

# 电 子 商 务 浅 析

李 国 红

(中国科学院文献情报中心 北京 100080)

**摘 要** 分析了“商务”与“电子商务”的基本概念,讨论了电子商务的类型与基本理论和基本问题。

**关键词** 电子商务 基本理论

## 1 电子商务的概念

1.1 商务 “商务”一词在我国经济生活中的广泛使用始于 1978 年后的改革开放,它指以盈利为目的的微观经济主体(包括自然人和法人)买卖经济资源(包括各种有形、无形商品和资产)的各种活动的总称。其中,以盈利为目的的微观经济主体构成商务的主体,可供买卖的所有经济资源构成了商务的客体。商务的范围包括直接买卖经济资源以及为买卖经济服务的全部活动,其实质是通过买卖方式实现商品所有权的转移,反映了微观经济主体为获得收益的各种交易行为。

“商务”是与商业、贸易、营销、经营、服务等概念密切相关但又有区别的概念。“商务”概念的外延比“商业”宽,它泛指一切贸易形式和贸易行业,而“商业”是特指独立的、专门从事商品交换活动的部门或部门行为。“商务”与“贸易”也有区别,贸易通常指各种买卖行为,而商务是以贸易为中心的各种相关活动的总和,包括组织商品买卖活动的直接事务以及为贸易服务的相关活动。“商务”与“营销”不同,营销是以需求市场为中心、以实现销售目标为任务的综合销售活动,而商务包括出售和购买经济资源的各种活动,是一个比“营销”更能综合反映企业经营特征的概念。同样,“商务”不同于“经营”,经营包涵了商务,商务是经营的核心内容;“商务”也不同于“服务”,商务是服务概念的组成部分,服务活动包含商务活动。

1.2 电子商务 电子商务概念的提出推广来自于著名 IT 厂商 IBM 公司。IBM 公司认为电子商务即 E-Business,是采用数字化电子方式进行商务数据交换和开

展商务业务的动态商务活动,是把买卖双方、厂商和合作伙伴结合起来的应用。IBM 提出了电子商务的著名公式: Internet + IT = 电子商务。对电子商务的概念,目前还没有一个完整统一的定义。例如,世界著名 IT 厂商对电子商务的概念都有各自的理解,HP 的定义为:电子商务是通过电子化的手段来完成商业贸易活动的一种方式;GE 的定义为:电子商务即任何商务形式或商务信息通过电子信息高速公路运行或运作,而信息高速公路泛指一切电子信息传递网络;Intel 定义:电子商务 = 电子化的市场 + 电子化的交易 + 电子化的服务。1997 年 11 月在法国巴黎举行的世界电子商务会议分别从业务和技术两方面对电子商务作了解释,认为在业务上电子商务是指实现整个贸易活动的电子化,交易各方以电子贸易方式进行各种形式的商业交易;在技术上电子商务采用电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、共享数据库(Database)、电子公告板(BBS)以及条形码(Barcode)等多种技术。

目前,对电子商务概念的理解倾向于从狭义和广义两个角度来考察。狭义的电子商务指通过 Internet 所从事的在线产品和商务的交易活动;而广义的电子商务则泛指利用一切计算机网络(包括 Internet、Intranet、LAN 等各种不同形式网络)进行的所有商贸活动,既包括通过网络进行的商务或商品买卖活动,还涉及传统市场的方方面面。电子商务有三种英文提法:E-Business 是指作为公司的一种经营业务的电子商务;E-commerce 指为宏观经济贸易服务的电子商务;E-Trade 是在讨论贸易领域的电子商务问题时使用的术语。简单地说,电子商务就是利用计算

机网络进行的商务活动,电子商务将成为活跃市场经济的新的催化剂。今天的电子商务一词已被逐渐演变为 E-commerce。

电子商务有三个 C,即 Content(内容)、Commerce(交易)、Community(社区),其中,Content 是电子商务的基础,强大的、基于 Web 的 Commerce 功能是电子商务的关键,Community 是提高企业竞争力的制胜秘诀。

电子商务是基于网络技术和信息技术发展的一种新的经营方式,它采取数字化电子方式进行帐务处理交换和开展商务业务活动,为用户提供全、快、准、廉的信息,降低商业活动的成本,提高工作效率。电子商务首先是商务,电子只是工具,目的是更好的商务。电子商务的本质与核心就是为客户提供专业化、多样化、实用性、开放型的信息服务平台。

## 2 电子商务的类型

电子商务可按商务活动的对象、内容及其使用网络的类型进行分类。

2.1 按参与交易的对象分类 BtoA:企业对行政机构的电子商务;BtoB:企业之间的电子商务;BtoC:企业或商家面向消费者的电子商务;BtoG:企业与政府之间的电子商务;CtoB:个人与企业之间的电子商务;CtoC:个人与个人之间的电子商务;CtoG:个人与政府之间的电子商务;GtoB:政府对企业的电子商务;GtoG:政府之间的电子商务;等等。

2.2 按商务活动的内容分类 a. 间接电子商务:电子商务涉及的商品是有形货物的电子订货,如鲜花、书籍等,交易的商品需要通过传统渠道(如邮政业务的服务

和商业快递服务)完成送货。即:在网上进行谈判、签订合同、订购商品等,但商品本身仍需通过有形方式邮寄或送达。b. 直接电子商务:电子商务涉及无形的货物和服务,如计算机软件、娱乐内容的联机订购、付款和交付,或者是全球规模的信息服务,能使交易双方越过地理界限直接进行交易,充分挖掘全球市场的潜力。即:签订合同及最终取得商品,均在网上完成,同时会涉及更多的知识产权问题。

### 2.3 按电子商务使用的网络类型分类

a. EDI 网络电子商务:主要应用于企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务,尚不太普及。b. 因特网电子商务:电子商务的主要形式,正飞速发展,全世界各企业与个人均可参与。c. 内联网电子商务:在一个企业内部或一个行业内部开展的电子商务活动。

## 3 电子商务的基本理论与实践

3.1 电子商务的基本流程 企业将商品信息通过网络展示给客户,客户通过浏览器访问网站,选择希望购买的商品,填写订单;厂商通过订单确认客户,告知收费办法,同时通知自己的应用系统组织货源程序;客户通过电子结算与金融部门交互,执行资金转移;金融部门通过电子邮件(或其它方式)通知买卖双方资金转移的结果;厂商将货物送到客户。

3.2 电子商务需要解决的基本问题 首先是网络基础设施建设问题,要实现真正的实时网上交易,必须有非常快速的响应速度和带宽,硬件必须能提供对高速网

络的支持;其次是安全性问题,一个安全的电子商务系统必须有一个安全、可靠的通信网络,以保证交易信息安全、迅速地传递,保证数据库服务器绝对安全,防止黑客闯入网络窃取信息,确保信息的真实性、完整性、有效性和保密性;再次是电子商务的法制建设问题,法律部门需要提供一个透明的、和谐的商业法制环境,着眼于保护交易公平,保护平等竞争,保护消费者利益,保护知识产权,保护个人隐私,并制定打击网上犯罪的行之有效的办法,以保证电子商务业务的顺利开展。

3.3 电子商务运行的指导性原则 市场导向与私人部门推进;政府提供清晰的、具有连续性和可预见性的法律框架;信息产业部门严守商业秘密并对信息的真实性和有效性严格把关与负责;电子商务的税收政策要有透明度、连续性与非歧视性;实行与全球电子商务相一致的技术标准;确立“商务为本”的思想;适应与创新相结合;建立以大企业为核心的电子商务体系,带动中小企业电子商务应用与发展。

3.4 电子商务的基本要求 合格的产品;合理的价格;最好的服务;最快速的 Internet 服务;“24 小时/天×7 天/周”的服务。

3.5 电子商务对企业的影响 降低促销成本;降低采购成本;减少存货;缩短生产周期;提高服务效率;提供虚拟运作等。

3.6 中国电子商务的发展前景 电子商务作为顺应时代潮流的一种全新的商务模式,是科技、经济发展的必然趋势,有

着巨大的市场与无限的潜力。据中国互联网信息中心(CNNIC)2000 年的最新统计数据,上网计算机数为 650 万台,我国上网用户人数为 1690 万,WWW 站点数约 27289 个,国际线路的总容量为 1234M,连接的国家有美国、加拿大、澳大利亚、英国、德国、法国、日本、韩国等。1999 年是我国政府上网年,2000 年是我国企业上网年,电子商务已在我国全面启动,电子商务必将成为我国经济的第一增长点。从商业模式选择的角度来看,CtoB 即所谓的集体竞价,适合固定资产特别大但边际服务成本很低的行业(如航空公司、酒店等),在中国目前是一个很小的量;CtoC 是消费者之间的一种竞价模式,会有一点点市场,但目前还没有真正形成,也不会是主流;BtoC 是企业紧紧围绕消费者生产与销售所需产品的一种商业模式(卖书、卖音像制品等),会有广阔的市场;BtoB 前景很可观,但必须先进行企业改革,否则只能是 GtoG、GtoB 等。从长远看,BtoB 将是电子商务的主流,目前的机遇是设备的销售和基础设施的建设。

### 参考文献

- 1 廖进球. 商务管理学. 北京:中国财政经济出版社,1998
- 2 宋玲. 电子商务:21 世纪的机遇与挑战(第 2 版). 北京:电子工业出版社,2000
- 3 于刃刚. 网络贸易. 石家庄:河北人民出版社,2000
- 4 中国企业家杂志社. 网罗财富·电子商务给我们带来什么. 北京:经济日报出版社,2000
- 5 财经界(电子商务专版),2000;(3)

(责编:杵钧愚)

(上接第 28 页)

## 4 结论

随着信息技术的发展,各行业的经营者都在积极探索利用计算机网络开展电子商务。由于电子商务是利用计算机网络作为信息传播的媒体,具有与传统的商务活动不同的特点,现有的法律规范已经不能适应电子商务的发展,电子商务作为一种新的商业活动的形式需要新的宏观政策与之相适应。围绕电子商务进行的立法和政策制定已经在全球范围内形成了一种浪潮,美国、加拿大、欧盟等发达国

家,新加坡等新兴工业国家以及巴西、印度等发展中国家都加入了这一浪潮。截止 2000 年 8 月,全球有 30 多个国家和地区已经或者正在制定实施有关电子商务的法律。其中,有代表性的包括 1996 年联合国“电子商务示范法”、1999 年 11 月的美国“统一电子交易法”以及 2000 年 5 月的欧盟“电子商务指令”。

因此我国的电子商务蓬勃发展之际,制定一部统一的综合性的电子商务政策法规令已成为我们迫切需要解决的问题。对我国电子商务发展现状及问题加以研究,参考国际组织、其他国家和地区的经

验是解决这一问题的必要途径之一。

### 参考文献

- 1 A Framework for Global Electronic Commerce. United States Department of Commerce, 1997; (7)
- 2 Margherio. L. The Emerging Digital Economy. United States Department of Commerce, 1998
- 3 The Economic and Social Impact of Electronic Commerce - Preliminary Findings and Research Agenda, OECD, 1999; (a)
- 4 赖春萍. 走向 21 世纪的电子商务与国际贸易. 对外经贸实务, 1998; (5)

(责编:王京钧)