

高 职 高 专 电 子 商 务 系 列 教 材

电子商务 概论

钟 强 主编
章建新 主审



清华大学出版社

内 容 简 介

本书从电子商务的发展、电子商务的基础环境建设、电子商务的基本操作、电子商务的运作方式、电子商务的系统规划、网络营销、电子商务的模式、电子商务与生活等方面,系统全面地探讨了电子商务的基本理论、内涵、模式和基本技术,围绕涉及电子商务的各个方面,对影响电子商务的各种因素进行了较为细致的分析。

本书的一大特色是借鉴了英国的BTEC模式和澳大利亚的TAFE模式,在每一章后面,将大课业引入,增加了案例、小组讨论题、网上作业题和思考题及自测题等实用性内容。另外,还增加了许多网页页面,使读者加深对各种网站的认识。

本书适合于电子商务专业、营销专业及相关专业方向的高职高专学生使用,亦可作为读者的自学用书。此外,本书对从事电子商务工作、教学和研究的人员也有一定的参考价值。

高 职 高 专 电 子 商 务 系 列 教 材

电子商务概论

网络营销

电子商务网站建设实例

数据库技术及其在网络中的应用

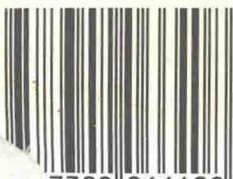
计算机网络信息安全保密技术

电子商务网络技术基础

电子商务网站建设与程序设计

网页设计与制作

ISBN 7-302-06640-X



7302 066408 >

价: 29.00元

前言

随着计算机技术、控制技术和通信技术的迅速发展而诞生的全球化的计算机网络——互联网凭借其巨大的优势和潜力,正在并将继续改变人们的通信、工作、生活、娱乐以及其他各个方面。因此,互联网的商业应用价值与日俱增。正是互联网商业价值的陡现,使电子商务横空出世,也正是电子商务使互联网更具发展活力。互联网为电子商务开辟了新的时空境界,创造了被称为市空(Market-space)的网上交易市场。通过互联网,企业不仅能实现与顾客的全天候信息交流,而且可以通过虚拟商业街、虚拟商店以及其他数字化信息符号向顾客展示、销售产品和服务。因此,以互联网为媒体的电子商务活动,具有传统商务完全不同的时空特性。电子商务突破了时间限制和空间阻隔,使上网企业能在任何时候同全世界任何一个地方的网上顾客进行交流和交易。从长远来看,电子商务蕴涵着无限的营销机会,所有面向 21 世纪的企业,不可对互联网和网络营销视而不见,充耳不闻。数字化、网络化和市场一体化是未来网络经济发展的必然潮流,电子商务将我们都卷入了这个虚拟的网络市场。如何适应网络经济,如何建立网上的商务模式,如何改变企业的经营战略,如何在网上开发商机等等,已摆在了我们面前。可以预言,电子商务作为一种崭新的商务运作方式将带来一场新的革命。电子商务,它是一种创新力量,将对经济、社会等各个方面产生难以估量的影响。谁要是忽略它,必将受到惩罚。

本书由 11 章组成:第 1 章主要概述了电子商务的理念、与传统商务的异同点、未来的发展趋势、对各方面的影响和机遇以及存在的问题,使学生能从总体上把握电子商务的内涵与特性;第 2 章论述了电子商务的各个发展阶段及电子商务在各国的发展情况,尤其对电子商务比较发达的地区进行了比较深入的讨论,另外,对中国的电子商务发展进行了回顾和展望;第 3 章讲述了电子商务的基础环境,对涉及电子商务基础环境的各种因素进行了介绍,主要涉及 Internet、电子商务安全技术、数据库、CA 认证、数字签名、电子支付、网络银行和域名管理等内容;第 4 章主要涉及电子商务的基本操作,包括电子商务系统的软硬件配置、网上信息查询、搜索引擎使用、电子邮件、网站建设、电子商务软件等内容;第 5 章研究了电子商务的运作方式,分析了传统商务活动和电子商务活动运作模式的异同,对各种电子商务运作方式进行了探讨,涉及传统商务、网络金融、物流等内容;第 6 章主要阐述了电子商务系统的规划与评估问题,涉及电子商务系统的总体设计思想、电子商务系统的构成、电子商务系统的设计、电子商务系统的实现与评估及企业业务重组问题等;第 7 章介绍了电子商务的基本模式,主要涉及 B to B、B to C、B to G、C to C、C to G、G to G 等内容,对各种电子商务模式进行了探讨;第 8 章结合传统营销理论,详细分析了网络营销和传统营销的不同点,对网络营销的基本理论和具体策略与方法进行了探讨,并对传统

高 职 高 专 电 子 商 务 系 列 教 材

电子商务概论

钟 强 主编

章建新 主审

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书从互联网的魅力、电子商务的发展、电子商务的基础环境建设、电子商务的基本操作、电子商务的运作方式、电子商务的系统规划、网络营销、电子商务模式、电子商务与生活等方面,系统全面地探讨电子商务的基本理论、内涵、模式和基本技术,围绕涉及电子商务的各个不同方面,对影响电子商务的各种因素进行了较为细致的分析。

本书的一大特色是借鉴了英国的 BTEC 模式和澳大利亚的 TAFE 模式,在每一章后面,将英国和澳大利亚的大课业引入,增加了案例、小组讨论题、网上作业题和思考题及自测题等实用性内容。另外,根据各学校的网络使用情况,还增加了许多网页页面,让同学们加深对各种网站的认识,希望这些对学生的学习能有所帮助。

本书适合于电子商务专业、营销专业及相关专业等方向的高职学生使用,亦可作为具有一定文化水平的读者自学用书。此外,本书对从事电子商务工作、电子商务教学和研究的人员也有一定的参考价值。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/钟强主编. —北京:清华大学出版社,2003

(高职高专电子商务系列教材)

ISBN 7-302-06640-X

I. 电… II. 钟… III. 电子商务—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 036552 号

出 版 者:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 客户服务:010-62776969

组稿编辑:王敏稚

文稿编辑:王听讲

印 装 者:北京人民文学印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×260 印张:23.75 字数:538 千字

版 次:2003 年 7 月第 1 版 2004 年 1 月第 2 次印刷

书 号:ISBN 7-302-06640-X/TP·4968

印 数:5001~9000

定 价:29.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103 或(010)62795704

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

高职高专电子商务系列教材

丛书编委会

主 编 高 林

副主编 张俊玲

编 委 (按姓氏拼音排序)

高 嵩 雷咏梅 李宇红 王育平

赵乃真 支芬和 钟 强 周 立

丛书策划编辑 王敏稚

前言

随着计算机技术、控制技术和通信技术的迅速发展而诞生的全球化的计算机网络——互联网凭借其巨大的优势和潜力,正在并将继续改变人们的通信、工作、生活、娱乐以及其他各个方面。因此,互联网的商业应用价值与日俱增。正是互联网商业价值的陡现,使电子商务横空出世,也正是电子商务使互联网更具发展活力。互联网为电子商务开辟了新的时空境界,创造了被称为市空(Market-space)的网上交易市场。通过互联网,企业不仅能实现与顾客的全天候信息交流,而且可以通过虚拟商业街、虚拟商店以及其他数字化信息符号向顾客展示、销售产品和服务。因此,以互联网为媒体的电子商务活动,具有传统商务完全不同的时空特性。电子商务突破了时间限制和空间阻隔,使上网企业能在任何时候同全世界任何一个地方的网上顾客进行交流和交易。从长远来看,电子商务蕴涵着无限的营销机会,所有面向 21 世纪的企业,不可对互联网和网络营销视而不见,充耳不闻。数字化、网络化和市场一体化是未来网络经济发展的必然潮流,电子商务将我们都卷入了这个虚拟的网络市场。如何适应网络经济,如何建立网上的商务模式,如何改变企业的经营战略,如何在网上开发商机等等,已摆在了我们面前。可以预言,电子商务作为一种崭新的商务运作方式将带来一场新的革命。电子商务,它是一种创新力量,将对经济、社会等各个方面产生难以估量的影响。谁要是忽略它,必将受到惩罚。

本书由 11 章组成:第 1 章主要概述了电子商务的理念、与传统商务的异同点、未来的发展趋势、对各方面的影响和机遇以及存在的问题,使学生能从总体上把握电子商务的内涵与特性;第 2 章论述了电子商务的各个发展阶段及电子商务在各国的发展情况,尤其对电子商务比较发达的地区进行了比较深入的讨论,另外,对中国的电子商务发展进行了回顾和展望;第 3 章讲述了电子商务的基础环境,对涉及电子商务基础环境的各种因素进行了介绍,主要涉及 Internet、电子商务安全技术、数据库、CA 认证、数字签名、电子支付、网络银行和域名管理等内容;第 4 章主要涉及电子商务的基本操作,包括电子商务系统的软硬件配置、网上信息查询、搜索引擎使用、电子邮件、网站建设、电子商务软件等内容;第 5 章研究了电子商务的运作方式,分析了传统商务活动和电子商务活动运作模式的异同,对各种电子商务运作方式进行了探讨,涉及传统商务、网络金融、物流等内容;第 6 章主要阐述了电子商务系统的规划与评估问题,涉及电子商务系统的总体设计思想、电子商务系统的构成、电子商务系统的设计、电子商务系统的实现与评估及企业业务重组问题等;第 7 章介绍了电子商务的基本模式,主要涉及 B to B、B to C、B to G、C to C、C to G、G to G 等内容,对各种电子商务模式进行了探讨;第 8 章结合传统营销理论,详细分析了网络营销和传统营销的不同点,对网络营销的基本理论和具体策略与方法进行了探讨,并对传统

营销中的 4P'S 策略和网络营销的 4C'S 策略的结合进行了研究;第 9 章则对一种特殊的电子商务活动——EDI 进行了阐述,介绍了有关 EDI 的组成、EDI 的标准、EDI 的使用及 UN-EDIFACT;第 10 章介绍有关电子商务法律问题,主要分析了法律如何在知识产权保护、电子合同、电子签名、域名和商标保护、专利、隐私、税收、网上广告、信息发布管制等方面的保护;第 11 章是对电子商务与网络生活的关系进行了介绍,从各个方面来分析网络经济的影响。本书的一大特色是汲取了澳大利亚和英国的高职教育经验,增加了案例、网上上机实训和小组讨论等实用性内容;另外,根据各学校的网络使用情况,增加了许多网页页面,让同学们加深对各种网站的认识。我们希望以此使本书的特色更加突出。

本书计划授课为 60 学时左右,各位教师可根据具体的情况进行删减。本书由天津职业大学经济管理系电子商务教研室钟强任主编,天津职业大学的杨国良老师、杨静老师、崔艳松老师、王建老师、天津渤海职业技术学院的苏梅老师、天津职业技术师范学院的彭友老师和天津二轻学校的赵志军老师参加了此书的编写工作。具体的编写分工是:全书由钟强提出编写大纲及全书的最后统稿工作,第 1、2 章由钟强编写,第 3 章由高洋编写,第 4 章由彭友和钟强编写、第 5 章由赵志军编写,第 6 章由苏梅编写,第 7 章由杨静编写,第 8 章由钟强编写,第 9 章由杨国良编写,第 10 章由钟强编写,第 11 章由崔艳松、王建编写。天津职业大学章建新教授对该书进行了审阅,并提出了宝贵意见。同时,要感谢梅绍祖老师给予的指点,是他们的大力支持和帮助才使此书完成。在此一并表示深深的谢意。

电子商务是一门新兴学科,加之编写一本适合高等职业教育的教材更是一次有意义的尝试,难度很大。书中肯定有这样那样的问题和不足,敬请批评指正。

钟 强

LLAMS@EYOU.COM

2002/12/4

序

近代人类社会经历了三次科学技术革命,每一次科技革命的爆发都会带来生产力的
一次大的进步,促使社会经济形态发生变革,产业结构发生重大变化。

最新的一次科技革命始于 20 世纪 40 年代,以核技术、电子计算机和空间通信技术
的发展、成熟为标志,产生了原子弹、人造地球卫星等。尤其是计算机的发展不仅可以解决
数学计算问题,而且作为人的脑力的扩展和肢体的延伸,直接进入了生产过程,代替了人
在生产过程中的检验、调试和控制等,而微机的出现与发展又使这种扩展与延伸普及化。
20 世纪 80 年代以后,第三次科技革命进入第二阶段,网络化发展逐步走向普及,形成了
信息产业和以信息技术为基础的新兴工业群,并极大地推动了社会的现代化进程。

进入 21 世纪以来,第三次科技革命有可能进入又一个新的阶段,这一阶段的一个重
要标志之一就是因特网的应用,有人说 20 世纪最伟大的发明是计算机,计算机最伟大的
发展是因特网,因特网最伟大的应用是电子商务。电子商务的根本性变革在于把商品流、
资金流、技术流、业务流统统反映在信息流上,并由信息流来组织和支配,从而导致增值链
重组,产生革命性的整合,使这一商务过程产业化。发展电子商务关键在于人才,电子商
务需要各种各样的人才,我国的信息技术发展总体上并不落后,但技术的推广速度较慢,
除软、硬件等技术环境的因素外,人才的结构性矛盾较为突出,表现在缺少善于从事技术
推广的职业性人才。本套教材面向高等职业教育,旨在培养从事电子商务等方面工作的
技术应用性人才。

本套教材共 8 册,它们是:

1. 电子商务概论
2. 网络营销
3. 电子商务网站建设实例
4. 数据库技术及其在网络中的应用
5. 计算机网络信息安全保密技术
6. 电子商务网络技术基础
7. 电子商务网站建设与程序设计
8. 网页设计与制作

本套教材力求突出高等职业教育的特色,反映国内外在电子商务应用领域的最新研
究成果,引入国外教学和教材编写的先进思想。在理论上有一定的深度,更注重实际应用
能力的培养;在内容组织上突出从问题出发,引出概念,增强针对性;在写作上突出案例教
学;在内容安排上每本教材都附有大量的实训和习题,以增强应用能力的培养。

本套教材适用于电子商务专业大学专科的高等职业教育学生,也适用于非电子商务专业的其他经济或管理类的大学专科学生。同时,还可用作从事电子商务技术工作或经济管理干部的培训教材或参考书。

高 林

2002 年 12 月于北京

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
1.1 电子商务的含义	1
1.1.1 何谓电子商务	1
1.1.2 电子商务与电子业务	4
1.1.3 电子商务的研究对象	5
1.2 电子商务的分类及层次	6
1.2.1 电子商务分类	6
1.2.2 电子商务的层次	11
1.3 电子商务的功能及特性	13
1.3.1 电子商务的功能	13
1.3.2 电子商务与传统商务比较	15
1.3.3 电子商务的特点	17
1.4 电子商务的基本交易过程和流转方式	18
1.4.1 电子商务的基本交易过程	18
1.4.2 电子商务交易的流转方式	19
1.5 电子商务的影响	20
1.5.1 电子商务对经济的影响	20
1.5.2 电子商务对人们思维方式的影响	22
1.5.3 电子商务对人类工作和生活方式的影响	22
1.6 对电子商务的重新认识	22
1.6.1 电子商务带来的机遇	22
1.6.2 网上市场和网上用户的特点	23
1.6.3 电子商务的缺憾	24
1.6.4 电子商务面临的问题	25
第 2 章 电子商务发展之沿革	29
2.1 电子商务的产生和发展	29
2.2 国外电子商务的现状与发展展望	30
2.2.1 北美地区	30
2.2.2 欧洲电子商务的发展	35

2.2.3	亚洲国家电子商务发展简介	38
2.2.4	国际社会对电子商务发展的关注与努力	40
2.3	中国电子商务发展概况	41
2.3.1	我国电子商务现状	41
2.3.2	我国电子商务的主要特征和存在的主要问题	44
第3章	电子商务的基础环境	47
3.1	Internet	47
3.1.1	Internet 含义	47
3.1.2	Internet 的基本功能	47
3.1.3	Internet 的特点	48
3.1.4	Internet 的基本服务	49
3.1.5	Internet 技术	51
3.2	电子商务安全技术	53
3.2.1	电子商务的安全要求	53
3.2.2	电子商务系统的安全技术	55
3.2.3	CA 认证	57
3.2.4	数字签名及数字凭证	65
3.2.5	防火墙	68
3.2.6	网络的保护方式	71
3.3	电子支付	73
3.3.1	传统支付手段	73
3.3.2	电子支付概念及特征	74
3.3.3	电子支付方式	74
3.3.4	网上银行	78
3.4	域名管理	80
3.4.1	域名的含义	80
3.4.2	域名的结构	80
3.4.3	域名的命名规则	80
3.4.4	域名的注册及使用	81
3.5	数据库技术	81
3.5.1	数据库技术的产生与发展	82
3.5.2	数据库技术基本理论	83
3.5.3	数据库系统的建设	87
3.5.4	数据仓库、联机分析处理和数据挖掘	88
3.5.5	数据库技术与电子商务	90

第 4 章 电子商务基本操作	94
4.1 电子商务系统的软硬件配置	94
4.2 网上信息查询	95
4.2.1 搜索引擎的两种服务方式	95
4.2.2 常用的搜索引擎	96
4.2.3 网上查询技巧	99
4.3 电子邮件	102
4.3.1 电子邮件的工作原理	102
4.3.2 电子邮件的优缺点	103
4.4 网页制作与网站建立	104
4.4.1 网页制作简介	104
4.4.2 网站建立与维护	106
4.5 网上购物	109
4.5.1 身份认证	109
4.5.2 网上购物实例	110
4.6 电子商务软件	115
第 5 章 电子商务运作方式	121
5.1 传统商务运作方式	121
5.2 电子商务的一般方式及运作模式	123
5.2.1 电子商务运作的一般方式及特点	123
5.2.2 电子商务运作模式	126
5.3 网络金融	129
5.3.1 网络金融在电子商务中的作用	129
5.3.2 电子商务中的网络金融服务	130
5.3.3 网络金融业务	131
5.4 电子商务中的物流	136
5.4.1 电子商务中的物流简介	137
5.4.2 新的物流模式	139
5.4.3 电子商务及供应链支持技术的发展	144
5.5 电子商务的信息服务	147
5.6 电子商务与 EDI	149
5.6.1 EDI 的概念及基本思想	149
5.6.2 EDI 的贸易流程及贸易环境	149
5.6.3 电子商务与 EDI 的区别与联系	150
第 6 章 电子商务系统的规划与评估	154
6.1 电子商务总体设计思想	154

6.2	电子商务系统规划	160
6.3	电子商务系统设计与分析	168
6.3.1	电子商务系统的构成	168
6.3.2	电子商务系统的设计	170
6.3.3	电子商务系统的实现	172
6.3.4	电子商务系统的成本—效益分析	175
6.3.5	企业业务重组	175
6.4	电子商务系统的评估	177
第7章	电子商务的基本模式	181
7.1	电子商务市场的组成	181
7.2	B to B	182
7.2.1	B to B 的概念、特点及作用	182
7.2.2	电子商务在企业间所扮演的角色	189
7.2.3	B to B 电子商务交易流程	192
7.2.4	我国 B to B 模式的发展状况及成功 B to B 模式探讨	193
7.3	B to C	195
7.3.1	B to C 的概念及作用	195
7.3.2	B to C 电子商务交易流程	199
7.3.3	中国发展 B to C 电子商务模式所面临的问题	201
7.4	B to G、C to C、C to G、G to G	205
7.4.1	B to G	205
7.4.2	C to C	206
7.4.3	C to G	206
7.4.4	G to G	212
第8章	网络营销	214
8.1	网络市场的特性	214
8.1.1	网络时代的消费行为分析	214
8.1.2	网络市场调研的优势及调研程序	226
8.2	网络营销策划	236
8.2.1	网络营销策划概述	237
8.2.2	网络营销策划的内容	239
8.2.3	网络营销策划的原则	243
8.2.4	网络营销策划的阶段	244
8.2.5	网络营销策划中界定问题的方法	248
8.2.6	明确策划主题的步骤	249
8.3	网上信息传播	249

8.3.1	网络商业信息的传播模式·····	250
8.3.2	网络广告简介·····	252
8.4	网络营销计划·····	259
8.4.1	网络营销计划的主要内容·····	259
8.4.2	网络营销计划制定的步骤·····	259
8.5	网络经营·····	260
8.5.1	网络营销的模式·····	260
8.5.2	网络营销和营销组合·····	261
8.5.3	网上产品定位·····	262
8.5.4	在线品牌建立与保持·····	263
8.5.5	4P'S策略在网络营销中的运用·····	265
8.6	企业站点的建立·····	271
8.6.1	企业建站的意义和优势·····	271
8.6.2	企业网站的形式·····	273
8.6.3	企业站点的组成·····	274
8.6.4	企业网站建设·····	276
8.7	网上商店经营及虚拟企业的发展·····	284
8.7.1	构建网上商店·····	284
8.7.2	网络使企业面临虚拟冲击波·····	286
第9章	EDI 基础 ·····	292
9.1	EDI 的定义和作用·····	292
9.1.1	EDI 的发展·····	292
9.1.2	EDI 的定义·····	293
9.1.3	EDI 的作用·····	293
9.2	EDI 的组成·····	294
9.2.1	EDI 标准·····	294
9.2.2	通信网络系统·····	295
9.2.3	EDI 的软硬件系统·····	296
9.3	EDI 的使用·····	297
9.3.1	EDI 的工作流程·····	297
9.3.2	EDI 的数据交换方式·····	297
9.3.3	EDI 的使用方式·····	300
9.3.4	EDI 中的安全体系·····	301
9.3.5	EDI 的效益分析·····	302
9.4	UN-EDIFACT 简介·····	303
9.4.1	UN-EDIFACT 标准的编制原则·····	303
9.4.2	UN-EDIFACT 的主要内容·····	304

9.4.3	EDI 标准化组织简介	306
9.5	EDI 的应用	307
9.5.1	EDI 在制造业中的应用	308
9.5.2	EDI 在金融部门的应用	308
9.5.3	EDI 在海关的应用	308
9.5.4	EDI 在商业中的应用	309
第 10 章	电子商务法律	313
10.1	电子商务法律环境	313
10.1.1	电子商务立法原则	313
10.1.2	电子商务法律体系	316
10.2	电子商务的电子合同与电子签名问题	317
10.3	电子商务涉及知识产权保护问题与对策	319
10.3.1	域名保护和商标保护	319
10.3.2	专利保护	321
10.3.3	版权保护	321
10.3.4	隐私保护	324
10.4	网上活动的管理	326
10.4.1	网上信息传输的管制	326
10.4.2	税收管制	328
10.4.3	网上广告管制	332
10.4.4	出口管制	335
第 11 章	电子商务与网络生活	337
11.1	电子商务与网络生活的关系	337
11.2	网上通信	337
11.2.1	电子邮件	337
11.2.2	电子公告板	339
11.2.3	在线寻呼	340
11.2.4	WWW 聊天室	340
11.3	网上娱乐	342
11.3.1	网上游戏	342
11.3.2	网上电影、电视	344
11.3.3	网上音乐、广播	344
11.4	网上教育(E-learning)	348
11.4.1	网上学校和网上教室	348
11.4.2	网上图书馆	350
11.4.3	网上书店	351

11.5 网上创收.....	351
11.5.1 网上炒股.....	351
11.5.2 网上商城.....	352
11.5.3 网站建设.....	354
11.5.4 网上咨询.....	357
参考网站	361
参考文献	361