



电子商务

2009年复旦大学精品课程 上海市教委重点建设课程

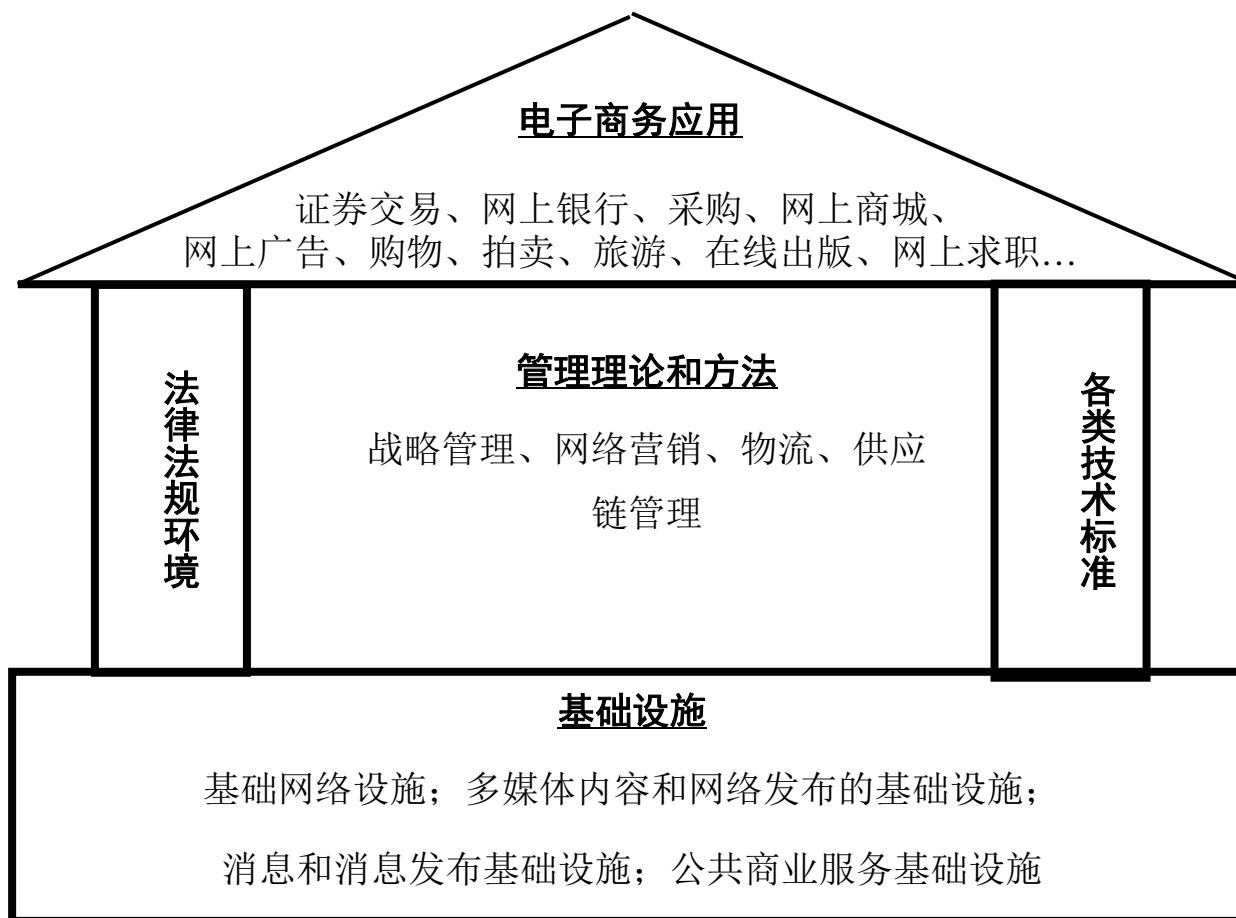
电子商务概论

Introduction to E-business

赵卫东 博士

复旦大学软件学院

电子商务研究框架





教材与参考书

- 赵卫东, 黄丽华. 电子商务模式 (第二版). 上海: 复旦大学出版社, 2011
- **Gary P. Schneider, James T. Perry** 著. 成栋, 韩婷婷译. 电子商务 (原书第8版). 北京: 机械工业出版社, 2006(**Gary P. Schneider, James T. Perry. Electronic Commerce (Eighth Edition). Course Technology, 2005**)
- 课程网站: <http://jpkc.fudan.edu.cn/s/81/main.htm>



教学方式

- 教学方式以课堂讲授为主，研讨为辅



考核方式

- 平时表现、课程论文（包括电子商务创业计划书）或小组作业

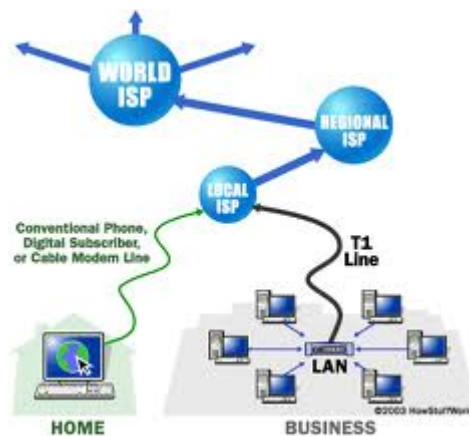
议程

- 电子商务概况
- 电子商务发展背景
- 电子商务概念
- 我国电子商务现状与问题



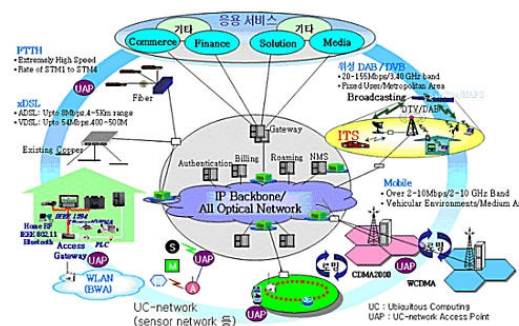
从EDI到Internet—信息技术的革命

- **Internet**等信息技术的发展是电子商务的基础
- 网络的发展
- 信息技术发展的四大定律
- 电子商务的优势？

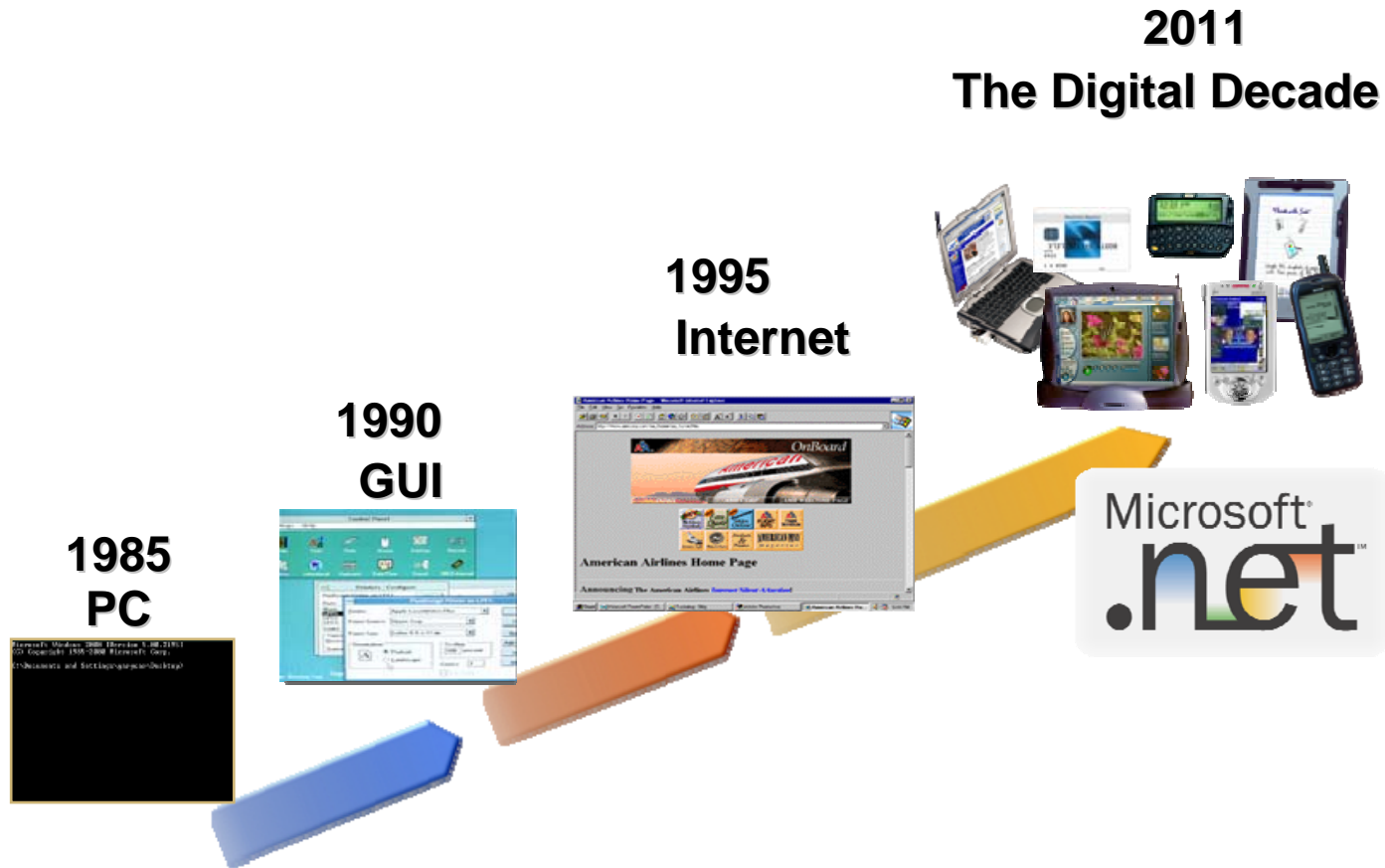


信息技术发展的四大定律

- 摩尔定律 (**MOORE'S LAW**): 微处理器的集成度和运算能力每十八个月提高一倍
- 贝尔定律(**BELL'S LAW**): 如果保持运算能力不变, 微处理器的价格和体积每十八个月减少一半
- 吉尔德定律(**GILDER'S LAW**): 未来二十五年内, 主干网的带宽每六个月增加一倍
- 麦特卡尔夫定律(**METCALFE'S LAW**): 网络的价值同网络用户数量的平方成正比



软件技术的革命

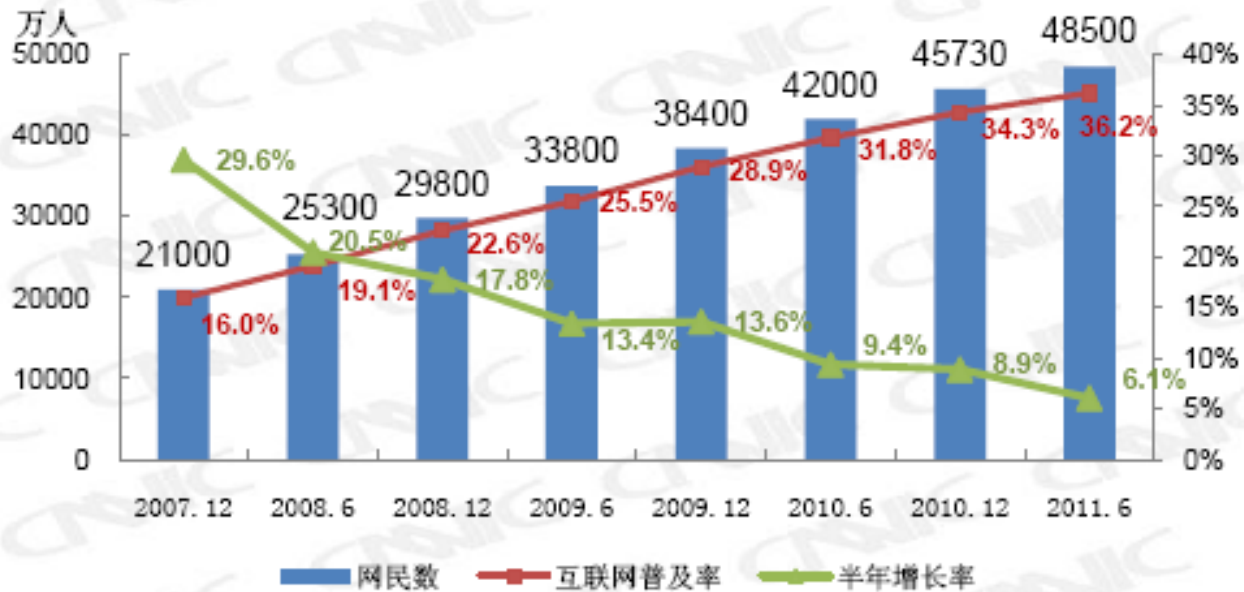


电子商务的发展历程

- 早在**1839**年，当电报刚开始在欧美出现的时候，西方人就开始了电子商务的讨论。**20**世纪五十年代，随着电话和传真技术的发明，利用电话和传真进行的商务处理也出现了
- 六十年代末，欧美提出了**EDI**的概念。**70**年代，由于数字通讯网技术的出现和发展，产生了跨行业的**EDI**系统。其真正发展却是在八十年代之后
- 八十年代，由于网络的出现和开始普及，出现了网上在线服务的电子商务新技术，提供社会交往和知识共享的新形式
- 进入九十年代后，**Internet**及其上商务的发展，带来了电子商务新概念。九十年代初，运行在**Internet**上的万维网**WWW**（**World Wide Web, Web**），是电子商务发展的一个转折点。正是**Web**使得电子商务成为商务活动的一种便宜经济的方式，方便了在网上开展多种多样的经济活动，由此促进了网络经济的发展
- **21**世纪电子商务的崛起与挑战



中国互联网发展现状



中国网民规模、增长率及普及率

中国互联网络发展状况统计报告

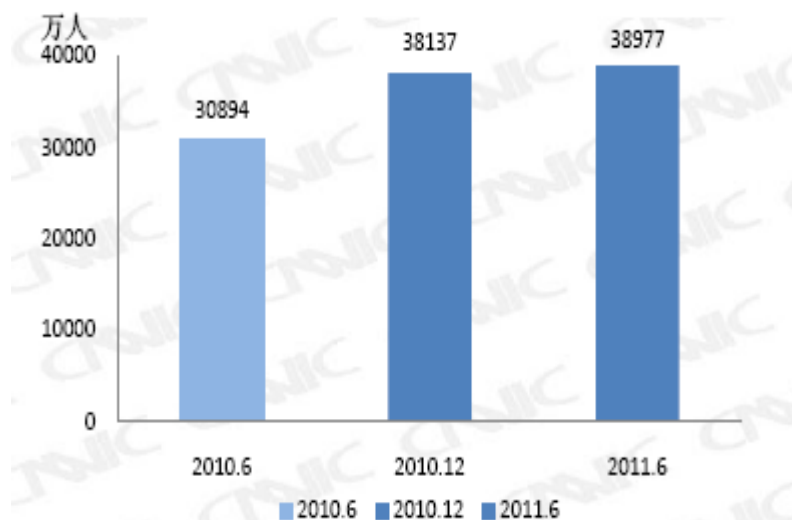
(2011年7月)

- 中国互联网络发展状况统计报告<http://www.cnnic.net.cn/>

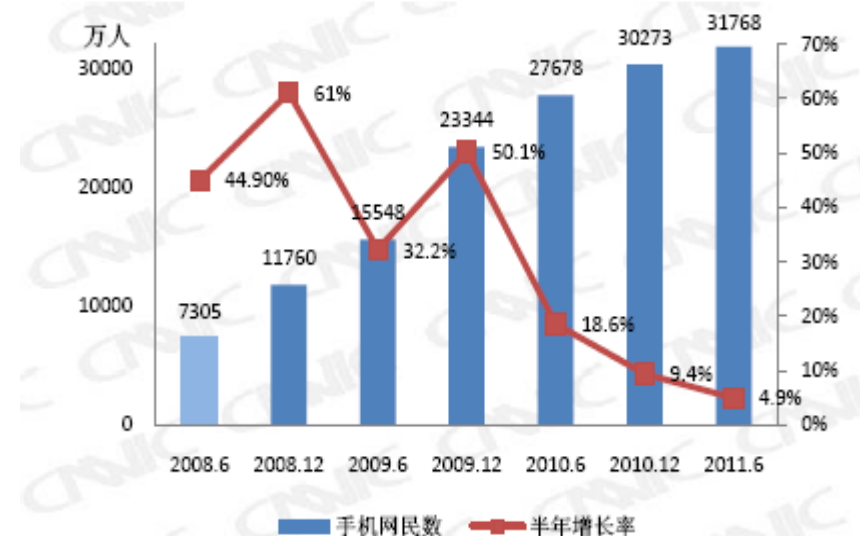
CNNIC

中国互联网络信息中心

互联网用户分布



家庭宽带网民规模



手机上网网民规模

- 中国互联网络发展状况统计报告<http://www.cnnic.net.cn/>

互联网概况




中国 IPv4 地址资源变化情况



中国国际出口带宽变化情况

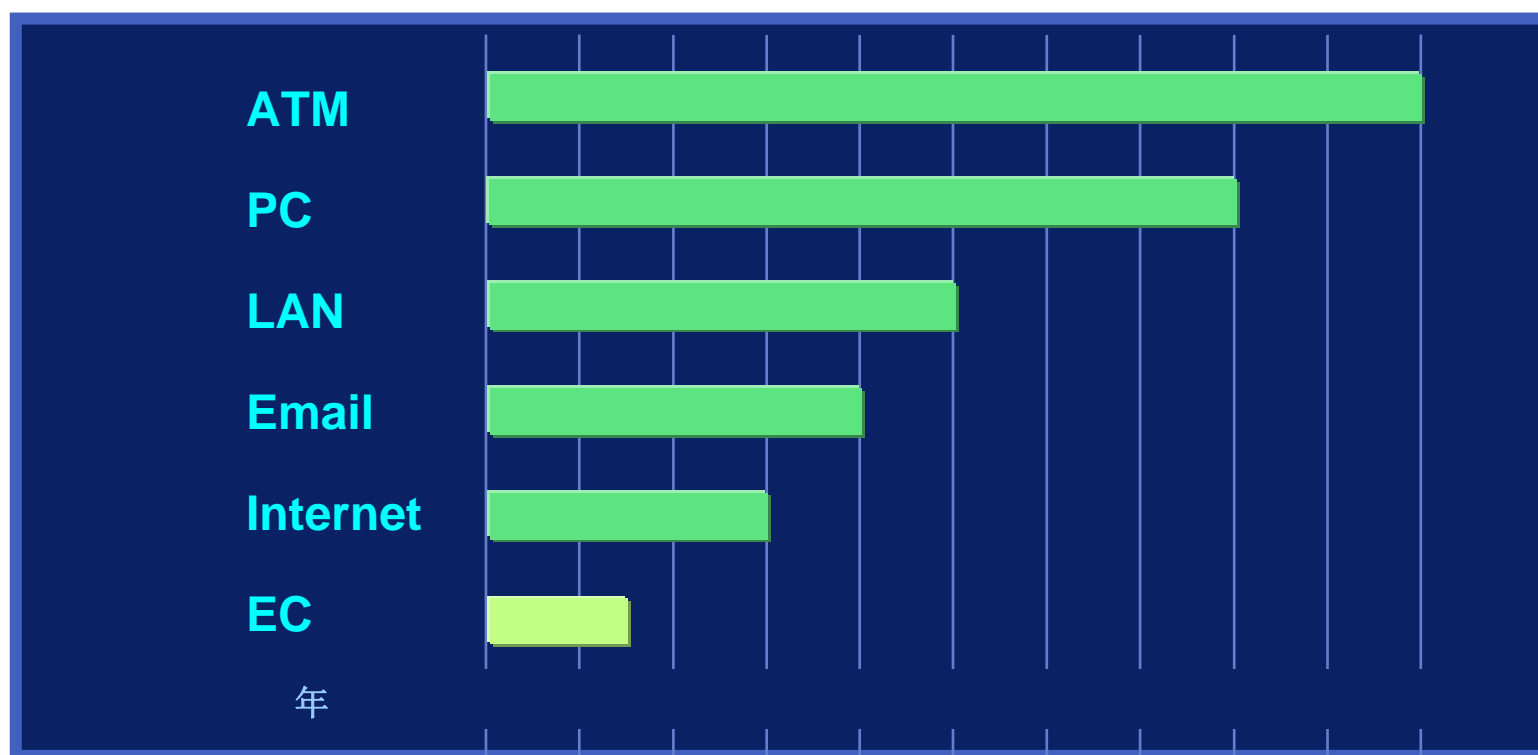
- 中国互联网络发展状况统计报告 <http://www.cnnic.net.cn/>



中国电子商务的发展道路

- 在中国，电子商务概念先于电子商务应用与发展，启蒙者是**IBM**等IT厂商，网络和电子商务技术的需要不断拉动企业的商务需求，进而引导中国电子商务的应用与发展。
- 在美国，电子商务实践早于电子商务概念，企业的商务需求推动了网络和电子商务技术的进步，并促成电子商务概念的形成。

各种新事物的接受周期

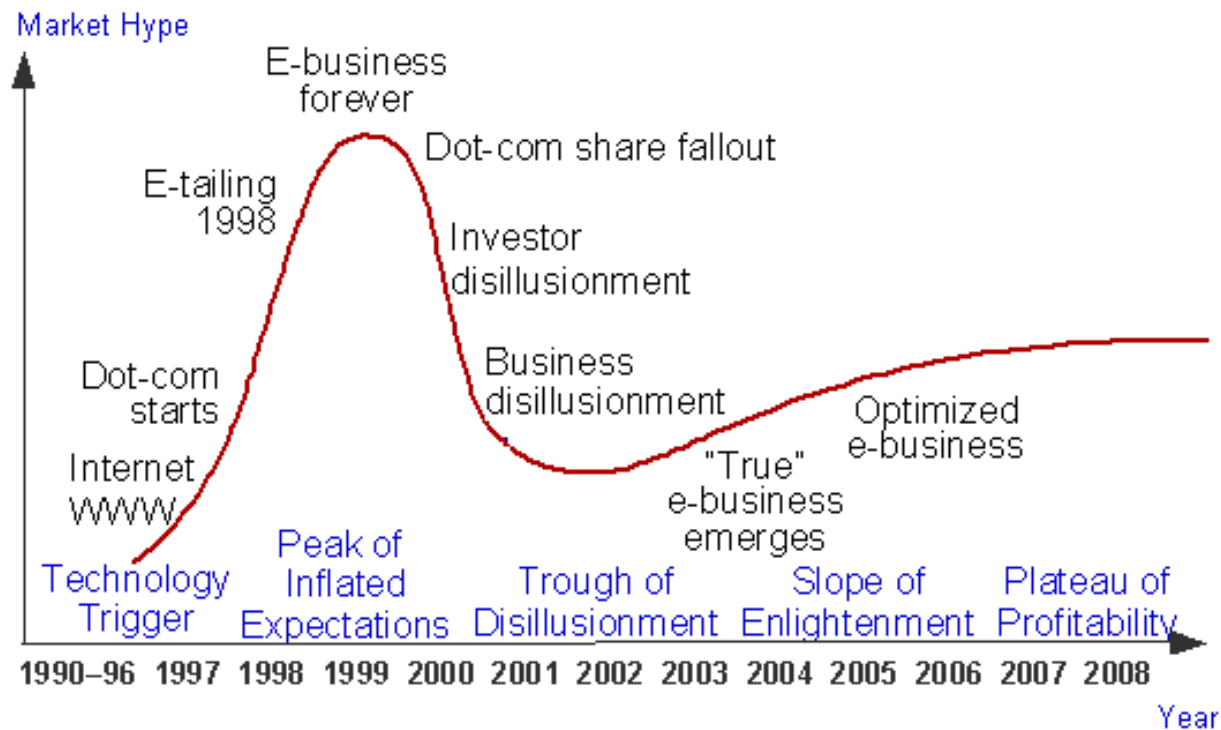




电子商务是大势所趋

- 基于互联网的商业运作模式和传统的商业模式不同，电子商务的巨大奇迹
- 互联网神话、网络创业潮、上市潮、经济危机
- 衣食住行交友
- 电子商务前景看好，机会和风险并存

电子商务是一个渐进的过程



如何看待网络泡沫？上市潮、千团大战



中国的电子商务发展

- 我国电子商务从不成熟到逐渐成熟的过程：
- 圈钱、烧钱，只重视销售额不考虑盈利的不健康、非理性经营方式；
- 一些投资者被淘汰出局，留下的投资者在不断思索如何盈利问题中慢慢趋于理性；
- 电子商务经营者不仅重视自身的发展，更重视整个行业的发展。

议程

- 电子商务概况
- 电子商务发展背景
- 电子商务概念
- 我国电子商务现状与问题



竞争不断加剧

- 企业经营环境变化的复杂程度增加
- 企业的竞争激烈程度增加
- 企业的平均寿命缩短





21世纪企业发展趋势 (1)



- 全球化趋势
- 知识化趋势

《财富》杂志公布2000年全球500强排名

<http://finance.sina.com.cn> 2000年07月12日 12:37 新浪财经

将于7月24日出版的美国《财富》杂志评出了2000年全球500家最大企业

美国通用汽车公司今年以1765亿美元的营业额再次名列榜首；沃尔玛位跃升至第2；埃克森石油(去年排名第8)上升至第3。

位居前10名的其它公司为：

第4名：福特汽车公司(去年排名第3)；

第5名：戴姆勒-克莱斯勒公司(去年排名第2)；

第6名：三井物产(去年排名第5)；

第7名：三菱商事(去年排名第7)；

第8名：丰田汽车公司(去年排名第10)；

第9名：通用电器公司(去年排名第9)；

第10名：伊藤忠商事(去年排名第6)。

在2000年全球企业500强大排行榜中，中国内地共有9家企业入选，台选。其中引人注目的是，内地四大国有商业银行首次全部入选。

入选的9家企业是：中石化、中国电力、中国工商银行、中国电信、中国农业银行、中国建设银行、中粮。它们分属石油、银行、电信和贸易中国电力、中国电信、中国农业银行和中国建设银行今年是首次上榜。

第 58名：中石化(去年排名第73)；

2010年世界500强排行榜 (企业名单)

作者:《财富》(中文版) 时间:2010年07月09日 来源:财富中文网

位置:世界500强>>2010年 字体 [大 中 小] 打印

如欲了解雇员人数、首席执行官、公司总部、官方网站、收入年增减情况等更详细内容，请点击相应公司名称。

转贴到: [新浪微博](#) 关注 [腾讯微博](#) [开心网](#) 加入 [人人网](#) [豆瓣](#)

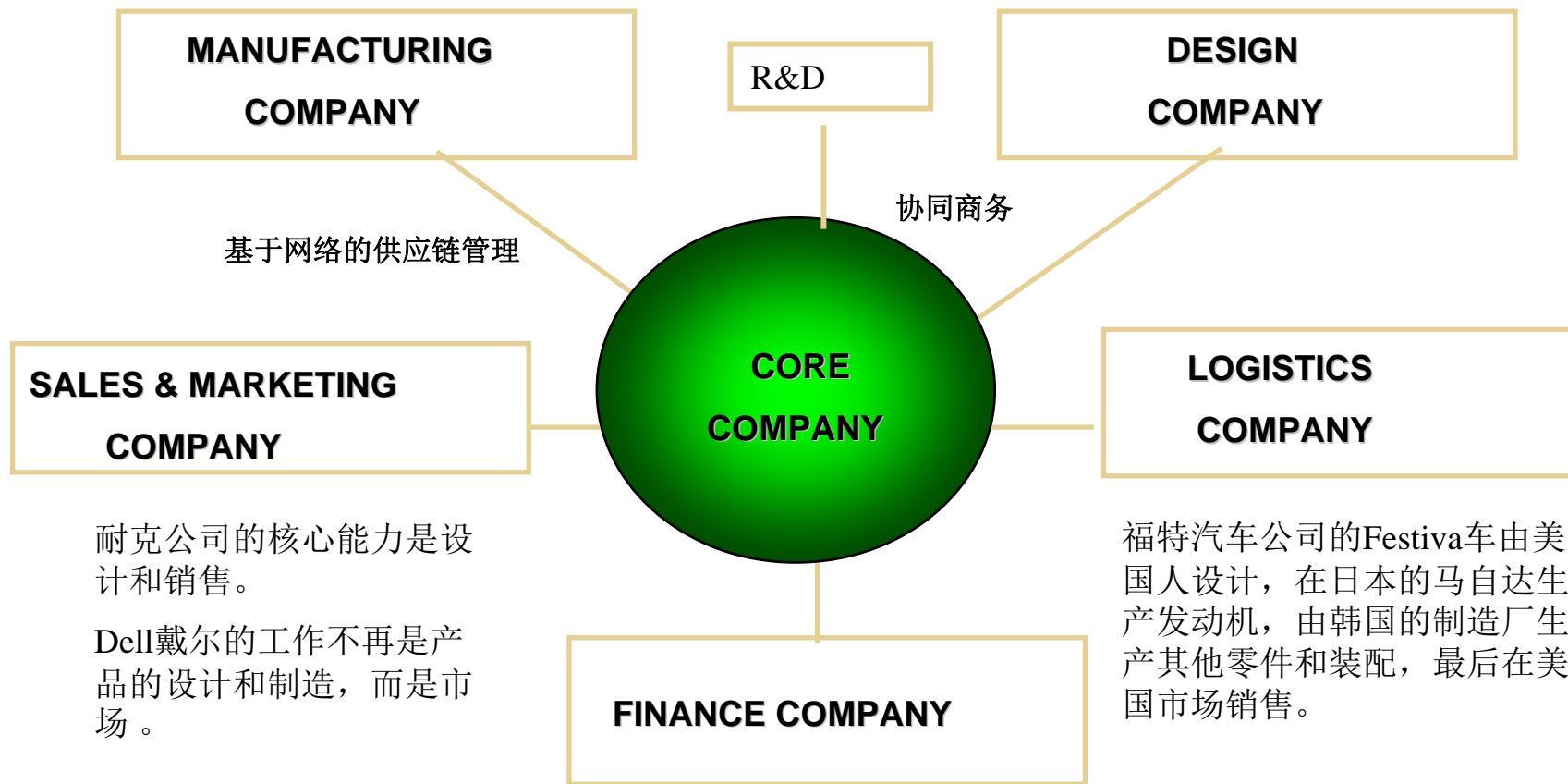
2010 排名	2009 排名	公司名称 (中英文)	营业收入 (百万美元)	利润 (百万美元)
1	3	沃尔玛 (Wal-Mart Stores)	408,214	14,335
2	1	荷兰皇家壳牌石油公司 (Royal Dutch Shell)	285,129	12,518
3	2	埃克森美孚(Exxon Mobil)	284,650	19,280
4	4	英国石油公司(BP)	246,138	16,578
5	10	丰田汽车公司(Toyota Motor)	204,106	2,256
6	11	日本邮政控股 (Japan Post Holdings)	202,196	4,849
7	9	中国石油化工集团公司 (Sinopec)	187,518	5,756
8	15	国家电网公司(State Grid)	184,496	-343
9	73	安盛(AXA)	175,257	5,012
10	13	中国石油天然气集团公司 (China National Petroleum)	165,496	10,272
11	5	雪佛龙(Chevron)	163,527	10,483
12	8	荷兰国际集团(ING Group)	163,204	-1,300
13	12	通用电气(General Electric)	156,779	11,025

21世纪企业发展趋势（2）

- 信息化和网络化趋势
- 虚拟化趋势：虚拟企业和动态联盟是企业存在的基本形式。企业能力逐渐核心化，外包普遍存在，双赢的合作已不可避免（外包、云计算等）



企业的虚拟化

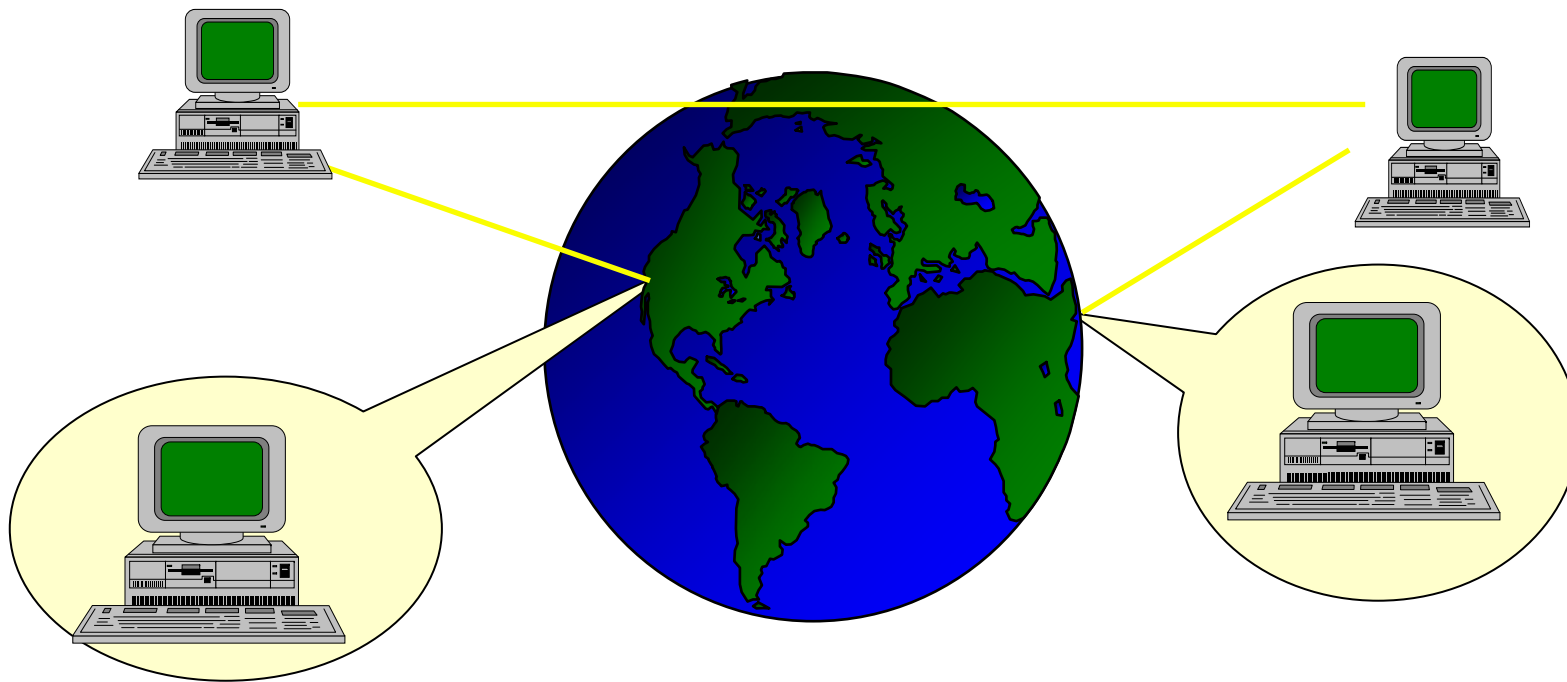


企业面临的挑战

- 科技进步，产品不断更新。
- 交通便捷，地理位置已不成障碍，商业国界已经消失。
- 顾客趋于成熟,需求多样化、个性化，变化频率加快。
- 市场全球化、竞争范围和竞争的层面多变。
- 市场游戏规则发生了变化，从传统的四元素（产品、分销渠道、价格、市场推广）到现在的五元素(客户化)。

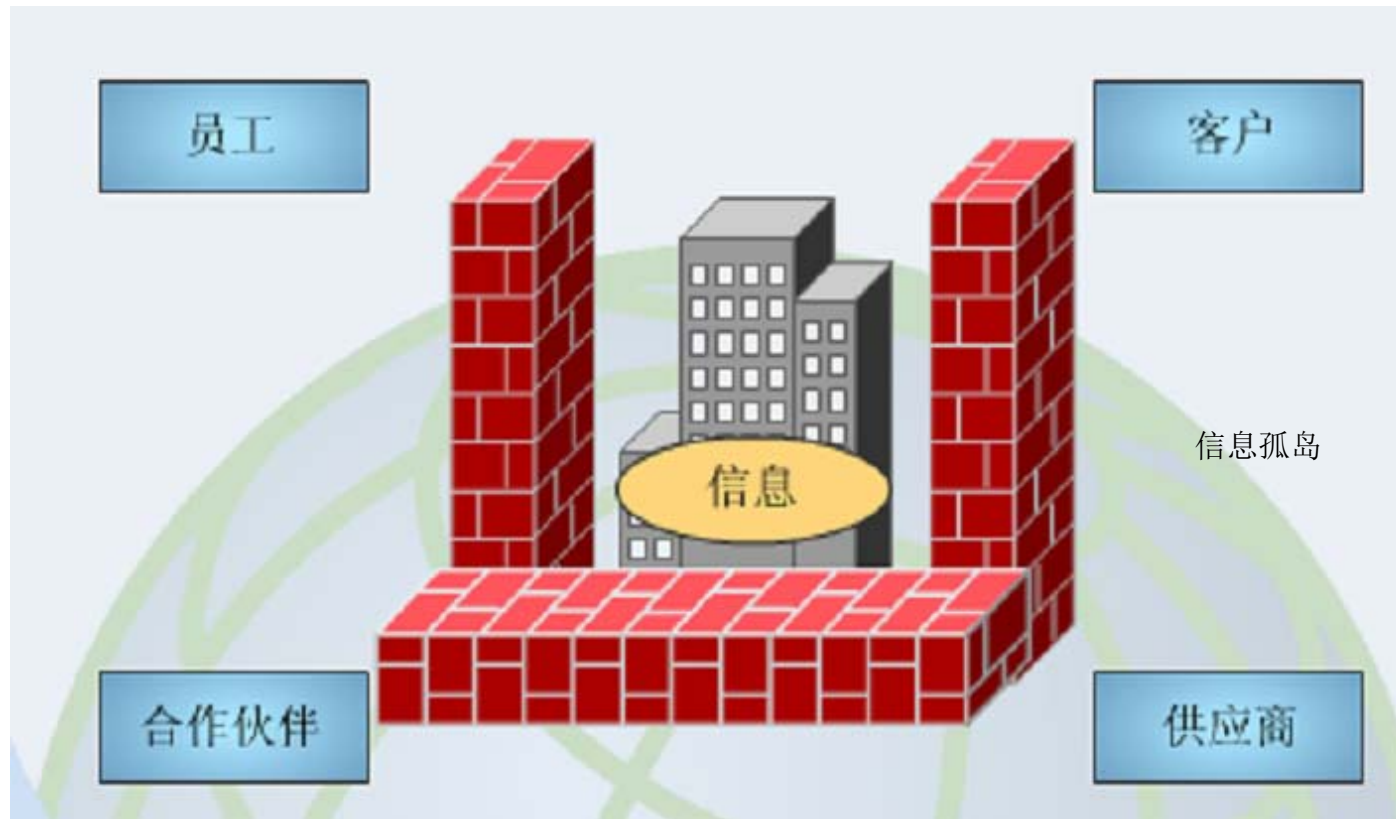


Internet的影响

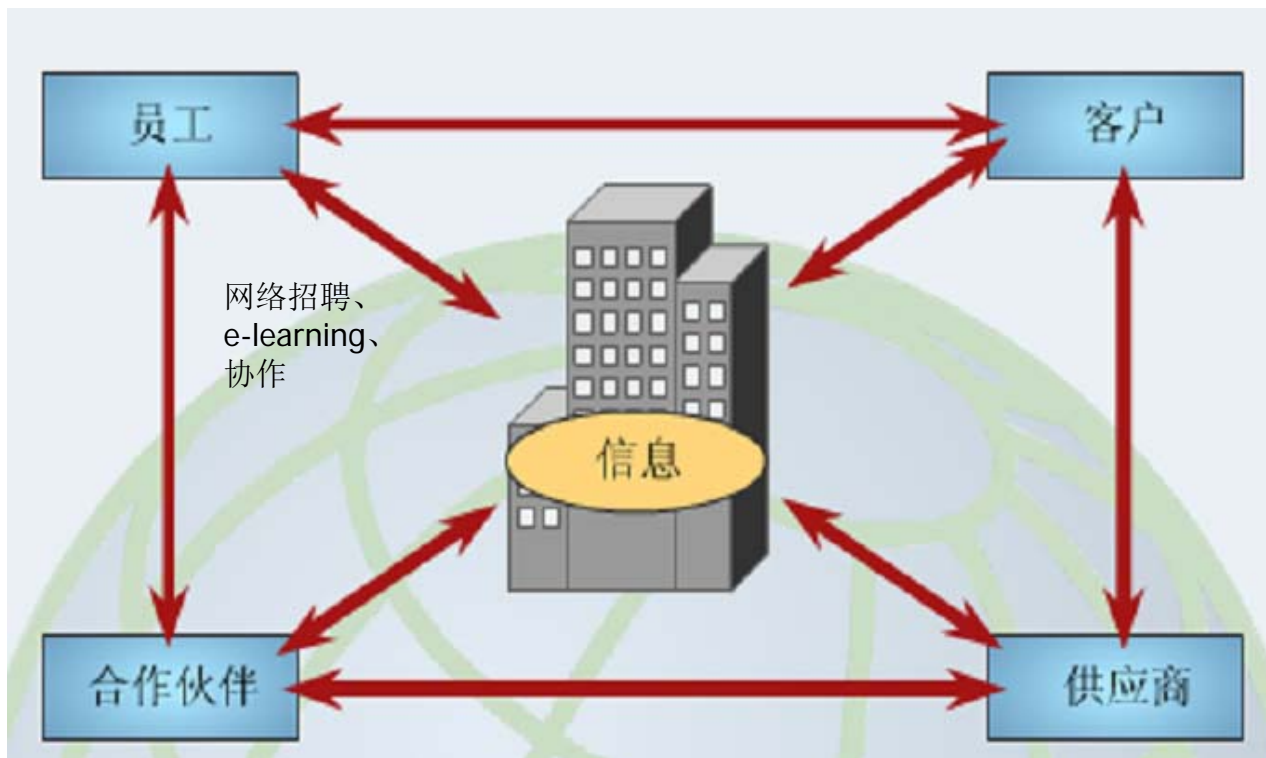


电子商务从内到外改变了企业的经营模式

传统的企业



基于网络运营的企业

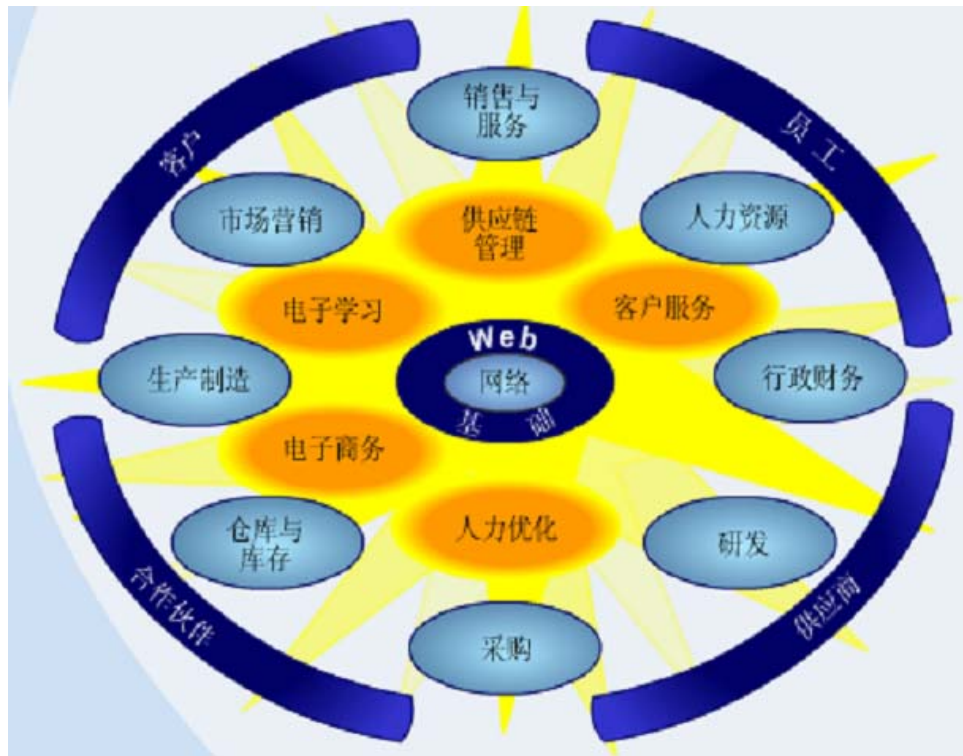


客户关系管理

网络联合研发

供应商管理库存（宝洁和Wal-mat）

电子商务使企业的运营集成化



电子商务与企业竞争优势

- 产品差别化竞争策略 如 **Citibank** 的**ATM**与信用卡
- 市场定位差别化竞争策略 如**am/pm**零售企业和日本**7-11**
- 供应链竞争策略 如**Dell**公司
- 产品成本竞争策略 如**沃尔玛**零售公司 (**Wal-Mart**)



议程

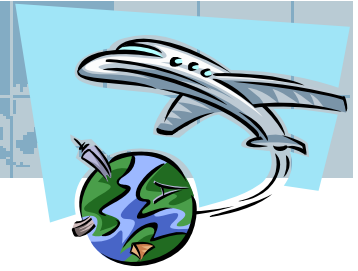
- 电子商务概况
- 电子商务发展背景
- 电子商务概念
- 我国电子商务现状与问题



电子商务对企业意味着什么？

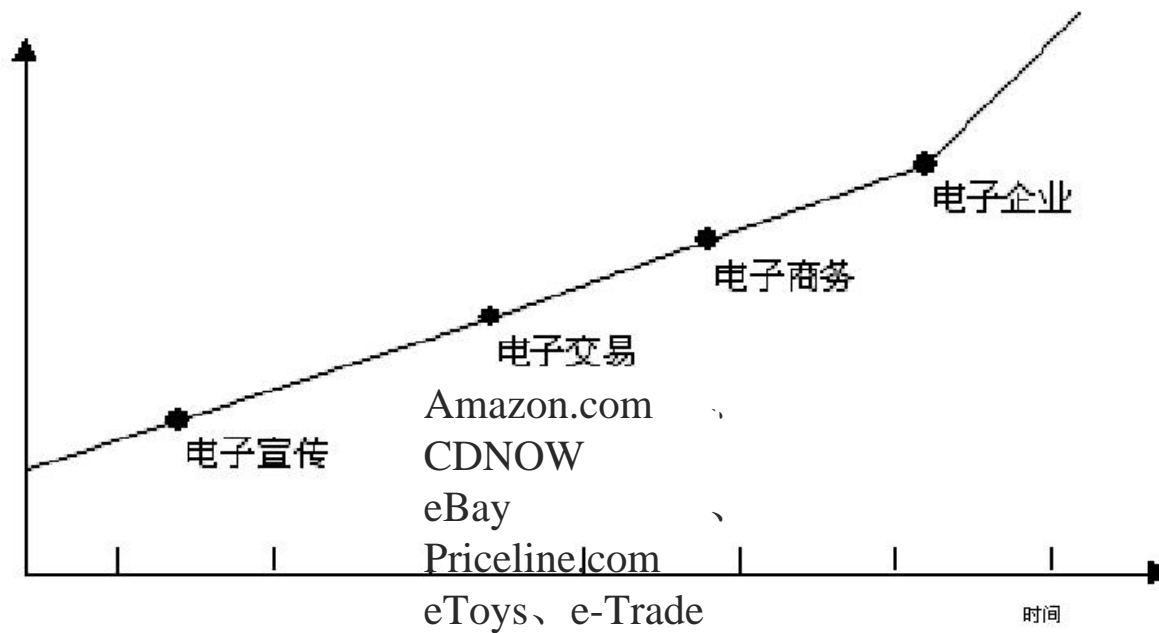
- 电子商务的产生和快速发展，究其原因可能是其能比传统商务方式获取更多的效益和产生更大的价值。
- 在电子商务初期，网络购物几乎就是电子商务的全部，但随着网络的快速发展，电子商务的日渐完善，网络购物变成为只是电子商务的一部分。电子商务，决不是简单地制作一个网页，开一个网上商店而已，而是要彻底地改变企业的整个传统模式，使企业在客户管理、伙伴管理、内部管理等各个方面都提升到一个新的境界，从而大大增强企业在经济一体化中的竞争能力
- 经营模式最终决定企业电子商务的成功





电子商务的发展阶段（1）

商务影响



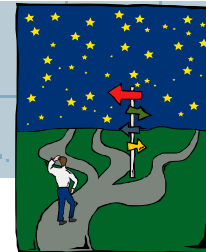
互联网对商务影响的四个阶段



电子商务发展的阶段（2）

- 电子宣传（**Brochureware**）阶段。互联网应用的初级阶段，企业把互联网看作是一种低成本的宣传媒体。企业将纸质的宣传手册、产品与服务信息电子化并放到网络上，供客户单向浏览，与客户的互动非常有限。
- 电子交易（**e-Commerce**）阶段。企业与客户可以在互联网上更好的互动、交流并可以在网络上达成交易。这一阶段的互联网商务的特征是企业在互联网上买卖货物和服务,涌现出一大批纯粹的网络企业
- 电子商务（**e-Business**）阶段。这时互联网商务侧重于把企业的各种商务活动，包括内部管理，生产管理以及与外部的联系，产品的销售等全部架构在互联网上运作
- 电子企业（**e-Corporation**或**e-Enterprise**）阶段。这一阶段的最大特征是整合。这种整合包含两方面的内容：一方面是企业技术平台的整合；另一方面则是对企业能力的整合





电子商务的发展途径

- 提供基础设施的信息技术公司驱动，来自像**IBM,Microsoft,Oracle**等。
- **IBM**首先提出**e-business**概念，将网上交易**e-commerce**延伸到整个商务环境，在**web**平台上用**IT**技术实现各类业务：
e-business=web+IT+business

电子商务的定义

提出者	定义与描述
联合国经济合作和发展组织	电子商务是指发生在开放网络上的包含企业之间（B2B）、企业和消费者之间（B2C）的概念，它包括三个部分：企业内部网、企业外部网、因特网。
Kalakota & Robinson	电子商务就是企业的业务流程、应用系统会和组织结构的复杂融合，这种融合是为构建高效的企业商务模式所必需的。
Weill	电子商务是指企业基于开放式网络（主要指Internet）执行业务流程，从而用信息取代原来手工的业务处理。



E-Commerce

- 狭义的电子商务(**e-Commerce**): 是指利用电子手段、信息技术来进行贸易(或称交易)的买卖活动。这种理解是在电子商务发展的早期阶段形成的





e-Business

- 比较典型的定义是：基于互联网并采用相关信息技术进行商务活动，这些商务活动包括实物产品和信息产品的交易、客户的服务、企业间的协作（如联合设计）等。



议程

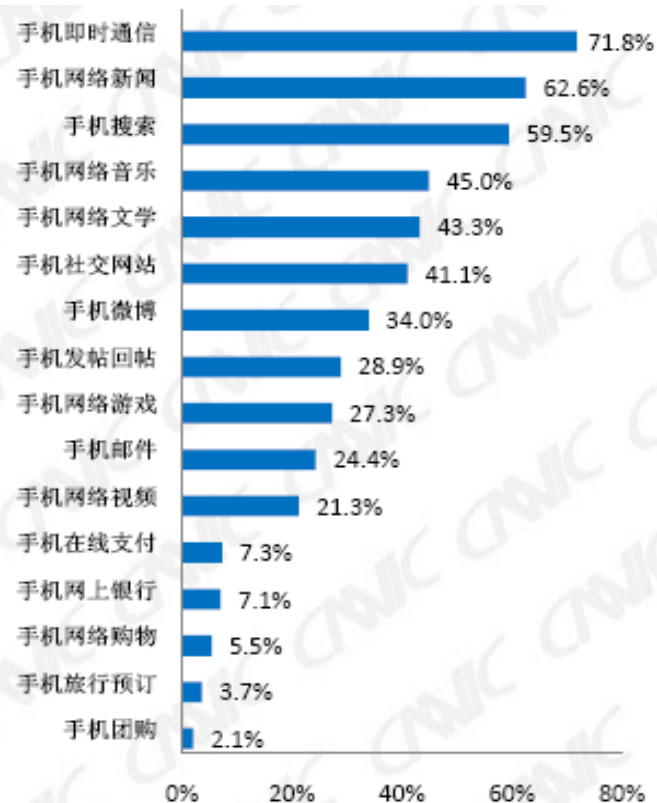
- 电子商务概况
- 电子商务发展背景
- 电子商务概念
- 我国电子商务现状与问题



互联网主流应用

2010.12—2011.6 各类网络应用使用率

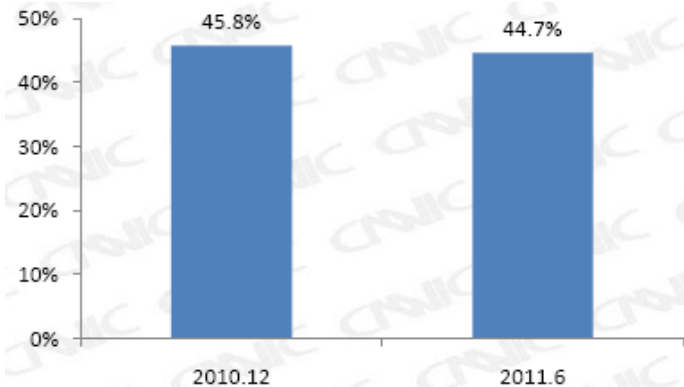
应用	2011.6		2010.12		半年增长率
	用户规模(万)	使用率	用户规模(万)	使用率	
搜索引擎	38606	79.6%	37453	81.9%	3.1%
即时通信	38509	79.4%	35258	77.1%	9.2%
网络音乐	38170	78.7%	36218	79.2%	5.4%
网络新闻	36230	74.7%	35304	77.2%	2.6%
博客/个人空间	31768	65.5%	29450	64.4%	7.9%
网络游戏	31137	64.2%	30410	66.5%	2.4%
网络视频	30119	62.1%	28398	62.1%	6.1%
电子邮件	25172	51.9%	24969	54.6%	0.8%
社交网站	22989	47.4%	23505	51.4%	-2.2%
网络文学	19497	40.2%	19481	42.6%	0.1%
微博	19497	40.2%	6311	13.8%	208.9%
网络购物	17266	35.6%	16051	35.1%	7.6%
网上支付	15326	31.6%	13719	30.0%	11.7%
网上银行	15035	31.0%	13948	30.5%	7.8%
论坛/BBS	14405	29.7%	14817	32.4%	-2.8%
网络炒股	5626	11.6%	7088	15.5%	-20.6%
团购	4220	8.7%	1875	4.1%	125.0%
旅行预订	3686	7.6%	3613	7.9%	2.0%



- 中国互联网络发展状况统计报告 <http://www.cnnic.net.cn/>

手机网民网络应用

网络安全问题

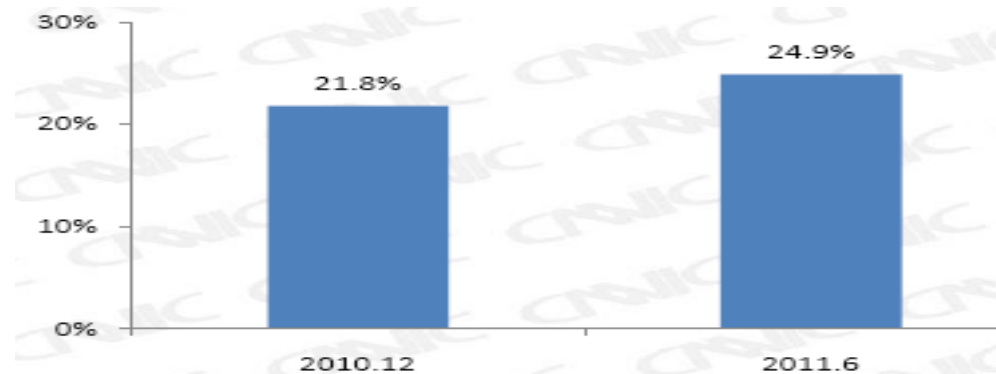


网民半年内遇到过病毒或木马攻击的比例



半年内是否在网上遇到过消费欺诈

- 电子商务法规的健全问题。
- 从业人员的法律法规和安全意识问题
- 网络钓鱼



网民半年内遇到过账号或密码被盗的比例

信用环境

- 信用风险、诚信问题
淘宝网、团购等网站的欺诈问题
- 制度、法律的不完善
- 信用认证



物流亟待发展

- 物流有很大发展，但仍然不能满足电子商务的需要，配送时间和质量总体不高
- 制约电子商务的成本和顾客满意度
- 与传统渠道的结合



电子商务法律法规

- 现有的法律法规不能覆盖电子商务的所有领域
- 相关配套法律法规的配套完善
- 版权之争、**3Q**大战、团购泡沫、网络犯罪等



其他问题

- 基础设施
- 电子支付
- 人才培养
- 电子税收
- 政策支持

