

电子商务主体划分：企业与消费者间电子商务 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_63956.htm

企业与消费者之间的电子商务可以说就是通过网上商店(电子商店)实现网上在线商品零售和为消费者提供所需服务的商务活动。这是大众最为熟悉的一类电子商务类型，目前在Internet网上有很多这种电子商务类型的例子，如世界上最大的网上书店亚马逊书店(<http://www.amazon.com>),网上预订仪器的

Pizza-Hut(<http://www.Pizzahut.com>)国内的网上商城8848网站(<http://www.8848.net>)等。随着Internet网的普遍应用，这类电子商务有着强劲的发展势头。企业与消费者之间的电子商务引发了商品营销方式的重大变革，无论是企业还是消费者都从中获益匪浅。网上商店的出现，消费者可以足不出户，通过自己的计算机在网上寻找、购买所需的商品,获得商家提供的一系列服务；通往全球的Internet网,使消费者购物的选择范围被最大化的扩展；网络多媒体技术可将商品由内到外进行全面介绍,便于消费者选择Internet网上高速度、低费用的信息传递可以让消费者高效、便捷、低成本地完成网上购物过程；尤其值得称道的是，网上购物为现代社会消费时尚的个性化进一步提供了便利，消费者不再是只能被动地购买已生产出的商品，而是可以通过网络向商家提出个人要求甚至可以虚拟出自己想要的商品，商家获取信息，就可能满足消费者独特的消费愿望。对于商家而言，建立网上商店，完全更新了原有的市场概念，传统意义上的商圈被打破，客户扩展到了全国乃至全世界，形成了真正意义上的国际化市场，赢得

了前所未有的商机。另外，网上商店交易成本比传统店堂销售成本大大降低，因为在线销售可以避免有形商场及流通设施的投资，将依靠人工完成的交易活动转化成数字化的信息传送过程，可以节省大量商流费用，这带来了经营成本的降低，使商家更具竞争力。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