



教育部实用型信息技术人才培养系列教材

电子商务 实务

孙杰 张建三 编著

全国“信息技术及应用远程培训”教育工程组编



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



教育部实用型信息技术人才培养系列教材

电子商务实务

孙 杰 张建三 编著

全国“信息技术及应用远程培训”教育工程组编

清华大学出版社

(京)新登字 158 号

内 容 简 介

本书是作为教育部管理信息中心"IT&AT"工程编写的系列统编教材之一,通过勾画传统企业实施电子商务的整体知识框架,为读者全面了解电子商务提供一个比较系统的教材,而不是单纯地介绍网上交易等技术知识。在内容结构上,力求做到系统的理论描述和生动的案例、实例介绍相结合;既有传统企业互联网转型所涉及的内部商务、B2B 和 B2C 商务等内容,又有实施电子商务所涉及的网络技术知识,突出本书的实务特点,同时尽量做到既规范又实用。

本书适用于从事电子商务建设以及欲开展电子商务的机构或从业人员;也可作为教学和培训的教材。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务/孙杰,张建三编著. —北京:清华大学出版社,2002
ISBN 7-302-05875-X

I. 电... II. ①孙...②张... III. 电子商务 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 070815 号

出 版 者:清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

责任编辑:郑寅堃

印 刷 者:世界知识印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:787×1092 1/16 印张:26.5 字数:671 千字

版 次:2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-05875-X/TP·3482

印 数:0001~5000

定 价:40.00 元

出版说明

信息化是当今世界经济和社会发展的趋势,也是我国产业优化升级和实现工业化、现代化的关键环节。要在全社会范围内普及信息技术应用,加强信息资源的开发和利用。当今和未来的国际竞争,说到底人才的竞争,要把培养人才作为一项重大的战略任务。我国目前的信息技术人才远远不能满足经济建设和信息产业发展的需求,信息人才的数量和质量与发达国家相比有很大的差距。信息技术人才的匮乏正在成为制约我国信息产业和国民经济建设的瓶颈,特别是实用型信息技术人才的培养已经成为一个亟待解决的问题,如何利用现代化教育手段让更多的人接受到信息技术培训是摆在我们面前的一项重大课题。

教育部非常重视发展我国现代远程教育事业,启动了“校校通”工程,大力开展远程教育,实现教育资源共享。

教育部教育管理信息中心利用中国教育电视台新开通的中国教育卫星宽带网启动了全国“信息技术及应用远程培训”教育工程(简称 IT&AT 教育工程)。此项工程的启动得到了教育部有关领导的肯定,也得到了社会各界人士的关心与支持。利用中国教育卫星宽带网,结合地面互联网使培训课程可以迅速传送到全国各地,特别对于西部、边远地区不失为一种经济、方便的培训形式。

“IT&AT 教育工程”成立了由清华大学、北京大学、上海交大、信息产业部和中科院软件所等单位的信息技术领域的专家组成的专家组,规划教学大纲,制定实施方案,在全国范围内建立了教学培训机构,开通了工程网站(www.itat.com.cn)。

“IT&AT 教育工程”以介绍最新的信息技术为主要内容,以短平快的方式培训信息技术人才,突出先进性和实用性。培训课程设置的指导思想是求新、求快、求实用、覆盖面广、方式灵活、扩展性强。经工程专家组的多次研究讨论,确定在“IT&AT 教育工程”的培训计划中设置十八个技术大类和若干个应用类,涵盖基础的字表处理到高层次的网络编程、网络管理、电子商务及实用性极强的应用类课程等。

“IT&AT 教育工程”被专家誉为“有教无类”的平民学校,其培训对象可以是具有不同知识结构、不同文化层次和不同需求的各类人员。它一方面将满足广大公众对信息技术及应用技能的需求作为主要的培训目标,另一方面,也兼顾部分人员对最新的、最先进的信息技术的需求。工程还将根据不同行业对应用信息技术的特殊需求进行专门培训。另外,工程也将面临就业的在校学生作为培训的重点对象,对他们进行就业前的实用技术培训,以使其能够迅速适应社会需求,谋得理想职位。

另外,工程将为大家提供由清华大学、北京大学等著名高校教师和著名 IT 企业培训教师参与授课的各种基于 WEB 的流媒体课件,它集视频、图像、图形、动画、声音、文件为一体。课件中包含多层界面,其交互性比传统课件大大增强,使学生有身临其境的感觉,是一种非常理想的学习辅助手段。

为使工程能够健康、顺利地发展,工程在全国各地建立了承担接收培训课程、组织教学

的培训机构。由培训机构具体承担集体培训的工作,包括:组织收看培训课件、上机辅导、代理工程完成考试及发证等工作。通过考试的学员由工程颁发统一证书。获得证书的学员情况将随时在工程网站上公布,以备用人单位挑选。目前,已在中国人民大学、北京理工大学、上海交通大学、南京大学、兰州大学等单位建立了各类培训机构近 600 家,覆盖全国 31 个省、市、自治区。

配合工程课件建设,我们组织有关专家编撰了本套系列教材,全套教材与中国卫星宽带网上播出的课件相对应。部分课件的授课教师亲自参与了教材编写。对应用软件的介绍,吸收了国外的先进经验,采用任务驱动法和实例分析法进行讲授,以达到学员边用边学,以用为主,循序渐进地掌握信息技术的目的。本套系列教材由众多具有丰富计算机教学和有培训工作经验的高校教师和专业人士撰写,其内容与体系结构适用于各种教学、培训及自学,亦可用作大中专院校计算机及相关专业必修课及选修课教材。

本套系列教材由清华大学出版社、人民邮电出版社、机械工业出版社等相继出版。根据工程教材出版计划,全套教材将汇集信息技术及应用各方面的知识内容,达八十余种。今后将根据信息技术的发展不断修改、完善、扩充,保持始终追踪信息技术发展的前沿。

全国“IT&AT 教育工程”的宗旨是:树立民族 IT 培训品牌,以良好的服务赢得社会的欢迎,努力使之成为全国规模最大、系统性最强、质量最好、而且最经济实用的国家级信息技术培训工程,培养出千千万万个实用型信息技术人才,为实现我国信息产业的跨越式发展做出贡献。

全国“IT&AT 教育工程”负责人

薛玉梅

系列教材执行主编

2002 年 1 月 8 日

教育部实用型信息技术人才培训系列教材编辑委员会
(暨全国 IT&AT 教育工程专家组)

- 主任委员** 侯炳辉(清华大学 教授)
- 委 员** (以姓氏笔画为序)
- 甘仞初(北京理工大学 教授)
- 吴文虎(清华大学 教授)
- 陈 明(石油大学 教授)
- 陈 禹(中国人民大学 教授)
- 陈敏逊(上海交通大学 教授)
- 沈林兴(全国电子信息应用教育中心 高级工程师)
- 傅丰林(西安电子科技大学 副校长、教授)
- 彭 澎(首都经济贸易大学 副教授)
- 蒋宗礼(哈尔滨工业大学 教授)
- 赖茂生(北京大学 教授)
- 戴国忠(中国科学院软件研究所 总工程师、研究员)
- 执行主编** 薛玉梅(全国“信息技术及应用远程培训”教育工程负责人 教育部教育管理信息中心开发处处长 高级工程师)
- 执行副主编** 于 泓(教育部教育管理信息中心)
- 岳 锦(教育部教育管理信息中心)

前 言

20 世纪最后的 10 年人类社会活动发生了质的变化,以计算机网络技术为核心的创新产品推动了互联网的普及和发展,改变了人类生活与交流的方式,特别是互联网事业作为一个产业引入商业化经营理念以来,促进了商务信息流的传播。人们逐渐形成了这样的共识:一方面网络技术的发展推动了传统企业业务流程的再造,优化了经营过程,降低了经营成本,从而实现了企业商务活动的增值;另一方面企业投入大量商业资本介入网络事业寻求增值服务也促进了网络技术的创新与发展。

尽管如此,我们应该看到:一个不可争辩的事实摆在我们的面前,电子商务活动并不是一个依赖于网络技术的计算机产业,而是一个利用计算机网络技术支持的商务活动,它是一种信息化了的商务行为。离开商务经营的创新、离开市场经营的基本规律孤立地去强调网络技术工具的应用,必然为信息化了的商务企业注入泡沫成分。这也是本书的核心思想和写作理念。

因此,我们认为网络经济的发展不再是喧嚣的炒作,而是一场悄悄的商业化竞争,它必将以提高效率、降低成本、扩大销售和提高竞争力为主要特征。我们认为,传统企业电子商务的发展,将会使越来越多的企业认识到:电子商务的潜力首先是企业内部降低经营成本,其次才是获得增值效益;首先是确立企业对企业(B2B)商务活动的信息化流程,其次才是企业对顾客(B2C)销售和售后服务系统的信息化改造;首先应关注内部流程的再造,其次才是外部信息化工程;首先应关注企业信息系统管理的创新,其次才是商务经营活动的拓展;首先应关注商务经营的基本规律,其次才是计算机网络技术的应用;首先应关注企业经营战略转型,其次才是具体的商务计划的实施操作。因此,在本书的编写过程中,我们将上述思想作为主线并力求将这一理念体现于本书的各个有关章节中。本着这种写作思路我们撰写了写作提纲提交给教育部“IT&AT”工程领导小组。

承蒙教育部管理信息中心各位领导和专家的鼓励,委托我们撰写《电子商务实务》这本教材,并以此作为“IT&AT”工程系列统编教材之一。接受这样任务我们深感责任重大,关键时刻“IT&AT”工程各位领导给予我们大力支持和指导,并有幸聘请我国电子商务方面的专家——清华大学经济管理学院侯炳辉教授为本教材进行编审,在侯教授的热心指导下,我们修改了提纲,更加突出了写作特色。

本书在编写过程中明确展示了我们的创作理念,我们试图通过勾画传统企业实施电子商务的整体知识框架,为读者全面了解电子商务提供一个比较系统的教材,而不是单纯地介绍网上交易等技术知识。在内容结构上,力求做到系统的理论描述和生动的案例、实例介绍相结合;既有传统企业互联网转型所涉及的内部商务、B2B 和 B2C 商务等内容,又有实施电子商务所涉及的网络技术知识,突出本书的实务特点,同时尽量做到既规范又实用。

我们知道电子商务应用技术和技能是一个新兴的知识领域,学科体系具有广阔的发展空间,往往会出现理论赶不上实践发展的情形,因此本书的撰写需要我们不断追踪电子商务

领域的新动向、获取更新的信息和知识,鉴于我们知识结构的各自优势,在本书写作过程中进行了必要的分工。本书的第1、3、7、8、11、17章由张建三同志编写;其余各章均由孙杰同志负责编写,此书成稿以后在清华大学侯炳辉教授的指导下,由孙杰同志负责全书各章内容的最终定稿。

本书在编写过程中,得到了教育部"IT&AT"工程领导小组负责人薛玉梅处长及于泓老师的亲临指导和大力支持;清华大学出版社的编辑同志为本书的成功出版付出了大量心血。另外,天津南开大学国际商学院的张永强博士对本书的写作思路更是提出了独到见解;天津职业技术师范学院外语系的陈丽红同志也为本书的撰写提供了大量的文献资料 and 教学案例。在此一并表示深深的谢意。

因我们理论水平有限,更加上写作时间的仓促,书中难免存在一些错误和疏漏,恳请各位读者批评指正。

编 者

2001年12月30日
于天津科技大学图书馆

目 录

第一篇 电子商务的基础知识和基本技术

第 1 章 电子商务入门之钥匙——电子商务基础知识概述	2
第 1 节 电子商务概述	2
一、电子商务与传统商务的区别	2
二、最具潜力的电子商务模式	3
三、电子商务的优势和局限	6
第 2 节 电子商务的起源和发展	11
一、网络技术和商务电子化的萌芽	11
二、商务触网引发商务活动的革命	14
三、我国互联网和电子商务的发展	15
第 3 节 电子商务的时代背景	16
一、电子商务代表一种时尚,还是一个时代	16
二、传统企业是电子商务的主流	17
三、电子商务时代:快的打败慢的	19
【本章小结】	20
【本章习题】	20
第 2 章 电子商务活动之技术支持——互联网络管理与网络技术概述	21
第 1 节 国际互联网的管理	21
一、谁来管理因特网	21
二、互联网 IP 地址的分配与管理	22
三、域名及域名管理	23
第 2 节 互联网的应用和基本技术	26
一、万维网(WWW)技术的应用	26
二、电子邮件(E_mail)服务	29
三、文件传输(FTP)服务	31
四、新闻组(News Group)服务	33
五、电子公告板(BBS)和聊天室等服务	35
六、远程登录服务	37
七、URL 技术及其结构	37

八、搜索引擎技术	39
第 3 节 计算机网络及其网络设施	41
一、计算机网络的构成	41
二、局域网、城域网和广域网简介	43
三、内联网、外联网和因特网简介	43
四、企业内部网络的组织	48
第 4 节 网络互联协议	50
一、TCP/IP 协议	50
二、NetBEUI 通信协议	51
三、其他相关的协议简介	52
第 5 节 组织与因特网对接的问题	52
一、引入调制解调器的概念	52
二、ISP 和 ISP 提供的服务	53
三、上网能给企业带来什么	54
四、企业上网如何选择 ISP	55
第 6 节 虚拟主机和主机托管服务	56
一、虚拟主机	56
二、主机托管	56
三、主机托管的应用特点	56
第 7 节 网络连接技术手段之一: ISDN 专线介绍	57
一、ISDN 概述	57
二、市话 ISDN 提供两种基本数字接口	58
三、ISDN 线路优点	58
四、ISDN 终端设备及其功能	59
第 8 节 网络连接技术手段之二: DDN 专线介绍	61
一、DDN 专线介绍	61
二、DDN 专线的优点	61
三、DDN 节点类型	61
四、DDN 网络结构	62
五、DDN 网络业务类别	63
六、DDN 接入方式	64
第 9 节 网络连接技术手段之三: 宽带网络介绍	65
一、宽带网概述	65
二、ADSL 宽带网络技术	65
三、Cable Modem 宽带网络技术	66
【本章小结】	67
【本章习题】	67

第二篇 企业实施电子商务活动的流程

第3章 企业电子商务之根基——内部商务活动率先实施信息化管理	70
第1节 架设一个网络平台	70
一、内联网构架	70
二、内联网的基本作用	71
三、如何建好内联网	74
第2节 企业的再造活动	77
一、信息技术是企业再造的前提	77
二、组织再造	79
三、企业流程再造(BPR)	83
第3节 企业资源计划系统(ERP)	87
一、ERP——供应链时代的信息管理	88
二、ERP系统的管理思想及构成	91
三、如何实施ERP	94
【本章小结】	97
【本章习题】	97
第4章 企业电子商务成功之母——商务活动的策划与拓展	98
第1节 确立正确的电子商务经营理念	98
一、网络用户的爆炸性增长为电子商务活动奠定了市场基础	98
二、思维与意识的创新是开拓电子商务市场基石	99
三、发展电子商务是全球经济一体化的必然趋势	99
四、电子商务活动的核心是商务活动	100
第2节 电子商务活动的策划	101
一、电子市场调查	101
二、电子市场预测和可行性研究	104
第3节 电子商务活动的拓展	107
一、电子商务活动前台工程的建立	107
二、电子商务活动后台工程的建立	109
【本章小结】	110
【本章习题】	111
第5章 创建企业电子商务之窗口——商务网站的建立流程	112
第1节 第一步：网站建立的策划	112
一、电子商务网站的基本发展模式	112
二、电子商务网站建设应注意的问题	114
第2节 第二步：域名的申请	116
一、企业设定域名时应注意的问题	116

二、企业申请域名的基本流程	117
第 3 节 第三步：组网接入 InterNet	122
一、拨号上网解决方案	122
二、小型办公室 ISDN 专线上网解决方案	123
三、公用数字数据网(DDN)专线上网解决方案	124
第 4 节 第四步：创建电子商务平台	125
一、创建电子商务软件平台	125
二、网页的设计和规划	127
第 5 节 第五步：网站的测试与网站的发布	130
一、网站的测试	130
二、发布你的 Web 网站	132
【本章小结】	132
【本章习题】	133
 第 6 章 企业电子商务成功之本——企业网站的后期维护战略	134
第 1 节 电子商务网站的维护	134
一、什么是网站的维护	134
二、网站维护的内容	134
三、网站维护的基本条件分析	135
四、技术人员在企业网站维护时需要了解什么	136
五、网站维护的基本工作流程分析	136
第 2 节 电子商务网站维护策略	137
一、网站维护技术人才的管理战略	137
二、制定一整套网站维护的管理战略	138
三、网站维护的案例分析	139
【本章小结】	140
【本章习题】	141
 第三篇 企业电子商务经营的基本模型	
 第 7 章 企业电子商务经营模型之一——企业对企业商务策略	144
第 1 节 B2B——电子商务的第三次浪潮	144
一、B2B 概述	144
二、全球 B2B 市场的迅猛发展	146
三、网上采购的巨大商机	151
四、全球 10 大 B2B 市场简介	153
 第 2 节 供应链管理	157
一、供应链管理	157
二、订单管理	162

三、后勤管理	165
第 3 节 电子数据交换(EDI)	168
一、EDI 概述	168
二、EDI 与企业信息系统的集成	169
三、EDI 的应用	171
【本章小结】.....	174
【本章习题】.....	174
 第 8 章 企业电子商务经营模型之二——企业对顾客商务策略.....	175
第 1 节 网络营销.....	175
一、网络营销	175
二、网上调查	178
三、网络营销的八种策略	182
第 2 节 在线销售.....	183
一、网上商店	183
二、网上服务	188
三、把客户当作资产	191
第 3 节 物流配送.....	194
一、物流配送概述	195
二、第三方物流	197
三、物流配送战略	199
【本章小结】.....	201
【本章习题】.....	202
 第四篇 企业电子商务的发展	
 第 9 章 企业电子商务之发展趋势——电子商务的产业化服务.....	204
第 1 节 新闻、出版业的电子商务	204
一、新闻业走进网络时代	204
二、传统出版业到电子出版业的发展	209
第 2 节 旅游业的电子商务.....	213
一、我国旅游业的发展现状	214
二、电子商务旅游的基本要求	214
三、电子商务旅游网站的例子	215
第 3 节 人才市场的电子商务.....	216
一、电子招聘概述	216
二、电子招聘的问题分析:	217
三、电子招聘的策略分析	218
第 4 节 网上理财与网上证券交易.....	220
一、网上理财概述	220

二、网上证券交易	220
第 5 节 房地产信息服务	223
一、中国住宅与房地产信息网的建设	223
二、房地产信息网服务领域日益扩大	224
【本章小结】	228
【本章习题】	228
 第 10 章 企业电子商务活动之助推器——网上银行业的崛起	229
第 1 节 网上银行业概述	229
一、网上银行概念	229
二、网上银行经营的新概念	230
三、网上银行发展趋势分析	231
四、我国商业银行发展网上银行存在的问题	233
五、网上银行的服务方式	234
六、网上银行的特点	234
第 2 节 美国的网上银行介绍	236
一、美国安全第一网络银行(Security First Network Bank)	236
二、美国花旗银行(Citicorp 或 Citibank)	237
三、美洲银行(Bank of America)	238
第 3 节 招商银行——我国网上银行的旗舰	239
一、以科技为本打造精品,“一卡通”初现招行旗舰本色	241
二、“一网通”问世,招行再成业内典范	243
三、“一网通——网上银行”系统简介	245
四、在线企业银行系统的特点	246
第 4 节 我国传统商业银行触网情况介绍	247
一、中国银行	247
二、中国工商银行	249
三、中国建设银行	251
四、中国农业银行	252
五、交通银行	254
【本章小结】	255
【本章习题】	255
 第 11 章 企业电子商务活动的播种机——网络广告	256
第 1 节 网络广告概述	256
一、认识网络广告的优势和局限	256
二、熟知网络广告术语	260

三、成功的网络广告策略——亚马逊广告案例	262
第 2 节 善于造势——网络广告运作	263
一、网络广告类型和发布途径	263
二、网络广告应避免的误区	270
三、网络广告实施四步曲	271
第 3 节 抢占制高点——网络广告实践	272
一、为自己建一个出色的主页	272
二、学会为网络广告做广告	277
三、别忽视网上攻关	279
【本章小结】	281
【本章习题】	281

第五篇 企业电子商务面临的问题分析

第 12 章 企业电子商务面临问题分析之一——网络安全问题	284
第 1 节 安全问题的提出与策略	284
一、电子商务安全问题的提出	284
二、网络信息的安全隐患和防范措施	285
三、电子商务的信息交换为什么会带来隐患	286
四、电子商务对安全问题提出的要求	287
五、电子商务安全问题的解决方案	287
第 2 节 安全防范措施之一——加密技术	288
一、数据加密技术概述	288
二、对称式加密算法 (Symmetric Encryption) (私人密钥加密系统)	289
三、非对称加密算法 (Asymmetric Encryption) (公共密钥加密系统)	290
第 3 节 安全防范措施之二——鉴别技术	291
一、数字摘要 (Digital Digest)	292
二、数字签名 (Digital Signature)	292
三、数字时间戳 (Digital Time Stamp)	293
四、数字证书 (Digital Certificate, Digital ID)	294
第 4 节 安全防范措施之三——防火墙技术	294
一、防火墙技术概述	295
二、防火墙的种类	295
三、防火墙的措施	298
四、常用的防火墙产品	299
五、有关防火墙问题带来的思考	299
第 5 节 安全防范措施之四——资格认证体系	300
一、认证中心概述	301
二、认证中心主要任务	301
三、认证中心主要的基本功能:	301

四、认证中心的地位	302
五、认证中心机构的现状分析	302
【本章小结】	303
【本章习题】	303
 第 13 章 企业电子商务面临问题分析之二——电子支付问题	304
第 1 节 电子支付概述	304
一、电子支付的概念与特征	304
二、银行应用计算机技术实现收付结算电子化的发展	305
三、电子商务支付系统的发展情况	306
第 2 节 电子支付工具	306
一、电子支付工具概述	306
二、智能卡	307
三、电子现金	308
四、电子钱包	310
五、电子支票	312
第 3 节 支付网关和网络安全	312
一、支付网关概述	312
二、防火墙与网络安全要素	314
三、实现网上支付的必要条件	316
第 4 节 电子支付安全协议	316
一、SSL 安全协议	317
二、SET 安全协议	318
第 5 节 电子支付中存在的问题	321
一、安全支付的标准化问题	321
二、建立认证中心(CA)的问题	321
三、支付方式的统一问题	322
四、跨国交易中的货币兑换问题	322
五、法律问题	322
【本章小结】	322
【本章习题】	323
 第 14 章 企业电子商务面临问题分析之三——法律问题	324
第 1 节 电子商务法律的概念与有关法律问题	324
一、问题的提出	324
二、电子商务法律的概念与电子商务法律体系	325
三、电子商务的立法原则	327
第 2 节 保护隐私与隐私权问题	329
一、有关概念的解释	329

二、有关隐私权保护问题的探讨	330
三、电子商务中的隐私权保护的具体问题	334
第 3 节 知识产权及其保护问题	337
一、知识产权的概念和特点	337
二、知识产权保护问题的思考	338
三、版权及其保护	339
四、域名及其保护	342
五、专利及其保护	346
第 4 节 电子合同问题	349
一、电子合同的概述	349
二、电子合同的要约和承诺	350
三、关于电子商务合同条款概述	350
四、我国《合同法》对电子合同的法律规定	351
【本章小结】	353
【本章习题】	353
 第 15 章 企业电子商务面临问题分析之四——信用问题	354
第 1 节 概述	354
一、信用及其产生	354
二、信用问题困扰我国企业电子商务的发展	355
三、信用体系建立已经迫在眉睫	356
四、建立信用管理体系的基本思路	357
第 2 节 信用的测评方法	358
一、专家方法	358
二、评级方法	358
三、信用评分方法	360
第 3 节 信用监管体系的建立	360
一、对消费者个人信用的监管与信用评价	361
二、对企业信用的监管与信用评价	363
【本章小结】	364
【本章习题】	365
 第六篇 企业电子商务案例分析与战略制定	
 第 16 章 网络营销时代谁做秀——成功电子商务企业之案例分析	368
第 1 节 企业内部电子商务案例选	368
第 2 节 B2C 网站的经典案例选	371
第 3 节 B2B 网站的经典案例选	379
第 4 节 服务性网站的经典案例选	382
【本章习题】	384