

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导  
新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材

阿里巴巴商学院 组织编写

# 电子商务服务

梁春晓 主编



清华大学出版社

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导  
新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材

阿里巴巴商学院 组织编写

# 电子商务服务

梁春晓 主编

吴吉义 潘洪刚 盛振中 罗堃 阿拉木斯 编著

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

本书分为8章,内容包括电子商务服务的概念、发展、现状、影响、体系和商业生态,与电子商务服务相关的理论、概念和观点,电子商务服务的产品、赢利模式、技术、管理和运营,服务业电子商务,从工商、税收、个人隐私、商业数据、知识产权、消费者保护、反欺诈、反洗钱、第三方平台责任和标准规范等角度介绍与电子商务服务相关的公共管理。

本书可以作为高等学校电子商务、市场营销、经济管理、信息管理等相关专业的本科和研究生教材,也可供电子商务服务相关从业人员参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务服务/梁春晓主编. —北京:清华大学出版社, 2010.11  
(新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材)  
ISBN 978-7-302-23683-2

I. ①电… II. ①梁… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 162873 号

责任编辑:袁勤勇 赵晓宁

责任校对:梁 毅

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62795954, [jsjjc@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:jsjjc@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:16.5

字 数:374 千字

版 次:2010 年 11 月第 1 版

印 次:2010 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:26.00 元

---

产品编号:039418-01

十多年来,我国电子商务各个领域发生了巨大变化,从形式到内涵的各个方面都更加丰富和完善,在国民经济中的作用显著增强,对电子商务人才的需求愈来愈大,也对高等学校电子商务人才培养工作提出更高的要求。因此,如何面日新月异电子商务发展,开展各具特色的电子商务专业人才培养工作,打造新型的电子商务教材体系和系列教材,显得十分必要。

杭州师范大学阿里巴巴商学院是一所产学研相结合,充满创新创业激情的新型校企合作商学院。这次由教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导,该商学院组织开展的高等学校本科教学电子商务实践与创新系列教材建设工作,是一次针对产业界需求、校企合作开展电子商务人才培养工作改革的有益实践,对探索我国现代服务业和工程创新人才的培养具有积极的意义。

电子商务实践与创新系列教材建设目标是打造一套结合电子商务产业和经济社会发展需要,面向电子商务实践,体现校企合作和创新创业人才培养特点的新一代电子商务本科教学系列教材,旨在为电子商务人才培养工作服务。系列教材建设工作,前期已经过半年多时间的调查和研究,形成了面向电子商务发展的新一代教材体系基本框架。该系列教材针对电子商务中的零售、贸易、服务、金融和移动商务等深浅不同的领域,对学生进行实践与创新的培训,不但吻合电子商务业界的发展现状和趋势,也属校企合作教学改革的一次实践与创新。

潘金福

二〇一〇年七月十九日



一直觉得,自己人生中最快乐的日子,是站在讲台上当老师的那段时光。看着学生不断成长,真的是一件很有意义的事。

很多人说,良好的教育可以改变人的一生,教育对人的创新能力的培养非常重要。我们国家每年有几百万名大学生毕业,但很多人走出校园却找不到工作;另一方面又有很多中小企业的老板对我说,自己的企业招聘不到合适的人才。这种反差说明我们的教育发生了偏离。现在学校里灌输得更多的是知识,而不是思考方式,这不是一种文化的传递。

现在很多大学开设了电子商务专业,这对于阿里巴巴这样的电子商务公司来说是件好事。阿里巴巴已成立十多年时间,这十年的时间,我们证明了一件事情,就是互联网和电子商务在中国能成功。同时我们相信互联网和电子商务的发展将彻底改变未来,彻底影响我们的生活。我相信电子商务未来会成为国与国之间的竞争力,而不仅仅是企业的竞争力。但我觉得很多大学在培养电子商务专业人才时可能需要更加脚踏实地、更加务实,因为理论上可行的东西在实践上不一定能做到。我在阿里巴巴商学院成立仪式上说过,这是阿里巴巴在电子商务教育上的一个摸索,商学院要加强对学生的创业方面的指导、培训,中国中小企业发展需要创业者,他们更需要商学院的培训和教育。

这个世界在呼唤一个新的商业文明,我们认为新商业文明的到来、展开与完善,有赖于每一个公司、每一个人的创新实践。未来的商业人才须具备四个特质:拥有开放的心态、学会分享、具有全球化的视野、有责任感。过去十年以来,我们看到越来越多的年轻人加入网商行列,他们是改革开放以来最具创造能力的新一代,他们更有知识,更懂得诚信,更懂得开放。

分享和协作是互联网的价值源泉。作为一家生于杭州,长于杭州的企业,阿里巴巴乐意为电子商务未来的发展做贡献。阿里巴巴创业团队自1995年开始创业到现在,积累了许多经验和大量案例,阿里巴巴希望将这些案例与中国的中小企业人、创业者及学子们分享,形成教育、企业、产业及社会通力发展的模式。

阿里巴巴商学院组织编写的电子商务实践与创新系列教材正是基于这一点进行策划酝酿的。这套教材融合了数以千万计网商的电子商务实践,从理论层次进行了总结升华,同时,教材编写团队中不仅有电子商务理论界的著名教授和学者,也有电子商务企业界专家,相信这套教材对高等学校电子商务教学改革将是一次很好的探索和实践。

感谢教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会给予的指导,感谢所有参加系列教材编写工作的专家、学者,以及系列教材组织编写委员会的顾问、领导和专家。我相信,这次合作不仅是一次教材编写的合作,同时也是新一代电子商务实践与创新系列教材建设工程的开篇,更是一次全国电子商务界精英的大联盟,衷心期待我们的老师、同学们能够从教材中吸取知识加速成长。



阿里巴巴集团

2010年8月10日

在异军突起的电子商务服务业的推动下,我国电子商务已经进入大规模、高速发展时期。2009年,我国企业间电子商务交易额超过3万亿,网络零售交易额超过2000亿,广泛拉动物流、支付和IT等相关行业,大量创造就业和创业机会(仅淘宝网就创造300多万个直接和间接就业机会),电子商务及相关服务业的经济社会影响日益广泛和深刻,由此催生的新商业文明正在浮现。

未来5~10年,我国电子商务将有5~10倍的成长空间。预计到2015年,网络消费者将从2009年的1.5亿增长至5亿以上,网络零售交易额将从2009年的2000多亿增长至2万亿,占社会消费品零售总额的比例将从2009年的约2%增长至7%。届时,我国将形成全球最大规模的电子商务服务体系,拥有最具竞争力的电子商务基础服务企业,电子商务应用规模将居世界前列。

电子商务及相关服务业已经成为影响国民经济信息化的关键因素,也是推动我国从农业社会、工业社会进入信息社会的加速器。

电子商务服务业正在持续高速发展、创新和演化,电子商务服务业的新实践、新模式、新概念不断涌现,令人眼花缭乱,亟待大力了解、研究和学习。本着尽快推出一本虽不完善但总能有所帮助的教材的愿望,作者们在几无借鉴的情况下,从零开始,在教育部电子商务专业教学指导委员会的指导、阿里巴巴商学院的组织和清华大学出版社的支持下,以较快的速度完成了本书。

本书由梁春晓任主编,负责本书的总体思路、框架和统稿,第1章由梁春晓和盛振中编写,第2章由罗堃编写,第3章由盛振中编写,第4章由潘洪刚和盛振中编写,第5和第7章由吴吉义编写,第6章由潘洪刚和罗堃编写,第8章由阿拉木斯编写。

本书在编写过程中,还得到了西安交通大学李琪教授、浙江大学陈德人教授、北京邮电大学吕廷杰教授、对外经济贸易大学陈进教授的热情鼓励和指导,在此深表感谢。阿里巴巴商学院的张佐书记、徐青副院长、章剑林教授,以及阿里巴巴集团社会责任部金媛影总监等也对本书给予很大帮助,在此

一并致谢。

电子商务服务业刚刚兴起,对电子商务服务的认识还在初步积累、研究和深化之中,与此相关的很多概念和观点尚未成型或尚未达成共识,更由于作者水平有限、编写时间较短,书中的疏漏、不当之处难免,望读者不吝指正。

梁春晓

2010年7月于北京

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>第 1 章 走进电子商务服务 .....</b>   | <b>1</b>  |
| 学习目标 .....                    | 1         |
| 任务书或角色扮演 .....                | 1         |
| 1.1 电子商务服务概述 .....            | 1         |
| 1.1.1 电子商务服务及相关概念 .....       | 1         |
| 1.1.2 电子商务服务业与服务业电子商务 .....   | 1         |
| 1.2 电子商务服务的发展 .....           | 2         |
| 1.2.1 电子商务服务的兴起 .....         | 2         |
| 1.2.2 电子商务服务平台的发展现状 .....     | 3         |
| 1.2.3 电子商务支撑服务的发展现状 .....     | 4         |
| 1.2.4 未来发展趋势 .....            | 7         |
| 1.3 电子商务服务的作用和影响 .....        | 9         |
| 1.3.1 促进电子商务发展 .....          | 9         |
| 1.3.2 促进企业成长和创新 .....         | 9         |
| 1.3.3 广泛降低交易成本 .....          | 10        |
| 1.3.4 提升企业竞争优势 .....          | 11        |
| 1.3.5 带动相关行业发展 .....          | 12        |
| 1.3.6 促进就业和创业 .....           | 14        |
| 1.4 浮现中的新商业文明 .....           | 15        |
| 1.5 案例 阿里巴巴集团的“十年进化史” .....   | 18        |
| 思考题 .....                     | 21        |
| 参考文献 .....                    | 21        |
| <b>第 2 章 电子商务服务相关知识 .....</b> | <b>22</b> |
| 学习目标 .....                    | 22        |
| 任务书或角色扮演 .....                | 22        |
| 2.1 专业分工 .....                | 22        |
| 2.1.1 分工 .....                | 22        |
| 2.1.2 斯密定理与杨格定理 .....         | 23        |

|       |                       |    |
|-------|-----------------------|----|
| 2.2   | 交易成本                  | 24 |
| 2.2.1 | 交易成本的概念               | 24 |
| 2.2.2 | 科斯的交易成本理论             | 25 |
| 2.3   | 服务、服务经济、服务业与现代服务业     | 26 |
| 2.3.1 | 服务                    | 26 |
| 2.3.2 | 服务经济                  | 33 |
| 2.3.3 | 服务业                   | 34 |
| 2.3.4 | 现代服务业                 | 35 |
| 2.4   | 服务外包                  | 36 |
| 2.4.1 | 服务外包的概念               | 37 |
| 2.4.2 | 服务外包分类                | 37 |
| 2.4.3 | 信息技术外包和业务流程外包         | 38 |
| 2.5   | 双边市场                  | 39 |
| 2.5.1 | 双边市场的概念               | 39 |
| 2.5.2 | 双边市场的特点               | 39 |
| 2.5.3 | 双边市场的分类               | 40 |
| 2.6   | 生命周期                  | 41 |
| 2.6.1 | 产品生命周期                | 41 |
| 2.6.2 | 产业生命周期                | 42 |
| 2.7   | 商业生态                  | 44 |
| 2.7.1 | 商业生态的概念               | 44 |
| 2.7.2 | 商业生态系统的特征             | 44 |
| 2.8   | 新兴概念和理论               | 46 |
| 2.8.1 | 长尾理论与利基市场             | 46 |
| 2.8.2 | 众包                    | 47 |
| 2.8.3 | 免费经济                  | 48 |
| 2.8.4 | 轻公司                   | 51 |
| 2.8.5 | 维基经济                  | 51 |
| 2.9   | 案例                    | 52 |
| 2.9.1 | 案例 2-1 黄金公司:发动全世界找黄金  | 52 |
| 2.9.2 | 案例 2-2 波音公司:像搭积木一样造飞机 | 53 |
| 2.9.3 | 案例 2-3 计算机特工:让员工分享和主宰 | 54 |
| 2.9.4 | 案例讨论                  | 56 |
|       | 思考题                   | 56 |
|       | 参考文献                  | 57 |

### 第3章 电子商务服务体系和商业生态 58

|      |    |
|------|----|
| 学习目标 | 58 |
|------|----|



|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| 任务书或角色扮演 .....                        | 58        |
| 3.1 电子商务服务体系 .....                    | 58        |
| 3.2 电子商务服务平台 .....                    | 59        |
| 3.2.1 电子商务服务平台的作用 .....               | 59        |
| 3.2.2 电子商务服务分类 .....                  | 61        |
| 3.2.3 电子商务交易服务 .....                  | 61        |
| 3.2.4 电子商务业务流程外包服务 .....              | 62        |
| 3.2.5 电子商务信息技术外包服务 .....              | 63        |
| 3.3 电子商务支撑服务 .....                    | 64        |
| 3.3.1 电子认证服务 .....                    | 64        |
| 3.3.2 电子支付服务 .....                    | 64        |
| 3.3.3 现代物流服务 .....                    | 65        |
| 3.3.4 其他支撑服务 .....                    | 65        |
| 3.4 电子商务生态系统 .....                    | 66        |
| 3.4.1 电子商务生态系统的概念 .....               | 66        |
| 3.4.2 电子商务生态系统的类型 .....               | 66        |
| 3.4.3 电子商务生态系统的特点 .....               | 67        |
| 3.4.4 电子商务生态系统的结构 .....               | 67        |
| 3.4.5 电子商务生态系统的演化 .....               | 68        |
| 3.4.6 电子商务生态系统的研究 .....               | 70        |
| 3.5 案例 .....                          | 73        |
| 3.5.1 案例 3-1 阿里巴巴电子商务生态系统的构成和演化 ..... | 73        |
| 3.5.2 案例 3-2 淘宝网生态系统中三种典型的生态现象 .....  | 75        |
| 思考题 .....                             | 77        |
| 参考文献 .....                            | 77        |
| <b>第 4 章 电子商务服务产品和赢利模式 .....</b>      | <b>79</b> |
| 学习目标 .....                            | 79        |
| 任务书或角色扮演 .....                        | 79        |
| 4.1 典型电子商务服务产品 .....                  | 79        |
| 4.1.1 交易型电子商务服务产品 .....               | 79        |
| 4.1.2 服务外包型电子商务服务产品 .....             | 80        |
| 4.1.3 技术服务型电子商务服务产品 .....             | 81        |
| 4.1.4 支付型电子商务服务 .....                 | 82        |
| 4.1.5 物流快递型电子商务服务产品 .....             | 83        |
| 4.1.6 认证型电子商务服务产品 .....               | 84        |
| 4.2 电子商务服务赢利模式 .....                  | 86        |
| 4.2.1 会员费 .....                       | 86        |

|              |                                     |            |
|--------------|-------------------------------------|------------|
| 4.2.2        | 网络广告 .....                          | 87         |
| 4.2.3        | 交易佣金 .....                          | 87         |
| 4.2.4        | 搜索竞价排名 .....                        | 88         |
| 4.2.5        | 其他赢利模式 .....                        | 89         |
| 4.3          | 电子商务服务中的双层经营结构 .....                | 89         |
| 4.4          | 案例 中海集运选择 GT Nexus 提升企业电子商务服务 ..... | 90         |
|              | 思考题 .....                           | 90         |
|              | 参考文献 .....                          | 90         |
| <b>第 5 章</b> | <b>电子商务服务技术 .....</b>               | <b>92</b>  |
|              | 学习目标 .....                          | 92         |
|              | 任务书或角色扮演 .....                      | 92         |
| 5.1          | 基于 SOA 的电子商务服务平台架构 .....            | 92         |
| 5.1.1        | SOA 的定义 .....                       | 92         |
| 5.1.2        | SOA 的构成要素 .....                     | 93         |
| 5.1.3        | 基于 SOA 电子商务服务平台的作用 .....            | 93         |
| 5.2          | 典型电子商务服务应用系统和技术 .....               | 95         |
| 5.2.1        | 企业间电子商务服务应用系统 .....                 | 95         |
| 5.2.2        | 网络零售电子商务服务应用系统 .....                | 96         |
| 5.2.3        | 在线支付系统 .....                        | 96         |
| 5.2.4        | 个性化推荐技术 .....                       | 97         |
| 5.2.5        | 产品智能搜索技术 .....                      | 99         |
| 5.3          | 新兴电子商务服务技术 .....                    | 100        |
| 5.3.1        | 移动电子商务 .....                        | 100        |
| 5.3.2        | 软件即服务(SaaS) .....                   | 105        |
| 5.3.3        | 云计算 .....                           | 106        |
| 5.4          | 案例 典型云计算平台 .....                    | 110        |
|              | 思考题 .....                           | 115        |
|              | 参考文献 .....                          | 115        |
| <b>第 6 章</b> | <b>电子商务服务管理和运营 .....</b>            | <b>116</b> |
|              | 学习目标 .....                          | 116        |
|              | 任务书或角色扮演 .....                      | 116        |
| 6.1          | 电子商务服务组织 .....                      | 116        |
| 6.1.1        | 传统企业组织形式 .....                      | 116        |
| 6.1.2        | 电子商务时代的组织结构 .....                   | 123        |
| 6.2          | 电子商务服务管理 .....                      | 126        |
| 6.2.1        | 电子商务与服务的关系 .....                    | 126        |

|            |                           |            |
|------------|---------------------------|------------|
| 6.2.2      | 如何改进电子商务服务                | 130        |
| 6.2.3      | 电子化服务                     | 132        |
| 6.2.4      | 电子商务发展中的服务创新              | 135        |
| 6.3        | 电子商务服务营销                  | 137        |
| 6.3.1      | 顾客感知与期望                   | 137        |
| 6.3.2      | 营销组合:7P                   | 138        |
| 6.3.3      | 扩展的营销组合:7P+3R             | 142        |
| 6.3.4      | 营销策略                      | 144        |
| 6.4        | 电子商务服务评价                  | 147        |
| 6.4.1      | 确定电子商务服务水平绩效指标的原则         | 148        |
| 6.4.2      | 服务水平评价指标体系                | 148        |
| 6.4.3      | 综合评价计算方法                  | 150        |
| 6.5        | 电子商务服务质量管理                | 150        |
| 6.5.1      | 电子商务服务质量概述                | 150        |
| 6.5.2      | 电子商务服务质量管理与测度             | 154        |
| 6.5.3      | 电子商务服务质量的改进               | 159        |
| 6.6        | 案例 淘宝网与雅虎日本战略合作,打造跨国界网购平台 | 164        |
|            | 思考题                       | 165        |
|            | 参考文献                      | 165        |
| <b>第7章</b> | <b>服务业电子商务</b>            | <b>166</b> |
|            | 学习目标                      | 166        |
|            | 任务书或角色扮演                  | 166        |
| 7.1        | 服务业电子商务的兴起                | 166        |
| 7.1.1      | 电子商务对服务业的影响               | 166        |
| 7.1.2      | 现代服务业与电子商务                | 167        |
| 7.1.3      | 传统服务业的电子商务化               | 168        |
| 7.1.4      | 日益广泛的服务业电子商务应用            | 169        |
| 7.2        | 地理信息服务                    | 169        |
| 7.2.1      | 地理信息服务概述                  | 169        |
| 7.2.2      | 地理信息服务的兴起和发展              | 171        |
| 7.3        | 网上银行服务                    | 172        |
| 7.3.1      | 网上银行服务概述                  | 172        |
| 7.3.2      | 网上银行服务的兴起和发展              | 173        |
| 7.4        | 网上证券服务                    | 174        |
| 7.4.1      | 网上证券服务概述                  | 174        |
| 7.4.2      | 网上证券服务的兴起和发展              | 176        |
| 7.5        | 网上保险服务                    | 178        |

|       |               |     |
|-------|---------------|-----|
| 7.5.1 | 网上保险服务概述      | 178 |
| 7.5.2 | 网上保险服务的兴起和发展  | 180 |
| 7.6   | 网络招聘服务        | 182 |
| 7.6.1 | 网络招聘服务概述      | 182 |
| 7.6.2 | 网络招聘服务的兴起和发展  | 184 |
| 7.7   | 远程医疗服务        | 185 |
| 7.7.1 | 远程医疗服务概述      | 185 |
| 7.7.2 | 远程医疗服务的兴起和发展  | 187 |
| 7.8   | 网络教育服务        | 191 |
| 7.8.1 | 网络教育服务概述      | 191 |
| 7.8.2 | 网络教育服务的兴起和发展  | 193 |
| 7.9   | 网络游戏服务        | 197 |
| 7.9.1 | 网络游戏服务概述      | 197 |
| 7.9.2 | 网络游戏服务的兴起和发展  | 199 |
| 7.10  | 案例 奥鹏远程教育服务体系 | 201 |
|       | 思考题           | 204 |
|       | 参考文献          | 205 |

## 第8章 电子商务服务公共管理 ..... 206

|       |                      |     |
|-------|----------------------|-----|
|       | 学习目标                 | 206 |
|       | 任务书或角色扮演             | 206 |
| 8.1   | 电子商务工商管理             | 206 |
| 8.1.1 | 电子商务工商管理概述           | 206 |
| 8.1.2 | 电子商务工商管理相关立法进程       | 208 |
| 8.2   | 电子商务税收               | 211 |
| 8.2.1 | 电子商务税收概述             | 211 |
| 8.2.2 | 我国电子商务税收政策           | 212 |
| 8.3   | 个人隐私和商业数据保护          | 213 |
| 8.3.1 | 个人隐私和商业数据保护概述        | 213 |
| 8.3.2 | 我国关于个人隐私和商业数据保护的法律规定 | 215 |
| 8.3.3 | 电子商务中商业数据的主要特点       | 216 |
| 8.4   | 网络知识产权               | 217 |
| 8.4.1 | 网络环境下的版权法律保护         | 217 |
| 8.4.2 | 网络环境下的数据库法律保护        | 218 |
| 8.4.3 | 网络环境下的域名保护           | 219 |
| 8.5   | 网络消费者权益保护            | 221 |
| 8.5.1 | 网络消费者权益保护概述          | 221 |
| 8.5.2 | 网络购物中侵犯消费者权益的行为      | 222 |

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| 8.5.3 我国网上购物的消费者权益保护 .....                                              | 223 |
| 8.6 电子商务中的反欺诈 .....                                                     | 225 |
| 8.6.1 网络欺诈的概念与类型 .....                                                  | 225 |
| 8.6.2 网络欺诈的特点 .....                                                     | 227 |
| 8.6.3 网络欺诈的法律应对 .....                                                   | 227 |
| 8.7 电子商务中的反洗钱 .....                                                     | 228 |
| 8.8 第三方平台法律责任 .....                                                     | 229 |
| 8.8.1 第三方平台法律责任概述 .....                                                 | 229 |
| 8.8.2 第三方电子商务交易服务平台的法律责任 .....                                          | 230 |
| 8.8.3 第三方网上支付服务平台法律责任 .....                                             | 233 |
| 8.9 电子商务标准规范 .....                                                      | 234 |
| 8.9.1 计算机安全等级保护 .....                                                   | 234 |
| 8.9.2 我国电子商务相关标准 .....                                                  | 235 |
| 8.10 参考阅读 .....                                                         | 236 |
| 8.11 案例 .....                                                           | 239 |
| 8.11.1 案例 8-1 李宏晨诉北京北极冰科技发展有限公司<br>娱乐服务合同纠纷 .....                       | 239 |
| 8.11.2 案例 8-2 朱德庸迎奥运漫画遭侵权 辽宁某网站<br>判赔 6944 元 .....                      | 240 |
| 8.11.3 案例 8-3 北京慈文影视公司诉海南网通侵犯著作权<br>纠纷案 .....                           | 241 |
| 8.11.4 案例 8-4 北京宇宙星贸易有限公司诉陈某、易趣网络信息<br>服务(上海)有限公司、上海易趣贸易有限公司商标侵权案 ..... | 242 |
| 思考题 .....                                                               | 243 |
| 参考文献 .....                                                              | 243 |

# 第1章 走进电子商务服务

## 学习目标

- 掌握电子商务服务及相关概念;
- 了解电子商务服务的发展历程、现状和未来,以及电子商务服务的作用和影响;
- 了解新商业文明。

## 任务书或角色扮演

- 浏览并使用淘宝网([www.taobao.com](http://www.taobao.com))和当当网([www.dangdang.com](http://www.dangdang.com)),比较并说明两者之间的异同;
- 上网浏览和收集有关电子商务服务和新商业文明的观点。

## 1.1 电子商务服务概述

### 1.1.1 电子商务服务及相关概念

电子商务服务是指为电子商务应用提供的服务,即面向机构或个人的电子商务应用的服务。

“电子商务服务”与“电子商务应用”相对应,前者相当于市场中的“供给”,后者相当于市场中的“需求”:电子商务应用是指一个个具体的机构和个人如何运用电子商务方式实现商务目标,如获取商务信息、实现采购和销售等;电子商务服务则是指如何提供一定的服务以满足这些需求,如交易平台服务、网上支付服务等。

电子商务服务的范围很大,可以说电子商务应用的范围有多大,电子商务服务的范围就有多大——涉及机构或个人的商务、工作、生活的各个环节和层面,甚至更大——因为“供给”可能创造原先并不存在的“需求”。

所有提供电子商务服务的企业(电子商务服务提供商的集合),即电子商务服务业,或称电子商务服务产业、电子商务服务行业。

### 1.1.2 电子商务服务业与服务业电子商务

电子商务仍处在快速发展中,关于电子商务服务或电子商务服务业的概念尚未完全成型,有时会在两种既密切相关又有所区别的意义上使用电子商务服务或电子商务服务业的概念,如图 1-1 所示。

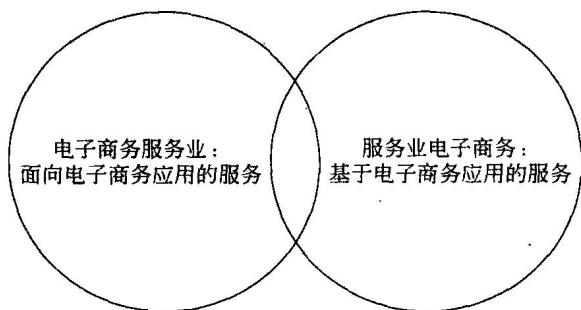


图 1-1 电子商务服务业与服务业电子商务

(1) 面向电子商务应用的服务,其基本特征为,服务的目的是针对电子商务应用的,即以电子商务应用为服务目的,而服务方式却不一定是基于电子商务的,如针对电子商务应用的咨询服务;

(2) 基于电子商务应用的服务,也称服务业电子商务、网基服务业(基于互联网的服务业),其基本特征为,服务的方式是基于电子商务的,即以电子商务应用为服务方式,而服务的目的却不一定是针对电子商务应用,如网上招聘服务。

需要指出的是,有一部分服务既是面向电子商务应用的,也是基于电子商务应用的,即以电子商务的方式为电子商务应用提供服务,如网络零售平台。随着电子商务的发展,这种服务类型应用会越来越广泛。

本书中的“电子商务服务”采用上述第一种意义,即面向电子商务应用的服务。为便于拓展了解,专设“服务业电子商务”一章,简要介绍基于电子商务应用的服务。

## 1.2 电子商务服务的发展

### 1.2.1 电子商务服务的兴起

电子商务服务是随着电子商务的发展而兴起的,是电子商务应用规模不断扩大、影响不断深化的结果。

电子商务服务出现之前,企业要应用电子商务,必须自己从事注册域名、购买(租用)服务器、购买虚拟主机、制作网页等工作,而电子商务服务业的兴起则意味着这一切都可以通过专业化的电子商务服务平台来完成。电子商务服务出现之前,网上商店要开通网上支付,必须与各家银行分别洽谈、签约而且未必能够成功,电子商务服务业的兴起意味着只要与一家网上支付平台合作就可以了。电子商务服务的兴起,标志着电子商务领域的专业化水平有了质的飞跃。

我国电子商务服务大致兴起于 2003 年。一直引领我国中小企业电子商务服务发展的阿里巴巴([www.alibaba.com](http://www.alibaba.com) 和 [www.alibaba.com.cn](http://www.alibaba.com.cn))从 2003 年开始规模化赢利,一直引领我国网络零售服务发展的淘宝网在 2003 年创立。从 2003 年开始,在电子商务服务的推动下,我国电子商务持续快速发展。经过多年的高速成长,我国电子商务服务业已经初具规模,成为重要的新兴产业,正在成为对消费者、企业、相关行业,以及国民经济与