



北京高等教育精品教材

BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

高等学校电子商务专业系列教材

电子商务概论

Introduction to Electronic Commerce

(第2版)

张润彤 主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

北京高等教育精品教材
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务概论

Introduction to Electronic Commerce

(第2版)

张润彤 主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

电子商务是各种具有商业活动能力和需要的实体为了提高商务活动效率,而采用计算机网络和各种数字化传媒技术等电子方式实现商品交易和服务交易的一种贸易形式。电子商务已成为 21 世纪人们的主要商务模式和用来推动社会、经济、生活和文化进步的重要动力和工具。

本书共 15 章,分为 4 个主要部分:基础篇、技术篇、管理篇和应用篇,系统、全面地介绍了电子商务的整体框架及其涵盖的主要内容。本书强调相关概念、理论的成熟性和完整性,使其可以反映教材易教易学的特点;同时它也强调研究成果的先进性,深入浅出地反映出电子商务的发展趋势,如介绍“移动电子商务”的技术和特点,提出“下一代电子商务”的概念等,并配有大量的复习思考题和丰富的国内、国外案例。

本书既可作为高等学校电子商务、计算机应用、信息管理、经济贸易和工商管理等专业高年级本科生和研究生的教材,也可作为电子商务相关领域高级管理人员的参考用书或培训教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/张润彤主编. —2 版. —北京:电子工业出版社,2009.3

北京高等教育精品教材. 高等学校电子商务专业系列教材

ISBN 978-7-121-07938-2

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 189476 号

责任编辑:刘宪兰 特约编辑:毛联霞

印 刷:北京市天竺颖华印刷厂

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×1092 1/16 印张:28 字数:660 千字

印 次:2009 年 3 月第 1 次印刷

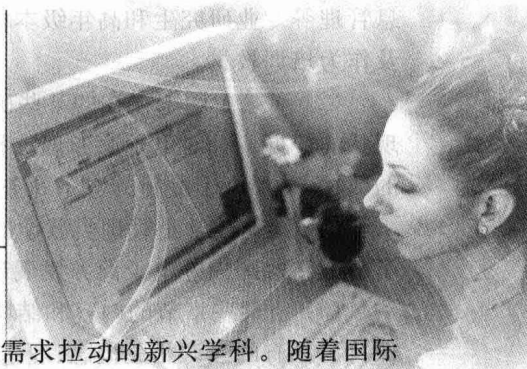
印 数:4 000 册 定价:38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zhts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

第2版前言



电子商务是一门迅速发展并且不断丰富和完善的被需求拉动的新兴学科。随着国际互联网的普及,上网人数的不断增加,电子商务在全球贸易中所占份额越来越大。1995年,全球仅有网站1.8万家;2003年全球网站是4000万个,到2008年2月这个数量已经突破1.6亿个。全球网民数量在1999年是1亿人,2002年9月底,全球网民数量是6.056亿人,而截至2008年6月,全球的网民数已达到12亿人。2000年时全球电子商务交易总额是580亿美元,到2004年是2360亿美元,2007年全球电子商务交易总额已超过2万亿美元。这些数字说明电子商务已在全球范围内深入人心,成为人们不可或缺的工作和生活方式。同时,我们也可以说,电子商务创造了一种产业发展的奇迹,其高速的发展速度是任何一种传统产业都无可比拟的。

电子商务拥有传统商务无可比拟的种种优势——时空优势、速度优势、成本优势、个性化优势、信息优势、便捷优势等,它可以协助企业获得核心竞争力,可以帮助消费者获得更好的服务。但是,如果电子商务应用与战略制定得不当,施行电子商务并不意味着企业和个人就能获得以上种种利益。国家亦是如此,如果一个国家所制定的电子商务政策跟不上全球电子商务发展的步伐,那整个国家的电子商务将不能快速发展。

国家如何在电子商务日新月异的时代制定相应的政策大力发展本国经济呢?企业如何以信息化迎接电子商务的挑战呢?个人又如何在全球电子商务蓬勃发展的今天充分发挥自我价值,始终走在社会发展的前列呢?这些都是非常紧迫的问题,随着电子商务理论和实践的发展,这些问题的答案也会随之而变。与电子商务技术与应用的迅速发展相适应,电子商务理论研究与推广也当仁不让地需要迅速完善并且起到领导的作用。本书的再版修订就是要研究和分析这些新的变化,相信在对《电子商务概论》进行再版之后,能使采用本书作为教材或参考书目的教师与同学们得到更多的帮助,也借此为政府、企业和个人电子商务事业的应用和发展贡献更大的一份力量。

本书作为“北京市高等教育精品教材建设立项项目”,自2003年1月出版以来,受到广大读者的欢迎,一再重印,在此对广大读者对本书的喜爱和支持表示衷心的感谢。以本书为主要推荐教材的、由本书主编为主要负责人的“电子商务概论”课程获“2004年国家精品课程”称号。本书于2005年1月获得“北京高等教育精品教材”称号。

根据本书第一版的读者反馈,结合目前全球电子商务发展现状,第二版修订时主要考虑以下几点:

(1) 继续延续原有教材的定位,适合作为高等院校经济贸易、工商管理、电子商务和信息管理等专业研究生和高年级本科生的教材,也可作为相关领域高级管理人员的参考用书及作为培训教材。

(2) 对第1版中存在的某些疏漏和印刷差错做了更正,更新了书中有关电子商务发展现状的数据。针对电子商务理论和实践都发展较快这一特点,第2版在修订时更新了大量的数据,并加入了最新的电子商务理论,使本书更具有时效性和准确性。

(3) 案例教学是管理类教学的重点之一,本书在修订时更新了大部分的案例,使读者能了解最新的国内外电子商务发展现状,更好地理解电子商务的基本理论。

(4) 对某些章节的内容和结构进行了调整。本版的整个框架安排与第1版大致相同,保持了原有的强调相关概念、理论的成熟性和完整性,使其可以反映教材易教易学的特点,并结合多年来教学改革实践与电子商务最新发展状况进行修订。

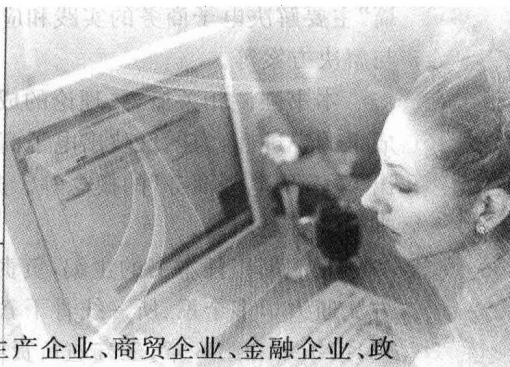
(5) 增加研究型教学的理念和思想,力图使本书的读者、教师与同学在学习和实践中,掌握电子商务的各种理论,提高分析各种与电子商务有关的案例与经济现象的能力;为开展教学研究、指导教学实践、提高电子商务教学质量打下良好的基础。

本书的修订工作由张润彤和邢婷负责。本书的再版工作受到了电子工业出版社的鼎力相助,在此表示感谢。我们在修订过程中引用了相关领域的一些最新研究成果及部分案例,在此谨向被参考的文献著(作)者表示真诚的谢意。同时对书中不足之处,恳请广大读者提出宝贵意见,以期不断改正。

张润彤

2008年10月18日于北京

第 1 版前言



电子商务是各种具有商业活动能力和需求的实体(生产企业、商贸企业、金融企业、政府机构、个人消费者……)为了提高商务活动效率,而采用计算机网络和各种数字化传媒技术等电子方式实现商品交易和服务交易的一种贸易形式。电子商务的发展得益于全球经济一体化的迅速发展,也得益于信息处理技术和通信技术的迅速发展和成熟。同时,商业企业管理信息系统及金融业自动服务系统的形成和不断完善也为电子商务的形成奠定了基础,并为电子商务的进一步发展创造了更加有利的条件。电子商务已成为 21 世纪人们的主要商务模式和用来推动社会、经济、生活和文化进步的重要动力和工具。全球性的电子商务正在逐渐渗透到每个人的生存空间,将对人们的工作方式、日常生活、商业关系和政府作用等方面产生深远的影响。

电子商务无论给国家、给企业还是给个人,都带来了新的机会。电子商务为每一个社会实体提供了虚拟的全球性贸易环境,促进了商务经营向异地化和多元化发展。新型的商务通信渠道将重新定位每一个实体,新的生存规则将开始制定。因此,正视个人、企业和政府在电子商务时代的位置,抓住电子商务这一契机,促进经济的腾飞和社会的发展,应当是每个政府工作者和企业经营者不可回避的现实。

基于这种对电子商务重要性的理解,许多国家与国际组织根据自身的特点制定了电子商务发展战略和对策。如何开发电子商务技术和应用,研究探讨政府、企业、公众在电子商务发展过程各阶段的作用,研究电子商务对社会、经济、法律的影响,总结其发展的规律和得失,研究电子商务对企业的潜在冲击,制定各发展阶段的不同对策,等等,都是非常重要的研究课题。

为满足电子商务快速发展的需要,我们编写了这本《电子商务概论》。本书系“北京市高等教育精品教材建设立项项目”并“电子商务专业系列教材”的核心书目,它既可作为高等学校电子商务、计算机应用、信息管理、经济贸易和工商管理等专业高年级本科生和研究生的教材,也可作为相关领域高级管理人员的参考用书或培训教材。

本书共 15 章,分为四个主要部分,包括基础篇、技术篇、管理篇和应用篇,系统、全面地介绍了电子商务的整体框架及其涵盖的主要内容,使读者在阅读此书后对电子商务理论、技术与应用有一个清晰、完整的了解。“基础篇”深入探讨了电子商务的定义,分析了电子商务对人类的思维方式、经济活动和工作生活方式带来的变革,展望了电子商务的发

展前景;“技术篇”对和电子商务相关的核心技术,如计算机网络与通信技术、电子商务安全技术、金融电子化技术、物流技术、电子商务标准化等,进行了系统、全面的介绍;“管理篇”着重研究了电子商务在金融、法律、政府、商业模式和企业管理方面的理论与实践问题;“应用篇”主要解决电子商务的实践和应用问题,包括电子商务的环境支持,电子商务的典型应用与解决方案等。

本书强调相关概念、理论的成熟性和系统性,使其可以反映教材特点;同时也强调研究成果的先进性,力图反映出电子商务的发展趋势,如介绍“移动电子商务”的技术、特点和提出“下一代电子商务”的概念等。此外,配有大量的复习思考题和丰富的国内、国外案例也是本书的特点之一。

张润彤担任本书的主编,负责全书的组织设计、质量控制和统编定稿。编写工作由以北方交通大学多个系、所一线骨干教师为主体的编写组完成,具体分工如下:周建勤负责第1章,第7章和第8章;王鑫迪负责第2章;薛明负责第3章;阚志刚负责第4章和第14章;吕希艳负责第5章;朱兵负责第6章;宫小全负责第9章和第11章;郭春芳负责第10章;朱晓敏负责第12章和第15章;苟娟琼负责第13章。本书的写作得到了北京市教委、北方交通大学教务处和王稼琼教授、张铎教授等专家学者的大力支持与鼓励,在此表示感谢。

电子商务是一门新兴的学科,这是一个由信息技术、管理、法律等众多学科高度交叉而形成的全新的科学领域,它的理论、技术和应用都是在不断的发展和变化中得以逐渐成熟与完善的,因此电子商务许多未知领域尚待进一步开发与探索。在此竭诚希望广大读者对此教材提出宝贵意见,以期不断改进。

张润彤

2002年10月 于北京

目 录

基 础 篇



第 1 章 电子商务概述	(2)
1.1 电子商务的定义与概念模型	(2)
1.1.1 电子商务的定义	(2)
1.1.2 电子商务概念模型	(4)
1.1.3 电子商务的研究对象	(6)
1.2 电子商务的内容	(6)
1.2.1 电子商务的内涵	(6)
1.2.2 电子商务的功能	(7)
1.2.3 电子商务的特点	(10)
1.3 电子商务的分类	(11)
1.3.1 按企业电子商务系统业务处理过程涉及的范围分类	(11)
1.3.2 按电子商务复杂性程度分类	(12)
1.3.3 按电子商务系统功能目标分类	(13)
1.3.4 按电子商务技术标准和支付方式分类	(13)
1.4 电子商务运作模型与交易成本	(14)
1.4.1 电子商务运作模型	(14)
1.4.2 交易成本的含义与构成	(16)
1.4.3 电子商务运作模式降低交易费用	(17)
1.5 电子商务系统的基本结构与组成	(18)
1.5.1 电子商务系统的基本结构	(19)
1.5.2 企业电子商务系统的组成	(19)
1.5.3 电子商务基础平台	(20)
1.5.4 电子商务服务平台与应用	(22)
1.6 电子商务系统网络结构与业务环境	(24)
1.6.1 电子商务系统的网络结构	(24)
1.6.2 电子商务系统的运行环境	(25)

1.6.3 电子商务系统的支撑环境	(27)
复习思考题	(28)
第2章 电子商务带来的革命	(30)
2.1 电子商务的产生和发展	(30)
2.1.1 电子商务的产生	(30)
2.1.2 电子商务的发展阶段	(32)
2.1.3 电子商务的发展现状与趋势	(34)
2.2 各国电子商务发展的状况	(35)
2.2.1 北美地区	(36)
2.2.2 拉美地区	(38)
2.2.3 欧洲地区	(38)
2.2.4 亚洲地区	(38)
2.3 中国电子商务的发展	(41)
2.3.1 中国电子商务发展现状	(41)
2.3.2 网络和网民的规模增长速度非常迅猛	(41)
2.3.3 中国电子商务的发展还处于初级阶段,具有很大的发展潜力	(42)
2.3.4 各个“金字”工程,成为中国电子商务的重要内容	(42)
2.4 电子商务对思维方式的变革	(45)
2.4.1 新思维方式的产生	(45)
2.4.2 电子商务下思维方式的特点	(45)
2.4.3 电子商务下生产者和消费者思维的变革	(46)
2.5 电子商务对人类活动的变革和影响	(49)
2.5.1 电子商务对市场结构的影响	(49)
2.5.2 电子商务对营销战略的创新	(50)
2.5.3 电子商务对人类工作和生活方式的影响	(53)
2.6 创造企业网络环境下的竞争优势	(54)
2.6.1 竞争优势理论	(54)
2.6.2 电子商务创造企业网络环境下的竞争优势	(55)
复习思考题	(58)
第3章 电子商务是历史发展的必然趋势	(59)
3.1 电子商务的优势和作用	(59)
3.1.1 电子商务的优势	(59)
3.1.2 在企业经营管理中的作用体现	(60)
3.1.3 在企业内部结构变革与行业结构变革中的作用体现	(62)
3.2 制约电子商务发展深层次的原因及对策	(63)
3.2.1 安全问题	(63)
3.2.2 技术问题	(63)
3.2.3 法律制度问题	(64)

3.2.4	标准问题	(64)
3.2.5	隐私权的保护问题	(65)
3.2.6	企业信息化程度偏低	(65)
3.2.7	支付问题产生的影响	(65)
3.2.8	物流对电子商务发展的制约	(66)
3.2.9	人才短缺的制约	(66)
3.2.10	社会商业信用缺乏	(67)
3.2.11	电信体制问题	(67)
3.3	电子商务发展战略	(67)
3.3.1	电子商务的发展总体战略	(68)
3.3.2	企业以信息化迎接电子商务的挑战	(69)
3.3.3	个人面对电子商务的发展战略	(70)
3.4	电子商务的发展趋势	(71)
3.4.1	透视电子商务的走向	(72)
3.4.2	客户服务的趋势——电子商务带来更快捷、更方便的服务	(73)
3.4.3	企业(或者公司)趋势——电子商务成为企业发展的新动力	(74)
3.4.4	网上政府的趋势——电子政务	(75)
3.5	电子商务发展的新看点	(76)
3.5.1	栅格电子商务(G-Commerce)	(76)
3.5.2	移动电子商务	(77)
3.5.3	流媒体与中间件	(79)
3.6	电子商务是历史发展的必然趋势	(80)
3.6.1	电子商务的危机和深入发展	(80)
3.6.2	新一代电子商务	(82)
3.6.3	电子商务大趋势	(83)
	复习思考题	(85)

技 术 篇

第4章	计算机网络、通信及相关技术	(88)
4.1	Internet 技术及应用	(88)
4.1.1	Internet 的概念	(88)
4.1.2	Internet 的发展	(89)
4.1.3	Internet 网络结构及协议	(90)
4.1.4	Internet 的基本应用	(91)
4.2	计算机网络	(92)
4.2.1	协议层次模型	(92)
4.2.2	IPv6 协议	(93)
4.2.3	移动 IP	(95)

4.2.4	高层协议	(96)
4.3	网站建设技术	(97)
4.3.1	定义网站	(98)
4.3.2	定义信息结构	(98)
4.3.3	确定网站内容	(98)
4.3.4	探索装饰风格	(99)
4.3.5	可视化设计	(100)
4.3.6	相关技术问题	(100)
4.4	移动通信系统及其演进	(102)
4.4.1	第二代移动通信的应用及技术特点	(102)
4.4.2	第三代移动通信(IMT-2000)的概念及主要技术	(103)
4.4.3	第二代向第三代的演进	(103)
4.4.4	中国 TD-SCDMA 技术及其进展	(104)
4.4.5	GPRS:通用分组无线业务	(105)
4.5	无线通信技术	(106)
4.5.1	WAP 技术	(106)
4.5.2	蓝牙技术	(108)
4.5.3	无线局域网	(110)
4.5.4	多媒体短信	(110)
4.6	EDI 增值网络技术	(111)
4.6.1	EDI 概念及构成	(111)
4.6.2	EDI 应用系统	(112)
4.6.3	EDI 服务中心	(113)
4.6.4	EDI 典型应用	(114)
4.7	其他相关技术	(116)
4.7.1	网络数据库	(116)
4.7.2	数据仓库	(117)
4.7.3	多媒体技术	(118)
4.7.4	J2EE 技术	(119)
4.7.5	Web Service 技术	(119)
	复习思考题	(121)
第 5 章	电子商务安全	(122)
5.1	电子商务安全概述	(122)
5.1.1	电子商务的安全威胁	(123)
5.1.2	电子商务的安全要求	(124)
5.1.3	电子商务安全保障体系	(126)
5.2	电子商务交易方自身网络安全保障技术	(127)
5.2.1	用户账号管理和网络杀毒技术	(127)

5.2.2	防火墙技术	(129)
5.3	电子商务数据传输安全保障技术	(132)
5.3.1	什么是数据加密	(132)
5.3.2	两种不同的加密算法	(133)
5.3.3	解决数据传输完整性问题: 数字签名	(136)
5.3.4	数据加密和认证技术在电子商务中的综合应用——虚拟私人网(VPN 技术)	(137)
5.4	电子商务交易用户身份识别与认证技术	(138)
5.4.1	什么是 CA 认证	(139)
5.4.2	CA 认证的过程	(140)
5.4.3	数字证书的内容和验证	(140)
5.4.4	中国金融认证中心	(141)
5.5	电子商务支付安全	(142)
5.5.1	SSL 协议	(142)
5.5.2	SET 协议	(143)
5.6	电子商务安全评估与安全策略	(145)
5.6.1	电子商务安全评估	(145)
5.6.2	电子商务安全策略	(147)
5.6.3	电子商务安全解决方案介绍	(149)
	复习思考题	(150)
第 6 章	金融电子化	(151)
6.1	电子货币	(151)
6.1.1	电子货币的概念	(151)
6.1.2	电子货币的起源	(152)
6.1.3	电子货币的主要特征和职能	(153)
6.1.4	电子货币的运行条件	(154)
6.1.5	电子商务与电子货币	(155)
6.2	银行卡	(155)
6.2.1	银行卡种类	(155)
6.2.2	银行卡应用系统	(156)
6.2.3	中国银行卡的功能	(158)
6.3	在线支付与电子资金转账	(159)
6.3.1	在线支付的重要性	(159)
6.3.2	电子资金转账(EFT)	(160)
6.3.3	电子资金的转账方式	(161)
6.3.4	电子资金转账系统	(161)
6.3.5	电子资金转账系统的发展	(161)
6.4	金融电子通信服务系统	(163)
6.4.1	金融通信服务组织 SWIFT	(163)

6.4.2	SWIFT 服务内容	(163)
6.4.3	SWIFT 的安全策略	(164)
6.4.4	SWIFT 的发展	(165)
6.4.5	SWIFT 的特点	(166)
6.4.6	SWIFT 的系统结构	(166)
6.4.7	SWIFT 的安全体系	(168)
6.5	网上金融服务的发展	(168)
6.5.1	金融电子化的必然性	(168)
6.5.2	中国金融电子化发展的过程	(169)
6.5.3	金融电子信息化发展问题	(169)
6.5.4	现代化的电子信息化转型	(170)
6.5.5	实施金融电子信息化的举措	(171)
	复习思考题	(172)
第 7 章	电子商务物流及标准化技术	(173)
7.1	物流与物流管理	(173)
7.1.1	物流概述	(173)
7.1.2	物流管理	(174)
7.1.3	中国物流发展状况	(175)
7.2	电子商务与物流	(177)
7.2.1	电子商务中物流的地位与作用	(177)
7.2.2	电子商务下物流的特点	(178)
7.2.3	电子商务中物流业的发展	(180)
7.3	电子商务下的物流模式	(181)
7.3.1	第三方物流	(181)
7.3.2	基于 Internet 的物流与配送	(183)
7.3.3	第四方物流	(184)
7.3.4	电子物流	(184)
7.4	电子订货系统	(186)
7.4.1	电子订货系统的组成与特点	(186)
7.4.2	EOS 的发展过程	(186)
7.4.3	EOS 的流程	(187)
7.4.4	EOS 的业务过程	(189)
7.5	电子商务标准化与标准机构	(190)
7.5.1	标准与标准化	(190)
7.5.2	国际电子商务标准化组织	(192)
7.5.3	中国电子商务标准化组织	(194)
7.6	电子商务可扩展标记语言	(195)
7.6.1	ebXML 提出的背景	(195)

7.6.2 XML 概述	(196)
7.6.3 ebXML 的技术系统架构	(198)
7.7 电子商务标准的发展	(199)
7.7.1 国外电子商务标准的制定动态	(199)
7.7.2 Internet 商务标准	(200)
7.7.3 中国电子商务标准化的情况	(200)
7.7.4 电子商务标准发展趋势	(202)
复习思考题	(203)

管 理 篇

第 8 章 电子商务模式与供应链管理	(206)
8.1 电子商务流程	(206)
8.1.1 百货商场商务流程	(206)
8.1.2 连锁超市商务流程	(207)
8.1.3 电子商务流程	(208)
8.2 企业间电子商务(B2B)运作模式	(212)
8.2.1 B2B 模式的地位和竞争优势	(212)
8.2.2 B2B 电子商务的组成和体系结构	(213)
8.2.3 B2B 电子商务模式下的典型运作方式	(215)
8.3 企业对消费者电子商务(B2C)运作模式	(217)
8.3.1 B2C 电子商务模式下的典型运作方式	(217)
8.3.2 B2C 电子商务模式成功的条件	(219)
8.3.3 B2C 电子商务模式可能优先发展的行业	(220)
8.4 电子商务模式创新	(222)
8.4.1 B2G 电子商务模式	(222)
8.4.2 X2X 电子商务模式	(223)
8.4.3 ASP 电子商务模式	(223)
8.4.4 基本电子商务模式的衍生	(224)
8.5 供应链管理模式	(226)
8.5.1 供应链及供应链管理	(226)
8.5.2 供应链管理思想与内容	(227)
8.5.3 供应链管理的优势	(229)
8.6 电子商务与供应链管理	(230)
8.6.1 电子商务对供应链管理的影响	(230)
8.6.2 电子商务在供应链管理中的应用	(232)
8.6.3 面向电子商务的供应链管理系统	(234)
复习思考题	(235)

第 9 章 电子商务的法律保障	(237)
9.1 电子商务呼唤新法律	(237)
9.1.1 电子商务的特征及其对法律的要求	(237)
9.1.2 电子商务立法的困难因素	(238)
9.1.3 电子商务立法的必要性	(239)
9.1.4 电子商务立法原则	(240)
9.2 国际组织和各国政府加强电子商务的法律建设	(242)
9.2.1 国际组织推动电子商务立法的行动	(243)
9.2.2 美国电子商务立法	(244)
9.2.3 欧盟电子商务立法	(245)
9.2.4 亚太地区电子商务立法	(245)
9.3 电子商务中的法律问题	(247)
9.3.1 电子商务交易的安全性	(247)
9.3.2 电子商务中知识产权	(248)
9.3.3 数据电文法律制度	(248)
9.3.4 电子合同	(248)
9.3.5 电子签名与电子证据的认定	(249)
9.3.6 电子交易认证机构的法律地位	(249)
9.3.7 电子商务的隐私权保护	(250)
9.3.8 网上仲裁法律制度	(250)
9.3.9 电子商务税收征管	(250)
9.4 电子商务中的知识产权保护问题	(251)
9.4.1 域名引发的法律问题	(251)
9.4.2 电子商务的版权问题	(253)
9.5 电子商务交易安全的法律保护	(255)
9.5.1 中国对电子交易安全的法律保护	(255)
9.5.2 保障电子商务交易安全的若干重要的法律问题	(256)
9.6 构筑具有中国特色的电子商务法律体系	(258)
9.6.1 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的必要性	(259)
9.6.2 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的途径	(259)
9.6.3 具有中国特色的电子商务法律体系的构成	(260)
复习思考题	(262)
第 10 章 企业电子商务的创建与管理	(263)
10.1 明确创建企业电子商务的目的	(263)
10.1.1 电子商务对企业商务活动主要环节的影响	(263)
10.1.2 从客户角度看	(265)
10.1.3 从企业角度看	(266)
10.2 电子商务效益分析与评估	(267)

10.2.1	企业开展电子商务的成本与代价	(267)
10.2.2	电子商务为企业带来的效益	(269)
10.3	创建电子商务的准备	(271)
10.3.1	企业业务分析	(271)
10.3.2	制定实施电子商务的计划	(272)
10.3.3	创建企业内部网	(272)
10.3.4	设备与环境的准备	(275)
10.3.5	管理及人员的准备	(276)
10.4	创建企业电子商务	(276)
10.4.1	电子商务网站的主要功能	(276)
10.4.2	制作网页,开发应用程序,实现电子商务网站的功能	(277)
10.4.3	电子商务网站的发布与维护	(280)
10.5	网络营销	(281)
10.5.1	网络营销的概念	(281)
10.5.2	网络营销 4C 策略	(282)
10.5.3	网络营销的职能	(283)
10.5.4	网络营销的方法	(284)
	复习思考题	(285)
第 11 章	电子商务发展策略与现代企业管理	(286)
11.1	电子商务发展策略	(286)
11.1.1	美国电子商务发展策略	(286)
11.1.2	加拿大电子商务发展策略	(288)
11.1.3	欧盟电子商务发展策略	(288)
11.1.4	亚太地区部分国家的电子商务发展策略	(289)
11.2	政府与电子商务发展	(290)
11.2.1	国际组织和各国政府对政府在电子商务发展中的作用的观点	(290)
11.2.2	各国政府为促进电子商务发展的举措	(292)
11.3	企业电子商务的管理	(295)
11.3.1	企业管理思想方法创新以适应电子商务发展的必要性	(295)
11.3.2	在电子商务中运用传统企业管理存在的问题	(295)
11.3.3	企业电子商务的柔性管理概念	(297)
11.3.4	以柔性管理思想为指导的企业电子商务的优势	(298)
11.3.5	以柔性管理思想为指导的企业电子商务的特征	(298)
11.4	知识管理与电子商务	(299)
11.4.1	知识管理概述	(299)
11.4.2	电子商务的发展推动了企业对知识管理的需求	(299)
11.4.3	电子商务技术的知识管理	(300)
11.4.4	流程的知识管理	(300)

11.4.5	根据电子商务战略实施知识管理	(301)
11.5	实施以新管理思想为指导的企业电子商务	(302)
11.5.1	推行新的管理思想	(302)
11.5.2	重视组织柔性体系	(303)
11.5.3	建立供应链竞争优势	(305)
11.5.4	注重企业文化建设	(305)
11.5.5	继续加速企业信息化建设	(305)
11.5.6	不断进行企业流程再造	(306)
11.6	积极、稳妥地推进中国电子商务	(307)
11.6.1	加入世界贸易组织对中国电子商务发展的影响	(308)
11.6.2	加快中国电子商务发展的对策建议	(309)
	复习思考题	(313)

应 用 篇

第 12 章	电子商务典型应用	(316)
12.1	网上商店	(316)
12.1.1	网络零售业的兴起	(316)
12.1.2	中国网上 B2C 零售商店的发展	(317)
12.1.3	Amazon 网络书店	(319)
12.2	网络银行	(320)
12.2.1	网络银行的特点	(320)
12.2.2	网络银行的实现环境和条件	(321)
12.2.3	世界著名网络银行服务	(322)
12.3	旅游电子商务	(323)
12.3.1	旅游电子商务的发展	(323)
12.3.2	旅游电子商务的概念	(324)
12.3.3	中国旅游电子商务运行状况	(325)
12.3.4	发展中国旅游电子商务	(327)
12.4	网上证券交易	(328)
12.4.1	证券交易与 Internet 联姻	(328)
12.4.2	网络炒股的方法	(329)
12.4.3	网上交易分析	(331)
12.4.4	中国网上证券交易前景光明	(331)
12.5	网上保险	(332)
12.5.1	利用 Internet 服务的优点	(332)
12.5.2	网上保险公司业务	(333)
12.5.3	中国的网上保险业务	(334)
12.5.4	网上保险技术	(335)