

第 1 章 电子商务基础知识

1.1 电子商务的基本概念

电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可以理解为在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN, Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。电子商务的运营模式分为 ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A（即 B2G）、C2A（即 C2G）、O2O 等。

1.1.1 电子商务的定义

1. 电子商务的定义

电子商务是利用微电脑技术和网络通信技术进行的商务活动。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同，给出了许多不同的定义。

但是，电子商务不简单等同于商务电子化。

电子商务即使在各国或不同的领域有不同的定义，但其关键依然是依靠电子设备和网络技术进行的商业模式，随着电子商务的高速发展，它已不仅仅包括其购物的主要内涵，还应包括物流配送等附带服务。电子商务包括电子货币交换、供应链管理、电子交易市场、网络营销、在线事务处理、电子数据交换（EDI）、存货管理和自动数据收集系统。在此过程中，利用到的信息技术包括：互联网、外联网、电子邮件、数据库、电子目录和移动电话。

首先将电子商务划分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务活动；狭义的电子商务定义为，主要利用 Internet 从事商务或活动。无论是广义的还是狭义的电子商务的概念，电子商务都涵盖了两个方面：一是离不开互联网这个平台，没有了网络，就称不上为电子商务；二是通过互联网完成的一种商务活动。

狭义上讲，电子商务（Electronic Commerce，简称 EC）是指：通过使用互联网等电子工具（这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络、移动通信等）在全球范围内进行的商务贸易活动。是以计算机网络为基础所进行的各种商务活动，包括商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。人们一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务。

广义上讲，电子商务一词源自于 Electronic Business（简称 EB），是通过电子手段进行的商业事务活动。通过使用互联网等电子工具，使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间，利用电子业务共享信息，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，提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。两者涵盖的内容如图 1-1 所示，从这个层面上讲，EB 涵盖的内容比 EC 广。

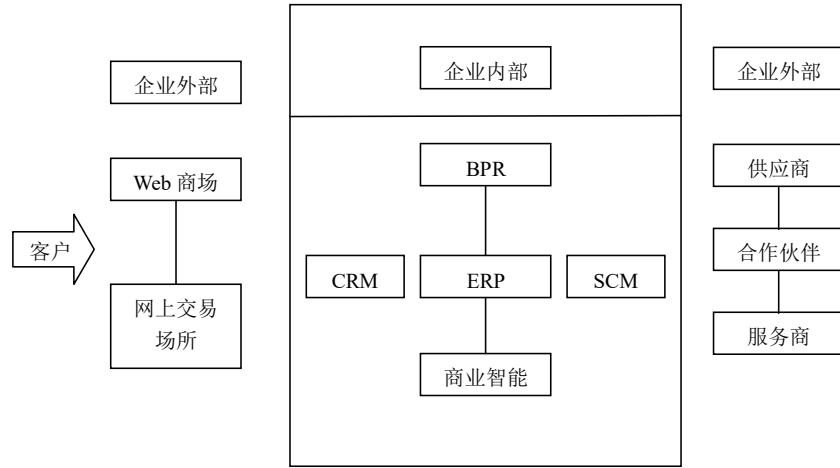


图 1-1 EB 和 EC 的对比

联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义是：采用电子形式开展商务活动，它包括在供应商、客户、政府及其他参与方之间通过任何电子工具（如 EDI、Web 技术、电子邮件等）共享非结构化商务信息，并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

电子商务是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现电子化、数字化和网络化、商务化的整个商务过程。

电子商务是以商务活动为主体，以计算机网络为基础，以电子化方式手段，在法律许可范围内所进行的商务活动交易过程。E-Commerce 集中于电子交易，强调企业与外部的交易与合作；而 E-Business 则把涵盖范围扩大了很多，广义上指使用各种电子工具从事商务或活动，狭义上指利用 Internet 从事商务的活动。

1.1.2 我国电子商务的发展历程

电子商务笼统地讲就是使用电子手段所开展的贸易活动，早在 1837 年，电报刚出现的时候，人们就开始了对运用电子手段进行商务活动的讨论。随着电话、传真、电视等电子工具的诞生，商务活动中可应用的电子工具进一步扩充。目前，人们所提及的电子商务多只指在互联网上开展的商务活动。

电子商务是在计算机技术与网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的。近年来，电子商务随着互联网的普及而急剧发展。

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代，发展于 90 年代，其产生和发展的重要条件主要有以下几个方面。

(1) 计算机的广泛应用。近 30 年来，计算机的处理速度越来越快，处理能力越来越强，价格越来越低，应用越来越广泛，这为电子商务的应用提供了基础。

(2) 网络的普及和成熟。由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体，全球上网用户呈级数增长趋势，快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了条件。

(3) 信用卡的普及应用。信用卡因方便、快捷、安全而成为人们消费支付的重要手段，并以此形成完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统，使“一卡在手，走遍全球”成为可能，同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

(4) 电子安全交易协议的制定。1997 年 5 月 31 日，由美国信用卡品牌 VISA (Visa International Service Association) 和万事达信用卡 (Mastercard) 国际组织联合制定的 SET (Secure Electronic Transfer Protocol) —— 电子安全交易协议的出台，以及该协议得到大多数

厂商的认可和支 持，为开发网络上的电子商务提供了一个关键的安全环境。

(5) 政府的支持与推动。自 1997 年欧盟发布欧洲电子商务协议，美国随后发布“全球电子商务纲要”以后，电子商务受到世界各国政府的重视，许多国家的政府开始尝试“网上采购”，这为电子商务的发展提供了有力的支持。

电子商务的发展主要经历了三个阶段。

1. 基于 EDI 网络的电子商务

20 世纪 70 年代末，企业间的电子数据交换 EDI (Electronic Data Interchange) 和银行间的电子资金转账 EFT (Electronic Fund Transfer) 技术是电子商务应用系统的雏形。

EDI 电子商务在 20 世纪 80 年代得到了较大的发展。早期的 EDI 主要是通过增值网络 VAN 实现的，交易双方可以将交易过程中产生的各种单据及规定的标准格式在双方的计算机系统上进行端对端的数据传送。

2. 基于互联网的电子商务

1991 年，美国政府宣布互联网向社会公众开放，允许在网上开发商业应用系统。

1993 年，万维网 (World Wide Web, WWW) 在互联网上出现，这是一种具有处理数据、图文、声像、超文本对象能力的网络技术，使互联网具备了支持多媒体应用的功能。

基于互联网的电子商务从 20 世纪 90 年代初中期开始发展，至 20 世纪 90 年代末形成第一个高潮。Internet 电子商务是以遍及全球的互联网为架构，以交易双方为主题，以网上支付和结算为手段，以客户信息数据库为依托的全新的商业模式。相对于 EDI 电子商务，在 Internet 上的电子商务活动发展得更快，涉及的范围更广。

3. 21 世纪 e 概念电子商务

电子信息技术和政府、医疗、教育、金融、卫生、军事、企业、研发组织等应用领域结合, 形成有关领域的 e 概念电子商务, 如电子政务、电子医务、电子教务、在线银行、虚拟企业、虚拟研发中心等。

e 概念电子商务可以分为三个层次: 第一层次是电子宣传册 (e-catalog) 的营销时期, 电子商务的重点是信息表述, 要求信息内容具有个性化、互动性以及优秀的表现形式和创意。

第二层次是电子交易 (e-commerce) 时期, 重点是事物处理, 亚马逊、eBay 等企业是这一时期诞生的佼佼者。第三层次称为电子决断 (e-decision) 时期, 这一层次的电子商务是对整个价值链管理以及对所有业务信息高度整合共享, 最终实现商业智能化的决策支持和协同工作。进入第三层次的 Cisco、沃尔-马特、英特尔, 以及戴尔、通用汽车, 甚至麦当劳将是这个时代真正的英雄^①。

国内企业化电子商务发展的历程如下:

1997 年, 中国化工信息网正式在互联网上提供服务, 开拓了网络化工的先河, 是全国第一个介入行业网站服务的国有机构。

1998 年 12 月, 阿里巴巴正式在开曼群岛注册成立, 1999 年 3 月其子公司阿里巴巴中国在我国杭州创建, 同年 6 月在开曼群岛注册阿里巴巴集团。

1999 年 8 月, 邵亦波创办国内首家 C2C 电子商务平台“易趣网”。

^① 周剑锋:《电子商务》, 2014 年。

1999年9月，中国国际电子商务应用博览会在北京举行，是中国第一次全面推出的电子商务技术与应用成果大型汇报会。

1999年9月，招商银行率先在国内全面启动“一网通”网上银行服务，建立了由网上银行、网上个人银行、网上支付、网上证券及网上商城为核心的网络银行服务体系，并经央行批准成为国内首家开展网上个人银行业务的商业银行。

2002年7月，召开的国家信息化领导小组第二次会议，审议通过了《国民经济和社会发展第十个五年计划信息化重点专项规划》《关于我国电子政务建设的指导意见》和《振兴软件产业行动纲要》。

2003年5月，“非典”给电子商务带来了意外的发展机遇，各B2B、B2C电子商务网站会员数量迅速增加，并且部分实现盈利，C2C也由此酝酿变局。

2003年5月，阿里巴巴集团投资1亿元人民币成立淘宝网，进军C2C；随后几年内，逐渐改变国内C2C市场格局，而网购理念与网民网购消费习惯也进一步养成。

2003年10月，阿里巴巴推出“支付宝”，致力于为网络交易用户提供基于第三方担保的在线支付服务，正式进军电子支付领域。

2004年8月，亚马逊以7500万美元协议收购卓越网，并更名为卓越亚马逊。

2004年年底，由温家宝总理主持的信息化领导小组第四次会议，通过了《关于加快电子商务发展的若干意见》。

2005年9月12日，腾讯依托QQ逾5.9亿的庞大用户推出“拍拍网”，C2C三足鼎立格局逐渐形成。

2007年6月1日，国家发改委、国务院信息化工作办公室联合发布我国首部电子商务发展规划——《电子商务发展“十一五”规划》，首次在国家政策层面确立了发展电子商务的战略和任务，这是我国第一个国家级的电子商务发展规划。

2008年起，为应对国际金融危机对经济的影响，我国各地方政府纷纷出台政策，通过切实的财政扶持等手段，普及中小企业电子商务的应用，其中杭州、浙江、南京、江苏、广州、广东、上海、成都、四川等省市走在了全国前列。

2008年12月，商务部国际电子商务中心成立移动商务应用实验室。

2009年6月，视频网站土豆网、优酷网先后启动将视频技术与淘宝的网购平台相结合，共同提升用户网络购物的真实体验，推出“视频电子商务”应用技术。

2009年6月，“国家队”银联支付与B2C企业当当网签订合作协议，这是银联支付成立七年来，首度进入电子商务支付领域，与在线第三方支付市场领导支付宝形成了正面竞争。

2009年9月，“首届电子商务与快递物流大会”在杭州休博园召开，其宏观背景是，物流快递行业作为电子商务的支撑产业之一，近几年在第三方电子商务平台的带动下得到了快速发展。

电子商务蓬勃发展，网络营销培训、实战操作等课程异彩纷呈，越来越多的企业加入到企业化电子商务运用阶段。

1.1.3 电子商务未来的发展趋势

“十二五”时期，我国电子商务行业发展迅猛，产业规模迅速扩大，电子商务信息、交易和技术等服务企业不断涌现。2010年中国电子商务市场交易额已达4.5万亿元，同比增长

22%。2011 年我国电子商务交易总额再创新高，达到 5.88 万亿元，其中中小企业电子商务交易额达到 3.21 万亿元。

2012 年第一季度，中国电子商务市场整体交易规模 1.76 万亿，同比去年增长 25.8%，环比下降 4.2%。2012 年第二季度，我国电子商务市场整体交易规模 1.88 万亿，同比去年增长 25.0%，环比增长 7.3%。

截止到 2013 年底，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿，同比上年增长 29.9%。其中，B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元，同比增长 31.2%。网络零售市场交易规模达 18 851 亿元，同比去年增长 42.8%。排在前十的省份（含直辖市）分别为：广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建省、四川省、湖南省。

截止到 2013 年 12 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1 680 万人。

2013 年电子商务市场细分行业结构中，B2B 电子商务占比 80.4%；网络零售交易规模市场份额达到 17.6%；网络团购占比 0.6%；其他占 1.4%。

未来电子商务的发展具有更优越的环境：电子商务不受时间和空间限制，不受传统购物的诸多限制，可以随时随地在网上交易。此外，电子商务拥有更广阔的市场：在网上，一个商家可以面对全球的消费者，一个消费者也可以在全球任何一家商家购物。电子商务具备更快速的流通和低廉的价格：电子商务减少了商品流通的中间环节，节省了大量的开支，从而大大降低了商品流通和交易成本。最后，电子商务更符合时代要求：如今人们越来越追求时尚、讲究个性，注重购物环境，而网上购物正好能更好地满足人们的这些需求。

1.2 电子商务的运营模式

1.2.1 电子商务的交易过程

电子商务存在的价值，就是让消费者通过网络在网上购物、网上支付，为客户和企业节省时间和空间，从而大大提高交易效率。在消费者信息多元化的 21 世纪，足不出户的通过网络渠道（百度微购、淘宝、新蛋等）了解本地商场商品信息，然后再享受现场购物乐趣，已经成为消费者习惯。

1. 电子商务的四个要素

电子商务的四要素指的是商城、消费者、产品、物流。这四个要素的相互关系如下。

买卖：各大网络平台为消费者提供质优价廉的商品，吸引消费者购买的同时促使更多商家的入驻。

合作：各电商与物流公司建立合作关系，为消费者的购买行为提供最终保障，这是电商运营的硬性条件之一。

服务：电商三要素之一的物流主要是为消费者提供购买服务，从而实现再一次的交易。

2. 电子商务交易开展的关联对象

交易平台：第三方电子商务平台（以下简称第三方交易平台）是指在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

平台经营者：第三方交易平台经营者（以下简称平台经营者）是指在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，从事第三方交易平台运营并为交易双方提供服务的自然人、法人和其他组织。