



21世纪电子商务系列教材
全国高等院校电子商务联编教材

电子商务管理

E-Commerce Management

主 编 杜江萍

副主编 高京广 孙德林 李 健



华南理工大学出版社



21世纪电子商务系列教材
全国高等院校电子商务联编教材

电子商务管理

主 编 杜江萍

副主编 高京广 孙德林 李 健

华南理工大学出版社

·广州·

内 容 简 介

本书是全国高等院校联合编写的 21 世纪电子商务系列教材之一。

本书在简述电子商务管理理论与实践发展的基础上,分析了电子商务管理的环境因素,阐述了电子商务的“四流”(商流、信息流、资金流和物流)管理,接着探讨了在电子商务下的企业运作管理、客户管理、人力资源管理和项目管理,最后从应用实验角度介绍了电子商务管理软件。全书共 12 章,每章均配有本章要点、本章小结、思考与练习、案例应用,便于读者能较好地掌握电子商务管理的理论与方法。

本书注重理论与实践相结合,可作为高等院校本科电子商务专业教材,也适用于高职高专电子商务专业学生,还可供从事电子商务实际工作者和研究人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务管理/杜江萍主编. —广州:华南理工大学出版社,2006.7

(21 世纪电子商务系列教材)

ISBN 7-5623-2304-6

I. 电… II. 杜… III. 电子商务-经济管理-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 140047 号

总发行:华南理工大学出版社(广州五山华南理工大学 17 号楼,邮编 510640)

发行部电话:020-87113487 87111048(传真)

E-mail: scutc13@scut.edu.cn

http://www.scutpress.com.cn

责任编辑:范家巧 胡 元

印刷者:广东省阳江市教育印务公司

开 本:787×960 1/16 印张:22 字数:482 千

版 次:2006 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

印 数:1~3 000 册

定 价:34.50 元

版权所有 盗版必究

“21 世纪电子商务系列教材” 编委会

顾 问: 宋 玲(国家级专家,教授)

刘焕彬(俄罗斯工程院外籍院士,教授,博士生导师)

邹 生(博士,高级工程师)

主 任: 李元元(博士,教授,博士生导师)

副 主 任: 祁 明 王学东 杨琦峰 李新星

编 委(以姓氏笔划为序):

王学东(华中师范大学)

王洪良(广东外语外贸大学)

刘才兴(华南农业大学)

关永宏(华南理工大学)

祁 明(华南理工大学)

许晶华(华南师范大学)

孙德林(江西师范大学)

张 军(广东商学院)

李 华(广东省电子商务示范基地)

李 丽(深圳大学)

李新星(广东省电子商务协会)

李 健(江西理工大学)

杜江萍(江西财经大学)

吴应良(华南理工大学)

余序洲(中南民族大学)

欧阳峰(汕头大学)

杨琦峰(武汉理工大学)

姜灵敏(广东商学院)

赵 波(广州大学)

胡矗明(暨南大学)

高京广(广东工业大学)

黄文标(广东省电子邮政局)

黄观辉(广东省信息中心)

彭丽芳(厦门大学)

项目总策划: 范家巧 潘宜玲

执行策划: 胡 元 詹志青

总 序

随着知识经济在全世界范围内的快速发展,人们对电子商务已经从怀疑、观望到大力支持,各行各业已经从消极适应走向主动参与,电子商务应用领域已经从局部走向全局,电子商务应用已经从专家推动、行业协会推动到政府推动,这就是世界和中国电子商务的今天。这种新的经济形式所包含的内容远远不止在线销售、物流配送、客户关系管理、电子政务和企业信息化等传统的电子商务内容,它既有企业之间跨越供应渠道或运用在线采购进行的国际贸易,也包含知识管理、技术创新、电子商务标准、PKI与数字证书、电子商务法律法规、金字系列工程、电子商务资本经营和社会信用系统等极为活跃的内容。本系列教材将上述两方面内容有机结合,使学生更透彻、全面地了解电子商务的全新发展。

电子商务是当今世界经济和社会发展的的大趋势。作为新经济时代先进生产力的代表,电子商务的水平已经成为衡量一个国家、一个城市现代化水平和综合实力的重要标志之一,也是加快实现经济体制和经济增长方式的根本性转变、推动产业结构升级、提高城市现代化水平和增强国际竞争力的重要手段。目前,全国各地纷纷掀起电子商务建设和应用的热潮,可谓形势喜人、形势催人、形势迫人。

电子商务系统建设是一项宏伟的系统工程,也是一项高投入工程。在实际的建设与应用中,无论在规划上、技术上和安全上,还是在实施中、应用中和管理中,都存在着许多亟待解决的问题。归纳起来主要包括:如何根据城市或企业自身特点进行科学的规划和建设,避免盲目地追求一步到位?如何防止各自为政、盲目投资、重硬轻软、重复建设?如何使资源得到充分的集中和共享,杜绝“信息孤岛”现象?如何推进实施力度,提高应用水平?如何解决在安全保密、环境体系、管理体制方面存在的问题,提高电子商务工程的成功率?存在这些问题的根源是我们缺乏电子商务应用型人才和管理人才,尤其是复合型电子商务应用型人才和管理人才的缺乏更成为制约电子商务发展的瓶颈。



这套由中国电子商务领域的众多专家和教授编写的关于电子商务技术和应用的系列教材，旨在提供对这一重要学科的整体概述。该系列教材涵盖了电子商务、电子政务、企业信息化、行业信息化、社会信息化等广泛领域中的重要课题。对于任何一位想更多地了解关于电子商务知识——从有关模型、技术到案例分析——的读者，特别是对于高校学生，这是一套出色的教材和参考资料。这套教材的显著特点是，不仅有一定的理论高度，而且能够将电子商务理论、当前的电子商务市场需求和电子商务人才培养相结合，能够将信息技术教育、工商管理教育和人文教育等多个学科的特点和优势与电子商务教育相结合，它必将极大地促进我国高素质电子商务复合型人才的培养。本系列教材对每一位从事电子商务规划工作、实施工作或使用电子商务系统及工具的读者，也将有所裨益。

中国电子商务协会理事长 **宋玲**

前 言

人类社会进入 20 世纪 90 年代以来,电子商务在美国、欧洲等发达国家兴起,并迅速波及全球。从产生和发展的过程来看,电子商务是在西方发达国家进入后工业时代,以新型企业为主要推动力、以争夺全球市场为目标、以网络技术为手段而演化出来的一种新的竞争方式。电子商务正在极大地改变着企业的经营管理方式,给企业的活动创造了新的时空,使之在组织、经营、管理、运行、人才等诸多方面发生着深刻的变化。

我国电子商务虽然起步较晚,但是发展很快。1996 年和 1997 年电子商务只是在学术界概念的炒作,而到了 1998 年和 1999 年,电子商务已成为街头巷尾的热门话题,一批批电子商务企业、电子商务网站和致力于电子商务项目的机构像雨后春笋般地涌现出来。到 2000 年出现网络泡沫,人们开始深刻体会到,企业,尤其是传统企业才是电子商务的主体。2002 年我国政府明确提出企业信息化道路,从而使我国的电子商务朝着理性、务实的方向迈进。但是,企业如何开展电子商务,如何进行电子商务管理一直困扰着传统企业,阻碍了企业电子商务的发展。

基于以上考虑,根据全国高等院校电子商务专业建设协作组于 2002 年提出的电子商务专业 10 门核心课程的要求,我们编写了《电子商务管理》一书。该教材以企业管理学为基础、以电子商务原理为指导来阐述电子商务管理。全书共分 12 章,第 1 章介绍了电子商务对企业管理的影响、电子商务管理理论的发展和电子商务下的企业组织结构等。第 2 章从政治、经济、文化、科技、法律的角度分析了影响企业电子商务的外在环境。第 3~6 章从企业电子商务的核心,即商流、信息流、资金流、物流方面来探讨企业电子商务管理。第 7~10 章从企业生产运作、客户管理、人力资源和经营风险等内部管理来论述电子商务管理。第 11 章阐述了企业从事电子商务的项目规划管理。第 12 章介绍了企业 ERP 应用软件,具体内容见华南理工大学出版社网站 (<http://www.scutpress.com.cn>),如有需要可自行下载,供学生实际操练。

本书每章的编写框架由本章要点、本章小结、思考与练习、案例应用组成。“本章要点”突出介绍本章要讲的重点,便于学生课前预习;“本章小结”以要点方式列出了本章的重点内容,有利于学生课后复习;“思考与练习”要求学生回答与课本相关的问题,达到温故知新、举一反三的效果。“案例应用”是通过阅读与本章相关的案例,利用所学原理进行分析,以培养学生的分析能力。

由于“电子商务管理”是一门跨学科课程,考虑到电子商务专业学生管理学知识较为薄弱,因此我们在编写本书相关章节时都会先花少量篇幅介绍传统企业管理知



识, 然后才重点从电子商务角度谈相应的管理。此外, “电子商务管理” 是一门实践性很强的课程。因此, 我们联系了国内 ERP 软件业的新星——深圳市歌利来实业有限公司, 为本书提供其自主开发的 M3ERP 软件。

本书由江西财经大学、江西师范大学、江西理工大学、广东商学院和广东工业大学五所高校联合编写。本书的写作大纲由主编拟就, 副主编提出了修改建议。参加撰写的人员有: 杜江萍 (第 1 章和第 9 章); 杨爱萍 (第 2 章); 朱文兴 (第 3 章); 袁海燕 (第 4 章); 周霞 (第 5 章); 李健 (第 6 章); 孙德林 (第 8 章和第 9 章); 李虹来 (第 10 章); 高京广 (第 11 章); 陈拥军、王玉 (第 12 章)。全书由主编统稿和定稿, 对某些章节作了较大的改动。

本书的编写得到了华南理工大学出版社领导的关怀和支持, 同时得到了深圳市歌利来实业有限公司的大力支持, 在此一并致以衷心的感谢。

在本书的写作过程中, 我们参考了国内外有关电子商务专著、企业管理教材和网站内容 (见参考文献)。由于篇幅限制和水平有限, 本书从体系到内容都可能存在某些缺漏、不当之处, 恳请专家、学者和广大读者批评指正, 以便再版时进行修改。

编 者

2006 年 5 月

目 录

1 电子商务管理概述	1
本章要点	1
1.1 电子商务与企业管理	1
1.1.1 电子商务下企业管理的新变化	1
1.1.2 电子商务对企业管理的影响	5
1.2 电子商务下的企业组织形态	9
1.2.1 传统企业的组织形式	9
1.2.2 电子商务下的企业组织形态	10
1.3 电子商务下的企业组织结构	20
1.3.1 传统企业组织结构的主要形式	20
1.3.2 传统企业组织结构的局限性	21
1.3.3 电子商务下的组织结构设计	22
1.4 电子商务下的企业管理理论	26
1.4.1 电子商务企业管理理论的形成和发展	26
1.4.2 电子商务下的企业管理法则	29
本章小结	31
思考与练习	31
案例应用	32
2 电子商务环境管理	35
本章要点	35
2.1 电子商务的政治环境管理	35
2.1.1 美洲	35
2.1.2 欧洲	37
2.1.3 亚洲	39
2.1.4 其他国家	41
2.2 电子商务经济环境管理	42
2.2.1 宏观经济环境	42
2.2.2 中观经济环境	45
2.2.3 微观经济环境	46
2.3 电子商务文化环境管理	49



2.3.1 网络文化概述	49
2.3.2 企业网络文化	52
2.4 电子商务科技环境管理	54
2.4.1 宏观——国家科技发展水平	54
2.4.2 中观——产业科技发展水平	55
2.4.3 微观——企业科技发展水平	56
2.5 电子商务法律环境管理	56
2.5.1 国内外电子商务法律环境现状	57
2.5.2 电子商务立法的原则、特点和范围	59
本章小结	62
思考与练习	63
案例应用	63
3 电子商务商流管理	66
本章要点	66
3.1 商流概述	66
3.1.1 商流的内涵	66
3.1.2 商流的流程	68
3.2 商流管理	69
3.2.1 商流的战略管理	70
3.2.2 商流的营销管理	73
3.3 商流管理系统	82
3.3.1 产品展示	82
3.3.2 价格系统	82
3.3.3 招投标系统	83
3.3.4 网上拍卖	85
3.3.5 在线洽谈系统	86
3.3.6 订单合同管理系统	86
本章小结	87
思考与练习	87
案例应用	87
4 电子商务信息流管理	90
本章要点	90
4.1 信息流概述	90
4.1.1 信息流的概念	90
4.1.2 信息流的特点	92



4.1.3 信息流的类型·····	92
4.2 信息资源检索·····	93
4.2.1 信息的搜集·····	93
4.2.2 搜索引擎·····	95
4.2.3 信息的存储·····	97
4.3 管理信息系统·····	104
4.3.1 管理信息系统概述·····	104
4.3.2 ERP 概述·····	108
4.3.3 ERP 系统与信息化·····	110
本章小结·····	112
思考与练习·····	112
案例应用·····	113
5 电子商务资金流管理·····	117
本章要点·····	117
5.1 资金流概述·····	117
5.1.1 资金流的定义及其运动过程·····	117
5.1.2 资金运动与会计核算的结合·····	118
5.2 资金流管理·····	119
5.2.1 资金流管理概述·····	119
5.2.2 电子商务对资金流管理的影响·····	121
5.2.3 企业资金流管理的体系建设和模式·····	124
5.3 资金流控制·····	127
5.4 资金流管理系统·····	128
5.4.1 现代资金流管理系统的发展·····	128
5.4.2 ERP 系统的资金管理·····	129
本章小结·····	135
思考与练习·····	135
案例应用·····	135
6 电子商务物流管理·····	139
本章要点·····	139
6.1 物流概述·····	139
6.1.1 物流的产生、定义和内容·····	139
6.1.2 物流的特点·····	143
6.1.3 电子商务物流的发展趋势·····	144
6.1.4 电子商务物流模式·····	146



6.2 电子商务物流解决方案	151
6.2.1 国外电子商务物流解决方案发展概况	151
6.2.2 中国电子商务物流解决方案发展状况	156
本章小结	160
思考与练习	161
案例应用	162
7 电子商务运作管理	165
本章要点	165
7.1 企业电子商务运作模型和运作平台	165
7.1.1 企业电子商务运作模型	165
7.1.2 企业电子商务运作平台	169
7.2 供应链管理	170
7.2.1 供应链与供应链管理的概念	170
7.2.2 电子商务环境下的集成化供应链管理	172
7.2.3 电子商务化供应链管理的方法	174
7.3 企业业务流程再造	176
7.3.1 业务流程再造原理	176
7.3.2 业务流程重组的思维	179
7.3.3 业务流程再造的原则	180
7.3.4 业务流程再造的实施	181
本章小结	182
思考与练习	182
案例应用	183
8 电子商务客户关系管理	186
本章要点	186
8.1 客户关系管理概述	186
8.1.1 客户关系管理的定义	186
8.1.2 客户关系管理的产生背景	188
8.1.3 客户关系管理的作用	189
8.1.4 客户关系管理的分类	191
8.2 客户关系管理系统的功能模块	192
8.2.1 销售管理	193
8.2.2 营销管理	194
8.2.3 客户服务与支持	195
8.2.4 呼叫中心	195



8.2.5 决策支持系统	197
8.3 客户关系管理的实施	198
8.3.1 客户关系管理实施的方法论	198
8.3.2 五阶段实施方法	199
8.3.3 六阶段实施方法	199
8.3.4 九阶段实施方法	200
8.3.5 如何选择客户关系管理系统	206
8.3.6 CRM 成败分析	207
本章小结	209
思考与练习	210
案例应用	210
9 电子商务人力资源管理	213
本章要点	213
9.1 人力资源管理概述	213
9.1.1 人力资源及其特点	214
9.1.2 人力资源管理的涵义	214
9.1.3 人力资源管理的形成和发展	215
9.1.4 人力资源管理的任务	216
9.2 电子商务时代的人力资源管理	218
9.2.1 电子商务时代人力资源管理的发展趋势	218
9.2.2 电子商务对人力资源管理的影响	221
9.2.3 电子商务环境下人力资源管理的措施	222
9.3 电子商务下的人力资源管理系统	226
9.3.1 人力资源管理系统的发展阶段	226
9.3.2 人力资源管理系统的功能模块	227
9.3.3 电子化人力资源管理系统	228
9.4 人力资源管理系统实施	232
9.4.1 人力资源管理系统实施的必要性	232
9.4.2 人力资源管理系统实施的误区	234
本章小结	235
思考与练习	236
案例应用	237
10 电子商务风险管理	239
本章要点	239
10.1 风险管理概述	239



10.1.1 风险的概念	239
10.1.2 风险管理的概念	241
10.1.3 管理风险的方法	242
10.2 电子商务风险管理概述	243
10.2.1 电子商务风险管理的含义	243
10.2.2 电子商务风险管理的意义	245
10.2.3 电子商务风险的分类	245
10.3 电子商务风险管理实务	249
10.3.1 电子商务风险管理程序	249
10.3.2 电子商务风险管理措施	251
本章小结	254
思考与练习	254
11 电子商务项目管理	255
本章要点	255
11.1 项目管理概述	255
11.1.1 项目的概念及特点	255
11.1.2 项目管理的概念及特点	258
11.1.3 项目管理的基本内容	259
11.2 电子商务项目管理	265
11.2.1 电子商务项目的范围	265
11.2.2 电子商务项目的特点	266
11.2.3 电子商务项目管理过程	267
11.3 网络规划与网站建设	270
11.3.1 企业网络的规划	270
11.3.2 企业网站建设项目指标测算	273
11.3.3 企业网站接入	277
11.4 网站建设项目评价	280
11.4.1 项目评价的含义	281
11.4.2 电子商务系统建设项目综合评价	282
本章小结	284
思考与练习	284
案例应用	285
12 电子商务管理应用实验	290
本章要点	290
12.1 M3ERP 概述	291



12.1.1 M3ERP 的概念	291
12.1.2 M3ERP 系统中的流程	292
12.2 M3ERP 软件安装	295
12.2.1 服务器	295
12.2.2 客户端	295
12.3 M3ERP 总体功能及四大流程	296
12.3.1 M3ERP 总体功能介绍	296
12.3.2 M3ERP 软件的四大流程	302
12.4 M3ERP 软件的计划流(信息流)	302
12.4.1 ATO 综合计划:MDS/MPS/MRP	303
12.4.2 MTO 综合计划	304
12.4.3 PS 生产计划	305
12.4.4 CRP 资源计划	306
12.4.5 MRP 物料需求计划	306
12.5 M3ERP 软件的商流(订单流)	306
12.5.1 销售订单	307
12.5.2 生产订单	309
12.5.3 外协订单	311
12.5.4 采购订单	312
12.6 M3ERP 软件的物流	313
12.6.1 库存管理	313
12.6.2 盘点管理	314
12.6.3 生产控制	315
12.6.4 工序管理	315
12.6.5 外协管理	315
12.7 M3ERP 软件的资金流	316
12.7.1 应收款流程	316
12.7.2 成本核算流程	317
12.7.3 应付款流程	318
12.8 电子商务管理的实践——景力公司 M3ERP 解决方案	319
12.8.1 企业概况	319
12.8.2 企业经营结构	319
12.8.3 企业的主要业务	320
12.8.4 实验数据准备	322
本章小结	328



目 录

思考与练习·····	329
案例应用·····	329
参考文献·····	331
编后记·····	333

1 电子商务管理概述

按照世界贸易组织关于电子商务专题报告的定义,电子商务就是企业通过电信网络进行的生产、营销、销售和流通等活动,它不仅指基于因特网上的交易,而且指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动,包括通过网络实现从原材料查询、采购、产品展示、订购到出品、储运以及电子支付等一系列的贸易活动。

从产生和发展的过程来看,电子商务是在西方发达国家进入后工业时代,以新型企业为主要推动力、以争夺全球市场为目标、以网络技术为手段而演化出来的一种新的竞争方式。电子商务正在极大地改变着企业的经营管理方式,给企业的活动创造了新的时空,使之在组织、经营、管理、运行、人才等诸多方面发生着深刻的变化。

电子商务管理就是企业如何利用信息化技术改善企业的营销决策、财务管理、物流管理、采购管理、客户关系管理等,优化企业的组织结构,提高企业的决策能力,促进企业与企业之间的合作与交流,从而提高企业的生产效益和管理效率。

【本章要点】

- ◆ 电子商务下的企业管理变革;
- ◆ 电子商务对企业管理的影响;
- ◆ 电子商务下的企业组织形态;
- ◆ 电子商务下的组织结构设计;
- ◆ 电子商务企业管理理论的形成和发展;
- ◆ 电子商务下的管理法则。

1.1 电子商务与企业管理

1.1.1 电子商务下企业管理的新变化

时代的变迁,新的经济形态的产生,不仅改变着经济的增长方式,而且影响着企业的生产、经营方式及其组织方式,必然对管理提出一系列的新课题、新挑战,给管理活动带来新的变化。

1. 管理组织的变化

由传统的狭长型组织结构转向扁平型组织结构,从多级庞大的组织结构向灵活机