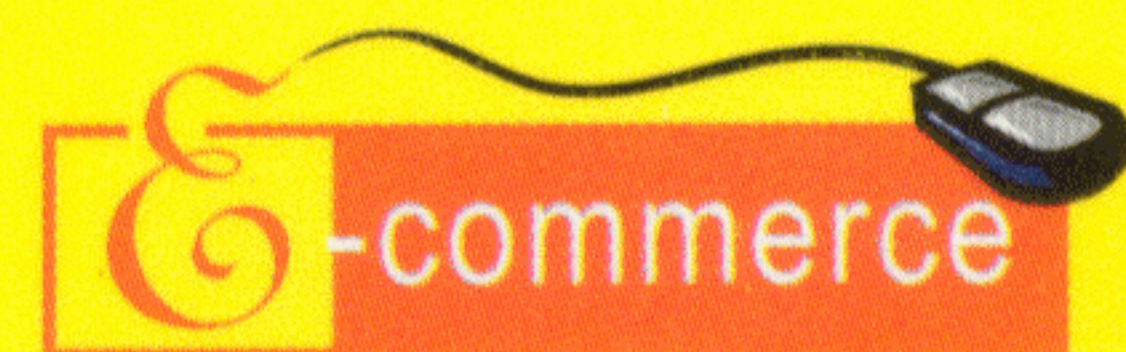


新编



XINBIAN GAOZHI GAOZHUAN
DIANZI SHANGWU
XILIE JIAOCAI

高职高专
电子商务系列教材

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

© 主编 袁克强

重庆大学出版社

内容提要

本书系统地介绍了电子商务领域各个方面的知识,包括电子商务概念、网络基本知识、电子商务模型、电子商务安全技术、电子支付、网络营销、物流管理、法律知识和电子商务应用等方面,并从实际出发,通过引用大量案例,有针对性地介绍了电子商务在相关领域的实际应用,由浅入深,循序渐进,以供学习参考之用。

本书可作为高职高专电子商务专业教材,也可用于高职高专电子商务、经济类、管理类、信息类和计算机类专业《电子商务概论》课程的教材,以及各类企业及从事电子商务工作的人员自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 袁克强主编. — 重庆: 重庆大学出版社, 2009.05

(新编高职高专电子商务系列教材)

ISBN 978-7-5624-5111-1

I. ①电... II. 袁... III. 电子商务—高等学校、技术学校—教材 IV. ①F713.72

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第 040000 号

电子商务概论

袁克强 主编

蔡摇宏 副主编

责任编辑: 梁摇涛 程摇波 版式设计: 梁摇涛

责任校对: 蓝安梅 印制: 秦摇梅

*

重庆大学出版社 出版发行

出版人: 张鸽盛

社址: 重庆市沙坪坝正街 原重庆大学(粤区)内

邮编: 400045

电话: (023) 23254398

传真: (023) 23254398

网址: www.cqup.com.cn

邮箱: zhanggesheng@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

自贡新华印刷厂印刷

*

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 12.5 字数: 300千字

2009年 5月第 1版 2009年 5月第 1次印刷

印数: 1—5000

ISBN 978-7-5624-5111-1 定价: 25.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有 摇摇翻印必究

⑧ 商户按订单将货发给购物者。

⑨ 商户要求购物者开户行将货款通过银行清算网络付给它。

由此过程可以看出,电子商务的实现和其他事务的实现基本是相同的,它包括参与的主体、完成事务的场所、所须完成的事务以及保证整体实现的其他条件。电子商务的任何一笔交易,同样包含这些基本要素。

交易主体 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 现实实体从事商品和服务交换的场所,利用各种通信装置,通过网络连接成一个统一的经济整体。

交易事务 是指 现实实体之间所从事的具体的商务活动的内容。

源其他环节 在电子商务的实施中,还可以看出其必不可少的信息、资金和物质,分别称为物资流、资金流、信息流。

物资流 主要是指商品或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经销渠道,然而对有些商品和服务来说,却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、转账通知单等商品贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。对于每个交易主体来说,他所面对的是电子市场,必须通过电子市场选择交易的内容和对象。

3

1.1 电子商务的分类

在电子商务的实现过程中,根据其范围和主体可以分为:企业内部、企业之间、企业与消费者之间三种关系。

1.1.1 企业内部的电子商务

通过防火墙,企业将自己内部网与 现实世界 隔离。企业内部网可以用来自动处理商务操作及 workflow,增加对重要系统和关键数据的存取,共享信息,共同解决客户问题,并保持组织间的联系。它可以大大提高商务活动的敏捷性,更快地对市场情况做出反应,能更好地为客户服务。

员因摇摇企业间的电子商务

各公司用电子形式将关键的商务处理过程连接起来,以形成虚拟企业,任何一家公司在电脑上按一个键都可能影响另一家供货公司的业务活动。这种企业间的电子商务改变了企业的工作流程,增强了企业间的联系与合作,降低了企业工作成本,提高了工作效率,促进企业取得竞争优势,能有效地树立公司的品牌。企业间电子商务活动是 附票附止的重头戏。

员因摇摇企业与消费者之间的电子商务

这是人们最熟悉的一种商务类型,以致许多人错误地认为电子商务就是这样一种模式,将电子商务与网上购物等同起来。现在 附票附止出现了大量的网上商店,网上购物尤其在年轻人中已成热门。这种模式节省和拉近了客户、企业双方的时间和空间。大大地提高了交易效率,节省了各类不必要的开支。

电子商务可以分以上三大类,但是就其运作模式来讲,人们经常采用以下的分类方法:

- 企业对企业 月赚月 (遭译译译译译译译译译译)
- 企业对消费者 月赚悦 (遭译译译译译译译译译译)
- 企业对政府机构 月赚部 (遭译译译译译译译译译译)
- 消费者对政府机构 悦赚部 (精译译译译译译译译译译)
- 消费者与消费者 悦赚悦 (精译译译译译译译译译译)

(员月赚月(企业对企业))

月赚月是企业与企业之间通过互联网进行产品、服务、信息等交换。

传统的企业间的交易往往要耗费企业的大量资源和时间,无论是销售、分销还是采购都要占用产品成本。通过 月赚月的交易方式,买卖双方能够在网上完成整个业务流程,从建立最初印象,到货比三家,再到讨价还价、签单和交货,最后到客户服务。月赚月使企业之间的交易减少许多事务性的工作流程和管理费用,降低了企业经营成本。网络的便利及延伸性使企业扩大了活动范围,企业发展跨地区跨国界更方便,成本更低廉。

月赚月不仅仅是建立一个网上的买卖者群体,它也为企业之间的战略合作提供了基础。任何一家企业,不论它具有多强的技术实力或多好的经营战略,要

想单独实现月赚月是完全不可能的。单打独斗的时代已经过去,企业间建立合作联盟逐渐成为发展趋势。网络使得信息通行无阻,企业之间可以通过网络在市场、产品或经营等方面建立互补互惠的合作,形成水平或垂直形式的业务合作,以更大的规模、更强的实力、更经济的运作真正达到全球运筹管理的模式。

目前企业采用的月赚月可以分为以下两种模式:

面向制造业或面向商业的垂直月赚月。垂直月赚月可以分为两个方向,即上游和下游。生产商或商业零售商可以与上游的供应商之间的形成供货关系,比如 联想电脑公司与上游的芯片和主板制造商就是通过这种方式进行合作。生产商与下游的经销商可以形成销货关系,比如 悦源与其分销商之间进行的交易。

面向中间交易市场的水平月赚月。它是将各个行业中相近的交易过程集中到一个场所,为企业的采购方和供应方提供了一个交易的机会,像 粤源全球资源网等。

(圆)月赚悦(企业对消费者)

企业对消费者 电子商务简称月赚悦或月圆悦。企业对消费者的交易很大程度上就是电子零售。网上零售随着 宰源的出现而迅速发展,现在互联网上已经有成千上万的网上购物场所,提供各种消费品。从长远来看,月赚悦可以使企业增进与顾客的交流,为顾客提供更多选择,提供更具有个性化的服务,而这些都是传统经营方式无法实现的。

(猿)月赚源(企业对政府机构)

企业对政府机构包括企业与政府机构之间所有的事务交易处理。如:政府机构的采购信息可以发布到网上,所有的公司都可以参与交易。除此之外,政府也可以通过电子交换的方式处理企业的报关和纳税等业务。

(源)悦赚源(消费者对政府机构)

消费者对政府机构的形式还没有真正出现,但政府机构为提高工作效率和服务质量,会逐渐效仿商业的服务模式,将个人纳税、社会福利保险的支付等通过网络来进行。

(缘)悦赚悦(消费者与消费者)

消费者与消费者之间的电子商务(简称为悦赚悦模式)即消费者通过 源源

企业和消费者之间进行相互的个人交易,如个人拍卖等形式。这种模式为消费者提供了便利与实惠。

前两者是最典型的电子商务类型,即企业与企业之间(B2B)和企业与消费者之间(B2C)的电子商务。人们总是在实践中开辟真理的道路。电子商务发展的实践告诉人们:这几种定式模式不能完全适合中国的国情,走中国电子商务自己的路就要勇于创新,尤其模式上的创新。于是月赚月垂直网站、企业大联盟、旋涡式营销模式等一大批新的电子商务模式陆续出现,使中国的电子商务开始融入市场经济的大潮。

电子商务通过采用数字技术,并以 网络 作为基本的沟通手段,将企业的价值主张和价值链定位进行持续不断的优化配置。因此,业务(电子商务)仍旧是这种方式的核心部分,而“ 藻”在其中扮演工具角色,是一种沟通的手段,用来对核心进行优化。电子商务最终的目的还是业务而不是“ 藻”。所以,我们的分类是以“ 月”为主角,但不要忽视这个“ 藻”,因为它是所有的利益和优化的、新型的业务模式的来源。

员裁 电子商务的产生与发展

员裁 电子商务的产生

电子商务产生于 20 世纪 70 年代,是在与计算机技术、网络通信技术的互动发展过程中产生和不断发展的。也有人认为,电子商务在 1963 年电报刚出现,当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式传输的时候,就形成了电子商务的雏形。

目前普遍认为电子商务的产生与发展分为两个阶段。基于 网络 的产生与发展,主要在 20 世纪 70 年代至 80 年代,为电子商务的初级阶段。70 年代人们改用方便、快捷的传真机来替代电报报文发送商务文件,但是由于传真机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 网络 作为企业间电子商务的应用技术。

网络 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 70% 是来源于另一台计算机输出文件,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交换数据, 网络 应运而生。由