

高等学校电子商务专业主要课程教材

电子商务图解

李 琪 等编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校电子商务专业主要课程

电子商务图解

李 琪 等编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

出版前言

在世界经济形势的深刻变化和发展过程中,电子商务已经显示其巨大的现代经济管理的价值和社会变革的影响力。党和政府高度重视电子商务在我国的发展与应用,国家“十五”规划中明确指出:“通过电子商务特别是企业间电子商务的应用,推动营销、运输和服务方式的变革,降低成本,扩大工业品市场规模。”为了实现我国“以信息化带动工作化”的经济发展战略目标,加速发展电子商务正在成为我国谋求跨越式发展的重要选择之一。

为了满足国家经济发展与建设对电子商务专门人才的迫切需要,教育部根据教学规律正积极建立一套科学、系统、具有可操作性的宏观培养体系规划。在高等教育方面,教育部已经批准13所高等院校正式开办电子商务本科专业教学;并对电子商务专业学科的建设所涉及的问题,包括理论基础、知识结构、培养目标、课程设置、发展方向等;作了广泛的研究和讨论。2001年6月教育部在南京举办了全国范围的“高等学校电子商务本科专业建设”的专题研讨会。在这次会议上,专家和学者就我国高等院校电子商务本科专业的建设发展方向和任务达成如下共识:

(1) 电子商务专业的培养目标建议为:培养具有扎实的经济与管理理论基础,掌握信息科学技术方法与手段,具备使用现代信息技术开展商务活动的能力,从事现代电子商务运作与管理的高素质复合型人才。

(2) 电子商务专业的课程设置原则建议为:从学科基础、知识结构和实践需要出发,遵照宽口径、少而精的原则,一方面应当体现这个专业的特点和培养目标,另一方面为各校自己发展特色留有足够的余地。建议专业主干课程为:电子商务概论、电子商务技术基础、网络营销、电子银行与网络支付、电子商务物流管理等。另外,电子商务法、企业电子商务管理、电子商务安全管理、电子商务系统建设与管理、网络经济等可以成为本专业的特色课程。

(3) 电子商务专业的实践要求建议为:要重视本专业的实践环节和学生创新能力的培养,要在多媒体和网络环境下进行教学。鼓励院校积极和社会业界合作,建立教学实验基地。

(4) 电子商务专业的教材建设建议为:尽快出版一套体现专业特色的系列教材,以满足目前迫切的教学需要。

为了配合高等院校电子商务本科专业的建设工作,高等教育出版社在教育部高教司的指导和帮助下,委托对外经济贸易大学陈进教授牵头,组织西安交通大学、中南大学、华东政法大学、上海大学、上海财经大学、华中师范大学、北方交通大学、中央财经大学、北京科技大学、武汉大学和对外经济贸易大学等相关教授和学者编写了高等院校电子商务专业主要课程教材。希望这套教材的出版为我国培养一批电子商务专业人才作一点贡献,同时希望教材出版后能得到广大专家、学者和师生的指正。

高等教育出版社

2001.6.30

前言

电子商务是人类创造和应用电子工具与改造和发展商务活动相结合的产物。它是继农业革命和工业革命之后第三次伟大的产业革命。它直接作用于商务,间接作用于生产和消费,正引领着人类经济由生产主导向流通主导和消费主导发展。它所遵循的基本原则是:高效率,低成本,简约化,方便化;它的发展趋势是:重交流,寻需求,保供给,物尽用。

进入 21 世纪以来,电子商务作为新世纪的先进生产力,正受到越来越多的人的注意。越来越多的企业、单位、政府和个人了解和认识电子商务,并通过它来改造和发展自己原有的商务系统,提高其社会竞争力,提高其经济和社会效益。但由于一方面电子商务本身还处在发展初期,其理论与实践还不够成熟;另一方面,人们处于不同的角度和层次对电子商务的了解、认识与研究客观存在着许多差异,形成了许多不同的看法、见解,常常给人一种众说纷纭、莫衷一是的感觉。

为此,为了向正在为我们的企业、我们的国家的电子商务发展而积极探索的人们给予支持,我们用图解的方式,即用尽可能简洁、清晰的方法,系统、全面的视角,规范、详实的内容等来对电子商务进行诠释,以期对之有所裨益。

《电子商务图解》作为简明扼要、通俗易懂、专通结合的应用型研究书籍,我们力求使学者能够通过本书的学习达到基本通晓电子商务的基本理论(基本概念、基本知识)、基本技术、主要应用和相应的法律与法规等知识,使读者对电子商务有比较系统、全面的了解、认识和把握,从而为制定自己的电子商务发展政策与对策奠定较坚实的基础。

为达到以上目的,本教材编写组在融合国内外学者、专家和自己的学术科研、教材和实践成果以及多次授课讲稿的基础上编著了这本书籍。该书的结构为四部分 16 章:第一部分,电子商务基本理论(第一、二、三、四章);第二部分,电子商务基本技术(第五、六、七、八、九章);第三部分,电子商务主要应用(第十、十一、十二、十三、十四章);第四部分,电子商务法律法规(第十五、十六章)。

本书力求形成的特色为:体系基本完整,理论与实践结合,国内与国外资料兼顾,内容详略得当,难易把握适中,循序渐进,深入浅出。

本书的编著者主要有:主编,李琪;主要参编,张秦、胡宏力、韩峰、张仙锋、高

强、任红雁、余涛。为本书编写做了大量资料整理工作的还有西安交通大学的徐国华、刘四清、胡冰融、张获林等研究生。

由于电子商务的理论与实践都处在快速的发展时期,加之我们的编著力量有限,致使书中遗漏和不当之处难以避免,故恳请读者不吝批评指正,我们表示由衷的感谢。

本教材的编著得到了中国信息经济学会电子商务专业委员会、西安交通大学和高等教育出版社的大力支持,在此向他们表示衷心的感谢!

本书参阅了大量的书籍、资料,我们谨在此向各位作者一并表示衷心的感谢!

李琪

2001年10月

目 录

第一篇 电子商务基本理论

第一章 电子商务的基础理论	2
第一节 电子商务的产生与发展	2
第二节 电子商务的环境	6
第三节 电子商务的概念、特点及分类	7
第二章 电子商务框架与流程模式	11
第一节 电子商务框架	11
第二节 电子商务流程	16
第三节 电子商务模式	18
第三章 电子商务组织与管理	22
第一节 电子商务组织是虚拟企业组织	22
第二节 电子商务组织是传统企业组织的虚拟表现	23
第三节 虚拟组织的工作流程	23
第四章 社会再生产不同领域中的电子商务模式	25
第一节 生产制造领域的电子商务	25
第二节 流通领域的电子商务	28
第三节 消费领域的电子商务	32

第二篇 电子商务主要技术

第五章 早期电子商务工具	38
第一节 早期电子商务概述	38
第二节 EDI 通信	41
第三节 EDI 消息处理系统	42
第四节 EDI 的标准与编码	45
第五节 EDIMS 的性能要求和实现	48
第六节 EDI 系统的安全	48
第六章 网络基础平台技术	52
第一节 计算机技术	52
第二节 通信技术	55

第三节	网络技术	60
第四节	多媒体技术	68
第五节	数据库技术	74
第六节	Web 技术	77
第七章	电子支付	81
第一节	电子支付的简介	81
第二节	电子支付工具及特点	83
第三节	银行与电子支付	88
第八章	电子商务安全与认证技术	90
第一节	网络安全的要求与对策	90
第二节	系统安全	91
第三节	交易安全技术	94
第九章	电子商务物流	103
第一节	电子商务物流概述	103
第二节	电子商务物流的一般过程	103
第三节	电子商务物流系统	104
第四节	电子商务物流技术	105

第三篇 电子商务主要应用

第十章	银行电子商务	110
第一节	通过银行中介的交易活动	110
第二节	支付方式	112
第三节	在线支付方式	116
第四节	几种典型支付应用	120
第五节	网络银行	122
第十一章	网络营销	128
第一节	网络营销基本体系	128
第二节	贸易磋商	133
第三节	合同执行	135
第四节	不同业态配送中心电子商务	136
第五节	有效的网上查询	138
第六节	实例	141
第十二章	商业电子商务	143
第一节	商业电子商务的一般过程	143
第二节	应用实例	145
第十三章	制造业电子商务应用	148
第一节	制造业的网络交易形势	148

第二节	企业电子商务的基本流程	149
第三节	制造业的电子商务模式	149
第四节	制造业 CRM 应用	151
第五节	制造业电子商务实例	154
第十四章	其他领域电子商务	157
第一节	税收电子商务	157
第二节	保险电子商务	159
第三节	证券电子商务	161

第四篇 电子商务法律、法规

第十五章	国际电子商务立法进程与法规框架	164
第一节	国际电子商务立法进程	164
第二节	电子商务法规框架	170
第十六章	我国电子商务法规、政策与规划	173
第一节	我国的电子商务法规	173
第二节	我国的电子商务政策与规划	176
第三节	我国电子商务法规与政策规划例释	178
主要参考资料		182

第一篇

电子商务基本理论

第一章 电子商务的基础理论

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

电子商务产生的原动力是信息技术(IT)的进步和社会商业的发展。20 世纪 90 年代,互联网(Internet)的出现将信息技术的进步推向了一个新的高潮。与此同时,信息技术与社会商业的融合发展,导致了社会网络化、经济数字化、竞争全球化、贸易自由化的趋势不断加强。现代电子商务正是在这种背景下产生的,如图 1-1 所示。

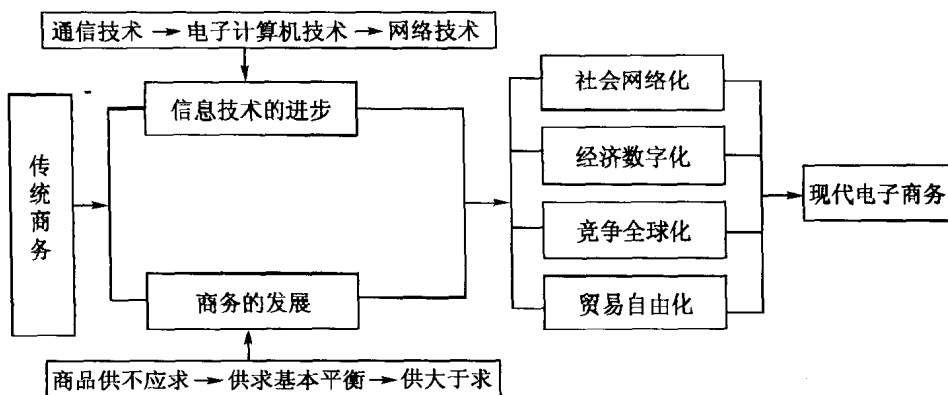
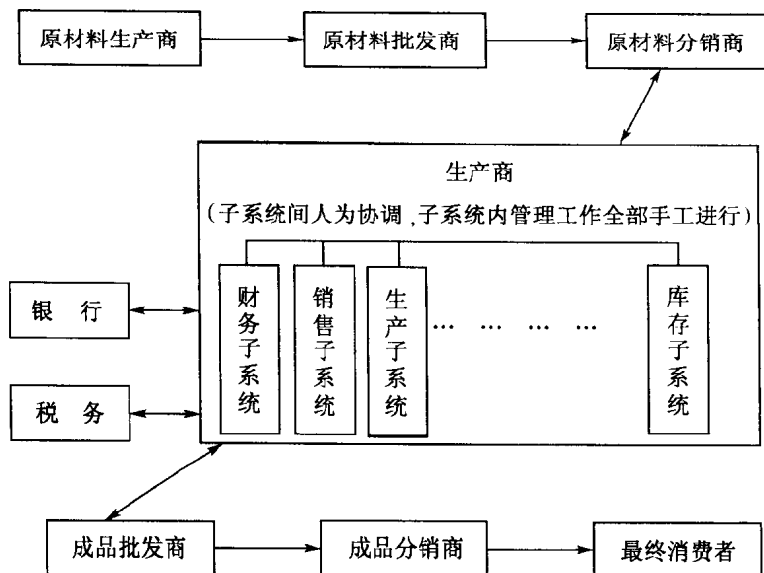


图 1-1 电子商务的产生

二、企业电子商务产生:从信息系统到电子商务

企业是信息技术进步的重要受益者之一。企业对信息技术的利用经历了四个比较明显的阶段。

第一阶段,手工处理阶段。在这一阶段中企业内部经营管理的各个环节与企业外部环境因素之间是相互独立的。如图 1-2 所示。



注：外部系统间信息传递自发、分散、无管理

图 1-2 手工处理阶段

第二阶段,初级管理信息系统阶段。在这一阶段中,计算机进入企业的管理工作,计算机完成大量繁琐的简单劳动,提高了工作效率。企业内形成多种管理子系统,如生产管理子系统、财务管理子系统、人事管理子系统、库存管理子系统。子系统各自高效运作,互不影响。如图 1-3 所示。

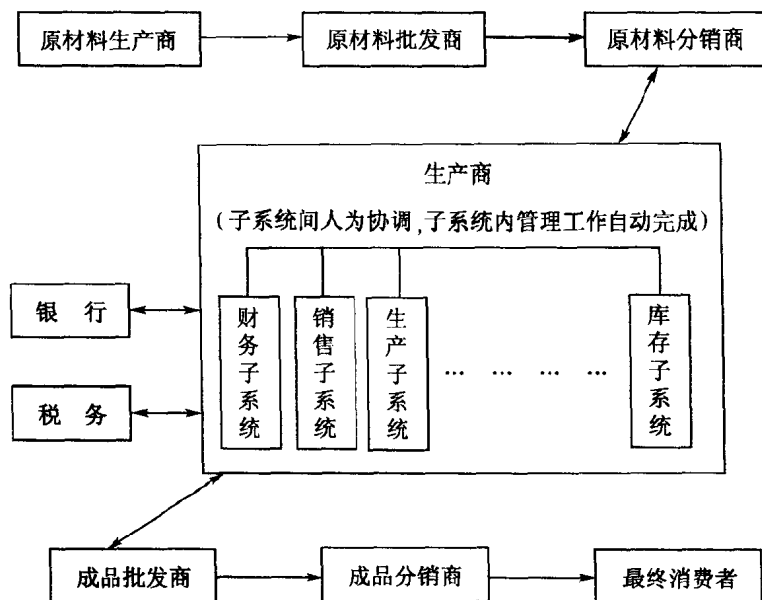
第三阶段,高级管理信息系统阶段。这一阶段中,一个统一的 MIS 系统把各个子系统集中起来,使它们在数据共享的基础上协调工作,使企业内部的业务变成一个有机的整体。如图 1-4 所示。

第四阶段,电子商务阶段。信息技术的进步使企业在管理上实现了一个飞跃,管理信息系统成为电子商务应用的一个有机组成部分。电子商务简化了企业的经营过程,同时给企业带来更多的机会,使现代企业的经营管理产生了巨大的变革。如图 1-5 所示。

三、电子商务网络的发展

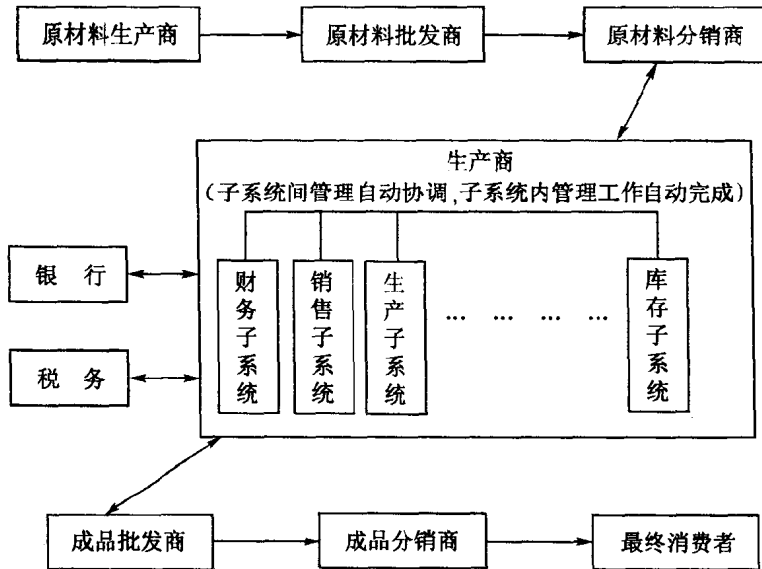
企业的电子商务运行在多种网络平台上,按发展的先后次序,如图 1-6 所示。

目前,电子商务应用最重要的平台是一个由计算机组成的开放的全球互联网络。计算机网络经历了从专业网络到互联网络的发展过程。如图 1-7 所示。



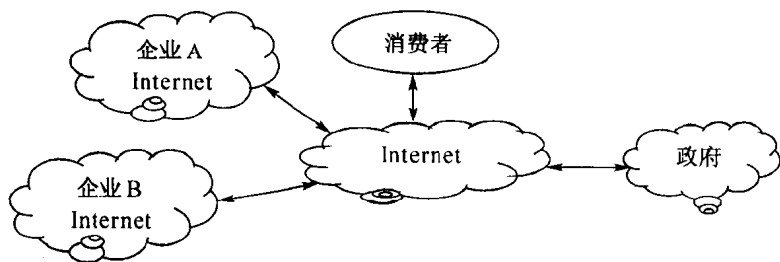
注:从进料到成品出售的几个阶段的组织管理协调工作,都是由企业管理人员手工完成的。

图 1-3 初级管理信息系统阶段



注:从进料到成品出售几个阶段的组织管理协调工作,都是由企业 MIS 自动完成的。

图 1-4 高级管理信息系统阶段



注:企业内部的 MIS、企业 MIS 之间以及企业同消费者和政府之间的所有系统都成为开放公共网络的有机组成部分。

图 1-5 电子商务阶段

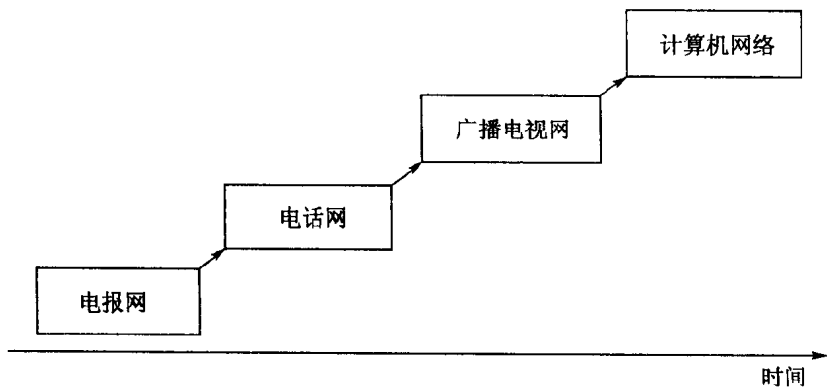


图 1-6 电子商务平台的发展

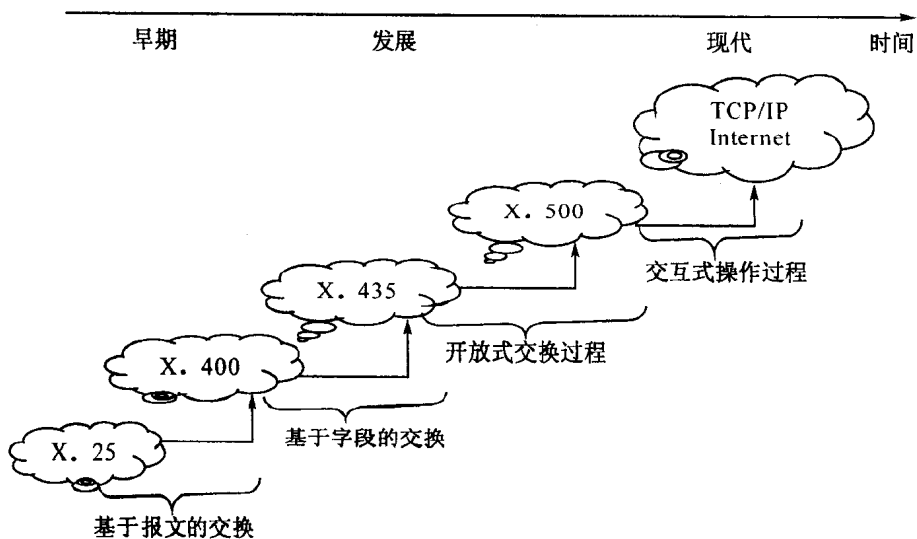


图 1-7 从专业网络到互联网络的发展过程

第二节 电子商务的环境

电子商务的发展需要一个整体的应用环境。可以从这样几个方面讨论电子商务环境:电子商务的社会环境、技术环境、管理环境等,如图 1-8 所示。

目前,电子商务的核心是电子交易,电子交易依赖于一个可信赖的安全电子交易支持环境,如图 1-9 所示。

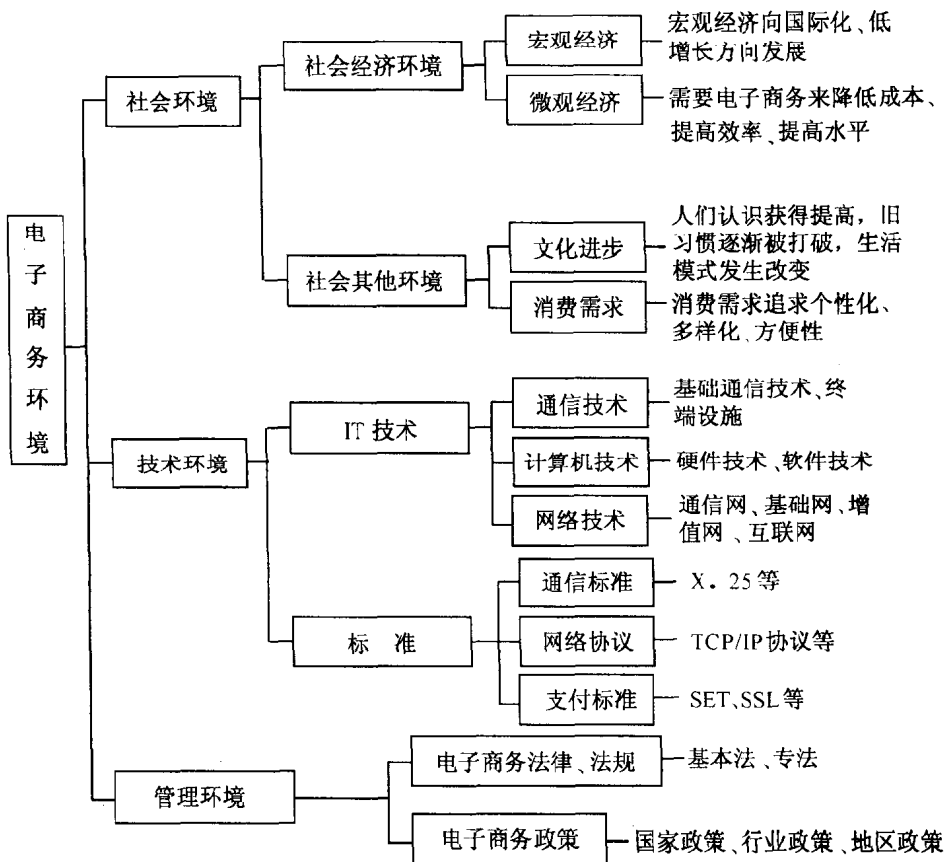


图 1-8 电子商务环境

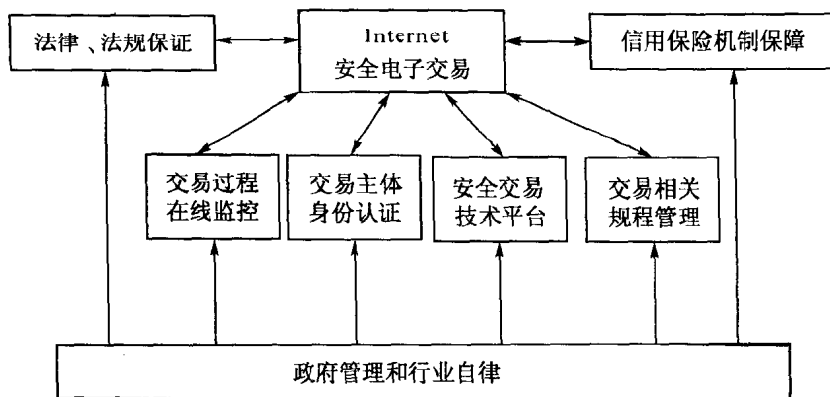


图 1-9 可信赖的 Internet 安全电子交易支持环境

第三节 电子商务的概念、特点及分类

一、电子商务的概念

在不同的发展阶段,研究者从不同的角度出发给电子商务作出了众多的定义,一些中外学者专家的定义见图 1-10 所示。

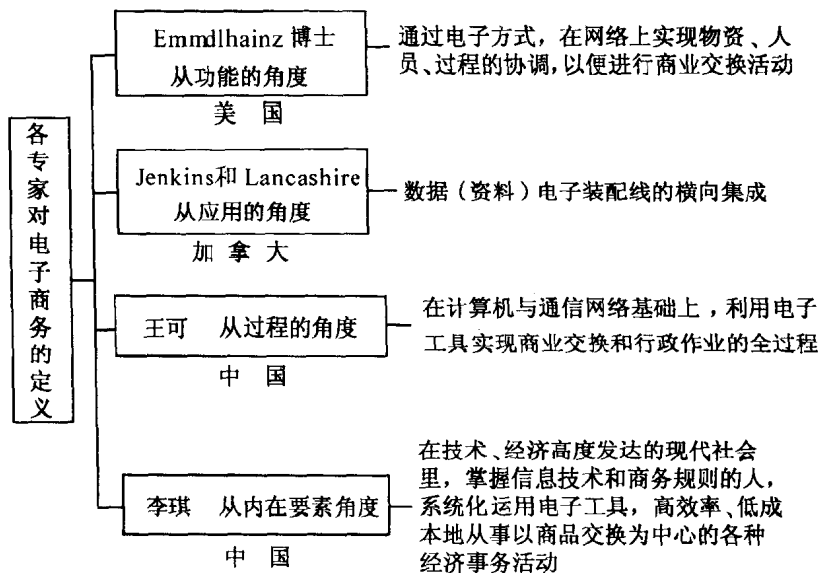


图 1-10 各专家对电子商务的定义

电子商务的定义从范围上看可以分为广义的电子商务和狭义的电子商务，如图 1-11 所示。

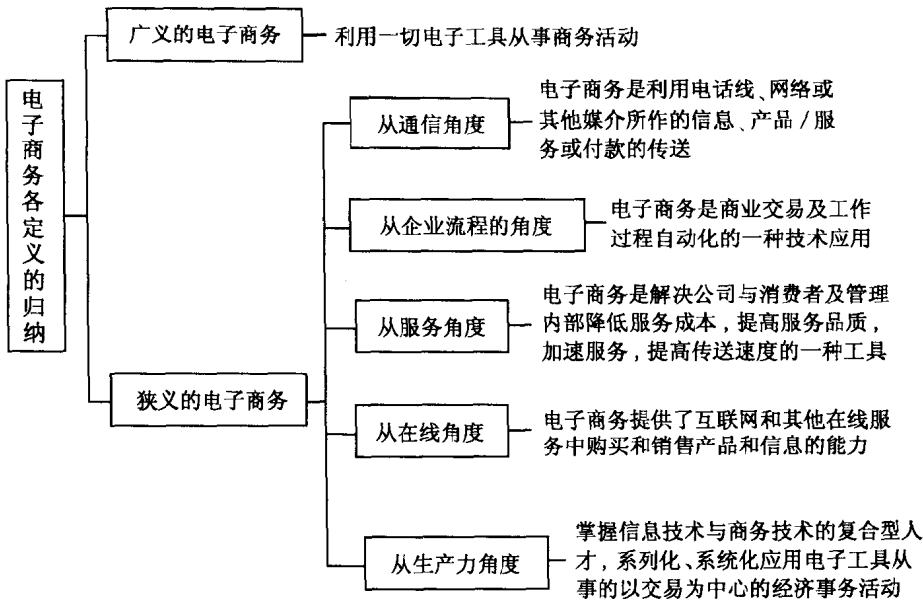


图 1-11 广义与狭义的电子商务

二、电子商务的特点

电子商务与传统商务相比具有明显的特点，如表 1-1 所示。表 1-2 和图 1-12 分别说明了电子商务与传统国际贸易方式的比较、传统商务通信与电子商务通信的比较。

表 1-1 电子商务的特点

序号	基本特点	综合特点
1	书写电子化、传递数据化	高效率 低成本 极方便 无时限 无空限
2	没有店面租金成本	
3	没有库存压力	
4	很低的行销成本	
5	经营规模不受场地限制	
6	支付手段高度电子化	
7	便于收集客户信息	
8	特别适用于电子信息产品的销售	