

普通高等教育“十三五”电子商务专业规划教材

电子商务管理

(第二版)

主 编 曾小春



赠送
电子课件

1201011010101001
00101010101010101
11010101101010101
1101010000110101
1111011011010110110
101101010101101
11111100010101111101010
10110101111
1010110101101010101
01100111110101
1111101010101010101
0110101011111111



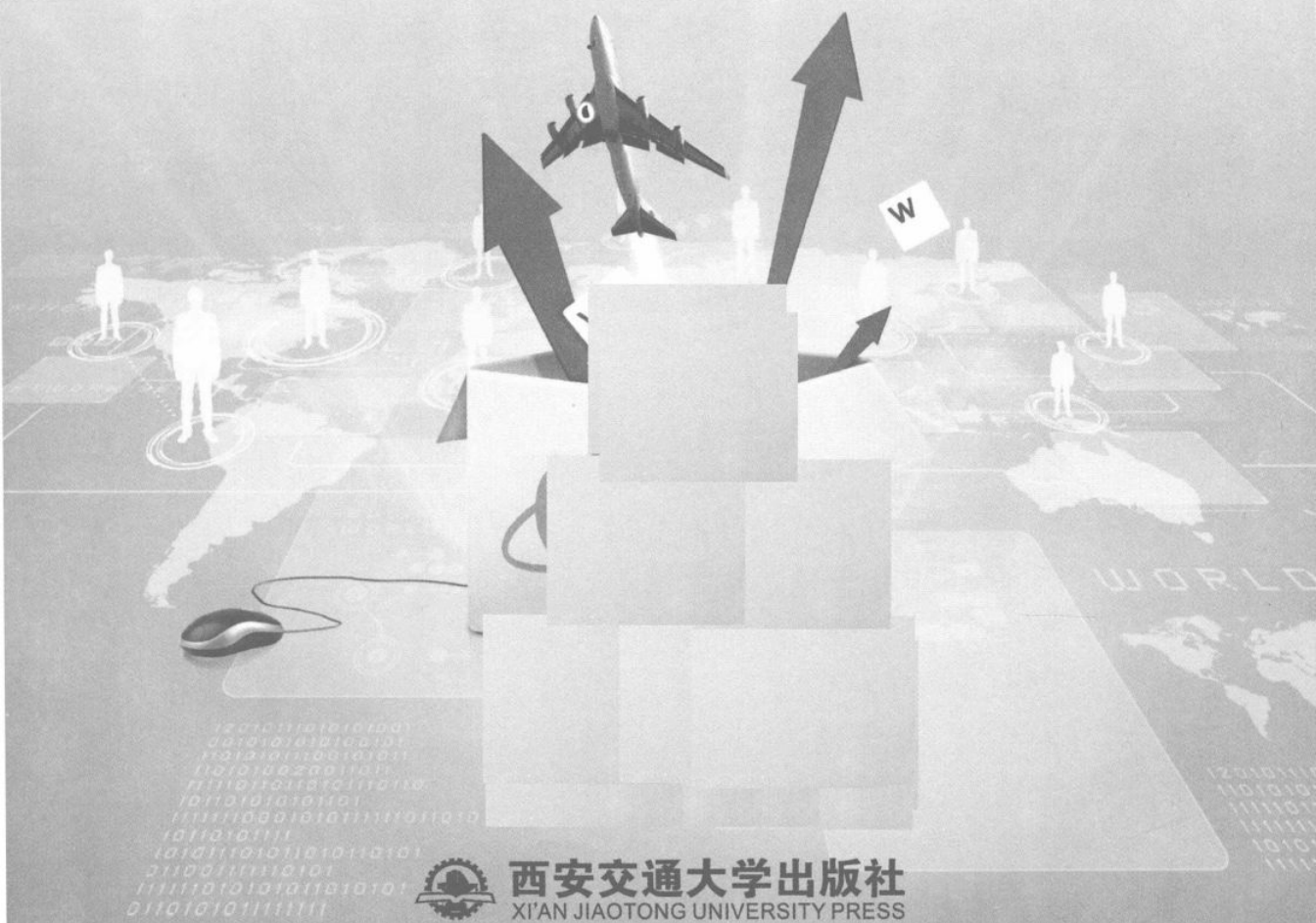
西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

普通高等教育“十三五”电子商务专业规划教材

电子商务管理

(第二版)

主 编 曾小春
副主编 应 喆 薛伟宏



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

电子商务管理/曾小春主编. —2版. —西安:西安交通大学出版社, 2017. 8
ISBN 978-7-5605-9996-0

I. ①电… II. ①曾… III. ①电子商务-经济管理-教材
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 201555 号

书 名 电子商务管理(第二版)
主 编 曾小春
责任编辑 祝翠华

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjtupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315(总编办)

传 真 (029)82668280
印 刷 西安明瑞印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 19.875 字数 473 千字
版次印次 2017 年 8 月第 2 版 2017 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-9996-0
定 价 39.80 元

读者购书、书店添货如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。

订购热线:(029)82665248 (029)82665249

投稿热线:(029)82668133 (029)82664840

读者信箱:xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本书包括引导、基础、应用、发展等四篇内容，主要特色如下：第一，结构设计逻辑清晰，内容丰富，涵盖了电子商务管理概述、电子商务面临的问题、电子商务的技术基础、电子商务模式与运作流程、电子商务战略管理、电子商务组织管理、电子商务“三流”管理、ERP的应用、供应链管理及其绩效评价、客户关系管理与有效沟通、电子商务风险管理、电子商务效率的改进、电子商务模式创新等方面内容；第二，兼顾完善和新颖，前两篇的内容在满足完善的前提下追求新颖，后两篇各章无论是标题选用还是内容的考量，都力求突出新意；第三，管理学的论述与经济学的分析结合并重；第四，既关注理论分析和阐释，又强调与实践的结合，突出可操作性，每章的案例选取尽量以问题为导向。

本书既可以作为高等院校电子商务及相关经管专业的教材，也可以作为相关专业硕士研究生的教学参考书以及电子商务方面的高级培训用书。



丛书编委会

顾 问 汪应洛 闵宗陶

主任委员 李 琪

副主任委员 魏修建 王刊良 彭丽芳

委 员 廖咸真 秦成德 曾小春 石榴红 薛伟宏
彭 晖 王 晔 胡宏力 应 喆 张爱莉
周 琳 张仙锋 张永忠 王立华 韩小红

总序

从2001年教育部批准13所高等院校开办电子商务本科专业，经过6年的发展，目前全国开设电子商务本科专业的高等学校已超过320所。在教育部高教司的直接支持和指导下，2002年中国高等院校电子商务专业建设协作组正式成立。其主要任务是：为中国高等学校电子商务专业的研究、教学、实践和人才培养提供指导与支持。协调组自成立之日起，一直致力于我国电子商务专业的师资队伍、实验室及教材的建设。2003年3月，在华侨大学召开了“全国高校电子商务专业主干课程教学基本要求研讨会”，此次会议是国内电子商务本科专业教育界对教学大纲问题的首次集中讨论。来自全国19所高校电子商务专业的专家、学者参与了本次讨论。专家们对每门课程的性质、地位、教学任务和要求、教学中应注意的问题、建议学时数、教学要点、教学方法建议等问题进行了广泛的讨论，形成了比较一致的意见，并确定了电子商务专业的主干课程。

2006年春，教育部成立2006—2010年高等学校电子商务专业教学指导委员会，还特聘了国家商务部信息化司司长王新培、中国电子商务协会理事长宋玲和阿里巴巴公司CEO马云作为领域专家委员。电子商务专业教学指导委员会成立以来，在专业教育的大政方针、师资培养、教材建设、实验和实训建设方面积极努力地工作，从不同方面指导和推动着本专业的发展。2006年在电子商务的课程体系方面提出了三级结构的设想：专业基础课、专业课和前沿类课程，反映了电子商务专业与时俱进的特色。2007年在教育部的统一部署下，教指委大力推进电子商务专业的知识体系建设，将其归纳为电子商务经济（ECE）、电子商务技术（ECT）、电子商务管理（ECM）和电子商务综合（ECG）四个大类。

随着电子商务理论和实践的快速发展，电子商务教材也需要随之更新，以更加符合电子商务的发展要求。在此背景下，西安交通大学出版社与中国信息经济学会电子商务专业委员会合作，共同组织编写出版一套电子商务本科专业教材。2006年10月，经协商决定，由中国信息经济学会电子商务专业委员会和西安交通大学出版社两家联合组织编写电子商务本科专业系列教材。

从2006年10月到2007年5月，在西安交通大学和中国信息经济学会电子商务专业委员会共同努力下，成立了电子商务本科系列教材编写委员会，继而从众多自愿报名和编委会推荐的学校和教师中，选择主编，采取主编负责制，召开协作大纲研讨会、反复征求各方意见，群策群力，逐步编写本套电子商务专业本科系列教材。



该系列教材具有以下几方面的特色：

(1) 在教材体系上，吸收了众多学者、学校和产业实践者的意见，使系列教材具有普遍适应性和系统性。本系列教材较为全面地包含了电子商务教学中的各门课程，不仅包括了电子商务专业的骨干课程，而且也增加了电子商务发展需要的一些选修课程，如《网络价格》、《网络消费者行为》等。不仅使教材体系更具有合理性，而且也使开设电子商务本科专业的学习有更多的选择余地。

(2) 从教学大纲研讨到编写大纲的讨论，再到按主编负责制进行编写、审核等，集中了电子商务专业委员会内外在电子商务方面有丰富经验的教师、研究人员以及产业实践者的宝贵意见。经过一系列严格的过程约束与控制，使整套教材更加严谨和规范，具有科学性和实用性。

(3) 注重电子商务理论与实践相结合，教学与科研相结合，课堂教学与实验、实习相结合，使教材更能符合学生的学习、更能够反映电子商务的时代特征。

在各方的共同努力下，作为系列教材的丛书即将面世，希望本系列教材的出版，能为我国电子商务的教学与人才培养贡献一些微薄之力。

电子商务作为一个新生事物，其飞速的发展需要教材不断地更新，我们衷心希望各教学单位教师们和电子商务的产业实践者不断对我们提出宝贵的意见，使编者与时俱进，不断充实、完善这套系列教材。

中国信息经济学会电子商务专业委员会

电子商务专业教材编写组

2008年1月

第2版前言

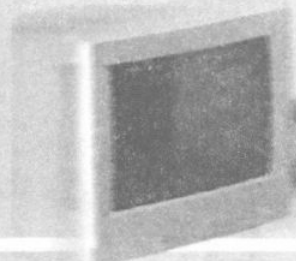
光阴似剑,岁月如梭,不知不觉中这本书已经使用了6年。此时此刻,我的感激之情油然而生,我要衷心地感谢这些年来使用本书的学校、老师和学生们!随着网络技术、大数据、云计算、人工智能等的发展,电子商务发展迅猛,电子商务管理也需要顺应时代发展的潮流而变化。正因为如此,经过众多学者专家的共同努力,我们推出了本书的第2版。

本书第2版对原版的文字内容更新约30~40%;参考文献更新率为66%;本书有10章的案例已经更新,案例更新率77%。总体上讲,本书具备独有的特色,兼顾完善和新颖,本书第2版正是对这两点的延续。

具体安排上,在引导篇中,第一章电子商务管理概述,主要阐述电子商务及其竞争优势、电子商务与企业管理变革、电子商务管理及其内容、电子商务智能管理,不仅更新了二级子目录,而且增加了智能管理的全部内容、更新了案例分析;第二章电子商务面临的问题,在原有框架法律、经济、质量、技术、安全等议题下,更新了相关资料,尤其是相关技术问题以及案例分析。

在基础篇中,第三章电子商务的技术基础,涵盖了网络基础、电子商务网站涉及的技术、电子商务安全技术等内容,Web技术更新的比较多,同时更新了案例分析;第四章电子商务模式与运作流程,主要阐述电子商务模式及其分类、模式分析、电子商务运作流程等,基本框架和案例分析未变,但里面的内容作了相应的更新;第五章电子商务战略管理,包括战略管理概述、企业电子商务战略管理、战略管理的协调等内容,除了里面的战略管理与战略规划、电子商务人才战略有详细更新之外,还更新了案例分析;第六章电子商务组织管理,主要包括组织结构及其优化、涉足电子商务活动的组织、电子商务组织的运行机制、电子商务组织的管理制度等内容,更新了许多内容(特别是虚拟企业),同时更新了案例分析;第七章电子商务“三流”管理,涉及“三流”管理概述、信息流管理、资金流管理和物流、信息流、资金流的协同运作等,除了相关内容的更新之外,更新的重点在第四节(包括主标题)和案例分析。

在应用篇中,第八章ERP的应用,主要阐述ERP的形成与发展、ERP的功能模块、ERP在企业管理中的应用、ERP的发展趋势等,更新了很多内容,特别是ERP的发展趋势以及案例分析;第九章供应链管理及其绩效评价,包括供应链管理概述,供应链管理的发展,供应链的规划、组织与控制,供应链管理绩效评价等,更新了不少内容,特别是供应链管理的发展、供应链管理绩效评价的研究现状、供应链绩效评价的一般步骤以及案例分析;第十章客户关系管理与有效沟通,包括客户关系管理概述、客户关系管理实施、客户关系中的呼叫中心、与客户的有效沟通等,更新的内容主要有第一节和第二节;第十一章电子商务风险管理,包括电子商务风险及其分类、电子商务风险评估、电子商务风险防范、电子商务的非技术风险等,不仅更新了二级子目录,而且增加了电子商务的非技术风险的内容以及更新了案例分析。



在发展篇中,第十二章电子商务效率的改进,包括成本分析、效率评价、业务流程再造与效率改进等,更新的内容很多,主要包括电子商务对传统企业的影响、电子商务成本及其构成、电子商务效率基本分析、业务流程再造与效率改进等;第十三章电子商务模式创新,涵盖再论电子商务模式、基于交易对象的电子商务模式、商业模式创新、电子商务模式创新的策略等,主要更新了电子商务模式的相关描述、商业模式创新、电子商务模式创新的思路和策略、案例分析等内容。

由于本书内容丰富、全面且比较新颖,既可作为高等院校电子商务专业本科生的必修课教材、其他本科专业的选修课教材,也可以作为非电子商务专业硕士研究生的教学参考书以及电子商务方面的高级培训教材。

本书第2版仍然由西安交通大学曾小春担任主编,并负责各章的审改与协调以及全书的总纂;西安交通大学应喆、薛伟宏老师担任副主编。各章更新修改的分工如下:第一、十一章由广东惠州学院谈海霞老师负责,第二章由西安财经学院李楠老师负责,第三章由西安交通大学应喆老师负责,第四章由陕西师范大学王艳玮老师负责,第五章由西安财经学院赵益维老师负责,第六章由西安邮电学院冯晓莉老师负责,第七、九章由湖南师范大学曾姣艳老师负责,第八章由西安科技大学李晓琳、李玲老师负责,第十章由西安思源学院张守刚老师负责,第十二章由西安科技大学吕靖焯老师负责,第十三章由西安交通大学王立华老师负责。除此之外,西安交通大学应喆老师负责第二、三、四、七、八、十三章的审改;薛伟宏老师负责第一、五、六、九、十章的审改。

本书第2版的顺利完成得益于许多人的帮助和支持,在此我要对所有帮助者表达谢意。首先感谢经济与金融学院院长孙早教授的大力支持和教学副院长李倩教授的鼎力相助。同时,我还要感谢对本书的完善提出建设性意见的专家学者们,他们是中央财经大学苏雪串教授、西安建筑科技大学周勇教授、西北工业大学张识字教授。另外,我还要特别感谢钟世和、陈晨、段喆、代晓辉、史毛莉、王炜、吴丹、牛婧同学,他们在参与、协助我的工作、收集资料等方面做了很多基础性工作,为该书的顺利再版奠定了良好的基础。本书能够顺利再版,我还要特别感谢西安交通大学出版社,感谢出版社责任编辑祝翠华女士,感谢她认真、辛劳而有效的工作。

曾小春

西安交通大学博士生导师,全国经济管理院校工业技术学研究会理事长

2017年5月于交大财经校区

第1版前言


伴随网络技术的发展,电子商务逐渐渗透到传统商务之中。作为一门新兴学科,国内许多高校都已开设了电子商务专业,而在该专业的课程体系中,电子商务管理又是一门十分重要的必修课程。截至目前,国内作者编写的《电子商务管理》教材已有多本,可以说是各有千秋。

本书的编写宗旨是既要吸收反映电子商务管理领域的最新研究成果,又要避免呆板和教条,期望形成独有的特色,具体表现在:①结构设计新颖,以“引导—基础—应用—发展”的逻辑线条逐渐展开。②内容上力求全面系统与创新相结合。全书在理论基础和方法论方面尽量将管理学与经济学的思维方法兼收并蓄。③案例配合,实用性强。本书既关注严密的理论分析和阐释,又强调理论与实践的结合,每章设有案例并尽量以问题为导向,便于阅读思考。

本书的主要内容包括四篇:第一,引导篇,包括两章:第一章电子商务管理概述,主要阐述电子商务活动、电子商务的竞争优势、电子商务与企业管理变革、电子商务管理及其内容等;第二章电子商务面临的问题,主要阐述法律、经济、质量、技术、安全等问题。第二,基础篇,包括五章:第三章电子商务的技术基础,涵盖了网络基础、电子商务网站涉及的技术、电子商务安全技术等内容;第四章电子商务模式与运作流程,主要阐述电子商务模式及其分类、模式分析、电子商务运作流程等;第五章电子商务战略管理,包括战略管理概述、企业电子商务战略管理、战略管理的协调等内容;第六章电子商务组织管理,涵盖了组织结构及其优化、涉足电子商务活动的组织、组织的运行机制、组织的管理制度等内容;第七章电子商务“三流”管理,涉及概述、信息流管理、资金流管理和物流管理等内容。第三,应用篇,包括四章:第八章ERP的应用,主要阐述ERP的形成与发展、ERP的功能模块、ERP在企业管理中的应用、ERP的发展趋势等内容;第九章供应链管理及其绩效评价,包括供应链管理概述,供应链管理的最新发展,供应链的规划、组织与控制,供应链管理绩效评价等内容;第十章客户关系管理与有效沟通,包括客户关系管理概述、客户关系管理实施、客户关系中的呼叫中心、与客户的有效沟通等内容;第十一章电子商务风险,包括电子商务风险及其分类、消费者面临的风险及预防、企业面临的风险、企业电子商务风险评估、企业电子商务风险防范等内容。第四,发展篇,包括两章:第十二章电子商务效率的改进,主要阐述成本分析、效率评价、业务流程再造与效率改进等内容;第十三章电子商务模式创新,涵盖再论电子商务模式、基于交易对象的电子商务模式、其他电子商务模式分类体系、电子商务模式的创新策略等内容。

因此,本书内容丰富全面,既可作为高等院校电子商务本科专业的必修课教材,也可以作为非电子商务专业硕士研究生的教学参考书以及电子商务方面的高级培训教材。

本书由西安交通大学曾小春博士担任主编,主要负责大纲的拟定、各章的修改与协调以



及全书的总纂；西安交通大学薛伟宏副教授担任副主编，参与大纲的修改及部分章节的协调。各章的编写分工如下：第一、十一章由广东惠州学院谈海霞讲师编写，第二章由西安财经学院讲师李楠博士编写，第三章由西安交通大学应喆副教授编写，第四章由陕西师范大学王艳玮博士编写，第五章由西安财经学院赵益维博士编写，第六章由西安邮电学院冯晓莉博士编写，第七、九章由湖南师范大学曾姣艳讲师编写，第八章由西安科技大学李晓琳讲师、李玲讲师编写，第十章由西安思源学院张守刚讲师编写，第十二章由西安科技大学吕靖焯博士、申飞讲师编写，第十三章由西安交通大学王立华博士编写。除此之外，河北大学任桂芬教授、湖南师范大学曾姣艳讲师参与了大纲的编写和修改，孙宁、王永斌、王曼、罗佳等硕士参与了对书稿的审改工作。

在本书的编写过程中，我们查阅了大量的国内外资料以及互联网上的一些资料，有些精辟论述也已被吸收引用。为此，我们将主要参考资料列示于本书的后面，并在此向各位作者致以衷心的感谢！百密一疏是有可能的，参考文献中如有遗漏的作者，在此一并表示感谢和深深的歉意。最后还要感谢西安交通大学出版社的大力支持，感谢蔡庆华编辑的辛勤劳动！感谢所有对本书出版有过支持和帮助的人们！

曾小春

2009年7月于交大西区

目 录

第一篇 引导篇

第一章 电子商务管理概述.....	(3)
第一节 电子商务的定义及其竞争优势.....	(3)
第二节 电子商务与企业管理变革.....	(6)
第三节 电子商务管理及其内容	(10)
第四节 电子商务智能管理	(14)
本章小结	(20)
思考题	(20)
案例分析	(21)
第二章 电子商务面临的问题	(24)
第一节 法律问题	(24)
第二节 经济问题	(31)
第三节 质量问题	(38)
第四节 技术问题	(42)
第五节 安全问题	(45)
本章小结	(48)
思考题	(48)
案例分析	(49)

第二篇 基础篇

第三章 电子商务的技术基础	(53)
第一节 网络基础	(53)
第二节 电子商务网站涉及的技术	(60)
第三节 电子商务安全技术	(72)
本章小结	(82)
思考题	(82)
案例分析	(82)
第四章 电子商务模式与运作流程	(85)
第一节 电子商务模式及其分类	(85)

第二节 电子商务模式分析	(87)
第三节 电子商务运作流程	(93)
本章小结	(101)
思考题	(101)
案例分析	(102)
第五章 电子商务战略管理	(104)
第一节 战略管理概述	(104)
第二节 企业电子商务战略管理	(109)
第三节 战略管理的协调	(119)
本章小结	(122)
思考题	(122)
案例分析	(122)
第六章 电子商务组织管理	(125)
第一节 组织结构及其优化	(125)
第二节 涉足电子商务活动的组织	(131)
第三节 电子商务组织的运行机制	(135)
第四节 电子商务组织的管理制度	(139)
本章小结	(141)
思考题	(142)
案例分析	(142)
第七章 电子商务“三流”管理	(145)
第一节 “三流”管理概述	(145)
第二节 信息流管理	(149)
第三节 资金流管理	(155)
第四节 物流、信息流、资金流的协同运作	(159)
本章小结	(162)
思考题	(162)
案例分析	(163)

第三篇 应用篇

第八章 ERP 的应用	(167)
第一节 ERP 的形成与发展	(167)
第二节 ERP 的功能模块	(170)
第三节 ERP 在企业管理中的应用	(175)

第四节 ERP 的发展趋势	(179)
本章小结	(183)
思考题	(183)
案例分析	(183)
第九章 供应链管理及其绩效评价	(186)
第一节 供应链管理概述	(186)
第二节 供应链管理的发展	(192)
第三节 供应链的规划、组织与控制	(197)
第四节 供应链管理绩效评价	(203)
本章小结	(210)
思考题	(210)
案例分析	(211)
第十章 客户关系管理与有效沟通	(214)
第一节 客户关系管理概述	(214)
第二节 客户关系管理实施	(218)
第三节 客户关系中的呼叫中心	(223)
第四节 与客户有效沟通	(226)
本章小结	(233)
思考题	(233)
案例分析	(234)
第十一章 电子商务风险管理	(237)
第一节 电子商务风险及其分类	(237)
第二节 电子商务风险评估	(239)
第三节 电子商务风险防范	(242)
第四节 电子商务的非技术性风险	(248)
本章小结	(254)
思考题	(254)
案例分析	(255)

第四篇 发展篇

第十二章 电子商务效率的改进	(261)
第一节 成本分析	(261)
第二节 效率评价	(265)
第三节 业务流程再造与效率改进	(271)

本章小结·····	(279)
思考题·····	(280)
案例分析·····	(280)
第十三章 电子商务模式创新·····	(282)
第一节 再论电子商务模式·····	(282)
第二节 基于交易对象的电子商务模式·····	(283)
第三节 商业模式创新·····	(286)
第四节 电子商务模式创新的思路·····	(288)
第五节 电子商务模式创新的策略·····	(289)
本章小结·····	(291)
思考题·····	(291)
案例分析·····	(291)
参考文献·····	(294)

» 第一篇

引导篇

