

<<网络零售>>

图书基本信息

书名：<<网络零售>>

13位ISBN编号：9787302238065

10位ISBN编号：7302238065

出版时间：2011-1

出版时间：清华大学

作者：陈德人

页数：239

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网络零售>>

前言

“零售”是人类最古老的经济活动的主要形式，无论是在过去、现在还是将来，都会对经济、社会产生深刻的影响。

而“网络”则是21世纪以来发展最快、影响最大的交互环境，人类越来越离不开它。

“网络零售”将人类最依赖的两大元素结合起来，形成人类现代生活的主旋律。

如果说BASIC是计算机科学与技术的入门基础，它引导了20世纪千千万万个计算机盲进入了计算机的大门，那么“网络零售”就是电子商务的入门基础，它可以让人们懂得什么才是电子商务，怎样去享受电子商务给人们生活带来的方便、快捷、实惠，特别是通过网上开设一个成功的网店所带来的创业乐趣。

本书的对象是所有希望循序渐进地学习网络零售知识的学生、创业者、电子商务从业人员。

虽然本书主要是为电子商务及相关专业的本科生编写的，但是任何对网络零售有兴趣的人都可以从中受益。

这是一本理论与实践紧密结合的教材，全书共分为9章。

每一章首先给出了学习目标和任务书，其中任务书是为学习者布置的实践要求。

知识点讲授部分穿插了大量的案例与实践环节。

大部分章节的最后都提供了知识拓展和案例应用部分，帮助学习者进一步主动学习和应用所学知识。

另外，考虑到为方便学习者进一步深入学习的需求，我们在书中提供了很多相关素材和知识的网络链接。

课程会建设相应的教学网站，便于交流与资料更新。

<<网络零售>>

内容概要

本书是一本通过理论与实践相结合，以网上创业者和网上购物者为对象，以循序渐进的方法将网络零售的概念、方法、过程、模式、设计和运行过程全方位展现在读者面前的电子商务专业基础教材。

全书共分为9章。

其中第1和第9章系统性地介绍了网络零售的过去、现在和未来；第2章详细分析和描述了网上购物者的购物过程与方法；第3~8章重点围绕网上开店的规划、建设、运营、管理、营销以及品牌策略等各个环节进行了介绍。

每一章以点睛之笔为引导给出了学习目标和任务书，知识点部分穿插了大量的案例与实践环节，最后提供了知识拓展和案例应用。

另外全书还提供了很多相关素材和知识的网络链接便于读者查阅。

本书既是一本面向大学生编写的电子商务专业基础教程，也是一本适合网络创业者和网络购物人群阅读的通用读本。

所有对网络零售有兴趣的人都可以从中受益，特别适合立志在互联网上开设专业化品牌网店的创业者，以及需要深入了解网货、网规、网店、网流等网上购物内情以便能经常淘到价廉物美的商品或时尚精品的网上购物者。

作者简介

陈德人，浙江大学电子服务研究中心主任，计算机学院教授，计算机应用技术、电子服务，管理科学与工程三个学科的博士生导师，国务院特殊津贴获得者，IBM T.J.Watson研究中心和新加坡南洋理工大学访问学者。

兼任教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会副主任兼秘书长、工信部全国网络商务应用能力考试专家委员会主任等职。

主要研究方向为电子商务与服务学。

承担完成国家自然科学基金，国家重点科技攻关、863计划、973计划，国防预研、科技支撑计划、国际合作及信息化应用项目共60多项。

主编著作教材16部。

发表论文160多篇。

先后获得国家级成果奖励5项、省部级9项。

<<网络零售>>

书籍目录

第1章网络零售概述 1.1人类社会与零售业的发展 1.2网络零售的概念、分类、具体形态与特点
1.2.1网络零售的概念 1.2.2网络零售的分类 1.2.3网络零售的具体形态 1.2.4网络零售的特点
1.3网络零售的发展 1.3.1国外网络零售的发展概况 1.3.2中国网络零售的发展 1.4网络零售的社会环境
1.4.1网络零售的经济环境 1.4.2网络零售的法律环境 1.4.3社会信用环境
1.4.4网络零售的技术环境 1.4.5中国网络零售平台企业的交易规则 1.5知识拓展：中国主要网络零售平台简介
思考题 参考文献 第2章网络购物 2.1网络购物者 2.1.1网络购物者群体的构成
2.1.2网络购物者的生活方式与购物方式 2.1.3网络购物者的购物动机 2.1.4影响网络购物者购买的主要因素
2.2网络购物过程与方法 2.2.1网络购物过程 2.2.2网络购物的方法 2.3知识拓展：网络购物的忠诚度
思考题 参考文献 第3章网货采购 第4章网店建设与设计 第5章网店运营 第6章网店管理 第7章网店营销 第8章网络零售品牌 第9章网络零售趋势 附录a网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法 附录b中华人民共和国电子签名法 参考文献

章节摘录

插图：目前，发达国家的电子商务发展十分迅速，电子商务技术已经成熟，通过Internet进行交易也已经逐渐成为潮流，全球电子商务的应用如火如荼。

美国拥有了世界3 / 4以上的互联网资源，在电子商务领域的应用规模远远超过其他国家。

1997年7月，美国政府出台了《全球电子商务框架》，这一框架具有重要意义.它既标志着美国政府系统化电子商务发展政策的形成，又展现出其谋求电子商务国际规则主导权的企图。

美国统计局（U.S.Census Bureau）2010年2月16日发布了2009年四季度美国网络零售统计数据，2009年四季度美国网络零售交易额达到420亿美元（未经假日和节日因素调整的数据），比三季度大幅增长31.4%，比中国2009年全年网络零售额（约370亿美元）还要高出很多。

相对于美国零售交易总额环比增长6.5%，网络零售的增长惊人，环比达到了31.4%（相对于三季度），同比增长达到14.6%，比2008年四季度的367亿美元有大幅增长。

而美国2009年全年网络零售销售额也达到1 349亿多美元。

由于Internet能充分利用和节约社会资源，所以美国政府在促进Internet的普及和发展上不遗余力。

为了培养在Internet上购物的习惯和环境，又规定政府各部门在1 997年度必须在Internet上完成不少于450万件商品的购买活动。

1997年5月，美国政府公布了一个政策，即Intex-net-tax-zone（Internet免税区）。

政策规定在全球范围内，通过Internet购销的商品不加税，包括关税和商业税。

这个政策得到了加拿大、日本、欧洲等国不同程度的支持。

所以Internet免税区，可能成为世界上最大的自由贸易区，意义极其宽广和深远。

欧洲委员会于1997年发表了《欧洲电子商务设想》的文件，以便对欧洲在制定有关电子商务的统一政策方面产生积极影响。

但在税收方面，该地区规定所有通过Inte-rnet购买商品及接受服务的欧洲消费者必须交纳增值税，即使是向国外供货商订货的情况也不例外。

欧盟最高执行官强调：欧盟不准备针对电子商务活动增加新的税种，但也不希望为电子商务免除现有的税负。

电子商务活动必须履行纳税的义务，否则会导致不公平竞争。

编辑推荐

《网络零售》：教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导。

丛书特色本系列教材的建设目标是打造一套面向电子商务产业和经济社会发展需要、体现校企合作和创新创业人才培养特点，为电子商务创新人才培养服务的新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材。

1.应用与创新。

结合电子商务应用性和创新性强的特点，坚持校企合作建设思路，结合应用需要，设计教学内容和实践体系，突出学生创新能力培养。

2.理论与实践。

组建校企专家联合参加的教材建设团队，在教材内容安排上，实现理论知识与实践应用紧密结合，做到学以致用。

用以促学。

3.科学与系统。

在做好学科体系和理论知识先导性工作的同时，正确处理好科学性与系统性，科学性与创新性、系统性与交叉性之间的关系。

4.平面与立体。

提供在线实践教学平台，以及课程教学相关的电子教案，多媒体学习课件、试题库，流媒体专家讲课视频等各种资源。

5.技术与服务。

建有专业服务团队，专注于系列教材建设内容创新和技术维护工作。

及时更新教学内容，发布与教材相关的专业信息和教学信息。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>