



“十三五”普通高等教育规划教材

国家自然科学基金项目

系统介绍电子商务基本理论
全面反映电子商务发展动态
密切联系电子商务实际应用
全面提升电商学生综合素质

DIANZI
SHANGWU GAILUN

电子商务概论

杨立钊 杨坚争 主编



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com



“十三五”普通高等教育规划教材

国家自然科学基金项目

DIANZI
SHANGWU GAILUN

电子商务概论

杨立钊 杨坚争 主编



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书全面介绍了电子商务的发展状况和基本理论,包括电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务与企业管理信息化、网络环境下的市场开发与拓展、电子支付、电子商务物流、电子商务安全等内容。

作为电子商务专业系列教材中的总论性教材,本书较好地注意了电子商务概论课程与其他课程的联系。在阐述基本理论的同时,广泛涉及了后续课程的主要内容,为后续课程的教学打下了良好的基础。

本书结构清晰、实用性强,利用“互联网+”的信息技术配套了学习指导、习题、参考资料等多项内容,具有教材和技术资料的双重作用。本书适合高等院校的电子商务、计算机和网络学科、软件工程、教育技术、信息管理与信息系统等专业学生使用,也可作为电子商务从业人员和管理人员培训、自学的教材和技术参考资料。

有关多媒体资料、电子教案、辅导材料和综合练习等,读者可以从网站的相关栏目下载。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/杨立钊,杨坚争主编.--北京:北京邮电大学出版社,2018.10
ISBN 978-7-5635-5547-5

I. ①电… II. ①杨… ②杨… III. ①电子商务—概论 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 172984 号

书 名 电子商务概论
主 编 杨立钊 杨坚争
责任编辑 韩 霞
出版发行 北京邮电大学出版社
社 址 北京市海淀区西土城路 10 号(100876)
电话传真 010-82333010 62282185(发行部) 010-82333009 62283578(传真)
网 址 www.buptpress3.com
电子信箱 ctrd@buptpress.com
经 销 各地新华书店
印 刷 北京时捷印刷有限公司
开 本 787 mm×1 092 mm 1/16
印 张 19
字 数 485 千字
版 次 2018 年 10 月第 1 版 2018 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-5547-5

定价: 49.00 元

如有质量问题请与发行部联系
版权所有 侵权必究



前 言

2016年,在新一轮信息技术革命的驱动下,我国电子商务与传统经济融合度进一步提升,呈现出多元化、服务化、规范化、国际化的发展趋势,突出展示出作为我国经济发展新动能的带动效应。

2016年,我国电子商务交易额达到26.1万亿元的规模。在2016年全部电子商务交易额中,网上零售额达51556亿元,同比增长26.2%。其中,实物商品网上零售额为41944亿元,增长25.6%,占社会消费品零售总额的12.6%,约占全球电子商务零售市场规模的39.2%,连续多年成为全球规模最大的网络零售市场。跨境电子商务交易额约5.85万亿元人民币,同比增长28.2%。电子商务及相关产业直接和间接带动的就业人数已达3700万人。

2017年是我国实施“十三五”规划和推进供给侧结构性改革的重要一年。我们需要牢牢把握中国有望引领全球电子商务发展的历史性机遇,深入贯彻国家关于发展电子商务的一系列重要政策,结合我国实际创新发展,不断完善电子商务发展环境,完善电子商务产业生态体系,提升开放发展水平,促进服务产业转型升级,最大限度满足社会民生需求;通过创建“互联网+”创新实践区、电子商务示范企业等工作,培育和发展电子商务新领域和新优势,积极扩大电子商务产业和市场规模,并在制度环境优化、政府管理创新等方面发挥引领示范作用,力争在全球电子商务贸易新规则制定和全球电子商务资源配置中发挥更大作用。

电子商务概论是高等院校电子商务专业的一门专业基础课,它对培养适应企业经营管理的基层电子商务人才意义重大,是电子商务专业的入门课程。

作为教材,本书将实体市场的研究与虚拟市场的研究结合起来,从产品、市场、管理、电子商务新领域、营销、支付、物流、安全等多个方面介绍了有关电子商务的最新研究成果,对企业在实体市场和虚拟市场的不同表现做了全面介绍和比较,使学生能够在了解实体市场理论和操作的基础上,接受虚拟市场的理论和操作方法,培养学生利用电子商务技术和思维从事商务、管理和营销活动的 ability。

本书另外一个特点是将理论框架与实践方法融合在一起。在每一章前面,本书都安排了导入案例,这些商业实例常常引人深思,也很有教育意义。同时,本书通过案例分析,把实践上升为理论,形成概念和系统方法,引导学生运用这些概念和成功的方法开展电子商务活动,提高学生分析问题、解决问题的能力。

本书共分为10章,相关内容如下:

第1章:电子商务概述。在分析电子商务条件下产品和市场变化的基础上,阐述了电子商务的概念与分类、电子商务的内涵、电子商务的基本交易模式。通过本章的学习,学生还可以了解电子商务的发展历史和电子商务发展趋势,认识电子商务在经济发展中的地位和作用。

第2章:电子商务新领域。重点介绍了最近几年在一些专门领域快速发展的电子商务新形式,包括跨境电子商务、移动电子商务和共享电子商务。

第3章:电子商务技术基础。全面介绍了计算机网络技术和互联网的基本知识。通过本章的学习,学生可以熟悉 Web 应用技术,包括 HTML、Java、JSP 技术,了解基于 B/S 结构的三层数据管理模式和 Web 应用编程服务的相关知识,了解 ebXML 技术的有关概念、基本构件和商务运作过程。

第4章:电子商务与企业管理信息化。在简要介绍管理基本理论的基础上,引入企业管理信息化的概念,探讨了电子商务系统在企业管理中的作用。通过本章的学习,学生可以了解企业资源管理系统、客户关系管理系统、供应链管理系统和 EDI 系统的基本流程和应用。

第5章:网络营销调研。在介绍传统营销调研的基础上,本章探讨了网络营销调研的含义和特点,全面介绍了网络营销调研的策略、要素、样本选择和注意事项。

第6章:网络市场营销。在介绍市场营销观念的基础上,阐述了网络营销的概念和特点,介绍了网络营销策划和网络营销的策略与方法,包括微信营销、微博营销、伙伴营销、网络公关、网络竞价排名、网红营销等。

第7章:网络广告推广。本章介绍了网络广告的概念和分类、网络广告投放的类型与网站,详细介绍了通过广告代理商和网络广告联盟投放广告的途径和方法。

第8章:电子支付。本章介绍了电子支付的相关概念和电子支付工具,全面阐述了在线转账支付模式、第三方平台结算支付模式、电子现金支付模式、电子支票支付模式、合并账单支付模式、信用卡支付模式和移动支付模式。

第9章:电子商务物流。引入电子商务物流的概念,介绍了电子商务物流的一般模式、基本流程和物流新技术。

第10章:电子商务安全。全面揭示了电子商务的安全问题,提出了电子商务安全的整体构想,详细介绍了电子商务安全的技术对策、管理对策和法律对策。

本书由杨立钊、杨坚争担任主编,冯妍、赵庚升担任副主编,第1、2章由冯妍、杨坚争编写,第3、4章由赵庚升编写,第5、6、7、8章由杨立钊编写,第9、10章由杨坚争编写。由于作者水平有限,教材中一定存在一些错误和疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教。

本书在编写过程中,参考了许多网站资料和国内外的图书资料,并得到许多专家和同行的指导和帮助;杨云鹏、尹诗、艾维娜、徐怡乐、陈赟、牛天娇、邢晶晶、汪惠怡等参加了有关资料的收集和配套教学资料的制作;上海市政府决策咨询研究项目(2014-A-08-A)、国家社会科学基金重大项目(13&ZD178)、国家自然科学基金项目(70973079)、上海市教委智库建设项目(2017)、香港杏苑教育基金会给予了资助。在此,仅向本书的合作者、出版的资助者和资料的提供者表示真诚的谢意,也希望广大读者对本书提出宝贵意见。

编者 杨立钊

2018年6月

“北邮智信”APP 使用说明

本书为“互联网+”创新型教材,配有智能教学平台——“北邮智信”APP。

“北邮智信”APP 是北京邮电大学出版社鼎力打造的助学助教智能教学平台。使用前,请按照以下步骤操作使用。

步骤一,先使用智能手机扫描本书封面图标中的二维码(见下图),免费下载安装“北邮智信”APP。提示:下载界面会自动识别安卓或苹果手机。



步骤二,安装成功之后,点击“北邮智信”APP 进入使用界面。

步骤三,首次使用请先注册。如果您是教师用户,请提交资料进行审核,审核通过后即可获得教师身份的相关功能。

步骤四,注册成功后,使用时,请按照软件提示或宣传视频操作即可。

提示:

1. 浏览资源请先刮开封底二维码,用“北邮智信”APP 扫描进行教材验证,以获取资源;
2. 教材中带有  标志的图片配有 AR 资源,可以通过 AR 扫描获取显示;
3. 教材中的二维码资源必须使用“北邮智信”APP 中的扫一扫功能才能获取显示;
4. 教材验证之后,教材配有的资源也可以在“北邮智信”APP 里直接浏览使用。

在使用过程中,如有疑问,请随时与我们联系!

联系电话:010-82330186、13811568712

客服 QQ:2158198813

电子邮箱:kf@guangyiedu.com

目 录

第 1 章 电子商务概述	1
学习目标	1
导入案例	1
1.1 电子商务的概念与分类	3
1.2 电子商务条件下的产品与市场	10
1.3 电子商务交易模式	12
1.4 电子商务的发展	16
1.5 电子商务在经济发展中的地位和作用	22
案例小链接	27
本章小结	28
思考题	28
<hr/>	
第 2 章 电子商务新领域	29
学习目标	29
导入案例	29
2.1 跨境电子商务	30
2.2 移动电子商务	43
2.3 共享电子商务	50
案例小链接	53
本章小结	53
思考题	54
<hr/>	
第 3 章 电子商务技术基础	55
学习目标	55
导入案例	55
3.1 计算机网络技术基础	57
3.2 互联网	64

3.3 Web 应用技术	74
3.4 互联网技术的最新发展	79
案例小链接	82
本章小结	83
思考题	84

第4章 电子商务与企业管理信息化	85
学习目标	85
导入案例	85
4.1 管理的概念和职能	87
4.2 电子商务系统在企业管理中的应用	90
4.3 电子商务中的企业资源计划系统	96
4.4 电子商务中的客户关系管理系统	100
4.5 电子商务中的供应链管理系统	104
4.6 电子商务中的 EDI 系统	108
4.7 企业实施电子商务其他主要方法	112
4.8 云服务	115
案例小链接	117
本章小结	117
思考题	118

第5章 网络营销调研	119
学习目标	119
导入案例	119
5.1 网络营销调研的定义、作用与特点	121
5.2 营销调研的步骤、内容与方法	127
5.3 网络营销调研方法	135
案例小链接	140
本章小结	141
思考题	142

第6章 网络市场营销	143
学习目标	143
导入案例	143
6.1 市场营销观念的发展	145

6.2 网络营销的概念和特点	146
6.3 网络营销策划	152
6.4 网络营销策略与方法	156
6.5 网络营销新方法	165
案例小链接	173
本章小结	173
思考题	174

第7章 网络广告推广	175
学习目标	175
导入案例	175
7.1 网络广告的概念与分类	177
7.2 网络广告投放的类型与网站	182
7.3 通过广告代理商投放网络广告	186
7.4 通过网络广告联盟投放广告	187
案例小链接	190
本章小结	190
思考题	191

第8章 电子支付	192
学习目标	192
导入案例	192
8.1 电子支付相关概念	193
8.2 互联网支付模式	200
8.3 移动支付模式	212
案例小链接	215
本章小结	216
思考题	216

第9章 电子商务物流	217
学习目标	217
导入案例	217
9.1 物流概述	220
9.2 电子商务物流概述	225
9.3 电子商务物流基本流程	230

9.4 电子商务物流新技术	234
案例小链接	242
本章小结	243
思考题	244

第 10 章 电子商务安全	245
学习目标	245
导入案例	245
10.1 电子商务安全的问题	246
10.2 电子商务安全保障体系的整体构想	252
10.3 电子商务安全的技术对策	253
10.4 电子商务安全的管理对策	272
10.5 电子商务安全的法律对策	278
案例小链接	290
本章小结	291
思考题	292

参考文献	293
------------	-----



第 1 章 电子商务概述



Introduction to
E-commerce
(电子商务概述)

学习目标

- 通过本章的学习,读者应当能够:
1. 熟悉电子商务条件下产品与市场的变化;
 2. 掌握电子商务的概念与分类;
 3. 掌握电子商务的基本流程;
 4. 了解电子商务的发展历史和发展趋势。



学习指导



电子教案

【导入案例】

亚马逊网上书店

亚马逊网上书店(简称亚马逊)是典型的面对消费者的零售网站。亚马逊最初是个网上书店,但现在销售的商品品种已经扩大至音像产品、电子产品、化妆用品、服装用品、家具及杂货、汽车用品等。谈及亚马逊,公司的创始人贝索斯说:“我们要创建一个前所未有的事物。”图 1-1 是亚马逊的互联网主页。



图 1-1

亚马逊的互联网主页
(<http://www.amazon.com>)

1995年7月亚马逊成立,但到1999年年底,其顾客已涵盖了160多个国家和地区。2005年7月,亚马逊网站迎来了10周年庆典。经历了互联网泡沫的破裂之后,亚马逊公布了第二季度财务报告,盈利和收入均好于预期,实现净

利润为7 650万美元。当天,亚马逊股价上涨了11%,达到了每股37.74美元。

面对全球性的经济危机,亚马逊公司集中精力提高客户服务质量,全面降低商品销售价格,不断丰富商品品种,并提供免费送货服务。“以客为尊”“以人为本”是亚马逊网站的最大特色与最高宗旨。亚马逊书店网络售书属于“无店铺营销”,因此亚马逊知道在没有面对面的亲切笑容下,更需要以无微不至的贴心服务征服消费者。亚马逊书店广受欢迎,主要是因为网络零售本身具有的特性,不过,亚马逊公司设计的种种贴心的人性化服务功能也扮演了不可或缺的角色。亚马逊书店最主要的三点特色:一是“网络不打烊”;二是提供选取的方便;三是创造“互动功能”。其中第二点、第三点虽然是“仁者见仁,智者见智”,但是从使用者的角度来看,有效率的搜索引擎、便捷的网络购物车服务、贴心的礼品包装、多样化的商品选择与简便的购物流程,确实都是从使用者友善的立场考虑,从而创造最高的服务价值。

在亚马逊网上书店成功之后,贝索斯以前瞻性的目光引导亚马逊从一个纯网上书店转型成网上电子零售商,并逐渐成为电子商务行业的领头羊。无论是公司规模还是业绩,都达到了一个高峰。在这个转折点上,亚马逊面临着一个两难的选择。在从第一转折点到第二转折点过程中,亚马逊采取了一种类似圈地的手段,尽可能地在零售领域持续高速扩张。这种高速扩张,在直接成就了亚马逊的同时,也带来了许多致命的问题。回笼资金及新接收资金的不断重新投入,使得亚马逊一直处于亏损状态,盈利问题始终无法解决。如果停止这种扩张或者减缓扩张的速度,盈利问题或许可以迎刃而解,投资者可以马上得到钱,但亚马逊就会被紧追其后的对手赶上甚至反超,乃至被淘汰出局。针对这种情况,亚马逊实施了第7次并购,通过并购卓越网进入中国市场。同时,亚马逊将融合其全球领先的网上零售专长与卓越网深厚的中国市场经验,帮助卓越网提升客户体验并促进其业务增长。在战略上,卓越亚马逊抓住了世界性经济危机的历史性机遇,正确面对经济发展的“严冬”,科学调整市场策略,避开电子商务在一二线城市市场的激烈争夺,将重点放在三四线城市的市场开拓上,扭转了亏损的局面。

2015年是亚马逊网站成立后的第二个10年。2015财年,亚马逊全年净营收为1 070亿美元,比2014财年的890亿美元增长了20%,全年运营利润为22亿美元,净利润为5.96亿美元,每股收益为1.25美元^①。2017年第一季度,亚马逊净营收同比增长23%,至357.1亿美元;净利润增长41%,至7.24亿美元^②。2016年,在世界500强名单中,亚马逊位列第88位。

① 亚马逊第四季度净利润4.82亿美元,同比增长125%[EB/OL](2016-01-29)[2017-03-20]. <http://www.chinairn.com/news/20160129/083929151.shtml>.

② 亚马逊财报:2017年Q1亚马逊净利润7.24亿美元,同比增长41%[EB/OL](2017-04-28)[2017-04-30]. <http://www.199it.com/archives/587460.html>.

1.1 电子商务的概念与分类

1.1.1 电子商务的概念

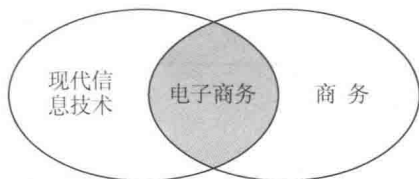
电子商务涉及面广,参与主体复杂,其概念的界定有很多版本。本书对电子商务的概念做如下表述。

电子商务系指交易当事人或参与人利用计算机技术和网络技术(主要是互联网)等现代信息技术所进行的各种商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

第一,电子商务是一种采用最先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入电子商务系统,电子商务系统便会根据用户的要求,寻找相关信息并提供给用户多种买卖选择。一旦用户确认,电子商务系统就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为卖方以较高的价格卖出产品,买方以较低的价格购入商品和原材料提供了一条非常好的途径。

第二,电子商务实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够跨越时空,实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况,从而使买卖双方能够更方便地研究市场,更准确地了解市场和把握市场。

第三,对电子商务的理解,应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面,“电子商务”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种使用电子技术为基础的通信方式,尤其是信息网络技术和互联网技术;另一方面,对“商务”一词应做广义解释,使其包括契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果把“现代信息技术”看作一个子集,“商务”看作另一个子集,电子商务所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集,如图 1-2 所示。



第四,电子商务不等于商业交易的电子化,也不仅仅是“新零售”。真正的电子商务是建立在企业全面信息化基础上,通过电子手段对企业的生产、



E-commerce
in different
in models

(电子商务分类)

图 1-2

电子商务是“现代信息技术”和“商务”两个子集的交集

公司名称	网址	主要产品
亚马逊	http://www.amazon.com	全球最大的图书、音像制品等销售网站
京东	https://www.jd.com	综合性的电子商务零售网站
苏宁易购	http://www.suning.com	综合性的电子商务零售网站
天猫	https://www.tmall.com/	平台类网站,各类企业在该平台上开展零售业务

表 1-1

典型的 B2C 电子商务业务

2. B2B 电子商务

B2B 电子商务即企业与企业之间的电子商务,是指企业之间利用计算机网络和现代信息技术进行的各种商务活动。比如,企业在线采购原材料或向其他企业在线出售制成品等。

B2B 电子商务是指具有经常性交易关系的企业间利用网络进行的交易活动,包括订货、接收发票和付款。非特定企业间的电子商务是在开放的网络中对每笔交易寻找最佳交易伙伴,与伙伴进行从定购到结算的全部交易行为。

按照电子商务交易网站(平台)模式的不同,B2B 电子商务可以分为综合 B2B 模式、垂直 B2B 模式、自建 B2B 模式以及关联行业 B2B 模式。

(1)综合 B2B 模式在网站上聚集了分布于各个行业中的大量客户群,供求信息来源广泛,通过这种模式供求信息可以得到较高的匹配。阿里巴巴网站是这种模式的典型(见图 1-4)。但综合 B2B 模式缺乏对各行业的深入理解和对各行业资源的深层次整合,导致供求信息的精准度不够,进而影响到买卖双方供求关系的长期确立。

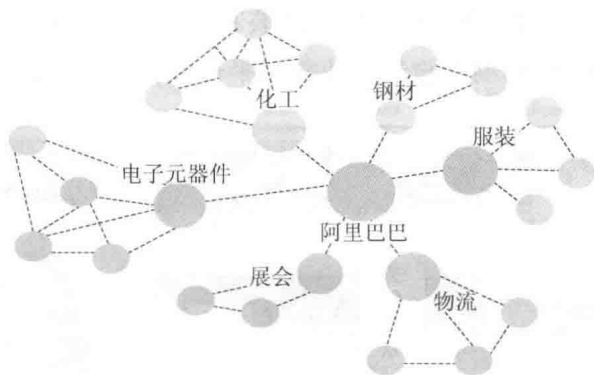


图 1-4

综合 B2B 模式
(以阿里巴巴为例)

(2)垂直 B2B 模式着力整合、细分行业资源,以专业化的平台打造符合各行业特点的信息化服务,提高供求信息的精准度。网盛科技是这种模式的代表(见图 1-5)。垂直 B2B 模式避开了综合 B2B 模式的优势和锋芒,明确了



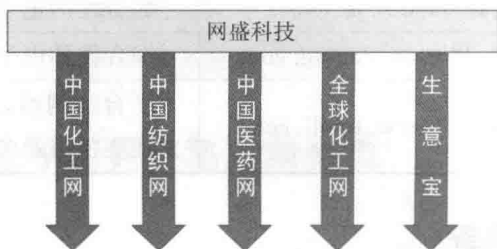
Business-to

business model
(B2B 模式)

供求关系,使供求双方形成了牢固的交易关系。但垂直 B2B 模式容易导致供求信息的广泛性不足。此外,随着垂直网站的发展,自身行业专家不足的问题也会逐步显现,进而遇到发展瓶颈。

图 1-5

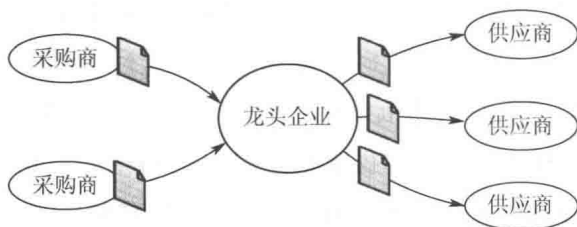
垂直 B2B 模式
(以网盛科技为例)



(3)行业龙头企业自建 B2B 模式,是大型行业龙头企业基于自身的信息化建设程度,搭建以自身产品供应链为核心的行业化电子商务平台。行业龙头企业通过自身的电子商务平台,串联起行业整条产业链,供应链上下游企业通过该平台实现信息、沟通、交易。但此类电子商务平台过于封闭,缺少产业链深度整合,若不能独立成为电子商务 B2B 交易平台,则不能适应未来市场发展的需要。中国石油、中国石化、宝山钢铁集团等都是这种模式。图 1-6 是这种模式的基本框架。

图 1-6

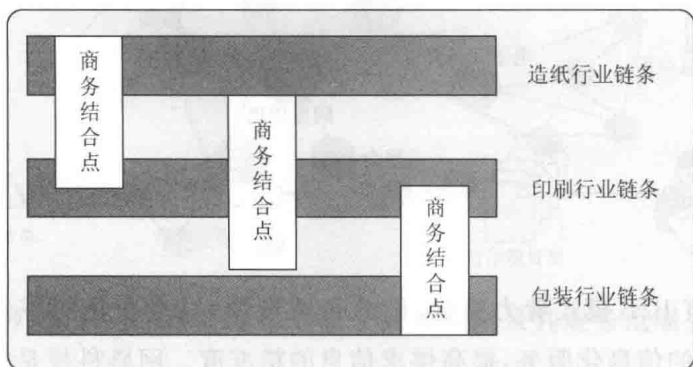
行业龙头企业
自建 B2B 模式



(4)关联行业 B2B 模式,是相关行业为了提升目前电子商务交易平台信息的广泛程度和准确性,整合综合 B2B 模式和垂直 B2B 模式而建立起来的跨行业电子商务平台,如中华印刷包装网(<http://www.cpl114.com>)。图 1-7 是造纸、机械、印刷和包装行业交易平台融合的示意图。

图 1-7

造纸、印刷和
包装行业交易
平台的融合



3. C2C 电子商务

C2C 电子商务是指消费者之间通过网上商务平台实现交易的一种电子商务模式。现行的商务模式不能提供便利的方式让消费者出售其所持有的不用产品,而利用互联网就可以很好地解决该问题。让产品持有者发布其产品信息,产品需求者对其所需要的产品出价,并最终将产品出售给出价最高的买方,卖方能以较高的价格出售产品,买方也能以自己满意的价格购买产品,这种交易方式类似于拍卖方式,又称为网上拍卖。

淘宝网(<https://www.taobao.com>)是中国深受欢迎的 C2C 网购零售平台,目前拥有近 5 亿的注册用户,每天有超过 6 000 万的固定访客,同时每天的在线商品数已经超过了 8 亿件,平均每分钟售出 4.8 万件商品。

C2C 电子商务模式这两年正在发生一些变化,有一部分厂商和商家也开始利用这种系统在互联网上销售产品和服务,将 B2C 和 C2C 逐步地融合在一起形成新的 B2C2C 电子商务模式。

4. B2G 电子商务

企业与政府之间的电子商务涵盖企业与政府方面的各项事务。可以用于政府采购事务、企业向政府纳税等。让企业和政府之间利用信息技术进行信息传送,为企业提供良好的在线服务。

5. C2G 电子商务

个人与政府之间的电子商务涵盖了个人与政府之间的若干事务,如个人公积金的交纳、养老金的领取、个人向政府纳税等。C2G 电子商务是政府工作透明化的重要窗口,也是公民了解政府发布的各项信息和政策的重要渠道。上海住房公积金网(<http://www.shgjj.com/>,见图 1-8)、上海市民云(<http://www.eshimin.com/>)都开展了 C2G 电子商务业务。



图 1-8

上海住房公积金网

(<http://www.shgjj.com/>)

值得注意的是,随着电子商务的快速发展又出现了一些新的复合型的电