

高等学校 **电 子 商 务 专 业** 规划教材

电子商务概论

戴建中

清华大学出版社



高等学校 **电子商务专业** 规划教材

电子商务概论

戴建中 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

随着网络技术的飞速发展,商务活动电子化的优越性显而易见,传统的商务交易方式正向网上商务方向演变。电子商务类的课程已成为高校经济管理类专业的主要课程。本书全面阐述电子商务的基本理论和其包含的各方面内容,重点介绍电子商务的实用方法,突出了电子商务在商务活动中的实际应用,结合典型实例和软件工具阐述方法和原理。

全书共包含电子商务基本概念、电子商务技术基础、营销型网站建设、网络营销、电子支付、电子商务安全、电子商务物流、电子商务法律、计算机维护、电子商务创业实践、电子商务在企业的应用等 11 章内容。

本书可作为高等院校电子商务类课程的教材,也可作为广大青年朋友进行电子商务理论学习和电子商务创业实践的入门参考书。

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

电子商务概论/戴建中著. —北京:清华大学出版社, 2009.9
(高等学校电子商务专业规划教材)

ISBN 978-7-302-20288-2

I. 电… II. 戴… 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 114876 号

责任编辑:袁勤勇 李玮琪

责任校对:梁毅

责任印制:李红英

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:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260

印 张:12.75

字 数:306千字

版 次:2009年9月第1版

印 次:2009年9月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:19.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。
联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:033568-01

前 言

目前市面上关于电子商务类的书籍很多,但是让人满意的精品之作却寥若晨星,既能阐述电子商务理论又能阐述电子商务具体方法的书籍少之又少。有的教材把计算机基础内容、企业信息化内容、经济管理内容组合在一起,构成了电子商务教材,这样既不能把各章内容有机结合在一起,也不能给读者指出电子商务的应用方法。电子商务是一门实践性很强的学科,《电子商务概论》是一门电子商务的入门课程,若仅阐述大篇理论而使读者得不到具体的操作方法,那么仍然起不到引导读者在互联网中实战的作用。本书适当阐述理论,侧重于具体方法、工具和实践经验的介绍。

互联网凭借巨大的资源优势 and 低成本优势,正在深刻地改变着人们的工作、生活、娱乐习惯,互联网的商业应用价值与日俱增。通过互联网,企业与顾客之间可以实现全天候信息交流,并可在网站中向客户展示产品和服务。互联网突破了时间和空间的限制,使得上网企业能够在任何时间与顾客零距离交流,因此它蕴涵着无限的营销机会。对于如何适应网络经济,如何建立健全网上的服务模式,如何改变企业的经营战略,如何在网上开发商机等问题,电子商务这一全新的商务模式将为读者找到答案。

《电子商务概论》课程是高校电子商务专业和信息管理专业的核心课程,也是经济管理类专业的主要课程。随着网络技术的飞速发展,商务活动电子化的优越性显而易见,传统的商务交易方式正向网上商务方向演变。本书适度地阐述电子商务的基本理论,重点介绍电子商务的实用方法,突出电子商务在商务活动中的实际应用,结合典型实例和软件工具阐述方法和原理。

在本书编排上,每章开头都有【学习目的】和【关键词】栏目,结尾都有【本章小结】和【练习作业】栏目,有助于读者在学习中抓住重点。全书共包含电子商务基本概念、电子商务技术基础、营销型网站建设、网络营销、电子支付、电子商务安全、电子商务物流、电子商务法律、计算机维护、电子商务创业实践、电子商务在企业的应⽤等 11 章内容。

电子商务的经商之道依然跳不出传统商务的理论体系,它的重点是“商务”,“电子”只是手段和工具,其经商之道的本质没有变。千万别小看这“手段”和“工具”,正是由于手段和工具变了,才使得电子商务迅速成为广大企业扩展市场、提高服务质量的重要手段,也成为个体创业的较佳方式。短短几年,电子商务已发展成为一个朝气蓬勃的专业。

本书是作者在五年教学经验积累的基础下动笔完成的,也可以说整整写了五年。书中所引用到的方法和工具,都是作者亲自使用和实践过的。“素肌美人精油”批发网店就是作者亲自建立和用于教学研究的网站,可以说本书来自于实践。读者学完本书后,可以达到掌握电子商务基本概念,了解电子商务最新知识,知晓电子商务经营之道的目标。

从这几年的教学实践来看,学生在学习电子商务课程的同时,纷纷开店进行网络创业实践活动,并对用网络营销的具体方法来指导创业有浓厚的兴趣。鉴于电子商务等相关专业就业形势严峻,适当鼓励学生创业并教授一些具体方法是明智之举,所以在本书中加入围绕网络营销方法为核心的电子商务创业实践、电子商务在企业的应用等电子商务实践指导章节。

本书计划课时 48 学时,前 8 章属于基础理论部分,建议 36 学时,后 3 章属于应用实践部分,建议 12 学时。各章节学时数安排建议:第 1 章(电子商务基本概念)6 学时,第 2 章(电子商务技术基础)8 学时,第 3 章(营销型网站建设)6 学时,第 4 章(网络营销)6 学时,第 5 章(电子支付)4 学时,第 6 章(电子商务安全)2 学时,第 7 章(电子商务物流)2 学时,第 8 章(电子商务法律)2 学时,第 9 章(计算机维护)4 学时,可选用,第 10 章(电子商务创业实践)4 学时,可采用讨论课方式,第 11 章(电子商务在企业的应用)4 学时,可采用讨论课方式。

本书的内容体现了时代性和职业性,汇聚了国内外电子商务发展中的新动态、新知识、新方法、新工具,可作为高等院校经济管理类专业的电子商务类课程的教材,也可作为广大青年朋友进行电子商务理论学习和电子商务创业实践的入门参考书。

配合本书学习的教学辅导网站为 www.bcd123.com,包含教学建议、课件、学习交流、思考题等相关内容。

鉴于作者水平有限,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

作 者
2009 年 5 月

目 录

第 1 章 电子商务基本概念	1
1.1 电子商务的发展历程	2
1.1.1 互联网的发展过程	2
1.1.2 国际电子商务的发展过程	2
1.1.3 中国电子商务的发展过程	3
1.1.4 电子商务代表人物	4
1.2 电子商务概念	6
1.2.1 电子商务定义	6
1.2.2 电子商务系统	7
1.2.3 “电子”与“商务”的关系	7
1.2.4 电子商务主要特点	8
1.2.5 对社会产生的影响	8
1.2.6 应用中存在的问题	10
1.3 互联网应用现状	11
1.3.1 网民规模与结构特征	11
1.3.2 互联网基础资源	15
1.3.3 网民网络应用	16
1.3.4 梅特卡夫定律	19
1.4 电子商务应用模式	20
1.4.1 电子商务交易模式	20
1.4.2 影响电子商务成功的要素	22
1.4.3 企业迫切需要的电子商务类型	23
1.4.4 电子商务的盈利模式	24
【本章小结】	25
【练习作业】	25
第 2 章 电子商务技术基础	26
2.1 互联网基本概念	27

2.1.1	互联网的定义	27
2.1.2	互联网协议	27
2.1.3	万维网	27
2.2	互联网接入方式	28
2.2.1	普通电话拨号上网(PSTN 接入)	28
2.2.2	一线通接入(ISDN 接入)	29
2.2.3	ADSL 接入	29
2.2.4	有线通	30
2.2.5	局域网接入	30
2.2.6	无线接入	31
2.3	IP 地址	31
2.3.1	基本概念	32
2.3.2	网络分级	34
2.3.3	网络连通	36
2.4	域名	37
2.4.1	域名的概念	37
2.4.2	域名的分类	37
2.4.3	中文域名	38
2.4.4	无线网址	41
2.4.5	域名注册	41
2.4.6	域名解析	42
2.4.7	域名价值	42
2.4.8	域名策略	44
2.5	虚拟空间	45
2.5.1	自建机房	45
2.5.2	主机托管	45
2.5.3	主机租用	46
2.5.4	虚拟主机	46
	【本章小结】	48
	【练习作业】	50
第 3 章	营销型网站建设	51
3.1	从不同角度理解网站建设的概念	52

3.2	网站应该发挥的作用	52
3.3	网站建设的方法	53
3.3.1	网站开发方式	53
3.3.2	自建网站可采用的技术方法	53
3.3.3	网站建设需要的各类人员	54
3.3.4	网站建设的流程	55
3.4	用户角度的好网站标准	55
3.4.1	在线沟通功能	55
3.4.2	网站速度快	59
3.4.3	好的导航性	59
3.4.4	其他标准和运营标准	59
3.5	营销型网页制作技巧	60
3.5.1	目录结构和 URL	60
3.5.2	导航结构	61
3.5.3	框架结构	62
3.5.4	图像优化	62
	【本章小结】	63
	【练习作业】	64
	第 4 章 网络营销	65
4.1	搜索引擎	66
4.1.1	搜索引擎分类	66
4.1.2	知名的搜索引擎介绍	66
4.1.3	网站排名 Alexa	70
4.1.4	关键词策略	72
4.1.5	登录搜索引擎	74
4.2	电子邮件营销	78
4.2.1	邮件营销方法	78
4.2.2	垃圾邮件	81
4.2.3	电子杂志	82
4.3	虚拟社区营销方法	85
4.3.1	基本概念	85

C O N T E N T S

4.3.2	营销方法	86
4.4	网络广告	87
4.4.1	网络广告类型	88
4.4.2	提高网络广告效果的方法	88
4.4.3	网络广告的计费模式	89
4.5	病毒营销	90
4.5.1	基本概念	90
4.5.2	病毒性营销的特点	90
4.5.3	病毒性营销的界限和成本	91
4.5.4	常用方法	92
4.6	交换链接	94
4.6.1	基本概念	94
4.6.2	主要方法	95
4.6.3	注意事项	96
4.6.4	太极链交换链接平台介绍	97
	【本章小结】	98
	【练习作业】	100
第5章	电子支付	101
5.1	电子货币	102
5.1.1	电子货币的含义	102
5.1.2	储值卡	103
5.1.3	银行卡	104
5.1.4	信用卡	106
5.2	网络银行	110
5.2.1	网络银行的特征和业务	110
5.2.2	招商银行	111
5.2.3	其他银行的网上银行	114
5.3	第三方支付平台	116
	【本章小结】	120
	【练习作业】	120

第 6 章 电子商务安全	121
6.1 电子商务安全概述	122
6.2 电子商务安全技术	123
【本章小结】	127
【练习作业】	127
第 7 章 电子商务物流	128
7.1 物流基本概念	129
7.1.1 与物流相关的四流	129
7.1.2 物流定义	129
7.1.3 物流基本职能	129
7.1.4 物流的分类	133
7.2 电子商务与物流的关系	135
7.3 物流信息技术	136
7.4 物流配送	138
【本章小结】	139
【练习作业】	140
第 8 章 电子商务法律	141
8.1 电子商务立法概述	142
8.2 电子商务法律体系框架	144
8.3 与电子商务相关的法律介绍	147
【本章小结】	151
【练习作业】	151
第 9 章 计算机维护	152
9.1 计算机主要指标	153
9.1.1 计算机基本知识	153
9.1.2 计算机详细指标	154
9.2 计算机维护要点	157
9.2.1 病毒概念	157

C O N T E N T S

9.2.2 清除病毒软件	159
9.2.3 优化系统	164
9.3 常用工具软件	166
【本章小结】	168
【练习作业】	168
第 10 章 电子商务创业实践	169
10.1 寻找合适的产品	170
10.2 网络工具准备	171
10.3 选择网店平台	171
10.4 选择支付和物流配送方式	174
10.5 搜索引擎营销	175
10.6 电子邮件营销	176
10.7 注册商标和网络实名	176
10.8 辅助网络营销方法	177
10.9 与传统营销手段相结合	177
【本章小结】	178
【练习作业】	179
第 11 章 电子商务在企业的应用	180
11.1 背景知识	181
11.2 初步方案	182
11.3 电子商务总体方案	183
11.4 网络营销方案	185
11.4.1 外贸组营销方案	185
11.4.2 内贸组营销方案	186
11.4.3 零售组营销方案	187
【本章小结】	188
【练习作业】	188
主要参考资料	189

第 1 章

电子商务基本概念

【学习目的】

通过本章的学习,可以了解电子商务的发展历程和代表人物,准确理解电子商务的定义和内容,深刻体会和思考电子商务对社会带来的变革和影响,了解电子商务的盈利模式,正视电子商务在实际应用中所存在的问题,知晓电子商务的经营之道。

【关键词】

电子商务 电子商务定义 EB EC
互联网

近年来,“电子商务”这个词对普通大众来说,已经不再陌生,打开百度搜索引擎,搜索“电子商务”这个词,就有五千多万个搜索结果,而“服装”也不过只有六千多万个搜索结果,可见,“电子商务”与“服装”一样,已经成为人们的日常词汇,电子商务也开始慢慢融入人们的日常生活。但是,很多人对电子商务的含义、内容和方法却了解不多。现在,我们就一起来对电子商务进行系统的学习。

1.1 电子商务的发展历程

1.1.1 互联网的发展过程

电子商务的发展是伴随着互联网等电子技术的发展而逐步发展起来的,所以互联网是电子商务发展的技术基础。下面先了解一下互联网的发展过程。

(1) 1961年,美国麻省理工学院的伦纳德·克兰洛克(Leonard Kleinrock)博士发表了分组交换技术的论文,该技术后来成为互联网的标准通信方式。

(2) 1969年,美国国防部开始启动具有抗核打击性的计算机网络开发计划 ARPANET。

(3) 1971年,位于英国剑桥的 BBN 科技公司的工程师雷·汤姆林森(Ray Tomlinson)开发出了电子邮件。此后 ARPANET 的技术开始向大学等研究机构普及。

(4) 1983年,ARPANET 宣布将把过去的通信协议 NCP(网络控制协议)向新协议 TCP/IP(传输控制协议/互联网协议)过渡。

于是,从技术层面解决了互联网的组网问题,从此互联网由美国开始向全球普及,并应用于各行各业,逐渐成为人们生活的一部分。

从1983年到现在,三十多年过去了,尽管互联网已飞速发展并日益普及,但是现在的互联网仍然使用 TCP/IP 协议。

1.1.2 国际电子商务的发展过程

电子商务最早产生于20世纪60年代,发展于90年代,其产生和发展的重要条件主要有以下两方面。

(1) 计算机的广泛应用:近30年来,计算机的运算速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用奠定了基础。

(2) 网络的普及和成熟:由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒介,全球网民呈级数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。

国际组织和各国政府对电子商务的发展进行了一系列的规划和推动,为全球电子商务的发展提供了一个良好的环境。

1996年,联合国国际贸易法委员会制定了《电子商务示范法》。

1997年5月31日,电子安全交易(Secure Electronic Transfer,SET)协议由美国 VISA 和 Mastercard 国际组织等联合指定,该协议得到大多数厂商的认可和支 持,为主要应用于网络上的电子商务提供了一个可靠的安全环境。

1997年欧盟发布了《欧洲电子商务行动方案》,美国随后发布《全球电子商务纲要》,从

此电子商务受到世界各国政府的重视,许多国家的政府开始尝试网上采购,这为电子商务的发展提供了有利的支持。

1998年5月,WTO 132个成员国签署了《电子商务宣言》。

1999年9月,在巴黎召开了国际知名大企业参加的全球电子商务会议。

1999年12月,欧盟15国负责欧洲统一市场的部长通过了一项电子商务的统一法规。

在亚洲,由于各国信息网络发展的基础不同,以及各国经济状况相差悬殊,因此电子商务的发展呈不平衡状态,主要集中在日本、新加坡、韩国、中国等国家和中国香港等地区。

在政府和企业的推动下,电子商务市场成长迅速,网上销售额从1999年800万美元增长至2000年的4000万美元。在20世纪90年代末期,互联网和电子商务的概念迅速升温,并热得发烫,凡涉足互联网和电子商务的企业,其股票便牛气冲天。但那个时候,电子商务的应用则是热在表面,没有真正深入到其核心,并没有满足广大企业和人们的真正需求,企业家充满了快速赚钱的浮躁情绪,可想而知,这种急功近利的状态不会长久,所以到2000年末,以美国纳斯达克指数为代表的股市迅速大幅下跌,大量互联网和电子商务的企业纷纷倒闭破产,互联网泡沫破灭,电子商务应用开始进入低潮,直到2004年才开始缓慢复苏。

目前,经过几年的稳步发展,电子商务已经进入实用阶段。

1.1.3 中国电子商务的发展过程

下面的几件大事大致能反映中国电子商务的发展过程。

(1) 1987年,北京大学的钱天白教授向德国发出第一封电子邮件。当时中国还未加入互联网。

(2) 1991年10月,在中美高能物理年会上,美方发言人怀特·托基提出把中国纳入互联网的合作计划。

(3) 1994年3月,中国终于获准加入互联网。

(4) 1995年5月,张树新创立第一家互联网服务供应商——瀛海威,中国的普通大众开始进入互联网。

(5) 2000年4~7月,中国三大门户网站搜狐、新浪和网易成功在美国纳斯达克挂牌上市。

具体来说,中国电子商务的发展经历了下面几个阶段。

1. 1995—1998年:中国电子商务萌芽阶段

在此期间,中国政府相继实施了金桥、金卡、金关等一系列金字工程,为中国电子商务的发展作了良好的铺垫。

1994年下半年~1995年上半年,中国公用计算机互联网(Chinanet)、中国教育和科研计算机网(Cernet)和中国科技网(Cstnet)相继启动,在1996~1997年间,实现了互联互通,并正式开通。1995年1月,中国电信开始向社会提供Internet接入服务。

1996年8月,留美博士张朝阳在美国MIT媒体实验室主任尼葛洛庞帝先生和美国风险投资专家爱德华·罗伯特先生的风险投资支持下创办搜狐(sohu.com)的前身公司。此时,各种网站的广告和宣传大量出现,电子商务的名词和概念开始在中国传播。

1998年12月1日,软件公司北京四通利方宣布并购“华渊资讯”,成立全球“新浪”网,引起海内外极大关注。1998年,北京和上海等城市启动电子商务工程。

2. 1999—2000年:中国电子商务星火燎原

中国的ICP和ISP等网络服务商们开始大举进入电子商务领域,新的电子商务网站和新的电子商务项目急剧增加,每天都新增几百家网站,网上商店、网上邮购、网上拍卖等站点相继诞生,中华网、8848和易趣等知名网站也建立起来。

电子商务发展地域也在迅速扩大,从北京、上海、深圳、广州等大都市开始向全国各大城市发展。

海尔集团等国内大型企业也开始在企业内部和企业间应用电子商务。

3. 2001—2004年:中国电子商务跌宕起伏

随着Nasdaq股票市场持续跌落,世界IT业遭受了严重挫折。2001年,电子商务进入“调整年”。人们开始对原先的电子商务模式进行反思,认识到:只靠风险投资或股市融资取得的资金是不能长期支撑网络企业发展的,没有盈利的网络企业不受欢迎,只有盈利和获得利润才能保证企业发展。

在这段期间,人们开始对网络安全问题、互联网基础设施建设问题、社会商业信用问题、电子商务相关法律法规问题、标准化问题、网络支付问题、企业管理层对电子商务的认知程度问题、IT技术和电子商务人才问题等进行了大量思考,为以后的电子商务的普及应用打下了基础。

4. 2005年至今:中国电子商务欣欣向荣

2005年,国务院下发了大力发展电子商务的相关文件,在全国掀起了大力普及应用电子商务的高潮。截至2008年底,中国网民数已达2亿多,网站6百多万个,上网计算机6千多万台,企业与个人已在工作和生活中离不开电子商务,电子商务的应用已达到了实用阶段。

1.1.4 电子商务代表人物

1. 张树新——中国第一家互联网企业瀛海威公司的创办人

1986年,张女士于中国科技大学毕业后,进入中国科学院高技术企业局战略项目处从事企业战略研究,对中国的IT业的发展进程有着深刻而详尽的思考。1992年,张女士创办北京天树策划公司,借此积累了丰富的品牌包装及战略策划等经验。

1995年,张女士正式创办了国内第一家民营互联网瀛海威公司并任总裁,全面组织物理网络、信息网络、营销网络的建设、管理和运营。最早引入风险投资概念,借助资本运营手段实现了公司规模扩张和资产增值,其本人也被评为中国互联网络最有影响的二十人之一。

1998年,张女士与国际风险投资专家合伙创建盛华元通公司(Retelnet Investment & Management Co., Ltd),并任总裁,对中国互联网项目进行投资和管理。由于项目的成功运营,美国《财富》杂志于1999年5月对她进行了专门采访。

2000年5月,张女士参与创办互联网络有限公司并出任总裁。张女士现任联和运通

投资顾问有限公司董事长,专注于中国市场的创业投资及传统资源重组。此外,张女士一直致力于推动中国 Internet 事业的发展,从 1995 年起一直担任中国电子商务协会秘书长、中国计算机学会互联网分会副会长。

2. 张朝阳——中国著名门户网站——搜狐网站创办人

1986 年,张朝阳先生毕业于北京清华大学物理系,同年考取李政道奖学金赴美留学。1993 年底,张朝阳先生在美国麻省理工学院(MIT)获得博士学位,并继续在 MIT 从事博士后研究。1994 年,张朝阳先生任 MIT 亚太地区(中国)联络负责人。1995 年底,张朝阳先生回国任美国 ISI 公司驻中国首席代表。

1996 年,张朝阳先生在 MIT 媒体实验室主任尼葛洛庞帝教授和 MIT 斯隆商学院爱德华·罗伯特教授的风险投资支持下创建了爱特信公司,成为中国第一家以风险投资资金建立的互联网公司。1998 年 2 月 25 日,张朝阳先生的爱特信公司正式推出“搜狐”产品,公司更名为搜狐公司。在张朝阳先生的领导下搜狐历经 4 次融资,于 2000 年 7 月 12 日,在美国纳斯达克成功挂牌上市。

搜狐公司目前已经成为中国最领先的新媒体、电子商务、通信及移动增值服务的公司,是世界最强劲的中文互联网品牌,对互联网在中国的传播及商业实践作出了杰出的贡献。张朝阳先生现任搜狐公司董事局主席兼首席执行官。

3. 马云——中国著名交易平台——阿里巴巴网站创办人

1988—1995 年任杭州电子工学院英文及国际贸易讲师。

1995—1997 年创办了“中国黄页”,是中国第一家互联网商业信息发布站。1997—1999 年加盟外经贸部中国国际电子商务中心,开发外经贸部官方站点及网上中国商品交易市场。

1999 年至今在杭州设立研究开发中心,以香港为总部,创办阿里巴巴网站(Alibaba.com)。

马云是最早在中国开拓电子商务应用并坚守在互联网领域的企业家,他和他的团队创造了中国互联网商务许多第一,他立志为中国人创建世界上最好的站点。

马云于 1995 年 4 月创办了“中国黄页”网站,这是第一家网上中文商业信息站点,在国内最早形成面向企业服务的互联网商业模式。1997 年年底,马云和他的团队在北京开发了外经贸部官方站点、网上中国商品交易市场、网上中国技术出口交易会、中国招商、网上广交会和中外经贸等一系列国家级站点。

1999 年 3 月,马云和他的团队回到杭州,以 50 万元人民币创业,创办了阿里巴巴网站(www.alibaba.com)。他根据长期以来在互联网商业服务领域的经验和体会,明确提出,互联网产业界应重视和优先发展企业与企业间电子商务(B2B)。他的观点和阿里巴巴的发展模式很快引起国际互联网界的关注,阿里巴巴的发展模式被称为“互联网的第四模式”。

阿里巴巴获得国际风险资金投入后,马云以“东方的智慧,西方的运作,全球的大市场”的经营管理理念,迅速招揽国际人才,全力开拓国际市场,同时培育国内电子商务市场,为中国企业尤其是中小企业迎接“入世”挑战构建一个完善的电子商务平台。

4. 芙蓉姐姐——依靠网络媒体成名的网络红人

芙蓉姐姐出名的原因在于她坚持不懈地在北大和清华的 BBS 上张贴自己的生活照,同

时在网上发表了大量与照片交相辉映的抒情文字。芙蓉姐姐的照片不施粉黛,不布光影,不挑背景,不饰华服,重在以清水出芙蓉的自然感展示容貌和身材。

芙蓉姐姐的传播途径是一个从小众到大众的过程。从北大未名的 BBS 上,后来移到公众网上。由于公众网的人群复杂,芙蓉姐姐的照片和文字开始出现在天涯社区,并被到处转贴。这使得她一举成名。

芙蓉姐姐是靠网络营销方法成功推销自己的典型代表。

1.2 电子商务概念

1.2.1 电子商务定义

电子商务正在飞速发展,对电子商务的理论研究远远滞后于电子商务的实际应用,所以,电子商务的理论体系尚不完整,对电子商务的理解正在逐步完善和深入,电子商务至今仍然没有统一公认的定义。

目前,国际社会中主要存在狭义电子商务定义和广义电子商务定义 2 种观点。

1. 狭义电子商务定义

狭义电子商务(Electronic Commerce, EC)是指:通过使用互联网等电子工具(这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络以及移动通信等)在全球范围内进行的商务贸易活动。

这个表述是指在互联网开放的网络环境下,买卖双方不谋面地进行各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动,它是一种新型的商业运营模式,其内容包括消费者的网上购物、企业之间的网上交易、在线电子支付、网上客户服务、网络营销、网络广告以及网上调查等内容。

2. 广义电子商务定义

广义电子商务(Electronic Business, EB)是指:通过使用互联网等电子工具,公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间,利用电子业务共享信息,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

这个表述是将所有商务活动业务流程的电子化,不仅包括了企业商务活动中面向外部的业务流程,如网络营销、电子支付及物流配送等,还包括了企业内部的业务流程,如企业资源计划、客户关系管理、供应链管理、人力资源管理、市场管理、生产管理、研发管理及财务管理等内容。

广义电子商务包含的内容较为广泛,狭义电子商务所包含的内容是广义电子商务包含的内容的子集。图 1.1 比较形象地反映了它们两者之间的关系。

一般来说,比较多的学者采用狭义电子商务定义来阐述相关的电子商务概念,而比较多的国际跨国公司采用广义电子商务定义来进行相关的电子商务应用实践。

目前,中国大多数普通高等学校电子商务专业都是按照狭义电子商务定义来设置课程的。一般来说,电子商务专业侧重于企业与企业之间电子交易过程中相关知识的学习,信