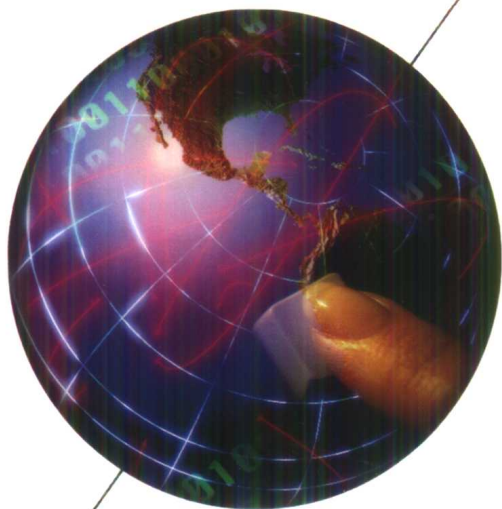


新经济丛书

XIN SHANG WU



新经济

主编 叶晓宏

全球商务的主要形式电子商务的操作技巧

新商务

中国国际广播出版社

新经济

主编 叶晓宏



新商务

图书在版编目(CIP)数据

新经济·新商务/叶晓宏主编. —北京:中国国际广播出版社, 2001.1 (2001.4.重印)

(新经济丛书/侯书森、黄小君主编)

ISBN 7-5078-1941-8

I.新… II.叶… III.电子商务 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 77154 号

新经济丛书

新经济·新商务

主 编	叶晓宏
责任编辑	李晓琤
版式设计	周 迅
封面设计	大盟文化艺术有限公司
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
印 刷	北京师大印刷厂
装 订	北京昌平振昌装订厂
开 本	850×1168 1/32
字 数	290千字
印 张	12.75
印 数	5001~8000册
版 次	2001年1月 北京第1版
印 次	2001年4月 第2次印刷
书 号	ISBN 7-5078-1941-8 / F·202
定 价	23.00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)

《新经济丛书》编委会名单

主 编：侯书森 董小君

副主编：姜少敏 陈翔云

编 委：(以姓氏笔划为序)

马宏伟	邓瀚深	李 健	李海涛
李俊福	寻国兵	孟 捷	岳 华
陈翔云	侯书森	姜少敏	姚怀山
董小君	蒋 蓉	裴 蓉	

身 言

新经济完全不同于传统的经济形态,它以信息技术为平台,以包括信息产业在内的高科技产业群为经济支柱。在新经济时代,信息技术将渗透到每一个经济活动之中,迫使各公司机构迅速改变管理架构和制度、业务形式、分销渠道以及发展策略,也就是说必须使其商务活动全面电子化。因此,可以说,电子商务是新经济的一个重要组成部分。与传统商务模式相比较,电子商务是一种全新的商务模式,它依靠互联网和信息技术,使得新经济时代的商务活动呈现出崭新的特质。

为什么电子商务具有如此的魅力?被誉为网络新贵、数码超人的李泽楷分析说,这是由于传统商务模式受制于长久的产品周期和庞大的经常性开支,而且获取供应商及数据资料的渠道有限。相比而言,电子商务则

可以完全克服这些障碍,从而降低成本、节约资源、提高效率、创造新的商机,为整个社会创造巨大的效益和财富。

据专家估计,网络技术、电子商务将使美国的劳动生产率提高 300%。到 2002 年,全球因应用电子商务而节约的成本将为 125000 亿美元。可以肯定,在本世纪,新经济将成为全球经济的主流形态,电子商务也将成为全球商务活动的主要方式。正如北京大学王选教授所说:“在历史上还没有一项技术像网络这样,在这么短的时期内影响如此多的人,我们今天可以讨论网络泡沫,讨论怎样减少泡沫,但不能不发展。面对网络浪潮,错过一段时间可以原谅,可怕的是错过一个时代。”

可见,发展网络技术和电子商务已成为摆在我们面前的一项迫切任务,发展中国的新经济就必须大力发展电子商务。

让我们抛弃疑惑吧,全身心地投入新经济的怀抱,把电子商务进行到底!

新经济丛书



国际广播版经济类热销书

新经济·新商务	23.00 元
新经济·新英雄	23.00 元
新经济·新富源	23.00 元
新经济·新规则	20.00 元

知本经营方略	25.00 元
知本创业方案	24.00 元

新产品开发与实例	22.00 元
营销经理的管理技巧	16.00 元
促销高招与实例	19.00 元
市场调查与预测 110 方法和实例	22.00 元

西方经济学形象导读	19.80 元
东方管理学	21.00 元
一字千金——商业计划书	25.00 元

MBA 必修核心课程

新产品开发	32.00 元
经营战略	35.00 元
情景案例	29.80 元
管理方法	29.80 元
生产作业	28.00 元
管理创新	26.00 元
市场营销(上、下)	44.00 元
理财: 资金筹措与使用(上、下)	44.00 元
人力资源: 组织和人事(上、下)	43.00 元
MBA 必修核心课程学习大纲(上、下)	55.00 元

目 录

第一章 新经济时代的商务新潮 (1)

一、新经济与电子商务的互动 (1)

1. 新经济:挡不住的时代潮 (1)

2. 新经济时代的电子商务潮 (6)

二、电子商务:掀起一场商务革命的飓风..... (13)

1. 电子商务引发全球商务革命 (13)

2. 全新的商务理念 (17)

3. 电子商务的主要类别 (25)

三、中国电子商务的发展 (28)

1. 中国电子商务发展的现状 (29)

2. 中国电子商务发展的几大误区 (35)

3. 中国电子商务发展战略与对策 (39)

四、电子商务所带来的机遇与挑战 (44)

1. 新经济时代的商业机遇 (44)

2. 21 世纪电子商务的全方位展开 (48)

3. 迎接电子商务的挑战 (51)

第二章 电子商务的实现技术 (55)

一、电子商务的技术要求 (55)

1. 电子商务应用系统的构成	(56)
2. 网络系统建设的技术要求	(58)
二、Internet 技术	(69)
1. 网络互联设备	(69)
2. TCP/IP 协议	(71)
3. 接入技术	(73)
4. Web 编程语言	(76)
三、EDI 技术	(83)
1. EDI 软件的构成	(84)
2. EDI 实现过程	(84)
3. EDI 应用的简单流程	(86)
4. EDI 启动软件	(86)
5. EDI 的后期工作	(88)
四、数据库的应用技术	(88)
1. 数据库技术的主要内容	(88)
2. 数据仓库, 联机分析处理与数据挖掘	(91)
3. 数据库技术对电子商务的支持	(94)
第三章 企业电子商务的运作	(96)
一、企业电子商务的开展	(96)
1. 企业间的电子商务	(96)
2. 企业内的电子商务运作	(100)
3. 针对消费者的电子商务	(101)
4. 企业与政府的电子商务往来	(104)
二、企业电子商务运作的实现	(104)

1. 企业运作的电子商务环境	(104)
2. 企业实现电子商务的步骤	(107)
3. 企业开展电子商务的成本核算	(111)
三、企业电子商务基地：企业网站	(114)
1. 构建企业电子商务网络化系统	(114)
2. 企业站点的组成与内容概述	(115)
3. 企业电子商务站点建设的技术支持	(118)
四、电子商务下的企业管理	(119)
1. 传统企业管理模式的更新	(119)
2. 电子商务下的企业管理革命	(124)
第四章 企业网站的设计与管理	(127)
一、企业上网，商机无限	(127)
1. 因特网，给企业开辟一片新天地	(128)
2. 谁控制了网络，谁就是世界的主人	(133)
3. 企业的信息化发展模式	(134)
二、建立网站，创立企业网上基地	(139)
1. 申请域名	(139)
2. 企业网站的创建步骤	(150)
3. 企业网站建设策略	(152)
三、企业内部网与外部网的管理	(156)
1. 企业内部网容易出现的问题	(156)
2. 对企业内部网的管理	(159)
3. 企业外部网的管理	(162)
四、电子邮件的管理	(164)

1. 查找邮件	(164)
2. 存储邮件	(165)
3. 分拣邮件	(165)
4. 删除邮件	(165)
五、电子商务的安全性管理	(166)
1. 电子商务系统安全性方面存在的问题	(166)
2. 电子商务的安全管理措施	(168)
六、走出网络管理的误区	(172)
1. 不清楚建立网站的目的	(172)
2. 不清楚网站设计的服务对象	(173)
3. 疏于为维护安排款项	(173)
4. 用网站结构反映组织结构	(174)
5. 浪费连接机会	(174)
6. 混淆可用性工程和市场调查	(175)
7. 委托多个机构设计网页	(176)
8. 误将网络视为二级媒介	(177)
9. 认为 Internet 和 Intranet 是一回事	(177)
10. 低估网络的战略影响	(178)
 第五章 网络商店:售卖商品无疆界	 (179)
一、开办网络商店	(180)
1. 网上购物成为不可抗拒的时代潮流	(180)
2. 无店铺行销模式	(182)
3. 开办网络商店的技术理论依据	(186)
4. 开办网络商店的九个步骤	(190)

5. 网上消费者的行为分析	(193)
6. 网上产品定位	(194)
7. 建立自己的企业站点	(198)
二、顾客网上购物的过程与费用	(201)
1. 网上购物过程	(202)
2. 网上购物的主要费用	(204)
三、网络商店的经营策略	(205)
1. 网络商店的营销策略	(205)
2. 网络商店的顾客服务策略	(208)
3. 网络商店的网络品牌策略	(211)
四、发展网络商店所面临的障碍	(214)
 第六章 网络广告:备受推崇的新宠儿	 (217)
一、蓬勃发展的网络广告业	(217)
1. 网络广告:广告业的后起之秀	(218)
2. 网络广告的蓬勃兴起	(219)
二、标牌广告是网络广告的主流形式	(222)
1. 网络广告的主流形式标牌广告	(222)
2. 创建标牌广告的技巧	(226)
3. 如何选择网站设置标牌广告	(228)
三、创造新的网络广告工具	(234)
1. 利用免费的互换广告	(234)
2. 在分类广告上开展业务	(235)
3. Point Cast:新出现的广告工具	(239)
4. 发送电子赠券和邮件清单	(241)

四、网络广告的经营策略	(243)
1. 估算网络广告的费用	(243)
2. 评价网络广告机会	(246)
3. 免费广告与付费广告相配合	(248)
4. 以低成本做电子广告	(249)
5. 复合广告策略	(251)
6. 避免虚假广告	(252)
7. 绕开网络广告的陷阱	(254)

第七章 网络调研：企业市场调研的新途径

一、网络，企业调研的利器	(257)
1. 网络调研的优越性	(257)
2. 建立调研的数据库	(258)
3. 了解用户的需求	(260)
4. 编写网络市场信息	(261)
二、网络调研的策略	(263)
1. 树立新的网络营销策略	(263)
2. 识别公司站点的访问者	(264)
3. 在公司站点进行市场调研	(267)
三、网络调研的步骤	(269)
1. 确定市场目标	(270)
2. 选择搜索引擎	(271)
3. 确定调研对象	(272)
4. 查询相关调研对象	(272)

5. 分析人口统计信息	(274)
6. 确定适用的信息服务	(274)
7. 分析市场变化	(276)
四、网络调研的定量分析	(276)
1. EXCEL 的统计分析	(276)
2. 目标搜索方法	(280)
3. 相关分析法	(283)
4. 多元线性回归分析法	(284)

第八章 网络营销:市场营销的根本性 变革.....

(286)

一、网络营销支持系统	(288)
1. POS 系统	(288)
2. 电子数据交换系统(EDI)	(291)
3. 电子订货系统(EOS)	(293)
4. 管理信息系统(MIS)	(295)
二、网络营销战略计划的制定	(298)
1. 网络营销管理模型	(298)
2. 公司的网络营销战略	(300)
3. 网络营销计划的制定	(305)
三、网络营销策略	(312)
1. 确定目标顾客	(312)
2. 进行网络广告的宣传	(315)
3. 服务顾客	(316)
4. 共享营销伙伴关系	(321)

5. 选择网上营销渠道	(323)
四、网络营销技术	(326)
1. 推销你的商务 Web Site	(326)
2. 商务单证的 E-mail 传递	(328)
3. 广告的高超制作	(329)
4. 电子公告板的应用	(330)
5. 网络支付	(331)
五、网络营销展望	(331)
1. 网络营销现状分析	(332)
2. 网络营销发展中面临的问题	(336)
3. 网络营销的未来发展趋势	(339)
 第九章 电子金融:为商贸带来新时代	 (347)
一、电子金融——金融业进入新时代	(347)
1. 电子商务与金融中介	(347)
2. 电子金融方兴未艾	(349)
3. 我国电子金融的现状和问题	(354)
4. 我国金融电子化的发展策略	(358)
二、电子商务时代的金融业转型	(360)
1. 金融业务的新变化	(360)
2. 金融监管的电子化	(365)
三、电子银行——虚拟银行的兴起	(368)
1. 未来金融业的焦点	(369)
2. 电子银行的特点	(376)
3. 电子银行的发展	(382)

四、其他电子金融形式	(386)
1. 网络证券与网上炒股	(387)
2. 网上保险:一匹黑马	(388)
3. 企业金融信息提供商	(389)