

高等学校 **电 子 商 务 专 业** 规划教材

电子商务概论

(第2版)

戴建中 著



清华大学出版社

高等学校 **电 子 商 务 专 业** 规划教材

电子商务概论

(第2版)

戴建中 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

随着网络技术的飞速发展,商务活动电子化的优越性显而易见,传统的商务交易方式正向网上商务方向演变。电子商务类的课程已成为高校经济管理类专业的主要课程。本书全面阐述了电子商务的基本理论和包含的各方面内容,重点介绍电子商务的实用方法,突出电子商务在商务活动中的实际应用,结合典型实例和软件工具阐述方法和原理。

本书包含电子商务基本概念、电子商务技术基础、网站建设基础、网站运营、网站评估、网络营销、电子支付、电子商务安全、电子商务物流、电子商务法规、电子商务赢利模式、必备计算机技能、电子商务应用案例等内容。

本书既可作为高等院校电子商务类课程的教材,也可作为企业如何开展电子商务的实用指导书,还可作为广大青年朋友进行电子商务理论学习和电子商务创业实践的入门参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/戴建中著. —2版. —北京:清华大学出版社,2012.1

(高等学校电子商务专业规划教材)

ISBN 978-7-302-27062-1

I. ①电… II. ①戴… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第205257号

责任编辑:袁勤勇

责任校对:梁毅

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62795954,jsjic@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015,zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:20

字 数:503千字

版 次:2012年1月第2版

印 次:2012年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:33.00元

产品编号:037490-01

前 言

电子商务的重点是“商务”

互联网凭借巨大的资源优势 and 低成本优势,正在深刻而广泛地改变着人们的工作、生活、娱乐习惯,互联网的商业应用价值与日俱增。通过互联网,企业与顾客之间可以实现全天候信息交流,并可在网站系统中向客户展示产品和服务。互联网突破了时间限制和空间距离,使得上网企业能够在任何时间与顾客零距离交流。商务活动的电子化的优越性显而易见,传统的商务交易方式正向网上商务方向演变,因此它蕴涵着无限的营销机会。如何适应网络经济?如何建立健全网上的服务模式?如何改变企业的经营战略?如何在网上开发商机?电子商务这一全新的商务模式将为读者找到诸如此类问题的答案。

电子商务的经商之道依然跳不出传统商务的理论体系,它的重点是“商务”,“电子”只是手段和工具,其经商之道的本质没有变。但千万别小看这“手段”和“工具”,正由于手段和工具变了,使得电子商务迅速成为广大企业拓展市场、提高服务质量的重要手段,也成为个体创业的较佳方式。短短几年,电子商务已成为一个蓬勃发展的专业。

本书对电子商务的基本理论和应用方法作了全面的阐述,其内容体现了时代性和职业性,汇聚了国内外电子商务发展中的新动态、新知识、新方法、新工具,既可作为高等院校电子商务类课程的教材,也可作为企业如何开展电子商务的实用指导书,还可作为广大青年朋友进行电子商务理论学习和电子商务创业实践的入门参考书。

实践是学好电子商务的关键

电子商务发展迅猛,日益渗透到我们的生产经营活动和日常生活中。电子商务的知识与技能是 21 世纪所有大学生必须要掌握的,而不仅仅是电子商务专业的学生才需要学习电子商务。

我们学习电子商务就是要本着实用的目的去学,而不是去背诵一大堆的新名词和新概念。经过 1~2 年的学习,我们应学会如何利用互联网来为生产经营活动带来订单,如何利用网站平台的特色功能来为企业进行宣传服务,如何利用网络服务功能来丰富我们的日常生活。因此,电子商务的实质就是利用互

联网平台来进行商务应用活动,这里“商务”是重点。至于各种类型的网站平台的开发编程,一般由计算机专业人士来完成,其他专业的学生应侧重于应用环节方法和技能的学习。

如何才能学好电子商务这门技能?我们说,在岸上学不会游泳,一定要在互联网实践中学习,边看书,边操作,边运营,才能事半功倍,学以致用。

在互联网实践中学习并不等同于在机房实验。前几年大多数学校是采购社会上某些教育软件公司的教学模拟软件,在机房安装,就构成了电子商务实验室。这些软件在功能上都模拟了B2B、B2C、收发电子邮件、博客营销和物流配送等内容,但各家公司软件的操作各不相同,与互联网上的真实网站相差甚远,在软件实现手段和模块功能上都远远落后于互联网应用现状,最糟糕的是这些模拟软件无法在互联网上真实运营。所谓学生的上机实验是花大部分时间来熟悉模拟软件的操作步骤,通俗地说是在“走程序”,而对网站的运营技巧和企业的经营思路根本没有触及,对真实互联网环境的网站建设没有任何帮助,对课本理论知识也没有起到佐证的实验作用。

由于互联网日益普及,青少年网民对于电子邮件、QQ等即时通信工具、淘宝、搜索引擎的使用,博客的撰写和查阅等早已驾轻就熟,对于有些新软件、新工具,比大学老师还要领先使用。他们所缺乏的是独立网站的架构方法、各类网站各种功能的归纳和比较、网站的运营方法、电子商务的赢利模式等系统性的知识和技能,也就是电子商务的综合应用。要解决这个综合应用,不是某单科课程所能解决的问题。解决这个问题的思路是,老师与学生共同经营或者独自经营网站,把若干门主干课程贯穿于某个真实网站的运营,边运营网站边进行课堂学习,才能把网站建设、互联网技术基础、支付与安全、网络营销、物流配送、客户关系、电子商务系统设计等概念讲解清楚。学生把若干门课程学完的同时,也已成功运营了一个网站,这个网站对学生以后的就业和创业起着至关重要的作用。

电子商务实验教学的改革突破口就是走出实验机房,来到互联网真实环境。目前,这个时机已经到来。

真实的互联网就是我们的实验室,而它就在我们身边。我们应该将实验机房与公网相连接,购买虚拟空间和真实网站系统,给每位学生搭建他们自己独立的门户网站,这样学生在课上或课下,在机房或宿舍,都能随时接触自己的网站。他们在1~2年的大学专业课程学习中逐步学会操作网站,增加网站内容,将网站的所有功能使用一遍,并熟练应用。当他们的网站能明确某个主题,带来较多稳定的流量,聚集稳定的客户群,能实现某方面的经营目标时,那么这位学生的电子商务成绩合格了,可以毕业了。

当然这类门户网站要求功能齐全,覆盖主要课程。门户网站的主要功能应该包含内容模型、会员系统、客户问答系统、网站专题、财务支付、订单管理、广告、邮件订阅、短消息、自定义表单、全站搜索、投票问卷调查、客户评论、友情链接、公告栏、留言本、图片、视频、下

载、分类信息、商场购物等多个功能模块组成。本教材配套的门户网站(www. bcd123. com)就提供了与课本相对应的功能模块,并有整套的实验方案,对理论教学起到概括与提高的作用,将实践教学与理论教学完美地结合起来。

实用、求新、配套是本教材的特点

电子商务概论课程是高校电子商务专业和信息管理专业的核心课程,也是经济管理类专业的主要课程。虽然目前市面上电子商务类的书籍很多,但是让人感觉满意的精品之作却寥若晨星,既能阐述电子商务理论又能阐述电子商务具体方法的书籍少之又少。有的教材把计算机基础内容、企业信息化内容、经济管理内容组合在一起,构成了电子商务教材,这样既不能把各章内容有机结合在一起,也不能给读者指出电子商务的应用方法。

电子商务是一门实践性很强的学科,电子商务概论是一门电子商务的入门课程,若仅阐述大篇理论而使读者得不到操作的具体方法,那么仍然起不到引导读者在互联网中实战的目的。本书适当阐述理论,侧重于具体方法、工具和实践经验的介绍。所以实用是本教材的第一个特点。

由于电子商务是一门日新月异的学科,一本好的教材要把最新的互联网成果、最新的商务模式、最新的电子商务应用数据呈现在大学生面前,从而激发起广大读者对电子商务的兴趣,提升读者对电子商务的信心,使得每一届学生始终走在理论和技术的的前沿。本教材每隔两年就会更新版本。所以求新是本教材的第二个特点。

教材使用的对象是学生与教师,一堂课上的成功与否关键在教师。所以在教材的内容编排上要利于教学形式的组织,在教材章节的安排上以一节课为单位来编排,并配套网站、实践平台、美观的课件、详细的教案、试题和考试练习平台等教学素材,使得青年教师比较容易组织好教学各个环节,从而解决好广大教师迫切需要的教材素材配套问题。所以配套是本教材的第三个特点。

本书是在作者近十年教学经验积累的基础上动笔完稿的,也可以说整整写了十年。书中所引用到的方法和工具,都是作者亲自使用和实践过的。“素肌美人精油”批发网店也是作者亲自建立和用于教学研究的网站,其经验均来自于实践。

本书第2版与第1版相比,除了更新数据和概念之外,还增加了大量实用操作方法和案例,对网站运营方法和评估方法进行了归纳和总结,此外,还增加了一些实验供教师和读者选用。读者学完本书后,可以达到掌握电子商务基本概念,了解电子商务最新知识,知晓电子商务经营之道的目的。

从这几年的教学实践来看,学生在学习电子商务课程的同时,纷纷开店进行网络创业实践活动,并对用网络营销的具体方法来指导创业有浓厚的兴趣。鉴于电子商务等相关专

F O R E W O R D

业就业形势严峻,所以适当鼓励学生创业并教授一些具体方法是明智之举,所以在本书中加入围绕网络营销方法为核心的电子商务创业实践、电子商务企业应用等电子商务实践指导章节。

教学要求和建议

在本书编排上,每章开头都有“学习目的”和“关键词”栏目,结尾都有“专业词汇”、“本章小结”和“练习作业”栏目,有助于读者在学习中抓住重点。本书包含电子商务基本概念、电子商务技术基础、网站建设基础、网站运营、网站评估、网络营销、电子支付、电子商务安全、电子商务物流、电子商务法规、电子商务赢利模式、必备计算机技能、电子商务应用案例13章内容。

本书计划课时48学时,前十章属于基础理论部分,建议36学时,后三章属于应用实践部分,建议12学时。各章节学时数安排建议:第1章电子商务基本概念,4学时;第2章电子商务技术基础,6学时;第3章网站建设基础,4学时;第4章网站运营,4学时;第5章网站评估,2学时;第6章网络营销,6学时;第7章电子支付,4学时;第8章电子商务安全,2学时;第9章电子商务物流,2学时;第10章电子商务法规,2学时;第11章电子商务赢利模式,4学时,可采用2小时授课方式,2小时讨论课方式;第12章必备计算机技能,2学时,可选用;第13章电子商务应用案例,6学时,可采用讨论课方式,也可让学生将自己的方案上讲台讲解。附录为公司注册流程和相关文件表格,供创业的学生在注册公司时参考。

本书每章后面附有相关实验内容,有条件的学校应该购买虚拟空间和实验方案供学生动手操作,这些实验可集中在机房以上课的方式进行讲解,也可让学生在可上网的计算机上自行操作。实验的学时数应与理论教学的学时数至少在1:2的比例配备,当然实验学时数能安排得多一些,那就更好。

配合本书学习的教学辅导网站为 www.bcd123.com,包含教学建议、课件、学习交流、思考题等相关内容。

鉴于本人水平有限,书中难免有不足之处,请广大读者批评指正。

作者
2011年9月

目 录

第 1 章 电子商务基本概念	1
1.1 电子商务发展历程	2
1.1.1 互联网的发展过程	2
1.1.2 国际电子商务的发展过程	2
1.1.3 我国电子商务的发展过程	3
1.1.4 电子商务代表人物	4
1.2 电子商务概念	6
1.2.1 电子商务定义	6
1.2.2 电子商务系统	7
1.2.3 “电子”与“商务”的关系	8
1.2.4 电子商务的主要特点	8
1.2.5 对社会产生的影响	9
1.2.6 应用中存在的问题	10
1.3 互联网应用现状	12
1.3.1 网民规模与结构特征	12
1.3.2 互联网基础资源	14
1.3.3 网民网络应用	15
1.4 电子商务应用模式	15
1.4.1 电子商务交易模式	15
1.4.2 影响电子商务成功的要素	17
1.4.3 企业迫切需要的电子商务类型	19
1.4.4 梅特卡夫定律	19
【本章实验】	20
实验一 百科网站(wiki)的使用	21
【专业词汇】	23
【本章小结】	24
【练习作业】	25

第 2 章 电子商务技术基础	26
2.1 互联网基本概念	27
2.1.1 互联网的定义	27
2.1.2 互联网协议	27
2.1.3 万维网	27
2.2 互联网接入方式	28
2.2.1 普通电话拨号上网(PSTN 接入)	29
2.2.2 一线通接入(ISDN 接入)	29
2.2.3 ADSL 接入	30
2.2.4 有线通	30
2.2.5 局域网接入	31
2.2.6 无线接入	31
2.3 IP 地址	33
2.3.1 基本概念	33
2.3.2 网络分级	35
2.3.3 网络连通	37
2.4 域名	38
2.4.1 域名的概念	38
2.4.2 域名的分类	39
2.4.3 中文域名	40
2.4.4 无线网址	42
2.4.5 域名注册	43
2.4.6 域名解析	43
2.4.7 域名价值	44
2.4.8 域名策略	45
2.5 虚拟空间	46
2.5.1 自建机房	46
2.5.2 主机托管	46
2.5.3 主机租用	47
2.5.4 虚拟主机	47
【本章实验】	49
实验二 Web 空间的开通	49

【专业词汇】	51
【本章小结】	53
【练习作业】	54
第3章 网站建设基础	55
3.1 从不同角度理解网站建设的概念	56
3.1.1 计算机技术人员在网站建设中的主要工作	56
3.1.2 企业经营人员在网站建设中的主要工作	56
3.2 网站应该发挥的作用	56
3.3 网站建设的方法	57
3.3.1 购买	57
3.3.2 租赁	57
3.3.3 外包	57
3.3.4 自建	57
3.4 网站类型	58
3.4.1 门户网站	59
3.4.2 百科网站	60
3.4.3 论坛网站	61
3.4.4 分类信息网站	62
3.4.5 贸易平台网站	62
3.4.6 交友网站	63
3.4.7 社区互动(SNS)网站	64
3.4.8 购物网站	64
3.5 选用适宜的网站平台	65
3.5.1 自建独立网站系统	65
3.5.2 选用大型商贸平台	66
3.6 网站建设的流程	66
3.7 营销型网页制作技巧	67
3.7.1 目录结构和URL	67
3.7.2 导航结构	68
3.7.3 框架结构	69
3.7.4 图像优化	69

C O N T E N T S

【本章实验】	70
实验三 www.bcd123.com 域名解析与绑定	70
【专业词汇】	72
【本章小结】	73
【练习作业】	73
第4章 网站运营	74
4.1 网站架设	75
4.1.1 购买域名	75
4.1.2 购买虚拟空间	78
4.1.3 上传服务器	80
4.1.4 测试	82
4.2 熟悉网站操作	83
4.2.1 后台操作	83
4.2.2 前台操作	85
4.2.3 权限设置	85
4.3 网站装修	86
4.3.1 构思网站栏目	86
4.3.2 撰写网站文稿	86
4.3.3 设计网站图片	87
4.3.4 货品上架	87
4.3.5 支付与物流	87
4.4 人员配置	88
4.4.1 图片设计人员	88
4.4.2 内容编辑人员	88
4.4.3 客户服务人员	89
4.4.4 技术维护人员	89
4.5 客户服务类别	89
4.5.1 在线值守模式	89
4.5.2 有问必答模式	91
4.5.3 常见问题罗列模式	91
4.5.4 客户服务时间	92

4.6	积分促销方法	92
4.6.1	通过购物累计积分	92
4.6.2	通过参与网站活动累计积分	92
4.7	数据备份	93
	【本章实验】	93
	实验四 网站基本设置	93
	【专业词汇】	97
	【本章小结】	97
	【练习作业】	99
第5章	网站评估	100
5.1	技术标准	101
5.1.1	有多种在线沟通方式	101
5.1.2	网站打开时间较短	104
5.1.3	网站导航性较好	104
5.1.4	有站内搜索功能	104
5.1.5	有在线支付功能	105
5.1.6	有常见问题解答功能	105
5.1.7	网站界面	105
5.1.8	网站代码的正确性	105
5.2	运营标准	106
5.2.1	网站排名	106
5.2.2	网站 PR 值	106
5.2.3	网页链接数	107
5.2.4	客户黏度	107
5.2.5	网站维护	108
5.3	网站评估工具	108
5.3.1	浏览量评测	108
5.3.2	站长工具	110
	【本章实验】	111
	实验五 分类信息网站的使用	111
	【专业词汇】	112

C O N T E N T S

【本章小结】	113
【练习作业】	113
第 6 章 网络营销	114
6.1 搜索引擎	115
6.1.1 搜索引擎分类	115
6.1.2 知名的搜索引擎介绍	116
6.1.3 网站排名 Alexa	121
6.1.4 关键词策略	122
6.1.5 登录搜索引擎	125
6.2 电子邮件营销	129
6.2.1 邮件营销方法	129
6.2.2 垃圾邮件	132
6.2.3 电子杂志	133
6.3 虚拟社区营销方法	136
6.3.1 基本概念	136
6.3.2 营销方法	137
6.4 网络广告	138
6.4.1 网络广告类型	139
6.4.2 提高网络广告效果的方法	139
6.4.3 网络广告的计费模式	140
6.5 病毒营销	141
6.5.1 基本概念	141
6.5.2 病毒性营销的特点	142
6.5.3 病毒性营销的界限	143
6.5.4 病毒性营销的成本	143
6.5.5 常用方法	143
6.6 交换链接	145
6.6.1 基本概念	145
6.6.2 主要方法	146
6.6.3 注意事项	147
6.6.4 太极链交换链接平台介绍	148

6.7 其他网络营销方法	149
6.7.1 网站联盟	149
6.7.2 SNS社区营销	150
6.7.3 Twitter营销	150
6.7.4 小i机器人营销	150
6.7.5 免费营销	151
6.7.6 无线营销	151
【本章实验】	152
实验六 商贸网站(B2B)的使用	152
【专业词汇】	152
【本章小结】	154
【练习作业】	156
第7章 电子支付	157
7.1 电子货币	158
7.1.1 电子货币的含义	158
7.1.2 储值卡	159
7.1.3 银行卡	161
7.1.4 信用卡	162
7.2 虚拟货币	167
7.3 网络银行	167
7.3.1 网络银行的特征	167
7.3.2 网上银行业务介绍	168
7.3.3 招商银行	169
7.3.4 其他银行的网上银行	170
7.4 第三方支付平台	174
7.4.1 第三方支付平台的概念	174
7.4.2 第三方支付平台的赢利方式	175
7.4.3 支付宝介绍	175
7.5 手机支付平台	179
7.5.1 消费者使用方法	179
7.5.2 商户的使用方法	179

C O N T E N T S

【本章实验】	179
实验七 购物商城网站的使用	179
【本章词汇】	180
【本章小结】	181
【练习作业】	181
第 8 章 电子商务安全	182
8.1 电子商务安全概述	183
8.1.1 计算机网络安全	183
8.1.2 商务交易安全	183
8.1.3 电子商务的安全要求	184
8.2 电子商务安全技术	184
8.2.1 加密技术	184
8.2.2 认证技术	185
8.2.3 安全电子交易协议	186
8.2.4 黑客防范技术	187
8.2.5 虚拟专网技术	187
8.2.6 反病毒技术	188
【专业词汇】	188
【本章小结】	188
【练习作业】	189
第 9 章 电子商务物流	190
9.1 物流基本概念	191
9.1.1 与物流相关的四流	191
9.1.2 物流定义	191
9.1.3 物流基本职能	191
9.1.4 物流的分类	195
9.2 电子商务与物流的关系	197
9.3 物流信息技术	198
9.3.1 条码技术	199
9.3.2 EDI 技术	199
9.3.3 射频技术	199

9.3.4	GIS 技术	200
9.3.5	GPS 技术	200
9.4	物流配送	200
9.4.1	中国邮政	200
9.4.2	民营快递公司	201
9.4.3	公路托运	202
9.4.4	支付宝的物流合作公司	202
	【专业词汇】	203
	【本章小结】	203
	【练习作业】	204
第 10 章	电子商务法律	205
10.1	电子商务立法概述	206
10.1.1	电子商务法规现状	206
10.1.2	电子商务立法指导原则	207
10.2	电子商务法律体系框架	208
10.2.1	电子商务参与各方的法律关系	208
10.2.2	电子商务交易合同的法律问题	209
10.2.3	电子支付中的法律问题	209
10.2.4	电子商务交易安全的法律保障	210
10.2.5	电子商务中的知识产权保护	211
10.2.6	隐私权保护问题	211
10.3	与电子商务相关的法律介绍	212
10.3.1	电子合同法规	212
10.3.2	电子签名法规	212
10.3.3	电子认证法规	213
	【专业词汇】	215
	【本章小结】	216
	【练习作业】	216
第 11 章	电子商务赢利模式	217
11.1	适合在网上销售的产品	218
11.1.1	卖产品	218

C O N T E N T S

11.1.2	卖广告	224
11.1.3	卖服务	225
11.2	传统企业的上网益处	225
11.2.1	通过网络获得直接客户	226
11.2.2	降低经营成本	226
11.2.3	增加额外市场	226
11.2.4	降低交易费用	226
11.2.5	提高管理效率	226
11.3	网络企业的赢利模式	226
11.3.1	交易平台模式	226
11.3.2	佣金模式	226
11.3.3	打折券模式	227
11.3.4	信息置顶收费模式	227
11.3.5	电信增值模式	227
11.3.6	销售虚拟产品模式	227
11.3.7	广告模式	227
11.3.8	网络服务模式	228
11.3.9	销售实体产品模式	228
	【专业词汇】	228
	【本章小结】	228
	【练习作业】	229
第 12 章	必备计算机技能	230
12.1	图片制作	231
12.1.1	图片的基本文件格式	231
12.1.2	图片处理方法	233
12.1.3	常用图片处理软件介绍	233
12.2	通信工具	237
12.2.1	电子邮箱	237
12.2.2	即时通信	237
12.2.3	专用客服软件	238
12.2.4	网络电话	239