

几天掌握电子商务

洪恩教育
Human Education

开天辟地

电子商务入门

北京洪恩教育科技有限公司



方圆电子音像出版社

电子商务入门

北京洪恩教育科技有限公司 编著

方圆电子音像出版社

内 容 提 要

《开天辟地》学电脑系列教材的多媒体教学光盘全面采用语音讲解，有如老师在手把手地教你使用电脑，让你几分钟学会一个实例，几天全面掌握。

本教材是一本介绍电子商务的理论基础与应用实践的教材，内容包含了电子商务概述、电子商务技术基础、网上支付与网上银行、网络营销、物流配送、供应链管理、企业资源规划、客户关系管理、电子政务、电子商务法律以及电子商务的建设。

本教材内容深入浅出、知识点覆盖全面，而且在内容的选择上力求做到与最新的技术以及企业的实际应用保持同步。因此，不但增加了学习过程中的兴趣，还使读者在学习之后可以真正做到学有所用。

本教材可以作为电子商务初学者的自学教程，也可以作为高校及各培训机构的相关课程教材。

版权所有 翻印必究

教 材 名：开天辟地——电子商务入门
编 著 者：北京洪恩教育科技有限公司
出 版 社：方圆电子音像出版社
地 址：石家庄市天苑路1号
邮 编：050071
电 话：0311 87713669
网 址：<http://www.fypress.com>
印 刷：北京密云胶印厂
开 本：787×1092 1/16 20.5印张 524千字
版 次：2007年9月第1次印刷
版 号：ISBN 978-7-900-405-67 8/G4·019
定 价：33.00元（1张CD-ROM+配套手册）

《开天辟地》系列制作群
责任编辑：桑 飞
策 划：卢志勇 潘全春
稿 件：王宇宇
CD 制作：辛 建 熊青龙
封 面：刘泽云

为普及计算机技术做贡献

张孝文 书

原清华大学校长

序

洪恩公司于1997年推出了第一套多媒体教学软件——《开天辟地》。之所以叫做《开天辟地》，是为了表达信息技术的普及将对整个社会和国家带来开天辟地的变化。在短短的几年时间里，洪恩软件各种版本的电脑教育软件累计已经达到了上千万套，影响到了几千万的电脑初学者。十多年来，《开天辟地》系列软件获得了几十项大奖，一直雄踞教育软件排行榜前茅。洪恩公司更获得了国家教育部、共青团中央、全国学联和中央电视台联合颁发的“中国电脑文化事业传播奖”。

在广大读者的强烈要求下，洪恩公司于2001年推出了第一套《开天辟地》学电脑系列教材，它独特性的教学方式，得到了广大读者的强烈响应，让千万中国人学会了电脑，不少人甚至因此而成为电脑高手。

今天，在广大读者的强烈支持下，洪恩公司对《开天辟地》学电脑系列教材进行了全面的升级和改版，推出了本套新《开天辟地》学电脑系列教材。本套新《开天辟地》系列教材除了在体例和版式上进行了一定的改进，在内容和教学方式上更是进行了大幅度的提升，以进一步降低学习难度，同时提高学习效率。

新《开天辟地》系列教材内容涵盖操作系统、办公软件、输入法、家庭数码应用、电脑组装与维修、病毒和木马查杀、互联网应用等领域，教材信息量大、讲解生动活泼且富于趣味，使读者能在很短的时间内掌握教材中所讲授的知识和技能。

新《开天辟地》系列教材除了沿袭《开天辟地》系列软件通俗易懂和趣味生动的特点，还具有以下特点：

◆二维教学法

这是我们根据读者的学习特点和理解规律引入的特殊教学法，我们力图用多种方式，从多个角度来阐述一个问题，让您“眼到即手到”，并使所学的知识能够长久记忆、过目不忘。

◆环境教学法

学东西不能孤立，须在山外看山、画外看画，当您了解到很多所学内容的背景知识时，您会发现它们不需要学，就自动理解并掌握了。教材中大量的电脑常识、电脑故事、经验集锦和操作技巧，让您沐浴在电脑知识的环境中，充分体验计算机文化的魅力。《开天辟地》系列教材不用“学”，不需要“死记硬背”，而是在轻松自然中掌握。

◆多媒体教学

《开天辟地》教材中所附的多媒体教学光盘全程采用语音讲解，有如老师亲临指导；直观演示操作全过程，一学就会；难点问题用动画演示，一看就懂；所学知识可随即用于工作和学习；教材与多媒体光盘相互配合，学习过程分外轻松。教学光盘操作简单，无需安装，插入光盘即可自动播放，就像看电影一样轻松！

感谢您对洪恩教育的信任和支持，并祝愿您在《开天辟地》系列教材的指导下早日步入电脑高手的行列！欢迎给我们提出问题，并提出宝贵的改进意见，您可以拨打我们的服务热线（010）58851648或发E-mail到pcbook@goldhuman.com。

前 言

电子商务是一种基于信息技术的高效商务模式。它是20世纪中期信息技术革命的产物，并且凭借其低成本、高效率的绝对优势得到了迅猛的发展。

20世纪中后期，信息技术的发展，尤其是Internet的出现，给人们的工作与生活带来了一场本质性的革命。信息化管理、网上购物这些全新的技术与理念不断涌入到人们的工作与生活中，使电子化的商务模式逐渐从理论走向实际应用。

本教材作为电子商务的入门级教材，继承了《开天辟地》系列教材的一贯风格，以通俗易懂的语言全面介绍了现代电子商务理论中的每一个方面。不但知识点覆盖全面，而且在内容的选择上力求做到与最新的技术和企业的实际应用保持同步，使读者能够真正学有所用。

◆ 教材主要内容

本教材共分为11章，各章内容概括如下：

第1章概括地介绍了电子商务的基础知识；

第2章简要地介绍了一些与电子商务相关的技术常识；

第3章介绍了网上支付与网上银行的相关知识；

第4章介绍了网络营销的相关知识；

第5章介绍了物流配送的相关知识；

第6章介绍了供应链管理（SCM）的相关知识；

第7章介绍了企业资源规划（ERP）的相关知识；

第8章介绍了客户关系管理（CRM）的相关知识；

第9章介绍了电子政务的相关知识；

第10章介绍了与电子商务有关的法律常识；

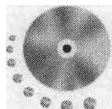
第11章介绍了如何建设电子商务系统。

◆ 读者对象

本教材可以作为电子商务初学者的自学教程，也可以作为高校及各培训机构的相关课程教材。

◆ 配套多媒体光盘

本教材所附的教学光盘主要介绍了建设电子商务网站所需的基础知识。光盘中的教学内容全部采用直观分步的动画演示和语音讲解，使难于理解的理论知识变得生动易懂。在它的帮助下，即使是没有任何基础的初学者也能快速地掌握建设电子商务网站所需的基本知识。



光盘使用说明

一、内容简介

本教学光盘主要介绍了建设电子商务网站所需的基础知识，包括 HTML 语言、CSS 样式、JavaScript 脚本，以及 CGI 和 ASP 等网络编程技术。教学光盘中的全程语音讲解和分步的操作演示可以帮助即使没有任何基础的初学者也能快速地掌握建设电子商务网站所需的基本知识。

二、使用方法

为了获得最佳的学习效果，推荐在 16 位色 800 × 600 分辨率或以上显示模式下运行。将教学光盘放入光驱后，它会自动播放。片头播放结束后，将会出现程序的主界面，如图 1 所示。如果光盘不能自动播放，则请双击光驱所对应的盘符来打开光盘内容，然后双击“Start.exe”（或“Start”）文件来播放光盘。

在程序主界面上，鼠标单击菜单条上的标题即可进入相应的学习内容（如图 2 所示），单击“帮助”按钮，可以查看使用说明，单击“退出”按钮，可以退出学习程序。



图 1 程序主界面



图 2 学习界面

进入学习界面后，可以通过播放控制面板（图 3）来控制学习状态，也可以通过键盘的快捷键（表 1）来控制。需要返回到主界面时，按一下键盘上的 Esc 键即可。



图 3 播放控制面板

表 1 键盘操作快捷键

作用范围	功 能	按 键
学习界面 跟练界面	后退	←（左方向键）
	暂停/播放	空格键
	前进	→（右方向键）
	返回	Esc
	背景音乐音量调节	“+”增大音量；“-”减小音量
	背景音乐开/关	M 或 a，按一下关，再按一下开
	背景音乐手动选择	按数字键 1~6 可以选择不同的背景音乐

在控制面板上单击“章节”按钮后，程序将弹出一个菜单，把鼠标移到该菜单上，然后单击就可以快速进入相应的学习内容；单击“边学边练”按钮后，程序将把学习界面缩小到屏幕左上角；此时，你可以打开 Windows 中相应的程序，然后跟随讲解的内容进行练习。跟练界面控制按钮中，前三个的操作方法和作用与图 3 控制面板的“后退”、“暂停/播放”、“前进”相同，而单击最后一个按钮（返回）时，将返回到正常的学习界面。把鼠标移到跟练界面的外边框，然后按住左键拖动鼠标，可以把窗口移动到其他位置。

目 次

第 1 章 电子商务概述

1.1 电子商务在生活中的应用	1
1.2 电子商务的产生和发展	4
1.2.1 电子商务的产生	4
1.2.2 电子商务的发展	6
1.2.3 电子商务在我国的发展	7
1.3 电子商务的功能和特点	9
1.3.1 电子商务的功能	9
1.3.2 电子商务的特点	10
1.4 电子商务的基本框架	12
1.5 电子商务的分类	13
1.5.1 按交易对象分类	13
1.5.2 按交易的商品形式分类	14
1.5.3 按网络类型分类	15
1.5.4 按资金支付的方式分类	16
1.5.5 按照交易的范围分类	17
1.6 电子商务的发展趋势及对社会的影响	17
1.6.1 电子商务的现状与发展趋势	17
1.6.2 电子商务对社会的影响	18
1.7 思考题与实践	22

第 2 章 电子商务的技术基础

2.1 计算机网络技术	23
2.1.1 计算机网络的基本概念	23
2.1.2 计算机网络的功能	24
2.1.3 计算机网络的分类	24
2.1.4 计算机网络的拓扑结构	26
2.1.5 计算机网络的模型与协议	28
2.2 Internet 基础	31
2.2.1 Internet 的产生与发展	31
2.2.2 Internet 的原理	32
2.2.3 Internet 的接入方式	34
2.2.4 Internet 上的应用	35
2.3 EDI	41
2.3.1 EDI 的基本概念	41

2.3.2 EDI 的组成结构.....	44
2.3.3 EDI 标准	46
2.3.4 EDI 的新发展.....	48
2.4 Web 开发技术概述	49
2.4.1 Web 软件的基本结构.....	49
2.4.2 Web 表示层开发技术.....	49
2.4.3 Web 业务逻辑层开发技术.....	53
2.4.4 数据库技术	57
2.4.5 连接数据库	60
2.5 信息安全技术.....	62
2.5.1 电子商务的安全问题	62
2.5.2 电子商务对安全的需求	64
2.5.3 病毒防范常识	65
2.5.4 黑客防范常识	67
2.5.5 认证技术	70
2.5.6 安全协议	73
2.6 思考题与实践.....	77

第 3 章 网上支付与网上银行

3.1 支付系统概述.....	79
3.1.1 支付系统的概念	79
3.1.2 支付系统的结构	80
3.1.3 支付应用系统	80
3.1.4 支付系统的参与者	81
3.1.5 支付系统的功能	81
3.2 传统的支付方式.....	82
3.3 网上支付概述.....	84
3.3.1 网上支付与电子商务	84
3.3.2 网上支付系统的组成结构	85
3.3.3 网上支付的安全性	87
3.4 网上支付系统的分类.....	88
3.4.1 信用卡网上支付系统	88
3.4.2 电子支票支付系统	92
3.4.3 电子现金支付系统	94
3.5 网上支付的问题.....	99
3.5.1 关税收入问题	99
3.5.2 电子货币对金融发展的影响问题	99
3.5.3 电子货币的立法问题	100
3.5.4 电子现金的法律地位	100

3.5.5 电子支票的效力问题	100
3.5.6 网上支付功能和手段有待突破的问题	101
3.5.7 网上支付系统的风险防范问题	101
3.5.8 网上支付存在的安全隐患问题	101
3.5.9 与网上支付有关的洗钱及其对策	102
3.5.10 违法交易的法律责任分担问题	103
3.5.11 支付文化问题	103
3.6 网上银行概述	104
3.6.1 网上银行的概念	104
3.6.2 网上银行的功能	106
3.6.3 网上银行的运行机制和业务模式	108
3.6.4 网上银行的技术基础	108
3.6.5 网上银行的管理	110
3.7 思考题与实践	112
案例分析——招商银行网上银行	113

第4章 网络营销

4.1 网络营销的概述	120
4.1.1 网络营销的基本概念	120
4.1.2 网络营销的内容	122
4.1.3 网络营销的优势	124
4.2 网络营销的理论概述	127
4.2.1 直复营销	127
4.2.2 关系营销	128
4.2.3 整合营销	130
4.2.4 软营销	132
4.2.5 数据库营销	133
4.3 网络营销的模式	134
4.3.1 根据交易流程来分	134
4.3.2 根据产品性质来分	137
4.3.3 根据营销对象来分	138
4.4 网络营销的策略	140
4.4.1 网络营销的产品策略	141
4.4.2 网络营销的定价策略	141
4.4.3 网络促销组合策略	142
4.4.4 新的营销策略	143
4.5 网络营销技术	144
4.5.1 网络广告	144
4.5.2 网络搜索	145

4.5.3 病毒性营销	150
4.5.4 “虚拟现实”营销技术	152
4.6 网上购物	153
4.6.1 网上购物系统的界面	153
4.6.2 B2C 型网上购物	154
4.6.3 B2B 型网上购物	154
4.6.4 网上购物的问题	155
4.7 思考题与实践	156
案例分析——阿里巴巴电子商务网站	157

第5章 物流配送

5.1 物流配送概述	160
5.1.1 物流概念的产生与发展	160
5.1.2 物流的分类	161
5.2 物流与电子商务	162
5.2.1 物流是电子商务的重要组成部分	163
5.2.2 物流是电子商务概念模型的基本要素	163
5.2.3 物流是实现电子商务的保证	164
5.2.4 电子商务物流的特点	165
5.3 物流配送的实现方式	167
5.3.1 物流配送中心	167
5.3.2 物流代理	169
5.4 现代物流中的技术应用	170
5.4.1 条码技术	170
5.4.2 射频技术	175
5.4.3 地理信息系统 (GIS)	176
5.4.4 全球定位系统 (GPS)	177
5.5 我国的物流发展现状	179
5.6 思考题与实践	180

第6章 供应链管理

6.1 供应链管理概述	182
6.1.1 供应链的由来	182
6.1.2 供应链的概念与结构模型	182
6.1.3 供应链的特征	183
6.1.4 供应链的类型	184
6.1.5 供应链管理	186
6.1.6 供应链管理与传统管理模式的区别	187
6.2 供应链管理与电子商务	187

6.2.1 信息技术在供应链管理中的应用.....	187
6.2.2 供应链管理中应用的其他技术手段.....	188
6.2.3 基于电子商务的信息组织与集成模式.....	189
6.3 我国的供应链管理发展现状.....	189
6.3.1 我国供应链管理发展概况.....	190
6.3.2 供应链相关环节的发展.....	190
6.3.3 我国供应链管理面临的问题.....	192
6.4 思考题与实践.....	193
案例分析——青岛啤酒 SCM 应用案例.....	194

第 7 章 企业资源规划

7.1 企业资源规划（ERP）概述.....	198
7.1.1 ERP 的由来.....	198
7.1.2 ERP 的定义.....	199
7.2 ERP 的主要功能模块.....	200
7.2.1 财务管理模块.....	200
7.2.2 生产控制管理模块.....	202
7.2.3 物流管理.....	203
7.2.4 人力资源管理模块.....	204
7.3 ERP 在中国的发展与应用.....	205
7.3.1 启动期.....	205
7.3.2 成长期.....	206
7.3.3 成熟期.....	207
7.3.4 ERP 在中国的应用.....	208
7.4 思考题与实践.....	209
案例分析——大宝化妆品的 ERP 应用.....	210

第 8 章 客户关系管理

8.1 客户关系管理（CRM）概述.....	216
8.1.1 CRM 的由来.....	216
8.1.2 CRM 的概念.....	217
8.1.3 CRM 的作用.....	220
8.2 CRM 的主要功能与模块.....	221
8.2.1 客户互动渠道管理.....	221
8.2.2 销售自动化管理（SFA）.....	223
8.2.3 营销自动化管理.....	225
8.2.4 客户服务自动化.....	226
8.2.5 Web 商务.....	227
8.2.6 商务智能.....	227

8.3 CRM 的实施.....	228
8.3.1 CRM 实施中的关键技术要求	228
8.3.2 CRM 实施中对员工的要求	229
8.3.3 CRM 的实施过程	231
8.4 思考题与实践.....	232
第 9 章 电子政务	
9.1 政府行政管理与电子政务.....	233
9.1.1 “政府”与“政务”的含义	233
9.1.2 政府部门的基本职能	233
9.1.3 电子政务的提出	234
9.2 电子政务的内容.....	235
9.2.1 电子政务应用的基本形式	235
9.2.2 电子政务的主要模式	236
9.3 电子政务系统的基本架构.....	240
9.3.1 电子政务系统的外部环境	241
9.3.2 电子政务系统的基本组成	242
9.3.3 电子政务的实施过程	244
9.4 电子政务的发展.....	245
9.4.1 国外电子政务发展概况	245
9.4.2 我国电子政务发展概况	250
9.4.3 电子政务的发展方向	251
9.5 思考题与实践.....	252
第 10 章 电子商务法律	
10.1 电子商务法律概述.....	253
10.1.1 网上欺诈行为	253
10.1.2 电子商务对法律的依赖	254
10.1.3 电子商务法律的概念	254
10.1.4 电子商务涉及的法律范围	254
10.2 电子商务的有关法律.....	256
10.2.1 联合国贸易法委员会制定的《电子商务示范法》	256
10.2.2 《中华人民共和国电子商务示范法》的制定	258
10.3 电子商务与税收.....	259
10.3.1 电子商务税收的特点	259
10.3.2 电子商务税收的难点	260
10.3.3 电子商务对现行税收体制带来的挑战	261
10.3.4 电子商务中相关的税收问题	262
10.3.5 联合国组织对电子商务税收的对策	264

10.3.6 我国解决电子商务税收问题的对策.....	265
10.4 电子合同的法律问题.....	266
10.4.1 电子合同概述.....	266
10.4.2 电子合同的成立与生效.....	268
10.4.3 电子合同设计的其他法律问题.....	270
10.5 电子商务与知识产权.....	270
10.5.1 知识产权的概念.....	270
10.5.2 域名的法律保护.....	271
10.5.3 专利权的法律保护.....	274
10.5.4 网络著作权的保护.....	275
10.6 电子商务与隐私权.....	278
10.6.1 隐私权概述.....	278
10.6.2 电子商务中的隐私权保护.....	278
10.6.3 网络服务提供商的隐私保护责任.....	279
10.6.4 国内外网络隐私权保护立法进展.....	280
10.7 电子商务支付中的法律问题.....	281
10.7.1 电子支付的有关当事人及其法律关系.....	281
10.7.2 电子货币的法律问题.....	283
10.7.3 网络银行的法律问题.....	284
10.8 思考题与实践.....	286

第 11 章 电子商务的建设

11.1 传统企业开展电子商务的意义.....	287
11.2 电子商务和企业流程重组.....	290
11.2.1 流程重组的类型.....	290
11.2.2 企业的作业流程.....	292
11.2.3 流程重组需要注意的问题.....	292
11.2.4 BPR 与 JIT 的关系.....	294
11.3 电子商务解决方案概述.....	295
11.3.1 什么是电子商务解决方案.....	295
11.3.2 电子商务网站结构及管理方式.....	296
11.3.3 电子商务网站系统功能简介.....	297
11.3.4 安全方案.....	298
11.3.5 实施策略.....	298
11.4 IBM 电子商务解决方案.....	300
11.4.1 IBM WebSphere 的功能.....	301
11.4.2 IBM WebSphere 的特点.....	301
11.4.3 IBM WebSphere 的产品结构.....	303
11.4.4 成功案例.....	305

11.5 Microsoft 电子商务解决方案	308
11.5.1 IT 基础结构	308
11.5.2 应用程序基础结构	309
11.5.3 信息工作基础结构	311
11.5.4 服务器平台	312
11.5.5 Microsoft Dynamics	313
11.6 思考题与实践	313

第1章 电子商务概述

电子商务是现在十分流行的一种基于 Internet 的商务模式。关于它的定义,不同的企业有着不同的理解。比如,IBM 把电子商务定义为 EB (Electronic Business),而 HP 认为电子商务就是电子化的服务 (E-Service),Oracle 则认为电子商务指的是电子化的协作 (E-Collaboration)……事实上,电子商务本身是一个发展中的概念,它代表着一种现代的商务模式。本书采用了最流行的定义方法,即把电子商务定义为:EC (Electronic Commerce),即用 Internet 和 WWW (World Wide Web) 通过电子信息传输进行的各种商务活动。

电子商务是一种全新的营销方式,它的出现不仅引发了技术上的改变,甚至包含了文化和理念的变革。具体来讲,电子商务所带来的改变体现在多方面:改变一个企业的架构,改变业务流程,改变商业模式,改变人类的生活方式,也改变人类的文化氛围。

电子商务所涵盖的知识无论从理论上还是从实践上综合性都较强。它几乎包含了 IT 的每一个方面,也包括管理、营销的各个层面;它既是企业的事情,更是社会的事情;它既涉及企业经营,又涉及社会的法律甚至人的诚信程度。

本章首先从电子商务的产生与发展开始讲起,然后介绍了电子商务的功能、特点以及分类标准,最后介绍了电子商务的发展对社会的影响。

1.1 电子商务在生活中的应用

电子商务虽然是一个商务概念,但其实它和我们的生活息息相关。人们可以利用电子商务进行网上购物、网上订票等活动,如果说几年前的电子商务还只是一个时髦的概念,那么今天的电子商务已经成为人们生活中不可缺少的一部分了。

下面列举一些生活中的电子商务应用,通过这些应用我们可以对电子商务的概念和应用范畴有一个感性的认识。

实例 1, 网上购物

网上购物可以说是现在既流行又非常方便的一种购物新形式,利用网络购物系统,人们可以足不出户便买到自己想要的东西。

淘宝网(如图 1-1-1 所示)就是现在国内最为知名的一家购物网站。我们可以在淘宝网上通过搜索或分类浏览等方式找到自己想要的商品,大到汽车家电,小到光盘饰品,应有尽有。找到想要的商品后,可以查看该商品的详细信息,并且可以通过价格比较找到最便宜的同类商品。接下来,可以通过淘宝网提供的多种付款方式购买,比如与卖家联系进行见面交易,或使用支付宝系统在網上付款。由于淘宝网采用了信用度评级和安全的网上付款监控系统,所以整个购物的过程既安全又便捷。



图 1-1-1 淘宝网

实例 2，网上订餐

随着餐饮业的快速发展，电话订餐早已不是什么新鲜事了。然而随着网络技术的发展，一种新的订餐形式，即网上订餐也越来越普及。

正午的盘子（如图 1-1-2 所示）就是这样一个提供网上订餐服务的公司，用户可以直接在他们的网站上浏览或搜索到自己想要的饭菜，然后填好送餐地址，不到半个小时的时间，热乎乎的饭菜便可以送到你的面前。



图 1-1-2 正午的盘子

与电话订餐相比，网络订餐具有很多优势，比如可以看到饭菜的效果图，还可以及时了解到菜单的更新信息。因此，网上订餐正被越来越多的人所接受，尤其是颇受 IT 从业者