高职高专经济管理系列规划教材

GAOZHIGAOZHUAN JINGJIGUANLI
Xilieguihua JIAOCAI

电子商务基础与实践



DIANZISHANGWU JICHU YU SHIJIAN

主编 方玲玉

DIANZISHANGWU JICHU YU SHIJIAN

中南大学出版社
www.csupress.com.cn

需要全本请访问 www.ertongbook.com



封面设计/李星星
ISBN 978-7-81105-828-4
9 787811 058284 >
定价：24.00元

高职高专经济管理系列规划教材

GAOZHIGAOZHUAN JINGJIGUANLI
Xilieguihua JIAOCAI

电子商务基础与实践



DIANZISHANGWU JICHU YU SHIJIAN

主　编　方玲玉
副主编　陈　炜
撰稿人　（按编写章节先后排序）
方玲玉　杨丽光　周玉梅　王静萍
叶　飞　陈　炜　李　念　李小斌
刘　娜　彭连刚

DIANZISHANGWU JICHU YU SHIJIAN

中南大学出版社
www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与实践/方玲玉主编—长沙:中南大学出版社,2009.5

高职高专经济、管理类专业规划教材

ISBN 978-7-81105-828-4

Ⅰ.电... Ⅱ.方... Ⅲ.电子商务-高等学校:技术学校-教材 Ⅳ.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 059813 号

电子商务基础与实践

方玲玉 主编

□责任编辑 谭晓萍

□责任印制 文桂武

□出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路 邮编:410083

发行科电话:0731-8876770 传真:0731-8710482

□印 装 长沙市华中印刷厂

□开 本 787×1092 1/16 □印张 11.75 □字数 252 千字 □插页 2

□版 次 2009 年 5 月第 1 版 □2009 年 5 月第 1 次印刷

□书 号 **ISBN 978-7-81105-828-4**

□定 价 **24.00 元**

图书出现印装问题,请与出版社调换

前 言

本书作为电子商务专业/职业的启蒙及导入性教科书，由“看一看”、“用一用”、“做一做”这三个循序渐进、前后贯通的部分组成。通过“看一看”，让作为普通网民的学习者深刻领会“什么是电子商务”；通过“用一用”，让学生从网络消费者的角度深刻体验“生活中如何使用电子商务”；通过“做一做”，让学生从电子商务从业人员的角度去尝试“工作中如何开展电子商务”。显然，这是一本切切实实“以学习者为中心”而设计的教材。

学生从教师口中被动听来的知识、从书本中简单看到的理论，很难变成融入其骨髓、化为其血肉的“真正的知识”，也难以提升他们的技能，改善他们的态度。要有效地培养学生的职业能力，不仅要关注让学生获得哪些职业知识，而且要关注让学生以什么结构来获得这些知识。杜威认为，教育即“生活”，教育即“生长”，教育即“经验改造”，并以此为基础，提出了“从做中学”的教学论思想。本书的创作是该理论的一次深入而彻底的应用实践。全书共分为九章，每章的主体部分是对相关理论知识精练而系统的介绍，而每一章节的核心则是旨在训练学生思维、强化其动手能力的技能训练。以“有趣、有用、有挑战”为原则，全书精心设计的35个技能训练前后呼应、自成一体，每一个技能训练都将是一次视野拓展、思维训练、技能提升、价值观修正的心灵体操。

在正式出版之前，本教材已经在编者所在的学校试用了两个学期。这一教学模式的变革给教师及学生带来了太多的欢欣和喜悦、太大的成就和满足：原来“教”和“学”可以变得这般美好！原来成长的过程如此让人激动和兴奋！让老师教得有底气、让学生学得有成就，这是本教材最大的特点。

无论是从设计思路到编写体例，还是从初始分工到最后定稿，本书都经过了反复推敲和不断修正，每一章节内容、每个技能训练，都至少经过了五次以上的修改完善，这是一部真正意义上集体智慧结晶的心血之作！本书由方玲玉教授（长沙民政职院）负责全书的整体设计和统稿，具体分工如下：方玲玉、杨丽光（长沙民政职院）撰写了第一至四章；周玉梅（长沙民政职院）、王静萍（益阳职院）撰写了第五章；周玉梅、叶飞（南方职院）撰写了第六章；陈炜（长沙商贸旅游职院）、李念（长沙民政职院）撰写了第七章；李念、李小斌（长沙民政职院）撰写了第八章；刘娜（长沙民政职院）、彭连刚（长沙航空职院）撰写了第九章。

本书在写作过程中得到了湖南维平网总经理贺卫平先生的大力支持；另外湖南竞网的戴明成、聂磊两位先生提供了大量宝贵而实用的案例素材，是他们给本书注入了企业的思想和

需要全本请访问 www.ertongbook.com

行业的活力；还有责任编辑谭晓萍女士字斟句酌修改，让本书增色不少，在此谨致衷心的感谢！

方玲玉
2009 年 2 月 12 日
chinahnfly@126.com

注：本教材是湖南省教育科学“十一五”规划 2008 年度立项课题“高职经管类专业项目课程开发的探索与实践”（XK08CZC014）研究成果之一。

目 录

上篇 看一看：什么是电子商务

第一章 导论 …… (3)

第一节 电子商务概述 …… (3)

技能训练 1-1 本地区电子商务发展状况调研 …… (8)

技能训练 1-2 本地区中小企业电子商务经营状况调研 …… (8)

第二节 电子商务的技术基础 …… (9)

技能训练 1-3 邮件账户的设置与管理 …… (17)

技能训练 1-4 FTP 空间操作体验 …… (18)

技能训练 1-5 即时通讯工具的选择 …… (19)

本章小结 …… (19)

第二章 电子商务市场分析 …… (21)

第一节 B2B 市场分析 …… (21)

技能训练 2-1 B2B 电子商务平台与企业业务相关度调研 …… (29)

第二节 B2C 电子商务市场分析 …… (30)

技能训练 2-2 B2C 网上商城对比分析 …… (37)

第三节 C2C 电子商务市场分析 …… (38)

技能训练 2-3 C2C 平台的注册及购物体验 …… (41)

本章小结 …… (43)

第三章 电子商务其他应用 …… (45)

第一节 网上教育 …… (45)

技能训练 3-1 网络教育资源分布状况调研 …… (48)

第二节 网上旅游 …… (48)

技能训练 3-2 机票和酒店预订 …… (52)

第三节 网上娱乐 …… (52)

技能训练3-3 即时通讯工具比较分析 …… (56)
第四节 网上招聘与求职 …… (57)
技能训练3-4 电子商务类就业岗位分布状况调查 …… (61)
第五节 电子政务 …… (62)
技能训练3-5 政府网站功能分析 …… (64)
本章小结 …… (64)

中篇 用一用：如何使用电子商务

第四章 网络信息搜索 …… (69)

第一节 网络信息的基本知识 …… (69)
技能训练4-1 网络信息搜索体验 …… (72)
第二节 搜索引擎基本知识 …… (73)
技能训练4-2 主要搜索引擎特性对比分析 …… (81)
第三节 网络信息搜索实务 …… (81)
技能训练4-3 “网页”搜索与“新闻！资讯”搜索对比分析 …… (84)
技能训练4-4 指定站点的信息搜索 …… (87)
技能训练4-5 对B2B电子商务平台企业用户调研 …… (88)
技能训练4-6 “湖南中小企业电子商务发展状况”网络调研专题 …… (90)
本章小结 …… (91)

第五章 电子支付 …… (93)

第一节 电子支付概述 …… (93)
第二节 网络银行 …… (94)
技能训练5-1 网上银行网站功能调研 …… (97)
技能训练5-2 网上银行用户体验 …… (98)
第三节 第三方支付平台 …… (98)
技能训练5-3 第三方支付平台用户体验 …… (105)
本章小结 …… (105)

第六章 电子商务物流 …… (107)

第一节 电子商务物流概述 …… (107)
第二节 电子商务物流模式的选择 …… (108)
技能训练6-1 电子商务公司物流模式的选择 …… (113)

第三节 电子商务物流配送方案的设计 …… (114)
技能训练6-2 快递公司服务和价格对比分析 …… (119)
本章小结 …… (119)

第七章 电子商务安全 …… (121)

第一节 电子商务安全概述 …… (121)
第二节 电子商务的技术安全 …… (123)
技能训练7-1 计算机安全软件的使用 …… (128)
第三节 电子商务交易风险识别与防范 …… (129)
技能训练7-2 网络购物风险识别 …… (133)
技能训练7-3 网络贸易风险识别 …… (133)
技能训练7-4 网络交易风险防范案例分析 …… (135)
本章小结 …… (136)

下篇 做一做：如何开展电子商务

第八章 网上开店 …… (141)

第一节 网上开店基本知识 …… (141)
技能训练8-1 网上店铺商品的选择及调研 …… (143)
第二节 网上店铺的开设与经营 …… (143)
技能训练8-2 C2C平台商品发布体验 …… (151)
技能训练8-3 在C2C平台开设个人网店 …… (156)
本章小结 …… (158)

第九章 网站策划 …… (159)

第一节 网站的基本知识 …… (159)
技能训练9-1 网页元素分析 …… (161)
第二节 企业网站的基本类型 …… (162)
第三节 企业网站的基本功能 …… (165)
技能训练9-2 不同类型网站对比分析 …… (166)
第四节 网站的制作方法 …… (167)
技能训练9-3 自动生成个人空间 …… (171)
第五节 网站的发布 …… (172)
技能训练9-4 域名的设计与查询 …… (173)

本章小结 …… (174)

附 录 技能训练流程图 …… (175)

参考文献 …… (178)

上篇

看一看：什么是电子商务

第一章 导论

第二章 电子商务市场分析

第三章 电子商务其他应用

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章 导 论

第一节 电子商务概述

21 世纪人类迎来了以网络通信为核心的信息时代，随着经济全球化、贸易自由化和信息网络化进程的推进，与信息时代相伴而生的电子商务，作为实现金融电子化、管理自动化、商业信息网络化的一种综合活动，正在使企业的经营方式、个人的消费方式以及政府的运作方式发生着有史以来最深刻的变革。

一、现实生活中的电子商务

现实生活中的电子商务丰富多彩，它涉及网络技术、商务活动等多个方面，具体的表现形式有网上购物、网上银行、在线旅游、网上销售等方面。

1. 网上购物

王小姐是一家网络公司职员，现在已经是有 8 个月身孕的准妈妈。由于出行不便，但是又要购置一些孕妇与婴儿出生后的物品，于是王小姐选择了在淘宝网母婴频道购置物品，足不出户，在家里就可以买到自己想要的东西。

如今，网上购物已经成为潮流。2008 年我国的网络购物的市场规模已达 1299.6 亿元。随着网上交易的安全保障、管理制度等越来越完善，网上购物将会有更大的发展。

2. 网上银行

李老师是某大学的教授，学院每月将他的工资直接存入他的建行账户。李老师只要登录建行的网上银行网站（http://www.ccb.com/），在计算机上操作便可得知本月的工资数额。李老师还经常通过网络银行给他在外地读书的女儿汇款，免去了在银行柜台等待的麻烦，同时还经常通过网上银行实现账务查询、代缴费等多项业务。

目前，国内各大银行都开通了网上银行业务，办理信息咨询、银证转账、个人理财等多种业务。特别是办理数额较大的资金存取与转账业务，既方便，又安全。

3. 在线旅游

假期将至，李老师一家三口准备外出旅游，他希望了解一些旅游路线和旅行社的情况。为此，他访问了国内著名的旅游网站——携程旅行网（http://www.ctrip.com/）进行了详细的查询，认真的研究，最后确定了旅游线路，并且办理了预定手续。一家三口开始了快乐的

旅行。

当前，全球旅游已经连续5年以350%以上的速度增长。在欧美等发达国家，旅游电子商务已经成为整个电子商务领域发展最快、最突出的部分。

4. 网上销售

2003年"非典"对浏阳加瑞华烟花公司的贺建武总经理来说是一个难得的机遇，由于利用阿里巴巴进行出口贸易大获成功，他被评为中国首届十大网商之一。贺建武的2004年如同他的2003年一样出色，他的全年销售总额达到了2600万元，其中网络销售全部来自阿里巴巴诚信通，达1100万元之多。现在，贺建武准备再开一家进出口公司，来满足越来越扩大的业务的需要。他甚至设想对周围地区的烟花一起做一些集团性出口贸易，让浏阳成为名副其实的世界烟花基地。

借助于计算机网络进行的信息交流和商务交易活动打破了时空界限，使交易双方能够便捷地完成各种商业贸易、销售及采购等商务活动，这就是现实生活中的电子商务。

二、电子商务的定义

不同的组织机构从各自的立场出发，对电子商务有不同的定义。

1. 国际商会的定义

1997年11月6日至7日在法国首都巴黎，国际商会举行了世界电子商务会议(The World Business Agenda for Electronic)，从商业角度提出了电子商务的概念：电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。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。

2. 联合国经济合作和发展组织(OECD)的定义

电子商务是发生在开放网络上的包含企业之间(Business to Business)、企业和消费者之间(Business to Consumer)的商业交易。

3. 联合国国际贸易法律委员会(UNITRAL)的定义

电子商务是采用电子数据交换(EDI)和其他通信方式增进国际贸易的职能。

4. 全球信息基础设施委员会(GIIC)的定义

电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动，通过这种方式人们可以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、企业家都能自由地参加广泛的经济活动，其中包括农业、林业、渔业、工业、私营和政府的服务业。电子商务能使产品在世界范围内交易并向消费者提供多种多样的选择。

5. IBM公司的定义

电子商务概念包括三个部分：内联网(Intranet)、外联网(Extranet)和电子商务(E-com-

merce)。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，也不仅仅是我们通常意义下的强调交易的狭义的电子商务(E - commerce)，而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(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 Intranet，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 Extranet，最后扩展到 E - commerce。

电子商务是商务活动的新形式，它是利用各种电子工具和电子技术从事各种商务活动，从而实现整个贸易活动的自动化和电子化，并达到企业乃至全社会的高效率、低成本的目的。电子手段现在主要是指利用计算机智能技术和网络信息技术。商务活动主要包括企业内部管理(生产、财务、研发、采购)、企业客户关系管理(客户档案、沟通、分析)、企业品牌宣传与销售管理和企业信息收集等。

可以从广义和狭义两个方面对电子商务进行定义。狭义的电子商务(EC)是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各项商务活动，如企业与企业、企业与消费者利用计算机网络进行的商务活动，包括企业网络营销、网络广告、网上谈判、网上购物、电子支付等。这里主要是指面向企业的电子商务。广义的电子商务(EB)是指各个行业，包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化，包括狭义的电子商务、电子政务、电子军务、电子教务、电子公务、电子医务等。这里主要是指面向社会的电子商务。

电子商务是一种新的商业运作模式，它使信息流、资金流和物流三者融为一体。它不仅仅是企业前台的商务电子化，更重要的是它包括后台在内的整个运作体系的全面的信息化，以及企业整体经营流程的优化和重组。也就是说，电子商务是建立在企业全面信息化的基础上，通过计算机网络对企业的生产、销售、库存控制、服务以及资金运作等环节实行全方位的管理与控制。

三、电子商务的分类

1. 按商业活动运作方式分类

按商业活动运作方式的不同可分成完全电子商务和不完全电子商务。

(1)完全电子商务：即可以完全通过电子商务方式实现和完成整个交易过程的交易。

(2)不完全电子商务：即指无法完全依靠电子商务方式实现和完成完整交易过程的交易，它需要依靠一些外部要素，如运输系统等来完成交易。

2. 按参与交易的对象分类

按参与交易的对象不同可分为五类，即企业对消费者、企业对企业、消费者对消费者、企业对政府机构、消费者对政府机构的电子商务。

(1)企业对消费者(B2C)的电子商务

商业机构对消费者的电子商务基本等同于电子零售商业。目前，Internet 上已遍布各种类型的商业中心，提供各种商品和服务。如网上书店当当、卓越等是知名的 B2C 企业。

(2)企业对企业(B2B)的电子商务

商业机构对商业机构的电子商务是指商业机构(企业或公司)使用 Internet 或各种商务网络向供应商(企业或公司)订货和付款。如阿里巴巴、环球资讯等是典型的提供 B2B 服务的网络企业。

(3)消费者对消费者的电子商务(C2C)

消费者对消费者的电子商务是指网络服务提供商利用计算机和网络技术,提供有偿或无偿使用的电子商务平台和交易程序,允许交易双方(主要为个人用户)在其平台上独立开展以竞价、议价为主的在线交易模式。目前,淘宝、拍拍、易趣等是最有影响的 C2C 平台。

(4)企业对政府机构的电子商务(B2G)

B2G 电子商务可以覆盖企业与政府组织间的许多事务,如目前我国不少地方政府已经推行网上采购等。

(5)消费者对政府机构的电子商务(C2G)

消费者对政府机构的电子商务还没有真正实现,但政府机构为提高工作效率和服务质量,会逐渐效仿商业的服务模式,将个人纳税、社会福利保险的支付等通过网上来进行。

3. 按照电子交易的商品内容分类

按照电子交易的商品内容分类,可以分为实体产品电子商务和虚拟产品电子商务两类。

(1)实体产品电子商务。实体产品电子商务又称为间接电子商务,这种电子商务涉及的商品是实体产品或称为有形货物,如鲜花、书籍、食品等,交易的商品需要通过传统渠道如邮政或商业快递来完成送货。

(2)虚拟产品电子商务。虚拟产品电子商务又称为直接电子商务,这种电子商务涉及的商品是虚拟产品或称无形货物和服务,如计算机软件、信息咨询服务等。直接电子商务能使双方超越地理界限直接进行交易。以销售数字化的电话卡、邮箱卡、读书卡、网络游戏虚拟点数卡为主要业务内容的云网(http://www.cncard.com/)是这种电子交易的典型代表。

四、电子商务的基本组成

电子商务交易的主体是指从事电子商务活动的客观对象,它可以是银行、企业、商店、政府机构、科研教育机构和个人等。电子市场是指电子商务交易主体从事商品或服务交换的网络虚拟场所,它由各种各样的商务活动参与者组成。

现代商务活动中任何一笔交易的达成,都离不开物流、资金流、信息流这“三流”的实现。

物流:指商品或服务的配送和传输渠道。对于多数商品来说,物流仍然是通过传统的渠道来流通的,但是对于有些商品和服务来说,可以直接以网络传输的方式进行配送,如各种电子出版物、信息咨询等。

资金流:资金的转移过程,包括付款、转账、兑换等过程。

信息流：既包括商品信息的提供、促销营销、技术支持、售后服务等内容，也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证，还包括交易方的支付能力、支付信誉、中介信誉等。

电子商务活动是将金融电子化、管理自动化、商业信息网络化的一种综合化活动。电子商务的构成要素主要有网络(包括 Internet、Intranet、Extranet)、电子商务用户、认证中心、配送中心、银行、商家和管理机构等，如图 1－1 所示。

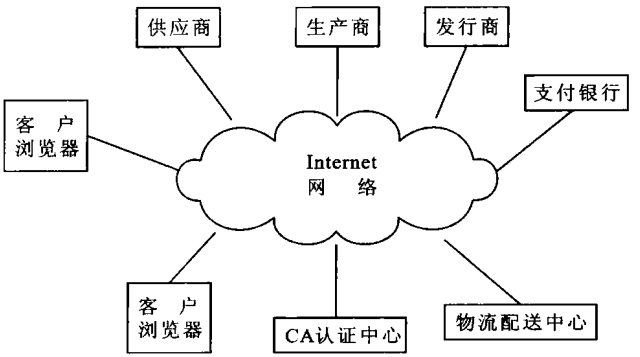

图 1－1 电子商务的构成要素

①网络：包括 Internet、Intranet、Extranet 网络。Internet 是电子商务的基础，是商务、业务信息传递的载体；Intranet 是企业内部服务活动的场所；Extranet 是企业与用户进行商务活动的纽带。

②电子商务用户：电子商务用户包括企业用户和个人用户。企业用户建立 Intranet、Extranet 和 MIS，对人、财、物及产、供、销进行科学管理。个人用户利用浏览器、电视机顶盒、PDA(Personal Digital Asistance)和 Visual TV 等接入因特网获取信息和购买商品等。

③认证中心：认证中心(Certificate Authority)是法律承认的权威机构，负责发放和管理电子证书，使网上交易的各方都能够互相确认身份。电子证书是一个包含证书持有人的个人信息、公开密钥、证书序号、有效期和发证单位的电子签名等内容的数字文件。

④配送中心：它接受商家的要求，组织运送商品、跟踪商品流向、将商品送到消费者手中。

⑤网上银行：网上银行在网上实现买卖双方结算等传统的银行业务，为商务交易中的用户和商家提供全天的实时服务。

⑥商务活动的管理机构：包括工商、税务、海关和经贸等部门。

需要全本请访问 www.ertongbook.com