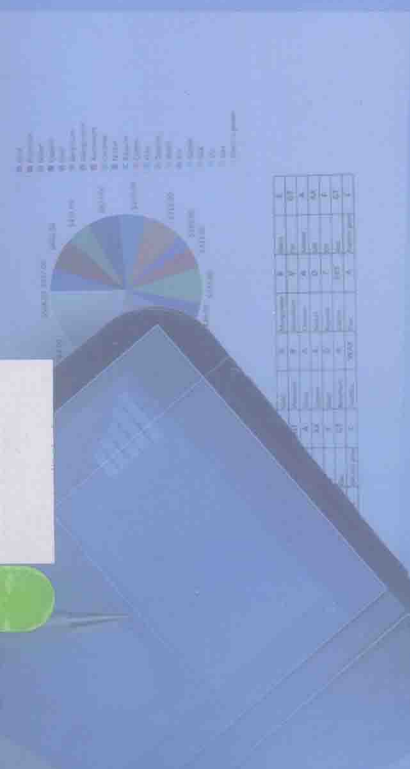


王红春 / 主编

电子商务 概论



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

自然科学基金项目：基于复杂网络理论的供应链应急管理研究（项目编号：61203148）资助

王红春 / 主编

电子商务 概论



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 王红春主编. —北京: 知识产权出版社, 2014.4
ISBN 978-7-5130-0332-2

I. ①电… II. ①王… III. ①电子商务—概论 IV.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 074373 号

内容提要

本书介绍了电子商务的基本理论、基本知识和基本技能, 内容包括: 电子商务概述, 电子商务的应用框架与交易模式, 电子商务系统的建设, 电子商务安全, 电子商务支付系统, 电子商务网络营销, 物流与供应链管理, 电子商务法律规范, 电子商务经济学, 企业电子商务应用。本书可作为高等院校经济类、管理类、信息类专业的教材, 也可作为经济类、管理类、信息类专业的硕士研究生和 MBA 的教学用书, 对企事业单位从事电子商务研究与管理的人员也有一定的参考价值。

责任编辑: 陆彩云 许波

责任出版: 谷洋

电子商务概论

DIANZI SHANGWU GAILUN

王红春 主编

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

电 话: 010-82004826

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

责编电话: 010-28000860 转 8380

发行电话: 010-82000860 转 8101/8029

印 刷: 北京科信印刷有限公司

开 本: 720mm×1000 mm 1/16

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

字 数: 350 千字

ISBN 978-7-5130-0332-2

网 址: <http://www.ipph.cn>;

<http://www.laichushu.com>

邮 编: 100088

责编邮箱: xubo@cnipr.com

发行传真: 010-82000893/82003279

经 销: 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张: 20.75

印 次: 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 52.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前 言

电子商务是企业、商户、消费者及政府通过 Internet 实现网上购物、网上交易及在线支付等活动的新型商业运营模式。电子商务是在传统商务与计算机技术、网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的。随着电子商务发展的不断成熟和提高,网上交易市场的市场值将会迅速增长,并成为整个商业价值的主要体现形态。

电子商务的介入使企业改变了组织结构和运作方式,提高了生产效率,降低了生产成本,最终提升了集约化管理程度,从而实现高效经营。电子商务也改变了世界。电子商务已经成为全球一体化生产和组织方式的重要工具,在掌握资源配置主动权、提升国家竞争力过程中日益发挥着重要的作用。

我国在国民经济和社会发展“十二五”规划纲要中明确提出,要积极发展电子商务,加快发展电子商务。这将有利于优化调整我国经济在全球产业中的定位和布局,有利于加快进一步融合全球化的步伐,提升国际竞争力。在电子商务引发的变革风潮中,电子商务已经成为后工业时代经济增长的强大推动力。

电子商务是一门交叉学科,它涉及社会科学的许多基础学科,如经济学、管理学、计算机科学、市场学等。本书主要从电子商务信息流、资金流、物流、网络营销、电子商务安全、电子商务法律规范、电子商务涉及的经济学问题及其应用等方面介绍电子商务的知识体系。

电子商务人才属于复合型人才,既要懂计算机网络,又要懂经营管理,电子商务专业人才是推动我国电子商务蓬勃发展的重要力

量。电子商务的迅速发展使市场对电子商务人才的培养有巨大的需求，如何培养这种交叉性、边缘性和综合性学科方向的人才，对高等教育是一个新的挑战。

本书由多年从事电子商务研究并在电子商务教学岗位第一线工作的教师根据基础教学的特点精心组织和编写，适用于电子商务、经济管理等类专业的教学和培训，对实际工作和研究人员也有较高的参考价值。

本书由王红春主编。第一章、第二章由王红春编写；第三章由王红春、吕映苗编写；第四章、第五章由王红春、李海东编写；第六章由王红春、刘新欣编写；第七章由吕映苗编写；第八章由何佰洲编写；第九章由卢彬彬编写；第十章由王红春编写。全书由王红春统稿。

由于水平所限，疏漏之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

目 录

第一章 电子商务概述	1
第一节 电子商务的产生与发展	1
一、电子商务的产生	1
二、电子商务的发展状况	3
第二节 电子商务的概念	7
一、电子商务的定义	7
二、电子商务的业务流程	9
三、电子商务信息流、资金流和物流的相互关系	10
四、电子商务与注意力经济	12
第三节 电子商务的特点与功能	13
一、电子商务的特点	13
二、电子商务的功能	15
第四节 电子商务所带来的变革及发展趋势	16
一、电子商务给社会经济带来的变革	16
二、电子商务的发展趋势	18
第二章 电子商务的应用框架与交易模式	20
第一节 电子商务的应用框架	20
一、电子商务技术设施的三个层次	20
二、电子商务应用的四个支柱	21
第二节 电子商务环境	22

一、网络基础环境	22
二、电子商务发展的外部环境	25
三、电子商务发展的内部环境	30
第三节 电子商务的交易模式	31
一、企业和消费者之间的电子商务模式	31
二、企业与企业之间的电子商务模式	34
三、企业和政府之间的电子商务模式	35
四、消费者和消费者之间的电子商务模式	37
 第三章 电子商务系统建设	 39
第一节 电子商务系统概述	39
一、电子商务系统的结构	39
二、电子商务系统建设的原则	40
三、电子商务系统的规划	42
第二节 电子商务网站的建设	48
一、与电子商务有关的Internet基础知识	48
二、Internet的地址与域名	52
三、电子商务站点的策划与设计	57
四、电子商务站点的建设内容	60
五、电子商务网页设计技术	61
 第四章 电子商务安全	 70
第一节 电子商务系统安全概述	70
一、电子商务安全威胁	70
二、电子商务安全要求	73
第二节 电子商务安全技术	75
一、防火墙技术	75
二、加密技术	77
三、数字签名技术	81
第三节 电子商务认证中心	83
一、认证中心的含义	83
二、电子商务认证中心	84

三、电子商务数字证书	85
第四节 主要网络安全协议	87
一、SSL安全协议	87
二、SET安全协议	90
第五节 电子商务交易安全	93
一、电子商务交易风险的识别	93
二、电子商务交易风险的防范及应对	97
三、遭遇网络诈骗后的应对策略	102
 第五章 电子支付系统	 104
第一节 电子支付系统基础	104
一、电子支付的特点	104
二、电子支付系统的构成	105
三、电子支付的分类	106
第二节 电子货币和电子钱包	108
一、电子货币的概念	108
二、电子货币的类型	108
三、电子钱包	109
第三节 银行卡	111
一、银行卡的种类	111
二、银行卡的使用过程	112
三、安全电子交易的银行卡支付	113
第四节 电子现金	116
一、电子现金概述	116
二、电子现金的特点	118
三、电子现金的应用过程	119
四、电子现金应用系统提供商	120
第五节 电子支票	122
一、电子支票的概念	122
二、电子支票支付方式的特点和优势	122
三、电子支票的使用过程	123
第六节 智能卡	124
一、智能卡的概念	124

二、中国IC卡系列标准与规范	125
三、智能卡的优点	125
四、运用智能卡进行网上购物的过程	125
第七节 移动支付	126
一、移动支付的概念	126
二、国内外移动支付业务的应用	127
三、移动支付的优点和潜力	128
四、移动支付的交易过程	129
五、移动支付推广普及的关键	129
第八节 网上银行	130
一、网上银行概述	130
二、网上银行安全控制	132
第九节 第三方电子支付平台	133
一、第三方电子支付平台概述	133
二、第三方电子支付平台的交易流程	134
三、常用第三方支付平台介绍	136
 第六章 电子商务网络营销	 138
第一节 网络营销概述	138
一、网络营销的产生和发展	138
二、网络营销理论	140
第二节 网络营销的特点与功能	148
一、网络营销与传统营销的比较	148
二、网络营销的特点与功能	152
第三节 网络营销策略	156
一、产品策略	156
二、价格策略	161
三、促销策略	168
四、网络广告	171
五、渠道策略	177
六、客户服务策略	181

第七章 物流与供应链管理..... 185

第一节 物流概述..... 185

一、物流的概念..... 185

二、物流的分类..... 187

三、物流的效益..... 190

四、电子商务对物流的影响..... 191

五、电子商务物流的特点..... 194

第二节 物流系统..... 195

一、物流系统的组成..... 195

二、物流系统的目标与功能..... 197

第三节 物流模式..... 200

一、企业自营物流..... 200

二、第三方物流..... 202

三、物流联盟..... 205

四、第四方物流..... 207

第四节 供应链管理..... 208

一、供应链与供应链管理的概念..... 208

二、电子商务条件下供应链管理的特点..... 210

三、供应链管理的方法..... 211

第八章 电子商务法律规范..... 215

第一节 电子商务法律概述..... 215

一、国内建设电子商务法律制度的概况..... 215

二、国外建设电子商务法律制度的概况..... 219

三、我国构建电子商务法律制度的现状..... 221

第二节 电子商务交易的法律规范..... 223

一、电子商务重要法律介绍..... 223

二、数据电文的法律规范..... 224

三、电子签名的法律规范..... 226

四、电子商务认证的法律规范..... 228

五、电子合同的法律规范..... 230

六、电子商务的安全问题及应对策略..... 231

第三节 电子商务知识产权的法律规范	234
一、网络著作权的法律保护	234
二、域名的法律保护	236
第四节 电子商务中的消费者权益保护问题	240
一、在线消费者权益保护	240
二、网上个人隐私保护	244
 第九章 电子商务经济学	247
第一节 新经济下的电子商务	247
一、新经济的概念	248
二、新经济现象的特点	249
三、新经济核心的网络经济应研究的问题	249
四、电子商务网络虚拟市场分析	251
第二节 电子商务对经济的影响	253
一、电子商务对社会生产的影响	253
二、电子商务对社会交易的影响	258
三、电子商务对社会消费的影响	259
第三节 电子商务经济学问题	261
一、电子商务经济学与网络经济学的异同	261
二、经济学关于消费者行为的假定	262
三、消费者行为理论	264
四、厂商理论	266
五、市场理论	274
 第十章 企业电子商务应用	284
第一节 企业电子商务应用战略	284
一、企业电子商务应用的构成	284
二、企业电子商务应用战略分析	286
三、企业电子商务战略的选择	288
第二节 客户关系管理	291
一、客户关系管理的概念	291
二、建立客户关系管理体系的主要内容	293

三、客户关系管理系统的构成	293
四、客户关系管理的实施	295
第三节 企业信息化与业务流程再造	298
一、企业信息化的含义	298
二、企业信息化建设的重要性	299
三、企业信息化建设的内容	301
四、企业信息化建设的方法和进程	304
五、业务流程再造	307
第四节 企业电子商务实施策略与步骤	310
一、企业实施电子商务的准备工作	311
二、企业实施电子商务的步骤	313
三、电子商务运行的管理	314
参考文献	317

第一章 电子商务概述

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务的产生

(一) 电子商务产生的原因

互联网投入商业化运营之后，电子商务应运而生，其不仅改变了商务活动的运作模式，更为社会经济的各个方面带来了根本性的变革。电子商务的产生是商务应用需求发展的必然结果，也是信息社会发展到一定阶段的产物，它的产生有着深刻的商业背景和技术背景。

1. 社会生产力发展的需求是电子商务产生的强大驱动力

社会生产力发展是电子商务产生的根本原因，具体表现在以下两个方面。

(1) 商务活动中信息流作用的日益突显催生了电子化手段的应用。商务活动中，包含了物流、资金流和信息流。自人类社会有商业活动以来，物流自始至终都存在，资金流则是随着货币的产生才出现的。随着社会分工的日益细化和贸易的发展，专门以货币为中介服务的机构（如银行）产生，使物流与资金流开始分离，人类的交易活动呈现出丰富而复杂的特性，给人们提供了方便。与此同时，也出现了新的商业风险，包括对方的商品质量信息、价格信息、支付能力及支付信誉等方面。要规避这种风险就得获取尽可能多的信息，只有掌握更多的信息，才能减少不确定因素，并监督、控制交易过程。正是随着商品所有权的转移和物流的分离，信息作为规避风险的有效手段越来越为人们所重视，信息流的作用日益重要起来。正是在这种背景下，商业活动中引入了电子手段，从而引发了新的经济模式——电子商务的产生。

(2) 电子商务是信息社会发展到一定阶段的产物，信息是继物质、能源之

后现代社会又一重要的经济资源和战略资源。信息通信技术通过降低生产、货物和服务交易的交易成本,提高管理职能的效率,并使企业能够交换和获取更多的信息,已经成为提高生产能力、增强国际竞争力的重要工具,对于提高整个社会的劳动生产率起到了至关重要的作用。信息产业已成为当今世界发展最快的产业,它在社会经济、文化发展中起着举足轻重的作用,其发展已经引发了社会经济和政治生活的深刻变化,形成了经济全球化、市场国际化、社会分工国际化及产业结构在全球范围的调整。这又导致了资本的大量转移和大批跨国公司的涌现,推动了国际贸易的发展。一方面,国际贸易的迅速增长使传统的、以纸为载体的贸易单证和文件的数量激增;另一方面,市场的激烈竞争又迫使企业必须具有更快的响应速度、更快的新产品上市时间、最佳的价格和及时交付。因此,制造商、供货商和消费者之间,跨国公司与各分公司之间对商业文件、单证的传递和处理速度、空间跨度和准确度都要求更高。追求商业贸易的“无纸化”已成为所有贸易伙伴的共同需求。而传统的单证和文件采用人工处理,劳动强度大、效率低、费用高、出错率高,已成为企业谋求发展的阻碍因素。正是为了适应世界经济一体化市场中企业竞争发展的需求,电子商务应运而生。

2. 信息通信技术的快速发展是电子商务产生的坚实物质基础

从 20 世纪 60 年代末到 20 世纪 80 年代,部分大企业的计算机系统开始通过专用增值通信网络(VAN)联系在一起,越来越多的企业间交易信息开始通过电子数据交换系统(EDI)传输,企业内部局域网也得到了一定范围的应用。当时,EDI 被很多企业用来实现内部单证的自动化处理,它提供了一系列标准的信息和格式,使企业能够用标准化的电子格式与供应商交换订单等商业单证,用于订购产品、接收货物和付账。EDI 技术减少了文字工作量,提高了自动化水平,简化了业务流程,实现了企业的“无纸贸易”。但是受限于当时的技术背景,EDI 标准缺少灵活性和可扩展性。传统 EDI 把业务规则写进应用程序代码,但是在实际应用中,业务规则不仅随着企业不同而不同,而且会随着市场的变化而变化。此外,传统的 EDI 服务是在昂贵的增值网络上进行的,其建立与维护的高成本阻碍了中小型企业对 EDI 的应用。这一时期的电子商务也可称为基于 EDI 的电子商务。

自从 ARPANET 诞生以来,计算机网络和互联网就在 20 世纪 70 年代得到了迅速发展,到 20 世纪 80 年代初,TCP/IP 协议族在 ARPANET 上全面实现后,随

之而来的是互联网的蓬勃发展。1991 年美国宣布互联网向社会公开开放,可以在网上开发商业系统,一直被排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入这个领域,互联网逐渐成为全球重要的信息传播工具,几乎覆盖了全球所有的国家和地区,上网用户呈级数增长趋势,其快捷、安全及低成本的特点使互联网不断地普及和成熟,为电子商务活动的全面展开奠定了基础。从此,电子商务就进入到了基于互联网的电子商务。

(二) 电子商务产生和发展的条件

(1) 计算机的广泛应用。近几十年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用提供了物质基础。

(2) 网络的普及和成熟。互联网逐步成为全球通信与交易的媒体,其快捷、安全和低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

(3) 信用卡的普及应用。信用卡以其方便、快捷和安全等优点成为人们消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使“一卡在手,走遍全球”成为可能,同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的技术手段。

(4) 电子安全交易协议的制定。1997 年 5 月 31 日,美国 VISA 和 Master-Card 国际组织等联合制定了电子安全交易协议 (Secure Electronic Transfer Protocol, SET 协议),该协议得到大多数厂商的认可和支 持,使基于互联网开放网络的电子商务具有一个关键的安全环境。

(5) 政府的支持与推动。自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布了《全球电子商务纲要》以后,电子商务受到世界各国政府的重视。同时,全球电子商务的迅速发展和普及也要求各国政府、企业和国际组织采取广泛协作的方式,以确保一个稳定而可预测的环境。这个环境将促进全球电子商务的成长,并为所有的经济体和社会带来最大限度的社会效益和经济效益。

二、电子商务的发展状况

(一) 国外电子商务发展现状

(1) 北美地区。美国电子商务的应用领域和规模都远远领先于其他国家。

调查显示,截至 2001 年全球所有电子交易额中,有 50%以上都发生在美国。不仅如此,美国还拥有商业网站的 90%,美国互联网产业的收入已经超过 5000 亿美元。伴随着互联网使用的增长和电子商务的飞速发展美国经济实现了持续多年的增长奇迹。美国正以各种不同方式在商业上利用互联网,其网上 B2C、B2B 销售量呈现稳步上升的趋势,涌现出一批像 Amazon、Ebay 等著名的商业网站。美国电子商务的迅速发展与美国政府的大力支持密不可分。1997 年 7 月 1 日,时任美国总统克林顿颁布了联邦政府促进、支持电子商务发展的“全球电子商务框架”,在该框架中,联邦政府提出了发展电子商务的五项原则和九项政策建议,对美国乃至世界各国电子商务的发展产生了积极影响。

加拿大政府高度重视电子商务和网络经济的发展,投入了巨资和人力,使电子商务在全国范围内迅速发展,电子商务交易额已跃居全球第二位。现在加拿大在网络基础设施、多媒体技术、全球客户服务、远程教育和医疗服务、网页工具开发等方面都已处于国际领先地位。加拿大政府推动电子商务发展的主要措施:重视网络基础设施建设;政府资助教育、鼓励研发;制定有关的电子商务政府法规等。

(2) 拉美地区。近年来拉美地区电子贸易发展迅速。其中,巴西是电子贸易最大的市场,墨西哥和阿根廷居第二位和第三位,智利位居第四。一份美国波士顿咨询公司的调查报告显示,拉美电子贸易有两大特点:一是集中,其中 25 个网站的销售额占全地区电子贸易额的 83%;二是多渠道,单纯利用网络销售的情况正逐步消失,取而代之的是建立网络和常规商店相结合的多渠道销售网络。但也存在很多问题,比如商品质量、产品价格及按时交货等方面。

(3) 欧洲地区。在欧盟,一些成员国在电子商务方面甚至超过了美国,芬兰和荷兰现在是属于全球最具有生机的联机市场。在技术和基础设施方面,欧洲的基础雄厚,有数家强大的电信公司;金融业方面,有超过 2000 家银行使用网上零售银行。为了改善互联网的环境,普及电子商务,欧盟还采取了一系列措施。第一,建立了一个用于欧盟内部进行研究与合作的先进的泛欧网,并大幅度提高网络传输速度;第二,试图建立一个完善可靠、以电子方式支付的金融机构和税收环境;第三,在欧盟各成员国中达成大力发展电子商务的共识。

(4) 亚洲地区。亚洲地区电子商务的发展态势主要集中于东亚诸国,尽管东亚各国的经济及科技水平参差不齐,发展网络经济的基础与环境也大不相

同,但从整体来看,东亚网络经济的成长势头非常明显,网络经济正在成为推动亚洲经济发展的动力。亚洲国家政府也积极地采取措施,推动电子商务的发展。如马来西亚政府草拟了电子商务大蓝图,以提升马来西亚的全球互联网实力;2006年菲律宾的《电子商务法》对网上交易的内容、方式等作出了规范;2003年4月中国国务院法制办会同信息产业部、国务院信息化工作办公室开始着手电子签名法,2004年8月28日正式通过、2005年4月1日起实施的《电子签名法》对电子商务诸多方面作了详细规定。

(二) 我国电子商务的发展现状

1. 我国电子商务发展状况

我国电子商务活动开展时间不长,但发展态势很好,我国政府和有关主管部门对电子商务给予了高度的重视和积极的支持。2004年9月由中国国际电子商务中心开发的中俄经贸合作网站正式运行,这是中国政府与外国政府合作建立的第一个经贸合作网站。

(1) 网络基础设施。2007年1月,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布了第十九次《中国互联网发展状况统计报告》。报告显示,截至2006年12月31日,我国上网用户总数为13700万,比上年同期增长23.4%,上网计算机达到5940万台。CN下注册的域名数、网站数分别达到1803393个和843000个。网络国际出口带宽增长快速,总数达到256696MB,其连接的国家有美国、俄罗斯、法国、英国、德国、日本、韩国、新加坡等。可直接连接国际互联网的有中国公用计算机互联网、中国网络通信集团、中国科技网、中国教育和科研计算机网、中国移动互联网、中国联通互联网、中国中际经济贸易互联网、中国长城互联网和中国卫星集团互联网等。

(2) 电子商务应用。1998年3月18日,我国国内第一笔互联网网上电子商务交易成功,它是由世纪互联通讯技术有限公司和中国银行共同完成的。这标志着我国电子商务已开始进入实用阶段。

目前,从跨国企业通过网络进行大宗贸易,到尚未毕业的大学生自办网站在网上出售个性化商品,电子商务在中国商贸领域得到越来越广泛的应用。众多的国有、民营、外资企业建立了企业信息化系统,实现了企业内部的ERP管理,并积极开展网络营销、网上采购、供应链管理和客户关系管理。