

高职高专电子商务专业系列教材

# 电子商务概论

DIANZI SHANGWU  
GAILUN

主 编 吕何新

副主编 周 庆 何玉辉

主 审 王于同

重 庆 大 学 出 版 社

清华大学出版社

# 电子商务概论

清华大学出版社

清华大学出版社

清华大学出版社

清华大学出版社

高职高专电子商务专业系列教材

---

# 电子商务概论

主 编 吕何新  
副主编 周 庆 何玉辉  
主 审 王于同

重庆大学出版社

## ○ 内 容 提 要 ○

本书系高职高专电子商务专业系列教材之一。全面、系统地介绍了电子商务的基本理论、基本概念和基本技术。全书共分 11 章,围绕电子商务的各个不同侧面,对电子商务设计与实现时涉及的相关问题进行了较深入仔细的阐述。主要内容包括电子商务的基本概念,电子商务基础,电子商务的概念模型,电子商务的实现技术、总体设计和实施步骤,安全与法律问题,网络银行,网络营销,电子商务与 EDI 以及网络生活与电子商务等。本书附录提供了 100 个实用网址,各章后面附有小结和思考题。全书层次分明,结构合理,内容丰富,取材得当,由浅入深,语言流畅,在介绍基本理论、基本知识的同时,结合很多生动的实例使理论与实际相结合,易于读者理解掌握电子商务的基本内容。

本书可作为高职高专电子商务专业及其他相关专业的教材,也可作为各类电子商务知识培训教材,或供广大电子商务工作者及爱好者参考使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/吕何新主编. —重庆:重庆大学出版社,2001.8

21 世纪高职高专电子商务专业系列教材

ISBN 7-5624-2311-3

I. 电... II. 吕... III. 电子商务—高等学校:技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 061123 号

高职高专电子商务专业系列教材

### 电子商务概论

主 编 吕何新

副主编 周 庆 何玉辉

主 审 王子同

责任编辑:肖顺杰

版式设计:肖顺杰

责任校对:何建云

责任印制:秦 梅

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆铜梁正兴印务有限公司印刷

\*

开本:787×960 1/16 印张:18.25 字数:368 千

2001 年 8 月第 1 版 2006 年 2 月第 5 次印刷

印数:25 001—28 000

ISBN 7-5624-2311-3/F·219 定价:24.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换  
版权所有,请勿擅自翻印和用本书  
制作各类出版物及配套用书,违者必究

## 系列教材编委会成员(以姓氏笔画为序)

王学梅 王庆国 刘建华 任德齐 武俊达 吕何新 张国梁  
张学礼 张 矢 张举刚 张国勋 邵兵家 苟爱梅 周一鹿  
周 明 夏昌祥 钟 强 袁建新 袁建平 黄启良 彭光辉  
韩应江 曾湘黔 熊伟健 崔轩辉

## 系列教材参编单位(排名不分先后)

|            |              |
|------------|--------------|
| 重庆石油高等专科学校 | 重庆电子职业技术学院   |
| 昆明冶金高等专科学校 | 西南农业大学高职学院   |
| 武汉职业技术学院   | 贵州大学职业技术学院   |
| 邢台职业技术学院   | 重庆大学职业技术学院   |
| 天津职业大学     | 重庆工业高等专科学校   |
| 南京理工大学高职学院 | 成都电子机械高等专科学校 |
| 桂林航天高等专科学校 | 湖北十堰职业技术学院   |
| 天津房管局职工大学  | 广西职业技术学院     |
| 湖北长江职业技术学院 | 天津工业职业技术学院   |
| 石家庄经济学院    | 新疆机电职业技术学院   |
| 三门峡职业技术学院  | 河南职业技术学院     |
| 长沙民政职业技术学院 | 浙江树人大学       |
| 湖北孝感职业技术学院 | 天津青年职业学院     |
| 重庆光彩职业技术学院 |              |

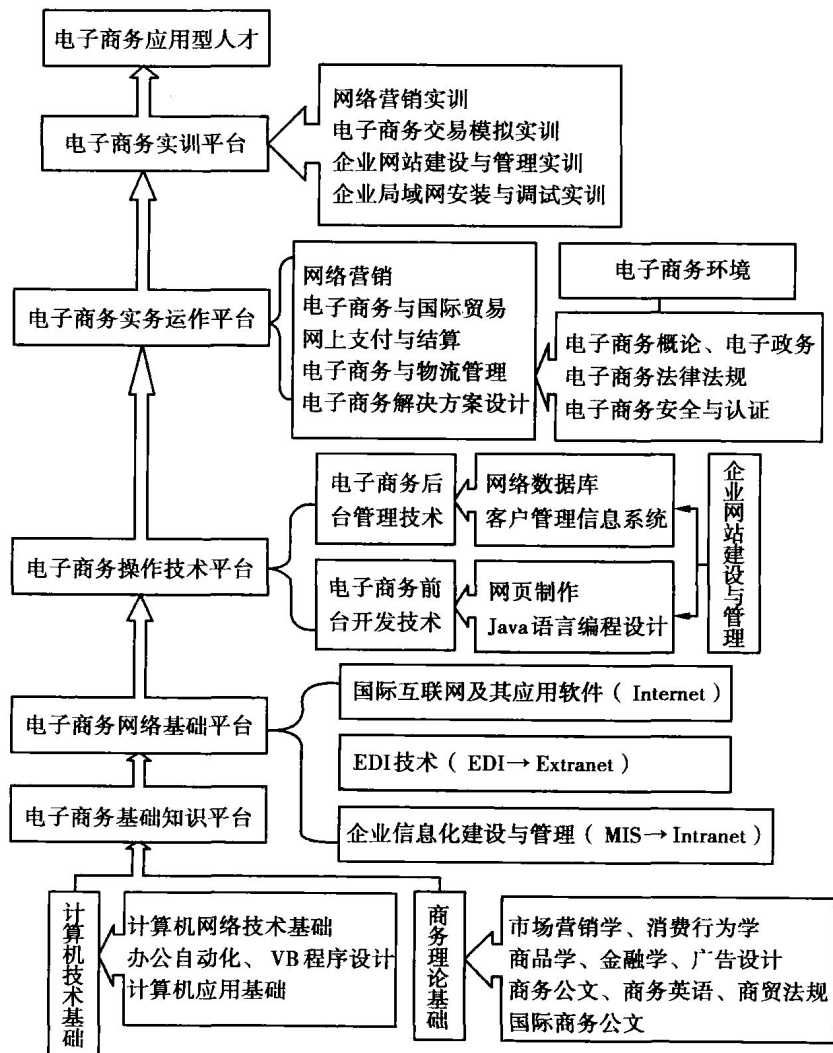
# 总 序

全国高职高专电子商务专业系列教材由重庆大学出版社牵头组织,全国 30 多所高职高专院校积极参与,经一年多的努力,终于与读者见面了。这套书其实是一种尝试,它的编写是一件十分艰巨的工作。因为电子商务的发展实在是太迅速了。从这个名词概念的提出,到部分高职高专学校试办电子商务专业,才几年时间,而今电子商务专业已在全国许多高等院校遍地开花。的确,进入 21 世纪,随着信息技术的飞速发展,尤其是我国加入 WTO 与国际社会接轨,电子商务将不再只是概念和虚拟,各行各业即将面对实实在在的它。可以预料,电子商务的人才需求也将与日俱增。

电子商务专业的兴办,可以说高职高专院校在试运作上是走在前头的。从近两三年的实践来看,各学校在试办该专业的探索过程中,对电子商务专业知识构成和课程结构都有着自己的见解和经验积累,并结合各自学校的特点和特长来创办电子商务专业和进行电子商务专业建设,不少学校在这方面已经取得了可喜的成果。在本次全国高职高专电子商务专业系列教材编写过程中,各院校的编者们已经不再对电子商务专业是靠工商管理系,还是靠计算机工程系而争论不休了,大家从这几年的教学实践中清楚地认识到,电子商务是一个综合性很强的新兴专业,在跨计算机网络技术和商务领域的多学科平台上,它作为一个专业也有着自身最核心的一些内容,它包括从事本专业工作所必须的基本概念、基础知识、基本技能和基本素质。应该说从高职高专以培养适应生产、建设、管理、服务第一线需要的高等应用型人才的目标来看,高职高专电子商务专业的知识结构

和课程设置是一种打破学科系统性,强调知识综合性、实用性,建立以能力为基础的模式。这种新型的教学模式直接指导着高职高专的教材建设工作,也是我们本次编写全国高职高专电子商务专业系列教材的宗旨。在这一前提下,本系列教材编委会在经过多次全面深入的讨论甚至是激烈的争论后,推出了一套高职高专电子商务专业的系列教材,力图搭筑一个具有高职高专特色的电子商务专业知识和课程框架(见附图),供高职高专院校在进行电子商务专业教学中引用或参考。

高职高专《电子商务》专业知识结构及课程框架



我们的思路是把握电子商务专业的核心内容,根据高职高专的特点,从基础课程到专业运作,层层构筑知识和技能平台,使教学一步步扎扎实实往上垒,并使学生的学习有岗位的针对性。这有别于一般本科院校在电子商务专业教学中大多以信息流、资金流、物流来设置课程框架,并结合本院校的行业属性而有所侧重于某一“流”的特点。因此在高职高专电子商务专业知识结构和课程框架中就留有横向扩充和纵向发展的空间,即在此框架中你可以突出某一个平台,显示出特长;在此框架上你可以进而升入本科类电子商务专业学习信息流、资金流、物流的理论、技术和管理知识,成为高级电子商务专业人才。

本系列教材汇集了全国 30 多所高职高专院校编写人员在电子商务专业的教学经验和成功探索,在编写过程中,编者们始终把握高职高专教材要体现以应用为目的,基础理论以必须、够用为度,以讲清概念、强化应用为重点,突出内容的选取与实际需求相结合的原则,并充分吸取了近年来一些高职高专院校在探索培养电子商务专业高等技术应用人才和教材建设方面所取得的成功经验,使本系列教材具有明显的高职高专教育特色,不仅适合各高职高专院校从中选用教材,而且对高职高专电子商务专业制定教学计划有一定的指导作用;同时也适用于系列化地进行电子商务专业自修和培训。

由于时间紧,任务重,我们在本次全国高职高专电子商务专业系列教材编写的实施过程中难免出现疏漏,敬请各院校及其广大读者提出宝贵意见。我们将在此基础上尽快作出进一步修改,并争取尽快将此系列教材编完出齐。让我们携手为高职高专电子商务专业的建设而努力,共同迎接电子商务时代的挑战。

编 委 会

2002 年 1 月 6 日

21 世纪将是一个以网络计算机和知识经济为核心的信息时代,这一点已为全球所公认。数字化、网络化与信息化是 21 世纪的时代特征。电子商务是 Internet 发展的最新市场,是网络技术与电子信息技术和业务相结合的最新产物,是信息时代的必然趋势,它不仅对商业企业的运作和个人工作、生活产生深远的影响,同时也涵盖了国家政府、工业企业、金融机构、教育部门等诸多范围,涉及面非常广泛。可以预言,电子商务作为一种崭新的商务运作方式,将带来一次新的产业革命,这场革命的最终结果是将人类真正带入信息社会。

电子商务是建立在 Internet 基础上的经济活动,使人们可以在计算机信息网络上树立自己企业的形象,宣传自己的有价产品和服务,同时进行电子交易和资金结算。也就是说,人们可以利用跨国界的 Internet 来参加各种交流和从事电子交易活动。电子商务的实际应用时间并不长,但以其高效率、低支付、高收益和全球性的特点,很快得到企业和政府的重视,发展很快。电子商务是一种创新力量,是信息时代社会生产与社会消费之间发生的一次革命。电子商务将大大促进供求双方的经济活动,极大地减少纸张的消耗和交通运输的负担,它能提高企业的国际经济竞争力,繁荣商贸,达到发展经济、搞活市场的目的。

本书全面、系统地介绍了电子商务的基本理论、基本概念和基本技术。全书共分 11 章,围绕电子商务的各个不同侧面,对电子商务设计与实现时涉及的相关问题进行了较深入仔细的阐述。主要内容包括电子商务的基本概念,电子商务基础,电子商务的概念模型,电子商务的实现技术,电子商务的总体设计,电子商务的实施步骤,网络银行,网络营销,电子商务与 EDI,网络生活与电子商务,以及电子商务的安全和法律问题等。全书层次分明,结构合理,由浅入深,语言流畅,内容丰富,取材较新,力

求较好地反映当前电子商务的现状与发展趋势。在介绍基本理论、基本知识的同时,结合很多生动的实例使理论与实际相结合,易于读者理解掌握电子商务的基本内容。

这是一本内容丰富,取材得当,全面介绍电子商务的教材,可作为高职高专电子商务专业及其他相关专业的教材,也可作为各类电子商务知识培训教材,或供广大电子商务工作者及爱好者参考使用。

本书的第1、3、4章由吕何新编写;第2章由陈佩芬编写;第5、6章由周庆编写;第7章由李先玲编写;第8章由唐麒编写;第9、11章由何玉辉编写;第10章由陈琳琳编写;吕何新负责全书的统稿。全书由王于同教授审阅。

由于作者本身的水平有限,加上时间仓促,因此书中难免存在一些不妥之处,望广大读者原谅,并请提出宝贵意见,以便我们再版时使其臻于完善。

编 者  
2001年5月

# 目 录

|    |                    |
|----|--------------------|
| 1  | 第 1 章 认识电子商务       |
| 1  | 1.1 什么是电子商务        |
| 4  | 1.2 电子商务与 Internet |
| 5  | 1.3 电子商务与信息社会      |
| 9  | 1.4 电子商务面临的机遇和挑战   |
| 13 | 1.5 电子商务在中国        |
| 14 | 小结                 |
| 14 | 思考题与作业题            |
| 15 | 第 2 章 电子商务基础       |
| 15 | 2.1 Internet 基础知识  |
| 20 | 2.2 Internet 的连接   |
| 28 | 2.3 Internet 的基本功能 |
| 34 | 2.4 主页制作           |
| 48 | 2.5 Web 引擎浏览检索实例   |
| 49 | 小结                 |
| 49 | 思考题与作业题            |
| 50 | 第 3 章 电子商务的概念模型    |
| 50 | 3.1 电子商务是一个市场环境    |
| 53 | 3.2 电子商务是企业的战略转折点  |
| 56 | 3.3 电子商务的一般框架      |
| 60 | 3.4 电子商务的主要参与者     |
| 61 | 3.5 电子商务的基本模式      |
| 64 | 小结                 |
| 64 | 思考题与作业题            |

|     |                   |
|-----|-------------------|
| 65  | 第4章 电子商务的实现技术     |
| 65  | 4.1 Internet 技术   |
| 69  | 4.2 网络技术和通信技术     |
| 73  | 4.3 数据库技术         |
| 82  | 4.4 电子支付          |
| 85  | 4.5 EDI 技术        |
| 87  | 4.6 安全性           |
| 87  | 4.7 代理技术          |
| 88  | 小结                |
| 88  | 思考题与作业题           |
| 89  | 第5章 电子商务的总体设计     |
| 89  | 5.1 电子商务系统管理模型    |
| 95  | 5.2 电子商务系统技术模型    |
| 101 | 5.3 电子商务系统总体设计思想  |
| 105 | 5.4 电子商务系统设计      |
| 110 | 5.5 电子商务系统的实现     |
| 117 | 5.6 电子商务解决方案与成功案例 |
| 124 | 小结                |
| 124 | 思考题与作业题           |
| 125 | 第6章 电子商务的实施步骤     |
| 125 | 6.1 商情发布          |
| 129 | 6.2 建立企业 Intranet |
| 135 | 6.3 在网上开展商务交易活动   |
| 135 | 6.4 电子商务的运作规则     |
| 137 | 6.5 电子商务的成功条件     |
| 139 | 6.6 电子商务的核心问题     |
| 142 | 小结                |
| 142 | 思考题与作业题           |

|     |                  |
|-----|------------------|
| 143 | 第 7 章 网络银行       |
| 143 | 7.1 银行网络化和网络银行   |
| 151 | 7.2 网络支付系统——电子货币 |
| 161 | 7.3 网络银行的安全      |
| 163 | 小结               |
| 163 | 思考题与作业题          |
| 166 | 第 8 章 网络营销       |
| 166 | 8.1 网络营销概述       |
| 171 | 8.2 电子购物过程       |
| 177 | 8.3 网络营销策略       |
| 184 | 8.4 网络营销技术       |
| 195 | 8.5 网络营销案例       |
| 199 | 小结               |
| 199 | 思考题与作业题          |
| 200 | 第 9 章 EDI 与电子商务  |
| 200 | 9.1 EDI 概述       |
| 203 | 9.2 EDI 的组成      |
| 214 | 9.3 EDI 的使用      |
| 216 | 9.4 EDI 的国际标准化组织 |
| 218 | 9.5 EDIFACT 简介   |
| 223 | 9.6 EDI 的应用      |
| 233 | 9.7 案例分析         |
| 237 | 小结               |
| 237 | 思考题与作业题          |
| 238 | 第 10 章 网络生活与电子商务 |
| 238 | 10.1 网络新社会       |
| 239 | 10.2 网上娱乐        |
| 244 | 10.3 网上教育        |

|     |                     |
|-----|---------------------|
| 247 | 10.4 网络证券           |
| 249 | 10.5 虚拟医院           |
| 252 | 10.6 网络生活与电子商务      |
| 254 | 小结                  |
| 254 | 思考题与作业题             |
| 255 | 第 11 章 电子商务的安全和法律问题 |
| 255 | 11.1 电子商务的安全        |
| 264 | 11.2 电子商务中的法律问题     |
| 269 | 小结                  |
| 269 | 思考题与作业题             |
| 270 | 附录 100 个实用网址        |
| 275 | 参考书目                |

# 第 1 章

## 认识电子商务

进入 20 世纪 90 年代以来,随着计算机网络、通信技术的迅速发展,特别是 Internet 的普及应用,使人们传统的行为方式和观念受到了巨大的冲击及影响。电子商务是 Internet 发展的最新市场,它代表着 21 世纪网络应用的发展方向。可以预言,电子商务作为一种崭新的商务运作方式,将带来一次新的产业革命,这场革命的最终结果是将人类真正带入信息社会。

### 1.1 什么是电子商务

随着网络技术的迅猛发展,Internet 已是无所不在,从企业、科研机构、商场、学校乃至家庭均可见到 Internet 的踪迹。然而网络究竟能为社会带来什么?网络的战略效益在哪里?答案就在“电子商务”!

电子商务引起人们的普遍关注,细说起来也不过是最近几年的事情。到现在人们对电子商务还没有一个统一规范的认识。众多的计算机制造商(电子商务的主要推动者)出于各自的商业目的,各执一词,使得本来对电子商务知之甚少的人们在概念上更加模糊不清。许多专家和学者都尝试从不同角度来界定电子商务的内涵和外延。下面给出一些目前常见的、尚未规范的电子商务的定义:

从电子商务与传统商务的区别来认识电子商务的观点有:

(1) 电子商务是从售前服务到售后服务的各个环节全部实现电子化和自动化。

(2) 电子商务是一种在商业运作过程中实现无纸化、直接化的操作。

(3) 电子商务就是利用电子手段的购物活动,或者说是利用计算机网络进行的购物活动。

(4) 电子商务是通过电子方式,并在网络基础上实现物资、人员过程的协调,以实现商业交换活动。

(5) 电子商务是电子化的购销市场,使用电子工具完成商品购买和服务。

(6) 世界电子商务会议提出的电子商务的观点。1997年11月6~7日,国际商会在法国首都巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce)。全世界商业、信息技术、法律等领域的专家和政府部门的代表,共同探讨了电子商务问题,提出了电子商务的概念。

电子商务 EC(Electronic Commerce)是指实现整个贸易活动的电子化。从涵盖范围方面可以定义为:交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换或直接面谈方式进行的任何形式的商业交易;从技术方面可以定义为:电子商务是一种多技术的集合体,包括交换数据(如电子数据交换、电子邮件)、获得数据(如共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(如条形码)等。

电子商务涵盖的业务包括:信息交换、售前售后服务(如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品的实际发送)、组建虚拟企业(组建一个物理上不存在的企业,集中一批独立中小公司的权限,提供比任何单独公司多得多的产品和服务)、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

从计算机与商业结合的角度来认识电子商务的观点有:

(1) 电子商务是在计算机与通信网络的基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的全部过程。

(2) 电子商务是一组电子工具在商务中的应用。这些工具包括:电子数据交换、电子邮件、电子公告系统、条码、图像处理、智能卡等。

(3) 电子商务是由 Internet 创造的网络空间超越时间和空间的制约;以极快的速度实现电子式商品交换。

(4) 电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它还包括公司间和公司内利用电子邮件、电子数据交换(EDI)、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能。

(5) 电子商务是指通过 Internet 进行的各项商务活动,包括:广告、交易、支付、服务、信息交流等活动。

(6) HP 公司认为,电子商务是指在从售前服务到售后支持的各个环节实现电子化、自动化。电子商务是电子化世界的重要组成部分,它能够使我们以电子交易手段完成物品和服务等价值交换。HP 的电子商务方案包括所有的贸易伙伴:用户、商品和服务的供应商、承运商、银行、保险公司,以及所有其他外部信息源的收益人。电子商务通过商家及其伙伴与用户建立不同的系统和数据库,使用客户授权和信息流授

权方式,应用电子交易支付手段和机制,保证整个电子商务交易过程的安全性。

(7)IBM 公司认为,电子商务是指采用数字化电子方式进行商务数据交换和开展商务业务活动。可用公式表示:电子商务 = Web + IT,它所强调的是在网络计算机环境下的商业化应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在 Internet、Intranet(企业内部网)和 Extranet(企业外部网)结合起来的应用。它是在因特网的广阔联系与传统信息技术系统的丰富资源相互结合的背景下应运而生的一种相互关联的动态商务活动,这种活动在因特网上展开。网络计算机是电子商务的基础,Internet、Intranet 和 Extranet 是电子商务的三种基本模式。

总体而言,人们对电子商务的认识大致归为广义和狭义之分。

狭义的电子商务也称为电子贸易(E-Commerce),仅仅将 Internet 网络进行的商业活动归属于电子商务;而广义的电子商务(E-Business)则指利用包括 Internet、Intranet、LAN 等各种不同形式网络在内的一切计算机网络进行的各种商务活动,这些商务活动不仅仅局限于企业之间,也包括在企业内部、个人和企业之间发生的一切商务活动。

从发展的观点看,在考虑电子商务的概念时,仅仅局限于利用 Internet 网络进行商业贸易是不够的,将利用各类电子信息网络进行的广告、设计、开发、推销、采购、结算等全部贸易活动都纳入电子商务的范畴则较为妥当。所以,有人认为,电子商务(EB)是指所有利用电子信息技术来解决问题、降低成本、增加价值和创造商机的商务活动。21 世纪的企业,如果没有电子商务,企业就不能生存。

现代信息技术提供了强大的通信和处理工具,同时也改变着产品的生产过程,并导致了服务过程的变化。电子商务理论和技术的发展将现代信息技术带入服务领域、商品流通领域和产品生产领域,使传统意义上的服务、商品流通、产品生产等概念和内涵发生了理念上的变化。

随着全球网络通信和信息技术的发展,特别是 Internet 在世界范围的普及和扩展,使得商业空间拓展到全球。企业的产品目录查询、收受订单、退货通知、网络营销、账务管理、库存管理,股票及期货的分析、交易等,从多方位给企业提供了更多商机。面对全球激烈的市场竞争,每个商家必须作出及时反应,充分利用现有技术和资源,对企业内部进行必要的改造和重组,以谋求更为广阔的市场。事实上,电子商务正在将网络,特别是 Internet 技术广泛应用于企业的业务流程,形成崭新的业务构架和交易模式。电子商务正在改变着传统的国际贸易方式,极大程度地减少国际贸易的繁琐程序并进一步促进国际贸易的发展。

电子商务是信息时代的必然趋势,它不仅对商业企业的运作和个人工作、生活产生深远的影响,同时也涵盖了国家政府、工业企业、金融机构、教育部门等诸多范围,涉及面非常广泛。因此,各国政府、企业和个人都在密切关注电子商务的发展动态。

从企业角度出发,电子商务是建立在计算机的软硬件、网络通信等基础上的经济