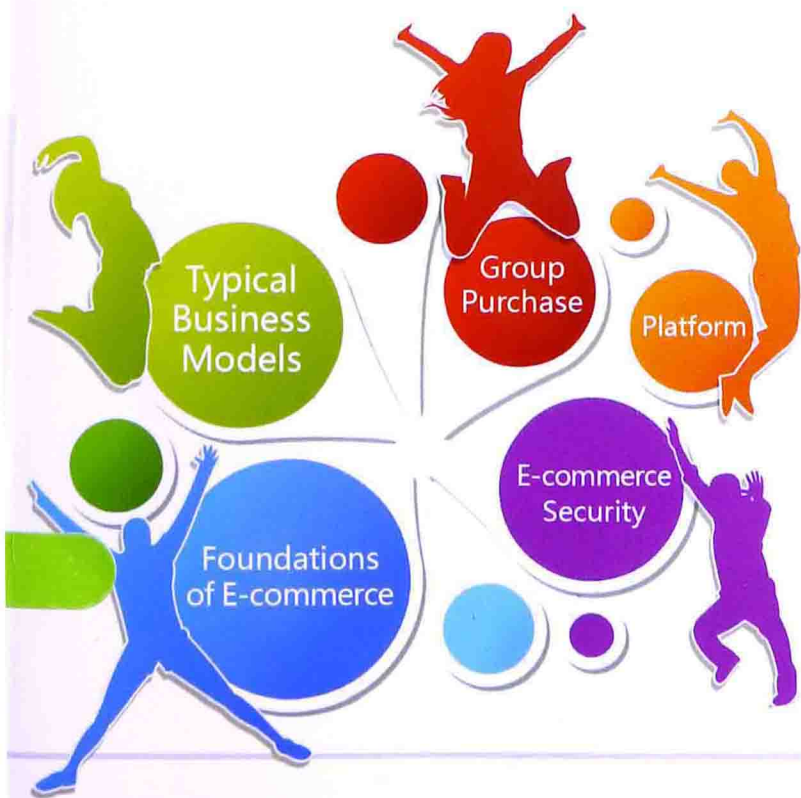


应用型人才培养规划教材 · 经济管理系列

电子商务英语

E-commerce English

刘玉霞 岳 丹 © 主编



清华大学出版社

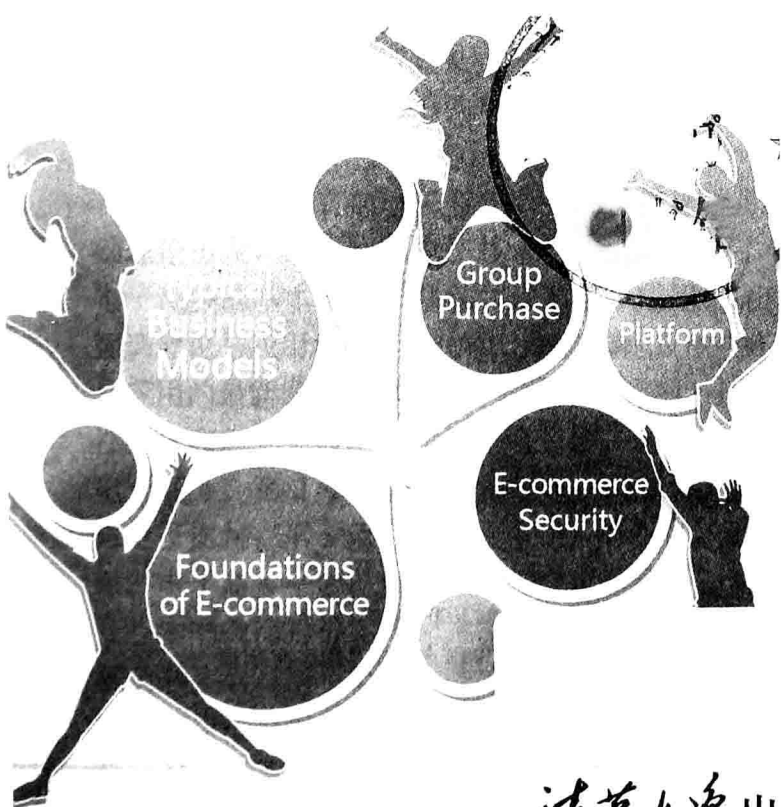


应用型人才培养规划教材 · 经济与管理系列

电子商务英语

E-commerce English

刘玉霞 岳丹◎主 编
王慧晶 卢金钟◎副主编



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

电子商务专业学生在了解电子商务的基本理论、基本环境、基本应用层次、产业化发展和电子商务的经济性等知识的同时,提高阅读理解和翻译电子商务英语文献的能力也非常重要。

本书根据教育部电子商务专业教学指导委员会对电子商务专业知识模块的划分,从基础理论出发,结合现代电子技术,全方位阐述了电子商务的特点、应用和技术创新。全书共分十章,根据教学需要,运用最新的数据和案例,并结合电子商务的实践性要求和最新发展动态编写而成,力求比较完整地反映电子商务专业知识的基本概貌和电子商务理论与应用的最新发展。

本书适合作为应用型本科院校、高职高专院校电子商务专业的英语课程教材,也可作为其他专业学生选修课的参考书,还可供企事业单位电子商务、市场营销等相关从业人员阅读参考。

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

电子商务英语/刘玉霞,岳丹主编. —北京:清华大学出版社,2013
应用型人才培养规划教材·经济管理系列

ISBN 978-7-302-33027-1

I. ①电… II. ①刘… ②岳… III. ①电子商务-英语-高等学校-教材 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 145966 号

责任编辑:陈仕云

封面设计:刘 超

版式设计:文森时代

责任校对:赵丽杰

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 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

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 装 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:17.75 字 数:371 千字

版 次:2013 年 12 月第 1 版 印 次:2013 年 12 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:32.00 元

前 言

当前,集计算机技术、网络技术、商务技术和管理技术于一体的电子商务业已深深地融入到人们的生活和生产中,推动着经济全球化、贸易自由化和信息现代化的快速发展。作为一种新型的商业文明,电子商务正改变着人们的生活和工作方式,也冲击着人们的思维方式和行为准则,其影响已远远超过技术和商务本身。传统商务模式和商务流程亟需向电子商务转型,几乎所有企业和组织都在思考并实践着如何在组织结构、业务流程方面加以改进,以适应电子商务的发展需要。

尽快并尽可能多地培养出复合型的电子商务专业人才,提高电子商务从业人员的整体素质,以适应电子商务的快速发展,满足社会电子商务活动的需要,成为当前开设电子商务专业高校的迫切任务。

电子商务英语作为电子商务专业的学科基础课程,是整个专业的基石。本课程要求学生在了解电子商务的基本理论、基本环境、基本应用层次、产业化发展和电子商务的经济性等知识的同时,提高阅读理解和翻译电子商务英语文献的能力。本书是编者融合了国内外学者、专家及自己的学术、科研、教材和实践成果,在多次讲课的基础上编著而成的。在阅读材料部分,选取最新电子商务领域的英文文章,文章难度适中,语言流畅,既具有很强的专业性,又有很好的可读性,为进一步学习后续各门电子商务的专业课程奠定了坚实的基础。

本书根据教育部电子商务专业教学指导委员会对电子商务专业知识模块的划分,从基础理论出发,结合现代电子技术,全方位阐述了电子商务的特点、应用和技术创新;注重电子商务的基本理论、基础知识和基本应用的同时,突出了电子商务的创新性和前沿性,强调理论与应用相结合,力求比较完整地反映电子商务专业知识的基本概貌和电子商务理论与应用的最新发展。本书是根据教学的需要,运用最新的数据和案例,结合电子商务的实践性要求和新的发展动态而进行编写的。全书共分10章:第1章,21世纪新型商业文明——电子商务;第2章,电子商务基础;第3章,典型电子商务模式;第4章,电子商务安全与电子支付;第5章,Web生意经;第6章,团购电子商务;第7章,垂直电子商务;第8章,电子商务平台;第9章,综合电子商务;第10章,电子商务立法与税收。

本书的编写分工为:主编刘玉霞(内蒙古化工职业学院,副教授)负责确定大纲、总纂全书并编写第1章、第3章、第4章、第8章,同时负责全书电子商务专业术语的英文核校工作;主编岳丹(内蒙古教育考试中心,副研究员)负责编写第2章、第5章、第6章;副主编王慧晶(内蒙古工业大学外国语学院,讲师)负责编写第7章、第9章、第10

章，同时负责全书的英文审校工作；副主编卢金钟（内蒙古工业大学国际商学院电子商务系主任，副教授）负责全书的内容安排、篇章结构及电子商务专业性知识审校工作。此外，参加本书编写工作的还有内蒙古工业大学国际商学院电子商务系何鑫、肖丹、宋浩、辛宇、刘瀛、耿亚芳等同学。

本书适合作为应用型本科院校、高职高专院校电子商务专业的英语课程教材，也可作为其他相关专业学生选修课的参考书。

本书的编写得到了清华大学出版社编辑的大力支持。在编写过程中，我们参阅了许多与电子商务相关的教材和网站资料以及有关研究成果，在此一并表示衷心感谢！

由于电子商务是一门新兴的学科，而且发展速度快，它的理论、技术和应用都是在不断发展和变化中得以逐渐成熟与完善的。同时，由于编者水平和编写时间有限，书中错漏和不妥之处在所难免，恳请专家、学者和读者批评指正。

编 者

2013年10月5日

Contents

Chapter 1	E-commerce in the 21st Century	1
1.1	E-commerce: Implications for Business in the 21st Century	1
1.1.1	Introduction	1
1.1.2	Origin of E-commerce	2
1.2	The Current Development Situation of E-commerce in China	4
	<i>Notes to the Text</i>	5
	<i>Pre-class Work</i>	6
	<i>Exercises</i>	8
	<i>Reading Material 1 The campus business heroes of online shopping age</i>	9
	<i>Reading Material 2 Micro blogs and macro payments</i>	12
	<i>Reference Version</i>	16
Chapter 2	Foundations of E-commerce	20
2.1	Definition and Content of E-commerce	20
2.1.1	Definition of E-commerce	20
2.1.2	The Benefits of E-commerce	21
2.1.3	Electronic Market	21
2.1.4	The Five Different Types of E-commerce	22
2.2	E-commerce Framework Structure and Support Environment	25
2.2.1	E-commerce Payment Environment	25
2.2.2	Logistics Environment of E-commerce	26
2.2.3	The Credit Environment of E-commerce	26
	<i>Notes to the Text</i>	27
	<i>Pre-class Work</i>	28
	<i>Exercises</i>	29
	<i>Reading Material 1 China's new media in 2010 (I)</i>	30
	<i>Reading Material 2 China's new media in 2010 (II)</i>	33
	<i>Reference Version</i>	35

Chapter 3	Typical Business Models in E-commerce	40
3.1	Online Business Model	40
3.1.1	Intermediary Model	41
3.1.2	Advertising Model	42
3.1.3	Information Intermediary Model	43
3.1.4	Businesses Model	44
3.1.5	Manufacturers Model (Direct Model).....	44
3.1.6	Member Model	45
3.1.7	Associations Model.....	45
3.1.8	Subscription Model.....	46
3.2	Typical Types of E-commerce	46
3.2.1	B2C (Business-to-Consumer)	46
3.2.2	B2B (Business-to-Business)	46
3.2.3	C2C (Consumer-to-Consumer).....	47
3.2.4	G2C (Government-to-Consumer)	47
	<i>Notes to the Text</i>	47
	<i>Pre-class Work</i>	48
	<i>Exercises</i>	51
	<i>Reading Material 1 Online retailers cash in on European Cup 2012</i>	53
	<i>Reading Material 2 "Net bargaining" service booms</i>	56
	<i>Reference Version</i>	58
Chapter 4	E-commerce Security and Electronic Payment	65
4.1	Firewalls and Security Policy	65
4.1.1	What is a Firewall	65
4.1.2	Firewalls and Security Policy	66
4.2	Electronic Payment System	68
4.2.1	Electronic Check.....	69
4.2.2	Payment Card System	69
4.2.3	Electronic Money	70
4.3	Security Schemes of Electronic Payment Systems	71
4.3.1	Key Encryption	72
4.3.2	Public Key Cryptography	72

4.3.3	Digital Signature	72
4.3.4	Information Summary	73
4.3.5	Certificate.....	73
4.3.6	Certification Center.....	73
4.3.7	Digital Envelope	74
4.3.8	Transaction Authentication and Time Stamp.....	74
4.4	Secure Electronic Transaction(SET).....	75
4.4.1	What is SET	75
4.4.2	How SET Works	76
4.5	Securing China's E-commerce Growth.....	78
	<i>Notes to the Text</i>	79
	<i>Pre-class Work</i>	81
	<i>Exercises</i>	83
	<i>Reading Material 1 How to protect your privacy online</i>	84
	<i>Reading Material 2 Spy caught red-handed</i>	87
	<i>Reference Version</i>	90
Chapter 5	Doing Business on the Web	102
5.1	Pre-sale	102
5.2	Placing an Order	102
5.3	Delivering	103
5.3.1	Concept of Distribution.....	103
5.3.2	Elements of Distribution	103
5.3.3	The Classification and Role of Distribution.....	105
5.4	After-Sale Service/After Service	106
5.4.1	Main Content	106
5.4.2	Main Principles of After-Sale Service	107
5.4.3	Impact of After-Sale Service	108
	<i>Notes to the Text</i>	109
	<i>Pre-class Work</i>	109
	<i>Exercises</i>	110
	<i>Reading Material 1 China's next top models bypass the catwalk for the web</i>	111
	<i>Reading Material 2 Teen, inspired by Steve Jobs, makes a million pounds</i>	114
	<i>Reference Version</i>	116

Chapter 6 Group Purchase E-commerce.....	123
6.1 Concept and Characteristics of Group Purchase.....	123
6.1.1 Types of Domestic Group Purchase.....	123
6.1.2 Characteristics of Group Purchasing.....	124
6.2 Aims and Models of Group Purchasing.....	125
6.3 Well-Known Domestic Group Purchasing Website	125
6.3.1 Meituan.com	125
6.3.2 Lashou.com.....	128
6.4 Risks and Trends of Group Purchase	130
<i>Notes to the Text</i>	131
<i>Pre-class Work</i>	131
<i>Exercises</i>	133
<i>Reading Material 1 Group purchase for wedding: Bargain or risk?</i>	134
<i>Reading Material 2 Group purchase catches on in China</i>	136
<i>Reference Version</i>	137
Chapter 7 Vertical E-commerce	145
7.1 Definition and Characteristics of Vertical E-commerce.....	145
7.1.1 Definition of Vertical E-commerce.....	145
7.1.2 Characteristics of Vertical E-commerce	145
7.2 A Typical Vertical E-commerce	146
7.2.1 VANCL.....	146
7.2.2 Redbaby.com	148
7.3 The Prospects of Vertical E-commerce	150
<i>Notes to the Text</i>	151
<i>Pre-class Work</i>	152
<i>Exercises</i>	154
<i>Reading Material 1 Jumei.com Raises over US\$10M from Sequoia Capital</i>	155
<i>Reading Material 2 Let's Stop the E-commerce Price Wars</i>	156
<i>Reference Version</i>	158
Chapter 8 E-commerce Platform.....	164
8.1 Definition and Characteristics of E-commerce Platform	164
8.1.1 Definition of E-commerce Platform	164

8.1.2	Purposes of E-commerce Platform	164
8.1.3	Features of E-commerce Platform	165
8.2	China's Leading E-commerce Platform	167
8.2.1	Alibaba.com	167
8.2.2	Taobao.com	170
8.3	Profit Model of E-commerce Platform	172
8.4	The Advantages and Disadvantages of E-commerce Platform	174
8.4.1	Advantages of E-commerce Platform	174
8.4.2	Defects for E-commerce Platform	175
	<i>Notes to the Text</i>	177
	<i>Pre-class Work</i>	178
	<i>Exercises</i>	180
	<i>Reading Material 1 The platform for E-commerce driving force previews</i>	181
	<i>Reading Material 2 HC360.com help SMEs fought in internet via B2B</i>	184
	<i>Reference Version</i>	187
Chapter 9	Integrated E-commerce	198
9.1	Definition and Characteristics of Integrated E-commerce	198
9.2	Amazon—the World's Largest E-commerce Online Shopping Store	199
9.2.1	Profile of Amazon Company	199
9.2.2	Amazon Sales Strategy	200
9.2.3	Quest Amazon's Secret of Success	202
9.3	360buy.com	205
9.3.1	Introduction of 360buy.com	205
9.3.2	360buy.com Corporate Concept	206
9.3.3	360buy.com Logistics Platform	207
9.3.4	360buy Business Models	208
9.4	Prospects of Integrated E-commerce Website	210
	<i>Notes to the Text</i>	210
	<i>Pre-class Work</i>	211
	<i>Exercises</i>	214
	<i>Reading Material 1 High risk of transformation by Reuters difficulty</i>	215
	<i>Reading Material 2 The built logistics of 360buy.com</i>	218
	<i>Reference Version</i>	220

Chapter 10	Legislation and Taxation of E-commerce	231
10.1	Legal Issues of E-commerce	231
10.2	Tax Issues of E-commerce	231
10.2.1	Privacy and Taxes	231
10.2.2	Digital Products	232
10.2.3	Interstate Sales in America	232
10.2.4	International Taxation of E-commerce	233
	<i>Notes to the Text</i>	234
	<i>Pre-class Work</i>	234
	<i>Exercises</i>	235
	<i>Reading Material 1 The first solo shop tax bill contraband</i>	236
	<i>Reading Material 2 Airline Stewardess "Purchasing" Jailed and Appeal: Pull Electric Legislation Nerve</i>	239
	<i>Reference Version</i>	240
	<i>References</i>	244
Appendix	Useful Terms of E-commerce	245

目 录

第 1 章 21 世纪新型商业文明——电子商务	1
1.1 电子商务：21 世纪新型商业文明	1
1.1.1 引言	1
1.1.2 电子商务的起源	2
1.2 中国电子商务发展现状	4
附注	5
课前预习	6
课后练习	8
阅读材料 1 网购时代的校园商业英雄	9
阅读材料 2 微博衍生“围脖经济”	12
参考译文	16
第 2 章 电子商务基础	20
2.1 电子商务的定义和内容	20
2.1.1 电子商务的定义	20
2.1.2 电子商务的好处	21
2.1.3 电子化市场	21
2.1.4 电子商务的五种类型	22
2.2 电子商务支撑环境	25
2.2.1 电子商务的支付环境	25
2.2.2 电子商务的物流环境	26
2.2.3 电子商务的信用环境	26
附注	27
课前预习	28
课后练习	29
阅读材料 1 盘点 2010 改变我们生活的新媒体（上）	30
阅读材料 2 盘点 2010 改变我们生活的新媒体（下）	33
参考译文	35

第3章 典型电子商务模式	40
3.1 网上商务模式	40
3.1.1 中介模式	41
3.1.2 广告模式	42
3.1.3 信息中介模式	43
3.1.4 商家模式	44
3.1.5 制造商模式（直接模式）	44
3.1.6 会员模式	45
3.1.7 社团模式	45
3.1.8 订阅模式	46
3.2 典型电子商务模式	46
3.2.1 B2C（商家对消费者）	46
3.2.2 B2B（企业对企业）	46
3.2.3 C2C（消费者对消费者）	47
3.2.4 G2C（政府对消费者）	47
附注	47
课前预习	48
课后练习	51
阅读材料1 “欧洲杯”带火网络生意	53
阅读材料2 网购时代：你购物，我来帮你砍价	56
参考译文	58
第4章 电子商务安全与电子支付	65
4.1 防火墙及安全策略	65
4.1.1 什么是防火墙	65
4.1.2 防火墙和安全策略	66
4.2 电子支付系统	68
4.2.1 电子支票	69
4.2.2 支付卡系统	69
4.2.3 电子货币	70
4.3 电子支付系统的安全机制	71
4.3.1 密钥加密	72
4.3.2 公钥加密法	72

4.3.3	数字签名	72
4.3.4	信息摘要	73
4.3.5	证书	73
4.3.6	认证中心	73
4.3.7	数字信封	74
4.3.8	交易认证和时间戳记.....	74
4.4	安全电子交易	75
4.4.1	什么是安全电子交易 (SET)	75
4.4.2	安全电子交易协议是如何工作的.....	76
4.5	保护中国的电子商务增长.....	78
	附注	79
	课前预习	81
	课后练习	83
	阅读材料 1 保护网络隐私的十招.....	84
	阅读材料 2 网络监控泄露个人隐私.....	87
	参考译文	90

第 5 章	Web 生意经	102
5.1	预售	102
5.2	下订单	102
5.3	配送	103
5.3.1	配送的概念	103
5.3.2	配送的要素	103
5.3.3	配送的分类与作用.....	105
5.4	售后	106
5.4.1	售后的主要内容	106
5.4.2	售后的主要原则	107
5.4.3	售后的影响	108
	附注	109
	课前预习	109
	课后练习	110
	阅读材料 1 淘宝经济催生“淘女郎”	111
	阅读材料 2 英 16 岁少年开办网站成百万富翁.....	114
	参考译文	116

第 6 章 团购电子商务	123
6.1 团购的概念及其特点	123
6.1.1 国内团购目前存在的主要形式	123
6.1.2 团购具有的特点	124
6.2 团购的目的及商业模式	125
6.3 国内知名团购网站	125
6.3.1 美团网	125
6.3.2 拉手网	128
6.4 团购存在的风险及发展趋势	130
附注	131
课前预习	131
课后练习	133
阅读材料 1 婚礼团购, 高性价比还是高风险?	134
阅读材料 2 团购在中国流行起来	136
参考译文	137
第 7 章 垂直电子商务	145
7.1 垂直电子商务的定义与特点	145
7.1.1 垂直电子商务的概念	145
7.1.2 垂直电子商务的特点	145
7.2 典型的垂直电子商务网站	146
7.2.1 VANCL	146
7.2.2 红孩子母婴商城	148
7.3 垂直电子商务发展前景	150
附注	151
课前预习	152
课后练习	154
阅读材料 1 聚美优品获红杉资本 1 000 万美元风险投资	155
阅读材料 2 垂直电商乐淘停止电商价格战	156
参考译文	158
第 8 章 电子商务平台	164
8.1 电子商务平台的定义与特点	164
8.1.1 电子商务平台的概念	164

8.1.2 电子商务平台建设的目的.....	164
8.1.3 电子商务平台的特点.....	165
8.2 中国知名的电子商务平台.....	167
8.2.1 阿里巴巴	167
8.2.2 淘宝网	170
8.3 电子商务平台的盈利模式.....	172
8.4 电子商务平台的优缺点.....	174
8.4.1 电子商务平台的优点.....	174
8.4.2 电子商务平台的缺陷.....	175
附注	177
课前预习	178
课后练习	180
阅读材料 1 电子商务平台驱动力初显.....	181
阅读材料 2 慧聪网助力中小企业借 B2B 转战互联网	184
参考译文	187
第 9 章 综合电子商务.....	198
9.1 综合电子商务的定义与特点.....	198
9.2 亚马逊——全球最大的电子商务网购商城.....	199
9.2.1 亚马逊公司简介	199
9.2.2 亚马逊销售策略	200
9.2.3 探索亚马逊成功的秘密.....	202
9.3 京东商城	205
9.3.1 京东商城的简介	205
9.3.2 京东商城的企业理念.....	206
9.3.3 京东商城的物流平台.....	207
9.3.4 京东商城的商业模式.....	208
9.4 综合电子商务网站的发展前景.....	210
附注	210
课前预习	211
课后练习	214
阅读材料 1 转型综合电商难度大风险高——苏宁易购收购红孩子.....	215
阅读材料 2 京东商城自建物流.....	218
参考译文	220

第 10 章 电子商务立法与税收	231
10.1 电子商务法律问题	231
10.2 电子商务的法律税收问题	231
10.2.1 隐私权与税收	231
10.2.2 数字产品	232
10.2.3 美国的州际产品销售	232
10.2.4 电子商务的国际税收	233
附注	234
课前预习	234
课后练习	235
阅读材料 1 “首张个人网店税单”完税	236
阅读材料 2 空姐“代购”获刑及上诉：再牵电商立法神经	239
参考译文	240
参考文献	244
附录 电子商务实用术语	245