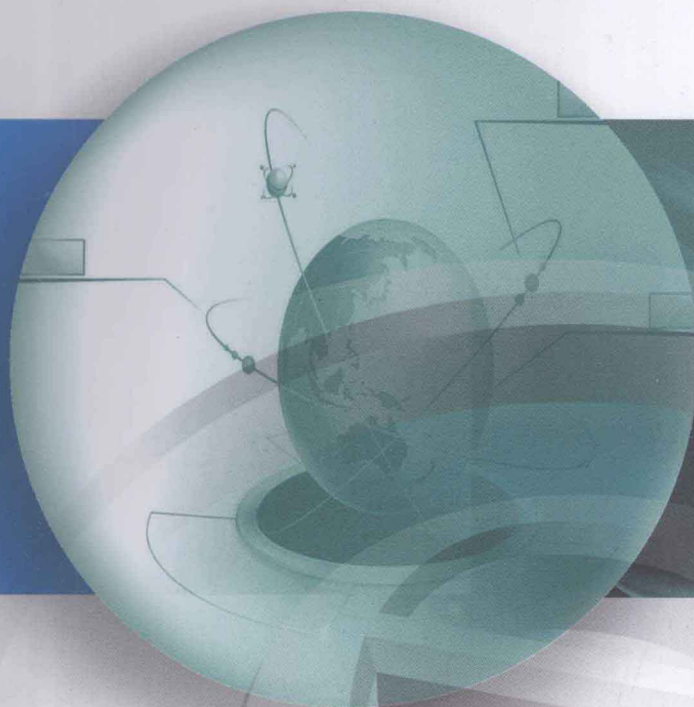


普通高等教育“十二五”规划教材



21世纪**电子商务**专业核心课程系列教材
全国高等院校电子商务联编教材



张万民 孙俊国 主编

新编电子商务概论



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

普通高等教育“十二五”规划教材
21 世纪电子商务专业核心课程系列教材
全国高等院校电子商务联编教材

新编电子商务概论

张万民 孙俊国 主 编
金发起 徐 彬 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书共分两篇,即理论篇和实践篇,其中理论篇共分10章,分别从不同的侧面介绍了电子商务的概念和运营模式,阐述了电子商务涉及的网络技术、安全技术、网上支付、网络营销、物流管理、供应链管理、客户管理、电子商务平台建设及相关法律问题等内容。实践篇包括电子商务基础实训、应用实训和德意通电子商务实验平台模拟实验。

本书的特点体现在两个方面。一方面是“新颖”,即紧跟电子商务的飞速发展形势,与时俱进,把截至2011年年底的有关电子商务的最新数据、内容涵盖其中,涉及的新技术有3G、物联网技术、Web2.0技术、WAP技术等;新的电子商务模式有团购、O2O、移动商务等;新的营销技术有微博营销、SEO营销、病毒营销等。另一方面是“实用”,即理论与实践相结合,本书分理论和实践上、下两篇,在课时安排上可对半开,建议一次理论课后跟一次实践课,理论联系实际,学以致用。

本书适合于电子商务专业以及想开展电子商务活动的相关专业学生的学习和实践,也可以作为如市场营销类、计算机类、经济管理类专业学生学习电子商务的启蒙教材。

图书在版编目(CIP)数据

新编电子商务概论/张万民,孙俊国主编. —北京:北京大学出版社,2012.10

(21世纪电子商务专业核心课程系列教材)

ISBN 978-7-301-21306-3

I. ①新… II. ①张…②孙… 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(2012)第230489号

书 名: 新编电子商务概论

著作责任者: 张万民 孙俊国 主编

策 划 编 辑: 周 伟

责 任 编 辑: 周 伟

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21306-3/TP·1250

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 北京世知印务有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 17.75印张 426千字

2012年10月第1版 2012年10月第1次印刷

定 价: 34.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:(010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

比尔·盖茨曾说过“21 世纪要么是电子商务,要么是没有商务”。多年以来,随着上网网民的激增,由于网上购物具有方便快捷、价格便宜实惠等特点,使网上开展电子商务的人数和企业的数量越来越多,网上淘金热火朝天。据 2012 年 1 月 16 日中国互联网络信息中心(CNNIC)在北京发布的《第 29 次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2011 年 12 月底,中国网民规模达到 5.13 亿,互联网普及率达到 38.3%,网络购物用户规模达到 1.94 亿人。据艾瑞网数据显示,中国电子商务市场规模达 7 万亿元,同比增长 46.4%,预计未来 3—5 年内,中国电子商务市场仍将维持稳定的增长态势,平均增速超过 35%,2015 年将达到 26.5 万亿元。

这些数据预示着更多的经济活动将加速步入互联网时代。我们看到,在电子商务活动中不断涌现出许多新的商务运营模式、新的网络营销手段、新的安全措施,国家也出台了新的电子商务法律法规。基于互联网的电子商务正以超强的诱惑力,影响着以年轻人为代表的人们的从业方式、工作方式和生活方式,借助电子商务平台开店、创业的大学生比比皆是,层出不穷,电子商务呈现勃勃生机,其发展劲头势不可挡。

“新编电子商务概论”是青岛滨海学院从 2004 年开始建设的校级精品课程,为搞好课程建设,学院专门成立了课题组。课题组认真学习课程建设的有关文件和资料,认真研究课程教学大纲、教学方法,在各级领导、相关部门的支持下,参与课程建设的各位老师丰富完善了教学大纲、教学教案、教学课件、思考题、实验案例、题库、在线测试系统和主讲教师的讲课录像等各类教学文件和资料,建立了专门的网站,实现了全部教学资源上网。该课程于 2006 年被评为山东省省级精品课程。

本书编写组成员参与了李津发教授主持的 2005 年省级教改立项“网络营销 RNMM 角色定位教学法及其支撑系统研究”(项目编号 C05101)工作,对电子商务的教学模式和教学内容进行了深入的研究,经过多年的探索和实践,在专业建设方面初步形成了具有自身特色的“基于真实、开放环境的电子商务营销技能培养模式”,创立了与社会接轨的电子商务技能培训滨海基地,成为进行学生网上实践活动、营销业绩监控的管理平台;将“职业道德”和“营销业绩”纳入学生技能培训考核体系,促进了学生的“角色转换”;实现了将学校和培训机构的人才培训平台,企业的营销、促销平台,学生就业与企业的招聘和人力资源培训平台“三台合一”的电子商务新模式。

2009 年开始的山东省教改课题——“电子商务技能培养 ROM 模式内化工程的探索与实践”(项目编号 2009451)的研究,力求通过环境工程、亮点工程、社会工程、双师工程和推广工程的深入实践与研究,建立一套电子商务人才培养方面成熟的、先进的、实用的、科学的新模式,为电子商务专业人才培养奠定坚实的基础。本书也是以上两个省级教改项目的研究

成果之一。

电子商务的本质是商务,成败在营销,关键是人才。没有电子商务的经营人才,不可能实施真正的电子商务。基于电子商务新的发展形势和课题研究的成果,以往的教材内容已不适应当前经济、社会发展的需要,因此课题组成员根据多年的授课经验和教改实践,结合长期积累的课程建设资料,重新编写这本《新编电子商务概论》教材,以满足教学和实训的需要。

本书共分两篇,即理论篇和实践篇,其中理论篇共分10章,分别从不同的侧面介绍了电子商务的概念和运营模式,阐述了电子商务涉及的网络技术、安全技术、网上支付、网络营销、物流管理、供应链管理、客户管理、电子商务平台建设及相关法律问题等内容。实践篇包括电子商务基础实训、应用实训和德意通电子商务实验平台模拟实验。本书适合于电子商务专业以及想开展电子商务活动的相关专业学生的学习和实践,也可以作为如市场营销类、计算机类、经济管理类专业学生学习电子商务的启蒙教材。

本书的特点体现在两个方面。一方面是“新颖”,即紧跟电子商务的飞速发展形势,与时俱进,把截至2011年年底的有关电子商务的最新数据、内容涵盖其中,涉及的新技术有3G、物联网技术、Web2.0技术、WAP技术等;新的电子商务模式有团购、O2O、移动商务等;新的营销技术有微博营销、SEO营销、病毒营销等。另一方面是“实用”,即理论与实践相结合,本书分理论和实践上、下两篇,在课时安排上可对半开,建议一次理论课后跟一次实践课,理论联系实际,学以致用。

本书的第1章、第4章、第5章和第7章由张万民执笔,第6章、第8章和第9章由孙俊国执笔,第3章和实践篇由金发起执笔,第2章和第10章由徐彬执笔。全书由张万民统稿。

本书对应的精品课程网站为 <http://jpkc.qdbhu.edu.cn/dzsw/>,通过该网站可下载课件、教案等相关资料。

由于时间仓促和能力所限,对文中存在的问题和不足,敬请读者批评指正。邮件地址:zh_w_m@hotmail.com,电话:0532-83150298。

《新编电子商务概论》编写组

2012年6月1日于青岛滨海学院

目 录

理 论 篇

第 1 章 电子商务导论	(2)
1.1 生活中的电子商务	(3)
1.2 传统商务及其运作过程	(6)
1.3 EDI 及其应用	(8)
1.3.1 EDI 的产生背景和发展过程	(8)
1.3.2 EDI 的定义	(10)
1.3.3 EDI 的构成要素和特点	(10)
1.3.4 EDI 中商业信息的流通方式	(10)
1.3.5 EDI 标准	(11)
1.3.6 EDI 系统	(11)
1.3.7 EDI 的发展趋势	(12)
1.4 Internet 简介	(12)
1.4.1 Internet 的发展史	(12)
1.4.2 网络基本概念	(13)
1.4.3 常用的互联网服务	(13)
1.4.4 TCP/IP 协议	(14)
1.4.5 域名系统	(16)
1.4.6 Internet 的功能特征	(17)
1.4.7 无线通信技术	(18)
1.4.8 物联网	(20)
1.5 电子商务的定义	(21)
1.5.1 什么是电子商务	(21)
1.5.2 电子商务和传统商务的关系	(23)
1.5.3 电子商务的组成要素和功能	(24)
1.5.4 电子商务对社会经济的影响	(25)
1.6 电子商务的产生和发展	(26)
1.6.1 电子商务产生和发展的条件	(26)
1.6.2 电子商务的产生	(26)
1.6.3 电子商务的发展	(26)
1.6.4 电子商务的特征与分类	(27)
1.7 我国电子商务的发展状况	(27)

1.7.1 互联网的发展	(28)
1.7.2 网络应用趋势与特点	(28)
1.7.3 中国电子商务的发展历程	(29)
1.7.4 中国电子商务的发展趋势	(30)
1.7.5 中国电子商务发展面临的主要问题	(31)
第2章 电子商务商业模式	(34)
2.1 商业模式及其要素	(35)
2.1.1 什么是商业模式	(36)
2.1.2 企业商业模式五要素	(36)
2.1.3 电子商务营利模式	(37)
2.2 网络经济与电子商务商业模式	(37)
2.2.1 网络经济的定义	(38)
2.2.2 网络经济的特点	(38)
2.2.3 电子商务商业模式及其分类	(40)
2.3 B2C 电子商务模式	(41)
2.3.1 B2C 电子商务模式分析	(42)
2.3.2 B2C 电子商务模式的主要经营模式	(42)
2.3.3 B2C 电子商务模式的优势	(43)
2.3.4 B2C 电子商务模式的缺陷	(44)
2.3.5 B2C 电子商务模式的发展建议	(45)
2.4 B2B 电子商务模式	(46)
2.4.1 我国十大典型的 B2B 创新商业模式	(47)
2.4.2 B2B 电子商务模式的优势	(48)
2.4.3 B2B 电子商务模式的缺陷	(48)
2.4.4 B2B 电子商务模式发展建议	(49)
2.5 C2C 电子商务模式	(49)
2.5.1 C2C 电子商务交易平台的特征	(50)
2.5.2 C2C 电子商务交易平台现有营利模式	(50)
2.5.3 C2C 电子商务交易平台营利模式展望	(51)
2.6 O2O 模式	(51)
2.6.1 O2O 模式强调个性化	(52)
2.6.2 O2O 模式的潜在风险	(52)
2.6.3 O2O 模式和 B2C 模式的区别	(53)
2.7 团购模式	(53)
2.7.1 团购形式及产品特点	(54)
2.7.2 团购网站的经营与管理	(54)
2.7.3 团购的风险	(56)
2.7.4 团购的未来发展趋势	(56)
2.8 移动电子商务模式	(56)
2.8.1 移动电子商务模式的发展	(56)
2.8.2 移动电子商务模式提供的服务	(57)

2.8.3 中国移动电子商务呈现四大发展模式	(58)
2.8.4 移动电子商务发展趋势	(59)
第3章 网络营销与管理	(62)
3.1 市场营销与网络营销概述	(63)
3.1.1 市场营销的概念	(63)
3.1.2 网络营销的概念	(63)
3.1.3 网络营销的特点	(64)
3.1.4 网络营销对传统营销的冲击	(64)
3.1.5 网络营销的基本理论	(66)
3.2 网络营销的基本策略	(68)
3.2.1 网络营销策略组合	(68)
3.2.2 产品策略	(69)
3.2.3 价格策略	(71)
3.2.4 渠道策略	(73)
3.2.5 促销策略	(73)
3.3 网络营销常用方法	(74)
3.3.1 网络新闻营销	(74)
3.3.2 论坛营销	(75)
3.3.3 博客营销	(77)
3.3.4 微博营销	(77)
3.3.5 搜索引擎营销	(79)
3.3.6 病毒式营销	(79)
3.3.7 数据库营销	(80)
3.3.8 网络事件营销	(82)
3.4 网络广告的形式与特点	(84)
3.4.1 网络广告的定义	(84)
3.4.2 网络广告的特点	(84)
3.4.3 网络广告的形式	(84)
3.5 网络营销业绩评估	(85)
3.5.1 中国网络广告营销效果数据分析指标	(86)
3.5.2 广告术语和技术统计方法	(87)
第4章 电子商务物流管理	(89)
4.1 物流概述	(92)
4.1.1 物流的概念、产生与演变	(92)
4.1.2 物流的分类	(93)
4.2 电子商务物流	(95)
4.2.1 物流与电子商务的关系	(95)
4.2.2 电子商务物流的特点	(96)
4.2.3 电子商务物流模式	(97)
4.3 电子商务物流管理的主要内容	(98)
4.3.1 电子商务物流系统	(98)

4.3.2 电子商务物流过程	(99)
4.3.3 电子商务物流技术	(99)
4.3.4 电子商务物流管理及其核心内容	(99)
4.4 电子商务物流配送中心	(100)
4.4.1 物流配送中心的概念	(100)
4.4.2 电子商务物流配送中心的类型	(101)
4.4.3 电子商务物流配送中心的流程	(102)
4.4.4 电子商务物流配送中心的库存控制	(102)
4.4.5 电子商务物流配送中心的管理	(103)
4.5 绿色物流和我国企业物流存在的问题	(104)
4.5.1 绿色物流	(104)
4.5.2 我国企业物流存在的问题	(106)
第5章 电子商务供应链管理	(108)
5.1 供应链的概念及其内容	(110)
5.1.1 供应链的基本概念	(110)
5.1.2 供应链的构建	(112)
5.1.3 供应链管理的基本概念	(114)
5.2 电子商务供应链管理体系	(115)
5.2.1 基于电子商务的供应链体系结构构建	(116)
5.2.2 供应链管理与物流管理	(116)
5.3 电子商务供应链管理的策略	(117)
5.3.1 准时制	(117)
5.3.2 快速响应	(118)
5.3.3 有效客户响应	(118)
5.3.4 企业资源计划	(119)
5.3.5 电子订货系统	(120)
5.4 电子商务企业的业务流程再造	(120)
5.4.1 企业流程再造的含义和内容	(121)
5.4.2 运用 BPR 原理改造企业	(122)
5.4.3 BPR 的技术手段	(122)
5.5 供应链管理存在的问题	(122)
第6章 电子商务客户关系管理	(124)
6.1 客户关系管理概述	(125)
6.1.1 客户关系管理的起步与发展状况	(126)
6.1.2 客户关系管理的含义	(126)
6.1.3 客户关系管理的核心理念	(126)
6.1.4 客户关系管理与传统客户服务的区别	(127)
6.1.5 电子商务环境下的客户关系管理	(128)
6.2 客户关系管理的内容	(129)
6.2.1 客户关系管理的核心	(129)
6.2.2 客户关系的类型	(129)

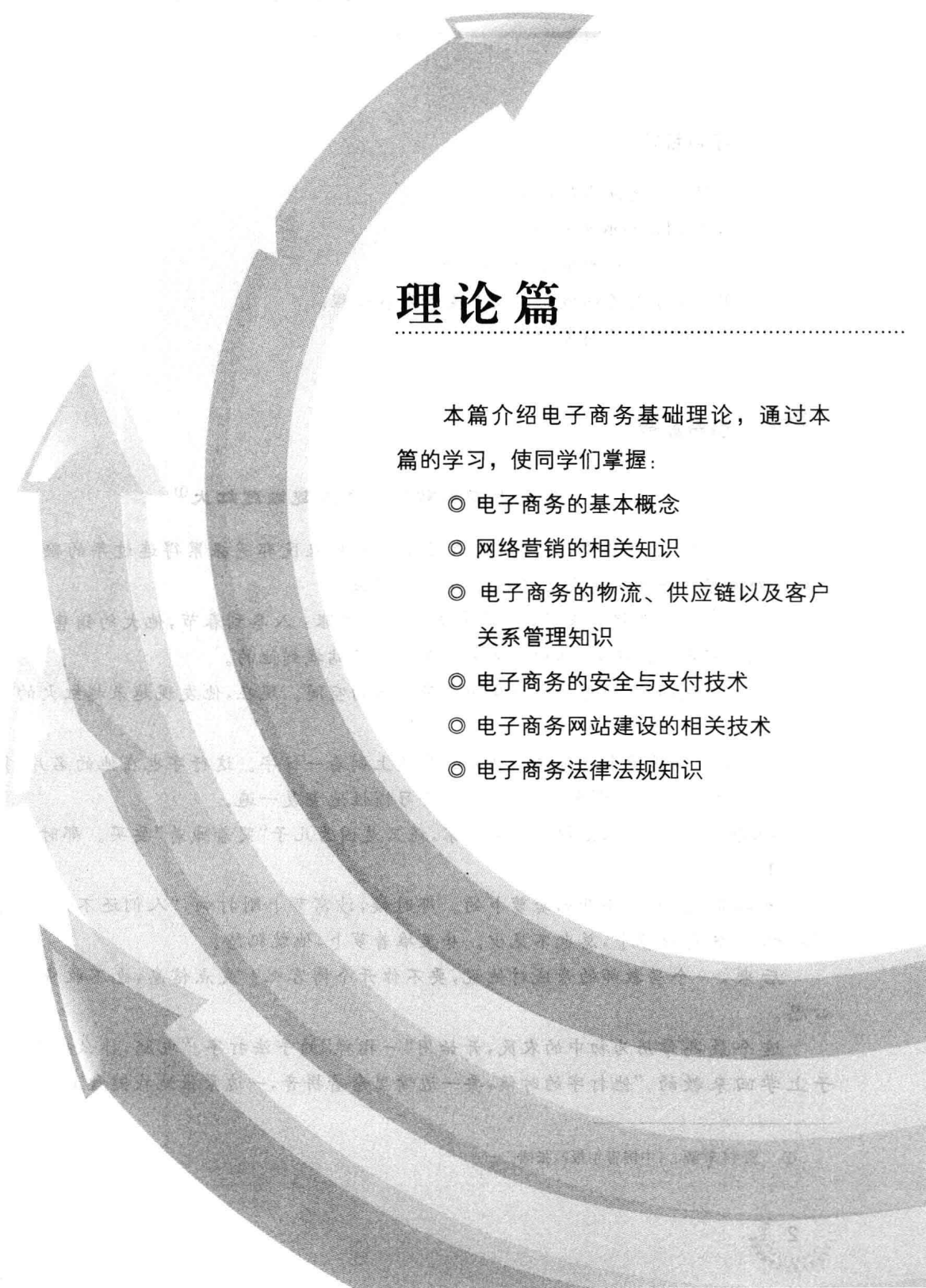
6.2.3 客户保持管理	(130)
6.3 CRM 系统的基本功能	(132)
6.4 客户关系的挖掘	(134)
6.4.1 数据挖掘	(134)
6.4.2 数据仓库	(136)
第7章 电子商务安全技术	(138)
7.1 电子商务安全问题概述	(139)
7.1.1 电子商务面临的安全问题	(139)
7.1.2 电子商务对安全的基本要求	(141)
7.1.3 电子商务安全对策	(142)
7.2 防火墙	(143)
7.2.1 防火墙的基本概念	(143)
7.2.2 防火墙技术	(144)
7.2.3 防火墙的局限性	(145)
7.3 数据加密与信息安全技术	(146)
7.3.1 数据加密技术的基本概念	(146)
7.3.2 对称密钥加密技术	(147)
7.3.3 非对称密钥加密技术	(148)
7.3.4 数字签名	(150)
7.3.5 数字时间戳	(151)
7.3.6 数字信封	(152)
7.4 数字证书	(153)
7.4.1 什么是数字证书	(153)
7.4.2 CA 认证中心简介	(154)
7.4.3 数字证书的种类	(154)
7.5 安全技术协议	(155)
7.5.1 安全套接字协议	(156)
7.5.2 安全电子交易协议	(157)
7.5.3 SSL 协议和 SET 协议的对比	(159)
第8章 电子支付	(161)
8.1 电子支付概述	(163)
8.1.1 电子支付的概念	(163)
8.1.2 电子支付的发展阶段	(163)
8.1.3 电子支付的类型	(164)
8.1.4 电子支付的工具	(164)
8.2 网上支付方式与流程	(166)
8.2.1 银行卡支付	(166)
8.2.2 电子现金支付	(168)
8.2.3 电子支票支付	(169)
8.2.4 第三方支付	(171)
8.2.5 现金支付	(173)

8.2.6 移动支付	(173)
8.2.7 虚拟货币支付	(175)
8.3 网上银行	(176)
8.3.1 网上银行概述	(176)
8.3.2 网上银行的产生与发展	(176)
8.3.3 网上银行的业务介绍	(176)
8.4 我国电子支付市场的发展情况以及存在的安全问题	(178)
8.4.1 我国电子支付市场的发展情况	(178)
8.4.2 电子支付的安全问题	(179)
第9章 电子商务网站建设	(181)
9.1 创建电子商务网站的目的	(181)
9.2 电子商务网站的建站方式	(182)
9.3 常用的电子商务网站建站技术	(183)
9.3.1 静态网页和动态网页	(183)
9.3.2 HTML 语言	(184)
9.3.3 Java 与 JavaScript	(184)
9.3.4 Flash	(185)
9.3.5 ASP	(185)
9.3.6 PHP	(186)
9.3.7 JSP	(186)
9.4 电子商务网站的策划及设计	(187)
9.4.1 电子商务网站总体规划	(187)
9.4.2 电子商务网站的设计流程	(188)
9.4.3 商业网站设计实例分析	(189)
第10章 电子商务法律问题	(192)
10.1 电子商务法律概述	(193)
10.1.1 电子商务法的调整对象及重要性	(193)
10.1.2 电子商务法的概念及其特征	(193)
10.2 电子商务交易中存在的法律问题	(194)
10.2.1 电子商务交易	(194)
10.2.2 电子商务交易所涉及的法律问题	(194)
10.3 电子商务中的知识产权问题	(196)
10.3.1 著作权	(196)
10.3.2 域名与商标权	(197)
10.4 电子商务中的隐私权保护	(199)
10.4.1 电子商务中的隐私权	(199)
10.4.2 电子商务隐私权保护的内容	(199)
10.4.3 电子商务中侵犯消费者隐私权的行为	(200)
10.4.4 我国隐私权的现行法律保护	(200)
10.5 电子商务中的税收问题	(201)
10.5.1 电子商务征税面临的难题	(201)

10.5.2	适时确立应对电子商务的税收政策	(203)
10.5.3	积极研究构建我国电子商务税收政策框架	(203)
10.6	网络侵权案件的管辖	(204)
10.6.1	网络空间的特性	(204)
10.6.2	传统管辖理论和网络管辖新理论	(205)
10.6.3	网络案件侵权行为地的分析及应当注意的问题	(206)
10.7	虚拟财产的法律保护	(207)
10.7.1	虚拟财产的现状	(207)
10.7.2	虚拟财产的法律地位	(207)
10.7.3	虚拟财产的保护	(208)

实 践 篇

一	电子商务基础实训	(212)
	实训 1: 知名电子商务网站访问以及搜索引擎的使用	(212)
	实训 2: 电子邮件等互联网常用软件工具的使用	(213)
	实训 3: 网上银行的开通与使用	(221)
	实训 4: 虚拟主机、域名的注册与申请以及使用 FTP 工具上传网站	(225)
二	电子商务应用实训	(238)
	实训 1: 网络营销第三方平台实训(以携手网为例)	(238)
	实训 2: 网络营销推广(以软文为例)	(241)
	实训 3: C2C 平台实训(网上开店: 以淘宝网为例)	(243)
	实训 4: B2C 网站的建设与维护(以 ECShop 为例)	(252)
三	德意通电子商务实验平台模拟实验	(254)
	实验 1: C2C 电子商务模式模拟实验	(254)
	实验 2: B2C 电子商务模式模拟实验	(255)
	实验 3: B2B 电子商务模式模拟实验	(261)
	实验 4: 电子数据交换: EDI	(267)
	参考文献	(270)



理论篇

本篇介绍电子商务基础理论，通过本篇的学习，使同学们掌握：

- ◎ 电子商务的基本概念
- ◎ 网络营销的相关知识
- ◎ 电子商务的物流、供应链以及客户关系管理知识
- ◎ 电子商务的安全与支付技术
- ◎ 电子商务网站建设的相关技术
- ◎ 电子商务法律法规知识

第1章 电子商务导论



学习目标

1. 了解现实生活中的电子商务。
2. 熟悉 EDI 的概念和流程。
3. 掌握 Internet 的服务、特点和作用。
4. 掌握电子商务的概念以及产生和发展过程。
5. 了解中国电子商务的发展现状。



引导案例

老郭上网卖萝卜 生意越做越红火^①

今天是2012年除夕,天津市西青区小沙窝村农民郭芝振累得连过年的鞭炮都来不及放。外地客户一大早就找上门来,让他应接不暇。

在龙年春节即将到来时,45岁的老郭算了算账:入冬到春节,他大约销售了60万斤萝卜和1.2万箱其他蔬菜,其中九成客户是通过网站找到他的。

对他来说,互联网曾是个陌生而略带恐惧的空间。现在,他发现越来越红火的日子要感谢网络。

“老郭上网卖萝卜就是俺”,郭家的外墙上刷着一行字。这行字也在他的名片、货车上和手机铃音中出现。接到陌生来电,他还会习惯性地重复一遍。

可就在几年以前,他把电脑买回家,还只是因为儿子“哭着喊着”要买。那时他以为电脑等同于游戏机。

老郭是从2005年开始卖萝卜的。那时候,沙窝萝卜刚打响,“人们还不认”。老郭借了别人的空房存放萝卜,总也不见少。房里堆着萝卜,他就犯愁。

后来,一个当教师的亲戚对他说,要不你开个博客吧?发点信息,也不收费。老郭动了心思。

这个最高学历为初中的农民,开始用“一指禅”的手法打字。“电脑,什么也不会,都是孩子上学回来教的。”他打字的时候,要一边嘴里念着拼音,一边紧张地找键盘上对应的字母。

^① 资料来源:《中国青年报》,张国。

2007年,老郭开了个人博客。他在上面介绍了沙窝萝卜,当然也留了联系方式。极少有人注意到这个出现了不少错别字的博客。但它的出现,足以让老郭成了小沙窝村上网卖萝卜的第一人。

2008年,老郭请人为自己的“天津市沙窝萝卜销售中心”建了网站。产地认证和商标注册证书都上了网。网络改变了老郭的生意。2006年,他卖了5万斤萝卜,第二年10万斤,第三年20万斤,2009年40万斤出头,2010年是70万斤。

作为经纪人,老郭联合其他农民发起了一家农民专业合作社,注册了商标。看到广告里的大集团都公布了“400”免费电话,他也申请了一个号码,因为“这是能显示企业形象的”。尾号是“977568”,“就吃吃我萝卜”的谐音。他甚至把自己举着萝卜的相片印在包装纸箱上。

前些年,村里冬季储存萝卜靠的是地里掘出的萝卜坑子。现在,老郭在自家院里建了保鲜冷库。他再也不会因为夜里接到500箱订单就只能连夜喊人到地里现拔萝卜,“急得转悠”了。

他引领了小沙窝村的上网习惯。村里有人效仿他,开始了网民生涯。也有人固守传统,在冬天的冷风里,把萝卜摊摆在路边,吸引过往行人。学会上网之前,老郭也蹲过路边。在十八九岁的时候,他骑着自行车,驮着两只大筐,到20多公里外的城市卖过萝卜。他赶过大马车,又在村里第一个开上了拖拉机。他还先后开过双排小货车、“大发”、“福田”、“金杯”——运萝卜的交通工具一再升级。

而现在,天南海北很多人从网上认识老郭,直接打来电话,“不问价”。老郭说,有种“皇帝女儿不愁嫁”的感觉。甚至连日本留学生为了了解中国农民的情况都通过电子邮件向老郭发来调查问卷。

父辈们挑着担子坐船进城卖萝卜的经历成了他的记忆。这个农民的多数时间守在电脑前。他自己总结:“现在咱就动动鼠标,电话就都过来了,这就是一个飞跃。”



理论与实务

1.1 生活中的电子商务

现实生活中的电子商务异彩纷呈,它涉及计算机网络技术、商务活动等多个方面,具体的表现形式有网上购物、网上银行、网上旅游预订、网上销售、网上教育、网上娱乐、网上招聘与求职、电子政务等多方面。

1. 网上购物

李涛同学是大学计算机信息管理专业的学生,平常非常热爱网站建设,为了学习网站建设的技术,除经常上网查阅有关资料外,他还时常上当当网和卓越亚马逊网站,淘一些课外资料,原因是网上购书既方便又省钱,经常会买到四折、五折、六折,甚至是两折的书籍(如图1-1所示)。



图 1-1 卓越亚马逊网页

2. 网上银行

张老师在某大学工作,学校每月将工资直接存入他在中国工商银行的信用卡账户。由于他开通了网上银行业务,平时只需登录中国工商银行网站(如图 1-2 所示)。按照网站上的要求进行一番操作,便可知自己的工资账户收支情况。足不出户,在家里就可以实现账务查询,交住房贷款,交水电费、学费、购物费等业务。目前,国内各大银行都开通了网上银行业务,办理信息咨询、银行转账、个人理财等多种业务。



图 1-2 中国工商银行网站首页

3. 网上订机票

刘老师和张老师要从青岛到大连出差,出差前听说网上订机票便宜,就登录到朋友推荐的携程网(如图 1-3 所示)进行查询,提前 10 天订票,竟然订到了 270 元的机票,比坐客车到烟台再转轮船到大连,既节省了时间也节省了金钱。他们品尝到了网上电子商务的快捷和实惠。



图 1-3 携程网首页

4. 网上销售

山东寿光是蔬菜之乡,古城街道办事处前疃村是专门种植各类西红柿的专业村,张大伯一家建了两个百米大棚,每年每个大棚的西红柿产量在 3 万斤左右,年收入在 10 万元以上。为了保证丰产丰收,有一个好的收成,张大伯每天总要与来村头收西红柿的货主讨价还价,并且他的西红柿总能比别人的西红柿卖出好的价格。问及谈价秘籍,张大伯说他坚持每天



图 1-4 中国寿光蔬菜网首页