

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

电子商务概论

主编 © 赵亮

Dianzi Shangwu Gailun



Gaoxiao Jingguan lei

“SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

电子商务概论

DIAN ZI SHANG WU GAI LUN

主 编 赵 亮

副主编 常广庶 崔艳红



立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/赵亮主编. —上海:立信会计出版社,
2008. 6

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

ISBN 978-7-5429-2045-4

I. 电… II. 赵… III. 电子商务 — 高等学校 — 教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 094106 号

策划编辑 水 草
责任编辑 陆盛强 刘 塑
封面设计 周崇文

电子商务概论

出版发行	立信会计出版社	
地 址	上海市中山西路 2230 号	邮政编码 200235
电 话	(021)64411389	传 真 (021)64411325
网 址	www.lixinaph.com	E-mail lxaph@sh163.net
网上书店	www.lixinbook.com	Tel: (021)64411071
经 销	各地新华书店	

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787 毫米×960 毫米 1/16
印 张	21.5
字 数	423 千字
版 次	2008 年 6 月第 1 版
印 次	2008 年 6 月第 1 次
印 数	1—4 100
书 号	ISBN 978-7-5429-2045-4/F·1802
定 价	31.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

为了适应不同的经营管理需要和不同的教学需求,各种类型的经济管理理论著作和系列教材如雨后春笋般出现。大学教材的主要职能是传播知识,在知识经济时代,经济管理类教材内容的不断更新是形势发展的必然。亚里士多德曾经将人类的知识分为三大类:纯粹理性、实践理性和技艺。可以说经济管理是将这三类知识完美融合为一体的学科体系。曾几何时,管理学在我国还是一个无足轻重的学科,在 20 世纪 80 年代以前,我国的许多大学教学体系中,管理学与经济学是不加区分的,相关的大学毕业生所得到的学位几乎都是经济学学位。90 年代之后,管理学从经济学中分离出来,与其他学科结合又形成了一个庞大的管理学科体系。管理学,尤其是企业经营管理学与经济学是紧密相连的学科,你中有我,我中有你。因此,一些大学又纷纷将前期分设的经济学院和管理学院重新合并成为经济管理学院,这在一定程度上说明“经济管理”作为一个大类,在教学体系上的存在是十分必要的。为了避免在教材体系上的重复建设,我们组织 20 多所大学的专家教授共同努力,编写了这套“高等院校经济管理类‘十一五’规划教材”。这是十分必要的,也是十分及时的。

面对经济环境、市场状况以及管理者和学科层次的变化,这套教材力图贯彻以科学发展观为指导、以读者为中心、以市场为导向的原则,用语追求准确、简明和易懂。综合而言,这套教材主要有以下几个特点:

一是实用性。这套教材均配有 PPT 格式电子教案,选用本教材的教师可以在填妥书后的“教学课件索要单”,并将信息发给出版社后免费得到。此外,各书

的章节标题之后设有“学习目的”、“案例导读”等,每章之后还附有“本章小结”、“复习思考题”等,有利于培养读者的概括能力和实践能力。

二是前沿性。这套教材是多所高校的教师近年来教学和实践工作相结合的产物。从教学中得到的反馈来看,现代学生的个性化特征越来越明显,不少本科学生已经不再满足于初级的经济管理知识,他们希望能够接触一些更为深入的课题,或者是与时代经济紧密相连的话题。这就要求我们的教材必须站在时代的前沿,把握时代的脉搏,使学生以新的视角和思路来思考问题。

三是适用性。经济管理学与企业管理实践是息息相关的,这套教材在内容的选择上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了其适用性。教材体系的安排首先突出了经济管理类基础系列,进而又延伸出了会计学系列、营销管理系列、工商管理系列、贸易管理系列等,以适应不同学校、不同专业教学的需要,在行文上力求深入浅出,这样安排的好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据所教授学生的层次调整授课内容。

四是思考性。这套教材除了注重为学生提供专业基础知识,还增加了一些有一定理论深度的内容,一方面可以使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也突出地表达了经济管理类学科教学的基本原则,即向学生传授一种思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的经济现实。

五是多样性。从某种意义上说,教材的编写须有一定的规则,但作为大学教材,也应体现出大学教师的各自特色。因此这套教材既有统一规划和基本要求,保持规划教材的整体性,但每本教材又各有特色,体现出不同教师的授课风格,如将案例引入教学等。

写教科书相当于以笔代口讲课,由口头授课到落笔以文字表达出来,其中之甘苦自不待言。应该说,每位作者的写作过程都是与家人及同事们的共同努力分不开的,在此,对他们付出的努力和爱心表示深深的感谢。

历史总是在不断推陈出新,教材的编写也应根据时代的发展和环境的变化而不断改革。我们在组织编写这套教材时,作了一些新尝试,希望能够取得良好的效果。但教材建设是一项庞大的系统工程,任何一项改革都不是一蹴而就的,需要不断修正和完善。这套教材在体系安排、理论联系实际和语言表述等方面若有不妥或错漏之处,恳请读者批评指正,以便我们在后续工作中加以改正。

最后,对立信会计出版社的全力支持表示诚挚的谢意,同时对责任编辑的出色工作表示由衷的钦佩,并对他们的辛勤工作表示感谢。

高等院校经济管理类“十一五”规划教材编委会

2008年4月

电子商务就是利用先进的电子技术进行商务活动的总称,它是通过网络,使用先进的信息处理工具,利用电子这种载体,将买卖双方的商务信息、产品信息、销售信息、服务信息集中起来,将电子支付等商务活动,用相互认同的交易标准来实现,也就是人们所说的“在网上进行买卖活动”。电子商务正从一个概念慢慢变成我们生活中不可缺少的一部分,作为一个现代公民,认识、了解、学习电子商务是非常必要的。

电子商务已经成为人们生活的一部分。人们在网上买花,买书,订酒店;企业通过网络完成商务的谈判,完成资金的流转;政府应用电子化的管理模式……所有这些在网络中的应用,构成了电子商务坚实的主体。电子商务大大方便了我们的生活,大大提高了企业和政府运作的效率,降低了成本。

当然,电子商务作为新的应用,人们还有很多感到疑惑的东西。人们想知道电子商务是怎样运作的,想了解电子商务是怎样配送货物的,想认识电子商务的安全是怎样得到保障的,想知道企业是如何实现电子商务的。作为一本电子商务的入门书籍,我们从大家所关心的基本问题出发,详尽地阐述了电子商务的来龙去脉,为大家认识、学习电子商务提供一个良好平台。本书共分十章,论述的内容有电子商务的概述、电子商务的网络基础、电子商务的安全技术、电子金融与网络银行、网络营销、电子商务物流与供应链、客户关系管理、电子政务、电子商务的典型应用和电子商务的法律制度。通过该内容体系的学习,电子商务初学者可以奠定坚实的专业基础。

为满足电子商务快速发展需要,我们组织从事多年电子商务教学、富有经验的一线教师进行编写,从技术、经济、管理和法律的视角构筑电子商务概论的系统

和理论框架。依照电子商务的运作规律,根据教学的需要,着眼于对应用能力的培养,结合最新的数据、案例和电子商务的实务性来组织和编写各章节内容,充分体现实用性、针对性和现实性。对于初学者来说,结合实践来认识电子商务是非常必要的。因为电子商务本身是跨学科的,所以比较难;又是虚拟的,所以比较抽象。实践教学是学习电子商务中的一个重要环节。这是编写本书的一个重要的出发点。

本书编写及分工情况:由主编赵亮负责大纲的制定、统稿校验并编写第7章和第8章;副主编常广庶编写第3章;副主编崔艳红编写第1章;杜春峰编写第2章;邓辉编写第4章;王丽编写第5章;马超编写第6章;王建强编写第9章和第10章。本书在编写过程中尽管进行认真审阅,但书中难免会出现一些错漏和不足之处,敬请读者批评指正,以便我们进一步修改和完善。

作 者

2008年4月



第1章 认识电子商务	001
第一节 电子商务的发展历程	001
一、电子商务产生的背景	001
二、电子商务的产生与发展	002
三、世界其他地区电子商务发展概况	004
四、我国电子商务发展概况	007
第二节 电子商务的概念与特点	009
一、电子商务的概念	009
二、电子商务的特点	011
第三节 电子商务的分类	013
一、按参与交易对象分类	013
二、按交易的商品内容分类	014
三、按电子商务使用的网络类型分类	014
第四节 电子商务交易的基本流程	015
一、电子商务的交易过程	015
二、网络商品直销的流程	017
三、企业间网络交易的流程	019
四、网络商品中介交易的流程	019
第五节 电子商务产生的影响与效益	021

一、电子商务对人类工作和生活方式的影响	021
二、电子商务与企业管理变革	022
三、电子商务的效益分析	026
本章小结	030
复习思考题	030

第2章 电子商务网络技术与应用 031

第一节 网络概述	031
一、计算机网络的概念和功能	031
二、计算机网络系统的组成	032
三、网卡和传输介质	035
四、计算机网络的分类与拓扑结构	038
第二节 Internet 技术及应用	042
一、Internet 简介	042
二、Internet 的功能	043
三、Internet 的接入方式	045
四、WWW、URL 和 HTTP	047
五、Internet 的 IP 地址和 DNS 域名系统	048
六、网络协议	052
第三节 EDI 介绍	057
一、EDI 的定义	057
二、EDI 的组成	058
三、手工方式与 EDI 方式的比较	059
四、EDI 的实现过程	060
五、EDI 的应用	061
第四节 网站开发技术	061
一、网络站点概述	062
二、企业网络站点设计原则	063
三、网站开发技术	064
本章小结	066

复习思考题.....	066
------------	-----

第3章 电子商务安全技术 067

第一节 电子商务的安全问题.....	067
一、电子商务面临的安全问题.....	067
二、电子商务的安全隐患.....	071
三、电子商务安全的基本要素.....	072
第二节 电子商务安全技术概述.....	074
一、加密技术.....	074
二、防火墙技术.....	078
三、病毒与黑客防范技术.....	080
第三节 电子商务安全机制.....	083
一、数据安全机制.....	083
二、网络安全机制.....	085
三、人员管理机制.....	085
四、跟踪审计机制.....	086
五、应急机制.....	087
第四节 电子商务认证技术.....	088
一、数字签名.....	088
二、数字时间戳.....	091
三、数字证书与认证中心.....	092
第五节 电子商务安全协议.....	097
一、安全套接层(SSL)协议.....	097
二、安全电子交易(SET)协议.....	100
本章小结.....	103
复习思考题.....	104

第4章 电子支付与应用 105

第一节 金融业务电子化的发展.....	105
---------------------	-----

一、传统支付方式概述	105
二、金融业务电子化的发展历程	108
三、金融业务电子化的含义及其原因分析	109
第二节 电子支付工具	111
一、电子支付手段的产生背景和意义	111
二、电子支付的概念、特点及功能	112
三、电子支付工具	114
第三节 网络银行	120
一、网络银行的概念与特点	120
二、网络银行的业务与功能	122
三、网络银行建设的相关问题	124
本章小结	127
复习思考题	128

第5章 网络营销与管理

第一节 网络营销概述	129
一、网络营销的产生	130
二、网络营销的概念和内容	131
三、网络营销的功能	133
四、网络营销的竞争优势	135
第二节 网络营销消费者行为特征与市场分析	136
一、网上消费者的特征	136
二、网上消费者购买行为分析	139
三、网络营销市场分析	142
第三节 网络营销的理论基础	146
一、网络直复营销理论	146
二、网络整合营销理论	148
三、网络“软营销”理论	149
四、网络关系营销理论	150
第四节 网络营销策略	151

一、网络营销的产品策略	151
二、网络营销的价格策略	153
三、网络营销的促销策略	156
四、网络营销的渠道策略	159
第五节 常用的网络营销方法	161
一、搜索引擎注册与排名	161
二、交换链接	161
三、病毒营销	162
四、网络广告	162
五、信息发布	163
六、许可 e-mail 营销	163
七、邮件列表	163
八、个性化营销	163
九、会员制营销	164
十、网上商店	164
本章小结	165
复习思考题	165

第6章 电子商务物流与供应链管理 167

第一节 物流概述	167
一、物流概念的产生与发展	167
二、我国物流概念的引入及我国传统物流活动与国外先进物流的 差别	168
三、物流的分类	169
四、现代物流理论和观点	170
五、物流管理	172
第二节 物流技术的发展	174
一、电子商务时代呼唤物流技术	174
二、物流的现代技术	174
三、配送中心的物流现代化	178

第三节	电子商务和物流的关系	181
一、	物流业是电子商务的支点和基础	181
二、	物流是实施电子商务的关键	182
三、	物流是电子商务的重要组成部分	183
四、	现代物流是电子商务发展的必备条件	184
五、	电子商务为物流业提高效率 and 效益提供了技术条件 and 市场环境	184
第四节	供应链与供应链管理	186
一、	供应链与供应链管理的概念	186
二、	供应链管理的目标	186
三、	企业实施供应链管理的原则和步骤	187
四、	供应链中的供应商管理	194
第五节	电子商务与供应链管理	197
一、	供应链管理的技术支撑——电子商务、信息网络	197
二、	供应链管理与电子商务的相互作用	198
三、	电子商务环境下供应链管理体系构建	199
四、	电子商务与供应链管理的集成趋势	200
五、	ERP(企业资源计划)供应链管理的实现	203
	本章小结	205
	复习思考题	205

第7章 客户关系管理 207

第一节	客户关系管理概述	207
一、	客户关系管理的产生	207
二、	客户关系与客户关系价值	208
三、	客户关系管理的内涵	210
四、	客户关系管理的目标	211
五、	客户关系管理的作用	212
第二节	关系营销与客户关系管理	213
一、	关系营销：客户关系管理的理论基础之一	213
二、	关系营销的分类	218

三、客户关系生命周期:客户关系管理的理论基础之二	222
四、客户关系管理的内容	223
第三节 客户关系管理系统的建设	225
一、客户关系管理系统 CRM 的主要组成和功能	225
二、CRM 成功实施的关键因素	231
第四节 客户关系管理的手段——呼叫中心	235
一、呼叫中心的定义	235
二、呼叫中心的分类	235
三、呼叫中心的发展历程	236
四、呼叫中心的作用	237
本章小结	239
复习思考题	239

第8章 电子政务

第一节 电子商务在政府工作中的应用	240
一、政府上网与电子政府	241
二、电子政府对政府工作带来的变革	242
第二节 电子商务在政府采购中的应用	243
一、网上采购	244
二、电子商务下的集中采购	244
三、电子商务下的采购指标	245
第三节 电子政务的基础知识	247
一、电子政务的含义和特点	247
二、电子政务的基本模式	250
三、实施电子政务的意义	255
第四节 国内外电子政务的发展	258
一、国外电子政务发展状况	258
二、我国电子政务发展现状	260
本章小结	264
复习思考题	265

第9章 电子商务的典型应用	266
第一节 电子商务在生产企业中的应用	266
一、电子采购	266
二、库存控制	272
三、高效管理	275
四、网上直销	278
第二节 电子商务在行业中的应用	280
一、石油石化行业	280
二、汽车行业	282
三、金融行业	285
四、旅游行业	287
第三节 电子商务中介服务网	289
一、阿里巴巴	289
二、携程网	292
第四节 网上商店与网上拍卖	294
一、网上商店	294
二、网上拍卖	296
本章小结	300
复习思考题	300
第10章 电子商务法律制度	301
第一节 电子商务呼唤法律	301
一、网络知识产权纠纷不断	302
二、电子合同是否具有法律效力	302
三、隐私权问题	303
四、电子商务交易安全的问题	303
第二节 国外电子商务法律体系的建设	304
一、联合国贸易法委员会《电子商务示范法》和《电子签名统一规则》	304
二、美国《国际与国内商务电子签章法》	308

三、欧盟《电子签名统一框架指令》·····	309
四、新加坡《电子交易法》·····	310
五、澳大利亚《电子交易法》·····	312
第三节 电子合同与电子签名·····	313
一、电子合同概述·····	313
二、电子合同的形式·····	314
三、电子签名概述·····	315
四、电子商务签名法·····	316
第四节 电子商务中的知识产权和隐私保护·····	317
一、知识产权和隐私保护·····	317
二、法律适用·····	319
第五节 构筑我国电子商务法律体系·····	320
一、我国电子商务立法现状·····	320
二、我国电子商务立法的若干基本问题·····	321
本章小结·····	322
复习思考题·····	323