

<<网上支付>>

图书基本信息

书名：<<网上支付>>

13位ISBN编号：9787121083877

10位ISBN编号：7121083876

出版时间：2009-4

出版时间：电子工业出版社

作者：周宁 等著

页数：299

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>

<<网上支付>>

前言

2003年，马云一手缔造了“网商”这个新名词，不知不觉之间，笔者作为一个“网商”已经有5年了。

5年之间，中国网商的数量从400万人发展到如今的3000万人。

中国的很多中小企业依靠阿里巴巴的交易平台寻找国际买家，进行海外贸易。

同时，在淘宝网，数以万计的散户通过网上开店，获得不少工作外的收入，其中不少人甚至干脆辞掉工作做起了全职的网商。

这两年网上销售更是发展迅速，面向国内市场的凡客诚品、时尚起义、京东手机等独立B2C网站已经如火如荼地经营了起来。

与此同时，网商们也开展了针对全球市场的外贸零售，他们有的借助于平台，如eBay、敦煌网、易唐网、贝通网、Link China、TooTooMart等，也有的建设独立的外贸B2C零售网站，像Lightinthebox、Good Orient、TOMTOP、China Vasion、Glasses SkOp、Love Long Long、Pretty Lady Girl等，均获得了不错的成绩。

随着全球化和互联网的发展，不论是国际贸易还是国内贸易，传统的商业壁垒快速瓦解，更多的人投身于互联网市场，创造了长尾市场的繁盛。

在这种大环境下，我国的企业家和创业者们也正在积极投身于网络商业，通过网上销售创造自己的辉煌。

本书作者周宁和李鹏从2003年开始投身于B2C网上销售，通过这些年的摸爬滚打，积累了丰富的网上销售经验。

<<网上支付>>

内容概要

本书针对网商在网上支付方面迫切的需求，讲解网上支付应用的各个环节，按照从理论到实践的脉络来帮助网商提高业务水平。

本书依次介绍了网上支付理论、购物网站的支付系统、提高支付成功率、网上交易风险控制、信用卡防欺诈、交易争议处理、支付系统瓶颈解决、现金流与外汇处理、各大支付服务商介绍、网站支付系统集成与开发等。

本书以实战经验为主，结合经典案例，按照由浅入深、先战略后实战的顺序通盘讲解了网络支付开发和应用的全过程。

本书适合奋战在网络购物市场第一线的网商，也适合企业家、金融专业人士、软件开发工程师、国际贸易人士、梦想互联网创业的年轻人、网上交易操作者和知识型猎奇白领，当然也适合在大学教授网络金融、网上支付和电子商务等专业的教师、本科生和研究生作为电子商务专业的教学参考书或教科书。

<<网上支付>>

作者简介

周宁Neil Zhou，成功运营过多个电子商务网站，有丰富的B2B/B2C行业运营和管理经验。其市场涵盖欧美、日韩和中国地区，行业涉及软件、IT培训、眼镜、珠宝、服饰等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司总裁。

周宁作为电子商务、平台运营和商业投资方面很有影响力的专家和演讲者，经常组织召开或参与顶尖的电子商务峰会。

<<网上支付>>

书籍目录

第1篇 网上支付概论	第1章 网上销售时代	1.1 互联网市场的演变	1.1.1 快速扩张的互联网市场
	1.1.2 长尾市场的涌现	1.1.3 网上直销时代的来临	1.2 国内网上购物市场
	1.2.1 中国网络购物市场分析	1.2.2 国内B2C市场发展趋势	1.2.3 国内B2C网站分析
	1.3 外贸B2C网上销售	1.3.1 外贸企业发展趋势	1.3.2 外贸企业B2C之路
	1.3.3 外贸B2C经营概览	第2章 电子商务与电子支付	2.1 电子商务与电子支付介绍
	2.1.1 电子商务的内涵与发展	2.1.2 电子支付及分类	2.1.3 电子支付工具
	2.2 国内外电子支付应用	2.2.1 国内电子支付应用	2.2.2 国外电子支付应用
	2.2.3 电子支付黑客风险	第3章 第三方支付	3.1 第三方支付简介
	3.1.1 第三方支付的起源	3.1.2 第三方支付特点	3.2 第三方支付平台
	3.2.1 第三方支付平台的作用	3.2.2 第三方支付的使用分析	3.2.3 国内第三方支付发展现状
第2篇 网上支付实践	第4章 网上支付基础理论	4.1 网上支付理论	4.1.1 网上支付体系结构
	4.1.2 网上支付优势	4.1.3 国内网上支付使用分析	4.2 网上支付安全应用协议
	4.2.1 SSL协议	4.2.2 SET协议	4.2.3 D Secure协议
	4.2.4 HTTPS协议	第5章 面向购物网站的支付	5.1 网上支付系统需求分析
	5.1.1 消费者常用的支付工具	5.1.2 网上支付与信用卡	5.1.3 不同地区支付习惯的差别
	5.2 网上支付系统的实现	5.2.1 购物车和支付系统	5.2.2 支持多种付款方式
	第6章 如何提高支付成功率	6.1 建设安全可信的网站	6.1.1 构建网站诚信体系
	6.1.2 支付页面尽量做到安全	6.2 提高支付成功率的方法	6.2.1 认真对待失败的支付
	6.2.2 打消疑虑快速成交	6.3 提高服务质量	6.3.1 激发客户的购买冲动
	6.3.2 重视客户需求完善服务	第7章 支付过程中的风险控制	7.1 支付欺诈与风险
	7.1.1 网上支付欺诈简介	7.1.2 网上支付欺诈的风险	7.2 支付欺诈的防范
	7.2.1 如何评估风险和计算损失	7.2.2 设立反欺诈的防火墙	第8章 反支付欺诈解决方案
	8.1 预防信用卡支付欺诈	8.1.1 控制信用卡欺诈的方法	8.1.2 避免Chargeback的经验
	8.2 辨别可疑的欺诈行为	8.2.1 对客户进行背景调查	8.2.2 如何调查可疑的订单
	8.3 PayPal交易争议处理	8.3.1 PayPal账户操作指南	8.3.2 PayPal争议处理指南
第3篇 第三方支付应用案例	第9章 国外知名的第三方支付	9.1 PayPal	9.2 GlobalCollect
	9.3 WorldPay	9.4 MoneyBookers	第10章 国内知名的第三方支付
	10.1 IPS: 环迅	10.2 Alipay: 支付宝	10.3 bill: 快钱
	第11章 网店支付系统开发案例	11.1 PayPal支付接口开发	11.1.1 PayPal IPN
	11.1.2 PayPal网站支付专业版	11.2 GlobalCollect支付接口开发	11.3 IPS支付接口开发
	11.3.1 开发前的准备工作	11.3.2 信用卡支付交易非直连录入接口	11.3.3 信用卡支付直连录入接口
	11.4 支付宝支付接口开发	第4篇 总结与思考	第12章 网站支付应用总结
	12.1 网站支付系统应用经验	12.1.1 如何构建合适的支付体系	12.1.2 网上支付总结和探索
	12.2 建设高度可靠的支付体系	12.2.1 做好应急措施提高可靠性	12.2.2 处理好财务与现金流
	12.2.3 外汇处理	12.3 客服的反支付欺诈工作	12.3.1 信用卡欺诈的现状
	12.3.2 不断地与欺诈作斗争	第13章 网站客服工作总结	13.1 B2C网站的客户关系管理
	13.1.1 不断的客户挖掘	13.1.2 数据库营销的作用	13.2 B2C网站的客服工作
	13.2.1 销售网站的客服系统	13.2.2 网上销售沟通技巧	附录A 免费的网上资源
	附录B 电子支付指引(第一号)	附录C 支付清算组织管理办法(征求意见稿)	附录D 个人外汇管理办法
	附录E 个人外汇管理办法实施细则		

<<网上支付>>

章节摘录

第1篇 网上支付概论 第1章 网上销售时代 1.1. 互联网市场的演变 因为本书的笔者是做电子商务的，更准确地说是做B2C（Business To Customer）网上销售的，所以经常与电子商务的同行进行交流。

我们的朋友来自于阿里巴巴、沱沱网、Made in China、淘宝网、亚马逊、eBay、敦煌网、贝通网、Lightinthebox、ChinaVasion、珂兰网、凡客诚品等面向互联网销售市场的电子商务平台。

通过与同行的交流和对各方信息的了解，笔者对国内外的互联网市场有较深入的理解。

概括来说，近十年来，全球化（也就是各国、各地区之间的市场真正融合为一个单一的全球化市场）已成为一个不可逆转的潮流，它势必席卷世界的每一个角落，网上销售时代真的来临了。

下面总结的几个趋势能够让读者大致了解互联网市场的演变。

1. 商业壁垒的瓦解 互联网的出现，加速了商业壁垒的瓦解，使得传统的商业能够突破地域、国家、文化的界限。

这首先归功于信息交流的发达，它戏剧性地降低了交易成本。

信息传送的成本急剧降低，在1860年，越过大西洋发送两个字要花去相当于现在的40美元；如今，这些钱足以传送整个国会图书馆的藏书内容。

从1930年至今，从上海打往纽约的电话费已降低为原来的111500，如果使用网络电话，将完全免费。

其次，互联网功能的丰富与强大，使得越来越多的交易都转移到网上，B2B、B2C、C2C、B2G使得商业成本降低、交易效率提高，互联网给人们带来的好处让商业网络化成为不可逆转的进程。

面对现实，我们已经发现，地球已不存在任何经济上不可触及的地域。

从互联网角度看，地球上将不存在不能进行投资、生产、采购和销售的地区。

唯一还存在的障碍，如国家和地域的差别，文化和思想上的差异，贸易和习俗的壁垒，也将随着互联网的普及发生革命性的变化。

这个变化会是非常迅速的，一方面将打破原有的经济贸易的格局，另一方面将创造庞大的新的互联网经济体系。

在这个伟大的过程里，互联网突破旧资本所组成的最大的商业壁垒，让所有人都有机会掌握创造财富的工具。

在许多商业活动中，距离的障碍和与之相伴的沟通成本已经不复存在了。

廉价的网络通道可以在任何两地之间传输大量的数据，而其代价相对于任何的大宗交易来说几乎可以忽略不计。

同样，互联网还提供一定形式的各种服务，并销售各种各样的产品，不仅是书籍和音乐，还有一系列的其他产品，从电脑、服饰、软件、咨询到技术。

基于网络协作，商业流程也在进行大范围的分解，设计、生产、销售、客户服务都在进行分离和外包。

现在，中国是制造业外包的世界工厂，印度成为服务业外包的集中地。

不仅企业把商业流程外包出去，很多个人也将很多事务外包给他人，孟买的私人助理在网上为纽约的高级白领预订美容院和酒店，国外的孩子通过网络向中国的、老师学习中文。

网络快速产生大量的商业机会，对参与者来说，这些机会都是打破商业壁垒的途径。

2. 生产成本和发行成本的降低 纵观世界的发展我们会发现，两个最大的因素正改变着经济的格局。

这两个因素就是制造成本和发行成本的降低。

与其说经济的全球化降低了商品生产的成本，倒不如说，企业为了追求以最低的生产成本而进行的产业活动促进了全球大生产的转移。

大量的制造业从美国、欧洲、日本等发达国家转移到了中国、印度等发展中国家，产品的制造费用变得越来越低廉。

同时世界物流的发达，让大量产品可以被高效和低成本地被运往全球销售市场。

正是这两个因素的共同作用，使得商品的销售价格越来越低。

<<网上支付>>

这两个因素也正是长尾市场形成的主要原因。

以前之所以没有出现长尾市场，根本原因就是高昂的制造成本和发行成本成为卡在供需之间的致命瓶颈。

我们以流行歌曲为例，二十年前，我们能够知道的歌星只有费翔、邓丽君、彭丽媛等几个人，可以听的歌也很少。

然而在今天，歌星和流行歌曲的数量都已经成千上万。

为什么会有这样的变化呢？

原因无他，因为当时的流行音乐市场中制造成本和发行成本都很高昂。

歌手要在专业的录音室里录音，然后录制成唱片或磁带，最后进行大量的复制，通过层层运输和分销才能被放上众多音像店的货架。

在这种情况下，制作费、磁带费、运输费、储藏费、分销费等费用使得一首歌曲的成本居高不下。

发行商为了保证歌曲销售有利可图，就只能挑选拥有较大市场销售量的歌曲来发行，否则那些销售量较小的歌曲就会赔本。

众多歌曲经过层层筛选和过滤，最后只能有几首被选中，在这个过程中，绝大多数歌曲只停留在录音棚，最后胎死腹中。

这就是当时歌曲和歌星数量少的原因。

歌曲制作和发行成本的降低，使得大量以前只能被放弃的歌曲得以进入市场，歌曲的门槛和歌星的门槛也被大幅度降低了。

网络当红歌星香香可以作为一个例证，香香在家利用自己的电脑、话筒和软件进行歌曲录制，然后放在网络上让大家分享，大家的喜欢促成了她的歌曲在网络上的广泛传播，最终红遍大江南北。

此时，歌曲的制作成本几乎为零，歌曲的发行成本也几乎为零。

苹果iTunes让人们以每首99美分的标准价格下载音乐。

对于一张销量30万张的专辑，每张CD音乐创作的费用约为7.5美元，折算到每首曲目约为60美分。

下载音乐的服务所需要的开发和维护费用约为每首曲目17美分，而存储和带宽的费用几乎可以忽略不计。

这里苹果公司仅仅靠发行成本的降低就赚取了22美分即25%的利润。

当卡在供需之间的费用瓶颈开始消失时，所有的歌曲都可以呈现在每一个世人的眼前。

信息技术和互联网的发展是这两种成本降低的推动力。

其直接结果就是更多的新产品和长尾产品被推入市场，来进一步地满足消费者多元化的需求和口味。

所有的企业都应该审视自身，看一看能不能进一步地降低制造成本和发行成本，同时注意这些新兴的利基市场抢占商机。

互联网使得生产成本和流通成本前所未有地降低，这一点直接打破了大企业的规模垄断，创造了个人和小企业商业的繁盛。

3. 虚拟世界的扩张 第四次工业革命和网络技术的爆发，与其说“缩小”了世界，还不如说引发了世界不可思议的扩张。

互联网的出现，就像5个世纪前发现美洲大陆一样，它用新的经济空间的扩展来丰富“旧的世界”，从此带来了整个商业环境的变革。

现实的经济几乎可以完全复制到互联网上，你可以在互联网上进行投资获益，制造虚拟产品，提供在线服务，进行网络采购和网上销售。

人们也可以购买、储存和进行电子消费。

大量的消费者、企业家、创造发明和金融资本都正朝这个虚拟的空间进行转移，在这里它们形成了一个无比优越的环境。

现在是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越环境的形成让人们发现，当下正是创业的好时机。

商业门槛的降低让我们有了参与商业竞争的机会，我们不仅能以很少的成本开展自己的商业活动，还能够方便地获得各个方面的帮助和投资。

只要有足够的企业家精神和针对互联网商业的智慧，就可以同那些大型企业一样开展商业活动。

<<网上支付>>

在网络经济面前，大家站在同一条起跑线上，不论你是大型企业，还是简单的创业者，面对的是同样的网络规则。

大家同样地去找寻或创造商机，并发展壮大。

在这个快速的进程之中，互联网正在创造出丰富而崭新的商业模式：网络游戏、视频分享、网络交友、付费新闻、网络教育等，甚至创造了虚拟世界和虚拟人生，从而产生了虚拟经济。

大量新事物的出现也同时伴随着新经济的产生，在这个变革的过程中，一切都因为互联网而重组版图。

由于互联网的发展所带来的第四次工业革命，对世界产生了翻天覆地的变革。

我们确实生活在一个非常有意义的时代，在互联网上形成了一个开放的、完全融合的全球性商品和资本市场，同时也形成了有利于世界范围内生产、贸易扩张及资本流动的国际新秩序。

在所有人面前，互联网为个人和小企业提供了一个平等的平台。

我们也许没有钱租赁门面开店，没有实力和人员在海外设分支机构，但可以建立网店，通过第三方物流将产品销售到全球。

我们也可以通过网络接全球性的外包工作，这些在以前都是难以克服的。

当新经济环境让创业者进入门槛降低的时候，那些有梦想和创业精神的人都会投入其中了。

新的空间开拓了一个新的发展领域，同时也提出了新的挑战。

正如以前，并不是所有人都能利用上一次的经济突破带来的机遇。

只有那些对互联网了解深入、具备网络商业智慧和网络技术知识的人才能够占据优势地位。

本书作者希望将自己对互联网的见解从网络市场的理解、网络营销、网上支付、电子商务运营这一脉络传递给读者，让更多的人了解这方面的知识，拥有参与网络市场竞争的能力。

<<网上支付>>

媒体关注与评论

这本书对网上支付实施方面的内容阐述得很精辟，第三方支付服务商作为电子商务的一个重要合作伙伴，对网络销售市场的企业来说是非常有价值的。书中介绍了很多PayPal使用知识，以及防范支付风险、反信用卡欺诈的内容，对在国外开展网上销售的中国企业来说很有价值。

PayPal CEO Scott Thomson PayPal CEO Scott Thomson先生与周宁先生在PayPal中国公司的合影
在互联网上的市场是没有国界限制的，中国的网上销售企业可以很容易地走出去将自己的市场延伸到海外。

当网上销售企业面对全球市场进行销售的时候，建立强大和完善的支付系统是必不可少的。这本书能够给这些企业以指引，使他们了解国外的电子商务市场和面向国外的网上支付。

Global Collect支付亚太区商业发展部经理 陈国山 互联网这些年的飞速发展已经给中国带来了翻天覆地的变化，网络营销和电子商务的大环境正在成熟，不久以后企业都将面临网上销售。这本书在这个时间推出，总结了海内外网上支付的使用，以有用的经验和前瞻的眼光写作出来，对中国的企业适应互联网时代的市场竞争来说确实是非常有价值的。

IPS环迅支付产品部总监 卞廷元 不同于技术性书籍，此书讲的都是网上推广和网上销售的经验，更贴近于平民化。

在国内，现在是在互联网上创业的好时机，是造就中国网商的时代。

这本书给目前正在奋战在网络销售市场第一线的网商带来国际和国内市场的一流的网上支付相关的技术和经验，是一本雪中送炭的好书。

英国剑桥世界名人录传记人物 丁秋林 今年因为金融危机的爆发，大量的传统外贸企业受到巨大冲击。

近年来电子商务快速发展，给中国制造带来了新的希望，但是也带来了新的挑战，面对全球复杂的电子商务交易市场，需要建立一套强大、安全的全球网络支付体系。

感谢本书作者以其全球的视野结合多年的实战经验，给我们提供了很多有效的解决方案，让很多“中国制造”能快速通过电子商务决战全球成为可能。

麦包包 (<http://www.mbaobao.com/>) 创始人 方天雨 这本书按照教科书的组织形式，数据完备，编写严谨，极具教学参考价值，可以作为电子商务专业的教科书和教学参考书。

这是一本实战经验总结的书籍，书中配有大量的网上支付操作的案例和操作知识，可以作为读者的网上销售的指南、网上支付操作手册，是一本以网商运营实战经验为基础在网上支付小型百科全书。

“高等学校计算数学学报”编委、美国“Mathematics Review”特邀评论员 赵金熙 网站内部的SEO工作更多的是为了提升访问者的体验，对于购物网站来说，那就是提高订单转化率。

网上支付是网站用户体验的核心环节，所以购物网站的支付系统在访问者订单转化率和支付成功率的提高方面占据重要地位。

目前国内在这方面的资料几乎空白，如果你正在进行网上销售的话，通过这本书，稍加改进就可能在访问转化和订单支付成功方面获得意想不到的好结果。

全球搜索引擎战略 (SES) 大会中国区执行委员会成员、点石互动创始人之一 柳焕斌 互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给外贸行业带来了数不尽的商业机会。

随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，传统的B2B外贸会进一步发展，有实力的企业将走出去建立自己的直销渠道，而通过互联网建立B2C销售网站也是一个趋势。

这本书介绍了外贸网上直销，并提供了海外收款的解决方案。

这对外贸企业来说是非常有用的。

沱沱网、TooTooMart、九城网络技术集团有限公司总裁 任晓光 所有的营销都会形成一个闭环，从营销投放、销售到获得利润。

在互联网上的贸易也同样如此，针对购物网站，进行网络营销和线下营销的目的是让消费者来访问我们的网站。

但是，如果因为网站的支付系统的问题，而导致消费者离去，那你损失的就不是这一个订单，还有

<<网上支付>>

大笔的营销投入。

本书的作者周宁和李鹏已经帮助不少购物网站的同行大幅度地提高他们的订单通过率，相信他们的经验总结也能够使您的在线销售业务更上一层楼。

Google全球专家认证、Adwords首席优化大师、连线堂广告传播公司创始人 繆晨卿 (Tony)

<<网上支付>>

编辑推荐

《网上支付：网商成功之道》重点讲述以下内容：客户使用American Express、DISCOVER、JCB时，或者使用当地的非信用卡类支付（如借记卡、银行汇款、电子支票等）时，我们的支付方式不能接受怎么办？

在全球开展业务时，想过直接收取欧元、英镑、日元等美元以外的币种吗？

怎么解决汇率转换和支付处理呢？

如果目标市场习惯货到付款，怎么实现让物流公司代收货款？

支付系统费率较高，回款较慢，国外的知名的支付提供商只接受欧美客户的申请，碰到这种情况，怎么处理？

不同的支付平台该怎么支付开发接口？

网络购物信用卡欺诈时有发生，怎么甄别一个客户的支付是否为欺诈行为？

如何将网上信用卡欺诈的风险控制在较低水平？

如何在保障双方利益前提下恰当地处理客户投诉呢？

在一夕之间，让你的网站接收全球各种支付！

如果你有如下问题亟待解决：如何接收VISA、MasterCard、AMEX、Discover、JCB？

如何规避退单风险？

如何处理交易争议？

如何集成和开发支付网关接口？

如何防范信用卡欺诈？

如何提高支付成功率？

在《网上支付：网商成功之道》中，将找到你要的所有答案！

以网商运营实战经验为基础的网上支付小型百科全书 《网上支付：网商成功之道》针对国内从事电子商务的B2B、B2C、C2C人士（或者通称为网商）的迫切需求，通过讲解网上支付应用的各个环节，按照从理论到实践的脉络帮助提高网上支付的业务水平。

《网上支付：网商成功之道》适合读者：网商，目前正奋战在互联网市场第一线的人 我国的企业家、国际贸易人士等 网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务软件开发工程师 梦想互联网创业的年轻人 大学教师，金融、电子商务等专业的本科生和研究生 知识型猎奇白领

1、以网商运营实战经验为基础的网上支付小型百科全书。

2、一夕之间，让你的网站接受全球各种支付。

3、通过讲解网上支付应用的各个环节，按照从理论到实践的脉络帮助提高网上支付的业务水平

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>