



ELECTRONIC COMMERCE

张 珺 主编

 中国农业出版社

普通高等教育农业部“十二五”规划教材

全国高等农林院校“十二五”规划教材

ELECTRONIC COMMERCE

电子商务

张 珺 主编

常州大学图书馆
藏书章

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务/张珺主编. —北京: 中国农业出版社,
2014. 7

普通高等教育农业部“十二五”规划教材 全国高等
农林院校“十二五”规划教材

ISBN 978-7-109-19394-9

I. ①电… II. ①张… 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 154676 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区麦子店街 18 号楼)

(邮政编码 100125)

策划编辑 何晓燕

文字编辑 李兴旺

北京中兴印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行

2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 21

字数: 500 千字

定价: 39.80 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

内容简介

本书以清晰的语言、鲜活的案例,从管理视角展现给读者一个完整的、系统的电子商务知识框架体系。全书共分为四篇:理论篇、技术篇、管理篇、应用篇,主要包括电子商务的基本概念、基础理论,电子商务应用的基础技术和安全技术知识,电子商务活动中的信息管理、支付管理、物流管理等,电子商务在商业、金融、营销活动中的应用等内容。本书侧重于电子商务的管理与应用层面,全书附有较多的案例、实例和习题,以方便读者学习电子商务课程,培养读者在电子商务的管理与应用方面的能力。

本书可作为高等院校经济类、管理类、人文类、信息类等专业的教材,也是各企事业单位信息技术人员、管理人员提高电子商务理论与应用能力的理想的学习和参考资料。

编写人员

主 编 张 珺

副主编 盛 晏

旷彦昌

参 编(按姓名笔画排序)

王 磊 刘永悦

刘桂艳 郝志瑞

李 薇 杨 奕

周华兰 贾凤菊

唐文源

前 言

随着人类社会进入信息时代,网络技术的飞速发展,商务活动的电子化的优势显著,传统的商务活动正飞速地向电子商务演变。电子商务对全球经济的发展产生了重大的影响,电子商务不仅创建了基于网络的商务,还致力于构建新的产业秩序。电子商务不仅改变了的交易方式、沟通方式,更重要的是,它还改变了人们认识世界的思维方式。电子商务类的课程已成为高校经济管理类各专业的主要课程,其依据的理论基础和实现的技术手段的发展还在不断地完善。

在电子商务的教学过程中,我们深感其涉及的知识面广,难度大,难以生动地透彻讲解,因此本书在编写过程中采用新思路、新体系,参考并吸收了国内外有关教材的部分内容,力求反映先进的电子商务理论和方法,反映电子商务目前的发展现状。电子商务涉及两个主要方面:技术层面和管理层面。本书从管理的视角出发,注重理论与实际相结合,采用大量的实例、案例对电子商务的理论和 method 进行分析和讲解,强调实用性和通用性。本书还配有学习指导,提供网络资源、案例、实践练习、练习题等内容,以方便读者学习,更好地掌握电子商务理论知识与实践技能。

全书共分为四篇:理论篇、技术篇、管理篇、应用篇。理论篇(第一至第四章),主要讲解电子商务相关的基础理论;技术篇(第五至第六章),主要讲解电子商务的技术基础;管理篇(第七至第十二章),系统地讲解电子商务的各类管理活动;应用篇(第十三至第十五章),主要讲解电子商务的应用领域、应用现状和应用前景。

本书由张珺任主编,盛晏、旷彦昌任副主编,其中第一章由湖南农业大学唐文源、旷彦昌编写,第二章由内蒙古农业大学刘桂艳编写,第三章由湖南农业大学盛晏、张珺编写,第四章由唐文源、张珺编写,第五章由内蒙古农业大学贾凤菊编写,第六章由东北农业大学王磊编写,第七章、第十一章由黑龙江八一农垦大学刘永悦编写,第八章由王磊编写,第九章由甘肃农业大学李薇编写,第十章由刘桂艳编写,第十二章由湖南农业大学杨奕、周华兰编写,第十三章由山西农业大学郝志瑞编写,第十四章、第十五章由李薇编写。全书由张珺负责统稿。

本书可作为高等院校经济类、管理类、人文类、信息类等专业的教材，也是各企事业单位信息技术人员、管理人员提高电子商务理论与应用能力的理想的学习和参考资料。

本书在写作过程中，得到了各作者所在院校领导的热情关心和支持；湖南农业大学商学院的领导也做了很多具体工作，在此一并表示感谢。

由于水平有限，错误疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。作者 E-mail: zjstart@163.com。

张 琚

2014 年 6 月于湖南长沙

目 录

前言

理 论 篇

第一章 电子商务概述	2
第一节 电子商务的产生与发展	2
一、电子商务的产生	2
二、电子商务的发展	3
第二节 电子商务的定义及内涵	4
一、电子商务的定义	4
二、电子商务的内涵	6
第三节 电子商务的研究对象	7
第四节 电子商务的功能	8
第五节 电子商务的特点	9
第六节 电子商务的分类	11
一、按照交易完成形式划分	11
二、按照参与电子商务的交易对象划分	11
三、按照电子商务的交易阶段划分	12
四、按照使用网络类型划分	13
五、其他方式	13
第七节 电子商务的交易流程	14
一、商务活动的基本流程	14
二、电子商务的基本流程	14
第八节 电子商务的发展动态	15
一、移动商务的兴起	15
二、博客在电子商务的应用与发展	16
三、微博在电子商务的应用与发展	16
四、微信在电子商务的应用与发展	17
第二章 电子商务的框架与环境	21
第一节 电子商务的框架结构	21
一、电子商务系统的组成结构	21
二、电子商务系统的应用结构	23
三、电子商务系统的模块结构	23
四、电子商务系统的层次结构	24

第二节 电子商务的运作流程	26
一、企业对企业的电子商务的运作流程	26
二、企业对消费者的电子商务的运作流程	28
三、消费者对消费者的电子商务的运作流程	29
第三节 电子商务的基础环境	30
一、电子商务运作的网络环境	30
二、电子商务实施的内部环境	32
三、电子商务发展的外部环境	32
四、电子商务系统的支撑环境	33
第三章 电子商务的商业模式	38
第一节 商业模式及其构成	38
一、商业模式概念的兴起	38
二、商业模式的概念	39
三、商业模式的要素构成	39
四、成功商业模式的特征	40
第二节 电子商务模式	41
一、电子商务模式的重要性	41
二、电子商务模式的概念	42
三、电子商务模式的分类	42
第三节 电子商务的基本模式	43
一、企业对企业的电子商务模式	44
二、企业对消费者的电子商务模式	45
三、消费者对消费者的电子商务模式	48
第四节 电子商务模式的创新	49
一、电子商务模式创新的内涵	49
二、电子商务模式创新的途径	49
三、电子商务的创新模式	50
第四章 电子商务经济学	58
第一节 电子商务对传统经济理论的影响	58
一、电子商务对菲利普斯曲线的影响	58
二、电子商务对经济周期理论的影响	59
三、电子商务对边际效益递减理论的影响	60
四、电子商务对市场定价法则的影响	61
五、电子商务对规模经济理论的影响	61
六、电子商务对资源稀缺理论的影响	62
第二节 电子商务与长尾理论	62
一、长尾理论的产生	62
二、长尾理论的内涵	63
三、长尾理论的贡献	64
第三节 电子商务与新经济	64

一、电子商务的信息经济视角	64
二、电子商务的网络经济视角	65
三、电子商务的交易费用视角	66
四、电子商务的供应链管理视角	67
五、电子商务的规模经济视角	67

技 术 篇

第五章 电子商务的基础技术	74
第一节 网络与通信技术	74
一、计算机网络的产生与发展	74
二、通信技术的发展史	75
第二节 电子数据交换技术	76
一、电子数据交换的产生与含义	76
二、电子数据交换的构成	77
三、电子数据交换系统组成	78
四、电子数据交换服务网中心	79
五、电子数据交换的主要应用	80
第三节 数据库技术	81
一、网络数据库	81
二、数据仓库与数据挖掘	81
第四节 物联网	82
一、物联网概述	82
二、物联网对电子商务发展的作用	83
三、物联网的发展前景	84
第五节 电子商务中的其他技术	84
一、条码技术	84
二、射频识别技术	86
三、云技术	87
四、全球定位系统	89
五、地理信息系统	90
第六节 电子商务平台的开发工具	91
一、电子商务网站的开发工具	91
二、数据库开发工具	92
第六章 电子商务的安全技术	95
第一节 电子商务交易方自身网络安全保障技术	95
一、计算机病毒及其防范技术	95
二、黑客及其防范技术	99
第二节 电子商务数据传输安全技术	104
一、数据加密技术	104

二、密码算法	104
三、对称密码算法	105
四、非对称密码算法	106
五、数字签名	108
第三节 电子商务支付安全技术	110
一、安全套接层 (SSL) 协议技术	110
二、安全电子交易 (SET) 协议	113
第四节 电子商务认证技术	115
一、认证技术	115
二、数字证书	117
三、CA 认证	118
四、公钥基础设施	120

管 理 篇

第七章 电子商务的信息管理	124
第一节 信息管理基础知识	124
一、信息	124
二、信息管理	126
三、电子商务与信息管	128
第二节 电子商务的信息活动	129
一、电子商务交易中的信息活动	129
二、电子商务中的信息行为	129
第三节 电子商务中的商流、物流、资金流与信息流	131
一、商流、物流、资金流和信息流的概念	131
二、商流、物流、资金流和信息流的演变	131
三、电子商务中商流、物流、资金流和信息流的作用	132
四、电子商务中商流、物流、资金流与信息流的相互关系	133
第八章 电子商务的安全管理	136
第一节 电子商务安全的内涵	136
一、电子商务安全的内容	136
二、电子商务安全的基本要求	142
三、电子商务面临的安全问题	143
第二节 电子商务的安全评估与安全策略	144
一、电子商务的安全评估	144
二、电子商务的安全策略	145
三、CA 公司的 eTrust 企业管理安全解决方案	148
第九章 电子商务的支付管理	153
第一节 电子支付概述	153

一、电子货币	153
二、电子支付的产生及定义	157
三、电子支付与传统支付的区别	159
四、电子支付与网络支付的区别	160
五、电子支付主要运作模式及流程	161
六、电子支付系统	162
七、金融通信服务组织——SWIFT	164
第二节 电子支付的主要方式	165
一、银行卡	165
二、电子支票	170
三、电子现金	170
四、电子钱包	172
五、微支付系统	174
六、移动支付方式	175
第三节 第三方支付	178
一、第三方支付概念	178
二、第三方支付的特点	178
三、第三方支付的形式	179
四、第三方支付流程	179
五、第三支付的优缺点	180
六、第三方平台介绍	181
第四节 电子支付面临的问题	182
一、税收问题	182
二、安全问题	183
三、法律问题	183
四、信用问题	184
五、技术标准不统一	184
第十章 电子商务物流管理	187
第一节 现代物流管理概述	187
一、物流的概念	187
二、物流的价值表现	189
三、物流系统及其构成	191
四、物流管理的概念、内容和特征	192
第二节 电子商务与物流	195
一、电子商务物流的概念与特点	195
二、电子商务中物流的地位与作用	196
三、电子商务物流过程	198
四、电子商务下的物流管理	200
五、电子商务下物流的发展机遇	202
第三节 电子商务下的物流模式	202
一、电子商务下的自营物流模式	203

二、第三方物流模式	204
三、物流企业联盟模式	205
四、第四方物流模式	206
五、电子物流模式	207
第四节 电子商务下的物流信息管理	208
一、物流信息的概念	208
二、电子商务物流信息系统	210
三、电子商务物流信息系统的运行管理	212
第十一章 电子商务与供应链管理	217
第一节 供应链与供应链管理	217
一、供应链和供应链管理的产生	217
二、供应链与供应链管理的概念	218
三、供应链的类型	218
四、供应链管理的目标	220
第二节 电子商务环境对供应链管理的影响	221
一、电子商务与供应链管理	221
二、电子商务环境对供应链管理的影响	223
第三节 电子商务环境下的供应链管理方法	225
一、电子商务环境下的采购管理	225
二、电子商务环境下的库存管理	226
三、电子商务环境下的分销管理	229
四、电子商务环境下的供应链信息管理	230
第十二章 电子商务的道德、法律问题	235
第一节 电子商务的道德问题	235
一、电子商务道德问题产生的原因	235
二、电子商务道德问题类型	236
三、网络诈骗的类型和防范	237
四、电子商务的道德原则	238
第二节 电子商务法的概述	239
一、电子商务法的概念	239
二、电子商务法的特点	239
三、电子商务法的立法原则	241
四、电子商务带来的法律问题	242
第三节 国内外电子商务法律与法规	245
一、国际电子商务法律与法规	245
二、国内电子商务法律与法规	247
第四节 电子商务信用体系建设	250
一、电子商务信用缺失的原因	250
二、电子商务信用体系建设的意义	251
三、我国电子商务信用体系建设的现状	251

四、电子商务信用体系建设的建议	252
-----------------------	-----

应 用 篇

第十三章 网络营销	256
第一节 网络营销概述	256
一、网络营销的概念	256
二、网络营销理论的发展	256
三、网络营销环境分析	258
四、网络消费者行为分析	260
第二节 网络营销活动	261
一、网络市场调查	261
二、网络营销策略	263
第三节 网络营销实用方法	266
一、搜索引擎营销	266
二、许可电子邮件营销	267
三、病毒性营销	268
四、博客营销	269
五、其他新型网络营销	270
第四节 网络营销评价	271
一、网络营销评价步骤	271
二、网络营销评价指标体系	271
三、网络营销评价方法	272
第十四章 电子商业及服务	275
第一节 电子商业概述	275
一、电子商业的产生与概念	275
二、电子商业活动的主体和客体	276
三、电子商业体系	277
第二节 电子市场	277
一、电子市场概述	277
二、电子市场类型	278
三、电子市场的功能及特点	279
四、电子市场中的第三方信任机制	280
第三节 门户网站	280
一、门户网站概述	281
二、门户网站类型	281
三、门户网站的特征及其影响	281
四、门户网站发展前景	282
第四节 电子零售	283
一、电子零售概述	283

二、电子零售的基本构成	283
三、电子零售的形成与发展	284
四、电子零售的产品特点	284
第五节 信息服务商	284
一、信息服务商概述	284
二、信息服务商类型	284
三、在线信息服务商的选择	285
第六节 电子拍卖、竞价与谈判	286
一、电子拍卖	286
二、竞价谈判	289
第七节 网上旅游	290
一、旅游业含义与范围	291
二、旅游业与电子商务的适应性特点	291
三、网上旅游的发展	291
四、网上旅游的主体要素	292
五、网上旅游的运作模式	293
六、网上旅游的服务内容	294
第八节 移动电子商务应用	294
一、移动电子商务的发展模式	295
二、移动商务发展的基础	296
三、移动电子商务的应用	297
第十五章 电子金融	301
第一节 网上银行	301
一、网上银行的产生及发展	301
二、网上银行的定义和发展模式	303
三、网上银行的业务流程	305
四、网上银行的功能	305
第二节 电子证券	307
一、电子证券的概念	307
二、电子证券的运行平台和交易的模式	309
三、电子证券的优势	309
第三节 电子保险	310
一、电子保险的概念	310
二、网上保险模式	312
三、电子保险交易的支付流程	312
参考文献	318

理论篇

LILUN PIAN

第一章 电子商务概述

【教学目的与要求】

了解电子商务的产生背景和发展历程；了解并掌握电子商务的定义和内涵；掌握电子商务的内容、功能和特点；了解电子商务的交易过程和分类方法；对电子商务带来的发展动态和方向有一定的认识和思考。

电子商务已经成为当今社会不可或缺的重要经济形式，它正以强大的生命力向人们生活的每一个角落渗透。在计算机和网络技术的支持下，电子商务以其超越时空限制的便捷性和高效性，为人们提供低成本、高个性化的服务，其发展带来了社会经济形势的变革。从全球电子商务发展的形势来看，电子商务必将成为未来世界经济的主流。

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

1. 电子商务的产生是人类社会技术革新与进步的必然规律 电子商务是技术革新和经济发展的必然结果，是人类社会进入信息时代而产生的一种新的先进的商务形式。纵观人类社会的发展历史可以发现，每一次技术的重大变革和进步都会带动人类社会的迅速发展，并产生一种全新的社会经济形式。从人类原始社会到当今现代文明，人们所使用的技术主要经历了以人力时代、机械力时代和电子信息技术时代。从技术革新的角度上来看，可以将人类社会的发展划分为农业时代、工业时代和信息时代。

(1) 农业时代。在农业时代，人类社会发展的技术基础是人力和畜力，人们主要依靠人力劳动和对畜力的利用来开展社会生产。在经济形式上以自给自足的农耕经济为主，商品经济不发达，物资不够丰富，社会发展缓慢。

(2) 工业时代。随着蒸汽机的发明，人类拥有了除了人力和畜力以外的强大动力，那就是机械力。利用蒸汽机作为动力的生产型机器不断被发明并应用于社会商业生产，这些专业型生产机器的出现为大规模的商品生产提供了可能。机器的出现使得人类开始进入规模化生产阶段。产品的规模化和流水线式的生产极大地降低了人们的生产成本。传统的、家庭作坊式的产品生产成本远远高于从工厂生产出来的产品，农业时代自给自足的经济形态逐渐被打破并最终被淘汰，人类开始进入工业时代。

(3) 信息时代。计算机和网络技术的发展，使得人与人之间的信息传递和交流变得简易和迅速。信息获取的便捷性和信息量的爆炸式增长促进了人们的知识和信息的海量增长。人们真正实现了足不出户而知天下事，开始利用计算机通过网络寻找商品生产的相关信息，打