

电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材

建行“e路通”杯

中国互联网协会

全国大学生网络商务 创新应用大赛

李江予 编

优秀案例选辑

含大量企业案例
与高校成功实践内容

创业带动就业 实践提升教学



主办方: 中国互联网协会
Internet Society of China

主协办方: 中国建设银行
China Construction Bank

协办单位: C2C平台支持单位:

淘宝网 Taobao.com
阿里巴巴旗下网站

B2B平台支持单位:

Made-in-China.com
中国制造网

B2B平台支持单位:

买麦网
www.com.cn

博客商务应用平台支持单位:

腾讯博客
BLOG.QQ.COM

网络广告平台支持单位:

ccmedia



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材

中国互联网协会
全国大学生网络商务创新应用大赛
优秀案例选辑

李江予 编



机械工业出版社

中国互联网协会主办的“建行‘e路通’杯 2007 全国大学生网络商务创新应用大赛”于 2007 年 10 月底开幕,2008 年 5 月圆满闭幕,历时近 7 个月。大赛面向全国的高校和职业院校,以企业真实问题作为比赛内容,参赛选手不仅要为企业策划方案,而且还要实施方案。本书分为两大部分:第一部分介绍了大赛的背景及其基本策划、竞赛规则;第二部分由 20 个在大赛总决赛中胜出的优秀案例组成,每个案例都包括了参赛团队的背景及其团队成员的构成、参赛与选题的过程、参赛方案简介和详细的方案设计(包括深度的分析)、参赛方案的实施活动、竞赛结果、专家点评等内容,并尽可能保留、展示出竞赛者参赛时的状况和参赛历程,使读者感觉亲临大赛之中。

本书可作为参与新一届大赛的学生的指导用书,也可作为高校、职业院校电子商务等专业的实践教材。本书为关注大学生职业能力发展、相关专业建设和人才需求的师生、业界人士提供了有益的参考,也为企业提供了很多网络商务创新应用的启示。

图书在版编目(CIP)数据

中国互联网协会全国大学生网络商务创新应用大赛优秀案例选辑/李江予编.
—北京:机械工业出版社,2008.12

(电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材)

ISBN 978-7-111-25895-7

I. 中... II. 李... III. 电子商务—案例—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 205666 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:孔熹峻 责任编辑:孔熹峻

封面设计:鞠杨 责任印制:杨曦

三河市宏达印刷有限公司印刷

2009 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·23 印张·565 千字

0001—4000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-25895-7

定价:38.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

本社服务邮箱:marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线电话:(010) 88379194

编辑热线电话:(010) 88379194

投稿邮箱:Kongxijun@163.com

封面无防伪标均为盗版

序

2007年全国大学生网络商务创新应用大赛，历经近7个月的活动落下帷幕。在这两百多个日日夜夜中，参赛同学们在老师、专家以及各协办单位的教官们的帮助和指导下，都取得了很大的收获。收获不仅仅表现在是否得奖上，更重要的是同学们有一个机会来展示自己的才能，学到了书本以外的东西，同时，经历和实现了一个自我完善、自我超越的过程。

信息化是当今世界发展的大趋势，是推动经济社会变革的重要力量。大力推进信息化，是覆盖我国现代化建设全局的战略举措，是贯彻落实科学发展观、全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会和建设创新型国家的迫切需要和必然选择。自1994年至今，互联网走进中国已经有第14个年头，虽然时间不长，但我国互联网规模、应用水平和对社会经济等各方面的影响都发展得非常快，网络商务也得到了发展。但是我国在网络商务方面，特别是在中小企业网络商务的开展方面，应该说还是有差距的。其中一个重要的原因就是人才匮乏。尽管这些年来，我们的高等院校在培养网络人才，包括网络商务人才方面，做了很多努力，但还不能够满足各个行业、广大企业的需求。这次活动得到了中国建设银行、淘宝网、中国制造网、买麦网、腾讯网等国内外知名企业的支持，就突出表明企业对有知识、有实践经验、掌握技能和了解市场情况的人才的迫切渴望。举办这次活动的目的就是要创建一个平台，为广大同学们在学习的同时能够得到实践，在学校环境下获得知识的同时，能够了解企业，更快地成长为各行各业企业所需要的网络商务人才。

最后，我希望同学们经过这次大赛的磨砺，能够对互联网有更深刻的了解，对网络商务有更深刻的了解，希望大家能够在未来的职业发展之路上进一步努力，关心和促进网络商务的发展。

中国互联网协会副理事长



大赛寄语

创新是一个国家和民族的灵魂，青年是一个国家和民族的希望，今天由中国互联网协会主办、中国建设银行特别支持的全国大学生网络商务创新应用大赛开幕了，这是一件很有意义的事情。本次大赛创造性地把企业的实际商务问题作为大赛的参赛项目，由参赛的学生对网络的深入学习，通过对市场进行独立的分析和思考，提出创新性的解决方案并予以落实、实践。我相信，这样的活动不但有利于提高广大青少年学生学习的兴趣和热情，开阔提升学生的眼界和视野，也必将在引导学生正确使用互联网，创造和谐网络环境方面发挥出积极的作用。

——赵志国，原信息产业部电信管理局 副局长

本次大赛的目的是帮助当代大学生深入认识、了解、掌握我们国家网络商务的发展现状，尝试解决网络商务发展中存在的问题，达到推动中国网络商务创新的教育和发展的目的，是一次高品位、高层次的赛事。网络商务是新经济的发展方向、是未来金融业的主要服务渠道，大学生是网络经济的主力军，是优质的潜在客户，本次大赛把这两个活跃的因素结合在一起，是一次重大的创新。

——陈佐夫，中国建设银行副行长

互联网经济正以远远高于传统经济的增长速度发展，互联网产业正在逐步成为国民经济的支柱产业，互联网的发展对我国国民经济的推动作用毋庸置疑。因此，长期以来推动建设一个人人受益的互联网一直都是中国互联网协会坚定的追求。

大学生不仅是我国使用互联网的重要人群，更应该是建设互联网和互联网应用创新的主力军。本次全国大学生网络应用创新大赛，就是希望给同学们提供一个学习互联网、使用互联网、应用互联网的平台，通过这个平台让同学们参与到真正的商务活动中，在学习和实践中了解互联网商务活动的内在规律，完善自身的职业能力，提高网络应用的能力和技巧。

——黄澄清，中国互联网协会秘书长

从这次大赛来说，和原来其他的有关单位进行的电子商务进行比较，我感到有一些新的特点。因为我们这次大赛应该是在广泛性上得到了充分的体现，全国参加的院校达到1000多所，参赛的队伍有3600多支，有45000多名学生和老师参加这个大赛。应该说，有着很大的广泛性。也就是说，全国的院校和师生广泛地参与到大赛，这是一点。

另外，我们参加大赛的学生，有一年级、二年级、三年级、四年级，应该说是跨学年的大赛。参加的学生来源，有博士生、硕士生、本科生、大专生。从学历教育的层次来说，也完全能够体现教育的整个层面。从这点可以看到，比其他的大赛有更多、更广的广泛性和积极的参与性。

第二，从中国建设银行来说，从总行开始，有30几个支行参加，1万多个网点参与，我觉得这都是空前的；从企业来说，有淘宝网、中国制造网、万网网，还有腾讯网、CCMedia，

这次还有广泛的主题，有博客、网络广告，这里面体现了新的元素——博客元素。在企业里，企业的参与不光是体现在提供平台的支持上，而且企业从开始的巡回演讲、企业教育观一直到企业出题、企业辅导一直到最后企业的评审，参与了全过程。企业的介入为我们大赛提供了很好的基础。

第三，这次大赛有很大的创新，这次大赛既然有一、二、三、四年级的学生参与，就不仅仅是一个赛事了。因为是企业出的题，我们从教学的角度来看，是把理论和实际结合。我们的题目来源于实践，和一般的教学不同。我们的题目是来源于企业，来源于实践，这是一个方面，但从教学环节来说，一、二、三、四年级的教学实践环节，我们有一门课是要学生做一个设计、做一个课题，我们其实做到了这点：来源于实际问题，解决实际问题。我觉得将来这点可以和课程教育与毕业实践结合起来，这是一个好的探索。既然是理论和实践相结合，教学和实践相结合，加上这次环节里，有学校的教官和企业教官，这是一个新的思维。从教学改革的层面来说，已经迈出了新的一步：通过社会的力量，通过企业的力量，结合学校资源共同办好教学。从这几方面来看，应该是有很大的创新。从学生作品上来看，这次亮点很多，有很多火花，学生在大赛提交作品的过程中，我觉得加了很多元素，比如说像文化元素，像上海对外贸易学院，把情感的元素加入进来，让人耳目一新。

在最后决赛过程中，我在那里主持博客，把博客元素加入进去，我也认为是一个新的亮点。这是大赛组织者的一个创意。

学生在汇报自己的作品时，他们做得很好，不光有文字，有图片，还有多媒体。给我的印象比较深刻的是天津大学，他们做得很好。

我参加过阿里巴巴的网上大会，我们这次大赛从创意角度、水平上来说可以和他们相媲美。阿里巴巴是多大的物力和财力，我们的协办单位、承办单位在短短几个月的时间里，可以拿出这样一些成果展示给大家，应该说主办方、协办方，院校及广大师生员工付出了很多心血。

——梅绍祖教授

北京科技大学经管学院

中国电子学会电子商务专家委员会副主任

中国电子学会电子签名专家委员会常委

中国电子商务协会专家委员会委员

由中国互联网协会主办、建行主协办、在原信息产业部指导下举办的“e路通”杯全国大学生网络商务应用创新大赛，对大学提高教学质量会起到重要的作用。

为了贯彻科学发展观，高等教育一个主要的任务就是提高教学质量，在提高教学质量的过程中，有两个关键词：“创新”和“实践”。“e路通”杯是这两个关键词的结合，因为只有创新，才是大学的活力之所在。大学不仅仅是传递知识，更应创新知识，大学在创新过程中必须要结合实际，在实践中发现问题，问题是创新的来源。这样一个杯赛我觉得能够促进同学们结合实际问题进行专业学习。

——韩震，北京师范大学副校长

对于高校来说，互联网的商务应用和开发能力的培养，以及相关学科和专业的建设，都是在不断地探索当中。现在，信息产业，包括互联网技术的发展日新月异，这对于我们高校人才培养的单位提出了更高的期望。如何能够不断地进行教育教学的改革，不断地在人才培养模式上有所创新，这不仅仅是对高等院校提出了任务，而且我们的商界、企业界也应该高度关注大学生综合能力的提升，特别是大学生创新能力、实践能力以及实际应用能力的提高，这点是非常可贵的。

我想，如何能够把专业的发展和社会用人的需求有机结合起来，把互联网的商务应用与开发能力转化为大学生基础能力、基础职业素养的一种培养的能力，应该说我们也在做很多的尝试。本次大赛通过提取企业的实际商务问题作为比赛内容，着重考察了同学们对方案的策划和执行的效果，力图把学生所学到的知识和实践相结合。大赛丰富了高校的教学实践，锻炼了学生实际网络商务运作的的能力，大赛还组织了很多知名的互联网平台和企业的高级经理来担任教官进入高校参与一些培训工作，应该说对于我们学生的指导，对于提高学生的兴趣，都是有很大帮助的。我想这样一种竞赛对于同学们来说是一种提升能力的很好的机会，对于商界、企业界也是一个发现人才、吸引人才的很好的机会。对于我们高校来说，也是促进我们人才培养模式改革的一个很好的机遇。所以，我想应该说是主办方、商界、企业界、高校和学生们多赢的一个很好的尝试。希望这样的活动在各位专家的鼎力支持下，在主办方和指导单位的不懈努力下，能够越办越好。此次比赛是高水平、高层次的大赛，这种大赛希望能够继续举办下去，而且越办越好。北京师范大学拥有 106 年的办学历史，我们的应用学科也逐渐走向庞大，希望有更多的机会能够与兄弟院校的师生、专家共同切磋、共同提升、共同进步。

——郑萼，北京师范大学党委书记

本次大赛覆盖范围之广，参与学生之多，影响群体之大，是前所未有的。总决赛进行得精彩激烈，参赛队伍表现出了优异的竞技状态，可以说决赛的优胜者代表了当前大学生网络商务应用的最高水平。

全国各高校参赛的同学们反映说，通过此次大赛实现了三大飞跃，一是对网络商务认识的飞跃；二是团队协作精神的飞跃；三是职业技能的飞跃。

在学生通过大赛获得锻炼与提高的同时，大赛还实现了学校、企业、社会三方共赢，参赛的各个高校通过此次大赛平台了解了社会需求，使大赛的竞赛过程演变为高校的师生创新和实践的过程。对于高校的学科建设也起到了积极的推进作用，包括建行在内的各家协办单位和参与企业，通过学生和老师制作的方案，为我们了解客户、解决问题，提高我们的金融服务水平和能力，带来了实实在在的提升和帮助。我们这次为大赛提供了一些案例、问题、新的需求和要求，在此次大赛当中大家提出了很好的解决方案和思路，对整个金融业界、电子商务的发展都起到了很好的促进作用，对我们的启发很大。

另外，我们通过理论和实践的紧密结合，也为社会智力资源如何转化为生产力进行了积极的探索。我们也感到有很多优秀的人才，包括我们今天在座的。无论是中国的网络商务发展还是电子银行的业务发展，空间都非常之大，现在仅仅是刚刚起步，我们需要大量的人才加盟，也希望这些优秀的人才今后加入中国建设银行工作。

——杜亚军，中国建设银行零售业务总监

首先对我的校友东北财经大学同学获得奖项表示由衷的祝贺。下面我谈三点感想：

第一，祝贺同学们取得优异的成绩，无论是获奖的还是没有获奖的，都为我们这次大赛作出了艰苦的努力，都受到了很好的锻炼，我们这次大赛的主题理念是彰显网络商务价值，实现创新职业梦想。通过这次历时很长时间的比赛，这次大赛也彰显了年轻一代的价值，实现未来美好的梦想。

第二，这次大赛举办得非常成功，在中国互联网协会的组织之下，把我们学校、老师和同学，把银行和企业都联系在一起，共同搭建了一个平台，为实现同学们的创业、创新、创优提供服务，展现大家的聪明才智。这次大赛的规模、影响非常之大。没有参赛的同学和老师、学校，对我们这次大赛也有了一些了解。希望未来都能够参加到大赛中。

第三，建设银行作为主协办方做了一些应尽的工作，我们将一如既往地为社会、学校提供支持和帮助。希望能够为同学们展示聪明才智搭建舞台，为我们国家网络的发展作出一点贡献。

——马春峰，中国建设银行电子银行部副总经理

应该讲，这次比赛到目前为止，各项准备工作井然有序，各个环节紧凑，取得了良好的效果。从今天同学们面孔上洋溢的笑容以及私下当中的情感来看，应该说这次比赛取得了良好的效果。山东科技大学在本次比赛当中，团队联系是非常紧密的，在此过程中，我们几位老师为本次比赛付出了心血。在今年，学校领导高度重视，学校一把手亲自抓了此项工作。

受各位评委老师的信任，我们共有 10 支代表队进入了最终的决赛，集体的成绩还是不错的，但通过这次比赛也发现了我们的不足，个别团队还明确了今后的努力方向。我希望这样的大赛能够长久、持续、更好地举办下去。

——郝亮，山东科技大学校党委书记

网络商务，21 世纪的商业创新模式，青年学子成就梦想的未来之路。

——孟庆国，清华大学公共管理学院副院长

建行“e 路通”杯全国大学生网络商务创新应用大赛是高品质、高层次的赛事，它以企业真实的网络商务问题作为比赛题目，并开创性地把高校、学生、企业、互联网商务平台进行充分整合，非常具有挑战性，我衷心地祝福广大参赛同学都能从比赛中取得很好的收获，Good luck to you! 预祝本次大赛圆满成功！

——苏尔坦诺夫·卡米利，吉尔吉斯共和国前驻华特命全权大使

非常高兴有机会在这里对大家的方案做点评，我想说，看得出来，大家在这上面花了非常多的心思，在这段时间里做出了非常多的努力。昨天发现大家的创意非常多，虽然我们很疲惫，但大脑始终停不下来。从对市场的分析，方案的设计到实施，到最终取得一些成绩的展示，这些方面都非常好。大学生通过我们的网络，为企业提供一些服务，或者是提高企业的信息化的能力，确实非常非常好。非常高兴今天看到这么多的同学、这么多的老师在这方面作出这么多的努力，所以也非常开心能够有机会和大家在一起，为中国的互联网、为中国的电子商务作出贡献。

——姚瑞波，中国制造网副总裁

作为电子商务的网站，我们已经看到很多同学们的方案，对我们也有很大的启发。中

国网络购物的消费模式，已经可以跟传统的消费模式抗衡。我为什么要讲这个呢？我要给同学们信心，未来我们的购买方式已经不再是单一的线下购买方式，也可以是网上的购买方式。在今年年底，中国的互联网用户应该在 2.5 亿左右，这个数据说明什么呢？美国现在的总人口也就是 2 亿多人，美国人现在拼命地生孩子也不一定能够超过我们国家的互联网用户。中国已经成为拥有这么庞大数目的互联网用户的国家，未来我们也可能会成为电子上网应用的专家，因为你们的空间非常大，会有非常非常多的机会在等待你们。

——程晓咚，淘宝网副总裁

我看到了一支在积极努力、茁壮成长的互联网新生力量。这种态度，也使我这个互联网老兵深受感动，超过了过去的想象。

同学们的创意项目，使我们对同学们的创新能力、组织能力、动手能力刮目相看，也使我们有了更多的希望。尤其是十七大以来，在这种信息化加速发展、网络化国家战略有效地推进的时候，我们看到这些新生力量，更加强了我们的信心。

我也想提点个人建议，在发展速度很快的年代里，要戒除浮躁，要扎实做事，同学们千万不要急功近利而忽视了基本功的训练，做事不能忘记扎实的方法。

——周锚，中国万网副总裁

中国互联网协会和中国建设银行搭建这样的一个平台，让企业参与到这次大会。这次大会对中国互联网人才的培育是非常具体的，所以我个人非常希望这样的大会能够持续举办下去，能够把它扩大化、系统化、规范化。我相信通过产业界、企业界和学界的紧密合作，能够发展出属于中国特色的互联网理论架构，并把这样的理论架构实际应用到互联网企业当中。

——詹忠坪，CCMEDIA CEO

前 言

中国互联网协会举办的“建行‘e路通’杯 2007 全国大学生网络商务创新应用大赛”已经闭幕了，新的“建行‘e路通’杯 2008 全国大学生网络商务创新应用大赛”也已经开幕，在这里对 2007 大赛的学生参与情况作一个总结，不仅会对新的大赛的举办有价值，而且无疑将会对新的参赛大学生来说具有很大的借鉴意义。

就参与这样的赛事活动来说，不仅要了解大赛的主旨、立意、举办规则等，更重要的是认识到参与这样的大赛对于广大大学生来说有什么意义。我们都知道，目前高等教育面临着就业困难的问题，这里面既有毕业大学生群体庞大和社会接纳能力的问题，也有专业设置合理性的问题，更重要的是大学生的专业学习转变为自己的职业能力或者就业能力的问题。目前业界共识的主要问题在于如下几方面。

1) 毕业大学生缺少工作经验，体现为不能直接为企业带来价值、对企业的现实缺乏必要了解、缺乏责任感和团队协作等能力。

2) 毕业大学生的专业知识和专业能力与业界的发展现实距离太大。

但是企业提供实习机会的能力是很有限的，而政府或者学校自己推动的实习或者所谓实习基地的做法也很难体现出预期的效果，高校专业变革而适应企业需求的能力也存在着很大的差距，这在电子商务相关的专业中显得尤为突出。

在我国，已经有越来越多的企业在借助于网络应用拓展自己的业务并提升自己的竞争力，甚至成为企业赖以发展的核心能力，而且发展电子商务也成了国家和众多地方政府提升经济竞争力的重要策略，但与企业需求相悖的是缺乏合格的网络商务专业人才。

实际上，直观的现实是企业的人才需求强劲而毕业大学生的职业能力薄弱，同时大学生自身的潜质和创新能力没有有效地发挥出来。

中国互联网协会举办的“建行‘e路通’杯 2007 全国大学生网络商务创新应用大赛”有如下几个重要的创新。

1) 竞赛的题目要求是现实中真实企业的真实商业问题，鼓励参赛者做实地的市场分析并与企业合作来推进商业问题的解决。

2) 竞赛的方案要求基于网络环境的平台或工具来创新解决。

3) 竞赛的结果不仅是一个商业方案，更在于这个方案要能有效地实施，产生区别于传统方式的巨大优势。

4) 竞赛要求以团队合作的方式推进，鼓励协作能力的发展。

5) 以入校巡讲、在线交流和点评等方式，为参赛者提供与企业直接交流的机会，接受企业对于商业现实、商业运行、项目管理等的分析、指导和建议。

6) 决赛接受业界权威人士的严格答辩，要求获胜者不仅有创新的出众结果，更要求合理的商业分析和商业思维，即不仅要知其然更要知其所以然，“没有人能随随便便

成功”。

这与社会上那些仅提供商业方案的竞赛来说有较大的深入了。因为一个商业问题或者创业设想，不应该仅仅是创意和设想，更在于其可行性或者可实施性，否则就会沦为空想而没有任何价值。能够变为现实，尤其是基于参赛者的商业能力及其所能影响到或者整合到的资源支持而能够实现的程度，这就是真实商业环境的要求。从设想到现实，正是检验我们大学生的专业能力或者专业能力提升的重大跳跃，这里面有太多的细节、困难是我们大学生所未能想到的、未能掌握的和未能承受的，也是我们的大学教育所不能提供的，但也是企业最需要的。所以，从某种程度上来说，参与这样的大赛本身就是一个巨大的挑战，坚持下来并能胜出将无疑收获巨大的职业能力。

参赛学生在大赛过程中的创新能力、组织能力、持续学习和刻苦品质等表现和大赛结果，得到了业内领导性的主流企业的高度关注和认可，如北京邮电大学的“Tap 团队 e 驴”项目所表现出的巨大创新能力，福州大学“Yupplic”团队基于实际产品市场的网络推广实用性，天津大学“i.NET”团队结合企业支持的校园推广策略及其播音员水准的表达能力，河北软件职业技术学院与企业合作开发和推广剪纸项目的竞赛方案，安徽大学“校园团购”基于学校需求而创意的商业项目，山东科技大学的三维虚拟墓地项目对网络影响人们意识的理解把握能力等。大赛中成功的团队基本都得到了企业的支持与辅导，江西理工大学“E 枫叶”团队因为要让赣州艺术品走网络营销之路的创意，还得到了当地政府的关注与支持，有的参赛团队基于自己的参赛项目，毕业后成立相应的公司，开始了创业，至本书稿发出前，组委会得到选手报告的喜讯：他们的收支可以持平，甚至还时有盈利。

总结起来，参赛学生们的如下表现尤其给人印象深刻：

1) 商业问题的选择和方案的设计，体现了鲜明的创新意识、创新能力、网络优势特征及其对网络的应用能力。

2) 线上与线下的结合。为检验商业方案的合理性和有效性，选手们作了大量的线下工作，包括现场的市场调查、与企业的联系和合作、获得当地政府的支持等，这也正是网络商务成功的重要基础。实际上这个工作，也给学生们深刻地理解社会现实、理解企业的需要、理解商业运营、增强与企业的沟通与合作能力、获得企业的认可等方面带来了巨大的机会和收获，同时也能更深刻地理解网络商务价值成功的重要基础。

3) 以真实企业经营的模式（尤其是基于 taobao 的创意策略的竞赛者）来考虑自己的商业方案，如以竞赛期为自己的“财政年度”，分析和实施相应的市场策略、投入与盈利预期等的设计，并设立了自己企业发展的关键指标（如利润率而不仅仅是销售额或销售数量），综合应用了自己的专业知识。

4) 坚持。大赛持续了六个多月，这个艰苦的过程是对个人毅力的严格考验，其间横跨春节这样的寒假，还要面对层出不穷的商业问题和挫折，包括对市场的考察和把握等，正是其间的辛苦成就了参赛者的收获。

5) 配合。各参赛团队成员之间彼此密切配合，彼此鼓励，表现出了很大的组织能力、协作能力，没有成员之间的有效配合，是很难完成参赛期间极具挑战性的问题和苦难的。

但整个竞赛过程也暴露出了一些明显的问题，例如：

1) 商业问题的选择方面,不少选手对商业问题本身的界定很不清晰,很难看出其竞赛方案所要解决的商业问题是什么;或者商业问题过大,很难分析清楚,也很难掌控;或者有多个商业问题和多个解决方案,其间的关系很少或者没有什么关系。

2) 在对商业问题进行分析形成自己的商业方案时,缺少重要的内容,如预算、时间、收益、优势、风险等,对于商业问题的分析也不甚充分并缺乏有效的方法,尚需加强分析的层次和逻辑。如有的竞赛方案先确定商业方案中的产品策略和价格策略,而后才分析其目标市场的客户特征,这样方案的合理性和未来的可实施性就很难得以保证。

3) 竞赛方案的实施方面,不少参赛队伍只停留在方案的分析和设计阶段,没有能够往下实施,或者因为方案没有可行性,或者因为需要的资源和能力超出了团队所具有的,又或者实施的效果很不好。实际上参赛者能力的提升或者大赛的主要意图,也正是在竞赛方案的实施阶段,优秀选手之所以优秀,这个部分的工作价值最大。

4) 团队的构建方面,没有很好地体现出竞赛的商业问题对于不同知识和能力背景的要求,这样团队的知识 and 能力构成就会不合理或者有较大缺失,这无疑也会制约团队能力及其竞赛水平。

5) 对特定网络应用缺乏必要程度的了解,导致了竞赛方案实施中的无效工作,如基于博客应用时,简单堆砌了很多没有意义的信息,没有理解企业博客的价值及其建构特征。

这些对于新一届的大赛参与者来说,尤为值得借鉴。也正是基于这样的意图,我们特意选择了20个在大赛的总决赛中胜出的优秀案例集结成集,希望对于那些将要参与新一届大赛的学生提供一些借鉴,同时也给那些关注大学生职业能力发展的广大大学师生提供一些启示,对于关心高校专业发展和人才需求的业界人士提供一些参考,也许有些企业会从这些参赛方案中得到很多启示。

本案例选辑,分为两大部分。第一部分主要介绍这个大赛的背景及其基本策划、竞赛规则。第二部分主要是选辑的20个优秀的竞赛案例,每一个案例都包括了参赛团队的背景及其团队成员的构成、参赛与选题的过程、竞赛方案简介和详细的方案设计(包括深度的分析)、竞赛方案的实施活动、竞赛结果、专家点评等内容,每个竞赛案例的内容也基本遵照竞赛者自己原始的状况,期望能最大程度地保留参赛者的现实面貌。这20个案例没有刻意按照某种标准排序。大赛过程中也得到了政府机构、学术专家和业界专家的高度关注和支持,所以在本书的前面,特意摘取一些他们对于大赛、对于行业的发展及其对于人才的观点,以及对于广大参赛学生的期望。

作为本次大赛的策划人,在大赛的创意和策划过程中,在本案例选辑的选择和修订过程中,得到了很多专家的指导和支持,梅绍祖教授多次对大赛予以点评和指导,中国互联网协会的孙永革部长、刘天宇先生提供了很多互联网行业的指导和意见,中央电大的阮智勇校长和张少刚校长助理提供了很多鼓励和建议,北京师范大学经济与工商管理学院副院长刘松柏教授也在我的大赛策划和大赛工作中提供了很大的支持,还有许多参与大赛的高校教师提供了很多意见和建议,中国建设银行的马春峰副总经理、寇冠处长一直参与了对大赛方案的设计并提供了很多创意,中国制造网的运营总经理李丽洁、万网的周锚副总裁、淘宝网的南琴经理等业界领导也一直对于大赛的设计予以了关注,他们的热情和支持使得本次大赛的设计得以有效实施,对此一直心存感激。在大赛过程中,我们也时时为参赛者

热情及其刻苦的工作所感动，祝愿他们的学业和职业辉煌和成功，他们将是我国网络商务领域的主力军。

希望能有更多的人和机构参与到大赛中来，更多的大学生参与到大赛中来，以推动未来网络商务人才的快速成长，进而推动我国网络及其商务应用的快速健康发展。

李江予

北京师范大学经济与工商管理学院

目 录

序 前言

第一部分 大赛概述

第1章 大赛概述	1	1.3 赛事设置	4
1.1 大赛背景与简介	2	1.4 评分标准	5
1.2 组委会构架	4		

第二部分 大赛优秀案例

第2章 基于“U-blog”建行电子银行推广	8	第4章 如何让更多的用户使用建行 手机银行	42
2.1 团队介绍	8	4.1 团队介绍	42
2.2 选题经过	9	4.2 选题经过	43
2.3 方案	9	4.3 方案	43
2.3.1 简介	9	4.3.1 简介	43
2.3.2 正文	10	4.3.2 正文	44
2.4 竞赛结果	23	4.4 竞赛结果	51
2.4.1 实施结果	23	4.4.1 实施结果	51
2.4.2 名次结果	25	4.4.2 名次结果	54
2.5 方案点评	25	4.5 方案点评	54
第3章 以文化和科技驱动国石—— 寿山石	26	第5章 团购组织者——消费者与商家的 中间商	56
3.1 团队介绍	26	5.1 团队介绍	56
3.2 选题经过	27	5.2 选题经过	56
3.3 方案	27	5.3 方案	57
3.3.1 简介	27	5.3.1 简介	57
3.3.2 正文	28	5.3.2 正文	58
3.4 竞赛结果	37	5.4 竞赛结果	63
3.4.1 实施结果	37	5.4.1 实施结果	63
3.4.2 名次结果	40	5.4.2 名次结果	66
3.5 方案点评	41		

5.5 方案点评	66
第6章 汉坤剪纸厂企业策划书	67
6.1 团队介绍	67
6.2 选题经过	67
6.3 方案	69
6.3.1 简介	69
6.3.2 正文	69
6.4 竞赛结果	78
6.4.1 实施结果	78
6.4.2 名次结果	81
6.5 方案点评	81
第7章 新挑战、新发展——“三维网络墓地”	82
7.1 团队介绍	82
7.2 选题经过	83
7.3 方案	84
7.3.1 简介	84
7.3.2 正文	84
7.4 竞赛结果	97
7.4.1 实施结果	97
7.4.2 名次结果	99
7.5 专家点评	99
第8章 打造“校园·路通”品牌	100
8.1 团队介绍	100
8.2 选题经过	100
8.3 方案	101
8.3.1 简介	101
8.3.2 正文	101
8.4 竞赛结果	106
8.4.1 实施结果	106
8.4.2 名次结果	109
8.5 方案点评	109
第9章 创意服务无形策划有形调查——买麦网向企业客户提供创意服务策划方案	110
9.1 团队介绍	110

9.2 选题经过	111
9.3 方案	112
9.3.1 简介	112
9.3.2 正文	112
9.4 竞赛结果	117
9.4.1 实施结果	117
9.4.2 竞赛结果	121
9.5 方案点评	121
第10章 欢乐中国节——传统节日类小商品手工艺品销售解决方案	123
10.1 团队介绍	123
10.2 选题经过	124
10.3 方案	124
10.3.1 简介	124
10.3.2 正文	125
10.4 竞赛结果	147
10.4.1 实施结果	147
10.4.2 名次结果	150
10.5 方案点评	150
第11章 移动商务应用新模式——移动办公室 (MO)	151
11.1 团队介绍	151
11.2 选题经过	152
11.3 方案	152
11.3.1 简介	152
11.3.2 正文	153
11.3.3 手机用户终端软件	159
11.4 竞赛结果	162
11.4.1 实施结果	162
11.4.2 名次结果	166
11.5 方案点评	166
第12章 “建行行，动天下”——建行手机银行市场分析暨整体推广策略	167
12.1 团队介绍	167
12.2 选题经过	168
12.3 方案	168
12.3.1 简介	168

12.3.2 正文.....	169	16.2 选题经过.....	227
12.4 竞赛结果.....	185	16.3 方案.....	227
12.4.1 实施结果.....	185	16.3.1 简介.....	227
12.4.2 名次结果.....	186	16.3.2 正文.....	228
12.5 方案点评.....	186	16.4 竞赛结果.....	236
第 13 章 广告——网店人旺、心情飞扬.....	187	16.4.1 实施结果.....	236
13.1 团队介绍.....	187	16.4.2 名次结果.....	241
13.2 选题经过.....	188	16.5 方案点评.....	241
13.3 方案.....	188	第 17 章 爱情保险——拴住你的无名指.....	242
13.3.1 简介.....	188	17.1 团队介绍.....	242
13.3.2 正文.....	189	17.2 选题经过.....	243
13.4 竞赛结果.....	193	17.3 方案.....	244
13.4.1 实施结果.....	193	17.3.1 简介.....	244
13.4.2 名次结果.....	195	17.3.2 正文.....	244
13.5 方案点评.....	195	17.4 竞赛结果.....	256
第 14 章 手机话费网上充值计划皇冠店铺.....	196	17.4.1 实施结果.....	256
14.1 团队介绍.....	196	17.4.2 名次结果.....	258
14.2 选题经过.....	196	17.5 方案点评.....	258
14.3 方案.....	198	第 18 章 “茄子”的视界——携手奥运， 丰富你的影像生活.....	260
14.3.1 简介.....	198	18.1 团队介绍.....	260
14.3.2 正文.....	199	18.2 选题经过.....	260
14.4 竞赛结果.....	207	18.3 方案.....	261
14.4.1 实施结果.....	207	18.3.1 简介.....	261
14.4.2 名次结果.....	212	18.3.2 正文.....	262
14.5 方案点评.....	212	18.3.3 多方位营销策略.....	274
第 15 章 e 路文化打造网络化潍坊特色.....	214	18.4 竞赛结果.....	277
15.1 团队介绍.....	214	18.4.1 实施结果.....	277
15.2 选题经过.....	215	18.4.2 名次结果.....	279
15.3 方案.....	215	18.5 方案点评.....	279
15.3.1 简介.....	215	第 19 章 茶行天下——青岛崂山茶全方位 网络商务方案.....	280
15.3.2 正文.....	216	19.1 团队介绍.....	280
15.4 竞赛结果.....	223	19.2 选题经过.....	280
15.4.1 实施结果.....	223	19.3 方案.....	281
15.4.2 名次结果.....	224	19.3.1 简介.....	281
15.5 方案点评.....	225	19.3.2 正文.....	282
第 16 章 赣州艺术品走网络营销之路方案.....	226		
16.1 团队介绍.....	226		

19.3.3 风险分析.....	296	20.5 方案点评.....	321
19.4 竞赛结果.....	296	第 21 章 中国移动支付专家——中国建设	
19.4.1 实施结果.....	296	银行手机银行.....	322
19.4.2 名次结果.....	299	21.1 团队介绍.....	322
19.5 方案点评.....	299	21.2 选题经过.....	323
第 20 章 如何增加中国建设银行电子		21.3 方案.....	323
银行的客户数量.....	301	21.3.1 简介.....	323
20.1 团队介绍.....	301	21.3.2 正文.....	324
20.2 选题经过.....	301	21.3.3 方案摘要.....	324
20.3 方案.....	303	21.3.4 MPS.....	329
20.3.1 简介.....	303	21.3.5 建行手机银行.....	331
20.3.2 正文.....	303	21.4 竞赛结果.....	344
20.3.3 推广.....	318	21.4.1 实施结果.....	344
20.4 竞赛结果.....	319	21.4.2 名次结果.....	346
20.4.1 实施结果.....	319	21.5 方案点评.....	346
20.4.2 名次结果.....	321	附录 大赛主办、主协办、协办机构简介.....	347