

21 世纪IT类专业实训系列教材
SHIJI IT LEI ZHUANYE SHIXUN XILIE JIAOCAI

电子商务教程

DIANZI SHANGWU JIAOCHENG (第二版)

主 编 许国柱 王剑峰
副主编 袁以美 汤海洪
主 审 李立新



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

21 世纪IT类专业实训系列教材
SHIJI IT LEI ZHUANYE SHIXUN XILIE JIAOCAI

电子商务教程

D IANZI SHANGWU JIAOCHENG (第二版)

主 编 许国柱 王剑峰

副主编 袁以美 汤海洪

主 审 李立新



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务教程/许国柱, 王剑峰主编. —2 版. —广州: 华南理工大学出版社, 2012. 2
ISBN 978-7-5623-3586-3

I. ①电… II. ①许… ②王… III. ①电子商务-高等学校-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 004557 号

总发行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

营销部电话: 020-87113487 87110964 87111048 (传真)

E-mail: scutcl3@scut.edu.cn <http://www.scutpress.com.cn>

责任编辑: 兰新文

印刷者: 广东省农垦总局印刷厂

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 19.5 字数: 493 千

版次: 2012 年 2 月第 2 版 2012 年 2 月第 6 次印刷

印数: 9001 ~ 12000 册

定价: 36.00 元

版权所有 盗版必究

21 世纪 IT 类专业实训系列教材

编审委员会

主 任：李吉桂

副 主 任：邬家炜 谢赞福 朱志辉

委 员：（按姓氏笔画为序）

牛 熠 王树勇 许国柱 刘宇芳 刘兴东

麦 山 李 坚 李健俊 李美村 李胜宾

余新民 余壁芬 陈遵德 郑若忠 姚幼敏

姚卿达 袁 志 聂勇军 龚赤兵 黄锐军

彭湘凯 黎碧茵

项目总策划：范家巧 潘宜玲

执行策划：何丽云 赵 鑫

总 序

积极发展高等职业教育，是社会和经济发展对高等职业人才的客观需要，其根本目的是培养生产、服务第一线的高级应用型、技术型人才。

进入 21 世纪，我国高等职业教育进入前所未有的大发展时期，时代的进步与发展对高等职业教育质量提出了更高、更新的要求。为贯彻落实《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》和《教育部等九部门关于加快软件人才培养和队伍建设的若干意见》等文件精神，推动高职高专 IT 专业课程、师资、教材、实验、实训等教学建设和教学改革，促进教学质量不断提高，广东省高职高专 IT 专业教学指导委员会组织编写这套“21 世纪 IT 类专业实训系列教材。”

本系列教材强调凸显高职高专 IT 专业建设新思路，主要体现为：

◆ 坚持高等职业教育必须“以服务为宗旨，以就业为导向，走产学研结合的发展道路。”

◆ 确立高等职业教育课程改革三个方面的目标定位：课程性质定位——将高职课程发展成高等技术教育的课程体系；课程功能定位——将高职课程构建成为区域政治、经济、文化发展服务的课程体系；课程个性定位——将高职课程建设成能充分体现本院校特色的课程体系。也就是说，在一定年限内最终形成具有高职特征、区域特点和院校特色的课程体系。

◆ 目前高职高专 IT 人才培养模式及教学改革要体现创新理念，要力争做到：教育观念创新、人才培养模式创新、教学内容创新、教学方法创新、教学资源创新、培养思维创新和知识应用创新。

为提高育人质量，对 IT 人才培养有必要开展基于立体资源利用的教学改革试验研究，它有助于推进高职高专 IT 人才的培养，促进改革的深入发展。立体资源利用的教学改革试验研究应体现以下特点：

重视立体资源利用，发挥网络资源共享的优势，充分利用网上资源进行

实训教学活动；重视发挥学生主体地位，指导学生利用网络环境进行自主探究式学习；重视发挥网络通信的作用，组织学生在网络环境下进行协商讨论式学习；重视发挥网上信息技术工具的作用，组织学生利用网上工具重构知识，创造性地学习。

因此，本系列教材突出了以下三个方面的特色：

- ◆ 技术理论精练够用，任务明确具体，技能实操落实，活学活用。
- ◆ “三相符”：与职业资格认证考试大纲相符，与市场技术潮流相符，与职业岗位实际需要相符。
- ◆ “三适应”：适应创新理念，适应学生基础，适应用人需求。

本系列教材可以作为高职高专院校、应用型高等院校 IT 类专业的课程教材，也可供其他专业的计算机应用技术课程选用。

本系列教材在编写出版的过程中，得到了广东省教育厅高教处、全国高等师范院校计算机教育研究会、广东省计算机学会、计算机教育分会和各高校老师的热情鼓励和支持，华南理工大学出版社以很高的热情和效率组织了本系列教材的出版工作，对此谨表示衷心的感谢。

我们希望这套“21 世纪 IT 类专业实训系列教材”的编写与出版，能反映现代 IT 新技术和应用要求，在提倡创新思维和创新意识的基础上，使学生掌握现代 IT 的基本理论和基本方法，培养学生具有先进的软硬件系统开发和实践技能以及运用现代计算机网络与通信等理论和技术的能力，从而为我国培养出符合时代发展要求的高素质创新型 IT 人才。

广东省高职高专 IT 专业教学指导委员会

2005 年 8 月

再版前言

电子商务作为 Internet 的主要应用领域,正以难以估量的速度发展,影响和改变着社会经济生活的各个方面。它突破了传统的商务及交易模式,使得今天的商务活动不再受时间和地域的限制,而且具有互动性、即时性、全球性及低成本的特点。电子商务知识是现代人的基本必备知识。电子商务课程是电子商务专业学习领域一门核心的职业技能课,也是国际商务、市场营销、连锁经营和工商管理等专业拓展领域的一门职业基础课。电子商务课程内容体系体现了网络商务的基础性、网络学习的前沿性和网络生活的时代性。

作为电子商务课程教材——《电子商务教程》第1版自2006年8月出版以来,承蒙广大院校电子商务教师与学生们的厚爱,这本书已经连续印刷多次。近年来,随着国内外电子商务产业的迅速发展,电子商务的理论教学、实战训练和人才培养等都面临全新的挑战,电子商务的“教”与“学”必须与时俱进,电子商务课程教材的适时更新与不断完善也势在必行。在本书第2版的修订编写过程中,编者根据当前高等教育改革的需要,参阅了国内多位专家、学者的电子商务著作或译著,也参考了同行的相关教材和网络案例资料,打破传统教材“篇、章、节”的编排方式,采取“项目”、“任务”的表述形式。其主要特点如下:

(1) 体现“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的指导思想,突出职业培训特色,体现本职业对学习者的应掌握的理论知识和操作技能的要求,它是《国家电子商务职业标准》中各项工作内容和要求的具体化。

(2) 技能训练与职业资格证书考试培训相结合。教材设计的工作任务所需技能及其训练方法符合职业资格证书考试的要求,并进行针对性训练,使学生学完课程就可以考取相应的职业资格证书,实施“双证”教学。

(3) 教材以能力培养为主线,按照“工作要求什么,教师教什么,学生会什么”的理念,实现教、学、做的有机结合;突破学科式教育的教材体系模式,依据工作过程或案例、项目导向、任务驱动的思路对教学内容进行整合、序化,构建全新的教材体系。

(4) 任务驱动学习模式。根据企业实际的工作情况与要求,将电子商务工作内容设计成工作任务。学生在任务驱动下进行学习,教师的主要任务是指导学生完成具体任务。

本书内容详实，结构合理，案例引入深入浅出。本书适合作为培养应用型人才的本科和高职高专院校电子商务课程教材，也适合中、高层次的技术人员、商务专家以及企业界、商业界人士和电子商务感兴趣的读者。

本书由许国柱、王剑峰担任主编，由袁以美、汤海洪担任副主编，其中项目 1、2、4、7、8 由许国柱编写，项目 3 由曾哲军编写，项目 5 由汤海洪编写，项目 6 由占挺编写，项目 9 由许国柱、袁以美编写。全书由李立新担任主审。

由于水平有限，书中存在的不足之处，欢迎读者批评指正。

编者

2011-11-11

前 言

电子商务是基于计算机技术以及通信网络技术的经济活动。它突破了传统的商务及交易模式,使得今天的商务活动不再受时间和地域的限制。它的特点是互动性、即时性、全球性及低成本。电子商务作为 Internet 的重要应用领域之一,正以难以估量的速度发展,影响和改变着社会经济生活的各个方面。政府、企业、个人都应从不同的方面了解电子商务技术,以适应信息社会的要求。本书的目的就是全面介绍电子商务的应用和相关技术。

本书借鉴国内外电子商务课程的教材和业界最新技术及动态,结合大量实际案例,系统地介绍了电子商务的概念、功能、运作方式、流程等基础知识;并对电子商务面临的技术、社会、法律等各方面的主要问题以及相应的对策进行了论述;同时,对实现电子商务的核心技术也进行了全面的介绍,包括标准化、网络与 Internet 技术、交易安全技术、电子货币、电子数据处理技术等。全书共分 10 章,分别为第 1 章电子商务概述,第 2 章计算机网络技术,第 3 章 EDI 技术,第 4 章网络营销,第 5 章电子商务资金流,第 6 章电子商务物流,第 7 章计算机网络安全技术,第 8 章电子商务安全技术,第 9 章电子商务网站的建设,第 10 章电子商务法律法规常识。

本书的特点是根据高等职业教育人才培养模式和人才培养目标,突出应用性、实践性的原则,注重人文社会科学与技术教育相结合;以通俗讲解概念、详细说明操作方法为主要原则,以循序渐进的方式帮助读者认识 and 了解电子商务。在每章中,还列出了思考题和实训题,供读者思考、实践。本书可作为高职高专、夜大、函大和高教自考教材,也可作为广大读者学习和研究电子商务的入门参考书。相信本书将为推动我国电子商务理论知识的普及,特别是培养新世纪紧缺的电子商务应用人才发挥积极的作用。

本书由许国柱担任主编,王剑峰、蔡少英任副主编。其中第 1 章、第 3 章、第 8 章由许国柱编写,第 2 章、第 9 章由王剑峰编写,第 4 章由钟伟强编写,第 5 章由蔡少英编写,第 6 章由马小红编写,第 7 章由黄昊晶编写,第 10 章由杨韵编写。

由于编者水平有限,书中难免存在缺点和错误,殷切希望广大师生和读者批评指正。

编 者

2006. 6. 6

目 录

项目1 认识电子商务	(1)
任务1 科学理解电子商务概念	(2)
一、电子商务概念	(2)
二、电子商务的基本属性	(7)
三、传统商务与电子商务的区别	(8)
四、电子商务的功能	(10)
任务2 掌握电子商务的分类	(11)
一、电子商务按参与交易的对象分类	(11)
二、电子商务按使用的网络类型划分	(13)
三、电子商务按活动的范围划分	(13)
四、电子商务按交易对象划分	(14)
任务3 电子商务产生与发展过程	(14)
一、企业信息化发展过程	(14)
二、电子商务发展简史	(19)
三、我国电子商务的发展	(20)
四、电子商务产生发展的条件	(21)
任务4 认识电子商务对企业的影响	(21)
一、电子商务对企业市场的影响	(21)
二、电子商务对企业内部结构与行业结构的影响	(23)
三、电子商务对企业管理的影响	(24)
同步训练	(25)
项目2 电子商务运作系统	(27)
任务1 掌握电子商务系统结构	(27)
一、电子商务的概念模型	(27)
二、电子商务系统的基本组成	(29)
三、电子商务的基本框架结构	(31)
四、电子商务系统的运行环境	(32)
任务2 掌握EDI电子商务系统及其运行	(35)
一、什么是EDI商务	(35)
二、EDI电子商务的工作流程	(37)
三、EDI软件系统结构与数据处理流程	(39)
任务3 熟知电子商务系统的应用	(42)
一、消费者的应用	(42)

二、企业的应用	(45)
同步训练	(55)
项目3 网上开店与经营	(57)
任务1 网上开店——准备入门	(58)
一、网上开店必备的硬件条件	(58)
二、网上开店必备的软件条件	(58)
三、认识网上开店的交易平台	(59)
任务2 网上开店的基本流程	(60)
一、策划你的网店	(60)
二、寻找好的货源	(60)
三、淘宝网注册及支付宝实名认证	(61)
四、申请店铺和发布商品	(65)
任务3 网上店铺经营管理	(71)
一、网店的商品配送	(71)
二、网店的交易管理	(74)
三、网店的客户管理	(74)
四、网店管理工具简介	(75)
同步训练	(75)
项目4 电子交易	(77)
任务1 掌握电子商务的交易流程	(79)
一、电子交易的阶段过程	(79)
二、网络商品直销业务流程	(80)
三、网络商品中介交易业务流程	(81)
任务2 熟知电子单证与电子合同	(82)
一、网上单证	(82)
二、电子合同	(86)
任务3 熟悉常用电子交易模式	(89)
一、B2C 交易模式	(89)
二、B2B 交易模式	(91)
三、C2C 交易模式	(93)
同步训练	(95)
项目5 电子支付	(97)
任务1 掌握电子支付方法	(98)
一、电子支付的特点	(98)
二、电子支付系统的构成	(98)
三、电子支付的分类	(99)

任务2 掌握常用电子支付工具的使用	(101)
一、信用卡的使用	(101)
二、电子现金的使用	(105)
任务3 熟知网上银行	(108)
一、什么是网上银行	(108)
二、网上银行的主要功能	(109)
三、网上银行的特点	(110)
四、个人网上银行操作(以建设银行为例)	(111)
任务4 掌握第三方支付方法	(115)
一、第三方支付介绍	(115)
二、支付宝操作	(117)
同步训练	(123)
 项目6 电子商务物流	 (125)
任务1 认识物流	(126)
一、德国宝马(BMW)的物流秘籍	(126)
二、物流的定义	(127)
三、物流的分类	(128)
四、第三方物流的基本概念与特征	(128)
五、物流系统	(129)
任务2 物流运输管理	(130)
一、物流运输概念	(130)
二、运输合理化	(132)
三、运输方式的分类	(134)
四、现代运输方式的选择	(136)
任务3 物流仓库管理	(137)
一、仓储基本概念	(137)
二、仓储管理的基本内容	(138)
三、仓储管理的原则	(138)
四、储存保管方法	(139)
五、入库作业管理	(143)
六、出库过程管理	(148)
任务4 掌握电子商务时代的物流配送体系	(151)
一、配送的概念	(151)
二、配送中心	(153)
三、电子商务下的配送	(154)
同步训练	(156)

项目7 网络营销	(158)
任务1 认识网络营销	(161)
一、网络营销的特点	(161)
二、现代营销理论与网络营销	(162)
三、网络营销主要内容	(168)
任务2 掌握网络市场调查方法	(169)
一、网络市场调查的特点	(169)
二、网络市场调查的一般步骤	(170)
三、网上市场调查方法	(171)
任务3 网络营销策略的设计	(173)
一、网络营销商品定位策略	(173)
二、网络营销的定价策略	(174)
三、网络营销的渠道策略	(177)
四、网络营销的促销策略	(181)
任务4 网络营销常用方法	(183)
一、搜索引擎营销	(183)
二、电子邮件 (Email) 营销	(185)
三、网络口碑营销	(187)
四、交换链接	(189)
任务5 网络广告发布	(190)
一、网络广告的特点	(190)
二、网络广告的种类	(191)
三、网络广告的发布途径	(193)
四、网络广告的收费模式	(194)
任务6 网站推广常用方法	(195)
一、企业网站推广之搜索引擎	(195)
二、企业网站推广之链接	(196)
三、企业网站推广之线下	(196)
四、企业网站推广之信息发布	(196)
五、企业网站推广之QQ群	(196)
六、企业网站推广之水印	(196)
七、企业网站推广之群发	(197)
八、企业网站推广之推荐	(197)
九、企业网站推广之广告	(197)
十、企业网站推广之微博	(197)
同步训练	(197)
项目8 电子商务安全技术	(199)
任务1 熟知电子商务安全需求	(200)

一、影响电子商务安全的因素	(200)
二、电子商务的安全隐患	(202)
三、电子商务的安全需求	(202)
四、电子商务的安全体系	(204)
任务2 掌握数据加密技术	(206)
一、数据加密的一般模型	(206)
二、对称密钥加密技术	(206)
三、非对称密钥加密技术	(209)
四、密钥管理技术	(212)
任务3 掌握电子商务安全认证技术	(213)
一、数字摘要	(213)
二、数字签名技术	(214)
三、数字信封技术	(216)
四、数字时间戳	(216)
五、数字证书	(217)
六、身份认证	(220)
任务4 熟知公钥基础设施与认证机构	(222)
一、公钥基础设施 PKI	(222)
二、安全认证机构 CA	(230)
任务5 熟知电子商务安全认证协议	(233)
一、安全套接层协议 SSL	(233)
二、安全电子交易协议 SET	(235)
三、其他安全协议	(240)
任务6 学会电子商务安全技术的应用	(241)
一、电子商务安全技术综合处理流程	(241)
二、证书的应用	(243)
同步训练	(248)
 项目9 电子商务职业认证	 (249)
任务1 熟悉电子商务国家职业标准	(249)
一、职业定义与职业等级	(249)
二、电子商务从业人员的基本知识要求	(249)
三、电子商务从业人员的工作技能要求	(251)
四、申报条件	(254)
任务2 熟知电子商务师(员)职业资格考试	(255)
一、考试简介	(255)
二、考核内容	(256)
三、考核方式	(256)
四、考核方案	(256)

五、考核题型	(256)
任务3 电子商务师(员) 职业资格考试单元训练	(256)
一、电子商务基本知识和基本操作训练	(256)
二、Internet 的应用基础知识和基本操作	(259)
三、网站设计与网页制作的基本知识和操作	(263)
四、网络营销基础知识和基本操作	(267)
五、电子交易基础知识和基本方法	(271)
六、电子商务的物流配送基本知识	(273)
七、电子商务的从业道德与法规	(276)
八、电子商务安全基础知识和基本操作	(278)
任务4 电子商务师(员) 职业资格考试综合训练	(282)
一、电子商务师(员) 职业资格考试综合训练	(282)
二、助理商务师职业资格考试综合训练	(289)

项目1 认识电子商务

【引例】亚马逊网上书店

亚马逊公司是典型的面对消费者的零售网站（Business to Consumer, B2C）。亚马逊公司最初是个网上书店，但现在产品种类已经扩大至音像光盘、录像带、化妆用品、宠物用品及杂货等，并提供拍卖及问候卡片等服务，它正努力成为全球最大的网上零售商。谈及亚马逊，公司的创始人贝索斯说：“我们要创建一个前所未有的事物。”

没有固定的繁华店铺，没有面对面的亲切笑容，只以无店铺行，在1995年7月，亚马逊还只是个网站，但到1999年底，其顾客已涵盖了160多个国家和地区，公司的市值达到90亿美元，远远超过对手——邦诺（Barnes & Noble）与边界（Borders）两家公司的市值总和。

亚马逊的崛起是一出典型的喜剧，剧中的主角、亚马逊的创办人杰夫·贝索斯（Jeffrey Bezos）30出头，创办亚马逊以前还是萧氏企业（D. E. Shaw）的一名经理人。有一天他上网浏览时，发现了一个统计数字：网络使用人数每个月以2300%的速度在增长。吃惊之余，他花了两个月的时间研究了网络销售业的潜力与远景，于是他作了个决定：辞掉现有工作，和他的妻子开着老式雪佛莱，跑到西部打算创立网络零售业。

贝索斯拟出了20种认为适合于虚拟商场销售的商品，包括图书、音乐制品、杂志、PC机和软件等。他最后选择了图书。这里有三个原因：一是因为美国每年出版的图书将近130万种，而音乐制品大约只有30万种。二是美国音乐市场已经由六家大的录制公司控制，而图书市场还没有形成垄断，即使是老牌连锁店Barnes & Noble的市场占有率也只有12%，而且每年图书行业的营业额能够达到250亿美元；全球的书籍更是多达300多万种，书籍零售有820亿美元的市场。三是读书是很多人的爱好，在国外，有80%的人说读书是他们的业余爱好之一。因此，最后他选择了书籍作为网络销售的突破口，公司地点选择了西雅图，因为那里是书籍发行商英格姆（Ingram）的大本营。

1995年7月，贝索斯在西雅图市郊贝尔维尤的一栋租来的有两个房间的屋子里，以30万美元第一笔投资创业，成立亚马逊书店。大部分的筹备工作是在日后成为最大劲敌的邦诺书店中的咖啡吧里完成的，其中包括创业计划书，这份计划书最后吸引了克劳菲德/拜尔斯投资公司（Kleiner Perkins Caulfield & Byers）的注意，并由其出资成立了亚马逊书店。贝索斯将一个车房改装成货仓和作坊，用3台“升阳”微系统电脑工作站和300个“顾客”测试网址。贝索斯给书店取名为亚马逊，希望它能够像巴西的亚马逊河那样勇往直前。

1995年8月，亚马逊卖出了第一本书。最初一段时间，贝索斯所要做的不过是些琐事罢了，忙着在雪佛莱的后备箱开箱、装箱，并亲自运至邮局寄出。在将近两年时间里，亚马逊处于沉寂的状态，但两年之后，亚马逊开始神话般崛起。在短短的半年之间，亚马逊完成了第一个目标，成为全球最大的网上书店，从而改变了出版业的整个经济形态。

3年以后，亚马逊被《福布斯》杂志称为世界上最大的网上书店。4年后，这家公司

拥有了 1310 万名顾客,书目数据库中含有 300 万种图书,超过世界上任何一家书店,成为网上零售先锋,1999 年的销售额是 30 亿美元。1999 年贝索斯当选美国《时代》周刊本年风云人物,这位年轻的企业家对一家网络大书店的远见,掀起了全球网上购物的革命。《时代》周刊总编辑艾萨克森解释这家杂志的遴选标准时说:“贝索斯这个人不但改变了我们做事的方式,也协助我们铺平了将来的道路。”他说:“电子商务已有四五年,但 1999 年才是电子商务和网店热达到高峰和真正影响大家的年头。”35 岁的贝索斯说:“这是不可思议的殊荣,网络包含着改善生活的保证,我能够置身这个迅速和令人惊奇的变迁的时代,实感幸运。”

1998 年 3 月,亚马逊开通了儿童书店 (Amazon.comKids),这时的亚马逊,已经是网上最大最出名的书店了,但同样具有偏执狂特征的贝索斯,继续以他的理论引导着亚马逊向更远的目标发展。6 月,亚马逊音乐商店开张;7 月,与 Intuit 个人理财网站及精选桌面软件合作;8 月,亚马逊买下 Plane All and Junglee 企业;10 月,打进欧洲大陆市场;11 月,加售录像带与其他礼品。1999 年 1 月,为了满足业务快速增长的需要,成立第三家配送中心;2 月,买下药店网站 (DrugStore.com) 股权,并投资药店网站;3 月,投资宠物网站 (Pets.com),同期成立网络拍卖站;4 月,提供问候卡片服务,于堪萨斯设立配送中心;5 月,投资家庭用品网站 (Home-Grocer.com)。2000 年 1 月,与网络快运公司 Kozmo.com 达成了一项价值 6000 万美元的合作协议,使用户订购的商品在一小时之内能送货上门;1 月底,宣布购买网上轿车销售商 Greenlight.com 公司 5% 股份;3 月,和 Adobe 在电子书籍方面合作,并进军移动商务;4 月,斥巨资组建的网上酒饮料超市 WineShopper.com 正式开张。

在这个过程中,亚马逊已经完成了从纯网上书店向一个网上零售商的转变,在这组数据的背后,我们可以看到两点:①扩张速度快且猛,亚马逊以其惯有的方式一刻不停地扩张新的业务,占领新的领域;②资金消耗既多又快,在这个阶段,亚马逊的股票价格共上升了 50 多倍,公司市值最高时达到 200 亿美元。

亚马逊成功地走在了新经济的前列,并扮演着电子商务领航灯的角色,让人们真正懂得了什么是电子商务,电子商务究竟能做到什么程度。

【学习目标】

- 科学理解电子商务概念
- 熟知电子商务产生和发展的条件
- 认识电子商务对企业产生的影响

任务 1 科学理解电子商务概念

一、电子商务概念

(一) 各组织机构对电子商务的定义

电子商务是一个发展的概念,迄今为止仍没有一个统一全面的、具有权威性的定义。世人众说纷纭,各国政府、企业、各界人士或学者都是根据自己所处的地位和对电子商务