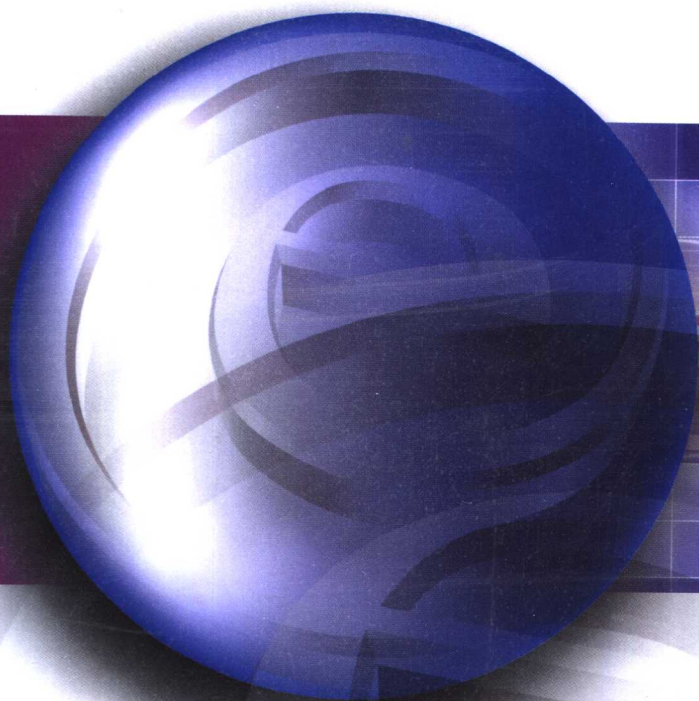




面向 21 世纪**电子商务**专业核心课程系列教材
全国高等院校电子商务联编教材



王全胜 等编著

电子商务原理

Principles of E-Business

北京大学出版社
<http://cbs.pku.edu.cn>

面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材

全国高等院校电子商务联编教材

电子商务原理

Principles of E-Business

王全胜 等编著

北 京 大 学 出 版 社

Peking University Press

内 容 提 要

电子商务作为一个新兴的商务应用领域,正在影响和改变着社会经济生活的各个方面。政府、个人、企业都应从不同的方面了解电子商务的技术,以适应信息社会。本书的目的就是全面介绍电子商务的应用和相关技术。全书共分 8 章,分别介绍了电子商务的概念、发展历史及其对社会经济的影响,电子商务的机理与运行模式,电子商务的网络基础——Internet 和 WWW,电子商务的安全技术,电子商务的支付技术,电子商务物流,电子数据交换标准——EDI 和电子商务交换标准,最后探讨了企业电子商务应用战略。

本书系“面向 21 世纪高等院校电子商务专业核心课程系列教材”中的一种,可作为高等院校电子商务本专科专业、经济管理类本科生的教科书,也可作为 MBA、经济管理类专业硕士生的教学用书,对企事业单位从事电子商务研究与应用的管理和技术人员也有重要的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务原理/王全胜编著. —北京:北京大学出版社, 2002.1

(面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材)

ISBN 7-301-05025-9

I. 电… II. 王… III. 电子商务—高等学校—教材

IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 039938 号

书 名: 电子商务原理

著作责任者: 王全胜

责任编辑: 王 妍

标准书号: ISBN 7-301-05025-9/TP-0533

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

电 话: 出版部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765013

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 河北省滦县滦兴书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 14 印张 342 千字

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 22 元

面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材

编 委 会

顾 问

王其文（北京大学光华管理学院副院长，博导）

丁秋林（南京航空航天大学计算机应用研究所所长，博导）

编委会主任

宋 玲（信息产业部信息化推进司司长、中国电子商务协会理事长）

编委会副主任

谢新洲（北京大学新媒体与网络传播系主任，教授）

张会生（信息产业部信息化推进司综合处处长、中国电子商务协会副理事长）

编委会成员

张宝泰（信息产业部信息化推进司发展处处长、中国电子商务协会副理事长）

洪京一（信息产业部信息化推进司基础处处长）

刘 航（信息产业部信息化推进司综合处副处长）

赖茂生（北京大学信息管理系副主任、博导）

马费成（武汉大学信息管理学院院长、博导）

张 进（南京审计学院博士后）

总 策 划

姚国章

副总策划

王曰芬 黄建康

策划编辑

黄庆生

编写人员（按姓氏笔划排序）

丁晟春（南京理工大学）

王立松（南京航空航天大学）

傅铅生（南京航空航天大学）

伍琳瑜（南京邮电学院）

李世收（南京工业大学）

陈 兵（南京航空航天大学）

张 铎（北方交通大学）

邵兵家（重庆大学）

罗正军（南京航空航天大学）

姚国章（南京邮电学院）

徐月芳（南京航空航天大学）

钱旭潮（河海大学）

黄建康（南京审计学院）

潘 郁（南京工业大学）

王曰芬（南京理工大学）

王全胜（南京大学）

甘利人（南京理工大学）

刘 玉（南京审计学院）

汪 群（河海大学）

张忠林（南京理工大学）

张 楚（北京邮电大学）

陆敬筠（南京工业大学）

林自葵（北方交通大学）

姚志国（审计署南京特派办）

高富平（华东政法学院）

钱红燕（南京航空航天大学）

盛晓白（南京审计学院）

丛书总序

王其文（2002年1月）

以互联网为核心的信息技术正在对人类社会的发展、进步和繁荣起着越来越重要的影响。以互联网在经济活动中的应用为本质特征的电子商务已经渗透到社会生活的方方面面，成为推动新世纪世界经济增长的重要力量。

在我国，电子商务的发展在经历了“概念炒作”的第一阶段和“DOT COM 公司竞相涌现”的第二阶段后，目前已基本进入理性发展的第三阶段。这一阶段的主要特征是：大量的传统企业作为电子商务发展的主角，通过网络和其他信息技术在生产经营活动各个环节中的应用，以达到降低生产成本、提高效率、开拓市场和服务客户等目的，继而提高企业的市场适应能力和竞争实力。

在经历了长达十五年之久的艰苦谈判以后，中国加入 WTO 最终变成了现实。对数以千万计的中国企业来说，“入世”为它们打开国际市场的同时，也对它们的生存、发展带来了前所未有的挑战，惟有审时度势、苦练内功、不断提升企业的核心能力，适应世界经济全球化的需要，才能在日益加剧的国际、国内竞争中赢得更为广阔的发展空间。发展电子商务是中国企业迎接“入世”挑战，增强企业实力的必然选择。从未来的发展趋势看，网上市场已成为另一个“WTO”，没有电子商务这张入场券，企业必将被排斥在“网络 WTO”之外。不要低估这个虚拟的“WTO”的作用，实际上，经济全球化的发展越是深入，它的作用和地位就越是突出。尽管加入“网络 WTO”不需要漫长的等待和繁琐的程序，但需要每一个企业切切实实的行动。

制约中国电子商务发展的因素有多种，但我认为，最关键的还是缺乏适应电子商务发展要求的高素质、复合型人才，“入世”的冲击将使这一问题更加表面化。可喜的是，培养高层次电子商务人才已受到我国政府和各高校的普遍重视。2001 年第一批经国家教育部批准的 13 所高校，如北方交通大学、北京邮电大学、南京理工大学、南京审计学院等已经开始招收“电子商务”专业本科生。有关高校在 MBA 人才培养上也增加了电子商务研究方向的比重，有的高校已经开始通过网上远程教育的方式培养电子商务的专门人才，如重庆大学、华南理工大学、厦门大学等。作为高等教育发展的后起之秀，目前国内有很多高职高专的院校把培养电子商务应用型人才作为自己的责任，这几年的招生规模在不断扩大。此外，电子商务自学考试和各种形式的在职培训以及职业技能教育对培养各种层次的电子商务人才也起着不可或缺的作用。可以说，在还没有成熟的国际经验可以借鉴的情况下，我国电子商务专业人才的培养已经有了一个良好的开端。但是，我们也应看到，目前我国在电子商务人才培养方面还存在诸多的不足，如课程设置、教材与实验室建设、师资配备等许多方面离高层次、复合型的电子商务人才培养要求还存在不小的差距。

在电子商务教材建设方面，目前市场上已经有多种，不同的版本都各具特色，为中国电子商务教育的发展起到了重要的推动作用。摆在读者面前的这一套由北京大学出版社组织编

写的“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”的特色体现在以下三个方面：

第一，系列教材的课程设置较为全面、科学。全套教材一共有 12 种，分别是：《计算机网络技术》、《电子商务原理》、《电子商务网站设计与管理》、《电子商务数据库技术》、《企业信息化建设与管理》、《电子商务与企业管理》、《电子商务法》、《电子商务与现代物流》、

《网络安全与电子商务》、《网络营销与管理》、《网络金融学》和《电子商务案例》，基本涵盖了电子商务学科发展的各个方面，既可以作为电子商务本、专科专业学生的教材，也适合 MBA、经济管理类专业的硕士生和本科生选用，对高职、高专的学生来说，可以选用其中的数种，舍去一部分较难的内容，同样是一套合适的教材。

第二，作者队伍阵容强大。系列教材的 20 余位作者来自国内十余所大学和政府机构，不少是近年来活跃在电子商务教学与科研领域的专家、教授，其中将近一半具有博士学位或为在读博士，具有一定的学术造诣。来自不同学校和机构的各位作者自始至终秉着“信任、合作、创新、发展”的原则，视推动我国电子商务教育发展为己任，充分发扬了良好的团队精神。是他们的精诚团结和卓有成效的工作才完成了这项有意义的任务，为读者奉献上了有价值的作品。

第三，有较大的创新之处。在电子商务学科建设方面，国际上也没有完全成熟的经验，尽管有各类商业性的培训，但在课程设置和教学内容等方面明显缺乏系统性和科学性。本系列教材在课程设置、内容安排上有较大的创新，较好地把信息技术和经济管理的基本理论紧密结合起来，内容深入浅出，融会贯通，不但适合课堂教学，而且也适合学生自学。

这套教材虽有 12 本之多，但只是集中在培养电子商务专业人才的一个方面——电子商务技术的层面。作为一个从事电子商务的高素质、复合型人才，管理学领域的基础知识应该是他们的基本功，比如生产作业管理、财务会计、市场营销、人力资源管理、组织行为、战略管理等。这些内容有些包括在本套系列教材的章节中，有些因为已经有了多种现成的教材，所以系列教材选题时不是面面俱到，而是集中在国内的教材比较缺乏的课程上。

当然，作为一套颇具新意的电子商务专业教材，肯定会有一些不足之处，比如还缺乏有关电子商务实验的课程，另外在吸收国外同行的学术研究成果方面也显不够。相信在教师和学生使用过程中还会发现不少问题，希望各位作者充分把握学科的发展趋势，注意吸收国内外最新的研究成果，最大限度地考虑读者的各种需求，在再版时进一步完善。

丛书介绍

由全国十余所大学 20 多位专家、学者共同参与编写的“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”今天终于与读者见面了，我们怀着欣喜和不安的心情期待着广大读者的评判。喜的是，经过全体参编人员历时一年的艰苦努力总算有了一个满意的结果；不安的是，尽管我们已经尽了最大的努力，但我们知道，离读者的需要和社会的发展还存在不小的差距，我们还需要继续坚持不懈的努力。

组织编写这套教材的目的是为了适应信息技术的发展需要，推动中国经济和社会的信息化进程，加快中国电子商务的发展步伐，促进高层次、高素质、复合型的电子商务专业人才的培养。众所周知，中国加入 WTO 后，国内市场国际化的进程将大大加快，参与世界经济全球化的程度也将大大深入。在新形势下，如何提升我国的综合国力和增强我国企业的国际竞争力，已成为各级政府和相关企业共同面临的紧迫任务。国际、国内的实践证明，发展电子商务是推动国民经济发展、促进社会繁荣、进步的重要举措，共同推进中国电子商务的发展已成为各级政府和广大企业的共识。发展电子商务的关键是人才，培养电子商务人才的重点在于教育。而教材建设在电子商务教育中又起着十分重要的作用。北京大学出版社把电子商务专业教材建设作为一项重要任务，组织了这样一套有价值、有特色、有创新的适合于电子商务专业本、专科专业教学，同时也适用于 MBA、经济管理类专业硕士生、本科生学习电子商务知识的教材。

本系列教材一共有 12 种，每一种的主要内容如下：

《计算机与网络技术》作为电子商务技术基础课，主要包括计算机硬件基础及系统结构、常用外设和接口、计算机多媒体技术、计算机网络基础和综合布线等四部分。除了介绍一般的计算机组成原理外，还包含了当前最新的计算机接口、外部设备和计算机网络等实用技术，是一本通俗易懂、注重实用的教科书。

《电子商务原理》的目的是全面介绍电子商务的应用和相关技术。全书分别介绍了电子商务的概念、发展历史及其对社会经济的影响，电子商务的机理与运行模式，电子商务的网络基础——Internet 和 WWW，电子商务的安全技术，电子商务的支付技术，电子商务物流，电子数据交换标准——EDI 和电子商务交换标准，最后探讨了企业电子商务应用战略。

《电子商务网站设计与管理》在介绍电子商务应用系统工作流程与电子商务网站类型、结构及功能的基础上，概括了电子商务网站设计与管理总体思路；详细地阐述了电子商务网站规划的意义和具体内容；介绍了电子商务网站运行的技术环境和当前流行的网站开发技术与工具；全面地论述了电子商务网站内容设计的流程、网页的构建过程、网站管理的具体内容和管理系统的建立。此外，本书还介绍了几种典型的电子商务网站的解决方案和功能结构；最后以一个实际企业为例，全面而具体地讲解了电子商务网站设计与管理实践操作。

《电子商务数据库技术》全面地介绍了信息管理的模型以及关系数据库的相关理论、

基于 Web 的数据库技术的基本概念、开发方法和工作内容。重点阐述 SQL 语言和集成开发工具、数据库设计方法和开放数据库互联 (ODBC) 技术等基础知识, 详细地介绍了当前流行的关系数据库管理系统主要技术内容, 并通过实验教学和案例分析, 为读者全面地了解数据库技术在电子商务中的应用, 运用计算机网络从事商业活动, 应用、维护和开发电子商务网站打下坚实的基础。

《电子商务与企业管理》着重讨论了三个问题: 电子商务对企业管理的影响; 电子商务在企业管理中的应用; 适应电子商务发展的企业管理变革。全书的内容包括: 概论、电子商务与企业组织结构变革、电子商务与企业竞争力、电子商务与人力资源管理、网络财务管理、虚拟企业管理、电子化采购管理、电子商务服务管理、电子商务与供应链管理、电子商务与客户关系管理、电子商务与知识管理、电子商务与业务流程重组、电子商务与企业文化建设。本书内容新颖、实用性强, 较好地把 IT 技术和经济管理的基本理论结合了起来, 有一定的创新。

《电子商务与现代物流》主要从电子商务与现代物流的关系入手, 系统地介绍了在电子商务环境下如何开展现代物流管理。首先介绍了现代物流基础知识和物流的基本功能, 通过探讨电子商务与物流的关系, 引出物流模式, 对物流管理、企业物流管理作了详尽的论述, 强调了物流信息技术和物流信息管理的重要性, 结合电子商务条件下的物流特点, 介绍了供应链管理的基本知识和几种主要的供应链管理方法。

《电子商务法》的内容分成三篇: 第一篇, 电子商务法基础, 主要论述什么是电子商务法、网站及其责任和电子商务的主体; 第二篇, 电子商务基本法律制度, 包括数据电文的法律制度、签名认证法律制度, 电子合同及其不同类型的在线交易法律调控的法律制度; 第三篇, 电子商务相关法律问题, 主要涉及消费者保护、个人资料保护、不正当竞争、法律救济等与电子商务密切相关的法律问题。

《网络安全与电子商务》主要围绕保障电子商务活动的安全性进行展开, 这些保障措施包括网络安全技术、信息加密技术和电子支付安全技术。该书包括三部分: 第一部分为计算机网络安全基础, 主要介绍 TCP/IP 协议, 网络安全的基本概念, 常见的网络攻击与防范手段; 第二部分介绍了密码学基础, 主要包括密码学的基本概念, 现代加密技术, 密钥管理技术和鉴别与认证, 并穿插介绍了 DES 算法、RSA 算法和数字签名技术等内容; 第三部分着重电子商务中支付安全的研究, 重点剖析了 SSL 协议和 SET 协议, 并以某图书批销系统为例, 说明在具体的电子商务应用中保障其安全性所采取的各种措施。

《网络营销与管理》的出发点有两个, 一是传统企业如何利用互联网开展市场营销活动; 二是互联网企业如何利用市场营销方法规划并发展自己的业务。全书从网络营销特征、网络营销环境、顾客网络购买分析、网络调研、网络目标市场选择、网站策略、顾客策略、成本策略、渠道策略、网络沟通等方面讨论网络与营销的整合, 形成网络营销体系。

《网络金融学》讨论了以下问题: 网络经济与网络金融的关系; 网上银行基本知识; 银行 CALL CENTER (呼叫中心) 应用; 网上证券业务; 网上保险业务; 其他网络金融业务; 电子货币; 网络金融安全; 网络金融法规建设; 网络金融对传统金融理论的冲击。作为电子商务应用的重要领域, 金融业的电子商务发展颇受关注, 本书深入浅出, 全面讨论了与网络相关的各种金融问题。

《企业信息化建设与管理》从信息系统开发与信息资源利用的双重角度, 介绍了企业信息化建设与管理的问题。全书包括三个部分, 第一部分主要介绍了有关信息化管理的基

基础知识,具体包括信息、信息资源、信息资源开发与管理、信息化与信息化管理、企业信息化建设与管理任务等方面的内容;第二部分主要介绍了企业信息化的内容,具体叙述了计算机网络建设、网站建设、数据库建设、办公自动化系统建设、制造企业的生产作业信息化管理、进销存业务信息化管理、财务信息化管理、人力资源的信息化管理、知识管理系统、ERP、BPR、DSS、CRM 以及电子商务等有关内容;第三部分主要介绍了企业外部信息资源的开发方法,具体涉及客户信息资源的开发、市场信息资源的开发、网络信息资源的开发以及竞争信息资源的开发。

《电子商务案例》包含上、中、下三篇。上篇为“行业电子商务发展案例”,主要提供了零售业、国际贸易业、银行业、证券业、保险业、旅游业、航空业、汽车制造业和医药业的电子商务发展研究报告,并对各行业的典型案例作了详细介绍;在该篇的“其他行业”部分对邮政、铁路运输、农业、化工、安全认证和移动电子商务等行业的电子商务应用典型案例进行了介绍。中篇为“企业电子商务案例”,分别从不同角度、不同层次的企业电子商务应用出发,精选了 20 余个案例进行分析,案例的类型有企业电子商务基础应用、ERP、网络营销、网上交易、EDI 和综合电子商务应用等。下篇为“电子政务理论与案例”,全面、系统地分析了电子政务的基本理论,提供了国内外多种形式的电子政务案例。

在整套系列教材的编写过程中,作者参考了大量的国内外优秀的文献,部分已在教材的不同位置进行了标注,有的因为出处不详等原因无法标注,敬请原作者谅解。在此,谨向各位文献的原作者和提供文献的各类媒体致以最诚挚的谢意。

在长达一年的书稿编写过程中,我们得到了来自各界的帮助与支持。北京大学出版社的各位领导自始至终给予了指导与支持;各位作者参编学校的领导和同事都给予了不同形式的关心、合作和帮助;编委会顾问北京大学光华管理学院王其文教授和南京航空航天大学计算机应用研究所所长、博士生导师丁秋林教授给编委会工作给予了很多建设性的指导,王其文教授还在百忙之中欣然作序;南京审计学院院长助理张进博士、经济学系主任兼电子商务研究所所长盛晓白教授、电子商务教研室主任兼电子商务研究所副所长黄健康副教授、经济学系刘玉老师等给教材编写工作予以了大力的支持;IBM 中国有限公司大学合作部的李晶晖经理、教育专员曹晶小姐也给予了相应的帮助;兄弟院校各位专家、教授对我们的关心、帮助和指导无法一一列举。在此,一并表示最衷心的感谢。

我们恳切希望各位读者对我们的教材提出中肯的批评,也希望各位专家、学者能给予更多的指导和帮助。

“面向 21 世纪电子商务专业核心课程系列教材”编委会

2002 年 1 月

前 言

从 20 世纪 90 年代中期开始蓬勃兴起的电子商务, 目前已经遍及世界各地, 电子商务作为一种新的商务运作模式正影响着各行各业, 从政府到企业, 从企业到消费者, 都被卷入到电子商务浪潮中。为了在这一新兴的领域中取得竞争优势, 各企业需要改变传统的经营模式, 重新构思工作方法, 并与各自的贸易伙伴及客户形成新的关系。

作为一门新的学科, 电子商务正处在建设和发展过程中, 其经营模式正在日新月异地变化着。要想跟上电子商务的潮流, 政府、个人、企业都应从不同的方面了解电子商务的技术。特别是企业, 对于他们来说, 电子商务是用全新的方法进行商务活动的基础, 同时, 也是在客户时代获取竞争优势的基础。

电子商务具有集信息技术和商务应用为一体的复合特性, 在本书的编写过程中力求反映电子商务的运作全貌。从认识电子商务, 到透视电子商务原理与运行模式, 以及电子商务的支撑环境(互联网络、安全与支付、物流、数据交换标准), 乃至企业电子商务的应用战略。

本书共分 8 章:

第 1 章扼要介绍电子商务的定义、电子商务产生和发展状况及其对社会经济的影响;

第 2 章介绍了电子商务的框架、功能及分类, 重点剖析了 B2C 与 B2B 两种电子商务模式;

第 3 章介绍了电子商务基础——Internet 和 WWW;

第 4 章介绍了电子商务的关键技术——安全与控制的方法;

第 5、6 章分别介绍了电子商务应用不可缺少的环节——电子支付与物流;

第 7 章介绍了 EDI 和电子商务数据交换标准的发展;

第 8 章在掌握前面内容的基础上, 讲述了企业开展电子商务应用所涉及到的管理技术, 并探讨了企业电子商务应用战略。

其中: 第 1、2、3、7 章由王全胜编写; 第 4、5、6 章由王全胜、陈鑫编写; 第 8 章由丁蔚编写。

在写作过程中, 作者参阅了大量国内外资料。在此, 谨向书中提到和参考文献中列出的作者表示感谢。

本书要特别感谢南京大学商学院电子商务系钱士钧教授, 他在百忙之中对本书进行了认真的审阅, 提出了许多宝贵意见。

由于作者水平有限, 书中肯定有不少差错和疏漏, 敬请广大读者见谅!

本教材可作为大学电子商务专业本专科教材, 也适用于硕士研究生、对电子商务和网络营销进行研究的人员以及企事业管理人员。

编 者

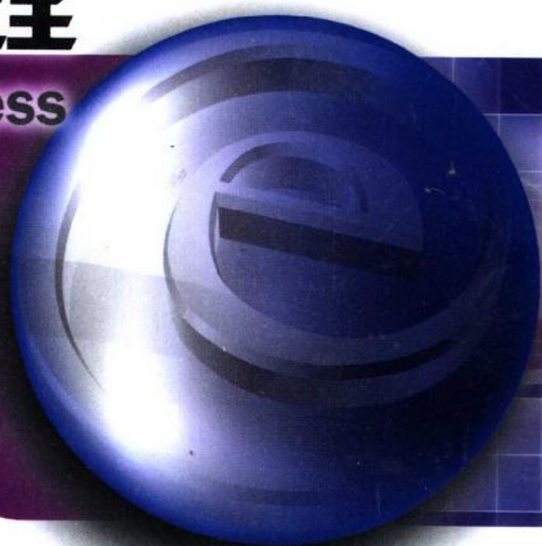
2002 年 1 月

责任编辑: 王 妍

封面设计: 项 尧

电子商务原理

Principles of E-Business



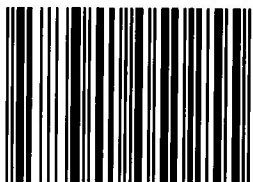
面向 21 世纪电子商务
专业核心课程系列教材

- 计算机与网络技术
- 电子商务原理
- 电子商务网站设计与管理
- 电子商务数据库技术
- 电子商务与企业管理
- 电子商务与现代物流
- 电子商务法
- 网络安全与电子商务
- 网络营销与管理
- 网络金融学
- 企业信息化建设与管理
- 电子商务案例

丛书总策划: 姚国章

策划编辑: 黄庆生

ISBN 7-301-05025-9



9 787301 050255 >

北京大学出版社

地址: 北京市海淀区中关村北京大学校内

邮编: 100871

电话: (010)62765013 (编辑部)

(010)62750672 (发行部)

E-mail: xxjs@pup.pku.edu.cn

<http://cbs.pku.edu.cn>

ISBN 7-301-05025-9/TP · 0533

定价: 22 元

目 录

第1章 电子商务引论.....	1
1.1 电子商务的定义.....	1
1.1.1 引子.....	1
1.1.2 对电子商务的不同理解.....	2
1.1.3 电子商务的本质.....	5
1.2 电子商务的产生与发展.....	6
1.2.1 电子商务产生的社会基础和技术基础.....	6
1.2.2 电子商务发展动力.....	8
1.2.3 电子商务发展过程.....	10
1.2.4 国外电子商务发展状况.....	12
1.2.5 国外电子商务发展的战略分析.....	15
1.3 电子商务的影响与作用.....	16
1.3.1 电子商务对人类工作和生活方式的影响.....	16
1.3.2 电子商务与企业管理变革.....	17
1.3.3 电子商务的效益分析.....	21
1.4 中国电子商务的现状与未来.....	23
1.4.1 我国电子商务的现状.....	23
1.4.2 中国发展电子商务的障碍与对策.....	26
1.4.3 中国电子商务发展趋势.....	27
1.5 本章小结.....	30
1.6 本章习题.....	30
第2章 电子商务机理与模式.....	31
2.1 电子商务的功能与特性.....	31
2.1.1 电子商务的应用领域.....	31
2.1.2 电子商务的功能.....	32
2.1.3 电子商务的特性.....	34
2.2 电子商务框架结构分析.....	36
2.2.1 电子商务的一般框架.....	36
2.2.2 电子商务的参与者(企业/政府/中介机构/消费者).....	38
2.3 电子商务系统的体系结构.....	41
2.3.1 电子商务系统的基本结构.....	41
2.3.2 电子商务系统的基础设施.....	43

2.3.3 电子商务系统的支撑环境	43
2.3.4 电子商务系统的应用结构	45
2.4 电子商务的运行模式	47
2.4.1 电子商务模式的基本分类	47
2.4.2 B2C 电子商务模式剖析	48
2.4.3 B2B 电子商务模式剖析	52
2.4.4 电子商务模式的发展与创新	59
2.5 本章小结	61
2.6 本章习题	61
第3章 电子商务网络基础	62
3.1 Internet 产生与发展	62
3.1.1 Internet 的产生与发展	62
3.1.2 Internet 的主要功能与应用	65
3.2 Internet 基本原理	67
3.2.1 Internet 协议	67
3.2.2 IP 地址与域名	68
3.3 Web 技术	71
3.3.1 Web 技术结构	71
3.3.2 Web 浏览器	71
3.3.3 Web 编程语言	72
3.3.4 Web 应用服务器	74
3.4 Intranet 和 Extranet	75
3.4.1 从客户/服务器到浏览器/服务器的变迁	75
3.4.2 企业内部网 Intranet	77
3.4.3 企业外部网 Extranet	79
3.5 Internet 接入技术	80
3.5.1 ISDN	81
3.5.2 专线接入	81
3.5.3 Cable Modem	82
3.5.4 ADSL	83
3.6 本章小结	83
3.7 本章习题	83
第4章 电子商务安全技术	84
4.1 电子商务安全要求	84
4.1.1 电子商务所面临的安全问题	84
4.1.2 电子商务安全需求	85
4.1.3 电子商务安全内容	86
4.2 计算机网络安全技术	87
4.2.1 计算机网络的潜在安全隐患	87

4.2.2 计算机网络安全体系.....	88
4.2.3 常用的计算机网络安全技术.....	88
4.3 交易安全技术.....	92
4.3.1 加密技术.....	92
4.3.2 认证技术.....	94
4.3.3 安全认证协议.....	97
4.3.4 公钥基础设施.....	102
4.4 本章小结.....	103
4.5 本章习题.....	103
第5章 电子商务支付技术.....	105
5.1 电子支付技术概述.....	105
5.1.1 传统支付的局限性.....	105
5.1.2 电子支付.....	106
5.1.3 电子货币.....	108
5.2 电子支付的解决方案.....	109
5.2.1 电子现金.....	109
5.2.2 信用卡.....	111
5.2.3 电子钱包.....	116
5.2.4 电子支票.....	119
5.3 网上银行.....	120
5.3.1 网上银行.....	120
5.3.2 支付网关.....	123
5.3.3 我国网上银行的现状.....	124
5.4 本章小结.....	126
5.5 本章习题.....	127
第6章 电子商务与物流.....	128
6.1 物流的概念.....	128
6.1.1 物流的概念.....	128
6.1.2 物流的分类.....	129
6.1.3 物流管理.....	130
6.2 电子商务与物流的互动.....	132
6.2.1 物流是实施电子商务的根本保证.....	132
6.2.2 电子商务对物流的影响.....	134
6.3 电子商务物流.....	135
6.3.1 电子商务物流模式.....	135
6.3.2 电子商务物流内容.....	138
6.3.3 电子商务物流的基本技术.....	140
6.3.4 电子商务物流特点.....	141
6.3.5 国外先进的电子商务物流模式案例.....	142

6.4 中国电子商务物流的发展与对策	144
6.4.1 我国物流业发展现状	144
6.4.2 我国电子商务物流发展的障碍	145
6.4.3 我国电子商务物流发展对策	146
6.5 本章小结	149
6.6 本章习题	150
第7章 电子商务与 EDI	151
7.1 EDI 概述	151
7.1.1 什么是 EDI	151
7.1.2 EDI 系统的工作原理	152
7.1.3 EDI 应用的现状	156
7.2 EDIFACT 标准	157
7.2.1 EDI 报文标准	157
7.2.2 EDIFACT 标准构成	159
7.2.3 EDIFACT 应用结构	160
7.3 基于 Internet 的 EDI	169
7.3.1 Internet EDI 的产生	169
7.3.2 Internet EDI	172
7.4 XML 与电子商务标准	174
7.4.1 什么是 XML 标记语言	174
7.4.2 XML 对 Internet EDI 的影响	176
7.4.3 XML 与电子商务标准	177
7.5 本章小结	180
7.6 本章习题	180
第8章 企业电子商务应用战略	182
8.1 企业电子商务应用框架	182
8.2 供应链管理	183
8.2.1 供应链管理的概念	183
8.2.2 电子商务时代的供应链管理	184
8.2.3 供应链管理的模式与功能	184
8.2.4 供应链管理系统的组成	185
8.3 供应链管理的方法	186
8.3.1 快速响应 (QR)	186
8.3.2 效率型消费者响应 (ECR)	188
8.3.3 及时生产方式 (JIT)	190
8.3.4 客户关系管理 (CRM)	191
8.3.5 MRPII 与 ERP	192
8.4 企业流程再造 (BPR)	194
8.4.1 企业流程再造的概念	194

8.4.2 电子商务与流程再造.....	195
8.4.3 企业流程再造的原则.....	196
8.4.4 企业流程再造的步骤.....	197
8.5 网络营销.....	198
8.5.1 从传统市场营销到网络营销	198
8.5.2 网络营销战略.....	198
8.5.3 网络营销的优势.....	201
8.6 企业电子商务战略.....	202
8.6.1 电子商务战略的层次性	202
8.6.2 企业电子商务战略模式	203
8.6.3 企业电子商务战略的实施步骤	204
8.7 本章小结.....	205
8.8 本章习题.....	205
参考文献	206