

 **NAPT** 全国应用型人才培养工程指定教材

经济管理类

电 子 商 务

王 能 黄国栋
于劭鹏

主 编
副主编



北京航空航天大学出版社

全国应用型人才培养工程指定教材

经济管理类

电子商务

王能 黄国栋 主编
于劲鹏 副主编

北京航空航天大学出版社

内 容 简 介

本书从电子商务的基本概念出发,介绍了电子商务网络营销理论,分析了电子商务的整体架构和技术方案,结合实际案例介绍了电子商务的交易模式,等等。本书通过对电子商务的这些基本知识和基本理论的阐明,能够培养学员运用计算机更快更好地处理经济和贸易中的交易问题,管理电子商务平台。

本书是根据教育部对高职高专电子商务人才培养目标的要求编写的,既可作为高等院校电子商务专业和其他相关专业的教材,也适于作高职高专和各类成人教育和培训用书,对于各类企业管理经营者和电子商务爱好者也有一定的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务/王能,黄国栋主编. —北京:
北京航空航天大学出版社,2010.2

全国应用型人才培养工程指定教材. 经济管理类

ISBN 978-7-5124-0019-1

I. ①电… II. ①王…②黄… III. ①电子商
务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 017322 号

电子商务

王 能 黄国栋 主编

于劲鹏 副主编

责任编辑 周华玲

*

北京航空航天大学出版社出版发行

北京市海淀区学院路 37 号(100191) 发行部电话:(010)82317024 传真:(010)82328026

<http://www.buaapress.com.cn> E-mail:bhpress@263.net

涿州市新华印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:787×1 092 1/16 印张:19 字数:486 千字
2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷 印数:4 000 册

ISBN 978-7-5124-0019-1 定价:35.00 元

全国应用型人才培养工程

指定教材编委会

主 任	李希来	杨建中		
副 主 任	赵匡名	吴志松	李若曦	
编 委	(排名不分先后)			
	王桂清	冯建月	周华云	吴志泽
	谭向东	谭冰冰	康 冰	康向荣
	王丰年	李智摩	杨春辉	王俊文
	蔡和源	单日东	张东亮	刘凤萍
	张 倩	薛 辉	于姝娟	张志伟
	罗家民	鞠和平	任政文	佟 英
	胡 颖	胡芳逸	罗文群	杨润泽
	康燕怡	陈 涛	陈 炜	马 力
	肖 衡	胡智嘉	宋一兵	李克同
	郭晓泉	毕 立	周 怡	马 震
执行编委	蔡汉明	郭向军	田文博	朱 晶
	孙海英	李 凯	王建荣	李丽芸

丛书前言

社会要发展,人才是关键。随着知识经济时代的到来,人才资源在经济发展中的地位 and 作用日益突出,已经成为现代经济社会发展的第一资源。目前,国内各行业对于应用型人才的需求日益迫切,无论是 IT 技术、工程制造领域,还是经济管理,甚至社会科学领域,都是如此。

全国应用型人才培养工程是由中外科教联合现代应用技术研究院组织开展的面向现代企业用人需要的人才工程。工程坚持“职业能力为导向,职业素质为核心”的课程设计原则,重点突出“职业精神、职业素质、职业能力”的培养,以提高学员的职业能力为目的,弥补技术人才与岗位要求的差距,提高学员的从业竞争力,培养适应现代信息社会需要的高技能应用型专业人才。

全国应用型人才培养工程包括培训、测评和就业三大部分。以企业对特定岗位的实际技术要求以及对从业人员的职业精神和素质要求为依据,通过课程嵌入或者集中培训的方式解决企业在岗前培训设置方面的诸多问题。人才工程还集合各专业、各方向社会普遍认可的考核、评测体系,通过整合及学分互认等方式,实现国家认证、国际学历的有益结合;实现职业资格、职业能力、专项技能和人才资格等多种认证的有益互补;实现紧缺人才库入库、技能大赛选拔以及人才择优推荐的有益支持,从而实现始于培训、专于认证、达于就业的完整的人才培养和服务体系。

全国应用型人才培养工程培训课程包括 IT 技术类、工程制造类、经济管理类和社会科学类 4 大类,13 个专业方向,共 100 多门课程。

为了更好地配合全国应用型人才培养工程在全国的推广工作,我们专门成立了教材编写组,负责指定教材的编写工作。在编写过程中,依照人才工程所开设课程的考核标准,设定教材的编写纲目,分解知识点,选择常用经典实例,组织知识模块。

本套指定教材的特点体现在以下几个方面。

1. 行业特点

人才工程标准教材根据全国各级院校的专业教师、大中型培训机构培训师和企业相关技术人员提出的对新世纪本、专科学生培养的明确目标而设定内容,因此具备了明显的符合当前行业细分原则的侧重点与方向,更加符合企业用人的技术要求。

2. 内容侧重

人才工程主要解决当前本、专科学生所学知识内容与企业实际需要之间的差距问题;人才

工程的指定教材则以企业对用人的实际技能需求为设定依据,按照“理论够用为度”的原则,对各个专业的核心课程进行了梳理整合,并以实训内容为侧重点编写。因此,本套教材不仅适用于人才工程培训,亦适用于普通的本、专科院校。

3. 编写团队

全国应用型人才培养工程教研中心负责标准教材的组织和编写工作。本套教材由教研工作经验较为丰富的专业团队负责编写,既可以解决教学实践与工程案例的接口问题,也可以有效地提高实训教材的实用性。

4. 编写流程

注重整体策划。本套教材在策划以及编写过程中,严格按照“岗位群→核心技能→知识点→课程设置→各课程应掌握的技能→各教材的内容”的编写流程,保证了教学环节内容的设定和教材的编写与当前企业的实际工作需要紧密衔接。

为了方便教学,我们免费为选择本套教材的教师提供部分专业的整体教学方案以及教学相关资料:

- ◇ 所有教材的电子教案。
- ◇ 部分教材的习题答案。
- ◇ 部分教材的实例制作过程中用到的素材。
- ◇ 部分教材中实例的制作效果以及一些源程序代码。

本套教材的编写是在教育部、中国科学院、工业和信息化部、人力资源和社会保障部众多领导和专家的支持和帮助下才顺利完成的,在此我们表示衷心的感谢。同时,我们也欢迎读者朋友们能够对于本套教材给予指正和建议。来信请发至 napt.untis@gmail.com。

全国应用型人才培养工程指定教材编委会

2009年7月

前言

高等教育的大众化对强调应用型、教学型的相关专业课程的教学提出了更高的要求,新的高等教育形势需要我们积极进行教学改革,研究和探索新的教学方法和选用注重实务的高等教育及高职高专的教材。

电子商务的迅猛崛起和发展使得对那些“既懂电子,又懂商务;既会应用,又会创新”的复合型人才的需求迅速加大。据 IDC(互联网数据中心)估算,如果全球电子商务营业额达到几万亿的规模,那么电子商务职业岗位的人才需求将增加到 2000 万人,这个数字比全世界现有的信息专业的人员总数还要大。由此可见,人才因素将是阻碍电子商务发展的瓶颈,因此,各个国家在制定电子商务发展政策和规划时,都高度重视对真正技能型人才的培养和培训工作。

电子商务的涵盖范围非常广,涉及经济、管理、计算机和信息技术等诸多领域的知识。“电子商务概论”作为电子商务专业的第一门专业核心课程(或相关专业课程)一直受到开设电子商务专业或方向的高等院校的高度重视,讲什么内容、选什么教材始终是教育界的热门话题。从 1998 年以来,以《电子商务概论》、《电子商务基础》、《电子商务》等命名的教材、书籍等洋洋洒洒已至上百种,综观这些教材的形式和内容,可谓是百花齐放、百家争鸣、各有千秋。

本书从国家培养电子商务实用型人才的目标出发,结合目前社会对电子商务人才的实际需求,从电子商务的基本知识、运作体系和实际应用三个方面介绍了电子商务的理论和实务。首先,介绍了电子商务的基本概念和框架体系。其次,重点介绍了开展电子商务活动的四大支撑体系——技术、支付、物流和安全。最后,通过介绍电子商务在企业内部、面向客户及企业之间等各环节的实际应用及综合案例分析,使读者了解电子商务的实践应用价值。本书在编写过程中,参考了国内外优秀的论著和文献,采用最新的案例和数据,在完成基本理论、模式教学的前提下,强调了实务与操作,突出了管理与应用,进一步明确了技术为商务服务的理念。

本书共九章,主要内容包括电子商务概述、电子商务的网络技术基础、电子商务的框架与运营模式、电子商务系统的安全、网络营销、在线零售、电子商务网站建设与规划、网上支付结算、电子商务物流与供应链管理等。

全书内容重点突出、结构清晰、通俗易懂、资料丰富、实践性强,具有鲜明的特色。本书注重学习引导,在每章的开头部分都针对本章内容提出学习目标、重点与难点,使各部分内容的学习有一个统一的主题。此外,本书还注重应用和实践能力的培养,为此,每章列有思考题和实验操作题,通过课后练习和实验加深学生对课堂内容的理解,使其可以巩固所学的知识,掌握基本的应用方法。基本上每章都有最新案例,使学生课堂上所学习的理论知识能很好地联系实际,并指导学生实验课堂的操作。

本书与国家职业电子商务师系列考试内容相吻合,适于作为高等职业学校、本科院校设立的二级学院、成人教育院校的电子商务专业、市场营销专业、商贸专业等管理类专业的教材,以及在岗职工培训和社会自学等参考用书。

本书由王能、黄国栋担任主编,于劭鹏担任副主编。其中,王能负责编写了本书的1~4章,并对全书进行了统稿工作;黄国栋负责编写了本书的第5~7章;于劭鹏编写了第8、9章及附录。此外,天津渤海职业技术学院电子商务教研组的其他老师对编写本书提供了大量帮助,在此一并表示感谢。

由于编者水平有限,书中肯定存在不足之处,请广大读者批评指正。

编者

2009年11月

目 录

第1章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的产生和发展	1
1.1.1 电子商务的起源	1
1.1.2 电子商务的发展	4
1.1.3 世界主要发达国家的电子商务发展状况	6
1.1.4 电子商务在中国的发展	9
1.2 电子商务的概念和分类	11
1.2.1 电子商务的定义	11
1.2.2 电子商务的分类	13
1.2.3 电子商务的基本组成	15
1.3 电子商务的特点与影响	16
1.3.1 电子商务的特点	16
1.3.2 电子商务的影响	19
1.4 电子商务的基本应用模式	22
1.4.1 企业与消费者之间的电子商务	22
1.4.2 企业间的电子商务	23
1.5 中国电子商务发展面临的问题与革新	24
1.5.1 中国电子商务存在的问题	25
1.5.2 解决目前我国电子商务问题的建议	26
1.6 案例:江苏九鼎集团	29
1.6.1 江苏九鼎集团概况	29
1.6.2 成功经验	31
1.6.3 简 评	32
习 题	32
第2章 电子商务的网络技术基础	33
2.1 计算机网络与技术	33
2.1.1 计算机网络的定义	33
2.1.2 计算机网络的分类	34
2.1.3 Internet	35
2.1.4 WWW	37
2.1.5 ASP 和 Java 语言	38

2.2	计算机网络结构	41
2.2.1	计算机网络的拓扑结构	41
2.2.2	计算机网络的体系结构	43
2.3	Web技术的应用	53
2.3.1	案例:阿里巴巴注册建站	53
2.3.2	企业博客	54
2.3.3	案例:淘宝开店	55
2.4	电子数据交换技术	56
2.4.1	EDI概述	56
2.4.2	EDI系统的构成	58
2.4.3	EDI标准	59
2.4.4	EDI的工作原理	62
2.4.5	EDI发展的类型	65
2.4.6	EDI与电子商务	66
	习 题	67
第3章	电子商务的应用框架与交易模式	68
3.1	电子商务的框架	68
3.1.1	网络基础层	69
3.1.2	信息发布和传输层	74
3.1.3	电子商务应用服务层	74
3.1.4	电子商务四大支柱	76
3.2	电子商务的运行模式	77
3.2.1	企业对企业(B2B)	77
3.2.2	企业对消费者(B2C)	78
3.2.3	电子政务交易模式(B2G、G2G)	79
3.2.4	消费者对消费者	80
3.3	电子商务的交易流程	80
3.3.1	电子商务交易流程的特征	80
3.3.2	电子商务交易的一般业务流程	82
3.3.3	网络商品直销流程	83
3.3.4	网络商品中介交易流程	84
3.4	案例:戴尔计算机公司的网络直销	85
3.4.1	戴尔直销的基本情况与功能	85
3.4.2	戴尔直销的经营模式	86
3.4.3	戴尔直销的商业模式	87
3.4.4	戴尔直销的技术模式	87
3.4.5	戴尔直销的经营模式	88
3.4.6	戴尔直销的管理模式	88
3.4.7	戴尔直销的资本模式	89

3.4.8 结论与建议	89
3.5 电子商务的运行机理	89
3.5.1 支付机理	89
3.5.2 物流机理	91
3.5.3 信用机理	94
习 题	96
第4章 电子商务系统的安全	97
4.1 电子商务的安全概述	97
4.1.1 电子商务系统安全的隐患	97
4.1.2 电子商务的安全要素	98
4.1.3 计算机安全术语	100
4.1.4 浏览器安全设置	101
4.2 数据加密技术	103
4.2.1 加密技术的基本概念	103
4.2.2 加密方法的分类	104
4.2.3 电子商务加密技术的应用	105
4.3 认证技术	106
4.3.1 身份认证	106
4.3.2 信息认证	106
4.3.3 通过认证机构认证	107
4.4 签名技术	108
4.4.1 数字签名的含义和功能	108
4.4.2 数字签名的实现方法	108
4.4.3 数字签名的算法及数字签名的保密性	110
4.5 公钥基础设施(PKI)	110
4.5.1 PKI 技术的信任服务	111
4.5.2 PKI 的体系结构	111
4.5.3 PKI 的应用	112
4.6 防火墙技术	114
4.6.1 防火墙的基本功能	114
4.6.2 防火墙的特点	115
4.6.3 防火墙的技术实现	115
4.7 安全协议	116
4.7.1 SSL 协议	116
4.7.2 SET 协议	117
4.8 网民的自我保护措施	119
4.9 案例:上海吉通快递公司 Idc 安全	120
4.9.1 吉通上海 Idc(国际互联网数据中心)网络安全功能需求	120
4.9.2 惠普公司在吉通上海 Idc 中网络安全管理的设计思想	121

4.9.3 吉通上海 Idc 信息系统安全产品解决方案	122
习 题	125
实践要求	126
课堂知识扩展	126
第 5 章 电子商务网站的规划与建设	127
5.1 电子商务网站概述	128
5.1.1 电子商务网站的定义	128
5.1.2 电子商务网站的功能	128
5.2 电子商务网站的规划	129
5.2.1 电子商务网站规划的意义	129
5.2.2 电子商务网站规划的原则	131
5.2.3 电子商务网站资源规划	133
5.2.4 域名及域名的规划	136
5.2.5 网站流程进度规划	139
5.2.6 网站栏目规划	141
5.2.7 网站目录结构规划	144
5.2.8 网站链接结构规划	145
5.3 电子商务网站的总体设计	146
5.3.1 网站的总体设计原则	146
5.3.2 网站的 CI 设计	147
5.3.3 网站的布局设计	151
5.3.4 网站的风格设计	154
5.3.5 网站的色彩应用	156
5.4 案例：“可口可乐”互动世界网建站方案	158
5.4.1 建站背景	158
5.4.2 网站策划主旨	158
5.4.3 网站技术概况	159
习 题	159
实 践	160
第 6 章 网络营销	162
6.1 网络营销概述	163
6.1.1 传统营销与市场营销的对比	163
6.1.2 网络营销的内容	166
6.1.3 网络营销运作的基本流程	167
6.1.4 网络营销的特点	168
6.2 网络营销系统	169
6.2.1 网络营销系统概述	169
6.2.2 网络营销系统开发	171
6.3 网络营销的基本理论	172

6.3.1	网络直复营销	172
6.3.2	网络关系营销理论	173
6.3.3	网络软营销理论	173
6.3.4	网络整合营销	174
6.4	网络营销策略	175
6.4.1	网络营销的产品策略	175
6.4.2	网络营销的定价	177
6.4.3	网络营销价格策略	183
6.4.4	网络营销的 4C'S 组合与传统营销的 4P'S 组合对比	189
6.5	网络营销实施的问题	191
6.5.1	实施网络营销的方法	191
6.5.2	网络营销的实施	193
6.6	网络市场调研	195
6.6.1	网络市场调研的概述	195
6.6.2	网络市场调研的方法策略	196
6.6.3	网络市场调研的步骤	196
6.6.4	网络市场调研实务	199
6.7	案例:亚马逊书店销售策略及售后实施	204
6.7.1	营销策略	204
6.7.2	售前、售后服务	205
	习 题	206
	实 践	206
第 7 章	在线零售	207
7.1	在线零售概述	207
7.1.1	在线零售的概念和特点	207
7.1.2	在线零售的渠道类型	208
7.1.3	在线销售的优势	208
7.2	在线销售企业的战略模型	209
7.2.1	在线商店的商品类型	209
7.2.2	在线商店的种类	210
7.2.3	构建在线商店	210
7.3	在线消费者商业模式	212
7.3.1	网络消费者的类型	212
7.3.2	消费者购买类型	213
7.3.3	影响消费者在线购买的主要因素	213
7.3.4	消费者的购买过程	213
7.3.5	消费者商业模式的不同阶段	214
7.4	在线零售订单履行	216
7.4.1	在线订单履行概述	216

7.4.2	在线订单履行流程	216
7.5	在线零售系统及功能	218
7.5.1	在线零售运行系统	218
7.5.2	在线零售系统的功能	219
7.5.3	在线零售成功的关键	220
7.6	我国在线零售的发展及问题	221
7.6.1	我国在线零售发展现状	221
7.6.2	我国网上零售发展对策	221
7.7	案例:网上书店——亚马逊(www.amazon.com)	224
7.7.1	亚马逊介绍	224
7.7.2	市场机会	224
7.7.3	网站功能	224
7.7.4	成功因素	226
	习 题	228
	实 践	229
第8章	电子商务结算技术与工具	230
8.1	电子结算系统概述	230
8.1.1	电子商务结算概述	230
8.1.2	电子商务结算的载体——电子货币	231
8.1.3	电子结算发展带来的影响和挑战	234
8.2	信用卡结算方式	234
8.2.1	信用卡网络结算概述	234
8.2.2	信用卡的产生及起源	235
8.2.3	信用卡的功能	237
8.2.4	信用卡支付的优点	237
8.2.5	信用卡的结算步骤	238
8.2.6	信用卡的结算机制	238
8.3	电子支票结算方式	239
8.3.1	电子支票概述	239
8.3.2	电子支票支付	240
8.4	电子现金结算	242
8.4.1	电子现金概述	242
8.4.2	电子现金的运行原理	245
8.4.3	现金支付的解决方案	246
8.5	电子钱包结算	247
8.5.1	电子钱包概述	247
8.5.2	电子钱包的运作流程	248
8.6	网上银行支付系统	248
8.6.1	网上银行概述	248

8.6.2 网上银行的运行机制	249
8.7 案例:深圳招商银行电子支付	249
8.7.1 背景资料	249
8.7.2 支付工具	250
8.7.3 运作模式	250
8.7.4 USB Key 移动数字证书	250
8.7.5 效益分析	251
习 题	251
实 践	252
课堂知识扩展	252
第9章 电子商务下的物流和供应链管理	253
9.1 物流理论概述	253
9.1.1 物流概念和发展阶段	253
9.1.2 物流活动要素	255
9.1.3 物流、商流和流通的关系	256
9.1.4 物流的发展	257
9.1.5 第三方物流	258
9.2 电子商务与物流	260
9.2.1 电子商务和物流的关系	260
9.2.2 电子商务下的物流系统特征	262
9.2.3 电子商务对物流的影响	262
9.2.4 电子商务的物流模式	263
9.2.5 电子商务下的物流发展趋势	263
9.3 企业物流	264
9.3.1 生产企业物流	265
9.3.2 商业企业物流	267
9.4 电子商务下的供应链管理	268
9.4.1 物流管理的目标	268
9.4.2 供应链与供应链管理	269
习 题	272
实 践	273
附录 练习题	274
一、单选题	274
二、多选题	277
三、简答题	279
四、论述题	279
五、案例分析	279
参考答案	282
一、单选题	282

二、多选题	282
三、简答题	282
四、论述题	285
五、案例分析	286
参考文献	287

001	电子商务概论	001
101	电子商务概论	101
102	电子商务概论	102
201	电子商务概论	201
202	电子商务概论	202
301	电子商务概论	301
302	电子商务概论	302
401	电子商务概论	401
402	电子商务概论	402
501	电子商务概论	501
502	电子商务概论	502
601	电子商务概论	601
602	电子商务概论	602
701	电子商务概论	701
702	电子商务概论	702
801	电子商务概论	801
802	电子商务概论	802
901	电子商务概论	901
902	电子商务概论	902
001	电子商务概论	001
101	电子商务概论	101
102	电子商务概论	102
201	电子商务概论	201
202	电子商务概论	202
301	电子商务概论	301
302	电子商务概论	302
401	电子商务概论	401
402	电子商务概论	402
501	电子商务概论	501
502	电子商务概论	502
601	电子商务概论	601
602	电子商务概论	602
701	电子商务概论	701
702	电子商务概论	702
801	电子商务概论	801
802	电子商务概论	802
901	电子商务概论	901
902	电子商务概论	902

第1章 电子商务概述

◎ 本章导读

电子商务作为一门新兴的综合性、应用性的边缘学科,与现实生活有着密切的联系。本章从电子商务的简单概念入手,分别介绍了电子商务的起源、发展、特点、功能、电子商务产生的背景及全球电子商务发展的现状和趋势。通过学习本章,读者应达到以下目标:

- 了解世界电子商务的起源;
- 了解电子商务在世界发达国家和我国的发展状况;
- 掌握电子商务不同视角的基本定义及其延伸含义;
- 理解电子商务的不同分类模式及其基本特点;
- 了解电子商务对经济发展的重大影响;
- 掌握电子商务与传统商务相比较的优势;
- 了解电子商务面临的问题及革新方法;
- 能够运用实际案例具体分析电子商务的功能和效益。

◎ 本章重点

- 电子商务和传统商务的比较分析;
- 从不同视角理解电子商务的基本定义及其延伸含义;
- 电子商务的不同分类模式及其基本特点;
- 电子商务的功能和效益分析;

◎ 本章难点

- 电子商务不同分类模式下的基本特点和实际应用;
- 电子商务的功能效益分析。

1.1 电子商务的产生和发展

1.1.1 电子商务的起源

电子商务并非新兴之物。早在1839年,当电报刚出现的时候,人们就开始了对运用电子手段进行商务活动的讨论。当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式在电线中传输的时候,就标志着运用电子手段进行商务活动的新纪元。