



清华21世纪高等职业经济管理专业系列教材



电子商务概论

张思光 主 编
刘进宝 副主编

清华大学出版社



清华21世纪高等职业经济管理专业系列教材

电子商务概论

张思光 主 编

刘进宝 副主编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是根据教育部对高职高专电子商务人才培养目标的要求编写的,属于财经大类下的市场营销方面的电子商务管理与服务应用类型专业用书。

电子商务概论是电子商务专业的基础核心课程之一。本书按照培养目标的要求,结合目前社会对电子商务人才的实际需要,参考了国内外优秀的论著和文献,采用最新的案例和数据,在完成基本理论、模式教学的前提下,强调了实务与操作,突出管理与应用,明确了技术为商务服务的理念。

本书共十一章,主要内容包括:电子商务导论、电子商务商业模式、网络营销、电子商务网站建设与规划、安全管理、网上支付、电子商务物流与供应链管理、网上服务业和电子商务法规等内容。

本书还与国家职业电子商务师系列考试内容相吻合,是适合于高等职业学校、本科院校设立的二级学院、成人教育院校的电子商务专业、市场营销专业、商贸专业等管理类专业的教材,以及在岗职工培训和社会自学等参考用书。

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/张思光主编. —北京:清华大学出版社,2009.2

(清华21世纪高等职业经济管理专业系列教材/刘进宝主编)

ISBN 978-7-302-19147-6

I. 电… II. 张… III. 电子商务—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第204258号

责任编辑:徐学军

责任校对:王荣静

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

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

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:14.5 字 数:337千字

版 次:2009年2月第1版 印 次:2009年2月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:25.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:031443-01

清华 21 世纪高等职业经济管理 专业系列教材编写委员会

丛书主编 刘进宝

编写委员会成员

刘进宝	张思光	刘建铭	乔颖丽
潘 力	申松涛	秦树文	陈宝财

总 序

在 21 世纪中国经济走向全球的时代,我们不但需要大批高素质的理论人才,更需要大批高素质技能型人才。高等职业教育是我国高等教育的重要类型,主要培养生产、建设、管理、服务等第一线亟需的高素质技能型人才,具有周期短、实用性强、文化层次与我国国民经济发展水平拟和度高、教育投资效率高等优势。

教材建设是高等学校基本教学建设之一,是学科建设的主要组成部分,教材作为体现教学内容和教学方法的知识载体,无疑是承载教学改革种种思路并传导至教学对象的主导媒介,因此是体现高等职业教育特色可供选择的首要改革路径。对于此,一线教师在多年的教学实践中深有感触。长期以来,在教学中使用本科教材或本科院校编写的高等职业教育教材时,深感现有教材不能适用于教学工作的实际需要,教材上给出的许多内容教学当中不需要,而需要讲的内容却不在教材当中,主讲教师需要从多本教材中进行综合提炼,极大地影响了教学效率和教学效果。高等职业教育是我国高等教育当中的一个新的类型,教材建设是一项重要且迫切的工作。

基于以上认识,我们开始探索高等职业经济管理类专业教材建设。在清华大学出版社的大力支持下,包括原张家口农业高等专科学校、郑州牧业工程高等专科学校、洛阳农业高等专科学校等 14 所高等职业院校共同合作,2002 年由清华大学出版社出版了“高职高专经济管理类系列教材”,教材出版发行后,受到教材使用单位的普遍好评,其中《管理学原理》一书截至 2006 年 6 月印刷、发行 60 000 册。由于首次教材编写获得成功,2007 年初,和清华大学出版社共同协商,决定对前次出版教材进行修订,同时再新编一批教材。

本套教材主要满足高等职业教育相关专业的教学需求,同时也可用作实际工作者的技能培训教材。教材编写以先进性、适用性为主导原则,突出了高等职业教育培养技术应用人才的办学特色,教材体系简明精练,理论够用,不求面面俱到;内容削枝强干,强化应用性、实践性内容,削减抽象的纯理论阐述。在此基础上,教材具有如下特色:

1. 摒弃“本科压缩型”教材模式,构建高职高专教材体系。我国高等职业教育发展历史短,其教材长期以来由本科院校的教授们编写,具有较高的理论水平、完善的理论体系和系统的知识结构,和本科教材在形式上、结构上和内容上没有太大的差异,不适应高等职业教育教学的需要。本系列教材以培养学生的实际操作技能为主线,教材编写上要求理论和实践相结合,以实践为主,强调理论够用;一般内容教学和案例教学相结合,加强案例教学内容;课堂教学和课外练习思考相结合,强化课外思考。

2. 教材内容简明易懂。针对我国目前的高等教育由传统的精英教育转向大众化教育后高职高专学生素质的变化,高等职业教育教材建设努力做到理论简明且通俗易懂,实际操作技能过程程序化,以便于学生更好地接受和掌握。

3. 适应快速变化的国民经济环境对教材建设的要求。经济管理在我国各学科专业

当中是一门新兴专业学科,它与我国政治经济的发展紧密相关联。最近 20 多年来是我国政治经济发展最快的一个时期,我国由传统的计划经济体制转向全面建设社会主义市场经济体制,这就要求经济管理的教材建设必须与之相适应;我国加入 WTO 以来,经济、文化快速融入国际经济体系,这就要求我们在教材编写当中将国际规则融入教材内容。

为出版本套教材,清华大学出版社经济管理编辑室的编辑和相关人员付出了极大辛苦;在本套教材编写组织过程中还得到河北北方学院领导的大力支持,在此衷心表示感谢。

刘进宝

2007 年 8 月 16 日

前言

进入新世纪以来,以计算机网络技术为代表的信息技术正在推动着新经济的迅猛发展,企业界纷纷在其经营和运作中引入电子商务,如比尔·盖茨所言,“21世纪要么电子商务,要么无商可务”。在这个时代,我们的生活也在经历着一场重大的变革,网民人数在迅速攀升,网络触角无处不在。我们的家庭生活、学习、工作、政治活动,乃至我们的娱乐活动也在发生着巨大的改变。许多改变由于网络的原因,正在将个别人、个别地区、个别国家的现象快速地蔓延为全球现象,确实,网络在改变着我们的一切,它的一个直接的原因就是商务经营活动上的转变。

电子商务是以互联网为代表、信息技术为手段而进行的各种商务模式的改变与创新,如交易方式的改变,通过电子网络购买和出售商品、服务与信息咨询等,其重点不是技术的开发与普及,而是在管理与组合的前提下,借助技术平台将各种资源进行整合和流程的再造,寻找到更新的模式和更经济的盈利点。不可否认,电子商务的应用会加速信息技术的发展。当然,电子商务不仅仅是商贸交易形式,而且,还包括企业运作、相互协同、信息搜集与发掘,以及网络学习、电子政务、电子服务及其他无数领域的拓展应用。今天,最为显著的是商贸领域的应用。

我国对电子商务无论在经济发展战略上,还是在经济政策上都给予了高度的重视。2006年3月,全国人民代表大会通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展规划第十一个五年规划纲要》中强调:“积极发展电子商务,建立健全电子商务基础设施、法律环境、信用和案例认证体系,建设安全、便捷的在线支付服务平台;发展企业间电子商务,推广面向中小企业、重点行业和区域的第三方电子商务交易与服务。”尤其是2005年4月1日开始实施的《中华人民共和国电子签名法》,是首次赋予了可靠的电子签名与手工签名或盖章具有同等的法律效力,这是我国电子商务发展的里程碑。

电子商务日新月异的发展给高校教育带来诸多改革上的挑战。电子商务具有明显的学科交叉性、理论创新性、实践导向性。笔者针对以上特点和高职高专的培养模式与目标要求编写了该部教材,本书力求以案例导入,以管理与应用为基点,由电子商务交易入手导出其完整体系,从其整合与创新功能展示其在多种领域的应用。

本教材由张思光担任主编,刘进宝担任副主编,郑伟、马福婷、李云贤等参加编写共同完成,全书由张思光、刘进宝负责统稿。具体编写任务是:张思光(第一、二、三、六、七、九章)、刘进宝(第十章)、郑伟(第五、八章)、马福婷(第四章)、

李云贤(第十一章)。

特别感谢刘进宝博士在审阅过程中提出了多条创新性的修改建议,使本书更加贴近和突出适合高职高专的特色。

本书在编写中,参考了众多国内外有关的最新论著和文献,在此表示衷心的感谢!因为时间仓促、水平有限,书中难免有不足之处,希望广大读者批评指正。

张思光

2008年8月18日

目 录

.....

第一章 电子商务导论	1
导入案例一: Campusfood. com 公司的网上订餐	1
第一节 商务活动的基本内容.....	3
第二节 电子商务的涵义.....	3
第三节 电子商务的分类.....	5
第四节 电子商务的构成.....	7
第五节 电子商务的发展与作用	11
本章小结	14
复习思考	14
问题讨论	15
实践训练	15
第二章 电子商务的商业模式	16
导入案例二: 电子零售业的王者 —— Amazon	16
第一节 电子商务的商业模式	19
第二节 B2C 商业模式	20
第三节 信息沟通	24
第四节 网上零售的影响因素分析	26
本章小结	28
复习思考	28
问题讨论	29
实践训练	29
第三章 B2B 与 C2C 电子商务	30
导入案例三: 海尔电子商务之路.....	30
第一节 B2B 电子商务	33
第二节 B2B 电子商务模式分类	33
第三节 B2B 电子商务的价值主张	35
第四节 B2B 电子商务的主要运作方式	39
第五节 C2C 电子商务	43
本章小结	48
复习思考	49
问题讨论	49
实践训练	49

第四章 网络营销	51
导入案例四:亚马逊网上书店网络营销战略	51
第一节 网络营销的定义和特点	53
第二节 网络营销产品	55
第三节 消费者与互联网环境	57
第四节 网络商务市场信息的收集	61
第五节 网络营销技术	64
本章小结	75
复习思考	76
问题讨论	76
实践训练	76
第五章 电子商务网站规划与建设	77
导入案例五:当当商务平台	77
第一节 电子商务网站概述	78
第二节 电子商务网站系统规划	82
第三节 电子商务网站运行环境	89
第四节 电子商务网站内容设计	92
本章小结	97
复习思考	97
问题讨论	98
实践训练	98
第六章 电子商务的安全管理	99
导入案例六:垃圾邮件泛滥、神秘黑客攻击美五大网站	99
第一节 电子商务安全概述	101
第二节 电子商务安全管理—访问控制与用户身份认证	106
第三节 电子商务安全管理—信息认证技术	107
第四节 电子商务基本认证技术	110
第五节 安全电子商务网络技术	117
本章小结	123
复习思考	123
问题讨论	124
实践训练	124
第七章 电子商务网上支付	125
导入案例七:第三方支付平台——支付宝基本框架与功能	125
第一节 网上支付	127
第二节 网上支付系统	129
第三节 网上支付方式	132
第四节 国际上通行的两种电子支付安全协议	143

本章小结·····	149
复习思考·····	149
问题讨论·····	150
实践训练·····	150
第八章 电子商务物流与供应链·····	151
导入案例八:UPS 的信息化物流·····	151
第一节 电子商务与物流概述·····	152
第二节 电子商务物流模式·····	158
第三节 电子商务物流技术·····	162
第四节 电子商务与供应链·····	165
本章小结·····	168
复习思考·····	168
问题讨论·····	168
实践训练·····	168
第九章 移动电子商务·····	169
导入案例九:讯宝科技助力英国百安居实现移动商务·····	169
第一节 移动电子商务概述·····	171
第二节 移动商务·····	173
第三节 移动电子商务的服务内容·····	175
第四节 移动商务的整合·····	180
本章小结·····	181
复习思考·····	182
问题讨论·····	182
实践训练·····	182
第十章 网上服务业·····	183
导入案例十:旅游电子商务网站——信天游·····	183
第一节 旅游业电子商务·····	185
第二节 网络金融·····	194
第三节 网上招聘与就业·····	201
本章小结·····	202
复习思考·····	203
问题讨论·····	203
实践训练·····	204
第十一章 电子商务法规·····	205
导入案例十一:虚实体转换中的疑问·····	205
第一节 电子商务法概述·····	206
第二节 电子商务主体法律制度·····	209
第三节 电子合同法律制度·····	211

第四节 电子商务税收法律制度·····	212
第五节 电子证据法律制度·····	214
本章小结·····	215
复习思考·····	216
问题讨论·····	216
参考文献·····	217

第一章

电子商务导论

【学习目标】

1. 了解商务活动的基本内容。
2. 掌握电子商务的涵义。
3. 掌握电子商务的各种分类方法。
4. 从多角度理解电子商务的构成。
5. 深入理解电子商务发展的直接原因。
6. 了解电子商务在国民经济中的地位与作用。

导入案例一：

Campusfood.com公司的网上订餐

Campusfood.com 公司利用因特网替代或辅助传统的电话订餐方式,为大学生提供互动式菜单。Campusfood.com 公司由宾夕法尼亚大学创办,每月为当地的餐馆接收成千上万个订单,为宾夕法尼亚大学和其他大学带来比萨饼、汉堡和鸡翅。

创办人迈克尔·桑德斯(Michael Saunders)于1997年开始开发网站(campusfood.com),当时桑德斯还只是宾夕法尼亚大学的一个三年级学生。1998年,桑德斯在一些同学的帮助下创建了网站。毕业后,他开始开发公司的客户数据库,这涉及将业务拓展到其他大学,吸引学生,创建学生可以订购食物的餐馆列表。目前,公司将这些业务活动中的一部分外包给了一家营销公司,结果公司的业务又拓展到了另外十几所高校。到2004年,公司所服务的高校有200所,链接的餐馆达到1000多家。

尽管有私人投资和朋友、家族成员的资助,但网站建设时所用的资金仍不足100万美元(作为对比,另外一家主要服务于大学生市场的公司投资了1亿美元)。Campusfood.com 公司的收入主要来源于交易费:网站每接受一份订单,就要向销售者(餐馆)收取5%的佣金。

当登录 campusfood.com 网站时(图 1-1),你可以:

- 浏览当地餐馆列表,获得餐馆的营业时间、地址、电话号码,以及其他信息。

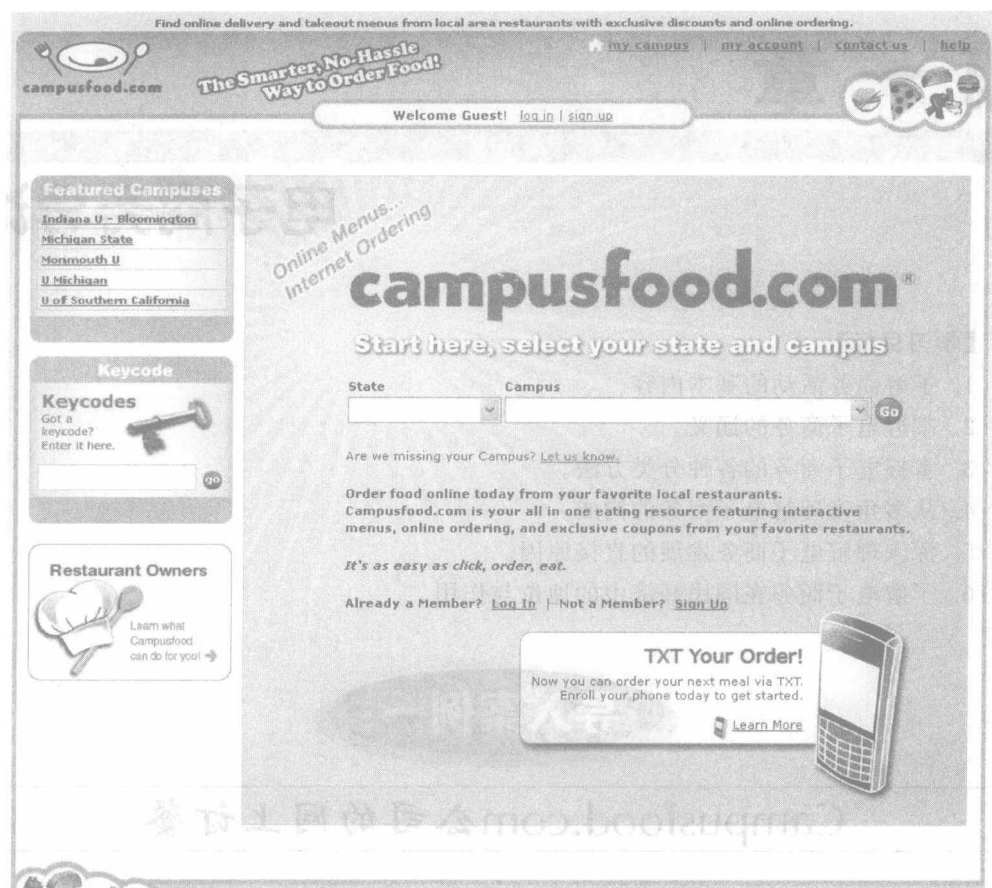


图 1-1 campusfood.com 订餐主页

- 浏览交互式菜单。公司按照餐馆标准打印菜单,并将菜单转化成电子菜单,菜单上列有所有的一流菜、特色菜、饮料及其各自最新的价格。
- 绕过“忙碌”的热线电话,进入网上订单。在填写订单时,要避免错误的语言传达。
- 进入获取特色食物、促销食物、餐馆提供的免费食物页面。公司正在致力于为 Campusfood.com 公司的顾客建设能在网上进行膳食交易的系统。
- 以电子付款方式支付订单。

资料来源: Compiled from Prince(2000)and campusfood.com(Accessed august 2004)

问题:

1. 本案例属于哪种类型的电子商务交易?
2. 解释说明 campusfood.com 给学生顾客带来的益处,以及为所代表的餐馆带来的好处?
3. 说明本案例中数字化信息流的来源。
4. 市场营销业务的外包给公司带来了哪些益处?

第一节

商务活动的基本内容

一、商务活动

商务活动是一系列经济行为的表现,是市场经济主体之间通过交换各种经济资源来达到一定收益目的的过程。

人们的经济生活中充斥着各种商务活动,企业、家庭、个人以及政府组织,在市场经济活动中不断交换各种经济资源,包括物质产品、劳务、土地、资本、信息等,以期达到获得发展机会和一定的收益。

可以说,商务活动的内容比较宽泛,从生产领域到流通领域,各种价值的实现活动过程都构成商务活动的内容。

二、商务活动的基本过程和发展背景

商务活动历史久远,当今它已渗透到社会生活的各个领域。商务活动的实现基本上都要经过准备、磋商、达成与执行、支付与清算、后续服务等环节。然而,随着科技和生产力的不断发展,人类可借助的技术和工具的改进与提高,商务活动的方式和模式在发生着飞速的变化。过去商务活动的大量业务流程是以直接或间接的物理交换或物理接触来完成,以纸面交易方式为主,这种方式由于有信息不完善、耗费时间长、成本高、库存和产品积压、生产周期长、客户服务有限等局限性,因此商务活动者一直在寻求新的、高效率、低成本的新工具、新方式。

21 世纪将是一个以网络计算机为核心的信息时代,在经济全球化背景下,信息技术革命必将推动生产力的发展,进而使资本经济转变为信息经济、知识经济,也将最大程度地改变商务活动的方式。

第二节

电子商务的涵义

电子商务作为一个新兴交叉学科领域,不同的组织和领域从各自的理解和应用产生过不同的定义,如联合国经济合作与发展组织(OECD)、全球信息基础设施委员会

(GIIC)、国际标准化组织(ISO、IEO)、联合国国际贸易法律委员会(UNITRAL)以及 IBM 公司、HP 公司、通用电气公司(GE)和英特尔公司都有过不同的定义与划分。

本书对电子商务的定义是:电子商务是指利用现代信息技术及以互联网为主的计算机网络技术所进行的任何形式的商务、管理运作或信息交换活动。

日前,对各类商业活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易等内容的电子商务研究较多,对生产管理运作、政府公共事务等内容研究相对较少,这与电子商务的发展与运用有着紧密关系。因此出现 EC(electronic commerce)与 EB(electronic business)之分,尽管 EC 与 EB 在词义上有所差别,但本书认为二者的不同在于研究的先后,而没有本质的差别,电子商务是商务发展史上的一次革命,最终会推动社会多个领域的发展变化,电子商务定义只要是既能反映现代经济活动转变的状态,又能反映信息技术在商务、管理活动中的作用,就反映出了电子商务的基本涵义。本书仍采用 EC 这一叫法,但其涉及内容会更广一些。

电子商务融合了因特网能达到的各个领域和信息技术系统的巨大资源,它是动态的和交互式的,范围相当广泛,包括从 Intranet、Extranet 到 Internet,它利用网络节点将客户、卖主、供应商和雇员以一种前所未有的、规模空前的方式联系起来。简而言之,电子商务利用计算机网络非常有效地把有价值的信息和需要这些信息的人联系起来,形成了价值增值链和服务网。

电子商务从企业来看就是将企业的核心商务过程通过网络节点实现,以便改善客户服务,减少流通时间,降低流通费用,从有限的资源中得到更多的收获,最终卖出商品。它提供了与传统经营方式不同的一种新的机会、一组新的需求、一套新的规则、一次新的挑战。对一般企业经营而言,电子商务包括的内容有:业务信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的介绍、产品使用指南)、销售、网上支付(电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、运输(依托条形码和密码技术对实物商品发送和运输,实行网上跟踪以及对可电子化传送的多媒体产品的实际发送)、组建虚拟企业、厂商和贸易伙伴共享商业信息等。

电子商务从公共管理来看就是将政府的服务与管理职能通过新的网络手段来实现,以便适应虚拟化、数字化、网络化发展的需要。为了丰富管理手段、加快办公网络化进程,政府应尽可能实现网上办公,除了少数手续必须有书面或实物证明外,多数手续可以在网上远程办理,以提高社会运行效率,如开通电子批复、网上公告等便民措施,推进电子化调控职能的实现,可以建立国民经济动态信息监测网,确定主要经济指标的预警线,随时收集汇总本地区的经济活动指标;还可以通过电子手段对财政税收的管理,实现对生产、流通、消费的有效调节,保护和支持守法经营,促进社会经济的健康成长;政府在电子化的过程中,在规范电子商务活动上有着不可替代的责任,应根据电子商务的发展状况,制定相应的网上商业管理法规,如电子合同、电子签名的形式和电子资料证据的法律效力等,提供一些关于当事人行为的基本法律规范,使交易各方有所遵循。

电子商务还包括一系列以计算机网络为基础的现代化电子工具在商务过程中的应用,如电子数据交换(EDI)、电子邮件(E-mail)、电子资金转账(EFT)、数字现金(digital cash)、电子密码(electronic cryptography)、电子签名(electronic signature)、条形码

(bar-code)、图像处理(image processing)、智能卡(IC)等。

第三节

电子商务的分类

基于电子商务应用和研究的需要,我们将其进行多种方式的分类。

一、按照交易对象分类

按照交易对象分类,电子商务可以分为四种类型。

(一) B2C(business to customer)电子商务,即电子商务企业与消费者之间的电子商务。它类似于联机服务中进行的商品买卖,是利用计算机网络使消费者直接参与经济活动的高级形式。在互联网飞速发展的今天,已形成了各种类型的商业中心,提供各种商品和服务。

(二) B2B(business to business)电子商务,即企业与企业之间的电子商务。B2B包括非特定企业间的电子商务和特定企业间的电子商务。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳伙伴,与伙伴进行从订购到结算的全部交易行为。这里虽说是非特定企业,但由于加入该网络的只限于需要这些商品的企业,所以,可以设想是限于某一行业的企业。不过,它不以持续交易为前提,不同于特定企业间的电子商务。特定企业间的电子商务是在过去一直有交易关系或者今后一定要继续进行交易的企业间,为了相同的经济利益,进行共同的设计、开发或全面进行市场及库存管理而进行的商务交易。企业可以使用网络向供应商订货、接收发票和付款。B2B在这方面已经有了多年运作历史,使用得也很好,特别是通过专用网络或增值网络运行的电子数据交换。

(三) C2C(customer to customer)电子商务,即消费者与消费者之间的电子商务。C2C电子商务主要是消费者与消费者之间的交易,消费者借助一个网络平台例如淘宝网、易趣网开展的个人间的交易。

(四) B2G(business to government)电子商务,即企业与政府方面的电子商务。这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。政府采购清单可以通过因特网发布,公司可以以电子化方式回应。同样,在公司税的征收上,政府也可以通过电子交换方式来完成。美国政府已经宣布从1997年1月起将通过EDI完成政府年度采购任务,并于1999年最终取消了纸面单证。

目前,B2C在我国表现较为活跃,B2B作为主要领域有望迅速发展,G2B、G2C需加快步伐以适应全球经济发展的需要。当然,C2C如同二手市场一样,会随着整个电子商务市场的完善而发展。B2C、B2B和B2G等之间的关系如图1-2所示。