

# 电子商务概论

AN INTRODUCTION TO E-COMMERCE

主编◎黄仕靖 顾建强

 北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

# 电子商务概论

主 编 黄仕靖 顾建强

副主编 靖 晶 薛庆根

常州大学图书馆  
藏书章

 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

## 内 容 简 介

本书共十章，主要内容包括电子商务概述、电子商务的业务模式、电子商务技术基础、电子商务安全、网络营销、电子支付、电子商务物流、电子商务的服务与监督、跨境电子商务和电子商务的应用。本书内容形式丰富，能为教学提供多样化的辅助。每章开篇设置“学习目标”“案例引导”模块；在章节中间穿插“小贴士”，包括网络新闻报道、研究报告等；每章最后设置“关键名词”“课后习题”和“技能操练”等模块。

本书可以作为高等院校电子商务、市场营销、国际经济与贸易等经济管理相关专业的教材，也可以作为计算机、工业工程等相关专业的教材或参考书，同时还可以作为电子商务的实际工作者和相关领域管理人员的参考用书或培训教材。

版权专有 侵权必究

---

### 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论/黄仕靖, 顾建强主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 9  
ISBN 978 - 7 - 5682 - 6404 - 4

I. ①电… II. ①黄… ②顾… III. ①电子商务 IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 228786 号

---

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京紫瑞利印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 16.5

字 数 / 397 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 72.80 元

责任编辑 / 王晓莉

文案编辑 / 赵 轩

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

---

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

# 前 言

目前电子商务已经步入了深入发展的阶段。官方数据显示,电子商务对国民经济和社会发展的贡献在不断提高,电子商务的应用已经成为决定企业国际竞争力的重要影响因素。尤其在“互联网+”“大众创业,万众创新”的时代背景下,电子商务已经成为企业转换经营模式、提高经济效率的重要选择。

电子商务的飞速发展,使得各行各业对电子商务人才的要求越来越高,而具备一定的经济贸易理论基础和电子商务应用技能的复合型人才尤其受到人才市场的欢迎。基于这样的需求,我们经过多次调研、反复研讨,组织编写了本书。

本书在应用型人才培养模式的指导思想之下,系统梳理了电子商务的整体框架以及所涵盖的主要原理、技术、发展趋势等,并结合当下电子商务发展中的社会热点现象和事件进行分析和评述,使读者在阅读完此书后能够对电子商务的理论、技术和应用有比较清晰和完整的了解,为后续课程的学习打下基础。

本书共十章,较为全面地阐述了电子商务重要的知识模块,包括电子商务概述、电子商务的业务模式、电子商务技术基础、电子商务安全、网络营销、电子支付、电子商务物流、电子商务的服务与监督、跨境电子商务和电子商务的应用。本书在编写上力求引入最新案例、最新数据,反映电子商务最前沿的动态;同时强调可操作性和可实践性,每个章节都有配套的实训操练模块和课后知识点测验模块,方便教师与学生的教学互动。

本书由黄仕靖、顾建强担任主编,负责全书的大纲拟订、统稿工作。具体编写分工如下:第一章、第四章、第六章、第九章由黄仕靖编写;第二章、第三章、第五章由顾建强、薛庆根编写;第七章、第八章、第十章由靖晶编写。此外,王斐、祝垒、何文毅、张小千、汤云春、邢超楠、于文佩、张梦婷等同学参与了此书资料收集和整理工作,在此表示感谢。

本书参考了国内外同行的许多著作和文献，引用了部分资料，特向这些作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中难免有不足之处，敬请广大读者批评指正。

编者

# 目 录

<b>第一章 电子商务概述</b> .....	(1)
第一节 电子商务的产生和发展 .....	(3)
第二节 电子商务的概念和分类 .....	(8)
第三节 电子商务对社会经济的作用 .....	(17)
<b>第二章 电子商务的业务模式</b> .....	(21)
第一节 电子商务的商务模式 .....	(22)
第二节 电子商务的盈利模式 .....	(27)
第三节 B2B 电子商务 .....	(29)
第四节 B2C 电子商务 .....	(32)
第五节 C2C 电子商务 .....	(35)
第六节 其他演化模式 .....	(37)
<b>第三章 电子商务技术基础</b> .....	(42)
第一节 电子商务的框架结构 .....	(43)
第二节 计算机网络技术 .....	(45)
第三节 Internet 及其提供的服务 .....	(56)
第四节 EDI 技术 .....	(59)
第五节 物联网技术和“互联网+” .....	(62)
<b>第四章 电子商务安全</b> .....	(66)
第一节 电子商务安全概述 .....	(67)
第二节 电子商务安全保障技术 .....	(73)
第三节 电子商务安全管理 .....	(84)

<b>第五章 网络营销</b> .....	(91)
第一节 网络营销概述 .....	(93)
第二节 网络营销策略 .....	(96)
第三节 网络营销手段 .....	(102)
<b>第六章 电子支付</b> .....	(114)
第一节 电子商务网络支付系统概述 .....	(116)
第二节 网络支付方式 .....	(118)
第三节 网络银行 .....	(126)
第四节 第三方支付 .....	(135)
第五节 互联网金融与发展趋势 .....	(138)
<b>第七章 电子商务物流</b> .....	(147)
第一节 物流概述 .....	(148)
第二节 电子商务背景下的物流管理 .....	(152)
第三节 电子商务背景下的物流模式 .....	(157)
第四节 电子商务物流的配送 .....	(169)
第五节 中国快递行业的发展 .....	(176)
第六节 自贸区跨境电子商务物流的管理 .....	(183)
<b>第八章 电子商务的服务与监督</b> .....	(190)
第一节 电子商务客户关系管理 .....	(192)
第二节 电子商务法律 .....	(197)
<b>第九章 跨境电子商务</b> .....	(206)
第一节 跨境电子商务概述 .....	(207)
第二节 跨境电子商务的运营 .....	(211)
第三节 跨境电子商务运作平台 .....	(220)
<b>第十章 电子商务的应用</b> .....	(227)
第一节 移动商务的基本概念 .....	(228)
第二节 电子政务概述 .....	(235)
第三节 在线教育 .....	(247)
<b>参考文献</b> .....	(256)

# 电子商务概述

### ★学习目标

- ★认识电子商务的重要性，掌握电子商务的定义。
- ★了解电子商务产生的基础。
- ★掌握电子商务的特点与优势。
- ★把握电子商务的发展现状与趋势。

### ★案例引导

**这是最好的时代，也是最坏的时代！**

淘宝租房来了！

根据多家媒体报道：2017年8月9日下午，杭州住保房管局与阿里巴巴集团、蚂蚁金服集团就合作搭建智慧住房租赁监管服务平台举行签约仪式！

建成后的杭州住房租赁监管服务平台，将实现租赁环节、租赁房源、租赁信息“三个全”的目标，即实现供应主体、租赁合同网签、评价信用体系租赁环节的全覆盖！

前段时间，国家刚出台房产共享的政策，如今又有了淘宝租房这一崭新的形式！在互联网倒逼之下，房地产行业即将迎来史上最大的变革！

马云曾经说过一句话：“如果银行不改变，我们就改变银行！”

所以，银行先后被支付宝和余额宝革了命！

再想想这些年发生的事：淘宝革了实体店的命；微信革了中国移动的命；自媒体革了报纸的命；滴滴革了出租车的命；直播革了电视的命……

而现在，互联网又把革命的矛头指向了房地产这个体量最大的传统行业！

根据报道，未来将实现国有租赁住房、长租公寓、开发企业自持房源、中介居间代理房源、个人出租房源的全纳入；实现企业、人员、房源、评价、信用等信息的全共享。这将有力解决租赁市场中房源信息不实、租赁关系不稳定、租赁行为不规范等诸多痛点！

未来的一切资产，包括有形的和无形的，都不会再被私人占有！

为什么呢？

因为在大工业年代，资本等同于资产，也叫生产资料，并且这种生产资料不具有可复制性，比如工厂、设备、工人、商铺、土地等都属于生产资料，都掌握在资本家手里。

而在互联网时代，资本家独占生产资料这一现实正在被掀翻。为什么呢？

以淘宝为例。淘宝可以把店铺无偿供给卖家使用，因为淘宝复制“店铺”的成本很低，最多需要扩充一点内存，对于云计算来说，这些成本可以忽略不计。只要他们设计了一套店铺模式，很容易产生成千上万倍的溢价。而且淘宝的盈利模式不是收商铺的钱，而是收增值服务的钱。

这也迫使淘宝吸引无数的卖家进驻，淘宝也因此无形中承担起了公共服务义务（即像公共产品那样免费提供生产资料）。也就是在未来，所谓的“资本”具有了可复制性！

而在互联网时代，稀有的产品，哪怕是核心地段的房子，已不再是奇货可居，而是奇货可租！

未来我们应该做什么？

未来一件物品究竟属于谁并不重要，重要的是我们每个人都可以使用它！

未来各种 APP 能通过时间、地点、技能的匹配将物品的使用权分配到最需要它的地方，将资源利用率最大化，将多余资源转化为生产力！因此，几乎所有产业都将被共享经济改变。

未来经济一定是共享型的，互联网的存在逻辑是优化社会运行，让一切商业和工作模式的损耗降到最低。

未来一定属于最有创造力的人，属于那些在技能、人脉、服务上拥有一技之长的人，他们可以根据自己的兴趣，决定自己要成就一番怎样的事业，然后自由支配自己在什么时间、什么场所、做什么样的事情。

这是一个很有意思的事情，传统社会束缚了人性，让很多人机械地工作，而互联网给予人性回归的通道。

这个时代的主流产品不是物品、货物，而是抽象的思想、情感。这个时代的主流工作也同样不是朝九晚五、固定办公，而是有技能、有经历、有能力。这种模式使人们的职业变得更多元化，例如自由职业的兴起。

无论从生活角度还是经济角度看，人追求的最高境界都是自由。共享经济解放出来很多“自由人”。大量“自由人”和“消费者”聚集，让供求双方更自由地选择。

而这种共享，恰恰也就是“共产”的基础！

所以在未来，和房子相比，更重要的是你的创造力！

天真的变了，你还在原地踏步吗？如果你有很多经验和积累，请先甩掉它，因为它正在变成一种累赘和负担。如果你初出江湖一无所有，请不要胆怯，因为这崭新的世界就是为你而准备的。

对于有的人来说，这是最坏的时代，因为一切都变得开放、公开，混天度日的人再也无法藏匿。抱残守旧的人将寸步难行。对于有的人来说，这是最好的时代，因为一切尺度都变成了价值尺度，创新者会如鱼得水，创造者将大行其道。

## 第一节 电子商务的产生和发展

### 一、电子商务的产生

电子商务的产生和发展依赖于一定的技术和经营环境。

#### (一) 技术环境

##### 1. 计算机的广泛应用

20世纪70年代中期以来,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,成本与性能比迅速下降,应用越来越简单、越来越广泛,这为电子商务的应用提供了基础条件。

##### 2. 网络的普及和成熟

由于互联网技术日益成熟,连接互联网的计算机网络越来越多,全球上网用户呈几何级数增长趋势,互联网成为连接全球用户的一个虚拟社区,为电子商务的发展提供了一个快捷、安全、低成本的信息交流平台。

##### 3. 信用卡及其他电子支付手段的普及

信用卡以其方便、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信用卡计算机网络支付与结算系统。同时,电子资金转账(Electronic Funds Transfer, EFT)已经逐渐成为企业间资金往来的主要手段,从而为电子商务中的网上支付提供了重要保证。

##### 4. 安全协议的应用

由网景公司发明的安全套接层SSL协议,使用标准证书进行认证和数据加密,实现了数据的保密性、完整性,已成为众多浏览器支持的标准协议,为在网络上开展电子商务提供了安全保障。

#### (二) 经营环境

##### 1. 市场环境

经济全球化使得企业面临的市场越来越大,竞争对手越来越多,客户变得越来越强势,同时面临的资源如劳动力、技术等也越来越不平衡,企业一方面要在全球范围内调整产业布局,优化资源配置,降低经营成本;另一方面还要通过改变经营手段获得竞争优势。因此,快速响应市场环境的变化成为企业实施电子商务的内在动力。

(1) 传统的以纸质传递文档的方式无论是在时间周期上还是成本控制上都已经不能适应全球化贸易的要求,跨国公司和分公司之间迫切要求提高商业文件、单证等各类文档的传递和处理速度、空间跨度和准确度,无纸化成为所有贸易伙伴的共同需求。

(2) 传统的大批量生产方式已不能满足来自不同区域市场的客户要求,取而代之的是柔性的小批量多品种的产品生产。

(3) 在强势的客户面前,传统的客户服务已经无法使客户满意,客户更愿意以参与者的身份与企业进行沟通和交易。

(4) 传统的大型、纵向、集中式的组织形式无法应对全球产业布局的调整, 转而向横向、分散式、网络化发展。跨国企业的内部机构之间、企业与供应商之间、分销商和消费者之间的广泛协同成为新型经济环境的共同要求。

(5) 降低交易成本成为企业保持竞争优势的关键。交易成本包括信息搜索与收集、谈判、中介、产品或服务的供应等环节所产生的费用。以服装零售商为例, 首先要在市场上寻找服装供应商, 交易成本包括搜寻识别、访问联系、谈判、安排发货、收货检查等产生的费用; 进货后零售商要将服装销售给最终客户, 交易成本包括市场研究、店铺和仓库租用、销售等产生的费用。电子商务可以帮助企业改善信息流和增加行动的协调性, 从而降低交易成本。

## 2. 政府政策扶持

(1) 加快和完善电子商务工程。我国政府自 1996 年起开始关注电子商务发展, 并先后采取了一系列措施, 推动了我国信息化的进程。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2006—2020 年国家信息化发展战略》为中国企业电子商务的发展做了具体规划。我国的“金关工程”“金企工程”“金卡工程”“金贸工程”等在电子商务的热浪中, 又出现了新一轮建设高潮, 很多部委建立了自己业务范围的电子商务系统, 如外贸领域的国际电子商务中心等。

(2) 加强网络基础设施建设, 帮助中小企业实现信息化。网络基础设施是制约电子商务大力发展的重要因素。经过多年发展, 我国在网络基础设施建设方面, 取得了一定的成就。例如, 在互联网方面我国现已初步形成了一些较大的互联网络, 如中国教育与科研计算机网、中国科技网、中国金桥信息网等。但是, 由于我国在网络基础设施建设方面投入不足, 所以网络基础设施建设的发展与电子商务发展的要求仍然相差很远。政府考虑到大部分中小企业因缺乏资金等问题, 导致长远战略难以实现信息化, 因而专门制订了中小企业信息化计划。

(3) 健全关于电子商务的政策法规。电子商务的发展需要一个良好的法制氛围, 因此必须有一个健全的法律法规体系。针对目前电子商务活动开展的热度, 政府有关部门制定并完善了电子商务发展政策、电子商务管理政策、信息基础设施政策与法规等, 并解决了数据电文与电子签名的法律问题, 这对电子商务的发展起着至关重要的作用。

### ★小贴士

#### 电子商务发展的时代背景及相关政策

##### 1. 互联网+

2015 年 3 月 5 日, 在十二届全国人大三次会议上, 李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。2015 年 7 月, 国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。2015 年 10 月 29 日, 中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议指出: 实施网络强国战略, 实施“互联网+”行动计划, 发展分享经济, 实施国家大数据战略。

##### 2. 大众创业、万众创新

各种新兴技术尤其是“互联网+”的快速发展, 已经让普通人有了更多的创新创业机会。近年来, 宽带网络速度大幅提升、移动通信终端广泛普及、生产管理的自动化程度提高, 众筹等新的商业形态有助于形成风险共担、利益共享机制, 这让有梦想、有意愿、有能

力的人有了广阔的平台施展拳脚。

经李克强总理签批，国务院2017年7月27日印发《关于强化实施创新驱动发展战略，进一步推进大众创业万众创新深入发展的意见》，其中指出：要进一步增强创新创业的发展实效，着力推进创新创业与实体经济发展深度融合，结合“互联网+”“中国制造2025”和军民融合发展等重大举措，有效促进新技术、新业态、新模式加快发展和产业结构优化升级。要坚持创新为本、高端引领，改革先行、精准施策，人才优先、主体联动，市场主导、资源聚合，价值创造、共享发展。

### 3. 电子商务综合试验区

中国跨境电子商务综合试验区是中国设立的跨境电子商务综合性质的先行先试的城市区域，旨在在跨境电子商务交易、支付、物流、通关、退税、结汇等环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展，破解跨境电子商务发展中的深层次矛盾和体制性难题，打造跨境电子商务完整的产业链和生态链，逐步形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，为推动中国跨境电子商务健康发展提供可复制、可推广的经验。

2016年3月，新获批全国“跨境电子商务综合试验区”的郑州综合试验区不断传来业务量暴增的消息，高峰时段一分钟通关5 059单，达到每秒钟通关84.3单，再次刷新全国跨境电子商务通关速度纪录。这意味着每秒钟有超过84件国外商品顺利通过海关查验，发货送往消费者手中。

## 二、电子商务的发展过程和现状

电子商务是国际商务活动发展的必然要求，国际商务是电子商务发展的第一推动力。计算机科学与通信科学的发展为电子商务的产生奠定了物质基础，信息安全技术的发展使建立在计算机技术与通信技术基础上的电子商务能够安全地进行，电子商务相关法律法规的制定保证了电子商务活动的法律秩序。

由于电子商务的定义不同，人们对电子商务历史的认知也存在差异。从广义的电子商务定义即借助一切电子手段从事商务活动来看，电子商务可追溯到1839年电报刚开始出现的时候。但现在通常所说的电子商务是指借助计算机网络从事的商务活动，因此普遍接受的观点是电子商务起始于20世纪70年代末。

人们常把电子商务的发展分为四个阶段，即EFT和EDI阶段、互联网电子商务阶段、E概念电子商务阶段、新零售时代，如图1-1所示。

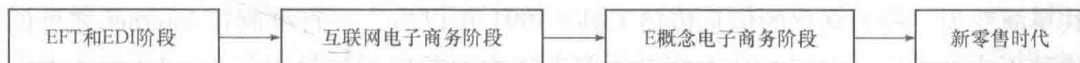


图 1-1 电子商务发展过程

### （一）EFT 和 EDI 阶段

在20世纪70年代，电子资金转账（EFT）成为金融市场首先使用的一种电子商务，其目标是通过安全专用网实现金融机构之间以及金融机构与少数大公司之间的资金转移。因使用费用太高，其应用范围非常有限。

20世纪70年代后期至80年代早期，EDI技术使电子商务在企业之间得到了快速发展。

EDI (Electronic Data Interchange, 电子数据交换) 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的电子传输方法, 于 20 世纪 60 年代末产生于美国。我国的 EDI 始于 20 世纪 80 年代。由于 EDI 大大减少了纸质票据的数量, 因此人们曾形象地称其为“无纸贸易”或“无纸交易”。由于当时企业间往来的电报、传真的信息 70% 来自计算机的输出, 因而直接进行数字文档传输成为提高效率、降低成本的一种需要。EDI 支持的电子商务已经具备了现在基于互联网的 B2B 电子商务的主要特征: 通过减少纸质工作和增加自动化程度实现流水线式的业务流程, 传统的纸质文档如询价单、报价单、订购单、转账发票、托运单、保险单等都采用电子化方式传送; 通过与 JIT (Just in Time) 制造系统整合, 供应商可将零配件、原材料直接送到生产线上, 节省了库存费用。EDI 将电子交易从单纯的金融领域扩展到其他类型的业务处理, 如预订; EDI 扩大了应用电子交易的企业数量, 包括金融机构、制造业、零售业、服务业以及许多其他类型的企业, 并相继出现了从旅游预订系统到股票交易等更多的新的电子商务应用。

EDI 包括硬件与软件两大部分。硬件主要是计算机网络, 软件包括计算机软件和 EDI 标准。考虑到交易安全, 20 世纪 90 年代之前的大多数 EDI 都在专用网络上实现, 这类专用的网络被称为增值网 (Value Added Network, VAN)。EDI 所需要的软件主要是将用户数据库系统中的信息翻译成 EDI 的标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式, 当需要发送 EDI 文件时, 必须把它翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输。EDI 电子商务存在一定的局限性, 具体如下: 解决方式是建立在大量功能单一的专用软硬件设施的基础上的, 增值网的使用费用昂贵, 对技术、设备、人员都有较高的要求。

因此, EDI 电子商务仅局限在先进国家和地区的大型企业内使用, 在全世界范围内得不到广泛的普及和发展, 大多数的中小企业难以应用 EDI 开展电子商务活动。EDI 是电子商务的初级阶段, EDI 尚没有在我国普及之时, 电子商务就已迅速发展到了第二阶段。

## (二) 互联网电子商务阶段

EDI 的运用使得单证制作和文件处理的劳动强度、出错率和费用都大为降低, 效率大为提高, 极大地推动了国际贸易的发展。但由于 EDI 通信系统的建立需要较大的投资, 相应限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大, 而且 EDI 对于信息共享的考虑也较少, 仅适合大型跨国公司。随着大型跨国公司对信息共享的需求增加和中小公司对 EDI 的渴望, 迫切需要建立一种新的成本低廉、能够实现信息共享的电子信息交换系统。

20 世纪 90 年代中期后, Internet 迅速普及, 逐步进入企业和寻常百姓家庭, 其功能也从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。1991 年以后, 一直徘徊在 Internet 之外的商业贸易活动正式进入这个王国, 从而使电子商务成为商务应用的最大热点。Internet 也借助商务应用而迅速发展。例如, 美国戴尔 (Dell) 公司、亚马逊 (Amazon) 网上书店、雅虎 (Yahoo) 搜索引擎、百度搜索引擎、淘宝网站、8848 网站、京东网站、搜狐网站、易趣个人对个人的拍卖网站, 都是利用电子商务而获得了巨大成功。像这样的经营性网站 1995 年仅有 2 000 个, 1998 年就达到 42.4 万个。到 2001 年, Internet 已成为全球最大的网络, 覆盖 150 多个国家和地区, 连接了 2.5 万个网络, 520 万台主机。1996 年, 被誉为“英特尔之父”的 Vint Cerf 曾预测, 到 2003 年全球将会有 1 亿 Internet 用户。然而, Internet 的发展事实让他惊叹, 1999 年年底, 全球 Internet 用户就达到了 1.5 亿人, 是 1997 年的 3 倍。据 CNN-

IC 2016年7月发布的统计报告显示,截止到2016年6月底,我国网民规模达到7.1亿人,IPv4地址已经达到3.38亿个,拥有IPv6地址20 781块/32。2016年6月底域名总数为3 698万个,其中有1 950万个为.cn域名。中国国际出口宽带继续发展,2013年6月底达到6 220 764兆位/秒。Internet的迅速发展,吸引了大量的企业迫不及待地开拓网上电子商务。

Internet克服了EDI的不足,满足了中、小企业对电子数据交换的需要。Internet作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,必将代替VAN而成为EDI的硬件载体。在Internet基础上建立的电子信息交换系统,不仅成本低廉,而且能实现信息共享,为在所有的企业中普及商务活动的电子化提供了可能。基于Internet的EDI具备EDI和Internet的共同优势,因此有人把通过Internet实现的EDI叫作Internet EDI。

基于Internet的电子商务,最初主要是利用Internet的E-mail功能进行日常商务通信;后来发展到利用Internet进行信息发布,从1995年起,企业逐渐突破用E-mail进行日常通信的应用范围,而依靠Internet发布企业的信息,让公众可以通过Internet来了解企业的全部情况,并直接通过网络来获得企业的产品和有关的服务。这导致以Web技术为代表的信息发布系统爆炸式地成长起来,并成为Internet的主要应用系统。1996年6月14日,联合国贸易委员会通过了《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》(以下简称《电子商务示范法》),标志着真正的电子商务阶段的开始。1998年,IBM以一个响亮的广告“你准备好了迎接电子商务吗?”在全世界掀起了电子商务的热潮。

### (三) E概念电子商务阶段

自2000年以来,人们对电子商务的认识,逐渐由电子商务扩展到E概念的高度,认识到电子商务实际上就是电子信息技术同商务应用的结合。而电子信息技术不但可以和商务活动结合,还可以和医疗、教育、行政等有关的应用领域结合,从而形成有关领域的E概念。电子信息技术和教育结合,产生了电子教务——远程教育;电子信息技术和医疗结合,产生了电子医务——远程医疗;电子信息技术和政务结合,产生了电子政务;电子信息技术和军务联系,产生了电子军务——远程指挥;电子信息技术和金融结合,产生了在线银行;电子信息技术与企业组织形式结合,形成虚拟企业等。对应于不同的E概念,产生了不同的电子商务模式。随着电子信息技术的发展和社会需求的不断提高,人们会不断地为电子信息技术找到新的应用,未来必将产生越来越多的E概念,人类社会也将进入真正的E时代。

### (四) 新零售时代

新零售的最大趋势是线上线下相结合,而以往电子商务冲击传统产业的说法也将被否定,电子商务与线下实体商业,应该由原先的独立、冲突,走向混合、融合,通过精准化、体验为主的模式,去了解消费者,满足并引导消费需求,以达到消费升级。对零售商而言,也能通过预测消费数据,把控生产,达到零售升级。

#### ★小贴士

纯电子商务将死!新零售时代来临!

——马云

在2016年杭州云栖大会的开幕式上,马云亲自到场发表演讲。马云在演讲中称,纯电子商务时代过去了,未来十年是新零售的时代,未来线上线下必须结合起来。物流本质是消

灭库存。

马云认为，互联网公司是没有边界的。互联网就像是水电煤这样的基础设施，不应该设边界。而电子商务也没有冲击传统产业，电子商务只是抓住了互联网去发力，真正需要担心的是“我们昨天的思想”，是“我们对改变过去的恐惧”。

马云举例，就像第一次技术革命影响了第一次世界大战，第二次技术革命影响了第二次世界大战，我们现在正处于第三次技术革命，这次是思想的解放。未来30年，我们每个人都有机会。而很多国家，也应该布局自己的未来，例如德国工业4.0等。与此同时，马云呼吁各国为30岁以下的年轻人、为30人以下的小企业，制定特殊的创新政策。因为以前的政策多是为大企业制定的，而大企业现在应为自己的生态担当责任，让生态里的其他企业也活得很好。

### 何为新零售？

其实，在此之前，新零售一词就已经在业界出现过，而马云这次的提出，使其作为一个正式的名词流传开来。业界大佬们对新零售、零售业新趋势的理解，或许能从多个方面为大家解读新零售更深层次的意义。

阿里巴巴集团 CEO 张勇：利用互联网的思想和技术去全面改革和升级现有的约30万亿社会零售商品总量，使得中国消费者日益升级的消费需求可以得到有效的满足，使得整个商品生产、流通、服务的过程因为互联网、大数据的广泛运用变得更加高效。

小米科技创始人雷军：我觉得不管是电子商务，还是线下的连锁店、零售店，本质上要改善效率。只有改善效率，中国的产品才会越来越好，中国老百姓的购买需求才会极大地释放出来。

乐语通信总裁朱伟：新零售实际上有三个关键词——更智能、更新奇、更好玩。所有老百姓已经从传统的物质消费年代进入了精神消费年代，很多的商品不再是必需品，但是玩乐一定会成为大家共同的追求所在。

## 第二节 电子商务的概念和分类

### 一、电子商务的概念

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（Value Added Network, VAN）上以电子交易方式进行交易和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在Internet开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。电子商务分为ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即B2G）、C2A（即C2G）、O2O等。

同时网络营销也是电子商务的一种产物,而且对于网络营销来说,在做之前要先做好网络营销方案,那样才便于计划的实施。

## 二、电子商务中的“四流”

电子商务中的“四流”主要包括物流、资金流、信息流、商流。这“四流”之间有着“互为存在、相互作用、密不可分”的联系,它们既相互独立,又是一个综合体,将物流、资金流、信息流和商流有机结合起来,会产生更大的能量,创造更大的经济效益。

物流主要是指商品和服务的配送和传输渠道,对于大多数商品和服务来说,物流可能仍然经由传统的经商渠道,然而对有些商品和服务来说,可以直接以网络传输的方式进行配送,如各种商务出版物、信息咨询服务、有价值信息等。

资金流主要是资金的转移过程,包括付款、转账、兑换等相关过程。它始于消费者,终于商家账户,中间可能经过银行等金融服务。

信息流是为服务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、促销营销、技术支持、售货服务等内容,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。

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。商流是物流、资金流和信息流的起点,也可以说是后“三流”的前提,没有商流一般不可能发生物流、资金流和信息流。反过来,没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑,商流也不可能达到目的。

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

在商品价值形态过程中以信息流为依据,通过资金流实现商品的价值,通过物流实现商品的使用价值,从而完成整个电子商务的交易活动。

物流是基础,信息流及资金流是桥梁,但信息流处于中心地位,直接影响和控制着商品流通中各个环节的运作效率。物流是资金流的前提与条件,资金流是物流的价值担保,并为适应物流的变化而不断进行调整。商流是交易的核心,是电子商务的最终目的。

## 三、电子商务的特点

电子商务是IT技术和商务运行结合而产生的一种新型的商务交易过程,是21世纪市场经济商务运行的主要模式,也是新经济含义下的一种主要经济方式。从某种意义上讲,它是一种在21世纪高科技背景条件下,发展建立的新型生产关系过程中所必然产生的一种新经济模式。

商务活动中必然包括了信息流、物流、信息流、资金流的一种整合。这四种流需要一个“通道”(媒介)来传输。同传统商务所使用的媒介相比,Internet在传输信息流和资金流时表现出鲜明的特点,这就形成了电子商务的主要特点。

### (一) 高效率与多选择性特点

作为一种电子通信手段,同邮政通信相比,Internet的信息传输速率极快,传输的信息量也很大。由于采用了分组交换技术,极大地提高了网络的使用效率,同电话、传真等电子通信手段相比较,使用Internet来传输信息的费用很低。而且,同电话、传真等电子通信手

段不同，Internet 上的 Web 站点能够在无人值守的情况下 24 小时运行。

正是由于 Internet 在传输信息时的高速度和低成本，才使得电子商务具有高效率的特点，它充分体现在时间上和成本的效益上。

从时间上看，通过 Internet，商务活动中需要的信息流能够高速地传输，无论是买卖双方的信息交换，还是企业内部的信息传递，都可以方便地通过 Internet 来进行。电子商务的应用无疑提高了商业活动的时间效率。此外，计算机能够在无人值守的情况下工作，使得电子商务能够尽可能地摆脱时间的限制。例如，网上的商店可以做到一周 7 天、一天 24 小时开业。

从成本上看，由于使用 Internet 来传输信息的成本很低，电子商务降低了商务活动的成本。例如，用电子邮件来代替信函往来，无疑可以节省企业的办公费用。

Office Depot 是美国的一家专营办公用品的零售商，它旗下有 1 000 多家商铺，光商品供应的各类表单就有 1 300 万份。在实施电子商务后，表单数量降到 100 万份，成本控制提高了 7%。

## （二）商业全球化特点

与电视、报纸等媒介不一样，在 Internet 中，计算机与计算机之间、客户机与服务器之间能够方便地实现信息的双向传输，从而实现信息的快速交换。正是有了这种交互性，才使得商务活动能够在不同地点的不同人之间非面对面地进行，这就是电子商务的虚拟性，它将传统商务的实体市场的地域性改为网上虚拟环境的全球性，因此，从理论上讲，电子商务的市场是商业全球化的大市场。

而且，在目前的 Internet 中，使用互联网技术能够传输包括文字、声音和图像在内的多媒体信息，这使得相隔遥远的人之间也能够通过计算机来方便地交流，从而使得非面对面的电子商务与现实商务之间越来越接近。

Internet 是一个覆盖全球的网络，只要是通电话的地方，就能够实现上网。这样一来，从理论上讲，一家企业如果开展了电子商务，该企业就能够通过 Internet 向世界上任何一个地方的客户提供非面对面的服务，从而摆脱了地点的限制，进入全球市场。

当然，电子商务的虚拟性也会带来相应的问题（主要是因非面对面交易而产生了在网上诈骗、抵赖等行为），这就给电子商务技术上的保障提出一新的研发问题。

## （三）支付方式网上数字化的特点

同传统商务一样，电子商务过程中也涉及资金支付问题，但是这种支付方式是在网络环境中进行，传递的是网络的数字化资金信息。

随着金融电子化的发展，电子商务中买卖双方的结算行为可以通过 Internet 来方便、高效地进行，这就是网上支付。网上支付需要有银行的参与。在网上支付行为中，买卖双方的资金结算实际上是彼此开户银行账户上资金的增减，因此它传递的是支付的指令信息而不是传统商务交易中的实体货币。买卖双方与各自开户银行之间的联系是通过 Internet 和银行的专用网共同参与完成来进行的，而银行与银行之间的资金清算却是通过银行内的专用计算机网络进行的。

在网上支付中，各种资金信息都是通过计算机网络来进行的，这就对计算机网络的安全性提出了很高的要求，容不得半点差错。此外，由于金融电子化还有待进一步发展，目前许