

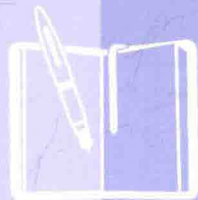


电子商务专业“理实一体化”系列教材

# 电子商务企业文化

DIANZI SHANGNWU QIYE WENHUA

邓卓建 主编 英俊 副主编 邓筱玲 主审





CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS

# 电子商务企业文化

DIANJI SHANGWU QIYE WENHUA

作者：张明 编著 出版：中国石化出版社 2008年11月



目





电子商务专业“理实一体化”系列教材

# 电子商务企业文化

DIANZI SHAGNWU QIYE WENHUA

邓卓建 主编 英俊 副主编 邓筱玲 主审



暨南大学出版社  
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务企业文化/邓卓建主编;英俊副主编. —广州:暨南大学出版社, 2015. 9  
(电子商务专业“理实一体化”系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1595 - 8

I. ①电… II. ①邓…②英… III. ①电子商务—商业企业—企业文化 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 193304 号

出版发行:暨南大学出版社

---

地 址:中国广州暨南大学

电 话:总编室(8620) 85221601

营销部(8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真:(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编:510630

网 址:<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

---

排 版:广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷:佛山市浩文彩色印刷有限公司

---

开 本:787mm × 1092mm 1/16

印 张:5.75

字 数:132 千

版 次:2015 年 9 月第 1 版

印 次:2015 年 9 月第 1 次

---

定 价:18.00 元

---

(暨大版图书如有印装质量问题,请与出版社总编室联系调换)

# 前言

《电子商务企业文化》一书是中等职业学校电子商务专业人才培养中不可缺少的教材。它针对现在电商发展的趋势，紧跟时代发展的特点，结合电商人才就业、创业过程中所遇到的困惑和问题，提出了一系列的措施和方案，特别适合技能型人才培养的需要。它全面介绍了电子商务团队建设的相关知识，提出了电商的文化特点和发展方向，归纳了电商企业发展的重要因素：团队、沟通、创造力和激励机制等，是中职学校培养电商人才的好教材。

本教材是我校电子商务企业文化编写团队集体努力工作的成果，由邓卓建、邓筱玲、蒲鼎新、冷亚伟、郑晓鹏、曾淑文、詹益生、林丽清、孔伟萍、吴浩、陈晓燕、英俊共同主持编写工作。具体编写分工：邓卓建、郑晓鹏负责第一章的编写，曾淑文、陈晓燕负责第二章的编写，詹益生负责第三章的编写，林丽清、吴浩负责第四章的编写，孔伟萍负责第五章的编写，蒲鼎新、冷亚伟、郑晓鹏负责整本书的材料的提供，英俊负责整本教材的视频和相片的拍摄，邓筱玲对全书进行统稿和审读。

教材内容理论联系实际、图文并茂、深入浅出，教材编写过程中，亚洲陶瓷有限公司、家商城有限公司、莱司依服饰（网络科技）有限公司对本书的编写工作给予大力支持并提出了宝贵的意见，充分体现了校企合作、工学结合、理实一体化，任务引领和项目课程等当今最新课改成果的核心思想。本书可作为中等职业学校电子商务及相关专业学生学习网店运营课程的教材，也可作为社会网店运营培训的教材，还可供网络创业者阅读参考。本书还得到中山大学教师纳赛尔的指导，在此一并表示衷心感谢！

编 者

2015年7月15日

# 目 录

|                    |    |
|--------------------|----|
| 前 言 .....          | 1  |
| 第一章 电商企业文化 .....   | 1  |
| 一、情景剧场 .....       | 1  |
| 二、教学任务 .....       | 2  |
| 三、电商小知识 .....      | 2  |
| 四、经典案例 .....       | 9  |
| 五、拓展游戏 .....       | 12 |
| 六、电商企业文化 .....     | 15 |
| 七、电商企业文化训练计划 ..... | 16 |
| 【思考与训练】 .....      | 17 |
| 第二章 团队建设 .....     | 20 |
| 一、情景剧场 .....       | 20 |
| 二、教学任务 .....       | 23 |
| 三、电商小知识 .....      | 23 |
| 四、经典案例 .....       | 28 |
| 五、拓展游戏 .....       | 30 |
| 六、团队文化 .....       | 32 |
| 七、团队训练计划 .....     | 33 |
| 【思考与训练】 .....      | 34 |
| 第三章 沟 通 .....      | 36 |
| 一、情景剧场 .....       | 36 |
| 二、教学任务 .....       | 37 |
| 三、沟通小知识 .....      | 37 |
| 四、经典案例 .....       | 44 |
| 五、拓展小游戏 .....      | 47 |
| 六、沟通文化 .....       | 50 |
| 七、电商企业文化训练计划 ..... | 51 |
| 【思考与训练】 .....      | 51 |



|                    |    |
|--------------------|----|
| 第四章 激励 .....       | 54 |
| 一、情景剧场 .....       | 54 |
| 二、教学任务 .....       | 55 |
| 三、激励小知识 .....      | 55 |
| 四、经典案例 .....       | 58 |
| 五、拓展小游戏 .....      | 62 |
| 六、激励文化 .....       | 64 |
| 七、电商企业文化训练计划 ..... | 66 |
| 【思考与训练】 .....      | 67 |
| 第五章 创新 .....       | 69 |
| 一、情景剧场 .....       | 69 |
| 二、教学任务 .....       | 70 |
| 三、创新小知识 .....      | 71 |
| 四、经典案例 .....       | 75 |
| 五、拓展游戏 .....       | 76 |
| 六、创新文化 .....       | 82 |
| 七、电商创新训练计划 .....   | 83 |
| 【思考与训练】 .....      | 83 |
| 参考文献 .....         | 86 |

# 第一章 电商企业文化

## 一、情景剧场

1. (一学生初进电商专业的迷惑) 有个 2013 级的同学被某职业技术学校录取, 读的是电子商务专业, 他提出了自己的迷惑: “老师, 电子商务专业是不是玩电脑的? 我中考没考好, 父母让我读这个专业, 是因为我平时喜欢打电脑游戏。”

思考: 电子商务专业是学什么的呢? 什么叫电子商务?





2. 电子商务专业的一个学生干部在执勤，老师表扬他工作认真、主动。这个学生干部嘿嘿坏笑，对老师说：“老师，实话告诉你，执勤是因为我不想坐在教室里发呆，晚修课没事干，坐在教室太无聊。电子商务专业课后没作业，闲得发慌。”

思考：电子商务专业不用做作业？

## 二、教学任务

| 序号 | 课时数 | 教学任务（共三次课）                           |
|----|-----|--------------------------------------|
| 1  | 2   | 懂得电商的含义，知道电商的基本理论。提升团队士气，树立勇争第一的良好习惯 |
| 2  | 2   | 爱上电商专业，树立专业意识。让学生知道电商企业的企业文化核心       |
| 3  | 2   | 学好专业知识，设计自身的发展目标。就读电子商务专业，就是电商职场的第一步 |

## 三、电商小知识

### （一）什么叫电子商务

电子商务（Electronic Commerce），简称“电商”，是指用电子方式来进行商贸活动。电子商务利用多种电子通信方式，进行各种商贸活动，买卖双方可以不谋面。现在人们所探讨的电子商务主要是通过 EDI（Electronic Data Interchange，电子数据交换）和 Internet 来完成的。尤其是随着 Internet 技术的日益成熟，电子商务真正的发展将是建立在 Internet 技术上的，所以也有人把电子商务简称为 IC（Internet Commerce）。

### 家商城 网站介绍

家商城 (www.gq168.com) 是一个集商品展示、交易、物流、支付、售后于一体的综合性电子商务平台。平台采用先进的 B2C 模式，为用户提供优质的购物体验。平台商品种类丰富，涵盖服装、鞋帽、家居、数码、食品等多个领域。平台采用先进的物流体系，确保商品快速送达。平台采用先进的支付体系，确保交易安全。平台采用完善的售后服务体系，确保用户满意。

### 家商城 核心价值

**使命：**  
通过互联网的便利，帮助消费者购买和使用物美价廉的产品，提高他们的生活品质。

**价值观：**

1. 把消费者利益放在第一位
2. 做正确的事，不做容易的事
3. 脚踏实地，更重视的是做到

### 家商城 用人标准

```

    graph TD
      A[认真学习] --> B[勇于创新]
      B --> C[坚持不懈]
      C --> D[成功]
  
```

### 家商城 主营业务

**DCSS**  
国内第一家获得军需认证的民用品牌

DCSS 是一家专业从事军需认证的民用品牌，其产品广泛应用于军需领域。DCSS 的产品具有高品质、高性能、高可靠性的特点，能够满足军需领域的严格要求。DCSS 的产品已经通过了军需认证，获得了军需领域的认可。

**RELLECIGA**  
第一个参加美国纽约时代广场广告展示的中国品牌

RELLECIGA 是一个参加美国纽约时代广场广告展示的中国品牌。RELLECIGA 的产品具有高品质、高性能、高可靠性的特点，能够满足军需领域的严格要求。RELLECIGA 的产品已经通过了军需认证，获得了军需领域的认可。

### 德拓传媒 企业简介

德拓传媒 (www.dttv.com) 是一家专业从事电视广告、网络广告、户外广告、平面广告、活动策划、品牌推广、企业形象设计、品牌定位、市场调研、数据分析、效果评估、售后服务于一体的综合性广告公司。公司采用先进的广告体系，确保广告效果。公司采用完善的售后服务体系，确保用户满意。

## (二) 电商的发展情况

20 世纪 70 年代，EDI 出现并用于商务活动中，电子商务雏形产生。至 20 世纪 90 年代，由于国际互联网 (Internet) 的迅猛发展，电子商务得到快速发展并日渐成熟。

纵观全球电子商务市场，各地区的发展并不平衡，呈现出美国、欧盟、亚洲“三足鼎立”的局面。美国是世界上最早发展电子商务的国家，同时也是电子商务发展最为成熟的国家，一直引领着全球电子商务的发展。欧盟电子商务的起步较美国晚，但发展速度快，成为全球电子商务较为领先的地区。亚洲作为电子商务发展的新秀，市场潜力较大，但近年来的发展速度和所占份额并不理想，是全球电子商务的持续发展地区。

## (三) 中国电商发展前景

### 1. 中国电子商务发展经历的三个阶段：

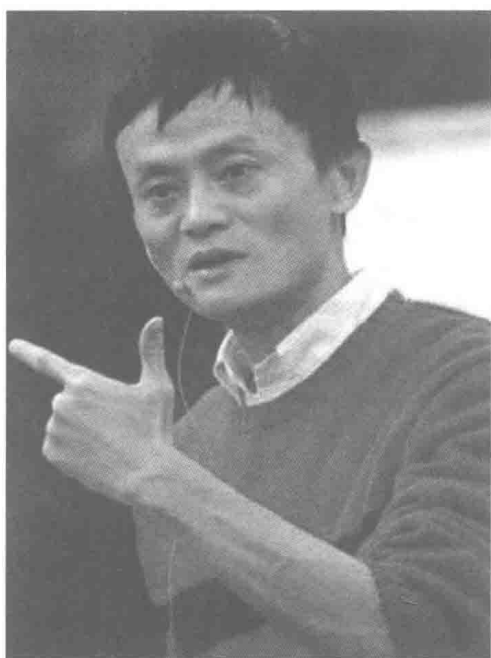
(1) 1999—2002 年萌芽阶段：在这个阶段，中国的网民数量和今天相比实在是少得可怜，2000 年年中公布的统计数据显示，中国网民仅 1 000 万。而且在这个阶段，网民的网络生活方式还仅仅停留于电子邮件和新闻浏览的阶段。网民和市场尚未成熟。

(2) 2003—2006 年高速增长阶段：当当、卓越、阿里巴巴、淘宝，这几个响当当的名字成了互联网江湖里的热点。这个阶段对电子商务来说最大的变化有三个：首先，大批的网民逐步接受了网络购物的生活方式，且规模高速扩张。其次，众多的中小型企业从 B2B 电子商务中获得了订单，获得了销售机会，“网商”的概念深入商家之心。最后，电子商务基础环境不断成熟，物流、支付、诚信瓶颈得到基本解决，在 B2B/B2C/C2C 领域里，都有不少的网络商家迅速成长，积累了大量的电子商务运营经验和资金。

(3) 2007—2010 年电子商务纵深发展阶段：这个阶段最明显的特征就是电子商务已经不仅仅是互联网企业的天下。阿里巴巴、网盛的上市标志着 B2B 领域的发展步入



了规范、稳步发展的阶段；淘宝的战略调整和百度的试水意味着 C2C 市场将在高速发展的同时不断地优化和细分市场。



2007—2010 年，中国电子商务的发展达到新的高度，虽然并未颠覆人们的生活习惯，但我们可以看到一个现实社会与虚拟社会不断融合发展的新时代。

## 2. 未来中国电子商务发展情况：

我们可以预言，由传统企业延伸而来的电子商务公司和在互联网中成长起来的中小网商将会是未来中国电子商务发展的核心力量。

(1) 对于 B2B 电子商务平台来说，承载其盈利模式的 90% 以上都是中小型企业。随着 B2B 领域的竞争格局暂时趋于稳定，其规模扩张将会降温，取而代之的是结构优化和业务深挖。

(2) 在 C2C 领域，随着 B2C 的进一步发展以及市场管理的日益规范，纯 C2C 交易规模的增长速度也会放缓。

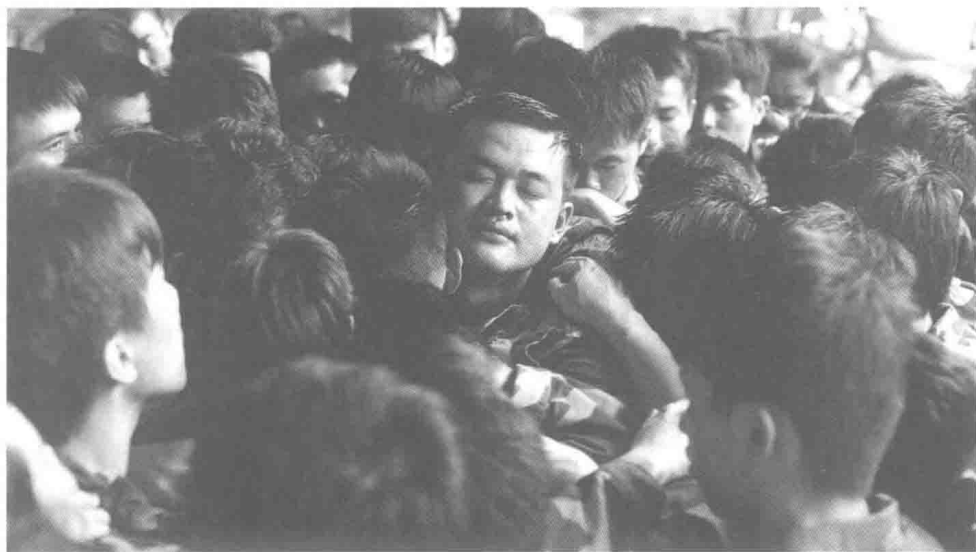
(3) 在 B2C 领域，随着传统企业的资金涌入，会获得高速发展。而且，拥有独立品牌、优势货源、良好口碑、服务完善的各行业 B2C 商家会为整个电子商务领域带来前所未有的、百花齐放的盛况。

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业”“绿色产业”之称，具有“三高”“三新”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值；“三新”是指新技术、新业态、新方式。人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值链的概括。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。



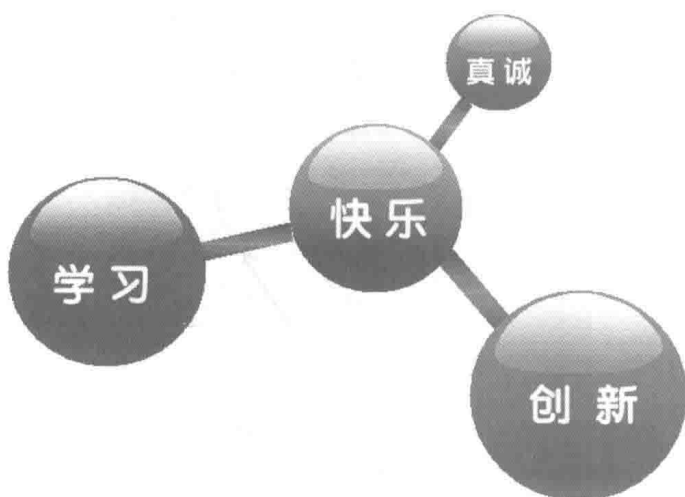
#### （四）什么叫电商企业文化

电商企业文化是指电子商务企业面对所处的现实环境，在长期的生产经营活动中，逐步形成的电商企业全体员工所接受和认同的、信守的、为争取事业成功的一套潜在规则。它能展示出企业的管理理念以及企业通过管理要达到的目标。电商企业文化，也可以理解为一个企业中的各个部门所共同拥有的那些价值观念和经营实践，是电商企业创造的具有自身特点的物质文化和精神文化。





这里我们以网龙企业的企业文化为例进行说明。“快乐、学习、创新、真诚”是网龙企业文化的DNA，面对新的发展机遇，网龙秉持“人才发展”和“给顾客快乐体验”两大战略目标，不断探索创新，用快乐颠覆生活，打造员工、用户和合作伙伴共同分享的梦想天地。



### （五）电商企业文化的特征

#### 1. 领先性。

电商企业是现今行业发展中的新兴行业，统领着社会发展的潮流。其企业文化也是社会各行各业中具有年轻性和创新性的，在一定的层面上，代表一个社会发展的方向。

#### 2. 独特性。

电商企业文化不同于其他行业的文化，它是由电商企业发展历史沉淀下来的独特的文化，具有鲜明的个性和特色，是由电商企业独特的生产经营管理特点、企业的发展方向、发展目标、企业员工素质以及内外环境不同所决定的。



### 3. 人本性。

电商企业文化是一种体现人文主义、以人为本的文化，它强调企业的精神和文化。其在理解人、尊重人、关心人的基础上，强调团队的作用，它注重人的选择、创新、个性，突出理想、道德、价值观、行为规范在企业管理中的核心作用，它注重人的全面发展，用愿景鼓舞人，用精神凝聚人，用机制激励人，用环境培育人。





#### 4. 团队性。

有人说,电商企业文化,就是英雄加团队的文化。当今电商企业的发展,靠单打独斗已经难以适应形势发展的要求,必须靠团队的力量,来共同完成同一项使命。

### (六) 创建电商企业文化的意义

#### 1. 电商企业发展的动力。

创建良好的电商企业文化,可以激发员工的使命感,它是全体员工的工作目标和方向,是企业不断发展和前进的动力之源。

#### 2. 让员工体会到成就感。

企业的发展与公司员工的生存息息相关,企业繁荣了,员工们也会跟着受益,员工会以企业为豪,更积极努力地进取,同时更有归属感。

#### 3. 加强员工的团结。

电商企业文化可以通过管理人员给全体员工灌输责任意识、危机意识和团队意识,让大家清楚地认识到企业是全体员工共同的企业,必须加强团结,树立稳固的团队意识。

#### 4. 引导员工不断创新。

创新,是电商企业的新鲜血液,电商企业的发展在于不断地创新,每个人都要在自己的工作岗位上开拓前进,多作贡献,多出成绩。



### （七）电商企业文化的主要类型

#### 1. 目标型电商企业文化。

这也是一种实用型的企业文化，有明确的目标。这种文化注重结果，鼓励内部竞争、创新和冒险。其为实现目标不惧艰难险阻，推崇强人文化、攻坚文化。

#### 2. 过程型电商企业文化。

这种电商企业文化特点是尽情享受工作过程中的快乐，工作与娱乐并重。

#### 3. 孤注一掷型电商企业文化。

把企业经营管理看成一次赌注，强调不成功则成仁，富有冒险精神，注重激励。

#### 4. 创新型电商企业文化。

电商企业文化注重电商的产业特点，重组织，追求革新，强调创新在电商企业中的作用。



### 四、经典案例

#### 广州莱司依网络科技有限公司

该公司成立于2013年，创始人郑晓鹏。公司拥有优质的货源、强大的技术和优秀的营销团队，建立了完善的专业化、一体化的企业服务体系，通过互联网B2C和B2B的销售模式，本着“诚信共赢，客户至上”的经营理念，为全球各地提供最优质的外贸货源，以期与客户建立起长期共赢的合作关系。致力于打造国内外最大的网上外贸品牌服饰分销平台。



莱司依愿景：创建中国最有幸福感的企业，共同走向小康社会，快乐赚钱，幸福生活！

莱司依使命：打造最大的外贸服饰分销平台！

莱司依口号：势不可挡，顺势而上；从能力到能量，让有价值的人富裕起来！

莱司依种子：真心、付出、感恩、利他！

莱司依价值观：客户第一、团队、创新、诚信、激情、敬业！

## 家商城

家商城成立于2011年2月28日，创始人冷亚伟。家商城主营收纳防潮用品、床上用品、沙发垫、毛巾浴巾、桌布、桌旗、厨房用品、浴室用品等家居用品，是高品质家居用品的购物网站。家商城以“家”为主题，围绕用户“家”需求整合资源，产品讲求高品质，致力于高质量的用户体验，利用互联网的便利性，向全球用户提供物美价廉的家居商品。家商城是一家以校企合作为主题的电子商务公司，同时也是致力于推动校企合作的互联网公司。

