

中国中部电子商务交易中心 的商业模型及实践

史百舟 赵向阳 刘君华 陈剑 (西安交通大学 710049)
李茂通 (河南电子商务有限公司 450052)

摘要: 本文给出了中国中部大市场(CCMARKET.COM.CN)使用的网络模型、应用结构模型、以及应用策略。讨论了各种模型的工作过程, 适用范围。通过建立数据仓库, 生成模糊信誉矩阵, 提高了网站的服务质量, 缩短了访问时间。

关键词: 电子商务 交易模型 电子贸易



1 电子商务模型

电子商务模型也许是网络中讨论最多而理解最少的方面。关于网络如何改变传统商务模型的议论非常多, 但这究竟意味着什么, 却无显而易见的证明。从根本上来说, 商务模型就是公司做生意获取利润维持自身的方法。商务模型阐明了一个公司是如何通过确立它在价值链中的位置来赚钱的。

电子商务将肯定会引起新的商务模型产生。为了适应河南省的不同企业的需要, 电子商务交易中心开办有电子商务, 中间交易, 直接交易, 拍卖等交易场所。每一个交易场所含有几种交易模型, 例如, 中间交易含有中介交易模型、信息服务模型、广告模型和采购模型等模型的组合。下面解释一下在电子商务交易中心主要用到的一些模型。

1.1 电子商店

电子商店是一个公司、工厂或商店的网络市场, 通常与传统的市场相结合。电子商店用于提升公司和它的货物或服务的知名度, 并可增加对公司产品的需求, 以较低的价值路径通往全球各地。电子商店能够增加消费者和商家的利益。与传统购物相比, 消费者能够从电子商店得到价格低廉的物品、广泛方便地选择、较好的信息和 24 小时不间断服务。商家的利润来源于降低的成本、增加销售和广告作用。电子商店模型的结构框图如下:

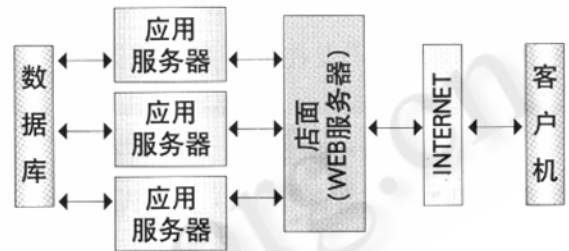


图 1 电子商店模型的结构框图

公司、工厂或商店通过客户机的 WEB 浏览器来安全可靠地远程管理自己的在 WEB 服务器上的店面。店面应用服务器相当于一个后台办公室, 用于处理管理请求和管理商店主页请求。数据库包含有客户, 商品清单。数据库遵守开放数据库连接标准(ODBC), 它通过 ODBC 驱动器来获得报表发生器, 财务管理系统, 销售规划系统和其他的外部数据库。

1.2 电子采购

电子采购是借助网络购买货物和服务的一种方式。大公司和政府公共事业单位在网上完成一些电子采购, 以便有较多的供应商供选择, 降低价格, 提高质量, 改善配送。电子谈判、签合同和以一定的规范协同工作能够进一步节省时间和成本, 并且更加便利。对于供应商来说, 提供了较多的投标机会, 降低了投标的成本, 并且可以将大宗的货物分成不同的部分进行投标, 这更适

合于较小的企业，或进行联合投标。收入主要来源于成本的降低。

1.3 直接搜索模型

直接搜索模型的最重要的特点是没有网络地址，即没有市场位置。需求者通过网络中心的目录得到对方的地址。为了能够相互信任并完成法律约束，离开网络后，一个可信赖的第三方提供公共证书。

1.4 拍卖模型

在拍卖模型中，潜在的购买者交一个标书，供应商被认为是客户。拍卖商的工作就是让客户与有兴趣购买服务和产品的人产生联系。拍卖模型中，电子商务中心扮演一个可信赖的第三方，即拍卖者的角色，没有其他中介加入。有信誉的第三方为需求者和供应商提供接口。

交易始于供应商向交易商提供的供给描述。包括产品和服务的描述以及供应商能接受的最低价格。需求者得到产品的描述，进入谈判进程。当拍卖者找到了适当的价格和购买者，购买者和供应者签订合同。在这种情况下，购买者和供应者不必相互了解。只有当一方没有完成它的责任时，有信誉的第三方才出示合同做公正。最后，货物的发送和支付必须在执行过程中进行，有信誉的拍卖者能保证这一交易过程的公平进行。

拍卖模型的交易过程如图 2 所示：

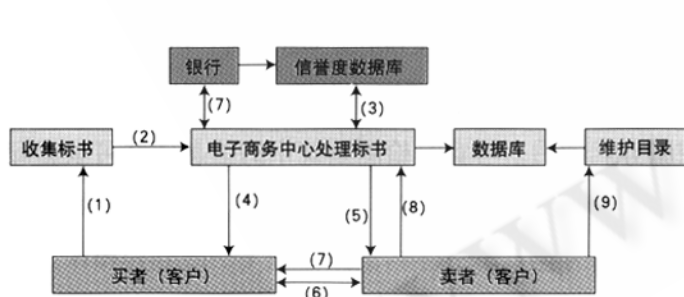


图 2 拍卖模型工作流程图

图示流程中，

- (1) 顾客(买者) 交投标价格；
- (2) 电子商务中心处理标书；
- (3) 把买者信息存入数据库，查询信誉度数据库，了解买者的信誉，决定验证等级；
- (4) 通知投标的顾客，是否已经买了那批货；
- (5) 通知卖者赢标的顾客的身份及信誉度等信息；
- (6) 买卖双方进行细节的谈判；
- (7) 发货、验货、与银行联系、支付等；

(8) 卖者把这一销售的交易费邮寄给电子商务交易中心；

(9) 卖者维护网站所列项目。

2 应用框架

电子商务的商务模型描述了电子商务的商业运作和功能结构，主要是目标、策略和实体的集成。电子商务应用结构定义了电子商务应用本身的需要。

2.1 系统应用程序结构

根据我们对国外几家著名大公司电子商务框架构成及其电子商务平台研究比较、应用范例的综合评估，结果认为微软的电子商务平台 Site Server Commerce Edition 非常适合搭建交易中心。他向企业提供了进行在线智能化商务服务；可集中管理客户的概况信息和进行站点个性化服务；支持销售和广告宣传；还提供了了解客户需求行为的分析工具。Site Server Commerce Edition 在后台对商务系统协作的方式进行控制，管理 Web 站点的内容，将指示和信息发送到数据库服务器，并与贸易合作伙伴交换重要的商务文档。由于 Site Server Commerce Edition 采用了 Windows 分布式网络体系结构的 COM 组件结构，并使用 Windows 的互用构件：COM、MTS、MSMQ、COMTI、SNA SERVER，因此它是最容易进行二次开发、维护和使用的电子商务平台。

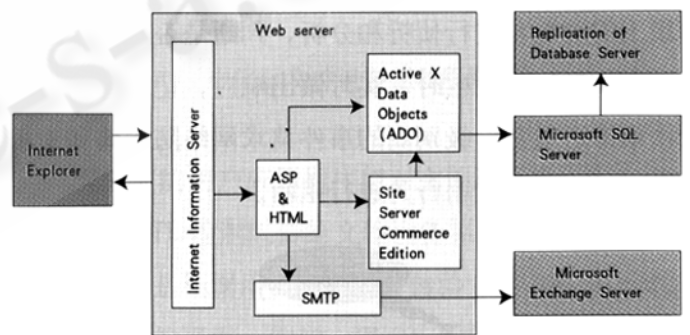


图 3 电子商务交易中心的应用程序结构

2.2 采用的策略

若没有采用电子商务应用的策略，商务模型和应用框架是没有用的。下面给出本电子商务中心采用的策略：

- (1) 消费者通过电子计算机的 WWW 浏览器经过 INTERNET 浏览，选择所需商品(包括商品编号、类别、质地、尺寸、价格、数量)等信息，提交购物信息及信用卡信息。

(下转第 16 页)

(上接第 18 页)

(2) 电子商务中心服务器将反馈信息给消费者浏览提示消费者下载客户端安全证书, 由消费者确认。

(3) 消费者所提交的支付信息, 该支付信息经过 SSL 协议自动加密编码发往电子商务服务器。

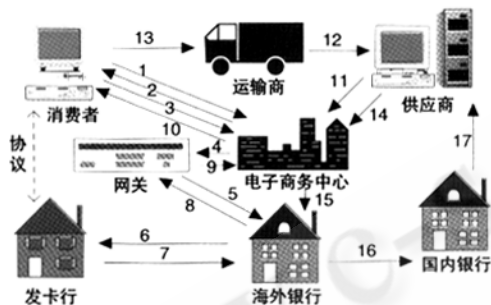


图 4 电子商务中心采用的策略

(4) 电子商务服务器接受支付信息后再经过专门的接口加密转发往专业电子商务支付网关。

(5) 支付网关接受支付信息, 将其转移到防火墙之后, 脱离 INTERNET, 在一个基于硬件的加密盒内完成解密, 然后按照规定格式重新打包通过金融专业网络传至商家海外开户行;

(6) 商家海外开户行将得到的信息解密, 然后再通过金融专业网向消费者(信用卡持卡人的发卡行)发出要求支付的授权请求信息。

(7) 信用卡发卡行接受信息进行解密, 自动查询信用卡信息是否有效, 然后通过金融专业网向商家海外开户行发出拒绝码或授权码, 如为授权码, 则立即向商家开户行进行转帐。

(8) 商家开户行将反馈的拒绝码或授权码解密然后加密发往支付网关。

(9) 支付网关将反馈的拒绝码或授权码解密然后加密发往电子商务中心的服务器。

(10) 电子商务服务器接受拒绝码或授权码信息后解密, 再向消费者发出确认支付或确认拒绝的信息。

(11) 商家通过 INTERNET 网络实时查询订单, 或由商务中心向商家发出订货信息和发货通知。

(12) 商家接受货信息后, 立即向运输商发出运货通知。

(13) 运输商将在海关、商检、保险等部门的协作下, 完成向消费者运送商品的全过程。

(14) 商家将发货凭证以电子方式发往商务中心。

(15) 商务中心将该凭证通过 INTERNET 或传真方式传至商家海外开户行。

(16) 商家海外开户行在接受商家发货凭证以后, 立即向商家国内银行帐户转帐或汇款。

(17) 国内开户行向商家发送货款到帐信息。

3 结论

本文给出了中国中部大市场(CCMARKET.COM.CN)的网络模型, 应用结构模型, 以及应用策略。通过建立数据仓库, 生成模糊信誉矩阵, 提高了网站的服务质量, 缩短了访问时间。本大市场已经开业, 但是, 尚未完全实现本文给出的交易模式, 电子商务中心仍在建设中。■