

(财经专业基础课)

QUANGUOGAOZHIGAOZHUANTONGYONGXILIEJIAOCAI

【全国高职高专通用系列教材】

电子商务

DIANZISHANGWU

(第二版)

主编 俞立平
主审 周曙东

全国高职高专
通用系列教材



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

(财经专业基础课)

LANGUOGAOZHIGAOZHUA

【全国高职高专通用系列教材】

电子商务

DIANZISHANGWU

(第二版)

主编 俞立平

主审 周曙东

副主编 王德生 刘爱军 唐步龙

全国高职高专
通用系列教材



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

电子商务(第二版)/俞立平主编. —北京:中国时代经济出版社,2007.8

(全国高职高专通用系列教材)

ISBN 978-7-80169-850-6

I. 电… II. 俞… III. 电子商务-高等学校:技术学校-教材 IV. F731.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 124408 号

电子商务
(第二版)

俞立平
主编

出版者	中国时代经济出版社
地 址	北京东城区东四十条 24 号 青蓝大厦东办公区 11 层
邮政编码	100007
电 话	(010)68320825(发行部) (010)88361317(邮购)
传 真	(010)68320634
发 行	各地新华书店
印 刷	北京地质印刷厂
开 本	787×1092 1/16
版 次	2006 年 1 月第 1 版 2007 年 8 月第 2 版
印 次	2007 年 8 月第 2 次印刷
印 张	21.25
字 数	400 千字
印 数	10001~15000 册
定 价	28.00 元
书 号	ISBN 978-7-80169-850-6

版权所有 侵权必究

前言 (第二版)

随着我国加入 WTO, 经济全球化已经成为现实, 电子商务正以其无可比拟的优势和不可逆转的趋势, 改变了商务活动的运作模式, 对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战, 并将给社会经济和人们生活的各个方面带来深远的影响。

20 世纪 90 年代后期开始, 电子商务在我国蓬勃发展, 对既懂计算机又懂商务的复合型人才产生了巨大的需求。近年来, 不少出版社出版了关于电子商务方面的教材, 都有所侧重, 有的偏技术, 有的偏商务, 而且由于电子商务作为一门新学科, 知识更新很快, 需要不断对教材进行更新。笔者在多年的教学中, 对此感触颇深, 在时代经济出版社的倡议和支持下, 决定采用新的体系结构重新编写教材。该套教材由两本书组成, 一本是理论教材《电子商务》, 另一本是与之配套的实验实训教材《电子商务实验实训》。

《电子商务》具有如下特点: 一是技术先导原则, 强调电子商务领域的基本技术, 包括网络技术基础、网站建设、计算机安全与认证等方面的知识。二是全面系统地介绍了电子商务领域的最新知识, 包括电子商务的基本理论、电子商务的框架与交易模式、电子支付与网上银行、物流与供应链管理、网络营销、网络广告、电子商务法律等。三是电子商务系统建设与信息化方面的知识, 包括电子商务项目管理、企业信息化等内容。

编写本套教材的指导思想是给广大读者提供一个学习和了解电子商务知识的途径, 基本指导思想是“新颖、实用、全面”, 知识点新颖, 技术部分内容够用为度, 理论知识内容全面, 将电子商务技术与电子商务知识有机集成。可作为高校电子商务类课程教材, 也可供广大企事业单位人士参考。

由于电子商务学科知识更新很快, 因此在时代经济出版社的倡议和支持下于 2007 年 6 月开始对 2006 年 1 月第一版进行了修订工作。第二版主要调整了最新数据和案例, 并且增加了一些最新的知识点。



扬州职业大学俞立平博士编写了本书的第一、四、五、六章；江苏广播电视大学王德生编写了第七、十一章；南京农业大学刘爱军编写了第六、十二章；淮阴师范学院唐步龙编写了第八、九、十章；扬州职业大学薛景编写了第二、三章。俞立平负责全书的统稿。

本书第一版及配套实验教材有幸被评为江苏省精品教材，非常感谢长期以来支持和关心本书的师生和朋友们。本书的编写得到了江苏省教育厅“青蓝工程”以及江苏广播电视大学学科带头人培养工程的支持；南京农业大学电子商务研究中心博士生导师周曙东教授在百忙中进行了全书的审稿；周胜、张泰、许晓宁、刘小中、李雪松等同志提供了无私帮助和支持；编写时参考了同行的相关书籍及网站，在此一并致以诚挚的谢意。

本书提供了教学幻灯及配套实验软件，可到 <http://www.yuliping.com> 网站下载。由于编者水平有限，书中难免存在一些不妥之处，恳请广大读者和专家不吝赐教，作者信箱：chinayangzhou@yahoo.com.cn，QQ：421996。

俞立平

2007年8月

前言 (第一版)

随着经济全球化的进一步深入和英特网技术的飞速发展,电子商务正以其无可比拟的优势和不可逆转的趋势,改变着商务活动的运作模式,对企业传统的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战,并将给社会经济和人们生活的各个方面带来深远的影响。

从20世纪90年代后期开始,电子商务在我国蓬勃发展,产生了对既懂计算机又懂商务的复合型人才的需求。近年来,不少出版社出版了电子商务方面的教材,各有侧重,有的偏技术,有的偏商务,但二者兼顾的还较少,并且由于电子商务作为一门新学科,知识更新很快,需要不断对教材进行更新。笔者在多年的教学中,对此感触颇深,在中国时代经济出版社的倡议和支持下,决定采用新的体系结构重新编写教材。该套教材由两本书组成,一本是主教材《电子商务》,另一本是与之配套的辅助教材《电子商务实验实训》。

《电子商务》具有如下特点:一是技术先导原则,强调电子商务领域的基本技术,包括网络技术基础、网站建设、计算机安全与认证等方面的知识。二是全面系统地介绍了电子商务领域的最新知识,包括电子商务的基本理论、电子商务的框架与交易模式、电子支付与网上银行、物流与供应链管理、网络营销、网络广告、电子商务法律等。三是电子商务系统建设与信息化方面的知识,包括电子商务项目管理、企业信息化等内容。

编写本套教材的目的是给广大读者提供一个学习和了解电子商务知识的途径,本套教材的基本指导思想是“新颖、实用、全面”,知识点新颖,技术部分注重实用,理论知识内容全面,将电子商务技术与电子商务知识有机集成。可作为高校电子商务类课程教材,也可供广大企事业单位人士参考。

俞立平编写了本书的第1、4、5、6、7、8、10章;刘红良编写了第2、3章;王



德生编写了第9、11章；刘爱军编写了第12章，俞立平负责全书的统稿。

本书的编写得到了江苏省教育厅青蓝工程以及江苏广播电视大学学科带头人培养工程的支持；南京农业大学电子商务研究中心博士生导师周曙东教授在百忙中进行了全书的审稿；周胜、张泰、刘小中、李雪松等同志提供了无私帮助和支持；编写时参考了同行的相关书籍及网站，在此一并致以诚挚的谢意。

本书提供了教学幻灯及配套实验软件，可到 <http://www.800119.com> 网站下载。由于编者水平有限，书中难免存在一些不妥之处，恳请广大读者和专家不吝赐教。作者信箱：chinayangzhou@yahoo.com.cn。

俞立平

2005年10月

目 录

前言 (第二版)	(1)
前言 (第一版)	(1)
第一章 电子商务概论	(1)
第一节 电子商务的概念	(2)
第二节 电子商务的背景与发展过程	(4)
第三节 电子商务的特点与优势	(9)
第四节 电子商务对社会的影响	(12)
第五节 中国电子商务发展状况	(15)
第六节 案例	(19)
第二章 网络技术基础	(22)
第一节 计算机网络概述	(23)
第二节 互联网简介	(30)
第三节 网络互联技术	(39)
第四节 案例	(42)
第三章 网站建设	(44)
第一节 网页制作概述	(45)
第二节 常用网页制作工具	(49)
第三节 域名与网站	(51)
第四节 网站建设方式	(58)
第五节 案例	(60)
第四章 电子商务安全与认证	(62)
第一节 电子商务与信息安全	(63)
第二节 信息加密概述	(66)



第三节	电子商务中加密技术的综合运用	(68)
第四节	电子商务系统的安全交易协议	(71)
第五节	数字证书和认证中心	(76)
第六节	计算机安全	(81)
第七节	计算机安全的技术防范	(83)
第八节	计算机安全的管理对策	(88)
第九节	案例	(91)
第五章	电子商务框架与模式	(93)
第一节	电子商务的应用框架	(94)
第二节	电子商务的交易模式	(103)
第三节	案例	(111)
第六章	电子支付与网络银行	(113)
第一节	电子支付概述	(114)
第二节	银行卡支付方式	(116)
第三节	智能卡支付方式	(121)
第四节	电子现金支付方式	(124)
第五节	电子支票	(128)
第六节	电子钱包	(130)
第七节	移动电子支付方式	(132)
第八节	网络银行	(136)
第九节	案例	(143)
第七章	物流与供应链管理	(145)
第一节	物流管理概述	(146)
第二节	物流配送	(154)
第三节	物流模式	(160)
第四节	国际物流	(164)
第五节	供应链与供应链管理	(168)
第六节	案例——长虹的流动仓库	(171)

第八章 网络营销	(173)
第一节 网络营销的概述.....	(174)
第二节 网络营销模式.....	(184)
第三节 网络营销与策划.....	(192)
第四节 案例.....	(203)
第九章 网络广告与网站推广	(205)
第一节 网络广告概述.....	(206)
第二节 网络广告的形式与技巧.....	(212)
第三节 网络广告的实施过程.....	(218)
第四节 网站推广.....	(222)
第五节 案例——今麦郎网络广告.....	(225)
第十章 企业信息化	(227)
第一节 企业信息化概述.....	(228)
第二节 办公自动化 (OA)	(238)
第三节 企业资源计划.....	(242)
第四节 客户关系管理.....	(259)
第五节 其他企业信息化应用.....	(264)
第六节 商务智能.....	(270)
第七节 案例——成长与信息化共生 联想发展的双螺旋模式.....	(271)
第十一章 电子商务项目管理与实施	(274)
第一节 电子商务项目管理概述.....	(275)
第二节 电子商务项目的建设过程.....	(281)
第三节 电子商务项目的评价.....	(286)
第四节 案例——团队中有大量合作公司人员如何管理.....	(289)
第十二章 电子商务法律规范	(291)
第一节 电子商务对现代法律的挑战.....	(292)
第二节 电子商务法的调整对象、立法范围和作用.....	(294)
第三节 电子商务各参与方的关系.....	(297)



第四节	国外电子商务的相关法律规范·····	(299)
第五节	我国电子商务相关法律·····	(304)
第六节	案例·····	(327)

电子商务概论

【导入案例】

据赛迪顾问的数据显示,2005 年中国 B2B 电子商务交易额达到 6808 亿元人民币,占电子商务总交易额的 92%,与 2004 年相比增长 44.8%,中国 B2B 电子商务还是呈持续发展态势。2005 年中国 B2C 电子商务交易额达 472 亿元人民币,同比 2004 年的 82 亿元人民币,增长幅度达到了惊人的 475.6%。从数据中,我们可以看出,中国网民对待电子商务的态度在 2005 年已经有了质的变化,网民已经接受了 B2C 电子商务这种消费模式,并逐步开始信任、喜爱和使用这种消费模式了。2005 年中国 C2C 电子商务交易额达 120 亿元人民币,相比较 2004 年的 17 亿元人民币,增长幅度为 605.9%,是电子商务三种模式中增长幅度最大的。在以后的几年中,随着互联网在中国的进一步普及,B2C 电子商务还将继续今年的发展态势,持续并快速的进行增长。

【引言】

电子商务的兴起,不过短短数年时间,20 世纪末信息技术的飞速发展打开了一片新的空间,互联网投入商业化运营以后,电子商务应运而生并蓬勃发展,标志着一个崭新的电子商务时代的来临。进入 21 世纪以后,电子商务正以其无可比拟的优势和不可逆转的趋势,改变了商务活动的运作模式,对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战,并将给社会经济的各个方面带来根本性的变革。



第一节 电子商务的概念

一、广义的电子商务 EB (Electronic Business)

广义的电子商务是利用计算机和网络等现代信息技术所进行的各类商务活动。这个概念包括的内容很广，囊括了社会生活的方方面面，如我们通过手机短信订阅新闻、发 E-mail 通知客户开新品展示会、通过单位内部网络查询相关数据等都属于电子商务的范畴。

对上述广义电子商务的定义，我们可以从以下几个方面进行理解：

首先，电子商务是一种采用最先进的信息技术的商务方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式提供给互联网，互联网便会根据用户的要求寻找相关的信息，并提供给用户多种交易选择。一旦用户确定了交易对象，网络就会协助用户完成合同的签订、分类、传递和款项收付结转等全套业务，为交易双方提供一种“双赢”的最佳选择。随着现代信息技术的发展，网络使用将会更广泛、更便捷、更具人性化。

其次，电子商务的本质是商务。电子商务的目标是通过互联网这一最先进的信息技术来进行商务活动，所以它要服务于商务，满足商务活动的要求，商务活动是电子商务永恒的主题。从另一个角度来看，商务也是不断在发展的，电子商务的广泛应用将给商务本身带来巨大的影响，从根本上改变人类社会原有的商务活动方式，给商务活动注入全新的理念。

第三，对“广义”的理解，广义的电子商务包括的范围很广，既包括电子数据交换，也包括互联网电子商务；既包括网上信息查询、网络营销、网上广告等明显的电子商务活动，也包括了企业资源计划、供应链管理、客户关系管理等企业信息化领域的诸多方面。这是以 IBM 公司为代表的主流观点。

二、狭义的电子商务 EC (Electronic Commerce)

狭义的电子商务一般也将其称为电子交易，是指通过 Internet 进行的商务活动。在大多数情况下，电子商务概念指的就是狭义的电子商务。

美国政府在《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出，电子商务是指通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付和服务等活动，这是从狭义意义上的电子

商务，类似的还有英特尔公司对电子商务的定义是：电子商务 = 电子市场 + 电子交易 + 电子服务。

电子商务包含两个方面：一是商务活动，二是电子化手段。它们之间的关系是：商务是核心，电子化手段是工具。这里的商务包括企业通过内联网的方式处理与交换商贸信息，企业与企业之间通过外联网或专用网方式进行的业务协作和商务活动，企业与消费者之间通过互联网进行的商务活动，消费者与消费者之间通过互联网进行的商务活动以及政府管理部门与企业之间通过互联网或专用网方式进行管理以及商务活动。这里的电子化手段包括自动捕获数据、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、网络通信和无线移动技术等各种电子通信技术手段。广义电子商务与狭义电子商务的概念模型如图 1.1 所示。

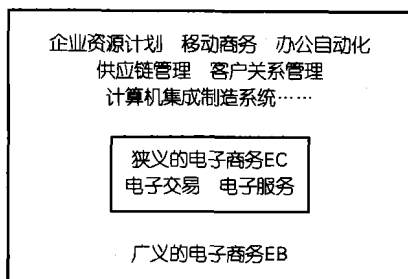


图 1.1 电子商务的概念模型

三、对电子商务的进一步理解

从贸易活动的角度分析，电子商务可以在多个环节实现，因此也可以将电子商务分为两个层次，较低层次的电子商务如电子商情、电子贸易、电子合同等；最完整的也是最高级的电子商务应该是利用 Internet 网络能够进行全部的贸易活动，即在网上将信息流、商流、资金流和部分的物流完整地实现，也就是说，你可以从寻找客户开始，一直到洽谈、订货、在线付（收）款、开具电子发票以致到电子报关、电子纳税等通过 Internet 一气呵成。

要实现完整的电子商务还会涉及很多方面，除了买家、卖家外，还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的，因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版，网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。



第二节 电子商务的背景与发展过程

考察电子商务产生与发展的历史,从普遍的意义上讲,从电话、电报、传真的商业应用开始,电子商务活动就开始出现了。由于当时商务活动信息流的电子化水平太低,所以还不是真正意义的电子商务。现代意义的电子商务经历了两个阶段:在专用网上的电子交易阶段和基于互联网的电子商务阶段。

一、专用网上的电子交易阶段

从20世纪60年代末到80年代,部分大企业的计算机系统开始通过专用增值通信网络联系在一起,越来越多的企业间交易信息开始通过网络传输,企业内部局域网也得到了在一定范围的应用。这一阶段可以称作电子商务的萌芽阶段。早在20世纪70年代,美国航空公司开发了计算机联网订票系统——SABRE,顾客可以在美国的各个公司的售票点、旅行社通过美国航空公司的计算机终端查询全国范围航班的时刻、票价、空位情况等信息,进而通过终端订票。同一时期,银行间采用安全的专用网络进行电子资金转账,即利用通信网络进行账户交易信息的电子传输,提高了资金转移的效率,改变了金融业的业务流程,这是电子商务最原始的形式之一。同时美国许多银行投入巨资研究和开发家庭银行。客户通过按键电话拨通银行,家庭银行的语音服务提示客户按电话上的数字键,客户可以查询账户余额、划账、付账。

从20世纪70年代后期到80年代初期,电子商务以电子报文传送技术如电子数据交换,EDI(Electronic Data Interchange)的形式得到推广。电子数据交换使企业能够用标准化的电子格式与供应商交换商业单证(如订单、发票、保单等)。电子报文传送技术减少了文字工作量,提高了自动化水平,简化了业务流程。可以说EDI在电子商务的发展历程中起着举足轻重的作用。1990年,联合国正式推出了EDI的标准UN/EDIFACT,并被国际标准化组织正式接受为国际标准ISO 9735,统一了世界贸易数据交换中的标准和尺度,为利用电子技术在全球范围内开展商务活动奠定了基础。

1. 电子数据交换的概念

电子数据交换也称为“无纸贸易”。ISO将EDI定义为一种传输方法,使用这种方法,首先将商业或行政事务处理中的报文数据按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理的报文数据格式,进而将这些结构化的报文数据经由网络,从计算机传输到计算机。

事实上,信息电子化以后,纸张信息并没有取消,使用电子票据的同时仍然需要纸面票据,只是纸面票据从以前的主要或唯一的地位下降到次要和辅助的地位。也就是说EDI

的优势并不在于节约纸张，而在于其快速、高效、避免重复劳动和减少错误。所以 EDI 强调的并不是无纸化，而是快速传输、节约劳动、减少错误，从而实现高效率、低成本。

2. EDI 的主要优势

(1) 企业采用 EDI 可以更快速、更便宜地传送发票、采购订单、传输通知和其他商业单证，提高快速交换单证的能力，加快了商业业务的处理速度，更重要的是，这些过程可以被监督，从而为企业提供了跟踪管理和审计这些操作的能力。

(2) 通过对数据进行电子传输，避免了人工录入而出现不一致的错误，提高了总体质量。降低数据对人的依赖性，以及减少无意义的处理时间。

(3) EDI 能更快、更精确地填写订单，以便减少库存，直到零库存管理。

(4) EDI 存储了完备的交易信息和审计记录，为管理决策者提供更准确的信息和数据，进而为企业增加效率和减少成本提供了更大的可能性。

3. 电子数据交换的实现过程

EDI 的实现过程就是用户将相关数据从自己的计算机信息系统传送到有关交易方的计算机信息系统的过程。该过程因用户应用以及外部通信环境的差异而不同。在有 EDI 增值服务的条件下，这个过程分为以下 6 个步骤，参见图 1.2。

(1) 发送方将要发送的数据从信息系统数据库提出，转换成平面文件（亦称中间文件）。

(2) 将平面文件翻译成标准的 EDI 报文。

(3) 发送 EDI 信件。

(4) 接收方从 EDI 信箱中收取信件。

(5) EDI 信件拆开并翻译成平面文件。

(6) 将平面文件转换并送到接收方信息系统中进行处理。

该过程是个可逆过程，接收方向发送方发送 EDI 报文和发送方向接收方发送 EDI 报文过程和原理是一致的，图 1.3 为原始格式单证，图 1.4 为平面文件，图 1.5 为 EDI 标准报文。

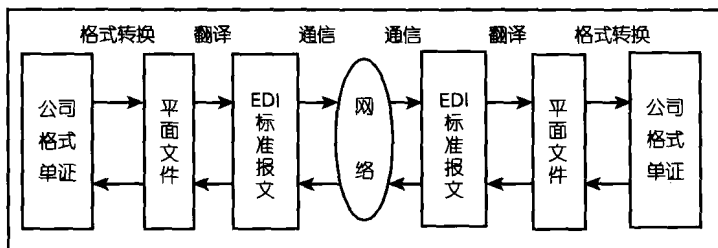


图 1.2 EDI 的实现过程



4. EDI 系统的构成

电子数据交换系统包括软件、硬件及通信网络三大要素。EDI 具有一定的通用性，我们在后面的有关章节作相应的介绍。EDI 通信网络一般是专用网，具有安全可靠，价格昂贵的特点；随着现代网络技术的发展，EDI 通信网络除了专用网络外，还出现了一些新的网络技术，如虚拟专用网，同时具有网络安全与价格便宜的优点，解决了专线的缺陷。我们重点研究 EDI 软件的组成。

EDI 软件具有将用户数据库系统中的信息译成 EDI 的标准格式以供传输交换的能力。EDI 标准具有足够的灵活性，可以适应不同行业的众多需求。但是每个公司有其自己规定的信息格式，因此当需要发送 EDI 电文时，必须用某些方法从公司的专有数据库中提取信息，并把它翻译成 EDI 标准格式并进行传输，这就需要 EDI 相关软件的帮助。EDI 相关软件包括：转换软件、翻译软件和通信软件。

(1) 转换软件可以帮助用户将原有计算机系统的文件转换成翻译软件能够理解的平面文件，或是将从翻译软件接收来的平面文件转换成原计算机系统文件。用户系统与平面文件之间的转换过程，是连接翻译和用户应用系统的中间过程。用户应用系统（如管理信息系统、常规业务系统等）存储了生成报文所需要的数据，该过程的任务就是读取用户数据库，按照不同的报文结构生成平面文件以备翻译。在实际应用中，用户可以将翻译系统与应用系统集成起来，在输出数据时直接生成平面文件，随后再翻译。如果用户应用系统不包含翻译软件，翻译工作可由 EDI 增值服务网或由其他 EDI 服务提供者完成。平面文件不必包含用户文件的全部数据，只需包含要翻译的数据。

出口商品检验申请表							
报检日期	1997-11-4	报检地点	000001	核收协议号	1716	联系人	章学拯
报检单位	上海市对外服务有限公司		单位地址	金陵西路28号		电话	021-53069042
发货人	(中文)	上海市对外服务有限公司		报运日期	1997-11-15		
	(英文)	Shanghai Foreign Service CO.,LTD		报运口岸	上海		
收货人	Tomen Corporation			包装种类	纸箱		
商品名称规格	(中文)	冻烤鳗		报检数量	2803		
	(英文)	Frozen Roasted Eel		报检重量(毛)	33600.00		
HS编码	16041900	商品出口总值US\$	568164.8	报检重量(净)	28030.00		
报检工作日期	1997-11-10	商品收买证号	4500000	商注国别或地区	巴基斯坦		
报检存放地点	慈溪	卫生注册证号	3300/02202	检验检疫	GB		
特殊要求:							
请在商检证书上注明3300/02202编号,已采取了防N/M							
申请证书种类		报检商品					
名称	HS编码	商品名称	报检件数	单位	报检重量(毛)	报检重量(净)	单位
品质证书	16041900	冻烤鳗	2803	箱	33600	28030	公斤
随附单据	信用证	随附单据编号	200001				
备注:							
发送方邮箱名				接收方邮箱名			
ectc_sender				ectc_receiver			

图 1.3 原始格式单证