

国家自然科学基金项目



21世纪电子商务系列教材

总主编 司林胜

# 电子商务概论

主编 赵亮 副主编 赵传慧



河南人民出版社

● 21世纪电子商务系列教材

总主编 司林胜

# 电子商务概论

主 编 赵 亮

副主编 赵传慧

河南人民出版社

## 内 容 简 介

本书是国家自然科学基金资助项目 70302006 号的部分研究成果,是在项目主持人魏明侠、司林胜教授的指导下推出的面向 21 世纪高等院校电子商务专业系列教材之一。

电子商务是各种具有商业活动能力和需求的实体为了提高商务活动效率,而采用计算机网络和各种数字化传媒技术等电子方式实现商品交易和服务交易的一种贸易形式。电子商务已成为 21 世纪人们的主要商务模式和用来推动社会、经济、生活和文化进步的重要动力和工具。全书共分九章,分别对电子商务的发展、电子商务的技术基础、电子金融与网络银行、网络营销、电子商务物流、电子商务与供应链管理、电子商务与客户关系管理和电子商务立法等内容进行了较为详尽的阐述。

本书注重电子商务知识架构的体系性和完整性,适合作为各类高等院校、高等职业教育等电子商务专业及相近专业的基础教材,也可作为相关领域管理人员的参考书和培训教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/赵亮主编,赵传慧副主编. - 郑州:  
河南人民出版社,2005.1(2006.1重印)  
(21世纪电子商务系列教材/司林胜总主编)  
ISBN 7-215-05613-9

I. 电… II. ①赵…②赵… III. 电子商务-教材  
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 125772 号

---

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路 66 号 邮政编码:450002 电话:65723341)

新华书店经销 郑州市毛庄印刷厂印刷

开本 710 毫米×960 毫米 1/16 印张 19

字数 345 千字

2005 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 2 次印刷

---

定价:26.00 元

## 21 世纪电子商务系列教材 编委会

|       |                 |
|-------|-----------------|
| 顾问    | 李琪              |
| 编委会主任 | 姜源功             |
| 策划    | 司林胜 韦金良         |
| 总主编   | 司林胜             |
| 编委    | (按姓氏笔画为序)       |
|       | 王焰 王作成 刘铁军 孙全治  |
|       | 李进营 宋沛军 宋庆波 张华平 |
|       | 张天桥 范军环 孟丽莎 武化岩 |
|       | 岳鹤 赵亮 赵传慧 程云翔   |
|       | 董伶俐 翟艳辉 魏明侠     |

## 《电子商务概论》编委会

|     |                 |
|-----|-----------------|
| 主编  | 赵亮              |
| 副主编 | 赵传慧             |
| 编委  | (按姓氏笔画为序)       |
|     | 宋沛军 张华平 武化岩 范军环 |
|     | 赵亮 赵传慧          |

“21 世纪经济管理类系列教材”版权为河南人民出版社所有,盗印必究。  
若有内容修正、相关图书开发及营销等事宜,请直接与河南人民出版社联系。

联 系 人 韦金良

联系电话 (0371)65132008、65721756 - 520

E-mail weijinliang@sina.com

发行电话 (0371)65714705(传真)、65737575

65723341、65721756 - 763

联 系 人 徐东升、杜建琦、李晓尧、王宏亮

账 号 工行花支三八分理处 1702029419022300890

地 址 郑州市经五路 66 号河南人民出版社

邮 编 450002

## 序

随着互联网的发展和普及,电子商务将成为商务模式的主流,被广泛应用到商务活动中,商务活动的任何一个环节都可以运用电子商务来改善商务活动的绩效。电子商务的发展,需要大量的复合型人才,各个高等院校也深深地认识到了这一点,纷纷开设电子商务专业或电子商务方向,使电子商务教育成为电子商务发展中最引人注目的领域之一。自教育部 2000 年首次批准开办电子商务本科专业开始,到目前为止,全国已有 200 多所高校获得了开办电子商务本科专业的资格,河南省也有 4 所学校获得开设电子商务本科专业的资格,同时,还有大量专科学校开办了电子商务专科专业。教材建设是近年来电子商务专业建设中非常重要的一项工作,尽管国内已经有不少电子商务教材,但由于编者视角各异,针对性显得不足,使用起来总感觉效果不够理想。

河南人民出版社在 2004 年 5 月的首届河南省高校电子商务专业建设研讨会上,就与河南省高等教育学会电子商务分会联系,希望组织专家编写一套电子商务教材,经与会专家的研讨,成立了 21 世纪电子商务系列教材编审委员会,从众多自愿报名和编委会推荐的教师中,选出主编,采取主编负责制,召开写作大纲研讨会,反复征求各方面的意见,通力合作,编写出这套电子商务专业系列教材。

我们认为,电子商务重在商务模式的创新,电子商务教育是一种建立在经济学、管理学、信息管理学、计算机科学与技术、网络技术、数据库技术等学科基础上的综合性应用学科教育,因此,很难在一类电子商务人才中同时具备这些综合素质,电子商务专业人才是有不同层次的,大致可以分为技术型、业务型、管理型人才。目前培养大量业务型人才是电子商务教育的主要任务,也就是说电子商务的发展需要大量业务型人才,这些人才既能够将企业的电子商务模式向用户推广以满足客户需要,又能够将用户的需求转化成企业的电子商务模式加以开发。本系列教材的编写就是在这种要求下进行的,目前主要集中编写了《电子商务概论》、

《电子商务与物流管理》、《网络营销》3 本教材。

本套教材反映了电子商务的商务模式以及所涉及的新理念、新知识和新技术,重在应用,即反映电子商务的应用操作技能和知识。因此,此套教材特别适用于各类本专科学校的电子商务专业教学,也适用于市场营销、物流管理、信息管理与信息系统等相关专业开设与电子商务相关的课程,同时,也有益于电子商务从业人员、研究人员、管理人员的自学与培训。

编写适用的电子商务教材,遇到困难和限制因素确实不少,在各方的共同努力下,有些主要困难已经克服了,但是,当教材即将面世之际,仍感觉到有不少地方需要进一步完善,我们希望各教学单位和老师们,在适用本套教材的过程中,多提宝贵意见,使我们不断改进和完善这套教材。

司林胜

2005 年 1 月 18 日

## 前 言

21 世纪是一个以计算机网络为核心的信息时代,数字化、网络化与信息化是本世纪的时代特征。目前经济全球化与网络化已经成为一种潮流,信息技术革命与信息化建设正在使资本经济转变为信息经济、知识经济,并将迅速改变传统的经贸交易方式和整个经济的面貌,它加快了世界经济结构的调整与重组,推动我国从工业化向信息化社会的过渡。

电子商务无论给国家、给企业还是给个人,都带来了新的机会。电子商务为每一个社会实体提供了虚拟的全球性贸易环境,促进了商务经营向异地化和多元化发展。新型的商务通信渠道将重新定位每一个实体,新的生存规则将开始制定。因此,正视个人、企业和政府在电子商务时代的位置,抓住电子商务这一契机,促进经济的腾飞和社会的发展,应当是每个政府工作者和企业经营者不可回避的现实。

为满足电子商务快速发展的需要,我们组织从事电子商务教学一线的教师编写了这本《电子商务概论》。本教材在编写中力求贯彻“商务为本”的理念,将“电子”与“商务”有机融合,避免“技术化”倾向;体现实用性、针对性和现实性,着眼于应用能力的培养;在形式、体例、语言等方面力求简单、实效、精炼,每章后面附有思考题,以帮助读者理解和消化。

本教材的编写及分工情况:主编赵亮负责确定大纲、统稿并编写了第一章、第四章、第六章和第八章;赵传慧:第二章;武化岩:第三章;张华平:第五章;宋沛军:第七章;范军环:第九章。由于时间仓促及编写者水平有限,书中错误和不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

# 目 录

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一章 电子商务概述 .....       | 1  |
| 第一节 电子商务的基本概念 .....    | 1  |
| 一、引言 .....             | 1  |
| 二、电子商务的基本概念 .....      | 3  |
| 三、电子商务的由来和发展 .....     | 6  |
| 四、电子商务的功能 .....        | 9  |
| 五、电子商务的特点 .....        | 11 |
| 六、电子商务对社会经济产生的影响 ..... | 13 |
| 第二节 电子商务的分类与框架构成 ..... | 14 |
| 一、电子商务的分类 .....        | 14 |
| 二、电子商务的一般框架 .....      | 16 |
| 第三节 电子商务的基本业务流程 .....  | 18 |
| 一、网络商品直销流程 .....       | 19 |
| 二、企业间网络交易的流转过程 .....   | 21 |
| 第四节 中美电子商务发展之比较 .....  | 23 |
| 一、美国电子商务的发展状况 .....    | 23 |
| 二、我国电子商务发展状况 .....     | 25 |
| 思考题 .....              | 28 |
| 参考文献 .....             | 28 |
| 第二章 电子商务的技术基础 .....    | 29 |
| 第一节 电子商务应用技术概述 .....   | 29 |
| 第二节 计算机网络概述 .....      | 30 |

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| 一、计算机网络的定义                       | 30        |
| 二、计算机网络的分类                       | 31        |
| 三、计算机网络的结构与组成                    | 31        |
| 四、计算机网络通信协议                      | 34        |
| 五、网络通信设备                         | 40        |
| 第三节 Internet、Intranet 和 Extranet | 41        |
| 一、Internet 的概述                   | 41        |
| 二、Internet 的工作原理与使用              | 43        |
| 三、Internet 的用法                   | 46        |
| 四、互联网提供的其他服务                     | 49        |
| 五、Intranet 与 Extranet            | 51        |
| 六、电子商务与 Web 技术                   | 53        |
| 第四节 EDI 技术                       | 57        |
| 一、EDI 的概念                        | 57        |
| 二、EDI 的组成                        | 58        |
| 三、EDI 的应用及效益                     | 61        |
| 第五节 电子商务的安全认证技术                  | 63        |
| 一、电子商务的安全要素                      | 63        |
| 二、电子商务的安全技术                      | 65        |
| 思考题                              | 76        |
| 参考文献                             | 77        |
| <b>第三章 电子金融与网络银行</b>             | <b>78</b> |
| 第一节 金融业务电子化的发展                   | 78        |
| 一、金融电子化产生的原因                     | 78        |
| 二、金融电子化的发展阶段                     | 79        |
| 三、电子化金融与传统金融业务的区别                | 79        |
| 四、金融服务发展措施                       | 80        |
| 第二节 网络银行与电子支付                    | 81        |
| 一、网络银行                           | 81        |
| 二、电子支付                           | 88        |
| 第三节 网络保险与网络证券                    | 94        |
| 一、网络保险                           | 94        |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 二、网络证券·····             | 99  |
| 第四节  网络理财·····          | 106 |
| 一、网络理财的概念·····          | 106 |
| 二、网络理财的内容·····          | 108 |
| 思考题·····                | 110 |
| 参考文献·····               | 110 |
| <br>第四章  网络营销·····      | 111 |
| 第一节  网络营销概述·····        | 111 |
| 一、网络营销的概念·····          | 111 |
| 二、网络营销的分类·····          | 115 |
| 三、网络营销的特点·····          | 117 |
| 第二节  网络营销战略分析·····      | 118 |
| 一、网络营销战略目标·····         | 119 |
| 二、网络营销战略分析的内容·····      | 119 |
| 三、网络营销战略模式选择·····       | 123 |
| 四、网络营销战略规划与实施·····      | 124 |
| 第三节  网络促销·····          | 125 |
| 一、网络促销内涵·····           | 125 |
| 二、网络促销的实施·····          | 127 |
| 三、网络广告·····             | 129 |
| 四、网站的推广·····            | 134 |
| 第四节  网络营销的规范和发展·····    | 135 |
| 一、网络广告参与者的定位·····       | 135 |
| 二、网络广告的管理·····          | 136 |
| 三、网络营销中的知识产权和隐私权保护····· | 137 |
| 四、跨国网络营销·····           | 138 |
| 思考题·····                | 138 |
| 参考文献·····               | 139 |
| <br>第五章  电子商务物流·····    | 140 |
| 第一节  物流概述·····          | 140 |
| 一、物流的含义·····            | 140 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 二、物流的分类 .....          | 141 |
| 三、物流的基本功能 .....        | 144 |
| 四、现代物流 .....           | 145 |
| 第二节 电子商务物流的含义及特点 ..... | 147 |
| 一、电子商务与物流的关系 .....     | 147 |
| 二、电子商务物流的特点 .....      | 148 |
| 第三节 电子商务物流系统 .....     | 150 |
| 一、电子商务物流系统的概念 .....    | 150 |
| 二、电子商务物流系统的特点 .....    | 151 |
| 三、电子商务物流系统设计 .....     | 153 |
| 第四节 电子商务物流技术 .....     | 155 |
| 一、电子商务物流技术的概念 .....    | 155 |
| 二、电子商务物流技术的作用 .....    | 156 |
| 三、主要电子商务物流技术介绍 .....   | 156 |
| 第五节 中国电子商务物流的发展 .....  | 163 |
| 一、电子商务物流的发展趋势 .....    | 163 |
| 二、中国电子商务物流的发展现状 .....  | 165 |
| 三、中国电子商务物流的发展对策 .....  | 167 |
| 案例一 物流信息系统助沃尔玛腾飞 ..... | 173 |
| 案例二 海尔集团发展物流成果分析 ..... | 176 |
| 思考题 .....              | 179 |
| 参考文献 .....             | 180 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第六章 电子商务与供应链管理 ..... | 181 |
| 第一节 供应链管理的基本概念 ..... | 181 |
| 一、供应链的含义和特点 .....    | 181 |
| 二、供应链管理的概念和内容 .....  | 183 |
| 第二节 供应链管理的方法 .....   | 187 |
| 一、准时制(JIT) .....     | 187 |
| 二、快速反应 .....         | 190 |
| 三、有效客户反应 .....       | 191 |
| 四、企业资源计划 .....       | 193 |
| 五、电子订货系统 .....       | 197 |

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 第三节 业务流程再造                  | 199     |
| 一、业务流程再造的基本概念               | 199     |
| 二、运用 BPR 技术再造企业             | 202     |
| 第四节 电子商务与供应链管理              | 205     |
| 一、电子商务对供应链管理的影响             | 205     |
| 二、电子商务在供应链管理中的应用            | 207     |
| 三、面向电子商务的供应链管理系统            | 209     |
| 思考题                         | 210     |
| 参考文献                        | 210     |
| <br>第七章 电子商务与客户关系管理         | <br>211 |
| 第一节 客户关系管理的理念               | 211     |
| 一、客户的内涵                     | 211     |
| 二、客户关系管理的内涵                 | 212     |
| 三、客户关系管理的目标                 | 214     |
| 第二节 客户关系管理的内容               | 215     |
| 一、关系营销:客户关系管理的理论基础之一        | 215     |
| 二、关系营销的分类                   | 220     |
| 三、客户关系生命周期:客户关系管理的理论基础之二    | 224     |
| 四、客户关系管理的内容                 | 225     |
| 第三节 客户关系管理的手段——呼叫中心(客户服务中心) | 226     |
| 一、呼叫中心(客户服务中心)的定义           | 226     |
| 二、呼叫中心的分类                   | 227     |
| 三、呼叫中心的发展历程                 | 228     |
| 四、呼叫中心的作用                   | 230     |
| 五、呼叫中心的应用                   | 231     |
| 六、未来的呼叫中心                   | 233     |
| 思考题                         | 236     |
| 参考文献                        | 238     |
| <br>第八章 政府在电子商务中的作用         | <br>239 |
| 第一节 电子商务在政府工作中的应用           | 239     |
| 一、政府上网与电子政府                 | 239     |

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| 二、电子政府对政府工作带来的变革 .....                  | 241 |
| 第二节 电子商务在政府采购中的应用 .....                 | 242 |
| 一、网上采购 .....                            | 242 |
| 二、电子商务下的集中采购 .....                      | 243 |
| 三、电子商务下的采购指标 .....                      | 244 |
| 第三节 电子政务的基础知识 .....                     | 246 |
| 一、电子政务的含义和特点 .....                      | 246 |
| 二、电子政务的基本模式 .....                       | 248 |
| 三、实施电子政务的意义 .....                       | 253 |
| 第四节 国内外电子政务的发展 .....                    | 255 |
| 一、国外电子政务发展状况 .....                      | 256 |
| 二、我国电子政务发展现状 .....                      | 257 |
| 三、我国电子政务的发展对策 .....                     | 259 |
| 思考题 .....                               | 261 |
| 参考文献 .....                              | 261 |
| <br>第九章 电子商务的法律制度 .....                 | 262 |
| 第一节 电子商务呼唤法律 .....                      | 262 |
| 一、网络知识产权纠纷不断 .....                      | 262 |
| 二、电子合同是否具有法律效力 .....                    | 263 |
| 三、隐私权问题 .....                           | 263 |
| 四、电子商务交易安全的问题 .....                     | 263 |
| 第二节 国外电子商务法律体系的建设 .....                 | 264 |
| 一、联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》和《电子签名统一规则》 ..... | 265 |
| 二、美国《国际与国内商务电子签章法》 .....                | 269 |
| 三、欧盟《电子签名统一框架指令》 .....                  | 270 |
| 四、新加坡《电子交易法》 .....                      | 271 |
| 五、澳大利亚《电子交易法》 .....                     | 273 |
| 第三节 电子合同与电子签名 .....                     | 274 |
| 一、电子合同概述 .....                          | 274 |
| 二、电子合同的形式 .....                         | 275 |
| 三、电子签名概述 .....                          | 276 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第四节 电子商务参与各方的法律关系.....       | 277 |
| 一、电子商务交易中买卖双方当事人的权利和义务 ..... | 277 |
| 二、网络交易中心的法律地位 .....          | 278 |
| 三、网络交易客户与虚拟银行间的法律关系 .....    | 278 |
| 四、认证机构在电子商务中的法律地位 .....      | 279 |
| 第五节 电子商务中的知识产权和隐私保护.....     | 280 |
| 一、知识产权和隐私保护 .....            | 280 |
| 二、法律适用 .....                 | 282 |
| 第六节 构筑我国电子商务法律体系.....        | 283 |
| 一、我国电子商务立法现状 .....           | 283 |
| 二、我国电子商务立法的若干基本问题 .....      | 284 |
| 三、对电子商务立法的几点建议 .....         | 285 |
| 思考题.....                     | 286 |
| 参考文献.....                    | 287 |

## 第一章 电子商务概述

当今世界网络、通信和信息技术快速发展,因特网(Internet)在全球迅速普及,使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征,使得任何一个商业组织都必须改变自己的组织结构和运行方式来适应这种全球性的发展和变化。随着信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用,利用计算机技术、网络通信技术和互联网实现商务活动的国际化、信息化和无纸化,已经成为各国商务发展的一大趋势。

电子商务正是为了适应这种以全球为市场的变化而出现和发展起来的。电子商务提出了一种全新的商业机会、需求、规则和挑战,它代表了未来信息产业的发展方向,已经并将继续对全球经济和社会的发展产生深刻的影响。

### 第一节 电子商务的基本概念

#### 一、引言

##### (一) 亚马逊的建立与成长

1994年,一个名叫杰夫·贝索斯(Jeff Bezos)的年轻人迷上了迅速发展的互联网,当时他还只是个财务分析师兼基金管理员。他列出了20种可能在互联网上畅销的产品。通过认真的分析,他选择了图书。六年后,他创办的亚马逊(Amazon.com)年销售额超过了20亿美元,回头客超过2000万。贝索斯以前并没有什么图书销售行业的经验。但他知道图书属低价商品,易于运输,而且很多顾客在买书时不要求当面检查一下。所以,如果促销得力,就能够使顾客冲动购买图书。全球年出版新书50万种,每分钟就有1种新出版。然而,即使是最大的书店也不可能储存20万种图书。这样,贝索斯发现了图书在线销售的战略机会。

除了上述销售机会,另一个因素对于亚马逊的成功也同样重要,这就是图书销

售这个行业的供货商结构。贝索斯发现,图书市场上有很多出版商,但没有一个能够垄断市场。所以就没有出版商能够制约亚马逊的图书供应,或作为竞争者进入这个市场。贝索斯最后决定把公司设在西雅图,这里有很多计算机编程高手,还有全球最大的图书分销中心。

贝索斯鼓励顾客把自己的书评发给网站,他把这些评论和图书的出版商信息一起发布。顾客的书评就像街边书店里店员的推荐和建议。虽然贝索斯看到了互联网高度集中的细分市场的巨大力量,但他知道网上书店不可能满足所有顾客的所有要求。所以,他发明了销售伙伴方案,让各种不同专题的网站同亚马逊同样专题的图书建立链接。作为回报,亚马逊将因这种链接而带来的销售额的一定百分比交给这些网站。

在亚马逊的成长过程中,它总是在不断地寻找新的战略机会。1998年,它开始销售音像光盘和录像带。它的 WWW 网站可以追踪顾客的购货记录并向顾客推荐相关书籍、音像光盘或录像带。此外,顾客还可以要求亚马逊在某一作者出版新书或某位歌星出新光盘时通知自己。

亚马逊不断扩展自己的产品线,现在可以提供各种日用消费品,比如小家电、软件、艺术收藏品、家用器具和玩具。由于持续关注并改进日用消费品的进货、促销、销售和运输等环节,贝索斯和他的亚马逊成为电子商务领域最耀眼的一颗明星,他本人也被称为“电子商务之父”。亚马逊网站如图 1—1 所示:



图 1—1 亚马逊网站