

应用型电子商务
“十一五”系列规划教材



电子商务 案例分析

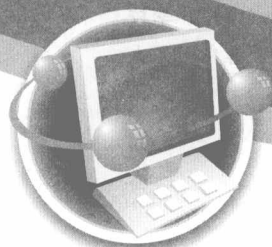
施志君 主编

DIANZI SHANGWU
ANLI FENXI



化学工业出版社

应用型电子商务 “十一五”系列规划教材



电子商务 案例分析

施志君 主编



化学工业出版社

·北京·

元 9.00 定价

本书内容涉及电子商务案例的概念、分类及电子商务案例分析的方法,将电子商务案例分为网络经纪、网络广告、内容经营、网上商店、网络直销、行业服务提供、虚拟社区、企业整体电子商务、新型电子商务模式9大类,对各个类型的典型案例进行了详细分析。

本书的特色在于加强学生动脑思考案例的比重;强化典型案例新发展的讲解;提出典型案例存在的问题;还对某些典型案例提出建设性的意见。

本书可作为应用型本科、高职高专电子商务等专业的教材,也可用于中职(中技)学校相关专业的教学用书或培训教材。本书对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等也有着现实的指导作用。

电子商务 典型案例

图书在版编目(CIP)数据

电子商务案例分析/施志君主编,一北京:化学工业出版社,2009.2

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

ISBN 978-7-122-04317-7

I. 电… II. 施… III. 电子商务-案例-分析-高等学校:技术学院-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第002452号

责任编辑:宋湘玲 唐旭华

文字编辑:张绪瑞

责任校对:陶燕华

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京市振南印刷有限责任公司

装订:三河市宇新装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张12½ 字数299千字 2009年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:23.00元

版权所有 违者必究

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

编审委员会

主 任 施志君

副主任 朱国麟

委 员 (按姓氏笔画排序)

朱国麟 关 勇 李怀恩 吴俊钿 陈 勋

周训武 施志君 梁超雄

编写说明

目前,各个行业和领域正在积极开展形式多样的电子商务与电子政务活动,电子商务的快速发展,使整个社会对电子商务专业人才的需求日益迫切,未来10年内,我国电子商务专业人才需求数量为200多万。为了培养社会急需的电子商务专业人才,教育部2001年批准电子商务作为目录外专业在全国高校中开设,可见国家对培养电子商务专业人才的重视。虽然这些年来我国电子商务得到了一定的发展,各个高等院校的毕业生都陆续地走向社会,但却出现了如此“矛盾”的现象:一方面是电子商务的高速发展、人才奇缺;另一方面是专业知识结构不合理、电子商务专业毕业生难在社会上找到工作。解决上述矛盾的关键在于认识清楚市场需要的是应用型的电子商务人才,学校培养电子商务专业人才不能与市场脱节,本套系列规划教材就是基于这种市场需求推出的。

应用型电子商务人才的培养离不开适用、好用的教材,目前市场上严重缺乏电子商务专业的应用型或者说是实战型的教材,影响了老师们的教学和同学们的学习。鉴于这种状况,基于多年的行业或专业经验,广东省多所在电子商务专业有所建树的应用型学校联合组织策划,并邀请企业专家指导、实际参与编写,共同完成了“应用型电子商务‘十一五’系列规划教材”的编写工作,期待弥补教材市场的这一空白。

本套电子商务系列规划教材共计10本,分两批出版,其中2009年1月出版8本,分别是《计算机实用技术》、《实用联网技术》、《网络营销与实训》、《电子商务网站建设与完整实例》、《电子商务案例分析》、《电子客户关系管理与实训》、《电子商务项目设计与策划》;2009年6月出版2本,分别是《电子商务基础与实训》、《国际商务》。

本套应用型电子商务“十一五”系列规划教材的主要特点如下。

(1) 电子商务专业涵盖的知识非常广泛,并且其更新速度也很快,在编写本套教材的过程中,注重理论分析的准确、清晰、简明、新颖,做到够用就行。立足于应用型,本套教材重点突出专业技能的训练;根据各门课程的讲授特点,每本教材的编写思路和体例也各具特色。

(2) 该套教材把电子商务应用所需要的专业技能进行了解析,每本教材强调不同的专业模块。《电子商务基础与实训》是围绕电子商务开展的几种模式,告诉学生如何进行B2B、B2C、C2C、EG,把涉及的业务知识和技能串起来。《计算机实用技术》是通过配置、购买、维修计算机的实训过程,结合动手DIY,使涉及计算机的相关知识和技能过关。《实用联网技术》是通过实际的网络配置训练,使涉及网络的相关知识和技能过关。《网络营销与实训》介绍各种网络营销手段的应用,特别是近期经过市场检验的新网络营销手段,以大量的互联网实践来掌握网络营销技能。《电子商务网站建设与完整实例》是以一个完整的网站建设为例,训练网站设计及制作、后台数据处理。《电子商务案例分析》通过大量成功案例的分享,旨在激活同学们的思路,从中获取开展电子商务应用的创新灵感。《电子客户关系管理与实训》分行业给学生提供角色演练的模拟实训,让学生掌握客户服务的技巧。《电子商务物流与实务》引用国内外先进理论与应用实例,注重电子商务与物流的结合,让学生知晓一些实

务型的物流操作。《电子商务项目设计与策划》从项目管理角度介绍电子商务项目分析方法,有效解决了电子商务师资格鉴定第二阶段内容,让读者学会电子商务项目设计,了解答辩技巧。《国际商务》主要介绍企业如何做出口贸易、投资等内容,突出应用特色。

(3) 各教材以电子商务应用层面的理论知识够用为度,同时引入比较新颖的专业内容、发展动态、创新模式,以满足读者工作岗位的实际需求。

(4) 本套教材附有大量的案例、思考、练习、演练、实训、拓展等,还考虑到教学层次的差异,给出了大量链接资源、阅读资料,便于深化学习。

(5) 教材同时还考虑到学生参加专业资格鉴定的需要,很多具体的教学内容都与电子商务师的鉴定内容挂钩,便于读者自学和备考。

(6) 本套教材均配有立体化电子教案,以期有助于教师教学和学生自主学习,需要请联系 sxl_2004@126.com 或登陆化学工业出版社官方网站下载。

总之,本套规划教材着重强调电子商务应用的专业技能,有很多尝试电子商务应用的方法,也有很多实操性的训练,还有很多和社会接轨的实践机会。该套教材既可作为应用型本科院校、高职高专院校电子商务等专业的教材用书;也可作为中职(中技)学校相关专业的教学用书或培训教材。在当今的电子商务时代,该套教材对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着现实的指导作用。

应用型电子商务“十一五”系列规划教材

编审委员会

2008年11月

前 言

为了满足应用型教学改革和培养应用型人才的需要,解决应用型教学缺乏一体化实用性教材的问题,我们编写了本书。本书的特色在于加强了学生动脑思考案例的比重,每种类型的案例除了详细分析一个典型以外,其他的同类型的相关案例只作了简单的介绍,然后提出研讨问题,让学生充分进行思考、讨论,以拓展学生的思维;另外,强化了典型案例新发展的讲解,便于让学生认识电子商务应用的最新发展状况;再者,提出了典型案例存在的问题,让学生清楚:企业总是在不断地解决问题中壮大,不能以为典型案例中的企业就十全十美了。本书还对某些典型案例提出了建议供大家参考。

本书的编写思路是以案例类型为根据,介绍成功的企业如何应用电子商务。具体来讲:一是让学生清楚电子商务应用类型,知道分析案例的方法;二是重点介绍了各种类型的电子商务应用中最成功的代表;三是简要说明了一些相关案例,给学生列出很多研讨问题,激发学生动脑思考问题;四是给出了较多的链接资源,让“吃不饱”的学生可以更深入地学习相关内容;五是提供了拓展训练,针对章节内容,进一步开阔学生的视野,尝试各种实践,提高专业技能。

本书由施志君主编,负责全书编写提纲、体例的设计,初稿的增删修改、统稿和定稿,并编写了第7、9章,以及第4、10章部分内容。第1、2章由刘军编写,第3、8章和第5、6章由时小伟、张帆编写,张珈瑞编写了第4、10章部分内容。

本书可作为应用型本科、高职高专电子商务专业的教材,也可用于中职(中技)学校相关专业的教学用书或培训教材,但对于中职(中技)学生来说,书中打*号的章节可以不讲。本书对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等也有着现实的指导作用。

编 者

2008年11月

目 录

第1章 学习目标和知识准备	1
1.1 学习本课程的目标	1
1.1.1 案例教学的方式和意义	1
1.1.2 电子商务案例分析的重要性	2
1.1.3 本课程所达到的目标	3
1.2 学习本课程要具备的知识	4
1.2.1 电子商务案例的分类	4
1.2.2 电子商务案例分析的主要内容	5
1.2.3 电子商务案例分析的主要方法	7
1.2.4 涉及的其他知识	9
思考题1	10
链接资源1	10
拓展训练1*	10
第2章 网络经纪模式案例分析	11
2.1 网络经纪模式简介	11
2.1.1 网络经纪	11
2.1.2 网络经纪模式	12
2.2 典型案例分析：阿里巴巴的网络经纪模式	12
2.2.1 阿里巴巴介绍	12
2.2.2 阿里巴巴的运营	14
2.2.3 阿里巴巴的管理	16
2.2.4 阿里巴巴的新发展	22
2.2.5 存在问题与建设性提议	27
2.3 分组研讨的案例	30
2.3.1 案例1：中国全球采购网的网络经纪模式	30
2.3.2 案例2：eBay 易趣的网络经纪模式	31
2.3.3 案例3：慧聪网的网络经纪模式	33
思考题2	34
链接资源2	34
拓展训练2*	35
第3章 网络广告模式案例分析	36
3.1 网络广告模式简介	36

3.1.1 网络广告	36
3.1.2 网络广告模式	40
3.2 典型案例分析:网络广告我最大——好耶广告网络	41
3.2.1 好耶广告网络介绍	41
3.2.2 好耶广告网络的经营	42
3.2.3 好耶广告网络的发展	43
3.2.4 好耶广告网络的产品	45
3.2.5 存在问题与建设性提议	47
3.3 分组研讨的案例	48
3.3.1 案例1:窄告网的网络广告	48
3.3.2 案例2:新浪网的网络广告	48
3.3.3 案例3:百度的网络广告	50
思考题3	51
链接资源3	51
拓展训练3*	52
第4章 内容经营模式案例分析	53
4.1 内容经营模式概述	53
4.1.1 内容提供商	53
4.1.2 内容经营模式	53
4.2 典型案例分析:新兴的互联网游戏内容提供商——盛大	56
4.2.1 盛大网络	56
4.2.2 盛大经营状况	56
4.2.3 盛大网络的内容提供	59
4.2.4 盛大网络的新发展	60
4.2.5 存在问题与建设性提议	62
4.3 分组研讨的案例	63
4.3.1 案例1:优酷网	63
4.3.2 案例2:中华网的游戏、娱乐频道	65
4.3.3 案例3:21CN的网络宽频	65
4.3.4 案例4:中国知网的网络出版	66
思考题4	67
链接资源4	67
拓展训练4*	68
第5章 网上商店模式案例分析	69
5.1 网上商店模式简介	69
5.1.1 网上商店	69
5.1.2 网上商店模式	69
5.2 典型案例分析:亚马逊网上书店	70

5.2.1 亚马逊电子商务网站	70
5.2.2 网站内容与服务项目	71
5.2.3 营销、促销的启示	71
5.2.4 亚马逊的经营	73
5.2.5 亚马逊的新发展	77
5.2.6 存在问题与建设性提议	78
5.3 分组研讨的案例	79
5.3.1 案例1: 当当网上书店	79
5.3.2 案例2: 国美网上商城	82
5.3.3 案例3: 淘宝网上商店	85
思考题5	89
链接资源5	89
拓展训练5*	90
第6章 网络直销模式案例分析	91
6.1 网络直销模式简介	91
6.1.1 网络直销	91
6.1.2 网络直销模式	92
6.2 典型案例分析: 网络商品直销的鼻祖——戴尔	93
6.2.1 戴尔公司	93
6.2.2 经营特色	94
6.2.3 存在问题与建设性提议	97
6.3 分组研讨的案例	99
6.3.1 案例1: 索尼(中国)网上专卖店	99
6.3.2 案例2: ☆CONVERSE——正品匡威网上专卖店	105
6.3.3 案例3: 雅芳的网络直销	106
思考题6	110
链接资源6	110
拓展训练6*	110
第7章 行业服务提供模式案例分析	111
7.1 行业服务提供模式简介	111
7.1.1 行业服务	111
7.1.2 行业服务提供模式	111
7.2 典型案例分析: 提供即时通信服务——腾讯公司	112
7.2.1 腾讯公司简介	112
7.2.2 腾讯公司的业务体系	113
7.2.3 腾讯的盈利模式	117
7.2.4 QQ与MSN的对比分析	118
7.2.5 腾讯公司的新发展	119

7.2.6 存在问题与建设性提议	120
7.3 分组研讨的案例	121
7.3.1 案例1: 网络证券服务的先行者——证券之星	121
7.3.2 案例2: 提供电子认证服务——广东省电子商务认证中心	123
7.3.3 案例3: 探索房产网络信息服务——搜房网	124
7.3.4 案例4: 开拓旅游新天地——携程旅行网	126
7.3.5 案例5: 网上招聘服务——智联招聘网	129
7.3.6 案例6: 探索电子化物流模式——中国全程物流网	130
7.3.7 案例7: 提供网络教育服务——网络学院	131
7.3.8 案例8: 开拓蔬菜网络新天地——中国蔬菜市场网	133
7.3.9 案例9: 提供网络钢铁交易——东方钢铁在线	134
思考题7	136
链接资源7	136
拓展训练7*	136
第8章 虚拟社区模式案例分析	137
8.1 虚拟社区模式简介	137
8.1.1 虚拟社区	137
8.1.2 虚拟社区模式	140
8.2 典型案例分析: 新浪虚拟社区	143
8.2.1 商业价值	143
8.2.2 盈利模式	144
8.2.3 新浪虚拟社区状况分析	147
8.2.4 发展策略	148
8.2.5 存在问题与建设性提议	148
8.3 分组研讨的案例	149
8.3.1 案例1: 中国小区网	149
8.3.2 案例2: 网易虚拟社区	151
8.3.3 案例3: 百度贴吧虚拟社区	152
思考题8	154
链接资源8	154
拓展训练8*	154
第9章 企业整体电子商务模式案例分析	155
9.1 企业整体电子商务模式简介	155
9.1.1 企业电子商务	155
9.1.2 企业整体电子商务模式	155
9.2 典型案例分析: 海尔集团电子商务	156
9.2.1 海尔电子商务概况	156
9.2.2 海尔电子商务应用	157

9.2.3 海尔电子商务的商业模式	160
9.2.4 海尔电子商务的管理模式	162
9.2.5 海尔电子商务的启示	163
9.2.6 存在问题与建设性提议	163
9.3 分组研讨的案例	164
9.3.1 案例1: IBM 公司电子商务	164
9.3.2 案例2: 招商银行	166
9.3.3 案例3: 中国石油化工股份有限公司电子商务网站	167
9.3.4 案例4: 中国人民财产保险股份有限公司	169
思考题9	171
链接资源9	171
拓展训练9*	171
第10章 新型电子商务模式案例分析*	173
10.1 电子商务模式创新	173
10.1.1 检验电子商务模式的标准	173
10.1.2 电子商务模式的发展	173
10.1.3 电子商务模式的形成	174
10.1.4 创新的电子商务模式	175
10.2 新型电子商务模式案例	178
10.2.1 增值网络集成商模式案例: 美国思科电子商务	178
10.2.2 威客网站案例: 威客任务中国	180
10.2.3 新型的网络代购模式: 网络代购中心	182
10.2.4 新型的网络团购模式: 深圳团购折扣网	183
思考题10	185
链接资源10	185
拓展训练10*	186
参考文献	187

第1章 学习目标和知识准备

1.1 学习本课程的目标

1.1.1 案例教学的方式和意义

(1) 案例教学法的产生

案例教学法产生，可以追溯到古希腊和古罗马时代。古希腊哲学家、教育家苏格拉底，在教学中采用“问答式”教学法可以看作是案例教学的雏形。1908年，哈佛大学哈佛商学院成立，同年创立企业管理研究院，由盖伊担任首任院长，盖伊建议：以组织学生讨论作为课堂教学的补充，这样诞生了管理案例教学法。和传统的课堂讲授不同，案例教学法改变了那种教师满堂灌，教学内容过分抽象、难以理解；学生在学习的过程中提不起兴趣，不能激发学生的参与意识的缺陷。案例教学贯彻理论联系实际的教学原则，通过案例教学使学生开阔视野，增长知识，调动学习的积极性和主动性，使处理实际问题的能力在学习过程中得到锻炼和提高。

(2) 案例教学法的含义

案例教学法是一种通过分析各种案例来开展教学活动的教学方法，它是让学生在特定的案例模拟情景中，进行体验、分析、决策，从而培养他们独特的、综合的工作能力以及团队精神的教学方法。案例教学法力图将学生置于实战的环境，进而来学习怎么处理问题。因此，案例教学法不仅仅是让学生简单地去寻找答案，而在于寻找处理和解决问题的具体方法。通过案例教学，培养学生的创造性、发散型思维方式，使学生在学校学习时就具备了适应未来工作必要的心理准备、知识结构和实战操作能力。

(3) 案例教学法的方式

案例教学法通常有两种方式。

① 教师在课堂上讲授案例。教师围绕特定的案例进行讲授，学生通过教师对案例的分析，对教学内容产生较实际和深刻的认识，这种案例教学方法能够使学生易于掌握理论、原理、方法，对如何分析同类问题触类旁通，但不能充分提高学生的主动性和实践能力。

② 由教师组织案例，在课堂上与学生一起分析和讨论案例，基本方法有两种：一是将选编好的案例发给学生，让学生事先做好参与讨论的准备，可采取先小组讨论（可以以不同特点、各有所长的学生来分组取长补短，可以组织不同小组围绕同一案例进行辩论或质疑），也可以组织学生进行调查、试验活动后，候选代表在全班发言的方式；二是将案例发给学生，要求学生针对案例进行独立阅读、思考和判断，最后写出书面分析报告，教师通过学生的分析报告了解并评判其掌握相关知识的程度和分析、解决问题的能力。

而通常所说的案例教学法,更多地是指后一种方式。在案例教学法的讨论中,突出学生的主体地位,要创造机会让学生走向前台发挥主角作用,教师则尽可能走向幕后发挥导演作用。

(4) 案例教学法的意义

案例教学法开发了教学组织新形式,是适应高等教育特点的有效而独特的教学方式,在信息爆炸、日益高科技化和综合化的今天,它是进行有效的高等教育不可或缺的重要方法,它推动了学科综合化进程,打造了各派教学理论融合创新的平台,对教学改革起着重要的现实意义。

① 案例教学法实现了理论与实践的结合。教学过程中运用典型案例,通过分析案例,使学生能够在具体的案例情景中运用和检验所学知识和理论,实现了理论和实践的结合,弥补了机械接受知识的不足。

② 案例教学法有益于培养学生的自主能力和创造性思维。案例教学法力图将学生置于实战的环境来学习怎么处理问题。在整个教学过程中,自始至终都是以学生为主,老师重在指引和点评,有利于培养学生自主思考、自由发言以及创造性思维的能力。

③ 案例教学法有益于调动学生的学习主动性。案例教学是互动式的教学,使学生变被动听讲为主动参与,有利于调动学生的积极性和主动性,学生以“当事人”身份去解决问题,做出自己独立的决策,从而不断调动学生的积极性和主动性。

1.1.2 电子商务案例分析的重要性

随着电子技术和互联网的发展,信息技术作为工具被引入到商贸活动中,产生了电子商务(Electronic Commerce,缩写为EC;或Electronic Business缩写为EB)。电子商务是网络技术发展日益成熟的直接结果,是网络技术发展的新方向,它不仅改变了企业自身的生产、经营和管理,而且给传统的贸易方式带来了巨大的冲击。通俗地说,电子商务就是在计算机网络(主要指互联网)的平台上,按照一定的标准开展的商务活动。电子商务强调的是通过信息网络以电子数据信息流通的方式在全世界范围内进行并完成的各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动。电子商务是基于计算机网络并与之有效融合的商务活动,电子商务在计算机网络环境下的商业化应用,不仅仅是硬件和软件的结合,而是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(Internet)、内联网(Intranet)和外联网(Extranet)上更有效地结合起来的应用,电子商务给我们带来更多的选择和更多的便利,改变着人们的生活方式、消费观念和娱乐形式,使我们的生活质量得到空前的提高,使人的个性得到充分的发挥。

电子商务为了提高人们商业贸易操作的效率,通过采用计算机网络手段和各种数字化电子方式实现商品交易、资金流及知识产权贸易。电子商务打破了时空局限,改变了贸易形态,将给世界经济带来空前的发展机遇。

电子商务是利用“电子”(包含计算机、网络、通信技术)的手段来实现商务的目的,商务是核心。除了我们熟知的优势外,可以说电子商务的好处可以惠及整个社会。我们可以利用互联网安全、迅速、低成本地实现税收、退休金和社会福利金的电子支付;另外,比起支票支付,电子支付更容易审计和监督,可以有效地防止欺诈和盗窃。电子商务可以让人们在家工作,因而交通拥挤和环境污染也可以得到一些缓解,电子商务还可以使产品或服务到达边远地区……

电子商务案例是指对某一特定电子商务活动的内容、情景与过程,进行客观描述的教学资料。当然,能收入到课本作为教学案例材料的,一般是比较成功的电子商务应用实例,值得推广和学习。

电子商务案例分析在电子商务教学中具有重要意义。实践证明:电子商务案例教学不仅能更好地让学生全面认识电子商务,掌握网络营销技巧,提高学生的实践能力和创新能力,而且案例教学使得学生成为教学活动的主体,能够形成学生自主学习、合作学习、研究性学习和探索性学习的开放型的学习氛围,能收到良好的教学效果;可以深化所学的理论知识,通过案例分析加深对理论知识深层次的理解;可以使所学的知识转变成技能,理论学习与实践应用有机地结合;可以把分析案例得到的成功经验及案例的改进建议用于以后的创业或工作中,少走许多弯路;可以在逼真模拟训练中做到教学相长,不断提高自身的竞争能力;可以通过案例的讨论,提高学生的综合素质。

1.1.3 本课程所达到的目标

《电子商务案例分析》的所有内容来自于电子商务的实践,是电子商务实践活动的客观反映。通过本课程的学习和教学过程,目的是使学生全面了解课程所选案例的精髓,正确分析其成功与不足之处,以便在今后电子商务的运用过程中有所借鉴。

电子商务案例教学要达到的目标如下。

① 与计算机网络、电子商务概论、物流与供应链、网络营销、ERP、客户关系管理等营销、商务和管理类课程的理论知识相衔接,通过案例分析加深对相关理论知识的深层次的理解和运用。

② 通过各种类型的电子商务案例的详细分析,结合具体实践中出现的问题进行判断思考,在逼真的模拟训练中做到教学相长,师生之间在共同的分析讨论过程中,通过发散性思维,激发大家的灵感,做到思想启迪、相互学习;也可以通过积极的讨论,提高学生的综合素质;还可以在分组研讨中,培养学生的团队合作精神。

③ 通过理论学习与实践应用有机结合,对电子商务产生更为实际的感性认识,使所学知识转变为技能。掌握电子商务运作的一般规律和与实际环境相结合的特定环节处理方法,归纳电子商务项目的特色与优缺点,比较、衡量并评价电子商务的运行效果,能动态把握国内外电子商务发展趋势;能对行业电子商务发展有完整的了解;能借鉴电子商务应用的成功经验;为电子商务项目规划打下基础,能形成电子商务解决方案。

通过本课程的学习,让学生熟悉较多的国内外电子商务案例,为学生提供分析、评估电子商务项目的方法,培养学生的案例分析能力和归纳总结能力,从而使学生掌握电子商务的运行规律,在调查、讨论与实践的基础上更深入地理解电子商务的基本原理,能够积极思考,得出实际问题的电子商务解决方案,使学生能具备适应未来电子商务领域工作必要的心理准备、知识结构和实战操作能力。

注意:学习电子商务案例目的是要掌握如何应用电子商务,而不是仅简单地实现电子商务;对于应用电子商务的组织来说,关注的是如何利用电子商务手段来加速、简化组织的活动过程,提高组织的效率;对于应用电子商务的人来说,关键是要有意识地培养自己的“电子商务感”,关注的是如何利用电子商务手段来解决各种问题,提高工作、学习和生活的效率与质量。

1.2 学习本课程要具备的知识

1.2.1 电子商务案例的分类

在了解电子商务案例的分类前,需要先对电子商务的类型进行了解或回顾。如果根据电子商务参加的主体划分,可以将电子商务分为三大类:第一大类是企业与企业之间的电子商务(Business to Business,即B2B),企业与企业之间使用Internet或各种商务网络进行的向供应商订货、接收票证和付款等商务活动。企业对企业的电子商务发展最快,已经有了多年的历史,特别是通过增值网络上运行的电子数据交换(EDI),实现了标准化使企业对企业的电子商务得到了迅速扩大和推广。第二大类是企业对消费者的电子商务(Business to Customer,即B2C),企业对消费者的电子商务一般以网络零售业为主,主要借助于Internet开展在线销售活动,例如经营各种书籍、鲜花、计算机、通信用品等商品。另外,可以把消费者对消费者的电子商务(Customer to Customer,即C2C)看成是B2C的最高境界。第三大类是电子政务(Electronic Government,即EG),政府机构应用现代信息和通信技术,将管理和服务通过网络技术进行集成,在互联网上实现政府组织结构和工作流程的优化重组,超越时空及部门之间的分隔限制,向社会提供优质的、全方位的、规范的、透明的、符合国际水准的管理和服务。它包括政府与政府(G2G)、政府与企业(G2B)、政府与公众(G2C)、政府与公务员(G2E)等电子政务类型。

可在上述电子商务分类的基础上,按涉及的专业和类型、教学需要、电子商务模式等,从不同的角度对电子商务案例进行分类。

(1) 按电子商务涉及的专业和类型分类

以电子商务案例涉及的专业和类型为依据,可把它们分为:

- ① 网站建设与维护案例;
- ② 网站内容设计案例;
- ③ 电子商务B2B案例;
- ④ 电子商务B2C案例;
- ⑤ 电子商务服务案例;
- ⑥ EDI案例。

(2) 按电子商务教学需要分

以电子商务案例的教学需要为依据,可把它们分为:

- ① 已解决问题的案例;
- ② 待解决问题案例;
- ③ 设想问题的案例。

(3) 按电子商务模式分

一般认为,商务模式包含三个要素:一是产品、服务或信息流的体系结构,包括不同商业角色及其作用;二是不同商业角色潜在利益;三是收入来源,商务模式规定了公司在价值链中的位置,并指导其如何赚钱。

按照电子商务模式可以从不同角度建立不同的分类框架,就各类模式还可以分得更细。研究和分析电子商务模式的分类体系,有助于挖掘新的电子商务模式,为电子商务模式创新

提供途径,也有助于制定企业特定的电子商务策略和实施步骤。由于本教材是采用这种分类来讲述各个电子商务案例的,所以下面进行详细讨论。

① 网络经纪模式 指企业作为市场的中介通过虚拟的网络平台将买卖双方的供求信息聚集在一起,协调其供求关系并从中收取交易费用的商业运作模式。它一般是商家对商家、商家对消费者、消费者对消费者或消费者对商家的经纪商。

② 网络广告模式 指网站的所有者提供了一些内容和服务来吸引访问者,通过在其网站加入标志、按钮或其他获得访问者信息的方式的广告客户收取广告费用来获得利润的商业运作模式,这种模式的前提是需要大的访问量。

③ 内容经营商模式 指企业在网上通过第三方制造和提供数字化形式的产品而获得利润的商业运作模式。一般以信息、软件、音乐、电影等来满足消费者。

④ 网上商店模式 实际上就是在线销售模式,指批发和零售商通过互联网销售商品和服务的商业运作模式,货物一般以优惠价格或拍卖售出。

⑤ 网络直销模式 指生产商通过互联网直接接触最终用户而不是通过批发或零售商的商业运作模式,这种模式的典型企业有戴尔公司等。

⑥ 行业服务提供模式 能够提供专业性强的行业服务,且拥有该行业资源的背景,有针对性地为企业内人士提供行业内及相关行业的电子商务平台和商务信息服务的电子商务模式。

⑦ 虚拟社区模式 基于网络和具有共同利益和兴趣的生产商或个人的虚拟群体,为其提供合作机会而收取一定费用获利的商业运作模式。

⑧ 企业整体电子商务模式 企业或者其他组织以发展电子商务应用为目标,对企业或者组织的生产流程、营销模式、组织管理等方面进行统一的信息化处理而采用的电子商务模式。

⑨ 新型电子商务模式 包括各种电子商务模式创新。如增值网络集成商模式、威客模式、网络代购模式、网络团购模式等。

a. 增值网络集成商模式 增值网络集成商通过为实际价值链中的委托人收集、综合和传递信息来控制行业中的虚拟价值链,并通过协调的方法来提高价值链的利用效率,从而使其价值得到增加。

b. 威客模式 人的知识、智慧、经验、技能通过互联网转换成实际收益的互联网新模式。主要应用包括解决科学、技术、工作、生活、学习等领域的问题。体现了互联网按劳取酬和以人为中心的新理念。

c. 网络代购模式 由买家指定某种商品,网络卖家再去购买,收取一定的佣金,卖家本身并不存货。对买家而言,代购的商品一般是自己比较了解的,质量更让人放心;对卖家而言,代购的成本低、风险小,不易出现售后纠纷,因此,网络代购虽然出现的时间不长,发展却很快。

d. 网络团购模式 销售商拥有了足够量的同类购买需求的消费者,电子商务网站向销售链的上游厂商、总代理商提出要求分享利润。网络团购业务的组织者一般而言有两个基本能力需求:一方面要能组织到一定规模的消费者,以作为和供货商谈判的筹码;另一方面要能组织到相当数量同类型的供货商,以便争取到最合理的折扣和提成比例。

1.2.2 电子商务案例分析的主要内容

电子商务案例分析就是根据一定的分析目的,采用一种或几种分析方法,按照一定的程