



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

电子商务 基础与实训

**DIANZI SHANGWU
JICHU YU SHIXUN**

主编 张雪

西南财经大学出版社



高职高专系列规划教材

GAOZHI GAOZHUAN XILIE GUIHUA JIAOCAI

电子商务 基础与实训

**DIANZI SHANGWU
JICHU YU SHIXUN**

主编 张雪

西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与实训/张雪主编. —成都:西南财经大学出版社, 2006.8
ISBN 7-81088-570-7

I. 电... II. 张... III. 电子商务—高等学校:技术学校—教材 IV.
F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 096094 号

电子商务基础与实训

主编:张雪

责任印制:杨斌

责任编辑:冯媛

封面设计:杨红鹰

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	成都科刊印务有限公司
成品尺寸:	170mm×240mm
印 张:	16.25
字 数:	310 千字
版 次:	2006 年 8 月第 1 版
印 次:	2006 年 8 月第 1 次印刷
印 数:	1—3000 册
书 号:	ISBN 7-81088-570-7/F·490
定 价:	25.00 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

高职高专系列规划教材

《财务会计》

《财务会计同步练习》

《成本会计》

《会计基础》

《基础会计综合模拟实训》

《资产评估 —— 全案模拟与操作》

《现代企业管理》

《电子商务基础与实训》

《现代仓储与配送运作管理》

《国际货运代理实务操作》

《大学新语文》

《商务秘书实务与训练教程》

《经济应用文写作》

《实用商务英语教程》

《经济法》

《经济法课程随堂练习》

《经济学原理》

《计算机基础教程》

《计算机网络技术》

《导游实务》

高职高专系列规划教材编委会

主 任：陈玉华（成都航空职业技术学院副院长）

副主任：许丹雅（四川商务职业学院副院长）

凌 红（成都职业技术学院副院长）

委 员：吴启恒（四川天一学院副院长）

王永莲（四川交通职业技术学院副院长）

李开勤（四川电力职业技术学院副院长）

周仁贵（四川托普信息技术职业学院管理系主任）

杨华书（四川管理职业学院教务处处长）

为了适应社会对技能型人才的需要,教育部明确提出要大力发展高职高专教育。这促进了高职高专教育的迅猛发展,并逐渐形成了与普通高等教育并驾齐驱的态势。但高等职业教育有其自身特点,在教育理念、教育体制、教学内容和教学方式等方面与普通高等教育模式存在较大差异。高等职业教育培养目标十分清晰准确,即定位于培养高技能应用型专门人才。高职高专要办出特色,在教材建设上,就是要能准确体现高职高专特色,能尽快反映企业或行业发展的最新成果。

原有的高职高专教材,对过去的高等职业教育起到了积极作用。但内容陈旧,不成体系,与当前的就业市场联系不够紧密,实用性和实践性不强,职业特色不够鲜明,已不能满足高职高专教育发展的需要。因此,编写一套具有高职高专特色的系列教材有重大的现实意义。

鉴于此,我们与西南财经大学出版社合作,组织了成都航空职业技术学院、四川商务职业学院、成都职业技术学院、四川交通职业技术学院、四川电力职业技术学院、四川托普信息技术职业学院、四川天一学院、四川管理职业学院等学院的老师共同编写了高职高专系列规划教材。

该系列教材编写的指导思想是:第一,根据高职高专教育的特点,以就业岗位群或行业为主,兼顾学科分类;第二,以服务为宗旨,以就业为导向;第三,坚持与“双证制”紧密衔接;第四,遵循继承、突破、创新和超越的原则,着力向精品化、立体化发展。本系列教材融入了国内相关院校的先进教学成果,并且借鉴了相关优秀教材的编写方法,以学生就业所需的专业知识和操作技能为着眼点,突出高职高专教学的实用性和可操作性,强化实际训练,尽可能做到“教师易教,学生乐学,技能实用”。

为了编好该系列教材,在西南财经大学出版社的支持下,我们进行了多次磋商、讨论。首先,成立了由成都航空职业技术学院副院长陈玉华教授任主任,四川商务职业学院副院长许丹雅副教授、成都职业技术学院副院长凌红副教授任副主任,其他院校主管教学的副院长和相关负责领导参加的编委会。在编委会的组织、协调下,规划了第一批财务与会计、工商管理、物

流、旅游管理、计算机（含电子商务）、财经基础、统计、法学、国际商务等十大系列三十余种教材。下一步根据各院校的教学需要，还将组织策划第二批教材，对该系列教材加以补充完善。其次，为保证教材的编写质量，在编委会的协调下，组织各院校具有丰富教学经验并有副教授以上职称的教师担任主编，由各书主编拟出大纲，经编委会审核后编写。同时，每一种教材，都邀请了不同院校的教师参加编写，以取长补短。

经过多方的努力，该系列教材终于与读者见面了。在此，我们对八所院校领导和相关工作人员的大力支持，对各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢！

高职高专系列规划教材编委会

2006年7月

前 言

电子商务专业是一个综合性很强的新兴专业，其目的是培养在电子商务方面具有全面素质和综合职业能力的应用型专门人才。

实训是提高学生综合职业能力的有效方式。电子商务实训应当涵盖于电子商务专业的综合职业能力的训练，这种综合职业能力一般包括计算机技术能力（计算机基础、计算机软件、数据库应用、计算机编程），商务技术能力（经济学基础、经济法知识、商务能力、管理能力），网络与电子商务技术能力（网络应用、电子商务应用能力、电子商务网站设计能力）等等。

电子商务实训分为基础实训和综合实训。基础实训是电子商务专业技能综合运用的基础，它既能够体现计算机基本操作，又能够体现对网络营销、销售过程的把握，可以概括地展现网站建设、网页设计的基本情况，是学生掌握各方面技能的基础。本书将以参与电子商务活动基本内容为主轴，重点介绍包括电子商务平台、电子商务交易模式、物流配送、网络金融（网上银行）、电子商务企业网站管理、网络营销、电子商务综合模拟等七个有一定独立性的模块。而综合实训是企业实际问题的电子商务解决方案，是一个连贯运行的电子商务过程。本书以电子商务交易模式综合实训为代表提供一个实际的电子商务综合解决方案。

本书有以下特点：

1. 突出电子商务专业技能的训练

在对电子商务专业岗位的相关调查中，我们发现社会对与电子商务平台有关的服务人员，包括：电子商务平台操作与维护人员、电话咨询人员等有较大的需求，因此，书中突出了在相关电子商务平台上的专业技能的训练，这也是专业综合能力提高的基础。专业技能从教育心理学的角度可以分为操作（动作）技能和心智技能。动作技能是在练习的基础上形成的，按照某种规则或程序顺利完成身体协调任务的能力。心智技能是借助内部语言在头脑中进行的智力活动

前 言

的方式。如电子商务技能中的打字等,主要属于前者;电子商务技能中的网页制作、网络营销技巧等,则主要属于后者。动作技能和心智技能的训练也小有差别,但总的说来,使学生明确“做什么”和“怎么做”至关重要。因此,教材的每一个实训中,都以“实训资料”为背景,通过实训目的、实训内容、实训资料、实训过程图、实训步骤、更多训练所展现的电子商务的操作,使学生知道“做什么”和“怎么做”。而在“更多训练”中,则更多地给予了实际的和在其他电子商务平台上的训练的指导。另外,教材在实训编排过程中,既注意了训练模块的独立性,又体现了实训过程中的由浅入深、循序渐进,并配以动作光盘,生动地模拟了当今国内外电子商务活动中经常出现的实际操作过程。

2. 通过电子商务综合解决方案,提升了专业技能

本书以电子商务交易模式综合实训为代表提供一个实际的电子商务综合解决方案,是本书在综合实训方面的一个创新,在完成模块的独立训练以后,所呈现的综合解决方案,更加具体、更加贴近学习者,更能够提升电子商务专业相关的动作技能和心智技能。

3. 提供了与电子商务专业技能密切相关的基础理论

每一部分介绍了与电子商务专业技能联系密切的理论,如一般流程、现实使用情况等等,更能够使读者明确相关模块的意义,激发起学习专业技能的需求。

4. 结合电子商务职业资格考试

首先本书基于德意电子商务模拟实验室软件编写,而国家劳动和社会保障部的电子商务职业资格考试软件由德意公司提供。

本书可以作为高等职业教育电子商务专业电子商务实务模拟课程的教材,也可以作为中等职业学校相关课程的教材或参考用书。

本书分为7章,其中,第1章由成都职业技术学院张雪编写,第2章由成都纺织专科学校李林编写,第3章由成都

前 言

礼仪职业中专文成忠编写，第4章、第6章由成都礼仪职业中专杨海丰编写，第5章、第7章由成都职业技术学院周江编写，张雪担任本书的主编，并负责全书的统稿工作。

由于编者水平所限，不当之处，还望读者批评指正。

编 者

2006年1月

目 录

第1章 电子商务实务概述	
基本理论	1
1.1 电子商务的发展	(1)
1.2 电子商务实务	(6)
实训	
实训 1.1 走进电子商务	(8)
实训 1.2 电子商务平台实训	(9)
第2章 网上银行实务	(18)
基本理论	
2.1 网上银行概述	(18)
2.2 电子钱包	(30)
2.3 我国网上银行现状	(34)
实训	
实训 2.1 网上银行服务使用	(42)
实训 2.2 电子钱包模拟实务	(45)
第3章 电子交易实务	(54)
基本理论	
3.1 电子交易概述	(54)
3.2 电子商务模式	(54)
3.3 新型电子商务模式 BBC	(75)
3.4 移动电子商务模式	(76)
3.5 CA 认证实务	(78)
3.6 电子政务	(86)
实训	
实训 3.1 C to C 交易实训	(88)
实训 3.2 B to C 交易实训	(96)
实训 3.3 B to B 交易实训	(113)
实训 3.4 EDI 交易实训	(142)

目 录

实训 3.5 电子政务实训	(147)
第 4 章 网络营销实务	(149)
基本理论	
4.1 网络营销概述	(149)
4.2 网络商务信息及信息发布	(161)
4.3 电子合同的洽谈与签订	(163)
4.4 商情分析报告	(166)
实训	
实训 4.1 网上信息发布	(169)
实训 4.2 电子合同的在线签订	(179)
实训 4.3 商业报告的撰写	(184)
第 5 章 物流配送实务	(188)
基本理论	
5.1 物流的产生与发展	(188)
5.2 物流的基本概念	(190)
5.3 物流在电子商务中的地位和作用	(195)
实训	
实训 5.1 透过 Internet 看物流配送	(198)
实训 5.2 配送中心业务模拟	(198)
第 6 章 企业网站与内部信息管理	(208)
基本理论	
6.1 企业网站建设基础知识	(208)
6.2 企业内部管理信息化	(215)
实训	
实训 6.1 交易型电子商务网站的搭建	(218)
实训 6.2 企业内部管理信息化	(222)

目 录

第7章 电子商务综合模拟 (228)

基本理论

7.1 电子商务综合交易模式 (228)

7.2 电子商务企业的创建与管理 (230)

实务模拟

实训 7.1 电子商务交易模式综合实训 (234)

实训 7.2 电子商务企业的创建与内部管理综合实训 (240)

主要参考文献 (247)

第1章

电子商务实务概述

本章就电子商务实务进行概括介绍，主要内容包括：

- * 电子商务的含义、作用及其发展历程
- * 电子商务与传统商务的区别
- * 电子商务实务的含义、基本框架、信息平台及实务的主要内容
- * 走进电子商务、电子商务实务平台、电子邮件、网上银行账号申请等

实训

基本理论

1

1.1 电子商务的发展

1.1.1 电子商务的含义

随着因特网的迅猛发展和计算机的普及，一个全球的电子商务时代正在到来。通过因特网，可以实现炒股、预订班机、QQ联系、3G移动商务。实际上许多买卖行为，都可以从现实世界的某个街边小店、大型购物中心、写字楼转移到桌面的计算机或移动商务工具上，直接通过因特网以电子商务方式来完成。

由于商务是指某个公司或个人参与完成交易过程中的全部活动，建立在计算机与通信网络基础上的部分或全部的商务活动，就成为了电子商务。因此，广义地说，电子商务是在计算机与通信网络的基础上，利用电子工具实现商业交换和行政作业的过程。狭义地讲，电子商务是指利用 Internet 网络技术进行的在线交易或相关作业活动的业务，包括为政府部门、企事业单位、金融机构、商家和个人等提供各种在线服务。

1.1.2 电子商务的发展历程

1. Internet 的产生和发展

没有 Internet, 就没有电子商务, 电子商务是伴随着 Internet 的发展而产生的。

1958 年, 前苏联发射了第一颗人造卫星, 20 世纪 60 年代, 美国为了在高新技术领域、军事领域与前苏联抗衡, 成立了高级研究计划署 (ARPA), 目的是开发一个不易遭破坏的实训性的计算机通信网络系统 (ARPANET), 保证网络上每个节点具有独立的功能并具有等同的地位, 资源共享, 异种计算机能实现通信, 其作用是如果核弹击毁了军事网络的一部分, 数据仍然能通过未被破坏的网络到达目的地。

1969 年 9 月, ARPANET 联通了四个站点, 即加州大学洛杉矶分校、加州大学圣巴巴拉分校、斯坦福研究所和犹他大学, 这是最早的计算机互联网络, 并开始用网络进行信息交换。

1971 年, ARPANET 发展到 15 个站点、23 台主机, 新接入的站点包括哈佛大学、斯坦福大学、林肯实训室、麻省理工学院、卡内基·梅隆大学、美国航空航天局等; 1975 年, 由于 ARPANET 由试训性网络发展为实用型网络, 其运行管理由 ARPA 移交给国防通信局。

20 世纪 80 年代, 原本局限于军事领域的 ARPANET 开始用于教育、科研。1981 年, TCP/IP4.0 版本正式成为 ARPANET 的标准协议。同年, 美国国家科学基金会成立了计算机科学网, 连接科研、教学单位共同开发和改进网络, 并运行 TCP/IP 协议。1982 年, TCP/IP 加入 UNIX 内核中, 商业电子邮件服务在美国 25 个城市运行; 1983 年, ARPANET 分为 MILNET 和 ARPANET 两个网络, MILNET 为军用网络, ARPANET 则完全用于民用科研, 国防通信局把 ARPANET 各站点的通信协议全部转为 TCP/IP, 这标志着 Internet 的正式诞生。

1985 年, 美国国家科学基金会 (NFC) 在美国建立了 6 个超级计算机中心; 1986 年, 美国国家科学基金会资助建立 NFSNET, 连接这 6 个超级计算机中心, 允许研究人员访问 NFSNET, 共享研究成果。NFSNET 从此开始取代了 ARPANET, 成为免费的 Internet 的主干网络, 用于非营利性教学和研究, 成为推动科学研究和教育发展的重要工具; 1989 年, Internet 向商业开放; 1992 年, 诞生了 World Wide Web, 推出世界上第一个“所见即所得”的超文本浏览器/编辑器, 使 Internet 具备了支持多媒体的功能; 1991 年, 明尼苏达大学推出 Gopher, 使用户十分容易地存取 Internet 上的各种信息资源; 1992 年, 因特网协会 (ISOC) 成立; 1993 年, 因特网信息中心 (Internet NIC) 成立。

1992 年, 美国政府提出“信息高速公路”计划, 公布“国家信息基础设施建设行动纲领”, 简称“NII 计划”, 政府进一步加强对 Internet 的资金支持。1994 年, 美国商务部和海关明确规定: 对使用 EDI 技术的报关文件优先

处理,而对纸面单证推后审批。从1995年起,Internet主干网转由企业支持,实现商业化运营。1997年,美国政府又要求联邦政府各部门的采购自1997年1月起全面采用电子商务方式,在全世界掀起了信息高速公路热。

1987年,中国科学院高能物理研究所建成了国内第一条因特网国际专线。1994年5月,以中科院、北京大学、清华大学为核心的“中国国家计算机网络设施”(简称NCFC,国内也称中关村网)与因特网连通。

2006年1月17日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布《第十七次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示,截至2005年12月31日,我国上网用户总数突破1亿,为1.11亿人,其中宽带上网人数达到6430万人。目前,我国网民数和宽带上网人数均位居世界第二。国家顶级域名CN注册量首次突破百万,达到109万,成为国内用户注册域名的首选,稳居亚洲第一。上网计算机数达到4950万台,网络国际出口带宽达到136106M,网站数达到69.4万个。IP地址总数达到7439万个,仅次于美国和日本,位居世界第三。

CN域名2005年新增66万个,增长量是国内注册COM等境外域名的8.8倍,在国内新增域名中处于绝对主流地位。2005年我国互联网步入发展的黄金时期,CN域名作为中国互联网的标志,越来越多的人认识到CN域名的价值,社会对CN域名的需求也迅速增长。企业掀起了对CN域名的保护性注册和应用高潮。此外,CN域名投资群体也迅速壮大,大量简短好记的CN域名被注册。1亿网民和百万CN域名标志着我国互联网用户的规模上升到了一个新的台阶。同时,带宽用户、IP地址和国际带宽等快速增长,反映了我国在互联网普及和应用方面取得了长足进步。

2006年1月17日,CNNIC报道:在互联网使用方面,18.2%的网民使用笔记本电脑上网,同比增长800多万人;网民平均每周上网15.9个小时,同比增加2.7小时,增幅为20.5%;18:00~22:00点上网人数增加了8个百分点,上网高峰日趋凸显。报告首次统计了网民上网费用,结果显示2005年全国上网费用总规模已经超过1000亿元,这足以显示我国互联网巨大的市场规模和发展潜力。

2. 电子商务的发展

随着计算机网络技术的飞速发展,电子商务的规模迅速扩大。

电子商务在全球的企业用户已是几百万家。2001年底,全球500家最大企业中,几乎全部建立网络交易系统。2001年,全球互联网用户数超过4亿,电子商务交易额达到5500亿美元;2003年,全球电子商务交易额为1.44万亿美元。与此同时,我国电子商务的发展也相当快,2002年,全国B to B电子商务交易额为1784亿元人民币,比2001年的1075亿元人民币增加66%,增加幅度超过2001年的40%。2003年,我国B to B电子商务交易额超过

3 000亿元人民币, 2004 年为4 800亿元人民币。

20 世纪 90 年代初开始实施“金桥”、“金卡”、“金关”, 即“三金工程”。从 1994 年起, 部分企业就开始涉足电子商务, 企业和消费者已实际体会到电子商务带来的效益和各种便利。

电子商务推广应用是一个由简单到复杂的过程, 对社会经济的影响也是由浅入深, 逐步扩展的。从网上相互交流需求信息、发布产品广告到网上采购或接受订单、结算支付账款, 企业应用电子商务是从小部分到大部分, 直至覆盖全部业务环节。从具体业务领域来看也是由少到多, 逐步发展完善的, 如电子贸易的网上查询、电子订单、电子合同、电子签名、电子发票, 以及电子金融的网上银行、电子钱包、电子现金、电子资金转账, 和网上证券交易的电子委托等。因特网正全面改变着人们的生活方式, 从网上学校、IP 电话、短信服务、电子图书馆、网上书城、电子音乐厅、网上医院、电子社区到网上舞厅、电子棋室、网上投票、电子政府、网络幼儿园、虚拟购物、网络游戏中心, 因特网和电子商务的影响无所不在, 将成为人们生活中不可缺少的内容。

目前, 我国的电子证券交易已经覆盖全国, 连接了全国 300 多家证券公司的近 2 600 个营业部, 开户投资者超过 4 000 万户, 最高日成交量达到 300 多亿元人民币, 有力地保证了我国证券市场的发展。我国的电子金融结算系统连接着 600 多个地面卫星小站和 1 000 多个收发站, 覆盖了全国所有地级以上城市和大部分县。多年前, 中国民航电子订票系统就已经投入运行, 随后中国远洋运输集装箱信息系统、中国商品交易网、中国商品订货系统、中国旅游电子商务系统、北京的首都电子商务工程、上海的电子商务系统工程、阿里巴巴网站等也相继建立, 日渐显示出巨大的作用。

总的说来, 电子商务产生和发展也存在着一些客观因素的推动, 如计算机的广泛应用、网络的普及和成熟、信用卡的普及和应用、电子安全交易协议的制定及政府的支持与推动。

1.1.3 电子商务与传统商务的区别

电子商务与传统商务的区别见表 1-1。

表 1-1 电子商务与传统商务的区别

项 目	传 统 商 务	电 子 商 务
信息提供	根据销售商的不同而不同	透明、准确
流通渠道	企业—批发商—零售商—消费者	企业—消费者
交易对象	部分地区	全球
顾客忠实度	(普通销售时) 不固定	固定(购买方便、价格低廉)