



普通高等教育“十三五”规划教材
(广东财经大学华商学院课题基金资助项目)

电子商务概论

(第2版)

DIANZI SHANGWU GAILUN

主 编 杨 波 许丽娟 陈 刚
副主编 李思思 蒋大锐 何剑萍
主 审 赖 庆



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com



普通高等教育“十三五”规划教材

广东财经大学华商学院课题基金资助项目

电子商务概论

(第2版)

主 编 杨 波 许丽娟 陈 刚
副主编 李思思 蒋大锐 何剑萍
主 审 赖 庆



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

电子商务概论是电子商务专业的学位课,也是商学院许多专业的必修课。本书系统介绍了电子商务的基本框架、基本理论和业务操作流程,重点介绍了电子商务在商务活动中的最新实际应用,结合大量典型实例深入浅出地阐述了电子商务的方法和原理。本书内容取材新颖、系统、简练,文笔流畅,重点突出,实践性强,把技能应用、培养学生岗位实践能力放在第一位。本书的每章均由“导读案例”开篇,引导和启发学生主动思考、分析与探索;每章最后都精心设计了“思考与练习”,针对每一章的重点和难点进行训练,便于读者掌握相关理论,提升实践技能和综合职业能力。

本书可作为高等院校应用型本科及高职高专的电子商务、市场营销、商贸经营、财经等专业的教材,也可供广大企事业单位相关人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 杨波, 许丽娟, 陈刚主编. --2 版. --北京: 北京邮电大学出版社, 2017. 8 (2017. 12 重印)
ISBN 978-7-5635-5117-0

I. ①电… II. ①杨…②许…③陈… 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 (2017) 第 114823 号

书 名: 电子商务概论(第 2 版)

著作责任者: 杨 波 许丽娟 陈 刚 主编

责任编辑: 刘 颖

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(邮编:100876)

发 行 部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷:

开 本: 185 mm×260 mm 1/16

印 张: 23.5

字 数: 633 千字

版 次: 2014 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 2 版 2017 年 12 月第 2 次印刷

ISBN 978-7-5635-5117-0

定 价: 49.00 元

• 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 •

修订说明

本书自 2014 年 8 月出版至今已经过去了整整 3 年。3 年来,我国电子商务基础环境进一步优化,发展速度提升。据 CNNIC(中国互联网信息中心)2017 年 1 月 22 日发布的第 39 次《中国互联网络发展状况统计报告》披露,截至 2016 年 12 月,我国网民达 7.31 亿人,互联网普及率为 53.2%。而 3 年前历史同期数据为 6.18 亿人和 45.8%。3 年来,以 O2O、“互联网+”等为代表的新的商业模式不断涌现和快速发展,传统企业作为线下商品与服务的直接供给方,在这一模式中起着至关重要的作用,其内部运营、产品研发、市场营销等方面,会越来越多地与互联网深度融合。随着互联网与经济活动的全面结合,传统企业与互联网企业的边界越来越模糊,互联网成为企业日常经营中不可分割的部分,以至于“互联网+”成为当下最热的词汇之一。

2013 年开始,我国高等学校电子商务专业以电子商务类招生,可授予管理学、经济学或工学学士学位。这标志着我国电子商务教育迈上了一个新的台阶。据不完全统计,迄今至少有 500 所以上的本科院校开设了电子商务专业,电子商务概论除作为电子商务专业的专业基础课外,还成为信息管理与信息系统、计算机应用、市场营销、会计、国际贸易、经济学、金融学等专业的必修或选修课。

3 年来,国内外电子商务实践和教学的发展迫使我们补充相关内容,以使本书能够基本反映电子商务发展的现状和趋势。此次修订以教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会制订的电子商务专业知识体系为指导框架,在保持第 1 版教材基本逻辑主线和视角不变的基础上,对原有内容进行了系统更新和完善。

(1) 对第 1 章的内容进行了较大范围调整。原第 1 章关于新理念、新技术对电子商务的影响调整到第 2 版教材的第 8 章电子商务发展前沿介绍,原第 2 章的电子商务运作体系的框架被抽取成为第 2 版教材的第 1 章的内容,另外还增加了电子商务与经济建设相关的内容。

(2) 对第 2 章的内容除了保留了原有的 B2B、B2C、C2C、B2G 基本电子商务模式,还补充了 O2O、二维码电子商务、网络团购、社会化电子商务、全程电子商务、增值网络集约商模式等内容。

(3) 对第 3 章和第 4 章的内容进行整合,对内容进行了节选后合并为一章。删去了原第 3 章的网络常用工具;原第 4 章只保留了 Web 技术、数据库技术内容;增加了电子数据交换技术。而原第 7 章调整为第 2 版教材的第 4 章。

(4) 对第 5 章和第 6 章的内容稍微进行了调整,第 2 版教材将原第 5 章电子商务安全和第 6 章电子支付的顺序互换。第 5 章在保留原有内容的基础上增加了云银行的内容,第 6 章新增了计算机犯罪与计算机病毒内容。

(5) 原第 8 章成为第 2 版教材的第 7 章,新增了供应链管理、我国快递产业发展现状、电子商务下的物流信息技术等内容。

(6) 原第 9 章只保留了移动支付内容,其余内容均舍去了,保留内容被整合到第 2 版第 5

章最后一节;原第10章的内容被重新组织并增加了近期国内外有关电子商务的法律法规,成为第2版教材的第9章。

本书修订出版之际,我代表教材编写组感谢3年来使用我们教材的高校教材,有很多老师结合自己的教学向我们反馈了第1版教材中的问题,并提出了许多宝贵建议。感谢广东财经大学华商学院创新强校工程项目(HS2014CXQX10)的支持。同时也特别感谢北京邮电大学出版社的工作人员为本书的出版和再版所付出的辛勤劳动。

杨 波

前 言

我国在国民经济和社会发展“十二五”规划纲要中明确提出:要积极发展电子商务,加快发展电子商务。这将有利于优化调整我国经济在全球产业中的定位和布局,有利于加快进一步融合全球化的步伐,提升国际竞争力。“十三五”围绕“大众创业万众创新”“互联网+”“大数据”等国家重大战略举措,电子商务立足自身发展规律与优势,在构建“网上丝绸之路”、促进创新创业、推动传统产业转型升级等方面将进一步发挥积极作用。在电子商务引发的变革风潮中,电子商务已经成为后工业时代经济增长的强大推动力。

随着电子商务的蓬勃发展,我国对既懂计算机又懂商务的复合型人才产生了巨大的需求。近年来,不少出版社出版了很多电子商务方面的教材。由于电子商务的发展日新月异,作为一门新学科,知识更新很快,无论是电子商务的内涵、技术、营销手段还是电子商务的管理及运营,与几年前相比都发生了很大的变化,原教材的很多内容显得有些滞后,不能满足和适应现有电子商务专业和其他相关专业学生的需要,这促使我们要尽快地在原有基础上不断推出新的内容。

本书内容包括电子商务基础知识、电子商务商业模式、电子商务技术基础、电子商务网络营销、电子支付技术、电子商务安全技术、电子商务供应链与物流管理、电子商务发展前沿介绍、电子商务法律规范和标准共 9 章内容。在编写中,重点突出了电子商务在商务活动中的实务操作与应用,结合大量典型实例深入浅出地阐述了电子商务的方法和原理,目的是让读者掌握电子商务的基本概念,了解电子商务的最新知识,掌握电子商务运营的方法和规律。

全书共 9 章内容,建议授课学时为 54 学时,其中理论 36 学时,实验 18 学时,各章学时分配如下表所示。

章	理论学时	实验学时
第 1 章 电子商务基础知识	2	/
第 2 章 电子商务商业模式	8	6
第 3 章 电子商务技术基础	4	2
第 4 章 电子商务网络营销	8	4
第 5 章 电子支付技术	4	2
第 6 章 电子商务安全技术	2	2
第 7 章 电子商务供应链与物流管理	4	2
第 8 章 电子商务发展前沿介绍	2	/
第 9 章 电子商务法律法规和标准	2	/

本书由广东财经大学华商学院杨波、许丽娟和陈刚任主编,广东财经大学华商学院蒋大锐、何剑萍,广州华商职业学院李思思任副主编。杨波编写了第1、2、6章,许丽娟编写了第4、5、7章,陈刚编写了第3、8、9章,蒋大锐、何剑萍、李思思负责课后习题、课件、案例资料整理,最后由广东财经大学华商学院赖庆和杨波统稿,赖庆主审。

本书的配套电子课件、部分习题答案可在北京邮电大学出版社网站上下载。

由于编者的水平有限,书中难免错误和不妥之处,恳请广大读者批评指正。

杨 波

目 录

第 1 章 电子商务基础知识	1
1.1 电子商务的形成及其发展	5
1.1.1 电子商务的基本概念	5
1.1.2 全球电子商务的发展动态	9
1.1.3 中国电子商务的发展	9
1.2 电子商务的基本框架与组成	13
1.2.1 电子商务体系框架	13
1.2.2 电子商务的基本组成要素	15
1.2.3 电子商务运作框架	15
1.3 电子商务的基本功能与作用	18
1.3.1 电子商务的功能	18
1.3.2 电子商务的基本作用及其对社会经济生活的影响	19
1.4 电子商务与经济建设	20
1.4.1 信息技术及电子商务在国民经济中的作用	21
1.4.2 电子商务与企业经济	23
1.4.3 电子商务与政府行为	24
1.5 本章小结	26
思考与练习	26
第 2 章 电子商务模式	27
2.1 电子商务模式的内涵	30
2.1.1 电子商务模式的形成	30
2.1.2 电子商务模式的实施	32
2.2 经典的电子商务模式	34
2.2.1 企业与企业之间的电子商务模式	35
2.2.2 企业与消费者之间的电子商务模式	39
2.2.3 消费者与消费者之间的电子商务模式	44
2.2.4 企业与政府之间的电子商务模式	47
2.3 新兴的电子商务模式	48
2.3.1 O2O 电子商务模式	48
2.3.2 二维码电子商务模式	49

2.3.3 网络团购模式·····	50
2.3.4 社会化电子商务模式·····	52
2.3.5 全程电子商务模式·····	54
2.3.6 增值网络集成商务模式·····	55
2.3.7 其他新型电子商务模式·····	56
2.4 本章小结·····	57
思考与练习·····	57
第3章 电子商务技术基础 ·····	59
3.1 计算机网络技术·····	60
3.1.1 计算机网络的概念与功能·····	60
3.1.2 计算机网络的组成与分类·····	61
3.1.3 计算机网络体系结构与网络协议·····	64
3.1.4 无线通信网络·····	66
3.1.5 物联网·····	69
3.2 Internet 相关技术·····	71
3.2.1 Internet 的产生与发展·····	71
3.2.2 Internet 的通信协议·····	72
3.2.3 Internet 的 IP 地址及域名·····	74
3.2.4 Internet 的接入技术·····	77
3.2.5 常见的 Internet 服务·····	79
3.3 Web 技术·····	83
3.3.1 Web 技术结构·····	83
3.3.2 Web 应用服务器·····	85
3.4 数据库技术与数据仓库·····	87
3.4.1 关系型数据库·····	87
3.4.2 数据仓库与数据挖掘·····	90
3.4.3 大数据分析 with 电子商务营销·····	96
3.5 电子数据交换技术·····	98
3.5.1 电子数据交换的概念及其发展·····	98
3.5.2 电子数据交换的实现过程·····	100
3.5.3 电子数据交换的标准及应用·····	105
3.6 本章小结·····	107
思考与练习·····	107
第4章 网络营销 ·····	108
4.1 网络营销的概念与特点·····	109
4.1.1 网络营销的定义·····	109
4.1.2 网络营销的特点·····	110

4.1.3	网络营销的功能	111
4.1.4	网络营销与电子商务的关系	112
4.2	网络营销的理论基础	113
4.2.1	网络整合营销理论	113
4.2.2	网络“软营销”理论	114
4.2.3	网络直复营销理论	114
4.2.4	网络关系营销理论	114
4.2.5	利基营销理论	115
4.3	网络营销的策略	115
4.3.1	顾客价值策略	115
4.3.2	品牌策略	116
4.3.3	定价策略	117
4.3.4	营销渠道策略	118
4.3.5	沟通策略	119
4.3.6	客户关系管理策略	120
4.3.7	服务策略	121
4.4	网络营销的消费者与市场细分	121
4.4.1	网络营销的消费者	121
4.4.2	市场的变化	122
4.4.3	市场细分基础与一般策略	122
4.5	在线产品与产品定价	124
4.5.1	在线产品的分类	124
4.5.2	在线产品的特征	124
4.5.3	在线产品的定价策略	125
4.6	网络营销的主要方法	125
4.6.1	基于企业网站的网络营销方法	125
4.6.2	基于网络营销工具的网络营销方法	127
4.6.3	基于营销策略的网络营销方法	133
4.6.4	综合性网络营销方法	135
4.6.5	网络营销新方法	138
4.7	网络营销的主要内容	142
4.8	网络广告技术	143
4.8.1	网络广告技术的起源、概念及特点	143
4.8.2	网络广告的技术及类型	144
4.8.3	国内网络广告现状	146
4.8.4	网络广告市场呈现的新特征	146
4.8.5	网络广告发展中存在的主要问题	147
4.8.6	网络广告策划	148
4.8.7	网络广告制作	150

4.8.8 网络广告投放	150
4.8.9 网络广告计价	151
4.8.10 网络广告评估	152
4.9 本章小结	153
思考与练习	153
第5章 电子支付技术	154
5.1 电子支付概述	156
5.1.1 电子支付的定义	156
5.1.2 电子支付的特征	156
5.1.3 电子支付系统及其构成	156
5.1.4 电子支付系统的基本业务流程	157
5.1.5 电子支付系统的分类	158
5.1.6 电子支付系统的功能	159
5.1.7 电子支付系统的模式	160
5.2 电子支付工具	161
5.2.1 电子现金	161
5.2.2 电子信用卡	163
5.2.3 电子支票	164
5.2.4 电子钱包	166
5.2.5 智能卡	167
5.2.6 ATM、POS 和二维码	168
5.3 网络银行	169
5.3.1 网络银行的概念	169
5.3.2 网络银行的特点和优点	169
5.3.3 网络银行的基本结构与功能	170
5.3.4 网络银行的运营模式	175
5.3.5 网络银行的支付网关	176
5.3.6 网络银行的安全控制	177
5.3.7 我国网络银行发展需解决的几个问题	178
5.4 云银行	179
5.4.1 云银行的概念	179
5.4.2 云银行的产生和发展	179
5.4.3 云银行的特点	181
5.4.4 云银行业务运营模式	182
5.5 第三方支付	183
5.5.1 第三方支付的基础	183
5.5.2 第三支付的实现过程	184
5.5.3 国内第三方支付产品	185

5.5.4 国外第三方支付产品	186
5.5.5 第三方支付的发展	187
5.6 移动支付	188
5.6.1 移动支付的概念	188
5.6.2 移动支付的特点与优点	188
5.6.3 移动支付的原理	189
5.6.4 移动支付的模式	189
5.6.5 移动支付的交易过程	190
5.7 本章小结	191
思考与练习	191
第 6 章 电子商务安全技术	192
6.1 电子商务安全的要求及面临的安全问题	194
6.1.1 电子商务的安全要求	194
6.1.2 电子商务面临的安全问题	195
6.2 电子商务安全措施	196
6.2.1 网络基础设施的安全解决方案	196
6.2.2 防火墙技术	199
6.2.3 入侵检测技术	202
6.2.4 数据加密	207
6.2.5 认证技术	213
6.2.6 WWW 安全技术	221
6.3 电子商务支付安全协议	223
6.3.1 SSL 协议	223
6.3.2 SET 协议	225
6.3.3 SET 协议与 SSL 协议的比较	227
6.4 计算机犯罪与计算机病毒	228
6.4.1 计算机犯罪的类型与防范	228
6.4.2 计算机病毒的防范与查杀	229
6.5 本章小结	232
思考与练习	232
第 7 章 电子商务供应链与物流管理	233
7.1 电子商务与供应链管理概述	236
7.1.1 供应链和供应链管理概述	236
7.1.2 供应链与价值链的联系和区别	238
7.1.3 电子商务供应链与传统供应链	239
7.1.4 电子商务对供应链管理的影响	239
7.1.5 电子商务为供应链提供的主要技术手段	240

7.1.6 电子商务在供应链管理中的应用	241
7.1.7 基于电子商务平台的供应链管理的优势	241
7.2 现代物流	242
7.2.1 现代物流的基本概念	242
7.2.2 现代物流的构成	243
7.2.3 现代物流的目标	243
7.2.4 我国现代物流的发展趋势	244
7.3 电子商务物流模式	245
7.3.1 企业自营物流	245
7.3.2 第三方物流	246
7.3.3 物流联盟	249
7.3.4 第四方物流	251
7.3.5 绿色物流	253
7.4 我国快递产业的发展现状	256
7.4.1 我国快递发展概述	256
7.4.2 国际快递企业	257
7.4.3 国内民营快递企业	258
7.4.4 国有企业 EMS	260
7.5 电子商务下的物流信息技术	260
7.5.1 条码技术及应用	260
7.5.2 射频识别技术及应用	263
7.5.3 GPS 技术及应用	265
7.5.4 GIS 技术及应用	267
7.5.5 EDI 技术及应用	268
7.5.6 自动化仓库系统	270
7.5.7 物流智能终端技术	271
7.6 本章小结	273
思考与练习	273
第8章 电子商务发展前沿介绍	274
8.1 移动电子商务	276
8.1.1 移动电子商务的发展现状	276
8.1.2 移动电子商务的主要应用模式	278
8.2 互联网金融	280
8.2.1 互联网金融的发展现状	280
8.2.2 互联网金融的经营模式	282
8.2.3 互联网金融目前存在的风险	283
8.3 大数据与数据挖掘	286
8.3.1 大数据时代	286

8.3.2 数据挖掘的概念	288
8.3.3 大数据的主要应用	289
8.4 物联网	291
8.4.1 物联网的基本概念	291
8.4.2 物联网应用的关键技术	295
8.5 云计算	296
8.5.1 云计算的特点	296
8.5.2 云计算平台的介绍	297
8.6 智慧城市	299
8.6.1 智慧城市的概念	299
8.6.2 建设智慧城市	300
8.7 “互联网+”	304
8.7.1 “互联网+”的概念	304
8.7.2 “互联网+”的商业模式	306
8.7.3 “互联网+”的应用前景	308
8.8 本章小结	312
思考与练习	312
第9章 电子商务法律、法规和标准	313
9.1 电子商务法律概述	314
9.1.1 电子商务法律的含义	314
9.1.2 电子商务涉及的法律问题	316
9.1.3 电子商务的立法概况	318
9.2 电子商务交易的法律规范	323
9.2.1 数据电文的法律问题	323
9.2.2 电子合同相关法律问题	325
9.2.3 电子商务消费者权益的法律问题	329
9.2.4 电子商务知识产权的法律问题	331
9.2.5 电子商务安全与网络犯罪的法律问题	338
9.3 电子商务税收中的有关法律问题	343
9.3.1 电子商务发展所带来的税收问题	343
9.3.2 电子商务中税收问题的对策与主张	344
9.4 电子支付中有关的法律问题	346
9.4.1 支付结算体系	346
9.4.2 电子支付的法律问题	348
9.5 其他电子商务相关问题	351
9.5.1 电子商务从业人员职业道德基本守则	351
9.5.2 与网络安全管理相关的法律法规	352
9.6 电子商务相关标准	354

9.6.1 电子商务标准的现状	354
9.6.2 电子商务相关标准发展趋势	357
9.6.3 我国电子商务的技术标准	358
9.6.4 电子商务的数据标准	359
9.7 本章小结	359
思考与练习	360
参考文献	361

第1章 电子商务基础知识

【学习目标】

- 掌握电子商务的基本概念；
- 了解电子商务的基本框架模式；
- 理解电子商务的功能和作用；
- 理解电子商务发展在经济建设中的作用。

【导读案例】

阿里巴巴集团^{*}

阿里巴巴集团是一家由中国人创建的国际化的互联网公司,经营多元的互联网业务,致力于为全球所有人创造便捷的交易渠道;自成立以来,集团建立了领先的消费者电子商务网上支付方式、B2B 网上交易市场及云计算业务,近几年更是积极地开拓无线应用、手机操作系统和互联网电视等领域。集团以促进一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统为目标,旨在为消费者、商家以及经济发展做出贡献。

阿里巴巴集团是由曾担任英语教师的马云为首的 18 人于 1999 年创立,集团由私人持股,服务来自超过 240 个国家和地区的互联网用户;集团及其关联公司在中国、印度、日本、韩国、英国及美国等国的 70 多个城市中共有 20 400 多名员工。2014 年 9 月 19 日,阿里巴巴正式在纽约股票交易所挂牌交易,股票代码 BABA,价格确定为每股 68 美元,其股票当天开盘价为 92.7 美元,阿里在交易中总共筹集到了 250 亿美元资金,创下了有史以来规模最大的一桩 IPO 交易。

1. 发展历程

1999 年 9 月,马云带领下的 18 位创始人在杭州的公寓中正式成立了阿里巴巴集团。

1999—2000 年,阿里巴巴集团从软银、高盛、美国富达投资等机构中融资 2 500 万美元。

2002 年,阿里巴巴集团 B2B 公司开始赢利。

2003 年,在马云的杭州公寓中,个人电子商务网站淘宝成立。发布在线支付系统——支付宝。

2005 年,阿里巴巴集团与雅虎美国建立战略合作伙伴关系。同时,执掌雅虎中国。

2006 年,阿里巴巴集团战略投资口碑网。

2007 年 1 月,以互联网为平台的商务管理软件公司阿里软件成立。

2007 年 11 月,阿里巴巴网络有限公司在香港联交所挂牌上市。阿里巴巴集团成立网络广告平台“阿里妈妈”。

^{*} 资料来源:百度百科、<http://www.docin.com/p-1365410466.html>

2008年6月,口碑网与中国雅虎合并,成立雅虎口碑。

2008年9月,阿里巴巴与淘宝合并。阿里巴巴集团研究院成立。

2009年7月,阿里软件与阿里巴巴集团研究院合并。

2009年8月,阿里软件的业务管理软件部分注入阿里巴巴 B2B 公司。作为“大淘宝”战略的一部分,口碑网注入淘宝,使淘宝成为一站式电子商务服务提供商,为更多的电子商务用户提供服务。

2009年9月,阿里巴巴集团在庆祝创立十周年同时成立了阿里云计算公司。

2010年3月,阿里巴巴集团宣布成立大淘宝战略执行委员会,其成员来自淘宝、支付宝、阿里云计算和中国雅虎的高管,以确保“大淘宝”战略的成功执行。

2010年5月,阿里巴巴集团宣布,从2010年起将年度收入的0.3%拨作环保基金,以提高社会对环境问题的认识。

2010年11月,淘宝商城启动独立域名 Tmall.com。

2011年1月,阿里巴巴集团宣布将在中国打造一个仓储网络体系,并与伙伴携手大力投资中国物流业。

2011年6月,阿里巴巴集团将淘宝网分拆为三个独立的公司:淘宝网(taobao.com),淘宝商城(tmall.com)和一淘(etao.com),以便更精准和有效地服务客户。

2012年1月,淘宝商城宣布更改中文名为天猫,加强其平台的定位。

2012年6月,阿里巴巴网络有限公司正式从香港联交所退市。

2012年7月,阿里巴巴集团宣布将现有子公司的业务升级为阿里国际业务、阿里小企业业务、淘宝网、天猫、聚划算、一淘和阿里云7个事业群。

2012年9月,阿里巴巴集团完成对雅虎初步的股份回购并重组与雅虎的关系。

2012年11月,淘宝网和天猫平台本年度的交易额突破10000亿元人民币。

2013年1月,阿里云计算与万网合并为新的阿里云计算公司。阿里巴巴集团重组为25个事业部,以便更好地迎接中国增长迅速的电子商务市场所带来的机会和挑战。

2013年9月,阿里巴巴集团正式对外发布移动社交产品“来往”,确定无线优先的集团发展战略。

2014年5月6日,阿里巴巴向美国证券交易委员会提交了首次开幕股申请。阿里巴巴计划出售12%的股份,按其估值计算,这次公开募股融资额将为200亿美元左右,超过2008年信用卡巨头维萨公司196.5亿美元的融资额。

2014年9月19日,阿里巴巴正式在纽约股票交易所挂牌交易,股票代码BABA,按照阿里巴巴集团的IPO发行价计算,阿里巴巴的市值将达1680亿美元,这使其成为美国市场上市值最高的公司之一,这也超过了亚马逊公司1500亿美元的市值。

2015年1月13日,阿里巴巴集团投资并控股易传媒集团。易传媒仍保持独立运营,与阿里巴巴集团旗下营销推广平台“阿里妈妈”一起,推动数字营销程序化在中国的发展,并逐步实现大数据营销能力的普及化。

2015年2月10日,阿里巴巴集团宣布与蚂蚁金服集团完成重组,蚂蚁金服为支付宝的母公司。

2015年3月11日,阿里巴巴集团宣布旗下全球批发贸易平台和英国创新借贷机构ezbob及iwoca达成战略合作,英国中小企业在向平台上的中国供应商购买货物时,可更方便获得营运资金。

2015年4月15日,阿里巴巴集团宣布和香港上市的阿里健康信息技术有限公司达成最