

电子商务概论

(第5版)

覃征 等

Electronic Commerce

高等教育出版社

电子商务概论

(第5版)

覃 征 王国龙 李顺东 于文辉
李 旭 张惠迪 张伟哲 陈铭仕



高等教育出版社·北京

内容提要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材、普通高等教育精品教材、国家精品资源共享课主讲教材,是在第4版的基础上结合电子商务的发展修订而成的。本书分基础篇、技术篇、管理篇、实践篇、案例篇、战略篇6篇,主要内容包括电子商务基础知识、电子商务文化、电子商务支撑技术、电子商务支付技术、电子商务安全技术、电子商务与法律、电子商务体系结构与系统设计、电子商务门户网站设计、移动电子商务、网络应用心理学、电子商务案例分析、电子商务战略以及电子商务战略与文化。本书内容系统、翔实,具有重要的参考价值。

本书可作为高等学校电子商务、信息管理与信息系统、电子信息等专业的本科生和研究生教材,也可作为相关部门管理者,以及现代服务业与电子商务领域从业人员的参考书和相关领域的科普读物。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 覃征等编著. --5 版. --北京:
高等教育出版社, 2017. 6
ISBN 978-7-04-047572-2

I. ①电… II. ①覃… 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 (2017) 第 070107 号

Dianzi Shangwu Gailun

策划编辑 刘 艳 责任编辑 刘 艳 封面设计 王 鹏 版式设计 马 云
插图绘制 杜晓丹 责任校对 李大鹏 责任印制 耿 轩

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街 4 号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.hepmall.com.cn
印 刷	北京市白帆印务有限公司		http://www.hepmall.com
开 本	787mm×1092mm 1/16		http://www.hepmall.cn
印 张	34.75	版 次	2002 年 6 月第 1 版
字 数	470 千字		2017 年 6 月第 5 版
购书热线	010-58581118	印 次	2017 年 6 月第 1 次印刷
咨询电话	400-810-0598	定 价	89.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 47572-00

前言

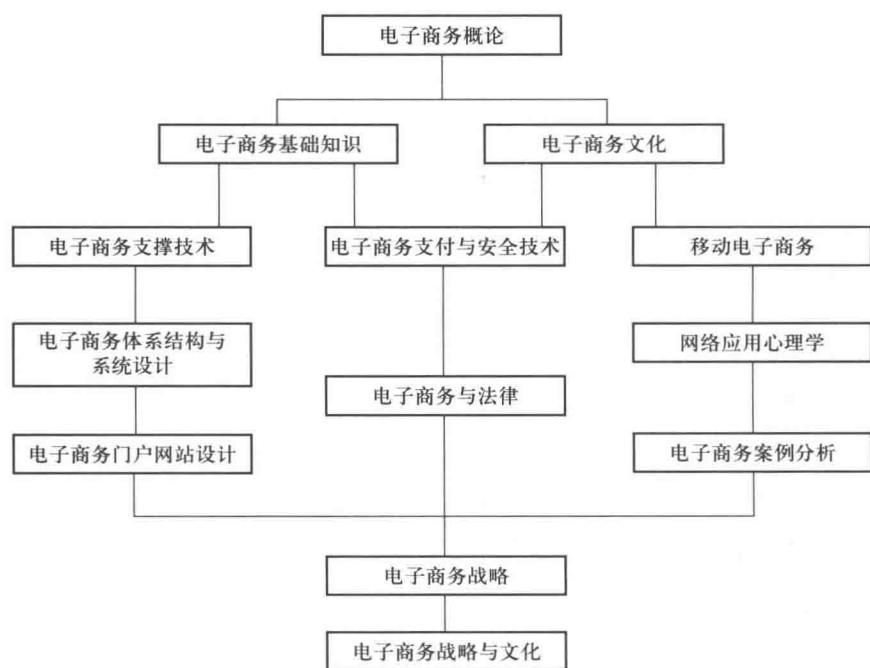


电子商务创新作为国家战略,已受到人们的广泛关注。在电子商务迅速发展的今天,它不仅影响着商业、信息产业、工业、农业、教育等领域,还深刻地改变着一个国家的政治、文化和社会面貌。可以说,电子商务不仅是对各行各业的一场革命,更推动了社会新文化的产生。

电子商务的迅猛发展得益于全球经济一体化和信息技术的迅猛发展。作为一门涉及多学科的新兴交叉学科,电子商务正在建立较为完备的学科体系,它所产生的创新领域深深地影响着未来。为此,电子商务的研究具有十分重要的意义。

在前4版的基础上,本书从电子商务的基础、技术、管理、实践、案例、战略6个层面组织内容体系。本书的内容体系及知识体系如下。

本书分6篇,共13章。第1篇基础篇阐述了电子商务基础知识、电子商务文化;第2篇技术篇阐述了电子商务支撑技术、电子商务支付技术、电子商务安全技术;第3篇管理篇阐述了电子商务与法律,分析了电子合同中的法律问题、银行电子化中的法律问题、电子资金划拨的法律问题、电子商务中的知识产权保护问题、电子商务安全法律问题、电子商务中的消费者权益保护问题、电子商务法律责任;第4篇实践篇阐述了电子商务体系结构与系统



设计、电子商务门户网站设计、移动电子商务、网络应用心理学；第5篇案例篇阐述了电子商务案例分析，分析了电子商务在若干领域的应用实例；第6篇战略篇阐述了电子商务战略以及电子商务战略与文化的辩证关系。

本书结合目前电子商务的发展情况，对第4版中的相关内容进行了更新和重新组织。例如，在技术篇，增加了物联网等新的电子商务支撑技术，补充了电子支付工具；在管理篇，对电子商务相关法律法规进行了深入调研并做了补充；在实践篇，介绍了移动电子商务的发展前沿；在案例篇，增加了阿里巴巴电子商务案例分析。

本书由覃征确定内容和整体结构，并最后审稿和定稿。王国龙、李顺东、于文辉、李旭、张惠迪、张伟哲、陈铭仕参加了本书的编写工作。其中，王国龙、陈铭仕编写第6章、第9章、第11章，于文辉编写第4章，李旭编写第3章，张惠迪编写第1章，其他章节由李顺东、张伟哲编写，王国龙完成了全书

的统稿工作。

本书在再版过程中得到了清华大学信息科学技术学院、软件学院,北京大学信息科学技术学院,中国科学院软件研究所,西安交通大学管理学院,浙江大学计算机科学与技术学院,上海财经大学国际工商管理学院等单位院士、教授和专家的支持,得到了参与本书前4版编写的李顺东、王卫红、韩毅、曹辉、张伟哲等的支持,在此表示由衷的感谢。在本书编写过程中参考和借鉴了大量资料,引用了相关领域的最新研究成果及部分案例,在此谨向资料的作者和提供者表示诚挚的感谢。

电子商务的理论、技术、应用乃至文化都在不断的发展和完善之中,加之电子商务又是一个由信息技术、管理、法律等众多学科交叉而形成的学科,因此还有许多未知的领域有待进一步开发与探索。在此希望广大读者对本书提出宝贵意见,以不断改进。

由于时间仓促,作者水平有限,书中疏漏和错误之处在所难免,请读者批评指正。

作 者

2017年4月

目 录



第 1 篇 基 础 篇

第 1 章	电子商务基础知识	/3
1	1.1 电子商务概述	/3
	1.1.1 电子商务的产生与发展	/4
	1.1.2 电子商务的概念与含义	/8
	1.2 电子商务的基本模式	/11
	1.2.1 B2B 电子商务	/13
	1.2.2 B2C 电子商务	/15
	1.2.3 G2G 电子商务	/19
	1.2.4 C2C 电子商务	/23
	1.2.5 O2O 电子商务	/26
	1.2.6 O2O ⁿ 电子商务	/30
	1.3 电子商务系统的主要组成	/31
	1.3.1 门户网站	/31

1.3.2	客户关系管理	/33
1.3.3	供应链管理	/36
1.3.4	物流管理	/40
1.4	电子商务的主要支撑环境	/42
1.4.1	技术环境	/42
1.4.2	法律环境	/46
1.4.3	信用环境	/47
1.4.4	金融环境	/51
1.4.5	生态环境	/54
1.5	相关基础学科对电子商务的影响	/56
1.5.1	数学学科对电子商务的影响	/57
1.5.2	信息学科对电子商务的影响	/60
1.5.3	管理学科对电子商务的影响	/63
	小结	/64
	思考与讨论	/65

第2章 电子商务文化 /68

2

2.1	电子商务文化概述	/69
2.1.1	电子商务环境下的商品文化	/69
2.1.2	电子商务环境下的技术文化	/82
2.1.3	电子商务环境下的社区文化	/87
2.2	电子商务文化对社会的影响	/101
2.2.1	电子商务文化产生的新经济	/101
2.2.2	电子商务文化产生的新消费观	/105
2.2.3	电子商务文化产生的新营销	/119

2.2.4 电子商务文化产生的新企业组织	/131
小结	/134
思考与讨论	/135

第2篇 技术篇

第3章 电子商务支撑技术	/139
--------------	------

3	3.1 电子商务基础技术	/139
	3.1.1 Web 技术	/139
	3.1.2 HTML 技术	/140
	3.1.3 XML 技术	/143
	3.1.4 客户端脚本语言及交互技术	/145
	3.1.5 服务器端网页技术	/147
	3.2 计算机通信技术	/153
	3.2.1 TCP/IP	/153
	3.2.2 HTTP	/155
	3.2.3 WAP	/157
	3.2.4 WLAN 与 Wi-Fi	/159
	3.2.5 3G、4G 和 5G	/162
	3.3 电子商务信息处理技术	/165
	3.3.1 全球定位系统	/165
	3.3.2 地理信息系统	/169
	3.3.3 云计算	/172
	3.3.4 大数据处理技术	/175
	3.4 电子商务信息存储技术	/178

3.4.1	数据库技术	/178
3.4.2	NoSQL 技术	/182
3.4.3	云存储	/183
3.5	物联网	/187
3.5.1	电子商务与物联网	/187
3.5.2	传感器	/189
3.5.3	智能家居	/191
3.5.4	智慧城市	/193
3.5.5	智能交通	/194
3.5.6	智能网络	/194
	小结	/195
	思考与讨论	/196
第 4 章	电子商务支付技术	/198
4		
4.1	电子商务支付系统概述	/198
4.1.1	电子支付系统的构成	/199
4.1.2	电子支付系统的分类	/200
4.1.3	电子支付交易模式	/202
4.2	电子支付工具	/203
4.2.1	微支付	/204
4.2.2	智能卡	/218
4.2.3	电子钱包	/220
4.3	网络银行	/226
4.3.1	网络银行的发展	/226

4.3.2 网络银行的功能	/228
4.3.3 网络银行技术	/230
4.4 手机银行	/233
4.4.1 手机银行的发展	/233
4.4.2 手机银行相关技术	/237
4.4.3 手机银行业务模式	/239
小结	/241
思考与讨论	/241

第5章 电子商务安全技术 /243

5

5.1 电子商务安全概述	/243
5.2 电子商务系统的门卫:防火墙	/245
5.2.1 防火墙综述	/245
5.2.2 防火墙的功能	/246
5.2.3 防火墙的种类	/249
5.3 入侵检测技术	/251
5.3.1 入侵检测技术综述	/251
5.3.2 入侵检测系统的分类	/253
5.3.3 入侵检测方法	/257
5.4 认证技术	/259
5.4.1 口令认证	/259
5.4.2 物理认证	/262
5.4.3 生物认证	/262
5.4.4 数字认证	/266
5.5 数据加密技术	/266

5.5.1 对称加密算法	/268
5.5.2 公钥加密算法	/270
5.5.3 混合加密算法	/272
5.6 数字签名技术	/273
5.6.1 用公钥加密算法签名	/273
5.6.2 用单向散列函数和公钥加密算法签名	/275
5.6.3 SSL 协议	/276
5.6.4 SET 协议	/280
小结	/286
思考与讨论	/286

第 3 篇 管 理 篇

第 6 章	电子商务与法律	/291
6	6.1 商法概述	/291
	6.2 电子合同中的法律问题	/293
	6.3 银行电子化中的法律问题	/298
	6.4 电子资金划拨的法律问题	/300
	6.5 电子商务中的知识产权保护问题	/302
	6.5.1 域名引发的法律问题	/303
	6.5.2 域名与知识产权冲突的协调	/306
	6.5.3 世界知识产权组织关于域名与知识产权冲突的协调	/307
	6.5.4 电子商务中的版权问题	/309
	6.6 电子商务安全法律问题	/311
	6.6.1 电子商务的安全问题	/311

6.6.2	电子商务安全法律制度	/312
6.6.3	违反电子商务安全法的法律责任	/313
6.7	电子商务中的消费者权益保护问题	/314
6.7.1	电子商务对消费者的影响	/314
6.7.2	电子商务与消费者隐私权保护	/317
6.8	电子商务法律责任	/319
6.8.1	电子商务的民事责任	/319
6.8.2	电子商务的行政责任	/323
6.8.3	电子商务的刑事责任	/324
6.9	《中华人民共和国电子签名法》概述	/326
6.10	《非金融机构支付服务管理办法》概述	/328
	小结	/330
	思考与讨论	/330

第4篇 实 践 篇

第7章	电子商务体系结构与系统设计	/335
-----	---------------	------

7

7.1	电子商务体系结构	/335
7.1.1	电子商务基础结构框架	/335
7.1.2	电子商务基础结构的数据流程	/337
7.1.3	电子商务基础结构的过程控制	/339
7.1.4	电子商务基础结构的优化方法	/344
7.1.5	电子商务基础结构的事件过程控制	/347
7.2	电子商务安全系统	/349
7.3	电子商务支付系统	/354

7.3.1	电子商务与在线支付	/354
7.3.2	电子商务支付系统的数据流程和过程控制	/355
7.4	电子商务应用系统软件体系及设计方法	/361
7.4.1	应用电子商务系统软件体系	/361
7.4.2	应用电子商务系统设计方法	/365
	小结	/368
	思考与讨论	/368
第 8 章	电子商务门户网站设计	/371
8		
8.1	电子商务与门户网站	/371
8.1.1	门户网站的概念	/371
8.1.2	门户网站的作用	/372
8.2	电子产品目录的设计方法	/373
8.2.1	产品信息存储	/373
8.2.2	产品信息查询功能	/375
8.3	网上购物车的设计方法	/376
8.3.1	网上购物车及实现技术	/376
8.3.2	网上购物车的数据库及实现策略	/378
8.4	电子订单处理	/381
8.4.1	电子订单的处理流程	/381
8.4.2	在线支付	/384
8.5	网站的检索查询	/386
8.5.1	高级 SQL 的应用	/387
8.5.2	优化数据库查询	/390
	小结	/392

思考与讨论	/393
-------	------

第 9 章 移动电子商务	/395
--------------	------

9

9.1 移动电子商务概述	/395
9.2 移动电子商务的特点	/398
9.3 移动电子商务的发展	/400
9.3.1 移动电子商务发展历程	/400
9.3.2 移动电子商务发展前沿	/401
9.4 移动电子商务技术	/406
9.4.1 移动 IP	/406
9.4.2 无线城域网	/406
9.4.3 无线广域网	/409
9.4.4 射频识别技术	/411
9.4.5 移动终端	/414
9.4.6 移动操作系统	/414
9.5 移动电子商务服务	/416
9.5.1 移动短信服务和微信	/416
9.5.2 移动定位服务	/419
9.5.3 移动游戏	/421
9.5.4 移动音乐	/423
9.5.5 移动电子商务营销	/424
小结	/426
思考与讨论	/427

第 10 章 网络应用心理学

/428

10

10.1 网络应用心理学概述	/428
10.1.1 网络应用心理学的产生	/429
10.1.2 网络应用心理学的研究内容	/430
10.1.3 网络应用心理学的意义	/431
10.2 网络交互心理	/434
10.2.1 网络交互	/434
10.2.2 网络交互动机	/440
10.2.3 网络交互心理的作用	/442
10.3 网络应用心理	/443
10.3.1 网络应用产生的心理特征	/443
10.3.2 网络应用心理特征分析	/445
10.4 网络管理心理	/451
10.4.1 网络管理的一般心理	/451
10.4.2 网络管理的行为心理	/455
小结	/457
思考与讨论	/457

第 5 篇 案 例 篇

第 11 章 电子商务案例分析

/461

11

11.1 电子商务案例分析方法	/461
11.1.1 电子商务网站评价分析方法	/461
11.1.2 电子商务战略评价分析方法	/469

11.2 电子商务案例分析实例	/473
11.2.1 金融业电子商务案例分析	/473
11.2.2 亚马逊电子商务案例分析	/480
11.2.3 石油化工行业电子商务案例分析	/482
11.2.4 国际贸易中的电子商务	/485
11.2.5 阿里巴巴电子商务案例分析	/496
小结	/499
思考与讨论	/499

第6篇 战略篇

第12章 电子商务战略	/503
-------------	------

12

12.1 电子商务战略概述	/503
12.1.1 战略与电子商务战略	/503
12.1.2 电子商务战略研究	/505
12.2 国家电子商务战略	/507
12.3 企业电子商务战略	/509
小结	/511
思考与讨论	/512

第13章 电子商务战略与文化	/513
----------------	------

13

13.1 中美电子商务战略的差异	/513
13.1.1 中国电子商务战略	/513
13.1.2 美国电子商务战略的启示	/514