



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

丛书主编 谭浩强

高等院校计算机应用技术规划教材

应用型教材系列

第2版为全国高校出版社优秀畅销书
国家精品课程教材

电子商务系列

电子商务概论

(第3版)

宋文官 主编

根据“中国高等院校计算机基础教育课程体系”组织编写

清华大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

丛书主编 谭浩强

高等院校计算机应用技术规划教材

应用型教材系列

电子商务系列

电子商务概论

(第3版)

宋文官 主编

清华大学出版社
北京

内 容 提 要

编写本书的目的是使读者了解电子商务的基本框架及初步应用,全书共分 11 章。

第 1 章电子商务概述,主要讲述了电子商务基础知识;第 2 章电子商务交易模式,主要讲述了 B2B、B2C、C2C 电子商务模式;第 3 章电子货币与网上支付;第 4 章物流信息管理;第 5 章电子商务交易安全;第 6 章网上销售与营销策划;第 7 章移动电子商务;第 8 章电子商务法律;第 9 章客户关系管理;第 10 章电子商务网站规划与建设;第 11 章中小企业电子商务案例分析。

本书参考最新修订的“电子商务师”国家职业资格标准编写,取材新颖,内容丰富,通俗易懂。EC 聚焦、热点话题、实战演练是本书的特色。

本书适合于高等院校电子商务专业、市场营销专业、商贸经营、财经专业等相关专业的电子商务基础教材,也可作为自学参考书及培训教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 宋文官主编. —3 版. —北京:清华大学出版社,2012.10

高等院校计算机应用技术规划教材·应用型教材系列·电子商务

ISBN 978-7-302-29096-4

I. ①电… II. ①宋… 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(2012)第 130753 号

责任编辑:谢琛 薛阳

封面设计:常雪影

责任校对:李建庄

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:18.75 字 数:465 千字

版 次:2006 年 9 月第 1 版 2012 年 10 月第 3 版 印 次:2012 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~8000

定 价:30.00 元

产品编号:047090-01

编辑委员会

《高等院校计算机应用技术规划教材》

主 任 谭浩强

副 主 任 焦金生 陈 明 丁桂芝

委 员	王智广	孔令德	刘 星	刘荫铭
	安志远	安淑芝	孙 慧	李文英
	李叶紫	李 琳	李雁翎	宋 红
	陈 强	邵丽萍	尚晓航	张 玲
	侯冬梅	郝 玲	赵丰年	秦建中
	莫治雄	袁 玫	訾秀玲	薛淑斌
	谢树煜	谢 琛		

《高等院校计算机应用技术规划教材》

进入 21 世纪,计算机成为人类常用的现代工具,每一个有文化的人都应当了解计算机,学会使用计算机来处理各种事务。

学习计算机知识有两种不同的方法:一种是侧重理论知识的学习,从原理入手,注重理论和概念;另一种是侧重于应用的学习,从实际入手,注重掌握其应用的方法和技能。不同的人应根据其具体情况选择不同的学习方法。对多数人来说,计算机是作为一种工具来使用的,应当以应用为目的、以应用为出发点。对于应用性人才来说,显然应当采用后一种学习方法,根据当前和今后的需要,选择学习的内容,围绕应用进行学习。

学习计算机应用知识,并不排斥学习必要的基础理论知识,要处理好这两者的关系。在学习过程中,有两种不同的学习模式:一种是金字塔模型,亦称为建筑模型,强调基础宽厚,先系统学习理论知识,打好基础以后再联系实际应用;另一种是生物模型,植物并不是先长好树根再长树干,长好树干才长树冠,而是树根、树干和树冠同步生长的。对计算机应用性人才教育来说,应该采用生物模型,随着应用的发展,不断学习和扩展有关的理论知识,而不是孤立地、无目的地学习理论知识。

传统的理论课程采用以下的三部曲:提出概念—解释概念—举例说明,这适合前面第一种侧重知识的学习方法。对于侧重应用的学习者,我们提倡新的三部曲:提出问题—解决问题—归纳分析。传统的方法是:先理论后实际,先抽象后具体,先一般后个别。我们采用的方法是:从实际到理论,从具体到抽象,从个别到一般,从零散到系统。实践证明这种方法是行之有效的,减少了初学者在学习上的困难。这种教学方法更适合于应用型人才。

检查学习好坏的标准,不是“知道不知道”,而是“会用不会用”,学习的目的主要在于应用。因此希望读者一定要重视实践环节,多上机练习,千万不要满足于“上课能听懂、教材能看懂”。有些问题,别人讲半天也不明白,自己一上机就清楚了。教材中有些实践性比较强的内容,不一定在课堂上由老师讲授,而可以指定学生通过上机掌握这些内容。这样做可以培养学生的自学能力,启发学生的求知欲望。

全国高等院校计算机基础教育研究会历来倡导计算机基础教育必须坚持

面向应用的正确方向,要求构建以应用为中心的课程体系,大力推广新的教学三部曲,这是十分重要的指导思想,这些思想在《中国高等院校计算机基础课程》中作了充分的说明。本丛书完全符合并积极贯彻全国高等院校计算机基础教育研究会的指导思想,按照《中国高等院校计算机基础教育课程体系》组织编写。

这套《高等院校计算机应用技术规划教材》是根据广大应用型本科和高职高专院校的迫切需要而精心组织的,其中包括 4 个系列:

(1) 基础教材系列。该系列主要涵盖了计算机公共基础课程的教材。

(2) 应用型教材系列。适合作为培养应用性人才的本科院校和基础较好、要求较高的高职高专学校的主干教材。

(3) 实用技术教材系列。针对应用型院校和高职高专院校所需要掌握的技能技术编写的教材。

(4) 实训教材系列。应用型本科院校和高职高专院校都可以选用这类实训教材。其特点是侧重实践环节,通过实践(而不是通过理论讲授)去获取知识,掌握应用。这是教学改革的一个重要方面。

本套教材是从 1999 年开始出版的,根据教学的需要和读者的意见,几年来多次修改完善,选题不断扩展,内容日益丰富,先后出版了 60 多种教材和参考书,范围包括计算机专业和非计算机专业的教材和参考书;必修课教材、选修课教材和自学参考的教材。不同专业可以从中选择所需要的部分。

为了保证教材的质量,我们遴选了有丰富教学经验的高校优秀教师分别作为本丛书各教材的作者,这些老师长期从事计算机的教学工作,对应用型的教学特点有较多的研究和实践经验。由于指导思想明确、作者水平较高,教材针对性强,质量较高,本丛书问世 7 年来,愈来愈得到各校师生的欢迎和好评,至今已发行了 240 多万册,是国内应用型高校的主流教材之一。2006 年被教育部评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,特此向全国推荐。

由于我国的计算机应用技术教育正在蓬勃发展,许多问题有待深入讨论,新的经验也会层出不穷,我们会根据需要不断丰富本丛书的内容,扩充丛书的选题,以满足各校教学的需要。

本丛书肯定会有不足之处,请专家和读者不吝指正。

全国高等院校计算机基础教育研究会会长
《高等院校计算机应用技术规划教材》主编

谭浩强

2008 年 5 月 1 日于北京清华园

序

人类所表现出的创造力,几乎都没有像互联网及现代通信技术那样,能够如此广泛和迅速地改变社会。然而,尽管这些变革非常显著,我们消化和学习的过程却只是刚刚开始。

培养适应电子商务发展需要的各类人才,是高等院校及培训机构的重要任务,它直接影响到未来经济的发展。然而,目前国内外对于电子商务专业课程体系的研究还处于初级阶段,特别是对于应用性人才培养模式的研究与实际有较大的距离。在这种情况下,宋文官教授主持编写了电子商务应用性人才培养系列教材,其目的是探索学校教育与实践相结合的模式,为电子商务应用性人才培养提供教学参考。

教育高地建设是上海市教委全面贯彻落实“科教兴市、人才强市”战略决策,切实加强上海高等教育内涵建设的重大举措,目的是促进高校本科专业设置规模、结构、质量和效益的协调发展。

电子商务专业是上海教育高地建设项目之一。本系列教材是上海市教育高地建设项目成果之一,是面向应用性电子商务专业的核心教材,课程设置较为全面、科学。教材的特点是与实际应用结合紧密,这是因为系列教材的作者是来自教学第一线,并有多年的实践教学经验。

电子商务专业究竟应开设哪些核心课程?每门课程包括哪些内容?课程之间如何协调?都是值得研究的课题。相信本系列教材的出版会对电子商务应用性人才的培养起到抛砖引玉的作用。希望本系列教材的作者不断探索电子商务教育中的新问题、新方法、新思想,在实践中不断完善和创新电子商务教材。

教育部电子商务专业指导委员会副主任

西安交通大学经济与金融学院 教授 博导

李 琪

2006年4月20日

第3版前言

本书从2006年9月第一次印刷到现在经历第二版、第三版已重印了13次,这说明了广大读者还是很重视教材的实用性。第三版较第二版进行较大改动的是:

(1) 第1章 电子商务概述。对电子商务重要“商务”做了较大篇幅的论述,并对电子商务的定义进行了重新界定。

(2) 第2章 电子商务交易模式。对于B2C、B2B、C2C三种基本电子商务交易模式主要从交易模式、企业类型、赢利模式三个方面进行了讲述,并引入大量的案例。

(3) 第3章 电子货币与网上支付。增加了第三方支付的比重,增加了移动支付部分。

(4) 第9章 客户关系管理。这部分增加了“售后服务”。这部分内容是企业中最需要的内容之一,特别是对于中小企业更为重要,另外本章还增加了阿里巴巴客户关系管理系统案例。

(5) 第10章 电子商务网站规划与建设。本章内容完全进行了重新编写,以企业建设电子商务网站的流程进行编写,有着较强的实用性。

(6) 第11章 中小企业典型电子商务案例分析。本章收集了全新的13个不同领域的中小企业电子商务案例,对于每个案例都有选择题和思考题,选择题是让读者有目的地阅读案例,思考题是让读者对案例进行深入的思考。在电子商务课程体系调研中,广大读者对“中小企业案例”要求强烈,读者反映现在的案例都很大,是大企业的、国外的,很少有反映本土中小企业案例的教材。作者在与阿里巴巴合作的过程中发现,阿里巴巴有很多原创性的案例,征得阿里巴巴的同意,作者将这些案例写成本书的一章。这些案例很现实地描述了中小企业利用电子商务成长的过程。案例通俗易懂,非常感人,也给人很大的启发,这些案例也说明电子商务并不难,这正好应了马云的一句话“天下没有难做的生意”。

本书由宋文官教授主编,其中第1章、第2章、第5章、第8章、第9章由宋文官执笔完成,第3章、第4章由徐文执笔完成,第6章由马笑蓉执笔完成,第7章、第10章由胡蓉执笔完成,第11章由宋文官及麻丽颖改编,全书由宋文官教授统稿。

在本书的编写中得到了清华大学出版社谢琛编辑及谭浩强教授的大力支持,阿里巴巴提供了部分原创性案例,并从企业培养人才的角度提出了修改意见,在此谨表衷心的感谢。

由于电子商务的基本框架包含哪些内容、电子商务的基本能力如何训练等都是值得研究的问题,再加上作者的学术水平有限,书中有不足之处在所难免,敬请各位专家、读者批评指正。

宋文官
songeg@vip.163.com

目录

第1章 电子商务概述	1
1.1 传统商务与电子商务	1
1.1.1 什么是电子商务	1
1.1.2 商务运作流程	2
1.2 电子商务基本框架	8
1.2.1 电子商务的基本组成	8
1.2.2 物流、资金流和信息流	9
1.2.3 企业电子商务的基本框架	10
1.3 电子商务标准	11
1.3.1 国外电子商务标准发展	11
1.3.2 网上零售交易标准	11
1.3.3 我国电子商务相关标准发展	12
1.4 互联网应用	14
1.4.1 IP 地址	14
1.4.2 域名	16
1.4.3 电子邮件	22
1.4.4 浏览器	27
1.5 电子数据交换	30
1.5.1 什么是电子数据交换(EDI)	30
1.5.2 手工方式与 EDI 方式的比较	31
1.5.3 EDI 贸易的工作步骤	31
1.5.4 EDI 标准	33
关键概念	34
简答题	34
热点话题	34

实战演练	35
 第2章 电子商务交易模式	37
2.1 商务模式	37
2.2 B2C 电子商务模式	38
2.2.1 B2C 电子商务概述	38
2.2.2 B2C 电子商务的主要模式	39
2.2.3 B2C 电子商务企业类型	47
2.2.4 B2C 电子商务企业的收益模式	49
2.3 C2C 商务模式	52
2.3.1 C2C 电子商务概述	52
2.3.2 拍卖平台运作模式	53
2.3.3 店铺平台运作模式	58
2.4 B2B 电子商务模式	62
2.4.1 B2B 电子商务概述	62
2.4.2 B2B 电子商务的模式	63
2.4.3 B2B 电子商务赢利模式	67
关键概念	70
简答题	70
热点话题	70
实战演练	71
 第3章 电子货币与网上支付	72
3.1 电子货币	72
3.1.1 电子货币概念	72
3.1.2 电子货币的发行和运行	72
3.1.3 储值卡型电子货币	73
3.1.4 银行卡型电子货币	74
3.1.5 电子支票	74
3.1.6 电子现金	76
3.2 网上支付	81
3.2.1 什么是网上支付	81
3.2.2 网络银行	82
3.2.3 网上支付工具的比较	87
3.3 第三方支付	88
3.3.1 什么是第三方支付	88

3.3.2	第三方支付的特点	88
3.3.3	第三方支付平台	89
3.4	移动支付	94
3.4.1	移动支付的概念	94
3.4.2	移动支付实例	95
	关键概念	96
	简答题	96
	热点话题	97
	实战演练	97
	第4章 物流信息管理	98
4.1	物流概述	98
4.1.1	物流的构成要素	98
4.1.2	物流管理及其目标	100
4.1.3	物流对电子商务的影响	103
4.1.4	电子商务下物流体系的模式	104
4.2	物流配送与配送中心	108
4.2.1	电子商务下的物流配送	108
4.2.2	电子商务下的配送中心	113
4.3	物流信息管理	117
4.3.1	物流信息的概念	117
4.3.2	物流信息技术	119
4.3.3	物流信息系统	121
	关键概念	127
	简答题	127
	热门话题	127
	实战演练	127
	第5章 电子商务交易安全	129
5.1	电子商务安全概述	129
5.1.1	电子商务的安全问题	129
5.1.2	电子商务安全体系	131
5.1.3	电子商务的安全控制要求	132
5.1.4	电子商务安全管理	133
5.2	电子商务安全技术	136
5.2.1	数据加密技术	136

5.2.2	数字签名技术	141
5.2.3	数字证书	143
5.2.4	信息加密与数字认证的综合应用	145
5.3	电子商务安全交易协议	148
5.3.1	SSL 协议	148
5.3.2	SET 协议	150
5.3.3	SSL 协议与 SET 协议比较	153
	关键概念	154
	简答题	154
	热点话题	154
	实战演练	155
	第 6 章 网上销售与营销计划	156
6.1	网上产品	156
6.1.1	网上产品的利益	156
6.1.2	网上产品的成本	158
6.1.3	网上的产品组合策略	159
6.2	网络销售	161
6.2.1	网络营销渠道的职能	161
6.2.2	网络广告	163
6.2.3	网络促销	165
6.2.4	许可营销	166
6.2.5	搜索引擎营销	169
6.3	网络营销计划	171
6.3.1	制定网络营销计划的七个步骤	171
6.3.2	设计营销组合战略	172
6.3.3	行动计划	173
	关键概念	175
	简答题	176
	热点话题	176
	实战演练	176
	第 7 章 移动电子商务	177
7.1	移动电子商务概述	177
7.1.1	移动电子商务的定义	177
7.1.2	移动电子商务的架构	178

7.1.3	移动电子商务的特点	178
7.1.4	移动电子商务的服务	179
7.1.5	移动电子商务的模式	180
7.2	移动电子商务的行业应用	181
7.2.1	移动办公	181
7.2.2	移动银行	182
7.2.3	零售行业	183
7.2.4	无线医疗行业	184
7.2.5	物流领域	184
7.2.6	移动资产管理和诊断	185
7.2.7	移动娱乐	185
	关键概念	186
	简答题	186
	热点话题	186
	实战演练	187
	第 8 章 电子商务法律	189
8.1	电子商务法概述	189
8.1.1	电子商务法的概念	189
8.1.2	电子商务法的特点	190
8.1.3	电子商务法的特殊问题	191
8.2	相关的电子商务法	193
8.2.1	电子签名法	193
8.2.2	电子合同法	195
8.2.3	域名法律保护	197
	关键概念	201
	简答题	201
	热点话题	202
	实战演练	202
	第 9 章 客户关系管理	203
9.1	客户关系管理	203
9.1.1	关系营销的定义	203
9.1.2	客户关系管理的定义	206
9.1.3	电子商务与 CRM	207
9.1.4	CRM 的实施	208

9.1.5	CRM 案例——汇丰银行如何定义其最佳客户	210
9.1.6	CRM 案例——保险公司的客户服务	213
9.2	售后服务	217
9.2.1	正确处理客户投诉	217
9.2.2	售后服务必不可少	220
9.3	数据挖掘与 CRM	225
9.3.1	数据挖掘技术	225
9.3.2	数据挖掘在 CRM 中的应用	227
9.3.3	展会数据挖掘应用步骤	228
	关键概念	230
	简答题	231
	热点话题	231
	实战演练	231

第 10 章 电子商务网站规划与建设 232

10.1	为什么要建商务网站	232
10.1.1	什么是商务网站	232
10.1.2	建商务网站的理由	232
10.2	商务网站上的主要内容	236
10.2.1	联系信息	237
10.2.2	重要客户的介绍	237
10.2.3	公司产品和服务介绍	237
10.2.4	新闻	238
10.2.5	价格	238
10.3	市场需求分析	239
10.3.1	市场需求分析的基本内容	239
10.3.2	市场需求分析的难点	239
10.4	商业模式	242
10.4.1	什么是商业模式	242
10.4.2	几种典型的商业交易模式	243
10.5	业务流程及网页设计	246
10.5.1	业务流程	246
10.5.2	网页设计方法	248
10.6	网站测试	251
10.6.1	测试纲要	251
10.6.2	系统测试	252

10.7	网站发布与推广	253
10.7.1	网站内容发布管理规范	253
10.7.2	网站推广的目标	255
10.7.3	网站推广方法	256
	关键概念	256
	简答题	256
	热点话题	256
	实战演练	257
	第 11 章 中小企业电子商务案例分析	260
11.1	案例 1 Jane Ivanov: 阿里巴巴助我创办 孕产妇内衣王国	260
11.2	案例 2 中小企业利用网络做外贸	261
11.3	案例 3 网络贸易建立企业品牌	262
11.4	案例 4 贸易通的巧妙沟通	264
11.5	案例 5 B2B 与 C2C 的界限真的可以打破	265
11.6	案例 6 从零开始做外贸	266
11.7	案例 7 小雨伞大舞台	267
11.8	案例 8 成熟产品也能开拓国际市场	269
11.9	案例 9 特殊产品也可通过网络做外贸	270
11.10	案例 10 网络怪才获取大订单	272
11.11	案例 11 让我们的光明照耀全世界	274
11.12	案例 12 亿元企业更需要网络营销	276
11.13	案例 13 从“门外汉”向“行家里手”挺进	277
	参考文献	279

第1章

电子商务概述

学习要点

什么是电子商务；
传统商务与电子商务的区别；
电子商务的组成要素；
互联网接入及相关服务；
IP 地址及域名；
网上零售标准；
电子数据交换及应用。

1.1 传统商务与电子商务

1.1.1 什么是电子商务

以前你需要开动双脚才能把一个百货商店逛完,现在你只需选择电子商务在家里就可以逛成千上万个百货商店,找最价廉物美的商品。未来的人们像呼吸一样需要网络,需要电子商务!人类所表现出的创造力,几乎都没有像互联网及现代通信技术那样,能够如此广泛和迅速地改变社会。然而,尽管这些变革非常显著,我们消化和学习的过程却只是刚刚开始。

电子商务是指通过互联网进行销售商品、提供服务等的经营活动。例如,企业通过互联网销售笔记本电脑,企业通过互联网为客户提供软件下载服务,企业通过互联网进行远程修复个人计算机,企业可以通过互联网进行远程医疗服务等。

在我国国家职业标准中对“电子商务师”职业的定义为:利用计算机技术、网络技术等现代信息技术从事商务活动或相关工作的人员。

对于电子商务有人喜欢用 e-business 这个词表述,也有人喜欢用 e-commerce 这个词表述,e-business 比 e-commerce 所包含的内容广泛些。但大多数人更容易接受 e-commerce 这个词,对它们之间的区别与联系本书不加讨论,请读者参考有关文献,本书采用 e-commerce 这个词,其目的是将电子商务限定在“互联网”上进行的商务活动,这些商