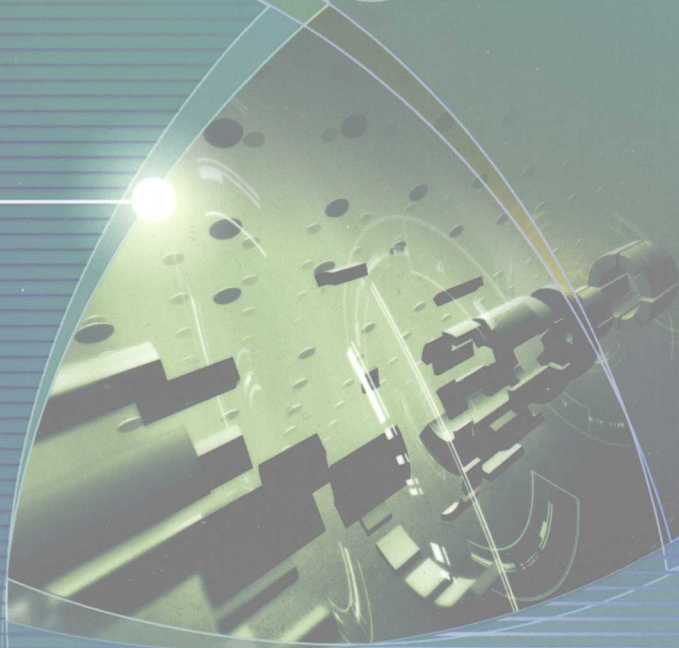




高等学校电子商务专业课程系列教材



中国电子商务 案例精选 (2008版)

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会 组编
商务部信息化司指导审核
陈德人 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校电子商务专业课程系列教材

中国电子商务 案例精选 (2008版)

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会 组编

商务部信息化司指导审核

陈德人 主 编

郑小林 董雪兵 副主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容提要

本书通过案例形式向读者介绍 2006 年以来的中国电子商务发展的最新情况,由国内 24 所知名高校的专家通过实地调研、归纳总结而成,凝聚了各个企业电子商务发展的不同成果和专家学者的智慧。所选案例全部源自商务部和教育部新一轮联合开展的中国电子商务应用推广工程的案例调研中的精选内容,与 2007 年版本所选企业没有任何重复。全书主要围绕电子商务发展的几种重要模式——传统企业电子商务、行业门户与服务平台、流通与外贸、物流、金融与保险、网络增值服务等展开,涉及的行业包括汽车、石油、电气、IT 等,特别新增了面向农业的电子商务专栏。每一个案例前有导读、后有点评,具有很强的可读性。

本书适合作为高等院校电子商务专业、MBA 以及经济管理类、信息技术类专业本科生或研究生的教材或者相关课程的教学用书,可以作为商务部相应层次电子商务培训班的教材或者实训读本,也适合从事电子商务应用领域的企事业单位和政府各部门的管理人员、信息技术人员参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电子商务案例精选: 2008 版 / 陈德人主编; 教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组编. —北京: 高等教育出版社, 2008.9

ISBN 978 - 7 - 04 - 024566 - 0

I. 中… II. ①陈… ②教… III. 电子商务-案例-中国 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 121069 号

策划编辑 曾飞华 责任编辑 赵 鹏 封面设计 王凌波
责任绘图 宗小梅 版式设计 张 岚 责任校对 王 雨
责任印制 韩 刚

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010 - 58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787 × 960 1/16
印 张 20.75
字 数 380 000

购书热线 010 - 58581118
免费咨询 800 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2008 年 9 月第 1 版
印 次 2008 年 9 月第 1 次印刷
定 价 38.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 24566 - 00

前言

随着社会信息化进程的不断推进,中国经济正在从制造型经济向服务型经济发展。电子商务作为服务型经济的龙头,正在引领中国服务经济新时代。一些数据可以证明这一点:中国的网民数量从1997年的63万增长到2007年的2.1亿,其中网上购物人群快速增长到4 640万;电子商务交易额2006年年底已经达到10 200亿元,预计今后每年还将以更大的比例增长。传统商务与电子商务的结合越来越紧密,越来越多的企业已经离不开电子商务。因此,电子商务的发展需要不断总结、研究和提升,其中,典型案例的收集整理以及对其中成功经验或失败教训的研究总结尤为重要。

本书所收集的案例是商务部电子商务促进与推广工程项目的又一项新成果。自从2005年6月教育部和商务部联合发布《关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知》以来,在商务部和教育部主管领导的大力支持下,2006年由12所大学完成了124个典型案例的调研工作,其中的44个优秀案例(包括另外57个案例的概要)已经被收编到《中国电子商务案例精选(2007版)》中。2007年又由24所来自不同地区的高校完成了114个典型案例的调研。商务部信息化司组织并指导、教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会组织实施了案例的网络评审工作,商务部信息化司和教育部高教司在网络评审的基础上联合组织了电子商务案例项目评审会。会议由商务部信息化司电子商务处石伟光处长主持,中国互联网协会常务副理事长高新民教授任专家组组长。经过来自企业、行业和高校的专家们认真细致的评讨论,最后共评选出30个优秀典型案例和27个优良典型案例,涉及流通与外贸电子商务、B2B与企业电子商务、金融与保险业电子商务、物流、综合门户与行业电子商务、网络增值服务等领域和汽车、石油、机械、电子等10多个行业。24所高校中的每一所高校都有案例获奖。所有获奖案例与2007版的案例没有任何重复,表明中国电子商务的发展日新月异,其中不乏一些新兴电子商务企业的创新模式和创新应用,特别是面向农业的电子商务应用中有很多典型内容。本书就是对这些获奖案例的整理、汇编。

24所高校具体的项目负责人和参与案例编写的人员名单见下表:

序号	负责院校名称	负责人	案例数	各案例调研课题负责人和主要编写人员
1	北京大学	张宁	2	伊凯、刘红敏
2	对外经济贸易大学	陈进	2	夏亭亭、刘嫩姗

续表

序号	负责院校名称	负责人	案例数	各案例调研课题负责人和主要编写人员
3	中国人民大学	陈禹	2	殷国鹏、刘鲁川、张彦
4	北京工商大学	杨浩雄	5	杜巍、杨浩雄、杜欣然、陈小可
5	北京联合大学	支芬和	5	顾志良、敖静海、牟静、陈道志、田玲、王晓红、任广文、王磊、薛万欣、姜天鹏、李立威、薛晓霞、沙蒙、胡帅、绪振华
6	北京邮电大学	胡桃	5	吕廷杰、吴军、尹涛、张晓航
7	东北财经大学	李洪心	5	马刚、杨兴凯、田青
8	东华大学	汤兵勇	5	徐建平、朱若男、李晨
9	合肥工业大学	刘业政	5	何建民、凌海峰、魏婧
10	华中师范大学	王学东	5	桂学文、王战平、易明、李延晖、段钊、卢新元、曹高辉
11	南京大学	王全胜	5	郑称德、涂志玲、周耿 陈曦
12	南开大学	谢娟娟	5	梁虎诚、孙菲、迟玉丽、李慰、常辉
13	上海海事大学	黄有方、高更君	5	俞宏生、严守军、吴蕊、曲明洋、安立军
14	上海理工大学	时启亮	5	杨坚争、姚国章、方澜、杨立钊、朱金昌、占丽、刘东辉、周鹏、郭杰
15	武汉大学	张李义	5	余世英、张敏、李枫林
16	西安交通大学	李琪	5	张仙锋、薛伟宏、郑琨、朱莹、于珊珊、李江湖等
17	西南财经大学	贾华丁、帅青红	5	李忠俊、黄涛、谈进
18	厦门大学	彭丽芳	5	张燕飞、易亚将、付岩、陈中
19	中国农业大学	伍建平	5	赵彦、周丽丽、郭静、赵苗
20	中央财经大学	朱建明	5	孙宝文、马燕林、杨雅钧、杨扬、杨帆、王婷、杨磊、乜琳、陈洁、李丹丹、李嵩、高璐璐
21	重庆大学	但斌	5	吴永红、张映秀、王江平、王云峰、姜燕
22	浙江大学	陈德人	9	郑小林、干红华、周涛、王英姿、张亶、卓骏、董雪兵、朱小军、邵腾、俞继红、吕爱文
23	北京交通大学	张铎	6	王耀球、陈佳娟、孙熙安、郭江明
24	云南大学	杨路明	3	徐春辉、陈军、罗裕梅、崔丽菲、宋乐

整个调研过程可以归纳为：国家任务委托、高校认真组织、分省统一协调、分工负责明确、双方沟通频繁、校企合作良好、中期汇报把关、后期完稿确认。在项目执行过程中，得到了商务部、各省市经贸委或相关主管部门、学校领导

的高度重视和关心，全体调研人员付出了辛勤的劳动和智慧。在此向所有参与本项目工作的同仁们和指导本项目的领导们表示深深的谢意。

本书的编写得到了商务部信息化司和教育部高教司领导的大力支持，商务部信息化司王新培司长和教育部高教司杨志坚副司长主抓了该项工作，商务部信息化司电子商务处石伟光处长、申屠晓琦副处长，教育部高教司财经政法管理处吴燕处长进行了具体的指导，电子商务处梁丹庆做了很多具体的工作。全书的案例汇总整编工作由陈德人教授负责并撰写了第一章，郑小林博士和董雪兵博士协助完成。

编 者

2008年2月8日

目 录

1 导引	1
1.1 中国电子商务发展的现状与目标	1
1.2 2008 版案例的组织与内容	3
2 综合门户与行业服务类电子商务案例	9
2.1 国家级电子商务综合门户与电子服务平台——中国国际电子商务中心	9
2.2 食品行业综合服务平台的典范——中国食品产业网	21
2.3 中国煤焦数字交易市场——山西源通煤焦电子商务公司	29
2.4 第三方钢铁现货电子交易平台——中国钢铁平台网	39
2.5 城市社区服务在线——西安 12343 社区服务在线	44
2.6 其他典型案例	53
3 工业企业电子商务案例	57
3.1 新兴汽车企业的电子商务发展之路——奇瑞汽车有限公司	57
3.2 企业信息化与电子商务同步发展——新飞电器有限公司	64
3.3 传统机械制造企业的电子商务发展——四机赛瓦石油钻采设备有限公司	76
3.4 能源化工企业的电子商务应用——中国石油化工股份公司	87
3.5 利用电子商务手段打造敏捷供应链——金城集团的信息化历程	92
3.6 其他典型案例	101
4 物流类电子商务案例	108
4.1 发挥信息系统优势, 创建物流企业强军——安得物流有限公司的电子商务应用之路	108
4.2 用网络创造蓝色新经济——中国国际海运网	117
4.3 物流园区电子商务综合服务案例——苏州物流中心有限公司	125
4.4 构建高效口岸物流作业环境——厦门物流信息平台	136
4.5 国内河港物流电子商务应用典型——重庆港务集团	145
4.6 做最强的物流服务商——中国远洋物流有限公司	152
4.7 其他典型案例	166

5	网络增值服务类电子商务案例	169
5.1	互联星空——中国电信宽带应用服务的第一品牌	169
5.2	基于 Web2.0 的网络互动平台——K68 网站	179
5.3	中文搜索引擎——百度在线网络技术(北京)有限公司	186
5.4	争做中国互联网营销行业的领跑者——浙江大学盘石信息技术有限公司	202
5.5	其他典型案例	209
6	金融、支付与保险类电子商务案例	214
6.1	让保护无处不在——中国人寿保险股份有限公司	214
6.2	网上银行的开拓先锋——招商银行网上银行	223
6.3	电子商务大众支付服务平台——支付宝	233
6.4	电子签名在联想电子订单系统中的应用——天威诚信成功实施《中华人民共和国电子签名法》	238
6.5	其他典型案例	242
7	流通类电子商务案例	244
7.1	物流流通行业“e”化的典型示范——爱姆意公司	244
7.2	全国首家“网上收废”平台——新锦华在线收废	250
7.3	用电子商务整合家电供需链——三联集团	256
7.4	其他典型案例	264
8	IT 行业电子商务案例	269
8.1	为提升企业的竞争力而信息化——宏图三胞的电子商务模式	269
8.2	建设高效益的电子商务应用——神州数码的 IT 组织及管理模式	278
9	农业类电子商务案例	288
9.1	政府搭台, 合作社唱戏——中国桃乡网	288
9.2	面向农民工的信息服务平台——新农门网	292
9.3	粮食行业电子商务的领跑者——中华粮网电子商务模式	299
9.4	其他典型案例	309
	参考文献	320

1

导 引

1.1 中国电子商务发展的现状与目标

1.1.1 中国电子商务发展的现状与趋势

电子商务的发展只有短短十多年时间,现在已经成为经济发展和人民生活的不可分割的有机组成部分。国家发展改革委员会和原国务院信息办 2007 年 6 月发布的《电子商务发展“十一五”规划》指出:电子商务是网络化的新型经济活动,正以前所未有的速度迅猛发展,已经成为主要发达国家增强经济竞争力、赢得全球资源配置优势的有效手段。

大部分专家学者将电子商务这十几年的发展划分为两个阶段。第一阶段即 1995—2001 年期间,电子商务从默默无闻到快速知名的一个爆炸性成长,又从热潮快速滑向寒冬的时期,称之为探索和理性调整时期。从 2001 年开始迄今的阶段是电子商务回归理性的快速发展时期,从这几年的最新数据可以证明电子商务在中国快速发展的良好势头:

《电子商务发展“十一五”规划》指出:2005 年,全国企业网上采购商品和服务总额达到 16 889 亿元,约占采购总额的 8.5%,企业网上销售商品和服务总额 9 095 亿元,占主营业务收入的比重近 2%。国民经济重点行业和骨干企业电子商务应用不断深化,网络化生产经营与消费方式逐渐形成,中小企业成为电子商务的积极实践者。

《中国行业电子商务网站调查报告》指出:到 2006 年年底,数量超过 2 000 家的行业电子商务网站已经初步成为新兴电子商务服务业中的重要组成部分,总体服务收入约 100 亿元,专业从业人员 12 万以上。

中国互联网络信息中心(CNNIC)2008 年 1 月发布的《第 21 次中国互联网络发展状况统计报告》显示,中国网民网络购物人数规模达到 4 640 万,约占网民总数的 1/4。

可以说,与全球电子商务的日趋活跃相比,我国的电子商务正在与国际同

步进入快速发展机遇期,而且从某种意义上说,中国的电子商务发展的创新性更具特色和代表性。2007年11月阿里巴巴在香港的成功上市就是一个非常有说服力的典型。

电子商务正在从政治、社会、经济、文化等方面形成新的发展趋势,主要体现在以下几个方面。

1. 电子商务与产业发展的深度融合加速形成经济竞争新态势

电子商务正在广泛深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域,改变着传统经营管理模式和生产组织形态,正在突破国家和地区的局限,影响着世界范围内的产业结构调整和资源配置,加速经济全球化进程。电子商务与产业发展的深度融合还形成了以电子商务为代表的现代服务业的快速发展,并形成了制造业服务化、服务业产品化的多个产业的深度融合。

2. 电子商务服务业正在成为国民经济新的增长点

技术创新加速社会专业化分工,为电子商务服务业提供了广阔的发展空间。基于网络的交易服务、业务外包服务、信息技术外包服务规模逐渐扩大,模式不断创新。网络消费文化逐步形成,面向消费者的电子商务服务范围不断拓宽,网上消费服务模式日渐丰富。更多的网络增值服务模式不断涌现,电子商务服务业正成为新的经济增长点,推动经济社会活动向集约化、高效率、高效益、可持续方向发展。

3. 电子商务正在成为一个产业并开始形成国家标准体系

电子商务服务业的形成和电子商务这几年的发展为电子商务的经济和产业地位打下了良好的基础。从发展初期所认为的电子商务仅仅是“网上商店”发展到电子商务是“网络化的新型经济活动”,其支撑基础也从仅仅是互联网到所有网络与通信手段。围绕电子商务发展的关键环节,商务部等有关部委、企业联合高校和科研机构已经开始研究制定电子商务模式规范、网络购物服务规范、物品编码、电子单证、信息交换、业务流程等电子商务关键技术标准和规范,电子商务的国家标准体系正在形成,为电子商务的进一步发展打下了更坚实的基础。

4. 电子商务正在推进信用服务体系的建设和电子支付体系的完善

网上的洽谈交流、身份确认、签订合同、订单认证、资金支付等各个环节都需要信用和安全的保障。中国虽然经历了30年的改革开放,但信用服务体系的建设才刚刚起步,因此网上的信用服务体系的建设还有漫长的路要走。四年前颁布并实施的《中华人民共和国电子签名法》尽管起到了一定的作用,但还没有完全推广开来。因此需要加强政府监管、行业自律及部门间协调与联合,鼓励企业积极参与,按照完善法规、特许经营、商业运作、专业服务的方向,建立科学、合理、权威、公正的信用服务机构。建立健全相关部门间信用信息

资源的共享机制,推进在线信用信息服务平台建设,实现信用数据的动态采集、处理、交换。严格信用监督和失信惩戒机制,最终形成既符合我国国情又与国际接轨的信用服务体系、电子认证体系以及在线支付体系。

1.1.2 中国电子商务的发展目标

《电子商务发展“十一五”规划》明确提出了电子商务发展的“十一五”总体目标,即:到2010年,电子商务发展环境、支撑体系、技术服务和推广应协调发展的格局基本形成,电子商务服务业成为重要的新兴产业,国民经济和社会发展各领域电子商务应用水平大幅提高并取得明显成效。具体的指标包括:

(1) 网络化生产经营方式基本形成,企业间业务协同能力明显加强,网上采购与销售额占采购和销售总额的比重分别超过25%和10%。中小企业电子商务应用普及水平大幅提高,经常性应用电子商务的中小企业达到中小企业总数的30%。网络消费成为重要的消费形态。

(2) 基本形成以第三方电子商务服务为主流的发展态势,基于网络的交易服务、业务外包服务和信息技术外包服务等电子商务服务业初具规模。

(3) 模式创新、管理创新和技术创新能力显著提高,成果转化及产业化进程明显加快,自有品牌的电子商务关键技术装备与软件国内市场占有率超过40%。

(4) 电子商务支撑体系基本满足应用需求,法律法规、人才培养、技术服务等基本适应电子商务发展的需要。企业管理人员五年内普遍接受信息化培训,掌握信息化基本技能。

与目前的状况相比,还有大量和艰苦的工作要做。例如,中小企业应用电子商务的比例目前还只有2%,与30%的目标尚有很大的差距。为了完成“十一五”的目标,必须总结经验,包括成功的和失败的;梳理出行业发展模式和产业链运行规律,特别是为适合中国国情的电子商务发展创新环境的建设和为广大中小企业服务的创新模式的形成提供依据。对现有电子商务的应用进行研究和案例分析就是最有效的手段之一。

1.2 2008版案例的组织与内容

作为落实国务院《关于加快电子商务发展的若干意见》的重要措施,为了更好地通过实践总结和理论研究引导我国电子商务更加健康快速地发展,商务部于2005年开始启动国家电子商务促进与推广应用工程。教育部、商务部随后联合召开了电子商务研究工作会议,发布了关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知,启动了商务部和教育部联合开展的电子商务企业应用的案例调研工作。2005—2006年第一批组织了12所高校在所在省市

进行企业电子商务应用案例的调研，累计收集了 124 个企业案例。其中的 44 个优秀案例内容和 57 个案例概要介绍已经被收编到《中国电子商务案例精选（2007 版）》中。

2006—2007 年，商务部和教育部在前期成功的基础上第二次启动了电子商务企业应用的案例调研工作，期间由 24 所来自不同地区的高校在商务部和教育部主管部门的共同指导下共完成了 112 个企业的 114 个典型案例的调研（其中有 2 个企业分别由 2 所高校进行调研并形成了不同版本的调研报告）。2007 年下半年，由商务部信息化司组织并指导、教育部高校电子商务专业教学指导委员会组织实施了案例的网络评审工作。商务部信息化司和教育部高教司在网络评审的基础上联合组织了电子商务案例项目评审会。经过来自企业、行业和高校的专家们认真细致的评审讨论，最后共评选出 32 个优秀典型案例和 23 个优良典型案例。获奖案例涉及外贸与流通业电子商务、B2B 与企业电子商务、零售与连锁业电子商务、金融与保险业电子商务、物流、行业门户网站、网络增值服务等领域。每一个高校都有案例获奖，而且所有获奖案例与 2007 版没有任何重复（因此有一些本次调研中的优秀企业由于 2007 版已经介绍了，本次不再列入）。其中北京大学、对外经济贸易大学和中国人民大学每个学校递交的 2 个案例均获奖，获奖率 100%。浙江大学递交的 9 个案例中有 7 个获奖，获奖数最多。

2008 版的中国电子商务案例精选材料就是本次商务部和教育部联合调研成果的精华汇集。其中优秀案例仅做了少量的文字修正和整理。限于篇幅，优良案例以概要的形式作了简单介绍。所有优秀案例都和 2007 版一样，前有导读，后有点评。案例的分类情况见表 1-1。

表 1-1 案例分类情况

章 序	案 例 类 别	全文案例数	摘要案例数
2	综合门户与行业服务类电子服务	5	4
3	工业企业电子商务	5	5
4	物流类电子商务	6	2
5	网络增值服务类电子商务	4	4
6	金融、支付与保险类电子商务	4	1
7	流通类电子商务	3	2
8	IT 行业电子商务	2	0
9	农业类电子商务	3	5
合计		32	23

表 1-2 是 24 所高校电子商务案例调研材料的汇总表，按照高校提供的次序排列。

表 1-2 电子商务案例汇总表

序号	院校名称	数量	目 录
1	北京工商大学	5	1. 24 小时学习网：网络教学的成功典范 2. 发挥信息系统优势 创建物流企业强军——安得物流公司电子商务的应用之路 3. 上海国通供应链管理有限公司——第三方企业助力 B2B 供应链管理 4. 电子商务：e 国天地发展的核心竞争力 5. 中银电通：网络上的休闲俱乐部
2	北京联合大学	5	6. K68 网站案例 7. 国脉互联信息顾问有限公司电子商务案例 8. 北京联合亿恒电子商务有限责任公司案例 9. 北京兴奥发国际贸易有限公司案例 10. 北京亿国天地电子商务有限公司案例
3	北京邮电大学	5	11. 电信增值业务 SP——北天纵横案例 12. 中国电信互联星空案例 13. 人物网案例 14. 中国通信器材商务网案例 15. 中国信息通信图书网案例
4	东北财经大学	5	16. 用网络创造蓝色新经济——中国国际海运网 17. 以信息化助推“数字口岸”建设——大连口岸物流网 18. 大网络意味着大市场——记大连锦程国际物流集团电子商务应用 19. 帮助企业信息化的宽带商务——山东省网通公司与“商务新动力” 20. 北方粮网——大连北方粮食交易市场电子商务模式的探索
5	东华大学	5	21. 物资流通行业“e”化的典型示范——爱姆意 22. 全国首家“网上收废”平台——新锦华在线收废 23. 小标签玩转大市场——“RFID 技术”在上海农产品中心批发市场的应用 24. 市场就在点击之间——上海中山化工市场园区 25. 放心托付、全力以赴——第三方物流熙可
6	合肥工业大学	5	26. 安徽农网——信息入乡示范工程 27. 黄山旅游电子商务网案例 28. 奇瑞汽车有限公司电子商务案例 29. “药通网”——亳州中药材电子商务案例 30. 安徽新华发行集团电子化供应链管理案例

序号	院校名称	数量	目 录
7	华中师范大学	5	31. 河南路港信息化 32. 四机赛瓦石油钻采设备有限公司电子商务案例 33. 新飞电器信息化与电子商务案例 34. 枝江酒业的电子商务模式 35. 传统行业信息化: 中华粮网
8	南京大学	5	36. 吃出来的电子商务——e 美食案例研究 37. 金城集团的信息化历程——利用电子商务手段打造敏捷供应链 38. 新型外贸之路——记江苏弘业股份有限公司电子商务 39. 基于电子商务的江苏烟草公司营运模式重组 40. 虚实结合——大型百货企业进军电子商务的启示
9	南开大学	5	41. 天津钢管国际经济贸易有限公司电子商务案例 42. 天津天保物流集团有限公司电子商务案例 43. 天津服装进出口股份有限公司电子商务应用调研 44. 天津钢管集团有限公司电子商务应用调研 45. 天津世盛投资集团有限公司电子商务应用调研
10	上海海事大学	5	46. 上海虹鑫物流有限公司电子商务应用案例 47. 苏州物流中心有限公司电子商务应用案例 48. 无锡星网物流有限公司电子商务应用案例 49. 远成集团有限公司电子商务应用案例 50. 中海集团物流有限公司电子商务应用案例
11	上海理工大学	5	51. 为提升企业的竞争力而信息化——宏图三胞的电子商务模式 52. 江苏吴江中国绸都网 53. 苏果超市: 连锁超市电子商务的探索 54. 两条腿走路与无缝链接——春兰集团的电子商务 55. 徐州力博对外贸易有限公司的电子商务探索
12	武汉大学	5	56. 华夏商 e 通——小商贩电子商务的扩张之痛 57. 华中商网——武汉电信抢滩电子商务 58. 中国牧业网电子商务战略探究 59. 三联家电: 探索家电零售业的电子商务模式 60. 中华粮网 (与华中师范大学案例 35 同企业)
13	西安交通大学	5	61. 基于传统渠道的 B2C 62. 西部农产品网上营销 63. 山西醋业电子商务 64. 中国煤焦数字交易市场 65. 西安社区服务在线

序号	院校名称	数量	目 录
14	西南财经大学	5	66. 中国工商银行四川省分行网上银行大客户营销案例 67. 中国建设银行四川省分行银行卡业务案例 68. 中国民生银行网上银行个人VIP客户案例 69. 贵阳市商业银行网上银行业务案例 70. 典型第三方支付平台——西部支付案例
15	厦门大学	5	71. 传统行业高起点的信息化——福建省工业设备安装公司 72. 产业集群电子商务的典范——环球鞋网 73. 创新成就梦想——厦门夏新电子有限公司 74. 构建高效口岸物流作业环境——厦门现代物流信息公共平台 75. 届届相连,永不落幕——福建省网上投资贸易洽谈会
16	中国农业大学	5	76. 河北好日子集团公司信息管理系统 77. 信息助农与信息增值服务——北京爱农信息驿站 78. 农业信息内容供应商——农信通有限公司 79. 社区电子商务的星星之火——北京任我行电子商务网 80. 政府搭台,合作社唱戏——中国桃乡网
17	中央财经大学	5	81. 北京银行网上银行业务调研 82. 创金牌服务 为梦想护航——人保财险电子商务案例 83. “您家中的银行,可信赖的银行”——记工商银行电子银行 84. 让保护无处不在——记中国人寿保险股份有限公司 85. 开拓先锋——招商银行网上银行侧记
18	重庆大学	5	86. 中国摩托车电子商务平台 87. 重庆电子邮政 88. 重庆港务集团物流电子商务应用案例 89. 电子商务领航——红岩汽车B2B电子商务应用 90. 重庆商社新世纪百货B2B电子商务应用——第三方供应链管理服务平台
19	浙江大学	9	91. 食品行业综合服务平台的典范——中国食品产业网 92. 中国互联网第一股——网盛科技的电子商务成功之路 93. 不再龙柏烧狗肉——网上网下互动的中国花木交易平台 94. 电子签名在联想电子订单系统中的应用 95. 新农门(SINOMEN)——面向农民工的信息服务平台

续表

序号	院校名称	数量	目 录
19	浙江大学	9	96. 宁波嘉友——媒体服务 97. 阿里巴巴——支付宝 98. 第三方钢铁现货电子交易平台——中国钢铁平台网 99. 争做中国互联网营销行业的领跑者——浙江大学盘石信息技术有限公司
20	北京交通大学	6	100. 北京西南物流中心电子商务应用案例 101. 北京中铁快运有限公司电子商务应用案例 102. 大田集团电子商务应用案例 103. 中国物资储运总公司电子商务应用案例 104. 中国远洋物流有限公司电子商务应用案例 105. 中铁现代物流科技股份有限公司案例分析
21	云南大学	3	106. 亚虎财富快车电子商务系统 107. 云游网 108. “营销云南”——昆明天利达电子商务公司
22	北京大学	2	109. 百度中文搜索引擎 110. 中国汽车网
23	对外经济贸易大学	2	111. 中国国际电子商务中心案例 112. 中国石化电子商务案例
24	中国人民大学	2	113. 建设高效益的电子商务应用——神州数码的 IT 组织及管理模式 114. 三联：用电子商务整合家电供需链

2

综合门户与行业服务类 电子商务案例

2.1 国家级电子商务综合门户与电子服务平台 ——中国国际电子商务中心



案例导读

中国国际电子商务中心（China International Electronic Commerce Center, CIECC）紧跟国际技术潮流，积极将先进科研成果转化为生产力，经过多年的建设与发展，其业务涉及电子商务发展基础设施建设、安全认证、信用服务、现代物流、国际合作、教育培训等，服务范围覆盖中国商贸领域主要企业。CIECC 负责运营的网站包括：中华人民共和国商务部网站、中国国际电子商务第三方服务平台——中国国际电子商务网（简称 EC 网）、“在线广交会”网站等。它还是“金关工程”的主体机构，并积极参与国际交流和合作，与许多国家政府进行信息共享合作，在促进我国电子商务的良好发展中起到重要作用。

在系统建设方面，CIECC 业务应用平台采用主流的三层开发架构技术（B/S 结构）建设，包括大型数据库集群、WEB 服务器集群、应用服务器集群和用于数据挖掘的数据仓库服务器等几个层面的服务器群构成。平台采用数据集中原则，使用 SAN 存储架构，利用 2 台高性能、高可靠、运行 UNIX 系统的 HP Integrity Superdome 动能服务器对数据库平台进行扩容。

同时，CIECC 以北京亦庄作为生产中心、北京东单作为同城数据备份中心、广州数据中心作为异地系统备份中心，可以进行同城备份、异地备份，形成了三位一体的保障网络，为各项电子政务、电子商务的应用系统提供应用级灾难恢复服务。

2006 年 10 月 30 日，第 100 届中国出口商品交易会圆满闭幕。本届广交会的电子商务形式也取得了新发展——“在线广交会”各网站累计访问量为 1.2 亿次，比上届广交会增长 3.2%；网上意向成交额为 4.4 亿美元，比上届广交会增长 5.9%。