

高等学校“十二五”规划教材
经济管理系列

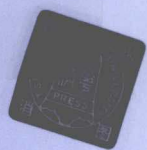


电子商务概论

主编 刘 宏
副主编 刘美玲 王 浩 刘新飞

赠送课件

DIANZI SHANGWU GAILUN



清华大学出版社
<http://www.tup.com.cn>



北京交通大学出版社
<http://www.bjtup.com.cn>

高等学校“十二五”规划教材·经济管理系列

电子商务概论

(第2版)

主 编 刘 宏

副主编 刘美玲 王 浩 刘新飞

清华大学出版社

北京交通大学出版社

·北京·

内 容 简 介

本书全面系统地介绍电子商务的整体框架及其涵盖的主要内容,并着重从管理层面对电子商务的理论问题和实践问题进行深入的探讨,以使读者在阅读本书后能对电子商务的理论、技术与应用有一个清晰完整的了解。全书着重介绍电子商务概述、电子商务社会环境、网络技术、电子商务安全、电子支付、网络营销、物流、移动电子商务,最后介绍了电子商务系统分析与设计、电子商务的应用。

本书可作为高等院校电子商务专业的基础课教材,以及相关领域各层次开设电子商务课程的教材,还适合于企业管理人员及电子商务的从业人员作为电子商务研究和实践的参考用书。

本书课件和相关资料索取: guodongqing2009@126.com。

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 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/刘宏主编. —2版. —北京:北京交通大学出版社;清华大学出版社,2013.5
(高等学校“十二五”规划教材·经济管理系列)

ISBN 978-7-5121-1456-2

I. ①电… II. ①刘… 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(2013)第091246号

责任编辑:郭东青 特邀编辑:张诗铭

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://www.bjtu.cn>

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印张:22.5 字数:562千字

版 次:2013年5月第2版 2013年5月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1456-2/F·1174

印 数:1~2500册 定价:38.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtup.com.cn。

代 序

经济与社会的不断发展为理论工作者的研究提供了肥沃的土壤，他们一方面从中吸取有益成分，另一方面进一步推动理论的完善和发展。

近年来，我国高等教育的各个领域和学科都发生着日新月异的变化，在教育思想和观念、教育方法和手段等方面都有了较大的进步，取得了丰硕成果。课程教学改革的推进、大学教育国际化进程的加快，双语教学的展开，案例教学的引用，教学方法、方式的灵活多样，对教材内容也提出了更新更高的要求。

北京交通大学出版社长期以来致力于高等教育所需教材的建设和出版，特别是在经济管理学科领域，优秀品种数量多、销量大，在业界具有良好的声誉。此次出版社根据当前高等教育的实际需求，结合社会发展的需要，对已有产品进一步优化、整合、完善、再版，形成一套紧跟国际发展步伐又适合我国国情的“高等学校‘十二五’规划教材·经济管理系列”教材。

该系列教材涉及市场营销、财会、人力资源等专业，具体包括约 20 种。参编者都是多年来一直从事一线教学的专职教师，具有丰富的教学经验和写作经验。

该系列教材具有以下特点。

1. 在内容选取上，进一步优化阅读材料，精选案例分析，合理安排课后练习，从而使其更加充实和完善。该系列教材多数是以往深受广大一线教师所喜欢的畅销书的再版，单本书最高销量已经超过 8 万册。

2. 在编写风格上，突出基础性和先进性，反映时代特征，强调核心知识，结合实际应用，理论与实践相结合。

3. 在内容阐述上，强调基本概念、原理及应用，层次分明，突出重点，注重学生知识运用能力和创新意识的培养。

4. 配套教学资源丰富，出版社为编者、读者、发行者提供了一个及时、方便的交流平台。

该系列教材的出版不仅进一步适应了高等学校经济与管理类专业的本科教学需要，也为广大从事经济、贸易、财会等工作的人员提供了更新更好的参考读物，相信一定会得到广大读者的认同。

中国工程院院士
技术经济专家
北京交通大学教授

徐利波
2013.4.2



第2版 前言

21 世纪是电子商务的时代。与前些年相比,我们已明显感受到我们的生活无时无刻不在与电子商务发生着密切联系,如网上购物、网上支付、电子邮件、网络营销等。为了能让大家对电子商务领域的有关概念和使用技术有一个比较全面的了解,我们编写了这本教材。

第1版出版于2010年,距今已3年,在这3年里,电子商务有了进一步的发展,人们对电子商务的了解越来越深刻。因此,在第2版中,我们针对这些情况对原书从结构到内容做了必要的调整和修改;但原书的基本宗旨和风格不变,充分考虑电子商务专业知识体系中核心知识单元和可选单元中的关键知识点。本书有针对性地对电子商务基础知识进行了全面和较深入的介绍。

本书在编写上有三个特点:第一,全书每章都附有新颖的案例,有助于知识的扩展;第二,便于自学,每章附有总结以及相应的复习思考题,习题种类多样,有助于对知识的理解和消化;每章都有相应的实践环节,有助于提高学生的动手能力,理论联系实际;第三,内容简洁,突出重点,着重对知识的全面把握。

本书全面系统地介绍电子商务的整体框架及其涵盖的主要内容,并着重从管理层面对电子商务的理论问题和实践问题进行深入的探讨,以使读者在阅读本书后能对电子商务的理论、技术与应用有一个清晰完整的了解。全书着重介绍电子商务概述、电子商务社会环境、网络技术、电子商务安全、电子支付、网络营销、物流、移动电子商务,最后介绍了电子商务系统分析与设计、电子商务的应用。

本教材由刘宏主编并统稿。其中刘宏编写第1、2、9章,王浩编写第5、6、7章,刘美玲编写第4、8章,刘新飞编写第3、10章。邢赢文、邱平参与了资料收集和校对工作。本书提供了与教材配套的教学课件,可到北京交通大学出版社网站下载。

本书可作为高等院校电子商务专业的基础课教材,以及相关领域各层次开设电子商务课程的教材;本书还适合于企业管理人员以及电子商务的从业人员作为电子商务研究和实践的参考用书。

本书在编写过程中,北京交通大学出版社的编辑给予了很大的支持。参考了国内外电子商务教材、相关的文献资料和一些网络资料,在此向相关作者表示衷心的感谢!

由于作者水平有限及本书编辑仓促,书中的疏漏不当之处在所难免,敬请广大读者和同仁不吝赐教,拨冗指正。

编者
2013年4月

 第1版 前言

电子商务是 IT 技术和商务运行相结合而产生的一种新型的商务交易过程,是 21 世纪市场经济商务运行的主要模式,也是新经济含义下的一种主要经济方式。电子商务在我国已经取得了长足的进步,电子商务已经告别了泡沫时代,走上了坚实的发展之路。虽然如此,电子商务在我国的发展中还是面临着很多障碍,比如物流配送问题、信用体系建设的问题、交易的安全性问题、电子商务人才培养的问题等。如果这些问题得不到解决,我国将面临和发达国家之间经济差距扩大的危险。

电子商务具有集信息技术和商务应用于一体的复合特征。本书在内容安排上既侧重财经管理和文科类知识背景本科生电子商务专业的基础课教学,又充分考虑电子商务专业知识体系中核心知识单元和可选单元中的关键知识点。本书有针对性地对电子商务基础知识进行了全面而又深度适当的介绍。本书共分 11 章,分别讲述了电子商务概述、电子商务的支撑环境、电子商务数据处理技术、电子商务安全技术、电子支付、网络营销、物流与供应链管理、电子商务系统建设、电子商务与电子政务、电子商务法律及移动电子商务。通过本课程的学习,能够使學生全面掌握有关电子商务各个方面的基本知识,同时也为他们学习电子商务领域其他专业课程打下基础。为了开阔学生的视野,提高学生实践能力,本书每章都配有案例分析和实践环节。

本书是作者结合多年的教学经验而撰写的,由刘宏任主编,王浩、刘新飞、杨兴凯任副主编。全书由刘宏老师整体策划,并承担统稿工作。全书 11 章的具体分工如下:第 1 章、第 2 章、第 8 章由刘宏编写;第 3 章、第 9 章、第 10 章由刘新飞编写;第 4 章、第 6 章、第 7 章由杨兴凯编写;第 5 章、第 11 章由王浩编写;金鹏参与了第 8 章的编写,并审阅了全书,对本书提出了很多宝贵的意见;黄芬、王振兴、侯顺亚、李玲玲、夏圆圆和孙倩也参加了编写工作。为配合本书的教学,作者制作了电子课件,并提供了各章习题的参考答案。相关材料可以从北京交通大学出版社网站下载,网址是: <http://press.bjtu.edu.cn>。

本书能够得以出版,全靠出版社同志的大力支持,为了本书的出版花费了大量的时间和精力。同时,在编写本书的过程中也参考了大量的著作、教材等参考资料,在此表示衷心感谢。

本书既可作为高等院校经济与管理类专业的教材,也可作为电子商务、信息管理、计算机应用等本科生的教材,还可以作为广大企业管理人员、营销工作者和消费者从事电子商务活动的工具书和参考书。

我们全体编写人员虽然尽心尽力,但由于时间仓促,加之我们的水平有限,书中难免出现遗漏,甚至错误之处,希望广大读者不吝指正。

编 者

2009 年 12 月



目录

contents

第1章 电子商务概述	(1)
1.1 电子商务的产生与发展	(1)
1.1.1 电子商务的产生	(2)
1.1.2 从传统商务到电子商务	(2)
1.1.3 电子商务的发展	(3)
1.2 电子商务的定义及理解	(6)
1.2.1 电子商务定义	(6)
1.2.2 电子商务的特点	(7)
1.2.3 电子商务的组成	(8)
1.2.4 电子商务的功能	(9)
1.3 电子商务应用模式	(10)
1.3.1 B2B	(10)
1.3.2 B2C	(12)
1.3.3 C2C	(15)
1.4 电子商务对社会经济的影响	(17)
1.5 我国发展电子商务面临的主要问题及解决措施	(18)
1.5.1 我国电子商务发展面临的主要问题	(18)
1.5.2 我国电子商务发展的原则	(19)
1.5.3 我国电子商务发展的措施	(20)
本章小结	(21)
关键概念	(22)
案例分析——莎啦啦的电子商务	(22)
习题	(23)
实践环节——C2C	(25)
第2章 电子商务社会支撑环境	(28)
2.1 经济环境	(29)
2.1.1 企业信息化	(29)
2.1.2 金融信息化	(30)
2.1.3 税收信息化	(31)



2.2 信用环境	(32)
2.3 人文环境	(35)
2.4 政策与法律环境	(37)
2.4.1 电子商务法概述	(37)
2.4.2 电子商务交易中存在的法律问题	(39)
2.4.3 电子商务中的知识产权问题	(41)
2.4.4 电子商务中隐私权的保护	(43)
2.4.5 电子商务的税收问题	(44)
2.4.6 网络侵权案件的管辖	(48)
本章小结	(51)
关键概念	(51)
案例分析——注册商标侵权案	(52)
习题	(53)
实践环节——电子商务诚信调查表实践	(55)
 第3章 电子商务网络支撑环境	 (58)
3.1 计算机网络概述	(58)
3.1.1 计算机网络的定义	(58)
3.1.2 计算机网络的产生	(59)
3.1.3 计算机网络的发展	(60)
3.1.4 计算机网络的分类	(61)
3.1.5 计算机网络体系结构	(64)
3.1.6 域名与 IP 地址	(67)
3.1.7 Internet 网络基本服务	(68)
3.2 电子商务网站的基础知识	(69)
3.2.1 Web 网站的基本概念	(69)
3.2.2 Web 网站的工作原理	(69)
3.2.3 Web 网站的特点	(70)
3.3 电子商务网站建设流程	(70)
3.3.1 网站总体规划	(70)
3.3.2 ISP 选择	(71)
3.3.3 域名注册	(71)
3.3.4 网站开发	(71)
3.3.5 网站测试、发布与推广	(72)
3.3.6 网站维护	(72)
3.4 电子商务网站开发的支撑平台	(73)
3.4.1 计算机硬件技术	(73)
3.4.2 计算机软件技术	(73)

3.5 电子商务数据处理技术	(75)
3.5.1 关系数据库	(76)
3.5.2 数据仓库	(77)
3.5.3 物联网	(80)
本章小结	(83)
关键概念	(84)
案例分析	(84)
习题	(86)
实践环节	(87)
第4章 电子商务安全技术	(89)
4.1 电子商务安全概述	(89)
4.1.1 电子商务安全要素	(89)
4.1.2 电子商务安全问题	(90)
4.1.3 电子商务的安全体系架构	(91)
4.1.4 电子商务的安全保障	(92)
4.2 网络安全技术	(92)
4.2.1 网络安全概述	(92)
4.2.2 防火墙	(93)
4.2.3 VPN 技术	(95)
4.2.4 入侵检测技术	(97)
4.2.5 防病毒技术	(98)
4.3 加密技术	(99)
4.3.1 对称密钥加密	(99)
4.3.2 非对称密钥加密	(100)
4.3.3 混合加密	(101)
4.4 认证技术	(102)
4.4.1 数字摘要技术	(102)
4.4.2 数字签名技术	(103)
4.4.3 数字信封技术	(104)
4.4.4 数字时间戳	(105)
4.4.5 数字证书技术	(105)
4.4.6 CA 认证体系	(106)
4.4.7 PKI 技术	(108)
4.5 安全技术协议	(110)
4.5.1 安全套接层协议 SSL	(110)
4.5.2 安全电子交易协议 SET	(112)
4.5.3 安全超文本传输协议 S-HTTP	(113)
4.5.4 安全多媒体 Internet 邮件扩展协议 S/MIME	(113)



4.6 电子商务安全管理	(114)
本章小结	(115)
关键概念	(116)
案例分析——支付宝安全解决方案	(116)
习题	(117)
实践环节——数字证书的使用	(119)
第5章 电子支付	(127)
5.1 电子支付概述	(127)
5.1.1 电子支付的含义	(127)
5.1.2 电子支付系统	(129)
5.1.3 电子支付模式	(131)
5.2 电子货币	(134)
5.2.1 电子货币概述	(134)
5.2.2 电子货币的分类	(134)
5.2.3 电子货币使用面临的问题	(135)
5.3 电子支付方式	(136)
5.3.1 银行卡	(136)
5.3.2 电子现金	(138)
5.3.3 电子支票	(140)
5.3.4 电子钱包	(143)
5.4 网上银行	(147)
5.4.1 网上银行概述	(147)
5.4.2 网上银行的两种模式	(148)
5.4.3 网上银行的发展趋势	(149)
5.4.4 使用网上银行应注意的问题	(149)
5.5 第三方电子支付平台	(150)
5.5.1 第三方电子支付平台概述	(150)
5.5.2 第三方电子支付平台产品介绍	(151)
本章小结	(154)
关键概念	(155)
案例分析——中国工商银行个人网上银行	(155)
习题	(157)
实践环节——网上银行交手机费	(159)
第6章 网络营销	(163)
6.1 网络营销概述	(163)
6.1.1 网络营销的含义	(164)
6.1.2 网络营销的内容	(164)

6.1.3 网络营销的特点	(165)
6.1.4 网络营销的理论基础	(166)
6.2 网络市场调研	(167)
6.2.1 网络市场概述	(168)
6.2.2 网络市场调研概述	(170)
6.2.3 网络市场调研的步骤和方法	(172)
6.3 网络消费者分析	(174)
6.3.1 网络消费者类型与特征	(174)
6.3.2 影响网络消费者购买的主要因素	(175)
6.3.3 网络消费者的决策	(176)
6.3.4 影响网络消费者购买决策的因素	(178)
6.4 网络营销策略	(179)
6.4.1 网络营销产品策略	(179)
6.4.2 网络营销定价策略	(181)
6.4.3 网络营销渠道策略	(183)
6.5 网络营销方法	(184)
6.6 网络广告	(188)
6.7 搜索引擎	(192)
6.8 网络营销管理	(196)
6.8.1 成本管理	(196)
6.8.2 绩效评价	(196)
6.8.3 客户关系管理	(197)
6.8.4 风险控制	(198)
本章小结	(199)
关键概念	(200)
案例分析——凡客诚品时尚服装的网络营销	(200)
习题	(201)
实践环节——网络营销实验	(203)
第7章 物流及供应链管理	(210)
7.1 现代物流概述	(210)
7.1.1 物流概述	(210)
7.1.2 现代物流的主要特征	(211)
7.1.3 现代物流的功能	(212)
7.2 电子商务与物流的关系	(215)
7.2.1 电子商务物流的特点	(216)
7.2.2 电子商务对物流的影响	(217)
7.2.3 物流对电子商务的影响	(219)

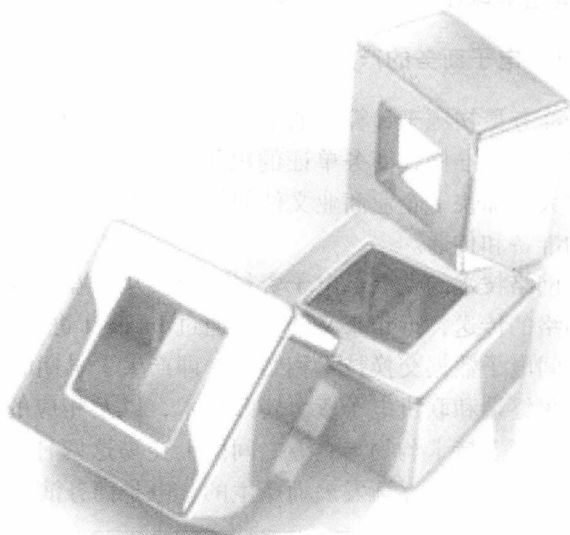


7.3 电子商务的物流模式	(220)
7.3.1 电子商务的物流模式比较	(220)
7.3.2 第三方物流	(221)
7.4 电子商务物流中的相关技术	(224)
7.4.1 信息技术在物流中的应用	(224)
7.4.2 呼叫中心	(225)
7.5 电子商务物流的解决方案	(227)
7.5.1 国外电子商务下的物流解决方案	(227)
7.5.2 我国电子商务下的物流解决方案	(229)
7.6 供应链管理	(230)
7.6.1 供应链的概念	(230)
7.6.2 供应链管理概述	(231)
7.6.3 电子商务环境下供应链中的物流管理的目标	(232)
7.6.4 供应链业务流程	(233)
7.6.5 电子商务下供应链管理的典型模式	(235)
本章小结	(237)
关键概念	(238)
案例分析——卓越亚马逊的物流管理	(238)
习题	(239)
实践环节——畅通物流管理系统操作	(241)
第8章 移动电子商务	(249)
8.1 移动电子商务概述	(249)
8.1.1 移动电子商务的含义	(249)
8.1.2 移动电子商务的特性	(250)
8.1.3 移动电子商务发展历程	(252)
8.1.4 移动电子商务的分类	(252)
8.1.5 对移动电子商务认识存在的误区	(252)
8.2 移动电子商务的发展现状	(254)
8.2.1 移动电子商务在美国的发展现状	(254)
8.2.2 移动电子商务在日本的发展现状	(255)
8.2.3 移动电子商务在我国的发展现状	(256)
8.3 移动电子商务的技术	(258)
8.3.1 无线应用协议(WAP)	(258)
8.3.2 通用分组无线业务(GPRS)	(259)
8.3.3 移动IP技术	(261)
8.3.4 蓝牙技术	(262)
8.3.5 移动定位技术	(263)
8.3.6 第三代(3G)移动通信系统	(264)

8.4 移动电子商务的应用	(265)
8.4.1 移动医疗	(265)
8.4.2 移动视频业务	(266)
8.4.3 移动旅游信息服务	(266)
8.4.4 随e行	(267)
8.4.5 移动支付	(268)
8.4.6 移动定位	(269)
8.5 我国移动电子商务的发展对策	(270)
8.5.1 我国移动电子商务发展的阶段	(270)
8.5.2 我国移动电子商务发展的特点	(270)
8.5.3 我国移动电子商务发展中存在的问题	(272)
8.5.4 我国移动电子商务发展的对策	(274)
本章小结	(275)
关键概念	(275)
案例分析——移动支付服务：德国的 Paybox. net	(276)
习题	(277)
实践环节——移动技术应用	(279)
第9章 电子商务系统建设	(282)
9.1 电子商务系统概述	(282)
9.1.1 电子商务系统的概念	(282)
9.1.2 电子商务系统的特点	(283)
9.1.3 电子商务系统的体系结构	(285)
9.1.4 电子商务系统的生命周期	(286)
9.1.5 电子商务系统的实现手段	(287)
9.2 电子商务系统规划	(288)
9.2.1 电子商务系统规划的特点	(288)
9.2.2 电子商务系统规划的内容	(288)
9.2.3 电子商务系统规划的步骤	(289)
9.2.4 电子商务系统规划报告	(290)
9.3 电子商务系统分析	(291)
9.3.1 电子商务系统分析的特点	(291)
9.3.2 电子商务系统分析的过程	(293)
9.3.3 电子商务系统分析方法	(294)
9.3.4 电子商务系统分析报告	(295)
9.4 电子商务系统设计	(296)
9.4.1 电子商务系统设计的原则	(296)
9.4.2 电子商务系统总体结构设计	(297)
9.4.3 电子商务系统基础设施设计	(298)



9.4.4 电子商务系统平台设计	(300)
9.4.5 电子商务应用系统设计	(303)
9.4.6 电子商务系统设计方法	(304)
9.4.7 电子商务系统设计说明书	(305)
9.5 电子商务系统的实施	(306)
9.5.1 电子商务系统的实施概述	(306)
9.5.2 电子商务系统的开发与集成	(306)
9.5.3 电子商务系统的测试	(308)
9.5.4 电子商务系统的实施准备与发布	(310)
9.5.5 电子商务系统评价	(311)
9.6 电子商务系统的维护	(312)
本章小结	(313)
关键概念	(314)
案例分析——中国商品交易中心网站建设	(314)
习题	(316)
实践环节——电子商务系统的规划	(318)
第10章 电子商务典型应用	(320)
10.1 企业电子商务应用	(320)
10.1.1 企业电子商务应用架构	(320)
10.1.2 企业内部电子商务	(322)
10.1.3 基于电子商务的供应链整合	(324)
10.2 金融电子商务	(325)
10.2.1 网上银行	(326)
10.2.2 网上证券	(326)
10.2.3 网上保险	(330)
10.3 电子政务	(332)
10.3.1 电子政务的概念与特点	(332)
10.3.2 电子政务应用系统组成	(333)
10.3.3 电子政务的应用	(334)
本章小结	(337)
关键概念	(337)
案例分析	(338)
习题	(340)
实践环节	(341)
参考文献	(344)



第 1 章 电子商务概述

学习目标：电子商务作为一种全球性的具有战略意义的贸易手段，不仅为企业提供了无限的商机，还引起了传统贸易手段的变革，并导致了对未来商业环境的冲击，使商品流通业面临着一场经营管理思想和管理手段的变革。通过本章的学习，了解电子商务的起源与发展；理解电子商务的含义；掌握电子商务的应用模式；理解电子商务对社会经济的影响。

互联网在现实世界中创造了一个新的世界——虚拟网络世界。在互联网的基础上产生的电子商务技术是 20 世纪最重要的科技成果之一。在商务活动中，蓬勃发展的电子商务使得流通领域发生了一场革命，它打破了时空界限，改变了贸易形态，改善了物流、资金流、信息流的环境与系统，加快了整个社会的商品流通，有效地降低了企业生产成本，提高了企业竞争力。

1.1 电子商务的产生与发展

20 世纪末信息技术的飞速发展，自互联网投入商业化运营以后，电子商务应运而生并蓬勃发展，这标志着一个崭新的电子商务时代的来临，电子商务正以其无可比拟的优势和不可