

摇摇摇 (暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社营销部联系调换)

## 内容提要

电子商务伴随着 ~~日新月异~~ 向我们大踏步走来, 电子商务将成为 21 世纪主流的商业模式。为了使广大读者对电子商务有一个基本而全面的了解, 本书系统地介绍了电子商务的主要知识, 包括电子商务的理论知识, 电子商务的技术应用, 电子商务的案例分析和实例应用。全书共分为 10 章, 内容有: 电子商务概述、电子商务的网络环境与实现技术、电子商务的支撑环境、电子商务与网络营销、电子商务中的支付系统、电子商务安全管理与技术、电子商务案例分析、电子商务与现代物流、电子商务网站建设纵览和网络商店的设计与实现。

本书内容由浅入深, 循序渐进, 以概念和方法为铺垫, 重点放在电子商务系统中所涉及的各种技术上, 尽量做到理论联系实际, 突出实用性。每章后均配有题型丰富的相关习题及操作题, 以方便教学, 也便于学生自学与掌握。

本书可作为各类高等职业技术学院经济管理类专业、计算机相关专业的电子商务概论课程的教材或参考书, 也可以作为专业人士、从事电子商务的实践工作者、政府工作人员及各级管理人员的重要参考书和工具书。

# 第一章摇摇电子商务概述

电子商务已经成为当今世界上最热门的商务领域，它把传统的商务活动与先进的网络技术结合起来，成为全新的商务模式。电子商务源于英文 ~~Electronic Commerce~~ 简称为 ~~EC~~ 顾名思义，其内容包含两个方面：一是电子方式；二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷的现代通信网络，实现企业、商户及消费者的网上购物、网上交易及在线电子支付的一种不同于传统商业运营的新型商业运营模式。

本章主要介绍电子商务的起源和发展，让读者了解什么是电子商务，电子商务在国内外的发展现状以及我国发展电子商务的前景和策略。

## 摇摇电子商务的产生和发展

当国际互联网（~~Internet~~）在全球范围兴起的时候，一个由传统商务活动与新兴网络技术相结合的商务模式产生了，这便是电子商务。

### 摇摇电子商务的产生

电子商务最早产生于 ~~20~~世纪 ~~70~~年代，大规模发展于 ~~20~~世纪 ~~90~~年代，其产生和发展的重要条件主要有以下几个方面。

#### 摇摇经济全球化的发展

经济全球化是指世界各国的经济在生产、分配、消费各个领域所发生的一体化趋势。经济全球化促使跨国公司的发展，国际范围的商务活动变得频繁，而且国际贸易成为各国经济发展的重要组成部分。

经济全球化促使人们寻找合适的方式来满足这种商务活动，电子商务应运而生，并以其独特的优势成为这场革命中的重要力量，在国际商务活动中扮演着越来越重要的角色。

#### 摇摇计算机和网络技术的发展、普及和广泛应用

近 ~~30~~年来，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，应用越来越广泛，这为电子商务的应用提供了基础。

由于国际互联网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,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。

### 1. 信用卡和电子金融的普及应用

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全球性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。

各大银行也都看到了电子商务的发展前景,纷纷推出了支持在线交易的电子金融服务,在安全技术的保障下,电子银行的发展解决了商务活动中的支付问题,成为促进电子商务发展的强大动力。

### 2. 电子安全交易协议的制定和安全技术的发展

1996年8月1日,由美国国家标准和协会、国际组织等联合指定的安全交易协议(Secure Electronic Transaction)即电子安全交易协议出台,该协议得到大多数厂商的认可和支 持,为在网络上进行电子商务活动提供了一个关键的安全环境。

计算机和网络安全技术的发展为电子商务的开展提供了技术和安全保障,这些技术包括 数据库技术、动态网页技术、加密协议、解密协议、加密技术、防火墙技术和数字签名。

### 3. 政府的支持与推动

自1995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。同时,各国政府都非常重视电子商务的发展,为电子商务发展提供了良好的生存环境,为电子商务制定了法律规范和技术标准,这有利于保障电子商务的合法进行和长远发展。

由于电子商务对社会资源的巨大发挥和节约,美国政府在促进电子商务的普及和发展上,不遗余力。早在1995年,美国政府就发表了《全球信息基础设施》,诠释了美国政府对于电子商务发展的立场和观点。1996年,又发表了《全球电子商务纲要》,全面阐述了美国联邦政府对电子商务的战略思想,并拟定了一系列的规则,试图将之推广到世界各地。比如,在电子商务商业活动还不充分时,政府出钱使电子商务免费运行,直至电子商务走上轨道,能自行良性快速发展壮大时为止;美国还规定政府的各个部门1997年必须在电子商务上购买不少于100万件的商品,把指标分散开来,分配到政府各地和各部门,以培养在电子商务上购物的习惯和环境。1996年8月份,克林顿公布了一个政策,即电子商务原产商品(原产在美国的电子商务免税区),即在全球范围内,通过电子商务网所购、销的商品不加税,包括关税和商业税。这个政策已得到加拿大、日本、欧洲等国的不同程度的支持。所以,电子商务免税区,可能将成为世界上最大的自由贸易区,意义极



其宽广和深远。

## 1.1.1 电子商务的发展

全球经济一体化和信息处理技术、现代通信技术的迅速发展,带动了电子商务的快速发展。一般研究认为,电子商务的发展经历了以下两个阶段。从 20 世纪 70 年代至 80 年代的基于 EDI 的电子商务和 20 世纪 90 年代以后的基于 Internet 的电子商务。

### 1.1.1.1 基于 EDI 的电子商务

如果单纯从技术的角度来看,人们利用电子通讯的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 70 年代,人们就开始了用电报发送商务文件的工作;到了 20 世纪 80 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信息系统中,因此人们开始采用 EDI (Electronic Data Interchange 电子数据交换) 作为企业间电子商务的应用技术,这也就是电子商务的雏形。

EDI 在 20 世纪 70 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中的数据 90% 是来源于另一台计算机输出的文件。由于过多的人为因素,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之间的计算机上使数据能够自动交换,EDI 便应运而生。

EDI 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上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此,人们也形象地将它称为“无纸贸易”或“无纸交易”。从普通商场的电子收款机、POS (销售点实时管理系统)、EOS (电子订货系统) 和 MIS (管理信息系统),到跨越不同国家、不同企业的 EDI 数据信息的控制处理越来越准确和有效,同时大量事务处理工作也趋向标准化。

从技术上讲,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。

从硬件方面讲,20 世纪 90 年代之前的大多数 EDI 都不通过 Internet 而是通过租用的电脑线在专用网络上实现,这类专用的网络被称为 VAN (Value Added Network 增值网),这样做的目的主要是考虑到安全问题。但随着 Internet 安全性的日益提高,作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,其已表现出替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势,因此有人把通过 Internet 实现的 EDI 直接叫做 Internet EDI。

从软件方面看, 翻译所需要的软件主要是将用户数据库系统中的信息, 翻译成 标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的, 因此, 当需要发送 文件时, 从企业专有数据库中提取的信息, 必须把它翻译成 的标准格式才能进行传输, 这时就需要相关的 软件来帮忙了。

### 基于国际互联网的电子商务

由于使用 的费用很高, 仅大型企业才会使用, 限制了基于 的电子商务应用范围的扩大, 而促使电子商务快速发展的关键因素是 的飞速发展。

世纪 年代中期后, 国际互联网 ( ) 迅速走向普及化, 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 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, 因此而使电子商务成为互联网应用的最大热点。

基于 的电子商务活动完全摆脱了传统商务活动的时空限制, 从而使商务的运行和发展更加趋于灵活、实时和全球化。

基于 的电子商务发展飞常迅速, 它与基于 的电子商务相比具有以下几个优势:

(1) 成本低: 因为 是覆盖全球的开放性网络, 任何人通过接入 来进行商务活动的成本比传统的 成本要低得多。

(2) 覆盖广: 覆盖全球, 基于 的应用可以在全球范围内进行, 用户通过接入 就可以方便地与贸易伙伴进行商务信息的沟通和传递。

(3) 功能全: 因为 可以提供许多不同的应用, 有着相当丰富的资源, 基于 的电子商务可以支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标, 如建立商务网站、发布商情信息、在线商务洽谈和建立虚拟商城等。

(4) 更灵活: 基于 的电子商务可以灵活地针对不同的客户提供不同的服务, 如针对不同年龄的用户提供个性化的服务界面, 针对不同国家和地区的用户提供不同的语言显示。

## 电子商务的现状

电子商务对传统的商务活动带来了巨大的冲击, 它突出的标志就是增加贸易机会, 降低贸易成本, 简化贸易流程, 提高贸易效率。电子商务极大地改变了商务模式。带动了经济结构的变革。在发达国家, 电子商务发展空前繁荣, 通过互联网进行交易已成潮流。



美国凭借其高度发展的信息技术优势，竭力推动全球电子商务，1997年 9月美国政府正式公布《全球电子商务政策框架》，在全球范围内掀起了一股电子商务的热潮。

1998年全球电子商务交易额为 1000亿美元，预计 2000年电子商务交易额将达到 1000亿美元，约占世界贸易总额的 10% 到 2000年达到两三万亿美元。

电子商务的发展，在美国和西欧一直受到极大的重视。美国商务部认为，电子商务将是 21世纪经济增长的唯一推动力。美国电子商务的发展始于 20世纪 80年代，到 1995年，随着互联网技术的发展，传统的商业模式已经逐渐让位于虚拟的在线的电子商务模式。目前，美国在全球互联网贸易中已占 1/3 的份额。电子商务在美国各信息技术行业领先的公司中，已经成为主体方式；在整个信息技术行业中，已经成为主流方式；在用信息技术改造传统产业中，已经成为主导方式。据美国全国零售商协会（NRF）、沃尔玛（Wal-Mart）公司和格林菲尔德在线公司共同进行的调查显示，美国 1997年 9月份的电子商务销售额为 100亿美元，1997年 1-9月美国累计的电子商务销售额为 1000亿美元。另外，美国政府还规定：从 1997年起，美国与世界各国、地区间的贸易不再采用传统的文本交换，而采用电子贸易数据。自 1995年以来，电子电器、汽车、钢铁等行业的巨头们纷纷宣布网上采购计划。

英国政府决心在 21世纪发展最先进的电子商务，将使用电子商务的家庭比例提升为西方七国之冠。为此，英国内阁专门任命了一位电子商务大臣，负责电子商务法规和制度的推行。1995年，英国在网上花费了 100亿英镑，政府鼓励人们学会上网。到 1997年，中央政府的所有采购信息都将以电子形式发布与接收，企业要与政府做生意，必须上网。为此，1997年春天，英国完成了由 15家地方咨询中心组成的国家网，以帮助企业上网。在预算中，引进了新的资本投资补贴，使小型企业可以立即冲销在电子商务设备上的投资总成本。预计最晚到 1998年，英国所有的政府服务都将上网。总体而言，英国正在努力赶上其他先进国家，成为欧洲最大的电子商务市场。

日本在发展互联网和电子商务方面是落后的，但为了赶上形势，也采取了新的措施。日本内阁成立了电子商务促进会，政府开放了电信行业和金融行业，使互联网的发展取得了长足的进步，通产省已投资近 100亿美元支持电子商务的技术开发和实验。日本民间在发展电子商务方面，注重将电子商务与日本现有条件的结合。电子商务为日本的经济调整带来了良机。

加拿大总理 1997年颁布的“加拿大电子商务战略”，提出了加拿大在 2000年进入电子商务先进国家行列的目标。

这些都反映出发达国家通过电子商务抢占全球市场制高点的战略目标。



## 二、电子商务的发展趋势

随着电子商务的迅速发展,越来越多的商务活动以电子商务的形式出现,电子商务所占的比重也越来越多,人们开始习惯了网络购物和网上消费,电子商务将创造非常大的价值,因此电子商务有着非常光明的发展前景。

在发达国家,电子商务的发展非常迅速,通过 Internet 进行交易已成为潮流。基于电子商务而推出的商品交易系统方案、金融电子化方案和信息安全方案等,已形成了多种新兴的产业,给信息技术和电子商务带来许多新的发展机会,并逐渐成为国际信息技术市场竞争的焦点。

电子商务在全球发展呈以下四个方面的特点。

### 1. 全球电子商务规模急剧扩大

近几年来,无论是网络的发展,国际互联网的使用人数,电子商务站点数量,还是电子商务的交易额都急速上升,预计在 2005 年电子商务将占全球商业贸易总额的 15% 左右。

### 2. B2B 成为全球电子商务发展的主流

在电子商务的几种交易模式中,B2B (企业对企业) 模式所占的份量最重,其业务在全球电子商务销售额中所占比例高达 80% ~ 90%。

### 3. 进入电子商务市场的企业趋向多元化

从电子商务的发展来看,进入 B2B 市场的主要有四种类型的公司:第一种是传统的 IT 巨头,如微软、IBM、惠普、Oracle 和 Cisco 等;第二种是新兴的互联网巨头,如 eBay、eBay、eBay 和 Amazon 等;第三种是传统行业内的跨国公司,如通用汽车 (GM)、福特、通用电气、三星、索尼、杜邦公司等;第四种则是现有的 B2B 公司。

### 4. 电子商务发展的地区差异日渐扩大

世界电子商务的发展很不平衡,美国电子商务的应用领域和规模远远领先于其他国家,在全球所有电子商务交易额中,目前大约有 70% 以上都发生在美国。现在世界范围内已经形成了以美国为首,欧洲和亚洲发达国家随后的国际电子商务发展格局。

## 三、电子商务的基本概念

随着电子技术和国际互联网的发展,信息技术作为工具被引入到商贸活动中,产生了电子商务 (Electronic Commerce, 简称为 EC; 或 Electronic Business, 简称为 EB)。





简称为**电子商务**。通俗地说,电子商务就是利用简单、快捷的现代通信网络,实现企业、商户及消费者的网上购物、网上交易及在线电子支付的一种不同于传统商业运营的新型商业运营模式。当企业将它的主要业务通过内联网(即**企业内部网**)、外联网(即**企业广域网**)以及**互联网**与企业的职员、客户、供销商以及合作伙伴直接相连时,其中发生的各种活动就是电子商务。

## 世界贸易组织电子商务的定义

电子商务的定义有多种说法。下面是一些组织、政府、公司、学术团体等总结的较为全面的定义,在此介绍给大家以供参考。

### 世界贸易组织电子商务专题报告

电子商务就是通过电信网络进行的生产、经营、销售和流通等活动。它不仅指基于国际互联网上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动,包括通过网络实现从原材料查询、采购、产品展示、订购到出品、储运以及电子支付等一系列的贸易活动。简单地讲,电子商务是指利用电信网络进行的商务活动。世界范围内的政府部门、公众服务机构、电信企业、银行等多个服务机构以及各类企业和数以亿计的个人用户,都开始广泛地参与电子商务活动。

### 联合国经济合作和发展组织(经合组织)

电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(即**企业间电子商务**)、企业和消费者之间(即**企业对消费者电子商务**)的商业交易。

### 联合国国际贸易法律委员会(国际贸易法委员会)

电子商务是采用电子数据交换(即**EDI**)和其他通信方式增进国际贸易的职能。

### 全球信息基础设施委员会(全球信息基础设施委员会)电子商务工作委员会报告草案

电子商务是运用电子通信技术作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

### 国际标准化组织(ISO)

电子商务(即**电子商务**)概念包括三个部分:内联网(即**企业内部网**)、外联网(即**企业广域网**)和电子商务(即**企业间电子商务**)。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的强调交易的狭义的电子商务（**狭义的电子商务**），而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在国际互联网（**国际互联网**）、内联网（**内联网**）和外联网（**外联网**）结合起来的應用。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 **国际互联网**。

### 通用电气公司（**通用电气公司**）

电子商务是通过电子方式进行商业交易，分为企业与企业间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。企业与企业间的电子商务：以 **网络技术** 为核心技术，增值网（**增值网**）和国际互联网为主要手段，实现企业间业务流程的电子化，配合企业内部的电子化生产管理系统，提高企业从生产、库存、到流通（包括物资和资金）各个环节的效率。企业与消费者之间的电子商务：以 **网络技术** 为主要服务提供手段，实现公众消费和服务提供方式以及相关的付款方式的电子化。

### 美国政府

电子商务是通过 **网络技术** 进行的各项商务活动，包括：广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务的范围将会覆盖全球各国。

总结起来，从宏观上讲，电子商务是计算机网络的又一次革命，是通过电子技术手段建立起的一种新的经济秩序，它不仅涉及电子技术和商业交易本身，而且涉及到诸如金融、税务、教育等社会其他层面；从微观角度说，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体（生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等）利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各项商业贸易活动。

电子商务可以通过多种电子通讯方式来完成。简单的，比如你通过打电话或发传真的方式来与客户进行商贸活动，似乎也可以称作为电子商务；但是，现在人们所探讨的电子商务主要是以 **EDI**（电子数据交换）和 **网络技术** 来完成的。尤其是随着 **网络技术** 的日益成熟，电子商务真正的发展将是建立在 **网络技术** 上的。所以也有人把电子商务简称为 **EDI**（**EDI** 就是 **EDI**）。

从贸易活动的角度分析，电子商务可以在多个环节实现，由此也可以将电子商务分为两个层次，较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等；最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 **网络技术** 能够进行全部的贸易活动，即在网上将信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现。也就是说，你可以从寻找客户开始，一直到洽谈、订货、在线付（收）款、开据电子发票以及到电子报关、电子纳税等通过 **网络技术** 则可完成。

要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面，除了买家、卖家外，还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电



子商务中的各方在物理上是互不谋面的，因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版，网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术

在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

## 电子商务的特点

电子商务是网络爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向，是一种全新的商务模式。网络本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构。

电子商务的特性可归结为以下几点：商务性、服务性、集成性、可扩展性、普遍性、方便高效性、安全性和协调性。

### 商务性

电子商务最基本的特性为商务性，即提供买、卖交易的服务、手段和机会。网上购物提供一种客户所需要的方便途径。因而，电子商务对任何规模的企业而言，都是一种机遇。

就商务性而言，电子商务可以扩展市场，增加客户数量。通过将万维网信息连至数据库，企业能记录下每次访问、销售、购买形式和购货动态以及客户对产品的偏爱，这样企业方就可以通过统计这些数据来获知客户最想购买的产品是什么。

### 服务性

在电子商务环境中，客户不再受地域的限制，像以往那样，忠实地只做某家邻近商店的老主顾，他们也不再仅仅将目光集中在最低价格上。因而，服务质量在某种意义上成为商务活动的关键。技术创新带来新的结果，万维网应用使得企业能自动处理商务过程，并不再像以往那样强调公司内部的分工。现在网络上许多企业都能为客户提供完整服务，而万维网在这种服务的提高中充当了催化剂的角色。

企业通过将客户服务过程移至万维网上，使客户能以一种比过去便捷的方式完成过去他们较为费事才能获得的服务。如将资金从一个存款户头移至一个支票户头，查看一张信用卡的收支，记录发货请求，乃至搜寻并购买稀有产品，这些都可以足不出户而实时完成。

显而易见，电子商务提供的客户服务具有一个明显的特性：方便。这不仅对客户来说如此，对于企业而言，同样也能受益。我们不妨来看这样一个例子，比

利时的塞拉银行，通过电子商务，使得客户能全天候地存取资金账户，快速地阅览诸如押金利率、贷款过程等信息，这使得服务质量大为提高。

### 集成性

集成性也称为完整性。电子商务是一种新兴产物，其中用到了大量新技术，但并不是说新技术的出现就必须导致老设备的死亡。万维网的真实商业价值在于协调新老技术，使用户能更加行之有效地利用他们已有的资源和技术，更加有效地完成他们的任务。

电子商务的集成性，还在于事务处理的整体性和统一性，它能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。这样不仅能提高人力和物力的利用率，也提高了系统运行的严密性。

### 可扩展性

要使电子商务正常运作，必须确保其可扩展性。万维网上有数以百万计的用户，而传输过程中，时不时地会出现高峰状况。倘若一家企业原来设计每天可受理 1 万人次访问，而事实上却有 10 万，就必须尽快配有一台扩展的服务器，否则客户访问速度将急剧下降，甚至还会拒绝若干次可能带来丰厚利润的客户的来访。

对于电子商务来说，可扩展的系统才是稳定的系统。如果在出现高峰状况时能及时扩展，就可以大大地降低系统阻塞的可能性。电子商务中，耗时仅 1 分钟的重新启动也可能导致大量客户流失，因而可扩展性可谓极其重要。

### 普遍性

电子商务作为一种新型的交易方式，将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

### 方便高效性

在电子商务环境中，人们不再受地域的限制，客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动，如通过网络银行能够全天候地存取资金账户、查询信息等，同时使得企业对客户的服务质量可以大大提高。

### 安全性

在电子商务中，安全性是一个至关重要的核心问题，它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案，如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等等，这与传统的商务活动有着很大的不同。

### 协调性

商务活动本身是一种协调过程，它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调，在电子商务环境中，它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作，才能保证电子商务的整个过程顺利完成。



## 图 1-1-1 电子商务的优点

电子商务是综合运用信息技术、以提高贸易伙伴间商业运作效率为目标,将一次交易全过程中的数据和资料用电子方式实现,在商业的整个运作过程中实现交易无纸化、直接化。电子商务可以使贸易环节中各个商家和厂家更紧密地联系,更快地满足需求,在全球范围内选择贸易伙伴,以最小的投入获得最大的利润。

电子商务与传统的商务活动方式相比,具有以下几个优点。

### 图 1-1-2 交易虚拟化

通过因特网为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无需当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。对卖方来说,可以到网络管理机构申请域名,制作自己的主页,组织产品信息上网。而虚拟现实、网上聊天等新技术的发展使买方能够根据自己的需求选择广告,并将信息反馈给卖方。通过信息的交互传递,签定电子合同,完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

### 图 1-1-3 交易成本低

电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在:

(员) 距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真而言就越低。此外,缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。

(圆) 买卖双方通过网络进行商务活动,无需中介者参与,减少了交易的有关环节。

(豫) 卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,避免了在传统方式下做广告、发印刷产品等大量费用。

(源) 电子商务实行“无纸贸易”,可减少巨额的文件处理费用。

(缘) 互联网使买卖双方即时沟通供需信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而使库存成本降为零。

(远) 企业利用内部网(局域网)可实现“无纸办公(韵粤)”,提高了内部信息传递的效率,节省时间,并降低管理成本。通过互联网络把其公司总部、代理商以及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起,及时对各地市场情况作出反应,即时生产,即时销售,降低存货费用,采用高效快捷的配送公司提供交货服务,从而降低产品成本。

(苑) 传统的贸易平台是地面店铺,新的电子商务贸易平台则是网吧或办公室。



### ④ 交易效率高

由于互联网络将贸易中的商业报文标准化,使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理,将原料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运及申报等过程无须人员干预,而在最短的时间内完成。传统贸易方式中,用信件、电话和传真传递信息、必须有人的参与,且每个环节都要花不少时间。有时由于人员合作和工作时间的问题,会延误传输时间,失去最佳商机。电子商务克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

### ⑤ 交易透明化

买卖双方从交易的洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,可以防止伪造信息的流通。例如,在典型的许可证 **系统**中,由于加强了发证单位和验证单位的通信、核对,假的许可证就不易漏网。海关 **系统**也帮助杜绝边境的假出口、兜圈子、骗退税等行径。

### ⑥ 提升企业竞争力

电子商务使得许许多多的中小企业也可以通过网络实现全天候、国际化的商务活动,通过网络进行宣传、营销,可以创造更多的销售机会,以此来提高企业的竞争力。

### ⑦ 促进经济全球化

电子商务使得世界各地的人们都可以了解到国际上的商业信息,加速了信息沟通和交流,促进国际商务活动的开展,跨国商务活动变得越来越频繁,符合经济全球化的发展趋势。

## ⑧ 电子商务的主要应用领域

电子商务系统作为信息流、物流、资金流的实现手段,应用极其广泛,尤其适于以下场合的应用:

(1) 国际旅游和各国旅行服务行业:例如旅店、宾馆、饭店、机场、车站的订票、订房间、信息发布等一系列服务;

(2) 传统的出版社和电子书刊、音像出版部门;

(3) 网上商城:批发、零售商品,汽车、房地产、拍卖等的交易活动;

(4) 计算机、网络、数据通信软件和硬件生产商;

(5) 进行金融服务的银行和金融机构,持有各种电子货币或电子现金者(例如电子信用卡、磁卡、智能卡、电子钱包等持有者);



- (5) 进行小规模现金交易的金融组织和证券公司；
- (6) 政府机关部门的电子政务：电子税收、电子商检、电子海关、电子政府管理；
- (7) 信息公司、咨询服务公司、顾问公司；
- (8) 分布全世界的各种应用项目和服务项目等。

## 1.1.2 电子商务的类别及模式

电子商务已经在世界范围内广泛地进行，根据不同的分类方法，可以把电子商务分成不同的模式。

### 1.1.2.1 按商业活动运作方式分类

按商业活动运作方式可分成完全电子商务和不完全电子商务两类。

#### 1. 完全电子商务

即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易。

#### 2. 不完全电子商务

即指无法完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的交易，它需要依靠一些外部要素，如运输系统等来完成交易。

### 1.1.2.2 按电子商务应用服务的领域范围分类

按电子商务应用服务的领域范围可分为五类，即企业对消费者、企业对企业、企业对政府机构、消费者对政府机构、消费者对消费者的电子商务。

#### 1. 企业对消费者电子商务 (B2C)

企业对消费者的电子商务，也称商家对个人客户或商业机构对消费者，即 B2C 电子商务。简称为 B2C。商业机构对消费者的电子商务基本等同于电子零售商业，这类电子商务主要是指在线式网上购物，这里的“物”指实物、信息和各种售前与售后服务。最近几年这类电子商务的发展异军突起，在因特网上目前已出现许多大型超级市场，所出售的产品一应俱全，从电脑软件、书籍、食品、饮料、电脑到汽车等，几乎包括了所有的消费品。B2C 电子商务模式如图 1-1 所示。



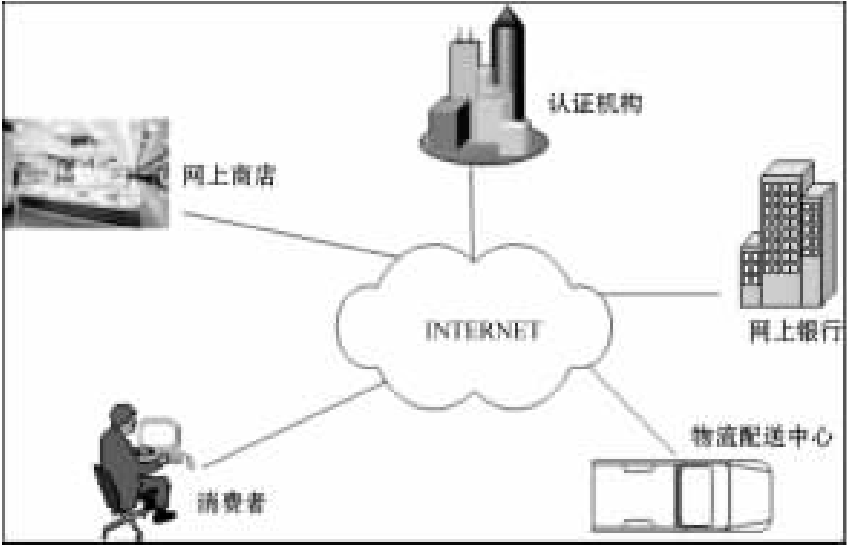


图 1-1-1 基于互联网的电子商务模式示意图

图 1-1-2 企业对企业全电子商务（B2B）模式示意图

企业对企业的电子商务，也称为商家对商家或商业机构对商业机构，即 B2B 模式。B2B 模式也称为月赚月，月赚月电子商务模式如图 1-1-2 所示。

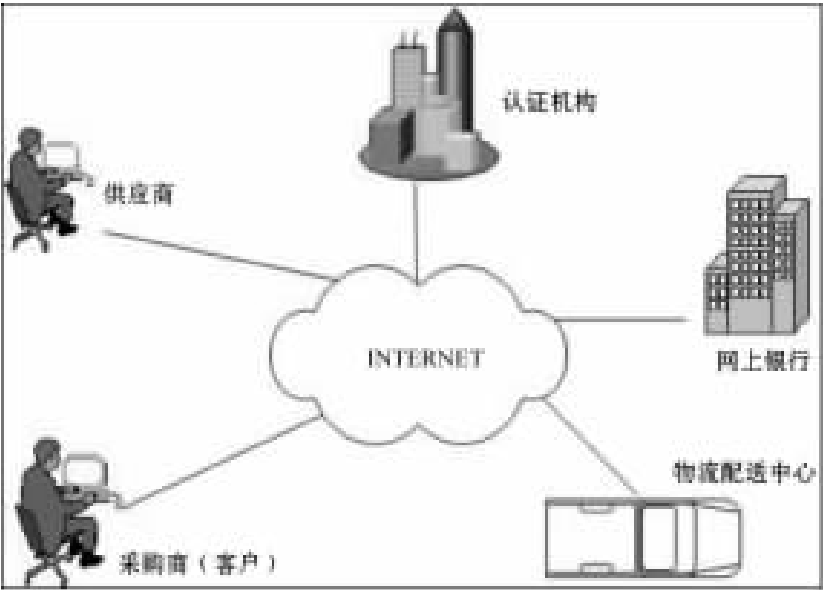




图 1-1 月赚月电子商务模式示意图

商业机构对商业机构的电子商务是指商业机构（或企业、公司）使用网络和各种商务网络向供应商（企业或公司）订货和付款。商业机构对商业机构的电子商务发展最快，是电子商务的主流，已经有了多年的历史，特别是通过增值网络（~~Internet~~）上运行的电子数据交换（~~EDI~~），使企业对企业的电子商务得到了迅速扩大和推广。公司之间可能使用网络进行订货和接受订货、合同等单证和付款。

在月赚月电子商务中，参与主体主要包括有以下：认证机构、采购商、供应商、月赚月服务平台、物流配送中心、网上银行等。

月赚月电子商务中，供应商完成的主要业务有：产品目录制作和发布、产品数据维护、在线投标、在线洽谈、网上签约、订单处理、在线业务数据统计等。采购商完成的主要业务有：在线招标、在线洽谈、网上签约、订单处理、支付货款、货物接受、在线业务数据统计等；后台管理是由交易中介服务平台的管理者（第三方）对在平台上进行的商务流程的管理活动，而不是交易双方企业商务本身的活动。后台管理的主要内容有：注册会员管理、系统运营维护、产品管理、订单管理、信息发布等。

企业可以在网络上发布信息，寻找贸易机会，通过信息交流比较商品的价格和其他条件，详细了解对方的经营情况，选择交易对象。在交易过程中，可以迅速完成签约、支付、交货、纳税等一系列操作，加快货物和资金的流转。目前，信息技术产品主宰了企业对企业的交易领域，通过电子媒体销售给企业的产品中软件居首位，旅行服务，尤其是航线预订，也是企业对企业电子商务领域的一个主要组成部分，目前正在开发和提供的其他商业服务包括工资服务、数据服务、法律和医疗服务等等。

### 企业政府对政府机构的电子商务（月赚月）

企业对政府机构的电子商务，即月赚月，简称为月赚月。在企业原政府机构方面的电子商务可以覆盖公司与政府组织间的许多事务。目前我国有些地方已经推行网上采购。

### 消费者对政府机构的电子商务（悦赚悦）

消费者对政府机构的电子商务，即悦赚悦，简称为悦赚悦。政府将会把电子商务扩展到福利费发放和个人税收的征收方面。

### 消费者对消费者的电子商务

消费者对消费者的电子商务，即悦赚悦，简称为悦赚悦。

许多电子商务网站提供了一个让消费者进行买卖的平台，用户通过提交商品信息之后，便成了商品，网站通过拍卖或销售获取交易佣金。

比较而言，前两种交易方式份量最重，而月赚月又是重中之重。据美国的商