

电子商务：走近电子商务标准 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/250/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_250222.htm

近来，有关电子商务标准的名词接二连三地出现在市场上，使得处于电子商务应用初级阶段的国内企业陷入茫然状态。那么，电子商务标准究竟是什么？它对电子商务的应用究竟有多大的效力？为了探究这些问题，我们不妨走近电子商务标准最近，跟电子商务标准有关的词儿，如RosettaNet、CommerceNet、CommerceOne等，一下子像雨后春笋般在中国大地呼呼冒出，让人应接不暇。纷乱之余，人们表现出极大的困惑和疑虑，不知道这些外来的“神仙”们会有哪些造化，又会对哪些东西加以约束，限制人们的自由发展。同时，人们又不敢置之不理，惟恐错过了与国际市场接轨的机会。---其实，这些东西并不是什么神秘之物，它们只是在电子商务发展到一定阶段，出现了大量的平台互通、互联、互操作需求时，为了达到某种程度的统一而出现的对数据交换和流程交易的规范定制。需求产生标准在信息化时代，企业依靠越来越多的管理信息系统实现运营。面对五花八门的系统交互，企业首先要解决数据交换问题。开发专用接口或统一数据格式成为人们常用的办法。但是在互联网上，这些办法似乎颇有束缚。因此，定制数据交换标准的需求应运而生。1998年，国际标准化组织W3C推出XML，解决了数据交换的标准问题。然而，这还远远不能满足企业的需求。企业要进行商务，就要在不同商务平台之间进行对话，也就是进行B2B交易。实现真正的B2B商务，不仅涉及到企业间的数据交换，更要涉及到企

业间业务流程的相互操作。以一个简单的定单交易为例，其中包括了定单内容的传递和对定单的处理。前者属于数据交换，后者属于流程交易。当买方企业把定单用基于XML的格式传给了其供应商，那么它们之间就完成了定单的数据交换。接下来，买方企业和供应商之间对定单的应答过程构成了定单的流程交易。对于买方企业系统来说，它对定单事件的处理流程可能是这样的：如果定单被承诺，它将采取某种措施；如果定单被拒绝，它将采取另外的措施。买方企业系统里，定单被承诺的形式，可以定义为供应商的确认回复，或者是供应商一定时间段内的不回复（这时系统表示默认）。如果供应商对定单的处理流程跟买方企业的一样，那么流程对话完成，交易实现。然而，事实上，大部分企业间的流程规定是不一样的。如果供应商系统中约定一段时间内的不回复表示拒绝，显然，这庄交易肯定不能做成功。在这种情况下，买方企业与供应商之间为了实现交易，就必须彼此沟通，通过利益均衡，定出一个折中的可行的标准接口流程。在互联网时代，企业所面对的客户和供应商已经不再仅仅局限于本地有限的几个，而是散布在世界各地的数目可观的一批。如果说原来企业间交易可以通过专门开发的接口，那么面对数量众多的异构商务平台，在实时性要求相当苛刻的现在，专用接口已经不能胜任，建立一个基于XML数据交换标准的、描述企业间商务流程交易的标准框架体系已经成为必需。本文开头提到的几个词儿都是在B2B的实践中，从需求中产生的、面向流程的标准。标准面面观从当前的市场应用情况来看，标准基本上分为两层：底层的数据交换标准和高层的面向流程的标准。XML是至今为止用来做数据交换比较有

效的语言之一。XML是通过标签（Tag）来描述数据，而标签的含义是可以在DTD或Schema中事先定义的（DTD或Schema是W3C推荐的、定义XML标签的标准）。因此，不同行业的人们根据自己应用数据的习惯定义了不同的标签，形成诸如cXML、ebXML、XCBL等一系列具有行业特性的数据描述语言。基于这些标准规范的数据，都能通过XML解析器（parser）相互通讯。BizTalk是微软公司倡导的标准，是利用Internet标准协议和格式来促进企业内部和企业间的应用集成电子商务的XML框架，吸引了包括XMLSolutions在内的全球许多组织的支持。BizTalk.org是微软公司与其他公司一起合作资助的非营利性网站，供人们学习和了解XML和BizTalk，同时还提供公用的Schema库。任何个人和组织都能向该网站提交他们的Schema，一旦通过认证测试，就可以成为有效的Schema供他人免费下载使用。在数据交换层上，只要应用基于XML的标准数据格式，基本上就可以实现无障碍通讯。然而，那些历史的、不是XML格式的数据，如何能转换成XML格式呢？Microsoft BizTalk Server就可以实现这一转换。据微软技术专员张炜先生介绍，BizTalk Server就是一个实现了BizTalk的基于Windows 2000的服务器产品。BizTalk Server的功能之一，就是将企业既有的数据进行XML的转换和传送，从而将应用程序从不同的协议和数据格式中独立出来。相对于数据交换的标准来说，流程交易标准的制定就困难许多。一涉及流程，就联系到企业管理和企业文化等具有惯性的东西，因此只能在同类行业中，通过利益需求的驱动来加以规范。目前，注重流程的标准大致分为两类，一类来源于由多家企业自发组成的非营利性行业标准化组织，如RosettaNet

、CommerceNet等；另一类来源于电子商务及解决方案供应商，如CommerceOne、Ariba等。由非营利组织提供的标准，是成员企业行业特性的提升，代表成员企业的公共利益。据RosettaNet标准部副总裁Paul介绍，RosettaNet标准目前主要覆盖信息技术、电子元件和半导体制造行业，因此，也就与涉及教育、培训的CommerceNet没有冲突。由供应商提供的标准，是与自己的产品直接挂钩的，按照CommerceOne在中国的合作伙伴国研科技公司的说法，是给CommerceOne平台的用户架起一条基于Internet的交流通路。供应商提供的标准与标准化组织提供的标准在行业上有一定的交叉。但是，由于标准不是凭空而是依赖于大量的实际业务产生的，因此，这两类标准在对相同业务的描述上不会有太大的相左。同时，由于标准都具有开放性，所以相互的切入也是可能的。当然，这两类标准肯定存在竞争，至于谁占优势，就要由市场来定夺了。

---务实的标准观 面对着扑面而来、林林总总的标准，企业应该如何应对？是陷入自卑、裹足不前，还是闻风追逐、盲目应用？答案都是否定的。目前，就世界范围来看，标准的应用还处于刚刚起步阶段，因此，我国企业根本谈不上落后，没有必要悲观。同时，标准最终还是为企业提高效率服务的，因此，我们也不应该离开企业实际需求空谈标准。我们应该在解决自己的问题时，参考标准的思路，使自己不致于偏离主流。

---标准涉及流程规范，因此，企业首先应该注意优化自己的内部管理流程，只有把企业内部的所有运作，包括人事、财务、生产、进货、销售等管理全部优化后，才具备与别的企业达成标准化的条件。对此，IBM公司负责亚太地区采购系统电子商务运作的徐津先生有自己一套

非常务实的个人见解。他认为，标准化的目的主要是促进企业内部改革和优化供应链管理。他指出，我国的企业不应该盲目跟从标准，而应该在修炼内功的同时，保持对标准的关注。他形象地把对标准的认识比喻成“洋葱剥皮”，即：企业的高层管理者，尤其是CIO们，不能只关注一个完好的“洋葱”，而应该对之剥皮，逐层了解其实质，进而分门别类地辅助自己的工作；经过这样的过程，企业才能够借鉴人家许多成功的经验、避免过程中的错误，逐步与国际接轨。

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