

电 子 商 务 系 列 教 材

电子商务 概论

AN INTRODUCTION
TO ELECTRONIC COMMERCE

陈德人 李小东 冯 雁 编著

A SERIES OF TEXTBOOKS
FOR E-COMMERCE



浙江大學出版社

电 · 子 · 商 · 务 · 系 · 列 · 教 · 材

电子商务概论

陈德人 李小东 冯 雁 编著

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论 / 陈德人, 李小东, 冯雁编著. — 杭州:
浙江大学出版社, 2002. 4

ISBN 7-308-02539-X

I. 电... II. ①陈...②李...③冯... III. 电子商务—概论 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 016011 号

总 责 编 樊晓燕

封面设计 刘依群

责任编辑 樊晓燕

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江大学印刷厂

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 14.5

字 数 364 千字

版 印 次 2002 年 4 月第 1 版 2002 年 9 月第 2 次印刷

印 数 3001—6000

书 号 ISBN 7-308-02539-X/F·385

定 价 22.00 元

内 容 提 要

本书从管理的角度出发,以电子商务需要的技术及其他支持手段为主旨来构建全书体系。本书共分为10章,就电子商务、零售业电子商务、互联网顾客和市场的研究、广告业电子商务、服务业电子商务、B2B电子商务、电子商务基础设施、电子商务应用技术、电子商务安全技术、电子支付系统等进行系统的论述。本书注重理论与实践相结合,全书贯穿了大量的电子商务案例,真实、生动,有利于学生对相关知识、概念的理解和掌握。本书可以作为电子商务课程教材,也适合于从事电子商务及相关行业的人员阅读参考。

《电子商务系列教材》编委会

主 编 潘云鹤

副主编 庄越挺 陈德人 吴晓波 张小蒂
姚恩瑜

委 员 孔伟成 卢向南 冯 雁 刘雪薇
李小东 杨小虎 张建国 施敏华
曾抗生 楼程富 樊晓燕

(以上各项均以姓氏笔画为序)

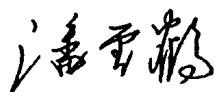
序

电子商务作为信息学、经济学、管理学、法学、计算机技术和理工类交叉的一个新兴学科,在当代信息化社会的经济与建设、金融与商业流通、生产与服务等各类社会活动中都有着广泛的应用和迫切的人才需求。浙江大学作为目前全国学科最为齐全的国家重点研究型大学,具有高水准的计算机科学、经济学、管理学等学科的教学与科研师资队伍,已在电子商务的基础理论、网络信息发布、系统集成、一体化产品的设计制造与营销、数据挖掘及分布式计算等相关应用研究和技术方面取得了多项成果,并通过与“蓝色巨人”IBM 公司共建电子商务体系合作开展在中国环境下的电子商务研究和高级应用人才的培养。

为支持电子商务的发展,并促进多学科交叉复合型人才的培育,浙江大学从 1999 年开始,在本科生中设立了电子商务第二专业。其目标是培养具备较扎实的电子商务知识,能够进行电子商务综合应用、开发与管理的交叉型高级管理与技术人才,以满足信息化社会电子商务的技术发展和应用的迫切需要。开课两年来,每次选课的学生都多达 1500 人以上,显示出强烈的兴趣。从 2001 年开始,经教育部批准,浙江大学又成为第一批开设电子商务专业、并在全日制和远程教育两方面招收电子商务专业学生的高校之一。

针对我国目前缺乏电子商务系列教材的现状,浙江大学出版

社及时组织有关专家,精心组织出版了这套电子商务系列教材,其中包括《电子商务概论》、《网络经济学概论》、《网络营销的理论与实务》、《电子商务应用开发技术》、《客户关系管理 CRM》等共计十几册,将在近期陆续出版。望此举既能推动我国电子商务学科的建设,又能推动中国电子商务人才培养与经济的发展。

A stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to Liang Yong, the author of the preface.

2001 年 5 月

前 言

全球经济发展正在进入信息经济时代,知识经济初见端倪。因特网的广泛应用,不但改变了通信方式,而且推动了新数字经济的戏剧化发展。此项新数字经济呈现在金融市场与贸易流量、商业的创新模式以及消费者的全新机会等方面。作为 21 世纪的主要经济增长方式——电子商务,将给各国和世界经济带来巨大的变革,产生深远的影响。电子商务通过大幅度降低交易成本,增加贸易机会,简化贸易流程,提高贸易效率,可以提高生产力,改善物流系统,并推动企业和国民经济结构的全面整合。电子商务已经成为新兴的产业,它创造新的就业机会,推动国家和全球经济的发展。电子商务又是一个新兴市场,而且是一种替代传统商务活动的新形式,它有可能彻底改变贸易活动的本质,形成一套全新的贸易活动框架。在全球的许多区域,电子商务已经极大地改变了个人、公司以及政府处理事务、进行互动联系以及进行商业活动的方式。

本书是作者在浙江大学电子商务双学位班讲稿的基础上,结合各方面的反馈意见经过整理编辑而成的。针对该专业内容新、跨度大、变化快的特点,尽量在本书中反应目前的一些最新发展情况。本书主要可作为电子商务专业本、专科生的基础课教材,也可作为本科高年级的选修课和研究生的选修课教材。本书的宗旨是

基于以下两点:一方面,对于电子商务专业的学生,能通过本书的学习,对电子商务所涵盖的方方面面有一个总的了解,并对下一步的学习重点有一个清楚的认识;另一方面,在新技术革命的浪潮冲击下,知识与技术的更新速度大大加快,各领域知识互相渗透,综合运用的趋势不断加强,对于非电子商务专业的学生来说,本书也不失为一本有助于拓宽视野、了解和掌握相关学科的知识的可选之书。

本书由陈德人主编。第1章由陈德人编写;第2章由陈火根编写;第3章由张建林编写;第4,5,6章由李小东编写;第7,8,9,10章由冯雁编写。胡锐、陈远高、张静波、张景原等也参加了本书的编写工作。因水平有限,错误之处在所难免,敬请读者批评指正。

作 者

2002年4月于西子湖畔

目 录

第一章 电子商务概述	1
第一节 电子商务是什么.....	1
第二节 电子商务应用	13
第三节 电子商务系统	28
第四节 小 结	37
【复习思考题】	37
【实践题】	38
第二章 零售业电子商务	39
第一节 亚马逊有竞争力的结构	39
第二节 电子营销结构综述	41
第三节 电子市场的预测	42
第四节 电子营销的商业模式	46
第五节 电子营销的商业模式案例	49
第六节 在线客户服务	54
第七节 电子中介	55
第八节 反应式的电子百货公司	59
第九节 地区购物服务	61

第十节 从消费者的角度看网络购物的程序	62
第十一节 支持比较购买	66
第十二节 电子商务对传统零售系统的冲击	69
第十三节 小 结	71
【复习思考题】	73
【实践题】	73
第三章 互联网顾客和市场的研究	75
第一节 客户关系的建立:Ritchey 公司自行车在线销售	75
第二节 顾客行为模式	77
第三节 个性特征与网民的人口统计研究	80
第四节 顾客购买决策的制定	86
第五节 一对一营销和关系营销	89
第六节 网上客户服务的实施	94
第七节 电子商务的市场调研.....	105
第八节 顾客智能代理.....	115
第九节 组织购买行为.....	120
第十节 小 结.....	121
【复习思考题】.....	122
【实践题】.....	123
第四章 广告业电子商务	125
第一节 CD-Max 通过电子邮件列表做广告.....	125
第二节 web 广告.....	126
第三节 广告方法.....	133
第四节 广告战略.....	139
第五节 推技术和智能代理.....	147
第六节 广告的经济性和有效性.....	151

第七节 在线目录.....	154
第八节 有关广告的特殊问题.....	159
第九节 小 结.....	163
【复习思考题】.....	165
【实践题】.....	165
第五章 服务业电子商务	167
第一节 订购电子期刊.....	167
第二节 基于经纪人的服务.....	168
第三节 旅行和观光服务.....	170
第四节 就业安置和职业市场.....	176
第五节 房地产:从虚拟房地产经纪人到虚拟现实	182
第六节 在线股票交易.....	185
第七节 网上银行和个人理财.....	187
第八节 拍卖:从理论到实践	195
第九节 在线出版、知识普及和其他服务	200
第十节 对中介的影响及其正在改变的角色.....	205
第十一节 小 结.....	208
【复习思考题】.....	210
【实践题】.....	210
第六章 B2B 电子商务	213
第一节 通用电器公司的采购创新.....	213
第二节 B2B 电子商务的特征.....	215
第三节 B2B 电子商务的模式.....	221
第四节 买方内部市场基础上的采购管理.....	227
第五节 基于供应商的市场: Cisco 连接在线案例	230
第六节 基于买方的市场:回顾 GE 公司的 TPN 案例	232

第七节 基于中介的市场:波音公司的 PART 案例	234
第八节 准时制交货:FedEx InterNetShip 案例	237
第九节 其他 B2B 模式、拍卖和服务	240
第十节 从传统的 EDI 到基于互联网的 EDI	246
第十一节 与后端信息系统的集成	250
第十二节 软件代理在 B2B 电子商务中的角色	252
第十三节 B2B 中的电子营销	253
第十四节 B2B 电子商务解决方案	255
第十五节 小 结	260
· 【复习思考题】	262
第七章 电子商务基础设施	264
第一节 局域网和广域网	265
第二节 Internet 接入技术	282
第三节 TCP/IP 协议	290
第四节 小 结	297
【复习思考题】	298
【实践题】	299
第八章 电子商务应用技术	300
第一节 web 应用编程	301
第二节 数据库技术	321
第三节 EDI 技术	337
第四节 小 结	349
【复习思考题】	351
【实践题】	352
第九章 电子商务安全技术	353
第一节 电子商务安全技术	355
第二节 防火墙	360

第三节 数据加密与信息安全·····	370
第四节 电子商务认证技术·····	378
第五节 小 结·····	399
【复习思考题】·····	401
【实践题】·····	401
第十章 电子支付系统·····	402
第一节 电子支付系统的基础·····	403
第二节 电子货币·····	405
第三节 网络银行·····	438
第四节 小 结·····	445
【复习思考题】·····	446
【实践题】·····	447
参考文献·····	448

第一章

电子商务概述

在这一章里,我们主要从电子商务的两个应用实例出发介绍电子商务的基本概念,包括电子商务与传统商务的区别、电子商务的内涵、电子商务的应用内容(应用对象、应用分类和应用组成)以及电子商务系统和功能,对这些基本概念的初步介绍可以使读者对电子商务有一个基本的了解。

第一节 电子商务是什么

一、引例之一

下面是本书作者通过书池网站([www. bookpool. com](http://www.bookpool.com))——一个专门卖书的美国电子商务网站,购买图书的过程实例。

(1)进入书池网站浏览和选择图书。图 1.1 所示的是该网站主页。尽管网站总部设在美国东北部马萨诸塞州,对浏览者来说没有任何的距离感。

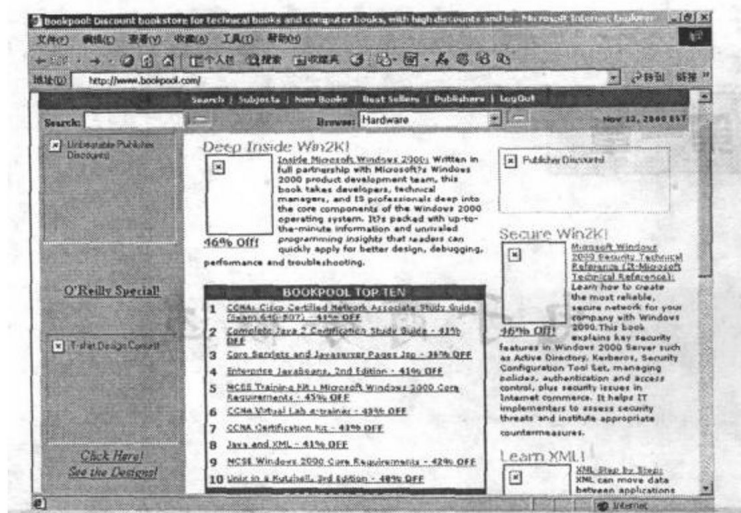


图 1.1 书池网站主页

(2)选中一本所喜欢的书。图 1.2 所示的页面中对这本称为《电子商务的设计、构造和技术——电子商务成功之路》书的情况作了详细介绍。包括书的外包硬皮、页码、内容、目录及作者等。并指明该书不仅有现货(in-stock),而且可以打 21%的折扣。

(3)注册或登录你的账号。如果你是第一次在该网站购买图书,就必须进行注册。注册分为安全注册和规范注册两种(图 1.3)。安全注册需要在一个安全的浏览器(如 Netscape)中通过 TCP/IP 端口 443 进行存取,它可能会受限于你的防火墙。

(4)注册内容包括账号信息(account information)、运达地址(shipping address)、支付方式(form of payment)三部分(图 1.4)。账号信息包括你的名字、e-mail 地址和你自己设置的密码。支付方式可以在信用卡(card)、支票(check)和转账(transfer)中选择。如果选择信用卡,则还需填写账单地址。

(5)确认你的账号信息和运达地址。仔细确认后,进入下一步

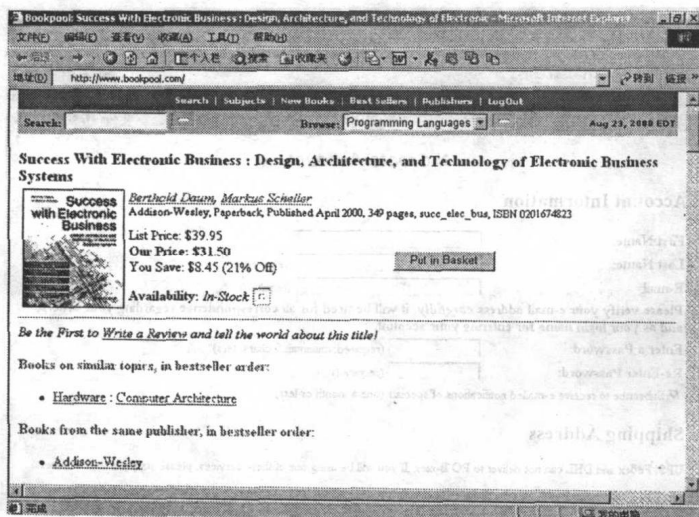


图 1.2 选中一本书

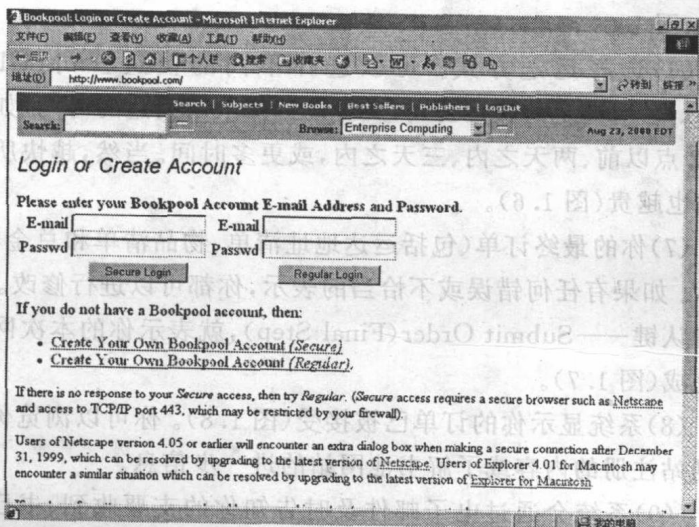


图 1.3 选择注册方式