

巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



策划编辑 张海红
责任编辑 胡思佳
封面设计 张瑞阳

高等职业教育财经商贸类系列教材（新形态）

校企“双元”合作开发系列教材

电子商务基础

电子商务基础

主编
王铁桩

主编 王铁桩

电子商务基础

DIANZI SHANGWU JICHU

www.xinsijiaocai.com

赠精品教学资料包

服务热线：400-615-1233



扫描二维码
关注上海交通大学出版社
官方微信

ISBN 978-7-313-30392-9



9 787313 303929 >

定价：42.00元



上海交通大学出版社



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

高等职业教育财经商贸类系列教材（新形态）

校企“双元”合作开发系列教材

电子商务基础

主 编 王铁桩

副主编 路正佳 徐冉冉



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面落实新时期党的教育方针,结合电子商务领域的最新动态,将教学内容分为十大项目,涵盖电子商务商业模式、电子商务技术、电子商务支付、电子商务安全、跨境电子商务、电子商务物流、电子商务法律法规及电子商务发展前沿等内容。

本书既可作为高等职业院校财经商贸类专业电子商务相关课程的教材,也可作为企业及社会相关从业人员学习电子商务基础知识的培训指导用书和参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础 / 王铁桩主编. — 上海: 上海交通大学出版社, 2024. 5

ISBN 978-7-313-30392-9

I. ①电… II. ①王… III. ①电子商务—高等职业教
育—教材 IV. ①F713.36

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2024)第 050928 号

电子商务基础

DIANZI SHANGWU JICHU

主 编:王铁桩

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

印 制:三河市骏杰印刷有限公司

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

字 数:300 千字

版 次:2024 年 5 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-30392-9

定 价:42.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:13

插 页:1

印 次:2024 年 5 月第 1 次印刷

电子书号:ISBN 978-7-89424-644-8

版权所有 侵权必究

告读者:如您发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:0316-3662258



前言

本书以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面落实新时期党的教育方针，结合电子商务领域的最新动态进行编写。

本书紧紧围绕职业认知能力，以电子商务所涵盖的知识领域展开，从走进电子商务的世界，到认识电子商务的商业模式；从构建电子商务的技术支撑环境，到明晰电子商务支付形式和电子商务安全架构；从了解网络营销模式到熟悉跨境电子商务操作；从认识电子商务物流系统到熟悉电子商务法律法规，再到电子商务发展前沿展望，由浅入深，全面介绍了电子商务的理论知识与实践技巧。书中精选了大量行业热点案例，由实例引出理论，理论与应用并重；所选素材新颖，语言通俗易懂，可操作性和创新性较强。

本书的参考学时为 64 学时，建议采用理论实践一体化的教学模式，各项目的参考学时见下表。

项目名称	模块内容	学时分配
项目一 走进电子商务的世界	认识电子商务	2
	熟悉电子商务的相关知识	2
	了解电子商务的产生与发展	2
项目二 认识电子商务的商业模式	电子商务的框架	2
	电子商务模式的含义及种类	2
	B2B 电子商务	2
	C2C 电子商务	2

(续表)

项目名称	模块内容	学时分配
项目三 构建电子商务的技术支撑环境	网络技术基础	2
	Internet 基础	2
	建设电子商务系统	4
项目四 从货币到支付, 走进电子商务支付	电子商务支付概述	1
	电子支付工具、网上银行与手机银行	2
	第三方支付与移动支付	2
	互联网金融	1
项目五 解密电子商务安全	电子商务安全问题	2
	防火墙技术	2
	加密技术	2
项目六 从小白到达人, 玩转网络营销	网络营销概述	2
	网络营销的策略	4
	常用的网络营销方法	2
项目七 认识跨境电子商务	跨境电子商务概述	2
	常见的跨境电子商务平台	2
	跨境电子商务推广	2
	跨境电子商务物流与跨境支付	2
项目八 打造配送之路—— 电子商务物流	物流概述	1
	电子商务下的物流系统	2
	电子商务与供应链管理	3
项目九 熟悉电子商务法律法规	《中华人民共和国电子商务法》概述	1
	电子合同	2
	消费者权益保护	1
项目十 展望电子商务发展趋势	电子商务发展领域	2
	新技术与电子商务	2

本书的特色主要体现在以下几个方面。

(1) 内容翔实，讲练结合。本书涵盖了电子商务发展的主要内容，讲解透彻全面，易于理解和掌握。书中每个项目后都设置有“技能训练”栏目，方便学生边学边练，及时掌握所学的知识点。编者还在知识讲解中穿插设置了“讨论”栏目，以帮助学生在学中思、思中练，提升综合能力。

(2) 注重德技并修，强化课程思政建设。本书每个项目中都配有“思政园地”，精选具有正能量、弘扬主旋律的典型案列，结合项目主题充分体现时代精神，弘扬社会主义核心价值观，体现党和国家对教育的基本要求。

(3) 反映行业新动态，紧贴新技术发展。本书的编写紧跟新时代、新技术，突出移动互联网特征，充分反映产业发展的最新进展。

(4) 突出“以学习者为中心”。本书以学生为中心，对接“线上线下混合”的教学模式，开发二维码教学资源，与纸质教材教学内容互补，学生可随时随地扫码学习，实现纸质教材与数字资源的有效融合。

本书由河南经贸职业学院王铁桩任主编，负责制定大纲、统筹及统稿工作；由河南经贸职业学院路正佳、徐冉冉任副主编；河南经贸职业学院郝亚美、晋妍妍参与了编写工作。具体的编写分工为：项目一、项目二由王铁桩编写，项目三、项目八由郝亚美编写，项目四至项目六由徐冉冉编写，项目七由晋妍妍编写，项目九、项目十由路正佳编写。此外，宁波市千鼎网络科技有限公司卢奕衡、马芳芳等人参与了审稿工作。

在编写本书的过程中，编者汲取了众多专家和学者的研究成果，得到了杭州柏嘉柠网络科技有限公司的大力支持，在此对相关人員一并表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

编者





目 录

项目一	走进电子商务的世界	1
	模块一 认识电子商务	2
	模块二 熟悉电子商务的相关知识	4
	模块三 了解电子商务的产生与发展	8
项目二	认识电子商务的商业模式	19
	模块一 电子商务的框架	20
	模块二 电子商务模式的含义及种类	25
	模块三 B2B 电子商务	27
	模块四 C2C 电子商务	30
项目三	构建电子商务的技术支撑环境	37
	模块一 网络技术基础	39
	模块二 Internet 基础	47
	模块三 建设电子商务系统	53
项目四	从货币到支付，走进电子商务支付	61
	模块一 电子商务支付概述	63
	模块二 电子支付工具、网上银行与手机银行	67
	模块三 第三方支付与移动支付	72
	模块四 互联网金融	76

项目五	解密电子商务安全	81
	模块一 电子商务安全概述	82
	模块二 防火墙技术	83
	模块三 加密技术	87
项目六	从小白到达人，玩转网络营销	97
	模块一 网络营销概述	99
	模块二 网络营销的策略	102
	模块三 常用的网络营销方法	106
项目七	认识跨境电子商务	117
	模块一 跨境电子商务概述	119
	模块二 常见的跨境电子商务平台	124
	模块三 跨境电子商务推广	129
	模块四 跨境电子商务物流与跨境支付	136
项目八	打造配送之路——电子商务物流	145
	模块一 物流概述	147
	模块二 电子商务下的物流系统	152
	模块三 电子商务与供应链管理	161
项目九	熟悉电子商务法律法规	169
	模块一 《中华人民共和国电子商务法》概述	171
	模块二 电子合同	175
	模块三 消费者权益保护	179
项目十	展望电子商务发展趋势	187
	模块一 电子商务发展领域	188
	模块二 新技术与电子商务	193

项目一

走进电子商务的世界

知识目标

1. 掌握电子商务的概念。
2. 了解电子商务的产生和发展过程。
3. 熟悉电子商务的特点和功能。

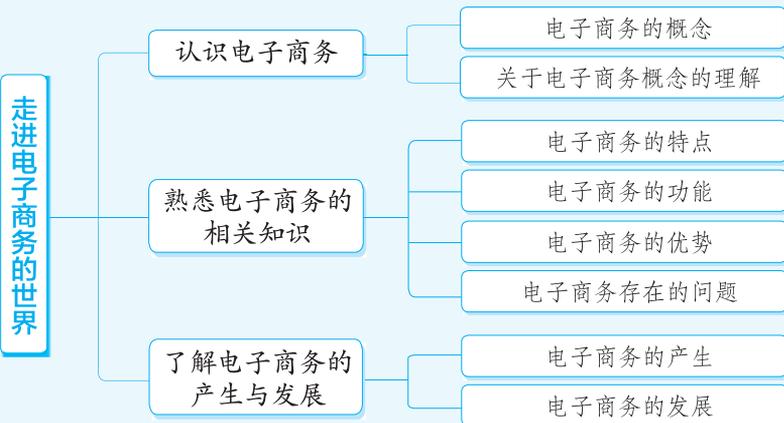
技能目标

1. 能够利用电子商务的优势。
2. 能够规避电子商务存在的问题。

素养目标

1. 了解我国近年来电子商务领域发展的先进成果，培养爱国热情。
2. 了解电子商务在人民美好生活中的作用，树立“为国学习、服务社会”的理念。

思维导图



案例导入

2023 年开年我国网络零售额持续增长^①

据商务部数据,2023 年一季度,我国网络零售市场规模总体稳步增长。国家统计局数据显示,一季度全国网上零售额为 3.29 万亿元,同比增长 8.6%。其中,实物商品网上零售额为 2.78 万亿元,同比增长 7.3%,占社会消费品零售总额的比重为 24.2%。据商务大数据对重点电商平台的监测,一季度全国网络零售市场主要呈现以下特点。

(1) 部分品类商品销售实现快速增长。18 类监测商品中,有 6 类商品增速超过两位数。其中,金银珠宝、通信器材同比分别增长 28.1% 和 18.5%。

(2) 各地区网络零售增速加快。一季度,中部、东部、西部和东北地区网络零售额同比分别增长 11.3%、8.6%、6.9% 和 3.7%,比 1—2 月分别加快 1.9、2.4、1.5 和 4.1 个百分点。

(3) 在线服务消费明显回暖,接触型、出行类服务消费恢复加快。一季度,在线餐饮销售额同比增长 17.1%,监测范围内所有省级行政区的在线餐饮销售额同比增速均超 7%;在线销售的旅游产品和景点门票、在线文娱销售额同比分别增长 115.8% 和 19.2%。

(4) 农村网络零售增势较好。一季度,全国农村网络零售额达 5 233.4 亿元,同比增长 8.8%,增速较去年同期提升 3.4 个百分点。其中,农村实物商品网络零售额为 4 766.6 亿元,同比增长 7.7%。

(5) 电商新业态新模式蓬勃发展。一季度,重点监测的电商平台累计直播场次超 4 300 万场,累计观看人次超 3 600 亿人次,直播商品数超 3 400 万个,活跃主播数超 200 万人。

电子商务已经成为人们的一种生活方式,为人们的日常生活提供了极大的便利。

模块一 认识电子商务

一、电子商务的概念

随着网络技术的高速发展,信息技术作为工具被引入商贸活动中。基于网络和信息技术的电子商务作为一种新兴的交易形式,逐渐受到各



微课
探究电子商务的由来 -p31nvr

^① 佚名. 商务部: 2023 年一季度全国网上零售额 3.29 万亿元 同比增长 8.6% [EB/OL]. (2023-04-21) [2023-07-28]. https://www.toutiao.com/article/7224418748172599820/?channel=&source=search_tab. (有改动)

类企业的高度重视，并在全世界范围内得到广泛的应用。同时，电子商务的迅速兴起引起了理论界的普遍关注，一些国际组织、政府、企业界人士和学者根据各自对电子商务的理解给出了许多不同的定义，其中比较有代表性的有以下3个。

（一）国际商会的定义

1997年11月，国际商会（International Chamber of Commerce, ICC）在法国巴黎举行的世界电子商务大会上将电子商务定义为“整个贸易活动实现电子化”。从交易方式的角度来看，电子商务是交易各方以电子交易方式，而不是通过当面交换或直接面谈的方式进行的任何形式的商业交易；从技术的角度来看，电子商务是一种多技术的集合体，包括交换数据[如电子数据交换（electronic data interchange, EDI）、电子邮件]、获得数据（如共享数据库、电子公告板）以及自动捕获数据（如条形码）等技术。

（二）美国政府的定义

美国政府在其《全球电子商务纲要》中指出：电子商务是通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等。全球电子商务将会涉及世界各国。

（三）IBM公司的定义

IBM公司认为，电子商务是在因特网（Internet）等网络的广泛联系以及传统信息技术系统的丰富资源相结合的背景下应运而生的一种在互联网上展开的互动商务活动，是内部网、外部网和Internet三个层面的综合应用。

综合分析上述电子商务的定义可知，在电子商务的几个关键特征上，理论界已经基本达成一致，即电子商务是一种商务活动，使用的是网络和电子信息技术。在此基础上，编者认为电子商务的概念为：电子商务是指利用互联网及现代通信技术进行的任何形式的商务运作、管理或信息交换；电子商务包括企业内部的协调与沟通、企业之间的合作及网上交易三个方面的内容。

二、关于电子商务概念的理解

全面深入地理解电子商务的概念应注意以下4个方面。

（一）网络和电子信息技术是电子商务的技术载体

电子商务所应用的实现技术主要包括网络技术、计算机技术、电子数据交换技术、数据存储分析处理技术等。这些先进的技术为电子商务活动提供了快捷、高效的电子工具，使电子商务活动能够高效率、高效益、低成本地进行。因此，网络和电子信息技术是电子商务实现的手段。

（二）电子商务的核心是商务活动

从本质上看，电子商务是实现以商品交换为目的的各种商务活动。先进技术的应用只是改变了传统商务的实现形式，使在传统环境中开展的商务活动能够在网络虚拟空间

开展。但是，形式的改变并没有改变商务活动中各交易主体之间的交换关系。因此，电子商务的核心仍然是商务，技术只是电子商务的手段。

（三）电子商务不局限于网上销售

电子商务涵盖了企业的采购、产品开发、生产、销售、服务支持、形象宣传以及内部管理等各个方面，网上销售产品只是电子商务活动的一部分。

【讨论】

有专家断言：“电子商务已经成为我们离不开的一种生活方式。”对于这句话，你如何理解？

（四）复合型人才是发展电子商务的关键

电子商务是现代信息技术与商务的有机结合，所以合格的电子商务人才必然是同时掌握现代信息技术、现代商贸理论与实务的复合型人才。无论是一家企业还是一个国家，成功发展电子商务的关键都在于拥有大批掌握现代信息技术与商务理论及实务的复合型人才。



微课
电子商务的就业前景
-c4etnu

模块二 熟悉电子商务的相关知识

一、电子商务的特点

电子商务利用现代信息技术，将传统商务活动中的物流、资金流、信息流的传递方式进行整合，以电子方式实现商务信息的传递和交换，从而达到提高商业运作效率的目的。与传统商务相比，电子商务具有以下5个特点。

（一）虚拟性

电子商务是依托互联网开展的商务活动。在电子商务交易的过程中，信息和资源以数字化的形式实现传递和转移，从而使整个商务活动中的大部分流程能够在虚拟的网络平台上开展，从发布信息、洽谈磋商、签订合同、支付货款到完成交易，均通过网络实现。整个交易都在网络这一虚拟的环境中进行，交易完全虚拟化，并且出现了虚拟商店、中介机构及虚拟企业等新的组织形式。

（二）高效性

电子商务的高效性是建立在信息技术基础之上的。借助网络和电子信息技术，整个交易流程都可以直接通过网络，采用电子化的方式进行，缩短了交易时间，提高了商务活动的效率；同时，电子商务能够实现商业信息的便利储存和快速传递，使买卖双方的

信息交流和沟通更加快捷。此外，企业可以充分利用互联网上的丰富资源，及时掌握供求信息，对市场需求做出快速反应，从而提高产品设计、开发和生产的速度，做到即时生产、即时销售。

（三）协作性

电子商务是一种涉及多个参与主体、由多个环节组成的活动。电子商务的实现需要多方（包括用户、生产商、渠道商、物流公司等）参与，按照一定的规则协调开展；同时，银行、交通、通信、保险、政府等诸多部门参与并发挥作用，才能实现全过程的电子商务。随着电子商务应用领域的不断扩展，协调的范围也在不断扩大，过程也更加自动化。只有多部门之间相互协调、配合，才能真正体现电子商务的优势与价值。

（四）集成性

电子商务能够有效协调企业新技术的开发、运用和原有技术的改造，使企业充分整合各种内外部资源，实现生产、销售及客户服务的高效运作。同时，电子商务能够规范事务处理的工作流程，将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体。这种事务处理的整体性和统一性不仅能提高各种资源的利用效率，而且能提高企业电子商务系统运行的可靠性。

（五）可扩展性

对于企业来说，其所应用的电子商务系统不该是一成不变的，而应能够随着企业规模的扩大、业务的扩展而不断扩展。根据企业的业务需求或发展需要，企业必须对原先设计的电子商务系统进行修改、补充和完善，以提高其适用性。电子商务的可扩展性在很大程度上取决于技术的进步。

二、电子商务的功能

基于互联网的电子商务突破了时间和空间的限制，在很大程度上改变了传统商务活动的形式，丰富了传统商务的内容，具备广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、物流服务、意见征询、交易管理等多种功能。

（一）广告宣传及咨询洽谈

互联网是全世界容量最大、效率最高的信息传播工具。通过互联网发布商务信息是电子商务的基本功能之一。开展电子商务的企业可以利用网站、电子邮件、即时通信工具等多种手段，以较低的成本、较快的速度发布各种商务信息，并取得较好的传播效果。企业可以通过电子邮件、新闻组、讨论组、论坛等非实时通信工具了解市场和商品信息，进行咨询沟通，洽谈交易事务，并利用网络视频会议等工具进行实时的信息交流。

【讨论】

互联网的兴起使得获取信息变得异常简便。但是，如何才能在浩如烟海的信息中找到有价值的材料？掌握这一点是非常重要的。请以“如何找到有价值的信息”为搜索项，分别使用百度搜索引擎、360 搜索引擎进行搜索，并针对搜索结果进行比较和分析。

（二）网上订购及网上支付

在网络平台上，客户可以利用电子邮件或表单实现网上订购。为方便客户顺利完成订购过程，企业通常会在网站的产品介绍页面提供友好的订购提示信息、订购交互格式的表单。当客户填写完订购单后，系统通常会回复确认信息单，以保证订购信息的收悉。网上支付是完整的电子商务过程中必不可少的环节。客户和商家之间可使用电子支票（electronic check）、银行卡、电子现金、电子钱包等工具进行网上支付。网上支付有助于买卖双方缩短交易时间，降低交易成本。

（三）物流服务

物流服务是电子商务的交易得以完成的重要环节，可通过物流配送系统，将客户购买的商品传递到客户手中。对于有实体形态的商品，电子商务系统可以借助物流体系，实现商品的转移；对于各种没有实体形态的信息类商品，电子商务系统可以直接通过网络进行传输。

（四）意见征询及交易管理

企业可以利用网站、电子邮件等工具及时地收集客户对其产品和服务的意见和建议。这可以促使企业提高产品和服务质量，发现新的市场机会，与客户建立良好的合作关系。企业的交易管理是对企业内部所有资源、企业外部的合作者、消费者、政府部门及相关组织等各方面的协调与管理。因此，交易管理实际上是涉及商务活动全过程的管理。企业可以利用电子商务系统实现各种信息和资源的实时传输和汇总，及时处理各种问题，保证内部的正常运转。

三、电子商务的优势

（一）实现传统的商务流程电子化

电子商务以电子流代替实物流，大量减少了人力、物力，降低了企业的成本；同时，突破了时间和空间的限制，使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行，从而提高了企业的运营效率。

（二）为企业创造了更多的贸易机会，提升了中小企业的竞争力

相对于传统贸易，电子商务开放性和全球性的特点为企业创造了更多的贸易机会。

企业通过网络进行信息展示，万里之遥的客户也能很容易地获得产品的信息，进而达成交易。通过网络的信息推广，交易信息更加完备。中小企业可以拥有和大企业一样的信息资源，从而在经营决策方面有更大的自由度，在日趋激烈的市场竞争中占据优势。

（三）减少流通的中间环节，重构社会经济布局与结构

电子商务重新定义了传统的流通模式，减少了中间环节，使生产者和消费者可以直接进行交易，节约了交易成本，从而在一定程度上改变了整个社会经济的运行方式。电子商务不但破除了时空的壁垒，而且提供了丰富的信息资源，为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能，这将进一步影响社会的经济布局 and 结构。

（四）增强广泛的互动性，有利于打造个性化服务

通过互联网，企业之间可以直接交流、谈判、签合同，消费者也可以把自己的建议反馈到企业的网站，而企业可以根据客户的反馈及时调查产品品类及服务品质，做到良性互动。个性化消费已成为消费的主流，人们希望以个人心理愿望为基础，购买个性化的产品及服务，甚至要求企业提供个性化的定制服务。在电子商务中，企业可以通过客户关系管理系统对客户的要求做出有效的管理，进行市场细分，并提供个性化服务。

（五）提供更有效的售后服务

企业可以在自己的官网上提供产品功能介绍、技术支持、常见问题解答等信息，软件类企业还可以为客户提供软件的在线升级服务。企业可以通过自己的电子商务系统巩固原有的客户，吸引新客户，从而扩大经营规模。售后服务不再是负担，而是企业通过客户关系管理维护老客户、提高市场占有率的一种有效手段。

（六）使企业实现“柔性”制造

近年来，大数据的广泛应用使得企业能够根据用户数据信息明确产品生产的品类、数量以及款式，保证产品的销量，减少库存积压，提高经济效益，减少资源的浪费，实现用户与企业之间的双赢，提升整个社会的经济效益。

四、电子商务存在的问题

近年来，电子商务在各国政府的大力推动下得到了很大的发展，但仍存在着一些问题，主要有以下两个方面。

（一）交易的安全性还需进一步加强

电子商务的安全问题仍然是影响电子商务发展的主要因素。由于互联网的迅速流行，电子商务引起了广泛的关注，被公认为是未来信息技术行业最有潜力的新的增长点。但是，在开放的网络交易中，数据传输的安全性仍是一个值得关注的问题。事实上，电子商务的安全性问题其实就是现实商业贸易中人与人之间的诚信问题，需要交易双方的共同努力。

（二）电子商务的管理有待进一步规范

网络经济的快速发展要求政府的管理制度规范。但电子商务是一个新生的事物，规则、制度的制定与实施往往需要一个过程，这就导致出现了管理滞后的问题。随着电子商务的快速发展，各级政府普遍认识到加强对电子商务的规范管理的必要性和迫切性，正逐步完善各项制度，规范交易的流程。

模块三 了解电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

计算机和网络通信技术的产生和普及、电子化金融体系的出现、安全电子交易协议的制定，以及政府的支持等多方面的因素为电子商务的产生提供了重要的基础条件。

（一）计算机和网络通信技术的发展是基础

从广义上说，自从有了电子通信技术，就有了电子商务，即利用电话、传真等方式传递商务信息的活动可以看作电子商务的开端。20世纪60年代以来，随着信息技术革命的推进，计算机的运行速度加快、处理能力变强，应用越来越广泛。同时，网络通信技术的出现为信息的远程传递提供了重要载体。因此，计算机和网络通信技术是电子商务产生的基础。

（二）电子化金融体系是必不可少的条件

电子商务的支付与结算需要电子化金融体系的密切配合。因此电子化金融体系是电子商务活动的基础条件之一。电子化金融体系由电子化的金融服务组织、金融系统、金融支付工具，以及金融监管法规与机制等方面组成。电子化金融体系通过银行之间的金融专用网络为企业提供电子商务下的安全电子支付、网上转账等一系列金融电子化服务，并使银行业务可以满足电子商务应用所必需的电子化要求。

（三）安全电子交易协议的制定是重要保证

1997年5月31日，由美国维萨（VISA）和万事达卡（Mastercard）两个国际信用卡组织联合制定的安全电子交易协议出台。该协议实质上是应用于Internet上的以信用卡为基础的电子付款系统规范，解决了信用卡在电子商务交易中的交易协议、信息保密、资料完整性以及身份认证等问题，目的是保证网络交易的安全。该协议得到大多数企业的认可和支持，为电子商务的应用提供了一个安全的网络交易环境。

（四）政府的支持是重要推动力量

电子商务受到各国政府和国际组织的重视，它们纷纷出台政策并采取了相应的措施

以鼓励和支持电子商务的发展。1996年6月,联合国国际贸易法委员会提出了《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》;1997年4月,欧盟出台了《欧洲电子商务行动方案》;1997年7月,美国发布了《全球电子商务纲要》;同年,美国和欧盟共同发表了有关电子商务的联合宣言;2019年1月1日,我国政府开始实施《中华人民共和国电子商务法》。在明确的政策导向下,各国政府积极加强网络基础设施建设,完善电子商务活动的管理体制,为电子商务的发展提供了有力的支持。

二、电子商务的发展

(一) 电子商务的发展阶段

电子商务的发展大致可分成以下两个阶段。

1. 基于 EDI 的电子商务

电子数据交换(EDI)产生于20世纪60年代末期,主要是通过增值网络实现的。通过EDI,交易双方可以将交易过程中产生的各种单据,以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。应用EDI,能够大大提高交易效率,降低交易成本;同时,简化业务流程,减少由于人工操作失误带来的损失,从而加强贸易伙伴之间的合作,使企业实现“无纸贸易”。在此后的20年间,EDI在国际贸易、海关业务和金融领域得到了大量的应用。1990年,联合国正式推出了EDI标准——UN/EDIFACT,统一了国际贸易数据交换中的标准,为在全球范围内利用电子技术开展商务活动奠定了基础。

由于EDI对技术、设备、人员有较高的要求,且使用成本较高,基于EDI的电子商务应用仅局限于一些发达国家和地区,难以在广大中小企业中广泛普及和应用。

2. 基于互联网的电子商务

20世纪90年代初期,计算机和网络技术得到了突破性的发展,推动了基于互联网的电子商务技术的产生。基于互联网的电子商务是以遍及全球的互联网络为架构、以全世界范围内的电子商务参与者为主体、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。与基于EDI的电子商务相比,基于互联网的电子商务覆盖范围更广,市场进入门槛更低,因而为各类企业提供了均等的商业机会和发展空间,有助于它们降低成本、增加价值、提高效率、扩展市场。更重要的是,随着互联网的应用逐渐向家庭和个人推广普及,越来越多的消费者开始参与电子商务活动,这不仅为企业提供了更大的市场空间,也进一步将电子商务推向以用户需求为中心、专业化、多样化、个性化的发展方向。

(二) 国外电子商务的发展

随着Internet的进一步普及和应用,电子商务已经成为推动全球经济一体化、经济增长的主要动力之一。互联网的日趋普及使越来越多的消费者开始参与网上购物活动,

信用卡、网上银行、移动支付等支付工具被人们广泛采用，电子商务获得了高速的发展，并且受到了越来越多的企业的高度重视。

全球电子商务市场在过去十多年中快速增长，并且这种势头仍在持续。从网购人数增长的区域来看，未来几年增长最快的将是中东和非洲地区。

目前，全球电子商务主要朝着从粗放式扩张到精细化发展、从泾渭分明到边界模糊、从发达地区到新兴市场、从资源驱动到技术驱动的4个方向发展，呈现出以下4个特点。

1. 从粗放转向集约

全球电子商务市场的增长速度自2016年后呈逐年下滑趋势。增长放缓的情况同时出现在欧美等发达国家和中国等新兴市场中。增速趋缓的主要原因是电子商务发展出现了新的变化，互联网用户增长乏力、产业增长空间和潜力受到限制。电子商务领域的发展将从粗放式的增长进入精细化和集约式增长阶段。

2. 无界化态势明显

电子商务无界化态势明显，传统的企业边界、产业边界、地域界限甚至线上和线下的界限正在被逐渐颠覆。

3. 重心正在转向新兴市场

以亚太、中东欧、拉丁美洲、中东和非洲地区为主的新兴电子商务市场开始跃进。新兴地区在全球企业对消费者（business to consumer, B2C）电子商务市场中的比重超过北美和西欧等发达地区，全球电子商务的重心正在转向新兴市场。

4. 新技术被广泛应用

云计算、虚拟现实、无人机、5G网络、人工智能（artificial intelligence, AI）等新兴技术在电子商务各环节广泛应用，大数据驱动电子商务领域进一步创新，智能无人商店、社交电子商务、跨境电子商务等电商新业态和新模式不断涌现。技术应用、数据革命赋能电商发展新动力。

（三）我国电子商务的发展

我国稳居全球规模最大、最具活力的电子商务市场地位。商务部数据显示，2022年全国电子商务交易额达43.83万亿元，如图1-1所示。我国是全球最大的互联网用户市场，截至2023年6月，网民规模为10.79亿人。电子商务与实体经济融合发展加速，带动了更多人从事电子商务相关工作，2022年，我国电子商务从业人员达6937.18万人，如图1-2所示。



微课
国外电子商务的发展
-eywp1f



微课
国内电商的发展与狂
欢 -sig3tq

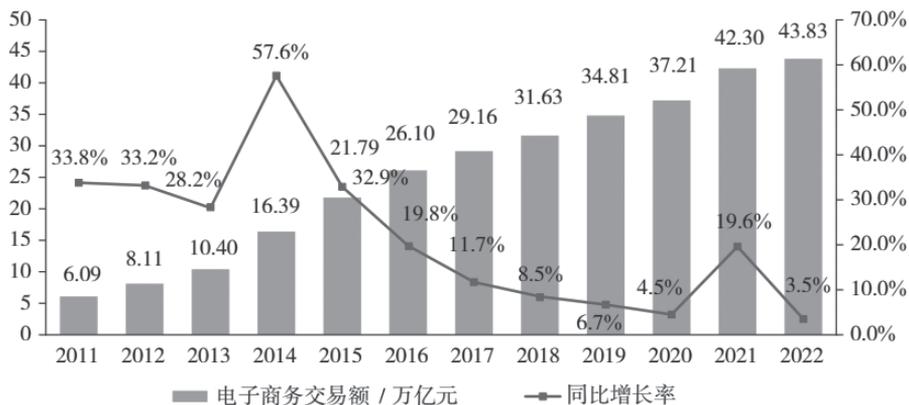


图 1-1 2011—2022 年我国电子商务交易额统计



图 1-2 2014—2022 年我国电子商务从业人员统计

1. 我国电子商务的发展特点

我国电子商务的起步晚于欧美发达国家，但是由于经济的快速发展和各级政府的高度重视，我国的电子商务发展速度较快，其对经济的巨大推动作用正在逐渐显现出来。具体来说，我国电子商务的发展呈现出以下 5 个特点。

(1) 电子商务的基础设施不断完善。网络基础设施是电子商务发展的基本条件。20 世纪 90 年代初，我国启动了大规模的电子商务基础设施建设工程。2006 年 4 月 16 日，商务部中国国际电子商务中心在中国进出口商品交易会（广交会）上正式启动中国国际贸易企业应用电子商务平台，这标志着中国国际贸易向信息化方向迈出了坚实的步伐。

(2) 电子商务的市场规模不断扩大。近年来，我国的电子商务市场规模迅速扩大，电子商务的交易额已从 2015 年的 21.79 亿元上升到 2022 年的 43.83 万亿元，电子商务服务业继续保持稳步增长，市场规模进一步扩大；互联网企业在网络视频、移动支付、共享经济、生活服务和公共服务平台等方面不断创新，带动电商信息服务收入保持稳步较

快增长。随着人工智能、增强现实（augmented reality, AR）/虚拟现实（virtual reality, VR）、大数据以及云服务等新技术的快速发展，电商服务领域不断被拓展，一方面体现在零售创新发展拓展了电商服务的时空界限，另一方面体现在不断改造传统供应链，提升零售企业运营效率，推动业态模式创新加速涌现，不断催生更多的电商服务业态。

（3）电子商务相关法治建设取得不断突破。《中华人民共和国电子商务法》的出台标志着我国电子商务发展进入有法可依的新阶段。《中华人民共和国电子商务法》明确了平台经营者和平台内的经营者、消费者等电子商务参与主体的责任、权利，有助于保障各方主体的合法权益，为我国电子商务的可持续发展提供了坚实的法律保障。

（4）跨境电子商务加速作用于传统产业。跨境电子商务推动营销、交易、交付等多个外贸环节在线化、数字化发展，为企业提供了新的全球化发展机遇。在品牌出海方面，小米、美的、海尔、华为、格力等国产手机及家电品牌成为出口销售额排名领先的企业，京东加快在印度尼西亚、泰国开拓市场。2022年，我国跨境电子商务保持平稳较快增长，跨境电商综合试验区实现全国31个省区市全覆盖，以跨境电子商务为突破口，完善通关一体化、信息共享等配套政策，推进包容、审慎、有效的监管创新，推动国际贸易自由化、便利化和业态创新。

（5）电子商务扶贫取得新进展。截至2022年年底，我国电子商务进农村综合示范县达1000多个，建成县级电子商务服务和物流配送中心1000多个、乡村电子商务服务站7万多个。通过乡村小店供应链共享模式、社交电商直供模式、政府公共服务模式创新等，农民实现脱贫致富。

小案例

乡村产业搭上电商“快车”^①

党的二十大报告提出：“全面推进乡村振兴……发展乡村特色产业，拓宽农民增收致富渠道。”放眼全省，越来越多的乡村产业插上电商翅膀，促进农产品产销对接、优质优价，推动农业转型升级、提质增效，拓宽农民就业增收渠道，为推动农业农村现代化提供了新动能。据统计，2022年1—6月，全省农村网络零售额达753.9亿元，占全省网络零售额的42.4%。全网10万名粉丝以上农产品直播网红有2.6万名。10年来，全省发展“淘宝村”188个、“淘宝镇”121个，居中西部第一。

几年前，新乡县小冀镇的新乡市妙呱呱食品有限公司的负责人王云涛建立起40人的电商销售队伍，将产品一件件卖到消费者手中，并将意见反馈和留言评价一条条收集起来，有针对性地调整产品的口味、开发新产品。2021年，该公司的销售额达

^① 杜君，刘晓阳. 乡村产业搭上电商“快车”——乡村产业振兴看河南系列报道之二 [EB/OL]. (2022-12-04) [2023-07-28]. <https://www.henan.gov.cn/2022/12-04/2650554.html>. (有改动)

2 000 万元，其中 70% 依靠线上销售。

电商兴农，人才是关键。各地不断壮大农村电商人才队伍，催生出越来越多的“农潮儿”。近两年，全省从事电商领域的新农人新增 8 万余人。沁阳市“皮筋村长”张天良、修武县“田园刘娟”、濮阳县“玫瑰姐李莹”、临颍县“冬瓜哥张付庆”等农村原生态主播走红网络。

2. 我国电子商务发展中存在的主要问题

电子商务是涉及国家政治、经济、文化等各个层面的综合性活动。我国是一个发展中国家，电子商务在运行过程中存在诸如商业信用、物流配送、区域发展不平衡、发展亟须创新等问题。

(1) 商业信用。在电子商务的发展过程中，成熟可靠的消费体系和相互信任的市场运作方式是必不可少的条件。由于我国市场经济体系与市场机制还没有完全得到规范和完善，社会化的信用体系和制度不完善，难以保证电子商务交易的可靠性，这在一定程度上影响了人们对于电子商务活动的信任。

(2) 物流配送。电子商务的实现需要高效的物流配送体系的支持。由于我国现代物流业起步较晚，物流基础设施的整合利用水平较低，物流服务的专业化、信息化程度不高，这直接影响了电子商务的应用和推广。

【讨论】

我国电商行业发展迅速，近年来，物流业也有了长足的进步，但依旧存在许多问题。请利用课余时间收集相关资料，整理我国物流业发展存在的主要问题。

(3) 区域发展不平衡。在电子商务经济的发展规模方面，东部省份明显强于西部省份。一方面，电子商务规模较大的省份集中在东部沿海地区，长江经济带、长三角城市群之间的电商集群效应带动了相应区域的联动发展。另一方面，中原经济区、京津冀等地区的集群效应还不明显，电子商务发展优势省份并未对周边区域产生明显的带动作用。因此，需要深入思考如何充分发挥领先省份的优势，带动周边省份发展，实现全国电子商务更为均衡的发展。

(4) 发展亟须创新。对于电子商务经济体量较大的省份，增长放缓的压力主要源于其传统网购市场的饱和，这就需要创新电子商务发展模式，充分挖掘电子商务的经济潜力，凭借其优势资源全面发挥电子商务经济的作用。

【讨论】

有人说“电子商务破坏了传统的商业模式，抢了实体经济的饭碗”。对于这种论断，你如何理解？

3. 我国电子商务的发展趋势

我国电子商务基础条件日趋成熟,国民经济的持续快速增长为电子商务发展提供了坚实的经济基础和广阔的市场空间。随着全面建成小康社会历史任务的完成,我国市场经济体制进一步完善,推进经济增长方式转变和结构调整的力度继续加大,发展电子商务的需求更加强劲。我国电子商务呈现以下4个发展趋势。

(1) 与产业深度融合。电子商务与产业发展深度融合,加速形成经济竞争新态势。电子商务广泛深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域,改变着传统经营管理模式和生产组织形态,并逐渐突破国家和地区局限,影响世界范围内的产业结构调整和资源配臵,加速经济全球化进程。随着我国对外开放水平的提高和市场化进程的加快,大力发展电子商务已成为我国参与全球经济合作的必然选择。

(2) 国际化趋势更加明显。随着国际电子商务环境的不断规范和完善,我国电子商务企业必然走向世界,这也是进一步扩大对外经贸合作、适应经济全球化要求、提升我国企业国际竞争力的需要。在这一过程中,我国的电子商务企业将直接参与国际竞争和合作,既能广泛地利用国内外的各种资源,也能更深入地与国外电子商务企业进行竞争,这对我国电子商务的发展来说既是机遇也是挑战。

(3) 电子商务服务业将蓬勃发展。技术创新加速社会专业化分工,为电子商务服务业提供了广阔的发展空间。基于网络的交易服务、业务外包服务、信息技术外包服务模式逐渐扩大,模式不断创新。面向消费者的电子商务服务范围不断拓宽,网上消费服务模式日渐丰富。电子商务服务业正成为新的经济增长点,推动经济社会活动向集约化、高效率、高效益、可持续方向发展。

(4) 应用将趋于纵深化、个性化。一方面,更加符合中国经济发展状况的电子商务模式将得到广泛的应用,尤其是在行业电子商务方面,将会有更多的企业将增值内容和商务平台紧密集成,充分发挥 Internet 在信息服务方面的优势,使电子商务真正进入实用阶段;另一方面,企业将更加关注核心业务流程,使产品和服务更贴近用户的需求,通过创建、形成新的价值链,把上下游的利益相关者联合起来,形成更高效战略联盟,共同谋求更大的利益。

思政园地

电商“造船”出海,助中国制造走向海外^①

知名调研平台 Sensor Tower 数据显示,拼多多海外版 Temu App 上线不到4个月,在美国市场的安装量已达1 080万次,成为11月1日至12月14日期间全美

^① 徐晶卉. 电商“造船”出海助中国制造走向海外. [2022-12-30] [2023-07-31]. https://www.toutiao.com/article/7182715669190804028/?channel=&source=search_tab. (有改动)

下载量最大的一款 App，收获了一大批海外用户。

2022年9月1日海外上线，9月15日起全面开放，12月就“登顶”世界舞台。这样的成绩对于一个初出茅庐的跨境电商平台而言，着实亮眼。而撇开数据，Temu更大的价值在于为跨境电商的发展提供了一条全新的路径——来自上海的平台经济企业“造船”，带动制造业中小企业轻量化“出海”。在这一过程中，中国平台经济企业长期积累的优势被释放出来，有能力通过更完善的跨境电商基础服务设施，更好地帮助国内制造业企业参与国际市场竞争。

Temu在海外低调启动，却在刚刚过去的“黑色星期五”购物季中展现出巨大的能量。数据显示，2022年“黑色星期五”期间，Temu销售额达到峰值，7天内单日销售额都达到700万美元。Temu以价取胜的策略收到了效果。例如，夏季女装价格大多控制在20美元以下，很多饰品、日用品价格集中在1至5美元之间，大量超值商品迅即引爆美国消费者追逐Temu平台的高昂热情。Temu上线3个多月，3万多家制造业领域的商户——工厂、贸易商、工贸一体户和个体户纷纷加入这一新生跨境平台，实现“出海”。

“2022多多出海扶持计划”项目负责人介绍，选择制造业为突破口，得益于过去7年拼多多在国内积累的丰富产业带资源，“我们通过拼多多‘拼购’少SKU、高订单、短爆发的模式，帮助千千万万制造企业打造‘现象级’爆款，而在这一过程中，我们发现很多企业都是行业优质隐形冠军，拥有走向全球市场的潜能。”

事实上，在中国从制造大国迈向制造强国的进程中，全球供应链也在加速重构。Temu目前的优势主要源于差异化的选品策略、平台补贴折扣以及国内供应链的成本优势和效率优势。

近几年来，电商平台集体出海的势头已显露端倪。海关统计数据显示，2017年到2021年，我国跨境电商出口以约40%的年平均增速高速增长，展现出十足的韧性和强劲的动能。据悉，Temu平台已经发布一揽子“2022多多出海扶持计划”，通过提供数实融合、品牌孵化、物流支持等一体化服务，助力中国制造企业开拓海外市场。



项目小结

1. 电子商务是一种商务活动，使用的是网络和电子信息技术。在此基础上，编者认为电子商务的概念为：电子商务是指利用互联网及现代通信技术进行的任何形式的商务运作、管理或信息交换；电子商务包括企业内部的协调与沟通、企业之间的合作及网上交易三个方面的内容。

2. 电子商务利用现代信息技术将传统商务活动中的物流、资金流、信息流的传递方式进行整合,以电子方式实现商务信息的传递和交换,从而达到提高商业运作效率的目的,具有虚拟性、高效性、协作性、集成性、可扩展性等特点。

3. 基于互联网的电子商务突破了时间和空间的限制,丰富了传统商务的内容,具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、意见征询、交易管理等多种功能。

4. 电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,企业可减少人力、物力,降低成本,提高效率;破除时空壁垒,实现交易参与各方的互动,企业可为消费者提供个性化的服务等。

5. 我国电子商务基础设施不断完善,市场规模不断扩大,相关法治建设不断取得突破。我国已经成为全球规模最大、最具活力的电子商务市场。

技能训练

一、选择题

1. 电子商务的核心是()。
A. 网络通信 B. 商务活动 C. 社交平台 D. 技术展示
2. 我国首部电子商务法律从()开始施行。
A. 2020年3月 B. 2019年5月 C. 2018年12月 D. 2019年1月
3. 电子商务的特点有()。
A. 虚拟性 B. 高效性 C. 集成性 D. 可扩展性
4. 电子商务的功能有()。
A. 网上订购 B. 网络咨询 C. 交易管理 D. 广告宣传
5. 电子商务新业态有()。
A. 智能无人商店 B. B2C 电子商务 C. 跨境电商 D. 社交电商

二、判断题

1. 网络和电子信息技术是电子商务的技术载体。 ()
2. 技术是电子商务的手段。 ()
3. 电子商务模式减少了就业机会,不利于实体经济发展。 ()
4. 电子商务在我国脱贫攻坚战中起到很大的作用。 ()

三、简答题

1. 什么是电子商务？如何理解电子商务的概念？
2. 电子商务的特点有哪些？具有哪些功能？
3. 电子商务具有哪些优势？
4. 简述全球电子商务的发展趋势。
5. 简述我国电子商务的发展现状、存在的问题以及发展趋势。

四、能力拓展

1. 登录中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center, CNNIC）网站（www.cnnic.net.cn），了解其所提供的服务。
2. 查询中国互联网络信息中心发布的最新的中国互联网络发展状况统计报告，记录其中关于中国电子商务发展状况的相关数据，并形成报告。

项目二

认识电子商务的商业模式

知识目标

1. 了解电子商务框架及电子商务模式。
2. 熟悉 B2B、C2C 电子商务的主要内容。
3. 掌握 B2B、C2C 电子商务的交易流程。

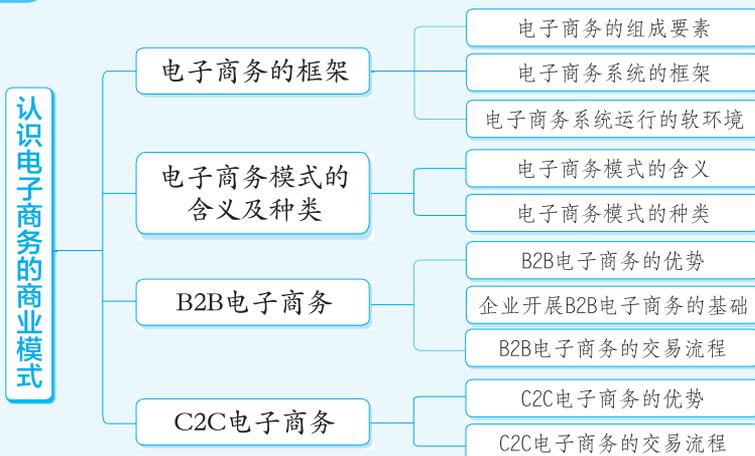
技能目标

1. 能够熟练利用 B2C 电子商务平台进行网上购物。
2. 能够熟练应用 C2C 电子商务平台进行网上购物。
3. 能够利用所学的技能独立开设一家淘宝店铺。

素养目标

1. 培养工匠精神，学习专业知识，锻炼核心能力，做到学以致用、爱岗敬业、乐于奉献。
2. 遵守法律法规，培养良好的职业道德，遵守网络规则，自觉规避网络风险。

思维导图





京东商城^①

京东商城成立于2004年，是一个综合型电商零售平台，是覆盖家电家居、数码、服饰、生活服务等多种品类商品与服务的线上商城。

2007年，京东商城正式上线自建物流，建成北上广三大物流体系。2009年2月，京东商城获得“家电下乡”零售商牌照，成为首个承担家电下乡任务的电子商务企业。2015年，京东超市上线。

2011年4月，京东商城开通海外订购业务。2012年10月，京东海外站正式上线，向海外购物者直接出售商品。2015年4月，全球购跨界电商平台上线，相继开启法国、韩国、日本、澳大利亚、美国等九大主题馆，易贝（eBay）、韩国乐天（Lotte）和日本乐天（Rakuten）等公司建立战略合作关系，业务涉及40多个国家和地区，存货单位（SKU）超过330万件。

京东商城零售业务近年来保持了收入和营业利润率的稳定增长。2022年，京东零售业务实现收入9299亿元，同比增长7.3%。

近年来，电子商务的迅猛发展一次又一次刷新了大众的认知，各行各业对电子商务的依存度屡创新高。

模块一 电子商务的框架

一、电子商务的组成要素

电子商务的覆盖面非常广，不同的电子商务系统涉及的具体对象各不相同。总体来看，电子商务系统一般包括网络系统、用户、金融机构、配送中心、认证机构（certificate authority, CA）、行政管理部门等基本要素，如图2-1所示。

（一）网络系统

电子商务的网络系统主要是指远程通信网、有线电视网、无线电通信网和Internet等信息传输系统，这些不同的网络提供了电子商务信息传输的线路。但是，目前大部分的电子商务应用都构建在Internet上，其主要连接设备有集线器、路由器、数字交换机等。

^① 佚名. 京东商城 [EB/OL]. [2023-07-28]. <https://shidian.baike.com/wikiid/7195511343164047397>. (有改动)

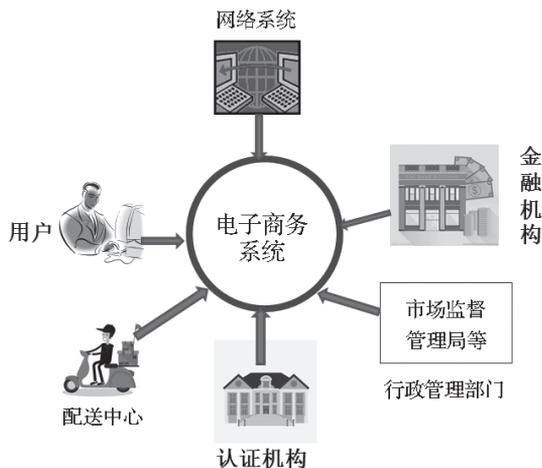


图 2-1 电子商务系统组成要素示意

（二）用户

电子商务用户包括个人消费者和商家两种。个人消费者使用浏览器、小程序、App 等终端设备接入 Internet 参与商务活动。商家通过 Internet 进行网上商务和业务活动，一方面受理消费者的请求，另一方面通过电子报送、电子支付、电子报税等方式与海关、银行、税务局等机构进行有关的商务和业务处理。

（三）金融机构

电子商务是利用网络技术进行的商务活动，基本环节仍然是买和卖，必然涉及支付问题。相对完整的电子商务过程必须有金融机构的介入，以提供方便的支付方式和银行业务。网上银行是应用网络技术提供在线金融服务的银行系统。一方面，网上银行提供网上支付手段，主要包括银行直接转账和与信用卡公司合作，通过信用卡支付为电子商务交易中的用户和商家服务。另一方面，网上支付及移动支付可以突破时间和空间限制，提供传统银行业务的全天候服务。

（四）配送中心

在电子商务活动中，货物往往不是由消费者自行带走，而是由商家配送，这一点与传统商务活动不同。因此，配送中心成为电子商务系统必不可缺的组成要素。商家可自建配送中心，也可以委托专业的物流公司完成配送业务。交易完成后，商家把备货单发往配送中心，由配送中心备货和出货，将货物送达消费者。

（五）认证机构

认证机构的介入是为解决电子商务活动中的欺诈问题。认证机构全称为电子商务认证授权机构，是受法律承认的权威机构，通过发放和管理数字证书（类似于现实生活中的身份证），对参与商务活动各方的身份及所提供的资料进行确认。

（六）行政管理部门

企业在开展电子商务活动的过程中要接受各种行政管理部门的监管和服务，以保证经济秩序的有效运行。行政管理部门主要包括工商、税务、海关及法律部门等。市场监督管理局对开展网上经营活动的企业行使传统的监督管理职能，同时为企业提供各种便利的网上服务；税务局对电子业务征收税金；海关对国际间的电子贸易活动履行通关、报关、出口退税等法定程序；法律部门主要解决电子商务活动中的各种经济纠纷。

二、电子商务系统的框架

电子商务系统不是一个孤立的系统，其框架包括网络、计算机系统、应用软件等，同时需要与外界进行信息交流。通过对电子商务系统框架的学习，可对电子商务有宏观层面的了解。电子商务系统建设是一个能够支持多种应用，并需要社会广泛支持的系统工程，不但包括网络基础设施建设，还需要搭建与之密切相关的内容服务、支付服务、安全服务、物流服务等其他基础服务平台，同时有赖于公共政策和技术标准等软环境的不断完善。

（一）电子商务系统的基础服务平台

电子商务系统的基础服务平台由内容服务、支付服务、物流服务和安全服务等构成。这些服务的提供不仅是技术问题，更重要的是社会相关部门的参与和支持。

1. 内容服务

内容服务是指基于 Web 的电子商务网站建设。其重点在于构建“商务系统”，即利用网络平台传递、发布各种商务信息，同时综合应用其他各种信息技术进行网页展示，制作更具表现力、吸引力和交互能力的站点内容。

2. 支付服务

支付服务的主要任务是解决电子商务活动中资金支付的问题，即从信息浏览、商品选购，到支付、收货等一系列业务环节都可以在线完成。现在人们已经可以享受到在线浏览信息、选购商品的方便、快捷，支付服务的质量将直接影响电子商务活动的开展。支付体系的完善成为电子商务系统建设中不可或缺的重要内容。支付服务的主要内容包括开发多种网上支付手段和推动银行等金融机构的进一步参与。

3. 物流服务

物流服务的主要任务是解决电子商务活动中的物流配送问题。随着大数据、物联网等技术应用到物流领域，我国物流业发展迅速，涌现了一大批物流公司，物流服务质量 and 配送速度较前些年有明显的改观，快递业蓬勃发展，各类平台对物流发展也给予了极大的支持。

4. 安全服务

安全服务的主要任务是保障电子商务活动的安全，包含数据传输的安全性、数据的

完整性、身份验证、交易的不可抵赖性、资金安全、计算机系统安全、网络通信安全及交易过程安全等。在实际的电商实践中，保障消费者的支付安全和信息安全，对于电子商务的发展至关重要。

（二）电子商务系统的应用平台

在网络平台和基础服务平台的支持下，出现了各种各样的电子商务系统的应用平台。电子商务系统的应用平台主要包括信息浏览类应用、商品交易类应用、在线服务类应用等。

小案例

信息创造价值^①

今日头条是一款基于数据挖掘技术的个性化推荐引擎产品，为用户推荐有价值的、个性化的信息，提供连接人与信息的新服务。其信息涵盖领域包含热点、直播、科技、娱乐、游戏、汽车、财经等内容，这些都是与用户生活紧密相关的话题。基于这一理念，今日头条一经问世，便受到用户的广泛好评，是国内移动互联网领域成长最快的产品之一。

今日头条的精准信息推送是围绕算法展开的。作为一家“有态度”的新闻资讯客户端，今日头条没有采编人员，不生产内容，基于机器学习的个性化资讯推荐引擎5秒计算出用户的兴趣，力求每一次的推荐都更加精准，让阅读更加有用、高效。算法模型会记录用户在今日头条上的每一次行为，在海量的资讯中发掘用户感兴趣的内容，甚至是用户有可能感兴趣的内容，并将它们精准地推送给用户。这充分印证了今日头条的营销理念——“信息创造价值”。

1. 信息浏览类应用

信息浏览类应用（如搜狐、网易、新浪、今日头条等）提供了大量丰富的新闻、体育、财经、娱乐、旅游、教育、招聘、房产等综合信息。新浪网首页如图 2-2 所示。



图 2-2 新浪网首页

^① 佚名. 今日头条 [EB/OL]. [2023-07-29]. https://baike.baidu.com/item/%E4%BB%8A%E6%97%A5%E5%A4%B4%E6%9D%A1/4169373?fr=ge_ala. (有改动)

2. 商品交易类应用

商品交易类应用不胜枚举，有淘宝网、京东商城、苏宁易购等专业的网上平台，也有海尔、戴尔、通用、宝洁等传统企业的网上平台。其销售的产品有鲜花、书籍、冰箱、计算机、汽车、日用品等，琳琅满目，不一而足。京东商城首页如图 2-3 所示。



图 2-3 京东商城首页

3. 在线服务类应用

在线服务类应用中，百度、360 搜索、搜狗搜索等搜索引擎提供专门的信息检索服务，超星、维普网、万方数据知识服务平台、中国知网等站点提供在线阅读服务，另外还有应用提供娱乐性（如聊天、游戏、听音乐、看电影等）在线服务，等等。此外，二类电商创新层出不穷，如在线教育平台。

三、电子商务系统运行的软环境

（一）公共政策

公共政策是指政府围绕电子商务的税收制度、信息的定价、信息访问的收费、信息传输成本、隐私等问题制定的政策。其中，如何制定税收制度是一个至关重要的问题，如对于信息、电子书籍、软件等无形商品是否征税、如何征税，对于汽车、服装等有形商品如何通关、如何征税等。各国政府应该共同致力于制定一套全球性的标准和规则，保证电子商务的顺利实施。在遵循电子商务国际准则的基础上，对电子商务活动不应过多地干涉，而应尽量放权于企业。政府的作用不是控制和干预，而是扶持和服务，为电子商务提供良好的运行环境。

（二）法律问题

电子商务活动的正常运行需要法律的保护，违规的电子商务活动应受到法律的制裁。由于网上商务活动存在一些不同于传统商务的特点，给现行法律带来了一系列新的挑战。例如，当买卖双方所在地区的法律制度存在差异时，就涉及他们之间的纠纷如何解

决、其法律效力又如何保证等问题。电子商务活动的顺利开展在一定程度上依赖于相关法律法规的建立健全。

（三）隐私问题

电子商务交易过程中，企业的隐私一般为商品价格的隐私、货物进出渠道的隐私、商品促销手段的隐私等，个人的隐私包括个人的姓名隐私、肖像隐私、性别隐私、身份隐私等。随着电子商务的发展，商家不仅要抢夺已有的网上客户，还要挖掘潜在的客户。人们的个人信息在消费过程中可能被泄露，只有个人信息得到安全保障，才能促进电子商务的发展。

【讨论】

电子商务快速融入人们的生活，在给人们带来快捷生活的同时，也带来了个人信息泄露的问题。人们除了日常会受到营销电话、信息的骚扰，还有可能被诈骗团伙欺骗，造成个人财产损失。保护个人信息不泄露，除了国家法律层面予以规范外，个人应怎样做才能保护自己的信息不被泄露？

（四）技术标准

技术标准是信息发布和传递的基础，是网络信息一致性的保证。技术标准定义了用户接口、传输协议、信息发布标准、安全协议等技术细节。例如，用于保证数据正确传输的TCP/IP协议、EDI标准，用于安全支付的SSL协议、SET协议等是现行的一些国际技术标准。

模块二 电子商务模式的含义及种类

一、电子商务模式的含义

商务模式就其最基本的意义而言是指营利的方法，是一家企业赖以生存的、能够为企业带来收益的模式。商务模式决定了企业在价值链中的位置，并指导其如何营利。

对于从事电子商务的企业而言，网络环境下的电子商务模式是指可以利用和发挥Internet和万维网的优势的商业模式，是企业运作电子商务、创造价值的具体表现形式，直接地、具体地体现了电子商务的生存状态和生存规律。

确定电子商务模式意味着一家企业应通过在价值链中定位自己，从而获得收益，是企业生存和发展的核心。通过对电子商务模式的分析和研究，可以总结出企业在电子商务中创造价值的规律所在。因此，电子商务模式是企业认识电子商务市场运作规律的关键，也是企业开展电子商务活动的出发点。

当互联网在商业上成功应用，无数企业纷纷购置设备和软件，投入大量资金建立网站开展电子商务活动时，有些问题逐渐引起相关从业者和研究人员的关注。例如，个人和企业如何利用网络获得财富；采用怎样的电子商务模式和策略才能不断取得成功；电子商务有哪些基本模式，这些模式是根据什么体系进行分类的；如何在基本电子商务模式基础上进行创新，创造适合企业特殊情况的新型商业模式；等等。基于这些原因，对于电子商务模式的探索愈加重要。

二、电子商务模式的种类

按参与的主体，电子商务模式可以分为以下几种。

（一）企业对企业电子商务

企业对企业（business to business, B2B）电子商务是指以企业为主体，在企业之间进行的电子商务活动。企业可以使用 Internet 或其他网络为每笔交易寻找最佳的合作伙伴，完成从订购到结算的全部交易行为。B2B 电子商务使企业拥有一个商机无限的发展空间，可以使企业在竞争中处于更加有利的地位，为企业带来更低的价格、更高的生产率、更低的劳动成本以及更多的商业机会。B2B 电子商务的代表企业有阿里巴巴、慧聪网、敦煌网等。

（二）企业对消费者电子商务

企业对消费者（B2C）电子商务是企业通过网络销售产品或服务给个人消费者的电子商务活动。企业直接将产品或服务推上网络，并提供充足的资讯与便利的接口吸引消费者选购。这是消费者利用网络直接参与经济活动的形式，典型的代表有亚马逊、京东商城、唯品会等。



微课
B2C 电商交易模式——唯品会 -1oli2y

【讨论】

请列举出一些国内外知名的 B2C 电子商务平台，并对其进行比较。

（三）消费者对消费者电子商务

消费者对消费者（consumer to consumer, C2C）电子商务是指消费者与消费者之间的互动交易行为。C2C 电子商务是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价，典型的代表有易贝、淘宝网等。

（四）线上到线下电子商务

线上到线下（online to offline, O2O）电子商务即通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地，让消费者在享受线上优惠价格的同时享受线下贴心的服务。成功应用的 O2O 电子商务很多，



微课
C2C 电商交易模式——淘宝网 -bukfv2

如苏宁云商的“门店到商圈+双线同价”的O2O电子商务、京东商城的“大数据+商品+服务”的O2O电子商务等。

在实际的经济生活中，还可以按交易过程、网络类型对电子商务模式进行分类，此处不再详述。

模块三 B2B 电子商务

一、B2B 电子商务的优势

B2B 电子商务为企业提供了虚拟全球贸易环境，大大提高了企业间商务活动的水平和质量，其优势突出表现在以下 4 个方面。

（一）降低企业成本

对于企业而言，千方百计地降低成本是提高竞争力的重要策略，而电子商务恰好能够降低营销成本。与传统的营销方式相比，网络可以使企业通过较低的费用进行宣传推广和信息传递。例如，企业可以利用各类门户网站制作链接和旗帜广告，也可以建立自己的网站，为客户提供即时的商业信息、商品目录。

同时，电子商务可以降低采购成本。企业的物资采购是一个复杂、多阶段的过程，需要耗费大量的时间、费用进行市场调查。而利用互联网进行采购，可以减少采购过程中人力、印刷、邮寄等费用；网上公开招标可以提供更多的采购机会、更低的交易成本。

（二）提供超越时空界限的服务

B2B 电子商务有助于企业打破时空界限，使企业可以随时随地宣传企业形象，发布产品信息，并与客户、合作伙伴进行全方位的信息交流和沟通。在时间上，企业网站可以全天候为客户、合作伙伴提供企业相关信息；在地域上，企业可以跨越国界，把市场拓展到世界上的任何一个角落，增加贸易的机会。

（三）缩短订货和生产周期

更快、更准确的订单处理可以降低安全库存量，提高库存补充的自动化程度，增强企业的快速反应能力。电子商务的应用拓展了企业内部及企业间联系的深度和广度，改变了过去信息封闭的分阶段合作方式，使分布在不同地区的人员可以通过互联网协同工作，从而最大限度地减少因信息传递效率低而出现的等待时间。因此，B2B 电子商务可以缩短产品的生产周期，以同等的或较低的费用生产和销售更多的产品。



微课
B2B 电商交易模式——阿里巴巴 -gkq3sl

（四）拓展市场，增强企业竞争力

B2B 电子商务给企业带来了全新的商务运作模式。买卖双方可以通过互联网获得丰富的供求信息，开拓广阔渠道，寻找商机，获得客户，提高工作效率。B2B 电子商务可以使企业随时了解国际市场的供求变化，获得第一手的商业信息，用相对较低的成本与全球的贸易伙伴轻松沟通，使企业能够快速开拓市场，增加贸易机会，增强竞争能力。

二、企业开展 B2B 电子商务的基础

B2B 电子商务是电子商务的主流模式。但是，企业是否需要开展 B2B 电子商务，或者在何种情况下开展 B2B 电子商务，需要结合具体的情况而定。

（一）企业的信息化水平

B2B 电子商务的开展不仅需要企业拥有基本的网络基础设施、电子商务平台，还需要有信息化、自动化的后台系统提供支持，包括企业资源计划、计算机集成制造系统、供应链系统等。这些先进的管理和制造系统是顺利实现 B2B 电子商务的重要条件，也是企业信息化水平的集中体现。

（二）企业现有的市场框架

一般来说，如果 B2B 电子商务能够与现有商务模式形成良性互补，共同占领市场，则企业应当考虑开展 B2B 电子商务；如果 B2B 电子商务与现有商务模式存在严重的冲突，可能导致销售渠道混乱，则企业就要慎重考虑开展 B2B 电子商务。

（三）企业贸易伙伴应用电子商务的状况

企业开展 B2B 电子商务，不仅取决于企业的意愿，还取决于企业供应链的上下游贸易伙伴对于 B2B 电子商务的应用状况。如果贸易伙伴缺乏开展 B2B 电子商务的基本条件，或还未开展任何形式的电子商务活动，则企业无法应用 B2B 电子商务与其进行交易。因此，从这个角度来看，电子商务效益的发挥在很大程度上取决于电子商务在企业中的推广应用程度，即电子商务的普及性。

三、B2B 电子商务的交易流程

B2B 电子商务的基本交易流程可以分为进行交易前的准备、交易谈判与签订电子合同、办理交易前的手续、履行交易合同与索赔 4 个阶段。

（一）进行交易前的准备

这一阶段主要是买卖双方和参加交易的各方在签约前的准备活动。作为买方，应根据自己要买的商品准备购货款，制订购货计划，进行货源市场调查和市场分析，了解各个卖方国家的贸易政策，按计划确定购买商品的种类、数量、规格、价格、地点和交易方式等。作为卖方，要根据自己的商品，召开商品新闻发布会，制作广告

进行宣传,进行市场调查和市场分析,确定各种销售策略和销售方式,了解各个买方国家的贸易政策,利用互联网和各种电子商务网站发布商品广告,寻找贸易伙伴和交易机会等。

(二) 交易谈判与签订电子合同

这一阶段主要是买卖双方对所有的交易细节进行谈判,将双方磋商的结果以电子合同的形式确定下来。交易双方经过认真谈判和磋商后,将双方在交易中的权利,所承担的义务,所购买商品的种类、数量、价格,交货地点,交货期,交易方式和运输方式,违约和索赔等合同条款全部通过电子合同达成全面、细致的约定,并使用数字签名等方式进行确认。

(三) 办理交易前的手续

这一阶段主要是买卖双方签订电子合同后,到电子合同开始履行之前办理各种手续的过程。交易中可能会涉及中介方、金融机构、信用卡公司、海关系统、商检系统、保险公司、税务系统、运输公司等,买卖双方一般利用 EDI 或互联网等渠道与有关各方进行各种电子票据和电子单证的交换,直到办理完可以将所购商品从卖方按合同规定开始向买方发货的一切手续为止。

(四) 履行交易合同与索赔

履行交易合同是从买卖双方办完所有手续之后开始的,卖方要备货、组货,同时进行报关、保险、取证、信用等,将所购商品交付给运输公司包装、起运、发货。银行和金融机构按照合同处理双方收付款进行结算,出具相应的银行单据等,直到买方收到自己所购的商品,完成整个交易过程。索赔是在买卖双方交易过程中出现违约时进行违约处理的工作。一旦一方违约导致另一方受损,买卖双方、保险公司及其他相关者要按照合同约定处理索赔。

上述过程可以概括描述为 10 个步骤,如图 2-4 所示。

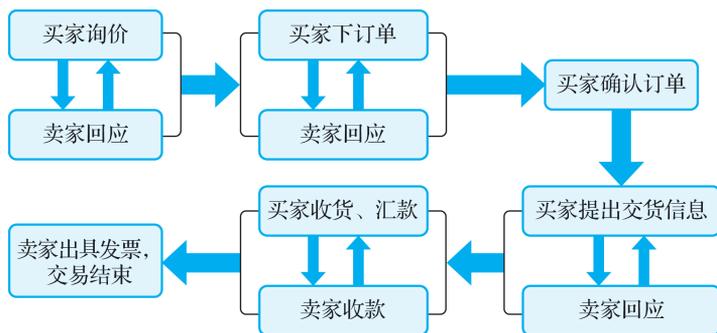


图 2-4 B2B 电子商务的交易流程

(1) 买方(客户方)向卖方(供货方)提出商品报价请示,即发出所要购买的商品信息。

- (2) 卖方向买方提供商品的报价, 即发出商品的报价信息。
- (3) 买方向卖方提出商品订购单, 说明初步确定购买的商品信息。
- (4) 卖方针对买方提出的商品订购单应答说明商品有无及规格型号、品种、质量等信息。
- (5) 买方根据应答提出是否对订购单有变更请求, 说明最后确定购买的商品信息。
- (6) 买方向卖方提出商品运输说明、运输工具、交货地点等信息。
- (7) 卖方向买方发出通知, 约定运输方式、交货地点、运输设备、包装等信息。
- (8) 买方向卖方发回收货通知, 报告收货信息。
- (9) 买卖双方收发汇款通知, 买方发出汇款通知, 卖方报告收款信息。
- (10) 卖方收到货款向买方出具电子发票, 买方收到商品, 完成全部交易。

模块四 C2C 电子商务

C2C 电子商务使卖方可以主动提供商品上网拍卖, 而买方可以自行选择商品进行竞价, 为消费者提供了便利与实惠。

一、C2C 电子商务的优势

C2C 电子商务平台的性质与传统二手市场相似, 然而 C2C 电子商务的特点决定了其必然优于传统二手市场, 具体表现在降低交易成本、经营规模不受限制、收集信息便捷、扩大销售范围、资源流动高效 5 个方面。

(一) 降低交易成本

C2C 电子商务以互联网为交易平台, 与传统商务活动的通信方式(如邮寄、传真或报纸等)相比, 大大降低了通信费用。同时, 传统的二手市场由二手商收购、控制和保存二手商品; 而在 C2C 电子商务下, 由各卖家保存商品, 从而最大限度地降低了库存。

(二) 经营规模不受限制

传统二手市场的经营规模受到营业面积的限制, 当经营规模扩大时, 必须相应地扩大营业面积。C2C 电子商务利用互联网提供的虚拟经营环境, 可以轻松地通过增加网页来扩大经营规模。

(三) 收集信息便捷

基于互联网的电子信息技术使得 C2C 电子商务中的买卖双方均易于获知对方的信息, 这一点是传统二手市场所无法比拟的。



微课
O2O 电商交易模式——美团 -ykmr24

（四）扩大销售范围

C2C 电子商务是基于互联网的商业模式，所面对的客户遍布全国甚至全世界，与传统二手市场相比，无疑扩大了销售范围。此外，C2C 电子商务的运营时间不受限制，因而方便了买卖双方之间的联系。

（五）资源流动高效

在 C2C 电子商务中，电子单据取代了传统的纸质单据，通过网络可实现快速准确的双向信息交流。此外，资金支付、结算能够通过网络完成，加速了资金的流动，提高了资金的使用效率。

综上所述，C2C 电子商务为消费者提供了便利与实惠，迅速成为电子商务普及与发展的重要形式，具有广阔的市场前景与发展潜力。在 C2C 电子商务的发展过程中，盈利模式不断创新。国内目前发展较好的 C2C 电子商务网站主要有淘宝网、易贝等。

【讨论】

此处主要讨论了 C2C 电子商务对卖家的优势。对于消费者，C2C 电子商务同样具有很大的优势，诸如节约时间成本、可最大限度地“货比三家”等。请列举一些 C2C 电子商务对消费者的好处。

二、C2C 电子商务的交易流程

C2C 电子商务为广大消费者购物提供了极大的便利，也为创业者提供了广阔的平台，已经成为人们的一种生活方式。下面将以淘宝网计算机端为例简单说明 C2C 电子商务的交易流程。由于淘宝网采用会员制，因此无论是买家还是卖家，都需要在淘宝网上进行注册，用户需填写会员名称、手机号、地址等信息。

（一）买家的交易流程

1. 注册淘宝账号

第一步，打开淘宝网首页，单击“注册”按钮，如图 2-5 所示。



图 2-5 淘宝网账号注册页面

第二步，按照提示，依次完成设置用户名、填写账号信息、设置支付方式等操作，如图 2-6 所示。按提示完成所有操作后，界面将出现“注册成功”的字样。



图 2-6 淘宝网账号注册步骤

2. 购买商品

(1) 搜索、浏览商品。买家可以利用淘宝网提供的关键词搜索、类目搜索、图片搜索等方式搜索所需的商品或店铺，对感兴趣的商品可以进行收藏、加购。同时，买家可以利用在线即时通信工具阿里旺旺与卖家就交易条件等进行协商。

(2) 购买商品。买家在淘宝网上找到所需的商品后，可以单击“立即购买”按钮，进入“确认订单信息”页面，输入购买的数量、选择收货地址并核对信息无误后提交订单。

(3) 付款。买家提交订单后即进入支付页面。买家可以利用支付宝账户进行付款，也可以利用网上银行等进行付款。买家付款后，可等待卖家发货。

(4) 收货、评价。买家收到货物并确认无误后，可单击“确认收货”按钮。同时，在支付宝交易管理页面，货款将由支付宝转入卖家账户。交易完成后，买家可以就卖家的产品、服务质量等对卖家进行评价，评价记录将被计入卖家信用等级的计算依据。

(二) 卖家的交易流程

1. 发布商品并开设店铺

完成支付宝实名认证的卖家可以在淘宝网上发布欲出售的商品。卖家可以选择一口价或拍卖的方式出售商品。卖家需要提供商品的基本信息，具体包括商品的标题、图片、类别、价格、数量、送货方式、运费以及有无发票和保修服务等。成功发布上架 10 件及以上可售商品后，即可登录“我的淘宝”中“我是卖家”的“免费开店”页面进行店铺开设操作。卖家可以利用淘宝网提供的店铺模板等对店铺进行装修。所有操作完成后，卖家就拥有属于自己的淘宝店铺和相应的地址。同时，店铺中的商品信息会出现

在淘宝网上。开设淘宝店铺的基本流程如图 2-7 所示。



图 2-7 开设淘宝店铺的基本流程

2. 发货

淘宝店铺的商品被售出后，卖家要在收到支付宝提示的“买家已付款”信息后按照买家要求的送货方式将商品寄送到买家提供的送货地址，并将发货情况告知买家。

3. 收款

在买家收到商品并确认收货后，卖家的支付宝账户会收到买家支付的货款。

4. 提现

卖家可以在支付宝账户管理系统中进行提现操作，将支付宝账户中的资金转至自己指定的银行账户中。

（三）第三方支付平台

为提高网上交易的安全性，淘宝网提供了第三方支付平台——支付宝。支付宝是目前国内较大的第三方支付平台。买家和卖家使用支付宝进行交易，必须先经过支付宝的实名认证。

买卖双方使用支付宝进行交易的基本流程如图 2-8 所示。

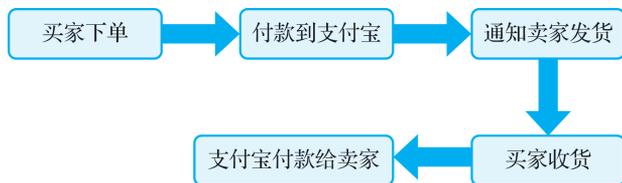


图 2-8 买卖双方使用支付宝交易的基本流程

思政园地

大学生网贷何时休^①

大多数人对网贷并不陌生。除了一些正规、大型的金融平台外，也有不少民间、个人的借贷平台。这些网贷平台有一个共同点，即门槛低。只需要个人的身份证，能证明“你就是你”，就可以获得几千到几万的贷款额度，几乎是人人可贷。

^① 笔下有李. 又见大学生深陷网贷, 身背 50 万巨债何时能“上岸” [EB/OL]. (2018-04-22)[2023-07-31]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1598418893246003534>. (有改动)

一方面，网贷有助于人们解决在现实生活中借钱难、借钱尴尬的问题；另一方面，网贷又让人越陷越深，无法自拔，到最后“拆东墙补西墙”，越贷越多，让贷款人“遍体鳞伤”。

西安的一位大学生小张因沉迷买彩票，借了网贷，本想着及时还就行，没想到越借越多，从这个平台借贷还给那个平台，“拆东墙补西墙”，利息越来越多。有些平台借2 000元，一周的利息就高达600元。

为了追求所谓的“精致生活”，没有任何收入的年轻人不惜走上借贷消费的道路，有的女学生甚至深陷“裸贷”陷阱，直至造成不可挽回的后果。因此，大学生应珍惜美好生活，远离网贷。



项目小结

1. 电子商务系统包括网络系统、用户、金融机构、配送中心、认证机构和行政管理部门。

2. 电子商务系统的框架包括网络、计算机系统、应用软件等。

3. 电子商务模式按交易对象可分为企业对企业（B2B）电子商务、企业对消费者（B2C）电子商务、消费者对消费者（C2C）电子商务、线上到线下（O2O）电子商务等。

4. B2B 电子商务具有降低企业成本、可以提供超越时空界限的服务、缩短订货和生产周期、拓展市场与增强企业竞争力等优势。

5. C2C 电子商务具有降低交易成本、经营规模不受限制、收集信息便捷、扩大销售范围等优势。

技能训练

一、选择题

1. () 是信息浏览类应用。

- A. 支付宝 B. 新浪 C. 今日头条 D. 商都信息港

2. () 不属于 C2C 电子商务的优势。

- A. 降低成本 B. 扩大销售渠道 C. 不受场地限制 D. 面对面沟通

3. 网上零售是典型的 () 电子商务的应用。
 A. 企业对企业 B. 企业对消费者 C. 企业对政府 D. 消费者对政府
4. 电子商务系统的组成要素包括 ()。
 A. 支付机构 B. 企业 C. 配送中心 D. 网络系统

二、判断题

1. B2B 电子商务具有降低企业成本的优势。 ()
2. 二类电商是一种 C2C 电子商务。 ()
3. O2O 电子商务可以实现线上与线下的完美结合。 ()
4. 支付宝是一种第三方支付工具。 ()
5. 天猫商城是典型的 B2C 电子商务网站。 ()

三、简答题

1. B2B 电子商务具有哪些优势?
2. C2C 电子商务与传统二手市场相比有哪些优势?
3. 简述 B2B 电子商务的交易流程。
4. 简述 C2C 电子商务的交易流程。
5. 简述注册支付宝账号的流程。

四、能力拓展

请完成以下任务。

1. 在淘宝网上注册, 成为注册用户。
2. 在支付宝中进行实名认证。
3. 登录淘宝网, 选择一种商品进行购买, 并使用支付宝进行支付。
4. 收到商品后, 对交易进行评价。