

主 编 李雪伶 冉恩贵
副主编 张海波 杜 诚 赵素霞 金茂竹

DIANZI SHANGWU GAILUN

电子商务概论

学者量身定造:

- ◆ 专业知识+典型范例+能力本位+实例分析
- ◆ 真实的案例专业讲解, 深入浅出的内容介绍,
使读者轻松了解电子商务



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

电子商务概论

主 编 李雪伶 冉恩贵

副主编 张海波 杜 诚

赵素霞 金茂竹

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

《电子商务概论》是根据目前大学的专业特点编写的文理兼顾的电子商务专业教材。

全书分为电子商务贸易篇、技术篇、应用篇、环境篇、发展篇五大部分。贸易篇介绍了电子商务的基础理论、网上交易、网店经营,网络营销等;技术篇重点介绍了电子商务与 Internet 技术基础、电子商务网站体系结构与系统设计、门户网站设计与实现、电子支付策略与技术;应用篇介绍了企业资源管理技术,电子商务物流、客户关系管理及现代服务业等内容;环境篇侧重于介绍电子商务的安全和法律;发展篇分析了移动电子商务、电子政务的发展和趋势等。书中每个章节都配有任务分析和任务实施环节。

通过对《电子商务概论》课程的学习,能够全面掌握有关电子商务各个方面的基本知识,同时也为学习电子商务领域其他专业课程打下基础。

本教材凝聚了作者团队多年的相关研究项目的研究成果与实践经验,全书内容全面、系统,运用性强,且通俗易懂,适于理工科与管理学科的相关专业(电子商务、电子信息、计算机科学与技术、软件工程、信息系统与信息管理等)选用,也可供公务员、企业管理、信息技术人员参考使用。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 李雪伶, 冉恩贵主编. —北京: 电子工业出版社, 2014.8

ISBN 978-7-121-23437-8

I. ①电… II. ①李… ②冉… 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 (2014) 第 120917 号

策划编辑: 祁玉芹

责任编辑: 鄂卫华

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

装 订: 中国电影出版社印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 21 字数: 538 千字

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 49.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

随着中国电子商务的快速发展及社会企业对电子商务的重视,急需培养大量懂理论、重实践的电子商务应用型人才。本书是根据目前大专院校的专业特点编写的文理兼顾的电子商务专业教材。本教材凝聚了作者团队多年的相关研究项目的研究成果与实践经验。书中的基础理论以应用为目的,以必需、够用为度,尽量体现新知识、新技术和新方法,注重培养学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力。通过本课程的学习,能够使学生全面掌握有关电子商务各个方面的基本知识,同时也为他们学习电子商务领域其他专业课程打下基础。

全书分为电子商务贸易篇、电子商务技术篇、电子商务应用篇、电子商务环境篇、电子商务发展篇五大部分。电子商务贸易篇介绍了电子商务的基础理论、网上交易、网店经营,网络营销等;电子商务技术篇重点介绍了电子商务与 Internet 技术基础、电子商务网站体系结构与系统设计、门户网站设计与实现、电子支付策略与技术;电子商务应用篇介绍了企业资源技术,电子商务物流、客户关系管理及现代服务业等内容;电子商务环境篇侧重于介绍电子商务的安全和法律;电子商务发展篇分析了移动电子商务、电子政务的发展和趋势等。

本书中每个章节都配有任务分析和任务实施环节。使学生能够开阔视野,提高实践能力。力求内容全面、系统,运用性强,且通俗易懂,适于理工科与管理学科的相关专业(电子商务、电子信息、计算机科学与技术、软件工程、信息系统与信息管理等)选用,也可供公务员、企业管理、信息技术人员参考使用。

本教材由李雪伶(四川师范大学成都学院)、冉恩贵(四川师范大学成都学院经济与管理系副主任、副教授)两位老师承担主编工作,负责整个教材章节的安排和统稿及审定的工作,张海波(四川师范大学成都学院)、杜诚(西南民族大学)、赵素霞(四川省交通职业技术学院)、金茂竹(四川大学商学院)四位副主编分别对技术篇、环境篇和、应用篇和发展篇进行审阅,提出宝贵意见。

参与编写的人员如下:

第一章:李雪伶(四川师范大学成都学院)

第二章:郝凌峰(四川师范大学成都学院)



第三章：乔梁（四川师范大学成都学院）、郝凌峰

第四章：李雪伶、邓璐（四川托普信息技术职业学院）

第五章：侯红梅（四川师范大学成都学院）、杜诚（西南民族大学）

第六章、第十四章：张海波（四川师范大学成都学院）、金茂竹（四川大学商学院）

第七章：张慧（四川师范大学成都学院）、李雪伶

第八章：卓攀（四川省交通职业技术学院）、赵素霞（四川省交通职业技术学院）

第九章、第十三章：钟丽（四川师范大学成都学院）

第十章：曾丽（四川师范大学成都学院）

第十一章：曾丽、乔梁

第十二章：李志（四川师范大学成都学院）

第十五章：卓攀

本书的出版得益于电子工业出版社的关怀和支持，本书在编写的过程中得到了许多老师的帮助，在此一并表示感谢。

本书可为选用教材的老师提供 PPT 教案，如需要，请在订书时发 E-mail 到：381816383@qq.com 与李老师联系。

由于编者水平有限，错误、疏漏之处在所难免，敬请广大读者不吝赐教。

编者

2014 年 6 月

目 录

第一篇 电子商务贸易篇

第 1 章 电子商务概述	3
章首案例：17 名“花木兰”托起金牌网商	3
1.1 电子商务内涵	4
1.1.1 什么是电子商务	4
1.1.2 电子商务的内涵	4
1.2 电子商务的分类	6
1.2.1 按电子商务的交易对象分类	6
1.2.2 按开展电子交易的信息网络范围分类	7
1.2.3 按商务活动的内容分类	8
1.2.4 根据电子商务的运营模式分类	8
1.3 电子商务功能及对社会的影响	10
1.3.1 电子商务的功能	10
1.3.2 电子商务对社会的影响	12
1.4 电子商务发展阶段	14
1.4.1 电子商务的产生	14
1.4.2 电子商务的发展阶段	15
1.4.3 电子商务的发展与趋势	16
本章小结	17
习题与思考	18
第 2 章 网上交易行为	19
章首案例：卖钻石的网店	19
2.1 网络交易行为分析概述	19
2.2 网络消费者的购买行为	20
2.2.1 网络消费者的购买动机	20



2.2.2	影响消费者网上购物的外在因素	24
2.2.3	网络消费者的购买过程	25
2.2.4	我国网民的消费行为意识分析	26
2.3	企业的网上交易行为	38
2.3.1	企业网上采购的优势	38
2.3.2	企业的业务购买类型	39
2.3.3	企业购买行为的人员因素	39
2.3.4	企业的业务购买过程	40
2.4	政府网上采购行为	41
2.4.1	政府和机构组织网上采购的特点	41
2.4.2	政府网络采购过程	42
	本章小结	44
	习题与思考	44
 第3章 网店经营与管理		45
 章首案例：亚马逊公司的发展历程		45
3.1	网店的概述	46
3.1.1	网店的概念	46
3.1.2	网店的形态	48
3.1.3	网店的特点	49
3.1.4	网店的作用	50
3.1.5	我国网店的发展现状	51
3.2	网店的结构及功能	52
3.2.1	顾客网上购物流程	52
3.2.2	网上商店的构成和功能	56
3.3	网店开设前的准备	59
3.3.1	网店的适用对象	59
3.3.2	网店商品的选择	59
3.3.3	货源的寻找	61
3.3.4	开店前的规划策略	63
3.4	网店的建立过程	64
3.4.1	选择网上商店的建立方式	64
3.4.2	自建商务网站的步骤	66
3.4.3	入驻网上商城的步骤	68
3.5	网店的运营、推广及维护	74
3.5.1	网店的工作流程与人员	74
3.5.2	网店的订单处理	75

3.5.3 网店的推广	77
3.5.4 网上商店的维护和更新	78
3.6 网店的经营技巧及策略	78
3.6.1 网店经营应该注意的问题	78
3.6.2 网店经营的策略	80
3.6.3 把网上商城做大的扩展技巧	81
本章小结	82
习题与思考	82
第4章 网络营销	83
4.1 案例分析: VANCL 凡客诚品的网络营销	83
4.1 网络营销概述	84
4.1.1 网络营销的概念	84
4.1.2 网络营销产生的基础	85
4.1.3 网络营销的特点	85
4.1.4 网络营销的职能	86
4.1.5 网络营销和传统营销的区别	87
4.1.6 网络营销环境及其影响因素分析	88
4.1.7 目前中国网络营销面临的现状	88
4.2 常用的网络营销工具	89
4.2.1 营销型企业网站	89
4.2.2 搜索引擎	90
4.2.3 E-mail 营销	93
4.2.4 博客 Blog	94
4.2.5 其他的网络营销工具	95
4.3 网络营销常用的方法	95
4.4 网络营销策略	97
4.4.1 网络营销的品牌策略	97
4.4.2 网络营销的价格策略	100
4.4.3 网络营销的渠道策略	102
4.4.4 网络营销的促销策略	104
4.4.5 网络营销的网页策略	105
4.4.6 网络营销的服务策略	105
本章小结	106
习题与思考	106



第二篇 电子商务技术篇

第5章 Internet 应用与 EDI 技术	109
章首案例：美的集团 EDI 应用案例	109
5.1 计算机网络技术基础	112
5.1.1 计算机网络概述	112
5.1.2 计算机网络的产生与发展	112
5.1.3 计算机网络的分类	115
5.1.4 计算机网络的功能	115
5.2 Internet 的概述与构成	116
5.2.1 Internet, Intranet 和 Extranet 简介	116
5.2.2 Internet 的协议	117
5.2.3 IP 地址与域名	118
5.2.4 主机	119
5.2.5 网络服务提供商	121
5.2.6 初识 WWW	122
5.2.7 Web 服务器与浏览器	122
5.2.8 统一资源定位	123
5.3 Internet 的应用	124
5.3.1 域名申请步骤	124
5.3.2 文件传输协议 (FTP)	125
5.3.3 文件传输协议的使用	126
5.3.4 电子邮件 (E-mail)	127
5.3.5 Internet 的其他应用	127
5.4 电子数据交换 EDI	128
5.4.1 EDI 的定义	128
5.4.2 EDI 分类	128
5.4.3 实现 EDI 的条件及特点	129
5.4.4 EDI 的应用领域	129
5.4.5 EDI 与电子商务之间的关系	130
本章小结	130
习题与思考	130

第6章 电子商务网站建设	131
章首案例：阿里巴巴电子商务网站应用案例	131
6.1 电子商务系统的构成	132
6.1.1 企业内部网 Intranet	133
6.1.2 企业外部网 Extranet	133
6.2 电子商务网站规划	134
6.2.1 电子商务网站的概念和分类	134
6.2.2 网站设计规划	135
6.2.3 用户需求	136
6.2.4 网站盈利模式	137
6.2.5 可行性分析	137
6.2.6 制定项目规划书	138
6.3 电子商务网站设计与开发	140
6.3.1 电子商务体系结构	140
6.3.2 模块划分	141
6.3.3 主要业务流程设计	141
6.3.4 数据库设计	141
6.3.5 网页设计	142
6.3.6 网站开发技术	143
6.3.7 网页设计常用工具	145
6.4 网站的发布	145
6.5 网站的维护与管理	146
6.5.1 一般性维护	146
6.5.2 网站安全的维护	146
6.5.3 网站内容的更新	147
本章小结	148
习题与思考	148
第7章 网上银行及电子支付	149
章首案例：在线支付在酒店业中的运用	149
7.1 网上银行	151
7.1.1 网上银行的基本概念	151
7.1.2 网上银行的产生	151
7.1.3 网上银行的产品和服务	151
7.1.4 网上银行在电子商务中的作用	152



7.1.5	网上银行的技术要求	153
7.1.6	网上银行的管理	153
7.1.7	网上银行的优势	153
7.1.8	网上银行的安全性问题	154
7.1.9	网上银行实例分析	154
7.2	电子支付概述	159
7.2.1	电子支付的概念	159
7.2.2	电子支付的特征	159
7.2.3	电子商务与网上支付系统	160
7.2.4	电子支付的体系构成	162
7.2.5	网上支付系统的种类	162
7.2.6	网上支付系统的功能	162
7.3	电子支付方式	162
7.3.1	信用卡支付方式	162
7.3.2	电子支票支付方式	167
7.3.3	电子现金支付方式	172
7.3.4	电子钱包	178
7.3.5	智能卡	180
7.3.6	其他网上支付工具	181
7.4	电子支付安全问题探讨	181
7.4.1	电子支付国内外应用现状	181
7.4.2	电子支付产业链模型及其安全性分析	182
7.4.3	加强电子支付安全的建议及对策	183
7.4.4	关注电子商务网上支付安全问题	185
	本章小结	186
	习题与思考	186

第三篇 电子商务应用篇

第 8 章	企业资源计划 ERP	189
章首案例	三九宜工成功实施 ERP	189
8.1	ERP 信息系统的发展历程	191
8.1.1	经济批量的订货点法	192
8.1.2	物料需求计划 MRP	192
8.1.3	闭环 MRP	195
8.1.4	制造资源计划 MRPII	195



8.1.5 企业资源计划 ERP	197
8.1.6 ERP II 的发展	199
8.1.7 ERP 的功能目标	200
8.2 21 世纪企业信息化面临的挑战与冲击	201
8.3 企业实施 ERP 应有的正确观念	204
8.3.1 利用 ERP 来执行企业的内部控制, 降低营运管理的风险	205
8.3.2 利用信息化来改善作业流程, 提升作业流程的行政效率	205
8.3.3 利用 IT 技术快速处理大量数据的功能, 降低人力负荷与人为错误率	205
8.3.4 透过信息的整合, 提供各种管理查核报表, 协助主管管理与改善	206
8.3.5 透过信息化来整合上下游的信息, 提升竞争力	206
本章小结	206
习题与思考	206
第 9 章 电子商务与物流	207
章首案例: 亚马逊怎样降低物流成本获取盈利	207
9.1 物流与电子商务概述	207
9.1.1 物流概述	207
9.1.2 物流与电子商务的关系	209
9.2 电子商务物流	210
9.2.1 电子商务物流的概念	210
9.2.2 电子商务物流的特点	210
9.3 电子商务物流运作模式	211
9.3.1 企业自营物流模式	211
9.3.2 物流联盟模式	212
9.3.3 第三方物流	212
9.4 电子商务下的物流解决方案	213
9.4.1 国外电子商务下的物流解决方案	213
9.4.2 我国物流业发展现状及物流解决方案	214
本章小结	216
习题与思考	216
第 10 章 客户关系管理	217
章首案例: 小生意大战略——王永庆开米店到成为塑胶大王	217
10.1 客户关系管理概述	218
10.1.1 CRM 的含义	218
10.1.2 客户关系管理的产生	220



10.2	客户价值	222
10.2.1	识别客户	222
10.2.2	区分客户	223
10.3	客户关系	224
10.3.1	客户满意	224
10.3.2	客户忠诚	226
10.3.3	客户满意与忠诚的关系	227
10.3.4	客户流失与维系	228
10.4	CRM 技术	230
10.4.1	CRM 技术	230
10.4.2	CRM 系统	231
	本章小结	238
	习题与思考	238

第 11 章 现代服务业 239

	章首案例：努力打造百年老店的携程	239
11.1	现代服务业概述	240
11.1.1	现代服务业的产生	240
11.1.2	现代服务业的概念	241
11.1.3	现代服务业的特征和分类	241
11.2	现代服务业的发展	242
11.2.1	现代服务业发展的一般规律	242
11.2.2	现代服务业发展的决定因素	242
11.3	现代服务业的形式	243
11.3.1	结合型融合	243
11.3.2	绑定型融合	243
11.3.3	延伸型融合	244
	本章小结	244
	习题与思考	244

第四篇 电子商务环境篇

第 12 章 电子商务安全 247

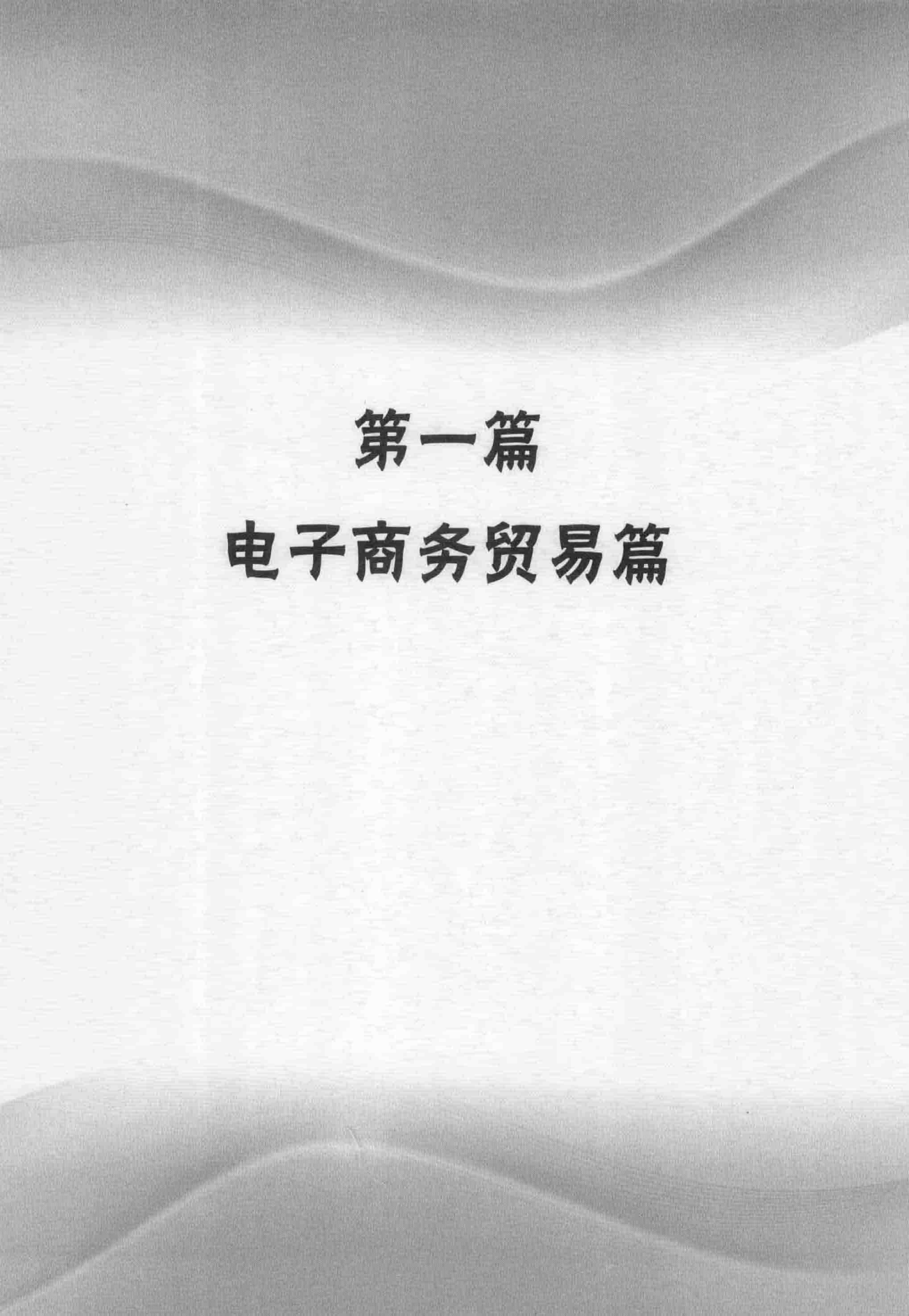
	章首案例：“熊猫病毒”与“错价门”	247
12.1	电子商务安全概述	247

12.2 电子商务网络安全.....	248
12.2.1 电子商务网络安全概述.....	248
12.2.2 防火墙技术.....	252
12.2.3 入侵检测.....	254
12.3 信息安全技术.....	255
12.3.1 数据加密技术.....	256
12.3.2 数字摘要.....	258
12.3.3 数字信封.....	259
12.3.4 数字签名.....	260
12.3.5 数字时间戳.....	260
12.3.6 数字证书.....	261
12.4 电子商务交易安全协议.....	265
12.4.1 SSL 协议 (Secure Sockets Layer, 安全套接层).....	265
12.4.2 SET 协议.....	266
12.4.3 SSL 与 SET 的区别.....	268
12.4.4 PKI 体系.....	268
本章小结.....	270
习题与思考.....	270
第 13 章 电子商务与法律.....	271
章首案例: 1 号店插画侵权.....	271
13.1 电子商务法.....	272
13.1.1 电子商务法的概念.....	272
13.1.2 电子商务法的作用.....	273
13.1.3 特征.....	273
13.1.4 基本原则.....	275
13.2 全球电子商务立法概况.....	277
13.2.1 联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》.....	277
13.2.2 世界经济合作与发展组织 (OECD).....	277
13.2.3 欧盟.....	277
13.2.4 美国.....	278
13.3 我国电子商务法律制度的现状评析.....	279
13.3.1 我国电子商务的现行法律规定.....	279
13.3.2 我国电子商务法律制度存在的不足.....	280
本章小结.....	281
习题与思考.....	282



第五篇 电子商务发展篇

第 14 章 移动电子商务	285
章首案例：拉手网占领移动电子商务高地推动团购产业升级	285
14.1 移动电子商务概论	286
14.1.1 移动电子商务的定义	286
14.1.2 移动电子商务的特点	287
14.1.3 移动电子商务发展模式	288
14.2 移动电子商务技术	292
14.3 移动电子商务发展现状	296
14.4 移动电子商务的应用	299
本章小结	302
习题与思考	302
第 15 章 电子政务	303
章首案例：“微成都”	303
15.1 电子政务定义	304
15.1.1 什么是“电子政务”	304
15.1.2 电子政务的具体内容	305
15.1.3 电子政务的发展阶段	307
15.2 电子政务的基本模式	307
15.2.1 G to G 模式	308
15.2.2 G to E 电子政务	310
15.2.3 G to B 电子政务	310
15.2.4 G to C 电子政务	312
15.3 我国电子政务的发展历程	314
15.3.1 我国电子政务取得的成效	316
15.3.2 我国电子政务发展中存在的问题	316
15.3.3 发达国家电子政务的发展	317
15.3.4 发达国家电子商务对我国的启示	319
本章小结	320
习题与思考	320
参考文献	321

The background of the page features a series of soft, wavy, horizontal lines in shades of gray, creating a sense of movement and depth. The lines are more pronounced at the top and bottom, fading towards the center where the text is located.

第一篇

电子商务贸易篇

