

十一五高等院校电子商务专业规划教材

国家信息化  
计算机教育认证

CEAC

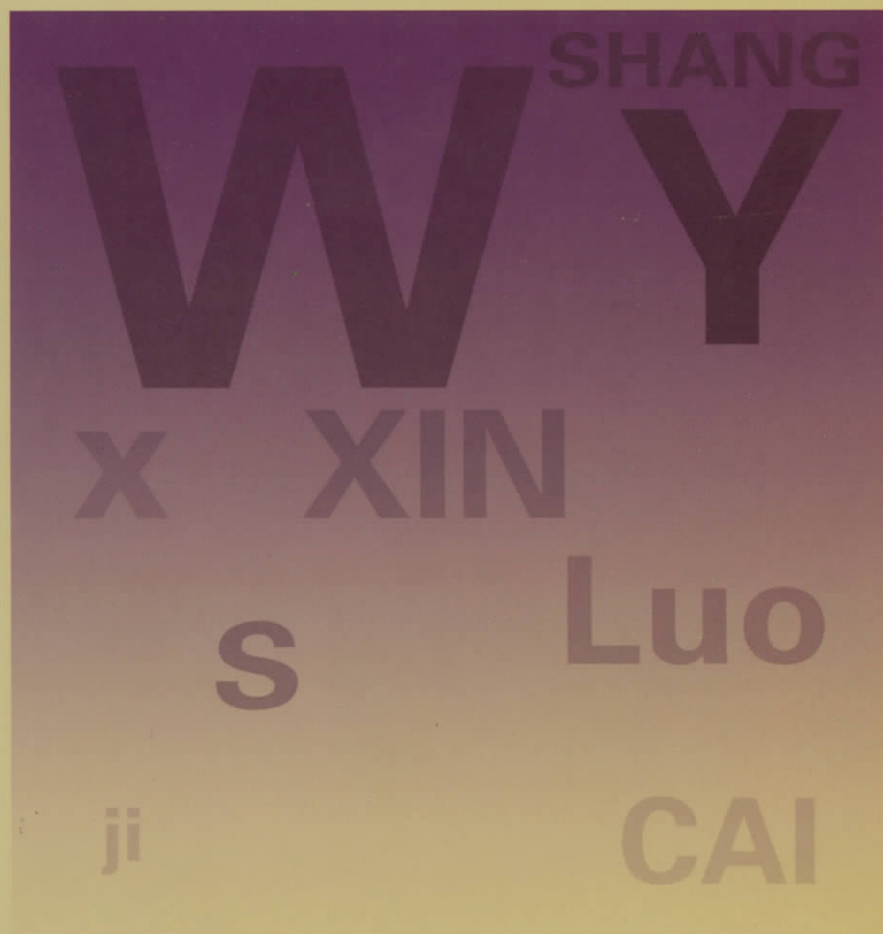
指定教材

# 网络商务信息

# 采集

Wangluo shangwu xinxi caiji

- CEAC信息化培训认证管理办公室 审定
- 主 编/谭云明 副主编/廖艳君



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

十一五高等院校电子商务专业规划教材

国家信息化  
计算机教育认证

CEAC

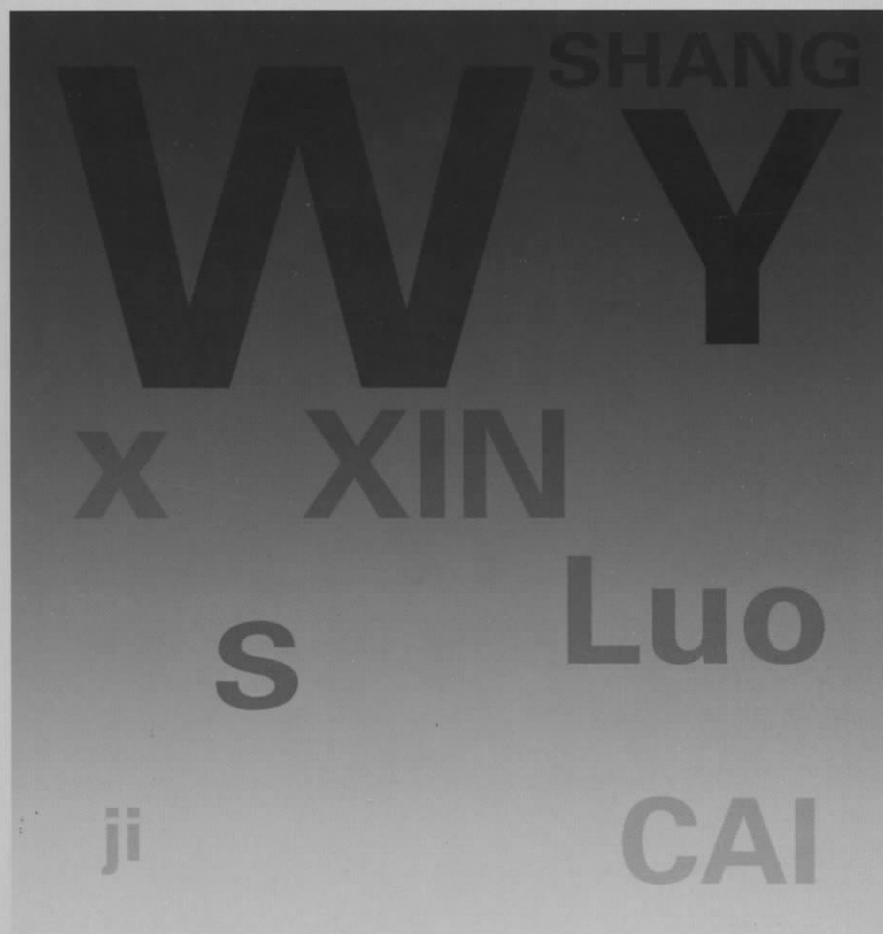
指定教材

# 网络商务信息

# 采集

Wangluo shangwu xinxi caiji

- CEAC信息化培训认证管理办公室 审定
- 主 编/谭云明 副主编/廖艳君



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

网络商务信息采集/谭云明主编. - 北京: 中国经济出版社, 2008. 6

高职高专经贸管理类规划教材

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8549 - 0

I. 网… II. 谭… III. 电子商务—经济信息—数据采集—高等学校: 技术学校—教材  
IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 063898 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: [www.economyph.com](http://www.economyph.com)

责任编辑: 陈 瑞 (电话: 010 - 68308641 E-mail: [rachel8511@sina.com](mailto:rachel8511@sina.com))

责任印制: 张江虹

封面设计: 崔 力

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京东光印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 13.5 字数: 315 千字

版 次: 2008 年 6 月第 1 版

印次: 2008 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 6000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8549 - 0/F · 7540

定价: 28.00 元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

# 出版说明

中国经济出版社“十一五”高职高专经贸管理类规划教材是为适应高等职业教育发展和教材建设的需要,由我们组织安徽财贸职业学院、安徽城市管理职业学院、安徽审计职业学院、北京财贸职业技术学院、北京联合大学、渤海石油职业学院、河北建材职业技术学院、河北石家庄职业技术学院、河北唐山职业技术学院、湖南大学、湖南师范大学、华北电力大学、嘉兴职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、廊坊广播电视大学、南京师范大学、宁夏财经职业技术学院、山东东营职业学院、山东工商学院、山东经贸职业学院、山东淄博科技职业学院、山东淄博职业学院、山西财经职业技术学院、山西省财政税务专科学校、陕西国防工业职业技术学院、首都经贸大学、四川财经职业学院、苏州大学、苏州经贸职业技术学院、新疆财经大学、浙江工商职业技术学院、浙江金融职业技术学院、浙江经贸职业技术学院、中国传媒大学、中国人民大学、中国人民公安大学、中央财经大学、重庆财经职业学院和重庆工商职业学院等三十九所国内院校共同编写的。

本套教材立足于经贸管理类及相关专业,涵盖了专业课及专业基础课的基本教学内容,具有以下特点:

1. 紧密结合高职高专经贸管理类专业教学的实际,按照教育部对我国高职高专的教学要求,根据高职高专的教学特点进行教材品种设计,选取内容并安排授课方式。
2. 以就业为导向,以培养高技能人才为目标,注重培养学生的实践能力。
3. 将学历教育与职业资格认证考试相结合,做到了一学多能,学以致用。
4. 通用性强,在组织编写过程中注重不同学校不同专业的教学要求。
5. 本套教材编写者均是在教学一线工作多年的优秀教师,具有较高的学术水平,并具有丰富的教学研究经验。在教学设计和编写上还注重教师授课与学生学习的特点,为教师备课提供了尽可能的便利。

本套教材共有《市场营销》《市场营销原理》《市场营销策划》《市场营销实务》《市场营销综合实训》《市场调查与预测》《市场营销理论与实务》《网络营销》《消费者行为分析》《广告原理与策划》《商务谈判与沟通》《分销渠道设计与管理》《实用推销技术》《电子商务概论》《电子商务技术》《电子商务实务》《电子商务综合实训》《电子商务网站建设与维护》《电子商务与现代物流》《商务网页制作》《网络信息编辑与发布》《网络商务信息采集》《物流与信息技术》《商务英语会话》和《外贸单证与函电》等 25 种。随着我们教材开发工作的展开,中国经济出版社还将陆续推出更多更优秀的“十一五”高职高专规划教材。

本套教材能够顺利编撰完成与各位老师的辛勤劳动、通力合作是分不开的,在此对各位参编老师表示衷心的感谢!同时,我们也非常感谢各参编院校相关领导的大力支持!感谢在教材编写过程中,对我们的工作提供支持和帮助的各有关老师。我们也欢迎各院校师生在使用本套教材的同时多提宝贵意见,以利于教材的日臻完善。

中国经济出版社

2008 年 5 月

# 前 言

《网络商务信息采集》是电子商务专业学生必需掌握的一门实用课程,也是商业管理、营销类专业的学生在网络信息时代必须了解的基础知识。本书在编写过程中,针对当前蓬勃发展的网络商务浪潮,从网络商务信息资源切入,结合我国电子商务专业人才培养目标和要求,比较全面系统地介绍了网络商务信息采集的基本原理和技能,凸显了最新的网络商务信息采集成果。全书共分八章:网络商务信息资源概述;网络商务信息资源开发;网络商务信息采集基础;网络商务信息采集技术;网络商务信息采集的途径和方法;网络商务信息内容采集;网络商务信息原创;网络商务信息整理。

本书根据课程特点以及适应学习者自主学习和考证的要求,本着生动性、实用性和针对性原则,既重视知识的传授,又注重强化技能训练和能力培养。为此,在每章的前面标示了本章的学习内容、学习目标、参考学时,同时在每章的后面则标示了本章小结,并附有实训内容及指导、自测题。本书的特点是:重点突出,讲练结合,实训贯穿,简明实用。本书非常适合电子商务专业及商业管理、营销类专业学生,及社会上爱好此类专业的相关人员使用。

本书由中央财经大学新闻传播系谭云明博士后、副教授任主编,湖南大学新闻与传播学院廖艳君博士后、副教授任副主编。参加编写的还有中国人民公安大学公安情报学系的彭知辉博士、副教授,苏州大学新闻传播学院的曾一果博士、副教授,安徽财贸职业学院的濮光宁副教授,中国人民大学新闻学院的戴思卿硕士、胥琳佳硕士,湖南大学新闻与传播学院的杨成伟硕士、中央财经大学新闻传播系的叶翠硕士。具体编写分工为:廖艳君编写第一章,杨成伟编写第二章,谭云明、叶翠编写第三章,彭知辉编写第四章,濮光宁编写第五章,戴思卿编写第六章,曾一果编写第七章,胥琳佳编写第八章。全书由谭云明拟定提纲,并负责统稿和定稿,廖艳君协助进行了校验工作。

本书是国家信息化计算机教育认证(CEAC)指定教材,可作为高校本科和高职高专电子商务专业、物流管理专业、信息管理与信息系统等相关专业的教材,也可作为相关企业人员的培训教材和相关科研人员、从业人员的参考书。

本书在编写过程中,大量吸收了网络商务信息采集等相关书籍的最新成果,除在书中标记之外,在此一并表示诚挚的感谢!

由于编写仓促,不成熟处在所难免,敬请专家、同行和所有读者批评指正。

编 者

2008年6月

# 目 录

第一章 网络商务信息资源概述 .....	1
第一节 网络商务信息资源含义 .....	1
第二节 网络商务信息资源的特点 .....	6
第三节 网络商务信息资源的功能 .....	11
第四节 网络商务信息的分类 .....	13
第二章 网络商务信息资源开发 .....	19
第一节 网络商务信息资源的形态 .....	19
第二节 网络商务信息资源开发 .....	21
第三章 网络商务信息采集基础 .....	33
第一节 网络商务信息采集的含义 .....	33
第二节 网络商务信息采集原则 .....	35
第三节 网络商务信息采集策略 .....	40
第四节 网络商务信息采集及产权保护 .....	42
第四章 网络商务信息采集技术 .....	48
第一节 网络商务信息检索基本原理 .....	48
第二节 网络商务信息采集技术 .....	54
第三节 网络商务信息采集系统 .....	62
第四节 网络商务信息采集技术的发展趋势及新技术 .....	65
第五章 网络商务信息采集途径和方法 .....	72
第一节 搜索引擎概述 .....	72
第二节 常用搜索引擎 .....	76
第三节 特色搜索引擎 .....	87
第四节 网络商务互动信息的采集 .....	93

---

第六章 网络商务信息内容采集 .....	114
第一节 商务文字素材采集 .....	114
第二节 商务图像素材采集 .....	118
第三节 商务音频素材采集 .....	125
第四节 商务视频素材采集 .....	130
第五节 商务动画素材采集 .....	135
第七章 网络商务信息原创 .....	143
第一节 网络商务信息原创概述 .....	143
第二节 商务信息的“采访”和“收集” .....	146
第三节 网络商务信息的加工制作 .....	158
第四节 商务博客的兴起 .....	161
第八章 网络商务信息整理 .....	169
第一节 网络商务信息整理的意义 .....	169
第二节 网络商务信息的分类 .....	173
第三节 网络商务信息的存储 .....	175
第四节 网络商务信息的科学运用 .....	178
模拟试题 A 卷 .....	186
模拟试题 B 卷 .....	196
模拟试题答案 .....	205

# 第一章 网络商务信息资源概述

## 【学习内容】

1. 网络商务信息资源的含义。
2. 网络商务信息资源的特点。
3. 网络商务信息资源的功能。
4. 网络商务信息资源的分类。

## 【学习目标】

1. 掌握网络商务信息资源特点、分类。
2. 理解网络商务信息资源的含义。
3. 了解网络商务信息资源功能。

## 【参考课时】

2 课时

互联网的发展为人类交流提供了一个新的平台,以网络为技术基础的商务活动日趋盛行。网络商务成了商务活动的一种新的形式,它有别于传统形式的商务活动。随着网络商务的发展,网络商务信息资源成了其中的重要环节。了解互联网的相关知识,把握网络商务信息资源的相关内容,对于驾驭网络商务过程有着指导性的意义。

## 第一节 网络商务信息资源含义

### 一、互联网的起源与发展

互联网是覆盖全球的、全新的信息交互平台。互联网的起源可以追溯到 20 世纪 60 年代的阿帕网(ARPANET)。阿帕网(ARPA,即 AdvancedResearchProjectsAgency)是当时美国国防部高级计划研究署的一个实验性网络,它研究的初衷是出于军事用途的考虑。二战结束后,随着美苏两个超级大国的冷战的升级,为了应对核攻击可能对其计算机设施带来的严重后果,美国国防部雇佣很多通信技术专家来研究一个不需要中央计算机控制的独立网络系统。1969 年,这些专家把四台计算机连到了一起,这也标志着互联网最初形态的诞生。1972 年,电子邮件面世。1973 年,英国、挪威的计算机接入阿帕网。1976 年,阿帕网上的节点计算机发展到 57 个,连接各种不同的计算机 100 余台,联网用户 2000 多人。1979 年,美国国防部高级计划研究署成立了 ICCB(网际控制与配置委员会)来协调、指导网际互联协议和体系结构设计,新的 TCP/IP 协议产生。同年,杜克大学和北卡罗来纳大学的学生创建了“新闻组”,“新闻组”是个人向新闻服务器所张贴邮件的集合,一台

服务器上可建立数千个新闻组。用户通过使用“新闻组”来阅读和张贴各种话题的文章。1980年,高级计划研究署开始把在阿帕网上运行的计算机转向新的TCP/IP协议。1982年,美国国防部以强制性措施要求所有联入阿帕网的网络必须采用IP协议互联。1983年,TCP/IP成了这种互联网络上的标准通信协议。在这一段时间内,一系列以新的软件为支持的服务得以出现——Telnet(远程登陆系统),使用户可以在自己的计算机上远程登录其他计算机;FTP(文件传输协议),实现了用户在计算机之间传输文件的愿望。今天,这两项技术服务仍然得到了广泛的使用。1991年,一种信息检索系统(Gopher)在美国明尼苏达州研发成功,它用菜单的方式将信息检索服务提供给用户,较Telnet和FTP而言,它的技术性优势更强。1993年,美国国家超级计算应用中心成功研制出基于WWW的浏览器软件,该软件除了具有信息浏览功能之外,还有将电子邮件、文件传输等融为一体的功能。WWW的出现,使不再限于简单的字符或数值型数据的超文本信息出现。从此,互联网翻开了革命性的一页。1995年,美国四家不同公司经营的网络访问点成了互联网新结构的基础。这些网络访问服务商把互联网登录权直接销售给大的客户;通过互联网服务商间接地销售给小的客户。就这样互联网开始在全球范围内普及开来。

## 二、互联网与商务活动的融合

随着互联网服务的丰富化和多功能化,互联网以“物美价廉”的形象介入商务活动,越来越多的企业在利用计算机构建着自己的网络。1995年,互联网上的商业信息量首次超过了科教信息量,这是网络电子商务跨越发展的标志。1998年,IBM、HP等跨国公司相继宣布该年度为“电子商务年”,之后的两年,网络电子商务发展迅速,过程也日益完善,成功地完成了由借助于传统贸易工具的不成熟网络交易向成熟的电子商务虚拟市场的转变。以网络商务活动为骨架的网络经济越来越令人瞩目。

### (一) 互联网和商务活动的融合是一个必然的趋势

主要原因有:

#### 1. 网络飞速发展的现状。

1999年,互联网就扩展到了240个国家,用户数量达到1.2亿,并且还在以161%的速度飞快发展。进入21世纪之后,随着通信技术的发展,电脑得到普及,截止到2003年,全世界有209个国家联入了互联网。据PointTopic公司调查报告显示,截止2004年9月底,世界各国的宽带上网人数较2003年同时期增加53%,全球宽带上网人数达到1亿3640万。2004年7—9月间,我国的宽带线路数增加了300万,达到2220万之多。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第21次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截止2007年12月31日,我国网民人数总量达到2.1亿人,宽带网民1.63亿人,手机网民数量达5040万人;CN域名数量已达到900万个,比2006年同期增长了4倍。可见不论在我国还是在全球,互联网在人类生产、生活中都起到了日益重要的作用,被人们称为“第四媒体”实不为过。它通过对“二进制”比特信息的编码、解码,冲击着传统意义上的时间和空间,满足了人类对于信息需求的求新心理。

#### 2. 经济全球化趋势开创了一个广泛的信息市场需求环境。

二战后,和平和发展成了整个世界的主题。而生产力发展促进了国际化市场、国际化分工的形成和资本的跨区域流动。这些都推动了国际贸易的发展。在国际贸易大环境下,任何企业在封闭情况下是不能发展的,立足本国市场,放眼国际市场成了很多企业的经营策略。而且,信息高度爆炸的社会,市场的激烈竞争和企业组织结构的变化,使得各企业都迫切希望提高商业文件的处

理速度、加强商业信息的搜集力度以及商业信息的保密程度,而传统商务活动的信息搜集方式和运作流程已远不能跟上时代步伐,因此,以比特为基础单位的信息成了各个企业的所需,把信息数字化也成了当今企业存储信息的一种新而有效的方式。

3. IT 行业的发展为二者的融合提供了技术基础。

价值指的是被使用物能够满足主体需求的某种属性。在网络电子商务这一过程中,网络的价值除了第二点所谈到的,IT 技术的发展还让网络具有人本色彩很浓的可操作性。随着 IT 技术的发展,计算机的处理速度越来越快,处理数据的能力也越来越强,国际线路容量不断增大,宽带不断拓宽。TCP/IP 协议的提出,为互联网通信确定了标准。计算机处理数据方式完成了集中式向大集中式模式的发展。网络编程语言从早期的汇编语言到 C 语言、B 语言,一直到 JAVA、C++ 语言的出现。网络数据库也得到发展,既有 SYBASE,也有适合小型应用的 MYSQL 等。计算机安全保障技术和网络安全技术的研究和发展,数据加密技术、节点防火墙技术等为网络商务活动提供了保障。在网络商务活动中,超文本标记语言(HTML)、可扩展标记语言(XML)也得到广泛运用,有人认为基于 XML 的网络商务平台是符合国际发展趋势的,这和 XML 本身的特点分不开,作为一种以 SGML(标准通用标记语言)为基础的元标记语言,它由 W3C(国际互联网联盟)设定标准并维护标准。和 HTML 相比较,它要求嵌套、配对,遵循 DTD 树形结构,以便结构化地描述信息,这样,以 XML 语言为骨架的信息便于阅读、维护以及后继的信息循环利用。一种使用 XML 语法的资源描述框架 RDF 为描述信息提供了一种通用的框架。同样,基于 XML 的可扩展商业报告语言(XBRL)适合于商务信息流通的很多领域。ASP.NET 加密技术的开发,从验证、授权和扮演等不同的层次上为网络电子商务提供了安全保障。

IT 行业的发展还体现在行业的法律、法规的制定和完善方面。法律、法规的保障让网络商务活动具有实施的安全性。企业间的商务大都涉及到大笔账务,在虚拟的电子市场中也是一样,网络的立法与安全标准,牵涉到企业的利益,而企业作为市场活动主体的地位在虚拟市场中也依然有效。保障商务活动主体利益与否关乎国家的未来。因此,美国、英国、德国、法国、荷兰、加拿大等国相继颁布和施行了信息安全测评认证制度。随着各国评估标准的确定,1999 年 12 月信息技术安全评估的国际通用标准(ISO/IEC15408)也得以确立。我国作为世界大家庭的一员,在 20 世纪末,也开始了相关的工作。我国在 1997 年启动信息安全测评认证工作。1998 年底国家信息安全测评认证体系便已建立。1998 年 12 月,公安部与国家密码管理委员会、信息产业部、国家保密局等相关部门就国家信息化建设中的安全政策和安全技术、安全等级保护制度基础建设等问题进行了深入研究,起草了《计算机信息系统安全保护等级制度建设纲要》。1999 年颁布的《计算机信息系统安全保护等级划分准则——GB17859 - 1999》将信息系统安全划分为五个等级:用户自主保护级、系统审计保护级、安全标记保护级、结构化保护级和访问验证保护级。2000 年,我国又开展了“计算机信息系统安全保护等级评估认证体系及因特网电子身份认证管理与安全保护平台建设”。随着电子商务的发展,2005 年 5 月,电子签字法得到正式通过,这对我国电子商务良性发展起到了很好的促进作用。不过,我国对电子商务的立法和管理力度还有待加强。

## (二)网络商务活动有别于传统的商务活动

### 1. 商务活动范围的区别。

传统商务活动多半是在区域范围内进行,虽然当代所举行的各种各样的交易会、咨询会是对地域限制的突破,但是它次数有限且所需要的成本相当高。基于互联网的网络商务则从开始的那日起,就是面向全球市场的;而且,网络商务活动的世界市场是以互联网为平台、在和平发展的

主题下形成的,符合全人类的利益,在这个世界市场中,发展中国家可以借鉴发达国家在这方面的经验,以寻求自身的发展。这就大不同于 19 世纪末 20 世纪初的时候,为了本国大资产阶级的利益,帝国主义国家以武力和资金流开拓的殖民体系下的世界市场。

#### 2. 发展速度的区别。

生产力的发展带来了社会的分工,生产资料分别属于不同的人,于是,人们就有了交换的想法,但从最初的物物交换到以货币为一般等价物的商业活动,人类用了几千年的时间。而电子商务活动是从 1995 年才开始在全球范围内爆发,十年左右的时间 B2C、B2B、B2G、C2C<sup>①</sup> 等多种网络商务模式就已逐步地走向成熟。网络商务活动比传统商务活动的起步晚,但发展迅猛。

#### 3. 经济学理论的区别。

在网络商务活动中,传统经济学的某些原理已不能成功地解释网络经济的一些现象。例如,在传统经济中,价格作用机制是:需求增加——价格上涨——供给增加——需求减少——价格下降——供给减少——需求增加……在网络经济中,价格机制有可能呈现出以下的过程:供给增加——价格下降——需求扩大——供给再增加——价格再下降——需求再扩大……传统商务交易中的货币以及支票等支付形式变成了电子汇兑等形式。

#### 4. 人才知识储备的区别。

互联网的超文本和超链接,使得信息的更新速度越来越快,为了在网络上获得有意义的信息,相关的工作人员必须熟练掌握检索等技术。当然,网络商务人才也必须具备传统商务经营活动中的素质,如相关的财务知识、物流知识、管理经营理念、政策法规知识等都是不可或缺的。

#### 5. 商务礼仪的区别。

我国是礼仪之邦,悠久的历史积淀出了人际交往的基本准则,人和人的直接见面对传统商务活动有着特定的礼仪要求,亲情、朋友关系对传统商务活动产生影响的例子也不在少数。然而在电子化的虚拟交易过程中,买卖双方的交易都是在网络上完成,双方基本上无需见面,一些传统的商务礼仪在网络商务中得以省略,一些现实生活中的礼仪得以符号化,参与者遵循的是虚拟社区的规范,双方的信誉度和实力成了成功交易的基础。

我们必须知道,网络商务活动和电子商务活动也是有出入的。这个区别主要体现在它们各自不同的技术基础上。电子商务是计算机系统的第二次革命,是通过电子手段建立的一个新的经济秩序,它是通过网络和先进的数字化传媒技术等多种电子方式进行的商务活动,因特网只是它的一个侧重点。而网络商务是以互联网为技术基础的。

### 三、网络商务信息资源的含义

信息是客观世界一切事物存在和运动所发出的各种信号和消息,是事物本质属性的反映。资源一般而言是自然界及人类社会一切对人类有用的资财。信息资源,就是指人类经济社会活动中积累起来的以信息为核心的各类信息活动要素(信息生产者、信息技术等)的集合。这里构成信息资源的基本要素是:信息、人、符号、载体。其中:信息是组成信息资源的原料,人是信息资源的生产者和利用者,符号是生产信息资源的媒介和手段,载体是存储和利用信息资源的物质形式。

---

<sup>①</sup> B2C(BusinesstoConsumer)指商业企业对消费者的网络商务模式,B2B(BusinesstoBusiness)指商业企业对商业企业的网络商务模式,B2G(BusinesstoGovernment)指商业企业对政府的网络商务模式,C2C(ConsumertoConsumer)指消费者对消费者的网络商务模式。此大编者注。

这里所指的经济活动包括围绕信息的搜集、整理、存储和提供服务而开展的一系列社会经济活动,是信息和与操作信息有关的物理设施、人力、机构、资金及运行机制的总合。<sup>①</sup>

早在1976年,美国学者钮伯格就认为,一个人拥有的权力来源于四个方面:世袭、授权、资本和信息。拥有信息在权力四要素中的地位最高,谁拥有的信息和信息技术越多,谁的权力就越大。而今,随着社会的发展,信息是一种社会资源的观点已经得到人们普遍的认同,并愈来愈被实践所证明:信息资源和物资资源、能源资源一起构成现代社会经济与技术发展的三大支柱性资源,物资资源向人类提供材料,能源资源向人类提供动力,信息资源则向人类提供知识和智慧。

在商务活动中,信息通常指的是商业消息、情报、数据、密码、知识等,同其他传播过程一样,商务信息在其中起到了沟通的作用。在网络商务活动中,从事网络商务活动的主体(包括企业、个人和政府)依据互联网上传播的商务信息来完成商务活动的市场调研、广告宣传、咨询洽谈、网上订购、竞买竞卖、网上支付、电子账单、服务传递、意见征询、交易管理等。了解网络商务信息的含义是十分有必要的。

关于网络商务信息的含义,基于不同的出发点和目的,各界目前存在着种种不同的说法。下面的三种最有代表性。一种是以网络商务信息的传播载体作为标准,限定了信息传递的媒体和途径:<sup>②</sup>网络商务信息是指只有通过计算机网络传递的商务信息,包括文字、数据、表格、图形、影像、声音以及内容能够被人 and 计算机系统察知的符号系统。另外一种说法是<sup>③</sup>:网络商务信息是指凭借电子化和网络化进行生产、存储、传递和管理的商务信息,它包括文字、数据表格、图形、影像、声音等等具体形态,数字化是它们的唯一表现形式。还有的学者认为<sup>④</sup>:网络商务信息是指存储于网络并在网络上传播的与商务活动有关的各种信息的集合,是各种网上商务活动之间相互联系、相互作用的描述和反映,是对用户有用的网络信息,网络是其依附的载体。

从以上的种种说法,我们可以领会出网络商务信息的三层含义:①网络商务信息必须是生于网络、长于网络的商务信息;②以网络来传播信息是当今社会信息传播的重要方式,但是,信息的质量不尽相同,价值性就不同,有的于人有用,有的则相反;③内容涵盖了包括文字、数据表格、图形、影像、声音等多种形式的商务信息。

在这些不同的说法中,仔细推敲,我们还能够体会出以下细微的差别。

第一种认为网络商务信息应该是“能够被人 and 计算机系统察知的符号系统”,“能够被人 and 计算机系统察知的符号系统”体现了两层意思:①能否识别;②文字、影像等常规符号之外的符号。我们知道,符号是信息的外在形式或物质载体,是信息表达和传播中不可缺少的一种基本要素。人类在改造自然和创造社会的过程中,先后探索到了声音、文字等的传播功能,在随后的交往过程中,共通的意义空间成了人类交往的前提和基础,而共通意义空间的构建是从对信息符号的感觉、知觉和认识开始的。而且,伴随着人类社会的发展,信息符号也在不断的更新和衍生,几年甚至更早前的一些非常态的符号在现在成了常用符号,比如:博客,它就成了现在的一个常用词。当今社会是一个知识经济占主导的社会,知识的创造性和转化速度已经为世人所目睹,一些新符号的产生已是不可避免的,在类似于战场的商场,也有着“兵贵神速”的说法,了解新的术语和符号意义具有很重要的作用。随着信息量的膨胀和信息形态的多样化,信息通道难免会出现拥挤,于是,信息

① 高祀福等编著:《科技信息检索》,第1~15页,北京,国防工业出版社,2005年8月版。

② 高百宁、邓辉主编:《电子商务基础与应用教程》第3页,北京,科学出版社,2005年版。

③ 彭妍:《网络商务信息交流研究》,载《图书馆学研究》2005年9月,第95页。

④ 金镇、张继兰:《试论网络商务信息及其组织》,载《情报杂志》2002年2月,第65页。

乱码和错码在所难免,乱码和错码一旦产生,人和计算机便不能对它进行识别,信息符号的原有意义和价值也被消除,原有的信息变成了信息垃圾,失去了作为市场依据的属性。乱码、错码以及一些超出人机识别范围的符码都不属于网络商务信息的范畴,网络上的商务信息只有能被感知和识别,才会有价值。

第二种着重强调了数字化是网络商务信息的唯一表现形式,这也是它的优势所在:传统商务信息(印刷型和大多数音像视听型信息)都是模拟(analogue)信息,这类信息使用传统模拟存储技术,访问和保管上的信息衰减是其致命的弱点;数字(digital)化信息在存储和传输途中不但信息保真度高,而且能够通过数字压缩技术存储、传输更多的信息。

第三种认为网络商务信息“是各种网上商务活动之间相互联系、相互作用的描述和反映”,也即:网络商务信息反映了网络商务活动的过程。传播学的知识告诉我们:信息是消除人对于外部世界不确定性的符号。由此可知,作为社会个体的人总是对自己之外的环境有着好奇感,原因也就很简单:出于对未知的惶惑;也出于生存压力的考虑。人在改造自然和创造人类社会的同时,也在不断搜集和传播着信息,这一过程中隐含着各种社会关系的互相作用。从“是各种网上商务活动之间相互联系、相互作用的描述和反映”,我们可以看出:①网络商务活动是传播的一种具体形式,也是物质生产和精神生产的融合,是多种不同类型力量产生的一个合力作用之下的生产。和人类其他的精神生产物一样,网络商务信息的传递贯穿网络商务活动的全部过程,它不仅包括主体广告宣传、营销策略实施等方面的信息;还包括网络商务消费群体的反馈信息,以及政府宏观指导方面的信息,它们在具体组织、实施传播的过程中扮演着“决策依据”的作用。②网络商务活动实际是一个各种有效的商务信息产生、传播、消亡的过程。可以以交易时间为标准,对网络商务信息的动态进行划分:交易结束前,交易双方有着信息的交往过程,选择商务合作伙伴、谈判协商,等等;当具体的一次网络商务交易结束后,一些网络商务信息也失去了作用,失去了作用的信息随着过程结束而消亡。从宏观层面上看,网络商务活动的循环决定了网络商务信息也是生生不息的,旧的商务过程结束,新的商务交易开始,不同的商务信息反映了不同商务活动的内在作用模式。

综合以上分析,结合社会学和传播学的相关知识,我们可以为网络商务信息资源下这样一个定义:网络商务信息资源是人类物质生产和精神生产的产物,是人类社会发展到一定阶段的产物,它是指存储于网络并在网络上传播的、能够被识别、符合人类利益和商务发展规律的与商务活动有关的多媒体商务信息集合,是通过计算机网络加以利用的各种商务信息资源的总和,其内容包括商务数据、广告信息、市场信息、经营管理信息、政府政策信息等。

## 第二节 网络商务信息资源的特点

“有比较才有鉴别”,事物总是在比较中凸显出自己的特点和优势。同样,我们也可在与相关概念的比较中认识网络商务信息资源的特点。

与物资资源和能源资源相比,信息资源具有自己的特点:可再生性、可共享性。与印刷品、联机和光盘数据库等信息资源相比,网络信息资源具有一系列新的特点:内容丰富、形式多样,数量巨大、增长迅速,分布式结构、分布式储存<sup>①</sup>,离散性、任意性,数字性、交互性。与传统商务信息资

<sup>①</sup> 指网络信息资源本身无统一的标准和规范,信息广泛分布在不同地区的服务器上,服务器有不同的操作系统、数据结构、字符集、处理方式等。——高祀福等编著:《科技信息检索》,第65页,北京,国防工业出版社,2005年8月版。

源相比,网络商务信息资源具有的特点是:低成本性、全球覆盖性、集中管理性、检索难度大。由此,我们可看出网络商务信息资源的特点有以下几点。

### (一)多媒体性

网络可以实现数据、文本、声音以及各种图像在单一的、数字化的环境中的一体化信息传播。网络商务信息既包含传统的文本信息,也包含了数据图表、图像声音等信息,实现了对接受者的感官进行全方位的影响。

### (二)历时短

网络商务信息的历时短指的是信息完成传递过程的时间短、信息在网络上的停留时间短。麦克卢汉在几十年前提出了“地球村”的论断,网络的出现使“地球村”的实现成为必然的趋势,但网络的出现加速了信息的传递速度的同时,也削弱了信息的恒久性,所以网上的一些重要的数据还是要做适时适当的存储。

### (三)对线性限制的突破性

传统的信息往往因版面或节目时间等载体的局限让传播受到诸多限制。而万维网超文本、超链接的方式,不仅方便了人们上网获取信息,也为我们提供了海量的信息,信息与信息之间还有着千丝万缕的联系,它们之间相互链接,提供了一个前所未有的信息海洋、一个空前的立体信息网络,对它的开发利用愈深入,它的内容愈丰富和充实,从而实现价值的再生。

### (四)开放性

第一,时间的开放性。互联网是全世界的交互平台,除了涉及到国家安全利益等具有保密要求的信息外,一般的网络商务信息一经发布,用户便可以对其进行浏览,这打破了信息获取受工作时间的限制。第二,地域的开放性。传统商务信息的传播受地域局限,要进行大范围的传播或搜集费时费力,极不方便。但是,只要掌握了正确的方法和途径,传播或搜集(尤其是在发布方面)网络商务信息则是极其方便快捷,且信息量绝不会因为全人类的共享而减少丝毫。

### (五)复杂性

网络为我们提供了一个全球信息市场,这意味着我们不仅能接触到大量信息,也意味着我们面对了很多的传播主体。宽范围、相关法制不健全、非实名制登录让网络虚拟社会中很多传播主体逃脱了现实社会中的群体压力,良莠不齐的信息比比皆是,网络用户在接触信息时必须辨别它的真伪、导向,由此也增加了网络商务信息筛选的难度。

### (六)技术性

网络商务信息的技术性特点主要体现在信息的存储、检索、安全保密等方面,这三个方面是技术成果的转化,它们是技术进步下的产物,由此,作为它们处理对象的网络商务信息也带有了技术性的特征。

#### 1. 信息存储方面。

互联网信息采集手段的进步和采集范围的扩大,造成了信息量呈几何级增长,信息的实效性和时效性也决定了网络信息更新速度是很快捷的,为了对收集到的大量信息进行定量与定性分析,因此,存储网络商务信息成了必要之举。

网络商务信息的存储主要以数字化、程序化的方式为主。复制、拷贝网络中的文本信息是其中最基础的方式,其技术含量相对来说也低一些。但是,网络数据存储技术的主要目标是要实现

数据存储的安全性、可靠性、可管理性以及迅速的恢复能力。因此,简单的复制和拷贝不能满足信息需求主体的要求,技术含量更高的存储方式成了大家所需。目前网络数据的存储技术有以下几种:直接附加存储系统(DAS)、附网存储系统(NAS)、存储区域网络(SAN)和 iSCSI 技术。

DAS 是以服务器为中心的存储体系,指的是直接连接在各种服务器或客户端扩展接口下的数据存储设备,在体系中,存储设备为通用服务器的一部分。NAS 一般是由存储硬件、操作系统以及其上的文件系统等几个部分组成,它是通过与网络直接连接的磁盘阵列,它可以不需要服务器就直接上网,不依赖通用的操作系统。可以快速增加存储容量、支持多种文件协议。SAN 是一种以光纤通道等互连协议连接起来、实现服务器和存储设备之间直接传送数据的网络结构,在其中,数据可以自动的备份,并且可以维护多个灾难恢复用的数据副本,既可以在服务器间共享,也可以为一服务器所专有,因此,当一台服务器出现故障时,其他服务器可以接管服务器的任务;它支持远距离和可扩展的特点可以使用户根据需求,将存储设备进行地理区域上的扩展;它的接口可以是企业系统连接、小型计算机系统接口、串行存储结构、高性能并行接口、光纤通道或任何新的物理连接方法。iSCSI 技术是基于 IP 的 SAN 互连技术的一种,它的技术原理是 SCSI 命令密封为 TCP/IP 数据包后在 IP 网络上传输,达到目的地后,数据包恢复其原有形态,从而实现命令在 IP 网络上直接、透明的传输,它因性能优异、操作简单、成本低等特点受欢迎。SAN 是目前人们公认的最有发展潜力的存储技术方案,它的开放、集成和智能化趋势为人所关注。

这些网络数据存储技术的技术含量高,提高相关工作人员的专业素质成了必然要求。但是在日常操作中,光存储技术是我们频繁使用的。光存储技术需要的存储设备是 CD、DVD 及它们的驱动器。它具有价格低、操作容易、便于携带、储存时间长等特点。此外,磁盘技术也是常用到的。

## 2. 检索网络信息方面。

我们也可以说成是对既存的数据进行挖掘的过程。网络商务数据信息挖掘工作,是为了对客户或者市场的信息进行收集,然后应用人工神经网络、决策树、规则推导等方法对信息进行聚类分析、估值、预测,做到对于市场细分,形成具有市场竞争力的决策,为用户提供个性化服务。网络的超文本链接带给人丰富信息的同时,也无意中扩大了检索所需要信息的难度。很多人在关于网络商务信息检索的实践方面都有同感:检索困难。有时候为了检索到自己真正想要的信息就好比“大海捞针”。这也向从事网络商务信息收集的工作人员提出了挑战,也增添了网络商务信息操作的技术色彩。

目前有三种不同的网上检索系统:第一种是目录式搜索引擎。第二种是使用相关检索软件的搜索引擎,比如机器人搜索引擎。第三种是元搜索引擎。

这三种网上检索系统,各有优劣。目录式搜索引擎是以人工或半自动的方式搜集信息,但是人工介入程度大、信息量少、信息的更新也不及时。

第二种搜索方法是应用的某个程序以一定的策略在互联网上搜集和发现信息,然后,以全文检索的方式向用户提供服务,因此其中存在大量的与检索目标无关的信息,需要用户在搜集的信息中加以选择。使用检索软件的搜索引擎之间也存在很大的差异。依据软件的复杂程度,可以实现以下几种功能:检索包含用户输入关键词的网站;检索包含用户输入的某个关键词的网页。

元搜索引擎可以同时向多个搜索引擎发送搜寻请求,进行全文式搜索,再对各个搜索引擎所得的关于关键词的结果通过删除、排序进行整合。这类引擎没有自身数据库,因此找寻与其相关联的引擎是很重要的,比如:Yahoo! 就是相关联的搜索引擎之一。

在具体的实践操作中,网络上的网页浏览器和搜索引擎虽然都能在瞬间完成依次检索。但

是,检索的结果不是很理想:要么数量太多,花费了太多的时间还得不到理想结果;要么有用的信息太少。

各种检索软件使用的检索符号和对检索的要求不一样,在实际操作中需要掌握正确的方法,才能快而有效的查到自己所需要的信息。为了达到目标,首先要明确检索目标,只有这样才能够圈定检索的深度、广度。其次要选择查询策略,当我们要进行有效查询的时候,我们必须输入与对象尽量相关的精确词组,注意使用标准术语,学会使用布尔逻辑算符“**And**”(与)、“**Or**”(或)、“**Not**”(非):逻辑与,运算符为 **And** 或 **\***,检索词 A 和检索词 B 用“与”组配,它表示检出同时含有两个检索词的记录;逻辑或,运算符为 **Or** 或 **+**,检索词 A 和检索词 B 用“或”组配,它表示检出所有含有 A 词或者 B 词的记录;逻辑非,运算符为 **Not** 或 **-**,检索词 A 和检索词 B 用“非”组配,它表示检出含有 A 词,但不含 B 词的记录。<sup>①</sup>然后在搜索排列的结果中,还必须对它们进行更加的细化,要做到这一点,我们可以先从大类开始查。比如:我们搜索“歌曲”,歌曲是大类。在随后出现的网页上会出现“流行歌曲”“儿童歌曲”等小类,依次前进,就会找到自己想听的歌曲了。我们也可以运用恰当的标点符号,如冒号。这样可以限制词的范畴,提高工作效率。不过,不同搜索引擎使用的逻辑符号是不相同的。

这几种检索方法是要以输入关键词为前提的。其实,一部分网络商务信息的检索方法比这实效得多,只要通过直接浏览专业商务网站就可获取商务信息,这是最简单、最直接的信息检索方式。有资料显示,我国有信息含量大的专业商务网站多达 1200 余家,如具有浓厚地方特色的经济信息网——北京经济信息网就是其中的一个代表。还有以行业汇总的信息网站,如中国价格信息网、中国制造网等等。这些网站的信息内容全面正确。在实际的收集,这样又好又实惠的资源是不能忽视的。

建立和浏览数据库也是信息检索的途径。建立多样性和实用化的数据库,可以根据用户所需来建立全文数据库、数值数据库以及各类数据库。商务数据库是一个功能强大的数据库,可以说它的用途是全方位的,既能够提供查询服务,也可以提供控制服务。从其他类型的相关数据库中查找资料,也是多种检索信息方法中的一种。在中国知网([www.cnki.net](http://www.cnki.net))中,有多个不同性质的数据库,用户可以从其中的一些专业性很强的数据库中查找相关的商务信息,相关工作人员可以运用联机分析处理工具(OLAP)在数据库中查找所需要的资料。

随着传统媒体与互联网的融合,媒体网站和电子版相继出现,作为商务广告信息的载体,在网站中或电子版中出现广告信息已是必然,查阅传统媒体的电子化形式,也有利于找到一定数量的网络商务信息。

在初步地收集了信息后,工作人员还要对信息“聚类 and 分类”。聚类相当于归纳,它是指相关人员要对具有相同特征的数据集合成一个项类,然后进行分析。比如当我们在淘宝网浏览某件商品时,在 web 的右边还会出现以前浏览过该商品的顾客还浏览了什么商品的信息。网络商店便可以充分利用这样的信息,来得知市场动态。而分类是指以预先确立的定义为选择标准,对信息进行收集,这个标准可以是分类函数或分类模型。在“分类”过程中为了做到对信息的描述和可视化,工作人员便可以运用决策树来使输出数据简单化,便于筛选。

### 3. 安全保密方面。

保密成了商业竞争的必要措施,在网络商务活动中也一样,信息尤其是商业数据、产品开发等

<sup>①</sup> 高祀福等编著:《科技信息检索》,第 20~21 页,北京,国防工业出版社,2005 年 8 月版。

方面的保密关系到企业的前途。网络目前还不是十分完善,网络商务活动主体除了传统的保密措施外还得应用针对性更强的技术。ASP.NET 加密技术的开发,从验证、授权和扮演三个层次上为网络商务活动提供了比较强健的安全保障机制。依据 SSL 协议<sup>①</sup>在客户端浏览器和电子商务网页之间建立起的安全链接可以对传递的信息进行加密处理。数字指纹、数字 CA (Certificate Authority, 即“认证中心”)证书被普遍应用于电子商务企业、身份验证方面。其他的网络商务通讯过程中的保密技术,如对称及非对称加密技术、密钥管理等也运用于实践中。密钥是由数字签字软件为签字者提供的:一个是私人密钥;另一个则是公共密钥。二者都可用来加密和解密,经加密处理的文件,只有在一对密钥中的一方可以解密,比如说:由私人密钥加密的文件,只有由同一对中的公共密钥才可以解密。目前,基于网络的商务活动一般是用公共密钥对文件或信件进行处理,并在后面附以数字签字。公开密钥在签名认证方面功能强大,相对公共密钥来说,私人密钥则在加解密速度方面具有很大优势。数据的完整性,对于文件保密是有很好的作用的,为了保持数据完整性,数字摘要被加以应用。数字摘要在本质上是由原始信息报文通过某一加密法产生的一个特殊的数字信息串,和原始信息是一一对应的关系,具有不容易被模仿的特性。数字摘要和公共密钥一起联合应用,构成数字签名。

### (七)流通不对称性

网络商务信息的流通不对称可以分为发达国家和发展中国家之间的不对称,以及一国内部区域间和不同行业间的不对称。

联合国贸易和发展会议于 2005 年发布《2004 年电子商务与发展趋势》,资料显示,美国、欧盟和其他一些发展中国家的电子商务稳步增长,其中以美国和欧盟的发展状况最为良好。根据美国统计局公布的数据显示,在 2003 年,美国网上零售额达到 560 亿美元,在 2004 年美国网上零售额达到 692 亿美元。同为发达国家的英国,网络电子商务发展的态势也很好:根据英国国家统计局的数据,到 2010,将有 1/3 的英国人在网络购物,那时网上交易的产值比 2002 年增长 5 倍。日本的网络电子商务的发展增长速度也是令人惊奇的,它 2004 年网上购物的销售额已经超过 2002 年日本全国百货商店销售额的总和。在发展中国家,巴西 2003 年上半年网上销售额大约为 1.67 亿美元。我国的网络电子商务在近年有了长足发展,但是与发达国家之间还是有很大差距。在其他发展中国家和地区,网络电子商务的发展我们也是可以想象,虽然在纵向比较上有了发展,但是在横向上和发达国家来比较,就成果甚微。以 B2B 为发展主流的电子商务模式表现日益突出:2002 年,美国 B2B 交易总量达到 9950 亿美元;欧盟该项的交易值也约在 1850 亿~2000 亿美元之间;而在拉美地区,这项的数据仅为 65 亿美元,在非洲则更少。从上述数据可以看出,网络商务活动在全球范围的开展的程度还是不尽相同的,网络商务信息在全球范围的流通也是不对称的。原因是多方面的。

#### 1. 强势文化和弱势文化之间的差异。

历史上,强势文化向弱势文化流动是正常的。发达国家多半为西方国家,在资本主义发展早期,它们凭借武力叩开殖民地国家的大门,然后在当地推行其文化影响。不同的殖民主义国家相互之间相互争斗,有的国家从此确立了世界霸主的地位,在全世界范围推行它自己的文化成了一

<sup>①</sup> SSL 安全协议又叫“安全套接层”(Secure Sockets Layer),运行的基点是商家对客户信息保密的承诺,在实际流程中,有利于商家而不利于客户。为了克服 SSL 的缺点,SET (Secure Electronic Transactions)安全电子交易公告产生,在保留对客户信用卡认证的前提下,又增加了对商家身份的认证。——编者注。请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)