

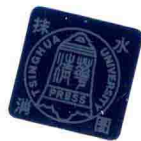
应用型人才培养规划教材 · 经济管理系列

新编 电子商务概论

(第2版)

卢金钟 雅 玲◎主 编

温慧君 阿如娜 张莉蔚◎副主编



清华大学出版社

应用型人才培养规划教材 · 经济管理系列

新编 电子商务概论

(第2版)

卢金钟 雅玲◎主 编

温慧君 阿如娜 张莉蔚◎副主编



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是一本实用型电子商务教材,内容基本涵盖了电子商务基础理论的各个方面。全书共分为10章,包括电子商务概述、电子商务体系框架与商业模式、网络营销、电子支付与互联网金融、电子商务管理理论、移动电子商务、电子商务物流、电子商务安全技术、自媒体与微营销、电子商务法律。每章最后都附有复习思考题和案例分析材料,以改善理论性课程内容的教学效果。

本书可作为应用型本科院校、高等职业院校电子商务课程的教材,也可作为企业电子商务培训教材,还可作为企事业单位电子商务、市场营销、国际贸易等相关从业人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

新编电子商务概论 / 卢金钟, 雅玲主编. —2版. —北京: 清华大学出版社, 2015
应用型人才培养规划教材·经济管理系列
ISBN 978-7-302-41692-0

I. ①新… II. ①卢… ②雅… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第237750号

责任编辑: 杜春杰

封面设计: 刘 超

版式设计: 文森时代

责任校对: 马军令

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京富博印刷有限公司

装 订 者: 北京市密云县京文制本装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×230mm 印 张: 20.5 字 数: 366千字

版 次: 2012年5月第1版 2015年12月第2版 印 次: 2015年12月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 39.00元

产品编号: 059152-01

前 言

当前,集IT技术、网络技术、云计算技术、大数据分析、商务流程创新和管理创新于一体的电子商务业已深深地融入人们的生活和生产中,推动着经济全球化、贸易自由化和信息现代化的快速发展。电子商务作为一种新型的商业文明,它不仅改变了人们的生活和工作方式,也冲击着人们的思维方式和行为准则,其影响已远远超过技术和商务本身。传统商务模式和商务流程亟须向电子商务转型,几乎所有企业和组织都在积极实践着如何在组织结构、业务流程方面加以改进,以适应电子商务时代的发展需要。尽快培养出更多的复合型的电子商务专业人才,成为当前开设电子商务专业的高校的迫切任务,以适应电子商务的快速发展,满足社会电子商务活动需要和提高电子商务从业人员的整体素养。

“电子商务概论”作为电子商务专业的学科基础课程,是整个专业的基石,其主要目的是使学生从电子商务的基本理论、基本环境到电子商务的基本应用层次、产业化发展和电子商务的经济性等各方面有一个全面而深入的了解、认识 and 把握,为进一步学习后续各门电子商务的专业知识奠定坚实的基础。本书融合了国内外学者、专家和编者的学术、科研、教材和实践成果,在多次讲课讲稿的基础上编写而成。

本书根据教育部电子商务专业教学指导委员会对电子商务专业知识模块的划分,从基础理论出发,结合电子商务前沿实践,全方位阐述了电子商务的特点、应用和技术创新。在注重电子商务基本理论、基本知识和基本应用的同时,本书突出了电子商务的创新性和前沿性,强调理论与应用相结合,力图比较完整地反映电子商务专业知识的基本概貌和电子商务理论与应用的最新发展。

本书第1版于2012年4月出版,出版后受到了许多高校师生的好评。第2版根据互联网技术的新发展以及教学的需要,在第1版基础之上,更新了相关数据和案例,同时结合时下电子商务的实践和发展动态修订而成的。与第1版相比,修订后更注重健全电子商务知识体系,引入电子商务生态系统概念并围绕其展开论述。

本教材的编著分工为：主编卢金钟（内蒙古工业大学），负责确定大纲、总纂全书并编写第1章和第9章；主编雅玲（内蒙古工业大学），负责全书知识架构的调整并编写第4章和第5章；温慧君（内蒙古工业大学），编写第2章和第6章；阿如娜（内蒙古师范大学），编写第3章和第7章；张莉蔚（内蒙古工业大学），编写第8章和第10章。参加本书编写工作的还有张昭俊、冀强、方英、王永生、吴文平、靳华宇、肖丹等。

本书的编写和出版得到了清华大学出版社编辑的大力支持。在编写过程中，我们参阅了许多与电子商务相关的教材和网站资料以及有关研究成果，在此一并表示衷心感谢！由于电子商务是一门新兴的学科，而且发展速度快，它的理论、技术和应用都是在不断发展和变化中得以逐渐成熟与完善的。同时，由于编者水平有限，书中错漏和不妥之处在所难免，恳请专家、学者和读者批评指正。

编 者

2015年1月1日

CONTENTS

目 录

第1章 电子商务概述

- 1.1 电子商务的产生与发展 / 1
 - 1.1.1 电子商务的产生 / 1
 - 1.1.2 推动电子商务发展的积极因素 / 4
 - 1.1.3 中国电子商务的发展历程 / 7
- 1.2 电子商务的概念 / 9
 - 1.2.1 电子商务的本质 / 9
 - 1.2.2 世界著名公司对电子商务的定义 / 10
 - 1.2.3 本书中电子商务的定义 / 11
- 1.3 电子商务的分类 / 12
 - 1.3.1 按参与交易对象分类 / 12
 - 1.3.2 按地域范围分类 / 16
 - 1.3.3 按交易所涉及的商品对象特征分类 / 17
 - 1.3.4 按电子商务所使用的网络类型分类 / 17
 - 1.3.5 O2O 电子商务 / 18
- 1.4 电子商务的功能和特点 / 21
 - 1.4.1 电子商务的功能 / 21
 - 1.4.2 电子商务的特点 / 22
- 1.5 电子商务的意义 / 24
 - 1.5.1 电子商务对传统企业产生的影响 / 25
 - 1.5.2 电子商务对社会的意义 / 27
 - 1.5.3 电子商务发展带来的问题 / 29
- 复习思考题 / 30
- 案例分析 / 30

CONTENTS

目 录

第2章 电子商务体系框架与商业模式

2.1 电子商务体系框架 / 34

2.1.1 电子商务的框架结构 / 34

2.1.2 电子商务系统的支撑环境 / 35

2.2 电子商务生态系统 / 37

2.2.1 电子商务生态系统的主要物种种群 / 37

2.2.2 电子商务价值链 / 38

2.2.3 电子商务的“流”要素 / 40

2.3 电子商务企业运营模式 / 41

2.3.1 电子商务企业运营模式分类 / 41

2.3.2 电子商务企业的商业模式 / 42

2.4 电子商务的盈利模式 / 45

2.4.1 盈利模式 / 45

2.4.2 电子商务盈利模式存在的问题 / 47

2.4.3 电子商务盈利模式的创新和战略选择 / 48

复习思考题 / 49

案例分析 / 50

第3章 网络营销

3.1 网络营销策略 / 53

3.1.1 网络营销的特点 / 53

3.1.2 网络营销的策略 / 55

3.1.3 制定网络营销策略需注意的问题 / 61

3.2 网络营销理论基础 / 62

3.2.1 直复营销 / 62

3.2.2 网络关系营销 / 64

CONTENTS

目 录

- 3.2.3 网络软营销 / 65
- 3.2.4 网络整合营销 / 66
- 3.3 网络营销方法 / 68
- 3.4 网络市场调查 / 72
 - 3.4.1 网络市场调查概述 / 72
 - 3.4.2 网络市场调查方法 / 73
 - 3.4.3 网络市场调查的发展趋势 / 75
- 复习思考题 / 76
- 案例分析 / 76

第4章 电子支付与互联网金融

- 4.1 电子支付概述 / 83
 - 4.1.1 电子支付的概念与特征 / 83
 - 4.1.2 电子支付的流程 / 85
 - 4.1.3 电子支付的类型 / 85
- 4.2 电子支付工具 / 86
 - 4.2.1 电子支付工具概述 / 86
 - 4.2.2 第三方支付 / 88
- 4.3 移动支付 / 91
 - 4.3.1 移动支付的概念 / 91
 - 4.3.2 移动支付业务的应用 / 91
 - 4.3.3 二维码支付 / 95
 - 4.3.4 移动支付的优点和潜力 / 96
 - 4.3.5 移动支付的交易过程 / 97
 - 4.3.6 互联网金融下移动支付的特点 / 98

CONTENTS

目 录

- 4.4 网上银行与电子银行 / 99
 - 4.4.1 网上银行的概念及特点 / 99
 - 4.4.2 网上银行的业务与介绍 / 100
 - 4.4.3 电子银行 / 101
- 4.5 互联网金融 / 102
 - 4.5.1 互联网金融的概念 / 103
 - 4.5.2 市场价值 / 103
 - 4.5.3 互联网金融模式 / 104
 - 4.5.4 互联网金融核心部分 / 106
 - 4.5.5 互联网金融特点 / 107
- 复习思考题 / 108
- 案例分析 / 108

第5章 电子商务管理理论

- 5.1 企业资源计划 / 116
 - 5.1.1 企业资源计划系统概述 / 117
 - 5.1.2 ERP 系统与 MPR II 系统的区别 / 118
 - 5.1.3 ERP 系统的管理思想 / 119
 - 5.1.4 电子商务与 ERP 系统的关系 / 121
- 5.2 客户关系管理 / 121
 - 5.2.1 客户关系管理概述 / 121
 - 5.2.2 客户关系管理的内容 / 125
 - 5.2.3 CRM 系统的基本功能 / 128
- 5.3 供应链管理的产生与发展 / 131
 - 5.3.1 供应链管理概述 / 131
 - 5.3.2 供应链管理的内容 / 133

CONTENTS

目 录

- 5.3.3 ERP、SCM 和 CRM 之间的关系 / 135
- 5.4 业务流程再造 / 137
 - 5.4.1 BPR 的含义和内容 / 137
 - 5.4.2 运用 BPR 原理改造企业 / 138
 - 5.4.3 BPR 的技术手段 / 139
 - 5.4.4 BPR 的实施步骤 / 139
- 复习思考题 / 143
- 案例分析 / 143

第 6 章 移动电子商务

- 6.1 移动电子商务概述 / 149
 - 6.1.1 移动电子商务的定义 / 149
 - 6.1.2 移动电子商务的特点 / 150
 - 6.1.3 移动电子商务与传统电子商务的区别 / 152
- 6.2 移动电子商务的发展现状 / 152
 - 6.2.1 移动电子商务的发展 / 152
 - 6.2.2 移动电子商务的实现技术 / 153
 - 6.2.3 移动电子商务的主要应用 / 153
 - 6.2.4 移动电子商务的发展趋势 / 155
 - 6.2.5 移动电子商务发展的关键 / 157
- 6.3 移动电子商务价值链 / 157
 - 6.3.1 移动电子商务市场 / 157
 - 6.3.2 移动电子商务价值链理论 / 158
 - 6.3.3 移动电子商务商业模式 / 160
- 6.4 云计算技术 / 162
 - 6.4.1 云计算技术简介 / 162

CONTENTS

目 录

- 6.4.2 云计算分类 / 163
- 6.4.3 云计算的特点 / 164
- 6.4.4 云计算的服务形式 / 166
- 6.4.5 云计算技术的应用 / 167
- 6.4.6 云计算技术的发展 / 169
- 6.5 大数据挖掘技术 / 170
 - 6.5.1 大数据概述 / 170
 - 6.5.2 大数据与电子商务 / 170
 - 6.5.3 数据挖掘技术 / 171
- 复习思考题 / 172
- 案例分析 / 172

第7章 电子商务物流

- 7.1 电子商务物流概述 / 177
 - 7.1.1 电子商务物流的产生背景 / 177
 - 7.1.2 电子商务物流的概念 / 178
 - 7.1.3 电子商务物流的内容 / 181
- 7.2 电子商务物流的发展 / 184
 - 7.2.1 电子商务对物流的影响 / 184
 - 7.2.2 电子商务物流业的发展趋势 / 188
 - 7.2.3 新型物流配送中心的运作与发展 / 190
- 7.3 物流业务外包 / 194
 - 7.3.1 物流业务外包的发展 / 194
 - 7.3.2 第三方物流 / 195
 - 7.3.3 第四方物流 / 197

CONTENTS

目 录

- 7.4 电子商务物流解决方案 / 201
 - 7.4.1 国外电子商务物流模式 / 201
 - 7.4.2 电子商务环境下的综合物流代理 / 204
- 7.5 物联网 / 206
 - 7.5.1 物联网的概念 / 207
 - 7.5.2 物联网在中国的发展 / 207
 - 7.5.3 物联网的产业实践主要方向 / 208
 - 7.5.4 目前物联网的应用领域 / 209
 - 7.5.5 物联网关键技术 / 212
- 复习思考题 / 213
- 案例分析 / 214

第 8 章 电子商务安全技术

- 8.1 电子商务安全体系 / 220
 - 8.1.1 电子商务安全体系概述 / 220
 - 8.1.2 电子商务系统面临的安全问题 / 220
 - 8.1.3 Internet 的安全隐患 / 221
 - 8.1.4 电子商务的安全要求 / 222
 - 8.1.5 电子商务安全的主要措施 / 222
 - 8.1.6 电子商务安全体系与层次 / 223
- 8.2 电子商务安全技术概述 / 223
 - 8.2.1 电子商务的安全威胁 / 223
 - 8.2.2 电子商务安全现状 / 225
 - 8.2.3 电子商务安全对策 / 226
- 8.3 防火墙技术 / 226
 - 8.3.1 防火墙技术概述 / 226

CONTENTS

目 录

- 8.3.2 入侵检测 / 229
- 8.4 数据加密技术 / 230
 - 8.4.1 加密技术概述 / 230
 - 8.4.2 数字摘要 / 232
- 8.5 电子商务的认证技术 / 233
 - 8.5.1 基本认证技术 / 233
 - 8.5.2 认证中心与认证体系 / 236
 - 8.5.3 安全交易的过程 / 238
- 8.6 电子商务安全技术 / 239
 - 8.6.1 SSL 安全协议 / 239
 - 8.6.2 安全电子交易协议 / 241
 - 8.6.3 SSL 协议与 SET 协议的比较 / 242
 - 8.6.4 安全超文本传输协议 / 242
- 复习思考题 / 243
- 案例分析 / 243

第9章 自媒体与微营销

- 9.1 自媒体 / 248
 - 9.1.1 自媒体的概念 / 248
 - 9.1.2 自媒体的特点 / 249
 - 9.1.3 自媒体的主要应用形式 / 250
- 9.2 微营销 / 251
 - 9.2.1 微营销的概念 / 251
 - 9.2.2 微营销的特点与优势 / 252
- 9.3 微信公众平台价值链与管理技术 / 254
 - 9.3.1 微信社会经济影响力 / 254

CONTENTS

目 录

- 9.3.2 微信公众平台的作用 / 256
- 9.3.3 微信公众平台账号种类 / 256
- 9.3.4 公众平台管理技术 / 257
- 9.3.5 公众账号推广 / 258
- 9.4 微营销主要商业模式 / 258
 - 9.4.1 微信平台做传播的商业模式 / 259
 - 9.4.2 智能终端 APP 应用商业模式 / 259
 - 9.4.3 做“社区”的概念模式 / 259
 - 9.4.4 通过微信作防伪溯源模式 / 259
- 复习思考题 / 259
- 案例分析 / 260

第 10 章 电子商务法律

- 10.1 电子商务法律概述 / 264
 - 10.1.1 电子商务的发展对法律法规的新要求 / 264
 - 10.1.2 电子商务法律的基本概念 / 265
- 10.2 电子商务知识产权和隐私权保护 / 267
 - 10.2.1 电子商务知识产权保护内容 / 267
 - 10.2.2 Internet 上的侵权行为 / 269
 - 10.2.3 隐私权保护 / 271
 - 10.2.4 网络消费者权益保护 / 272
- 10.3 国际电子商务法律与法规 / 274
 - 10.3.1 国际组织在立法方面的现状 / 274
 - 10.3.2 国际电子商务法律与法规的内容与特点 / 277
- 10.4 国内电子商务法律与法规 / 280
 - 10.4.1 国内电子商务法律与法规的发展进程 / 280

CONTENTS

目 录

- 10.4.2 电子合同的法律效力 / 282
- 10.5 电子商务税收问题 / 283
- 10.6 电子商务信用体系建设 / 286
 - 10.6.1 信用体系建设的基本情况 / 286
 - 10.6.2 电子商务信用模式 / 287
- 复习思考题 / 288
- 案例分析 / 289
- 参考文献 / 295
- 自测题 / 297

第1章 电子商务概述

【学习目标】

- ※ 掌握电子商务的概念
- ※ 了解电子商务的产生和发展
- ※ 理解电子商务的分类和意义
- ※ 认识电子商务的功能和特点

管理与科技被看做是经济高速发展的两个轮子，时下风靡全球的电子商务恰恰是二者完美的结合，它承载着 21 世纪社会经济发展的战略重任。在当前经济全球一体化的大背景下，互联网的迅速普及与互联网经济的迅猛发展，大数据遭遇云技术，引发云计算、数据仓库、数据挖掘、商业智能等一系列应用的连锁反应，有力推动了电子商务产业升级。电子商务作为 Internet 的一个新的重要应用已全面走入社会生活的各个环节和领域，并直接影响和改变着人类社会生活的各个层面。电子商务正诠释着一种全新的商业文明——电子商务文明，创造了新的商业模式和海量的商业机会，给企业的经营模式、政府的管理模式以及人们的生活方式带来了巨大的冲击和积极的影响。今天的电子商务正似滚滚洪流奔涌而来，世界正以急速的步伐走进电子商务智能时代。

1.1 电子商务的产生与发展

1.1.1 电子商务的产生

电子商务是伴随着 Internet 的发展、成熟而不断成长的。1969 年，美国国防部先进研究项目管理局（ARPA）建立了用于国防研究项目的 ARPANET，以连接有关高校、研究机构和国防工程承包商的计算机系统；1986 年，由美国国家科学基金会（NSF）接手投资扩建成 NSFNET，成为推动科学研究和教育发展的重要工具；1992 年，美

国政府提出信息高速公路计划,进一步加强对 Internet 的资金支持,并取消商业性应用的禁令,这些都为电子商务的发展铺平了道路。自 1995 年起,Internet 主干网转由企业支持,实现商业化运营,电子商务进入快速成长阶段。

20 世纪 90 年代初期,信息高速公路、信息经济、电子商务对人们来说还是很抽象的概念,即便是在发达国家,许多人也认为那不过是可望而不可即的海市蜃楼,或者是商家为吸引股民和消费者而玩的噱头。电子商务,最初出现在 1993 年美国克林顿政府工作报告对国家信息基础设施的描述中,其含义是利用电子信息技术、网络互联技术和现代通信技术,有效地把商品的资源管理和人们的交易行为结合起来,从而实现政府和企业之间、企业和企业之间、企业和顾客之间的信息交换、业务处理、商品和服务交易的计算机化、网络化活动。它不仅指基于互联网的交易行为,而且指所有利用电子信息技术来解决扩大宣传、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动。从 1997 年我国实现了第一笔电子商务交易行为到现在,已经有十几年了,如今,不仅欧美发达国家的企业和消费者已切实体会到电子商务带来的效益和各种便利,即使在中国这样的发展中国家,广大民众业已深刻地感受到了 Internet 和电子商务给社会经济生活带来的巨大影响。如今足不出户即可通过网上下单、电子发票、电子合同、电子签名完成商务活动中的几乎所有事项;通过网上银行、手机银行、银证转账等即可轻松实现各类交易及查询等,大大节约了商务活动的交易成本及时间成本,效率得到了空前的提高。

电子商务的发展应划分为如下五个阶段。

第一阶段:电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从 20 世纪 70 年代开始,平均的通信量以每年几倍的速度增长。

第二阶段:信息发布阶段。从 1995 年起,以 Web 技术为代表的信息发布系统得到了空前的发展,成为目前 Internet 的主要应用。

第三阶段:EC(Electronic Commerce),即电子商务阶段。本阶段 EC 在美国也才刚刚开始,之所以把它列为一个划时代的产物,是因为 Internet 的最终主要商业用途就是电子商务。反过来也可以肯定地说,若干年后的商业信息主要是通过 Internet 传递的。Internet 即将成为商业信息社会的神经系统。1997 年底,在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织(APEC)非正式首脑会议上,时任美国总统的克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案,引起了全球首脑的关注,IBM、惠普和 Sun(现已被甲骨文收购)等国际著名的信息技术厂商宣布 1998 年为电子商务年。

第四阶段:全程电子商务阶段。随着软件即服务(Software-as-a-Service, SaaS)模式的出现,软件纷纷登录互联网,延长了电子商务链条,形成了当下最新的“全程电子