

【全国职业教育精品课程规划教材】

(双证教材)

*Dianzi shangwu
yingyong jichu yu shixun*

电 子 商 务 应用基础与实训

◎赵艳莉 禹 工 邢彩霞 主 编

◎叶 航 叶 菲 刘惠临 副主编

电子教案索取邮箱: zhidabook@163.com



时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

系列教材

电子商务应用基础与实训

主 编 赵艳莉 禹 工 邢彩霞



时代出版传媒股份有限公司
安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务应用基础与实训/赵艳莉,禹工,邢彩霞主编.
合肥:安徽科学技术出版社,2011.8
ISBN 978-7-5337-5205-7

I. ①电… II. ①赵…②禹…③邢… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 101558 号

内 容 提 要

本书结构新颖、内容丰富,从基础理论出发,结合现代电子技术,全方位阐述了电子商务的特点、应用和技术创新。通过对典型案例的分析,加深对电子商务理论知识的理解,突出职业能力培养,体现教、学、练过程一体化。

通过理论部分的学习,可以掌握电子商务基本概念、电子商务技术基础、电子货币和支付、网络营销、物流管理以及电子商务安全和相关法律法规等内容;通过电子商务实验室的操作训练,可以更好地使理论与实践相结合。

本书可作为全国职业院校电子商务和计算机应用类相关专业的教学用书,也可作为电子商务助理师的考试参考书。

电子商务应用基础与实训

赵艳莉 禹 工 邢彩霞 主编

出 版 人:黄和平

选题策划:王 勇

责任编辑:王 勇

责任校对:盛 东

责任印制:李伦洲

封面设计:朱 婧

出版发行:时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽科学技术出版社 <http://www.ahstp.net>

(合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场,邮编:230071)

电话:(0551)3533330

印 制:合肥创新印务有限公司 电话:(0551)4456946

(如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂商联系调换)

开本:787×1092 1/16

印张:19

字数:428 千

版次:2011 年 8 月第 1 版

2011 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5337-5205-7

定价:38.00 元

版权所有,侵权必究

内 容 提 要

本书结构新颖、内容丰富,从基础理论出发,结合现代电子技术,全方位阐述了电子商务的特点、应用和技术创新。通过对典型案例的分析,加深对电子商务理论知识的理解,突出职业能力培养,体现教、学、练过程一体化。

通过理论部分的学习,可以掌握电子商务基本概念、电子商务技术基础、电子货币和支付、网络营销、物流管理以及电子商务安全和相关法律法规等内容;通过电子商务实验室的操作训练,可以更好地使理论与实践相结合。

本书可作为全国职业院校电子商务和计算机应用类相关专业的教学用书,也可作为电子商务助理师的考试参考书。

前 言

电子商务作为一种新兴的现代商务方式,在现代社会中所起到的作用越来越大,不断冲击着人们的购物方式和消费观念,正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活与工作中。

本书采用以项目教学为核心的编写方式,通过项目中的任务来完整地学习电子商务的理论知识,将知识点贯穿于每个任务中,并通过每个单元的案例导入将理论和实际相结合,使整个学习过程更生动、学习内容更丰富。

本书共分 11 个单元,每个单元由理论和实验两大部分组成。第 1~第 10 单元结合案例主要介绍电子商务的理论知识,这 10 个单元的内容安排由浅入深,适合初学者从入门到提高的过程,使其对电子商务系统有一个全面的理解和认知。这里,每个单元以项目的方式来介绍知识点,其中的案例导入,用于阐述理论知识的应用,并可激发学生的学习兴趣;在每个项目后有“知识百科”栏目,用于开阔学生的视野;每个项目最后的单元小结将本单元知识做了简明扼要的总结。第 11 单元为电子商务实验,通过实验不仅使同学们进一步理解了电子商务的理论知识,对电子商务的特点和应用领域有了感性的认识,更能在模拟的电子商务实验中了解电子商务的各项流程,实现理论与实践相结合。为方便教学,本书电子教案可向封面上提供的邮箱索取。

本课程的教学时数约需 108 学时,各单元的参考教学课时见以下课时分配表。

单 元	教 学 内 容	课 时 分 配	
		讲 授	实 践 训 练
第 1 单元	电子商务概述	4	
第 2 单元	电子商务相关技术	6	6
第 3 单元	电子商务系统设计	4	
第 4 单元	电子商务模式	6	
第 5 单元	网络营销	6	
第 6 单元	电子支付与网上银行	4	
第 7 单元	电子商务与现代物流	6	
第 8 单元	电子商务安全	6	
第 9 单元	电子政务	4	
第 10 单元	电子商务法律法规	4	



续表

第 11 单元	实验 1、实验 2	2	2
	实验 3	2	2
	实验 4	2	4
	实验 5	2	6
	实验 6	2	6
	实验 7	2	4
	实验 8	2	6
	实验 9	2	4
	实验 10		
课 时 总 计		68	40

本书由赵艳丽、禹工、邢彩霞担任主编。参加本书编写的有赵艳丽、禹工、邢彩霞、叶菲、叶航、詹晓娅、陈子慧、魏旭、李铭莹、薛聪、李继锋、刘茜、刘琨、刘惠临。

由于作者水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评指正。

编 者

目 录

第 1 单元 电子商务概述	1
案例导入:当当网上书店	2
项目 1 熟悉电子商务基本概念	4
项目 2 了解电子商务的产生和发展	10
项目 3 认识电子商务的特点与功能	16
项目 4 体会电子商务对社会的影响	19
单元小结	24
第 2 单元 电子商务相关技术	25
案例导入:21CN 的网络宽频	26
项目 1 了解计算机网络技术	28
项目 2 了解电子数据交换技术(EDI)	36
项目 3 了解网站建设技术	41
单元小结	47
第 3 单元 电子商务系统设计	48
案例导入:阿里巴巴网络系统分析	49
项目 1 体会电子商务系统的概念模型	51
项目 2 亲历电子商务系统的实施与维护	57
单元小结	64
第 4 单元 电子商务模式	66
案例导入:携程旅行网的网络经纪模式	67
项目 1 理解电子商务模式的基本概念	68
项目 2 理解 B2B 电子商务模式	72
项目 3 体验 B2C 电子商务模式	78
项目 4 体验 C2C 及其他电子商务模式	83
单元小结	88
第 5 单元 网络营销	89
案例导入:百度的广告运营模式	90
项目 1 了解传统营销与网络营销	91
项目 2 体会网络营销战略与规划	99
项目 3 感受网络广告	107
单元小结	113



第 6 单元 电子支付与网上银行	114
案例导入:招商银行的网上银行	115
项目 1 认识电子支付	116
项目 2 认识电子货币	123
项目 3 感受网络银行	127
项目 4 体验移动支付	133
单元小结	136
第 7 单元 电子商务与现代物流	137
案例导入:联合包裹服务公司(UPS)的物流技术	138
项目 1 体验现代物流理念与模式	139
项目 2 感受电子商务物流	146
项目 3 了解电子商务物流信息技术	151
单元小结	159
第 8 单元 电子商务安全	160
案例导入:金山公司的反病毒技术	161
项目 1 初探计算机网络安全	162
项目 2 初识电子商务安全	169
项目 3 了解电子商务系统的安全技术	173
单元小结	179
第 9 单元 电子政务	181
案例导入:北京市海淀区信息化工程项目	182
项目 1 认识电子政务	185
项目 2 初识电子政务体系结构	194
项目 3 感受电子政务与电子商务的关系	199
单元小结	203
第 10 单元 电子商务法律法规	204
案例导入:荷兰飞利浦公司域名注册案	205
项目 1 初识电子商务法律	206
项目 2 体会电子商务涉及的法律问题	211
项目 3 感受电子商务信用体系建设	223
单元小结	229
第 11 单元 电子商务实训	230
项目 1 系统初始化操作实训	231
项目 2 CA 认证操作实训	234
项目 3 电子邮件操作实训	237

项目 4	电子银行操作实训	243
项目 5	B2C 模式操作实训	251
项目 6	C2C 模式操作实训	261
项目 7	物流管理操作实训	265
项目 8	B2B 模式操作实训	270
项目 9	网络营销操作实训	274
项目 10	电子数据交换(EDI)操作实训	282
项目 11	网上单证操作实训	286
项目 12	BBS 操作实训	293

电子商务概述

第 1 单元

电子商务是 Internet 爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。中国商务部报告称，2009 年中国电子商务交易额达到 3.8 万亿元人民币，网络购物交易额达到 2 586 亿元，同比分别增长 21.7% 和 105.8%。2010 年我国电子商务交易额超过 4 万亿元人民币，在未来 10 年内将呈现井喷式发展，其中所带来的商机是巨大而深远的，这就要求人们对电子商务有进一步的认识和理解。本单元按以下 4 个项目进行：

- 项目 1 熟悉电子商务基本概念
- 项目 2 了解电子商务的产生与发展
- 项目 3 认识电子商务的特点与功能
- 项目 4 体会电子商务对社会的影响



案例导入：当当网上书店

当当网是全球最大的综合性中文网上购物商城,由民营的科文公司、美国老虎基金、美国 IDG 集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金 (原名软银中国创业基金) 共同投资成立。1999 年 11 月成立至今的 12 年中,当当网以“更多选择、更低价格”的口号飞速发展,现经营图书、音像、家居百货、化妆品、服装、鞋帽、小家电、数码产品等几十个大类、一百多万种商品,是中国经营商品种类最多的网上零售店。当当网首页如图 1-1 所示。



图 1-1 当当网首页

当当网通过互联网实现传统图书店面零售到“网上无店铺”经营模式的转变,以“鼠标+水泥”的新型模式让消费者无论是购物还是查询,都不受时间和地域的任何限制。在消费者享受“鼠标轻轻一点,精品尽在眼前”的背后,是当当网耗时 7 年多修建的“水泥支持”——庞大的物流体系,近 2 万平方米的仓库分布在北京、华东和华南,同时利用当当网自行开发、基于网络架构和无线技术的物流、客户管理、财务等各种软件服务,每天把大量货物通过空运、铁路、公路等不同运输手段发往全国和世界各地。

目前,当当网中文书刊、音像制品的零售处于全球领先地位,其网上书店经营着全国 500 多家出版社出版的 20 多万种图书、1 万多种音像制品、游戏软件等商品,图书品种涵盖中国在销图书的 90%,每天吸引近千万网民的浏览和选购,顾客已经遍及我国各省、市、自治区、香港、澳门、台湾以及美国、加拿大、东南亚等 50 多个国家和地区。同时,当当网参照国际先进经验,独创商品分类,利用智能查询、直观的网站导航和简洁的购物流程为消费者提供了方便快捷的购物方式和愉悦的购物环境。当当网的图书分类如图 1-2 所示。

当当网利用自动智能比价系统,保证所售商品价格低于地面价 20% 以上,严格控制销售同一商品的商家不超过 3 家,限制恶性竞争并承诺全部商品“假一罚五”。并在全中国 800 个大中城市实现“货到付款”和“上门退换货”,消费者确认购买后只需准备好全额货款等待快



图 1-2 当当网上书店

递人员送货上门,当当会在承诺的配送时间内,将商品送达到指定的交货地点,双方当面验收商品无误后消费者再支付货款,有力保障了消费者的购买利益和安全。当当网购物流程如图 1-3 所示。



图 1-3 当当网购物流程

经过 12 年的发展,目前无论从网站访问量还是从每日定单数量来看,当当网都是中国最繁忙的网上零售店,它用自己的成功实践经验为国内电子商务企业树立了“诚信经营,健康发展”的榜样,越来越多的消费者认可并支持当当网。



项目 1 熟悉电子商务基本概念

项目描述

电子商务作为一种新兴的现代商务方式,正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活与工作中。它在现代社会中所起到的作用也越来越大,不断冲击着人们的购物方式和消费观念,电子商务已逐渐成为一种时尚。

项目分析

Internet 的商业化发展推动了电子商务的迅速发展,学习电子商务的定义及其分类有利于人们理解电子商务的涵义,从而更好地参与其中。本项目可分解为以下任务:

任务 1 理解电子商务的定义

任务 2 了解电子商务的分类

项目目标

- 掌握电子商务的基本概念
- 理解电子商务的内涵
- 掌握电子商务的分类



任务 1 理解电子商务的定义

1. 电子商务定义

电子商务源于英文 Electronic Commerce,简称为 EC,是指利用电子网络进行的商务活动。但电子商务是一个不断发展的概念,这一概念自产生起,一直都没有一个统一的定义,不同组织、不同学者众说纷纭,从各自的角度提出了对电子商务的认识,如表 1-1 所示。

表 1-1 不同主体对电子商务的定义

国际商会	电子商务,是指对整个贸易活动实现电子化
欧洲议会	电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式来处理和传递数据,包括文本、声音和图像
IBM 公司	电子商务是在 Internet 的广泛联系与传统信息的丰富资源相互结合的背景下,应运而生的一种在互联网上开展的相互关联的动态商务活动
瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B. 惠斯顿	广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求

综合各界看法,我们认为,广义的电子商务是指在计算机技术和网络技术的环境下,具有商业活动能力的社会实体(政府组织、金融机构、企业、个人消费者等)所从事的各类规范、有序的商业活动。狭义的电子商务是指利用 Internet 从事的商务活动。

2. 电子商务的内涵

从电子商务的定义不难看出,电子商务有 3 个方面的内涵:

1) 商务活动

商务活动是指以实现商品或服务的交易而开展的一系列的经营管理活动的总称。电子商务的本质是商务,是传统商务在现代信息技术环境下的表现形式。

2) 电子化手段

电子化手段主要是现代信息技术,特别是互联网技术,包括 LAN、WAN、Internet、Intranet、无线和有线通信等。尽管电子商务是在商务活动中加入了电子化手段,但商务活动是电子商务的核心,现代信息技术只是手段和工具。

3) 规范有序

在计算机网络环境下,商务活动必须规范有序地进行,以保证交易双方的信息畅通。一旦出现差错,无论是商家还是消费者都会对电子商务产生恐惧心理,阻碍电子商务的发展。因此,规范的程序和有序的步骤是电子商务成功的关键。

电子商务将“三流”彻底分离,使得人类的交易活动呈现出更加丰富多彩和复杂的特征,同时也伴随着极大的风险。



贴心提示

“三流”是指在交易活动中出现的“信息流”“物流”和“资金流”。传统的商务活动中物流和资金流是合一的,只有电子商务使得三者彻底分离。

实际上,电子商务并不神秘,尽管在传统商务中引入了现代信息技术,但商务的本质没有改变,变化的是运作过程和手段。



任务2 了解电子商务的分类

按照不同的标准,电子商务可划分为以下不同类型。

1. 按电子商务的参与主体分类

1) 企业与消费者间的电子商务

企业与消费者间的电子商务又称 B2C,主要是指消费者或需求方直接利用网络参与经济活动的一种形式,它基本等同于电子化的零售,是真正的“以客户为中心”。该模式打破了传统的零售方式,消费者可以足不出户,通过自己的计算机在网上寻找、购买所需的商品,获得商家提供的一系列服务。而对于商家而言,则打破了传统意义的商圈,实现了真正意义上的国际化销售,提高了竞争力。

随着互联网的普及,B2C 模式以供需直接见面、环节少、费用低、速度快、个性化等优势,发展势头迅猛强劲。比较著名的 B2C 网站有卓越亚马逊(<http://www.amazon.cn>),如图 1-4 所示。

2) 企业与企业间的电子商务

企业与企业间的电子商务又称 B2B,是指在 Internet 上采购商与供应商谈判、订货、签约、接收发票和付款以及索赔处理、商品发送管理和运输跟踪等所有活动。目前 B2B 的主要形式是以企业间的产品批发业务为主,因此,B2B 也称为批发电子商务。阿里巴巴就是著名的企业间电子商务网站,如图 1-5 所示。

企业间的电子商务包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务两种。非特



图 1-4 卓越亚马逊网站



图 1-5 阿里巴巴中文网站

定企业间的电子商务是指在开放的网络中,企业针对每笔交易随即寻找最佳伙伴,并与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。加入该网络的企业只是需要这些商品,并不以持续交易为前提,因而不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系,而且今后要继续进行交易的企业间,为了相同的经济利益所进行的各种商务活动。B2B在这方面已经运作多年,特定企业间的买卖可以利用公共的网络,也可以利用专门网络来完成交易。

虽然企业与消费者之间的电子商务发展迅猛,但企业间的电子商务是目前电子商务交易中规模最大的,其贸易金额是消费者直接购买的10倍,是最具增长潜力的电子商务交易,

是电子商务发展的重头。



贴心提示

预计未来几年全球 B2B 的年增长率会保持在 45% 左右,2010 年全球 B2B 电子商务市场的规模达到 26 万亿美元。

3) 消费者与消费者间的电子商务

消费者间的电子商务又称 C2C,是指消费者之间通过网络进行一些小额交易,通常被称为网上拍卖。这种模式为消费者提供了便利与实惠,并表现得十分活跃,具有很大的发展潜力。成功的 C2C 网站淘宝网,如图 1-6 所示。



图 1-6 淘宝网首页



贴心提示

2008 年,亚洲最大网络零售商“淘宝网”的商品销售额已经达到 999.6 亿元人民币,注册用户人均消费超过千元;2009 年淘宝网交易额达 2 000 亿元人民币,日平均交易额为 6.26 亿元人民币,无论是影响力,还是推动经济贸易方面,都具有较强的发展优势。

4) 企业与政府间的电子商务

企业与政府间的电子商务又称 B2G,涵盖了企业和政府间的各项事务,包括政府采购、税收、商检、管理条例的发布和法规政策的颁布等,其特点是迅速和信息量大。由于在网上完成,便于企业随时了解政府的动向,还能减少中间环节的时间延误和费用,提高政府办公的公开性和透明度。中国招标投标网就是 B2G 电子商务的典型例子,如图 1-7 所示。

在发达国家,发展电子商务主要依靠私营企业的参与和投资,政府只起引导作用。对于发展中国家,则需要政府的直接参与和帮助。这是因为发展中国家的企业规模偏小、信息技术落后、债务偿还能力低,政府的参与有助于改善这一状况。并且,由于电子商务的开展涉



图 1-7 中国招标投标网

及很多方面,没有相应的法规予以规范也是难以进行的。而政府对于法规的制定、实施监督及对违法的制裁发挥着不可替代的作用。总之,电子商务中政府扮演使用者和宏观管理者的双重角色,对企业而言,政府既是电子商务中企业的消费者,又是电子商务中企业的管理者。

2. 按电子商务的产品性质分类

电子商务涉及的商品有两种:一种是有形商品,一种是无形商品。由此划分出两种商业模式:一种是间接电子商务,另一种是直接电子商务。

1) 间接电子商务

有形商品指的是占有三维空间的实体类商品。这类商品的交易过程中所包含的信息流和资金流可以完全实现网上传输,但交易的商品就需要传统的邮政服务或商业送货服务系统加以配套,所以称之为间接电子商务。

间接电子商务经营模式的特点是:可以为顾客提供 24 小时的挑选和购买;可以用多媒体展示商品;可以使顾客访问全球的众多商店,实现全球化的销售。同时,这种经营模式需要物流配送、电子支付、安全保障等支持,否则无法通畅地开展活动。

2) 直接电子商务

无形商品指包括软件、电影、音乐、电子读物、信息服务等可以数字化的商品,与有形商品电子商务的区别在于它可以通过网络将商品直接送到购买者手中,交易完全在网络上实现,因而被称为直接电子商务。

直接电子商务经营模式的特点是:可以即时在网上实现在线购买与支付。因为数字产品的运输比实体产品迅捷得多,它可以直接在网上以电子形式传送给顾客,而不再需要某种物质形式和特定的包装。它跨越时空的限制,突出体现了网上销售的优势,所以生命力很强。