

第一章 电子商务概述

现代信息技术的发展将电子商务理论和技术带入服务领域、商品流通领域和产品生产领域，使传统意义上的服务、商品流通、产品生产等概念和内涵发生了理念上的变化。随着信息技术的发展，商务—计算机—信息一体化的电子商务成为企业发展的必然趋势。我们必须认识电子商务，并且参与到电子商务中去，因此我们必须学习和掌握电子商务的基础知识。在这一章里，我们将讨论电子商务的定义、电子商务的功能和特性、电子商务的应用及分类、电子商务带来的变革和电子商务面临的问题等。

第一节 电子商务的基本概念

一、电子商务的起源

要理解电子商务的基本概念，首先必须考察电子商务的起源。早在 1839 年，当电报刚出现的时候，人们就开始了对于运用电子手段进行商务活动的讨论。当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式在电线中传输的时候，就标志着运用电子手段进行商务活动的新纪元。电子商务是在与计算机技术、网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的，近年来依托于计算机互联网络，随着其爆炸性发展而急剧发展。电子商务最初起源于计算机的电子数据处理技术。从计算机主要应用于科学计算机向文字处理和商务统计报表处理应用转变后，字处理软件和电子表格软件的出现，为

标准格式商务单证的电子数据交换 (EDI) 开发应用提供了有力的工具。这些软件大大地帮助了政府或企业的采购,企业商业文件的处理。使之从手工书面文件的准备和传递,转变为电子文件的准备和传递;随着网络技术的发展,电子数据资料的交换,又从磁带、软盘等电子数据资料物理载体的寄送转变为通过专用的增值通信网络的传送,近年来转移到通过公用的因特网进行传送。银行间的电子资金转账 (EFT) 技术与企、事业单位间电子数据交换技术相结合,产生了早期的电子商务。信用卡 (credit-card)、自动柜员机 (ATM)、零售业销售终端和联机电子资金转账 (POS/EFT) 技术的发展,以及相应的网络通信技术和安全技术的发展,导致今天网上持卡购物与企业之间网上交易这两种模式的电子商务得到了飞速的发展。1991年美国政府宣布因特网向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统。1993年万维网 WWW, World Wide Web 在因特网上出现 这是一种具有处理数据图文声像超文本对象能力的网络技术,使因特网具备了支持多媒体应用的功能。1995年因特网上和商业业务信息量首次超过了科教业务信息量,这既是因特网此后产生爆炸性发展的标志,也是电子商务从此大规模起步发展的标志。

二、电子商务的各种不同定义

简单地讲,电子商务是指利用电子网络进行的商务活动。但是,对于电子商务的定义仍然没有一个统一、共同认可的概念,主要是由于世界各国电子商务正在不断地发展,电子商务的功能及应用正在不断拓展,电子商务的概念本身也在不断演变中。世人众说纷纭,各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度,给出了许多不同的表述,下面就是几个比较有代表和权威的定义:

国际商会于 1997年 11月,在巴黎举行了世界电子商务会议

(The World Business Agenda for Electronic Commerce)会上专家和代表对电子商务的概念进行了最有权威的阐述：电子商务 (Electronic Commerce)是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为：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。电子商务涵盖的业务包括：信息交换、售前售后服务（提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见）、销售、电子支付（使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金）、运输（包括商品的发送管理和运输跟踪，以及可以电子化传送的产品的实际发送）、组建虚拟企业（组建一个物理上不存T的企业，集中一批独立的中小公司的权限，提供比任何单独公司多得多的产品和服务）、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

美国学者瑞维·卡拉克塔和安德鲁·B·惠斯顿在《电子商务的前沿》一书中提出：“广义地讲，电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度，满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲，今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来，而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和卖方联系起来。”

IBM公司认为，电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务的活动，是在Internet的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出：“电子商务是指通过 Internet 进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务将会涉及全球各国。”

世界贸易组织电子商务专题报告中定义，电子商务就是通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动，它不仅指基于 Internet 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。

三、本书采用的定义

虽然人们对电子商务还没有一个统一规范的认识，但是从上述各家观点看，无论是国际商会，IBM，还是各国政府及权威机构都认为电子商务是利用现有的计算机硬件设备、软件和网络基础设施，通过一定的协议连接起来的电子网络环境进行各种各样商务活动的方式。因此，对于电子商务概念的科学理解应包括以下几个基本方面：

首先，电子商务是一种采用最先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求信息按照一定的格式输入电子商务网络，电子商务网络便会根据用户的要求，寻求相关信息并提供给用户多种买卖选择。一旦用户确认，电子商务就会协助完成合同的签订、分类、传递等全套业务。

其次，电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空，实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况，从而使买卖双方能够更方便地研究市场，更准确地了解市场和把握市场。

最后，电子商务渗透到贸易活动的各个阶段，因而内容广泛，包括信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组

建虚拟企业、共享资源等。并且电子商务的参与者包括消费者、销售商、供货商、企业雇员、银行或金融机构以及政府等各种机构或个人。电子商务的最终目的就是要实现企业乃至全社会的高效率、低成本的贸易活动。

总之，狭义的电子商务仅仅将通过 Internet 网络进行的商业活动归属于电子商务，而广义的电子商务则将利用包括 Internet, Intranet, LAN 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络进行的所有商贸活动都归属于电子商务。从发展的观点看，在考虑电子商务的概念时仅局限于利用 Internet 网络进行商业贸易是不够的，将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当，也符合概念本身的演变规律。因此我们综合各方面的不同看法，结合我国电子商务的实践，可以将电子商务的概念作如下的表述：电子商务系指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术（主要是互联网）等现代信息技术所进行的各类商务活动，包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易等。

第二节 电子商务的主要功能与特性

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代，发展于 20 世纪 90 年代，对其功能与特性的研究也在不断深入。

一、电子商务的功能

电子商务的本质是企业通过实现管理的信息化，从而迅速和高效地链接电子商务的各个相关主体，包括商业企业、政府部门、银行、消费者等进行电子化的信息共享和业务来往。在电子商务发展过程中，相应经过初始阶段、功能阶段、集成阶段和协同阶段。在初始阶段，企业仅仅通过简单的网站来发布产品信息

息，电子商务的其他要素都很不完善，因而需要大量的资金、人力和物力来实现电子商务的全过程；在功能阶段，企业已经建立了相对完善的网上交易系统、物流系统，可以完成基本的电子商务功能，但由于没有和企业内部的信息化管理结合起来，因而还谈不上完善的电子商务；在集成阶段，电子商务的各个因素，如 ERP, CRM, SCM, OA 网上门户、电子支付系统等都被较好地集成起来，电子商务的运作效率大大提高；而在协同阶段，企业进一步完善了各种应用系统的集成，业务流程实现了重组和优化，全面实现了知识管理，与客户和合作伙伴都能够很好地协同工作。概括而言，电子商务具有如下功能：

1. 广告宣传

电子商务可凭借企业的 Web 服务器和客户的浏览，在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具 (Search) 迅速地找到所需商品信息，而商家可利用网上主页 (Home Page) 和电子邮件 E-mail 在全球范围内作广告。广告的形式丰富多彩，已经远远超过传统的广告，并且网络广告作为第四类媒体发布的广告，具有传统的报纸杂志、无线广播和电视等传统媒体发布广告无法比拟的优势，因为它具有交互性和直接性。

2. 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件 (E-mail)、新闻组 (News Group) 和实时的讨论组 (chat) 来了解市场和商品信息、洽谈交易事务，如有进一步的需求，还可用网上的白板会议 (Whiteboard Conference) 来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交谈形式。

3. 网上订购及网上支付

电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送实现网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍页面上提供十分友好的订购提

示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后，通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。客户通过网上订购后，可以进行网上支付。网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号等方式进行支付。在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制，以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

4 业务管理

企业通过网络可以进行有效的业务管理，如信息管理、人力资源管理、客户关系管理、财务管理等。企业的业务管理将涉及到人、财、物多个方面，如企业和企业、企业和消费者及企业内部等各方面的协调和管理。因此，业务管理是涉及商务活动全过程的管理（如图 1-1）。电子商务不仅能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。而且客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平，更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会，满足顾客的各种不同需求。

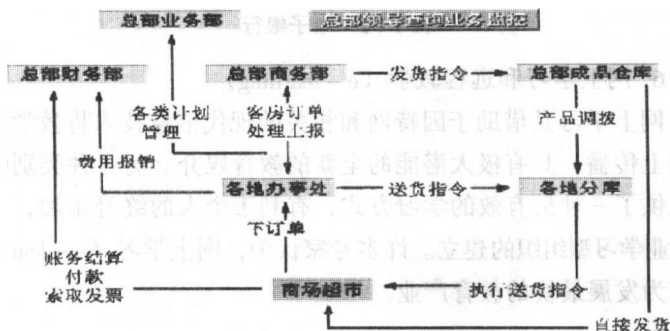


图 1-1 企业业务管理

5.电子银行

现代信息技术的发展，在社会各个行业导致了一场前所未有的管理模式与思想观念的变革。信息技术在银行管理及其金融服务业中的扩散，促进了金融服务组织机构与服务提供形式的创新，电子银行就是这种创新的具体成果之一。电子银行不仅是虚拟金融服务的一次革命，而且是银行组织结构的一种创新。电子银行借助因特网遍布全球、不间断运行、信息传递快捷的巨大优势，突破了传统银行的局限性，为用户提供全方位、全天候、便捷、实时的现代化服务。可以参考图 1-20



图 1-2 电子银行

6.网上学习和远程教学 (e-Learning)

网上学习是借助于因特网和相关的现代信息技术将教学资源在网上传播，具有极大潜能的全新的教育媒介，为各种类别的人群提供了一种最有效的学习方式，有利于个人的终身学习，有利于企业学习型组织的建立。许多专家认为网上学习 (e-learning) 将成为发展最快的教育产业。

二、电子商务的特性

电子商务在全球各地通过计算机网络进行并完成各种商务活

动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动。在一个不太长的时间内，电子商务已经改变人们长期以来习以为常的各种传统贸易活动的内容与形式。相对于传统商务活动方式，电子商务表现出其特性。

1. 交易虚拟化

电子商务的贸易双方，从贸易磋商、签订合同的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要选择广告，并将信息反馈给卖方。通过信息的相互交换，最终签订电子合同，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

2 运营成本低

运营成本包括采购、生产和市场营销成本。首先，通过网络收集信息可以大大减少公司采购的步骤。国际互联网络的全球性与实时性为企业与供应商的电子交易打开了方便之门。其次，企业生产成本的降低可以通过减少库存、缩短产品周期体现出来。美国戴尔（Dell）公司将计算机业务建立在一种有别于传统思路的概念上，创立了按单定产的直销模式。在 1996年 7月，戴尔的客户就能够通过在因特网上的站点直接配置和订购计算机。客户订购了计算机，厂家才开始生产。由于计算机零部件的价格随科技的高速发展而迅速下降，所以推迟零部件的订购可以极大地降低生产成本。到 1997年 12月底，戴尔成为美国第二大桌面计算机生产厂商。电子商务还可以缩短产品周期，以同样多的时间或费用生产更多的产品。第三，电子商务可以大大降低企业的营销费用。网上营销使企业可以直接和供应商、用户进行交流，消费者则可以直接从生产厂家以更低的价格买到放心的产品。

3交易效率高

由于因特网将贸易中的商业报文标准化，使商业报文能在世

界各地短时间内完成传递与计算机自动处理，使原料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、货物托运等环节无需工作人员干预可在最短的时间内完成。在传统贸易方式中，用信件、电话和传真传递信息必须有人的参与，每个环节必须花不少的时间，有时由于人员合作和工作时间的问题，会延误传输的时间，失去最佳的商机。电子商务克服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。

4. 互动性

Internet本身的双向沟通特性，使得电子商务的交易模式由传统的单向传播（指消费者被动接受企业的产品或服务）变为互动沟通。一方面，企业可利用这一特性为每位访客制定专门的网站服务，使每位拜访者都会有不同的经历，让客户觉得与交易对方由陌生人变成了贴。的老朋友；另一方面，用户可以按自己的兴趣要求等主动搜索网站，从这个意义上说，不能对顾客群进行有效细分的企业将被顾客所淘汰。

5. 集成性

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，也提高了系统运行的严密性。

6. 安全性

对于客户而言，无论网上的物品如何具有吸引力，如果他们对交易安全性缺乏把握，他们根本就不敢在网上进行买卖。企业

和企业间的交易更是如此。在电子商务中，安全性是必须考虑的核心问题。欺骗、窃听、病毒和非法入侵都在威胁着电子商务，因此要求网络能提供一种端到端的安全解决方案，包括加密机制、签名机制、分布式安全管理、存取控制、防火墙、安全万维网服务器、防病毒保护等。为了帮助企业创建和实现这些方案，国际上多家公司联合开展了安全电子交易的技术标准和方案研究，并发表了 SET(安全电子交易)和 SSL(安全套接层)等协议标准，使企业能建立一种安全的电子商务环境。

第三节 电子商务的应用及分类

一、电子商务的应用

电子商务在很短的时间内得到了广泛的应用，目前学术界对电子商务的应用有广义与狭义之分。狭义角度指电子商务在企业中的应用，具体指：

(1)售前服务。因特网作为一个新媒体，具有“即时互动、跨越时空和多媒体展示”等特性，它强调了互动性，而且广告资料更新较快，比传统媒体的广告费用低廉。企业可利用网上主页 (Homepage) 和电子邮件 (E-mail) 在全球范围内作广告宣传；客户可借助网上检索工具 (Search) 迅速地找到所需要的商品信息。

(2)售中服务。网上售中服务主要是帮助企业完成与客户之间的咨询洽谈、网上订购、网上支付等商务过程，对于销售无形产品的公司来说，因特网上的售中服务为网上的客户提供了直接试用产品的机会，例如音像制品的试听、试看以及软件的试用等。

(3)售后服务。网上售后服务的内容主要包括帮助客户解决

产品使用中的问题，排除技术故障，提供技术支持，传递产品改进或升级的信息以吸引客户对产品与服务的反馈信息。电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样使企业的市场营销能形成一个封闭的回路。网上售后服务不仅响应快、质量高、费用低，而且可以大大减低服务人员的工作强度。

电子商务广义的应用指电子商务在各行各业中的应用，我们一般更加倾向于从这一角度理解和研究电子商务的应用。电子商务的应用非常广泛，像网上银行、网上证券、网上购物、网上订票、网上租赁、电子政务、在线学习等等。

1. EDI业务

EDI (Electronic Data Interchange)的中文意思是电子数据交换。它是电子商务发展早期的主要形式。EDI旨在票据传送的电子化。

运输业—能最大程度地利用设备、仓位……获得更大效益；

零售业、制造业和仓储业—提高货物提取及周转，增加资金流动；

通关与报关—实现货物通关自动化和国际贸易无纸化；

金融保险和商检—快速可靠的支付，减少时间和费用，加快资金流动；

贸易业—无纸贸易提高了国内外贸易的竞争能力。

2. 虚拟银行

随着虚拟现实技术的不断进步，银行金融业正在积极利用虚拟现实技术，创建虚拟金融世界，这也是为了适应网络商业的日益发展的需要。在虚拟银行电子空间中，可以允许数以百万计的银行客户和金融客户，面向银行所提供的几十种服务，根据需要随时到虚拟银行里漫游，这些服务包括信用卡网上购物、电子货

币结算、金融服务及投资业务的咨询等。虚拟银行一方面使银行能够争取到更多的顾客，并且服务成本迅速下降。另一方面也使客户能够从虚拟银行获得方便、及时、高质量的服务，同时又节省很多服务费。当前，建立网络银行最重要的是完善硬件、软件设施和完善有关技术标准和统一操作规范。数年前，美国率先在网上建立了第一家“安全第一网络银行”，而目前发达国家已有1000多家金融机构正在筹划或已经初步建立网络银行服务。预计到2005年，发达国家将有约25%的家庭会在网络银行建立账户，届时网络银行在网上实现的营业额将占总营业额的1/30。虚拟银行是现代银行金融业的发展方向，它指引着未来银行的发展。利用Internet这个开放式网络来开展银行业务有着广阔的前景，它将导致一场深刻的银行业革命。

3. 网上购物

随着电子商务技术的发展和运用，网络购物将越来越普及，并且日渐成为一种新的生活时尚。网络购物利用先进的通信和计算机网络的三维图形技术，把现实的商业街搬到网上。用户无须担心“出门时的天气变化，足不出户便能像真的上街那样逛商场”，方便、省时、省力地选购商品，而且订货不受时间限制，商家会送货上门。当然，你也无须担心独自“逛街”的孤独，因为你可以在网络的“大街”上约定或找到同行者，结伴“逛街”，乐趣无穷。目前在网已开通了书店、花市、电脑城、超级市场以及订票、订报、网上直销等服务。

4. 电子政务

电子政务是指政府机构利用信息化手段，实现各类政府职能。其核心是：应用信息技术，提高政府事务处理的信息流效率，改善政府组织和公共管理。信息技术的飞速发展引发了一场深刻的生产和生活方式变革，极大地推动着经济和社会的发展。作为信息高速公路五个应用领域中的首要应用，电子政务在全球

范围内受到广泛的重视，可以说政府信息化是经济信息化和社会信息化的前提，电子政务是未来国家核心竞争力的重点要素之一。

二、电子商务的分类

电子商务的分类有很多，根据研究的不同目的，我们可以根据不同的标准进行分类。我们可以对电子商务按电子商务交易涉及的对象、电子商务交易所涉及的商品内容和进行电子商务的企业所使用的网络类型等对电子商务进行不同的分类。

I. 按参与交易的对象分类

按参与交易的对象分类，电子商务可以分为以下类型：

(1)企业与消费者之间的电子商务 Business to Customer即 BTO或 B2C)。这是消费者利用因特网直接参与经济活动的形式，类同于商业电子化的零售商务。随着万维网 (WWW) 的出现，网上销售迅速地发展起来。目前，在因特网上有许许多多各种类型的虚拟商店和虚拟企业，提供各种与商品销售有关的服务。通过网上商店买卖的商品可以是实体化的，如书籍、鲜花、服装、食品、汽车、电视等等；也可以是数字化的，如新闻、音乐、电影、数据库、软件及各类基于知识的商品；还有提供的各类服务，有安排旅游、在线医疗诊断和远程教育等。

(2)企业与企业之间的电子商务 Business to Business即 BTOB或 B2B)。B TO B方式是电子商务应用最重要和最受企业重视的形式，企业可以使用 Internet或其他网络对每笔交易寻找最佳合作伙伴，完成从订购到结算的全部交易行为，包括向供应商订货、签约、接受发票和使用电子资金转移、信用证、银行托收等方式进行付款，以及在商贸过程中发生的其他问题如索赔、商品发送管理和运输跟踪等。企业对企业的电子商务经营额大，所需的各种硬软件环境较复杂，但在 EDI商务成功的基础上发展得最快。

(3)企业与政府方面的电子商务 Business to Government即 BTO或 B2G)。这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如企业与政府之间进行的各种手续的报批，政府通过因特网发布采购清单、企业以电子化方式响应；政府在网上以电子交换方式来完成对企业和电子交易的征税等，这成为政府机关政务公开的手段和方法。

(4)消费者对政府机构的电子商务 Customer to Government即 CTO或 C2G)。通过消费者对政府机构的电子商务，政府可以把电子商务扩展到福利费用发放和自我估税及个人税收的征收方面。通过网络实现个人身份的核实、报税、收税等政府对个人之间的行为。

(5)消费者对消费者的电子商务 Customer to Customer即 CTO或 C2C)。这种电子商务主要指消费者和消费者之间借助网络进行货物的拍卖。

2. 按交易涉及的商品内容分类

如果按照电子商务交易所涉及的商品内容分类，电子商务主要包括两类商业活动。

(1)间接电子商务。电子商务涉及商品是有形货物的电子订货，如鲜花、书籍、食品、汽车等，交易的商品需要通过传统的渠道如邮政业的服务和商业快递服务来完成送货，因此，间接电子商务要依靠送货的运输系统等外部要素。

(2)直接电子商务。涉及商品是无形的货物和服务，如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付，或者是全球规模的信息服。直接电子商务能使双方越过地理界线直接进行交易，充分挖掘全球市场的潜力。

3. 按电子商务使用的网络类型分类

根据开展电子商务业务的企业所使用的网络类型框架的不同，电子商务可以分为如下三种形式：

(1) EDI网络电子商务 Electronic Data Interchange(电子数据交换)。EDI是按照一个公认的标准和协议，将商务活动中涉及的文件标准化和格式化，通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。EDI主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。EDI电子商务在 20 世纪 90 年代已得到较大的发展，技术上也较为成熟，但是因为开展 EDI 对企业有较高的管理、资金和技术的要求，因此至今尚不太普及。

(2) 因特网电子商务 (Internet 网络)。是指利用连通全球的 Internet 网络开展的电子商务活动，在因特网上可以进行各种形式的电子商务业务，所涉及的领域广泛，全世界各个企业和个人都可以参与，正以飞快的速度在发展，其前景十分诱人，是目前电子商务的主要形式。

(3) 内联网电子商务 (Intranet 网络) 是指在一个大型企业的内部或一个行业内开展的电子商务活动，形成一个商务活动链，可以大大提高工作效率和降低业务的成本。例如中华人民共和国专利局的主页，客户在该网站上可以查询到有关中国专利的所有信息和业务流程，这是电子商务在政府机关办公事务中的应用；已经开通的上海网上南京路一条街主页 (www.nanjingroad.sh.cn)，包括了南京路上的主要商店，客户可以在网上游览著名的上海南京路商业街，并在网上南京路上的网上商店中以电子商务的形式购物。

4. 按开展电子交易的信息网络范围分类

按开展电子交易的信息网络范围，可分为三类：

(1) 本地电子商务。通常是指利用本城市内或本地区内的信息网络实现的电子商务活动，电子交易的地域范围较小。本地电子商务系统是利用 Internet、Intranet 或专用网将下列系统联结在一起的网络系统：参加交易各方的电子商务信息系统，包括买方、

卖方及其他各方的电子商务信息系统；银行金融机构电子信息系统；保险公司信息系统；商品检验信息系统；税务管理信息系统；货物运输信息系统和本地区 EDI 中心系统（实际上，本地 EDI 中心系统联结各个信息系统的中心）。本地电子商务系统是开展有远程国内电子商务和全球电子商务的基础系统。

②) 远程国内电子商务。指在本国范围内进行的网上电子交易活动，其交易的地域范围较大，对硬件和技术要求较高，要求在全国范围内实现商业电子化、自动化，实现金融电子化，交易各方具备一定的电子商务知识、经济能力和技术能力，并具有一定的管理水平和能力等。

③) 全球电子商务。指在全世界范围内进行的电子交易活动，参加电子交易各方通过网络进行贸易。涉及到有关交易各方的相关系统，如买方国家进出口公司系统、海关系统、银行金融系统、税务系统、运输系统、保险系统等。全球电子商务业务内容繁杂，数据来往频繁，要求电子商务系统严格、准确、安全、可靠，应制订出世界统一的电子商务标准和电子商务（贸易）协议，使全球电子商务得到顺利发展。

第四节 电子商务带来的社会变革

由于电子商务的出现，传统的经营模式和经营理念将发生巨大的变化。电子商务将会创造巨大的效益和机会，会将市场的空间形态、时间形态和虚拟形态结合起来，将物质流、现金流、信息流汇集成开放的、良性循环的环路，使经营者以市场为纽带，在市场上发挥最佳的作用，得到最大的效益。可以肯定，电子商务的发展会带给我们一个经济更加繁荣的时代，对社会的进步和经济的变革产生深远影响。更重要的是，传统商业已面临一场新的革命，原有的商业格局有可能重组，商业企业和商业流通将出