



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之
高等学校电子商务专业系列教材

电子商务案例分析教程

(第2版)

雷 兵 司林胜 主 编



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

“信息化与信息社会”系列丛书之

高等学校电子商务专业系列教材

电子商务案例分析教程

(第2版)

雷 兵 司林胜 主 编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书系普通高等教育“十一五”国家级规划教材的修订版和河南省高等教育“十二五”规划教材。教材设计了电子商务案例的分析模式,并将电子商务案例分为搜索引擎、网络门户、网络经纪、网络销售、网上支付、互联网金融、网络聚合、网络社区、网络娱乐、移动商务等 10 大类,按照案例的基本情况与价值网络、商业模式、技术模式、经营模式、管理模式、资本模式等分析模型对典型案例进行了系统分析。本书注重建立案例分析的基本框架,系统分析案例的电子商务模式,并建立基于师生互动的教学模式,设计了基于互联网和团队的练习以及基于网络创业的学习模式。

本书可作为大中专院校电子商务专业的案例分析教材,也可作为研究生、MBA、电子商务从业人员和创业者进行案例研究的参考资料。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务案例分析教程/雷兵,司林胜主编. —2 版. —北京:电子工业出版社,2016.01

ISBN 978-7-121-27535-7

I. ①电… II. ①雷… ②司… III. ①电子商务—案例—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 265271 号

策划编辑:石会敏 刘宪兰

责任编辑:石会敏 特约编辑:赵翠芝

印 刷:北京京师印务有限公司

装 订:北京京师印务有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编:100036

开 本:787×1092 1/16 印张:21.75 字数:557 千字

版 次:2010 年 1 月第 1 版

2016 年 1 月第 2 版

印 次:2016 年 1 月第 1 次印刷

印 数:4000 册 定价:43.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。



“信息化与信息社会”系列丛书编委会名单

编委会主任 曲维枝

编委会副主任 周宏仁 张尧学 徐 愈

编委会委员 何德全 邬贺铨 高新民 高世辑 张复良 刘希俭
刘小英 李国杰 秦 海 赵泽良 杜 链 朱森第
方欣欣 陈国青 李一军 李 琪 冯登国

编委会秘书处 廖 瑾 刘宪兰 刘 博 等

高等学校电子商务专业系列教材编委会名单

专业编委会顾问 (以汉字拼音为序)

柴跃廷 陈 静 高新民 黄 进 李默芳 刘希俭
潘云鹤 宋 玲 王新培 汪应洛 乌家培 周宏仁
周云帆

专业编委会主任 刘 军 李 琪

专业编委会副主任 陈德人 吕廷杰 陈 进

专业编委会特邀委员 吴 燕 刘 兵 马 云 林漳希 张 晗 范 明

专业编委会委员 (以汉字拼音为序)

邓顺国 兰宜生 李洪心 刘 军 刘业政 刘震宇
孟卫东 彭丽芳 覃 征 宋远方 孙宝文 盛晓白
司林胜 汤兵勇 王学东 王 东 王丽芳 魏修建
谢 康 张 宁 张李义 张宽海 张润彤

组 织 支 持 教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会

学 术 支 持 中国信息经济学会电子商务专业委员会

学 术 秘 书 崔 睿

第2版总序

信息化是世界经济和社会发展的必然趋势。近年来,在党中央、国务院的高度重视和正确领导下,中国信息化建设取得了积极进展,信息技术对提升工业技术水平、创新产业形态、推动经济社会发展发挥了重要作用。信息技术已成为经济增长的“倍增器”、发展方式的“转换器”、产业升级的“助推器”。

作为国家信息化领导小组的决策咨询机构,国家信息化专家咨询委员会按照党中央、国务院领导同志的要求,就中国信息化发展中的前瞻性、全局性和战略性的问题进行调查,提出政策建议和咨询意见。信息技术和信息化所具有的知识密集的特点,决定了人力资本将成为国家在信息时代的核心竞争力。因此,大量培养符合中国信息化发展需要的人才,是国家信息化发展的一个紧迫需求,也是中国推动经济发展方式转变,提高在信息时代参与国际竞争比较优势的关键。2006年5月,中国公布《2006—2020年国家信息化发展战略》,提出“提高国民信息技术应用能力,造就信息化人才队伍”是国家信息化推进的重点任务之一,并要求构建以学校教育为基础的信息化人才培养体系。

为了促进上述目标的实现,国家信息化专家咨询委员会致力于通过讲座、论坛、出版等各种方式推动信息化知识的宣传、教育和培训工作。2007年,国家信息化专家咨询委员会联合中华人民共和国教育部、原国务院信息化工作办公室成立了“信息化与信息社会”系列丛书编委会,共同推动“信息化与信息社会”系列丛书的组织编写工作。编写该系列丛书的目的是力图结合中国信息化发展的实际和需求,针对国家信息化人才教育和培养工作,有效梳理信息化的基本概念和知识体系,通过高校教师、信息化专家、学者与政府官员之间的相互交流和借鉴,充实中国信息化实践中的成功案例,进一步完善中国信息化教学的框架体系,提高中国信息化图书的理论和实践水平。毫无疑问,从国家信息化长远发展的角度来看,这是一项具有全局性、前瞻性和基础性的工作,是贯彻落实国家信息化发展战略的一项重要举措,对于推动国家的信息化人才教育和培养工作,加强中国信息化人才队伍的建设具有重要意义。

考虑当时国家信息化人才培养的需求,各个专业和不同教育层次(博士生、硕士生、本科生)的需要,以及教材开发的难度和编写进度时间等问题,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采取了集中全国优秀学者和教师,分期分批出版高质量的信息化教育丛书的方式,结合高校专业课程设置情况,在“十一五”期间,先后组织出版了“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三套本科专业高等学校系列教材,受到高校相关学科专业师生的热烈欢迎,并得到业内专家与教师的一致好评和高度评价。

但是,随着时间的推移和信息技术的快速发展,上述专业的教育面临着持续更新、不

断完善的迫切要求,日新月异的技术发展及应用变迁也不断对新时期的人才队伍建设和人才培养提出新要求。因此,“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个专业教育需以综合的视角和发展的眼光不断对自身进行调整和丰富,已出版的教材内容也需及时进行更新和调整,以满足需求。

这次,高等学校“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三套系列教材的修订是在涵盖第1版主题内容的基础上,进行的更新和调整。我们希望在内容构成上,既保持第1版教材基础的经典内容,又要介绍主流的知识、方法和工具,以及最新的发展趋势,同时增加部分案例或实例,使每一本教材都有明确的定位,分别体现“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个专业领域的特征,并在结合中国信息化发展实际特点的同时,选择性地吸收国际上相关教材的成熟内容。

对于这次三套系列教材(以下简称系列教材)的修订,我们仍提出了基本要求,包括信息化的基本概念一定要准确、清晰,既要符合中国国情,又要与国际接轨;教材内容既要符合本科生课程设置的要求,又要紧跟技术发展的前沿,及时地把新技术、新趋势、新成果反映在教材中;教材还必须体现理论与实践的结合,要注意选取具有中国特色的成功案例和信息技术产品的应用实例,突出案例教学,力求生动活泼,达到帮助学生学以致用目的,等等。

为力争修订教材达到我们一贯秉承的精品要求,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量:首先,在确定每本教材的第一作者的过程中引入了竞争机制,通过广泛征集、自我推荐和网上公示等形式,吸收优秀教师、企业人才和知名专家参与写作;其次,将国家信息化专家咨询委员会有关专家纳入各个专业编委会中,通过召开研讨会和广泛征求意见等多种方式,吸纳国家信息化一线专家、工作者的意见和建议;最后,要求各专业编委会对教材大纲、内容等进行严格的审核,并对每本教材配有一至两位审稿专家。

我们衷心期望,系列教材的修订能对中国信息化相应专业领域的教育发展和教学水平的提高有所裨益,对推动中国信息化的人才培养有所贡献。同时,我们也借系列教材修订出版的机会,向所有为系列教材的组织、构思、写作、审核、编辑和出版等做出贡献的专家学者、教师和工作人员表达我们最真诚的谢意!

应该看到,组织高校教师、专家学者、政府官员及出版部门共同合作,编写尚处于发展动态之中的新兴学科的高等学校教材,有待继续尝试和不断总结经验,也难免会出现这样或那样的缺点和问题。我们衷心希望使用该系列教材的教师和学生能够不吝赐教,帮助我们不断地提高系列教材的质量。

曲作波

2013年11月1日

第1版总序

信息化是世界经济和社会发展的必然趋势。近年来,在党中央、国务院的高度重视和正确领导下,中国信息化建设取得了积极进展,信息技术对提升工业技术水平、创新产业形态、推动经济社会发展发挥了重要作用。信息技术已成为经济增长的“倍增器”、发展方式的“转换器”、产业升级的“助推器”。

作为国家信息化领导小组的决策咨询机构,国家信息化专家咨询委员会一直在按照党中央、国务院领导同志的要求就信息化前瞻性、全局性和战略性的问题进行调查研究,提出政策建议和咨询意见。信息技术和信息化所具有的知识密集的特点,决定了人力资本将成为国家在信息时代的核心竞争力。因此,大量培养符合中国信息化发展需要的人才已成为国家信息化发展的一个紧迫需求,成为中国应对当前严峻经济形势,推动经济发展方式转变,提高在信息时代参与国际竞争比较优势的关键。2006年5月,中国公布《2006—2020年国家信息化发展战略》,提出“提高国民信息技术应用能力,造就信息化人才队伍”是国家信息化推进的重点任务之一,并要求构建以学校教育为基础的信息化人才培养体系。

为了促进上述目标的实现,国家信息化专家咨询委员会一直致力于通过讲座、论坛、出版等各种方式推动信息化知识的宣传、教育和培训工作。2007年,国家信息化专家咨询委员会联合中华人民共和国教育部、原国务院信息化工作办公室成立了“信息化与信息社会”系列丛书编委会,共同推动“信息化与信息社会”系列丛书的组织编写工作。编写该系列丛书的目的,是力图结合中国信息化发展的实际和需求,针对国家信息化人才教育和培养工作,有效梳理信息化的基本概念和知识体系,通过高校教师、信息化专家、学者与政府官员之间的相互交流和借鉴,充实中国信息化实践中的成功案例,进一步完善中国信息化教学的框架体系,提高中国信息化图书的理论和实践水平。毫无疑问,从国家信息化长远发展的角度来看,这是一项具有全局性、前瞻性和基础性的工作,是贯彻落实国家信息化发展战略的一项重要举措,对于推动国家的信息化人才教育和培养工作,加强中国信息化人才队伍的建设具有重要意义。

考虑当前国家信息化人才培养的需求、各个专业和不同教育层次(博士生、硕士生、本科生)的需要,以及教材开发的难度和编写进度时间等问题,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采取了集中全国优秀学者和教师、分期分批出版高质量的信息化教育丛书的方式,根据当前高校专业课程设置情况,先开发“信息管理与信息系统”、“电子商务”、“信息安全”三个本科专业高等学校系列教材,随后再根据中国信息化和高等学校相关专业发展的情况陆续开发其他专业和类别的图书。

对于新编的三套系列教材(以下简称系列教材),我们寄予了很大希望,也提出了基本要求,包括信息化的基本概念一定要准确、清晰,既要符合中国国情,又要与国际接轨;教材内容既要符合本科生课程设置的要求,又要紧跟技术发展的前沿,及时地把新技术、新趋势、新成果反映在教材中;教材还必须体现理论与实践的结合,要注意选取具有中国特色的成功案例和信息技术产品的应用实例,突出案例教学,力求生动活泼,达到帮助学生学以致用目的,等等。

为力争出版一批精品教材,“信息化与信息社会”系列丛书编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量。首先,在确定每本教材的第一作者的过程中引入了竞争机制,通过广泛征集、自我推荐和网上公示等形式,吸收优秀教师、企业人才和知名专家参与写作;其次,将国家信息化专家咨询委员会有关专家纳入各个专业编委会中,通过召开研讨会和广泛征求意见等多种方式,吸纳国家信息化一线专家、工作者的意见和建议;最后,要求各专业编委会对教材大纲、内容等进行严格的审核,并对每一本教材配有一至两位审稿专家。

如今,我们很高兴地看到,在中华人民共和国教育部和原国务院信息化工作办公室的支持下,通过许多高校教师、专家学者及电子工业出版社相关工作人员的辛勤努力和付出,“信息化与信息社会”系列丛书中的三套系列教材即将陆续和读者见面。

我们衷心期望,系列教材的出版和使用能对中国信息化相应专业领域的教育发展和教学水平的提高有所裨益,对推动中国信息化的人才培养有所贡献。同时,我们也借系列教材开始陆续出版的机会,向所有为系列教材的组织、构思、写作、审核、编辑、出版等做出贡献的专家学者、教师和工作人员表达最真诚的谢意!

应该看到,组织高校教师、专家学者、政府官员及出版部门共同合作,编写尚处于发展动态之中的新兴学科的高等学校教材,还是一个初步的尝试。其中,固然有许多的经验可以总结,也难免会出现缺点和问题。我们衷心地希望使用系列教材的教师和学生能够不吝赐教,帮助我们不断地提高系列教材的质量。

曲作波

2008年12月15日

第2版序言

“十一五”期间,由国家信息化专家咨询委员会牵头,教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组织众多电子商务专业领域著名专家和教师参与开发了由电子工业出版社出版的“高等学校电子商务专业系列教材”,在体系设计上较全面地覆盖了新时期电子商务专业教育的各个知识层面,既包括从宏观视角上对信息化大环境下电子商务相关知识的综合介绍,也包括对电子商务应用发展前沿的深入剖析,同时也提供了对电子商务系统建设各项核心任务的系统讲解。此外还对一些重要的电子商务应用形式进行了重点讨论。因此,该系列教材面市后,受到高等学校电子商务学科专业以及相关专业师生的热烈欢迎,并得到业内专家和教师的一致好评和高度评价,被誉为该学科专业教材中的精品系列。之后该系列教材中不断有教材陆续被教育部评为“国家精品教材”。

但是,随着信息技术的快速发展,电子商务应用的不断推广,电子商务的理论研究不断深入以及电子商务教学的不断改革,特别是电子商务本科已由二级学科提升为一级学科等的变化,使电子商务专业教育面临着加快更新、不断完善的迫切要求,其日新月异的技术发展及应用变迁也不断对新时期电子商务建设和人才培养提出新的要求。为此,电子商务专业教育需以综合的视角和发展的眼光不断对自身进行调整和丰富,已出版的教材内容也需及时进行更新和调整,以满足需求。高等学校电子商务专业系列教材编委会在国家信息化专家咨询委员会的领导下,继续负责组织这次对“高等学校电子商务专业系列教材”的修订工作。

第2版高等学校电子商务专业系列教材的修订框架基本涵盖第1版的主题内容。所修订教材符合教育部关于高等学校电子商务类专业本科生的培养目标,且每本教材定位明确,充分体现了“电子商务”的领域特征,并同时处理好与其他一些学科的关系。根据原编写教材的知识领域,确定了调整的知识单元及知识点,并以此为基础进行了教材的相关调整和充实。

第2版高等学校电子商务专业系列教材的内容调整在体系构成上既保持了基础的经典内容,又加强了主流的知识、方法和工具,以及最新发展趋势,特别把握了领域知识上的“基础、主流与发展”的关系;并尽量与当前社会的实践相联系,注意反映技术进步和观念更新,同时增加部分案例或实例。在结合中国实际特点的同时,又注重吸收国际上相关教材的成熟内容;统一教材中的名词、术语解释,并与国际接轨;在难度上维持适中,以符合多数高等学校电子商务相关专业的培养要求。

我们希望,通过对高等学校电子商务专业系列教材的修订,使得该套教材能够成为教育部“普通高等教育国家级规划教材”和精品教材,成为高等学校电子商务类专业学生循序渐进了解和掌握专业知识不可或缺的引导书,成为电子商务新环境下从业人员及管理者的有益参考资料。

高等学校电子商务专业系列教材编委会

李 琪

2013 年 12 月 12 日

第1版序言

电子商务作为新的先进的生产力,正以其无比强大的生命力推动着人类历史上继农业革命、工业革命之后的商业革命——第三次产业革命。它直接作用于商贸流通,间接作用于生产、科研和创新。

对于工农业生产的原材料采购、产成品销售、企业的市场营销和商业零售业、国际贸易等经济活动,电子商务正从微观到中观和宏观对企业、行业、区域的经济的发展产生着巨大的影响和作用;对于人们的日常生活消费,电子商务正逐步地、越来越大和越来越深刻地改变着人们的消费观念、消费习惯和消费方式,在为人们带来显著的经济利益的同时带来安逸的精神享受;对于国家和社会,电子商务对社会效率的发挥、资源的优化配置和再利用、再分配发挥着日益强大的作用,当天灾人祸来临时,它能以最快的速度调配资金和物资,在金融风暴和经济危机到来时,它能以电子速度为政府、企业和个人进行有限资源的调集和重组。

伴随以互联网为主的电子信息技术的进一步发展和信息产品(三网合一、3G手机等)的广泛使用,电子商务更呈现出泛在性、虚拟性、个人性、社会性和数据海量性等新特征,电子商务的应用和研究犹如东方日出,其前景充满了朝气和阳光。

显然,加快电子商务的发展已经成为很多国家,也是中国的一项重要政策。这就对中国培养高素质的创新型电子商务人才提出了迫切的要求。到2008年年底,教育部已经批准了300多所本科院校和800多所高职高专学校开设电子商务专业;在校学生人数已经达到30多万,每年毕业生人数达到8万多。

但正如其他新生事物的发展一样,随着网络与电子商务经济理论的研究不断深入,电子商务法规政策的纷纷出台,企业现代化管理水平的不断提高,电子商务创新模式的不断涌现,使得电子商务专业的建设也在变化之中,有关电子商务专业的定义仍在不断充实、完善之中。

2005年,教育部启动的“全国高校电子商务专业人才培养模式研究”项目中对电子商务专业的定义是:电子商务专业是现代经济学、管理学和工学(以信息技术为主)融合形成的综合性、复合型学科,电子商务专业培养的是适应现代社会需要的复合型人才,电子商务专业的建设和发展必须要求得到经济学、管理学和工学等学科的合力支撑。

2008年,“全国高等学校电子商务本科专业知识体系”(教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会编写)中将中国现阶段电子商务本科专业的培养目标定义为:“面向世界、面向未来、面向现代化”,为国家培养德、智、体、美、劳全面发展的具备现代经济、管理理论和信息技术等多种知识和电子商务综合技能的,能从事网络环境中企业、事业和社会的

商贸购销、商务管理或商务技术支持等现代化商务实践、研究和教学等工作的复合型、专门化人才。目前，中国电子商务本科专业的两大基本方向为：电子商务经济管理类方向和电子商务工程类方向。它们分别在经济管理知识与技能体系和信息技术知识与技能体系方面有所侧重。

电子商务专业教育涉及通识教育、综合教育、专业教育三大部分。专业教育按知识层面划分，包括专业基础知识和专业知识两个层次；按教学内容划分，包括课堂教学和实践教学两个方面；从教学计划角度考虑，包括知识体系和课程体系两方面的组织；从学科要求角度考虑，包括知识体系、能力体系和素质体系。

而这种专业教育和相应技术内容最直接地体现在相应的教材上。为此，国家信息化专家咨询委员会与教育部电子商务专业教学指导委员会联合组织了本系列教材（高等学校电子商务专业系列教材），以奉献出一批符合国家电子商务发展方向和有利“提高国民信息技术应用能力，造就信息化人才队伍”的优秀教材，充实电子商务教育市场。

本系列教材在内容编排上努力将理论与实际相结合，尽可能反映电子商务的最新发展，以及国际上对电子商务的最新释义；在内容表达上力求由浅入深、通俗易懂；在知识体系划分上严格按照教育部电子商务专业教学指导委员会最新知识体系，具体如下：

知识领域名称	知识领域标记	备 注
电子商务综合	ECG	理论、政策、法规等
电子商务经济	ECE	经济类相关学科
电子商务管理	ECM	管理类相关学科
电子商务技术	ECT	信息技术类相关学科

其编写的内容主要包括：电子商务导论、电子商务管理、电子商务法学教程、电子商务网站建设、网络经济学、网络营销、网络金融、网络财务、电子支付与清算、电子商务物流概论、电子商务系统建设与管理、电子商务安全、电子商务案例分析教程、移动商务、电子商务服务及其应用、电子商务项目策划与管理、网上创业、客户关系管理和服务科学概论等，共19本。其中，《电子商务导论》（李琪主编）、《电子商务物流概论》（魏修建主编）作为2008年“信息化与信息社会”系列丛书编委会重点扶持的教材。

本系列教材突出了“准确把握理论、理论联系实际、优选典型案例、把握发展前沿、启发读者思维、编写科学合理”的特色：对基本概念、基本知识、基本理论给予准确的表述，树立严谨求是的学术作风，注意与国内外的对应及对相关概念、术语的正确理解和表达；从实践到理论，再从理论到实践，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对电子商务有全面和深入的理解和掌握；精选国内外典型案例，支撑相关的理论与实践，使读者能够从具体案例中深入浅出地了解、认识更多的电子商务的应用及其相关问题；对电子商务的理论、研究、技术、实践等多方面的发展状况给出发展前沿和趋势介绍，拓展读者的视野；在理论和实践两方面以启发读者学习、专业研究、创新为导

向,为读者提供发散思维的空间和精确思考的焦点问题;本系列教材在内容逻辑和形式体例上力求科学、合理、严密和完整,使之系统化和实用化。

自系列教材编写工作启动以来,在国家信息化专家咨询委员会的指导和关怀下,在电子工业出版社和我们的共同努力下,在本系列教材各位主编、副主编和全体参编人员的辛勤劳动下,在各位专家、许多高校教师和研究生及朋友们的关心、帮助下,终于陆续面世了。在此,我们对以上各位领导、专家、老师、同学和朋友们表示最衷心的感谢!

我们深知,虽然我们对本系列教材的组织和编写尽了最大努力,但离我们的目标仍然有较大的差距,衷心希望各位读者不吝赐教,使我们能在今后的再版工作中不断改进,使系列教材越编越好!

高等学校电子商务专业系列教材
编委会
2009年6月25日

第2版前言

《电子商务案例分析教程》第一版得到了广大读者的认同和偏爱,但五年多来,电子商务的发展变化巨大,尤其是在目前我国“互联网+行动计划”的推动下,电子商务的发展将会面临更多的机遇和更创新的应用模式。基于此,我们在广泛接受读者的反馈和建议的基础上,对本书进行了修订和完善,将互联网的最主流应用和电子商务的最新发展,通过最新的案例分析,理解电子商务模式的内涵,提高电子商务项目策划和运营的能力,掌握电子商务应用的技巧。相比第一版,本书将有一些新的变化。

□新版增加或修改的内容

对电子商务模式进行了重新分类

随着互联网的迅速发展和商务应用的进一步扩展,企业电子商务模式也更加多样化。本书基于互联网商务应用的主流模式,将电子商务模式分为搜索引擎、网络门户、网络经纪、网络销售、网上支付、互联网金融、网络聚合、网络社区、网络娱乐、移动商务等10种模式,相应的,电子商务案例的选择也按照这10种模式进行分类。与第一版中的电子商务模式分类相比,明显的变化在于:

- (1)将网上商店、网络直销、网络营销统一为网络销售,强调了电子商务的渠道功能;
- (2)不再将网络广告作为一种电子商务模式,而将其作为各种电子商务模式的一种典型的应用,尤其是门户网站的网络广告功能,因此,增加了网络门户模式;
- (3)不再将用户贡献、网络分类信息作为单独的电子商务模式,而是将其应用归并如网络聚会、网络娱乐等模式;
- (4)根据互联网应用的最新应用,增加互联网金融模式,将网络游戏扩展为网络娱乐模式,并将无线服务模式扩展为移动商务模式,强调社会化网络媒体和移动互联网在电子商务中的应用。

优化了电子商务案例分析模型

电子商务案例分析模型是本书编写电子商务案例的基础,也是希望读者能够掌握的电子商务案例分析的基本方法,以提高读者策划、运营电子商务项目和运用电子商务的能力。在本书修订过程中,我们对电子商务案例分析模型中的盈利模式、技术模式和经营模式进行了优化,更加考虑了电子商务运营的实际情况。

更新了电子商务案例

由于电子商务的发展速度惊人,因此,电子商务案例具有明显的时效性。本书此次修

订,不仅更换了大量目前主流的电子商务案例,更新了保留案例的最新数据和发展模式,而且进一步明晰了案例的选择思路。本书对于每一种电子商务模式都按照其主流运营模式分类,选择了国内外的典型案例进行分析。

□基于师生互动的教学

因为本书对每一个精选的案例都进行了系统的分析,所以有不少读者将本书作为电子商务案例分析等课程的教材时,处理不好就会照本宣科,我们一直在通过各种渠道与使用本教材的教师交流本教材的使用技巧。确实,有必要在这里和大家交流一下基于本教材的电子商务案例分析课程的教学模式。在课堂教学中,建议采取基于师生互动的教学模式。

电子商务模式阐释

讲授本书第一章内容时,使学生在理解电子商务案例分析模型的基础上,对每一类电子商务模式都有所了解。教师首先要对其定义、分类、特征和电子商务应用等基本问题进行系统讲解,以加深学生对该类电子商务模式的理解和认识。

电子商务案例示范

在阐释电子商务模式内涵的基础上,教师要选择教材中的部分典型案例,按照电子商务案例分析模型进行典型案例示范讲解,重点分析其五大模式,使学生掌握案例分析的方法和视角,加深对电子商务模式和电子商务应用的理解,达到举一反三的效果。

电子商务模式阐释和电子商务案例示范部分的讲解可以由任课教师制作成微课程视频,上传至网络学习空间,由学生在上课前学习。

师生课堂互动研讨

在教师示范性讲授的基础上,将学生分成若干讨论组,把教材中每一种电子商务模式中的剩余案例,提前分配给各组学生,学生在课后认真阅读案例并通过互联网等途径了解案例的最新发展。在此基础上,由教师在课堂上组织小组讨论,对案例做出五大模式的结论,然后,每个小组选一名代表讲述分析结论和对策建议,其他小组可就其结论、建议进行提问,通过小组间的互相探讨、启发,逐步达到大体一致的认识、意见或结论,教师也可以根据情况做必要的小结。讨论课后,要求各组学生写出案例分析书面报告,以培养和提高学生的综合案例分析能力、总结能力和书面表达能力。

□基于互联网和团队的练习

当前,互联网已经成为一种重要的学习途径,而且团队学习与分享已经成为学习型组织中重要的一种工作模式。我们在每一章的结尾处,都设计了一种基于互联网和团队的练习,让学生探索和利用互联网获得有用的资源,使学生不仅在大学学习中完成团队项目,而且为其在工作的职业生涯中完成大量的团队工作奠定基础。这种基于互联网和团队的练习要持续整个学习过程,主要有以下几方面的工作。

组建团队

在校学生开始学习基于本教材的电子商务案例分析课程时,要在教师的指导下进行分组,每组以5~7人为宜,可以以同宿舍为一组,也可以自由组合,每位成员轮流担任组长,并组织本团队成员完成特定的练习任务。

团队实践

各团队就各章结尾处给出的练习任务、教师提出的命题或者自行选择的案例,在组长的组织下,分工协作完成任务的工作方案制定、资料收集、案例调研、分析整理、归纳总结等工作,运用本书设计的电子商务案例分析模型,撰写总结分析报告或编写案例分析报告。在这一阶段的工作中,要充分利用互联网来收集资料、熟悉案例甚至亲自体验,以培养学生组织信息、发现问题、分析问题的能力,使学生真正领略到电子商务丰富的知识与规律,从而提高其适应社会和终生学习的能力。

讨论分享

团队工作成果在成员间和团队之间的讨论和分享,是增强团队工作成果价值,进一步提高团队成员学习实践效果的重要途径。各团队每一次练习的成果可以通过以下3种渠道进行讨论和分享。

(1)创建电子商务案例讨论群组。任课教师可以在微信、微博、社区等平台或者校内网络教学平台,创建电子商务案例分析课程讨论群组,学生可以在该讨论组中,就每一次的练习发起讨论话题,将本组完成的总结分析报告予以发布,供师生讨论分享。

(2)建立电子商务案例分析课程教学博客。任课教师也可以建立电子商务案例分析课程教学博客,也可以要求每一位学生都注册开通博客,将自己撰写的案例分析报告和总结分析报告在博客中及时发布,通过与教师或同学的交流和讨论对案例做进一步的修改与完善,供大家学习与研究。

(3)注册电子商务案例分析网络课程。不少高校在校园网开通了网络课堂或网络教室等网络学习空间,任课教师可以将本课程注册为这些平台上的网络课程,建设立体化的课程资源,进行互动教学。教师可以在此平台上布置练习或作业,学生可以将练习成果发布在平台上供共享和讨论。

演示答辩

对于经过修改完善的案例,各组学生可以选择一个自己满意的案例,利用Powerpoint、Flash等手段制作成电子版的案例,通过课堂演示或者网上演示,由老师组织现场答辩或网上答辩,实现案例的进一步交流共享。

□基于网上创业的学习

创业精神在全球经济领域正在起着越来越重要的作用,“大众创业,万众创新”已经成为重要的国家战略,创业教育与实践已经成为当前高等教育乃至全社会青年教育的重要内

容,选择将创业者作为自己职业的学生也越来越多,而“互联网+创业”也越来越成为主流的创业模式之一。本书所分析的10种电子商务模式都可以作为基于互联网创业的平台或条件,从而帮助创业者发现互联网商机并且成功创业。因此,在本书各章的结尾处,我们提供了一个关于网上创业的单元,提示利用某一种电子商务模式进行创业或获得商机的要点,鼓励学习者尝试网上创业。

□基于综合能力的考核

电子商务发展过程中,总是实践应用先于理论创新,而电子商务案例分析课程重在电子商务实践和应用的分析和提炼,不在于系统掌握电子商务理论知识。因此,我们不提倡采取开卷或闭卷考试的考核形式,在2个小时左右的考试时间中,一份试卷难以全面考查学生对电子商务应用的综合分析和判断能力。我们建议本课程采取综合考核方法,以全面考查学生对电子商务模式的理解和综合分析能力、学习能力。考核内容至少可以包括三个部分:一是学生在基于互联网和团队练习中自己编写案例和撰写分析报告的能力;二是学生在课堂互动研讨中的表现和演示答辩的水平;三是学生利用数字化学习资源平台发布、讨论、分享团队工作成果的情况。在实际操作过程中,教师要根据实际情况设计包括各部分考核所占分值、具体要求、评价标准等详细内容的考核方案,并在课程开始讲授时告知学生。

□作者及致谢

本书是河南财经政法大学现代服务业协同创新中心和河南工业大学电子商务研究所的联合研究团队承担的河南省“十二五”普通高等教育规划教材,由雷兵、司林胜担任主编。第1章由司林胜编写;第2章由韩涛编写;第3章由韩江编写;第4章由钟镇编写;第5章由李震编写;第6章由潘勇编写;第7章由李朝阳、杜晓曦编写;第8章由张晓东编写;第9章由石静娜编写;第10章由杜晓曦、李朝阳编写;第11章由杨风雷编写。司林胜、雷兵承担了全书的总撰、统稿和润色任务;韩江负责教材微课的制作。

本书由教育部电子商务专业教学指导委员会副主任,西安交通大学博士生导师李琪教授担任主审;电子工业出版社刘宪兰、石会敏女士始终关注和指导着我们,保证了本书顺利出版;我们的家人给予了充分的理解和支持;我们在编写中参考了国内外大量有关文献,检索了众多网站的资料;不少读者对本书第一版给予了充分的肯定,也提出了许多中肯的批评和建议。对这些,我们表示诚挚的谢意。

《电子商务案例分析教程》编写组

2015年8月1日