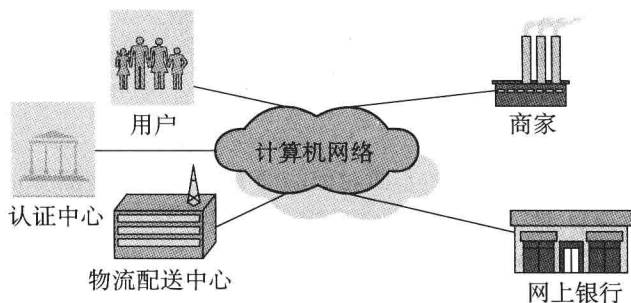


图 1—2 电子商务的基本组成示意图

2.1 计算机网络

计算机网络包括国际互联网(Internet)、内联网(Intranet)和外联网(Extranet)。

(1) Intranet 是企业内部商务活动的网络平台,是一个组织内部通过使用 Internet 技术实现通信和信息访问的方式。

(2) Extranet 是一个用 WWW 构筑的商务系统,是企业与企业、企业与个人进行商务活动的纽带。

(3) Internet 是全球网络的集合,是众多网络的网络,它是电子商务的基础,也是商务、业务信息传送的载体。



小资料

国际互联网、内联网、外联网之间的区别和联系

(1) 在操作权限上,国际互联网提供的服务基本上对用户没有权限控制或控制很少,而内联网提供的控制是很严的。

(2) 在内容上,国际互联网提供信息的页面以静态为主,而内联网提供的信息内容大部分与数据库有关,即内联网提供的信息内容是动态的,随着底层数据库的变化而变化。

(3) 在服务对象方面,国际互联网服务的对象是全世界用户,而内联网服务的对

象是企业员工。

(4) 在联结方式上, 国际互联网强调各个组织网站之间的联结, 无交易的企业、消费者都是它的业务范围; 外联网强调各个企业间的联结, 业务范围包括交易伙伴、合作对象、相关公司、销售商店以及主要客户; 内联网强调企业内部各部门的联结, 业务范围仅限于企业内。

2.2 用户

电子商务用户可分为个人用户和企业用户。

(1) 个人用户通过使用浏览器、电视机顶盒、个人数字助理、可视电话等接入 Internet, 获取信息, 购买商品和服务, 借助中介网络平台发布产品信息并销售产品, 利用即时沟通工具进行聊天交友、网游和娱乐等活动。

(2) 企业用户通过建立企业内联网、外联网和企业管理信息系统 (MIS), 对人、财、物、供、销、存进行科学管理。企业利用 Internet 网页站点发布产品信息, 接受订单, 同时建立电子商场, 在网上进行销售等商务活动。还借助电子报关、电子报税、电子支付系统与海关、税务局、银行进行有关的商务和业务处理。

2.3 认证中心

电子商务是依靠网络进行的一种非面对面的商务活动, 参与商务活动的各方出于交易安全的考虑希望能够确认对方的身份, 身份识别是网上交易安全的首要问题, 认证中心 (CA) 的产生正是迎合了这样一种需要。

认证中心是电子商务交易安全的保障部门, 是法律承认的权威机构, 负责发放和管理电子证书, 以便使网上交易的各方能够相互确认身份。电子证书是一个包含证书持有人个人信息、公开密钥、证书序号、有效期、电子签名等内容的数字文件。

2.4 物流配送中心

物流配送中心接受商家的送货需求, 组织运送无法从网上直接得到的商品, 并在运输过程中跟踪商品流向, 保证将商品按时送到消费者手中。如 EMS 快递、邮政的包裹业务等。

2.5 网上银行

网上银行为用户提供 24 小时实时支付服务, 并与信用卡公司合作, 发放电子钱包, 提供网上支付手段, 为电子商务交易中的用户和商家服务, 完成网上支付。例如, 为阿里巴巴、淘宝网以及其他网站提供支付服务的支付宝, 拍拍网的财付通, 易趣的安付通, 贝宝等。

2.6 商家

商家即提供商品和服务的企业或店铺。

3. 电子商务的特点与作用

3.1 电子商务的特点

电子商务是在传统商务的基础上发展起来的, 由于信息技术的支撑, 电子商务活动的方式呈现出新的特点。