



第十章 电子商务

网上

章节框架

<p>第一节 电子商务概述</p>	<p>一、电子商务产生背景及概念 二、电子商务的功能和特点 三、电子商务的分类 四、电子商务中的商流、资金流、物流、信息流 五、电子商务对企业经营管理的影响</p>
<p>第二节 电子商务的运作系统</p>	<p>一、电子商务的一般框架 二、电子商务运作系统的组成要素 三、电子商务的交易模式及一般流程 四、企业实施电子商务的运作步骤</p>
<p>第三节 电子支付</p>	<p>一、电子支付的概念和特点 二、电子支付的分类 三、第三方支付</p>
<p>第四节 网络营销</p>	<p>一、网络营销的概念、特点 二、网络市场调研的概念、方法 三、网络营销的策略组合 四、网络营销的方式</p>

本章考情分析

本章总体考试难度较低，主要题型为单项选择题（7-9分）、多项选择题（2-6分）。

1-3 2

8 9 ~~10~~ 11, 12



第一节 电子商务概述

第一节 电子商务概述

本节主要知识点

一、电子商务产生背景及概念

二、电子商务的功能和特点

三、电子商务的分类

四、电子商务中的商流、资金流、物流、信息流

五、电子商务对企业经营管理的影响

第一节 电子商务概述

一、电子商务产生背景及概念

(一) 电子商务产生背景 (★★)

(1) 经济全球化: (指世界经济活动超越国界, 商品、信息、货币、人员等生产要素跨国跨地区流动, 通过对外贸易、资本流动、技术转移、提供服务, 相互依存、相互联系而形成的全球范围的有机经济整体, 是电子商务产生的背景。

(2) 信息技术革命: 指由于信息生产、处理手段的迅猛发展而导致的社会生产力、生产关系的变革, 在互联网开放的网络环境下, 信息技术革命使得参与商业贸易活动的买卖双方无需见面也能进行各种商贸活动成为可能, 这为电子商务的产生奠定了(技术基础)。

电子商务 → 全球

第一节 电子商务概述

(二) 电子商务的概念 (★★)

电子商务是以商务活动为主体，以计算机网络为基础，以电子化方式为手段，其本质是商务的电子化，是一种电子化的商务模式。

第一节 电子商务概述

二、电子商务的功能和特点

(一) 电子商务的功能 (★)

1. 广告宣传: 可以在互联网上发布各类商业信息;

2. 咨询洽谈: 通过网站、邮件、新闻组和讨论组等手段洽
谈交易事务;

3. 网上订购;

4. 电子支付;

第一节 电子商务概述

5. **网上服务**：对于某些适合在网上直接传递的货物，它会被直接通过电子商务从电子仓库中发送到用户端，如：软件、电子读物、信息服务等信息产品；

6. **网络调研**：电子商务可以十分便捷地以网络调查问卷的方式收集用户对商品、服务的意见，这样不仅可以提高企业的服务水平，更能使企业的产品得到改进，充分发掘市场上的商机；

7. **交易管理**：涉及人、财、物多个方面，也涉及企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理。

第一节 电子商务概述

(二) 电子商务的特点 (★★)

1. 市场全球化：世界任何地方的任何人都可以通过计算机和互联网进行商务活动。

2. 跨时空限制：电子商务能够在世界各地瞬间通过计算机自动处理完成交易传递，而且无须人员干预，加快了交易速度，只要有互联网的地方，就可以随时、随地、随意地进行商务活动。

3. 交易虚拟化：通过以互联网为代表的计算机网络进行贸易，交易双方从开始洽谈、签约到订货、支付等，无须当面进行，均通过网络完成，整个交易完全虚拟化。

第一节 电子商务概述

4. 成本低廉化

(1) 减少了交易的有关环节，避免了做广告、发印刷品等大量费用；

(2) 可以缩短时间及减少重复的数据录入，降低了信息成本和库存成本；

(3) 减少了贸易平台的地面店铺，大大降低了店面租金成本。

5. 交易透明化：电子商务中双方的洽谈、签约，以及货款的支付、交货的通知等整个交易过程都在电子屏幕上显示，因此交易显得更加透明，极大地减少了信息不对称的现象。

第一节 电子商务概述

6. 操作方便化：国际互联网的网页可以实现24小时服务，任何人都可以在任何时间向网上企业查询信息，寻找答案。

7. 服务个性化：追求个性化和定制化是电子商务的重要特点，企业可利用网络追踪、数据挖掘等技术分析消费者的偏好、需求和购物习惯，同时将消费者的需求及时反馈到决策层，促进企业针对消费者而进行商品和服务研究和开发活动，更好地为他们提供个性化服务。

8. 运作高效化：由于互联网将贸易中的商业报文标准化，使商业报文能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理，使原料采购、产品生产、需求与销售、银行汇兑、保险、货物托运及申报等过程无须人员干预，在最短的时间内完成。

第一节 电子商务概述

【单选题】电子商务可以十分便捷地以网络调查问卷的方式收集用户对商品、服务的意见，这样不仅可以提高企业的服务水平，更能使企业的产品得到改进，充分发掘市场上的商机，这些活动体现了电子商务（ ）的功能。

- A. 广告宣传
- B. 网上服务
- C. 电子支付
- D. 网络调研

第一节 电子商务概述

网校答案：D

网校解析：网络调研：电子商务可以十分便捷地以网络调查问卷的方式收集用户对商品、服务的意见，这样不仅可以提高企业的服务水平，更能使企业的产品得到改进，充分发掘市场上的商机。

第一节 电子商务概述

【单选题】国际互联网的网页可以实现24小时服务，任何人都可以在任何时间向网上企业查询信息，寻找答案，这些活动体现了电子商务（ ）。

- A. 操作方便化
- B. 服务个性化
- C. 运作高效化
- D. 成本低廉化

网校答案：A

网校解析：操作方便化：国际互联网的网页可以实现24小时服务，任何人都可以在任何时间向网上企业查询信息，寻找答案。

第一节 电子商务概述

三、电子商务的分类 (★★★)

(一) 按照商业活动的运行方式分类

① ② 笔记

<p><u>完全电子</u> 商务</p>	<p>指在交易过程中的<u>商流、资金流、物流、信息流</u>等四个流都能够在网上完成，商品或服务的整个商务过程都可以在网络上实现的电子商务。 <u>完全电子商务是电子商务发展的高级阶段</u></p>	<p>对象包括<u>无形货物和服务</u>： <u>某些计算机软件、娱乐产品的联机订购、付款和交付、全球规模的信息服务。</u></p>
<p><u>非完全电</u> 子商务</p>	<p>无法完全依靠电子商务方式实现和完成整个交易过程</p>	<p><u>有形商品的物流配送、线下支付、现场服务</u></p>

第一节 电子商务概述

(二) 按照开展电子交易的地域范围分类

1. 区域化电子商务：指本地区或本城的信息网络实现的电子商务活动，交易的区域范围较小。

2. 远程国内电子商务：是指在本国范围内进行的网上电子交易活动，其交易的地域范围较大。

3. 全球电子商务：指在全球范围内进行的网上电子化交易活动。

第一节 电子商务概述

(三) 按照交易的主体分类: (★)

企业对企业的电子商务 (B2B);

企业对消费者的电子商务 (B2C);

消费者对消费者的电子商务 (C2C);

线上对线下的电子商务 (O2O);

企业对政府的电子商务 (B2G);

消费者对政府的电子商务 (C2G)。

Business to
C
online offline
2turn

第一节 电子商务概述

【单选题】（ ）指在交易过程中的商流、资金流、物流、信息流等四个流都能够在网上完成，商品或服务的整个商务过程都可以在网络上实现的电子商务。

- A. 全球电子商务
- B. 远程国内电子商务
- C. 完全电子商务
- D. 非完全电子商务

网校答案：C

网校解析：完全电子商务是指在交易过程中的商流、资金流、物流、信息流等四个流都能够在网上完成，商品或服务的整个商务过程都可以在网络上实现的电子商务。

第一节 电子商务概述

四、电子商务中的商流、资金流、物流、信息流

(一) 商流、资金流、物流、信息流的概念

1. 商流：指物品在流通中发生形态变化的过程，即由货币形态转化为商品形态，以及由商品形态转化为货币形态，随着买卖关系的发生，商品所有权发生转移的过程，包括：买卖交易活动、商务信息活动。

2. 资金流：指在买卖双方间随着商品实物及其所有权的转移而发生的资金往来流程，包括：支付、转账、结算。

商务活动的经济效益是通过资金的流动来体现的。

第一节 电子商务概述

3. **物流**：指商品从供应地向接收地的实体物流过程，包括：运输、储存、装卸与搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等。

4. **信息流**：是电子商务各个主体之间的信息传递与交流的过程，它伴随整个交易过程，包括：

(1) 商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容。

(2) 报价单、付款通知单等商业贸易单证。

(3) 交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。

第一节 电子商务概述

(二) 电子商务中的商流、资金流、物流、信息流的关系

1. 商流、资金流、物流、信息流是一个相互联系、互为伴随、共同支撑电子商务的整体，商流是动机和目的，资金流是条件，物流是终结和归宿，信息流是手段。
2. 商流、资金流、物流必然伴随着信息的传递，这种信息的双向传递是电子商务活动达成的一种必需手段。
3. 商流是物流、资金流和信息流的起点和前提。
4. 没有物流、资金流和信息流的匹配和支持，商流也不可能达到目的。

第一节 电子商务概述

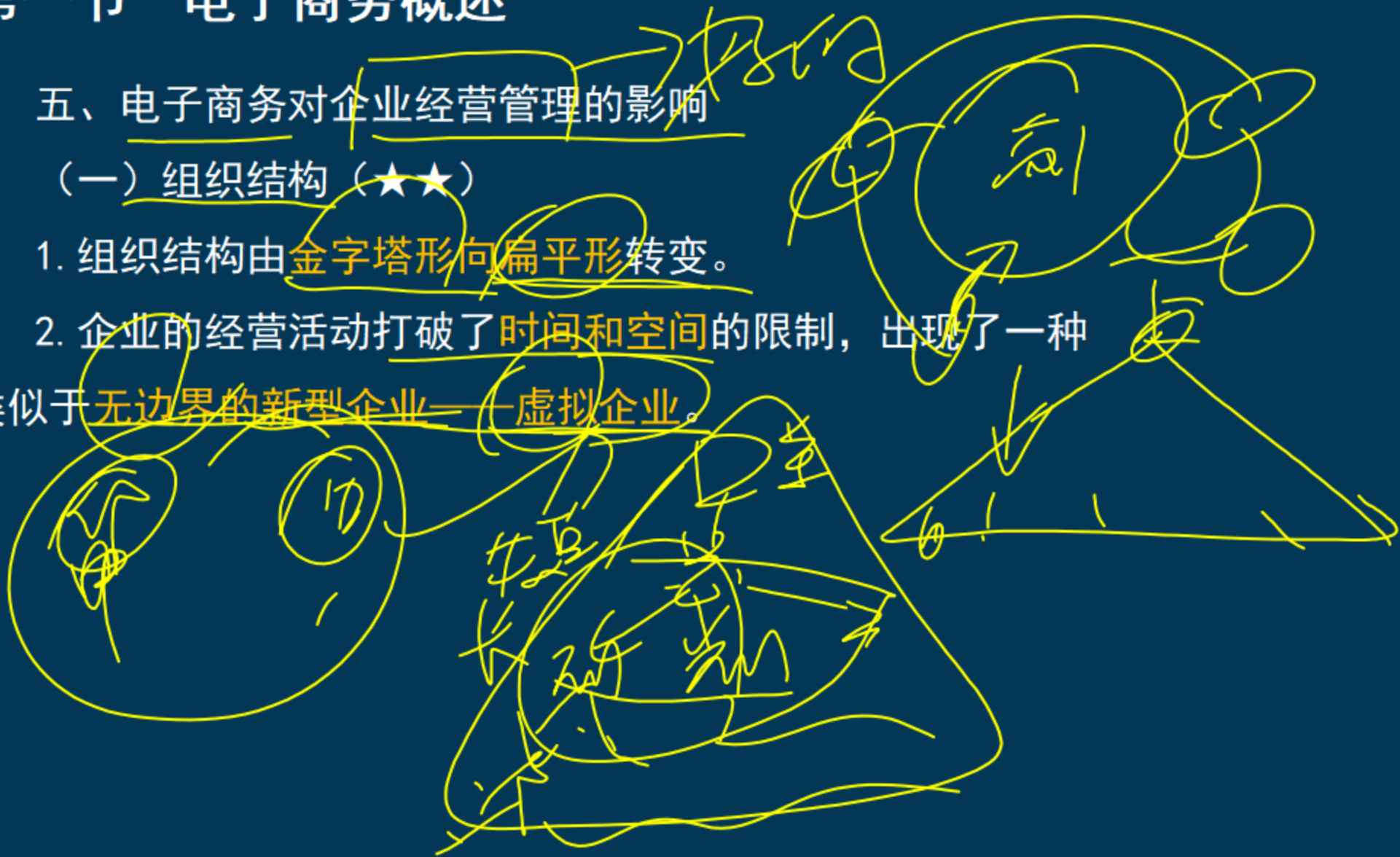
五、电子商务对企业经营管理的影响

(一) 组织结构 (★★)

1. 组织结构由金字塔形向扁平形转变。

2. 企业的经营活动打破了时间和空间的限制，出现了一种

类似于无边界的新型企业——虚拟企业。



第一节 电子商务概述

(二) 管理模式 (★★)

企业组织信息传递的方式由单向的“一对多”到双向的“多对多”转换。

电子商务对管理模式的影响主要有：

- (1) 企业内部构造了内部网、数据库；
- (2) 企业管理由集权制向分权制转换；
- (3) 组织流程“并行”。

第一节 电子商务概述

(三) 生产经营 (★★)

电子商务对企业生产经营的影响主要体现在以下四个方面：

1. 降低企业的交易成本；
2. 减少企业库存；
3. 缩短企业的生产周期；
4. 增加企业交易机会。

(四) 竞争方式 (★★)

电子商务意味着大小企业之间的竞争机会均等，速度、质量、服务、信用等成为企业竞争的核心要素。

第一节 电子商务概述

(五) 人力资源管理 (★★)

1. 企业可以减少招聘、培训、薪酬、绩效、开发等方面的时间成本和经济成本。
2. 员工可以及时了解企业的发展，制定自己的职业生涯规划，很大程度上符合了员工的需求。
3. 电子商务的方式简化了员工请假、出差等事务的办理流程、简化了管理人员批示、指导等流程，方便了员工与管理者。

第一节 电子商务概述

(六) 管理思想 (★★)

1. 电子商务打破了地域、时间限制，使企业直接面对全球配置资源，企业需要树立全球化观念。
2. 电子商务使得企业直接面向全球，这就要求企业必须树立标准化观念。
3. 电子商务改变了信息传递方式，使企业在获得信息与发布信息方面实现了“零时滞”，企业需要树立快速创新的观念。
4. 电子商务改变了企业经营要素观念，企业要树立注重知识的观念。

第一节 电子商务概述

本节考点总结

电子商务的功能和特点;

电子商务的类型;

电子商务四流的内容和关系;

电子商务对企业经营管理的影响。