



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



北京高等教育精品教材

BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

高职高专电子商务专业系列教材

商业信息化系列培训教材

电子商务

(第2版)

董铁 张劲珊 主编 邓文安 李伟 副主编



清华大学出版社





普通高等教育“十一五”国家级规划教材



北京高等教育精品教材

BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

高职高专电子商务专业系列教材

商业信息化系列培训教材

电子商务

(第2版)

董铁 张劲珊 主编 邓文安 李伟 副主编



清华大学出版社
北京

内容简介

本书是针对我国电子商务的应用与发展,以及对电子商务专业人才的需要,面向高等职业教育相关专业编写的教材。

本书介绍了电子商务发展的前沿知识,精选了电子商务成功案例,采用了较新的数据和资料,突出了电子商务方面实用的知识与操作技能。全书共分八章,内容包括:电子商务概述、电子商务系统建设、网络营销、电子商务支付、网上银行、电子商务物流配送、电子商务市场的开发和电子商务的安全。

本书可作为高等职业教育工商、财经、管理、信息类相关专业的教学用书,也可作为企业从业人员的在职培训和广大社会读者的学习参考用书。

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

电子商务/董铁,张劲珊主编.—2版.—北京:清华大学出版社,2010.6

(高职高专电子商务专业系列教材)

(商业信息化系列培训教材)

ISBN 978-7-302-22247-7

I. ①电… II. ①董… ②张… III. ①电子商务—高等学校:技术学校—教材

IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 045739 号

责任编辑:帅志清 张弛

责任校对:李梅

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

地址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

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

印装者:三河市春园印刷有限公司

经销:全国新华书店

开本:185×260 印张:20 字数:454千字

版次:2010年6月第2版 印次:2010年6月第1次印刷

印数:1~5000

定价:30.00元

产品编号:036393-01



FOREWORD

网络经济促进电子商务的应用,电子商务的应用促进网络新经济的快速发展,电子商务作为现代科技进步和网络经济发展催生出的新型生产力,不仅在拉动内需、解决就业、扩大经营、促进经济发展、加速传统产业升级、提高企业竞争力等方面发挥着重要作用,而且也在彻底改造着企业的经营管理,并在深刻地改变着企业商务活动的运作模式。

随着世界经济一体化进程的加快,随着我国加入 WTO 和中国市场全面对外开放,面对全球经济的迅猛发展与国际化市场的激烈竞争,企业要生存、企业求发展,就必须加强电子商务的应用,就必须强化电子商务知识操作型应用人才的培养,这既是我国各类企业加快与国际经济接轨的战略选择,也是本教材出版的目的和意义。

本书自出版以来,因为写作质量高、突出动脑动手训练,所以深受全国各类高校广大师生的欢迎,目前已经第6次重印,并于2005年被评为北京市高等教育精品教材,于2007年被教育部评为“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。此次再版,按照教育部关于高职高专要“加强职业教育、突出实践技能培养”的要求,根据职业教育教学改革的需要,结合读者对本教材的意见和建议,作者审慎地对原教材进行了反复推敲和认真修改,保留了原书特点和基本结构,补充了电子商务发展的前沿知识,精选了电子商务成功案例,采用较新的数据和资料,以使其更贴近现代经济生活发展实际,更符合社会用人需要,更好地为我国经济建设和电子商务教学实践服务。

全书共八章,以学习者应用能力培养为主线,紧密结合行业与企业特点,依照企业电子商务交易活动的基本过程和规律,根据近年来企业电子商务运营与管理的新发展,系统介绍:电子商务概述、电子商务系统建设、网络营销、电子商务支付、网上银行、电子商务物流配送、电子商务市场的开发和电子商务的安全等基本知识,并结合实证案例分析教方法、讲思路,通过指导学生实训加强实践,以达到学以致用、强化技能培养的目的。

本书作为高等职业教育电子商务教学的特色教材,既适应我国电子商务应用与发展的需要,又切实为学生就业着想,关注岗位应知应会和业务技能培养;充分体现了注重基础知识、注重职业性、注重提高实践操作能力。由于本书结合电子商务运营实际,注重与时俱进、有所发展,具有定位准确、理论适中、知识系统、内容翔实、案例丰富、语言简洁、贴近岗位职责、突出实用性、适用范围宽泛及通俗易懂、便于学习掌握等特点,且采取新颖、活泼、统一的版面风格设计,既可以作为高等职业教育工商管理、信息管理、财务管理、物流管理等相关专业的教学用书,也适用于各类企业从业人员的在职岗位培训教材,对于广大社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

本教材由中国计算机用户协会市场发展分会秘书长、中国物流技术协会副秘书长李大军教授进行总体方案策划并具体组织,董铁和张劲珊任主编,邓文安和李伟为副主编;由原国内贸易部商业信息中心张昌连总工程师审订。作者具体分工为:董铁(第一章、第三章、第六章);吴霞、周谨(第二章);李伟(第四章);李伟、董铁(第五章);黄为平、李春艳(第七章);赵立群(第八章);张劲珊、邓文安(各章实训内容);李瑶、安锦兰、杨蔓鸥(附录);李晓新负责本教材课件的制作。

在教材编写过程中,我们参阅、借鉴、引用了大量国内外有关电子商务方面的书刊、资料、企业案例和网络信息,并得到许多知名专家教授的指导,在此一并致谢。由于作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请同行和广大读者批评指正。

编 者

2009年12月



第1版前言

FOREWORD

随着计算机技术、信息技术、网络技术、通信技术等高科技的日新月异的飞速发展,世界已经进入了信息时代。以互联网为基础的网络新经济,正在深刻地影响着人类社会的经济和文明,正在全面地改变着我们的生活方式、工作方式和商务模式。

网络经济催生了电子商务,电子商务是当今互联网应用的最大热点,并以其强大的生命力冲击着传统的商业贸易和交易形式。当前,电子商务已经成为一种符合人类发展进步趋势并得到公众认同的新事物,它已经开始对人类的经济生活和社会文明进行全方位的改造,在企业经营竞争、政府政务管理、民众生活、文化教育,以及娱乐等方面都显现出了极强的活力,为人们展示了一个现实的、全新的、光彩照人的电子世界。正是由于电子商务的出现,使得传统的经营模式和经营理念发生了巨大的变化,传统企业已面临一场新的革命,通过电子商务来实现飞跃确实是难得的发展机遇,如果抓住了这次机会就可能使我们加速发展,缩短与经济发达国家之间的距离。

电子商务在其发展过程中,经历了上升、发展、滑坡、调整几个阶段。尽管 20 世纪末电子商务“大跃进”造就的大多数网站还没有完全走出经营亏损的阴影,但是没有人怀疑电子商务所代表的新经济潮流和它潜在的巨大市场潜力。我们清楚地看到,传统产业正在快速地向电子商务靠拢,各国政府仍在有条不紊地推进电子商务的基础建设,仍在大力地发展电子商务。电子商务大起大落的经验和教训给今天的发展积累了宝贵的财富,新经济时代的泡沫已逐渐退去,电子商务新的春天即将到来。

本书针对电子商务应用与发展,以及对电子商务专业人才的培养所急需掌握的知识与技能,围绕着国内外有关电子商务网站的具体运营而编写。

全书共分六章,内容包括:电子商务的基本概念,企业信息化与电子商务、电子商务系统建设,电子商务营销,电子商务支付,电子商务的物流配送体系和电子商务安全等。

本书从宏观的角度出发,介绍了国内外电子商务应用与发展的理论和实务,采用了较新的数据和资料,为便于教学,精选了一些国内外具有代表性的电子商务企业(公司、网站)运营的案例,并在每章后附有思考题。

本书作为高职高专电子商务专业系列教材之一,适合于高职高专电子商务、商业信息化、经济信息管理等专业学生的教材,也可用于中专、技校相关专业的教材,同时还适用于各类企业干部员工的短期培训及社会上广大网络经济—电子商务的跟进者和自学者使用。

本书由李大军主编、策划并统稿,董铁为副主编,牟惟仲(原国内贸易部科技司司长、

高级工程师)总审。全书由李大军和董铁共同编写,其中李大军编写第一章及附录,董铁编写第二章、第三章、第四章、第五章、第六章。作者和编审人员希望此书能为我国电子商务的快速推进、良好运营、健康发展,能为提高我国企业的国际竞争力贡献一份力量。

在编写的过程中,本书作者翻阅和参考了大量国内外最新与电子商务有关的书刊、文件及资料,收集、收录了大量的最新有关电子商务的案例和条款,力图献给读者最新、最前瞻的知识和内容,能够对读者有所帮助正是我们欲达到的目的。由于编写时间仓促,书中难免存在错误和遗漏,敬请社会各界的电子商务专家和广大读者批评指正。

作 者

2002 年 8 月



第一章 电子商务概述.....	1
第一节 电子商务的崛起.....	2
一、电子商务的特征.....	2
二、电子商务的优势.....	3
三、现代电子商务的发展进程.....	4
四、电子商务的代次划分.....	7
第二节 电子商务的概念和定义.....	8
一、电子商务的概念.....	8
二、电子商务的定义.....	9
第三节 电子商务的范围和应用形式.....	10
一、电子商务涉及的范围.....	10
二、电子商务的应用形式.....	11
第四节 电子商务的特征和影响.....	12
一、电子商务的主要特征.....	12
二、电子商务对经济的影响.....	12
三、电子商务对传统商务的影响.....	13
四、电子商务对流通领域发展的作用.....	14
五、电子商务对中小企业的影响.....	15
第五节 电子商务的类型和模式.....	16
一、电子商务的类型.....	16
二、电子商务的主要模式.....	18
第六节 电子商务的现状和前景.....	19
一、我国电子商务的现状.....	19
二、电子商务的发展趋势.....	20
本章小结.....	26
复习思考题.....	26
实践课堂.....	26

第二章 电子商务系统建设	31
第一节 电子商务系统的构成	32
一、企业内部网	32
二、企业外部网	33
三、电子商务应用系统	33
第二节 网站规划	33
一、网站规划的主要任务	34
二、网站规划的特点	34
三、网站规划的原则	35
四、网站规划的目标	35
第三节 网站域名的设计	36
一、域名的价值	36
二、域名的类型与格式	36
三、设计域名的方法	38
四、域名管理与注册	39
第四节 网页设计	41
一、网页设计的内容	41
二、网页设计要领	44
三、流行网页的评测标准	45
四、网页设计开发软件	46
五、网页的上传	47
第五节 建立网站	49
一、网络服务商的服务业务	49
二、应用服务供应商外包方式	50
三、互联网服务提供商的选择	51
第六节 企业网站的技术维护	52
一、企业网站维护的重要性	52
二、企业网站的技术维护内容	53
本章小结	60
复习思考题	60
实践课堂	60
第三章 网络营销	64
第一节 网络营销的相关理念	65
一、网络营销新概念	65
二、网络营销的特征和优势	67
三、网络营销对企业经营的影响	70

四、网络营销的流程	71
第二节 网络营销的规划	73
一、网络市场细分	73
二、网上营销计划制订	74
三、网络商品资源的开发	75
四、客户群体的掌握	76
五、网络消费的心理和行为分析	77
第三节 网络营销经营策略	79
一、企业网站的宣传与推广	79
二、网络营销的基本原则	81
三、网络营销手段运用	82
第四节 网络营销中的市场调查	85
一、网上市场调查的优势	85
二、网上市场调查的步骤	86
三、利用因特网收集竞争者的信息	88
四、利用因特网收集市场行情	89
五、利用因特网了解消费者的偏好	89
六、利用因特网了解市场的相关信息	90
第五节 网络营销中的顾客关系	90
一、顾客关系管理的作用	90
二、顾客关系管理的内容	91
三、管理客户数据的手段	91
四、顾客关系管理的过程	92
第六节 电子商务的赢利目标	93
一、网络营销的成本	93
二、电子商务目前的赢利状况	94
三、电子商务赢利的途径	96
本章小结	102
复习思考题	102
实践课堂	102
第四章 电子商务支付	108
第一节 支付与支付系统的演进	109
一、支付的概念与支付系统的构成	109
二、支付系统的发展与演进	110
三、传统支付方式及其局限性	110
第二节 电子支付系统	112
一、电子支付的概念及其特征	112

二、电子商务支付系统的基本体系构成	113
三、电子支付系统的功能	114
四、电子支付系统的分类	115
五、电子支付存在的问题	116
第三节 电子支付工具	117
一、电子现金	117
二、电子支票	119
三、电子钱包	121
四、信用卡	122
五、信用卡的网上支付	125
第四节 移动支付与手机银行	128
一、移动支付	128
二、手机银行	130
本章小结	135
复习思考题	135
实践课堂	135
第五章 网上银行	140
第一节 银行电子化	141
一、银行电子化的产生与发展	141
二、银行电子化的意义	143
三、银行电子化系统的特点	144
四、银行电子化系统的分类	145
五、电子银行服务方式简介	146
第二节 网上银行的发展	151
一、网上银行的概念	151
二、网上银行产生的原因	152
三、网上银行的发展阶段	153
四、网上银行的发展模式	154
第三节 网上银行的特点与优势	156
一、网上银行的特点	156
二、网上银行的优势	156
第四节 网上银行的功能与主要业务	157
一、网上银行的功能	157
二、网上银行的主要业务	158
第五节 网上银行的安全保障与风险管理	159
一、网上银行面临的安全威胁	160
二、攻击网上银行的主要手段	160

三、网上银行安全服务种类	160
四、网上银行的安全防范手段	161
本章小结	169
复习思考题	169
实践课堂	169
第六章 电子商务物流配送	174
第一节 电子商务与现代物流	175
一、现代物流的概念	175
二、现代物流的特征	175
三、电子商务与物流的关系	176
四、电子商务对物流配送的影响	177
五、电子商务物流现状和存在的主要问题	178
第二节 电子商务物流的模式	179
一、物流模式的类别	179
二、物流模式的选择	180
三、第三方物流与电子商务的组合	181
四、物流外包业务流程	182
第三节 电子商务的配送系统	183
一、电子商务配送的特点	183
二、配送中心的功能	184
三、物流配送信息系统的作用	184
四、配送的作业流程	185
五、城市配送中心的选址	187
第四节 现代物流技术简介	188
一、数据采集与识别技术	188
二、自动跟踪技术	193
三、其他物流信息技术	194
本章小结	201
复习思考题	202
实践课堂	202
第七章 电子商务市场的开发	205
第一节 电子商务市场的特点	206
一、我国电子商务市场的发展	206
二、电子商务市场的细分	207
三、电子商务市场的类型	209
第二节 电子商务经营理念的创新	211

一、经典营销理念的变化	211
二、距离经济的理念	213
三、长尾效应	214
四、精准营销	215
第三节 电子商务经营战略的选择	217
一、多元化经营战略	217
二、专业化经营战略	218
三、丰富多彩的新战略模式	218
第四节 电子商务经营项目的选择	220
一、根据网络展示的特点选择	220
二、根据市场的需求变化选择	221
三、根据自身条件的优势选择	221
四、创新是电子商务的生命力	222
第五节 电子商务客户的管理	223
一、电子商务时代客户关系管理的特点	223
二、客户关系管理带给企业的利益	223
三、电子商务发展中的客户关系管理实施要点	224
四、电子商务环境下客户关系管理的流程	225
本章小结	230
复习思考题	230
实践课堂	231
第八章 电子商务的安全	234
第一节 电子商务安全概述	235
一、电子商务安全的现状	235
二、电子商务安全要素及范围	237
三、电子商务安全问题的影响	239
第二节 电子商务安全技术	240
一、数据加密技术	241
二、认证技术	243
三、防火墙技术	244
四、病毒与黑客	245
第三节 电子商务安全管理	246
一、安全管理体系	246
二、安全管理措施	249
三、人员管理	252
四、电子商务的安全风险管理	255
第四节 电子商务安全的法律制度	258

一、我国保证电子商务安全的相关法律	258
二、美国保证电子商务安全的相关法律	261
本章小结	265
复习思考题	266
实践课堂	266
 附录 1 商务部关于加快流通领域电子商务发展的意见	 268
附录 2 电子商务发展“十一五”规划	271
附录 3 关于网上交易的指导意见(暂行)	278
附录 4 上海市促进电子商务发展规定	283
附录 5 中国人民银行《电子支付指引(第一号)》公告	287
附录 6 电子商务常用缩略语	292
附录 7 电子商务基本词汇	295
参考文献	299

电子商务概述

学习目标:

1. 了解电子商务的发展历程和发展趋势,熟悉我国发展电子商务的基本国情。
2. 掌握电子商务的基本概念和应用范围。

技能要求:

1. 区分电子商务应用的不同类型,描述电子商务对流通企业的影响。
2. 概括电子商务不同模式的特点,掌握电子商务的基本知识。

引导案例

亚马逊的神话

有这样一家书店,规模约几平方英里,有310万种以上图书,顾客达500万人以上;你得开着汽车,才能浏览完它所提供的书目。也许这个数字让你感到惊讶,现实中竟有这样的书店吗?当然它是无法在现实中存在的,因为成本太高昂。但在互联网中,它却变成了现实,这就是亚马逊网络书店。有人说,它开创了电子商务的先河;有人说,它创造了新经济时代的致富新模式;还有人说,它将用自己的现身说法引领一个时代的潮流。

1994年,贝索斯用30万美元的启动资金,在西雅图郊区租来的房子的车库中,创建了全美第一家网络零售公司——Amazon.com(亚马逊公司)。贝索斯用全世界最大的一条河流来命名自己的公司,是希望它能成为出版界中名副其实的“亚马逊”,虽然公司草创期间,仅有三个SUN公司生产的工作站和300名免费试用的顾客。

从创业开始,在华尔街投资公司工作多年的贝索斯就表现出了在融资和财务管理上的超凡能力。在公司起步阶段,为了让亚马逊在传统书店如林的竞争压力中站稳脚跟,贝索斯充分利用了他对于网络的理解和网上技术优势,花了1年的时间来建设网站和设立数据库。

具有“人性化”的界面是贝索斯等对计算机软件的改造之一,舒适的视觉效果,方便的选择服务,当然还有110万种的可选书目。而在设立数据库方面,他更是小心谨慎,仅软件测试就花了3个月的时间。时间证明了贝索斯的做法极其正确。凭着这些优势,1995年7月,亚马逊正式打开了它的“虚拟商务大门”。

亚马逊是全球电子商务的成功代表。在亚马逊网站上,读者可以买到近 150 万种英文图书、音像和影视节目产品。自 1999 年开始,亚马逊网站开始扩大销售的产品门类。现在除图书和音像影视节目产品外,亚马逊也同时在网上销售服装、礼品、儿童玩具、家用电器等二十多个门类的商品。

亚马逊电子商务网站主页如图 1-1 所示。



图 1-1 亚马逊电子商务网站主页
(资料来源:西部数码网. 2009-05-12)

第一节 电子商务的崛起

一、电子商务的特征

电子商务是在西方发达国家进入后工业时代,以计算机、通信、网络 and 多媒体技术为手段而演化出来的一种全新的经营方式;既是科学技术进步的产物,也是新文化与新经济的产物,体现了知识经济时代发展的特征。

早在 1839 年电报刚出现的时候,各种商务信息便开始突破空间的界限,逐渐将经济活动和人们的生活带入电子时代。20 世纪 60 年代,人们开始用电报报文发送商务文件;20 世纪 70 年代又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报;20 世纪 80 年代计算机的普及产生了企业内部电子数据处理(Electronic Data Process, EDP)技术,随后在贸易伙伴之间的计算机上数据自动交换,形成了早期的“无纸贸易”——EDI(Electronic Data

Interchange)电子商务,但是由于技术的限制和成本的原因,限制了电子商务应用范围的扩大和应用水平的提高。

计算机技术的发展和普及、互联网的兴起和应用以及一系列相关技术的问世,使信息的电子化成为不可抗拒的潮流,如同蒸汽机引起的工业革命一样,社会的文明从此进入一个崭新的时代。作为信息时代的产物,电子商务已成为信息时代最具活力的代表,对世界文明的进步形成了强大的推动力。

同时,由于和平与发展成为主流的国际环境以及我国改革开放的政策,使得经济向全球一体化发展,国际贸易合作日益扩大,国内地区经济壁垒已经被打破,新经济的发展要求有更有效的贸易手段和形式出现。

1997年,在中国的IT专业报纸、电视台和大众报刊上开始出现“电子商务”这一术语,此后,中国大地上电子商务的热潮逐渐兴起,有关电子商务的话题日益增多,涉及电子商务的网站和电子商务企业层出不穷,给中国经济带来明显的实惠和冲击。电子商务已成为一种潮流,正以前所未有的速度迅猛发展,不仅改变着传统的社会生产方式,而且对经济结构的调整产生了极为深刻的影响,成为新的经济增长点,也是未来社会发展的一个重要推动力。

二、电子商务的优势

基于互联网的电子商务和传统的商务活动相比,具有明显的优势。

(一) 市场范围的扩大

电子商务可以将业务延伸到互联网接通的每一个地方,可以全天候地提供服务。电子商务模式通过建立虚拟商务网络,连接世界各地的生产商、销售商和消费者,将国家与国家之间、企业与企业之间、企业与消费者之间的经济依存关系联结得更加紧密,构成真正意义上的全球化经济。电子商务模式通过建立电子商务平台来重新配置社会的各种资源。

(二) 交易成本的降低

利用电子商务交易模式,可以降低商务活动各环节的成本。

1. 降低信息传递成本

信息传递包括信息的发布和交流、市场调研、广告投放等。距离越远,网络通信的优势越大。网上信息传递还具有较高的准确性和及时性。因信息传递和沟通而产生的人员费用和差旅费也可以大幅降低。网络广告也较传统媒体有着巨大的价格优势。

2. 减少投入费用

利用虚拟市场,企业可以省去店面租金、铺货费用。市场门槛降低了,对于中小企业来说,有利于突破由于资金、渠道和品牌而形成的市场进入壁垒,加强市场竞争,提高市场效率。

3. 降低采购和物流环节的成本

利用电子商务模式,企业可以更充分地了解供应商的资料,实现采购的公开化、透明化。综合质量、服务、地域、物流条件等因素,使企业采购成本降低,采购人员和供应商数量得以减少,资金流转速度得以加快。