

D

21世纪高职高专
新概念(财经类)系列教材

总主编◎王宗湖

IANZI SHANGWU SHIYONG JIAOCHENG

电子商务实用教程

黄志平 主编

对外经济贸易大学出版社

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材

总主编 王宗湖

电子商务实用教程

主 编 黄志平

副主编 范 珍 刘冰涛

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字182号

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实用教程/黄志平主编. —北京:对外经济贸易大学出版社, 2006
(21世纪高职高专新概念(财经类)系列教材)
ISBN 7-81078-704-7

I. 电... II. 黄... 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082684号

© 2006年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电子商务实用教程

黄志平 主编

责任编辑:宋新国

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街10号 邮政编码:100029

邮购电话:010-64492338 发行部电话:010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸:185mm×260mm 15.25印张 429千字

2006年8月北京第1版 2006年8月第1次印刷

ISBN 7-81078-704-7

印数:0 001-5 000册 定价:17.00元

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

总主编：王宗湖

副主编：于声涛 魏 敏 鲍仕梅

编 委：（按姓氏笔划为序）

王 勇	马瑞萍	任继文	池小平	陈国生
严国辉	杨东进	杨振科	张 卿	武 红
庞鸿藻	姜玉霞	倪 荣	黄志平	符海菁
雷 震				

总 序

当今世界,科学技术日新月异,知识经济初见端倪,国力竞争日趋激烈。针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征,世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革,以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。

随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放的不断扩大,我国经济将完全融入世界经济体系之中,而教育水平的高低与经济的发展密切相关。作为我国高等教育的全新组成部分,职业教育应确立怎样的培养目标来适应时代要求,已成为人们普遍关心的问题。教育部在关于《面向21世纪教育振兴行动计划》有关问题的回答中,对高职的培养目标是这样定位的:“高等职业教育应以培养基层和生产第一线技术应用型人才为办学宗旨,建立以基本素质和技术应用能力培养为主线的教学体系……专业课应加强针对性和实用性,实践教学要以培养学生专业应用能力为主……时间可占总课时数的1/3以上,至多可达50%……”可见,高等职业教育的培养目标,主要强调能力的培养和技术的应用,它要求我们的教育能够不断造就基本功扎实、操作能力强,又具有较高知识、技能的复合型、实用型人才。

教材作为“整个教育系统的软件”,它不仅反映着社会发展的要求,同时在某种程度上还直接决定着受教育者的培养质量,因而,世界各国都非常注意教材的开发和建设。但目前,我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深,以能力为本位的教育观念还未能在教学领域完全形成,课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。因此,要适应21世纪知识经济时代发展和我国现代化建设的需要,高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐,建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思想、新模式、新课程体系。有鉴于此,对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势,并努力推动高职高专院校的教材建设,委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干,编写这套高职高专新概念(财经类)系列教材。本系列教材暂包括国际贸易、会计、市场营销、经贸英语、旅游管理、物流管理、电子商务等九大专业76门课程。

为使教材编写尽量适应高职教育的特点及时代发展的新要求,我们在编写过程中,尽可能把最新的研究成果吸收渗透到教材中来,在内容安排、教法选择、编写体例等方面也进行了较多的改革,甚至是新的尝试,使本套丛书具有以下特点:

1. 在内容安排上,突出了“能力培养”和“创新教育”,加大了技能训练的比重

本套丛书各册教材,在基础理论讲授之后,每篇均加列“技能训练”专章,通过采用案例分析等形式,引导学生对本篇的重点、难点内容进行分析、讨论、练习和模拟训练;每章结束后针对本章重点内容设计了个案分析、关键名词、讨论与思考等项目,以

达到强化学生对经济与管理理论和业务环节处理技巧的掌握。这些新增加的关于“能力培养”和“技能训练”等新内容,约占整本教材篇幅的1/3,基本上达到了国家对职业教育改革的要求。这种编写体例的运用在目前经济类课程的教材中还较少见,希望这种新的尝试能经日后的教学实践验证,成为一种“能力培养”和“创新教育”的有效方法。

2. 在编写体例上,积极探索模块教学,使学生容易理清教材的知识体系,迅速系统牢固地掌握知识

本套丛书各册均采用“篇、章、节”的结构,每篇开始之前,均有一段概括性文字,对本篇内容的重点与难点、目的与要求加以说明,使在学习之前能对每篇主要内容有所了解;每章之下又提出了具体的学习目标及应掌握的难点,以便学生明确具体的学习任务。这样,每篇作为教材的大模块,包含着“章”这样的小模块,小模块又通过具体的学习任务的确立映衬着大模块,既使大模块之间篇篇相连,又与小模块环环相扣,组成系统的“知识链”。这种先将一本教材中的相关知识切块“溶解”,最后又串联起来的编写思路及形式,符合人类的分析综合的思维特点,有利于学生在学习过程中迅速而系统地掌握知识。

3. 在教学方法上,注意吸收国外流行的教学理念,并尝试教学改革与教法创新

模拟教学、案例教学和启发式教学,源于国外,现在是我国经济专业比较流行和推崇的教学方法。在本套教材的编写过程中,我们注重了上述教学方法的综合运用,旨在增强学生主动参与意识和创新意识,提高学习的功效。同时,我们进一步借鉴了培养MBA的教学经验,在本套教材的编写方法上尽量运用提示、启发、引导、讨论和模拟等方法,其目的是使学生运用所学知识在进行初步的分析、综合、比较、分类后,达到将知识、技能抽象概括和具体化,提高学生灵活分析和解决问题的能力。这样,既与国家培养的目标相吻合,又适合学生的学习思维特点,并容易激发学生的学习兴趣,所以,较之传统的教学方法有了较大的改革与突破。

4. 在学科建设上,积极探索和建立综合型、技能型、实践型的新科目

江泽民同志在第三次全国教育工作会议上指出:“职业教育和成人教育要使学生掌握必要的文化知识的同时,具有熟练的职业技能和适应职业变化的能力。”可见,现代职业教育呼唤综合型、应用型、技能型的新学科的设立。为反映这些要求,我们在每个专业都增设了“综合技能训练”课程,以此为基础编写了经济管理类各专业实践课的应用教材。该科目在内容上以各专业的主要业务为线索,将骨干核心课程的知识高度浓缩、有机串联。将主干课中没有系统讲授而实际工作中必然牵涉到的知识纳入其中,弥补了原来系列教材的欠缺与不足。同时,该系列教材大量采用模拟教学和案例教学,让学生以“业务员、经济师、总经理”的身份参与学习与训练,独自策划交易,进行经济活动等,刻意营造一种仿真情境,让学生在“训练”中学习,在“情景”中增长才干和积累经验,有效地将知识转变为专业性的技能技巧,提高其解决和处理实际问题的综合能力。总之,各专业“综合技能训练”课程的设立,是按照教育部“要多增加综合课”的要求而设立的新型试验科目,其主要目的是通过运用灵活有趣的模拟训练及案例教学等方法,启发诱导学生的立体思维,全面提高其独立操作经济业务的综合实践能

力。由于是初次尝试，所以希望大家多加以关注，并提出指导性的建议。

本套丛书的编写，得到了有关学校领导和学者、教授的大力支持，并引用了有关作者的部分资料，在此一并表示谢意。

本套丛书无论从体例安排到内容设置，从知识点的归纳到教法的运用，都进行了大胆探索和尝试，意欲为我国财经类高职高专教材的编写与探索尽绵薄之力，但由于时间和水平有限，疏漏和不足甚至是错误在所难免。希望广大教师、读者多提宝贵意见，以便日后充实与完善。

21 世纪高职高专新概念（财经类）系列教材编委会

2005 年 1 月

编者的话

电子商务在经历 2000 年井喷式发展后陷入低潮，2005 年再次迎来勃勃生机。而为电子商务行业培养人才的电子商务专业却陷入方向迷失的困境，从专业定位、教学内容、教材建设、实训手段等方面面临改革。电子商务专业需要从基本观念认识层面开始进行创新性改革。

《电子商务实用教程》秉承这样的理念：电子商务即：电子是手段与工具，商务是根本与核心。从电子商务管理的角度来编写电子商务的入门教材，从观念认识、体系结构、内容选择、图文并茂的形式等方面力求形成鲜明的特色。

《电子商务实用教程》以电子商务管理的运作流程为逻辑线索，包括电子商务规划、网站规划与建设、电子商务运营、促销电子商务四大部分共 16 章内容。编写体例结构是：(1) 学习目的；(2) 重点难点；(3) 主体内容；(4) 个案分析；(5) 关键名词；(6) 讨论思考；(7) 练习题。配套的《电子商务实用教程》的电子版正在制作当中。

《电子商务实用教程》由黄志平（副教授）主编，参与编写的还有范珍、刘冰涛、吴俊兴、姚伟与沈宇红。同时要感谢本系列丛书总主编王宗湖，没有他的支持就没有这本书的问世，还要感谢我们编写此书时曾参考过的文章的众多作者，最后感谢家人提供宽松环境和大力支持。

《电子商务实用教程》可能尚存有作者们尚未发现的不足，真诚期望所有读者反馈宝贵意见（huang_zp@126.com），以便再版时能够提高改进，使本书逐渐完善。

编者

2006 年 6 月

目 录

第一篇 电子商务规划

第一章 认识电子商务	(3)
【学习目标】	(3)
【重点难点】	(3)
第一节 理解电子商务	(3)
第二节 电子商务的价值	(5)
第三节 电子商务模式	(7)
第四节 使用电子商务的工具——浏览器	(8)
【个案分析】	(12)
【关键名词】	(13)
【讨论思考】	(13)
第二章 需求调研	(14)
【学习目标】	(14)
【重点难点】	(14)
第一节 需求是电子商务的基础	(14)
第二节 深度挖掘需求	(17)
第三节 寻找目标市场	(18)
【个案分析】	(19)
【关键名词】	(21)
【讨论思考】	(21)
第三章 设计盈利模式	(22)
【学习目标】	(22)
【重点难点】	(22)
第一节 电子商务盈利模式	(22)

第二节 电子商务的定位	(34)
第三节 电子商务产品开发	(36)
【个案分析】	(40)
【关键名词】	(42)
【讨论思考】	(42)
第四章 规划电子商务	(43)
【学习目标】	(43)
【重点难点】	(43)
第一节 电子商务规划	(43)
第二节 撰写商务计划书	(47)
【个案分析】	(49)
【关键名词】	(50)
【讨论思考】	(50)
第五章 筹集资金	(51)
【学习目标】	(51)
【重点难点】	(51)
第一节 电子商务方案预算	(51)
第二节 获得风险投资	(55)
【个案分析】	(64)
【关键名词】	(68)
【讨论思考】	(68)

第二篇 网站规划与建设

第六章 网站建设规划	(71)
【学习目标】	(71)
【重点难点】	(71)
第一节 网站的构成	(71)
第二节 网站建设流程	(74)
第三节 优秀网站的特征	(79)
【个案分析】	(83)
【关键名词】	(84)
【讨论思考】	(84)

第七章 网站架设	(85)
【学习目标】	(85)
【重点难点】	(85)
第一节 域名申请	(85)
第二节 架设 Web 服务器	(89)
【个案分析】	(92)
【关键名词】	(94)
【讨论思考】	(94)
第八章 网页的设计与制作	(95)
【学习目标】	(95)
【重点难点】	(95)
第一节 网页元素	(95)
第二节 网页制作流程	(97)
第三节 网页设计	(99)
第四节 网页编程	(104)
第五节 网页制作工具	(105)
【个案分析】	(106)
【关键名词】	(108)
【讨论思考】	(108)
第九章 网站维护	(109)
【学习目标】	(109)
【重点难点】	(109)
第一节 网站后台管理	(109)
第二节 网站维护	(111)
第三节 网页更新	(113)
【个案分析】	(115)
【关键名词】	(117)
【讨论思考】	(117)

第三篇 电子商务运营

第十章 网上交易	(121)
【学习目标】	(121)
【重点难点】	(121)

第一节 交易流程	(121)
第二节 交易的安全保证	(126)
第三节 客户服务	(136)
【个案分析】	(142)
【关键词】	(143)
【讨论思考】	(143)
第十一章 结算与支付	(145)
【学习目标】	(145)
【重点难点】	(145)
第一节 电子结算	(145)
第二节 网上支付	(147)
【个案分析】	(158)
【关键词】	(159)
【讨论思考】	(159)
第十二章 物流配送	(162)
【学习目标】	(162)
【重点难点】	(162)
第一节 电子商务的物流需要	(162)
第二节 电子商务物流	(164)
第三节 电子商务物流模式选择	(167)
第四节 物流配送技术	(169)
【个案分析】	(172)
【关键词】	(173)
【讨论思考】	(173)

第四篇 促销电子商务

第十三章 网站推广	(179)
【学习目标】	(179)
【重点难点】	(179)
第一节 网站推广手段	(179)
第二节 网站推广策划	(184)
【个案分析】	(186)
【关键词】	(188)
【讨论思考】	(188)

第十四章 网络广告	(190)
【学习目标】	(190)
【重点难点】	(190)
第一节 新媒体运用	(190)
第二节 网络广告设计	(192)
第三节 网络广告管理	(199)
【个案分析】	(202)
【关键名词】	(203)
【讨论思考】	(203)
第十五章 电子商务的促销活动	(204)
【学习目标】	(204)
【重点难点】	(204)
第一节 电子商务促销与传统商务促销的比较	(204)
第二节 电子商务促销手段	(206)
【个案分析】	(211)
【关键名词】	(212)
【讨论思考】	(212)
第十六章 创建网上品牌	(214)
【学习目标】	(214)
【重点难点】	(214)
第一节 理解网上品牌	(214)
第二节 选择最佳域名	(221)
第三节 评价电子商务	(224)
【个案分析】	(224)
【关键名词】	(226)
【讨论思考】	(226)
参考文献	(228)

第一篇 电子商务规划

第一章

认识电子商务

课前准备

【学习目标】

本章主要讲授电子商务概念与模式。通过学习，学生应能够了解电子商务的内涵，理解电子商务的价值与作用，掌握电子商务模式分类，学会主流浏览器的使用。

【重点难点】

1. 电子商务概念；
2. 电子商务的价值；
3. 电子商务模式。

学习内容

第一节 理解电子商务

最早提出电子商务概念的是美国经济学家托马斯·马龙教授。亚马逊网则是实践电子商务的先行者。

“网上书店”是伴随“亚马逊”这一单词出现并越叫越响的。1994年，亚马逊网络公司（amazon.com）在美国华盛顿州组建，1995年7月，亚马逊网上书店正式开张。1997年5月，亚马逊公司股票上市。亚马逊开业之后销售额年年猛增，股价更创下一年内狂涨966%的记录。亚马逊网上书店的崛起与成功在美国乃至国际市场产生了巨大影响（如图1-1所示）。

“亚马逊神话”的缔造者是杰夫·贝佐斯（Jeffrey P. Bezos）。1994年6月，当时在纽约华尔街一家金融公司任副总裁，年仅30岁的杰夫·贝佐斯，被一份Internet发展报告吸

引：当年互联网用户增长 2 300%。以注重数据出名的贝佐斯从这个数字中看到了汹涌的 Internet 潜流，以及这一革命性的信息传播浪潮将带来的无限商机。5 天后，贝佐斯辞去令许多人羡慕的华尔街工作，打点家当，驱车西行，他决定创办一家网上书店。亚马逊网上书店就这样在贝佐斯的西行途中诞生了。创建之初，亚马逊就呈现出神话般的增长势头，1995 年销售额为 51.1 万美元，1996 年为 1 570 万美元，1997 年增长 838%，达 1.47 亿美元。1998 年总销售额为 6.1 亿美元。

1996 年，亚马逊书店被美国《时代》周刊评为当年全球十大网址之一。1997 年 5 月公开发行的亚马逊网上书店股票，最初发行仅 18 美元/股，到 1997 年底，股价就攀升到 60.25 美元/股，增长了 234.7%，1998 年股价更狂涨 966%，成为图书业最热门的一项投资选择。



图 1-1 亚马逊网

一、电子商务的内涵

电子商务 (Electronic Commerce) 是在 Internet 开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付的一种新型的商业运营模式。

Internet 上的电子商务可以分为三个方面：信息服务、交易和支付。主要内容包括：电子商情广告；电子选购和交易；电子交易凭证的交换；电子支付与结算以及售后的网上服务等。主要交易类型有企业与个人的交易 (B2C 方式) 和企业之间的交易 (B2B 方式) 两种。参与电子商务的实体有四类：顾客 (个人消费者或企业集团)、商户 (包括销售商、制造商、储运商)、银行 (包括发卡行、收单行) 及认证中心。

电子商务是 Internet 爆炸式发展的直接产物，是网络技术应用的全新发展方向。Internet 本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点，也成为电子商务的内在特征，并使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值，它不仅会改变企业本身的生产、经营、管理活动，而且将影响到整个社会的经济运行与结构。