

电子商务展望

# 电 子 商 务 概 述

孙文远

(南京审计学院 经济学系, 江苏 南京 210029)

[关键词] 电子商务; 互联网; 竞争优势

[摘 要] 随着因特网的迅速发展, 电子商务日益引起人们的关注。针对这一崭新的商务交易活动, 本文首先对电子商务的基本概念进行了界定, 指出了电子商务的本质是商务, 进而对电子商务的分类、电子商务赖以发展的基础、电子商务的发展历史及其功能和特点进行了分析。文章还专门分析了电子商务给企业带来的竞争优势, 以及电子商务发展给整个社会所造成的影响。

[中图分类号] F 724.6

[文献标识码] A

[文章编号] 1004-4833 (2001) 01-0038-03

## Overview of Electronic Commerce

SUN Wen-yuan

(Economic Department, Nanjing Auditing Institute, Jinagsu Nanjing 210029, China)

**Key Words:** electronic commerce; internet; competitive advantage

**Abstract:** With the development of internet, people are interested in E-Commerce. In this essay, firstly, we will look at the mechanics of E-Commerce and its impact. It is pointed that the essence of E-Commerce is business, not electronic. Secondly, the feature and function of E-Commerce are introduced. At last, we describe what E-Commerce is and how it is changing the company and all the world.

### 一、电子商务的发展

#### (一) 电子商务的基本概念

1、什么是电子商务。简单地说, 电子商务是一套运用现代科学手段进行的商务活动。它能高效利用有限的资源, 加快商业周期循环, 节省时间、降低成本、提高利润和增强企业的竞争力。在国际商务的实践中, 人们通常对电子商务是从狭义和广义两个方面来理解的。从狭义上看, 电子商务也就是电子交易。主要指利用Web提供的通信手段在网上进行交易活动, 包括通过Internet买卖产品和提供服务。产品可以是实体化的, 如汽车、电视, 也可以是数字化的, 如新闻、录像、软件等。此外, 还可以提供各类服务, 如安排旅游、远程教育等。从广义上讲, 电子商务还包括企业内部商务活动, 如生产、管理、财务等以及企业间的商务活动。从最初的电话、电报到电子邮件以及20多年前开始的EDI, 都可以说是电子商务的某种形式; 发展到今天, 人们已提出了包括通过网络来实现从原材料的查询、采购、产品的展示、定购到出口、储运以及电子支付等一系列贸易活动在内的完整电子商务的概念。

电子商务的本质是商务。电子商务目标是通过电子的方式进行商务活动, 所以它要服务于商务, 满足商务活动的要求。它是包括信息流、物流和货币流三个部分的有机结合。

2、电子商务的主要分类。按电子商务应用服务的领域范围可分为四类:

(1) 企业对消费者 (Business-to-Consumer) 的电子商务。企业对消费者的电子商务基本等同于电子零售商业。这类电子商务近年来发展较快, 主要是国际互联网的发展为企业和消费者之间开辟了新的交易平台。开展企业对消费者的电子商务, 障碍最少, 应用潜力巨大。

(2) 企业对企业 (Business-to-Business) 的电子商务。这类电子商务从未来的发展看将是电子商务的主流。

(3) 企业对政府机构 (Business-to-Administrations) 的电子商务。政府将采购的细节在国际互联网络上公布, 通过网上竞价方式进行招标, 企业也要通过电子的方式进行投标。目前这类电子商务仍处于初期的试验阶段。

(4) 消费者对政府机构 (Consumer-to-Administrations) 的电子商务。这类电子商务活动目前还没有真正形成。

### 二、电子商务的发展过程

电子商务并非是一种刚刚出现的事物, 纵观电子商务发展的历史, 其产生和发展主要经历了两个阶段:

1、20世纪60年代-90年代: 基于EDI的电子商务。EDI (Electronic Data Interchange): 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。

[收稿日期] 2000-10-08

[作者简介] 孙文远(1970-), 男, 江苏兴化人, 经济学硕士, 南京审计学院经济学系讲师, 从事国际经济贸易理论和电子商务的研究。

它在60年代末期产生于美国,当时的贸易商们在使用计算机处理各类商务文件的时候发现,由人工输入到一台计算机中的数据70%是来源于另一台计算机输出的文件。由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换,EDI于是应运而生。

从技术上讲,90年代之前的大多数EDI都不通过Internet,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现。这类专用的网络被称为VAN(Value-Added Network,增值网)。这样做的目的主要是考虑到安全问题。但随着Internet安全性的日益提高,作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,其已表现出替代VAN而成为EDI的硬件载体的趋势。

2、20世纪90年代以来:基于国际互联网的电子商务。由于使用VAN的费用很高,仅大型企业才会使用,因此限制了基于EDI的电子商务应用范围的扩大。90年代中期后,国际互联网(Internet)迅速走向普及化,逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,其功能也已从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。从1991年起,一直排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入到这个王国,因此使电子商务成为互联网应用的最大热点。

### (三) 电子商务基础

电子商务交易的方式表明:电脑的普及及应用是电子商务的保证;安全是电子商务的关键;人才与人的观念是电子商务的支撑。信息技术的迅猛发展,微电脑与Internet的普及应用,为电子商务的发展提供了良好条件,也是电子商务发展的源动力。

1、PC机的高速发展。近几年来,微型计算机处理速度愈来愈快,处理能力愈来愈强,价格愈来愈低,应用愈来愈广泛。电脑技术的高速发展与普及应用,为电子商务的应用提供了广阔空间。

2、网络的普及与应用。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应用条件。

3、信用卡的普及与应用。信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

4、SET电子安全交易协议的出台。1997年5月31日,由美国VISA和Mastercard国际组织等联合指定的SET(Secure Electronic Transfer)即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,为在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年欧盟发布了欧洲电子商务协议,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,这为电子商务的发展提供了有利的支持。

## 二、电子商务的功能和特点

### (一) 电子商务的功能

1、广告宣传。电子商务可凭借企业的Web服务器和客户的浏览,在Internet上发布各类商业信息。商家可利用网上主页(Homepage)和电子邮件(E-mail)在全球范围内作广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给

顾客的信息却最为丰富。

2、咨询洽谈。电子商务可借助非实时的电子邮件、新闻组(News Group)和实时的讨论组(chat)、白板会议(whiteboard Conference)来了解市场和商品信息、洽谈交易事务。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交换形式。

3、网上订购。电子商务可借助web中的邮件交互传送实现网上的订购。当客户填完订购单以后,系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。同时可以采用加密方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

4、网上支付。客户和商家之间可采用信用卡实施支付。采用电子支付手段可以节省交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制,以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

5、电子帐户。网上支付必须要有电子金融来支持,即银行或信用卡公司及保险公司等金融单位的金融服务要提供网上操作的业务。而电子帐户管理是其基本的组成部分。信用卡号或银行帐号都是电子帐户的一种标志。而其可信度需配以必要技术措施来保证。如数字凭证、数字签名、加密等手段的应用提供了电子帐户操作的安全性。

6、服务传递。对于已经付款的客户应将其订购的货物尽快传递到他们手中,电子邮件能够在网络中进行物流的调配。而最适合网上直接传输的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等。它能直接从电子仓库中将货物发到用户。

7、意见征询。电子商务能方便地采用网页上的格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样使企业的市场动作能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

8、交易管理。电子商务的发展,将会提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统。这样能保障电子商务获得更广泛的应用。

### (二) 电子商务的特性

1、普遍性。电子商务作为一种新型的交易方式,将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

2、方便性。在电子商务环境中,人们不受地域的限制,客户以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动。

3、整体性。电子商务能够通过规范的工作流程,将人工操作和信息处理集成为一个不可分割的整体,从而提高系统运行的严密性。

4、安全性。在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题。它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等等,这与传统的商务活动有着很大的不同。

5、协调性。商务活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调,在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作。电子商务的全过程往往是一气呵成的。

## 三、电子商务的竞争优势

### (一) 降低交易成本

针对企业而言,电子商务最大的优点就是可以降低企业的交易成本。我们可以从以下两个方面考虑:

1、降低促销成本。尽管建立和维护公司的网站需要一定的投资,但是与其他销售渠道相比,使用国际互联网的成本已经大大地降低了。有研究表明,假如使用国际互联网作广告媒介,进行网上促销活动,其结果是增加10倍销售量的同时,只花费传统广告预算的1/10。

企业上网提供有效的客户支持服务(customer support)可以大量减少电话咨询的次数,进而节省大量开支和人员投入。例如,美国联邦捷运公司(Federal Express)通过设立网上咨询服务系统,使客户可以随时跟踪快递包裹的运输情况,客户每次查询将花费公司0.1美元。如果相同的查询工作由接话员通过免费电话来做的话,客户每次查询将花费7美元。由此可见,企业向客户提供网上支持服务来代替电话咨询可以节省公司大量的开支。

2、降低采购成本。企业采购原材料可能是一项程序繁琐的过程。通过电脑网络的商务活动,企业可以加强与主要供应商之间的协作关系,将原材料的采购与产品的制造过程有机地结合起来,形成一体化的信息传递和信息处理体系。

#### (二) 减少库存,降低库存管理成本

产品生产周期越长,企业越需要较多的库存来对付可能出现的交货延迟、交货失误,而对市场需求变化的反应也就越慢。而且,库存的增多,也会增加库存管理的成本,降低企业的利润。当然,低库存所造成的供货短缺情况也会使急不可待的客户另寻他处。因此,适当库存量的管理不仅可以让客户得到满意的服务,而且可以为企业尽量地减少运营成本。为了达到上述目标、提高库存的管理水平,企业可以通过提高劳动生产率,在提高库存周转率的基础上,降低库存总量。

#### (三) 缩短生产周期,降低生产成本

每一项产品的生产成本都涉及固定成本的支出。固定成本支出的多少并不随生产数量的变化而变化,而与生产的周期有关。这项固定成本包括设备的折旧、固定资产投资成本等。如果生产某一产品的生产周期缩短了,那么每一产品的单位固定成本也就相应减少。电子商务的实现使生产周期缩短,每一单位的生产成本降低。

国际互联网络的发展更是加强了企业联系的广度和深度,现在分布在不同地区的人员可以通过互联网络协同工作,共同完成一个研究和开发项目。以汽车工业为例,很少有其他的行业比汽车制造行业更需要加快生产的周期。

#### (四) 增加商业机会

世界各地存在的时差,对企业来讲,提供每天24小时的客户支持和服务,费用相当昂贵。然而,国际互联网的网页不同于人员销售,可以实现24小时的在线服务。24小时全球运作,网上的业务可以开展到传统销售和广告促销方式所达不到的市场范围。因此,使用国际互联网进行销售活动,可以赢得新的客户。

#### (五) 减轻对实物基础设施的依赖

传统企业的创建必须有相应的基础设施来支持,如仓储设施、产品展示厅、销售店铺等。然而,现代企业纷纷通过在网上设立网站来达到开辟新销售渠道的效果。国际互联网络为那些新兴的虚拟运作企业提供了发展机会。对于信息产品而言,如报刊杂志、视听娱乐、电脑软件和信息提供等,如

果产品本身可以实现在线成交和在线交付的话,仓储设施完全是多余的。整个销售环节,从研制开发、订货、付款到产品的交付都可以在网上实现。即使对于有实物零售店铺的商店也会发现在网上设立虚拟店铺可以不受实物空间,如货架空间的限制。原则上网上虚拟店铺所出售的商品种类可以是无限的。

#### 四、电子商务发展对社会的影响

概括起来,电子商务对社会经济的影响主要有以下几个方面:

1、电子商务将改变企业经营方式。那种“推销员满天飞”“采购员遍地跑”,“说破了嘴、跑断了腿”的情形可能不会再出现。通过互联网,整个世界市场都在企业面前:客户在网上与供应商联系,利用网络进行会计结算和支付服务;企业也可以通过网络方便地与政府、竞争对手、消费者联系。这种网上联系将深刻地影响企业经营方式。

2、电子商务将改变人们的消费方式。网上购物的最大特征是消费者的主导性,购物意愿掌握在消费者手中;同时消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者主权可以在网络购物中充分体现出来。

3、电子商务将改变企业的生产方式。由于电子商务是一种快捷、方便的购物手段,消费者的个性化、特殊化需要可以完全通过网络展示在生产厂商面前。为了取悦顾客,突出产品的设计风格,企业就必须发展和普及电子商务,按照用户的不同要求,做到按需供应产品。

4、电子商务将对传统行业带来一场革命。电子商务在商务活动过程中,通过人与电子通讯方式的结合,极大地提高商务活动的效率,减少不必要的中间环节,传统的制造业藉此进入小批量、多品种的时代,“零库存”成为可能;传统的零售业和批发业开创了“无店铺”、“网上营销”的新模式;各种线上服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

5、电子商务将带来一个全新的金融业。在线电子支付是电子商务的关键环节,也是电子商务得以顺利发展的基础条件。随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统以及网上接入服务、电子支票、电子现金等服务,将传统的金融业带入一个全新的领域。

6、电子商务将转变政府的行为。政府承担着大量的社会、经济、文化的管理和公共服务职能,尤其作为“看得见的手”,在调节市场经济运行,防止市场失灵带来的不足方面有着很大的作用。在电子商务时代,当企业应用电子商务进行生产经营,银行实行金融电子化,以及消费者实现网上消费的同时,将同样对政府管理行为提出新的要求,电子政府或称网上政府,将随着电子商务发展而成为一个重要的社会角色。

此外,电子商务对促进国民经济信息化以及推动信息产业的发展,对就业结构变动和增加就业机会,对人们的工作生活质量,对经济全球化、一体化等等都有历史性的重要而深远的影响。

总而言之,作为一种商务活动过程,电子商务将带来一场史无前例的革命。其对社会经济的影响会远远超过商务的本身,除了上述这些影响外,它还将对就业、法律制度以及文化教育等带来巨大的影响。电子商务会将人类真正带入信息社会。

[责任编辑:陆惠敏]