

上海市高等学校本科教育高地建设项目资助

电 子 商 务

E-Business

余思勤 主编



大连海事大学出版社

上海市高等学校本科教育高地建设项目资助

电 子 商 务

E-Business

余思勤 主编

大连海事大学出版社

©余思勤 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务 / 余思勤主编. — 大连: 大连海事大学出版社, 2008.2
ISBN 978-7-5632-2145-5

I. 电... II. 余... 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 020269 号

大连海事大学出版社出版

地址: 大连市凌海路 1 号 邮编: 116026 电话: 0411-84728394 传真: 0411-84727996

<http://www.dmupress.com>; E-mail: cbs@dmupress.com

大连印刷三厂印装 大连海事大学出版社发行

2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

幅面尺寸: 140 mm × 203 mm 印张: 10.125

字数: 271 千 印数: 0~1000 册

责任编辑: 姜建军 版式设计: 晓江

封面设计: 王艳 责任校对: 沈荣欣

ISBN 978-7-5632-2145-5 定价: 17.00 元

前 言

网络技术的迅猛发展,信息的处理和传递突破了时空的界限,以此为基础发展起来的电子商务已成为一个不可抗拒的世界性的潮流。新的巨大生产力来自网络上的革命,新的巨大潜在市场来自互联网,新的经济增长点来自电子商务,这已经成为有识之士的共识。

近年来不少学校新开设了电子商务专业,还有许多学校的经济类、管理类、信息类及计算机类专业也开设了“电子商务”课程。一些出版社陆续出了有关电子商务的教材,不少教材有自己的特色和优点,但也有明显的弱点,主要是不能简洁、全面、系统地介绍电子商务领域的基础知识。

本教材的指导思想是要使教材成为电子商务专业学生的入门书、非电子商务专业学生了解电子商务的捷径。这本教材将帮助他们全面了解和把握有关电子商务领域各个方面的基本知识。本教材具有如下两个主要特点:第一个特点是全面系统地介绍了电子商务领域各个方面的知识。第一章电子商务概述;第二章电子商务交易模式;第三章电子商务网络基础;从第四章到第六章分别介绍电子商务的三个关键环节:电子支付

电子商务物流和网络营销；第七章则阐述电子商务系统建设；第八章和第九章分别介绍当前电子商务面临的两个主要问题：电子商务安全和电子商务法律规范；第十章介绍电子政务的发展。第二个特点是由整体到局部、由浅入深，重点介绍基本概念和实际操作，尽量做到理论联系实际，使学生能够对电子商务产生继续探索的兴趣。

本教材受到上海市高等学校本科教育高地建设项目资助，全书由余思勤老师负责整体统筹；第一、二、三、七章由董岗老师编写；第四、五、八章由黄顺泉老师编写；第六、九、十章由袁象老师编写。

本教材中如有差错和疏漏，恳请批评指正。

编 者
2007年12月



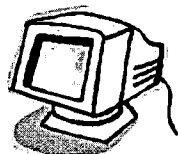
目 录

第一章 电子商务概述	1
第一节 电子商务认知	1
第二节 电子商务定义	11
第三节 电子商务的优势与作用	14
第四节 中国电子商务的现状	17
本章小结	26
本章思考题	27
第二章 电子商务交易模式	33
第一节 按照电子商务交易主体划分	33
第二节 按照电子商务交易商品划分	54
第三节 按照电子商务交易网络划分	55
本章小结	57
本章思考题	58
第三章 电子商务网络基础	64
第一节 因特网简介	64
第二节 因特网组成	69
第三节 因特网协议	71
第四节 因特网应用	81

本章小结.....	93
本章思考题.....	94
第四章 电子支付.....	99
第一节 电子支付的概念.....	99
第二节 电子支付工具.....	103
第三节 电子钱包.....	115
第四节 移动支付.....	119
本章小结.....	128
本章思考题.....	128
第五章 电子商务物流.....	131
第一节 电子商务与物流的关系.....	131
第二节 电子商务物流的内容及特点.....	143
第三节 电子商务物流的基本技术.....	147
第四节 电子商务与供应链管理.....	154
本章小结.....	163
本章思考题.....	164
第六章 网络营销.....	167
第一节 网络营销的内涵.....	167
第二节 网络营销与传统营销的比较.....	171

第三节 网络营销的手段.....	173
第四节 网络经营.....	182
第五节 网络营销理论.....	188
本章小结.....	194
本章思考题.....	195
第七章 电子商务系统建设.....	199
第一节 电子商务系统概述.....	199
第二节 电子商务网站建设.....	206
第三节 网页设计语言.....	214
本章小结.....	224
本章思考题.....	225
第八章 电子商务安全.....	231
第一节 电子商务安全概述.....	231
第二节 电子商务安全技术.....	239
第三节 电子商务安全协议.....	256
本章小结.....	265
本章思考题.....	266
第九章 电子商务法律规范.....	269
第一节 电子商务的法律环境和内容.....	269
第二节 电子合同与电子签名.....	276

第三节 知识产权保护和隐私权保护	280
第四节 电子商务税收制度	287
本章小结	291
本章思考题	292
第十章 电子政务	296
第一节 电子政务的基本框架	296
第二节 电子政务与电子商务的关系	301
第三节 中国电子政务发展现状	304
第四节 电子政务建设	307
本章小结	310
本章思考题	310
参考文献	316



第一章 电子商务概述

【本章导读】当今世界经济正以势不可当的趋势朝着全球市场一体化、商业竞争国际化的方向发展,20 世纪末信息技术的飞速发展打开了一片新的空间,互联网投入商业化运营以后,电子商务应运而生并蓬勃发展,标志着一个崭新的电子商务时代的来临。其正以无可比拟的优势和不可逆转的趋势,改变着商务活动的运作模式,对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战,并将给社会经济的各个方面带来根本性的变革。

第一节 电子商务认知

一、国外电子商务认知

1. Amazon

创立于 1995 年的亚马逊公司 (www.amazon.com) 在网络商业界建立了一个前所未有的王国,为全世界 100 多个国家的客户提供服务,是世界上销售量最大的书店,它可以提供 310 万册图书目录,比全球任何一家书店的存书要多 15 倍以上。而实现这一切既不需要庞大的建筑,又不需要众多的工作人员,亚马逊书店的 1 600 名员工人均销售额 37.5 万美元,比全球最大的拥有 2.7 万名员工的 Barnes & Noble 图书公司要高 3 倍以上,这一切的实现,电子商务在其中起着十分关键的作用。

作为第一个在网络上推出虚拟书店的网络公司,其创始人贝佐斯 (Jeffrey Bezos) 希望借助这条世界上最大的河流,给亚马逊公司带来知

名度，而如今这个品牌确实已经闻名世界。2000 年贝佐斯被《时代》杂志评为 1999 年的风云人物，《时代》杂志总编辑沃尔特·艾萨克森的评价是，贝佐斯不仅改变了我们做事情的方式，而且还帮助我们为开拓未来铺平了道路。若以四个字概括其精神，就是新、速、实、简。首先是新，即书店的服务手段紧跟时代潮流，贝佐斯将亚马逊公司定位为信息技术产业，而不是一般的商品流通业，传统书店主要的员工是门市的店员，但是在他的公司里最多的却是软件工程师。其次是速，即实现搜寻与送货的快速，其一是搜寻范围广且快速，亚马逊使用的是 64 位 500 MB 内存的 Alpha 服务器，因此功能极为便利与快速，另外顾客也可以同时浏览 23 种不同的主题，节省了上网的时间，提高搜寻的速度；其二是送货时间的快速，美国国内图书 2 日内送到，海外读者在 1 周内收到所订图书。第三是实，即让用户真正得到实惠，亚马逊公司曾经自称是举世最大的折扣业者，几乎所有的书目均可以获得折扣优惠。最后是简，即让顾客（尤其是回头客）实现网上购物的简单化，顾客选中一本书，窗口会主动列出同类书供你参考。任何人只要在亚马逊网络书店买过一次商品，亚马逊就会记住购物者的相关资料，下回再购买时只需用鼠标点一下欲购之物，系统就会帮你完成之后的手续，其中包括消费者的收件资料，甚至刷卡付费也可由网络系统代劳，顾客只需点一下“确认”按钮。

2004 年 8 月 19 日，亚马逊公司宣布已签署最终协议，收购成立于 2000 年 5 月现在是中国最大的网上书籍与音像零售商，同时也在网上销售软件、化妆品及礼品玩具的卓越网，交易价值约为 7 500 万美元，卓越网将成为亚马逊的第七个全球站点——卓越亚马逊（www.amazon.cn）。

2. eBay

成立于 1995 年 9 月电子湾（www.ebay.com）是全球首屈一指的为个人和企业销售商品和提供服务的在线交易市场，商品包罗万象，从纪念卡、古董、玩偶和家用器皿等收藏品，从二手车、服装、书籍、音像



制品及电子产品等实用商品都可以交易。用户遍布全球各地——澳大利亚、奥地利、比利时、加拿大、中国、法国、德国、中国香港、印度、爱尔兰、意大利、马来西亚、荷兰、新西兰、波兰、菲律宾、新加坡、韩国、西班牙、瑞典、瑞士、中国台湾、英国和美国等国家和地区。在注资 MercadoLibre.com 后, eBay 同样也向拉丁美洲用户提供一流服务, eBay 服务包括 PayPal 在线支付服务、安全交易小贴士, 以及为渴望开发自有技术方案的社区用户而引入的 eBay 开发者联盟计划。

梅格·惠特曼 (Meg Whitman) 女士于 1998 年 3 月加盟 eBay 公司, 任公司总裁兼首席执行官。从此在她的成功领导下, eBay 成为全球性的在线市场和世界头号消费者电子商务网站。美国《财富》杂志 2004 年度“最有权力的商界女性”出炉时, 美国电子商务巨擘 eBay 女当家梅格·惠特曼击败惠普女掌门卡莉·菲奥莉娜, 成为 2004 年全美商界最熠熠生辉的“女强人”;《经济学家》(Economist) 称她为“在线跳蚤市场女王”;《时代周刊》称她为“最具有冒险精神的新型拍卖英雄”;《财富》认为: eBay 的成功, 来自于谦逊, 而不仅仅是个人特质, 它来自于包括惠特曼在内的自上而下的管理层都保持的低调、谦逊态度和一种时刻警醒的意识、理念。

2002 年 3 月, 全球最大的电子商务网站——美国的 eBay 公司注资 3 000 万美元, 与易趣结成战略合作伙伴, 将其更名为 eBay 易趣 (www.eachnet.com), 并迅速发展成国内最大的在线交易社区; 2006 年 12 月, eBay 与 TOM 在线合作, 通过整合双方优势, 凭借 eBay 在中国的子公司 eBay 易趣在电子商务领域的全球经验, 以及国内活跃的庞大交易社区与 TOM 在线对本地市场的深刻理解, 2007 年两家公司将推出为中国市场定制的在线交易平台, 新的交易平台将带给国内买家和卖家更多的在线与移动商机, 促进 eBay 在中国市场的纵深发展。

3. Yahoo

雅虎 (www.yahoo.com) 是美国著名的互联网门户网站, 20 世纪末互联网奇迹的创造者之一, 其服务包括搜索引擎、电邮、新闻等, 业务遍及 24 个国家和地区, 为全球超过 5 亿的独立用户提供多元化的网络服务。雅虎在全球共有 24 个网站, 其总部设在美国加州圣克拉克市, 在欧洲、亚太区、拉丁美洲、加拿大及美国均设有办事处。雅虎门户业务包括财经频道: 汇世界行情, 做全球买卖; 体育频道: 凝聚体育赛事精华; 娱乐频道: 全球娱乐资讯先锋; 搜索资讯: 搜索品味生活。雅虎还在网站上提供各种商务及企业服务, 以帮助客户提高生产力及网络使用率, 其中包括广受欢迎的为企业提供定制化网站解决方案的雅虎企业内部网; 影音播放、商店网站存储和管理; 以及其他网站工具及服务。

雅虎的两位创始人大卫·费罗 (David Filo) 和杨致远 (Jerry Yang) 是美国斯坦福大学电机工程的博士生, 1994 年他们将 Yahoo! 变成了一个可定制的数据库, 旨在满足成千上万的、刚刚开始通过因特网社区使用网络服务的用户的需要, 他们开发了可定制的软件, 帮助他们有效地查找、识别和编辑因特网上存储的资料。至于为何命名为 “Yahoo”, 杨致远表示: “我们觉得 Yahoo 代表了那些既无经验、又无教育的外来游客, 与我们这群电脑人非常相近!”

1999 年 9 月, 中国雅虎 (www.yahoo.com.cn) 网站开通, 中国雅虎开创性地将全球领先的互联网技术与中国本地运营相结合, 成为中国互联网界位居前列的搜索引擎社区与资讯服务提供商; 2005 年 8 月 11 日, 雅虎投资 10 亿美元于阿里巴巴, 同时阿里巴巴全面收购中国雅虎, 使其成为阿里巴巴旗下的网站。

4. Google

Google 由两个斯坦福大学博士生拉里·佩奇 (Larry Page) 与谢尔盖·布林 (Sergey Brin) 于 1999 年创立, 是因特网上最大、影响最广



泛的搜索引擎(Search Engines)——是对互联网上的信息资源进行搜集整理,然后供你查询的系统,包括信息搜集、信息整理和用户查询三部分。

Google(谷歌)的成功得益于其强大的功能和独到的特点:Google(谷歌)检索网页数量达24亿,在各搜索引擎中排名第一;支持多达132种语言,包括简体中文和繁体中文,网站只提供搜索引擎功能,没有花里胡哨的累赘;速度极快,拥有15000多台服务器,200多条T3级宽带,Google的专利网页级别技术Page Rank能够提供准确率极高的搜索结果,Google智能化的“手气不错”功能,提供可能最符合要求的网站,Google的“网页快照”功能,能从Google服务器里直接取出缓存的网页。具有独到的图片搜索功能,强大的新闻组搜索功能;具有二进制文件搜索功能(PDF, DOC, SWF等)。

2006年4月12日Google全球中文名称“谷歌”在中国北京发布,“谷歌”的意思解作:以穀为歌(这里“谷”是“穀”的简化字),“播种与期待之歌”、亦是收获与欢愉之歌。

二、国内电子商务认知

1. 当当网

1999年11月正式开通的当当网(www.dangdang.com)是全球最大的中文网上商城,当当网的使命是坚持“更多选择、更多低价”,让越来越多的网上购物顾客享购互联网。当当网瞄准的就是“月光族”,他们年轻、高薪、舍得花钱,当当网业绩因此急速增长。为吸引更多的顾客更频繁地回头,当当网把低价作为长期的定位。

鼠标+水泥的运营模式:在当当网,消费者无论是购物还是查询,都不受时间和地域的任何限制,在消费者享受“鼠标轻轻一点,精品尽在眼前”的背后,是当当网耗时7年多修建的“水泥支持”——庞大的物流体系,近2万平方米的仓库分布在北京、华东和华南。员工使用当

当网自行开发、基于网络架构和无线技术的物流、客户管理、财务等各种软件支持,每天把大量货物通过空运、铁路、公路等不同运输手段发往全国和世界各地。商品种类最多:当当网经营近百万种图书、音像、家居、化妆品、数码、饰品、箱包、户外休闲等商品,是中国经营商品种类最多的网上零售店;购物最方便:当当网参照国际先进经验独创的商品分类,智能查询、直观的网站导航和简洁的购物流程等,为消费者提供了愉悦的购物环境;顾客最多:当当网目前无论从网站访问量还是从每日订单数量来讲,都是中国最繁忙的网上零售店;核心管理层包括图书业、投资业和 IT 业的资深人士;顾客覆盖中国内地、港、澳、台及欧美、东南亚的中文读者。服务承诺:当当网对全部商品有“假一罚一”的承诺,全国 180 个大中城市可实现“货到付款”和“上门退换货”,自动智能比价系统,保证所售商品价格最低。

当当网联合总裁俞渝被《光明日报》等 11 家媒体评选为“99 中国互联网新闻人物”;2005 年第九届《财富》全球论坛 5 月 16 日至 18 日在北京举行,俞渝作为唯一的中国网络发言人,讲述了当当网从零到拥有价值 7 000 万美元资产的创业历程

2. 阿里巴巴

自 1999 年成立以来,阿里巴巴集团茁壮成长,阿里巴巴集团是全球电子商务的领导者,是中国最大的电子商务公司。现已拥有五家子公司:阿里巴巴网站,阿里巴巴 B2B 公司是阿里巴巴集团的旗舰公司,是国内领先的 B2B 电子商务公司,服务于中国和全球的中小企业;淘宝网,中国领先的个人网络购物市场;支付宝,中国领先的在线支付服务;阿里软件,服务于中国中小企业者的以互联网为平台的商务管理软件公司;中国雅虎,国内领先的搜索引擎和社区。

全球阿里巴巴包括如下站点:中国站(www.alibaba.com.cn)、国际站(www.alibaba.com)、日文站(japan.alibaba.com)、淘宝站(www.taobao.com)、

支付宝 (www.alipay.com)、中国雅虎 (www.yahoo.com.cn)、口碑网 (hangzhoukoubei.com)、阿里软件 (www.alisoft.com)、阿里妈妈 (www.alimama.com)。其中, 阿里巴巴中国站是中国领先的 B2B 网上交易市场, 截至 2006 年 12 月 31 日, 阿里巴巴中国站在中国地区拥有超过 1 600 万名注册用户。阿里巴巴国际站领先的网上 B2B 交易市场, 全球买家和进口商在此寻找来自中国和其他制造业国家供应商, 截至 2006 年 12 月 31 日, 阿里巴巴国际站拥有来自 200 余个国家和地区超过 300 万名的注册用户。淘宝网是亚洲领先的消费者电子商务网站, 拥有超过 3 000 万名注册用户, 自它于 2003 年 5 月创办以来, 成为中国领先的 C2C (消费者间电子商务) 和 B2C (企业与消费者间电子商务) 的交易市场, 2006 年总成交额达到 21.8 亿美元。支付宝是中国领先的在线支付服务, 所提供的第三方中介系统及相关服务, 解决了在中国的付款风险问题, 截止至 2006 年 12 月, 支付宝拥有超过 3 300 万名用户, 日交易金额超过 1 280 万美元。中国雅虎是为中国消费者和企业提供服务的领先的互联网搜索引擎和门户网站, 它在支持中国电子商务方面扮演着重要的角色, 并且是中国中小企业的主导广告平台, 2005 年 10 月阿里巴巴集团收购雅虎中国, 并与雅虎公司建立长期的战略合作伙伴关系。口碑网是全国最大本地化“吃、住、玩”生活社区之一, 自 2004 年 6 月成立以来, 一直致力于服务百姓, 做百姓的生活好向导。阿里软件是为中国中小企业提供使用简单、基于网络的企业软件服务的领先供应商, 它可以使客户通过单一的网站获取和管理其客户关系管理 (CRM)、库存、销售、财务和市场营销信息和他们随时需要的交流工具, 阿里软件通过电子商务与其后端企业服务的无缝连接为中国中小企业提供服务。阿里妈妈是一个全新的交易平台, 首次引入“广告是商品”的概念, 让广告第一次作为商品呈现在交易市场里, 让买家和卖家都能清清楚楚地看到。

阿里巴巴集团主席兼首席执行官——马云, 在成立阿里巴巴公司以前, 就是中国互联网和电子商务的先锋人物, 他于 1995 年成立中国首家



基于互联网的公司——中国黄页；然后他接受中国对外经济贸易合作部的邀请，担任中国国际电子商务中心信息部的负责人；马云及其 18 名创始人的团队于 1999 年 3 月在杭州创办阿里巴巴公司；2001 年马云被世界经济论坛选为“全球青年领袖”；2004 年他被中国中央电视台及其观众选为“年度十大商业领袖”之一；2005 年他被财富杂志评为“亚洲最具权力的 25 大商人”之一；2006 年他在 Business 2.0 评选的“50 名当代最具影响力人物”中排名第 15 位；2007 年他被《计算机世界》评为“50 名网络最重要人物”之一。

3. 四大门户网站

新浪 (www.sina.com.cn) 是一家服务于中国及全球华人社群的领先在线媒体及增值资讯服务提供商，在全球范围内注册用户超过 2.3 亿，日浏览量超过 7 亿次，是中国内地及全球华人社群中最受推崇的互联网品牌。通过旗下五大业务主线，即提供网络新闻及内容服务的新浪网 (sina.com)、提供移动增值服务的新浪无线 (Sina Mobile)、提供 Web 2.0 服务及游戏的新浪互动社区 (Sina Community)、提供搜索及企业服务的新浪企业服务 (Sina.net) 以及提供网上购物服务的新浪电子商务 (Sina E-Commerce)，向广大用户提供包括地区性门户网站、移动增值服务、搜索引擎及目录索引、兴趣分类与社区建设型频道、免费及收费邮箱、博客、影音流媒体、网络游戏、分类信息、收费服务、电子商务和企业电子解决方案等在内的一系列服务。

网易 (www.163.com) 自 1997 年 6 月创立以来，凭借先进的技术和优质的服务，网易深受广大网民的欢迎，曾两次被中国互联网络信息中心 (CNNIC) 评选为中国十佳网站之首。是中国领先的互联网技术公司，在开发互联网应用、服务及其他技术方面，网易始终保持国内业界的领先地位，网易对中国互联网的发展具有强烈的使命感，网易利用最先进的互联网技术，加强人与人之间信息的交流和共享，实现“网聚人的力量”。