



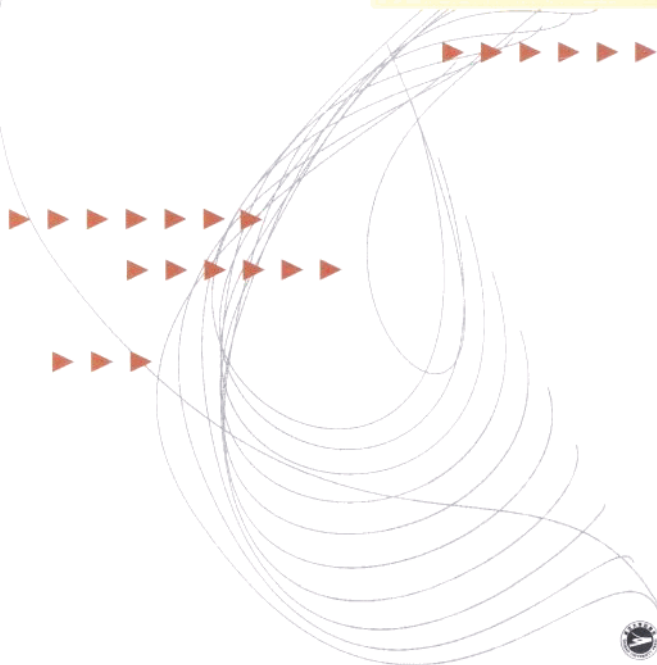
湖北高职“十一五”规划教材

湖北省高教学会高职专委会研制

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

主编 雷 玲 贺兴虎



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



湖北高职“十一五”规划教材

HUBEI GAOZHI “SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI

总策划 李友玉 策划 屠莲芳

电子商务概论

主 编 雷 玲 贺兴虎

副主编 周常青 祝 娟 熊少刚

教材研制人员：（以姓氏笔画为序）

李 敏 张沙琦 郑颢颢



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/雷玲,贺兴虎主编. —武汉:武汉大学出版社,2008.8
湖北高职“十一五”规划教材

ISBN 978-7-307-06426-3

I. 电… II. ①雷… ②贺… III. 电子商务—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 106265 号

责任编辑:辛 凯 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中科兴业印务有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:14 字数:261千字 插页:2

版次:2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

ISBN 978-7-307-06426-3/F·1179 定价:22.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。



湖北高职“十一五”规划教材·市场营销系列

总策划 李友玉

策 划 屠莲芳

编 委 会

主 任	谢守忠	荆州职业技术学院
	宋德凤	咸宁职业技术学院
副主任	(以下按姓氏笔划排序)	
	卢世华	随州职业技术学院
	吴怀涛	黄冈职业技术学院
	吴新明	湖北财税职业学院
	杨季夫	荆州职业技术学院
	龚士林	襄樊职业技术学院
委 员	卢世华	随州职业技术学院
	刘 含	仙桃职业学院
	吴怀涛	黄冈职业技术学院
	吴新明	湖北财税职业学院
	宋德凤	咸宁职业技术学院
	李 伟	长江职业学院
	李质甫	武汉工业职业技术学院
	杨季夫	荆州职业技术学院
	陈文刚	咸宁职业技术学院
	周 庆	武汉职业技术学院
	郑 璠	武汉交通职业学院
	金 中	湖北科技职业学院
	施复兴	十堰职业技术学院
	龚士林	襄樊职业技术学院
	程 洁	武汉船舶职业技术学院
	覃慧海	湖北国土资源职业学院
	谢守忠	荆州职业技术学院
	谢海燕	湖北三峡职业技术学院

凝聚集体智慧 研制优质教材

教材是教师教学的脚本，是学生学习的课本，是学校实现人才培养目标的载体。优秀教师研制优质教材，优质教材造就优秀教师，培育优秀学生。教材建设是学校教学最基本的建设，是提高教育教学质量最基础性的工作。

高职教育是中国特色的创举。我国创办高职教育时间不长，高职教材存在严重的“先天不足”，目前使用的教材多为中专延伸版、专科移植版、本科压缩版等，这在很大程度上制约着高职教育教学质量的提高。因此，根据高职教育培养“高素质技能型专门人才”的目标和教育教学实际需求，研制优质教材，势在必行。

2005年以来，湖北省高教学会高职高专教育管理专业委员会（简称“高职专委会”）高瞻远瞩，审时度势，深刻领会国家关于“大力发展职业教育”和“提高高等教育质量”之精神，准确把握高职教育发展之趋势，积极呼应全省高职院校发展之共同追求；大倡研究之风，大鼓合作之气；组织全省高职院校开展“教师队伍建设、专业建设、课程建设、教材建设”（简称“四个建设”）的合作研究与交流，旨在推进全省高职院校进一步全面贯彻党的教育方针，创新教育思想，以服务为宗旨，以就业为导向，工学结合、校企合作，走产学研结合发展道路；推进高职院校培育特色专业、打造精品课程、研制优质教材、培养高素质的教师队伍，提升学校整体办学实力与核心竞争力；促进全省高职院校走内涵发展的道路，全面提高教育教学质量。

湖北省教育厅将高职专委会“四个建设”系列课题列为“湖北省教育科学‘十一五’规划专项资助重点课题”。全省高职院校纷纷响应，几千名骨干教师和一批生产、建设、服务、管理一线的专家，一起参加课题协同攻关。在科学研究过程中，坚持平等合作，

相互交流；坚持研训结合，相互促进；坚持课题合作研究与教材合作研制有机结合，用新思想、新理念指导教材研制，塑造教材“新、特、活、实、精”的优良品质；坚持以学生为本，精心酿造学生成长的精神食粮。全省高职院校重学习研究、重合作创新蔚然成风。

这种以学会为平台，以学术研究为基础开展的“四个建设”，符合教育部关于提高教育教学质量的精神，符合高职院校发展的需求，符合高职教师发展的需求。

在湖北省教育厅和湖北省高教学会领导的大力支持下，在湖北省高教学会秘书处的指导下，经过两年多艰苦不懈的努力和深入细致的工作，“四个建设”合作研究初见成效。高职专委会与长江出版传媒集团、武汉大学出版社、复旦大学出版社等知名出版单位携手，正陆续推出课题研究成果：“湖北高职‘十一五’规划教材”，这是全省高职集体智慧的结晶。

交流出水平，研究出智慧，合作出成果，锤炼出精品。凝聚集体智慧，共创湖北高职教育品牌——这是全省高职教育工作者的共同心声！

湖北省高教学会高职专委会主任

黄木生

2008年5月

前 言

本教材是湖北高职“十一五”规划教材,是在湖北省教育厅立项的湖北省教育科学“十一五”规划专项资助重点课题《高职营销专业课程改革研究》(湖北高职“四个建设”系列规划课题)的成果基础上合作研制而成的。

随着电子商务的快速发展,电子商务人才的培养愈显重要。目前全国约有500余所高职院校设置了电子商务专业。高职肩负着为地方或行业经济发展服务的重任。湖北地处我国中部,是中部崛起的重要支点,经济发展急需大批素质较高、技能熟练、适应信息化环境的应用型商务人才。

《电子商务概论》是高等职业技术学院电子商务专业和其他经济管理类专业的一门专业支撑课程,它对培养具有电子商务知识的企业经营管理人才意义重大。通过本书的学习,读者可以了解电子商务的基础知识、原理,学会电子商务操作的基本方法、技能,掌握各种方法在实际工作中的应用,培养读者利用电子商务技术和思想从事商务、管理和营销活动的的能力。

本教材总体特色有:

1. 以工作任务为中心来选择、组织课程内容,并以完成工作任务为主要的课程学习模式。

2. 从电子商务人才培养的实际需求出发,以项目或模块形式,通过工作任务导出问题(用案例引导)(do-what/how)、理论阐述(why)、操作训练(repeat-how),使学生能够了解电子商务实际工作环境,理解电子商务的基本理论,并具有电子商务应用的实际操作技能。

3. 教材简洁精炼。在对必要的概念、理论和实际操作进行阐述的基础上,通过链接的方式,提供相应的网站、案例、小知识点或者小趣闻等大量的补充材料,增加信息量,以拓展学生的视野,培养学生主动学习的能力并使其能够把握电子商务的发展动态。

4. 本教材的知识点与劳动和社会保障部《电子商务师标准》挂钩,兼顾与相关电子商务职业标准(如阿里巴巴电子商务证书)的联系。湖北省高等教育学会副秘书长、湖北省教育科学研究所高教研究中心主任李友玉研究员,湖北省高等教育学会高职高专教育管理专业委员会教学组组长李家瑞教授、秘书长屠莲芳,负责本教材研制队伍的组建、管理和本教材研制标准、研制计划

的制定与实施。

本教材由武汉职业技术学院雷玲和十堰职业技术学院贺兴虎任主编。黄冈职业技术学院周常青、荆州职业技术学院祝娟、襄樊职业技术学院熊少刚任副主编。武汉交通职业学院郑颢颢、武汉职业技术学院张沙琦、咸宁职业技术学院李敏参编。各章的编写人员为：第一章由武汉职业技术学院雷玲编写；第二章由十堰职业技术学院贺兴虎编写；第三章由黄冈职业技术学院周常青编写；第四章由荆州职业技术学院祝娟编写；第五章由襄樊职业技术学院熊少刚编写；第六章由武汉交通职业学院郑颢颢编写；第七章由武汉职业技术学院张沙琦编写；第八章由咸宁职业技术学院李敏编写。全书由雷玲组织、策划、统稿，贺兴虎参与统稿。

在本教材研制过程中，我们参考了大量的文献资料，得到了合作院校领导和教师的大力支持和帮助，在此一并表示感谢。

由于水平有限，成书时间仓促，书中不尽如意的地方在所难免，敬请各位读者批评指正，以便今后进一步完善该。

湖北高职“十一五”规划教材

《电子商务概论》研制组

2008年5月



湖北高职“十一五”规划教材

公共课书目

安全警示录——大学生安全教育读本

应用写作实训教程

经济类书目

财会系列:

- ☆财务管理教程
- ☆财务管理全程系统训练
- ☆税法教程
- ☆税法全程系统训练
- ☆企业涉税会计教程
- ☆企业涉税会计全程系统训练
- ☆成本会计教程
- ☆成本会计全程系统训练
- ☆中级会计教程
- ☆中级会计全程系统训练
- ☆初级会计教程
- ☆初级会计全程系统训练
- ☆电算化会计教程
- ☆电算化会计全程系统训练
- ☆会计职业技能仿真训练
- ☆会计职业技能综合实训
- ☆行业特殊业务会计教程
- ☆行业特殊业务会计教程全程系统训练
- ☆审计实务教程
- ☆审计实务全程系统训练

物流系列:

- ☆货物学
- ☆物流基础

市场营销系列:

- ☆市场营销
- ☆市场营销实训教程
- ☆电子商务物流管理
- ☆电子商务概论
- ☆市场营销策划
- ☆网络营销
- ☆推销技术
- ☆国际贸易单证实务

旅游系列:

- ☆旅游服务礼仪
- ☆旅游概论
- ☆旅游服务心理
- ☆旅游英语
- ☆导游业务
- ☆旅游法规实务
- 旅游市场营销
- 旅游景区管理
- 旅行社管理与实务
- 餐厅服务与管理
- 前厅与客房服务管理

工商企业管理系列:

- ☆管理学
- ☆现代企业管理

☆已出书

目 录

第一章 电子商务概述

1

第一节 电子商务的产生与发展	2
一、电子商务产生的社会基础和技术基础	2
二、电子商务的发展动力	4
三、电子商务发展过程	6
四、国外电子商务发展状况	11
五、电子商务发展中存在的问题	16
第二节 电子商务的基本概念	18
一、电子商务的概念	18
二、电子商务与传统商务	21
第三节 电子商务的分类和功能	24
一、电子商务的分类	24
二、电子商务的功能	28
第四节 电子商务系统的构成	29
一、电子商务的概念模型	29
二、电子商务系统的基本组成	30
三、电子商务系统的体系结构	31
四、电子商务系统的应用结构	34

第二章 电子商务的实现技术

38

第一节 计算机网络技术	40
一、计算机网络的发展	40
二、计算机网络的分类	41
三、计算机网络的定义	45
四、计算机网络的功能	45
第二节 Internet 技术	47

一、Internet 的特点和主要功能	48
二、Internet 协议	50
三、Internet 的接入方式	50
四、IP 地址和域名系统	52
五、移动电子商务	55
第三节 EDI 技术	56
一、EDI 概述	57
二、EDI 标准	58
三、EDI 的应用	59

第三章 电子商务交易模式

61

第一节 B2B 电子商务	64
一、B2B 电子商务概述	64
二、B2B 电子商务的主要模式	64
第二节 B2C 电子商务	68
一、B2C 电子商务概述	68
二、B2C 电子商务交易模式	69
第三节 C2C 电子商务	72
一、C2C 电子商务概述	72
二、C2C 电子商务主要模式	73

第四章 网络营销

77

第一节 网络营销概述	79
一、网络营销的概念	79
二、网络营销的特点	80
三、网络营销理论	81
四、网络营销的内容	83
第二节 网络广告	85
一、网络广告的概念和特点	86
二、网络广告的基本形式	86
三、网络广告的发布途径	90
四、网络广告的效果评估	92
第三节 网络营销技术	94

一、E-mail 营销	94
二、新闻组营销	96
三、搜索引擎营销	97
四、博客营销	99
第四节 网络营销组合策略	101
一、网络营销产品策略	101
二、网络营销价格策略	102
三、网络营销促销策略	103
四、网络营销渠道策略	104

第五章 电子支付

107

第一节 电子支付概述	108
一、电子支付的发展	108
二、电子支付的特点	109
第二节 电子支付工具	110
一、电子现金	110
二、电子钱包	112
三、电子信用卡	113
四、智能卡	114
五、电子支票	115
第三节 网上银行	117
一、网上银行	117
二、手机银行	120

第六章 电子商务物流

126

第一节 电子商务物流概述	129
一、电子商务物流概念	130
二、传统物流与现代物流	131
第二节 物流系统	133
一、物流系统的概念及组成	133
二、物流系统的一般要素和功能	134
第三节 电子商务与物流	137
一、电子商务与物流的关系	137

二、电子商务物流的特点	139
第四节 电子商务物流模式	140
一、电子商务物流配送	140
二、第三方物流	145
三、第四方物流	149

第七章 电子商务安全

154

第一节 电子商务安全需求	157
一、电子商务安全威胁	157
二、电子商务安全要求	158
第二节 电子商务安全技术	160
一、防火墙技术	160
二、加密技术	164
三、数字签名技术	167
四、CA 认证中心	168
第三节 电子商务安全交易标准	169
一、SSL	170
二、SET	173
三、其他安全协议	175

第八章 电子商务法律法规

182

第一节 电子商务法律法规的含义	183
一、电子商务呼唤新的法律法规	183
二、电子商务法律法规的含义	184
三、电子商务法律法规的性质与地位	186
四、电子商务法律法规的内容	186
第二节 电子商务涉及的法律问题	187
一、电子合同	188
二、电子签名	190
三、电子认证	192
四、电子支付	194
五、电子商务中的知识产权保护	195
六、消费者权益的保护	199

七、税收	200
第三节 国外电子商务立法概况	201
一、联合国电子商务立法	201
二、世界贸易组织电子商务立法	201
三、美国电子商务立法	201
四、欧美其他国家的电子商务立法	202
五、亚洲地区电子商务立法	203
第四节 我国电子商务立法现状	204
一、我国电子商务立法现状	204
二、电子商务立法的特点和原则	205
三、我国电子商务立法存在的问题	207

第一章 电子商务概述

【学习目标】

本章掌握的知识主要包括：

电子商务的产生和发展及其存在的主要问题；电子商务的基本概念、电子商务与传统商务的比较；电子商务的分类和功能；电子商务的概念模型、电子商务系统的基本组成、体系结构及应用结构。

通过本章的学习应该掌握的技能是：

1. 能够分析电子商务与传统商务的联系与区别。
2. 能够登录电子商务相关网站查找资料。
3. 能够进入不同类型的电子商务网站或平台进行体验。

【案例导引】

1995年，在我国开始实行电子商务前，美国行政方面曾对与之开展国际贸易的国家宣称，以后与美国进行国际贸易，需采用电子手段，报关要用电子数据交换 EDI (Electronic Data Interchange) 方式进行，否则要滞后处理。亦即如果你用传统的纸面方式报关，需要等使用 EDI 方式报关的进口船只先通关后，再处理以纸面方式报关的船只。有资料显示：我国就纺织一个行业，由于用传统方式报关带来的船只滞留等损失，就达 2 000 万美元。可见电子商务的开展迫在眉睫，意义重大。

1995年10月18日，全球第一家网络银行——美国安全第一网络银行正式对外营业。该银行没有营业网点，客户只要有一部计算机与国际互联网连接，就可在世界各地进入该银行开展各项业务。至1996年底，其客户已近4 000人，遍及全美50个州，并以每月650个新客户的速度增长，存款数额达900万美元。而该银行的业务人员只有15名。

1997年圣诞节，欧洲人开始领略到电子商务的威力。以前不可想像的事情发生了。惠普、微软、UPS、Visa Card、Master Card，以及KPMG等6家公司策划了一个全球圣诞礼物大采购计划，将比利时、西班牙、瑞士、英国、爱尔兰、意大利、荷兰、德国、法国等9个国家的商业零售网点集中到了国际互联网上。全世界圣诞消费者足不出户，就实现了到欧洲各地商店选购自己称心

如意商品的愿望。这在以前简直是天方夜谭,不可思议的事情。而短短不到一年的时间,像这种所谓的“虚拟商店”、“在线商店”越来越普及,人们也越来越接受它,领略到它给人们带来的方便。其实,这只是电子商务的一种形式。

如今,世界旅游电子商务发展快速。2008年奥运会的召开和近360万中外游客的到来,必将成为推动和促进我国旅游电子商务发展的强大动力。因此,iResearch艾瑞咨询预计2008年我国网上旅游市场规模将达36.3亿元。介绍民族景点和民族文化特色为主要内容的全流程电子商务网站,受到市场的青睐和大量国内、外游客的欢迎。“网上选景,网上定线,网上组团”的网络自助游获得快速发展。特别是双语和多语种的旅游电子商务网站必将很快崛起,成为外国游客了解中国,寻找旅游去处的最便捷、最受欢迎的网络空间。

(资料来源: <http://www.ce.net.cn/>)

思考:

1. 什么是电子商务?
2. 电子商务与传统商务比较有何特点和优势?
3. 电子商务的功能有哪些?
4. 电子商务系统由哪些要素构成?

要回答这些问题,让我们学习以下理论知识。

【理论知识】

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务产生的社会基础和技术基础

电子商务最早产生于20世纪60年代,发展于20世纪90年代。进入21世纪后,随着网络技术应用的快速普及,电子商务正以前所未有的速度迅猛发展。其产生和发展的社会基础是:

(1) 政府的支持与推动。自1997年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布“全球电子商务纲要”以后,电子商务受到了世界各国政府的重视,许多国家的政府颁布了各种政策和措施鼓励电子商务的应用,如积极推行“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有力的支持。

(2) 计算机的广泛应用。近40多年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广,这为电子商务的应用提供了坚实的基础。从我国情况看,十年来计算机销售台数呈直线增长的趋势:1997

年达到 303 万台,销售台数的年平均增长速率为 50.5%,这一数字已跃居世界第六位。1998 年,中国计算机市场容量跃居到第四位,到 1999 年 6 月底,我国计算机社会拥有量已经达到 1 200 万台,2000 年 7 月已超过 2 000 万台。到 2003 年年底,光上网计算机就达到 3 089 万台。2007 年 6 月底,中国上网计算机数达到 6 710 万台,比 2006 年末增长了 770 万台。

(3) 网络的普及和成熟。由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈级数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。从 1998 年到 2005 年全世界 Internet 的使用人数的增长情况看,1998 年全球上网人数达到 1.13 亿人;到 2005 年,世界人口的五分之一,即 10 亿人使用 Internet。如此众多的使用者,为电子商务市场的广泛发展和应用奠定了良好的群众基础。从各国情况看,美国上网人数最多,从 2005 年的 1.33 亿人到 2006 年 4 月的 1.47 亿人,使用互联网的人数占其成年人口的 73%。其次为日本,2000 年 12 月,日本因特网人口为 4 708 万人,2005 年日本上网人数达 8 720 万人,普及率为 70%。2004 年全德国 8 200 万人口中上网人数为 3 390 万人,占德国 14 岁以上人口的 52.6%。从国内的情况看,Internet 用户发展的速度也非常快,1998 年 12 月底,用户上网人数达到 210 万人;2001 年 6 月底,我国的上网人数已经达到 2 650 万人。而截至 2004 年 12 月 31 日,我国的上网用户总人数已接近 1 亿人,为 9 400 万人;2005 年 6 月 30 日,我国的上网用户总人数突破 1.03 亿人;截至 2007 年 12 月,我国网民数已达到 2.1 亿人。

你知道吗

截至 2007 年 12 月,网民数已达到 2.1 亿人。中国网民数增长迅速,2007 年一年就增加了 7 300 万人,年增长率为 53.3%。

- 互联网逐步向各层次的居民扩散。2007 年新增网民中,18 岁以下的网民和 30 岁以上年龄较大的网民增长较快;初中及以下受教育程度的网民增长较快;低收入人群开始越来越多地接受互联网;农村上网人群增长较快。

- 目前中国 16% 的互联网普及率仍比全球平均水平 19.1% 低 3.1 个百分点。

- 从接入方式上看,宽带网民数达到 1.63 亿人,手机网民数达到 5 040 万人,这两种接入方式发展较快。

- 从地域上看,北京和上海的互联网普及率较高,已经分别达到 46.6% 和 45.8%。增长量上,广东由于手机网民数增长的拉动,增长人数最多,一年内共增加了 1 500 万网民。

(资料来源: <http://tech.qq.com/>)