

初级资格辅导：电子商务模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/255/2021_2022__E5_88_9D_E7_BA_A7_E8_B5_84_E6_c67_255807.htm 电子商务的逻辑模式

电子商务的逻辑模式是一个与Internet相连接，可以为厂家、商家、用户、消费者、政府提供相互通信的高效、及时的服务增值网络。如图2-13所示：电子商务发展模式 这是Angehrn的ICDT模型，用以说明企业在因特网环境下电子商务的应用策略及可实现层面的一次顺序。第一个层面虚拟信息空间(Virtual Information Space)代表企业电子商务的应用初期。这一阶段，企业常常在因特网上建立自己的网站，并通过其传播有关自身组织结构、产品概况和服务内容的信息。这一空间是企业最易实现的。随着电子商务的进一步应用，直接的网上交流越来越多。电子商务发展进入第二层，即虚拟交流空间（Virtual Communication Space）。这一层主要用于建立关系、交流意见。网上论坛、聊天室及虚拟组织就是这类应用。第三层，虚拟交易空间（Virtual Transaction Space）。在此空间，交易者之间可以进行直接的网上交易，实现交易的达成。第四层进入到完全电子商务阶段，即虚拟分流空间(Virtual Distribution Space)。不完全电子商务常常需要物流配送体系，而完全电子商务中，产品和服务可实现数字化，直接通过网络进行传输。如网上新闻、软件、书籍可直接通过因特网传递信息。与此同时，支持电子商务应用的基础环境是必不可少的，即宏观的法律，税收，信息传输安全度，个人隐私问题。企业成功运用电子商务，可方便客户通过网络直接同企业接触，了解企业的产品和市场信息，并通过交

交互式访问来选择自己需要的产品和服务。同时企业内部实现ERP的自动生产管理计划，充分应用内部职工的自助服务程序，使雇员能够随时了解企业的整体情况和自己的任务，最高效率的完成自己的使命，并加强雇员之间、雇员同管理层之间、雇员与客户之间的沟通，提高企业整体运转效率。在企业外部同企业的合作伙伴、供应商、服务商通过网络建立了更好的联系方式，及时沟通信息、降低成本、共同发展。如图2-14所示：100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com