



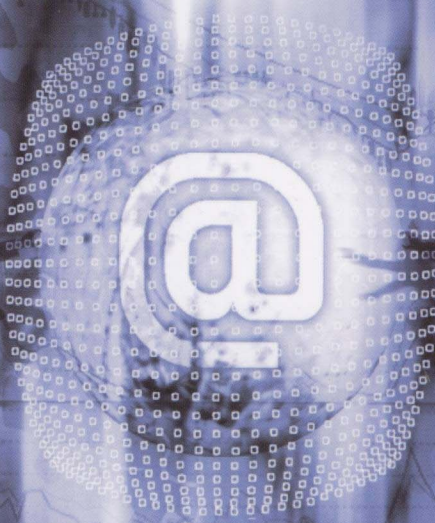
世纪经济管理专业应用型精品教材

21SHIJI JINGJI GUANLI ZHUANYE YINGYONGXING JINGPIN JIAOCAI

电子商务概论

主编 杜江萍

DIANZISHANGWUGUAN



上海财经大学出版社

21 世纪经济管理专业应用型精品教材

电子商务概论

杜江萍 主编



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/杜江萍主编. —上海:上海财经大学出版社, 2009. 3
(21 世纪经济管理专业应用型精品教材)

ISBN 978-7-5642-0385-6/F · 0385

I. 电… II. 杜… III. 电子商务-高等学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 003582 号

☐ 责任编辑 张美芳

☐ 封面设计 晨 宇

DIANZI SHANGWU GAILUN

电 子 商 务 概 论

杜江萍 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

上海第二教育学院印刷厂印刷

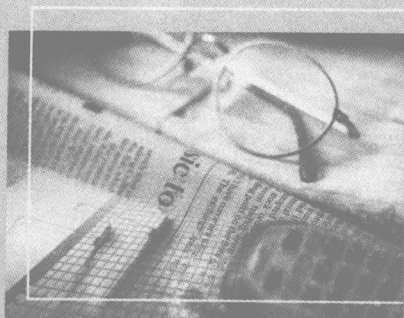
上海市宝山区周巷印刷厂装订

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 16.75 印张 328 千字

印数: 0 001—5 000 定价: 33.00 元

(本教材免费赠送配套习题集, 请直接向售书单位索取)



世纪经济管理专业应用型精品教材

21SHIJI JINGJI GUANLI ZHUANYE YINGYONGXING JINGPIN JIAOCAI

编审委员会

主任 曹均伟
副主任 宋 谨 徐 超
委员 (按姓氏笔画为序)

王德发	冉兆平	吕占峰	安 烨
李文新	李会青	杜江萍	吴国萍
吴秋生	辛茂荀	宋 谨	宋莉萍
张一贞	周继雄	林 新	罗昌宏
胡放之	姚晓明	袁蒲佳	夏兆敢
黄金火	曹 刚	盛洪昌	童光荣
彭 彬	韩冬芳	程道华	黎江虹

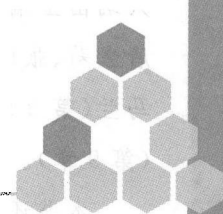
《电子商务概论》主参编人员

主 编：杜江萍

副主编：蒲清泉 廖自能 陈联刚

参 编：花奇祎	王 玲	胡艳蓉	毕 娅	唐淑莉
吴 桃	黎金玲	杨 洋	马 兰	张胜明

前言



电子商务在我国已走过了十几个春秋,由昔时的概念炒作到现今的普遍应用,由过去的体验购物到如今的生活采购,电子商务无处不在,而且电子商务在我国某些大城市已经开始步入了成熟的发展阶段。有专家预测到2010年我国网络营销型电子商务将基本普及。

基于上述考虑,本教材的编写主要侧重电子商务的应用。本教材的编写思路是基于我们对电子商务基本概念的理解,即“电子”+“商务”。电子是手段,商务是主体。因此,本教材的架构首先是在简述电子商务的基本理论与发展的基础上,分析了政治、经济、社会文化等人文环境因素对电子商务的影响,重点分析了技术环境对电子商务开展的决定性影响。其次,围绕营销型电子商务阐述了网络营销、网上支付和物流配送。最后,从电子商务的应用角度重点讨论了消费者电子商务和企业电子商务,介绍了电子商务在政府、教育、证券、旅游等各个领域的应用。

本书每章的编写框架由本章要点、本章内容、本章小结、关键术语、课堂讨论、网上实践和案例分析组成。“本章要点”突出介绍本章要讲的重点,便于学生课前预习;“本章小结”列出了本章的重点内容,有利于学生课后复习;“课堂讨论”要求学生根据给出的问题展开讨论,有助于提高学生的思考和分析能力;“网上实践”要求学生访问指定的网站,并根据要求回答问题;“案例分析”是通过阅读与本章相关的案例,利用所学原理进行分析,培养学生的综合分析能力。

本书由江西财经大学、贵州大学、武汉科技大学、湖北工业大学、中国地质大

学、湖北经济学院、武汉商贸学院、武汉生物工程学院等高校联合编写。本教材的大纲由主编拟就, 副主编提出了修改建议。参加撰写的人员有杜江萍(第1章), 唐淑莉、张胜明(第2章), 廖自能、胡艳蓉(第3章), 毕娅(第4章), 蒲清泉、杨洋、马兰(第5章), 王玲、吴桃(第6章), 花奇祎(第7章), 陈联刚(第8章), 黎金玲(第9章)。全书由主编杜江萍统稿和定稿。

本书还免费配有习题集和 ppt, ppt 请到上海财经大学出版社网站下载。

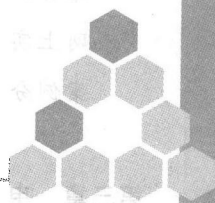
本书的编写得到了上海财经大学出版社有关领导的关怀和支持, 湖北众邦文化传播有限公司的有关同志为本书的出版花费了很大的心血, 在此表示衷心的感谢。

在本书的写作过程中, 我们参考了国内外电子商务、网络营销、计算机基础等方面的教材大量和不少网站内容。由于水平有限, 本书从体系到内容都可能存在缺漏、不当之处, 恳请专家、学者和广大读者批评指正, 以便有机会再版时进行修改。

编 者

2009 年 1 月

目 录



前言	1
第一章 电子商务的基本原理	1
本章要点	1
第一节 电子商务的形成与发展	1
第二节 电子商务的基本概念	4
第三节 电子商务的框架结构与运作流程	16
第四节 电子商务的应用	23
本章小结	26
关键术语	27
课堂讨论	27
网上实践	27
案例分析	27
第二章 电子商务环境	30
本章要点	30
第一节 电子商务的经济环境	30
第二节 电子商务的政策法律环境	38
第三节 电子商务的社会环境	44
本章小结	51

关键术语	52
课堂讨论	52
网上实践	52
案例分析	52
第三章 电子商务的技术基础	54
本章要点	54
第一节 计算机网络技术	54
第二节 Web 技术	60
第三节 EDI 技术	62
第四节 电子商务安全技术	67
本章小结	75
关键术语	76
课堂讨论	76
网上实践	76
案例分析	77
第四章 电子商务的网上支付	79
本章要点	79
第一节 网络支付概述	79
第二节 网上银行概述	88
第三节 网上银行的支付安全	93
第四节 国内外网上银行的发展	95
本章小结	101
关键术语	101
课堂讨论	102
网上实践	102
案例分析	102

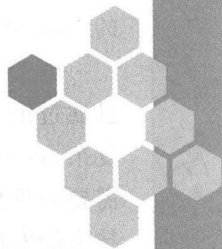
第五章 网络营销	106
本章要点	106
第一节 网络营销概述	106
第二节 网络消费者行为	112
第三节 网络营销的 STP 策略	117
第四节 网络营销的 4P 策略	121
第五节 网络营销的服务策略	128
本章小结	135
关键术语	136
课堂讨论	136
网上作业	...

第三节 网络游戏	177
第四节 网络出版	182
本章小结	187
关键术语	187
课堂讨论	187
网上实践	188
案例分析	188
 第八章 企业电子商务应用	189
本章要点	189
第一节 企业信息化与企业的变革	189
第二节 电子商务客户关系管理	196
第三节 电子商务采购管理	203
第四节 电子商务供应链管理	208
本章小结	214
关键术语	215
课堂讨论	215
网上实践	215
案例分析	216
 第九章 电子商务的其他应用	218
本章要点	218
第一节 网上证券	218
第二节 网上保险	223
第三节 网络教育	228
第四节 网络旅游	234
第五节 电子政务	239
第六节 移动电子商务	244
本章小结	248



目 录

第一章



电子商务的基本原理

20 世纪 90 年代以来,随着计算机网络、通信技术的迅速发展,特别是互联网的普及应用,人们的行为方式和观念受到巨大的冲击和影响。电子商务是互联网发展的最新市场,它代表着 21 世纪网络应用的发展方向。电子商务作为一种崭新的商务运作方式正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。

【本章要点】

- ▶ 电子商务的发展历程
- ▶ 电子商务的基本概念
- ▶ 电子商务的结构模型
- ▶ 电子商务的基本流程
- ▶ 电子商务的应用范围

第一节 电子商务的形成与发展

电子商务并非新兴之物。早在 1839 年,当电报刚出现的时候,人们就开始对运用电子手段进行商务活动进行了讨论。当人们通过莫尔斯码点和线的形式进行贸易活动时,就标志着运用电子手段进行商务活动的开始。

电子商务是在与计算机技术、网络通信技术的互动发展中产生和不断完善的,近年来依托于计算机互联网络,随着其爆炸性发展而急剧发展。

一、电子商务的起源及发展历程

电子商务的起源可以追溯到互联网(Internet)和电子数据交换的出现。前者为

电子商务的推广应用奠定了基础;后者是电子商务的初始应用方式,至今仍是电子商务的重要组成部分。其发展形式多种多样,从最初的电话、电报到电子邮件以及其后的 EDI,都可以说是电子商务的某种发展形式。

电子商务的发展有其必然性和可能性。传统的商业是以手工处理信息为主,并且通过纸上的文字交换信息,但是随着处理和交换信息量的剧增,该过程变得越来越复杂,这不仅增加了重复劳动量和额外开支,而且也增加了出错机会,在这种情况下需要一种更加便利和先进的方式来快速交流和处理商业往来业务;另一方面,计算机技术的发展及其广泛应用和先进通信技术的不断完善及使用导致了 EDI 和 Internet 的出现和发展,全球社会迈入了信息自动化处理的新时代,这又使得电子商务的发展成为可能。

在必然性和可能性的推动下,电子商务得到了较快发展。特别是近两年来,其发展速度令世人震惊。虽然如此,电子商务的战略作用却是逐渐被全球各国所认识的,而且其今后的发展道路也是漫长的。

早在 20 世纪 60 年代末,美国国防部先进研究项目管理局(ARPA)建立了用于国防研究项目的高级研究计划网络 ARPANET(Advanced Research Projects Network),以连接有关高校、研究机构和国防工程承包商的电脑系统,这是第一个真正可行的组织间网络或者互联网。

70 年代,美国银行家协会(American Bankers Association)提出的无纸金融信息传递的行业标准,以及美国运输数据协调委员(Transportation Data Coordinating Committee, TDCC)发表的第一个 EDI 标准,开始了美国信息的电子交换。

随着美国政府的参与和各行业的加入,美国全国性的 EDI 委员会——X12 委员会于 80 年代初出版了第一套全国性的 EDI 标准,接着,80 年代末期联合国公布了 EDI 运作标准 UN/EDIFACT(United Nations Rules for Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport),并于 1990 年由国际标准化组织正式接受为国际标准 ISO9735。随着这一系列的 EDI 标准的推出,人们开始通过网络进行诸如产品交换、订购等活动,EDI 也得到广泛的使用和认可。

不过,EDI 始终是一种为满足企业需要而发展起来的先进技术手段,必须遵照统一标准,与普通老百姓一直无缘。而且由于网络在那时仍没有得到充分发展,这使很多商务活动的电子化仅仅处于构想阶段。

直到 90 年代,随着基于 WWW 的 Internet 技术飞速发展,这些想法逐步成熟,Internet 网络开始真正应用于商业交易,并成为 90 年代初期美国、加拿大等发达国家的一种崭新的企业经营方式。Internet 的高速发展在环境、技术和经济上都为电子商务创造了条件,从此电子商务进入快速成长阶段。因此我们可以说电子商务在今天成为继电子出版和电子邮件之后出现在 Internet 上的又一焦点的主要原因就是 In-

ternet 技术的成熟、个人电脑互联性的增强和能力的提高。

自 2000 年初以来,人们对电子商务的认识逐渐由电子商务扩展到 E 概念的高度,人们认识到电子商务实际上就是电子信息技术同商务应用的结合。而电子信息技术不但可以和商务活动结合,还可以和医疗、教育、卫生、军事、政府等有关的应用领域结合,从而形成有关领域的 E 概念。电子信息技术同教育结合,产生出电子教务——远程教育;电子信息技术同医疗结合,产生出电子医务——远程医疗;电子信息技术同政务结合,产生出电子政务;电子信息技术同军务联系,产生出电子军务——远程指挥;电子信息技术和金融结合,产生出在线银行;电子信息技术与企业组织形式结合,形成虚拟企业;等等。对应于不同的 E 概念,产生了不同的电子商务应用模式及基于不同应用的英文缩写,有所谓的 E-B、E-C、E-G、E-H 等。随着电子信息技术的发展和社会需要的不断提升,人们会不断地为电子信息技术找到新的应用,必将产生越来越多的 E 概念。

二、电子商务在中国的发展历程

我国计算机应用已有 40 多年历史,但电子商务仅有十多年历史,其发展过程可分为四阶段。

(一)1990~1993 年,开展 EDI 的电子商务应用阶段

我国 20 世纪 90 年代开始开展 EDI 的电子商务应用。自 1990 年开始,国家计委、科委将 EDI 列入“八五”国家科技攻关项目,如外经贸部国家外贸许可证 EDI 系统、中国对外贸易运输总公司中国外运海运/空运管理 EDI 系统、中国化工进出口公司“中化财务、石油、橡胶贸易 EDI 系统”及山东抽纱公司“EDI 在出口贸易中的应用”等。1991 年 9 月,由国务院电子信息系统推广应用办公室牵头,会同国家计委、科委、外经贸部、国内贸易部、交通部、邮电部、电子部、国家技术监督局、商检局、外汇管理局、海关总署、中国银行、人民银行、中国人民保险公司、税务局、贸促会 16 个部委局发起成立“中国促进 EDI 应用协调小组”。同年 10 月成立“中国 EDIFACT 委员会”并加入了亚洲 EDIFACT 理事会。EDI 在国内外贸易、交通、银行等部门得到广泛应用。

(二)1993~1997 年,政府领导组织开展“三金工程”阶段

1993 年,我国成立以国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金税“三金工程”,取得了重大进展。1994 年 5 月,中国人民银行、电子部、全球信息基础设施委员会(GIIC)共同组织“北京电子商务国际论坛”,来自美国、英国、法国、德国、日本、澳大利亚、埃及、加拿大等国的 700 多人参加。1994 年 10 月,亚太地区电子商务研讨会在京召开,使电子商务概念开始在我国传播。1995 年,互联网公司(ISP.COM)开始兴起,中国互联网开始商业化。

1996年1月,国务院国家信息化工作领导小组成立,由副总理任组长,20多个部委参加,统一领导组织我国信息化建设。当年,金桥网与互联网正式开通。

1997年,信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划。当年4月,在深圳召开全国信息化工作会议,各省、市、地区相继成立信息化领导小组及其办公室,各省开始制定本省包含电子商务在内的信息化建设规划。广告主开始使用网络广告。4月以来,中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

(三)1998年,开始进入互联网电子商务发展阶段

1998年3月,我国第一笔互联网网上交易成功。1998年7月,中国商品交易市场正式宣告成立,被称为“永不闭幕的广交会”,是我国第一家现货电子交易市场。1999年,现货电子市场电子交易额达到2000亿元人民币。1999年8月,中国银行与IBM及湖南邮电在湖南合作进行中国银行电子商务试点,推出我国第一套基于SET的电子商务系统。1998年10月,国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”,它是一项推广网络化应用、在经贸流通领域开发电子商务的大型应用试点工程。1998年,北京、上海等城市启动电子商务工程,开展电子商场、电子商厦及电子商城的试点,开展网上购物与网上交易,建立金融与非金融论证中心,制定有关标准、法规,为今后开展电子商务打下了基础。医药电子商务网于1998年投入运营,医疗卫生行业1万个企事业单位联网,能提供上千种中西药品信息。全国库存商品调节网络、全国建筑在线、房地产网上促销都已正式开通。

1999年3月,8848等B2C网站正式开通,网上购物进入实际应用阶段。

1999年兴起政府上网、企业上网,电子政务(政府上网工程)、网上纳税、网上教育(湖南大学、浙江大学网上大学)、远程诊断(北京、上海的大医院)等广义电子商务开始启动,并进入实际试用阶段。

(四)2000年及以后,我国电子商务进入了务实发展阶段

2000年5月,卓越网作为综合电子商务网站正式对外发布,不久以后贝塔斯曼入驻上海,搜狐也在综合性门户的基础上第一次加入了电子商务服务。以易趣为代表的C2C模式,以卓越、当当、贝塔斯曼为代表的B2C模式,以阿里巴巴、美商网为代表的B2B模式,三大模式到齐,中国电子商务整队出征。

第二节 电子商务的基本概念

一、电子商务的定义

电子商务虽然正在以难以置信的速度渗透到人们的日常生活,但是至今也没有

一个统一的定义。各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度给出了许多不同的表述,下面就是几个比较有代表和权威的定义。

联合国经济合作和发展组织(OECD)在有关电子商务的报告中对电子商务的定义是:电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间、企业与消费者之间的商业交易。

全球信息基础设施委员会电子商务工作委员会报告草案中对电子商务的定义是:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式,人们对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购买和结算。这种交易方式不受地理位置、资金多少或零售渠道的所有权影响,公有私有企业、公司、政府组织、各种社会团体、一般公民、企业家都能参加广泛的经济活动,其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务。电子商务使产品在世界范围交易并向消费者提供多种多样的选择。

美国政府在其《全球电子商务纲要》中的定义是:电子商务是通过 Internet 进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付、服务等活动。

欧洲议会在《电子商务欧洲动议》中对电子商务的定义是:电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成的任何形式的业务交易。这里的电子方式(或技术)包括 EDI、电子支付手段、电子订货系统、电子邮件、传真、网络、电子公告牌、条码、图像处理、智能卡等,这里的商务主要指业务交易。

国际商会于 1997 年 11 月在巴黎举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic Commerce),会上专家和代表对电子商务的概念进行了最权威的阐述:电子商务(Electronic Commerce)是指实现整个贸易过程中各阶段的贸易活动的电子化。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(共享数据库、电子公告牌)以及自动捕获数据(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(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(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,集中一批独立的中小公司的权限,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。

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B. 惠斯顿在专著《电子商务的前沿》中给出的定义是:“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度满足政府、组织、厂商和消费者降低成本的要求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务通过