



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



21世纪电子商务系列教材
全国高等院校电子商务联编教材

电子商务概论

Introduction to E-commerce

(双语教材)

主 编 胡玫艳

副主编 黄 华 曹文文

华南理工大学出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



21世纪电子商务系列教材
全国高等院校电子商务联编教材

电子商务概论

(双语教材)

主 编 胡玫艳

副主编 黄 华 曹文文

华南理工大学出版社

·广州·

内 容 简 介

本书分别从电子商务的基础知识、电子商务的实现技术和电子商务的应用对电子商务进行阐述。电子商务的基础知识包括三个方面的内容,一是概述性知识,即电子商务的基本概念、产生与发展及影响;二是原理性知识,即电子商务的基本模式及系统结构;三是管理性知识,即电子商务的法律环境、税收管理及企业电子商务管理。电子商务的实现技术主要阐述电子商务信息流、资金流及物流等环节中所涉及的技术,包括电子商务基础设施、电子数据交换、电子支付技术、安全技术和物流技术。电子商务的应用包括网络营销、企业电子商务应用、移动电子商务、C2C 电子商务和电子政务。

本书采用中、英文双语编写,可作为大学本科、专科及高职高专等相关专业的电子商务双语课程教材,也可作为相关领域高级管理人员的参考用书或培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论:汉英对照/胡玫艳主编;李淑君等编. —广州:华南理工大学出版社,2007.2

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 21 世纪电子商务系列教材

ISBN 978-7-5623-2545-1

I. 电… II. ①胡…②李… III. 电子商务—双语教学—高等学校—教材—汉、英 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 029360 号

总 发 行: 华南理工大学出版社(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

营销部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

E-mail: scutc13@scut.edu.cn

http://www.scutpress.com.cn

责任编辑: 胡 元 詹志青

印 刷 者: 广州市穗彩印厂

开 本: 787mm×960mm 1/16 印张: 27.5 字数: 602 千

版 次: 2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~5000 册

定 价: 38.50 元

版权所有 盗版必究

“21 世纪电子商务系列教材” 编委会

顾问：宋 玲(国家级专家,教授)

刘焕彬(俄罗斯工程院外籍院士,教授,博士生导师)

邹 生(博士,高级工程师)

主任：李元元(博士,教授,博士生导师)

副主任：祁 明 王学东 杨琦峰 李新星

编委(以姓氏笔画为序)：

王学东(华中师范大学)

王洪良(广东外语外贸大学)

刘才兴(华南农业大学)

关永宏(华南理工大学)

祁 明(华南理工大学)

许晶华(华南师范大学)

孙德林(江西师范大学)

张 军(广东商学院)

李 华(广东省电子商务示范基地)

李 丽(深圳大学)

李新星(广东省电子商务协会)

李 健(江西理工大学)

杜江萍(江西财经大学)

吴应良(华南理工大学)

余序洲(中南民族大学)

欧阳峰(汕头大学)

杨琦峰(武汉理工大学)

姜灵敏(广东外语外贸大学)

赵 波(广州大学)

胡矗明(暨南大学)

高京广(广东工业大学)

黄文标(广东省电子邮政局)

黄观辉(广东省信息中心)

彭丽芳(厦门大学)

项目总策划：范家巧 潘宜玲

执行策划：胡 元 詹志青

总 序

随着知识经济在全世界范围内的快速发展,人们对电子商务已经从怀疑、观望到大力支持,各行各业已经从消极适应走向主动参与,电子商务应用领域已经从局部走向全局,电子商务应用已经从专家推动、行业协会推动到政府推动,这就是世界和中国电子商务的今天。这种新的经济形式所包含的内容远远不止在线销售、物流配送、客户关系管理、电子政务和企业信息化等传统的电子商务内容,它既有企业之间跨越供应渠道或运用在线采购进行的国际贸易,也包含知识管理、技术创新、电子商务标准、PKI与数字证书、电子商务法律法规、金字系列工程、电子商务资本经营和社会信用系统等极为活跃的内容。本系列教材将上述两方面内容有机结合,使学生更透彻、全面地了解电子商务的全新发展。

电子商务是当今世界经济和社会发展的新趋势。作为新经济时代先进生产力的代表,电子商务的水平已经成为衡量一个国家、一个城市现代化水平和综合实力的重要标志之一,也是加快实现经济体制和经济增长方式的根本性转变、推动产业结构升级、提高城市现代化水平和增强国际竞争力的重要手段。目前,全国各地纷纷掀起电子商务建设和应用的热潮,可谓是形势喜人、形势催人、形势逼人。

电子商务系统建设是一项宏伟的系统工程,也是一项高投入工程。在实际的建设与应用中,无论是在规划上、技术上和安全上,还是在实施中、应用中和管理中,都存在着许多亟待解决的问题。归纳起来主要包括:如何根据城市或企业自身特点进行科学的规划和建设,避免盲目地追求一步到位?如何防止各自为政、盲目投资、重硬轻软、重复建设?如何使资源得到充分的集中和共享,杜绝“信息孤岛”现象?如何推进实施力度,提高应用水平?如何解决在安全保密、环境体系、管理体制方面存在的问题,提高电子商务工程的成功率?存在这些问题的根源是我们缺乏电子商务应用型人才和管理人才,尤其是综合型电子商务应用型人才和管理人才的缺乏更成为制约电子商务发展的瓶颈。



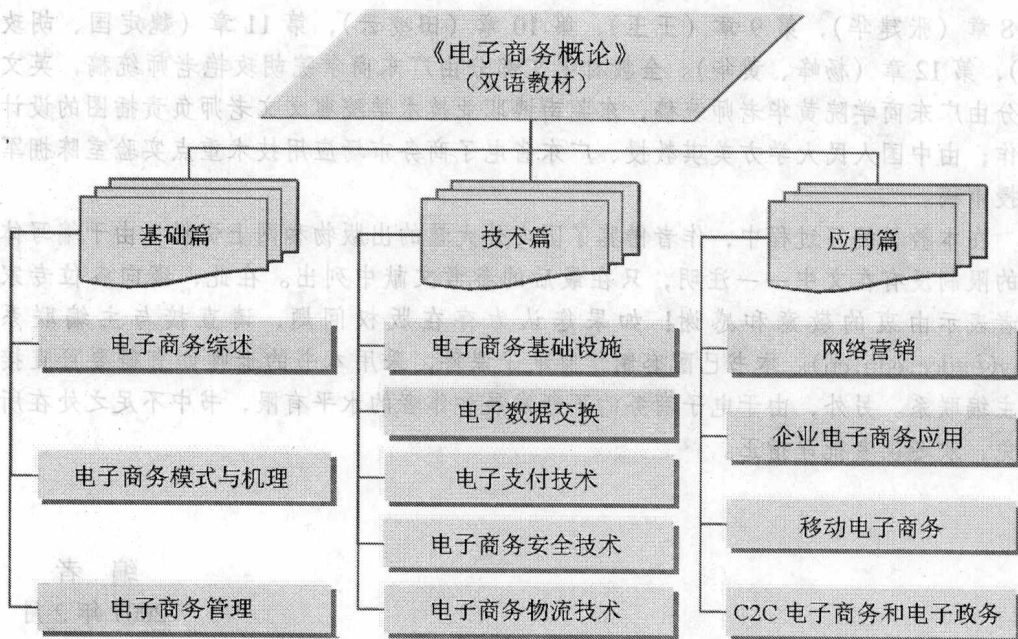
这套由中国电子商务领域的众多专家和教授编写的关于电子商务技术和应用的系列教材，旨在提供对这一重要学科的整体概述。该系列教材涵盖了电子商务、电子政务、企业信息化、行业信息化、社会信息化等广泛领域中的重要课题。对于任何一位想更多地了解关于电子商务知识——从有关模型、技术到案例分析——的读者，特别是对于高校学生，这是一套出色的教材和参考资料。这套教材的显著特点是，不仅有一定的理论高度，而且能够将电子商务理论、当前的电子商务市场需求和电子商务人才培养相结合，能够将信息技术教育、工商管理教育和人文教育等多个学科的特点和优势与电子商务教育相结合，它必将极大地促进我国高素质电子商务复合型人才的培养。本系列教材对每一位从事电子商务规划工作、实施工作或使用电子商务系统及工具的读者，也将有所裨益。

中国电子商务协会理事长 宋玲

前言

电子商务是研究应用电子信息技术促使商业过程发生深刻变革的学科。它的崛起需要大量的能够将现代信息技术融合到商务管理的复合型、应用型人才。本教材正是基于这样的目的,面向高等学校各经济、管理专业学习电子商务课程的学生而编写的。

本教材定位于电子商务导论性专业基础课。在内容上把技术和应用结合起来,既不是避开技术单纯谈应用,也不是通篇陷在技术细节中让学生搞不清这些技术有什么作用,而是从应用的角度介绍技术。全书分基础、技术、应用三个层次。前三章是电子商务的基础知识,包括电子商务综述、电子商务模式与机理和电子商务管理;中间五章是电子商务的实现技术,包括电子商务基础设施、电子数据交换、电子支付技术、电子商务安全技术和电子商务物流技术;后四章是电子商务的应用,包括网络营销、企业电子商务应用、移动电子商务、C2C 电子商务和电子政务。本教材的知识体系结构如下图所示。



《电子商务概论》(双语教材)知识体系

本教材采用双语撰写。采用这种写法主要源于我们多年双语教学实践的教学需求。过去我们进行电子商务双语教学时,多采用从国外引进的全英语教材。首先,这



前言

些教材内容多被电子商务英语课程(或专业英语课程)所选用。其次,这些全英语教材往往使学生陷入单纯的语言学习中,对学生了解电子商务全貌、掌握电子商务的核心概念造成了一定的障碍。另外,这些教材在知识结构构架和写作体例上都与中国文化差异较大,使教师和学生在使用上多有不便。本教材可谓本土化双语教材,其写作手法基本采用先写中文、再翻译成英文的形式,而体例上采用逐段中英文对照的形式。这样做的目的就是使读者在使用本教材时,一方面能从通俗易懂的语言表述中学到电子商务的基本知识,另一方面从中英文对照中学习电子商务知识的专业英语表述,将外语语言的学习升华到利用外语学习专业知识的高度。

本教材的体例采用 MBA 教材的写法。首先,每章都以一个引导性案例开头,以后各节的内容大体都是围绕这一引例展开的。其次,为了方便学生学习,每章都以章前“本章要点”和章末“本章小结”总结了每章要学习的知识点。另外,在每章的后面都有结合引例的“思考与分析”练习题。

本教材是集体劳动的成果,由广东商学院、东莞南博职业技术学院、广东省电子商务市场应用技术重点实验室等部门的许多教师协作完成。具体分工如下:第 1 章(胡玫艳、李淑君),第 2 章(李曼),第 3 章(黄华),第 4 章(曹文文、李丽萍),第 5 章(叶文晖、胡玫艳),第 6 章(沈培、胡玫艳),第 7 章(刘祖斌、胡玫艳),第 8 章(张建华),第 9 章(王玉),第 10 章(田凌云),第 11 章(魏定国、胡玫艳),第 12 章(杨峰、黄华)。全教材中文部分由广东商学院胡玫艳老师统稿,英文部分由广东商学院黄华老师统稿,东莞南博职业技术学院曹文文老师负责插图的设计制作;由中国人民大学方美琪教授、广东省电子商务市场应用技术重点实验室陈拥军教授审稿。

在本教材编写过程中,作者借鉴了国内外大量的出版物和网上资料,由于编写体例的限制没有在文中一一注明,只在最后的参考文献中列出。在此,谨向各位专家学者表示由衷的敬意和感谢!如果您认为存在版权问题,请直接与主编联系(my@gdcc.edu.cn)。本书已配套制作有电子课件,采用本书的老师如有需要可直接与主编联系。另外,由于电子商务的不断发展和作者的水平有限,书中不足之处在所难免,欢迎读者批评指正。

编者

2007 年 2 月

目 录

基 础 篇

1 电子商务综述 (Introduction to E-commerce)	3
引例 (Case): Amazon.com	3
本章要点	5
1.1 电子商务的基本概念 (The Basic Concept of E-commerce)	5
1.1.1 电子商务的定义 (The Definition of E-commerce)	6
1.1.2 电子商务的内容 (The Contents of E-commerce)	10
1.1.3 电子商务的功能特性 (E-commerce Functional Features)	17
1.2 电子商务的产生与发展 (E-commerce Emergence and Development)	19
1.2.1 电子商务的发展过程 (The Developing Process of E-commerce)	19
1.2.2 电子商务的发展现状 (The Current Situation of E-commerce)	23
1.2.3 电子商务的发展趋势 (The Trend of the E-commerce Development)	27
1.3 电子商务的影响 (E-commerce Influence)	31
1.3.1 电子商务对经济的影响 (E-commerce Influence on Economy)	32
1.3.2 电子商务对企业的影响 (The Impact of E-commerce on Enterprise)	33
1.3.3 电子商务对政府管理的影响 (The Impact of E-commerce on the Government)	36
本章小结	37
思考与分析	37
2 电子商务模式与机理 (E-commerce Models and Mechanism)	39
引例: 首都电子商务工程 (Case: Digital Beijing Project)	39
本章要点	41
2.1 电子商务的基本模式 (General E-commerce Models)	41
2.1.1 B2B 模式 (B2B Model)	41
2.1.2 B2C 模式 (B2C Model)	44
2.1.3 B2G 模式 (B2G Model)	48
2.1.4 G2G 模式 (G2G Model)	49
2.1.5 C2C 模式 (C2C Model)	50
2.2 电子商务的结构 (Framework of E-commerce)	52
2.2.1 电子商务总框架 (General Framework of E-commerce)	52



2.2.2 电子商务应用框架 (Application Framework of E-commerce)	54
2.3 电子商务的系统组成 (Elements of E-commerce System)	57
2.3.1 电子商务系统的主要组成部分 (Major Elements of E-commerce System)	57
2.3.2 电子商务系统的网络架构 (Network Framework of E-commerce System)	60
2.3.3 电子商务系统的应用层次 (Applications Level of E-commerce System)	63
本章小结	66
思考与分析	67
3 电子商务管理 (E-commerce Management)	68
引例 (Case): Nissan.com	68
本章要点	69
3.1 电子商务法律环境 (The Law Environment of E-commerce)	69
3.1.1 国际电子商务立法进程 (The Legislation Course of International E-commerce)	70
3.1.2 国内电子商务立法 (National Legislation on E-commerce)	73
3.1.3 电子商务中的合同和履行 (Contracting and Contract Enforcement in E-commerce)	78
3.2 电子商务与税收 (E-commerce and Taxation)	86
3.2.1 电子商务带来的税收问题 (Taxation and E-commerce)	86
3.2.2 国际电子商务的税收政策研究 (The Research on the Tax Policy about International E-commerce)	87
3.3 企业电子商务管理 (E-commerce and Business Management)	90
3.3.1 关键成功因素与电子商务策略 (Critical Success Factors and E-commerce Strategies)	90
3.3.2 电子商务与供应链管理 (E-commerce and Supply Chain Management)	95
3.3.3 电子商务与人力资源管理 (E-commerce and Human Resources Management)	98
3.3.4 电子商务与物流管理 (E-commerce and Logistics)	101
本章小结	103
思考与分析	104



技 术 篇

4 电子商务基础设施 (E-commerce Infrastructural Facilities)	107
引例 (Case): Covad	107
本章要点	109
4.1 计算机网络基础 (The Basis of Computer Network)	109
4.1.1 计算机网络的定义 (Definition of Computer Network)	109
4.1.2 计算机网络的分类 (Computer Network Classification)	110
4.1.3 计算机网络的功能 (Function of Computer Network)	111
4.2 网络通信协议 (Network Communication Protocol)	113
4.2.1 OSI 与 IEEE802 协议 (OSI and IEEE802 Protocol)	113
4.2.2 TCP/IP 协议簇 (TCP/IP Protocol Suite)	115
4.2.3 WLAN 通信协议 (WLAN Communication Protocol)	118
4.3 互联网 (Internet)	121
4.3.1 互联网的产生与发展 (The Emergence and Development of Internet)	122
4.3.2 互联网的主要应用 (Internet Application)	125
4.3.3 IP 地址和域名 (IP Addressing and Domain Name)	126
4.3.4 互联网接入方式 (Internet Access)	128
4.3.5 内联网、外延网和互联网 (Intranet, Extranet and Internet)	129
4.4 网络编程技术 (Network Program Technology)	132
4.4.1 标识语言 (Markup Language)	132
4.4.2 Java	133
4.4.3 .NET	133
本章小结	134
思考与分析	134
5 电子数据交换 (Electronic Data Interchange)	136
引例 (Case): General Electric	136
本章要点	138
5.1 EDI 概述 (Introduction to EDI)	138
5.1.1 EDI 的基本概念 (The Basic Concept of EDI)	138
5.1.2 EDI 的工作原理 (The Working Principle of EDI)	142
5.1.3 EDI 的应用与发展 (Application and Development of EDI)	145
5.2 EDI 标准 (EDI Standards)	148
5.2.1 EDI 报文标准 (EDI Message Standards)	149



5.2.2 EDIFACT 标准构成 (EDIFACT Standard Composition)	153
5.3 EDI 网络 (EDI Network)	153
5.3.1 EDI 的网络连接 (EDI Network Connections)	153
5.3.2 基于互联网的 EDI (EDI Based on Internet)	157
5.3.3 XML 对互联网 EDI 的影响 (XML Influence on the Internet EDI)	157
本章小结	159
思考与分析	160
6 电子支付技术 (Electronic Payment Technology)	161
引例: 印第安纳第一网络银行 (Case: First Internet Bank of Indiana)	161
本章要点	162
6.1 电子货币 (E-money)	162
6.1.1 银行卡 (Bank Card)	162
6.1.2 电子现金 (Electronic Cash)	165
6.1.3 电子支票 (E-check)	169
6.1.4 电子钱包 (Electronic Wallets)	171
6.2 电子支付系统 (Electronic Payment System)	173
6.2.1 电子现金支付系统 (Electronic Cash System)	173
6.2.2 银行卡支付系统 (Bank Card Payment System)	178
6.2.3 电子支票支付系统 (The E-check System)	181
6.3 互联网技术与银行业 (Internet Technologies and the Banking Industry)	183
6.3.1 网上银行 (Electronic Bank)	183
6.3.2 移动银行 (Mobile Bank)	185
本章小结	188
思考与分析	189
7 电子商务安全技术 (E-commerce Security Technology)	190
引例 (Case): Bibliofind Company	190
本章要点	191
7.1 电子商务安全概述 (Introduction to E-commerce Security)	192
7.1.1 电子商务的安全性问题 (Security Issues in E-commerce)	192
7.1.2 电子商务对安全的基本要求 (The Basic Requirements for Security in E-commerce)	193
7.1.3 电子商务安全措施 (Measures for E-commerce Security)	194
7.2 防火墙技术 (Firewall Technology)	195



7.2.1 防火墙的含义及其分类 (The Meaning and Classification of the Firewall)	195
7.2.2 防火墙技术 (Firewall Technology)	197
7.2.3 防火墙的安全策略及局限性 (Security Policy and Limitations of Firewall)	199
7.3 数据加密技术 (Data Encryption Technology)	201
7.3.1 数据加密、解密基本过程 (The Process of Data Coding and Decoding)	201
7.3.2 对称式密钥加密技术 (Symmetric Encryption Technology)	203
7.3.3 非对称密钥加密技术 (Asymmetric Encryption Technology)	205
7.3.4 对称密钥加密和公开密钥加密的结合 (Hybrid of Symmetric-key Encryption and Public-key Encryption)	207
7.4 认证技术 (Authentication Technology)	208
7.4.1 基本概念 (Basic Concept)	208
7.4.2 数字摘要与数字签名 (Message Digest and Digital Signatures)	209
7.4.3 数字证书与 CA 安全认证体系 (Digital Certificates and CA Security Authentication)	213
7.4.4 公钥基础设施 (Public Key Infrastructure)	219
7.5 安全技术协议 (Protocol for Security)	220
7.5.1 安全套接层协议 (Secure Socket Layer)	220
7.5.2 安全电子交易协议 (Secure Electronic Transaction)	223
7.5.3 SSL 与 SET 比较 (Comparison between SSL and SET)	224
本章小结	226
思考与分析	228
8 电子商务物流技术 (Technologies of E-commerce Logistics)	229
引例 (Case): FedEx	229
本章要点	231
8.1 物流基本理论 (Introduction to Logistics)	231
8.1.1 物流的概念 (The Concept of Logistics)	231
8.1.2 物流的分类 (The Classification of Logistics)	233
8.1.3 物流的功能 (The Functions of Logistics)	236
8.2 电子商务与物流 (E-commerce and Logistics)	241
8.2.1 物流在电子商务中的作用 (The Role of Logistics in E-commerce)	242
8.2.2 电子商务活动对物流的影响 (Impacts of E-commerce on Logistics)	242



8.2.3 电子商务物流的特点 (Logistics Features in E-commerce)	248
8.2.4 电子商务下的物流模式 (E-commerce Logistics Models)	250
8.3 电子商务物流信息技术 (E-commerce Logistics Information Technology)	255
8.3.1 条码技术 (Barcode Technology)	255
8.3.2 自动跟踪技术 (Auto-tracking Technology)	260
本章小结	269
思考与分析	270

应用篇

9 网络营销 (Web Marketing)	273
引例 (Case): Oxfam	273
本章要点	275
9.1 营销与网络营销 (Marketing and Web Marketing)	275
9.1.1 市场营销概述 (Generality of Marketing)	275
9.1.2 网络营销的概念 (The Concept of Web Marketing)	278
9.1.3 网络营销的常用工具和方法 (Tools and Methods for Web Marketing)	281
9.2 网站推广 (Website Promotion)	283
9.2.1 搜索引擎营销 (Search Engine Marketing)	284
9.2.2 E-mail 营销 (E-mail Marketing)	287
9.2.3 其他网络推广形式 (Other Forms of Web Promotion)	289
9.3 网络广告 (Web Advertisement)	290
9.3.1 网络广告定义及其特点 (The Definition and Characteristics of Web Advertisement)	290
9.3.2 网络广告的形式 (Formats of Web Advertisement)	290
9.3.3 网络广告的策划 (Web Advertisement Planning)	291
9.4 网上市场调研 (Web Market Research)	293
9.4.1 网上市场调研及其特点 (Definition and Characteristics of Web Market Research)	293
9.4.2 网上市场调研的步骤 (The Steps for Web Market Research)	294
9.4.3 网上市场调研的方法 (Methods for Web Marketing Research)	297
9.5 网络营销管理 (Web Marketing Management)	298



9.5.1 网络营销战略管理的核心 (The Cores of Web Marketing Strategic Management)	298
9.5.2 网络营销的整合策略 (Mixed Strategy of Web Marketing)	300
9.5.3 网络营销效果评估 (Evaluating the Effect of Web Marketing)	303
本章小结	303
思考与分析	304
10 企业电子商务应用 (Application of Enterprise E-commerce)	305
引例 (Case): Harley-Davidson	305
本章要点	306
10.1 B2C 电子商务应用——网上商店 (The B2C Application—E-shops)	306
10.1.1 网上商店的概念 (The Concept of E-shops)	306
10.1.2 网上商店的建立 (Establishment of E-shops)	309
10.1.3 网上商店的交易过程 (The Transaction Process of E-shops)	310
10.2 B2B 电子商务应用 (B2B E-commerce Application)	311
10.2.1 采购、物流和辅助活动 (Purchasing, Logistics and Supportive Activities)	311
10.2.2 互联网支持的供应链管理 (Supply Chain Management Using Internet Technologies)	315
10.2.3 电子集市与门户 (Electronic Marketplaces and Portals)	318
10.3 网上销售的盈利模式 (Revenue Models of Selling on the Web)	319
10.3.1 网上目录 (Web Catalog)	320
10.3.2 数字内容盈利模式 (Digital Content Revenue Model)	320
10.3.3 广告支持 (Advertising-supported)	321
10.3.4 广告-收费混合 (Advertising-subscription Mixed)	321
10.3.5 交易费用 (Fee-for-transaction)	321
10.3.6 服务费用 (Fee-for-service)	322
10.4 企业电子商务与信息化 (Business E-commerce and Informatization)	322
10.4.1 企业电子商务与客户关系管理 (E-commerce and Customer Relationship Management)	322
10.4.2 企业资源计划系统 (Enterprise Resource Planning)	326
本章小结	330
思考与分析	331
11 移动电子商务 (M-commerce)	332
引例: 中国移动 (Case: China Mobile)	332
本章要点	333



11.1 移动电子商务概述 (An Introduction to M-commerce)	334
11.1.1 移动电子商务的概念与特点 (The Concept and Characteristics of M-commerce)	334
11.1.2 移动电子商务的应用市场 (The Application Marketing of M-commerce)	337
11.1.3 移动电子商务的发展 (Development of M-commerce)	343
11.2 移动电子商务的商业模式 (Business Model of M-Commerce)	346
11.2.1 交易内容 (Transaction Contents)	346
11.2.2 交易主体 (Parties of Transaction)	349
11.2.3 运营模式 (Operation Model)	352
11.3 移动电子商务的实现技术 (Implementation Technologies of M-commerce)	354
11.3.1 无线应用协议 (Wireless Application Protocol, WAP)	355
11.3.2 移动 IP 技术 (Mobile IP Technology)	358
11.3.3 蓝牙技术 (Bluetooth Technology)	360
11.3.4 通用分组无线业务 (General Packet Radio Service, GPRS)	364
11.3.5 移动定位系统 (Mobile Positioning System, MPS)	367
11.3.6 第三代移动通信系统 (The Third Generation Mobile Communication System, 3G)	371
本章小结	373
思考与分析	373
12 C2C 电子商务和电子政务 (C2C E-commerce and E-government)	374
引例 (Case): Alibaba.com	374
本章要点	375
12.1 拍卖与网上拍卖 (Auction and Online Auction)	375
12.1.1 拍卖概述 (An Outline of Auction)	376
12.1.2 网上拍卖的起源 (The Origin of Online Auction)	379
12.1.3 网上拍卖系统 (The System of Online Auction)	381
12.1.4 网上拍卖的优势 (The Advantages of Online Auction)	381
12.1.5 网上拍卖亟待解决的问题 (The Problems of Online Auction)	384
12.2 虚拟社区 (Virtual Community)	385
12.2.1 社区与虚拟社区 (Community and Virtual Community)	385
12.2.2 虚拟社区的特点 (The Features of Virtual Community)	388
12.2.3 虚拟社区的基本功能 (The Basic Functions of the Virtual Community)	389



12.2.4 五个特性和五个临界数量 (The Five Features and Five Critical Numbers)	391
12.3 电子政务 (E-government)	392
12.3.1 电子政务的基本概念 (The Concept of E-government)	392
12.3.2 电子政务辨析 (E-government Analysis)	394
12.3.3 电子政务的对象领域 (The Domains of E-government)	397
12.3.4 国外电子政务的发展 (The Development of Oversea E-government)	398
12.3.5 国内电子政务的建设 (E-government in China)	400
本章小结	402
思考与分析	403
附录：电子商务常用名词解释	404
参考文献	419