

中等职业学校教材
电子商务专业

电子商务 实务模拟

中等职业学校电子商务专业协作会 组编
张 雪 主编



高等教育出版社

中等职业学校教材
电子商务专业

电子商务实务模拟

中等职业学校电子商务专业协作会 组编

张雪 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是配合中等职业学校电子商务教学而编写的实务模拟教材。

电子商务实务模拟分为基础模拟和综合模拟。基础模拟是电子商务专业技能综合运用的基础,它既包含计算机基本操作,又能够体现对网络营销、销售过程的把握,可以概括地展现网站建设、网页设计的基本情况,是学生掌握各方面技能的基础。本书将以参与电子商务活动基本内容为主轴,重点介绍电子商务平台、电子商务交易模式、物流配送、网络金融(网上银行)、电子商务企业网站管理、网络营销、CA 认证等基础模块。而综合模拟是企业实际问题的电子商务解决方案,是一个连贯运行的电子商务过程。本书以电子商务交易模式综合实验和商务活动电子化管理综合实验为代表提供一个实际的电子商务综合解决方案。本书以德意电子商务实验室系统为主要蓝本,为学生模拟了当今国内外电子商务活动中经常出现的实际操作过程。本书配有多媒体教学课件。

本书可作为三年制中专、五年制高职电子商务专业及相关专业教材,也可作为在职人员岗位培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务模拟/张雪主编. —北京:高等教育出版社,2004.8

ISBN 7-04-015199-5

I. 电... II. 张... III. 电子商务-专业学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 063544 号

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 100011
总 机 010-82028899

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所
印 刷 煤炭工业出版社印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 12.25
字 数 290 000

版 次 2004 年 8 月第 1 版
印 次 2004 年 8 月第 1 次印刷
定 价 23.80 元(含光盘)

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

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)64014089 64054601 64054588

策划编辑 李承孝

责任编辑 黄 静

封面设计 王凌波

责任绘图 尹 莉

版式设计 马静如

责任校对 殷 然

责任印制 杨 明

出版说明

目前,电子商务已成为世界各国人们关注的焦点。随着互联网技术的逐渐成熟,电子商务已成为 Internet 应用中最重要领域。在发达国家,电子商务的发展非常迅速,基于电子商务而推出的商品交易系统方案、金融电子化方案和信息安全方案等,已形成了多种新的产业。这给信息技术带来许多新的发展机遇,并逐渐成为国际信息技术市场竞争的焦点。我国的电子商务起步虽晚但发展很快,然而,有关电子商务人才的匮乏在一定程度上制约了其进一步发展。有鉴于此,培养电子商务人才就显得尤为重要,而且非常迫切。根据国外的经验,电子商务对人才的需求是多层次的,既需要高级技术人员,也需要中级操作人员。所以,自 1998 年开始,许多有条件的中等职业学校纷纷开设了电子商务专业,着手培养中等职业技术方面的人才。2000 年,电子商务专业(专业编码:0903)列入由教育部职成司组织制定并颁布的《中等职业学校专业目录》。

为了满足教学需要,搞好中等职业学校电子商务专业的教材建设,高等教育出版社中等职业教育分社于 1999 年初,依托各地职业教育教研部门,组织了广泛的调研。在此基础上,于 2000 年 8 月组建了中等职业学校电子商务专业课程教材教学协作会。该协作会的宗旨是,组织开展电子商务专业课程、教材、教学改革与发展的研究活动。

根据教职成[2000]2 号文件中“专业课程应当按照相应职业岗位(群)的知识、能力要求设置,突出其综合性和实践性”的精神,经对职业学校和电子商务网站的调研以及对高校专家的咨询,协作会在广泛征求意见的基础上,提出将电子商务专业课程按照职业岗位群划分为如下模块:

网站建设模块 该模块的培养目标是,使学生能够独立完成网页的设计与制作,建立网站,并对网站进行日常维护。对应的岗位群有从事电子商务工作的技术人员和网页制作人员。

网上支付模块 通过网络进行支付是电子商务的一大特色。该模块的培养目标是,使学生了解电子货币支付原理,熟练掌握计算机文字录入和网上操作技能。对应的岗位群有金融业网上支付人员。

网络营销模块 随着电子商务的进一步发展,网络营销方式必将蓬勃发展。该模块的培养目标是,使学生掌握一般的财务知识、商务知识和市场营销知识,能利用计算机网络进行产品宣传。对应的岗位群有商业网站的营销人员和营销策划人员。

物流配送模块 物流配送是电子商务必不可少的一个环节。目前,我国物流配送体系尚不健全,这就更需要有关专业人才。物流配送不只是简单的送货服务,它还涉及有关信息的传递、商品的调配、存货管理等方面的内容。该模块的培养目标是,使学生掌握一般的物流管理原理和物流配送的职业技能。对应的岗位群有电子商务物流配送行业工作人员。

为进一步贯彻党的十六大精神,全面落实国务院《关于大力推进职业教育改革与发展的决定》中提出的“积极推进课程和教材改革,开发和编写反映新知识、新技术、新工艺、新方法,具有职业教育特色的课程和教材”的要求,坚持以就业为导向,以能力为本位,面向市场、面向社会,

适应经济社会发展和产业结构调整及科技进步;为落实《2004—2007 年职业教育教材开发编写计划》(教职成引函[2004]13 号)中提出的“积极开发编写新兴专业课程教材和教学改革实验教材”的任务和要求,高等教育出版社加强了中等职业学校电子商务专业的教材建设,根据上述课程模块的教学要求,在课程设计上,力求在学习内容、教学组织、教学评价等方面给教师和学生提供选择和创新的空間,构建开放的课程体系,适应学生个性化发展的需要,用灵活的课程结构和学分制管理制度满足企业和学习者的不同需要,因此,拟定电子商务专业教材建设如下:

(1) 专业核心课程教材包括:《现代商务》、《电子商务基础》、《电子商务网页制作》、《网络营销》、《物流与配送》、《电子商务实务模拟》;

(2) 相关方向课程教材包括:《电子商务网络技术基础》、《电子商务数据库技术》、《电子商务网站建设与维护》、《金融电子化基础》、《电子政务》、《电子商务专业英语》、《电子商务法律基础知识》。

上述教材的作者均由具有丰富现场经验的企业技术专家、具有丰富教学经验的教师 and 教学研究人员组成。在教材的编写中,力求体现职业教育教材的特点,努力把提高学生的职业能力放在突出的位置,加强实践性教学环节,使学生成为企业迫切需要的技能型、应用性人才。

目前,电子商务专业尚属新兴专业,该专业教材建设刚刚迈出了第一步。高等教育出版社还要继续开发一些个性化教学资源,如电子商务模拟软件、多媒体课件、电子演示文稿等,为学生提供体验完整工作过程的学习资源,从而达到最终的培养目标要求。因此,我们衷心地希望业内人士、广大师生和教研人员关心该专业教材的建设,并多提宝贵意见和建议。

高等教育出版社

中等职业教育分社

学科网站:<http://sv.hep.com.cn>

2004 年 2 月

前言

电子商务是一个综合性很强的新兴专业,其目的是培养在电子商务方面具有全面素质和综合职业能力的,直接在生产、服务、技术和管理第一线工作的应用型专门人才和劳动者。

实务模拟是专业技能训练的有效方式,电子商务实务模拟应当包括对电子商务专业的综合职业能力的训练,这种综合职业能力一般包括计算机技术能力(计算机基础、计算机软件、数据库应用、计算机编程)、商务技术能力(经济学基础、经济法知识、商务能力、管理能力)、网络与电子商务技术能力(网络应用、电子商务应用能力、电子商务网站设计能力)等等。其中,电子商务专业知识和专业技能的提高对综合职业能力的培养具有非常重要的作用。

电子商务实务模拟分为基础模拟和综合模拟。基础模拟是电子商务专业技能综合运用的基础,它既包含计算机基本操作,又能够体现对网络营销、销售过程的把握,可以概括地展现网站建设、网页设计的基本情况,是学生掌握各方面技能的基础。本书将以参与电子商务活动基本内容为主轴,重点介绍电子商务平台、电子商务交易模式、物流配送、网络金融(网上银行)、电子商务企业网站与内部信息管理、网络营销、CA 认证等几个有一定独立性的模块。而综合模拟是企业实际问题的电子商务解决方案,是一个连贯运行的电子商务过程,本书以电子商务交易模式综合实验和商务活动电子化管理综合实验为代表提供一个实际的电子商务综合解决方案。

本书有以下特点:

1. 突出电子商务专业技能的训练

在对电子商务专业岗位的相关调查中发现,社会对与电子商务平台有关的服务人员(包括电子商务平台操作与维护人员、电话咨询人员等)有较大的需求,因此,教材中突出了在相关电子商务平台上的专业技能训练。从教育心理学的角度可以将专业技能分为操作(动作)技能和心智技能。动作技能是在练习的基础上形成的,按照某种规则或程序顺利完成身体协调任务的能力。心智技能是借助内部语言在头脑中进行的智力活动的方式。如电子商务技能中的打字等,主要属于前者;电子商务技能中的网页制作、销售技巧等,则主要属于后者。动作技能和心智技能的训练也小有差别。但总的说来,使学生明确“做什么”和“怎么做”至关重要。因此,教材的每一个实务模拟实验中,通过实验目的、实验内容、实验资料、实验步骤、更多训练等栏目展示电子商务实务的操作,使学生知道“做什么”和“怎么做”。特别是在“更多训练”栏目中,拓展了电子商务实务操作技能的培养。另外,在教材编写过程中,还以德意电子商务实验室系统为主要蓝本,深入浅出地为学生模拟了当今国内外电子商务活动中经常出现的实际操作过程。

2. 通过电子商务综合解决方案,提升了专业技能

本书以电子商务交易模式综合实验和商务活动电子化管理综合实验为代表提供一个实际的电子商务综合解决方案,是本书在综合实训方面的一个创新,在完成模块的独立训练以后,所呈现的综合解决方案,更加具体、更加贴近学习者,更能够提升电子商务专业相关的动作技能和心智技能。书后还附有电子商务实务应用案例。

3. 提供与电子商务专业技能密切相关的基础理论

每一部分都介绍了与电子商务专业技能联系密切的理论,如主要概念、现实使用情况等等,更能够使学生明确电子商务实务模拟的意义,产生学习专业技能的兴趣。

本书可以作为中等职业学校电子商务专业电子商务实务模拟课程的教材,也可以作为高等职业教育相关课程的教材或参考用书。

本书分为8章,其中,第1章由成都职业技术学院张雪编写,第2章由成都纺织专科学校李林编写,第3章由成都礼仪职业中专文成忠编写,第4章由成都礼仪职业中专杨海丰编写,第5章由成都职业技术学院李逸平编写,第6、7章由成都纺织专科学校李鹏编写,第8章及附录二由成都职业技术学院李春林编写,附录一由成都职业技术学院何欣编写。张雪担任本书的主编,并负责全书的统稿工作。

北京德意通数码技术有限责任公司为本书制作了配套多媒体教学课件。

由于编者水平所限,不当之处,恳请读者批评指正。

编 者

2004年7月

目 录

第1章 电子商务实务概述	1	实务模拟	102
基本理论	1	实验 4.1 网上信息发布	102
1.1 电子商务的发展	1	实验 4.2 电子合同的签订	112
1.2 电子商务实务	4	实验 4.3 商业报告的撰写	116
实务模拟	7	第5章 物流配送实务	119
实验 1.1 走进电子商务	7	基本理论	119
实验 1.2 电子商务平台实验	7	5.1 物流配送概述	119
第2章 网上银行实务	15	5.2 电子商务条件下的物流配送	124
基本理论	15	实务模拟	126
2.1 网上银行概述	15	实验 5.1 透过 Internet 看物流配送	126
2.2 电子钱包	21	实验 5.2 配送中心业务模拟	127
2.3 我国网上银行现状	25	第6章 企业网站与内部信息管理	135
实务模拟	27	基本理论	135
实验 2.1 网上银行服务使用	27	6.1 企业网站建设基础知识	135
实验 2.2 电子钱包模拟实务	30	6.2 企业内部管理信息化	138
第3章 电子交易实务	38	实务模拟	140
基本理论	38	实验 6.1 交易型电子商务网站的	
3.1 电子交易概述	38	搭建	140
3.2 电子商务模式	40	实验 6.2 企业内部管理信息化实验	144
3.3 电子政务	46	第7章 CA 认证实务	148
实务模拟	48	基本理论	148
实验 3.1 C to C 交易实验	48	7.1 电子商务安全与 CA 认证	148
实验 3.2 B to C 交易实验	54	7.2 证书的申请与使用	154
实验 3.3 B to B 交易实验	68	实务模拟	155
实验 3.4 EDI 交易实验	86	实验 7.1 企业安全证书申领	155
实验 3.5 电子政务实验	90	实验 7.2 CA 认证中心管理	156
第4章 网络营销实务	92	实验 7.3 企业身份证书领取	158
基本理论	92	第8章 电子商务综合模拟	160
4.1 网络营销概述	92	基本理论	160
4.2 网络商务信息及信息发布	96	8.1 电子商务综合交易模式	160
4.3 电子合同的洽谈与签订	98	8.2 电子商务企业的创建与管理	161
4.4 商情分析报告	100	实务模拟	165

实验 8.1 电子商务交易模式	
综合实验	165
实验 8.2 电子商务企业的创建及内部管理	
综合实验	170

附录一 网上证券实务	175
附录二 电子商务应用案例	184
主要参考文献	185

电子商务实务概述

本章就电子商务实务进行概括介绍,主要包括:

- 电子商务的含义、作用及其发展历程
- 电子商务与传统商务的区别
- 电子商务实务的含义、基本框架、信息平台和主要内容
- 走进电子商务、电子商务实务平台、电子邮件、网上银行账号申请等实验

基本理论

1.1 电子商务的发展

1.1.1 电子商务的含义

随着因特网的迅猛发展和计算机的普及,一个互联的全球的电子商务时代正在到来。通过因特网,可以买到热门股票、预订班机、浏览最新的小说。实际上许多买卖行为,都可以从现实世界的某个街边小店、大型购物中心、写字楼,转移到桌面的计算机上,直接通过因特网以电子商务方式来完成。

由于商务是指某个公司或个人参与完成交易过程中的全部活动,建立在计算机与通信网络基础上的部分或全部的商务活动,就成为了电子商务。因此,广义地说,电子商务是在计算机与通信网络的基础上,利用电子工具实现商业交换和行政作业的过程。狭义地讲,电子商务是指利用 Internet 网络技术进行的在线交易或相关作业活动的业务,包括为政府部门、企事业单位、金融机构、商家和个人等提供各种在线服务。

1.1.2 电子商务的发展历程

1. Internet 的产生和发展

没有 Internet,就没有电子商务,电子商务是伴随着 Internet 的发展而产生的。

1958 年,苏联发射了第一颗人造卫星,20 世纪 60 年代,美国为了在高技术领域、军事领域与苏联抗衡,成立了高级研究计划署(ARPA),目的是开发一个不易遭破坏的实验性的计算机通信

网络系统(ARPANET),以保证网络上每个节点具有独立的功能并具有等同的地位,资源共享,异种计算机能实现通信,其作用是如果核弹击毁了军事网络的一部分,数据仍然能通过未被破坏的网络到达目的地。

1969年9月,ARPANET联通了四个站点,即加州大学洛杉矶分校、加州大学圣巴巴拉分校、斯坦福研究所和犹他大学,这是最早的计算机互联网络,并开始用网络进行信息交换。

1971年,ARPANET发展到15个站点、23台主机,新接入的站点包括哈佛大学、斯坦福大学、林肯实验室、麻省理工学院、卡内基·梅隆大学、美国航空航天局等;1975年,由于ARPANET由试验性网络发展为实用型网络,其运行管理由ARPA移交给国防通信局。

20世纪80年代,原本局限于在军事领域的ARPANET开始用于教育、科研。1981年,TCP/IP4.0版本正式成为ARPANET的标准协议。同年,美国国家科学基金会成立了计算机科学网,连接科研、教学单位共同开发和改进网络,并运行TCP/IP协议。1982年,TCP/IP加入UNIX内核中,商业电子邮件服务在美国25个城市运行;1983年,ARPANET分为MILNET和ARPANET两个网络,MILNET为军用网络,ARPANET则完全用于民用科研,国防通信局把ARPANET各站点的通信协议全部转为TCP/IP,这标志着Internet的正式诞生。

1985年,美国国家科学基金会(NFC)在美国建立了6个超级计算机中心;1986年,美国国家科学基金会资助建立NFSNET,连接这6个超级计算机中心,允许研究人员访问NFSNET,共享研究成果。NFSNET从此开始取代了ARPANET,成为免费的Internet的主干网络,用于非营利性教学和研究,成为推动科学研究和教育发展的重要工具;1989年,Internet向商业开放;1992年,诞生了World Wide Web,推出世界上第一个“所见即所得”的超文本浏览器/编辑器,使Internet具备了支持多媒体的功能;1991年,明尼苏达大学推出Gopher,使用户十分容易地存取Internet上的各种信息资源;1992年,因特网协会(ISOC)成立;1993年,因特网信息中心(Internet NIC)成立。

1992年,美国政府提出“信息高速公路”计划,公布“国家信息基础设施建设:行动纲领”,简称“NII计划”,政府进一步加强对Internet的资金支持。1994年,美国商务部和海关明确规定:对使用EDI技术的报关文件优先处理,而对纸面单证推后审批。从1995年起,Internet主干网转由企业支持,实现商业化运营。1997年,美国政府又要求联邦政府各部门的采购自1997年1月起全面采用电子商务方式,在全世界掀起了信息高速公路热。

2. 电子商务的发展

随着计算机网络技术的飞速发展,电子商务的规模迅速扩大。目前,电子商务在全球的企业用户已达上百万家。到2001年底,全球500家最大企业中,几乎全部建立网络交易系统。2001年,全球互联网用户数超过4亿,电子商务交易额达到5500亿美元;2003年,全球电子商务交易额为1.44万亿美元。与此同时,我国电子商务的发展也相当快,2002年,全国B to B电子商务交易额为1784亿元人民币,比2001年的1075亿元人民币增长66%,增长幅度超过2001年的40%。

在20世纪90年代中期,信息高速公路、信息经济、电子商务对我们来说,似乎还是很抽象、很遥远的概念,如今,不仅欧美发达国家的企业和消费者已实际体会到电子商务带来的效益和各种便利,即使在中国这样的发展中国家,民众也感受到因特网和电子商务在社会经济生活中实实在在地存在着。2004年1月15日,中国互联网络信息中心(CNNIC)第13次中国互联网络发展

状况统计报告显示,目前我国互联网上网计算机为3 089万台,网站总数为595 550个,IP地址使用数量达到41 456 128个,国家顶级域名注册量为340 040个,互联网国际出入口带宽达到27 216 M。中国的互联网用户已攀升至7 950万,位居世界第二。

电子商务推广应用是一个由简单到复杂的过程,对社会经济的影响也是由浅入深,逐步扩展的。从网上相互交流需求信息,发布产品广告,到网上采购或接受订单、结算支付账款,企业应用电子商务是从小部分到大部分,直至覆盖全部业务环节。从具体业务领域来看也是由少到多,逐步发展完善,如电子贸易的网上查询、电子订单、电子合同、电子签名、电子发票;电子金融的网上银行、电子钱包、电子现金、电子资金转账;网上证券交易的电子委托等。因特网正全面改变着人们的生活方式,从网上学校、IP电话、短信服务、电子图书馆、网上书城、电子音乐厅、网上医院、电子社区到网上舞厅、电子棋室、网上投票、电子政府、网络幼儿园、虚拟购物、网络游戏中心,因特网和电子商务的影响无所不在,将成为人们生活中不可缺少的内容。

1.1.3 电子商务与传统商务的区别

电子商务与传统商务的区别见表1.1。

表 1.1 电子商务与传统商务的区别

项 目	传 统 商 务	电 子 商 务
信息提供	根据销售商的不同而不同	透明、准确
流通渠道	企业—批发商—零售商—消费者	企业—消费者
交易对象	部分地区	全球
顾客忠实度	(普通销售时)不固定	固定(购买方便、价格低廉)
交易时间	规定的营业时间内	24 小时
销售方法	通过各种关系买卖	完全自由购买
营销活动	销售商的单方营销	双向沟通,一对一
顾客方便度	受时间与地点的限制,还要看店主的神色	顾客按自己的方式,无拘无束地购物
对应顾客	需要用很长时间,掌握顾客的需求	能够迅速捕捉顾客的需求并及时作出反应
销售地点	需要销售空间(店铺)	虚拟空间

1.1.4 电子商务的作用

电子商务有许多现实和潜在的优点,可使企业的经营活动更为经济、简便、高效、可靠,以更好地满足消费者需求,也可以提高整个国民经济的运行效率和效益,提高社会生活质量。

1. 节约资源和社会劳动

电子商务可以有效地衔接商品生产和消费,减少盲目生产和库存积压,以销定产,从而节约资源和社会劳动。

2. 有效地节省时间

电子商务可以大大提高交易速度,加快订单处理和货款结算支付,节省时间。通过计算机管

理和电子数据交换使贸易过程标准化,减少销售和结算过程中的延误和错误,这对严格要求单证一致的信用证结算贸易业务显得尤为重要。电子商务还可以减少人为的疏忽,避免可能发生的损失和浪费。

3. 弱化地理限制,合理配置社会资源

计算机互联网络把企业间的距离似乎缩短到零,许多原来由于地理限制或市场信息限制而不能出现的合作,现在成为可能。信息传递方便快捷,通信费用大为降低;电子商务环境所提供的大量、及时、准确的市场信息,高效率的电子销售渠道可以缩短企业投资回收周期;电子商务的发展有助于企业的资源配置更为优化,使整个国民经济效率更高。

4. 促进社会分工和新行业的产生

在电子商务条件下,原来的业务模式发生了变化,企业更加有能力生产个性化的商品,社会分工逐步变细,因而产生了大量的新兴行业,以配合电子商务的顺利运转。比如,出现了专门给电子商务公司搭建电子商务平台的软件公司;由于购买方式的转变,而出现了配送公司。

1.2 电子商务实务

1.2.1 电子商务实务的定义

从字面上讲:实,表示实际;务,表示要致力于某事。实务可以理解成为致力于某事的实际操作。电子商务实务是指有关电子商务的实际操作。

1.2.2 电子商务实务的基本框架

电子商务实务总是建立在一定的服务和技术的基礎上的,这种基础即为电子商务实务的基本框架,如图 1.1 所示。

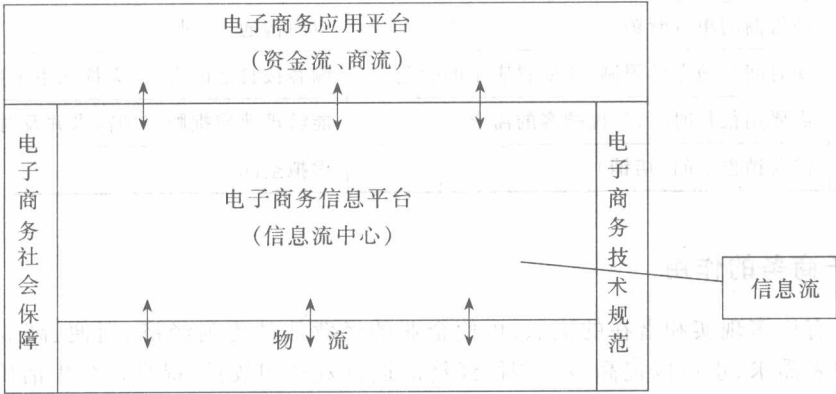


图 1.1 电子商务实务的基本框架

显然,电子商务实务的基本框架是一个以应用为目的、以法律为社会保障、以技术规范为条

件、以物流为现实基础和以信息平台为核心的有机整体。

电子商务实务(应用平台)都是建立在电子商务信息平台的基础上的,一般有如图 1.2 所示的层次结构,由信息网络、信息交换和商业服务三层组成。它主要在一系列计算机网络协议、安全协议的支持下工作进行。电子商务的信息平台的主要功能是实现各市场以及它们与商业应用、社会环境以及物流系统间的信息交换,对商品流通过程进行控制、协调。

目前,有许多软件公司在搭建电子商务交易的平台。这方面的杰出代表有:金融行业有北京易诚世纪科技有限公司(www.echannels.com.cn)、北京科蓝软件系统有限公司(www.csii.com.cn)、南天电子信息产业股份有限公司(www.nantian.com.cn)等;电子政务方面有神州数码控股有限公司(www.digitalchina.com.cn)、中关村科技软件公司(www.censoft.com.cn)、东软金算盘有限公司(www.gasoft.com.cn)等;物流方面有上海博科资讯股份有限公司(www.bokesoft.com)、全程物流(深圳)有限公司(elogistics.56888.com)、北京华腾世纪信息技术有限公司(www.widenstage.com)等;商业零售(连锁)方面有新加坡诺网软件(亚洲)私人有限公司上海代表处(www.novasoft.cn)、北京北大青鸟软件工程有限公司(www.jbse.com.cn)、北京佳软信息技术有限公司(www.justsoft.com.cn)等。

德意电子商务实验室软件也具有这样的信息平台,其层次结构如图 1.2 所示。

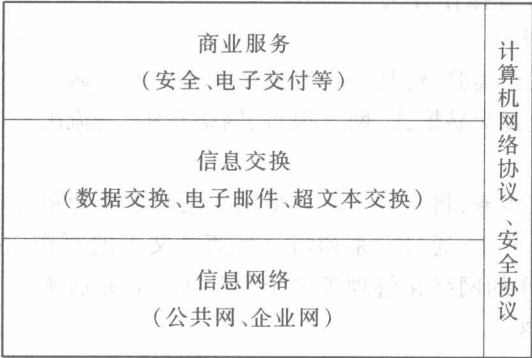


图 1.2 电子商务信息平台的层次结构

1.2.3 电子商务实务模拟的主要内容

本书将分九个部分介绍电子商务实务模拟的基本内容,包括:

1. 电子商务实务的信息平台搭建模拟

电子商务实务是建立在电子商务信息平台上的,德意电子商务系统为我们提供了一个现实的信息平台,在此基础上可进行模拟交易。

2. 网上银行实务模拟

网上银行功能模块呈现网上银行服务的特点,展现应用前台的个人银行服务、企业银行服务的内容,申请个人银行、企业银行的账号。通过网上银行实务模拟,练习后台的开户审批、储户存款、储户取款、储户资料查询、注销储户等操作。

3. 电子商务交易实务模拟

电子商务交易功能模块揭示电子商务交易实务的规律,展现 B to C、C to C、B to B 特点,展

示应用网上购物、商店值班经理业务处理、分公司、经销商、配送点、交易中心、拍卖行的工作过程,介绍 EDI 模式交易实务的特点和规律,展现贸易伙伴管理、商品信息管理、管理平台。通过电子商务交易实务模拟,练习报文生成和处理模块、格式转换模块、通信模块、外国公司 EDI 系统等的操作。

4. 网络营销实务模拟

网络营销功能模块介绍网络营销实务的特点和规律。通过网络营销实务模拟,练习网上信息发布、网站信息管理、电子合同的签署、商业报告的撰写等操作。

5. 物流配送实务模拟

物流配送功能模块介绍物流配送实务的特点和规律。通过物流配送实务模拟,应熟练练习物流配送的收货、出货、货单查询以及用户需求管理等操作。

6. 企业网站实务与内部信息管理模拟

通过企业网站实务与内部信息管理模块,应掌握交易网站搭建的一般规律、新建网店的方法与步骤,掌握企业内部管理一般方法,包括企业信息发布、查询功能、企业内部工作管理系统等。

7. CA 认证实务模拟

通过 CA 认证实务模拟,学会申请、领取个人身份 CA 证书、个人电子邮件 CA 证书、企业身份 CA 证书、信用卡身份证等操作方法。

8. 电子商务的综合模拟

电子商务交易模式综合实验,将从一个普通消费者的网上购物开始,通过一系列的电子商务活动将电子商务的三种主要交易模式、网上银行、网络营销、物流配送、CA 认证、EDI 等电子商务活动联系起来。

商务活动电子化管理实务,将从一个欲从事网上交易的企业搭建电子商务网站、以商务电子文书形式向社会公开招标开始,通过一系列活动将商务文书的写作、企业网站的搭建、企业网站的日常管理、企业日常工作的网络化管理等电子商务活动联系起来。

9. 网上证券实务模拟

本部分作为附录,介绍网上证券实务的运行特点和规律,展现证券公司的网站或专门的证券系统完成证券的买进、卖出的过程。通过网上证券实务模拟,进行简单的大盘分析、行情分析、个股分析、技术分析等练习。

思 考 题

1. 电子商务与传统商务的区别是什么?
2. 如何理解电子商务实务?
3. 如何理解体会电子商务框架的含义?
4. 电子商务实务主要包括哪些内容?

实验 1.1 走进电子商务

【实验目的】

通过浏览电子商务网站,加强对电子商务定义和作用的理解,明确电子商务与传统商务的区别。

【实验内容】

浏览几个国内外具有较高知名度的电子商务网站,如:

- (1) B to C 类型网站:美国亚马逊网上书店、卓越网、当当书店。
- (2) C to C 类型网站:易趣网、雅宝网。
- (3) B to B 类型网站:阿里巴巴(水平类型)、海尔企业间电子商务(垂直类型)。
- (4) B to G 类型网站:北京军区物资采购网、上海杨浦区政府采购网。

【实验步骤】

打开 IE 浏览器,浏览如下网站:

- (1) 美国亚马逊网上书店: <http://www.amazon.com/>。
- (2) 当当书店: <http://www.dangdang.com>。
- (3) 卓越网: <http://www.joyo.com>。
- (4) 易趣网: <http://www.eachnet.com>。
- (5) 雅宝网: <http://www.yabuy.com>。
- (6) 阿里巴巴: <http://china.alibaba.com>。
- (7) 海尔企业间电子商务: <http://www.ihailer.com>。
- (8) 北京军区物资采购网: <http://www.jdzfcg.com>。
- (9) 上海杨浦区政府采购网: <http://www.procure.gov.cn>。

【更多训练】

- (1) 通过浏览网站,说一说电子商务的作用。
- (2) 通过浏览网站,试总结一下 B to C、B to B、C to C 和 B to G 这几类网站之间的区别以及面向的对象的特点。
- (3) 再搜索几个电子商务网站,试判断它属于哪一类网站。

实验 1.2 电子商务平台实验

实验 1.2.1 德意电子商务实验室系统初始化实验

【实验目的】

通过德意电子商务实验室系统初始化实验,体会电子商务框架的含义,理解搭建电子商务信息平台的意义。