

21世纪高职高专电子商务系列教材

# 电子商务 概论

● 主编 黄正平

华南理工大学出版社

● 新世纪高职高专电子商务系列教材

# 电子商务概论

主 编 黄正平  
副 主 编 周晓志 徐忠山

华南理工大学出版社  
· 广州 ·

## 内 容 简 介

本书全面系统地介绍了电子商务的基本概念、基本理论和基本方法。全书共分七章，包括电子商务概述、电子商务的技术支持、系统概述、电子商务活动、国际电子商务、电子商务的影响和电子政务等。根据每章的内容都安排有应用案例分析或具体操作方法。书中涉及的所有程序和例子均通过上机调试，所有电子商务应用实例均通过上网验证，以确保准确无误。

本书内容新颖、体系完整、图文并茂、资料丰富、实用性强，可作为大专院校相关专业的教材或教学参考书，也可供需要了解电子商务基础知识以及从事电子商务工作的人员使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论 董正平主编 广州：华南理工大学出版社，(2000) (21世纪高职高专电子商务系列教材)

陈日昇 苑景缘 袁景原 魏物景 原

I 援电... II 援黄... III 援电子商务 高等学校：技术学校 教材 IV 援云 苑景缘

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 21662 号

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

发行部电话：园园园园园园园园 园园园园园园 (传真)

科苑书店 羊城书局 羊城书店 羊城书店 羊城书店 羊城书店 羊城书店 羊城书店 羊城书店 羊城书店

责任编辑：乔 丽

印刷者：中山市新华印刷厂有限公司

开 本：苑园伊苑园 员幅 印张：园园园缘 字数：缘园千

版 次：园园园年 愿月第 员版第 员次印刷

印 数：员-猿园园册

定 价：猿园园元

版权所有 盗版必究

# 前 言

当今世界，电子商务的发展非常迅速，形成了一个发展潜力巨大的市场，具有诱人的发展前景。1995年，世界因特网用户已超过 1 亿，通过因特网实现的商品销售额达到 1000 亿美元，并且仍在以成倍的速度迅猛增长，电子商务已成为 21 世纪各国经济新的增长点。电子商务的应用，将大大促进供求双方的经济活动，极大地减少交易费用和交通运输的负担，提高企业的整体经济效益和参与世界市场的竞争力。同时，也将有力地带动一批信息产业和信息服务业的发展，促进经济结构的调整。这是一场商业领域的根本性革命，它对于人类生产方式、工作方式和生活方式的影响正在逐步显露出来。

21 世纪是电子商务时代，是现代发展的必然。我们将别无选择地生活于其中，并且要适应和习惯于远距离的网上贸易、网上购物、网上支付、网上娱乐、网上服务和网上学习等活动。如何面对电子商务方式，适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争，是涉及每个人、每个企业和部门，乃至国家生存与发展的重大问题。所以，我们必须充分了解有关电子商务的新观念、新理论和新方法，有效利用电子商务技术，认真总结在电子商务实践中的经验和教训，来推动我国电子商务事业的顺利进行和发展。

本书第一章主要对电子商务的基本概念、构成内容、发展过程和运作体系等若干问题进行了概括性介绍，使大家对电子商务有一个初步的了解。

第二章从电子商务应用的角度出发，介绍了电子商务中所涉及的若干技术，如计算机技术、网络技术、数据库技术、智能代理技术、安全技术、电子商务法律法规环境等，为今后的实际应用打下良好的基础。

第三章详细介绍了 3G 技术。由于 3G 技术应用面非常广泛，本章对 3G 的产生、特点、技术应用等进行了全方位的介绍。使大家对 3G 技术及应用有个全面了解。

第四章详细介绍了电子商务活动，包括网上开店、网上订购、在线零售、网上拍卖、网上支付、网络营销、物流配送等方面的内容，并通过实例分析，使大家更好地了解各种电子商务活动的作用和过程，掌握电子商务的实际操作方法。

第五章着重介绍国际电子商务的概念、作用、操作模式以及在国际贸易领域的实际应用等内容。在电子商务环境下，国际贸易程序和方法从理论上方法上都有很大的改变。

第六章主要介绍电子商务中的影响。通过电子商务对人类思维方式、生活方式、企业生产活动、商品流通方式、金融证券业的变化、企业竞争环境等全方位的影响，使大家加强对电子商务的认识。

第七章介绍了电子商务在政府工作领域的广泛应用，即电子政务。通过对电子政务的概念、电子政务与传统政务的区别、电子政务的模式和内容、实施电子政务的作用以及我国电子政务的发展情况等方面的介绍，让大家对电子政务的基本知识有个基本的了解。

综上所述，全书共七章，内容跨度大，它不仅涉及计算机软硬件技术、网络通信技术、信息安全技术以及标准化等，还涉及经济、贸易甚至是法律方面的知识，这是一本充分体现学科综合、文理渗透的书。

本书具有以下几个鲜明的特点：

●教学和科研的结晶。本书是高职高专院校电子商务系列教材的基础部分，是具有丰富教学经验的一线教师多年教学经验的总结。实践操作性强。

●编写人员文理并重。参加本书编写的人员既有计算机和网络安全方面的专家，又有经济贸易和市场营销方面的专家，在编写的过程中充分发挥其各自的专长，保证全书的内容翔实、正确和完整。

●理论与实际紧密结合。本书在全面系统介绍电子商务的基本理论和基本方法的同时，根据每章的具体内容都安排有电子商务应用的成功实例或具体操作。书中涉及的所有程序和例子均通过上机调试以确保正确无误，所有电子商务应用实例均通过上网验证。

●资料丰富。本书不仅收集了许多国内外电子商务应用的典型实例，还收集了大量国内外有名的电子商务网址以及有关电子商务的国际法律法规。这些资料将有助于大家学习和参考。

本书由黄正平担任主编和全书的统稿工作。周晓志、徐忠山担任副主编。许统德、吴文才承担了本书的图形绘制、文字录入和资料收集等部分工作。撰写人员及具体分工如下：第一章、第四章由黄正平编写，第三章、第五章由周晓志编写，第六章、第七章由徐忠山编写，第二章由胡国胜、毕娅编写。

本书在编撰过程中，参考了大量网站资料和国内外大量图书杂志，笔者在此向有关人士表示感谢。

由于电子商务发展异常迅速，大量的新问题、新情况不断出现，加上编者水平所限，书中错漏在所难免，恳请各方人士不吝赐教。

编者

二〇〇八年 月 日于广州

# 目 录

第一章 电子商务的基本含义.....	(v)
第一节 电子商务的概念、特征与功能.....	(v)
一、电子商务的概念、特性与功能.....	(v)
二、电子商务与传统商务.....	(源)
三、电子商务的特征与功能.....	(怨)
案例 员 上海联华电子商务公司的实践 .....	(怨)
第二节 电子商务的形成与发展 .....	(员)
一、电子商务的形成和发展历史 .....	(员)
二、电子商务的发展现状和前景 .....	(员)
案例 圆 “中国电子商务信息系统 (悦动网)” 投资估算 .....	(圆)
第三节 电子商务的应用类别 .....	(圆)
一、按交易主体划分 .....	(圆)
二、按交易客体划分 .....	(圆)
案例 猿 “愿想” 月赚悦电子商务网站 .....	(猿)
第四节 电子商务的运作框架体系 .....	(猿)
一、电子商务的框架体系 .....	(猿)
二、电子商务的交易过程 .....	(猿)
案例 源 小鸭集团电子商务发展规划 .....	(猿)
第二章 电子商务的技术支持 .....	(源)
第一节 网络技术 .....	(源)
一、网络技术概述 .....	(源)
二、网络带宽 .....	(源)
三、宰藻编程语言 .....	(源)
四、网络建设和维护 .....	(源)
第二节 数据库技术 .....	(缘)
一、数据库技术基本理论 .....	(缘)
二、数据库与电子商务 .....	(缘)
第三节 智能代理技术 .....	(缘)
一、智能代理的概念与产生原因 .....	(缘)
二、智能代理的能力 .....	(缘)

三、智能代理在电子商务中的应用 .....	(缘)
四、智能代理的局限性 .....	(缘)
第四节 安全技术 .....	(缘)
一、电子商务面临的风险 .....	(缘)
二、电子商务安全要求 .....	(远)
三、电子商务安全体系结构 .....	(远)
四、电子商务安全技术措施 .....	(远)
五、电子商务安全管理措施 .....	(远)
附：电子交易安全协议 .....	(远)
第五节 电子商务法律环境 .....	(远)
一、电子商务立法考虑的基本要素 .....	(远)
二、我国涉及计算机和网络安全的法律法规 .....	(远)
三、国外电子商务有关法律法规 .....	(远)
案例 缘 中小企业的组网方案 .....	(远)
第三章 系统概述 .....	(远)
第一节 系统概述 .....	(远)
一、系统的概念 .....	(远)
二、系统的发展背景 .....	(远)
三、系统的工作原理 .....	(远)
第二节 系统的标准化 .....	(远)
第三节 系统的贸易单证处理过程 .....	(远)
一、传统的国际贸易流程 .....	(远)
二、系统条件下的贸易单证处理过程 .....	(远)
案例 远 中国海关系统 .....	(远)
案例 苑 广州企业电子商务中心 .....	(远)
第四章 电子商务活动 .....	(远)
第一节 上网开店 .....	(远)
一、上网用户分析 .....	(远)
二、网络商店 .....	(远)
三、网上开店的具体步骤 .....	(远)
案例 愿 亚马逊书店 .....	(远)
第二节 网上订货 .....	(远)
一、电子订货系统的组成与特点 .....	(远)
二、系统的发展过程 .....	(远)
三、系统的流程 .....	(远)
四、系统的业务过程 .....	(远)

第三节 在线零售.....	(页码)
一、在线零售与邮购.....	(页码)
二、针对消费者销售的商业模式.....	(页码)
三、在线零售的订单履行.....	(页码)
案例 怨 沃尔玛：向网络进军 .....	(页码)
第四节 网上拍卖.....	(页码)
一、拍卖分类.....	(页码)
二、服务项目.....	(页码)
三、拍卖网站的一些新发展.....	(页码)
案例 园 网上拍卖 .....	(页码)
第五节 网上支付.....	(页码)
一、电子货币.....	(页码)
二、电子商务支付系统.....	(页码)
三、电子商务支付方式.....	(页码)
案例 员 招商银行网上银行 .....	(页码)
第六节 网络营销.....	(页码)
一、网络营销的理论.....	(页码)
二、网上市场调研.....	(页码)
三、网络营销策略.....	(页码)
四、如何投放网络广告.....	(页码)
案例 员 麦考林的网络营销 .....	(页码)
第七节 物流配送.....	(页码)
一、电子商务中的物流.....	(页码)
二、物流组织的几种模式.....	(页码)
三、供应链.....	(页码)
四、供应链管理.....	(页码)
五、电子商务的物流配送中心.....	(页码)
案例 员 新华制药 耘孕系统实施 .....	(页码)
案例 员 广州宝供的第三方物流 .....	(页码)
第五章 国际电子商务.....	(页码)
第一节 国际电子商务促进全球经济一体化的发展.....	(页码)
一、国际电子商务的概念.....	(页码)
二、国际电子商务发展的前提.....	(页码)
三、国际电子商务的具体实施框架.....	(页码)
第二节 国际电子商务与一般电子商务的区别.....	(页码)
第三节 国际电子商务与传统国际贸易实务之比较.....	(页码)
一、交易前的准备.....	(页码)

二、贸易磋商和签订合同.....	(四)猿
三、履行合同.....	(四)猿
四、外贸单证流转程序.....	(四)猿
五、积极推动国际电子商务应用.....	(四)猿
案例 猿缘 中化进出口公司电子商务应用 .....	(四)猿
<b>第六章 电子商务的影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
<b>第一节 电子商务对人类思维方式的影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、新思维方式的产生.....	(四)猿
二、电子商务下思维方式的特点.....	(四)猿
三、电子商务下生产者和消费者思维的变革.....	(四)猿
<b>第二节 电子商务对人类活动的变革和影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、电子商务对市场结构的影响.....	(四)猿
二、电子商务对营销战略的创新.....	(四)猿
三、电子商务对人类工作和生活方式的影响.....	(四)猿
<b>第三节 电子商务对企业的影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、对企业的总体影响.....	(四)猿
二、对传统商业企业的影响.....	(四)猿
三、对传统生产企业的影响.....	(四)猿
四、电子商务改变着企业的宣传方式.....	(四)猿
五、电子商务对企业内部的重新构造.....	(四)猿
<b>第四节 电子商务对商品流通的影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、电子商务创造了全新的商务模式.....	(四)猿
二、电子商务对流通功能的革命性影响.....	(四)猿
三、电子商务更新了市场的概念.....	(四)猿
四、电子商务催发零售业态的革命.....	(四)猿
<b>第五节 电子商务对金融证券业的影响.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、电子商务推动金融业变革.....	(四)猿
二、网上金融对传统金融的冲击.....	(四)猿
三、网上证券发展迅速.....	(四)猿
<b>第六节 创造企业网络环境下的竞争优势.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、竞争优势理论.....	(四)猿
二、电子商务创造企业网络环境下的竞争优势.....	(四)猿
案例 猿远 中国民航信天游电子商务发展 .....	(四)猿
<b>第七章 电子政务.....</b>	<b>(四)猿</b>
<b>第一节 电子政务的基本含义.....</b>	<b>(四)猿</b>
一、电子政务的概念.....	(四)猿

二、电子政务与其他概念的比较.....	(四六二)
三、电子政务与传统政务的区别.....	(四六三)
第二节 电子政务的主要模式.....	(四六三)
一、邯郸电子政务.....	(四六三)
二、邯郸电子政务.....	(四六四)
三、邯郸电子政务.....	(四六四)
四、邯郸电子政务.....	(四六四)
第三节 实施电子政务的战略意义.....	(四六四)
第四节 中国电子政务的发展.....	(四六四)
一、中国电子政务发展历程.....	(四六四)
二、中国电子政务发展现状.....	(四六五)
三、中国电子政务发展存在的主要问题.....	(四六五)
四、促进我国电子政务发展的主要措施.....	(四六五)
案例 青岛国税局电子申报应用.....	(四六五)
参考文献和网站.....	(四六五)

# 第一章 电子商务的基本含义

## 第一节 电子商务的概念、特征与功能

### 一、电子商务的概念

员裁 耘陨 耘兑 耘月

陨兑(因特网)为人类社会创造了一个全新的信息空间。在这里,人们用数字信号在网上交换邮件、讨论问题、阅读、写作甚至游戏。商业活动,作为人类最基本、最广泛的联系方式,自然会渗透到这个空间中,于是人们想到了用数字信号在网上开展商务活动。因此可以说,电子商务是人类经济、科技、文化发展的必然产物。它是信息化社会的商务模式,是商务的未来。

电子商务并不神秘。简单地说,电子商务,就是在网上开展商务活动——当企业将它的主要业务通过企业内部网(陨兑)外部网(耘兑)以及陨兑与企业的职员、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。

电子商务从它的产生到现在,经历了 耘裁→耘陨→耘兑→耘月四个不同的概念。

电子商务最早出现的概念是 耘裁(耘兑),在我国也叫无纸贸易。无纸贸易起先被用于一些大企业与其客户的交易中。它简化了手续,提高了效率,降低了交易成本。

但因各企业制订的交易程序不一致,而 耘裁只能适用于两个企业之间进行单独的交易活动。要想能在所有企业之间同时进行交易,就需要一定的交易标准,使所有企业据此执行。随着国际通用的 耘兑(耘兑)安全套接层协议)、耘兑(耘兑)耘兑(耘兑)等标准的出现,按标准格式进行数据传输而达成交易就是 耘陨(耘兑),即电子数据交换。

耘兑(耘兑)即电子商务,它的形成是由于陨兑的进一步发展而引起的,因此可以说,耘兑是耘陨在陨兑上的推广应用。在陨兑上从事交易存在着技术、法律、安全、税收等问题,故有人提出了 耘月(耘兑)的概念。耘月是使用陨兑进行各种经营管理活动。耘月包含的内容比耘兑大,不仅指网上交易,还包括供应链管理(耘兑)、客户关系管理(耘兑)、企业内部管理(耘兑)等。

### 圆援电子商务的定义

目前，电子商务在英文中有两个词与之对应：即 耘悦和 耘月

耘悦又称为狭义的电子商务，它是指利用 陨燥燥燥开展的交易活动。

耘月又称为广义的电子商务，它是指利用整个 陨燥技术对整个商务活动实现电子化。

这两个概念有一定的联系和区别，可以从它们所包括的两个基本要素——电子技术和商务活动两方面来比较（见表 员员）。

表 员员 耘月和 耘悦的差异

	耘悦	耘月
电子技术	宰燥燥技术	宰燥燥技术 垣其他 陨燥技术（陨燥燥燥 局域网等）
商务活动	交易	交易 垣其他与企业经营有关的活动

对于电子商务的定义，国际上尚无完全统一的定义，比较有代表性的定义包括：

●联合国经济合作和发展组织（韵燥燥）在有关的电子商务报告中对电子商务的定义：电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间（月燥燥燥燥燥燥燥燥燥燥，简称 月燥燥）企业与消费者之间（燥燥燥燥燥燥燥燥燥燥，简称 月燥燥悦）的商业交易。

●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 陨燥燥燥进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务将涉及世界各国。

●加拿大电子商务协会给出了电子商务的比较严格的定义：电子商务是通过数字通讯进行商品和服务的买卖以及资金的转移，它还包括公司间和公司内利用电子邮件（耘燥燥燥）、电子数据交换（耘燥燥燥）、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（如：市场营销、金融结算、销售以及商务谈判）。

●全球信息基础设施委员会（韵燥燥）电子商务工作组在报告草案中对电子商务定义如下：电子商务是运用电子通讯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，公有企业、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、私营和政府的服务项目。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。

●陨燥公司的电子商务（耘燥燥燥燥燥燥）概念包括三个部分：企业内部网（陨燥燥燥燥燥燥）、企业外部网（耘燥燥燥燥燥燥）和电子商务（耘燥燥燥燥燥燥）。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，也不仅仅是通常意义下的强调交易的狭义的电子商务（耘燥燥燥燥燥燥），而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网（陨燥燥燥燥燥燥）、企业内部网（陨燥燥燥燥燥燥）和企业外部网（耘燥燥燥燥燥燥）结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的：只有先建立良好的 陨燥燥燥燥燥燥，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 耘燥燥燥燥燥燥，最后扩展到 耘燥燥燥燥燥燥。

●匀燥公司提出电子商务（耘燥燥燥燥燥燥）、电子业务（耘燥燥燥燥燥燥）、电子消费（耘燥燥燥燥燥燥）和电子化世界的概念。它对电子商务的定义：通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式。电子商务使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等的交换，是

商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式：商家之间的电子商务及商界与最终消费者之间的电子商务。对电子业务的定义：一种新型的业务开展手段。通过基于附加价值的信息结构，使得公司、供应商、合作伙伴和客户之间，利用电子业务共享信息。电子业务不仅能够有效地增强现有业务进程的实施，而且能够对市场等动态因素做出快速响应并及时调整当前的业务进程。更重要的是，电子业务本身也为企业创造出了更多、更新的业务运作模式。对电子消费的定义：人们使用信息技术进行娱乐、学习、工作、购物等一系列活动，使家庭的娱乐方式越来越多地从传统电视向附加价值转变。

●通用电气公司(原)对电子商务的定义：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：以电子数据交换(EDI)为核心技术，增值网(VAN)和互联网(附加价值)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、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：以附加价值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。

●中国专家王可研究员从过程角度定义电子商务为“在计算机与通信网络基础上，利用电子工具实现商业交换和行政作业的全过程”。

●中国企业家王新华从应用角度认为“电子商务从本质上讲是一组电子工具在商务过程中的应用。这些工具包括：电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、电子公告系统(BBS)、条形码、图像处理、智能卡等。而应用的前提和基础是完善的现代通信网络和人们的思想意识的提高以及管理体制的转变”。

纵览上述定义，可以看出，它们没有谁对谁错之分，人们只是从不同角度，从广义上和狭义上，各抒己见。这中间，原和匀给出的概念最广，它们强调电子商务包括一切使用电子手段进行的商业活动。从这个意义上来讲，现在已经流行的电话购物、电视购物及超级市场中使用的寻字机都可以归入电子商务的范围。但大多数定义还是将电子商务限制在使用计算机网络进行的商业活动，这是有道理的。因为只有在计算机网络，特别是附加价值普及的今天，才使得电子商务得到如此广泛的应用，也使得商业模式发生了根本性的转变。

### 借鉴电子商务的概念模型

电子商务的概念模型是对现实世界中电子商务活动的一般抽象描述，它由电子商务实体、电子市场、交易事务和信息流、资金流、物流等基本要素构成。

在电子商务概念模型中，电子商务实体(简称交易实体，也可称为交易实体)是指能够从事电子商务活动的客观对象，它可以是企业、银行、商店、政府机构、科研教育机构和个人等；电子市场是指交易实体从事商品和服务交换的场所，它是由各种各样的商务活动参与者，利用各种通信装置，通过网络连接成的一个统一的经济整体；交易事务是指交易实体之间所从事的具体的商务活动的内容，例如询价、报价、转账支付、广告宣传、商品运输等。

电子商务的任何一笔交易，包含三种基本的“流”，即物流、资金流和信息流。其中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

经由传统的方式。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，如各种电子出版物、信息咨询服务、有价值信息等。资金流主要是指资金的转移过程，包括付款、转账、兑换等过程。信息流既包括商品信息的提供、促销营销、技术支持、售后服务等内容，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。对于每个 现实实体来说，它所面对的是一个电子市场，它必须通过电子市场来选择交易的内容和对象。因此，电子商务的概念模型可以抽象地描述为每个 现实实体和电子市场之间的交易事务关系，如图 1-1 所示。

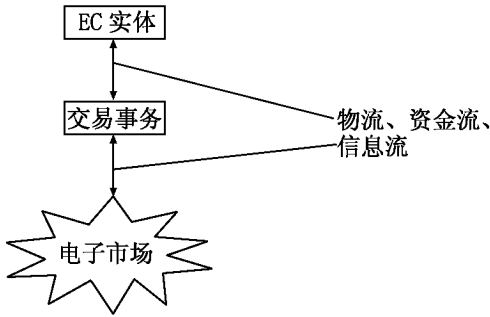


图 1-1 电子商务的概念模型

## 二、电子商务与传统商务

电子商务虽然有了“电子”，但其关键还在“商务”上，“电子”只是“商务”的一个工具、一个手段，所以，要想真正理解电子商务，我们首先要撇开“电子”，看看传统的商务是怎么一回事，然后才能理解“电子”对“商务”带来了哪些影响，它又是如何改变传统商务模式的。

### 1. 传统商务

传统商务起源于史前。当我们的祖先开始对日常活动进行分工时，商业活动就开始了。每个家庭不再像以前那样既要种植谷物，又要打猎和制造工具了。每个家庭专心从事于某一项生产，然后用他们的产品去换取所需之物。例如，制造工具的家庭可以和种植谷物的家庭互换产品。在这些原始的经济中，无形的服务也开始了买卖。例如，巫医通过施巫术或求神保佑来换取食品和工具。

最终，货币的出现取代了易货贸易，交易活动变得更容易了。然而，贸易的基本原理并没有变化：社会的某一成员创造有价值的物品，这种物品是其他成员所需要的。所以，商务活动就是至少有买卖双方参与的有价值物品或服务的协商交换过程，它包括买卖双方为完成交易所进行的各种活动。

### (一) 买方

我们可以从买方和卖方的角度来考察交易活动。传统商务中涉及买方的业务活动如图 1-2 所示。

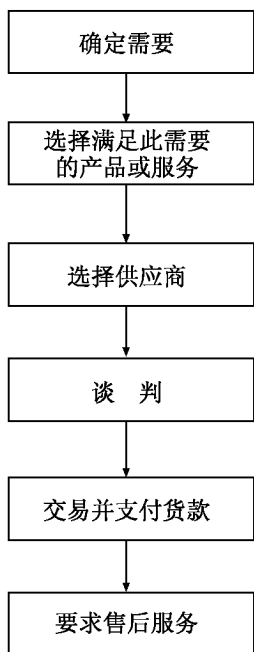


图 1-10 传统商务中涉及买方的业务活动

买方的第一项工作是确定需要。这种需要可能只是一个简单的需求，如一个人说“我饿了，想吃顿午饭”。这种需要也可能是非常复杂的需求，如市政府认为“我们要找到无污染发电的方法，以满足本市未来 10 年内的能源需求”。对一个饥饿的人来说，确定需要非常简单，只需要想一下附近有哪些快餐店。但对发电的例子来说，就需要很多人长期进行有组织的工作。在实际工作中，大部分确定需要的工作难度介于上述两种极端情况之间。

一旦买方确定了他们的需要，就要寻找能够满足这些需要的产品或服务。在传统商务中，买方寻找产品或服务的方法很多，他们可以参考产品目录、请教朋友、阅读广告或查找工商企业名录。买方也可以向推销员咨询产品的特点和优势。对那些不断重复出现的需要，企业常常有一套高度结构化的程序来寻找产品或服务。

买方选择了满足某一特定需要的产品或服务之后，就要选择一个可以提供这种产品或服务的卖方。在传统商务中，买方可以通过很多途径与卖方进行接触，包括电话、邮件和贸易展览会。一旦买方选择了一个卖方，双方就开始了谈判。谈判内容包括交易的很多内容，如交货日期、运输方法、价格、质量保证和付款条件，另外还常常包括产品交付或服务提供时可以进行检验的各个细节问题。这是一个十分复杂的过程，例如，超市中农产品的订货、交货和检验工作就非常复杂。

当买方认为收到的产品符合双方议定的条件时，他就应该支付货款了。买卖完成后，买方可能还要就质量担保、产品更新和日常维护等问题和卖方接触。

#### (四) 卖方

对于上述的买方完成的每一项业务，卖方都有一个相应的业务与之对应。图 1-11 给出

了卖方的主要活动。

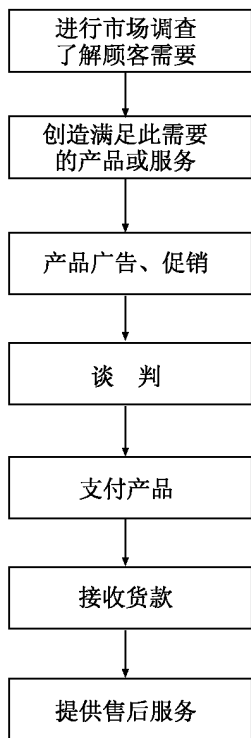


图 1-1-1 传统商务中涉及卖方的主要活动

卖方通常先进行市场调查来确定潜在客户的需要。即使是那些多年来一直销售相同产品或服务的企业，也常寻找新途径来改进和扩展他们所提供的产品。企业在确定客户的需要时，常用的方法包括问卷调查、推销员与客户交谈、主题小组讨论或聘请企业外的咨询人员等。

一旦卖方确定了客户的需要，就要开发出能够满足客户需要的产品和服务。产品的开发过程包括新产品的设计、测试和生产等过程。

卖方的下一步工作是让潜在客户知道这种新产品或服务的信息。卖方要开展多种广告和促销活动，同客户及潜在客户沟通关于新的产品或服务的信息。

一旦客户对卖方的促销活动有了回应，双方就开始对交易的条件进行谈判。多数时候谈判是非常简单的，例如很多零售交易活动不过是客户进入商店、选择商品然后付清货款。有时交易需要艰苦漫长的谈判，以便对商品的运输、检验、测试和付款达成协议。

双方解决了上述问题后，卖方就要向买方交付货物或提供服务，同时还要向买方提供销售发票。有些业务中卖方每月还向每个客户提供一份发票总账，这份总账包括该客户本月收到的发票和付款情况。在有些情况下，卖方要求买方在交货前或交货时付款。大部分企业还是靠商业信用做生意，所以，卖方先记下销售记录，然后等待客户付款。大多数企业都有先进的客户付款接收和处理系统，并利用这个系统来跟踪每个应收货款账户，并保证所收到的每笔货款都对应于正确的客户和发票。

销售活动结束后，卖方常常要为产品提供持续的售后服务。在很多情况下，卖方要根据合同或法令对售出的产品或服务提供质量担保，以确保这些产品或服务能正常地发挥作用。卖方提供的售后服务、日常维护和质量担保可以使客户满意并重新购买企业的产品。

### ⑧ 业务活动与业务流程

根据上面的描述，不管是从买方还是从卖方的角度来看，每个商务过程都包含了大量不同的业务活动。例如，买方在安排所购商品的运输时，常常需要运输公司的运输服务，而这家运输公司并不是销售产品的公司，在交易中这项服务也属于买方安排运输活动的一部分。

另一个例子是，当卖方进行广告和促销活动时，企业可能会购买广告代理商、广告设计者和市场调查公司的服务。它也可能购买展览和广告中所用的物品。也有些企业由内部员工来完成这些活动。因此，对于这些企业来说，商务活动还包括内部员工的协调和管理。

商务活动的每个过程都可能有多项活动，这些活动反过来又被称为商务活动的过程。理解了商务活动的共同特征，就可以将在一个过程中运用良好的技术推广到其他过程中去。企业在进行商务活动时开展的各种业务活动通常称为业务流程，如资金转账、发出订单、寄送发票和运输商品等都是业务流程中的活动。

### ⑨ 传统电子商务

在过去几千年的贸易实践中，人们总是及时地利用新出现的工具和技术。例如，古时帆船的出现为买卖双方的交易开辟了一个新的舞台。此后的一些发明，如印刷术、蒸汽机和电话等，也都显著地改变了人们的交易方式。

在过去的几十年里，企业使用了多种电子通讯工具来完成各种交易活动。银行使用电子资金转账技术在全球范围内转移客户的资金，企业使用电子数据交换技术发出订单、寄送发票，零售商针对各种商品做电视广告以吸引客户电话订货。

有人把使用互联网或 宰宰宰 作为数据交换媒体的电子商务称为互联网商务。由于电子商务是个全新的领域，不同的机构对这个术语的定义也有些差别。例如，国际商用机器公司 (IBM) 把电子商务描述为“通过使用互联网技术对企业主要业务所做的改变”。这与前面我们给出的定义有所差别。

了解电子商务的关键在于理解企业是如何利用电子商务来适应商务和技术的变革。商务领域的变化速度是前所未有的。虽然本书有相当大的篇幅介绍技术，但本书的重点是电子商务的业务活动。图 1-1 比较了从传统商务和电子商务两个角度看待一项典型业务的差别。

本书的一个重要作用是帮助读者发现利用电子商务技术可以更有效地改进业务流程。在很多情况下，一些业务流程使用传统的商务活动可以更好地完成，因这些业务流程无法通过实施新技术得到改进，那些客户愿意亲手触摸和检查的产品就很难通过电子商务来销售。例如，如果不能亲眼看到或触摸时装、易腐食品 (肉或其他农产品)，客户是不愿购买的。

在创造良好的商店购物环境促使客户购买方面，零售商已经积累了多年的工作经验。店面设计、布局和商品的摆放称为销售规划。销售人员也掌握了很多推销技巧，可用来发