



DIANZI SHANGWU GAILUN

电子商务概论

主 审◎陈锡德



主 编◎张玉嵩

副主编◎傅 治 周志刚 杨 锐 王 莹 张 萍



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

辽宁省教育厅高校学术专著出版基金资助



DIANZI SHANGWU GAILUN

电子商务概论

主 审◎陈锡德

主 编◎张玉嵩

副主编◎储 沁 周士刚 杨 皓 王 蕊 张 燕



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 张玉嵩主编. — 北京: 北京师范大学出版社, 2012.3

ISBN 978-7-303-14063-3

I. ①电… II. ①张… III. ①电子商务—概论
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第018213号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子邮箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街19号

邮政编码: 100875

印刷: 北京京师印务有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 170 mm × 230 mm

印张: 23.25

字数: 450千字

版次: 2012年3月第1版

印次: 2012年3月第1次印刷

定价: 35.00元

策划编辑: 戴轶 责任编辑: 戴轶 陈婧思

美术编辑: 毛佳 装帧设计: 毛佳

责任校对: 李茵 责任印制: 李啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

序

现代企业运行和社会管理进入了以过程为导向的综合化运作时代，这对技能型人才的素质提出了新的要求。技能型人才要想具备“持久被雇用”的能力，不仅要具备岗位能力，而且应当具备综合职业能力。故而，探索和引进基于工作过程的课程及其开发方法，成为课程改革的重要任务。在工学结合的现代教育中，要想让学生在真实工作情境中对技术(或服务)工作的任务、过程和环境进行整体化感悟和反思，从而实现知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观学习的统一，就必须进行整体化的课程设计，其核心是找到学习内容的一个合适载体，让学生不但借此学习专业知识与技能，而且能够通过经历工作过程获得职业意识与方法、通过合作学习学会交流与沟通，并最终形成综合职业能力。

“问渠那得清如许，为有源头活水来”，教材是教师和学生的第一工具，一本适合教师教和学生学的好教材不但有利于拓展学生的知识面，更有利于激活学生的思维，提高学生的创新力。提高课堂教学效果的方法与途径有很多，而正确、深入、全面地解读教材，就是我们锻铸高效课堂的源头活水之一。

本书在编写中实现了一书多用的构架，遵循了以培养职业能力为核心，以工作实践为主线，以任务为导向及主旨，教学中采用情景教学，建立以工作过程为框架的现代职业教育课程结构，并形成了自己的特色。

本书有以下几个特点：

人才培养目标明确。通过本教材的学习，学生可掌握网络环境下开展商务

活动的基本知识、基本原理和基本运作管理技能，能够灵活运用现代电子商务条件和创建电子商务环境，满足电子商务企业和传统企业电子商务转型的理论与实践需要。

编写主线清晰。以商务应用为主线，在了解基本原理的基础上从基础篇、技术篇、商务篇、辅学篇四个角度，以电子商务应用、网络基础、网站建设、网络营销、电子商务结算、税收基础、管理学基础与应用、经济学基础与应用、统计学等十二个情景构建电子商务系统的知识和技能。

体系科学先进。每一个情景包括“情景导入”、“学习目标”、“学习任务”、“学习建议”、“开篇案例”、“本章内容”等项目，同时提供不同专业背景、不同学时的教学和学习指导方案，便于教师教学和学生学习。

最后希望本书能够进一步促进电子商务专业的发展，为电子商务专业的教学添砖加瓦。

陈锡德

2011年10月

前 言

电子商务是通过计算机网络进行的商务活动，它打破了时空界限，给交易双方带来了好处，在给消费者带来方便的同时，也使企业可以更为迅捷地完成各种商业贸易、销售、采购等商务活动，降低经营成本，增加商业价值，并创造新的商机，在竞争日益激烈的市场上取得优势，获得最大的收益。现今，不具备开展电子商务能力的企业，将无法面对未来市场竞争的挑战。电子商务不但在微观上影响着企业的经营行为和消费者的消费行为，而且在宏观上影响国际贸易关系和国家未来的竞争力。

21 世纪电子商务正在全球蓬勃发展，各类电子商务网站如雨后春笋般在互联网上出现，有购物网站、拍卖网站、教育网站、医疗网站、政府网站、旅游网站、网上银行……这就是告诉我们：在经济全球化、信息社会化、产业知识化的 21 世纪，我们每一个人都要和电子商务紧密相连，每一个人都应该学习这门新学科——电子商务。

电子商务概论课要求理解电子商务的相关概念和基本知识，掌握电子商务的运作模式和电子商务涉及的诸多技术如通信网络技术、安全保密技术、电子支付技术、EDI、Internet 等，熟悉电子商务与其他领域(如市场营销)的关系，通过对几例电子商务解决方案的学习，初步具有创建电子商务的一般能力，为以后学习其他专业管理课程和实际应用打下基础。通过电子商务模拟实验给学生提供电子商务的实操训练机会，加强学生对于电子商务知识的理解和过程的掌握。电子商务概论是一门专业基础课程，因此，教学中需对电子商务概

念、规律、原理和方法进行必要的讲授；同时由于电子商务又是应用性强、技术涉及面较广的课程，还需在教学中注意理论联系实际，通过必要的案例讨论、模拟操作、上网检索和课后作业等进行讲授。

本教材整合了经济学、管理学、统计学等多门科学，并结合电子商务基础知识编撰完成。经过不断地完善与修改，本教材能够适应新形势下社会发展对人才的需求培养，可以作为基于工作教学法的适用教材。本书是作为电子商务专业学生学习电子商务基础实务的教材，同时也适用于非电子商务专业学生认识和掌握电子商务基础知识，对于关心并打算认识和了解电子商务的企业、政府及研究机构的人员，本书也是一本较为适合的参考书。

参加本书编写的教师及分工如下：

本教材由抚顺职业技术学院陈锡德主审；张玉嵩(抚顺职业技术学院)负责编写情景1、情景3、情景5；张萍(辽宁石油化工大学经济管理学院)负责编写情景2、情景4、情景11；王莹(抚顺职业技术学院)负责编写情景6；周志刚(抚顺职业技术学院)负责编写情景7、情景8；傅治(抚顺职业技术学院)负责编写情景9、情景10；杨锐(抚顺职业技术学院)负责编写情景12。

在本书的编写过程中，编写组借鉴了国内外大量的出版物和网上资料，力求编写出适合高职工作过程教学法的教材，但由于电子商务的不断发展和作者的水平所限，书中问题在所难免，欢迎各位专家及读者批评指正。在此，谨向编写组成员表示由衷的敬意和感谢，同时还要特别感谢抚顺职业技术学院陈锡德副院长对本教材的大力支持。

编 者

2011年10月

目 录

第一篇 基础篇

学习情景 1 电子商务概述	(3)
学习任务 1 电子商务的发展	(3)
学习任务 2 电子商务的特点、分类及功能	(6)
学习任务 3 电子商务的应用模式	(11)
学习情景 2 电子商务应用	(17)
学习任务 1 旅游电子商务	(17)
学习任务 2 电子政务	(27)
学习任务 3 生产企业电子商务	(35)
学习任务 4 商业企业电子商务	(42)
学习任务 5 个人电子商务	(48)
学习任务 6 移动电子商务	(51)

第二篇 技术篇

学习情景 3 电子商务网络基础	(63)
学习任务 1 计算机基础知识	(63)
学习任务 2 计算机网络应用基础	(75)
学习情景 4 电子商务网站建设	(85)
学习任务 1 电子商务网站概述	(85)

学习任务 2	网站建设的实现工具	(91)
学习任务 3	电子商务信息安全	(103)

第三篇 商务篇

学习情景 5	网络营销	(127)
学习任务 1	市场营销概述	(127)
学习任务 2	网络营销概述	(132)
学习任务 3	网络营销策略	(137)
学习任务 4	网络营销方法	(142)
学习情景 6	电子商务结算	(149)
学习任务 1	支付系统与传统的支付方式	(149)
学习任务 2	电子货币与电子支付	(152)
学习任务 3	网上银行	(158)
学习情景 7	物流学基础	(168)
学习任务 1	物流学概述	(169)
学习任务 2	物流基本理论	(179)
学习任务 3	物流活动	(182)

第四篇 辅学篇

学习情景 8	税收基础	(201)
学习任务 1	税收基础知识	(202)
学习任务 2	税收制度的概念和构成要素	(206)
学习任务 3	税收制度的分类	(212)
学习任务 4	电子商务税收	(221)
学习情景 9	管理学基础与应用	(236)
学习任务 1	管理学研究对象与内容	(237)
学习任务 2	管理计划职能应用分析	(240)
学习任务 3	管理组织职能应用分析	(243)
学习任务 4	管理领导职能应用分析	(252)
学习任务 5	管理控制职能应用分析	(256)
学习情景 10	经济学基础与应用	(268)
学习任务 1	经济学研究对象与内容	(269)

学习任务 2 “看不见的手”——均衡价格的决定与变动	(272)
学习任务 3 消费者行为分析	(280)
学习任务 4 生产者行为分析	(284)
学习任务 5 国民收入的决定	(290)
学习任务 6 “看得见的手”——宏观经济调控	(296)
学习情景 11 电子商务法律法规	(306)
学习任务 1 电子商务带来的法律新问题	(307)
学习任务 2 电子商务参与各方的法律关系	(310)
学习任务 3 电子商务立法范围	(315)
学习任务 4 电子商务交易安全的法律保护	(318)
学习情景 12 统计整理与抽样调查	(335)
学习任务 1 统计整理的步骤	(336)
学习任务 2 统计分组	(337)
学习任务 3 次数分布	(340)
学习任务 4 抽样调查的一般问题	(344)
学习任务 5 随机抽样技术的类别及特点	(347)
学习任务 6 抽样误差	(351)
学习任务 7 总体指标的推断	(354)
参考文献	(361)

第一篇 基础篇

学习情景 1

电子商务概述

◎情景导入

2012年9月,李四明同学被抚顺职业技术学院录取,成为工商管理系电子商务专业的一名学生,军训之后李四明开始了自己的大学学习生活,他决心好好学习,希望将来像阿里巴巴 CEO 马云一样,去组建自己的商务帝国。

📌【学习目标】

通过本章学习,要求学生了解电子商务的发展,理解电子商务的含义,掌握电子商务的特点、电子商务的分类、电子商务的功能和电子商务的基本组成。

📌【学习任务】

1. 电子商务的发展
2. 电子商务的特点及分类
3. 电子商务的应用模式

📌【学习建议】

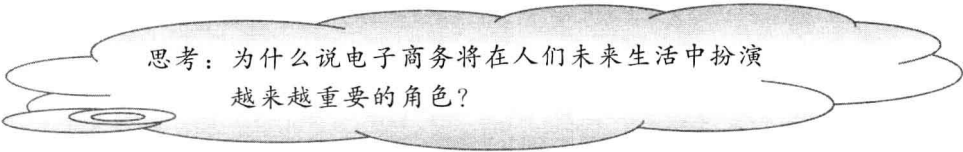
1. 读多版本的电子商务教材
2. 查阅有关淘宝的资料

➡学习任务 1 电子商务的发展

◎典型实例

互联网技术的不断发展不仅改变了人们的商务模式,也改变了人们的生活,电子商务逐渐成为人们必须适应的新商务交易模式。电子商务从 20 世纪后期出现后,在短短几十年的时间里就成为信息化时代的标志性事物。从本质上来说,电子商务是人类为提高工作效率,促进商务活动信息化发展的结果,

同时也是一种新的经济形态,在企业、市场甚至是国家经济运行中扮演着越来越重要的角色。



思考:为什么说电子商务将在人们未来生活中扮演越来越重要的角色?

1.1.1 电子商务的发展

从广义上来看,自19世纪中期,随着电报、电话等通讯工具发明并逐步在商业领域应用,人类就未停止过利用电子手段进行商业贸易活动探索的步伐。但限于当时商务活动信息流的电子化水平太低,这些商务活动只能称为早期的电子商务发展阶段。严格说来,基于EDI(Electronic Data Interchange)的商务活动和基于互联网(Internet)的商务活动以及移动电子商务是现代意义的电子商务发展阶段。

1. 基于EDI的商务活动

20世纪60年代,人工输入计算机的数据有70%需要立即输入另一台计算机,这样既浪费时间又容易出错,严重影响了数据的准确性和工作效率的提高。20世纪60年代末期,美国运输业的许多公司联合成立了一个运输数据协调委员会(TDCC)研究开发电子通讯标准的可行性,这些方案形成了当今EDI的基础。EDI是业务文件按照一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上去的方法。由于这种贸易方式大大减少了纸张单据的需求,亦称“无纸贸易”。

EDI系统可以在世界范围内交付和使用。从它应用的地区范围看:在一个国家内,要涉及买卖双方、银行、运输业;跨国的EDI要涉及订货、发货、运输、报关、商检、银行结算和保险等活动,因此要涉及进出口商、运输公司、保险公司、海关、银行等部门。如今,EDI已成为一种全球性的、具有战略和巨大商业价值的贸易手段。

2. 基于互联网的商务活动

在20世纪90年代之前,大多数EDI不通过互联网,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现,这类专用的网络被称为VAN(Value-Added Network),但是使用VAN的费用很高,并且必须按照统一标准,这限制了基于EDI的电子商务应用范围的扩大,许多商务活动的电子化仅仅处于设想阶段。

直到20世纪90年代,随着互联网技术的飞速发展,这些设想逐步成熟,互联网网络开始真正用于商业交易,其功能也已经从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。电子商务蓬勃发展起来,并成为一些发达国家一种崭新的

企业经营方式。1995年,美国第一家在线银行——安全第一网络银行(www.sfnb.com)出现在万维网上,客户可以在世界各地通过万维网在该银行开设账户,进行付款,查询账户余额。

3. 移动电子商务阶段

随着通讯网络的普及,互联网与移动技术的结合为服务提供商创造了更多的商机,使其能够提供更多种类的服务项目,并且能够根据客户的位置和个性提供服务,从而建立和加强其客户关系。通过个人移动设备来进行可靠的电子交易的能力被视为移动互联网业务的重要方面,移动电子商务给用户随时随地获取所需服务提供了更便利的途径。

1.1.2 电子商务的定义

电子商务是借助于计算机网络进行的交易活动,它打破了时空界限,给交易双方带来了方便和好处。从企业的角度来看,可以更快地完成各种商业贸易、销售及采购等商务活动,降低经营成本,增加商业价值,并创造新的商机;从消费者的角度来看,足不出户也能通过查询获取详细的信息,并轻松地完成消费活动。这就是现实生活中的电子商务。

1. 一些国家和地区组织对电子商务的定义

◆ 联合国经济合作和发展组织(OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务(EC)的定义:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

◆ 加拿大电子商务协会给出了电子商务较为严格的定义:电子商务通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它还包括公司间和公司内利用电子邮件(E-mail)、电子数据交换(EDI)、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能(如:市场营销、金融结算、销售以及商务谈判)。

◆ 全球信息基础设施委员会(GHC)电子商务工作委员会报告草案中对电子商务定义如下:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式人们可以对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易的方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有、私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能自由地参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

2. 跨国公司对电子商务的定义

◆ IBM公司的电子业务(EB, E-Business)概念包括三个部分:企业内部网、企业外部网、电子商务,它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用。

不仅仅是硬件和软件的结合,也不仅仅是我们通常意义下的强调交易的狭义的电子商务,而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在互联网(Internet)、企业内部网和企业外部网结合起来的應用。

◆HP 公司提出电子商务(E-Commerce)、电子业务、电子消费(E-Consumer)和电子化世界的概念。它对电子商务的定义是:通过电子化手段来完成商业贸易活动的一种方式、电子商务使我们能够以电子交易为手段完成物品和服务等的交换,是商家和客户之间的联系纽带。它包括两种基本形式:商家之间的电子商务及商界与最终消费者之间的电子商务。对电子业务(E-Business)的定义:一种新型的业务开展手段,通过基于互联网的信息结构,使公司、供应商、合作伙伴和客户之间,利用电子业务共享信息。E-Business 不仅能够有效地增强现有业务进程的實施,而且能够对市场等动态因素做出快速响应并及时调整当前业务进程。更重要的是,E-Business 本身也为企业创造出了更多、更新的业务动作模式。对电子消费(E-Consumer)的定义:人们使用信息技术进行娱乐、学习、工作、购物等一系列活动,使家庭的娱乐方式越来越多地从传统电视向互联网转变。

3. 电子商务的定义

广义的电子商务(Electronic Business, EB)是指各行各业,包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化,可称为电子业务,包括狭义的电子商务、电子政务、电子军务、电子医务、电子教务、电子公务等。

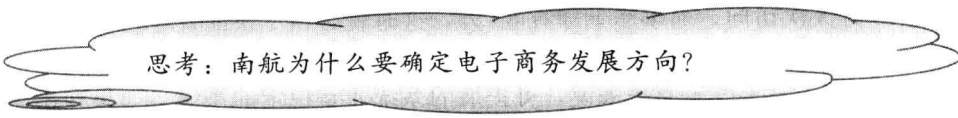
狭义的电子商务(Electronic Commerce, EC)是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动,如企业与企业、企业与消费者利用计算机网络进行的商务活动,也可称为电子交易,包括网络营销、网络广告、网上商贸洽谈、电子购物、电子支付、电子结算等不同层次、不同程度的电子商务活动。

在这里我们给出一个简单系统的定义:电子商务就是指系统化地利用电子工具,高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的全过程。

➡学习任务2 电子商务的特点、分类及功能

◎典型实例

信息技术的发展促进了营销手段的推陈出新,早在1999年,南航就认识到在新的市场竞争环境下,必须把握和利用先进的信息手段来促进销售、降低销售成本,进一步提高企业的市场竞争力。为此,南航开始尝试网上售票的电子商务活动并获得成功,从而为企业确定电子商务发展方向、加快电子商务系统建设步伐、加大南航电子商务系统的投资力度打下了良好的基础。



思考：南航为什么要确定电子商务发展方向？

1.2.1 电子商务的特点

电子商务作为一种新的商务形式具有一些明显的特性，可归结为以下几点：商务性、服务性、集成性、可扩展性、安全性、协作性。

1. 商务性

电子商务最基本的特性是商务性，即为网上购物者提供一种方便快捷的买、卖交易的服务手段和机会。因而，电子商务对任何规模的企业而言，都是一种机遇。就商务性而言，电子商务可以扩展市场，增加客户数量；通过将万维网信息连接至数据库，企业能记录下每次访问、销售、购买形式和购货动态以及客户对产品的偏爱，这样企业可以通过统计这些数据来获知客户最想购买的产品是什么。

2. 服务性

在电子商务环境中，客户不再受地域的限制，像以往那样忠实地只做某家邻近商店的老主顾，他们也不再仅仅将目光集中在最低价格上。因而，服务质量在某种意义上成为商务活动的关键。技术创新带来新的结果，万维网的应用使得企业能自动处理商务过程，并不再像以往那样强调公司内部的分工。在互联网上许多企业都能为客户提供完整服务，而万维网在这种服务中充当了催化剂的角色。企业通过将客户服务过程移至万维网上，使客户能以一种比过去简捷的方式完成过去他们较为费事才能获得的服务。显而易见，电子商务提供的客户服务具有一个明显的特性——方便。不仅对客户来说如此，对于企业而言，同样也能受益。在国外大银行，通过电子商务，客户能全天候存取资金，快速阅览诸如押金利率、贷款过程等信息，从而使服务质量大为提高。

3. 集成性

电子商务的集成性是指通过电子工程技术实现新老资源、人工操作与电子系统处理的有机集成。万维网的真实商业价值在于协调新老技术，使用户能更加行之有效地利用他们已有的资源和技术，更加有效地完成他们的任务。电子商务的集成性，还在于事务处理的整体性和统一性，它能规范事务处理的工作流程，将人工操作和信息处理集成为一个不可分割的整体。这样不仅能提高人力和物力的利用率，也提高了系统运行的严密性。

4. 可扩展性

要使电子商务正常运作，必须确保其可扩展性。万维网上有数以百万计的用户，而传输过程中，时不时地出现高峰状况。倘若一家企业原来设计每天可