



上海行政大学
SHANGHAI UPAN UNIVERSITY

电子商务基础

DIANZI SHANGWU JICHU

朱景伟 主编

 復旦大學 出版社

电子商务基础

朱景伟 主 编
陈海建 副主编

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/朱景伟主编. —上海:复旦大学出版社,2015.2(2016.2重印)
ISBN 978-7-309-11249-8

I. 电… II. 朱… III. 电子商务-高等职业教育-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第029019号

电子商务基础

朱景伟 主编

责任编辑/徐惠平 姜作达

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路579号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

江苏省句容市排印厂

开本 787×960 1/16 印张 27.5 字数 512千

2015年2月第1版 2016年2月第2次印刷

ISBN 978-7-309-11249-8/F·2122

定价:49.50元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

电子商务是一种综合性的新兴商务活动,其涉及面相当广泛,包括信息学、经济学、管理学、法学、计算机技术等多个领域。本书主要介绍电子商务基础知识和电子商务实践的基本技能,使读者能够通过本书了解电子商务基础知识和应用场景,是认识电子商务、打开电子商务活动的一把钥匙。

全书分为理论与实训两个部分。理论部分共八章,第一章介绍了电子商务的发展、电子商务的概念以及电子商务的几种模式。第二章介绍了三种主流的电子商务交易模式 C2C、B2C、B2B 及移动电子商务模式。第三章主要讲述网络营销的概念,对网络市场和网络消费者行为的分析方法、网络营销方法和营销策略等方面作了介绍。第四章结合电子商务交易中的电子支付环节,介绍了电子货币、网上银行及网上支付的概念。第五章介绍了电子商务和现代物流之间相辅相成、相互依存的协作关系。第六章介绍了建立独立电子商务应用环境所需的基础知识。第七、八章对电子商务服务以及电子商务未来发展趋势进行了相关介绍。实训部分结合“奥派电子商务软件”应用模型,精心设计 9 个实训任务,分别是网上银行与支付通初步、网络营销实践、个人网上银行操作实践、电子商务安全实践、电子商务物流实践、域名管理实践及 B2B、B2C、C2C 电子商务平台实践,涵盖了电子商务实践最基础的网上银行操作以及 B2B、B2C、C2C 电子商务交易操作的过程。通过理论和实践相结合的方式,使读者在了解电子商务理论知识的同时,能够通过动手实践,加深对电子商务交易过程的认知程度,并通过这样的模拟操作具备一定的电子商务应用能力,为在实际生活中进行相关电子商务活动打下坚实的基础。

本书内容具有较强灵活性和较宽的适用性等特点,可作为高职高专“电子商务基础”课程的教材和教学参考书,也可作为从事电子商务交易初学者的参考书。在使用本教材时,教师可以根据教学进程进行教学内容调整,并灵活布置实训任务。本书内容编写突出前沿性和实用性,并以灵活多样的实训任务来加强理论教学的效果,能够满足不同专业对电子商务学习的要求。

本书由上海开放大学朱景伟副教授任主编、陈海建副教授任副主编,孙富菊、林红霞、刘国艳、钟良侃参与编写。其中,理论部分第一章和第八章由朱景伟

2 电子商务基础

执笔,第二章由孙富菊执笔,第三章、第五章由刘国艳执笔,第四章、第七章由林红霞执笔,第六章由陈海建执笔,实训部分由钟良侃执笔,全书由朱景伟统稿。




本书在编写过程中,参考了大量同类教材及有关资料,并得到来自教学一线的海上海开放大学教师所提出的宝贵意见,在此一并致以诚挚的谢意!

由于电子商务理论与实践发展迅猛,加上编写出版时间较短以及作者水平有限,书中难免存在不完善之处,恳请各位读者批评指正。

编 者

2015 年 1 月

上篇 理论知识学习

 第1章 电子商务概述	3
本章导学	/ 3
案例导入	/ 3
1.1 电子商务发展	/ 5
1.2 电子商务概念	/ 8
1.3 电子商务分类	/ 9
1.4 电子商务标准	/ 9
本章小结	/ 13
 第2章 电子商务实战	14
本章导学	/ 14
案例导入	/ 14
2.1 C2C 电子商务	/ 15
2.2 B2C 电子商务	/ 26
2.3 B2B 电子商务	/ 35
2.4 移动电子商务	/ 45
本章小结	/ 50
 第3章 网络营销	52
本章导学	/ 52
案例导入	/ 52

2 电子商务基础

3.1 网络营销概述	/ 54
3.2 网络市场与网络消费者行为分析	/ 59
3.3 网络营销策略	/ 70
3.4 网络营销方法	/ 76
本章小结	/ 85

第4章 电子支付与安全 86

本章导学	/ 86
案例导入	/ 86
4.1 电子商务支付	/ 88
4.2 电子商务安全	/ 102
本章小结	/ 112

第5章 电子商务物流 113

本章导学	/ 113
案例导入	/ 113
5.1 物流简介	/ 115
5.2 电子商务与物流的关系	/ 122
5.3 物流信息管理	/ 126
本章小结	/ 133

第6章 电子商务平台构建 135

本章导学	/ 135
案例导入	/ 135
6.1 电子商务环境	/ 136
6.2 电子商务平台规划	/ 153
6.3 电子商务网站的设计与制作	/ 156
本章小结	/ 163

第7章 电子商务服务 164

本章导学	/ 164
案例导入	/ 164

7.1 电子商务服务	/ 165
7.2 基于 Web 2.0 的电子商务信息服务	/ 169
7.3 电子商务信息的收集与整理	/ 186
本章小结	/ 192



第 8 章 电子商务发展趋势

193

本章导学	/ 193
案例导入	/ 193
8.1 国家电子商务发展目标	/ 193
8.2 电子商务服务业	/ 194
8.3 电子商务信用体系	/ 195
8.4 电子商务评测指标体系	/ 196
8.5 物联网背景下的电子商务	/ 197
本章小结	/ 198

下篇 电子商务基础



第 9 章 网上银行与支付通初步

201

9.1 客户申请网上银行账号	/ 202
9.2 银行柜面操作员审核开户(个人)	/ 203
9.3 客户到银行柜台进行存款(个人)	/ 204
9.4 客户申请企业银行账号	/ 205
9.5 银行柜面操作员审核开户(企业)	/ 206
9.6 客户到银行柜台进行存款(企业)	/ 207
9.7 客户申请开通企业账户 B2B 或 B2C 电子支付通道	/ 208
9.8 银行柜面操作员审核开通企业付款通道	/ 208
9.9 支付通服务商银行账户设置及绑定	/ 209
9.10 客户注册支付通个人账户(手机注册)	/ 211
9.11 客户使用个人网上银行对支付通充值	/ 214
9.12 客户申请实名认证(个人)	/ 216
9.13 客户申请支付宝数字证书	/ 219
9.14 客户注册支付通公司账户(邮箱注册)	/ 222
9.15 客户申请开通商家服务功能	/ 224
9.16 支付通服务商确认开通商家服务功能	/ 227

第 10 章 网络营销实践

229

- 10.1 客户搜索引擎用户注册 / 229
- 10.2 搜索引擎服务商会员审核操作 / 229
- 10.3 搜索引擎服务商支付账户绑定 / 232
- 10.4 搜索引擎服务商搜索关键字竞价设定及管理 / 233
- 10.5 搜索引擎服务商搜索关键字管理 / 235
- 10.6 搜索引擎会员客户进行预消费充值 / 236
- 10.7 搜索引擎会员添加关键字并进行关键字分组 / 237
- 10.8 搜索引擎搜索关键字 / 239
- 10.9 客户网络广告平台注册 / 240
- 10.10 网络广告服务商家后台管理 / 241
- 10.11 网络广告注册客户后台预付费 / 244
- 10.12 网络广告服务商家广告申请管理 / 246

第 11 章 个人网上银行操作实践

247

- 11.1 客户个人网上银行基本业务操作 / 247
- 11.2 客户个人网上银行转账操作 / 251
- 11.3 客户个人信用卡账户申请 / 254
- 11.4 银行柜面操作员审核开户(信用卡) / 256
- 11.5 客户个人信用卡激活与信用卡基本操作 / 257
- 11.6 客户信用卡信息绑定及还款 / 257

第 12 章 电子商务安全实践

260

- 12.1 CA 认证平台用户证书申请 / 260
- 12.2 CA 认证服务商平台证书审核 / 261
- 12.3 CA 认证平台用户导出已颁发的证书 / 262
- 12.4 CA 认证服务商平台证书吊销 / 263
- 12.5 电子签章平台用户注册及登录 / 264
- 12.6 电子签章平台数字证书操作 / 265
- 12.7 电子签章平台合同订立操作 / 268
- 12.8 企业信用认证平台用户注册 / 274
- 12.9 企业信用认证平台服务商基本操作 / 274
- 12.10 企业信用认证平台客户企业信用申报 / 276

- | | | |
|-------|----------------------|-------|
| 12.11 | 企业信用认证平台服务商审核客户企业信用 | / 281 |
| 12.12 | 企业信用认证平台客户企业信用结果查看 | / 283 |
| 12.13 | 企业信用认证平台客户投诉曝光操作 | / 284 |
| 12.14 | 企业信用认证平台服务商对公开投诉进行处理 | / 285 |

■ ■ ■ 第 13 章 电子商务物流实践 287

- | | | |
|------|------------------|-------|
| 13.1 | 企业仓储实践公司注册操作 | / 287 |
| 13.2 | 企业仓储实践平台基础设置 | / 287 |
| 13.3 | 企业仓储实践平台客户管理 | / 291 |
| 13.4 | 企业仓储实践平台出入库管理 | / 293 |
| 13.5 | 企业仓储实践平台其他业务操作管理 | / 298 |
| 13.6 | 企业仓储实践平台费用结算查看 | / 301 |
| 13.7 | 企业物流实践平台公司注册操作 | / 302 |
| 13.8 | 企业物流实践平台公司基本设置 | / 303 |
| 13.9 | 企业物流实践平台公司订单操作 | / 306 |

■ ■ ■ 第 14 章 域名管理实践 310

- | | | |
|------|--------------------|-------|
| 14.1 | 域名服务提供商相关操作 | / 310 |
| 14.2 | 域名服务平台客户注册操作 | / 317 |
| 14.3 | 域名服务平台客户登录及域名购买 | / 318 |
| 14.4 | 域名服务平台客户登录及主机购买 | / 322 |
| 14.5 | 域名服务平台客户登录及域名、主机管理 | / 325 |

■ ■ ■ 第 15 章 B2B 网上交易平台实践 330

- | | | |
|------|--------------------------|-------|
| 15.1 | B2B 平台网上商城服务商基本操作 | / 330 |
| 15.2 | B2B 平台网上商城用户注册操作 | / 331 |
| 15.3 | B2B 平台网上商城用户支付通账号绑定 | / 334 |
| 15.4 | B2B 平台网上商城诚信通会员开通 | / 336 |
| 15.5 | B2B 平台网上商城诚信通会员发布供求信息 | / 337 |
| 15.6 | B2B 平台网上商城服务商供求信息审核操作 | / 341 |
| 15.7 | B2B 平台网上商城诚信通会员第三方认证 | / 341 |
| 15.8 | B2B 平台网上商城诚信通会员基本操作 | / 342 |
| 15.9 | B2B 平台网上商城会员商品询价基本操作(买家) | / 347 |

15.10	B2B 平台网上商城会员商品询价基本操作(卖家)	/ 349
15.11	B2B 平台网上商城会员商品订购基本操作(买家)	/ 350
15.12	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(卖家设置运费)	/ 352
15.13	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(买家付款)	/ 354
15.14	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(卖家发货)	/ 356
15.15	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(买家确认收货)	/ 357
15.16	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(卖家评价)	/ 358
15.17	B2B 平台网上商城会员商品交易基本操作(发起订单)	/ 359

第 16 章 B2C 网上商城平台实践

362

16.1	B2C 平台网上商城账户绑定操作	/ 362
16.2	B2C 平台网上商城综合管理操作	/ 364
16.3	B2C 平台网上商城商品分类及相关属性设置	/ 368
16.4	B2C 平台网上商城商品添加	/ 371
16.5	B2C 平台网上商城商品库存及其他管理项设置	/ 375
16.6	B2C 平台网上商城营销推广设置	/ 380
16.7	B2C 平台网上商城买家用户注册操作	/ 381
16.8	B2C 平台网上商城买家用户基本设置	/ 382
16.9	B2C 平台网上商城买家用户购买货物	/ 384
16.10	B2C 平台网上商城服务商发货操作	/ 388
16.11	B2C 平台网上商城买家用户收货操作	/ 390

第 17 章 C2C 网上交易平台实践

392

17.1	C2C 平台服务商基本设置操作	/ 392
17.2	C2C 交易平台用户注册	/ 394
17.3	C2C 交易平台用户基本信息设置	/ 396
17.4	C2C 交易平台卖家基本信息设置	/ 399
17.5	C2C 交易平台卖家物流管理设置	/ 402
17.6	C2C 交易平台卖家免费开店操作	/ 404
17.7	C2C 交易平台买家搜索并购买宝贝	/ 407
17.8	C2C 交易平台卖家发货	/ 411
17.9	C2C 交易平台买家确认宝贝到货并发表评论	/ 413
17.10	C2C 交易平台卖家对已发出货物发表评论	/ 415
17.11	C2C 交易平台卖家申请加入消费者保障服务	/ 416

17.12	C2C 平台服务商消费者保护会员审核操作	/ 419
17.13	C2C 交易平台买家发起投诉	/ 420
17.14	C2C 交易平台卖家对买家投诉进行申诉	/ 422
17.15	C2C 平台服务商处理消保投诉	/ 423

■ ■ ■ ■ 参考文献

426

上 篇

理论知识学习

- ◆ 第1章 电子商务概述
- ◆ 第2章 电子商务实战
- ◆ 第3章 网络营销
- ◆ 第4章 电子支付与安全
- ◆ 第5章 电子商务物流
- ◆ 第6章 电子商务平台构建
- ◆ 第7章 电子商务服务
- ◆ 第8章 电子商务发展趋势

第 1 章 电子商务概述



本章导学

电子商务是一门综合性的新兴商务活动,涉及面相当广泛,包括信息技术、金融、法律、市场等多个领域。电子商务是一门非常活跃的新技术,尚处在发展阶段,具有发展快、更新快等特点。本章导入案例光明服装股份有限公司,并对电子商务各子情景进行了汇总。本章重点向读者介绍了电子商务发展、电子商务概念、电子商务分类、电子商务标准等内容。希望读者通过学习能够对电子商务概况有一个基本的了解。



案例导入

光明服装股份有限公司实施电子商务战略 提升企业的核心竞争力

光明服装股份有限公司成立于 1980 年,是设计、生产和销售“光明牌”服装的大型现代化股份制企业。拥有多条世界先进的西服智能化生产流水线及配套的专业衬衫、女装、工服生产流水线,年生产能力 100 万套以上,是目前服装界最具规模、最具有竞争力的服装企业之一。

光明服装股份有限公司自 2006 年开始涉足电子商务领域,当年成为阿里巴巴的诚信通会员和中国供应商,开始在阿里巴巴中文站、国际站进行原料的采购和服装的定制生产、批量销售,对公司拓展销售渠道产生了积极的影响。为进一步开拓国内外市场,更好地发挥电子商务的优势,公司董事会研究决定在整合已有的 ERP 系统、客户关系管理系统、采购系统、仓储系统等基础上开发“光明商城”电子商务平台,构建了相对完善的平台安全运作环境。根据企业传统营销的优势并结合“光明商城”的特点,实施了如网站优化、搜索引擎、网络广告、邮件推广等营销方法。同时为了降低客户投诉率、提高物流配送环节的效率,光明服装股份有限公司在企业原有物流系统的基础上自建了“光明商城”物流配送系统,增加了物流的可控性,提高了客户服务质量。

光明服装股份有限公司通过实施电子商务战略,实现了企业资源的共享和业务流程的重组,大大降低了企业的经营成本,为企业在 21 世纪社会竞争中赢得了优势。图 1-1 描述了上述活动的主要情节。

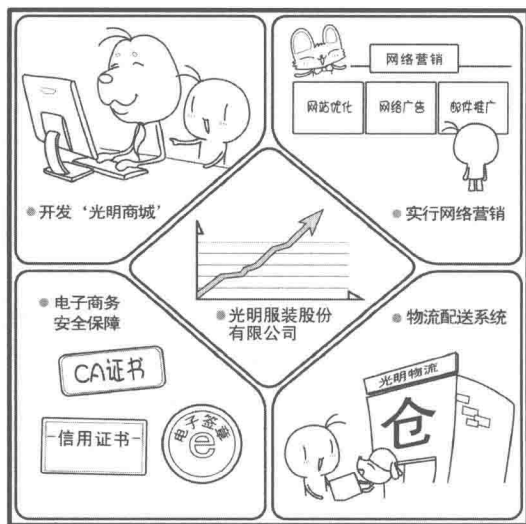


图 1-1 电子商务交易漫画

前述学习前景是现实生活中的电子商务活动的缩影,也正是本教材第二章“电子商务实战”中所要讲解的主要内容。表 1-1 是对各子情景的归纳。

表 1-1 各子情景归纳表

序号	情景名称	情景内容
1	B2B 交易	光明服装股份有限公司和辉煌纺织集团有限公司网上亚麻布料买卖活动
2	B2C 交易	张玲到“光明商城”买黄色女士风衣
3	C2C 网店开设与交易	张玲开了一家“光明商城”网上直营店,网民王军到此购买光明服饰
4	G2B 交易	新世纪职业技术学院采购军训服装,并在 A 市政府采购中心公开招标,光明服装股份有限公司参加投标,并中标
5	电子商务支付	光明服装股份有限公司和王军申请银行账号以及支付通账号,完成电子支付过程
6	网络营销	光明服装股份有限公司实施网站优化、搜索引擎、网络广告、邮件推广、网络调研等网络营销方法

(续表)

序号	情景名称	情景内容
7	电子商务安全	光明商城通过 CA 认证和信用认证等措施提高安全和诚信度
8	电子商务物流	光明商城为提高客户响应,投资自建物流配送体系
9	电子商务平台构建	李晓晶自主创建类似“光明商城”的购物平台

1.1 电子商务发展

1.1.1 从传统商务到电子商务

从传统商务到电子商务的形成经历了三个阶段。

第一阶段:20世纪50年代中期美国出现了“商业电子化”的概念,当时是指利用电子数据处理设备使簿记工作自动化。1964年美国IBM公司研制了用磁带存储数据的打印机,第一次在办公室中引入商业文书处理的概念。1969年又研制出磁卡打印机进行文字处理。至70年代中期,工业化国家已经普遍采用文字处理机、复印机、传真机、专用交换机等商业电子化设备,实现了商业单项业务的电子化。

第二阶段:20世纪70年代微电子技术的发展,特别是个人计算机的出现,使商业电子化进入了以微型计算机、文字处理机和局部网络为特征的新阶段。此阶段以计算机、网络通信和数据标准为框架的电子商业系统应运而生,在此阶段通常采用电子报表、电子文档、电子邮件等新技术和高功能的商业电子化设备。

第三阶段:从20世纪80年代后期开始,商业电子化向建立商业综合业务数字网的方向发展。在此阶段出现高功能的电子商业软件包、多功能的电子商业工作站和各种联机电子商业设备,如电子白板、智能复印机、智能传真机、电子照排轻印刷设备、复合电子文件系统等。随着电子通信标准的研究和电子数据交换系统的开发以及计算机开始运用于商业数据的收集、处理,电子商业系统开始建立,标志着电子商务时代的真正来临。

1.1.2 中国电子商务的发展趋势

电子商务的发展只有短短十多年时间,现在已经成为国家发展、社会活动以及人们生活的不可分割的有机组成部分。表1-2列出了CNNIC(中国互联网