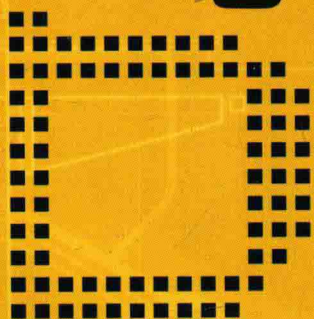




电子商务概论

(第2版)

马莉婷◎主编



电子商务概论

(第2版)

主 编 马莉婷

副主编 李 捷 陈 宇

李云清 宋 磊 林宝灯



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书立足于应用型本科高校电子商务专业的教学特点,注重培养学生的实践技能。全书较系统、全面地阐述了电子商务中重要的知识模块,包括电子商务认知、电子商务技术、电子商务安全、电子商务支付、网络营销概述、客户关系管理、物流与供应链、电子商务法律、移动电子商务和跨境电子商务十章内容。

本书体例形式丰富,每章开篇均设置有“学习目标”“导入案例”模块;在章节中穿插小案例及网络新闻报道、研究报告等“小链接”模块;在每章最后均设置有“本章小结”“关键术语”“配套实训”“课后习题”“讨论案例”等模块。

本书不但可作为高等院校电子商务、市场营销、工商管理、国际经济与贸易、经济学、信息管理与信息系统、会计学、金融学等相关专业的教材,同时也可以作为电子商务、市场营销相关从业及创业人员的学习参考用书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/马莉婷主编.—2版.—北京:北京理工大学出版社,2019.4
ISBN 978-7-5682-0026-4

I. ①电… II. ①马… III. ①电子商务-高等学校-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第063036号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010)68914775(总编室)

(010)82562903(教材售后服务热线)

(010)68948351(其他图书服务热线)

网 址/http://www.bitpress.com.cn

经 销/全国各地新华书店

印 刷/三河市天利华印刷装订有限公司

开 本/787毫米×1092毫米 1/16

印 张/19

字 数/447千字

版 次/2019年4月第2版 2019年4月第1次印刷

定 价/78.00元

责任编辑/李慧智

文案编辑/李慧智

责任校对/周瑞红

责任印制/李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

《电子商务概论》(第1版)自2016年8月出版以来,在福建江夏学院、阳光学院、三明学院、福州理工学院、福建船政交通职业学院、华东交通大学理工学院、江西工程学院、南昌理工学院、西京学院、乐山师范学院、黄淮学院等10余所院校使用,受到了广大读者的欢迎并得到了较高评价。该书体例新颖,教学资源完备,方便教学,内容与时俱进,彰显了学科前沿动态,注重培养学生的实践技能。

《电子商务概论》(第1版)于2017年6月获“2016年福建省商业经济优秀研究成果”二等奖。2018年2月,获福建江夏学院“校级优秀教学成果”二等奖。依托教材开发的继续教育网络课程“电子商务的奥秘”获批2018年福建省级终身教育重点建设项目;“电子商务理论与实践”获批2017年校级重点建设网络课程项目,并已在福建江夏学院网络教学平台(超星慕课)上线。

电子商务的发展日新月异,出现了许多新的模式和现象。为了紧跟学科前沿发展动态,更好地与实践相结合,在北京理工大学出版社的组织下,我们开展了对《电子商务概论》教材的修订工作。《电子商务概论》(第2版)继承了第1版体例活泼、资源丰富、内容新颖、表述精炼、重点突出、注重实践等特点,增加了新的知识点,替换了陈旧的案例、统计报告,并针对重点知识增加了相应的授课视频,便于读者学习和理解;致力于打造优秀的慕课教材,提供更为全方位、立体化的教学资源,方便教师授课和学生学习。

《电子商务概论》(第2版)是如下教学团队和项目的研究成果:教育部2017年第二批产学合作协同育人项目(教学内容和课程体系改革项目)(项目编号:201702067015)——基于中国(福建)自由贸易试验区的电子商务专业创新课程体系建设;2018年福建省级本科教学团队——电子商务创新创业实战实验教学型本科教学团队;福建省教育厅2017年高等学校创新创业教育改革项目(精品资源共享课)(项目编号:17CXKC02)——电子商务创业实践;福建江夏学院2017年校级教学团队项目(项目编号:17JXTD07)——《电子商务》系列课程教学团队。

《电子商务概论》(第2版)由福建江夏学院经济贸易学院电子商务系主任马莉婷副教授担任主编,负责全书的策划、统稿及修订工作。本书的具体分工如下:第一章、第四章、第五章由马莉婷副教授编写、修订,第十章由李云清副教授编写、修订,第二章由宋磊副教

授编写、修订，第三章、第七章由陈宇讲师编写、修订，第六章、第九章由李捷讲师编写、修订，第八章由林宝灯实验师编写、修订。

本书的编写得到了彭丽芳教授、王洪利教授、范一青副教授、辛琦博士的大力支持，在此深表感谢。本书参考了国内外同行的许多著作和文献，引用了大量企业案例、新闻报道、统计报告，在此一并向原作者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，敬请专家、读者批评、指正。

读者可以登录 <https://mooc1-3.chaoxing.com/course/201059711.html> 或扫描下方二维码（无须注册），即可直接查看与本书配套的慕课“电子商务理论与实践”的全部资源，方便授课教师开展翻转课堂教学和学生自学。



“电子商务理论与实践”慕课门户

马莉婷
2018年10月

电子商务是国民经济发展的重要组成部分，是促进实体经济发展的新引擎。在“互联网+”及“大众创业、万众创新”的时代背景下，我国政府已出台多项促进电子商务发展的政策，电子商务企业迎来了前所未有的发展契机。同时，电子商务的迅速发展为“大众创业、万众创新”吹响了号角，网络创业成为“大众创业、万众创新”时代背景下的热门选择。对于利用电商触网的企业而言，已不再满足于利用电子商务拓宽原有的销售渠道，企业更希望利用电子商务进行销售体系整合、品牌推广及金融服务等。

在这样的背景下，作为一线教师，我们深刻意识到为培养符合企业需求的电子商务人才，电子商务教材一定要与时俱进，要能够反映电子商务的前沿发展动态，同时要注重培养学生的实践技能。于是，编者结合多年实践教学经验及研究成果而推出了这本实用型教材。

本书立足于应用型本科高校电子商务专业的教学特点，较系统、全面地阐述了电子商务中重要的知识模块，包括电子商务认知、电子商务技术、电子商务安全、电子商务支付、网络营销概述、客户关系管理、物流与供应链、电子商务法律、移动电子商务和跨境电子商务十章内容。每章均设置有“学习目标”“导入案例”等模块；在章节中穿插小案例及网络新闻报道、研究报告等“小链接”模块；在每章最后均设置有“本章小结”“关键术语”“配套实训”“课后习题”“讨论案例”等模块。

本书在编写上力求做到“新、精、实”。“新”是指教材在编写体例和内容上都力求做到与时俱进，结合电子商务发展的时代背景，引入大量新案例，彰显电子商务日新月异的发展变化和前沿动态；“精”是指教材编写不追求“大而全”，而追求囊括电子商务最精华的知识模块；“实”是指教材编写强调实践性，每章都设置“技能目标”和“配套实训”模块，以提升学生实践技能，满足应用型本科高校对电子商务应用型人才的培养需求。

本书由福建江夏学院马莉婷副教授担任主编，负责全书的策划、统稿工作。本书的具体编写分工如下：第一章、第四章、第五章由马莉婷副教授编写，第十章由李云清副教授编写，第二章由宋磊副教授编写，第三章、第七章由陈宇讲师编写，第六章、第九章由李捷讲师编写，第八章由林宝灯实验师编写。

本书的编写得到了彭丽芳教授、王洪利教授、范一青副教授、辛琦博士的大力支持，在此深表感谢。本书参考了国内外同行的许多著作和文献，引用了部分资料，特向这些作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中难免存在不足之处，敬请专家、读者批评、指正。

马莉婷
2016年6月

第一章 电子商务认知	(1)
学习目标	(1)
导入案例	(1)
第一节 电子商务发展的时代背景、政策扶持及技术支持	(3)
一、电子商务发展的时代背景	(3)
二、电子商务发展的政策扶持	(5)
三、电子商务发展的技术支持	(8)
第二节 电子商务领域的发展动态	(9)
一、通过中国互联网络信息中心了解中国互联网发展状况	(10)
二、通过艾瑞网了解电子商务领域的前沿发展动态	(12)
三、通过中国电子商务研究中心获取电子商务资讯和数据报告	(12)
第三节 电子商务的基础知识	(14)
一、电子商务的定义	(14)
二、电子商务的特点	(14)
三、电子商务的分类	(15)
四、电子商务中的“四流”	(16)
五、电子商务发展的三大瓶颈	(17)
六、电子商务的基本组成要素	(20)
七、电子商务为企业带来的益处	(20)
八、电子商务人才需求状况	(21)
第四节 电子商务模式	(21)
一、企业对企业的电子商务模式	(21)
二、企业对消费者的电子商务模式	(23)
三、消费者对消费者的电子商务模式	(24)
四、企业对政府的电子商务模式	(27)

五、政府对企业的电子商务模式	(27)
六、消费者对企业的电子商务模式	(27)
七、个人对个人的电子商务模式	(28)
八、线上对线下的电子商务模式	(28)
九、ABC 电子商务模式	(29)
本章小结	(30)
关键术语	(30)
配套实训	(30)
课后习题	(31)
讨论案例	(32)
第二章 电子商务技术	(35)
学习目标	(35)
导入案例	(35)
第一节 互联网基础	(36)
一、互联网的产生和发展	(36)
二、互联网协议	(37)
三、IP 地址、域名、DNS	(38)
四、企业内部网和企业外部网	(39)
五、ISP、ICP、IAP	(41)
六、电信业重组、3G、4G、5G	(41)
七、移动互联网	(44)
第二节 EDI 技术	(47)
一、EDI 的定义	(47)
二、EDI 的发展概况	(47)
三、EDI 标准	(48)
四、EDI 的工作过程	(49)
五、EDI 系统的三要素	(50)
六、EDI 的特点	(51)
七、EDI 与 E-mail、FAX 的比较	(51)
第三节 大数据与数据挖掘技术	(52)
一、大数据的基本概念	(52)
二、大数据的特性	(52)
三、大数据的关键技术	(52)
四、大数据的发展趋势	(53)
五、大数据的应用	(54)
本章小结	(56)
关键术语	(56)
配套实训	(56)

课后习题	(56)
讨论案例	(57)
第三章 电子商务安全	(58)
学习目标	(58)
导入案例	(58)
第一节 电子商务安全概述	(59)
一、电子商务安全基础	(59)
二、电子商务面临的安全威胁	(60)
三、电子商务的安全需求	(63)
四、电子商务的安全对策	(64)
第二节 网络安全技术	(66)
一、防火墙技术	(66)
二、病毒防范技术	(68)
三、入侵检测技术	(70)
四、漏洞扫描技术	(70)
五、虚拟专用网络技术	(71)
第三节 数据加密技术	(71)
一、密码学概述	(72)
二、对称密钥加密技术	(72)
三、非对称密钥加密技术	(72)
四、混合加密技术	(73)
第四节 认证技术	(73)
一、数字签名技术	(73)
二、数字证书	(74)
三、CA 认证	(76)
四、身份认证技术	(76)
第五节 电子商务安全交易标准	(77)
一、安全套接层协议 (SSL 协议)	(77)
二、安全电子交易协议 (SET 协议)	(78)
本章小结	(78)
关键术语	(79)
配套实训	(79)
课后习题	(79)
讨论案例	(80)
第四章 电子商务支付	(81)
学习目标	(81)
导入案例	(81)

第一节 电子支付	(82)
一、电子支付的定义	(82)
二、电子支付的特点	(83)
三、电子支付系统的定义及其构成	(83)
第二节 常用的电子支付工具	(84)
一、银行卡	(84)
二、智能卡	(86)
三、电子钱包	(87)
四、微支付	(89)
五、代币	(89)
第三节 第三方支付	(90)
一、第三方支付的定义	(90)
二、常用的第三方支付平台	(90)
第四节 移动支付	(92)
一、移动支付的定义	(92)
二、移动支付的分类	(93)
三、通信运营商移动支付	(93)
四、银联云闪付	(93)
五、我国第三方移动支付市场发展状况	(94)
第五节 网上银行	(94)
一、网上银行的定义	(94)
二、网上银行的类型	(95)
三、网上银行的特点	(95)
四、网上银行的优势	(96)
五、网上银行的业务品种	(96)
六、网上银行支付常用的安全技术	(98)
第六节 电话银行、手机银行与微银行	(99)
一、电话银行	(99)
二、手机银行	(100)
三、微银行	(100)
四、银行开通的新型业务	(101)
第七节 流行的支付方式	(103)
一、条码支付	(103)
二、扫码支付	(103)
三、声波支付	(104)
四、空付	(104)
五、指纹支付	(105)
六、掌纹支付	(105)

七、声纹支付	(106)
八、刷脸支付	(107)
九、虹膜支付	(107)
十、无感支付	(107)
第八节 海淘的支付方式	(107)
一、海淘	(107)
二、海淘的支付方式	(108)
第九节 互联网金融	(109)
一、第三方移动支付	(110)
二、P2P 借贷	(111)
三、众筹	(112)
本章小结	(114)
关键术语	(114)
配套实训	(114)
课后习题	(115)
讨论案例	(116)
第五章 网络营销概述	(119)
学习目标	(119)
导入案例	(119)
第一节 网络营销概述	(120)
一、网络营销的定义和特点	(120)
二、网络营销的任务和层次	(122)
三、网络营销与传统营销的联系与区别	(123)
四、网络营销与传统营销的整合	(124)
五、网络营销的理论基础	(124)
第二节 网络消费者的购买动机及购买行为	(125)
一、我国网民的特征	(125)
二、我国网络消费者的规模	(128)
三、网络消费者的购买行为类型	(128)
四、网络消费者的购买动机	(129)
五、网络消费需求的特点	(130)
六、网络消费者的购买过程	(132)
七、影响网络消费者购买行为的因素	(133)
第三节 网络市场调研	(134)
一、网络市场调研的定义和特点	(134)
二、网络市场调研的步骤和方法	(135)
三、网络市场调研抽样方法	(139)
第四节 网络营销策略	(140)

一、网络营销产品策略	(140)
二、网络营销服务策略	(143)
三、网络营销价格策略	(147)
四、网络营销渠道策略	(154)
五、网络营销促销策略	(156)
第五节 网络营销方法	(159)
一、搜索引擎营销	(159)
二、电子邮件营销	(160)
三、病毒营销	(162)
四、微博营销	(163)
五、微信营销	(163)
六、网络事件营销	(166)
七、网络会员制营销	(167)
本章小结	(168)
关键术语	(169)
配套实训	(169)
课后习题	(170)
讨论案例	(171)
第六章 客户关系管理	(173)
学习目标	(173)
导入案例	(173)
第一节 客户关系管理	(174)
一、客户及客户关系	(174)
二、客户关系管理	(176)
三、电子商务客户关系管理的优势	(177)
第二节 客户终生价值	(178)
一、客户终生价值	(178)
二、客户终生价值的分析步骤	(179)
第三节 客户关系管理的三个层次	(180)
一、建立客户关系	(180)
二、维护客户关系	(182)
三、挽回客户关系	(183)
第四节 客户满意度和忠诚度	(184)
一、客户满意度	(184)
二、客户忠诚度	(186)
三、提升客户忠诚度	(187)
第五节 客户服务策略	(191)
一、客户服务的意义	(191)

二、客户服务的策略	(192)
本章小结	(193)
关键术语	(194)
配套实训	(194)
课后习题	(196)
讨论案例	(197)
第七章 物流与供应链	(198)
学习目标	(198)
导入案例	(198)
第一节 电子商务物流基础	(199)
一、物流的概念	(199)
二、物流的分类	(201)
三、电子商务与物流的关系	(203)
第二节 物流模式	(204)
一、企业自营物流	(204)
二、第三方物流	(204)
三、第四方物流	(205)
四、绿色物流	(206)
五、冷链物流	(206)
六、新零售模式下的新物流	(207)
七、电子商务企业物流模式选择	(208)
第三节 电子商务与供应链管理	(209)
一、供应链概述	(209)
二、供应链管理	(210)
三、电子商务对供应链管理的影响	(211)
第四节 电子商务与物流信息管理	(212)
一、物流信息与物流信息系统	(212)
二、物流信息技术	(214)
本章小结	(217)
关键术语	(218)
配套实训	(218)
课后习题	(218)
讨论案例	(219)
第八章 电子商务法律	(220)
学习目标	(220)
导入案例	(220)
第一节 电子商务法律概述	(222)

一、电子商务法律概念与建设电子商务法律的现实意义	(222)
二、我国电子商务法律的建设	(223)
第二节 电子商务法律责任	(224)
一、电子商务民事责任	(224)
二、电子商务行政责任	(225)
三、电子商务刑事责任	(225)
第三节 电子商务法律体系框架	(225)
一、电子商务参与主体的法律关系	(225)
二、电子合同的法律问题	(226)
三、电子支付中的法律问题	(228)
四、电子商务中的知识产权保护	(230)
五、网上个人隐私保护问题	(231)
本章小结	(234)
关键术语	(235)
配套实训	(235)
课后习题	(235)
讨论案例	(236)
第九章 移动电子商务	(237)
学习目标	(237)
导入案例	(237)
第一节 移动电子商务概论	(239)
一、移动电子商务概述	(239)
二、移动电子商务的特点	(239)
三、我国移动电子商务的发展历史与现状	(241)
第二节 移动电子商务基础技术	(241)
一、无线应用协议 (WAP)	(242)
二、通用分组无线业务 (GPRS)	(242)
三、移动 IP 技术	(243)
四、蓝牙技术	(243)
五、近场通信 (NFC) 技术	(244)
六、移动定位系统	(244)
七、3G、4G 与 5G	(246)
八、移动操作系统	(248)
第三节 移动电子商务的分类与商业模式	(248)
一、移动电子商务的分类	(248)
二、移动电子商务的商业模式	(249)
第四节 移动电子商务的主要应用	(250)
一、移动营销	(250)

二、移动购物	(251)
三、移动金融	(251)
四、移动社交	(252)
五、移动出行	(252)
六、移动娱乐	(252)
七、移动教育	(253)
八、移动招聘	(254)
九、移动云盘	(255)
十、移动应用商店	(256)
第五节 移动电子商务的实施问题	(256)
一、安全问题	(256)
二、隐私问题	(258)
三、移动电子商务面临的障碍	(259)
本章小结	(261)
关键术语	(262)
配套实训	(262)
课后习题	(262)
讨论案例	(263)
第十章 跨境电子商务	(264)
学习目标	(264)
导入案例	(264)
第一节 跨境电子商务概述	(265)
一、跨境电子商务的定义	(265)
二、跨境电子商务的意义	(266)
三、跨境电子商务流程	(266)
四、跨境电子商务的特征	(267)
五、跨境电子商务的优势	(270)
六、跨境电子商务的模式	(271)
第二节 跨境电子商务的运作平台	(272)
一、全球速卖通	(272)
二、亚马逊	(273)
三、eBay	(274)
四、Wish	(276)
五、兰亭集势	(276)
六、敦煌网	(277)
第三节 跨境支付	(278)
一、跨境电子商务支付	(278)
二、主要支付工具介绍	(279)

第四节 跨境物流	(282)
一、跨境电子商务物流模式	(282)
二、影响跨境电子商务物流模式选择的主要因素	(284)
三、企业选择跨境电子商务物流模式时应考虑的要素	(284)
本章小结	(285)
关键术语	(286)
配套实训	(286)
课后习题	(286)
参考文献	(287)