

电 · 子 · 商 · 务 · 核 · 心 · 教 · 程

MODEL OF MAKING PROFIT OF E-BUSINESS

电子商务 的营利模式

周建国 等编著



中国国际广播出版社

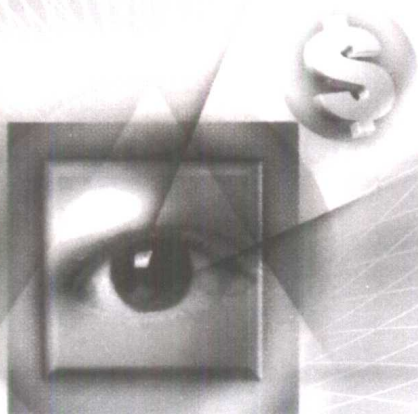
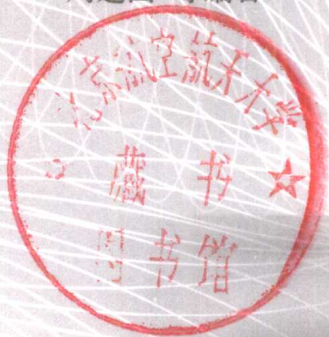
电 · 子 · 商 · 务 · 核 · 心 · 教 · 程

MODEL OF MAKING PROFIT OF E-BUSINESS

电子商务 的营利模式

周建国 等编著

00123855



北航 C0541699

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务的营利模式 / 周建国等编著. —北京: 中国国际广播出版社, 2001. 1

电子商务核心教程

ISBN 7-5078-1945-0

I. 电… II. 周… III. ①电子商务—企业管理—经验—美国②电子商务—企业管理—研究—中国 IV. F717

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 77005 号

电子商务核心教程

电子商务的营利模式

编 著 者	周建国 等
责任编辑	何 清
版式设计	周 迅
封面设计	小禹·郑琪
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68033508(传真))
社 址	北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编 100866
经 销	新华书店
排 版	北京春辰轩图文设计有限公司(63044503)
印 刷	北京市四季青印刷厂
装 订	北京昌平振昌装订厂
开 本	850 × 1168 1 / 32
字 数	230 千字
印 张	10 25
印 数	5000 册
版 次	2001 年 1 月 北京第 1 版
印 次	2001 年 1 月 第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-1945-0 / F·206
定 价	19.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书质量问题, 本社负责调换)

总 序

世界已经进入信息时代。以国际互联网络(Internet, 又称因特网)为基础的信息技术正在改变着我们的生活方式、工作方式和商务方式。将互联网技术应用于商务活动就称为“电子商务”。电子商务的出现极大地提高了企业的效率, 降低了企业的成本, 为顾客提供了更好、更快、更方便的服务, 从而推动了整个经济的快速发展。

电子商务全方位的推进必须依靠以下三个条件, 即健全的社会法律环境、企业主体的积极参与, 以及消费者和网民的全力支持。下面, 我们就此作一简要论述。

1997年7月1日, 美国总统克林顿签发了《全球电子商务框架》; 1997年4—7月《欧盟电子商务行动方案》及配套法律出台; 我们中国的《电子商务发展规

划》已经完稿,即将公布。这些变化表明:世界范围内的电子商务外部环境已经形成。

从电子商务的主体——企业来看,其发展的速度呈现“爆炸状”,乃至于用“一日千里”、“异常迅猛”等等传统的词汇已不能形容。成立仅仅二年的我国搜狐网站,其点击率从20万、100万、300万到900万次(2000年2月21日《计算机世界报》)。号称中国第一网站“新浪网”1999年融资8500万美元。20世纪90年代我国电子商务蓬勃发展的最重要标志就是新浪网、网易、搜狐三大网相继在美国NASDAQ公开上市,募集到数亿美元。在美国,电子商务的发展更是令人瞠目结舌。IBM(电子商务技术解决方案)、AMAZON(全球最大的网上书店)、DELL(因从事网上电脑直销而超过世界第一的IBM)、WAL - MART(世界最大的连锁零售店)等电子商务公司在各自的领域内都取得了令人不可思议的巨额利润。

从消费者、网民来看,据最新的统计(2000年7月):全世界网民近3亿,其中我国1690万(1999年6月底是400万,1998年底210万,每6个月翻一番)。网民们除在网上进行娱乐外,从事着各种各样的商务活动:网上购物、网上竞拍、网上订票、网上工作、网上求职、网上求医、网上求学、网上炒股,等等。网上商务给人们带来了极大的方便,大大地缩短了人们之间的时间和空间距离。坐在家中,一点鼠标,你需要的商品或服务在几日内(有的稍长)就送到你家里。

从以上三点可以看出,我国电子商务大发展的条件已经具备。其日新月异的实践活动,迫切需要理论的总结,这正是我们推出这套“电子商务核心教程”丛书的理由。

本丛书共计八本,即《电子商务的营利模式》、《网络营销的秘诀与实例》、《网络广告经营技巧》、《虚拟企业经营管理方法和实例》、《网络金融与风险投资》、《电子商务情景案例》、《电子商务法律及案例》、《电子商务与网络英语》。这八本书基本上涵盖了电子商务(经营管理)主要内容。本丛书的最大特点就是**实用性、创新性**。600多个实例和电子商务的操作步骤、方法体现了本丛书的实用性;创新性是指本书系的大部分内容对我国读者来说,都是新鲜的、以前未看到的。本丛书特别适合以下读者:电子商务的从业人员,高等院校相关专业师生,电子商务培训和咨询机构,以及其他相关人员和电脑爱好者。

主编:王小栋 刘建国

与读者的对话

读者 A: 电子商务是朝阳行业,目前,我国从事电子商务的网络企业尚无一家盈利,这是为什么呢?

作者: 你说的情况确实存在。据截止到 2000 年 10 月的统计资料,我国的电子商务网络公司全都亏损。它们有些是依靠国外的投资经营,有的是从美国纳斯达克股市融资(如新浪网、搜狐、网易等),有的是依靠国内资金来维持生存。那么,我们应该怎样看待目前这种不盈利的状况呢?首先,我国电子商务公司创立时间很短,大多是一到三年,缺乏经验;其次,资金短缺,而网络企业在成立早期是需要大量资金投入的,就是传统企业在创立阶段(1~5 年)也不都是盈利的;第三,电子商务的营利模式还没有摸索出来。现在,电子商务

企业正在探索 B to B、B to C、B - B to C 等方式,相信在不久的将来会有盈利的电子商务公司。我们需要摸索,需要等待,不应该过于浮躁!

读者 B:你分析得很有道理。你能否再给我们介绍一下美国电子商务的盈利情况?

作者:好的。美国电子商务公司总体情形是,一半盈利,而另一半还在苦苦经营,以期收回投资,有所回报。美国在线(AOL)、雅虎、电子港湾等著名的电子商务公司在 1995 年前后开始赚钱,到 2000 年更是创造了 7.8 亿美元的收入。

读者 A:美国的一些电子商务公司为什么能赚钱?

作者:我想,主要原因有三:第一,美国的电子商务公司大多成立时间比较长,有丰富的经营经验。如美国在线至今已有 15 年的历史,它也是在经历了 10 年亏损以后才开始有所收获的。第二,美国这类公司的总裁、管理阶层具有极强的市场决策能力。相比之下,我国电子商务公司的管理者基本上是技术出身,缺乏经营头脑和管理经验。第三,美国电子商务公司资金充足。

读者 A:你看,中国的电子商务企业怎样才能赚钱呢?

读者 B:这个问题也许提得太大了,但我们感兴趣。

作者:我们最近编写了一本书,书名叫《电子商务的

营利模式》。在这本书里,我们对我国电子商务的营利模式作了探讨。请注意,在这本书的书名中,我们用了“营利”两个字。所谓“营利”,就是谋求利润。这里的“营”字,含有谋求和经营管理双重意义。而“盈利”或“赢利”,只是指获得利润。“营利”与“盈利”是有区别的。

读者 A: 请你讲讲这本书的主要内容和观点?

作者: 我们的观点是:不能急于求成,不要逼着成立仅半年或一二年的公司去谋求利润!眼下,我们的公司管理层和大众要做的事,就是了解电子商务的基础知识和方法,在实践中增长才干。因此,这本书着重讲述了电子商务的基本概念、特征,电子商务公司运行的机制,Web 网络的建构,网络营销,网络广告,网络支付,网络安全和法律等。

读者 B: 听你这么介绍,这本书的书名也可以叫作《电子商务概论》吧?

作者: 对! 我们认为,实践出理论,理论又反过来指导实践。只有管理者打好理论基础,电子商务企业才可能走上盈利之道。

读者 AB(异口同声地): 看来,这本书值得一读哩!

《电子商务核心教程》编辑委员会

主编

王小栋 刘建国

编委

张德斌 周树清 马文良

徐立军 王文卿 李福迎

目 录

目

录

第一章 热门话题:电子商务 (1)

一、电子商务的涵义 (3)

二、电子商务的本质特征 (4)

1. 电子商务的专业化 (5)

2. 电子商务的信息技术智能化 (6)

3. 电子商务的个性化 (7)

三、电子商务的产生与发展 (8)

1. 商业交易发展的三个阶段 (8)

2. Internet: 电子商务的基石 (9)

四、Internet 及其有关协议 (12)

1. 网络层 (18)

2. 传输层协议 (19)

3. 应用程序 (20)

五、电子商务的理论与实践 (37)

六、电子商务的发展对社会产生的影响 (44)

第二章 电子商务运行机制及模式 (49)

一、电子商务的服务功能及种类 (51)

1. 电子商务的服务功能	(51)
2. 电子商务的种类	(53)
二、电子商务中不同的运作模式	(57)
1. 逻辑模式	(59)
2. 物理模式	(60)
三、电子商务的运行机制	(62)
1. 一般商务	(62)
2. 电子商务	(64)
四、建立电子商务标准体系	(65)
1. 建立电子商务标准体系的步骤	(67)
2. 选用电子商务标准的原则	(69)
3. 电子商务标准体系实施的主要内容	(71)
附录: 互联网快速入门	(73)

第三章 构建万维网网站

一、万维网网站的特点与建设目的	(81)
二、网站建设需要注意的几个问题	(84)
1. 网站的定位	(84)
2. 分析论证	(85)
3. 费用测算	(85)
4. 网页设计	(86)
5. 实施与评估	(87)
6. 测试与改进	(90)
7. 走出网站经营的误区	(91)
三、不同类型网站的成本分析	(92)
1. 小型网站	(94)
2. 中型网站	(96)

3. 大型网站	(99)
四、网站获利的基本方法	(101)
1. 规模要适当	(102)
2. 正确的产品	(102)
3. 良好的营销方法	(102)
4. 安全可靠	(103)
5. 内容要不断更新	(103)
五、保持网站应有的活力	(104)
1. 听取反馈意见	(105)
2. 利用有效方法	(106)
3. 学会推广网站	(108)

第四章 网络广告 (117)

一、网络广告的含义及其特点	(119)
二、网络广告的类型	(126)
1. 广告媒体网站	(126)
2. 标语广告	(128)
3. 新型网络广告	(136)
4. 当前网络广告的四种形式	(142)
三、网络广告的管理与效果评估	(143)
1. 检测与评估的原则	(143)
2. 网络广告的管理与宣传	(145)
附录:教你如何在网上求职	(151)

第五章 网络营销 (155)

一、网络营销的产生与发展	(157)
--------------------	-------

1. 传统市场营销	(157)
2. 现代市场营销	(159)
3. 网络营销	(159)
二、网络营销的功能及影响	(165)
三、网络营销的相关技术	(168)
1. Web 营销术	(168)
2. 虚拟主机	(170)
3. Intranet	(172)
4. Extranet	(173)
5. EDI 和 EC	(174)
6. 商务智能	(175)
7. 虚拟现实	(175)
四、网络营销策略	(176)
1. 拟订营销计划	(177)
2. 进行深入的市场调查	(177)
3. 具体的竞争策略	(179)
4. 运用营销创意	(179)
5. 推销网站的技巧	(181)
6. 吸引访问者的手段和方法	(181)
五、网络营销的管理	(184)
1. 走出营销管理的误区	(184)
2. 网络营销应注意获取注意力	(185)
3. 营销管理需要解决的几个问题	(187)
附录:	
1. 联邦快递公司(Federal Express)	(191)
2. 科学及工程工作区采购系统(SEWP)	(194)

第六章 信用卡技术的应用与发展 (199)

一、信用卡的特点和作用 (201)

二、记账卡 (203)

1. 电话记账卡 (Telephone Debit Cards) (204)

2. 记账卡的特点 (205)

3. 市场可行性 (206)

4. 指导方针和应付方法 (207)

三、VISA 的发展及作用 (209)

1. 万事达卡 (Master Card) (210)

2. 大通曼哈顿银行和花旗银行的智能卡 (211)

3. 第一个 Visa 付款同盟 (211)

4. Mondex: 全球电子货币 (212)

5. 微卡技术公司 (MicroCard Technologies Inc) ... (217)

6. 斯兰伯格智能卡及系统 (Schlumbeger Smart
Cards & System) (217)

7. Gemplus (219)

8. Giesecke & Devrient (G&D) (222)

9. Danmønt (225)

10. Mitsubishi 和 Sony (225)

四、智能卡 (Card Get Smart): 一种信誉机制 (226)

1. 关系销售 (230)

2. 智能卡论坛 (Smart Card Forum) (231)

3. 发展前景 (232)

附录: 网络货币公司 (CyberCash) (235)

1. 小信用卡服务 (Credit card services) (237)

2. 电子支票 (Electronic checks) (238)

3. 电子硬币 (Electronic coins) (238)

第七章 电子商务的支点:网上支付系统………… (241)

- 一、网上支付系统的类型 …………… (243)
 - 1. 大额支付系统 …………… (243)
 - 2. 脱机小额支付系统 …………… (243)
 - 3. 联机小额支付系统 …………… (244)
 - 4. 电子货币 …………… (244)
- 二、第三者付款系统 …………… (245)
 - 1. Almost - same - as - cash …………… (248)
 - 2. 匿名 …………… (249)
- 三、第三者付款系统实例 …………… (251)
 - 1. CyberCash …………… (251)
 - 2. Ecash …………… (253)
 - 3. First Virtual …………… (254)
 - 4. Micropayment Systems …………… (255)
 - 5. Clickshare …………… (256)
 - 6. CyberCash 公司的 CyberCoins …………… (260)
 - 7. CMU 的 NetBill …………… (265)
 - 8. DEC 的 Millicent …………… (267)

第八章 电子商务的法律与安全………… (271)

- 一、网络信息安全与信用的意义 …………… (273)
- 二、电子商务的相关安全技术 …………… (278)
 - 1. 私用密钥法 …………… (279)
 - 2. 公用密钥法 …………… (282)
 - 3. 防火墙(FIREWALLS) …………… (283)

4. 电子签名	(286)
5. 安全认证中心(CA)	(287)
6. 数字证书	(289)
7. 使用者认证	(289)
8. 安全网关	(290)
9. 虚拟专用网(VPN)	(291)
三、电子商务两种安全协议	(293)
1. 安全套接层协议	(293)
2. 安全电子交易协议	(294)
四、电子商务的法律保护	(296)
五、企业网络安全管理的一般方法	(301)
1. 商业与内容分开	(303)
2. 注意所有的系统的警示信息	(303)
3. 接受人员应该保持一定的限度	(304)
4. 保护企业资产	(304)
后 记	(310)