



高等职业教育课改系列规划教材（经管类）



国家级精品课程配套教材

电子商务基础 (第3版)



万守付 主 编

邓之宏 纪幼玲 副主编

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材（经管类）

国家级精品课程配套教材

电子商务基础（第3版）

万守付 主 编

邓之宏 纪幼玲 副主编

人 民 邮 电 出 版 社

北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

电子商务基础 / 万守付主编. — 3版. — 北京 : 人民邮电出版社, 2010.9 (2011.1 重印)

(世纪英才高等职业教育课改系列规划教材. 经管类)

ISBN 978-7-115-23224-3

I. ①电… II. ①万… III. ①电子商务—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第105095号

内 容 提 要

本书系统地介绍了电子商务的基本概念、基本理论和方法以及业务操作流程。全书共 8 个课题, 包括电子商务概述、电子商务系统、电子商务安全、电子商务支付、电子商务物流、电子商务模式、网络营销、电子政务。每部分教学内容都相应安排有案例分析、实训题、思考练习题、实践练习题, 并提供配套的电子教案、实训组织方案、实训操作指导等资源, 提供国家精品课程教学资源的网络免费下载, 以便于用户组织教学。本书及时更新了国内外电子商务发展资料, 对国内电子商务及行业应用的现状也有较新的介绍, 理论和实训教学考虑了教、学、做一体化的要求, 推荐采用虚实一体的实践教学组织方式符合高职高专电子商务专业课程教改方向, 满足了高素质技能型人才培养的需求。

本书注重理论与实践环节的一体化教学, 内容新颖、重点突出、图文并茂、实例丰富、资料较新, 可作为高职高专电子商务相关专业的教材和教学参考书, 也可作为社会各界人士继续教育的培训教材或自学参考用书。

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材 (经管类)

国家级精品课程配套教材

电子商务基础 (第 3 版)

-
- ◆ 主 编 万守付
 - 副 主 编 邓之宏 纪幼玲
 - 责任编辑 丁金炎
 - 执行编辑 洪 婕
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
 - 邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 北京艺辉印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
 - 印张: 20.25
 - 字数: 466 千字 2010 年 9 月第 3 版
 - 印数: 70 001—72 000 册 2011 年 1 月北京第 2 次印刷

ISBN 978-7-115-23224-3

定价: 36.00 元

读者服务热线: (010)67129264 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材编委会（经管类）

顾问：高 林 赵志群

电子商务专业编委会主任：支芬和

市场营销专业编委会主任：李宇红

会计电算化专业编委会主任：万守付

物流管理专业编委会主任：陈克勤

委员：（以姓氏笔画为序）

门洪亮	马 雁	马红莉	马松波	马航通	孔祥银	王 丹	王 峻
王文媛	王克富	王忠元	王溪若	邓志新	代承霞	兰 岚	冯海洋
申纲领	申燕妮	任 艳	任建军	关江华	刘 妍	刘 健	刘 燕
刘世荣	刘永立	刘红英	吕广革	孙其勇	安菊梅	汤 云	牟 静
牟彤华	纪幼玲	严 军	吴姗姗	宋元元	宋沛军	宋爱华	宋艳芳
张 丹	张仕军	张苏雁	李 伟	李 莉	李 翔	李永国	李永林
李述容	李陶然	李梦颖	杨 帆	杨 洁	杨承毅	杨爱民	陆 红
陈 妍	陈 念	陈 婧	陈道志	周湘平	欧阳琰晶	罗 中	罗立明
郑小兰	郑金花	胡华江	贺兴虎	贺秋硕	赵 红	赵 玮	赵 艳
赵 蕾	赵广岩	赵立坤	赵丽金	赵智锋	郝一洁	唐 华	唐 麒
夏俊鹄	徐 征	徐 珂	徐慧剑	敖静海	殷智红	聂碧娟	袁 烽
谈煜鸿	商 玮	梁红波	梁振军	梅爱冰	黄嘉敏	傅 俊	喻靖文
彭 杰	彭爱美	温艳萍	覃永贞	韩 丹	鲁 艳	楼小明	熊 敏
熊文杰	熊学发	颜 伟					

策 划：彭保林 丁金炎 严世圣

丛书前言

随着我国社会经济的发展,近几年,我国高等职业教育规模快速增长,到2008年年底,全国独立设置的普通高职高专院校已经达到1000多所。应当说,基本适应社会主义现代化建设需要的高等职业教育体系已经初步形成。

高等职业教育依托经济发展,为经济发展提供适应需要的人力资源。同时,高等职业教育要适应经济和社会发展的需要,就必须提高自身创新能力,不断深化课程和教学改革,依靠传统的课程已经不能满足现代职业教育对职业能力培养的要求。围绕高等职业教育专业课程体系建设和课程开发,做好人才培养模式、课程体系改革、专业师资队伍、实践教学条件等方面的建设,已经成为高职院校教学改革的首要任务,同时也成为我国高等职业教育发展的当务之急。

随着高等职业教育改革形势的纵深发展,我国高等职业教育在课程体系建设指导思想上逐渐汇流,“基于工作过程”的课程开发的理念逐渐为广大高职院校师生所接受。

“基于工作过程”的课程开发设计导向遵循现代职业教育指导思想,赋予了职业能力更加丰富的内涵,它不仅打破了传统学科过于系统化的理论束缚,而且提升了职业教育课程设计水平。这与高等职业教育的办学方向比较吻合,因此,得到了教育部有关部门的大力倡导。为了响应教育部的号召,我们于2008年组织了“基于工作过程”课程改革和教材建设研讨会,认真分析了当前我国高等职业教育课改现状,充分讨论了高等职业教育课改形势以及课程改革思路,并初步构建了面向21世纪的“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”体系。

我国高等职业教育以培养高级应用型人才为目标,承担着为我国社会主义新型工业化社会建设输送人才的重任,大力发展高等职业教育是我国经济社会发展的客观需要。自国家大力倡导高职高专院校积极研究探索课程改革思路以来,我国的高等职业教育就步入了一个追求内涵发展的新阶段。“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”按照“基于工作过程”的课改思路,将科学发展观贯彻在高等职业教育的教材出版领域里,希望能为促进我国高等职业教育的发展贡献一份力量。

“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”会聚了国内众多职业教育专家、高职高专院校一线教师的智慧和心血,以工作过程的发展展开教学过程,有区别地运用“结构模块化、技能系统化、内容弹性化、版面图表化”的表现手段,内容结构层次从简从便,教材容量深度适当、厚度适合,并配以必要的辅助教学手段。相信本系列教材一定能成为广大高职高专院校师生的良师益友。

“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”建设是对高等职业教育课程改革的一次建设性的探索,期望得到广大读者的首肯和大力支持。如果您在阅读本系列教材的过程中有什么意见和建议,请发邮件至 wuhan@ptpress.com.cn 与我们进行交流,或进入本系列教材服务网站 www.ycbook.com.cn 留言。

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材编委会

互联网在社会经济发展中发挥着越来越重要的作用。互联网商务迅猛发展所引起的商贸环境的深刻变革,给社会经济和企业竞争力带来巨大而深远的影响,它已成为 21 世纪重要的商贸活动方式和推动全球经济增长的重要动力,其作用甚至可以与 200 多年前工业革命对人类社会经济发展的促进作用相提并论。

互联网已经在中国普及了十多年,中国网民人数已过 4 亿,列全球第 1 位,成为全球互联网大国。中国的互联网商务应用在新世纪初网络泡沫破灭后,仍高速向前发展,整个互联网商务环境和商务模式都正在走向成熟,传统企业正逐渐成为互联网商务应用的主角,中国正向互联网商务应用强国坚实迈进。毫无疑问,21 世纪将是互联网商务的时代,一个网上交易、网上生活的新时代已经来临。传统企业重组业务流程从而迎接新时代的挑战已成为必然趋势。同时,互联网商务的普及推广也要求从事商务活动的人员改变知识结构并掌握互联网商务新技能。因此,帮助企业从业人员更新知识和技能是信息化社会经济发展的迫切要求,也是企业人力资源培训的重要任务。很多院校为了满足这一社会需求而纷纷开设电子商务专业及课程,从而推动了中国电子商务职业教育的发展,为社会培养了大量的高素质技能型人才。

本书是为高职高专相关专业的学生学习电子商务知识而编写的基础入门教材。本书力求在系统介绍基本理论的同时,突出实践应用技能。全书知识内容跨度较大,不仅涉及计算机技术、网络通信技术和信息安全技术,还涉及经济学、管理学、市场营销学、物流管理、国际贸易以及法律等领域的内容。因此,这是一本学科综合、文理渗透、理论与实践相结合的教材,可以作为经济管理类、理工科类专业学生学习电子商务基础知识和技能的入门教程,也可以作为社会各界人士自学电子商务知识的参考材料。

本教材编写组成员都是多年从事电子商务课程教学的一线教师,对电子商务理论和实践都有较深入的研究,具有丰富的课堂教学组织和课程教改经验,都曾作为骨干力量参与 2006 年高职高专国家精品课程《电子商务基础与实操》的建设。本教材是深圳信息职业技术学院国家精品课程建设和立项资助规划教材建设的成果之一,自 2004 年第 1 版出版以来,经过三轮内容体系修改完善,在职业院校师生的大力支持下,已取得市场销量超过 6 万册的好成绩。我们会继续努力打造更优秀的精品教材回馈广大师生。本书由万守付担任主编,邓之宏、纪幼玲担任副主编。在教材内容编写实施方面,前言、电子商务概述、电子商务系统、电子商务支付、参考文献、电子商务常用词汇部分和全书体系设计及统稿等工作由万守付负责编写;电子商务物流、电子商务模式两部分由邓之宏负责编写;电子商务安全部分由王香刚负责编写;网络营销部分由纪幼玲负责编写;电子政务概述部分由彭娟负责编写。

为了提高教学效果和学生对电子商务课程的学习兴趣,建议有条件的院校应尽可能利用自己所拥有的网络资源或仿真系统环境组织教学。参考教学课时为 76 节,各开课院校的任课老师可以根据实际情况选择内容组合,实训课时安排至少要达到总学时的 50% 以上。尽可能采用理论与实训相结合的“教、学、做”一体化模式组织教学,注重实效,实施过程形成性考核方案,以提高学生的学习兴趣和效果,客观评价学生的学习成绩。需要教学课件的老师可以发邮件至 wansoff@163.com 联络索取或在人民邮电出版社网站

(<http://www.ptpress.com.cn>) 下载。最新课件可直接从深圳信息职业技术学院 2006 年国家精品课程《电子商务基础与实操》网站(<http://jpkc.sziit.com.cn/ie/www/>)的“教学资源”栏目下的“教学课件展示”子栏目下载,我们会通过网站及时更新教学资源,积极为教材使用单位的教学提供支持和帮助。

在本书编写过程中我们得到了深圳信息职业技术学院、上海挑战软件等单位的大力支持,在此表示衷心的感谢!我们参考了国内外大量的图书杂志和网站资料,在此向有关作者表达我们诚挚的谢意!

由于近年来我国电子商务发展非常迅速,大量的新技术、新应用不断产生,一些数据难以精确统计,客观上给本教材的编写带来一定的困难。同时由于编者的水平有限,本书尚有许多遗漏、不足和缺乏严谨之处,恳请读者批评指正,也恳请各院校授课老师在教学的过程中参照本书提供的数据源链接及时更新补充最新信息。

编 者

2010 年 6 月

Contents

目 录

DIANZI SHANGWU JICHU (DI 3 BAN)

课题一 电子商务概述	1	课题二 电子商务系统	43
第一部分 案例与分析	1	第一部分 案例与分析	43
案例 1-1 思科公司的电子商务应用	1	案例 2-1 通用电气公司的网上采购系统	43
第二部分 课题学习引导	2	案例 2-2 沃尔玛的物流信息系统	45
1.1 电子商务的基本概念	3	第二部分 课题学习引导	51
1.1.1 日常生活中的电子商务	3	2.1 电子商务的分类	51
1.1.2 电子商务的概念	5	2.1.1 按照商业活动的运作方式分类	51
1.2 电子商务的功能与优势	7	2.1.2 按照开展电子交易的范围分类	52
1.2.1 传统商务及其劣势	7	2.1.3 按照使用网络的类型分类	52
1.2.2 电子商务的功能	8	2.1.4 按照交易的对象分类	53
1.2.3 电子商务的特征	8	2.2 电子商务系统框架	54
1.2.4 电子商务的优势	9	2.2.1 电子商务的框架	54
1.3 电子商务的发展历程	11	2.2.2 电子商务的实现阶段和应用层次	56
1.3.1 电子商务产生的基础	11	2.3 电子商务服务业	58
1.3.2 电子商务的发展历程	12	2.3.1 电子商务服务平台	59
1.3.3 国际电子商务发展状况	14	2.3.2 电子商务的物流服务业	61
1.4 电子商务在中国的发展	19	2.3.3 电子商务的金融服务业	63
1.4.1 中国电子商务的发展历程	19	2.3.4 电子商务的信息服务业	66
1.4.2 中国电子商务发展的现状	22	2.4 电子商务法律法规	68
1.4.3 中国企业电子商务的应用现状	31	2.4.1 国外电子商务立法	68
1.5 电子商务产生的影响	31	2.4.2 国内电子商务立法	69
1.5.1 电子商务对社会经济的影响	31	第三部分 课题实践页	70
1.5.2 电子商务对政府的影响	32	一、实训题	70
1.5.3 电子商务对企业的影响	33	实训 2-1 Outlook Express 6.0 的初级配置使用	70
1.5.4 电子商务对消费者的影响	35	实训 2-2 中国南方航空公司的网上电子客票订购业务	75
第三部分 课题实践页	35	二、思考练习题	77
一、实训题	35	三、实践练习题	78
实训 1-1 WebMail 邮件的使用	35		
实训 1-2 谷歌搜索引擎的使用技巧	37		
二、思考练习题	41		
三、实践练习题	41		

课题三 电子商务安全	79	课题四 电子商务支付	120
第一部分 案例与分析	79	第一部分 案例与分析	120
案例 3-1 美英等国遭遇的信息安全事件	79	案例 4-1 招商银行的网上银行建设	120
第二部分 课题学习引导	80	第二部分 课题学习引导	124
3.1 电子商务安全的要求	80	4.1 传统支付方式	124
3.1.1 电子商务面临的安全威胁	80	4.1.1 现金支付方式	124
3.1.2 电子商务的安全性要求	81	4.1.2 票据支付方式	125
3.1.3 电子商务的安全体系	81	4.1.3 银行卡支付方式	127
3.2 数据加密技术	81	4.1.4 传统支付方式的局限性	131
3.2.1 传统的代换密码	82	4.2 网上支付系统	132
3.2.2 对称加密算法	83	4.2.1 网上支付的概念	132
3.2.3 非对称加密算法	84	4.2.2 网上支付系统的构成	133
3.3 认证技术	85	4.2.3 网上支付安全	134
3.3.1 身份认证	86	4.2.4 网上支付系统的种类	136
3.3.2 认证中心	87	4.3 网上支付方式	136
3.3.3 数字证书	91	4.3.1 银行卡	137
3.3.4 数字摘要	96	4.3.2 电子现金	138
3.3.5 数字签名	97	4.3.3 电子支票	139
3.3.6 数字时间戳	98	4.3.4 网上银行	141
3.4 安全交易协议	99	4.4 电子钱包	143
3.4.1 安全套接层协议 (SSL)	99	4.4.1 电子钱包概述	143
3.4.2 安全电子交易协议 (SET) ..	101	4.4.2 智能储值卡电子钱包	144
第三部分 课题实践页	104	4.4.3 软件形态虚拟电子钱包	145
一、实训题	104	4.4.4 电子钱包的支付流程	145
实训 3-1 免费个人数字证书的申请与安装	104	第三部分 课题实践页	146
实训 3-2 Outlook Express 6.0 签发安全电子邮件	107	一、实训题	146
实训 3-3 挑战电子印章系统的配置操作	112	实训 4-1 招商银行个人网上银行专业版业务操作	146
二、思考练习题	118	实训 4-2 中国工商银行个人网上银行专业版操作	152
三、实践练习题	119	实训 4-3 支付宝账户申请与业务操作 ..	156
		二、思考练习题	158
		三、实践练习题	159

Contents

目 录

DIANJI SHANGWU JICHU (DI 3 BAN)

课题五 电子商务物流	160	6.2.3 B2C 电子商务流程实例	206
第一部分 案例与分析	160	6.3 B2B 电子商务模式	210
案例 5-1 戴尔别具一格的电子		6.3.1 B2B 电子商务模式	210
商务物流	160	6.3.2 B2B 电子商务业务流程	214
第二部分 课题学习引导	162	6.3.3 B2B 电子商务流程实例	215
5.1 电子商务物流概述	162	第三部分 课题实践页	219
5.1.1 物流的概念及内涵	162	一、实训题	219
5.1.2 电子商务物流的概念	165	实训 6-1 淘宝网网上开店实训指导	219
5.1.3 电子商务与物流的关系	166	实训 6-2 阿里巴巴国内站供求信息发布	
5.1.4 电子商务物流的特点	168	实训指导	226
5.2 电子商务物流模式	168	二、思考练习题	228
5.2.1 物流模式简介	169	三、实践练习题	230
5.2.2 电子商务下的第三方物流	170	课题七 网络营销	231
5.2.3 电子商务下的第四方物流	173	第一部分 案例与分析	231
第三部分 课题实践页	175	案例 7-1 戴尔计算机公司的网络营销	231
一、实训题	175	第二部分 课题学习引导	234
实训 5-1 淘宝网的推荐物流模式	175	7.1 网络营销概述	234
实训 5-2 中海 2000 物流仓储管理系统		7.1.1 网络营销基本概念	235
实操	180	7.1.2 网络营销的特点	235
二、思考练习题	187	7.1.3 网络营销与传统营销的区别	235
三、实践练习题	188	7.1.4 网络市场调研	237
课题六 电子商务模式	190	7.2 网络营销的常用工具和方法	238
第一部分 案例与分析	190	7.2.1 网络营销的常用工具	238
案例 6-1 8848 的电子商务模式创新		7.2.2 网络营销的方法	241
之路	190	第三部分 课题实践页	250
第二部分 课题学习引导	191	一、实训题	250
6.1 C2C 电子商务模式	192	实训 7-1 新闻组操作	250
6.1.1 C2C 电子商务模式	192	实训 7-2 利用搜索引擎推广网站	255
6.1.2 C2C 电子商务业务流程	194	实训 7-3 戴尔笔记本电脑在线定制	260
6.1.3 C2C 电子商务流程实例	194	实训 7-4 订阅、创办邮件列表	265
6.2 B2C 电子商务模式	201	实训 7-5 邮件群发操作	272
6.2.1 B2C 电子商务模式	201	二、思考练习题	277
6.2.2 B2C 电子商务业务流程	205	三、实践练习题	277

课题八 电子政务	278	8.3.1 G2G 电子政务模式	292
第一部分 案例与分析	278	8.3.2 G2E 电子政务模式	295
案例 8-1 中国电子政务外网建设工程	278	8.3.3 G2B 电子政务模式	296
第二部分 课题学习引导	280	8.3.4 G2C 电子政务模式	299
8.1 电子政务的基本概念	280	第三部分 课题实践页	302
8.1.1 电子政务的概念	280	一、实训题	302
8.1.2 推行电子政务的意义	281	实训 8-1 Outlook 2003 的配置使用	302
8.1.3 电子政务的分类	282	实训 8-2 网上公司注册操作	307
8.2 国内外电子政务的发展	283	二、思考练习题	309
8.2.1 全球电子政务的发展状况	283	三、实践练习题	309
8.2.2 我国电子政务的发展历程	289	附录 电子商务常用词汇	310
8.2.3 我国电子政务建设的基本 框架	290	参考文献	313
8.2.4 我国电子政务应用状况	291		
8.3 电子政务的基本模式	292		

课题一 电子商务概述

知识目标	技能目标	建议学时
➤ 理解电子商务的基本概念 ➤ 理解电子商务的功能和优势 ➤ 理解电子商务的发展现状 ➤ 理解电子商务产生的影响	➤ 掌握搜索引擎应用的操作技能 ➤ 掌握商业信息检索的操作技能 ➤ 掌握即时通信工具应用的操作技能 ➤ 掌握电子邮件客户端管理的操作技能	10 学时

第一部分 案例与分析



案例 1-1 思科公司的电子商务应用



总部位于美国加利福尼亚州的圣何塞的思科系统公司 (Cisco) 是全球领先的互联网设备供应商和互联网解决方案提供者, 其主页如图 1-1 所示。它的网络设备和应用方案将世界各地的人、计算设备以及网络联结起来, 使人们能够随时随地利用各种设备传送信息。思科向客户提供端到端的网络方案, 使客户能够建立起自己的统一信息基础设施或者与其他网络相连。自 1986 年生产第一台路由器以来, 思科在其进入的每一个领域都占有第一或第二的市场份额, 成为市场的领导者。思科的年营业额已从 1990 年刚上市时的 6900 万美元上升到了 2009 年的 361 亿美元。至 2009 年止, 思科在全球 70 个国家的 300 多个地点拥有 6.6 万名员工。2010 年 1 月成立大中华区, 在中国大陆拥有 16 个分支机构, 员工总数超过 3400 人。



图 1-1 思科中国主页 (http://www.cisco.com/cn)

思科是美国最成功的公司之一, 曾获得 Internet Week 授予的最佳企业对企业 (B2B) 商务 Web 站点奖, 在 2009 年《财富》美国 500 强中排名第 57 位, 并多次当选《财富》全球最

受尊敬的企业。思科坚信:互联网将改变人们的工作、生活、学习以及娱乐的方式,并且会让诸多领先企业与合作伙伴成为“全球网络经济”模式的受益者。在《财富》全球500强企业中,已有包括沃尔玛、埃森克美孚等300多家企业成为思科的成功客户。



案例分析

1. 思科的网上业务

思科自身就是“全球网络经济”模式的受益者,是成功应用电子商务的典范。公司利用跨越互联网以及内部网的网络应用来处理其与客户、潜在客户、合作伙伴、供应商及员工的业务关系,从而减少了用于生产、配送、销售、客户服务等环节的费用,每年至少节约8亿美元的开支,从而降低了运营成本,为公司带来巨大的经济效益,同时也提高了客户与合作伙伴的满意度。思科在客户支持、产品预定以及交货时间上的竞争力也随之大大提高了。

思科拥有全球较大规模的互联网商务网站,公司全球业务90%的交易是在网上完成的,每天的网上营业额在9700万美元以上;在中国市场下的订单100%通过在线完成;70%的服务支持电话可通过访问思科的网站完成,电子下载和在线配置每年为思科节约近2亿美元的费用;在互联网上的供应链管理使订购周期缩短了70%。思科80%的销售与技术培训是在线进行的。在思科,两名审计员用两天时间,可为1.6万名员工完成财务报销工作。思科的结账周期是一天,这在全球大公司中找不到先例。

2. 思科的虚拟化经营

从某种意义上讲,思科是一个庞大的构建在互联网上的“虚拟公司”。思科的第一级组装商有40个,下级有1000多个零配件供应商,其中真正属于思科的工厂只有两个。思科的供应商、合作伙伴的内联网通过互联网与思科的内联网相连,无数的客户通过各种方式接入互联网,再与思科的网站挂接,组成了一个实时动态的系统。客户的订单下达到思科网站,思科的网络会自动把订单传送到相应的组装商手中。在订单下达的当天,设备差不多就组装完毕了,贴上思科的标签,直接由组装商或供应商发货,思科的员工连箱子都不必碰一下——70%的思科产品就是这样生产出来的。基于这种生产方式,思科的库存减少了45%,产品的上市时间提前了25%,总体利润率比其竞争对手高15%。思科不用在生产上进行大规模投资,就能轻松应付迅速增长的市场需求,对市场的反应也更为敏捷。

思科员工一般有63%的工作时间用于通信和协作,35%的协作工作是利用虚拟协作技术完成的,面对面协作仅有28%。思科有40%的员工要远程向位于其他国家、州或城市的上级领导汇报工作情况。思科员工每天用于上下班的平均时间为1.4小时,85%的员工每周都要花一部分时间进行远程工作。远程工作人员有24%的工作是在办公室外完成的,48%的工作是在非上班时间远程完成的,工作安排灵活性非常高。

第二部分 课题学习引导



电子商务作为一种新的沟通方式和商贸方式,它是人类不断追求效率的产物。电子商务将给整个社会经济带来一场史无前例的变革,形成新的经济形态,对社会经济发展、人们的生活和就业、政府职能和法律制度以及文化教育等产生巨大的冲击和影响。

1.1 电子商务的基本概念

1.1.1 日常生活中的电子商务

随着信息技术的进步和互联网在全球的迅猛应用普及，电子商务已经成为当今社会经济发展中最强劲的潮流之一。生活中一些新的商务活动形态正受到人们越来越多的关注，互联网商务活动正走进人们的日常生活。让我们先来看看几个与消费者生活密切相关的例子。

实例 1-1 淘宝网网上的淘宝热

淘宝网（见图 1-2）是亚洲最大的互联网零售商，2009 年网上交易额达 2000 亿元。会员可以在该网站淘宝，选购感兴趣的商品或参加网上竞买，以支付宝为信用担保中介进行支付结算，可以放心地买到自己喜欢的商品。个人也可将自己不再需要的旧货放到网上销售。



图 1-2 淘宝网主页（http://www.taobao.com）

实例 1-2 当当网上的购书业务

当当网（见图 1-3）是一家综合性网上购物商城，提供货到付款的城市已超过 800 个。会员将自己喜欢的图书放入购物车，然后浏览购物清单，确认订单。城市用户一般 3 天内就能收到图书，并可以享受到比传统书店优惠得多的价格折扣。



图 1-3 当当网主页 (http://www.dangdang.com)

实例 1-3 南方航空公司的电子客票业务

通过电子商务, 旅游或出差的乘客可以非常方便地购买到机票。中国南方航空公司已在国内 80 多个机场推出了方便的网上电子客票销售业务。乘客只需访问该公司网站 (见图 1-4), 按提示选择预定航班, 进行网上支付完成订座。登机牌可以由乘客从网上直接打印, 也可通过航空公司服务柜台 (或自动值机设备) 办理, 然后在航班起飞前 30 分钟凭有效证件轻松方便地直接登机。



图 1-4 中国南方航空公司主页 (http://www.csair.com)

实例 1-4 平安保险的网上交易业务

保险和股票与人们的关系越来越密切。消费者可以通过访问中国平安保险公司的网站

(见图 1-5), 进行网上投保, 非常轻松地办理好过去要在保险公司窗口费时排队办理的业务。消费者还可以通过平安证券频道在线申请股东账户开户, 在自己家中或办公室里就可以轻松拥有过去只有在证券营业部大户室才拥有的条件, 进行网上股票交易业务。



图 1-5 中国平安保险主页 (http://www.pa18.com)

看完上面实例, 很多人可能会认为电子商务就是消费者在互联网上购物。实际上, 电子商务的业务领域不仅仅局限于此, 它还包括其他类型的商务活动。那么, 什么是电子商务?

1.1.2 电子商务的概念

虽然各国政府、企业和用户对电子商务都十分重视, 电子商务发展也很快, 但事实上, 如今还没有一个较为全面的、较具权威性的、能够为大多数人接受的电子商务的定义。一些国际组织、政府、公司和学术团体根据自己的理解和需要以及在电子商务发展中所处的地位和参与程度的不同, 从不同的角度给出了电子商务概念内涵的不同表述和解释。

- 欧洲议会对电子商务的定义是: 电子商务是通过电子方式的商务活动。它的技术是通过电子方式处理和传递数据, 包括文本、声音和图像。它的商务涉及许多活动, 不仅包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得等有形商品的商务活动, 而且包括无形商品 (服务) 的商务活动, 如信息服务、金融服务、法律服务、健身服务、教育服务等。

- 国际商会 1997 年 11 月在法国巴黎举行的世界电子商务会议对电子商务的定义是: 电子商务 (E-commerce, EC) 是指对整个贸易活动实现电子化。电子商务从外延方面可以定义为: 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。它的技术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。它的商务包括: 信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输, 还可以组建虚拟企业、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。

- 加拿大电子商务协会给出的电子商务定义是: 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 (E-mail)、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 (例如, 市场营销、金融结算、销售以及商务谈判)。

- 美国政府在其“全球电子商务纲要”中, 对电子商务进行了比较笼统地定义: 电子商务是通过互联网进行的各项商务活动, 包括广告、交易、支付、服务等活动, 全球电子商务将会涉及各个国家。

- IBM 公司认为, 电子商务 (Electronic Business, EB) 是在互联网等网络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。它的概念包括内联网 (Intranet)、外联网 (Extranet)、电子商务 (EC) 三个部分。它所强调的是在网络环境下的商业化应用, 不仅仅是硬件和软件的结合, 也不仅仅是通常意义下的强调交易的狭义的电子商务 (EC), 而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在互联网 (Internet)、内联网 (Intranet) 和外联网 (Extranet) 结合起来的应用。它同时强调这三部分是有层次的: 只有先建立良好的内联网, 建立好比较完善的标准和各种信息基础设施, 才能顺利扩展到外联网, 最后扩展到电子商务 (EC)。

- 英特尔 (Intel) 公司认为, 电子商务是基于网络连接的不同计算机间建立的商业运作体系, 是利用互联网/内联网来使商务运作电子化。电子商务等于电子化市场与电子化交易加电子化服务的总和。

- 通用电气 (GE) 公司认为, 电子商务是通过电子方式进行商业交易, 分为企业间电子商务和企业与消费者之间的电子商务。

可以说, 电子商务是指通过简单、快捷、低成本的电子通信方式, 买卖双方不谋面而进行的各种商务活动。当企业将它的主要业务建立在计算机与通信网络基础上, 通过内联网、外联网以及互联网与企业的职员、客户、供应商以及合作伙伴直接相连时, 其中发生的各种活动就是电子商务。

人们对电子商务的认识还存在着广义和狭义之分。狭义的电子商务也称为电子交易 (E-commerce, EC), 主要是利用计算机网络进行的交易活动, 包括电子商情、电子广告、电子合同、电子交易、电子支付与结算等。而广义的电子商务 (E-business, EB) 是指利用各种信息技术手段进行的全部商业经营管理活动。EB 的内容范围比 EC 要大, 它涵盖了 EC 的内容, 不仅包括诸如市场调查分析、供应链管理 (SCM)、客户关系管理 (CRM) 等企业外部活动, 而且还包括诸如企业资源规划管理 (ERP) 等企业内部信息化管理活动。

电子商务是一个动态发展的概念, 它将随着人们认识的深化和电子商务应用的发展而变化。

对电子商务内涵的认识有以下几点需要深化。

- ① 电子商务本身并不是高科技, 它只是高科技在商务领域的应用。这就如电脑的设计制造属于高科技, 而普通消费者的日常使用并不是高科技一样。

- ② 电子商务的本质是商务, 而不是技术。尽管先进的技术手段在电子商务的开展过程中非常重要, 但更重要的应该是技术的应用及其效果。电子商务的价值核心是商务应用。手段与目的的关系是不能颠倒的。

- ③ 电子商务是传统商务的改良而不是革命。从本质上讲, 电子商务到目前为止还没有真正创造出一种经得起考验的、全新的商务模式, 在传统环境中做生意必备的关键因素现在仍然一样也不能少。企业所提供的商品仍需要能够满足消费者需求, 需要具有价格竞争力,