

成功案例详解，图表辅助说明
项目研究分析，课后习题验收



e-COMMERCE
e-MARKETING

电子商务与 网络营销

实用
教程

吴灿铭 王震环 编著

清华大学出版社





电子商务 与网络营销

实用教程

吴灿铭 王震环 编著

清华大学出版社
北京

北京市版权局著作权合同登记号：图字 01-2016-4041

本书为上奇资讯股份有限公司授权出版发行的中文简体字版本。

内 容 简 介

这是一本介绍电子商务和网络营销的综合性教材。全书以近年来成功企业的商业运作为案例，围绕电子商务和网络营销这两个核心分为三部分介绍：第一部分是电子商务，主要包括电子商务的商业模式、架构和网络基础设施建设，企业电子化、协同商务和移动电子商务，电子商务交易的安全防范、支付方式与交易安全机制，电子商务网站建设与成效评估；第二部分是网络营销，包括网络营销的方法和社交营销实践；第三部分主要介绍电子商务的伦理和相关法律。

本书内容浅显易懂，在介绍各个主题时，辅以图例或表格加以说明，各章都有重点回顾与课后习题，非常适合作为电子商务与网络营销相关课程的教材，还可供对电子商务与网络营销感兴趣的社会人士阅读。

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

电子商务与网络营销实用教程/吴灿铭，王震环编著. —北京：清华大学出版社，2016
ISBN 978-7-302-43775-8

I. ①电… II. ①吴… ②王… III. ①电子商务—网络营销—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 100104 号

责任编辑：夏毓彦

封面设计：王 翔

责任校对：闫秀华

责任印制：何 芊

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 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：北京富博印刷有限公司

装 订 者：北京市密云县京文制本装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：190mm×260mm 印 张：20.75 字 数：532 千字

版 次：2016 年 8 月第 1 版 印 次：2016 年 8 月第 1 次印刷

印 数：1~3500

定 价：59.00 元

产品编号：068207-01

前言

从广义的角度来看，电子商务不只是以网站为主体的在线虚拟商店，还包括互联网上电子化交易与营销活动，或以无线通信进行商品、服务、信息交易的行为。而网络营销是一种营销活动、管理活动和互联网的结合。换言之，只要营销活动中某个活动是通过互联网来实现，即可视为网络营销。本书将完整地介绍电子商务与网络营销相关的主题，精彩篇幅包括：

- 电子商务的商业模式
- 电子商务的架构与七流
- 电子商务的网络基础建设
- 企业电子化
- 协同商务应用与工具
- 无限可能的移动商务
- 网络安全防范
- 电子商务付款方式与交易安全机制
- 电子商务网站建设与成效评估
- 网络营销的方法
- 社交营销实践
- 电子商务的伦理与相关法律
- 电子商务的展望与未来

笔者在阅读电子商务相关书籍时，观察到一种现象，那就是书中有些案例属于较早期的，对读者而言，没有强烈的体会与动机去深刻了解。为了让读者接触最新的电子商务知识，本书尽可能介绍近年来的成功案例或新技术，比如阿里巴巴——淘宝、京东、微信（腾讯）、百度、Facebook（脸书）、Apple Store、Google Play、云计算、可穿戴设备、iOS、Android、RFID、二维码、NFC 移动支付、第三方支付、WebATM、Web 3.0、物联网、物流管理、小额付款、比特币、关键词广告、App 品牌营销、搜索引擎优化、微博营销、宅经济、大数据

(Big Data)、线下商务等。除了强调符合现代的电子商务知识外,对于如何提升电子商务的学习乐趣,并减少学习障碍,也是本书思考的重点。为了避免阅读上的不顺畅,在介绍各个主题时,会辅以图例或表格加以说明,并把握浅显易懂的写作原则,希望帮助读者快速且有信心地学习电子商务及网络营销相关的主题。

另外,在介绍各章主题后,安排了项目研究与分析,这部分内容中会特别针对各个章节的主题,继续探讨其他深入的主题或新技术,期望给读者增加更多的电子商务方面的崭新知识。同时,在各章中也加入了重点回顾,并安排了课后习题,方便老师布置作业或检验学习成果。因此,本书是一本非常适合作为电子商务与网络营销相关课程的教材。虽然本书校稿过程力求无误,但仍恐有疏漏,还望读者不吝指教!

编者

改编说明

这是一本介绍电子商务（e-Commerce）和网络营销（e-Marketing，或 Online Marketing）的综合性教科书。本书的内容既适合纯理工科背景的读者，也适合商务营销背景的读者。对有志于投身电子商务和网络营销的跨界人士，本书可以作为你的“助跑器”。

现今，“电子商务”和“网络营销”这两个词分开来谈论都极为热门，而把它们综合到一本书里娓娓道来，确实需要下一番工夫。

电子商务和网络营销既有区别又相互关联，电子商务的核心是电子化交易，强调交易方式和整个交易过程的各个环节，而网络营销是电子商务的产物，是以电子商务为基础的各种线上营销活动，重点在于电子商务交易中的各种宣传和推广。电子商务要获得持续的成功，必须实施网络营销。

本书的内容是围绕电子商务和网络营销这两个核心展开的，具体分为三部分。

第一部分是电子商务，主要包括电子商务的商业模式、架构和网络基础建设，企业电子化、协同商务和移动电子商务，电子商务交易的安全防范、支付方式与交易安全机制，电子商务网站建设与成效评估。

第二部分是网络营销，包括网络营销的方法和社交营销实践。

第三部分是涉及的法律，主要介绍电子商务的伦理和相关法律。

原书的编写背景是台湾地区的市场，其中的范例也有其局限性。为了使读者更能切身体会到身边发生的电子商务和网络营销，本书在保留原书主体结构的前提下，结合本地市场的

电子商务和网络营销的情况，对原书内容进行了比较大的改动，有的篇幅甚至做了彻底增删，比如电子商务涉及的相关法律、关于谷歌（Google）搜索引擎的网络营销（替换成百度的网络营销）、Line 营销（替换成微信营销）等。

赵军

2016 年 5 月

目 录

第 1 章 电子商务导论.....	1
1.1 电子商务的定义.....	2
1.2 电子商务的特性.....	3
1.2.1 全年全天候的商业模式.....	3
1.2.2 全球化销售渠道.....	4
1.2.3 双赢的实时互动服务.....	5
1.2.4 创新技术的支持.....	5
1.2.5 低成本与定制化销售的潮流.....	6
1.3 电子商务的发展与演进.....	8
1.3.1 第一阶段：电子资金转账期.....	8
1.3.2 第二阶段：电子数据交换期.....	8
1.3.3 第三阶段：在线服务阶段.....	9
1.3.4 第四阶段：互联网的发展阶段.....	10
1.3.5 第五阶段：万维网的发展阶段.....	10
1.4 Web 新时代的演进.....	13
1.4.1 Web 2.0 与 Web 3.0.....	13
1.4.2 Web 2.0 应用工具.....	13
1.5 云计算.....	16
1.5.1 什么是云计算.....	17
1.5.2 云计算的服务种类.....	18
1.5.3 云计算的部署模型.....	19
本章重点整理.....	20
本章习题.....	21
第 2 章 电子商务的商业模式.....	22
2.1 企业对企业模式.....	22
2.1.1 电子分销商.....	24
2.1.2 电子采购商.....	25
2.1.3 电子集市.....	25
2.2 企业对客户模式.....	28

2.2.1	门户网站	29
2.2.2	互联网内容提供商	29
2.2.3	在线中介商	31
2.2.4	在线零售商	33
2.2.5	网络服务提供商	33
2.2.6	在线社区提供商	34
2.3	个人对个人模式	35
2.4	消费者对企业模式	36
2.5	企业对员工模式	38
2.6	企业对政府模式	39
2.7	民众对政府模式	40
2.8	线上和线下结合的 O2O 模式	41
	本章重点整理	44
	本章习题	45
第 3 章	电子商务的架构与七流	46
3.1	电子商务的架构	46
3.1.1	公共政策与技术标准	47
3.1.2	通用商业服务架构	48
3.1.3	消息和信息分发基础设施	48
3.1.4	多媒体内容和网络出版基础设施	49
3.1.5	网络基础设施	49
3.2	电子商务应用	50
3.2.1	供应链管理	50
3.2.2	视频点播	50
3.2.3	网络银行	51
3.2.4	采购与购买	52
3.2.5	在线营销与广告	53
3.2.6	居家购物	53
3.3	电子商务的七流	54
3.3.1	商流	55
3.3.2	现金流	55
3.3.3	物流	56
3.3.4	信息流	57
3.3.5	服务流	58
3.3.6	设计流	59
3.3.7	人才流	59

本章重点整理	61
本章习题	62
第 4 章 电子商务的网络基础建设	63
4.1 通信网络简介	63
4.1.1 通信网络规模	64
4.1.2 主从式网络与对等式网络	65
4.2 通信网络拓扑	66
4.2.1 星形拓扑	66
4.2.2 环形拓扑	67
4.2.3 总线拓扑	67
4.2.4 通信传输方向	68
4.2.5 数据传输交换技术	69
4.3 通信传输介质	70
4.3.1 双绞线	70
4.3.2 同轴电缆	70
4.3.3 光纤	71
4.3.4 红外线	71
4.3.5 无线电波	72
4.4 参考模型	73
4.5 通信协议简介	74
4.5.1 TCP	75
4.5.2 IP	75
4.5.3 UDP	75
4.6 互联网连接方式	75
4.6.1 传统电话拨号上网	76
4.6.2 ADSL 调制解调器	76
4.6.3 电缆调制解调器	76
4.6.4 专线上网	77
4.6.5 卫星直拨	77
4.6.6 光纤上网	78
4.7 互联网的热门服务功能	78
4.7.1 万维网	78
4.7.2 电子邮件	79
4.7.3 文件传输协议	80
4.7.4 电子公告牌系统	81
4.7.5 即时通信	81

本章重点整理	83
本章习题	85
第 5 章 企业电子化	86
5.1 企业 e 化简介	86
5.1.1 企业 e 化的范围	87
5.1.2 电子政务	88
5.2 业务流程重组	88
5.3 企业 e 化与信息系统的的应用	90
5.3.1 信息系统特性	91
5.3.2 信息系统的规划	92
5.3.3 信息系统的开发	93
5.3.4 电子数据处理系统	95
5.3.5 管理信息系统	96
5.3.6 专家系统	97
5.3.7 策略信息系统	98
5.3.8 决策支持系统	100
5.3.9 主管信息系统	100
5.4 认识数据库	101
5.4.1 数据库管理系统简介	101
5.4.2 常见的数据库结构	102
本章重点整理	105
本章习题	106
第 6 章 协同商务应用与工具	107
6.1 企业资源计划	108
6.1.1 ERP 的定义	108
6.1.2 ERP 系统导入方式	109
6.2 供应链管理	110
6.2.1 供应链的类型	111
6.2.2 供应链运营参考模型	111
6.3 客户关系管理	113
6.3.1 CRM 的目标	113
6.3.2 客户关系管理系统	114
6.3.3 数据仓库与数据挖掘	115
6.4 知识管理	117
6.5 认识协同商务	117

本章重点整理	121
本章习题	123
第 7 章 无限可能的移动商务	124
7.1 移动商务简介	124
7.2 移动商务相关的基础建设	126
7.2.1 无线广域网	126
7.2.2 无线城域网	128
7.2.3 无线局域网	129
7.2.4 无线个人网络	131
7.3 认识移动设备	132
7.3.1 笔记本电脑	132
7.3.2 平板电脑	133
7.3.3 掌上电脑	135
7.3.4 智能手机	136
7.3.5 可穿戴设备	137
7.4 移动设备的操作系统	137
7.4.1 iOS 操作系统	138
7.4.2 Android 操作系统	138
7.4.3 Windows Phone 操作系统	139
7.5 移动设备在线服务平台	140
7.5.1 App Store	141
7.5.2 Google Play 和其他 Android App 网站	141
7.6 移动商务的创新应用	142
7.6.1 移动信息服务	142
7.6.2 无线射频识别技术	143
7.6.3 二维码的应用	144
7.6.4 无所不在的 NFC	145
本章重点整理	147
本章习题	148
第 8 章 网络安全防范	150
8.1 信息安全简介	150
8.2 认识网络安全	151
8.2.1 黑客攻击	152
8.2.2 网络窃听	152
8.2.3 个人资料的滥用	152

8.3	漫谈计算机病毒	154
8.3.1	病毒感染途径	154
8.3.2	计算机中毒的征兆	155
8.3.3	常见的计算机病毒种类	155
8.3.4	防毒基本措施	158
8.4	认识数据加密	159
8.4.1	加密与解密	159
8.4.2	常用加密系统的介绍	160
8.4.3	数字签名	162
8.5	认识防火墙	163
8.5.1	IP 过滤型防火墙	163
8.5.2	代理服务器型防火墙	164
8.5.3	防火墙的漏洞	164
	本章重点整理	165
	本章习题	166
第 9 章	电子商务付款方式与交易安全机制	168
9.1	电子商务付费模式	168
9.1.1	线下支付	168
9.1.2	在线支付	169
9.2	移动支付的热潮	173
9.2.1	NFC 移动支付	174
9.2.2	二维码支付	175
9.3	电子商务交易的安全机制	176
9.3.1	SSL 协议	176
9.3.2	SET 协议	177
9.3.3	购物网店的安全评估和网站安全与可信认证	177
	本章重点整理	180
	本章习题	181
第 10 章	电子商务网站建设与成效评估	183
10.1	电子商务网站的架设	183
10.1.1	系统规划与分析阶段	184
10.1.2	设计与程序编写阶段	186
10.1.3	测试阶段	186
10.1.4	维护与宣传阶段	187
10.2	电子商务的建站方式	188

10.2.1	虚拟主机	188
10.2.2	主机托管	189
10.2.3	自行架设与 osCommerce 简介	189
10.3	网站开发工具简介	191
10.3.1	静态网页与动态网页	191
10.3.2	客户端网页语言	192
10.3.3	服务器端网页语言	192
10.3.4	超文本标记语言	193
10.3.5	CSS	195
10.3.6	DHTML	196
10.3.7	CGI	197
10.3.8	VBScript 与 JavaScript	198
10.3.9	JSP	198
10.3.10	ASP/ASP.NET	199
10.3.11	PHP	199
10.3.12	Java	200
10.4	网站的绩效评估	201
10.4.1	网站使用率	202
10.4.2	财务获利	202
10.4.3	交易安全	203
10.4.4	品牌效应	203
	本章重点整理	204
	本章习题	205
第 11 章	认识网络营销	207
11.1	网络营销的特性	208
11.1.1	信息的实时互动与传递	208
11.1.2	多媒体技术的应用	209
11.1.3	精准可测量的营销成果	210
11.1.4	全球化市场的长尾效应	210
11.1.5	个性化消费潮流兴起	212
11.2	4P 营销组合策略	213
11.2.1	产品 (Product)	214
11.2.2	价格 (Price)	216
11.2.3	渠道 (Place)	216
11.2.4	促销 (Promotion)	217
11.3	4C 营销组合策略	218

11.3.1 顾客 (Customer)	219
11.3.2 成本 (Cost)	220
11.3.3 便利 (Convenience)	220
11.3.4 沟通 (Communication)	221
本章重点整理	224
本章习题	226
第 12 章 网络营销的方法	227
12.1 网络广告	227
12.1.1 横幅广告	228
12.1.2 按钮式广告与弹出式广告	228
12.1.3 电子化广告	229
12.1.4 关键词广告	231
12.1.5 登录门户网站	232
12.2 许可式营销	233
12.3 整合性营销	233
12.4 联盟营销	235
12.5 网络视频营销	235
12.6 App 品牌营销	236
本章重点整理	238
本章习题	239
第 13 章 社交营销实践	240
13.1 社交营销的特性	241
13.1.1 购买者与分享者的差异性	242
13.1.2 品牌建立的重要性	242
13.1.3 累进式的营销传染性	243
13.1.4 图片表达的优先性	244
13.2 博客营销	244
13.3 微博营销	246
13.4 视频博客营销	247
13.4.1 混合型视频网站的营销	247
13.4.2 微电影营销	249
13.5 微信营销	250
本章重点整理	253
本章习题	254

第 14 章 电子商务伦理与相关法律	256
14.1 信息伦理与素养	256
14.1.1 信息伦理的定义	257
14.1.2 信息素养	258
14.2 PAPA 理论	258
14.2.1 信息隐私权	259
14.2.2 信息精确性	261
14.2.3 信息所有权	262
14.2.4 信息使用权	264
14.3 知识产权	265
14.4 著作权	266
14.4.1 著作人身权	266
14.4.2 著作财产权	266
14.4.3 著作权限制（合理使用原则）	267
14.4.4 电子签名法	268
14.5 网络著作权	269
14.5.1 网络流通软件介绍	269
14.5.2 网站图片或文字	270
14.5.3 超链接的问题	270
14.5.4 电子邮件的转寄	270
14.5.5 MP3 盛行的衍生问题	271
14.5.6 P2P 软件侵权问题	271
14.5.7 高速缓存与镜像问题	272
14.5.8 暂时性复制	272
14.5.9 侵入他人计算机	273
本章重点整理	275
本章习题	276
第 15 章 电子商务的展望与未来	278
15.1 电子商务的展望与未来方向	278
15.1.1 移动商务与社区结合	279
15.1.2 宅经济的流行风潮	279
15.1.3 线上到线下商务模式的兴起	281
15.1.4 智能家电整合的趋势	282
15.2 大数据的革命	283
15.2.1 认识大数据	284
15.2.2 大数据的规模	285

15.2.3 Hadoop 技术简介	287
15.2.4 大数据的应用愿景	288
本章重点整理	292
本章习题	294
附录 各章习题解答	295