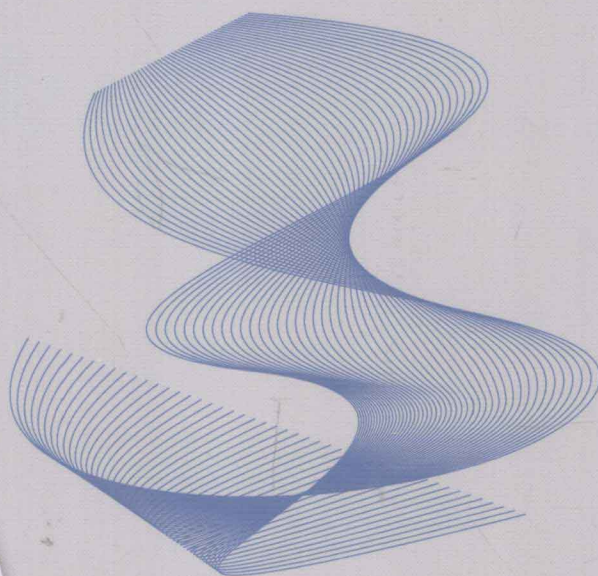




普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务 系统建设与管理



刘 军 刘震宇 主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务系统建设与管理

刘军 刘震宇 主 编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书是高等学校电子商务专业系列教材之一,其内容针对企业进行电子商务信息系统建设的基本过程,介绍了系统规划、系统分析、系统设计等各个阶段的目的、任务、活动及相关的方法、技术等,讨论了在此过程中实行进度管理、质量管理的相关概念、原理和方法,阐述了系统投入运营之后所涉及的系统维护与管理方面的工作内容、工作方法等,并提供了相应的案例,为读者全面系统地掌握电子商务系统的建设与管理过程提供帮助。

本书既可作为高等学校电子商务、信息管理、计算机应用等管理类 and 工科类本科生的教材,也可作为电子商务系统规划、设计、开发及管理人員的参考用书。

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

电子商务系统建设与管理 / 刘军, 刘震宇主编. —北京: 电子工业出版社, 2011.6

(“信息化与信息社会”系列丛书)

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 高等学校电子商务专业系列教材

ISBN 978-7-121-13855-3

I. ①电… II. ①刘… ②刘… 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 (2011) 第 113978 号

策划编辑: 刘宪兰

责任编辑: 刘宪兰

印 刷: 北京东光印刷厂

装 订: 三河市皇庄路通装订厂

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: 14.5 字数: 315 千字

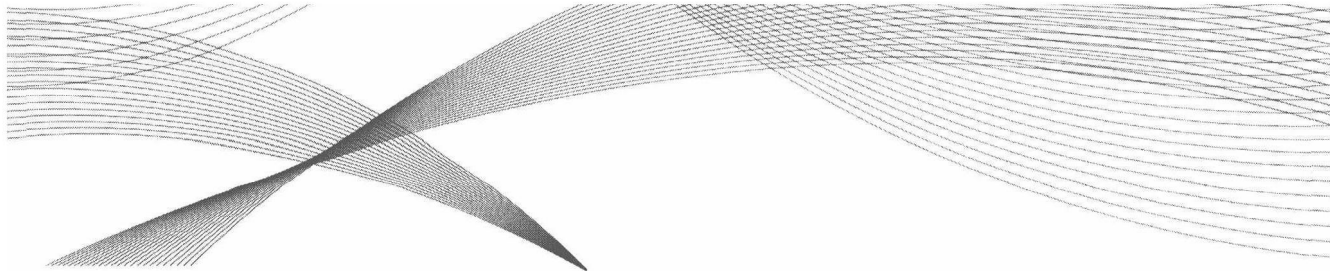
印 次: 2011 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 29.00 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。

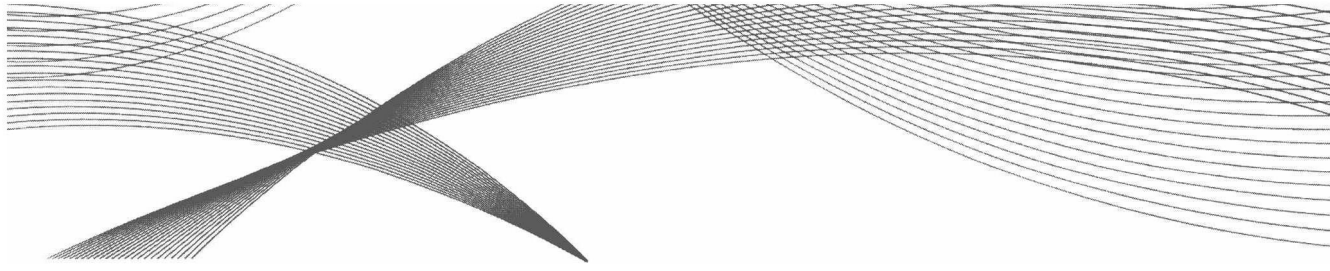
服务热线: (010) 88258888。



作者简介

刘军，教授，博士生导师，1994 年于北方交通大学获得工学博士学位后留校任教。现任北京交通大学交通运输学院院长，教育部电子商务专业教学指导委员会委员、中国铁道学会高级会员、中国交通运输协会理事、铁道学会运输与经济专业委员会委员、国家自然科学基金委同行评议专家、交通运输系统工程学会理事、《交通运输系统工程与信息》编委、教育部科技委工程技术一部办公室主任、北京铁道学会北京交大秘书处主任、中国信息经济学会电子商务分会副主任。曾获得铁道学会科技进步二等奖一项、三等奖一项，北京市科学技术三等奖一项。主要研究领域为交通运输信息化、电子商务。2000 年以来先后主持和作为主要完成人参加国家 973、863、科技支撑计划、国家自然科学基金及铁道部科技计划项目 30 余项，发表学术论文 50 余篇，编写出版国家“十五”、“十一五”规划教材及其他教材 4 本。

刘震宇，厦门大学管理学院教授、博士生导师、管理学院副院长，教育部新世纪优秀人才支持计划和福建省“千百万人才工程”入选者、中国信息协会理事、教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会委员、厦门市制造业信息化工程专家组组长。1977 年 7 月高中毕业后到福建省龙岩老区下乡当知青，1978 年 9 月至 1985 年 5 月分别在华中工学院（现华中科技大学）自动控制工程系工业自动化专业和经济与管理工程系管理工程专业学习，并分别获得工学学士和工学硕士学位。1994 年 7 月至 1998 年 1 月在德国弗赖堡大学经济学院信息系统专业攻读博士学位，获经济信息学博士学位。曾为德国 DAAD 高级访问学者，并在加拿大麦基尔大学和美国哈佛商学院等进行短期学习。从 1985 年 5 月到厦门大学任教至今。他先后主讲过 23 门本科生、硕士生与博士生的课程，完成包括国际合作研究项目、国家自然科学基金和社科基金、福建省重大科技专项等各类重要的科研项目 23 项，获得过国家重要科技成果、福建省科技进步二等奖、国家烟草总公司与国家烟草专卖局现代化管理二等奖、福建省优秀留学回国人员等 10 多项奖励。在 *Int. J. of Electronic Markets*、*Wirtschaftsinformatik*、*Int. J. of Networking and Virtual Enterprise*、系统工程理论与实践、南开管理评论等学术刊物及 ICIS、PACIS、IEEE 等重要国际学术会议上发表学术论文 110 篇，出版著作 5 部。主要研究领域为：组织间信息系统与电子商务、信息管理与战略、公司运作管理等。



总 序

信息化是世界经济和社会发展的必然趋势。近年来，在党中央、国务院的高度重视和正确领导下，我国信息化建设取得了积极进展，信息技术对提升工业技术水平、创新产业形态、推动经济社会发展发挥了重要作用。信息技术已成为经济增长的“倍增器”、发展方式的“转换器”、产业升级的“助推器”。

作为国家信息化领导小组的决策咨询机构，国家信息化专家咨询委员会一直在按照党中央、国务院领导同志的要求就信息化前瞻性、全局性和战略性的问题进行调查研究，提出政策建议和咨询意见。在做这些工作的过程中，我们愈发认识到，信息技术和信息化所具有的知识密集的特点，决定了人力资本将成为国家在信息时代的核心竞争力，大量培养符合中国信息化发展需要的人才已成为国家信息化发展的一个紧迫需求，成为我国应对当前严峻经济形势，推动经济发展方式转变，提高在信息时代参与国际竞争比较优势的关键。2006年5月，我国公布《2006—2010年国家信息化发展战略》，提出“提高国民信息技术应用能力，造就信息化人才队伍”是国家信息化推进的重点任务之一，并要求构建以学校教育为基础的信息化人才培养体系。

为了促进上述目标的实现，国家信息化专家咨询委员会一直致力于通过讲座、论坛、出版等各种方式推动信息化知识的宣传、教育和培训工作。2007年，国家信息化专家咨询委员会联合教育部、原国务院信息化工作办公室成立了“信息化与信息社会”系列丛书编委会，共同推动“信息化与信息社会”系列丛书的组织编写工作。编写该系列丛书的目的，是力图结合我国信息化发展的实际和需求，针对国家信息化人才教育和培养工作，有效梳理信息化的基本概念和知识体系，通过高校教师、信息化专家、学者与政府官员之间的相互交流和借鉴，充实我国信息化实践中的成功案例，进一步完善我国信息化教学的框架体系，提高我国信息化图书的理论和实践水平。毫无疑问，从国家信息化长远发展的角度来看，这是一项带有全局性、前瞻性和基础性的工作，是贯彻落实国家信息化发展战略的一个重要举措，对于推动国家的信息化人才教育和培养工作，加强我国信息化人才队伍的建设具有重要意义。

考虑当前国家信息化人才培养的需求、各个专业和不同教育层次（博士生、硕士生、本科生）的需要，以及教材开发的难度和编写进度时间等问题，“信息化与信息社会”系列丛书编委会采取了集中全国优秀学者和教师、分期分批出版高质量的信息化教育丛书

的方式,根据当前高校专业课程设置情况,先开发“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个本科专业高等学校系列教材,随后再根据我国信息化和高等学校相关专业发展的情况陆续开发其他专业和类别的图书。

对于新编的三套系列教材(以下简称系列教材),我们寄予了很大希望,也提出了基本要求,包括信息化的基本概念一定要准确、清晰,既要符合中国国情,又要与国际接轨;教材内容既要符合本科生课程设置的要求,又要紧跟技术发展的前沿,及时地把新技术、新趋势、新成果反映在教材中;教材还必须体现理论与实践的结合,要注意选取具有中国特色的成功案例和信息技术产品的应用实例,突出案例教学,力求生动活泼,达到帮助学生学以致用目的;等等。

为力争出版一批精品教材,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量。首先,在确定每本教材的第一作者的过程中引入了竞争机制,通过广泛征集、自我推荐和网上公示等形式,吸收优秀教师、企业人才和知名专家参与写作;其次,将国家信息化专家咨询委员会有关专家纳入到各个专业编委会中,通过召开研讨会和广泛征求意见等多种方式,吸纳国家信息化一线专家、工作者的意见和建议;最后,要求各专业编委会对教材大纲、内容等进行严格的审核,并对每一本教材配有一至两位审稿专家。

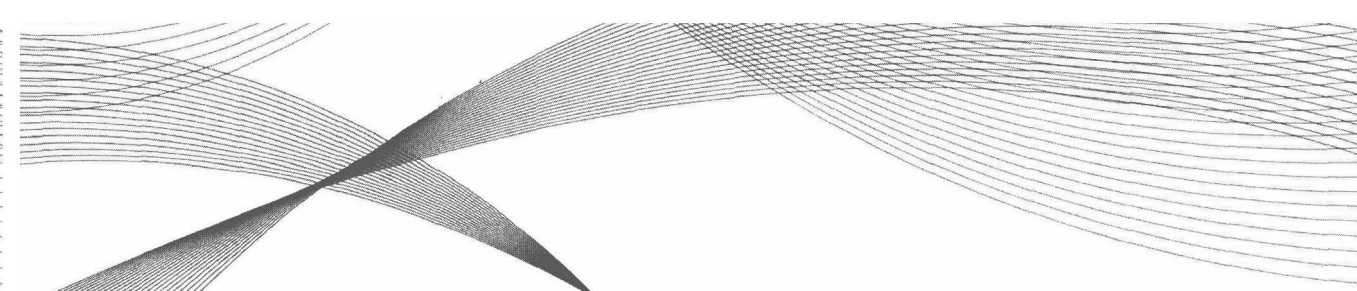
如今,我们很高兴地看到,在教育部和原国务院信息化工作办公室的支持下,通过许多高校教师、专家学者及电子工业出版社的辛勤努力和付出,“信息化与信息社会”系列丛书中的三套系列教材即将陆续和读者见面。

我们衷心期望,系列教材的出版和使用能对我国信息化相应专业领域的教育发展和教学水平的提高有所裨益,对推动我国信息化的人才培养有所贡献。同时,我们也借系列教材开始陆续出版的机会,向所有为系列教材的组织、构思、写作、审核、编辑、出版等做出贡献的专家学者、老师和工作人员表达我们最真诚的谢意!

应该看到,组织高校教师、专家学者、政府官员以及出版部门共同合作,编写尚处于发展动态之中的新兴学科的高等学校教材,还是一个初步的尝试。其中,固然有许多的经验可以总结,也难免会出现这样那样的缺点和问题。我们衷心地希望使用系列教材的教师和学生能够不吝赐教,帮助我们不断地提高系列教材的质量。

曲作权

2008年12月15日



序 言

电子商务作为新的先进的生产力，正以其无比强大的生命力推动着人类历史上继农业革命、工业革命之后的商业革命——第三次产业革命。它直接作用于商贸流通，间接作用于生产、科研和创新。

对于工农业生产的原材料采购、产成品销售、企业的市场营销和商业零售业、国际贸易等经济活动，电子商务正从微观到中观和宏观对企业、行业、区域的经济发展产生着巨大的影响和作用；对于人们的日常生活消费，电子商务正逐步地、越来越大和越来越深刻地改变着人们的消费观念、消费习惯和消费方式，在为人们带来显著的经济利益的同时带来安逸的精神享受；对于国家和社会，电子商务对社会效率的发挥、资源的优化配置和再利用、再分配发挥着日益强大的作用，当天灾人祸来临时，它能以最快的速度调配资金和物资，在金融风暴和经济危机到来时，它能迅速为政府、企业和个人进行有限资源的调集和重组。

伴随以互联网为主的电子信息技术的进一步发展和信息产品（三网合一、3G 手机等）的广泛使用，电子商务更呈现出泛在性、虚拟性、个人性、社会性和数据海量性等新特征，电子商务的应用和研究犹如东方日出，其前景充满了朝气和阳光。

显然，加快电子商务的发展已经成为很多国家乃至中国的一项重要政策。这就对中国培养高素质的创新型电子商务人才提出了迫切的要求。到 2008 年年底，国家教育部已经批准了 300 多所本科院校和 800 多所高职高专学校开设电子商务专业；在校学生人数已经达到 30 多万，每年毕业生人数达到 8 万多。

但正如其他新生事物的发展一样，随着网络与电子商务经济理论的研究不断深入，电子商务法规政策的纷纷出台，企业现代化管理水平的不断提高，电子商务创新模式的不断涌现，使得电子商务专业的建设也在变化之中，有关电子商务专业的定义仍在不断充实、完善之中。

2005 年，教育部启动的“全国高校电子商务专业人才培养模式研究”项目中对电子商务专业的定义是：电子商务专业是现代经济学、管理学和工学（以信息技术为主）融合形成的综合性、复合型学科，电子商务专业培养的是适应现代社会需要的复合型人才，电子商务专业的建设和发展必须要求得到经济学、管理学和工学等学科的合力支撑。

2008 年,“全国高等学校电子商务本科专业知识体系”(教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会编写)中将中国现阶段电子商务本科专业的培养目标定义为:“面向世界、面向未来、面向现代化”,为国家培养德、智、体、美、劳全面发展的具备现代经济、管理理论和信息技术等多种知识和电子商务综合技能的,能从事网络环境中企业、事业和社会的商贸购销、商务管理或商务技术支持等现代化商务实践、研究和教学等工作的复合型、专门化人才。目前,中国电子商务本科专业的两大基本方向为:电子商务经济管理类方向和电子商务工程类方向。它们分别在经济管理知识与技能体系和信息技术知识与技能体系方面有所侧重。

电子商务专业教育涉及通识教育、综合教育、专业教育三大部分。专业教育按知识层面划分,包括专业基础知识和专业知识两个层次;按教学内容划分,包括课堂教学和实践教学两个方面;从教学计划角度考虑,包括知识体系和课程体系两方面的组织;从学科要求角度考虑,包括知识体系、能力体系和素质体系。

而这种专业教育和相应技术内容最直接地体现在相应教材上。为此,国家信息化专家咨询委员会与教育部电子商务专业教学指导委员会联合组织了本系列教材(高等学校电子商务专业系列教材),以奉献出一批符合国家电子商务发展方向和有利于“提高国民信息技术应用能力,造就信息化人才队伍”的优秀教材,充实电子商务教育市场。

本系列教材在内容编排上努力将理论与实际相结合,尽可能反映电子商务的最新发展,以及国际上对电子商务的最新释义;在内容表达上力求由浅入深、通俗易懂;在知识体系划分上严格按照教育部电子商务专业教学指导委员会最新知识体系,具体如下:

知识领域名称	知识领域标记	备 注
电子商务综合	ECG	理论、政策、法规等
电子商务经济	ECE	经济类相关学科
电子商务管理	ECM	管理类相关学科
电子商务技术	ECT	信息技术类相关学科

其编写的内容主要包括:电子商务导论、电子商务管理、电子商务法学教程、电子商务网站建设、网络经济学、网络营销、网络金融、网络财务、电子支付与清算、电子商务物流管理、电子商务系统建设与管理、电子商务安全、电子商务案例分析教程、移动商务、电子政务与商务(侧重政府采购部分)、电子服务及其应用、电子商务项目策划与管理、网上创业、客户关系管理、服务科学概论,共 20 本。其中,电子商务导论(李琪主编)、电子商务物流管理(魏修建主编)是 2008 年“信息化与信息社会”系列丛书编委会重点扶持的教材。

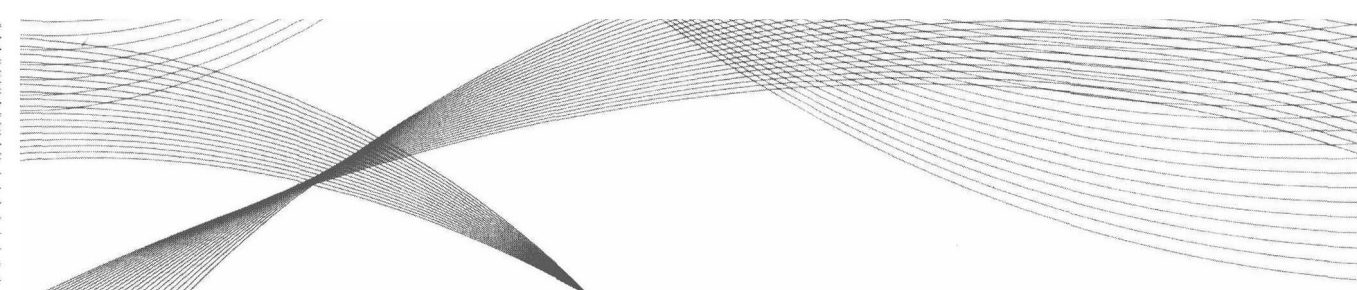
本系列教材突出了“准确把握理论、理论联系实际、优选典型案例、把握发展前沿、启发读者思维、编写科学合理”的特色：对基本概念、基本知识、基本理论给予准确的表述，树立严谨求是的学术作风，注意与国内外的对应及对相关概念、术语的正确理解和表达；从实践到理论，再从理论到实践，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对电子商务有全面和深入的理解和掌握；精选国内外典型案例，支撑相关的理论与实践，使读者能够从具体案例中深入浅出地了解、认识更多的电子商务的应用及其相关问题；对电子商务的理论、研究、技术、实践等多方面的发展状况给出发展前沿和趋势介绍，拓展读者的视野；注意在理论和实践两方面以启发读者学习、专业研究、创新为导向，为读者提供发散思维的空间和精确思考的焦点问题；本系列教材在内容逻辑和形式体例上力求科学、合理、严密和完整，使之系统化和实用化。

自系列教材编写工作启动以来，在国家信息化专家咨询委员会的指导和关怀下，在电子工业出版社与我们的共同努力下，在本系列教材各位主编、副主编和全体参编人员的辛勤劳动下，在各位专家、许多高校教师和研究生及朋友们的关心、帮助下，终于陆续面世了。在此，我们对以上各位领导、专家、老师、同学和朋友们表示最衷心的感谢！

我们深知，虽然我们对本系列教材的组织 and 编写尽了最大努力，但离我们的目标仍然有较大的差距，衷心希望各位读者不吝赐教，使我们能在今后的再版工作中不断改进，使系列教材越编越好！

高等学校电子商务专业系列教材
编委会

2009年6月25日



前 言

当今社会，因特网及电子商务的发展程度，已成为衡量一个国家社会和经济水平的重要指标之一。飞速发展的电子商务，不仅为企业提供了无限的商机，而且改变了传统商务的经营管理模式，而电子商务的快速发展需要专门人才的有力支撑。一名电子商务专业人员不仅要懂得创建和管理电子商务站点，而且要精通商务业务，必须知道如何将传统的商务过程转变为电子商务过程。因此，促进观念的转变，加强信息知识的传播，深入开展电子商务的教育，提高从业人员的电子商务专业理论知识和操作技能，具有特别重要的现实意义。

随着我国加入 WTO，电子商务将成为国内外通行的贸易手段，各类新的信息技术、应用系统、企业管理的实现方案很快在电子商务中获得广泛应用。因此，很多信息技术人员，管理、经济、金融、贸易工作者，网上用户以及在校学生，都迫切希望了解电子商务系统知识，掌握与其相关的计算机信息技术及电子商务系统的实现方法。本书试图从电子商务的规划、分析、设计、建设、实施、管理等全过程展现电子商务系统生命周期的全貌。本书可操作性强，通俗易懂，突出实用性，既可作为高等学校电子商务、信息管理、计算机应用等管理类和工科类本科生的教材，也可作为电子商务系统规划、设计、开发及管理人員的参考用书。

本书共分为八章，可大致分为四个部分。第一部分为第 1 章，概要介绍电子商务及电子商务系统的基本概念以及电子商务系统运营建设过程，使读者能初步了解电子商务系统建设的概念、基本过程及管理方式；第二部分为第 2 章到第 4 章，系统地介绍了电子商务系统的规划、分析、设计以及实现过程，以帮助读者初步掌握电子商务系统建设前期的主要工作内容与方法；第三部分为第 5 章到第 7 章，介绍了电子商务系统建设阶段的进度规划与控制、成本估算及质量控制方法，同时针对电子商务系统建设中的特点，重点对外包方式的建設过程做介绍，以帮助读者掌握电子商务建设阶段需要把握的主要问题及其解决方式；第四部分为第 8 章，主要从系统管理的角度介绍电子商务系统实施后的运营维护等工作，以使读者能初步了解电子商务系统管理员的主要工作内容与基本工作方法。

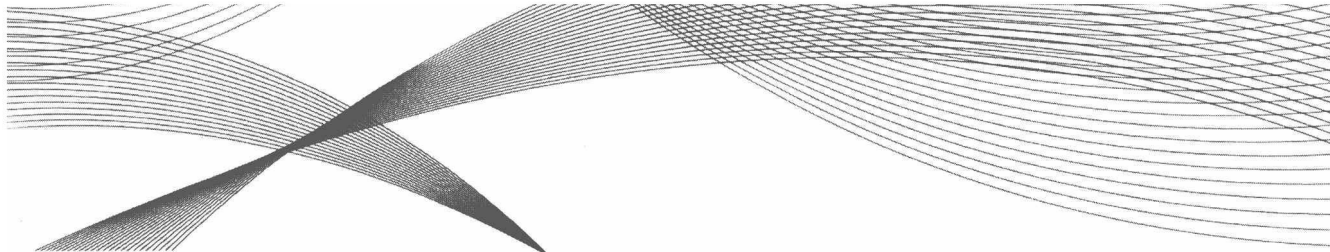
本书由刘军教授、刘振宇教授主编，刘军教授负责全书的内容组织和统稿，第 1 章

和第4章由贺振欢编写，第2章和第3章由李春艳编写，第5章和第7章由阎虎勤、刘振宇编写，第6章由杨律青编写，第8章由陈思恩编写。

由于电子商务的发展日新月异，电子商务系统的建设和管理过程中的新方法和新技术也层出不穷，且收集资料有限，加之时间仓促，不妥之处，敬请读者批评指正。

作 者

2011年5月



目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 电子商务与电子商务系统	2
1.1.1 电子商务的概念	2
1.1.2 电子商务系统的发展与支撑技术	3
1.1.3 电子商务系统的框架结构	5
1.2 电子商务系统建设与运营过程概述	6
1.2.1 电子商务系统的生命周期	6
1.2.2 电子商务系统的建设与管理	8
1.2.3 电子商务系统的实施与维护	9
1.3 本书的内容安排	9
思考问题	10
第 2 章 电子商务系统规划	11
2.1 概述	12
2.2 企业战略规划	12
2.2.1 企业战略规划的内容	13
2.2.2 企业战略分析方法	14
2.3 电子商务战略规划	17
2.3.1 电子商务战略规划内容	17
2.3.2 电子商务战略规划过程	20
案例分析——百度的电子商务战略转型	21
2.4 电子商务系统的规划	23
2.4.1 电子商务系统规划内容	23
2.4.2 电子商务系统规划过程	24
2.4.3 电子商务系统规划的成果形式	26
2.5 参与规划的人员	28
本章小结	29
思考问题	29
第 3 章 电子商务系统的需求分析	31
3.1 概述	32

3.2 电子商务系统的需求分析过程	32
3.2.1 需求获取	33
3.2.2 需求分析	36
3.2.3 需求定义	36
3.2.4 需求验证	38
3.2.5 需求变更管理	38
3.3 需求建模方法	39
3.3.1 结构化的需求建模方法	39
3.3.2 面向对象的建模方法	43
3.3.3 基于 UML 的建模方法	44
3.4 典型电子商务系统需求	51
3.4.1 B2C 电子零售系统的基本需求	51
3.4.2 B2B 电子商务的基本需求	52
本章小结	54
思考问题	54
第 4 章 电子商务系统的设计与实施	55
4.1 电子商务系统设计与实施的主要内容	56
4.1.1 信息系统设计与电子商务系统	56
4.1.2 电子商务系统设计与实施的主要内容	56
4.2 总体设计	58
4.2.1 系统设计原则	58
4.2.2 总体结构设计	61
4.2.3 基础设施平台设计	65
4.2.4 软件支撑平台设计	68
4.3 应用软件系统设计	71
4.3.1 应用软件系统的基本功能	71
4.3.2 应用软件系统的体系结构	72
4.3.3 子系统及模块划分	72
4.3.4 应用软件系统详细设计	75
4.3.5 数据库设计	76
4.4 网站设计	79
4.4.1 网站与电子商务系统的关系	79
4.4.2 网站设计的基本要求	81
4.4.3 网站设计的基本过程	83
4.4.4 网站结构设计	85
4.5 系统实现	87

4.5.1 系统开发组织	87
4.5.2 系统的发布与实施	88
4.5.3 系统管理维护	89
本章小结	90
思考问题	91
第 5 章 电子商务系统建设成本与进度管理	93
5.1 电子商务系统建设成本管理	94
5.1.1 EC 系统项目建设成本预算与审核	94
5.1.2 EC 系统项目建设子系统划分与成本细分	97
5.1.3 EC 系统项目建设的成本控制	99
5.2 电子商务系统建设进度管理	102
5.2.1 EC 系统项目建设进度计划与保证	102
5.2.2 EC 系统项目建设进度控制	104
5.2.3 EC 系统项目建设进度协调管理	110
本章小结	113
思考问题	113
第 6 章 电子商务系统建设项目的质量控制	115
6.1 概述	116
6.2 质量计划	118
6.2.1 质量计划依据	118
6.2.2 质量计划制定方法	120
6.2.3 质量计划工作的成果	121
6.3 质量跟踪管理	122
6.4 项目监理	124
6.5 电子商务的配置	125
6.5.1 质量保证	125
6.5.2 配置管理	126
本章小结	128
思考问题	128
第 7 章 电子商务系统项目的外包	129
7.1 电子商务系统项目外包的概念	130
7.1.1 EC 系统项目外包的起源	130
7.1.2 EC 系统项目外包的内容	134
7.1.3 EC 系统项目外包的理论	138
7.1.4 EC 系统项目外包的趋势	141
7.2 电子商务系统外包项目的招投标管理	142

7.2.1 EC 系统外包项目的招标	142
7.2.2 EC 系统外包项目的投标	147
7.2.3 EC 系统外包项目的评标	149
7.2.4 EC 系统外包项目的中标合同	151
7.3 电子商务系统外包项目的管理	152
7.3.1 EC 系统外包项目管理目标要求	152
7.3.2 EC 系统外包项目的成熟度管理	154
7.3.3 EC 系统外包项目的计划与组织	156
7.3.4 EC 系统外包项目的获取与实施	160
7.3.5 EC 系统外包项目的交付与支持	162
7.3.6 EC 系统外包项目的监测与评估	169
本章小结	172
思考问题	172
第 8 章 电子商务系统的运营维护	173
8.1 概述	174
8.2 系统评价及性能优化	174
8.2.1 电子商务系统评价	174
8.2.2 电子商务系统性能优化	177
8.2.3 结论	180
8.3 安全管理	181
8.3.1 电子商务安全体系概述	181
8.3.2 电子商务的安全体系结构	183
8.3.3 电子商务安全体系的内容	185
8.3.4 电子商务系统中的安全设计	188
8.3.5 电子商务系统中的安全交易协议	189
8.3.6 结论	190
8.4 数据维护	191
8.4.1 数据维护的作用	191
8.4.2 数据维护的过程	192
8.4.3 数据维护的内容	193
8.4.4 电子商务系统网站维护的内容	194
8.4.5 电子商务系统维护的组织与管理	195
8.4.6 电子商务系统维护的实施	195
8.4.7 电子商务系统维护中的安全管理	196
8.4.8 结论	196
8.5 系统切换管理	197
8.5.1 系统切换中存在的问题	197

8.5.2 系统切换前期准备工作	198
8.5.3 系统切换中管理工作	199
8.5.4 结论	200
8.6 租用系统的运营维护	201
8.6.1 电子商务服务体系	201
8.6.2 业务流程外包与技术外包服务	201
8.6.3 租用系统的运营与服务管理	204
8.6.4 结论	207
本章小结	208
思考问题	208
参考文献	209

第 1 章

绪 论

引 言

电子商务是随着现代商务及 IT 技术发展而逐步兴起的一种商务模式。这种模式以 IT 和电子技术为手段，以商务为核心，把原来传统的销售、购物等商务全过程全部或部分移到互联网上来完成，是现代商务活动一种扩充与发展。

20 世纪中期开始，电子商务系统经过了一段较长的缓慢发展时期，直到 20 世纪 90 年代，随着 Internet 的迅速普及，电子商务系统才迎来其真正的起步加速期。在各类应用需求的强力推动下，电子商务系统开发相关技术不断向前发展，形成了一批新技术、新方法。其基本框架日益完善，功能也日益强大，目前已成为信息技术研究与应用的热点之一。本书将重点介绍电子商务系统的开发过程，在此之前，本章将主要就电子商务的概念、框架结构、建设与管理等内容进行阐述。

本章重点

- 电子商务的概念；
- 电子商务系统的框架结构；
- 电子商务系统的建设与管理内容与方法；
- 电子商务系统的实施与维护过程。

