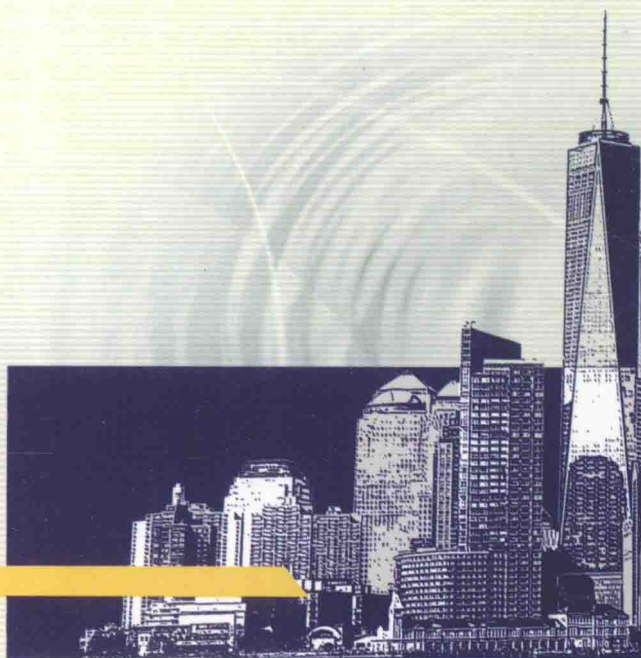


 经济管理类应用型基础课系列规划教材



Electronic Business

电子商务实用教程

主 编◎徐 莹

副主编◎杜轶斐 朱 琳

郭征亚 原白云 葛元月

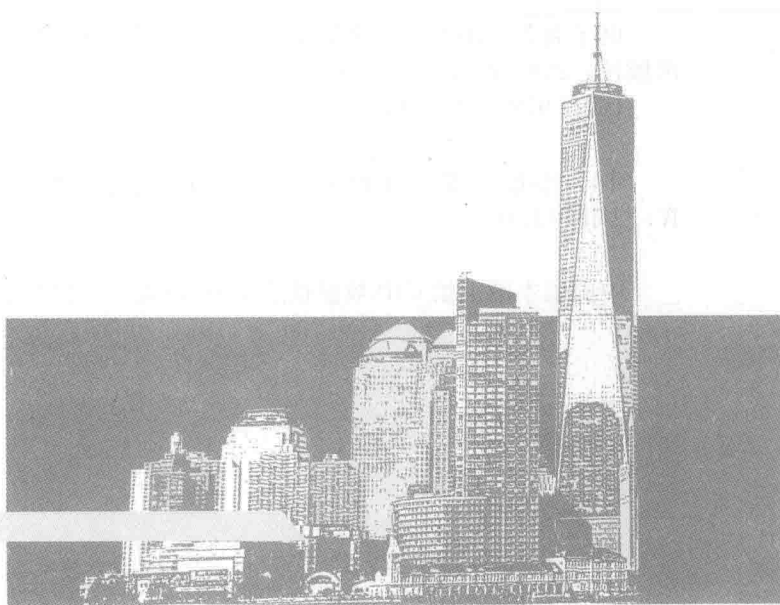
主 审◎司林胜



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

经济管理类应用型基础课系列规划教材



Electronic Business

电子商务实用教程

主 编◎徐 莹

副主编◎杜轶斐 朱 琳

郭征亚 原白云 葛元月

主 审◎司林胜



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实用教程 / 徐莹主编. —杭州: 浙江大学出版社, 2015.9

ISBN 978-7-308-14994-5

I. ①电… II. ①徐… III. ①电子商务—教材
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 186198 号

电子商务实用教程

主 编 徐 莹

副主编 杜轶斐 朱 琳 郭征亚 原白云 葛元月

丛书策划 朱 玲

责任编辑 朱 玲

责任校对 王 波

封面设计 春天书装

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 富阳市育才印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 19.75

字 数 480 千

版 印 次 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-14994-5

定 价 36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcb.s.tmall.com>

前 言

随着信息技术的迅速发展,新型电子商务模式不断涌现,尤其是基于移动的电子商务创新应用层出不穷,它不仅改变着各行各业的经营思想和模式,而且改变着人们的生活、学习和工作方式。正因为如此,电子商务激发了人们对其理论和实践的研究热情。

作为一门交叉学科,电子商务正处在建设和发展过程中,其经营模式和技术手段也在日新月异的变化,电子商务教材的内容也应顺应时代及时更新并具有一定的前瞻性。国内目前的电子商务教材多注重研究性、系统性,能将案例贯穿其中,并加强实践指导的并不多见,这不利于激发学生的创新创业思维。从某种意义上说,当前的社会对于电商人才的需求不仅要求其具备扎实的理论基础和技能,更要求其具备较强的动手实践能力。因此,这就要求我们在设计电子商务课程体系时能从实际应用出发,将案例剖析贯穿其中,并将实践指导融入课程设计,注重启发学生的互联网创新思维。本书更能做到基本理论适度、实际应用性突出,知识面宽、内容新,以满足本科电子商务及相关专业学生知识、能力、素质结构的培养要求。

◆ 目标读者

本书主要针对电子商务、市场营销、国际贸易、工商管理、物流工程、信息管理与信息系统等专业开设电子商务(概论)课程的本科学生;也可作为企事业单位电子商务培训教材,以及从事电子商务相关工作的管理、业务人员的参考书;高职高专相关专业在对书中有关内容酌情删减后也适合使用。

◆ 本书结构

第一章:电子商务概述。本章的主旨在于激发学生的学习兴趣与积极性,通过翔实的数据和时效性极强的案例对电子商务的国内外发展历程、现状,电子商务发展特点与趋势,电子商务概念、体系与功能,电子商务对企业的影响等内容进行了介绍。

第二章:电子商务的基本模式。本章的主旨在于使学生构建对电子商务的整体意识。首先对电子商务不同角度的模式划分进行了简单介绍,接着对最常见的 B2C、B2B 和 C2C 模式进行了详细论述,最后还对新兴的 O2O、C2B、F2C 等模式进行了介绍。本章系统介绍了各种交易模式的概念内涵、运营特点、表现类型、盈利模式、典型案例等内容,可以让学生全面理解各种电子商务业务运作的流程与特点。

第三章:电子商务基础建设。本章的主旨在于使学生对电子商务的技术基础有基本的掌握,并能对未来电子商务技术的发展趋势有所把握。除了对互联网关键技术基础理论和电子商务网站开发设计技术基础进行讲解以外,本章更注重当前新兴前沿技术的引导,包括智能检索技术、个性化推荐技术、App 开发技术及云计算技术等。

第四章:电子支付及互联网金融。电子商务的发展与金融创新有着相互促进的作用,本章旨在使学生了解网络支付的不同模式并对互联网金融创新趋势有所把握。本章从电子支付与传统支付的异同入手,分别介绍了常用的电子现金、电子支票、智能卡和银行卡等支付工具,又对国内外常用的第三方支付平台进行了介绍,其中包括最新基于移动技术的微信支付、支付宝钱包等,最后,介绍了互联网金融的相关理论及发展前景。

第五章:电子商务中的安全问题。电子商务安全是保障电子商务健康、长远发展的前提,其中不仅涉及技术环节,还涉及信用管理环节。本章从电子商务安全的基本要求入手,用案例分析法对支付安全、网络欺诈、信息泄露等威胁进行了生动描述,最后,从技术和管理两个方面对如何加强电子商务安全防范进行了系统论述。

第六章:网络营销。营销的创新从一定程度上决定了电子商务的绩效,因此,网络营销是电子商务流程中的重要一环。本章除了介绍传统的企业网站、网络广告、搜索引擎、电子邮件营销以外,还重点介绍了最新的网络营销工具与方法,包括 Web 2.0 营销、微营销和粉丝营销等。除此之外,还对网络营销文案设计方法进行了讲解,以方便学生的实际操作。

第七章:移动电子商务。移动电子商务被业内公认为最有前景和潜力的电子商务发展方向,本章从移动电子商务概念和基本技术架构入手,介绍了传统的移动电商模式,包括移动信息、移动营销、移动办公、移动支付、移动娱乐等,又重点讲解了当前新型的移动电子商务模式,包括基于 LBS 的 O2O 模式和 App 商用

模式等。

第八章:电子商务下的物流及供应链管理。物流行业也是受电子商务影响颇大的行业之一,本章就电子商务和物流的相互影响进行了论述,并对电子商务环境下新兴物流技术及供应链管理策略进行了介绍。

第九章:电子商务法。本章旨在提升学生电子商务法律意识,较系统地介绍了市场准入问题、电子合同及认证问题、电子支付问题、网络税收问题等相关法律知识。

◆ 本书特点

本书是一本时效性非常强,讲述电子商务中商务问题和技术问题的教科书,但我们既不是避开技术谈商务,也不是通篇陷入技术细节之中。电子商务的教学如果单纯进行理论讲授而没有案例及实践指导环节的引入,是无法让学习者深入理解和认识电子商务的。因此,在编写过程中,我们力图做到电子商务与技术、理论与实务的有机结合,注重通过案例对学生创新创业精神的激发和业务技能的训练,书中案例选择力求“新颖”、“经典”、“真实”。书中案例分三个层次:全程经典案例,通过完整阐述电子商务企业发展的全过程,使学生对电子商务运营有全面了解;知识点引申案例,通过用案例的形式对章内知识点进行讲解,可以加深学生对知识点的理解;章后引申案例,电子商务发展日新月异,仅靠课内的讲授是远远不够的,通过引申阅读资料,可以引导学生开展课外学习实践。总之,通过电子商务案例学习,可以启发学生从中探究、领悟出一些有关电子商务创新创业和电子商务企业经营管理的某些规律性的东西,以培养、激发学生的创新创业精神与能力,这也是本书的独到之处。

此外,本书内容新颖,体系完整,编写过程中融入了大量与课程相关的本学科的最新理论研究成果和实践成果,各章节主体讲授内容更加系统,观点更加科学,全书叙述语言力求精练、准确。

◆ 编写分工与致谢

本书由徐莹博士(宁波大红鹰学院)主编,负责设计全书的篇章架构、编写详细大纲以及全书总纂定稿。杜轶斐(郑州大学西亚斯国际学院)、朱琳(郑州大学西亚斯国际学院)、郭征亚(郑州大学西亚斯国际学院)、原白云(河南理工大学)、葛元月(郑州轻工业学院轻工职业学院)为副主编,分别承担相关章节的编写工作。

本书由河南省教育厅学术技术带头人、经济学博士、电子商务专家,原河南财经政法大学副校长司林胜教授担任主审,并对编写工作予以指导。各章具体分工如下:前言由徐莹编写,第1、2章由杜轶斐编写,第3章第1、2节由徐莹编写,第3节由朱琳编写,第4章由朱琳编写,第5章由原白云编写,第6章由郭征亚编写,第7章由葛元月、徐莹编写,第8章由原白云编写,第9章由郭征亚编写。

在本书编写过程中,还得到了国务院特殊津贴享受者、博士生导师、原河南科技大学、河南工业大学、郑州大学西亚国际学院校长董企铭教授的无私指导与鼎力帮助。

本书参考了大量国内外同行的著作与文献,每章引用的案例以及参考资料,在文中均标注了资料来源,或以参考文献的方式在书中列出,在此也向诸位作者表示敬意和感谢!

本书出版过程中,还得到了浙江大学出版社编辑老师及相关工作人员的大力帮助、支持,在此一并致以诚挚的谢意!

由于电子商务的发展极为迅速,新的理论和技术还在不断涌现,因此,本书在教学使用过程中还可能会出现一些未预料到的问题和缺陷,欢迎业内专家、专业教师和广大读者提供宝贵意见,无论是赞扬的还是批评的,都可以通过 E-mail 与我们联系:mashaying@163.com。

编 者

2015年8月

目 录

第一章 电子商务概述	1
【学习目标】	1
【引例】	1
第一节 电子商务的产生与发展	1
一、电子商务的产生背景	2
二、电子商务的发展历程	3
三、国内外电子商务应用概况	4
第二节 电子商务的内涵	6
一、电子商务的定义	7
二、电子商务与其他学科的关系	10
第三节 电子商务的分类	10
一、按交易对象分类	10
二、按地理范围分类	12
三、按商务活动内容分类	13
四、按电子商务使用网络类型分类	13
第四节 电子商务的功能和特点	14
一、电子商务的主要功能	14
二、电子商务的应用特点	15
第五节 开展电子商务的意义	17
一、电子商务对传统企业的影响	17
二、企业开展电子商务的意义	22
【本章小结】	24
【问题讨论】	25
【案例分析】	25
【扩展阅读】	26
第二章 电子商务的基本模式	28
【学习目标】	28

【引例】	28
第一节 电子商务模式概念	29
第二节 B2B 电子商务	29
一、B2B 电子商务概念与特点	30
二、B2B 电子商务模式分类	32
三、B2B 电子商务交易流程与盈利模式	34
四、中国典型的 B2B 网站	35
第三节 B2C 电子商务	40
一、B2C 电子商务概念与特点	41
二、B2C 电子商务经营模式	42
三、B2C 电子商务交易流程与盈利模式	44
四、B2C 电子商务典型案例分析——当当网	46
第四节 C2C 电子商务	50
一、C2C 电子商务概念与特点	51
二、C2C 电子商务应用模式	52
三、C2C 电子商务交易流程与盈利模式	53
四、国内主要 C2C 电子商务平台对比	55
第五节 新型的电子商务模式	57
一、O2O 电子商务模式	57
二、C2B 电子商务模式	58
三、F2C 电子商务模式	59
【本章小结】	59
【问题讨论】	60
【扩展阅读】	60
第三章 电子商务基础建设	62
【学习目标】	62
【引例】	62
第一节 互联网技术基础	64
一、互联网概述	64
二、互联网关键技术概述	68
三、互联网在未来生活中的应用	73
第二节 电子商务网站规划与建设	74
一、建立网站系统方法概述	74
二、系统开发生命周期法	75

三、优化网站性能和建立网站预算	80
第三节 新兴电子商务技术	81
一、智能搜索技术	81
二、个性化推荐技术	83
三、App 开发技术	85
四、云计算技术	90
【本章小结】	93
【问题讨论】	94
【扩展阅读】	94
第四章 电子支付及互联网金融	97
【学习目标】	97
【引例】	97
第一节 电子支付概述	100
一、传统支付方式	101
二、电子支付的兴起和发展	102
第二节 电子支付工具	105
一、电子现金	105
二、电子支票	108
三、智能卡	109
四、银行卡	111
第三节 互联网第三方平台支付	112
一、第三方支付概述	113
二、第三方支付在我国现状和发展特点	115
三、中国代表性第三方支付平台案例分析	118
四、第三方支付的发展趋势	122
第四节 互联网金融	122
一、互联网金融概述	122
二、国内互联网金融发展现状	124
三、互联网金融的发展前景	130
四、互联网金融发展的问题	131
五、互联网金融发展的建议	134
【本章小结】	135
【问题讨论】	135
【扩展阅读】	136

第五章 电子商务中的安全问题	139
【学习目标】	139
【引例】	139
第一节 电子商务安全概述	140
一、电子商务安全的内涵	140
二、电子商务安全的重要性	143
三、电子商务安全的现状	144
四、电子商务安全的基本要求	147
第二节 电子商务面临的安全威胁	149
一、网络支付中的安全威胁	149
二、信息泄露的威胁	153
三、网络欺诈的威胁	155
第三节 电子商务中常用的安全技术	157
一、加密技术	157
二、认证技术	160
三、防火墙技术	163
四、电子商务安全协议	165
第四节 电子商务的安全管理	167
一、电子商务安全管理体系	168
二、电子商务系统的安全评估	170
三、电子商务中安全风险的管理	172
四、电子商务信用管理	174
【本章小结】	178
【问题讨论】	178
【案例分析】	178
【扩展阅读】	180
第六章 网络营销	182
【学习目标】	182
【引例】	182
第一节 网络营销	186
一、营销与网络营销相关概念	186
二、网络用户消费行为	191
第二节 网络营销的常用工具与方法	195

一、企业网站	195
二、网络广告	196
三、搜索引擎营销	197
四、电子邮件营销	199
五、Web 2.0 营销	202
六、微营销	203
七、粉丝营销	207
第三节 网络营销文案设计	210
一、网络营销文案分类	211
二、策划要点	211
【本章小结】	212
【问题讨论】	213
【案例分析】	213
【扩展阅读】	214
第七章 移动电子商务	216
【学习目标】	216
【引例】	216
第一节 移动电子商务概述	216
一、移动电子商务的产生与发展	217
二、移动电子商务的定义	218
三、移动电子商务的构架与特点	219
第二节 移动电子商务技术基础	221
一、无线通信技术	221
二、移动通信技术	223
三、移动 IP 技术	225
第三节 移动电子商务主要应用模式	227
一、移动信息	227
二、移动营销	229
三、移动支付	230
四、移动办公	232
五、移动娱乐	233
第四节 新型移动电子商务应用模式	234
一、基于 LBS 的 O2O 模式	234
二、App 商用模式	235

【本章小结】	236
【问题讨论】	237
【扩展阅读】	237
第八章 电子商务下的物流及供应链管理	240
【学习目标】	240
【引例】	240
第一节 电子商务物流概述	241
一、电子商务物流的概念	241
二、物流在电子商务中的作用	242
三、电子商务物流的新特征	244
第二节 电子商务物流配送系统	247
一、电子商务物流配送中心概述	247
二、电商自营物流配送系统	252
三、第三方物流配送系统	255
第三节 电子商务物流技术应用	260
一、条码技术	260
二、RFID技术	262
三、二维码技术	263
四、GPS技术	263
第四节 电子商务与供应链管理	267
一、电子商务对供应链的影响	267
二、电子商务下供应链管理策略	268
【本章小结】	269
【问题讨论】	269
【案例分析】	270
【扩展阅读】	271
第九章 电子商务法	274
【学习目标】	274
【引例】	274
第一节 电子商务法概述	276
一、电子商务法的概念	276
二、电子商务法的特征	276
三、电子商务法的调整对象	278

第二节 电子商务法的法律问题	278
一、在线交易主体及市场准入问题	279
二、电子合同问题	279
三、电子签名与认证问题	279
四、网上电子支付问题	280
五、在线不正当竞争与网上无形财产保护问题	280
六、网上个人隐私保护问题	281
七、网上税收问题	281
第三节 电子商务相关法律法规	281
一、电子合同法	281
二、电子签名法	285
三、电子商务税收法	288
四、网上知识产权法	291
第四节 网络消费者的权利和网络经营者的义务	292
一、网络消费者的权利	292
二、电子商务经营者的义务	294
【本章小结】	296
【问题讨论】	296
【案例分析】	296
【扩展阅读】	297
参考文献	300

第一章 电子商务概述

◆ 学习目标

- 了解电子商务的产生与发展;
- 掌握电子商务的基本概念;
- 熟悉电子商务的分类体系、功能和特点;
- 熟悉电子商务与其他学科的关系,以及电子商务与传统商务的区别;
- 了解企业开展电子商务的意义。

◆ 引例

天猫的“双十一”购物狂欢节

2014 天猫“双十一”购物狂欢节开场仅 75 秒,阿里巴巴移动端成交额就突破了 1 亿元,刷新移动网购成交额破亿的最短时间世界纪录! 3 分钟,支付宝交易额突破 10 亿元。这个数字,2013 年耗时 6 分 7 秒。5 分 17 秒,天猫“双十一”购物狂欢节总成交额超 20 亿元。14 分 2 秒,天猫“双十一”购物狂欢节总成交额超 50 亿元。38 分钟 28 秒,交易额冲到了 100 亿元,其中无线占比 45.5%。60 分钟,2014 天猫“双十一”购物狂欢节总成交额超 122 亿元。据统计,“双十一”全天天猫总成交额为 571 亿元,其中移动端交易额达到 243 亿元,物流订单 2.78 亿。新的网上零售交易纪录诞生。除此之外,从 2009 年到 2014 年,“双十一”已经从天猫扩散到全电商平台,从国内扩展到全球,逐渐从单一的电商营销日,变为全球消费者的购物狂欢节。

2014 年 10 月 29 日,李克强总理在国务院常务会议上谈到即将到来的 2014“双十一”购物时,还以此强调要培育新业态、新产业及新消费热点。他表示:“电子商务发展造就的‘光棍节’掀起了网络购物热潮,是消费增长的一大亮点。网络购物对于快递等上下游行业都有很强的带动作用。有关部门要考虑怎么通过信息基础支撑、物流便利化等方面创造条件,推动网络购物的发展。”目前,以网络购物为代表的电子商务行业已经成为刺激国内消费水平提升的重点领域,值得我们进行深入研究。

(资料来源:联商网,<http://www.linkshop.com.cn>;《天津经济》2014 年第 12 期)

第一节 电子商务的产生与发展

电子商务作为现代商业的基本模式,无论是对跨国交易还是地区买卖,政府采购还是民

间往来都发挥着举足轻重的作用。随着通信、信息技术和互联网的发展,现代商业在供货能力、客户需求和全球竞争力上的实力不断增强,企业必须及时调整自己的组织结构和运行方式来适应新的变化趋势,电子商务正是在这时候出现并逐步发展起来的。

一、电子商务的产生背景

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代,它的出现依托于计算机应用的普及和互联网技术的发展,是经济全球化、社会信息化变革的重要产物,也是商务应用需求驱动的必然结果。

(一)计算机和信息技术的发展是电子商务产生的外部支撑

电子商务的产生与信息技术的演变密切相关。从 1946 年第一台计算机的诞生到现在,计算机硬件的更新就从未停止过前进的步伐。几十年间,其处理能力成倍增加,价格逐步走低。特别是在微型计算机出现和普及之后,计算机的应用更是深入到社会与生活的各个领域,发挥着越来越重要的作用。据统计,2014 年,中国计算机平均普及率已经达到 55%(其中城市 81%,农村 29%)。同样,在美国,70%的工作都与计算机息息相关。计算机的高速发展为电子商务的应用奠定了基础。

此外,EDI、Internet、Web 和 Java 等技术的兴起也对电子商务的发展起着举足轻重的作用。电子数据交换(Electronic Data Interchange,EDI)产生于 20 世纪 60 年代的美国。作为电子商务的先驱,它的出现改变了传统的贸易作业方式,使贸易伙伴之间可以通过计算机来实现数据的自动交换。但基于安全考虑,传统的 EDI 服务需要通过增值网(Value-Added Network,VAN)得以实现,昂贵的租用成本让很多中小型企业及组织机构望而却步。直到 20 世纪 80 年代初,TCP/IP 协议族在 ARPANET(阿帕网)全面实现后,人们才开始考虑借用低成本的 Internet 作为 EDI 的硬件载体。

Internet 的兴起打破了时空的限制,把分布在世界各地的信息网络和数据资源进行了有效的整合。基于覆盖面广、费用低廉、便捷高效等特点,Internet 逐步发展成为全球通信与交易的新媒体。特别是 1995 年,Internet 主干网转由企业支持,实现商业化运营后,越来越多的中小企业开始慢慢加入到电子商务的行列中来。进入 20 世纪 90 年代,随着 Web 的诞生和 Java 的问世,Internet 和网络计算机的发展又被向前推进了一大步,且全球用户呈几何级数增长。以中国互联网络信息中心(CNNIC)在 2015 年 2 月 3 日发布的《第 35 次中国互联网络发展状况统计报告》为依据,我们可以清楚地看到:截至 2014 年 12 月,我国网民规模达 6.49 亿,是美国网民规模的 4 倍,Internet 普及率也增长到 47.9%。具体如图 1-1 所示。Internet 的发展,为电子商务提供了最基本的应用条件,见证着全民网络时代的到来。

(二)全球经济发展是电子商务产生的内在动力

经济的全球化加剧了区域合作和市场竞争,为电子商务的发展提供了机遇。随着信息技术的进步和 Internet 的发展,客户获知企业产品信息的能力大大提高,产品需求的个性化也使市场逐步摆脱了“生产什么,就销售什么”的理念,向着更宽、更广的方向发展。

20 世纪 80 年代后期,各种国际经济与贸易联盟层出不穷,如北美自由贸易区



图 1-1 中国网民增长情况及互联网普及率

(资料来源: <http://www.cnnic.net.cn>)

(NAFTA)、欧盟(EU)和中国-东盟自由贸易区(CAFTA)等。这些区域经济的一体化加深了各国之间的贸易往来,并对交易通道的高效性、便捷性和全球性提出了更高的要求。在这种新形势的驱动下,以往只适用于国内市场的商务模式已无法满足国际贸易活动的需求。为此,一种新兴的、以 Internet 为基础的、无所不包的网络市场应运而生。网络计算机与电子商务的结合也开始逐步取代原始的商业形式成为市场主导。

二、电子商务的发展历程

基于不同的网络环境,电子商务的发展经历了由 EDI 向 Internet 的转换。然而,信息技术的发展是无法停滞的,其不同领域内的应用和扩张导致了 E 概念电子商务的形成。其相应的三个阶段及其特点如表 1-1 所示。

表 1-1 电子商务的三个阶段及其特点

EDI 发展阶段	Internet 发展阶段	E 概念电子商务发展阶段
格式固定 灵活性低 供应固化 成本昂贵	开放标准 灵活性高 成本较低 跨地域	开放标准 灵活性高 跨领域界限 实施模式多样化

(一)第一阶段:基于 EDI 的电子商务(20 世纪 60 年代)

20 世纪 60 年代,在网络出现之前,企业层面的电子商务都是通过 EDI(电子数据交换)来实现的。

EDI 被人们称为“无纸化贸易”。随着个人计算机和企业间专用网络的发展,EDI 作为电子商务应用的雏形开始出现在各类交易当中。它以一种业界认可的标准将业务文件从一台计算机传输到另一台计算机,极大地提高了交易的处理速度和正确率。然而,EDI 高效的背后却隐藏着巨大的成本消耗。首先,EDI 需要使用专用的网络与设备,租用费用相对较高,且相应的人才储备较少。其次,EDI 依赖于分布式软件,这种软件既昂贵又复杂,给参与