

电子商务

天津市第一商业学校物流服务与管理专业教材编写组 编

DIANZI SHANGWU

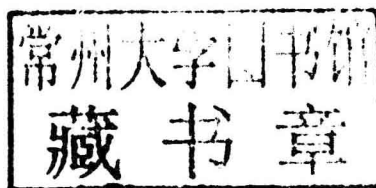


海洋出版社

电子商务

天津市第一商业学校物流服务与管理专业教材编写组 编

DIANZI SHANGWU



海洋出版社

2013年·北京

内 容 简 介

电子商务是当前理论研究、企业实践的热点,也是中等职业学校的热门专业。“电子商务”课程是电子商务、市场营销、物流服务与管理等专业的必修课程,也是核心课程。本书是为了适应教学改革的迫切需要而编写的理论实训一体化教材。

全书共8个单元,分别为:电子商务概述、电子商务网络技术、电子商务安全技术、电子商务网站建设、电子银行与支付、企业电子商务应用、电子商务网络营销和电子商务成功案例分析。

本书从易教易学的目标出发,采用单元提要+学习目标+认知活动+必备知识+技能训练+巩固与提高的全新教学模式,将理论与实践有机结合起来,充分体现了学以致用用的教学思想。

适用范围:

- 中等职业院校电子商务、市场营销、物流服务与管理等专业学生学习用书
- 电子商务领域相关岗位培训教材

图书在版编目(CIP)数据

电子商务/天津市第一商业学校物流服务与管理专业教材编写组编. —北京:海洋出版社, 2013.5

ISBN 978-7-5027-8542-0

I. ①电… II. ①天… III. ①电子商务—中等专业学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 083092 号

总 策 划:吕允英

责任编辑:张鹤凌

责任校对:肖新民

责任印制:赵麟苏

排 版:海洋计算机图书输出中心 晓阳

出版发行:海洋出版社

地 址:北京市海淀区大慧寺路8号(716房间)

100081

技术支持:(010) 62100059

发 行 部:(010) 62174379(传真)(010) 62132549

(010) 68038093(邮购)(010) 62100077

网 址:www.oceanpress.com.cn

承 印:北京科印技术咨询服务公司

版 次:2013年5月第1版

2013年5月第1次印刷

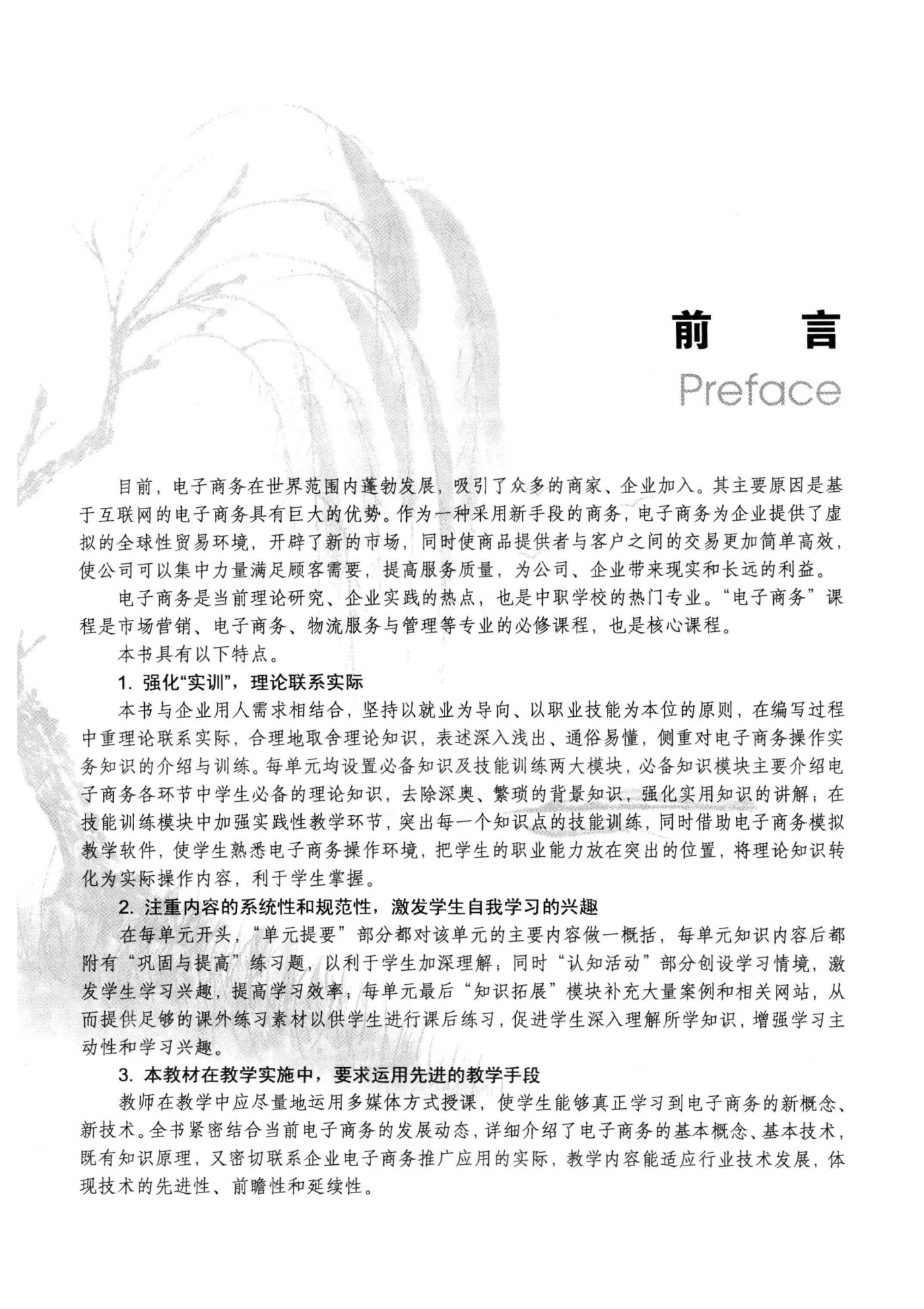
开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:11.625

字 数:260千字

定 价:25.00元

本书如有印、装质量问题可与发行部调换



前 言

Preface

目前,电子商务在世界范围内蓬勃发展,吸引了众多的商家、企业加入。其主要原因是基于互联网的电子商务具有巨大的优势。作为一种采用新手段的商务,电子商务为企业提供了虚拟的全球性贸易环境,开辟了新的市场,同时使商品提供者与客户之间的交易更加简单高效,使公司可以集中力量满足顾客需要,提高服务质量,为公司、企业带来现实和长远的利益。

电子商务是当前理论研究、企业实践的热点,也是中职学校的热门专业。“电子商务”课程是市场营销、电子商务、物流服务与管理等专业的必修课程,也是核心课程。

本书具有以下特点。

1. 强化“实训”,理论联系实际

本书与企业用人需求相结合,坚持以就业为导向、以职业技能为本位的原则,在编写过程中重理论联系实际,合理地取舍理论知识,表述深入浅出、通俗易懂,侧重对电子商务操作实务知识的介绍与训练。每单元均设置必备知识及技能训练两大模块,必备知识模块主要介绍电子商务各环节中学生必备的理论知识,去除深奥、繁琐的背景知识,强化实用知识的讲解;在技能训练模块中加强实践性教学环节,突出每一个知识点的技能训练,同时借助电子商务模拟教学软件,使学生熟悉电子商务操作环境,把学生的职业能力放在突出的位置,将理论知识转化为实际操作内容,利于学生掌握。

2. 注重内容的系统性和规范性,激发学生自我学习的兴趣

在每单元开头,“单元提要”部分都对该单元的主要内容做一概括,每单元知识内容后都附有“巩固与提高”练习题,以利于学生加深理解;同时“认知活动”部分创设学习情境,激发学生学习兴趣,提高学习效率;每单元最后“知识拓展”模块补充大量案例和相关网站,从而提供足够的课外练习素材以供学生进行课后练习,促进学生深入理解所学知识,增强学习主动性和学习兴趣。

3. 本教材在教学实施中,要求运用先进的教学手段

教师在教学中应尽量地运用多媒体方式授课,使学生能够真正学习到电子商务的新概念、新技术。全书紧密结合当前电子商务的发展动态,详细介绍了电子商务的基本概念、基本技术,既有知识原理,又密切联系企业电子商务推广应用的实际,教学内容能适应行业技术发展,体现技术的先进性、前瞻性和延续性。

同时，本书紧密结合职业院校学生特点，教学内容以就业为导向，将学生日后就业可能遇到的问题融入教学内容中，提高教育与培训的针对性和适应性，突出“做中学，学中做”的教学理念。

4. 打破传统学科体系框架，采用模块化进行整合

本书分为 8 个单元，各个单元知识点和能力点相对独立，从理论教学到指导实践，先进行必要知识的讲授，再进行实训，有利于教师根据实际情况“取我所需”，有利于学生“学我所用”；实训模块中“训练要求与建议”、“考核与评价建议”可以帮助教师开展教学活动；大量案例也增强了教材的可读性。

5. 体现“新颖”和“独特”，突出多层运用

本书结合目前电子商务领域的热点技术，突出中职学校特点，符合电子商务领域、物流配送领域、网络营销领域、信息管理领域等专业人士需要，填补了以上领域的交叉空白点。

本教材建议 72 学时，学时分配见表 0-1（供参考）。

表 0-1 学时分配建议表

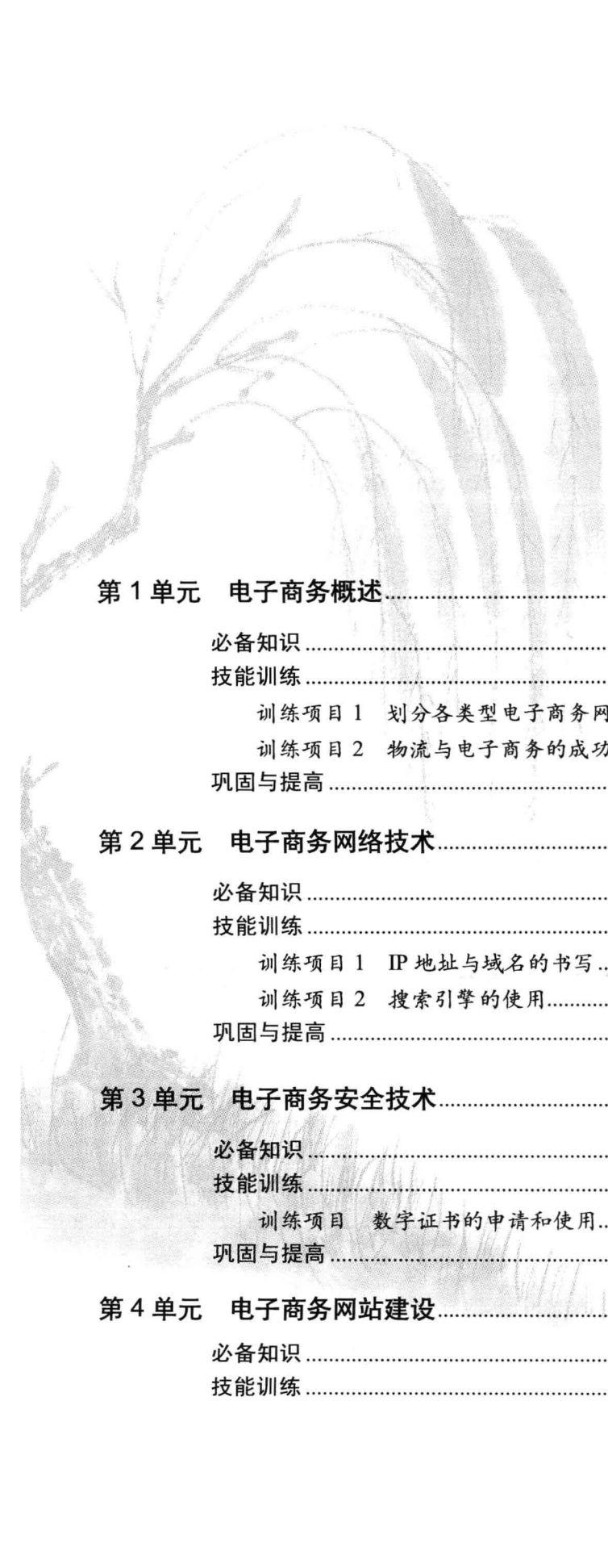
单元序号	课程内容	理论学时	实训学时	合 计
1	电子商务概述	4	2	6
2	电子商务网络技术	4	2	6
3	电子商务安全技术	4	2	6
4	电子商务网站建设	6	6	12
5	电子银行与支付	4	8	12
6	企业电子商务应用	6	4	10
7	电子商务网络营销	10	4	14
8	电子商务成功案例分析	2	2	4
机 动		2	—	2
总 计		42	30	72

参加本教材编写的有陈东（第 2、4、6、7、8 单元）、王儒旭（第 3、5 单元）和施新颖（第 1 单元），由原帅、王宝童、刘妍、董媛媛加工整理图表，崔利群、赵晶、谢群英提供案例参考资料。陈东主编并负责全书统稿。

本书由王琬女士主审，她对书稿提出了很多宝贵意见，在此表示衷心感谢。

本书在编写过程中，参阅、借鉴、引用了大量电子商务、物流配送、网络营销等方面的书刊资料和业界的研究成果，浏览了许多相关网站，但由于编写时间仓促，参考文献中不能一一列举，在此一并致谢。由于编者水平有限，书中难免有疏漏和不足之处，恳请专家、同行和读者予以批评指正。

编 者
2013 年 5 月



目 录

Contents

第 1 单元 电子商务概述.....	1
必备知识	2
技能训练	8
训练项目 1 划分各类型电子商务网站.....	8
训练项目 2 物流与电子商务的成功案例分析.....	9
巩固与提高	11
第 2 单元 电子商务网络技术.....	13
必备知识	14
技能训练	23
训练项目 1 IP 地址与域名的书写	23
训练项目 2 搜索引擎的使用.....	26
巩固与提高	31
第 3 单元 电子商务安全技术.....	32
必备知识	33
技能训练	45
训练项目 数字证书的申请和使用.....	45
巩固与提高	52
第 4 单元 电子商务网站建设.....	57
必备知识	57
技能训练	63

训练项目 1 利用 FrontPage 建立网页框架	63
训练项目 2 网页框架的内容填充	67
训练项目 3 建立企业网站	69
巩固与提高	72
第 5 单元 电子银行与支付	82
必备知识	83
技能训练	90
训练项目 在淘宝网上进行购物	90
巩固与提高	102
第 6 单元 企业电子商务应用	105
必备知识	106
技能训练	123
训练项目 1 电子商务下的企业办公自动化	123
训练项目 2 网上交易、网上结算和网上物流的实际操作	126
巩固与提高	128
第 7 单元 电子商务网络营销	135
必备知识	136
技能训练	143
训练项目 1 电子邮件的使用	143
训练项目 2 搜索引擎营销	146
训练项目 3 网络广告的发布	149
训练项目 4 网络营销调研	152
巩固与提高	156
第 8 单元 电子商务成功案例分析	161
必备知识	161
技能训练	174
训练项目 1 域名书写规则、网页设计、网络安全训练	174
训练项目 2 网络信息收集	176
训练项目 3 电子商务实施方案撰写	178
参考文献	180

第 1 单元

电子商务概述

单元提要

兴起于 20 世纪 90 年代的电子商务是一种崭新的企业经营方式,被认为是(互联网)第二次革命,而且将成为 21 世纪人类信息经济的核心。电子商务不仅改变人们的购物方式,还将影响到社会的传统观念、生产方式、管理模式,并对政府职能、法律制度以及文化教育产生巨大的冲击与影响。本单元从介绍电子商务的概念入手,分析了电子商务的分类、特点和发展历史,探讨了电子商务对社会、政府、企业和个人的影响,明确电子商务与其他经济体之间的关系。

学习目标

【知识目标】

- 了解电子商务与物流发展状况和关系。
- 掌握不同类型电子商务网站,以及电子商务、物流的含义和分类。

【能力目标】

- 能够认识并区分不同类型的电子商务网站,提高学生网络意识。

认知活动

电子商务是国民经济和社会信息化的重要组成部分。发展电子商务是以信息化带动工业化,转变经济增长方式,提高国民经济运行质量和效率,走新型工业化道路的重要举措,对实现全面建设小康社会的宏伟目标具有十分重要的意义。读者可以浏览自己感兴趣的网站,如淘宝网、卓越网、钢材采购网等,并着重研读各网站中新手上路部分,初步体会它们的不同之处。

必备知识

一、电子商务基本概念

（一）国外相关组织、学术团体对电子商务概念的描述

欧洲议会给出的关于“电子商务”的定义是：电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据，包括文本、声音和图像。

1997 年克林顿政府在其发表的《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出：“电子商务是指通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付、服务等活动，全球电子商务将涉及全球各国。”

联合国经济合作和发展组织(Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD)是较早对电子商务进行系统研究的机构。它将电子商务定义为：电子商务是利用电子化手段从事的商业活动。

世界贸易组织电子商务专题报告中定义，电子商务就是通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通活动，它不仅指基于互联网上的交易，而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动。

（二）我国对电子商务概念的表述

广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务或活动。这些工具包括从初级的电报、电话、广播、电视、传真到计算机、计算机网络，到 NII（国家信息基础结构—信息高速公路）、GII（全球信息基础结构）和互联网等现代系统。

狭义电子商务定义为，主要利用互联网从事商务或活动。

本书所涉及电子商务含义均以我国所下的定义为标准。

二、电子商务的分类

（一）按参加主体划分

按电子商务参加主体来划分，可以分为企业与消费者间的电子商务、企业与企业间的电子商务、企业与政府间的电子商务以及企业内部电子商务这四类。

1. 企业与消费者之间电子商务

企业与消费者之间的电子商务就是人们常说的 B2C (Business-to-Consumer)，是通过网上商店实现网上在线商品零售和为消费者提供所需服务的商务活动。这是大众最为熟悉的一类电子商务，如图 1-1 所示的亚马逊图书首页所从事的活动等就属于这一类。

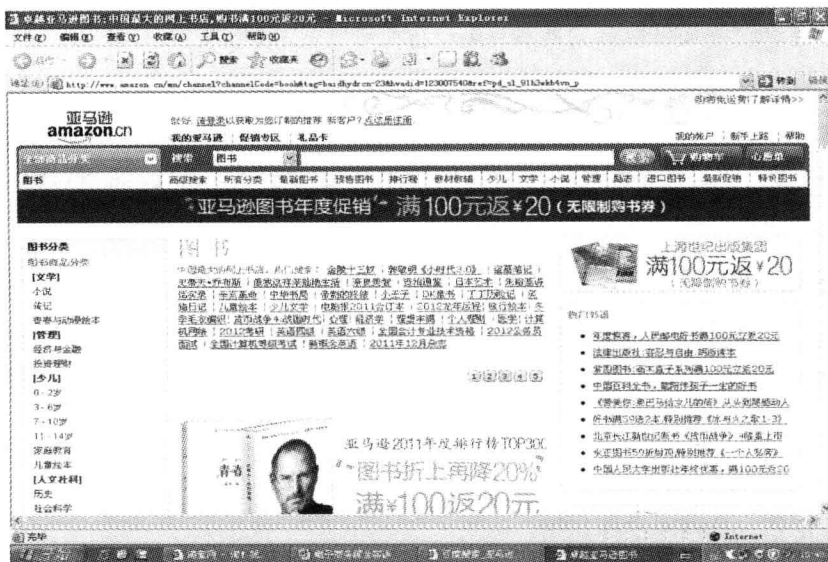


图 1-1 亚马逊图书首页

2. 企业与企业间的电子商务

企业与企业间的电子商务又可称为 B2B (Business-to-Business), 是指采购商与供应商通过互联网谈判、订货、签约、付款以及索赔处理、商品发送和运输跟踪等所有活动。企业间的电子商务包括供应商管理、库存管理、销售管理、交易文档管理以及支付管理等功能, 图 1-2 中的中国制造网所从事的业务则属于 B2B 类商务。



图 1-2 B2B 网站首页

企业间的电子商务又可以分为两种：第一种是非特定企业间的电子商务，它是在开放的网路中对每笔交易寻找最佳伙伴，并与伙伴进行从定购到结算的全面交易行为；第二种是特定企业间的电子商务，是指过去一直有交易关系而且今后要继续进行交易的企业间围绕交易进行的各种商务活动。特定企业间的买卖双方既可以利用公用网络进行交易，也可以利用企业间专门建立的网络完成交易。

3. 企业与政府间的电子商务

企业与政府之间的电子商务涵盖了政府与企业间的各项事务，包括政府采购、税收、商检、管理条例的发布和法规政策的颁布等。政府一方面作为消费者，可以通过互联网发布自己的采购清单，公开、透明、高效地完成所需物品的采购，图 1-3 中，天津工商行政管理局的网站上就明确了各种工作的流程、信息等；另一方面，政府的宏观调控、指导规范、监督管理的职能通过网络可以充分、及时地发挥作用。



图 1-3 天津工商行政管理局

4. 企业内部电子商务

企业内部电子商务是指在企业内部通过网络实现内部物流、信息流和资金流的数字化。图 1-4 是天津市第一商业学校校园网首页，首页上会及时更新各种通知、新闻等。

(二) 按交易过程划分

按电子商务交易过程可以划分为交易前、交易中和交易后三类电子商务。

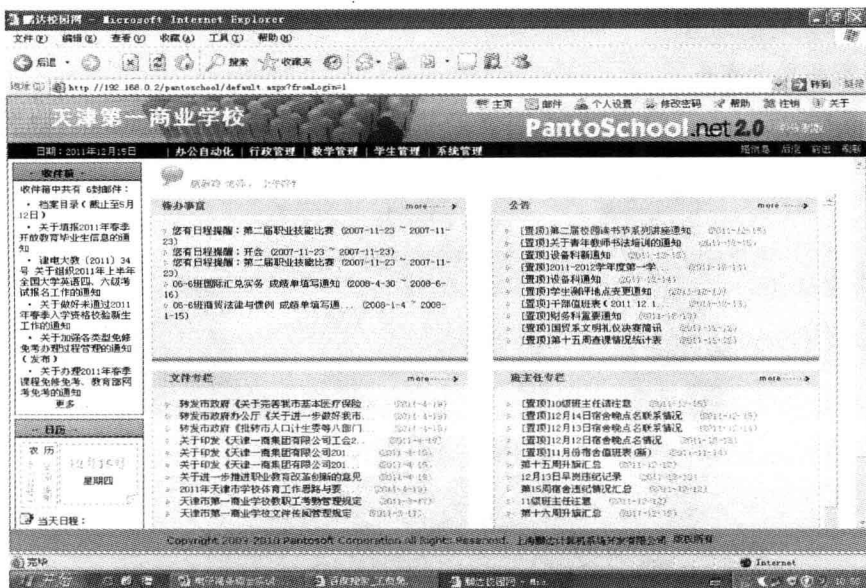


图 1-4 天津市第一商业学校校园网首页

1. 交易前电子商务

交易前电子商务主要是指买卖双方和参加交易各方在签订贸易合同前的准备活动,包括以下几项。

(1) 买方根据自己要买的商品准备购货款,制订购货计划,进行市场调查、分析以及查询,了解卖方所在国的贸易政策,反复修改购货计划和进货计划,确定和审批购货计划。

(2) 卖方根据自己所销售的商品召开新闻发布会,进行广告宣传以及市场调查和分析,制定销售策略和方式,了解买方国家的贸易政策,利用互联网发布广告,寻找贸易伙伴和交易机会。

(3) 买卖双方对所有交易细节进行谈判,将双方磋商的结果以书面文件和电子文件形式签订贸易合同。

2. 交易中电子商务

交易中电子商务指买卖双方签订合同后到合同开始履行之前办理各种手续的过程。交易中要涉及有关各方,如中介方、金融机构、海关系统、运输公司等。

3. 交易后电子商务

从买卖双方办完所有各种手续之后开始,卖方要备货、组货,同时进行报关、保险、取证、发信用证等,将所售商品交付给运输公司包装、起运、发货。买卖双方可以通过电子商务服务器跟踪发出的货物,金融机构也按照合同处理双方收付款、进行结算,出具相应的银行单据等,直到买方收到自己所购商品才完成整个交易过程。索赔是在买卖双方交易过程中,某一方出现违约时进行违约处理的工作,受损方要向违约方索赔。

(三) 按交易对象划分

1. 有形商品电子商务

有形商品指的是占有三维空间的实体类商品，如图 1-5 中的羽绒服、牛仔裤、雪地靴等。



图 1-5 三维空间的实体类商品

2. 无形商品电子商务

无形商品包括软件、电影、音乐、电子读物、信息服务等可以数字化的商品。无形商品网上交易与有形商品网上交易的区别在于，前者可以通过网络将商品直接送到购买者手中；也就是说无形商品电子商务完全可以在网络上实现，因而被称为完全电子商务。图 1-6 中的各种电子图书的销售和购买就属于无形商品电子商务。



图 1-6 无形商品电子商务网

(四) 按电子商务应用的活动范围划分

1 本地电子商务

本地电子商务是指的是用本城市或本地区域的信息网络实现的电子商务活动,其地域限制较大。

2. 国内电子商务系统

顾名思义,这种电子商务系统主要是在本国范围内开展网上电子交易活动。

目前,电子商务在生活中应用上述类型较为广泛,其他类型在本书中不作介绍。

三、电子商务与物流的关系

电子商务与物流是相互依存,相互依赖的。

1. 物流是电子商务必备的基本元素之一

电子商务从其本身来看,就是信息流、资金流、商流和物流的合一。其中,物流是传统的也是最基本的因素之一,具体包括采购、运输、仓储、配送、装卸、保管、加工等各种流程。物流是电子商务的基本要素。

2. 物流是电子商务赖以生存的保证

物流在电子商务中是以支持者和服务者的身份出现的,物流配送体系的不完善严重阻碍电子商务的发展,成为制约电子商务发展的瓶颈。

四、现代物流的含义与分类

1. 物流定义

物流是指利用现代信息技术和设备,将物品从供应地向接收地准确、及时、安全、保质保量、门到门地送到的、合理化的服务模式和先进的服务流程。

2. 物流分类

物流具体分类见表 1-1 中所列。

表 1-1 物流分类表

区分界定	类 型
产品物流和工程物流	宏观物流、企业物流、一般物流
物流不同目的	宏观物流、微观物流、社会物流、企业物流、国际物流 、区域物流 、一般物流、特殊物流（如军队、环保、赈灾）
具体上来分类	原材料物流、生产物流 、销售物流 、回收物流、废弃物物流、第三方物流、环保物流

五、电子商务下物流企业的发展战略

（一）建立与电子商务相适应的物流系统

一是电子商务与传统商务活动共用一套物流系统。普通的贸易进出口公司，可以建立基于互联网的电子商务销售系统，同时可以利用原有的物流资源，承担电子商务的物流业务；二是自建物流系统或利用社会化的物流实现配送服务；三是物流企业建立电子商务系统。

（二）建立适合我国国情的由第三方物流体系

我国的第三方物流主要是由一些原来的大型仓储运输企业和中外合资、独资企业以及民营企业组成，它们已建成由铁路、公路、水运、航空和管道 5 种运输方式组成的综合运输体系，是我国第三方物流的中坚力量。

（三）建立我国企业自营物流电子商务体系

对于规模较大、产品单一的企业而言，自营物流可以使物流与资金流、信息流、商流结合更加紧密，从而大大提高物流企业的工作效率。

（四）构建我国物流电子商务的核心竞争力

由相关部门和企业共同制定统一的长期发展规划，分阶段落实，建立和完善具有中国特色的物流系统，全面构建和增强竞争力。

技能训练

训练项目 1 划分各类型电子商务网站

训练目标

通过训练学生认识不同类型的网站，使学生能够熟练区分各类型网站，提高学生电子商务意识。

训练内容

搜集不同类型的网站，并比较不同点。

训练方法

- （1）演示法。
- （2）任务驱动法。
- （3）小组讨论法。

【准备工作】

- (1) 教师机 1 台，学生机 60 台。
- (2) 连接网络。
- (3) 将全班学生分为 3~5 人一组，每组学生分别总结自己的看法，最后由一位同学汇总发言。

【具体步骤】

- (1) 教师演示：教师先演示一遍正确的操作方法，并说明实训要点及要求。
- (2) 学生操作，教师指导。
- (3) 教师巡场进行指导，发现问题及时纠正。

训练要求与建议

- (1) 学生应严格遵守实训室的有关部门规定，注意安全，在实训室内不得随意离开座位。
- (2) 未经过实训老师允许，不得乱动任何设备。
- (3) 教师应熟练掌握训练内容，组织好正常的教学秩序，实训过程中巡视全场督促并指导学生完成训练内容。

考核与评价建议

考核与评价见表 1-2、表 1-3。

表 1-2 考核评价表（网上搜索内容）

考核点	分值	标准
登录网站正确	30 分	登录网站无非法及与上课明显无关
按类型区分网站	30 分	按不同类型网站加以区分
总结各网站特点	30 分	通过登录不同网站，从网站结构、布局等方面发现特点
完成时间	10 分	40 分钟内完成

表 1-3 考核评价表（学生总结）

姓名	登录网站正确 (30 分)	按类型区分网站 (30 分)	总结各网站特点 (30 分)	完成时间 (10 分)	总分

训练项目 2 物流与电子商务的成功案例分析**训练目标**

通过对案例的分析讨论，引导学生熟悉电子商务与物流的关系，提高学生逻辑思维能力。

训练内容

通过教师准备的案例分析出成功电子商务企业的特点。

训练方法

- (1) 小组讨论。
- (2) 任务驱动法。

【准备工作】

- (1) 教室一间。
- (2) 将全班学生分为每组 3~5 人的若干，每组学生分别总结自己的看法，最后由一位同学汇总发言。

【具体步骤】

- (1) 教师引导学生完成第一个案例分析，并说明实训要点及要求。
- (2) 教师布置任务，学生记录所有案例，按照教师指导模式，以小组讨论方式完成其他部分。
- (3) 教师巡场进行指导，发现问题及时纠正。

训练要求与建议

- (1) 学生应严格遵守有关部门规定，注意安全，在实训室不得随意离开座位。
- (2) 未经过实训老师允许，不得讨论与上课无关事情。
- (3) 教师应熟练掌握训练内容，组织好正常的教学秩序，实训过程中巡视全场督促并指导学生完成训练内容。

考核与评价建议

考核评价：满分 10 分，见表 1-4。

表 1-4 考核评价表

项目 姓名	态度端正 (2分)	积极演示 (2分)	运用理论 (2分)	结果正确 (2分)	字迹工整 (2分)	总分 (10分)

- (1) 分组讨论严肃认真、态度端正。(2分)