

Fundamentals of Electronic Business

李鼎 杨林 / 编著

电子商务基础

Fundamentals of Electronic Business (第二版)

Fundamentals of Electronic Business

Fundamentals of Electronic Business



首都经济贸易大学出版社

Capital University of Economics and Business Press

F713.36

284

优秀畅销书

电子商务基础

(第二版)

李鼎 杨林 编著

首都经济贸易大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/李鼎,杨林编著. —2 版(修订本). 北京:首都经济贸易大学出版社,2003.1

ISBN 7-5638-0757-8

I. 电… II. ①李… ②杨… III. 电子商务-基本知识
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 102733 号

电子商务基础(第二版)

李鼎 杨林 编著

出版发行 首都经济贸易大学出版社
地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)
电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)
E-mail publish@cueb.edu.cn
经 销 全国新华书店
照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部
印 刷 北京宏飞印刷厂
开 本 850 毫米×1168 毫米 1/32
字 数 332 千字
印 张 13
版 次 1999 年 6 月第 1 版 2003 年 1 月第 2 版
2004 年 7 月总第 9 次印刷
印 数 39 001~41 000
书 号 ISBN 7-5638-0757-8/F·411
定 价 20.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

《第二版》前言

本书自 1999 年出版以来，已多次重印，并被评为全国优秀畅销书。在此谨向首都经济贸易大学出版社及广大读者对本书的热情支持与厚爱表示深切的谢意。

电子商务的发展经历了一个由初级到高级、由简单到复杂的发展过程，它对社会经济的影响也是由浅入深、由点到面。今天的电子商务已不仅仅是在线销售，旨在获取现实收益的企业间电子商务已占据主导地位。人们对电子商务的认识也从轰轰烈烈的盲目信赖发展到对电子商务运作模式的切实研究。电子商务与信息技术和市场的依存关系决定了电子商务必然随着技术的不断进步和市场的变化而发展。本书虽然于 2001 年进行了部分修订，但仍然不能满足电子商务快速发展的需要。因此，第二版在基本不改变原书框架结构的基础上，进行了较大幅度的更新与补充。作为电子商务的基础性读物，第二版除保留了第一版深入浅出、通俗易懂、阐述全面的特点外，对电子商务的内涵及内容、行业电子商务、物流配送以及电子政务等内容进行了修订和补充，更新了大量事例和数据，从而较好地适应了电子商务理论与实践逐渐走向成熟的发展趋势。

本书除可作为电子商务专业教材或参考用书外，尤其适合非电子商务专业，如工商管理、市场营销、信息管理等专业的教学

使用，也适宜作为培训教材使用。

尽管作者付出了很大努力，第二版中仍可能会存在一些不妥与不足之处，欢迎广大读者对本书提出批评与建议，反馈意见可以电子邮件形式发至 `publish 3000@263. net`。

作者

2003 年 1 月

《修订版》前言

当今,网络、通信和信息技术快速发展,Internet 在全球迅速普及,使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征,任何一个商业组织都必须改变自己的组织结构和运行方式,以适应这种全球性的发展和变化。

随着信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用,利用计算机技术、网络通信技术和 Internet 实现商务活动的国际化、信息化和无纸化,已成为各国商务发展的一大趋势。

电子商务正是为了适应这种以全球为市场的变化而出现和发展起来的。作为近年来社会关注的焦点,电子商务从广义上讲,是指人们通过计算机网络进行的各种商务活动。它可以使企业与供应商更紧密地联系,更快地满足客户的需求,也可以让企业在全世界范围内选择最佳供应商,在全球市场上销售产品。

电子商务之所以受到重视,是因为它具有区别于其他商务方式的特点,具有诱人的发展前景。它可以使企业从事在物理环境中所不能从事的业务,有助于降低企业的成本,提高企业的竞争力,尤其能使中小企业以更低的成本进入国际市场参与竞争。同时,它还能为广大消费者增加更多的消费选择,使消费者得到更多的利益。

电子商务也是一场革命,它打破了时空的局限,改变了贸易形态,使 Internet 成为一种重要的业务传送载体。它汇聚信息,生成新的业务,产生新的收入,使企业进行相互连锁交易。其自适应导航技术,便于用户通过网络搜索交换信息,使业务交往个人化,具

有动态特征,因而受到用户欢迎,更具成本效益。

但是,由于电子商务的发展尚处于初级阶段,理论上还需进一步探索,而真正在社会各行业推广应用电子商务也并非一蹴而就。目前系统地介绍电子商务相关理论、技术以及应用的参考书籍匮乏,广大读者又迫切需要学习一些必备的电子商务知识,这便是作者出版这本书的初衷。

本书出版以后,受到了广大读者的欢迎。鉴于电子商务的发展十分迅速,因此,作者每值图书重新印刷之际,即根据电子商务发展的最新动态,对本书的内容进行更新与修订,以使本书能够适应信息时代发展的需要,满足读者对电子商务最新知识的学习与了解的需要,从而保持本书的长久的生命力。

本书可以作为信息管理和信息系统专业以及其他相关专业的教材或参考用书,并可作为具有一定文化水平的读者的自学用书。此外,本书对正在从事商业自动化工作、电子商务考察和研究的信息管理人员和技术人员也很有参考价值。

在本书的编写过程中,作者参考了《计算机世界》、《互联网世界》等报刊上个别作者的研究成果,文中没有一一列举,这里仅向这些同仁表示最衷心的感谢!同时,在写作期间,曾得到了各方面专家、学者和技术人员的热诚支持,特别是 IBM 公司、微软公司、清华大学、北京航空航天大学等单位的一些朋友的帮助,在此一并表示诚挚谢意。

由于作者水平有限和写作时间仓促,书中不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

作者

2001 年 4 月

目 录

第1章 电子商务概述	(1)
1.1 什么是电子商务	(2)
1.1.1 对电子商务的多种理解	(2)
1.1.2 广义与狭义的电子商务	(4)
1.1.3 电子商务的性质及特点	(4)
1.2 电子商务的产生背景和发展历程	(8)
1.2.1 电子商务的产生背景	(8)
1.2.2 电子商务的发展历程	(10)
1.3 电子商务的主要内容	(14)
1.3.1 企业间的电子商务(B to B)	(16)
1.3.2 企业对消费者的电子商务(B to C)	(18)
1.3.3 企业与政府(机构)之间的电子商务 (B to G 或 B to A)	(19)
1.3.4 消费者与政府(机构)之间的电子商务 (C to G 或 C to A)	(20)
1.3.5 消费者与消费者之间的电子商务 (C to C)	(21)
1.3.6 电子政务	(21)
1.4 电子商务的主要功能	(23)
1.4.1 电子商务的服务功能	(23)
1.4.2 电子商务的系统功能	(28)
1.5 电子商务的机遇和挑战	(30)

1.5.1 时代的机遇	(30)
1.5.2 面临的挑战	(34)
1.6 对电子商务采取的策略	(37)
第2章 电子商务网络技术平台	(43)
2.1 电子商务和 Internet	(44)
2.1.1 Internet 发展简史	(45)
2.1.2 Internet 常用相关名词简释	(47)
2.2 Internet 技术	(48)
2.2.1 网络协议	(48)
2.2.2 TCP/IP 协议	(49)
2.2.3 IP 地址	(51)
2.2.4 域名系统	(52)
2.2.5 Internet 端口/插口	(53)
2.2.6 URL	(53)
2.2.7 ISDN	(54)
2.2.8 DSL	(58)
2.2.9 T1	(59)
2.2.10 帧中继	(60)
2.3 网络互联设备	(62)
2.3.1 中继器	(62)
2.3.2 网桥	(62)
2.3.3 路由器	(62)
2.3.4 交换机	(63)
2.3.5 网关	(63)
2.4 Internet 的主要功能	(63)
2.4.1 Internet 的基本功能	(63)
2.4.2 Internet 的信息服务	(66)
2.4.3 Internet 的信息交流	(69)

2.5 Internet 的接入	(72)
2.5.1 选择接入 Internet 的方式	(72)
2.5.2 选择 ISP	(77)
2.5.3 硬件设置	(78)
 第3章 电子商务和信息化基础	(82)
3.1 电子商务——21 世纪全球竞争的焦点	(83)
3.2 电子商务和企业信息化	(86)
3.2.1 企业信息化的含义	(86)
3.2.2 企业信息化的意义	(88)
3.3 行业电子商务	(91)
3.3.1 工商业	(93)
3.3.2 金融业	(97)
3.3.3 教育业	(104)
3.3.4 医疗卫生	(108)
3.3.5 旅游业	(110)
3.3.6 政府部门	(113)
3.4 电子商务的用户服务	(117)
 第4章 电子商务和商业信息化	(122)
4.1 商业信息化的提出	(123)
4.2 传统商业的信息化	(125)
4.3 商业增值网	(127)
4.4 连锁经营	(130)
4.4.1 连锁商店的构成	(131)
4.4.2 连锁商店的功能和实质	(135)
4.4.3 连锁信息系统的构成	(138)
4.4.4 电子商务和连锁经营	(140)
4.5 电子商务下的物流配送	(141)

4.6 电子数据交换	(144)
4.6.1 EDI的产生背景	(144)
4.6.2 EDI的概念和基本思想	(148)
4.6.3 EDI的效益	(151)
4.6.4 基于EDI的电子贸易	(154)
4.6.5 EDI国际标准	(156)
4.6.6 EDI通信	(160)
4.6.7 EDI应用领域	(166)
4.6.8 EDI发展趋势	(167)
第5章 企业的网络经营	(171)
5.1 研究网上消费者的行为	(172)
5.2 定位网上产品	(176)
5.2.1 实体商品	(176)
5.2.2 软件商品	(178)
5.2.3 在线服务的选择	(179)
5.3 开创网络品牌	(181)
5.4 建立企业站点	(184)
5.4.1 需求分析	(184)
5.4.2 费用预算	(185)
5.4.3 制定网站实施计划	(185)
5.4.4 网站设计	(186)
5.4.5 吸引客户	(186)
5.4.6 销售	(187)
5.5 经营网上商店	(188)
5.6 从 Internet 到 Intranet	(196)
5.7 发展虚拟企业	(202)
5.7.1 虚拟企业的产生和发展	(202)
5.7.2 虚拟企业的基本概念	(204)

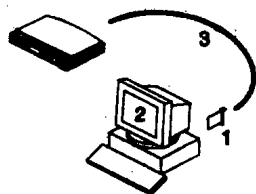
5.7.3 虚拟企业的特征	(206)
5.7.4 虚拟企业的技术平台	(210)
5.8 企业网上营销	(211)
5.8.1 网络营销面临的问题	(211)
5.8.2 网络营销的成功要素	(213)
5.8.3 网上企业宣传	(216)
5.8.4 网上市场调研	(217)
5.8.5 网络营销纵横谈	(219)
5.8.6 企业网上营销的前景	(221)
第6章 电子支付系统	(226)
6.1 传统支付手段	(227)
6.2 金融交易卡	(228)
6.2.1 信用卡	(229)
6.2.2 IC卡	(234)
6.2.3 光卡	(235)
6.3 数字货币	(236)
6.3.1 数字货币的特点	(236)
6.3.2 数字现金	(239)
6.3.3 数字支票	(244)
6.3.4 数字信用卡	(245)
6.4 电子转账系统	(246)
6.5 网上银行	(249)
6.6 网上金融服务的发展	(257)
6.6.1 电子支付的发展	(257)
6.6.2 电子交易流程	(259)
6.6.3 我国电子支付发展的思考	(261)
第7章 电子商务的安全和法律问题	(268)

7.1 电子商务的安全控制要求	(269)
7.1.1 计算机安全	(270)
7.1.2 计算机的网络安全	(271)
7.1.3 网上信息的安全	(272)
7.2 电子商务系统的安全技术	(273)
7.2.1 加密技术	(274)
7.2.2 数字签名	(278)
7.2.3 身份认证和数字凭证	(279)
7.2.4 认证中心	(281)
7.2.5 防火墙	(282)
7.2.6 虚拟专用网	(288)
7.2.7 Intranet 安全访问控制技术	(289)
7.3 电子商务安全的有关标准	(290)
7.3.1 SSL 协议	(290)
7.3.2 SET 协议	(291)
7.4 金融电子化的安全问题	(295)
7.4.1 电子商务对金融电子化的要求	(295)
7.4.2 我国金融电子化存在的问题	(298)
7.4.3 金融电子化安全管理措施	(300)
7.4.4 我国金融电子化的发展对策	(301)
7.5 电子商务的法律保护问题	(303)
7.5.1 买卖双方身份认证办法	(305)
7.5.2 电子合同的合法性程序	(305)
7.5.3 电子支付管理	(306)
7.5.4 知识产权保护	(306)
7.5.5 隐私权保护	(307)
7.5.6 税收问题	(307)
7.5.7 安全保障	(308)

第 8 章 电子商务的解决方案	(310)
8.1 电子商务——信息时代的制胜之道	(311)
8.2 基于 Internet 的电子商务	(313)
8.2.1 Internet 下电子商务的应用层次	(313)
8.2.2 企业电子商务运作过程	(315)
8.2.3 完整的电子商务环境	(321)
8.3 电子商务的应用案例	(326)
8.3.1 企业电子商务的实证研究	(326)
8.3.2 IBM 的电子商务解决方案	(328)
8.3.3 我国电子商务应用	(335)
8.3.4 首都电子商务工程	(337)
8.3.5 湖南电信电子商务系统	(340)
8.3.6 证券业的电子商务	(342)
8.3.7 网上教育	(345)
第 9 章 电子商务的未来与发展	(351)
9.1 关注电子商务	(352)
9.1.1 电子商务革命	(352)
9.1.2 世界各国对电子商务的响应	(355)
9.1.3 无线电子商务	(362)
9.2 电子商务中存在的问题和障碍	(366)
9.2.1 企业信息化的系列问题	(367)
9.2.2 电子贸易和金融支付系统发展中的问题	(369)
9.2.3 其他相关问题	(372)
9.3 我国电子商务发展的思考	(374)
9.3.1 积极参与国际对话	(375)
9.3.2 应对 WTO 挑战	(376)
9.3.3 突出重点, 全面推进	(377)
9.3.4 加强标准制定和安全技术研究, 加快	

法律法规建设	(378)
9.3.5 大力推动企业信息化进程, 搞好计算机·	
信息网络建设	(378)
9.3.6 加强宣传教育, 普及电子商务常识,	
培养电子商务应用人才	(378)
9.4 电子商务走向未来	(379)
附录1 中英文名词对照	(385)
附录2 计算机信息网络国际联网安全保护管理办法	(388)
附录3 电子商务的部分中文网站	(394)

第 1 章



电子商务概述

学习目标

- 什么是电子商务
- 电子商务的产生及发展
- 电子商务的内容
- 电子商务的功能
- 电子商务的机遇和挑战
- 电子商务的发展策略

随着计算机网络、通信技术的迅速发展,特别是 Internet 的普及应用,人们传统的行为方式和观念受到了巨大的冲击及影响。跨入 21 世纪后,人类迎来了一个以数字化、网络化与信息化为特征,以网络通信为核心的信息时代,经济全球化与网络化已成为人类社会发展的必然趋势。20 世纪末在全世界掀起波澜的电子商务热潮,随着 21 世纪的来临也进入了稳步的发展时期。电子商务对人类社会的经济活动、市场交易方式、消费习惯乃至人们的思维方式和生活方式的深刻影响正日益显现出来。可以说,电子商务与互联网所引发的革命正在将人类带入真正的信息社会。

1.1 什么是电子商务

在现代社会中,Internet 已无所不在,在企业、科研机构、商场、学校乃至家庭均可见到 Internet 的踪迹。然而网络究竟能为社会带来什么?网络的战略效益在哪里?答案就在“电子商务”!那么到底什么是电子商务呢?

1.1.1 对电子商务的多种理解

随着电子商务应用领域的不断扩展,人们对电子商务的认识也在不断深化,但由于电子商务的发展十分迅速,因此对电子商务的认识仍处于探索和发展之中。许多专家、学者及组织都在尝试界定电子商务的内涵和外延。下面给出一些目前影响较大的对电子商务的定义:

(1)经济合作和发展组织(OECD)的定义:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

(2)美国政府在《全球电子商务纲要》中的定义:电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务、信息交流等活动。