

21 世纪高等职业教育通用教材

# 电子商务概论

主 编 陈 萱  
副主编 郭军明  
郭 峰

上海交通大学出版社

## 内 容 提 要

本教材主要阐述了电子商务的基本原理、电子商务框架与流程模式、EDI 电子商务、网络营销、物流配送、电子支付以及电子商务法律法规和电子商务安全等内容。并利用丰富的图例和案例由浅入深,循序渐进,在重点介绍理论的同时,尽量考虑到实践教学环节的认知,增强了教与学的协同性。

本教材可作为高等职业院校电子商务及其他经济类、管理类等相关专业教材,也可供企业、社会培训及其他人员自学参考。

**书 名:电子商务概论**

**作 者: 陈 萱**

**出版社: 上海交通大学出版社**

**ISBN: 7-313-03886-0**

**中图分类号: F.540**

# 前 言

进入21世纪,随着中国加入WTO,我国的企业正面临着新的机遇和挑战。电子商务的深入发展,电子商务技术的运用,对传统的商业经营、经营理念均产生了巨大的冲击。

为使读者深入系统地了解电子商务的理论、技术与运用方法,在上海交通大学面向21世纪高职高专教材编委会的指导下,经过全国部分高等职业院校资深教师的深入讨论,组织编写了这本教材,旨在对电子商务领域的有关理论和运用技术作一个较为全面的介绍。

全书共分9章。

第1章从总体上介绍了电子商务发展过程及其对传统企业经济的影响,以期使读者建立起对电子商务的总的概念。

第2章是电子商务的核心内容。它主要介绍了电子商务框架与流程模式,并对目前典型的B to B, B to C, C to C, B to G, C to G, G to G等几种应用形式作了简要介绍。

第3章从电子商务基本原理出发,详细介绍了电子商务的条件、电子商务机理、电子商务的地位和作用、电子商务的驱动力以及电子商务的演变规律等内容。

第4章是关于EDI电子商务的论述。从EDI的形成和发展、EDI标准、EDI系统、EDI的实现过程、EDI的发展趋势等方面,对EDI电子商务作了详细的介绍。

第5~7章着重对网络营销、物流配送和电子支付等内容予以介绍。

第8章从电子商务带来的法律新问题、电子商务参与各方的法律关系、电子商务立法范围等角度,对电子商务法律规范予以介绍。

第9章侧重对电子商务的安全进行了介绍。

在教材编写过程中,注重理论与实践的紧密结合,力求使全书在结构上系统合理,在内容上先进实用,并利用丰富的图例加以直观的

诠释和说明。因此本书既可作为电子商务及其他经济类(如金融学)、管理类专业教材,也可供从事相关专业的人员参考。

本书由陈萱主编,郭军明、郭峰任副主编。参与编写的有郑洪波、程云翔和张歌凌。全书由陈萱统稿。

本书在编写过程中,参考了各类相关文献,在此向这些文献的作者致以诚挚的谢意。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请专家、读者批评指正。

编 者

2004年10月

# 目 录

<b>第 1 章 绪论</b> .....	1
1.1 电子商务的产生与发展.....	1
1.2 电子商务的环境.....	4
1.3 电子商务的概念、特点及分类.....	5
1.4 电子商务发展现状和趋势.....	13
1.5 为什么要开展电子商务.....	17
案例分析.....	25
复习题.....	29
<b>第 2 章 电子商务框架与流程模式</b> .....	30
2.1 电子商务框架.....	30
2.2 电子商务流程.....	35
2.3 电子商务模式.....	36
案例分析.....	51
复习题.....	52
<b>第 3 章 电子商务的基本原理</b> .....	53
3.1 电子商务的条件.....	53
3.2 电子商务的机理.....	61
3.3 消费市场电子商务需求分析.....	66
3.4 电子商务的地位和作用.....	70
3.5 电子商务的驱动力.....	74
3.6 电子商务的演变规律.....	78
案例分析.....	80
复习题.....	81
<b>第 4 章 EDI 电子商务</b> .....	82
4.1 EDI 的形成和发展.....	82

4.2	EDI 标准	94
4.3	EDI 系统	100
4.4	EDI 的实现过程	104
4.5	EDI 的发展趋势	107
	案例分析	114
	复习题	128
<b>第 5 章</b>	<b>网络营销</b>	<b>129</b>
5.1	网络营销的主要方法	129
5.2	网络商务信息的收集与整理	141
	案例分析	153
	复习题	155
<b>第 6 章</b>	<b>物流配送</b>	<b>156</b>
6.1	物流的概念与基本原理	156
6.2	生产企业物流	172
6.3	商业企业物流	180
6.4	第三方物流(TPL)	183
	案例分析	192
	复习题	199
<b>第 7 章</b>	<b>电子支付</b>	<b>200</b>
7.1	电子支付简介	200
7.2	电子支付工具及特点	203
7.3	银行与电子支付	218
7.4	电子支付流程介绍	219
	案例分析	220
	复习题	225
<b>第 8 章</b>	<b>电子商务法律规范</b>	<b>226</b>
8.1	电子商务带来的法律新问题	226
8.2	电子商务参与各方的法律关系	233
8.3	电子商务立法范围	240
8.4	电子商务交易安全保护法	243

案例分析.....	259
复习题.....	271
<b>第 9 章 电子商务安全 .....</b>	<b>273</b>
9.1 计算机与网络安全.....	273
9.2 电子商务安全协议.....	295
9.3 电子商务安全管理制度.....	302
案例分析.....	304
复习题.....	311
<b>附录.....</b>	<b>312</b>
附录 1 Intranet 建设过程中涉及的业务表格实例.....	312
附录 2 电子商务术语中英文对照.....	317
<b>参考文献 .....</b>	<b>324</b>

# 第1章 绪论

## 1.1 电子商务的产生与发展

### 1.1.1 电子商务的产生

电子商务产生的源动力是信息技术(IT)的进步和社会商业的发展。20世纪90年代,互联网(Internet)的出现将信息技术的进步推向了一个新的高潮。与此同时,信息技术与社会商业的融合发展,导致了社会网络化、经济数字化、竞争全球化、贸易自由化的趋势不断加强。电子商务正是在这种背景下产生的,如图1-1所示。

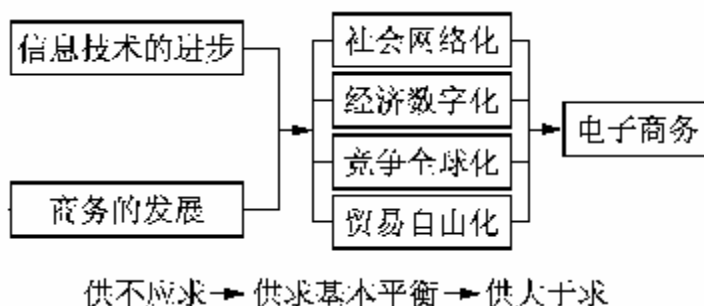


图 1-1 电子商务的产生

### 1.1.2 企业电子商务产生, 从信息系统到电子商务

企业是信息技术进步的重要受益者之一。企业对信息技术的利用经历了四个比较明显的阶段。

第一阶段, 手工处理阶段。在这一阶段中, 企业内部经营管理的各个环节与企业外部环境因素之间是相互独立的, 如图1-2所示。

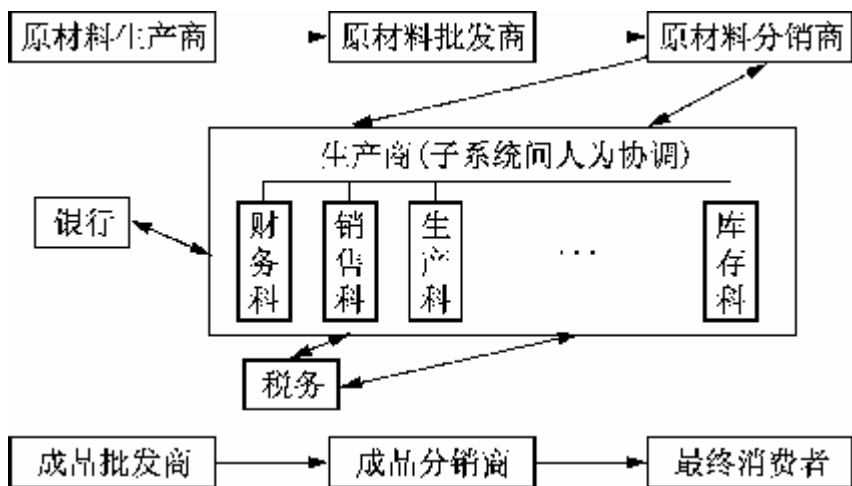


图 1-2 手工处理阶段

(注：外部系统间信息传递自发、分散、无管理，内部子系统管理工作全部手工进行。)

第二阶段，初级管理信息系统阶段。在这一阶段中，计算机进入企业的管理工作，计算机完成大量繁琐的简单劳动，提高工作效率。企业内包括多种管理系统，如生产管理子系统、财务管理子系统、人事管理子系统、库存管理子系统，各自高效运作，互不影响，如图 1-3 所示。

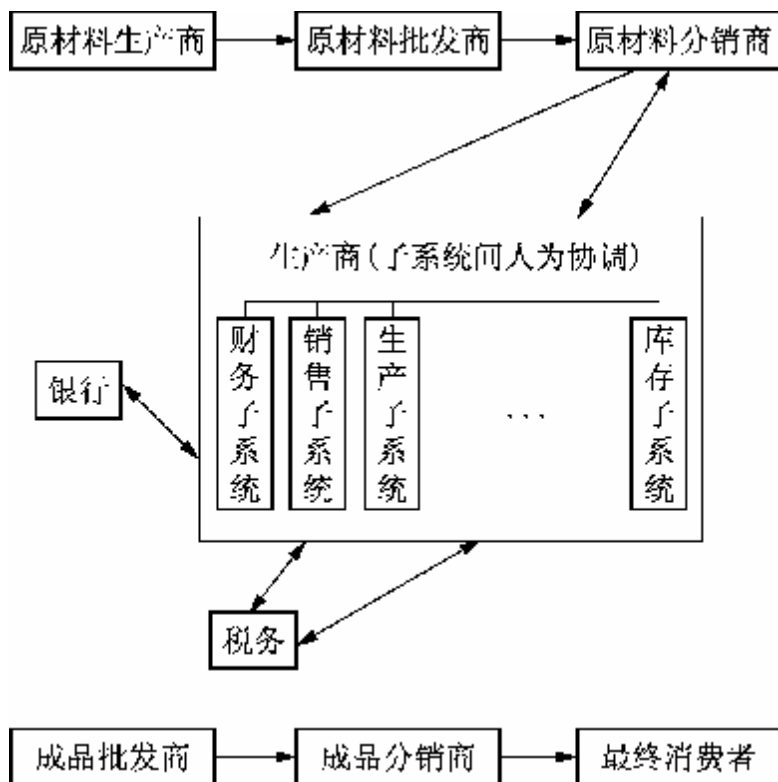


图 1-3 初级管理信息系统

(注：在从进料到成品出售的几个阶段中的组织管理协调工作，都是由企业管理人员手工完成的。)

第三阶段，高级管理信息系统。这一阶段中，一个统一的 MIS 系统把各个子系统集中起来，使它们在数据共享的基础上协调工作，使企业内部的业务变成一个有机的整体，如图 1-4 所示。

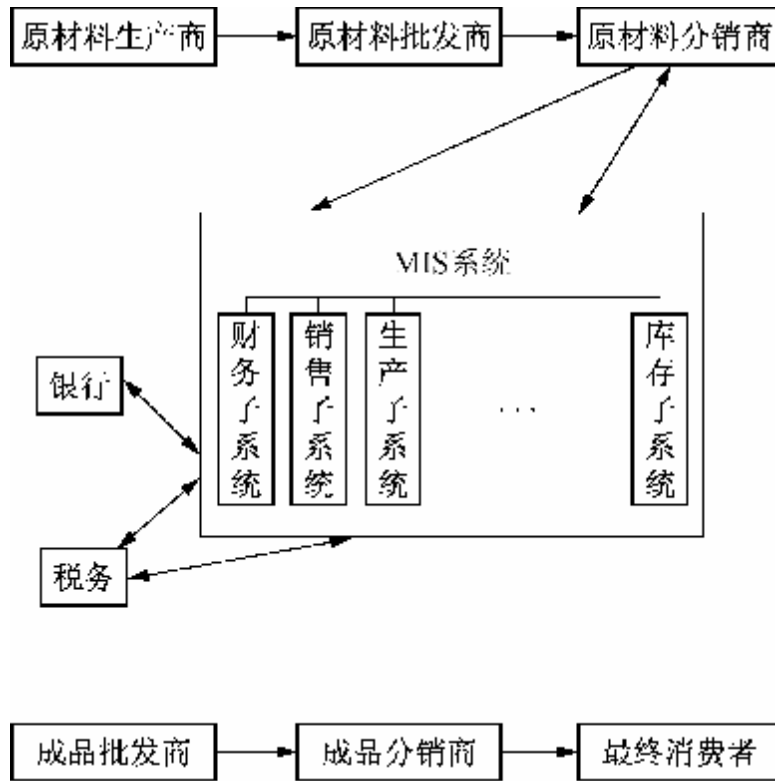


图 1-4 高级管理信息系统

(注：在从进料到成品出售的几个阶段中的组织管理协调工作，都是由企业 MIS 自动完成的。)

第四阶段，电子商务阶段。信息技术的进步使企业在管理上实现了一个飞跃，管理信息系统成为电子商务的一个有机组成部分。电子商务简化了企业的经营过程，同时给企业带来更多的机会，使现代企业的经营管理产生了巨大变革，如图 1-5 所示。

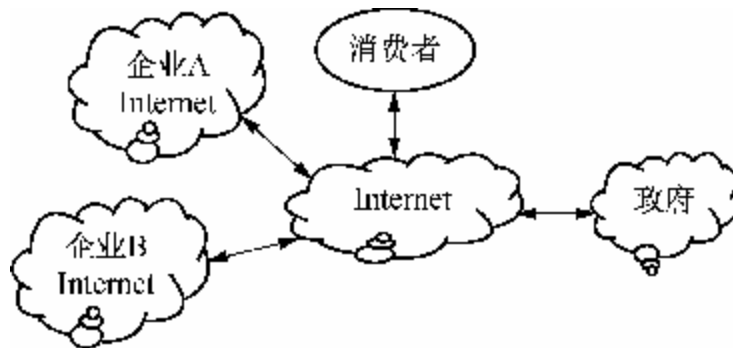


图 1-5 电子商务阶段

(注：企业内部的 MIS，企业 MIS 之间以及企业同消费者和政府之间的所有系统都成为开放公共网络的一个有机组成部分。)

### 1.1.3 电子商务网络的发展

电子商务运行在多种网络平台上，按发展的先后次序排列，如图 1-6 所示。

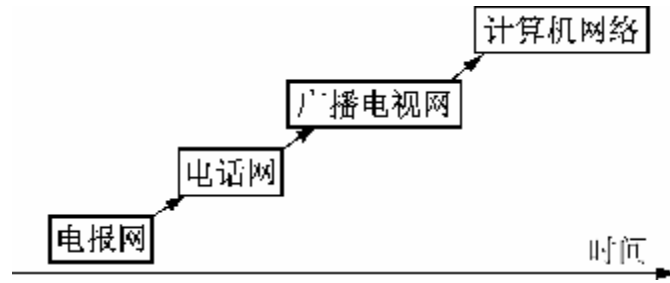


图 1-6 电子商务平台的发展

目前电子商务应用最重要的平台是由计算机组成了一个开放的全球互联的网络。计算机网络经历了从专业网络到互联网络的发展过程，如图 1-7 所示。

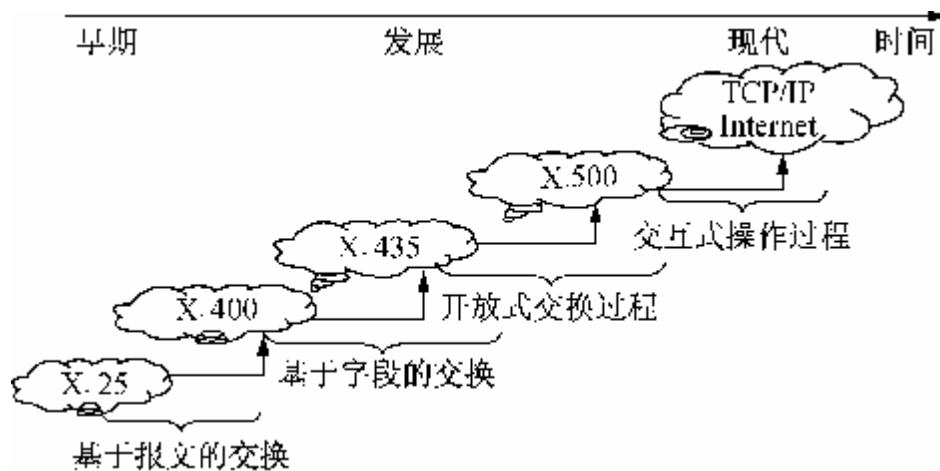


图 1-7 从专业网络到互联网络的发展过程

## 1.2 电子商务的环境

电子商务的发展需要一个整体的应用环境。可以从这样几个方面讨论电子商务环境：电子商务的社会环境、技术环境、管理环境等，如图 1-8 所示。

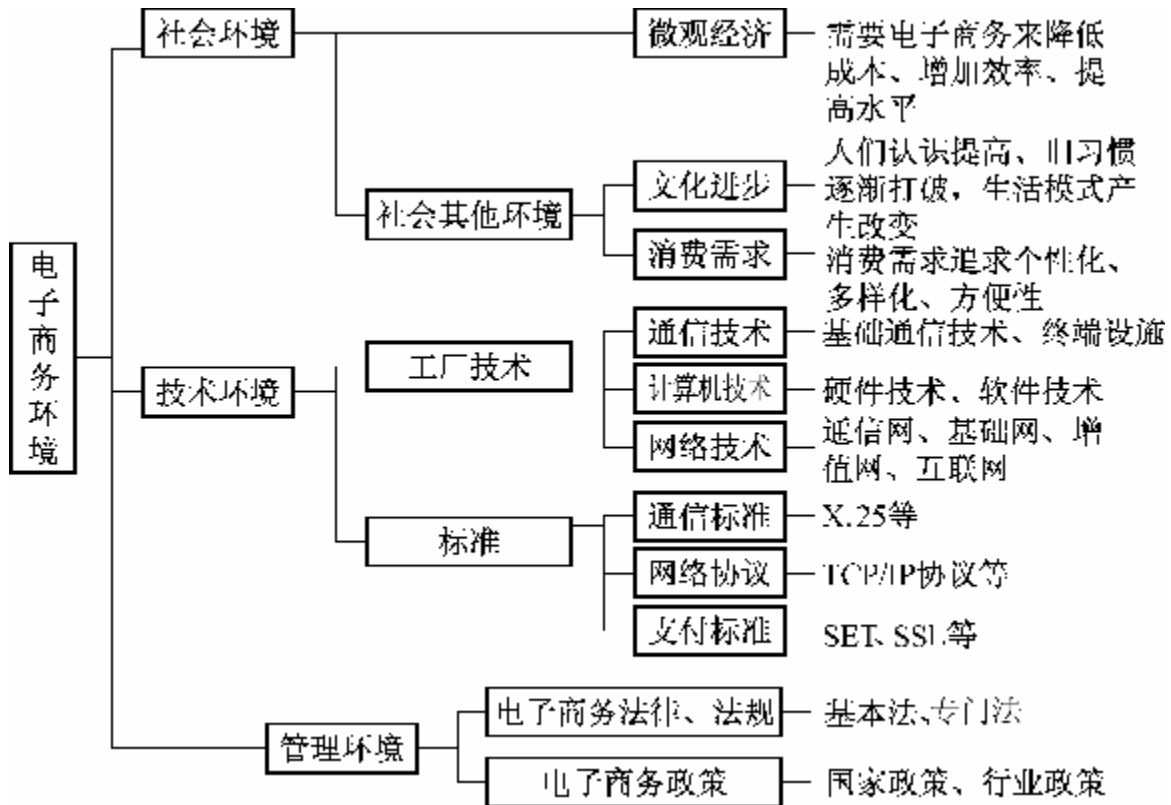


图 1-8 电子商务环境

目前，电子商务的核心是电子交易，电子交易依赖于一个可信任的安全电子交易支持环境，如图 1-9 所示。

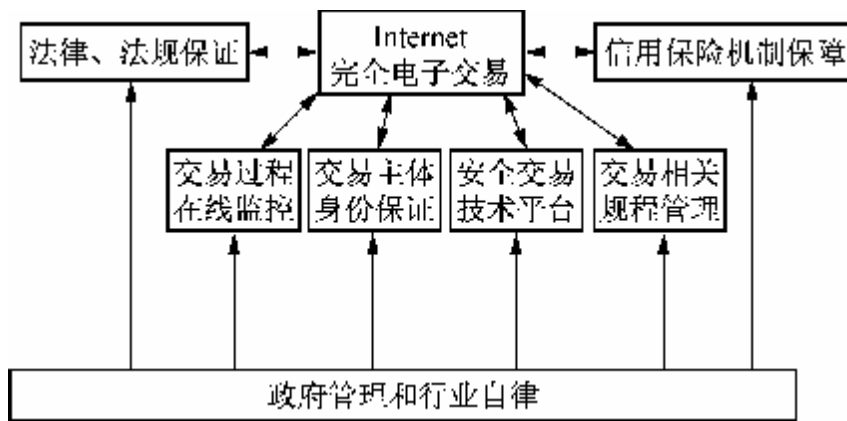


图 1-9 可信任的 Internet 安全电子交易支持环境

## 1.3 电子商务的概念、特点及分类

### 1.3.1 电子商务的概念

互联网或因特网(Internet)为人类社会创造了一个全新的信息空间。

在这一空间里，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(EC, Electronic Commerce)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。

所谓电子商务，就是在网络上开展商务活动——当企业将它的主要业务通过企业内部网(Intranet)、外部网(Extranet)和 Internet 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。

事实上，尚没有较为全面的、为大多数人接受的电子商务的定义。各级各类社会组织都是依据自己的理解和需要为电子商务下定义的。其中有一些较为系统和全面的，我们做以下介绍，供大家参考。

① 加拿大电子商务协会提出了电子商务的定义：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(E-mail)、电子数据交换(EDI)、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)。

② 联合国经济合作和发展组织(OECD)对电子商务(EC)的定义：电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

③ 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，全球电子商务将涉及世界各国。

④ 全球信息基础设施委员会(GIIC)电子商务工作委员会报告草案中对电子商务定义如下：电子商务是运用电子通信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。

⑤ IBM 公司的电子业务(EB, E-business)概念包括三个部分：企业内部网、企业外部网、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强调交易的狭义的电子商务，而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(Internet)、企业内部网和企业外部网结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的：只有先建立良好的 Intranet，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 Extranet，最后扩展到 E-commerce。

⑥ HP 公司提出电子商务(E-commerce)、电子业务、电子消费(E-consumer)和电子化世界的概念。它对电子商务的定义是：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(E-business)的定义：一种新型的业务开展手段，通过基于 Internet 的信息结构，使公司、供应商、合作伙伴和客户之间利用电子业务共享信息。E-business 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，E-business 本身也为企业创造出了更多、更新的业务动作模式。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 Internet 转变。

⑦ 通用电气公司(GE)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 EDI 为核心技术，以增值网(VAN)和互联网为主要手段，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 Internet 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。

⑧ 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、电子邮件、电子公告系统(BBS)、条形码(Barcode)、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”。

综上所述人们只是从不同角度，在不同的发展阶段，研究者从不同的角度出发，在广义上和狭义上给电子商务作出了众多的定义。其中，GIIC 和 HP 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。从这个意义上讲，现在已经流行的电话购物、电视购物，以及超级市场中使用的 POS(Point of Sale, 售货终端)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 Internet 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。一些中外学者专家对电子商务的定义如图 1-10 所示。

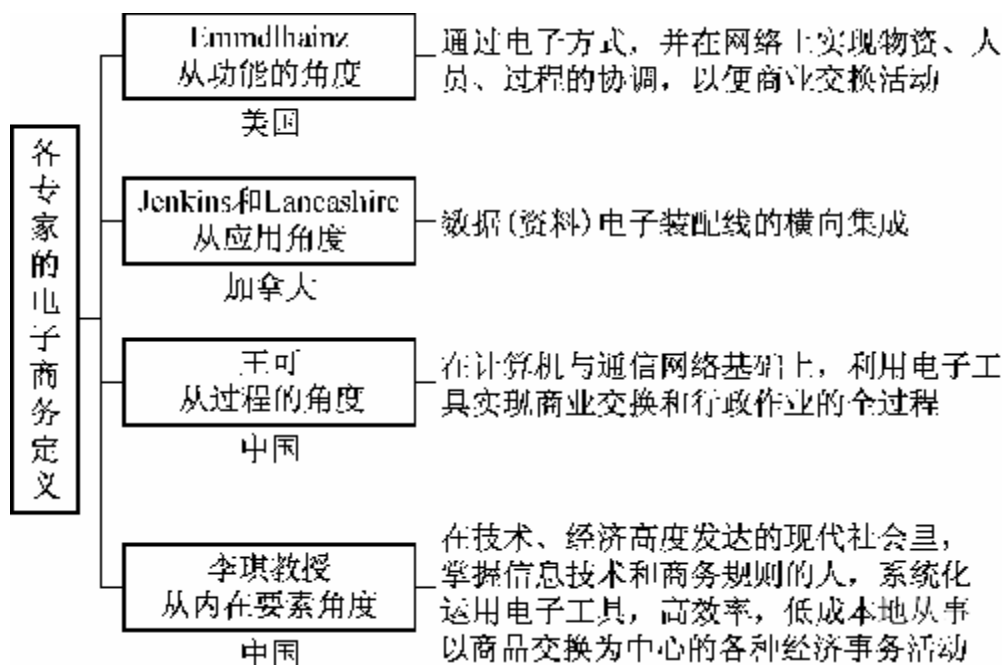


图 1-10 各专家对电子商务的定义

电子商务的定义从范围上看可以分为广义的电子商务和狭义的电子商务，如图 1-11 所示。

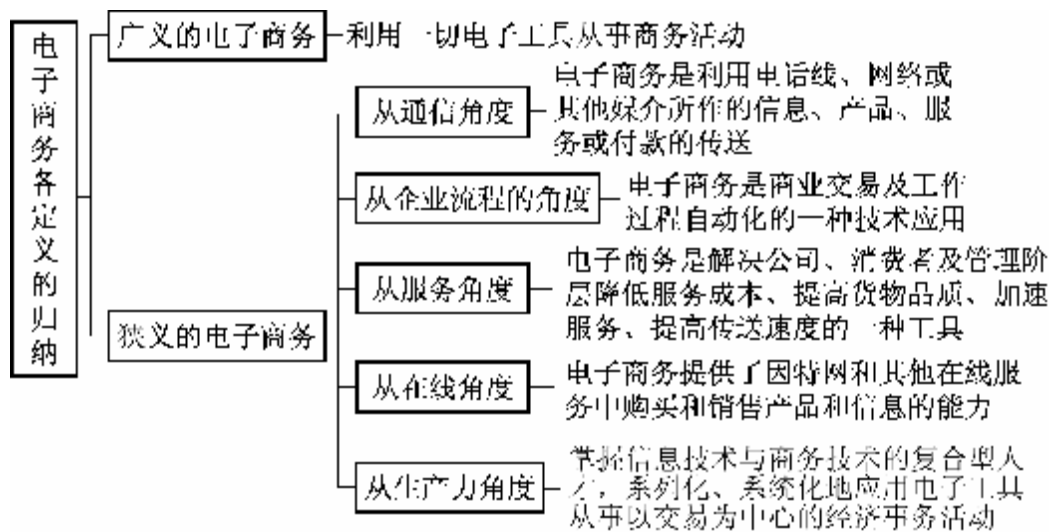


图 1-11 广义与狭义的电子商务

总之，我们可以这样说：从宏观上讲，电子商务是计算机网络的又一次革命，旨在通过电子手段建立一种新的经济秩序，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；从微观上讲，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体(如生产企业、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，这里要强调两点，一是活动要有商业背景，二是网络化和数字化。

电子商务基于 Internet/Intranet 或局域网、广域网，包括了从销售、市场到商业信息管理的全过程。在这一过程中，任何能加速商务处理过程、减少商业成本、创造商业价值、创新商业机会的活动都应该归入电子商务的范畴。它将公司内部雇员、顾客、供货商和股东一条龙联系起来，既解决交易问题，还解决协作(Collaboration)、服务(Customer service)问题。

商业行为是整个人类联系行为的最主要、最基本的内容之一，任何一笔商业行为，买方和卖方交换的是他们的需求，而任何一件商品交换必然包含了物资流、资金流和信息流，这是从人类最初的简单的以物易物到今天的纷繁复杂的商业活动所共同遵循的。然而变化了的是什么呢?是这条交易链上出现了新的环节，是商品的物资流、资金流的日益分离，是信息流作用的日益突出。正是因为有了这种分离，使得人类的交易活动呈现出比以往更加丰富而复杂的特性，而这在给人

们提供了方便的同时也引入了新的风险，怎样才能降低这种风险呢？答案就是，多掌握信息，以减少不确定因素，用信息来监督、控制交易过程，正是在这种背景下才使得信息作为规避风险的有效手段越来越为人们所重视。本书 3.6.1 节介绍的电子商务活动的演变过程，显示了电子商务的服务流程和传统的商务服务流程的不同。

随着电子技术和网络的发展，电子中介作为一种工具被引入到生产、交换和消费中，人们做贸易的顺序并没有变，还是要有交易前、交易中和交易后几个阶段。但这几个阶段中人们进行联系和交流的工具变了，比如以前用纸面单证，现在改用电子单证。这只是一个最简单的应用，但不要小看这种改变，生产工具的变化必定会引起生产方式的变化，正如机器的出现使我们从手工业社会进入到工业社会那样。而这种生产方式的变化必将形成新的经济秩序。在这个过程中，有的行业会兴起；有的行业会没落；有的商业形式会产生；有的商业形式会消失，这就是为什么我们称电子商务是一次社会经济革命。仅从交换这个范围来看，电子工具是通过改变中介机构进行货币中介服务的工具而改变了其工作方式，从而使它们产生了新的业务，甚至出现了新的中介机构。这个阶段的一个重要特点就是信息流处于一个极为重要的地位，它站在一个更高的角度对商品流通的全过程进行控制。所以，我们认为电子商务同现代社会正逐步兴起的信息经济是密不可分的。至此，应该对电子商务有了一个更为全面深刻的理解。

### 1.3.2 电子商务特点

电子商务与传统商务相比具有明显的特点。表 1-1、表 1-2 和图 1-12 分别对电子商务与传统国际贸易方式、传统商务通信与电子商务通信进行了比较。

表 1-1 电子商务的特点

序号	基本特点	综合特点
1	书写电子化、传递数据化	高效率
2	没有店面租金成本	低成本 极方便