

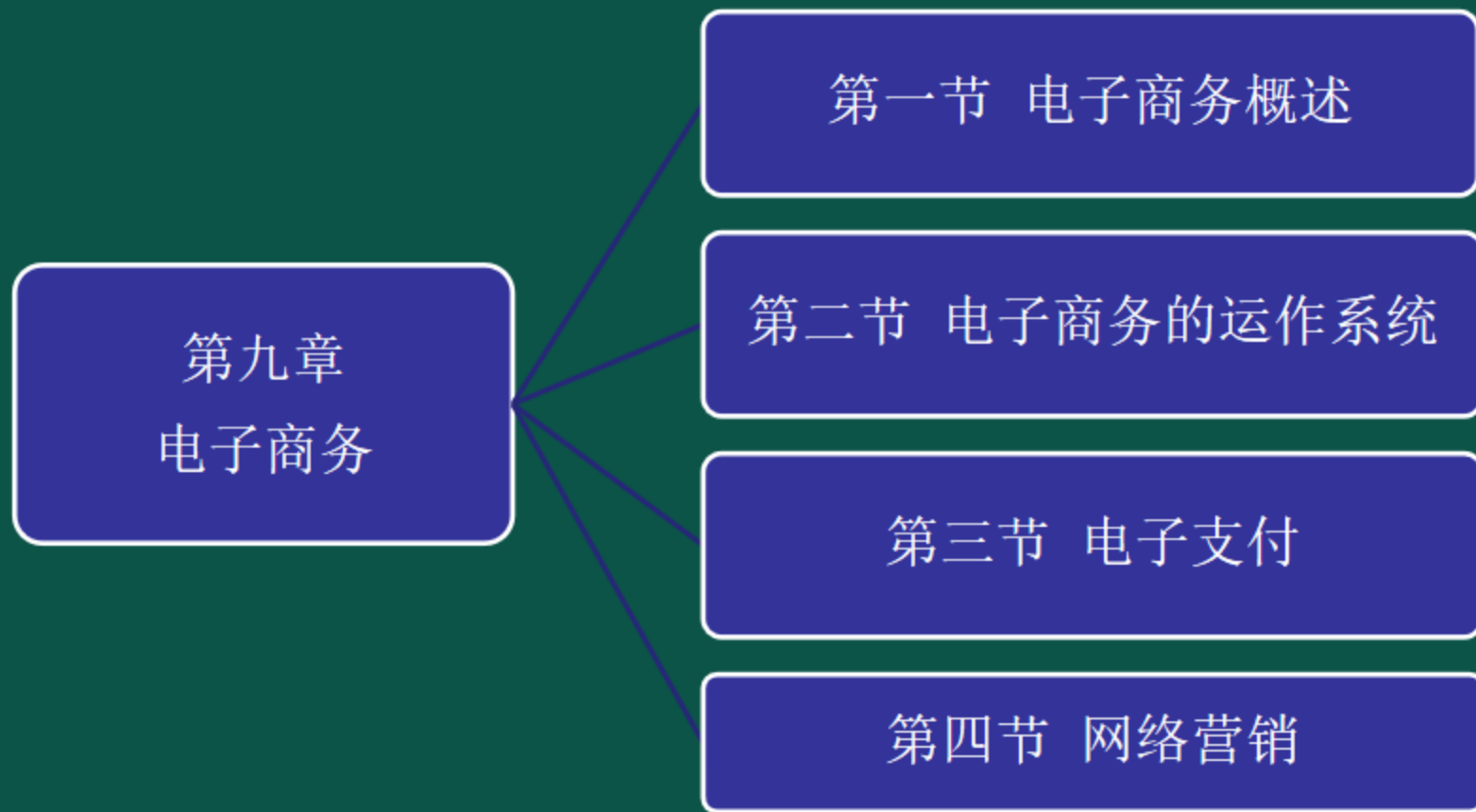


第九章 电子商务



考情分析

本章为一般重要章节，主要考查选择题，平均分值11分左右。





第一节

电子商务概述



第一节 电子商务概述

【本节考点】

【考点1】电子商务的产生背景及概念

【考点2】电子商务的功能和特点

【考点3】电子商务的分类

【考点4】电子商务中的商流、资金流、物流、信息流

【考点5】电子商务对企业经营管理的影响



第一节 电子商务概述

【考点1】电子商务的概念（背景-略）

狭义	电子商务是指通过互联网等电子手段所进行的商务活动，包括商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等各方行为的总和。一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务
广义	电子商务是指企业通过电子手段进行的所有运营管理活动，即通过使用互联网等电子手段，使企业内部、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，从根本上来说，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的一种商务模式。



第一节 电子商务概述

【考点2】电子商务的功能和特点

（一）电子商务的功能

（1）广告宣传

（2）咨询洽谈

（3）线上订购

（4）电子支付

（5）线上服务（如软件、电子读物、信息服务等信息产品）

（6）网络调研

（7）交易管理（交易管理涉及人、财、物等方面，涉及企业、客户和第三方等多方关系的协调和管理。主要包括订单管理、商品管理、客户管理、支付管理、交易安全管理和统计分析等）



第一节 电子商务概述

(二) 电子商务的特点

(1) 市场全球化

(2) 跨时空限制

(3) 交易虚拟化

(4) 成本低廉化

买卖双方通过网络进行商务活动，进行产品介绍、宣传，无须中介参与，减少了交易环节，避免了制发广告用印刷品等产生的大量费用。电子商务活动减少了线下贸易所需的地面店铺，大大降低了租金成本。



第一节 电子商务概述

(5) 交易透明化

交易双方的**洽谈、签约**，以及货款的**支付、交货**的通知等交易过程都可以线上查询，因此交易显得更加**透明**，极大地减少了信息不对称的现象

(6) 操作方便化

在电子商务环境中，**人们不再受时间和地点的限制**，能以简便的方式完成过去手续繁杂的商务活动。



第一节 电子商务概述

(7) 服务个性化

企业可利用数据挖掘等技术分析消费者的偏好、需求和购物习惯，促进企业针对消费者的偏好进行商品和服务的研究和开发活动，更好地为他们提供个性化服务

(8) 运作高效化

利用计算机，减少交易及结算过程的人工干预，提高效率



第一节 电子商务概述

【考点3】电子商务的分类

（一）按照商业活动的运行方式分类

（1） 完全电子 商务	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。完全电子商务交易的对象主要包括无形货物和服务，如某些计算机软件、娱乐产品的联机订购、付款和交付，或者是信息服务。
（2） 非完全电 子商务	非完全电子商务是指无法完全依靠电子商务方式实现和完成整个交易过程，这些交易过程主要包括有形商品的物流配送、线下支付、现场服务等。



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	区域化电子商务通常是指在 本地区或本城市的信息网络 实现的电子商务活动，其交易的区域范围较小
（2） 远程国内 电子商务	远程国内电子商务是指在本国范围内进行的 网上电子商务活动 ，其交易的地域范围较大
（3） 全球电子 商务	全球电子商务是指在 全球范围内进行的网上电子商务活动 ，参与电子商务交易的各方通过网络进行的跨国界的贸易



第一节 电子商务概述

（三）按照交易的主体分类

按照交易的主体划分，电子商务可分为：

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）

企业对政府的电子商务（B2G）

消费者对政府的电子商务（C2G）

上述分类将在下节内容中具体讲述，这里不予赘述。



第一节 电子商务概述

【单选题】（ ）是指在本地区或本城市的信息网络实现的电子商务活动，交易区域范围较小。

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

答案：B

解析：区域化电子商务在本地区或本城市开展，交易的区域范围较小。



第一节 电子商务概述

【考点4】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

普遍意义上，经济活动离不开商流、资金流、物流、信息流。这“四流”构成了一个完整的流通过程。

同样，电子商务交易活动的实现必然需要商流、资金流、物流、信息流在时空上的协作，“四流”缺一不可。



第一节 电子商务概述

1. 商流	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。具体的商流活动包括买卖交易活动及商务信息活动。
2. 资金流	资金流是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，包括支付结算等活动。商务活动的经济效益是通过资金的流动体现的。



第一节 电子商务概述

3. 物流	物流是指商品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，物流具备运输、储存、装卸与搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能。
4. 信息流	信息流是指电子商务活动各交易主体之间的信息传递与交流的过程，它伴随整个交易过程。电子商务活动中的信息既包括商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容，又包括诸如报价单、付款通知单等商业贸易单证，还包括交易方的支付能力、支付信誉和中介信誉等。



第一节 电子商务概述

（二）电子商务中商流、资金流、物流、信息流的关系

商流、资金流、物流、信息流是一个相互联系、互相伴随、共同支撑电子商务活动的整体。

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。



第一节 电子商务概述

具体而言，由于消费需求决定购买行为，从而可能形成商流，所以这种商流产生的原因和理由就是电子商务的动机和目的；

电子商务的活动必然是“一手交钱，一手交货”，而这种活动实现的先决条件是充足的资金以及资金结算的电子化；

商流、资金流产生后必须有一个物流的过程，否则商流、资金流都没有意义；



第一节 电子商务概述

在整个电子商务活动中，商流、资金流、物流必然伴随着信息流的传递，一方面卖方向买方传递商品信息、结算信息、交货信息；

另一方面买方向卖方传递购买信息、付款信息、收货信息，这种信息的双向传递过程是电子商务活动实现的一种必需手段。

总之，商流是物流、资金流和信息流的起点和前提，没有商流一般不可能发生物流、资金流和信息流；

相反，没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑，商流也不可能实现。



第一节 电子商务概述

【单选题】买方向卖方传递的信息不包括（ ）。

- A. 购买信息
- B. 付款信息
- C. 收货信息
- D. 交货信息

答案：D

解析：一方面卖方向买方传递商品信息、结算信息、交货信息；另一方面买方向卖方传递购买信息、付款信息、收货信息。



第一节 电子商务概述

【考点5】电子商务对企业经营管理的影响

电子商务逐渐成为社会生活的**主要方式**，同时使得企业的整个生存环境产生变化，企业的经营管理在各个方面也受到影响。



第一节 电子商务概述

（一）组织结构

原有各工作单元之间的界限被打破，重新组合成为一个直接为客户服务的新的**工作单元**。这个新的工作单元直接与市场接轨，并以市场的最终效果来衡量流程的组织状况。

企业间的业务单元不再是**封闭的金字塔式层次结构**，而是方便业务单元相互沟通、相互学习的**网状结构**。

这种结构使业务单元广开信息交流渠道，**共享信息资源**，**增加利润**，**减少摩擦**。



第一节 电子商务概述

在电子商务模式下，企业的经营活动打破了时间和空间的限制，把现有资源组合成为一种超越时空、利用电子手段传输信息的经营实体，出现了一种类似于无边界的新型企业-虚拟企业，其管理由原来的相互控制转向相互支持，由监视转向激励，由命令转向指导。



第一节 电子商务概述

（二）管理模式

在电子商务架构下，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，信息无须经过中间环节就可以到达沟通的双方，工作效率明显提高。



第一节 电子商务概述

(1) 产生企业内 网、数据库	所有的业务单元可以通过企业内网快捷地交流，通过数据库进行信息共享，管理人员之间沟通的效率大大提高，信息更加透明，组织结构分布趋向网络化。
(2) 企业管理由 集权制向分 权制转换	多组织单元共同参与、共担责任、共享利益的决策过程提高了员工的参与感和决策能力，调动了员工的积极性，提高了企业决策的科学水平。
(3) 组织流程并 行	通过计算机网络的应用，把各环节、各职能部门整合到网络上，围绕共同的任务及时沟通，协调运作，提高作业效率，降低作业成本。



第一节 电子商务概述

(三) 生产经营

(1) 降低企业的交易成本	电子商务降低了企业的促销成本和采购成本
(2) 减少企业的库存	信息的高效流通使得生产商可以准确地依据需求来生产，这样就提高了库存周转率，使库存总量保持在适当的水平，从而把库存成本降到最低。
(3) 缩短企业的生产周期	开发者可以利用网络进行市场调研，及时了解最新的市场需求，对开发中的产品进行改良。
(4) 增加企业的交易机会	企业可以连续不断地为世界各地的客户提供技术支持和销售服务，不间断的运作给企业增添了许多交易机会。



第一节 电子商务概述

（四）竞争方式

电子商务使得企业间的竞争发生了重大的变化，企业拥有的资产、仓库及员工不再是竞争的核心要素。配送速度、产品质量、售后服务、商家信用等越来越受消费者的重视。



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通过内网或数据库，员工可以及时了解企业的政策和发展方向，制定自己的职业生涯规划，很大程度上满足了员工的需求。

③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，为员工与管理者提供更多便利。



第一节 电子商务概述

（六）管理思想

①电子商务打破了时空界限，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，企业需要**树立注重知识的观念**。