

# 电子商务

章学拯 编著

MBA

M B A

系 列 教 材

上海人民出版社

SHANGHAI  
PEOPLE'S  
PUBLISHING HOUSE

# 电子商务

→ 章学拯 编著

系 列 教 材

B  
A

上海人民出版社

SHANGHAI  
PEOPLE'S  
PUBLISHING HOUSE



亚洲(澳门)国际公开大学  
教材编写委员会组织

**图书在版编目 (CIP) 数据**

电子商务/章学拯编著.

—上海: 上海人民出版社, 2001

MBA 系列教材

ISBN 7-208-03806-6

I. 电... II. 章... 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 (2001) 第 032295 号

责任编辑 范蔚文

封面装帧 王晓阳

·MBA 系列教材·

**电 子 商 务**

章学拯 编著

世纪出版集团

上海人民出版社出版、发行

(上海福建中路 193 号 邮政编码 200001)

新华书店上海发行所经销

商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷

开本 850×1168 1/32 印张 14 插页 4 字数 269,000

2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印数 1-5,100

ISBN 7-208-03806-6/F·777

定价 40.00 元

# 总 前 言

21 世纪是知识经济和经济的全球本土化的世纪。知识和智能将作为一种生产要素在经济活动中起着难以估量的作用,管理的理念、理论、技术和方法将会发生很大的变化,MBA 教学体系正面临着严峻的挑战。

亚洲(澳门)国际公开大学的前身澳门东亚大学,是澳门第一所大学,自 1980 年成立以来,一直把工商管理(BBA、MBA)教学作为学校重点发展方向,凭借澳门的地理位置优势和中西文化交融的背景,在工商管理(BBA、MBA)教学中,聘任我国港澳台地区和外国专家、教授授课和编写教材,介绍最新的管理思想、理论、技术和方法,十分注重理论联系实际,重视案例分析和研究,形成了自己的 MBA 教学特色。

知识经济的兴起和全球经济的一体化,要求我们必须更新 MBA 教学内容,必须有一套与这一时代相适应的 MBA 教材,为此,我校成立了教材编写委员会,并组织 and 邀请中国内地,中国香港、澳门以及外国专家、教授参与教材编审工作。

新编的 MBA 系列教材,实质上是精读本(修读指南),每种教材的字数力争控制在 20 万字左右,但是要体现课程的“精、新、简、全、适”的特点。所谓“精”,即要能够反映本



A

总前言

课程的基本原理、基本理论、基本应用方法;“新”,要求反映本课程最近十年出现的新理念、新理论、新方法;“简”,则指阐述要简,要使教授在授课时有发展的空间,要精选精彩而简短的案例;“全”,就是内容要完整,有系统性;“适”,必须适应学员对象的广泛性(中国内地、中国港澳台地区和东南亚地区)。教材每一章结尾均有思考题或练习题,便于学习和自检,每门课程精选若干案例,提供读者应用所学知识,综合分析问题的机会,藉以增加学习兴趣。

在这套 MBA 系列教材出版之时,我们要感谢所有参与编写和审稿的专家和教授们。由于他们对管理科学的明天的孜孜不倦的追求和出色的工作,使这套 MBA 系列教材能在新世纪之初问世。我们也要感谢所有办学单位、广大学员和教职员对编写新教材的期望和支持。

由于我校的课程设置和名称是经澳门特别行政区政府有关部门审核批准的,改动的自由度较小;由于高新技术和新型企业的不断出现;由于经营环境迅速变化,使新教材会出现不适之处。但我们将以积极的态度,定期更新内容,迎接新世纪的挑战。

衷心期待各位专家、教授、广大读者和办学单位对这套教材提出宝贵的意见和建议,以便再版时进行修订。

亚洲(澳门)国际公开大学

教材编写委员会

2001 年 6 月



# 目 录

## 第一篇 电子商务概论

### 第一章 电子商务及其发展

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 第一节 | 电子商务基本概念 .....        | 003 |
| 第二节 | 电子商务应用的模式、特点和内容 ..... | 006 |
| 第三节 | 电子商务框架 .....          | 014 |
| 第四节 | 全球电子商务发展动态 .....      | 023 |
| 第五节 | 各国电子商务发展状况和策略 .....   | 035 |
| 第六节 | 中国电子商务发展 .....        | 044 |
| 思考题 | .....                 | 048 |

### 第二章 电子商务与社会经济

|     |                              |     |
|-----|------------------------------|-----|
| 第一节 | 信息技术及电子商务在国民经济中<br>的作用 ..... | 050 |
| 第二节 | WTO 对信息产业及电子商务的影响 ...        | 059 |
| 第三节 | 电子商务与政府监管模式 .....            | 064 |



|           |     |
|-----------|-----|
| 思考题 ..... | 069 |
|-----------|-----|

### 第三章 电子商务与企业经济

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一节 电子商务与企业的对外竞争 ..... | 072 |
| 第二节 电子商务与企业管理 .....    | 077 |
| 第三节 电子商务与企业经济效益 .....  | 080 |
| 案例分析 .....             | 083 |
| 思考题 .....              | 087 |

## 第二篇 电子商务基础环境

### 第四章 面向电子商务的企业信息系统

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 信息系统是企业电子商务应用的基础 ...  | 091 |
| 第二节 面向电子商务的企业管理信息系统 ..... | 105 |
| 案例分析 .....                | 113 |
| 思考题 .....                 | 117 |

### 第五章 计算机通信网络

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第一节 网络基础 .....    | 119 |
| 第二节 局域网及其应用 ..... | 129 |
| 第三节 广域网通信技术 ..... | 135 |



|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 第四节 | EDI 网络 .....          | 142 |
| 第五节 | Internet(公共互联网) ..... | 151 |
| 第六节 | Intranet(内联网) .....   | 157 |
| 第七节 | Extranet(外联网) .....   | 159 |
| 思考题 | .....                 | 163 |

## 第六章 电子商务安全技术

|     |                  |     |
|-----|------------------|-----|
| 第一节 | 安全问题及其解决方案 ..... | 164 |
| 第二节 | 加密技术 .....       | 166 |
| 第三节 | 电子签名 .....       | 171 |
| 第四节 | 身份认证 .....       | 177 |
| 第五节 | 网络安全技术 .....     | 182 |
| 思考题 | .....            | 197 |

## 第七章 网上结算系统

|      |                                 |     |
|------|---------------------------------|-----|
| 第一节  | 网上信用卡结算系统与安全电子<br>交易(SET) ..... | 198 |
| 第二节  | 电子货币和网上货币结算系统 .....             | 207 |
| 第三节  | 网上支票结算系统 .....                  | 218 |
| 案例分析 | .....                           | 219 |
| 思考题  | .....                           | 221 |



## 第八章 电子商务相关法律

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 第一节 电子商务所涉及的法律问题 .....   | 224 |
| 第二节 中国大陆电子商务相关法律介绍 ..... | 238 |
| 案例分析 .....               | 240 |
| 思考题 .....                | 249 |

## 第三篇 电子商务相关策略和应用

### 第九章 互联网服务策略分析

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第一节 互联网服务的内容及其模式 .....       | 253 |
| 第二节 B-2-B 网站的市场定位和营销分析 ..... | 287 |
| 第三节 网站营运分析 .....             | 302 |
| 案例分析 .....                   | 319 |
| 思考题 .....                    | 338 |

### 第十章 企业电子商务应用及其建设

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 企业电子商务应用概述 ..... | 339 |
| 第二节 企业互联网应用建设 .....  | 351 |
| 第三节 客户关系管理 .....     | 366 |
| 第四节 供应链管理 .....      | 371 |



|            |     |
|------------|-----|
| 案例分析 ..... | 387 |
| 思考题 .....  | 398 |

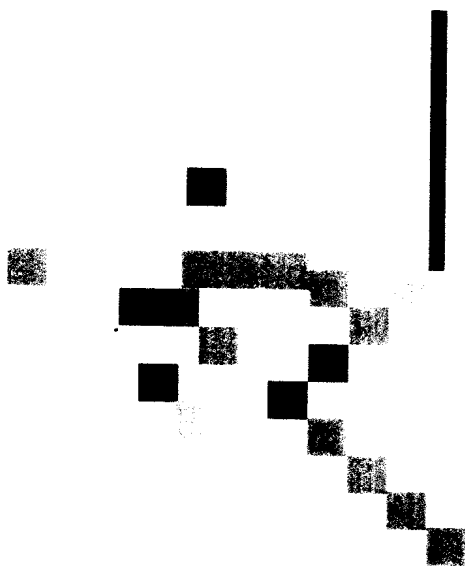
## 第十一章 网络营销

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第一节 网络营销策略 .....    | 401 |
| 第二节 网络营销技术的应用 ..... | 410 |
| 案例分析 .....          | 428 |
| 思考题 .....           | 431 |
| 参考文献 .....          | 432 |



## 第一篇

# 电子商务概论





# 第一章 电子商务及其发展

## 第一节 电子商务基本概念

电子商务是利用微电脑技术和网络通讯技术进行的商务活动。但对电子商务的定义是众说纷纭,犹如盲人摸象,既有从不同的技术角度进行定义,也有从不同业务角度给出的不同的定义。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同,给出了许多不同的定义。比较这些定义,有助于我们更全面地了解电子商务。

1. 1997年11月6日至7日在法国巴黎,国际商会举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda For Electronic Commerce)。会上对电子商务进行了最权威的概念阐述:电子商务(EC, Electronic Commerce)是指对整个贸易活动实现电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体。包括交换数据(电子数据交换、电子邮



件)、获得数据(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(条形码)等。电子商务涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子货币)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立的中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

**电子商务(EC, Electronic Commerce):**是指对整个贸易活动实现电子化。

2. 经济合作与发展组织(OECD, Organization for Economic Corporation and Development)在有关电子商务的报告中对电子商务的定义是:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(B-2-B, Business to Business)、企业和消费者之间(B-2-C, Business to Consumer)的商业交易。

3. 欧洲议会对“电子商务”的定义是:电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得。它包括了产品(如消费品、专用设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、体育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)。

4. 美国学者瑞维·卡拉科塔(Ravi Kalakota)和安德鲁·B.惠斯顿(Andrew B. Whinston)在他们的专著《电子商务前沿》(*Frontiers of Electronic Commerce*)一书中提出:广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来。而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条通道将买方和卖方联系起来。

以上各种定义不尽相同,但都强调了在商业活动中应用电子技术形成目前的电子商务。其中国际商会组织的世界电子商务会议对电子商务所涉及的电子技术和商业活动的内容做了较完整的概述。尽管电子技术和商业活动构成了电子商务的两个方面,但电子商务的本质应该是商务,而电子技术只是用来解决商务活动中使用传统技术无法解决的问题和提高商务活动的效率和效益的手段。因此,电子商务的关键不在于所使用的电子技术是否先进,而在于该电子技术能否解决目前商业活动中需要解决的问题和能否真正提高商务活动的效率和效益。

应该说,电子技术用于商务活动并不是简单的商务操作手段的替换,更主要的是必须对传统的经济结构和管理模式进行整合。因此,电子商务时代不是技术经济,而是整合经济,是知识经济。决定商业运营胜负的关键是整合能力,而非技术能力。



## 第二节 电子商务应用的模式、特点和内容

电子商务应用的模式和内容因人而异,用户完全可以根据自己业务的需要选择合适的模式和内容开展电子商务应用活动。根据世界电子商务会议的定义,电子商务涵盖的范围包括:商务信息交换、售前售后服务、广告、销售、电子支付、运输、组建虚拟企业等。

因此,电子商务应用按照电子化程度的不同、应用对象的不同、信息覆盖范围的不同,其模式可以进行不同的分类。

### 一、电子商务应用的分类

#### (一) 按电子化程度的不同电子商务可分成完全电子商务和不完全电子商务

##### 1. 完全电子商务。

指完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的商务模式。

##### 2. 不完全电子商务。

指不完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的商务模式,它需要依靠一些外部要素,如运输系统等来完成整个交易过程。



## (二) 按电子商务应用服务的领域范围可分为四类

### 1. 企业对消费者(B-2-C)的电子商务。

B-2-C 的电子商务包括商业机构通过 Internet 对消费者所做的服务及商业行为。如网上零售、个人金融理财、资料库查询等。其中网上零售商业的应用较为广泛,目前,互联网上已遍布各种类型的商业中心,提供各种商品和服务,有标准化的商品,如书籍、光盘、计算机、汽车等;也有个性化的商品,如服装、香水等;更有旅游和金融等服务。

### 2. 企业对企业(B-2-B)的电子商务。

B-2-B 的电子商务是指企业使用 Internet 或各种商务网络向其他企业(譬如它的供应商)所进行的商务活动。企业对企业的电子商务发展最快,已经有了 30 年的历史,特别是在增值网络(Value Added Network, VAN)上运行的电子数据交换(EDI)、电子资金转账、快速响应系统等,使企业对企业的电子商务得到了迅速扩大和推广。公司之间可以使用网络进行订货和接受订货、传输合同等单证和进行付款。

**B-2-C 电子商务:**是指企业使用 Internet 向最终产品或服务的购买者(包括企业和个人)提供产品销售和服务的商务活动。

**B-2-B 电子商务:**是指企业使用 Internet 或各种商务网络向其他企业(譬如他的供应商)所进行的商务活动。

一般来说,企业之间的电子商务活动较为结构化,它通常以既定的合作关系为基础。而企业与消费者之间的电子商务则通常带有自发性和灵活性,并且服务对象以非特定