

电子商务概论

主编 汪楠

副主编 马佳琳

主审 张炎

东北大学出版社

✦ 沈阳 ✦

前 摇 摇 言

随着 ~~网络~~ 的广泛普及，数据的处理和信息的传递突破了时间和地域的限制，信息化时代的到来成为不可抗拒的潮流，人类文明正在进入一个崭新的时代。信息时代的到来如同蒸汽机引起工业革命一样，极大地改变了人类的行为方式、思维方式、交流方式和贸易方式，人类的生活因此而急剧变化。作为信息时代的产物，电子商务因此获得了迅速的发展。

随着我国加入 ~~世贸组织~~，电子商务将成为国内外通行的贸易手段。因此，很多信息技术人员，管理、经济、金融、贸易工作者以及在校学生，都迫切希望多了解电子商务的知识。《电子商务概论》正是学习和掌握电子商务知识的入门教材。

本书具有新颖性、系统性、实用性等特点。其中一个很重要的特色是全面地整合了商务知识以及计算机、网络知识，使读者能够对电子商务有一个比较全面的了解。

本书共 ~~15~~ 章，主要内容包括：电子商务概述，电子商务基础，电子商务网络基础，电子商务的实现技术，电子支付与网上金融服务，企业创建商务网站，网络营销实务，电子商务网站开发实例，电子商务物流与供应链管理，电子商务对企业的整合，电子商务法律法规建设，电子商务应用案例。其中，第 ~~1~~ 章和第 ~~2~~ 章由曹辉编写；第 ~~3~~ 章和第 ~~4~~ 章由于洁编写；第 ~~5~~ 章，第 ~~6~~ 章，第 ~~7~~ 章和第 ~~8~~ 章由汪楠编写；第 ~~9~~ 章和第 ~~10~~ 章由马佳琳编写；第 ~~11~~ 章和第 ~~12~~ 章由王妍编写。本书由汪楠担任主编，马佳琳担任副主编，汪楠负责全书的统编定稿。沈阳大学信息工程学院张炎教授审阅了全书，在此表示感谢。

本书可以作为高等院校相关专业“电子商务”课程的教材，也可以作为电子商务从业人员以及各类企业经营管理人员在电子商务研究和实践中的参考书。

由于编者水平有限，书中的内容难免有疏漏和不妥之处，敬请读者批评指正。

编 摇 者

~~汪楠~~ 原 苑 月

摇 ■ 汪楠 圆源

摇图书在版编目 (悦孕) 数据

摇电子商务概论 轶汪楠主编 圆— 沈阳 : 东北大学出版社, 圆园园愿

摇 ISBN 7-314-04910-0

摇Ⅰ电...摇Ⅱ汪... 摇Ⅲ圆电子商务 圆高等学校教材ⅣⅡ圆园园愿

摇中国版本图书馆 悦孕数据核字 (圆园园愿) 第 圆园园愿号

摇_____

摇出版者: 东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路 猿号巷 猿号

邮编: 圆园园源

电话: 圆园—愿支路猿号 (市场部) 摇愿支路圆号 (社务室)

传真: 圆园—愿支路猿号 (市场部) 摇愿支路圆号 (社务室)

精印 圆 火 猿 猿 岳 火 猿 猿 猿 猿 猿 猿

漂表: // 憎 憎 憎 憎 憎 憎 憎 憎

摇印刷者: 沈阳市政二公司印刷厂

摇发行者: 东北大学出版社发行

摇幅面尺寸: 圆源mm 伊 圆源mm

摇印张: 猿

摇字摇摇数: 源千字

摇出版时间: 圆园园愿年 愿月 第 员版

摇印刷时间: 圆园园愿年 愿月 第 员次印刷

摇印摇摇数: 员~ 圆册

摇责任编辑: 王兆元 摇向摇荣 摇摇摇摇 摇责任校对: 王摇乾

摇封面设计: 唐敏智 摇 责任出版: 杨华宁

摇_____

摇定摇摇价: 圆源元

目 录

第 1 章 电子商务概述	员	思考题	员
1.1 电子商务的发展历程	员	第 2 章 企业创建商务网站	员
1.2 认识电子商务	圆	2.1 企业创建网站前的规划	员
1.3 电子商务新时代	缘	2.2 企业创建网站的准备	员
1.4 电子商务的发展	怨	2.3 网站建立	员
思考题	员	2.4 网站的测试与发布	员
第 2 章 电子商务基础	员	2.5 网站推广技巧	怨
2.1 电子商务的分类	员	2.6 网络售后服务	员
2.2 电子商务的构成及模式	员	思考题	员
2.3 电子商务的应用领域	员	第 3 章 网络营销实务	员
思考题	圆	3.1 网络营销概述	员
第 3 章 电子商务网络基础	圆	3.2 网络营销策略	员
3.1 网络概述	圆	3.3 网络营销的实施	员
3.2 网络结构	缘	3.4 网络广告的设计与规划	员
3.3 网络的主要功能与应用	圆	思考题	员
3.4 网络与移动计算	猿	第 4 章 电子商务网站开发实例	员
3.5 网络接入技术	猿	4.1 网上购物系统设计	员
思考题	源	4.2 网站主页面的设计及流程图	员
第 4 章 电子商务的实现技术	源	4.3 数据库与数据表的设计与功能	员
4.1 安全技术	源	4.4 用户注册系统	员
4.2 云计算基础知识	源	4.5 商品货架	员
4.3 电子商务基础	缘	4.6 银行账号自动扣账、订单生成 等的编程	员
4.4 结构化查询语言	远	4.7 订单查询模块的设计及其功能	员
4.5 安全技术	苑	思考题	员
思考题	苑	第 5 章 电子商务物流与供应链管理	员
第 5 章 电子支付与网上金融服务	苑	5.1 物流基础	员
5.1 电子支付的重要性	苑	5.2 电子商务中的物流	员
5.2 电子支付基础——电子货币	怨	5.3 电子商务下的物流模式	员
5.3 电子支付工具——银行卡	愿		
5.4 交易安全技术	愿		
5.5 网上金融服务的发展	怨		

摇怨源摇电子商务下的物流配送系统 ...	圆源	摇员圆摇电子商务相关法律政策介绍	圆怨
摇怨缘摇供应链与供应链管理	圆源	圆怨
摇怨远摇电子商务供应链管理方法	圆缘	摇员圆摇电子商务领域犯罪	圆猿
摇思考题	圆愿	摇思考题	圆缘
第 员章摇电子商务对企业的整合	圆怨	第 员章摇电子商务应用案例	圆远
摇员圆摇企业整合的意义	圆怨	摇员圆摇网上书店——亚马逊	圆远
摇员圆摇企业电子商务的管理	圆员	摇员圆摇银行业的先锋——招商银行电子	
摇员圆摇电子商务与知识管理	圆猿	商务	圆怨
摇员圆摇电子商务与企业资源规划	圆愿	摇员圆摇中国证券商务网——赢时通	
摇员圆摇电子商务与客户关系管理		圆猿
(悦晒云)	圆原	摇员圆摇网上旅游——携程网	圆源
摇员圆摇案例分析	圆愿	摇员圆摇国际贸易电子商务工程——北京	
摇思考题	圆员	国际贸易效率化工程	圆愿
第 员章摇电子商务法律法规建设	圆圆	摇员圆摇商业机会的宝库——阿里巴巴	
摇员圆摇电子商务立法现状分析	圆圆	网站	圆员
摇员圆摇电子商务相关节点的法律制度		摇思考题	圆缘
.....	圆缘	参考文献	圆远

第 1 章 电子商务概述

电子商务（Electronic Commerce，简称 EC）的时代已经来临，互联网风潮所带来的优势与商机彻底改变了全球商业的经营模式，网络上各式各样的商业网站林立。此外，企业导入电子商务来进行作业的流程改造，提升了作业效率，降低了营运成本，并且更进一步地提升了商品与服务的品质。这种趋势正在蓬勃发展。在电子化的 21 世纪，电子商务将显示出强大的生命力。

1.1 电子商务的发展历程

在电子商务的发展历程中，主要经历了如下三个阶段。

1.1.1 EDI 阶段

EDI（Electronic Data Interchange，电子数据交换）诞生于 20 世纪 70 年代末，是电子商务的初级阶段。在“无纸化”贸易需求的推动下，为了克服传统的人工处理单证和文件的困难，贸易商们开始在商务活动中尝试运用计算机来处理商务活动所涉及的文件和单据。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的数据中，总是来源于另一台计算机输出的文件，但由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的，不能将信息直接转录到另一个需要使用这些信息的信息系统中。在重复的输入和输出过程中，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，因此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 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，人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。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 70 年代之前的大多数 EDI 都不通过物理线路，而是通过租用的线路在专用网络上实现，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。从软件方面看，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 EDI 文件时，从企业专有数据库中提取的信息，必须把它翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输。

EDI 的运用，使得单证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，显示出巨大的优势和强大的生命力。但由于 EDI 通信系统的建立需要较大的投资，使用 VAN 的费用很高，仅大型企业才会使用，因此限制了基于 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，比较适合具有大量的单证和文件传输的大型跨国公司。随着大型跨国公司对信息共享需求的增加和中小公司对 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。

1.1 基于互联网的电子商务阶段

20世纪90年代中期后，在全球普及的互联网技术克服了传统技术的不足，满足了中小企业对于电子数据交换的需要。互联网作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统，已表现出替代传统而成为传统的硬件载体的趋势，基于互联网的互联网具备传统和互联网的共同优势，因此有人把通过互联网实现的互联网直接叫做互联网。

随着因特网迅速普及，其成本低廉及信息共享的特点，为在所有的企业中普及商务活动的电子化——电子商务提供了可能。从20世纪90年代起，一直被排斥在因特网之外的商业贸易活动正式进入这个王国。而且因特网逐步地从大学、科研机构走向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。因而这一阶段既实现了企业之间基于互联网的互联网，也使电子商务更多地企业和大众中得到应用。

1.2 概念电子商务阶段

自20世纪90年代初以来，随着信息技术的完善，电子商务得到了更为广阔的发展空间。人们对于电子商务的认识，逐渐由电子商务扩展到更（更高层次）概念的高度，电子商务实际上就是电子信息技术同商务应用的结合，那么电子商务不仅仅是一种商务活动，还可以和医疗、教育、卫生、军事、政府等有关的应用领域结合，从而形成有关领域的概念。电子信息技术同教育结合，孵化出远程教育；电子信息技术和医疗结合，产生出远程医疗；电子信息技术同政务结合，产生出电子政务；电子信息技术同军务联系，孵化出远程指挥。在人们生活的好多方面都可以应用信息技术，利用电子技术进行的电话购物、电视购物等也应列为概念的范畴。随着电子信息技术的不断发展和社会需要的不断提出，人们会不断地为电子技术找到新的应用，必将产生越来越多的概念，我们必将进入时代。

1.3 认识电子商务

1.3.1 引子

20世纪90年代以来，随着互联网的迅速发展，其踪迹已经遍布企业、科研机构、商场、学校乃至家庭的每个角落。这里，可通过一个日常的事例来说明电子商务。

购买生日礼物摇一位女士在她丈夫生日的前一天中午，决定为他买件礼物。她用家里的计算机查看了互联网上的一家连锁商店的电子分类广告后，步行走到了最近的一家连锁店，径直走到小家电柜台。她问到：“你们还有电子分类广告中的特价博卡牌的录音播放机吗？”，商店售货员在计算机上输入一条查询指令。然后立刻回答道：“尽管现在我们这里已经没有货了，但今天下午源点将会到货。”

这里我们从技术角度来分析一下这个简单的购物过程。首先来分析这位女士，由于现在有很多方法建立与互联网的连接，她家里的计算机配备了一个调制解调器，通过现有的电话线连接到一个互联网服务提供商。一经与互联网连接，她就能运行一个计算机程序——浏览器，来访问和搜索她想访问的站点和相关信息，她直接来到再搜索中文站点，输入了“录音播放机”后，在众多的网站中，她选择了本市的一个网再（网架网架网架）商店，

该店的主页就出现在屏幕上，一旦从该站点的电子分类广告中选中了内容，就会显示出相应的订单处理和付款处理过程。由于她想在当天下午就买到礼物，她马上记下了当地最近一家商店的地址。接下来，我们来分析一下商店的情况。在商店，售货员为了回答这位女士的问题，用计算机键盘输入一条查询指令。该指令首先送到店内计算机系统中，当查知本店无存货时，指令被转送到地区配送中心的服务器中，具有自己知识库系统的地区服务器认为这是在两个小时内对该产品的第三次查询，在确认当地另外两家商店无存货的情况下，便开始与博卡制造商的订货处理系统进行网络连接，这样一个实时订货交易就此建立，通过批发商的订货处理系统连接并立即给予处理，一个预送货单回应到地区的服务器中，确定当天下午源点前会给几家商店送货，其中包括该女士正在耐心等待回复的那家商店。其实这前后仅用了几秒钟的时间！该购物流程如图 1-1 所示。

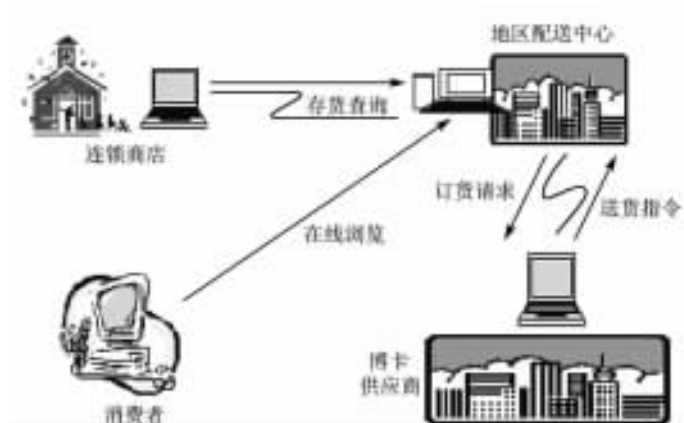


图 1-1 网络购物案例流程

这个事例说明，由于信息技术的发展，特别是通信网络和互联网的飞速发展，新的经营模式——电子商务正在涌现，人们不但可以轻松上网购物，而且可以通过开放式的网络银行管理自己的账户资料；企业内部的员工以及企业与企业之间的相互交往方式也会产生前所未有的变化，尤其是越来越多的商家开始利用互联网进行商务交往，实现贸易活动电子化。他们从最初的网上信息发布到在网上建立商务信息中心，从在传统的贸易方式下使用不成熟的电子化交易手段到能够在网上建立虚拟市场完成供—产—销的全部业务流程的电子商务，电子商务已逐渐成为商家或企业从事生产经营活动的新模式。电子商务的应用与发展已成为当今经济发展中风头最劲的潮流之一，其影响决不仅仅限于商务本身，它将会对社会的生产和管理、人们的生活和就业、政府职能、法律制度以及教育文化产生巨大的影响。

1.1 电子商务的概念

随着网络技术的迅猛发展，互联网已无所不在，企业、科研机构、商场、学校乃至家庭均可见到互联网的踪迹。可见，网络的效益在于电子商务，随着电子商务的发展一定会带来更大的经济效益和社会效益。

电子商务引起人们的普遍关注，也不过是最近几年的事情。到目前为止，人们对电子商务还没有一个统一规范的认识。许多专家和学者都尝试从不同角度来界定电子商务的内涵和外延。下面给出一些目前常见的、尚未规范的电子商务的定义。

从电子商务与传统商务的区别来认识电子商务的观点有：

- ① 电子商务是从售前服务到售后服务的各个环节全部实现电子化和自动化。
- ② 电子商务是一种在商业运作过程中实现无纸化的操作。
- ③ 电子商务就是利用电子手段的购物活动，或者说是利用计算机网络进行的购物活动。
- ④ 电子商务是通过电子方式，并在网络基础上实现物资、人员过程的协调，以实现商业交换活动。
- ⑤ 电子商务是电子化的购销市场，使用电子工具完成商品购买和服务。

从计算机与商业结合的角度来认识电子商务的观点有：

- ① 电子商务是在计算机与通信网络的基础上，利用电子工具实现商业交换和行政作业的全部过程。
- ② 电子商务是一组电子工具在商务中的应用。这些工具包括：电子数据交换、电子邮件、电子公告系统、条码、图像处理、智能卡等。
- ③ 电子商务是由网络创造的的网络空间超越时间和空间的制约，以极快的速度实现电子式商品交换。
- ④ 电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账，它还包括公司间和公司内利用电子邮件、电子数据交换（数据、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能。
- ⑤ 电子商务是指通过网络进行的各项商务活动，包括：广告、交易、支付、服务、信息交流等活动。

⑥ 电子商务公司认为，电子商务是指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。电子商务是电子化世界的重要组成部分，它能够使我们以电子交易手段完成物品和服务等价值交换。电子商务方案包括所有的贸易伙伴：用户、商品和服务的供应商、承运商、银行、保险公司，以及所有其他外部信息源的收益人。电子商务通过商家及其伙伴与用户建立不同的系统和数据库，使用客户授权和信息流授权方式，应用电子交易支付手段和机制，保证整个电子商务交易过程的安全性。

⑦ 电子商务公司认为，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活动。可用公式表示：电子商务 = 网络 + 计算机 + 商业，它所强调的是在网络计算机环境下的商业化应用，是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在内部网（企业内部网）和外部网（企业外部网）上结合起来的应用。

1997年11月，国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表，共同探讨了电子商务问题，提出了电子商务的概念。

电子商务是指实现整个贸易活动的电子化。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（如共享数据库、电子公告牌）以及自动捕获数据（如条形码）等。

电子商务涵盖的业务包括：信息交换、售前售后服务（如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（如使用电子资金转账、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在的企业,集中一批独立中小公司的权限,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。

总体而言,人们对电子商务的认识大致有广义和狭义之分。狭义的电子商务也称为电子贸易(即电子商务),仅仅将利用网络进行的商业活动归属于电子商务,即我们通常所说的电子商务。从发展的观点看,在考虑电子商务的概念时,仅仅局限于利用网络进行商业贸易是不够的,将利用网络、电视、卫星等各种不同形式网络进行的广告、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。即广义的电子商务(即电子商务)。

电子商务新时代

电子商务带来的变革

现代信息技术提供了强大的通信和处理工具,同时也改变着产品的生产过程,并导致了服务过程的变化。电子商务理论和技术的发展将现代信息技术带入服务领域、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。

随着全球网络通信和信息技术的发展,特别是网络在世界范围的普及和扩展,使得商业空间拓展到全球。企业的产品目录查询、收受订单、退货通知、网络营销、账务管理、库存管理、股票及期货的分析与交易等,从多方位给企业提供了更多商机。面对全球激烈的市场竞争,每个商家必须作出及时反应,充分利用现有技术和资源,对企业内部进行必要的改造和重组,以谋求更为广阔的市场。事实上,电子商务正在将网络,特别是网络技术广泛应用于企业的业务流程,形成崭新的业务构架和交易模式。电子商务正在改变着传统的国际贸易方式,极大程度地减少国际贸易的繁琐程序并进一步促进国际贸易的发展。

电子商务是信息时代的必然趋势,它不仅对商业企业的运作和个人工作、生活产生深远的影响,同时也涵盖了国家政府、工业企业、金融机构、教育部门等诸多范围,涉及面非常广泛,尤其适于以下场合:国际旅游和各国旅行服务行业,例如旅店、宾馆、信息发布等一系列服务;传统的出版社和电子书刊、音像出版部门;网上商城、批发或零售商品、汽车、房地产、拍卖等的交易活动;计算机、网络、数据通信软件和硬件生产商;进行金融服务的银行和金融机构;政府机关部门的电子政务等等。因此,各国政府、企业和个人都在密切关注电子商务的发展动态。

从企业角度出发,电子商务是建立在计算机的软硬件、网络通信等基础上的经济活动。它以网络、电视和音频作为载体,使企业有效地完成自身内部的各项经营管理活动(包括市场、生产、制造、产品服务),并解决企业之间的商业贸易和合作关系,发展和密切个体消费者与企业之间的联系,最终降低产、供、销的成本,增加企业利润,开辟新的市场。在这里,电子技术、网络手段、新的市场等汇合起来,形成一种崭新的商业机制,并逐步发展成与未来数字社会相适应的贸易形式。由于电子商务密切了企业和市场之间的联

系，将使企业内部生产、管理等业务流程彻底发生改变，企业从组织结构、基础设施、计划、生产到最终用户服务，必须相应地提出一个完整策略，以使企业运作更加有效。

网上金融服务已经在世界范围内展开。网络金融服务包括网上银行、网上投资交易、网上保险等各项业务，数字化的支付与结算手段将是电子商务运作和发展中的关键。同时，网上业务作为金融业发展的主要方向，无疑将在很短时间内成为传递金融信息的极好渠道，并为拓宽金融业务范围提供有力支持。

针对个人而言，电子商务的兴起将逐步改变传统的教学、医疗、就业等服务方式，远程学校、远程诊所和远程咨询将为教育、医疗及培训带来更大的生机和活力。教育模式从学员原有的被动接受教育转向主动学习，先进的科学知识将根据需要传授给被教育者。医院会诊将会在广泛地域上集众多专家的经验于一身，医疗诊断方式则更加灵活和多样化，不再受时间和空间的限制。而求职人员也可排除从传统的人才招聘、市场、报刊、杂志等获取就业信息的局限性，在网络空间中挑选适合自己的职业。电子商务正在逐渐渗透到每个人的生存空间，其范围波及人们的生活、工作、学习及消费等领域。这些都使人们清晰地认识到：电子商务不再遥远！

电子商务对人才与教育的需求

目前，电子商务已经成为一种全球性的具有战略意义的经营管理手段。但是也应该看到，电子商务的应用决不是简单的购买一些计算机设备和软件，制定一些标准，建立一些通信网络就能实现的。它的实施是一项庞大的系统工程，而其中人才和教育问题在电子商务飞速发展的今天就显得十分突出了。电子商务的人才和教育问题解决不好，电子商务的应用就不能顺利实施，电子商务也就发挥不出应有的效益。

电子商务所需要的人才可分为三个层次：第一，技术服务支持层；第二，一般管理人员层（企业中层管理人员、财会人员、中低级政府部门）；第三，高级管理人员层。其中第一层次的人员主要着眼于电子商务的技术方面，如：网络建设、系统管理、主页制作、程序开发等。目前的情况是，程序员的数量还是较多的，已有的教育手段基本上能满足需求。但是系统管理员一级的人才还比较缺乏。尤其在我国，网络管理员、数据库系统管理员和数据库管理员都比较缺乏，而培训费用又比较高，造成目前很多系统的管理员水平不高，只能做一些日常性的维护工作，像安全性调整、性能调整等高级管理工作都很少进行。这也使国内的不少系统都存在安全性的隐患。第二层次的人员是最庞大的，他们是企业或部门中的一般管理人员，是电子商务的直接受益者。他们并不关心电子商务的技术细节，而只需知道如何在电子的方式下开展工作就足够了。但是目前的电子商务教育在很大程度上忽视了这一层次人员的需求。对第三层次，即高级管理人员，目前的电子商务教育可以说是基本上没有考虑到。企业和政府部门中的高级管理人员应该懂得一些电子商务方面的问题，诸如：如何使电子商务有利于企业竞争，电子商务在企业和政府决策中的作用等。电子商务的教育问题解决不好，电子商务就不可能持续高速发展。

为此，要解决目前电子商务教育所面临的问题应该从以下几个方面入手。第一，在实施电子商务应用时，把电子商务的教育问题提到议事日程上来，高度重视电子商务的教育问题，避免或少走国外在应用电子商务时由于教育问题而走的弯路。第二，继续目前的各种教育手段，如研讨会、培训班及通过 电子商务杂志、电子商务书籍等进行宣传，增

强全社会的电子商务意识等。第三，利用计算机辅助教学软件进行电子商务的培训工作。电子商务是一门应用性很强的学科，需要在实践中体会。但实际的电子商务系统由于涉及企业或政府部门的关键数据，只能由专人操作，因此在培训时，一方面传授电子商务的知识，一方面让学员在一个电子商务的模拟环境下进行实际操作，效果就会大大加强。第四，在各高等学校，尤其是为商业、贸易、金融和管理等相关专业的学生开设电子商务课程，把电子商务教育纳入到高等学校教育中，是一个积极的、长远的解决办法。

飞速发展的电子商务的机遇

今天，技术再也不是由熟悉技术的少数人员来控制的事情，现在的技术已变成大多数人的技术。技术离市场只有一步之遥，从某种程度上讲，先进的技术意味着广阔的市场。回顾我们身边每一件产品和每一项技术的应用，不难发现，他们共同的特点是更加大众化、集成化和从技术创新到实际应用过程的迅速化。收音技术转化为应用花了 10 年，电视技术转化为应用花了 15 年，有线电视技术转化为应用花了 20 年，而 1990 年网络技术转化为应用只花了 5 年。

随着信息技术的迅速发展，网络已成为全球重要的信息传播工具。网络现在几乎覆盖了全球所有的国家和地区，用户达 10 亿以上。当前，网络作为一种学术交流和合作研制开发的工具，极大地推动了科研学术活动的全面展开，从网络诞生的那天起，人们就意识到网络的巨大商业价值和无穷的社会效益。除了原有的电子邮件、新闻论坛等文本信息交流外，网上电话、网上寻呼、网上传真、静态图像和动态视频等功能都正在连接，形成一个人类通信联络的综合性工具，大有取代传统单一功能的商务传媒之势。而网络技术和超媒体的架构，使业务本身改变传统企业的运作模式，改变整个企业组织结构和经营机制，为网络化经营提供完整的解决方案，成为企业重组的有力支持手段，并展现出强大的生命力。随着经济发展的全球化，企业和金融机构在网上开展商业交易和各种业务的时机也日益成熟，网络将成为世界贸易的公共平台。它将改变目前人们做生意的方式，让公司和个人能在电子空间里洽谈生意、订购货品等，同时对我们的生活方式也将产生深远的影响。

全球网络构架已经打破了传统的地域限制、竞争格局和交易模式，电子商务是企业和个人都不可避免的选择。电子商务尤其为中小型企业提供了参与全球竞争的机遇，这些企业将是电子商务最大的受益者。电子商务在今天成为热点，是在新的技术条件和市场条件下出现的新局面。这里，所谓新的技术条件，是指基于工业标准的服务器技术已经成熟，使得中小型企业用户可以用较低的成本实现企业级计算，完成关键商务处理；而新的市场条件是指网络交易的成熟，给广大企业带来了巨大商机。

从市场交易看，网络交易同传统有形市场的主要区别在于：

① 交易模式不同。商品在网上的信息形象在很大程度上取代了传统的实物展示，而通过网络计算机的电子交易在形式上代替了传统的面对面交易。

② 交易的基础设施不同。计算机和各种通信设备的应用取代了传统的手工纸面交易方式。

正是这种网络市场空间的应用，使得交易的成本更低，运作更便捷，所涉及的范围也更广。这尤其为外贸业务提供了快速、便捷、有效的市场开拓和业务处理的良好环境。

作为网络技术和网络经济的必然产物，电子商务的交易量出现了惊人的增长速度。1997年，全世界的网络商业总额就已突破 1000 亿美元。世界贸易组织 1998 年初对电子商务发展所作的报告预测，到 21 世纪初，电子商务交易总值将达到 10000 亿美元。“网络效应”推动了电子商务的发展。当一家公司或者某行业的一批公司实施在线采购时，往往劝说其供应商也这样做，如现在的汽车行业。反过来，供应商尝到了在线采购成本降低的甜头后，又督促他们的供应商上网采购，由此出现了一系列“网络效应”，极大地推动了电子商务的发展。

电子商务产生了一种新型市场，具体表现为：

- ① 提供网络上的在线浏览、产品选择与对数字货币支付的新方式；
- ② 创造公共网络上的新产品与新服务；
- ③ 提供公共网络上安全传输信息。

电子商务无论对企业还是个人，都带来了新的机会。虽然电子商务必然要进行一定的投资，但无论从短期还是长期上看，它都会带来更高的投资回报率。电子商务的发展为金融业提供了新的服务领域和方式。金融服务内容也将满足电子商务的要求并提供相应的信息支持。世界经济将自然融合为一体，形成崭新的世界金融服务体系。由于电子商务活动无时间和空间的限制，国家的界限将在某种程度上消失。对于国家，电子商务不仅反映出国际合作水平的进一步提高，也开拓了新的国际贸易和服务市场，对国民经济的发展起到极大的促进作用。电子商务不单纯是技术与产品的进步，而是一种创新市场，它所引发的是个人生活方式、企业生产模式、企业之间的贸易形式乃至全社会的变革。

今天，无论在个人计算机上，还是在企业专用网络终端上，都可随时随地开展电子商务活动。随着网络经济时代的到来，电子商务将渗透到各行各业，经济、文化、军事和社会活动将更加依赖于网络，作为一个国家重要的基础设施——网络的安全和可靠性，将逐渐成为全球各国关注的焦点。伴随着各国的传统文化、价值观念和政治信仰的差异，电子商务将会引起新的冲突和忧虑。

2. 电子商务的挑战

电子商务并不是一个简单的技术问题，它涉及到社会、经济、金融、法律以及生活等领域中许多全新的困难和问题。电子商务的健康发展，要求人们的工作生活方式和思想观念都要有根本变革，技术安全上必须完善可靠；要求国家实行宏观控制和管理，对电子商务进行立法和规范。

1997 年 10 月 1 日，欧洲经济委员会在比利时首都布鲁塞尔召开了全球信息社会标准大会。大会的议题为“面向 21 世纪构筑全球信息社会，创造新的应用和商务机会，发展有序的标准与法规”，而“构筑全球电子商务基础结构”正是本次大会要解决的主题。有 100 多名专家、政府官员以及企业界代表参加了电子商务会议，在会议期间发表了 100 多篇专题论文，并分别就电子商务市场拓展问题、各地区电子商务发展现状、建立电子商务所遇到的技术问题、实现电子商贸所面临的安全信任问题以及如何建立全球电子商务的基础结构进行了专题研讨。专家们一致认为，为了确保电子商务得以成功地实现，未来几年将面临至少以下三方面的挑战。

① 技术上的挑战。为使全球电子商务能简便、安全和普遍得以实现，应开发开放式基础结构和必要的服务。

② 市场拓展的挑战。为了拓展市场，电子商务应充分考虑多语种环境、多业务模式，应用相应的技术和标准以简化多语种环境和业务模式。

③ 安全信任的挑战。需要一个全球统一的立法和法规框架，并实现市场运作的安全服务。

为了迎接上述三方面的挑战，必须解决以下几个关键问题。

① 市场拓展。电子商务必须有自己的法规；电子商务是涉及全球性的系统工程，必须考虑在多语种环境下运作；用户认可并接受是决定电子商务成功的关键，这包括用户承认、使用方便和程序开发。

② 技术内涵。电子商务涉及很多关键技术，如何在电子商务中应用现有技术；电子商务技术须满足市场需要；所应用的电子商务技术应考虑不影响未来的进一步发展。

③ 服务的可操作性与网络间的相互连接。电子商务的关键是可操作性，不能使用单个标准加以解决；电子商务标准必须落实到操作界面与实施上。

④ 建立一个全球立法与法规框架。电子商务要求各方协调一致；集中要解决的问题以及框架的建立；需要对全球对话获得理解来简化电子商务；方案应在 ~~国际标准~~ 的基础上加以考虑。

⑤ 公众关心的问题以及用户的授权问题。电子商务必须与现存的商业运作方式竞争并赢得用户信赖；在应用领域，必须对所有用户平等；在电子商务运行过程中，涉及所有参与各方。

⑥ 标准的处理与跟踪。标准必须满足业务需要；必须及时制定标准并将其及时提供给用户，必要时由所有参与方同意修改。

电子商务的概念在人们思想中已经逐步形成，电子商务不仅仅是通过计算机网络及设备来发布、查询信息，买卖货物，支付货币，还包括管理与控制的决策支持活动。在电子商务中，企业和个人作为参与主体，将面临着一定的挑战：调整企业的发展战略；对传统业务流程进行重组；加强企业和合作伙伴的协作关系及同客户之间的联系扩大业务范围；重视企业宣传等等。金融业作为世界范围的服务，竞争更加激烈。金融业可利用公共计算机网络完成金融服务的飞跃，这将对金融业资讯系统的规划、建设、开发、运作和管理，员工素质能力的培养提出更高要求。

来源 电子商务的发展

来源 国外电子商务发展状况

随着技术的成熟，电子商务日益蓬勃发展起来，逐渐形成了企业、商家、银行积极主推，各软硬件提供商积极响应，政府大力支持的良好局面，使电子商务风靡全球。

(员) 美国电子商务的现状

据美国尼尔森网络评估公司 ~~1997年~~ 猿月公布的数据，在美国，在家中使用因特网的人数已经达到了 ~~1.5亿~~ 猿亿人。根据 ~~1997年~~ 猿月公布的一项调查，大约三分之一的美国公司会在一年内实施电子商务，有 ~~1/3~~ 的公司考虑发展电子商务模式并提出了重新评估的要求。在目前已经实施了电子商务的公司中，有 ~~1/3~~ 的公司期望能在一年内收回投资。在已经实施

了电子商务的公司中，有源豫的公司使用公共的附渊豫城，有源豫的公司使用专用的附渊豫城协议网络或虚拟网络。

由于附渊豫城对社会资源的节约和对其效能的巨大发挥，美国政府在促进附渊豫城的普及和发展上不遗余力。员怨苑年 员月，美国总统克林顿曾说：“在 员怨世纪初，我们决定把我国从东海岸扩展到西海岸；在 圆世纪初，我们决定利用工业革命的技术成果，这些决定都带来了巨大的变化；在 员怨世纪初，我们要作出的选择就是：加强信息时代和全球社会的力量，发掘全体人民的无穷潜力，建设一个更加完美的联邦。” 员怨苑年 圆月，克林顿又进一步提出确保教育优先，努力实现如下目标：愿岁以上儿童人人必须能读会写，员园岁以上的青少年人人必须会用互联网。我们旨在用互联网把每一间教室联系起来，必须使每一家医院在互联网上联系起来，当互联网成为新的应用技术时，各家各户的电子计算机都成为所有学科、教师和各种文化的联系者。

另外，在附渊豫城商业活动还不充分时，美国政府出资支持附渊豫城的运行，还规定其政府各个部门 员怨苑年必须在附渊豫城上购买不少于源园万件的商品，并把指标分配到各地政府和各部门，以培养附渊豫城上购物的习惯和环境。员怨苑年 缘月，克林顿公布了一项政策，即附渊豫城电子商务示范区（附渊豫城免税区），就是在全世界范围内，通过附渊豫城所购、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、欧洲等国不同程度的支持。附渊豫城免税区可能将成为世界上最大的自由贸易区，其意义极其深远。总之，在美国，一场历史上最重要的信息技术革命正席卷社会的每一个角落，而且其变革的速度之快，影响之大，涉及面之广都是以往的任何一次技术革命无可比拟的。

（圆）欧洲地区电子商务的现状

欧洲国家的电子商务起步虽然晚于美国，但发展态势很好，欧洲的各国际组织及各国政府都纷纷出台各项法规，以表示政府对电子商务的积极态度。员怨缘年 圆月，西方七国集团确立了一个《利用电子商务为中小企业开辟全球市场》的项目，该项目包括三个主题：为中小企业开辟全球信息网络；中小企业行业需求调查；电子商务国际实验地。据此，欧盟于员怨苑年设立一个工作小组来推动欧洲的电子商务应用，目前该组织启动的项目已有 员愿个。员怨苑年 源月，欧盟发表了题为《欧洲电子商务设想》的文件，旨在促进欧洲制定一项有关电子商务的统一政策。文件指出，电子商务对于保持欧洲在世界市场上的竞争力至关重要，欧盟各国必须根据统一的技术、政策和支持框架采取行动。政府应带头采用电子商务技术，并建设一些示范工程。

员怨苑年秋，法国电信公司与德国电信局结成“战略同盟”，共同建设欧洲的电信基础设施，宣布将投资 员源园亿欧元建设“欧洲信息空间”；员怨苑年 圆月英国电信局宣布，准备投资 员园亿英镑在英国建立一个光纤通信网络，该网络除向人们提供新闻、教育、金融和娱乐之外，还鼓励企业大力开展全球性的电子商务活动，发展网上贸易。员怨苑年下半年，英国政府推出“电子政府”计划，企业可以利用最新的信息技术获得政府的服务，“电子政府”充分利用附渊豫城等新型电子技术，为企业提供纳税、更换营业执照、咨询政策、获取各类信息等便利。在德国，圆世纪末的上网人数达到猿园园万左右，约缘豫的企业接受或利用电子商务。在法国，截至员怨苑年，全法国在因特网上已拥有 圆园园个以上的域名，员园多家上网公司，远种网络杂志和 员园多家网络咖啡店。在欧洲的其他国家，电子商务也正以令人吃惊的速度发展着，一些国家，如荷兰、丹麦等甚至计划到 圆园缘年，全国愿豫的人员和企业

都要求上网。

(猿) 亚太地区电子商务的现状

在亚太地区，由于各个国家和地区的经济处于不同的发展阶段，从而决定了这些国家和地区发展电子商务的起点也各不相同。作为最具商业发展机会的区域，亚洲电子商务发展一直受到业界人士的关注。一方面，像日本、新加坡、韩国、马来西亚等经济较为发达的国家和我国香港、台湾地区，正在积极地向更广泛的领域引入电子商务，其重点是培养一个有需求的环境，以形成一种电子商务文化，包括制定一些新的法规。另一方面，一些经济尚欠发达国家，它们有更重要、更迫切的社会、经济问题亟待解决。通过联合国等国际性组织，这些国家也积极地参与信息技术交流，有的甚至还是电子商务的积极推行者。从 1995 年至 1999 年，亚洲 11 个国家网站数目激增 1 倍；有调查预测，到 2000 年，亚洲国家应用电子商务的贸易额将达 100 亿美元。由此可见，亚洲地区电子商务的发展不容小觑。

1995 年 10 月，日本通产省、建设省、运输省、大藏省管辖的 11 个行业成立了统一的 11 省协调会，以图打破行业阻隔，推广跨行业的电子贸易。1996 年，通产省提出电子商务政策，开展电子商务的示范项目。日本政府于 1997 年成立了“电子商务促进会”，通产省为此投入了 100 亿日元，其中 50 亿投到 10 个（月 10 个）电子商务方面，用于 10 个项目，如虚拟商城项目和通用技术开发，另外的 50 亿日元投向制造企业，共 10 个项目。

在通产省的推动下，日本电子商务已经有了可观的规模，1997 年企业与消费者之间的交易达到 100 兆日元，企业之间的交易额达到 100 亿日元。另外，据统计，日本接入互联网的主机数从 1994 年的 10 万台增加到 1997 年的 100 万台，即 3 年增长了 10 倍，11 家网站从 1994 年的 1 万个增长到 1997 年的 10 万个，3 年净增长近 10 倍。

新加坡政府认为政府对电子商务的支持与管理是同样重要的。没有一定程度上的政府管理，电子商务不可能发展得如此之快，政府的职能应从垄断式的管理转向服务式的管理。在未来的网络世界里，各国政府之间是竞争关系，其关键是谁能以最优惠的价格提供服务、以最完善的经济环境吸引智力和投资。1995 年 1 月新加坡政府宣布把新加坡建成“智慧岛”的《1995 计划》，其目标是到 2000 年拥有世界上最先进的信息基础设施，用光纤把每个家庭、工厂、学校、办公室连成一体。政府已经投资 10 亿美元推进全国性的电子数据交换 11 服务，并于 1995 年建成了 11 贸易服务网络（11 网络），计划铺设长达 10 万千米的光缆，用于数据及电话网络，并相继开通了“金融网络”（11 网络）和“法律网络”（11 网络）。目前，新加坡的 11 被广泛应用于政府、报关、税收、贸易、运输、制造、教育、医疗、出版、旅游等各个方面，在贸易领域里应用达到了 100% 以上。1997 年新加坡政府实施“新加坡 11 号”计划，建立完善的国家互联网络。1998 年 1 月，新加坡提出了电子商务基础设施框架，包括三个层次：电子商务环境、基础服务、商务解决方案。1998 年 1 月新加坡通过了为电子商务提供全面法律框架的法案——《全面电子商务法》。

截止到 1998 年 1 月，新加坡家庭计算机普及率达到了 100%，互联网普及率达到了 100%。新加坡生产与标准局 1998 年 1 月 1 日推出了电子商务行动计划。新加坡政府鼓励中小企业与现有网站进行合作，以便它们能很快拥有在线能力。政府将对有意进行网上交易的中小企业给予帮助，协助它们制定电子商务策略和计划，以减少风险，增加投资收益。政府还将以宣传活动、研讨会、培训等方式普及新经济的概念，以确保公司员工都能够适应并接受这一新概念，顺利推行公司的电子商务策略。

1998年 远月，韩国商工能源部组织主要的电子设备公司签署了一项联合协议，旨在制定电子商务的国内标准，为建设一个用于产品开发、采购与供应、营销与服务、产品库存管理的公用数据库而展开广泛的合作。协议规定在 1999年推广电子数据交换系统的应用，并建成电子购物中心，同时在 2000年制定出整个业界的电子商务标准。

韩国的“电子商务基本法”已经颁布，以便与国际上制定的全球因特网贸易标准接轨。1998年 缘月，韩国商工能源部提出了一整套电子商务立法的指导原则，它涉及数字化贸易中的关税、税收、知识产权保护、隐私保护等内容。其中主要的建议是根据当前国际上关于电子商务问题的讨论结果提出来的，讨论结果包括不对计算机软件和多媒体内容等在线产品征收关税，使用数字签名和身份认证，加强对软件版权的保护等。韩国在 1998年 猿月制定了到 2000年的国家信息化综合计划——《网络韩国 21世纪》。2000年 圆月 缘日，韩国政府发表了“促进电子商务综合对策”。根据韩国财政经济部统计，韩国互联网人数 1999年底达到了近 苑00万，购物网站达到了 1000多个，市场规模达到了 1000亿韩元（1美元约合 1000韩元）。网上证券交易额占总交易额的 猿豫，超过美国成为世界网上证券交易比例最高的国家。

1.2.2 我国电子商务的现状

（1）总体发展情况

我国电子商务的发展始于 20世纪 90年代初，1998年逐渐成为一个热门话题。从 1998年苏州第一届电子商务学术研讨会，至 2000年的第五届中国国际电子商务大会，都引起社会各界的广泛关注。我国在电子商务方面做了大量工作，进行了积极有益的探索，大大促进了我国电子商务的发展。

我国政府敏锐地意识到电子商务对经济增长的巨大推动作用，于 1998年 圆月成立了中国国际电子商务中心；1998年，国务院电子信息系统推广办公室联合 愿个部委建立了中国电子数据交换技术委员会，电子商务开始在我国启动；2000年 远月，经国务院批准，在各部门的大力支持下，中国电子商务协会在北京正式成立，架起了国内外电子商务发展的桥梁。这些机构一经成立，就着力推广电子商务及其应用，做了大量的工作，有力地推动了我国电子商务的发展。

我国电子商务是由以国家公共通信网络为基础的，以国家金关工程为代表的，以外经贸管理服务为重要内容的电子商务工程逐步发展起来的。我国政府相继实施了“金桥”、“金卡”、“金关”等一系列金字工程，为我国电子商务的发展作了良好的铺垫。

有了以上的基础，近两年我国电子商务获得了迅速发展，从以下数据即可看出。

据 悦昇统计报告数据显示，1998年中国互联网用户为 500万人，1999年互联网用户为 1000万人，增长了 2倍，2000年达到 1500万人，截至 2000年 远月 猿日，互联网用户达到 1000万人，其中专线上网的用户人数为 1000万人，拨号上网的用户人数为 500万人，除网上网 200万人，宽带上网 300万人。我国上网计算机数已经达到 300万台，其中专线上网计算机数为 200万台，拨号上网计算机数为 100万台。

截至 2000年，我国电子商务网站数量已达 3000家，消费类电子商务网站 1000家，其中综合类网站 500家，专业类网站 500家；2000年 缘月网站 1000家，其中综合类网站 500家，专业类网站 500家。