

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 2

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

主协办单位

大赛指导单位：中华人民共和国工业和信息化部

大赛主办单位：



大赛主协办单位：



协办单位

网络创业主题赛

网络贸易主题赛

网络贸易主题赛

博客商务创新主题赛

网络营销策划主题赛

淘宝网 Taobao.com
阿里巴巴旗下网站

Made-in-China.com
中国制造网

买麦网
www.com.cn

和讯
hexun.com

Ku6.com
分享你的价值



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 2

李江予 编



机械工业出版社

本次案例选辑分为两个部分。第一部分介绍整个大赛的理念、策略设计、组织方式。第二部分收集了 19 个有代表性的优秀案例,每个案例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、方案点评等内容,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,还可作为高校、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. 2/李江予编.
—北京:机械工业出版社,2010.3

(电子商务及经管类专业实践教学创新系列教材)
ISBN 978-7-111-29983-7

I. ①中... II. ①李... III. ①电子商务—案例—高等学校—教材
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 036894 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:蔡 岩

封面设计:鞠 杨 责任印制:洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2010 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·20 印张·491 千字

0 001—4 000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-29983-7

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

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者服务部:(010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

大赛寄语

大赛的特点是应合网络时代的一种学习方式,对网络实践教学是一个很好的适用性的,进步或者探索。强调了学习不是一个单向、被动、封闭的,而是一种互动的、参与的、开放的,特别是要跟企业结合起来,让学生们在校期间就可以参与企业实践,这样可以使在校大学生们在学习过程当中就会有新的体验。这一点是在网络时代学习其中的一个非常重要的新趋势。

—— 高新民, 中国互联网协会常务副理事长 大赛组委会主席

本次大赛创造性的将企业的商务问题作为大赛的题目,由参赛的大学生对网络工具的应用学习,通过对市场进行学习,并与企业进行沟通交流,提出基于网络应用商务解决方案,并实施以促进企业商务运作的了解和网络应用能力的提升,相信大赛有助于提升学生学习网络,了解网络的热情,有助于提升学生的综合素质,有助于提高学校的教学水平,同时在引导学生正确使用互联网,培养良好的网络文明道德意识,创造和谐的网络环境方面发挥积极的作用。

—— 熊四皓, 工业和信息化部通信保障局 副局长

近年来,大学生的就业难问题凸显,特别是全球金融危机进一步使就业的形势恶化。如何建立校企沟通的机制,帮助大学生加强职业能力的提升和综合素质的提高,从而增强大学生的就业能力,都是教育部高度关注的课题。我们非常期待有创新性的解决方式出现。

今天我们欣喜地看到,中国互联网协会作为行业的机构,中国建设银行作为业界的领头羊企业,能够组织起这样有意义的公益性活动。

通过中国互联网协会建行“e路通”杯全国大学生网络商务创新应用大赛,不仅培养大学生对互联网工具的应用能力,还帮助学生了解企业和社会的现实,提升大学生的商业分析和判断能力,化被动学习为主动学习。从互联网协会的有关领导跟我们的介绍,我们看到,这次工程的实施和大赛的活动,是正在探索出一条高校与企业合作的新模式,这就是基于互联网平台的校企合作实习实践模式,这个模式是非常有创意的,不仅可以解决学生实习难、就业难的问题,还可以减轻企业的负担,甚至在学生实习期间还能为企业创造价值。

互联网应用实训促就业工程是中国互联网协会在成功举办两届大学生网络商务创新应用大赛的基础上推出的常规工作内容,这个工程是希望高校师生利用互联网企业资源和平台帮助企业解决问题,因此对各校理解企业需求,获取到企业实习实践的机会,参与企业的生产与经营,提升学生的职业能力,推进高校与企业合作建立产学研相结合的创新教学模式,深化教学改革,探索便利畅通的大学生就业渠道,都有十分重要的意义。我希望更多的高校和企业了解并参与这项工程,切实将基于互联网平台的远程教育实习实践手段在大学中进一步得到推广和普及,提高学生就业能力和综合素质,帮助大学生就业。在此,我也代表教育

部高教司感谢中国互联网协会，感谢包括中国建设银行、淘宝网、中国制造网等众多企业对这项赛事提供的大力支持。看到企业指派专人在线辅导参赛同学，让学生在学校学到的知识能学以致用，在没有走出校门之前就能了解到企业的真实商业环境，这对于提高大学生的综合素质无疑具有很大的帮助。我们非常希望中国互联网协会通过把大赛、把工程等相关工作落实得更好，实施得更好，为我校与企业的合作提供更多的机会。

——刘英，教育部高教司远程教育处 处长

通过大赛的平台，对教学改革，特别是让大学生通过社会实践，通过解决和了解一些社会上现实的问题，对今后素质的提高，对今后走向社会，发挥出自己的长处非常有益。从我们建设银行来说，我们在竞赛当中也是把社会上最新的金融服务需求和我们在金融服务当中所遇到的各种各样的问题，包括网络当中的一些问题，把这些问题提出来，在竞赛当中，让师生和参赛选手共同研讨和解决、共同创新。我们感觉通过这种形式，对提高大学生的素质，对推进学校科研水平提升非常有意义，我们感觉我们的赞助和支持是有价值的，这样对我们中国今后电子银行商务发展提供大量人才的成长，提供有益的支持。

——杜亚军，中国建设银行零售业务 总监

在本次活动中有企业的参加、企业的支持才使我们的教育改革更好的和市场融合在一起，因为我们有太多的教学远离了市场的需求，大学生的就业越来越困难。明年大学毕业生 500 万，而且还有去年和今年将遗留下来的学生，今年是 500 万毕业生，去年和前几年遗留下来的有 490 万人，同学们我们的就业市场不容乐观。所以企业在这个时候能够支持教学改革，尤其是支持实践教学，一路创新。又在一个新的网络领域里面去支持，他们都是识之士，是教育之士。在这里，希望大家用掌声表示一些欢迎和感谢。我也希望通过这次大赛把一个赛事融入我们的教学过程中，如果一个赛事仅仅为比赛而比赛，则仅是一些少数的人参与。而如果我们把这次大赛的理念、市场、工作方式和模式都融入我们的教学中来，则它的生命力会更强。

——张少刚教授，中央广播电视大学 副校长

作为教育部就业指导中心的代表，很高兴能够有机会参与咱们的大赛。张校长也讲了，大赛主要的意义是对我们就业的整个前沿，对整个高等教育人才培养的环节，起到一个非常有利的促进作用。我们都说高等教育要改革，要以社会需求为导向，我们的就业也是要以社会需求为导向。说起来容易，仅仅靠我们自身做起来却非常困难，尤其是要面对经济社会高速发展的时代。可能由于我们目前的培养方式，使高校教育改革方面和社会结合不是很紧密，因此举办一个有特别意义的大赛会产生很多成果，其中一个积极的成果就是能够促进我们学校的发展，同时在网络商务相关专业的人才培养教育教学改革方面也有很大的促进作用。只有在人才培养夯实的基础上，再加上我们在就业指导上收集好信息和企业对接，这样才能为社会输送合格有用的人才，我个人认为这是这次大赛很积极的意义所在。

——杨洪涛，教育部就业指导中心 副处长

作为一个教育者我非常感谢互联网协会以及其他政府部门的指导，也非常感谢建设银行和淘宝网等一些有远见的企业家的支持，因为他们构成了社会，他们创造了平台。在大学生们还没有完全自己进入社会的时候，把他们放在一个模拟的社会环境，让他们在这里经风雨、

见世面，从这个意义上说，只要他们参与了大赛，无论将来是否获奖，在人生的道路上都是胜者。感谢所有主办方，清华大学经济管理学院也会竭尽全力支持对培养我们这些学生真正有意义的活动，不管花多少资源和精力。祝福大学生们在这次大赛中真正获得收益。

——朱恒源，清华大学经管学院 院长助理

我看了一下这次题目，觉得非常广泛，虽然说的是创意，是关于策划、产品、调研等方面，包括其他一些有关调研的报告和解决方案，但这比学校教课要好得多，因为它完全来自于实践。和我们老师出题不一样，确确实实需要解决一些问题，在这方面可能对我们学生知识的全面培养和工作能力的培养有很好的提高。

通过这次大赛要培养出我们团队合作的精神，可能有一部分题目还是带有研究性质的，有实践操作的、有研究的，还有调查研究，调查研究是一方面，还有对市场风险方面，我看建行的题有一道出现以后对我们建行这块能产生很大的影响。我前几天上阿里巴巴谈过支付宝，他们认识到了支付宝现在存在的问题和发展状况。支付宝也有许多问题，它面对一些市场的竞争和风险，将来它怎么发展。这块是企业考虑和要解决的问题，尤其现在金融危机，对我们各行各业影响比较大，对企业和网络商务这块也有影响。这块题目确实是需要我们综合从社会学到的知识，通过实践和企业互动才能找到答案。本次大赛在一定程度上推动了我们教学的改革。尤其对于优胜者大赛还提供实习和就业的机会。对于目前就业困难这一急需解决的难题来说，这无疑提供了提供了一条路径。

——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

由于我们这次大赛有一个特点，它不是一个简单的大学生大赛，我们希望能把实践和它结合。我们的特点就是有非常好的企业支持，因此这次大赛从一开始就让企业把题拿出来给学校，并进行紧密的沟通和结合。我们的大赛能够挖掘更多内涵的东西，不仅是学生的能力提高的问题，也包括我们对这个产业和行业有一个更深刻的认识。我想只有企业和高校共同努力，才能使大赛更有意义一些。

——孙永革，中国互联网协会对外合作部部长 大赛组委会主任

我们非常希望通过老师们与企业之间充分的交流和沟通，了解企业需求，了解当前的产业发展现状，探讨一种学校和企业间合作教学的新模式，为整个互联网产业及网络商务人才培养模式进行探索。我也特别希望参与本次研修班的企业，特别是中国建设银行能够帮助学校共同开展学科建设，分享企业的运营过程中遇到的困难和难题，让我们的同学通过老师早日了解企业经营的专业知识和应用技巧，早做准备，加强自身的网络商务能力。

——石现升，中国互联网协会 秘书长助理

当我们整个社会的产业结构发生根本的变化，当就业人数从大多数到产业、到制造业转成大多数到服务业的时候，我们的人才培养模式，我们的教育就面临着一个彻底的改变。

我是师范大学毕业的，比如最常见的一句话，要给学生一杯水，老师要有一桶水，现在想想你有可能做到这一点吗？学生比我上网多得多，我哪儿来的一桶水，这里有一个非常深刻的道理，学校现在也是要面临这样一个彻底的改造，面临这样一个从工业化社会到信息化社会彻底的改造。在这个彻底改造中，经管专业可以说首当其冲。我跟高教司接触比较多，高教司一些领导对于实践教学是特别关注的。

这件事完全是一个新的事，和以前做的事不一样。创新性在哪儿呢？就是从教学内容、教学方法、教学手段上都是一个彻底的变革，特别是要牵扯到教学体制的变化。开始强调实践教学的时候曾经有不少单位说我买一个ERP或者买一个什么设备，企业拿来用就可以了，其实没有那么简单。比如我把某一个电子商务网站拿来给学生从头到尾上一遍，这叫学电子商务吗？恐怕不是，因为每一个企业有不同的特色，第二要教给学生的电子商务核心理念是什么，第三是东西不断更新，你要教的是方法和能力……我们国家非常关注这个问题，我有一个初步的想法，在这个情况下，既不是简单地让学校把东西买进来，也不是把企业培训变成一个大学，而是要有新型的第三方的机构，它在上要起一个桥梁作用。

中国互联网协会组织的此次活动很好，我们需要从体制上、从教学方法上、从教学内容上、人才培养上都是新的模式，这个事十年之前我们谈不上，二十年之前根本想不到，而今却做到了，为什么？因为有互联网信息技术。所以我想既然是一个全新的事，谁先做了，谁就会领先一步，所以没有问题的。

——陈禹教授，中国信息经济学会会长、中国人民大学教授

中国建设银行将继续通过实践性教学活动，为高校和大学生、为社会作出更多的贡献。希望通过大赛提高大学生对金融支持和电子商务的熟悉和掌握，带动更多的学生在网络商务领域增强学习的兴趣，打开创新的思路，作出优秀的作品，成为网络商务领域的专业人才，使建行接触到更多高校的有才之士，实现高校和企业的资源共享合作提高。

理论和实践的结合，学校的教学和社会实践的结合，这是一个永久的课题，有的国家可能结合的好一些，像欧洲和美国。虽然我国在这个方面还有一定差距，但我们也正在缩短这个距离。我们配合互联网协会和其他一些企业，共同搞这个大赛，就是为了给大家创造这样一个平台，提供这样一次机会，同时也是一种创新。我们希望能够为学校的教学和提高学生的实践能力提供一种锻炼的机会，这种锻炼机会应该说缩短了和实践的距离，可能和将来学生们走到社会的实践还有一段距离，但是毕竟缩短了距离，给我们提出了一个希望。

——马春峰，中国建设银行电子银行 副总经理

我们有了这么多优秀的学生的时候，我们招到这么多优秀的人，怎么培养成真正对国家有大用的人才，我们也是想了很多问题，其中最重要的一块就是陈老师刚才提到了我们要加强他们的实践能力。经济管理是一个实践学科，在这个学科里面我们必须要把学生推到市场当中去，让他们了解，了解我们现在时代的创新思维是什么样的，而我们现在处于这样一个转型期，就是从前30年改革开放发展过程转到现在我们要去不断地改变经营模式，甚至于经济规则的一个时代的时候，我们的学生怎么能够具有创新的思维能力，我想这是我们一直在思考的一个问题。

——朱岩，清华大学经管学院 副书记

前言

“建行‘e路通’杯 2008 全国大学生网络商务创新应用大赛”已于 2009 年 5 月落下了帷幕,但社会和众多高校对于该大赛的关注却并没有停止,它激起了人们更多的反思、期待和投入。大赛给人们树立了一个更加清晰而崭新的印象。

国务院总理温家宝于 2009 年初主持会议称必须把高校毕业生就业摆在就业工作的首位,并发布了《国务院办公厅关于加强普通高等学校毕业生就业工作的通知》(国办发(2009)3 号),其中提及的“7 项措施”中就有两条是关于“鼓励和支持毕业生自主创业”和“提升毕业生就业能力”的,要求“所有高校都要确保毕业生在离校前都能参加学习实践活动”。由此可以看到,强化大学生的实习以提升大学生的就业能力成为国家上下一致的认识。就业能力不仅包括自己的专业能力,也包括对社会的认识、对企业运行现实的认识、对自己能力的认识、对网络及其商务应用对于企业竞争力意义的认识、对现实问题的分析能力的认识、与人有效沟通与协作的意识与能力、学习能力、创新意识、责任意识、坚韧等能力和品质,这正是业界的要求而目前的高校教育难以满足的地方。另一个方面,就业能力当然也包括自己的专业能力,高校的专业及其培养如何适应社会的变化及其需求是决定大学生专业能力的前提。

基于此,“建行‘e路通’杯 2008 全国大学生网络商务创新应用大赛”侧重于以下三个方面:

1) 大学生的专业能力。电子商务、营销、工商管理、贸易、商业英语等相关专业的学生,综合利用自己的专业知识分析和解决企业商业问题方面的能力。

2) 大学生的职业能力。这方面主要涉及专业能力之外的必要品质和能力,包括对社会的认识、对企业运行现实的认识、对自己能力的认识、对网络及其商务应用对于企业竞争力意义的认识、对现实问题的分析能力的认识、与人有效沟通与协作的意识与能力、学习能力、创新意识、责任意识、坚韧等。

3) 高校与企业间对于人才需求的交流能力。以创造和强化高校与企业的沟通能力,促进彼此对于人才需求的理解,建立新型人才培养和流动的渠道。

本届大赛延续了首届大赛的赛制设置,但在如下方面有所改进:

1) 通过邀请主流企业的网络平台、网络工具和产品作为大赛的商务创新应用的元素,鼓励和促进学生对于这些网络平台、网络工具及相关产品的认知及其创新商务应用,为学生和企业提供沟通和交流的平台。

2) 通过学生的实践,发起并推进高校相关专业(如电子商务等)的研究与人才培养的创新意识。

3) 提供企业与高校师生的直接交流机会。

4) 以真实的企业商业问题为竞赛项目,引导和激发高校师生对于企业现实及其运作和

商业问题的理解与分析。

5) 通过案例实践的方式,展示大学生的能力,为企业招聘选拔人才提供参考。

6) 将高校与企业协作并解决问题的过程在网上“路演”,既可以展示高校的教学实力与水平,也让更多大学生藉此了解企业需求,提升自身的职业能力,设计和调整自己的职业规划方向。

7) 中青网、北青网、新华网等权威媒体将对大赛予以全程的跟踪,并对优秀的案例作品予以展示、报道。

大赛的举办过程也充分体现了预期的设想,6个月的赛期磨练了学生的坚韧意志,所有的团队都深入社会与企业作深度的交流,了解企业的需求并逐渐获得企业的认可和支持,在参赛过程中也不断调整自己的实施方案,一路走过来的团队逐渐磨合成了坚强的团队和友情,增长了对现实的经验和认识,也极大地增强了自己的职业能力和信心。大赛中的参赛团队,充分发挥自己的创新能力,展现了自己对于网络及其商业应用的理解和应用能力。有基于中国传统文化挖掘商业价值形成商业方案的,如“E@上善若水◎”团队对基于羌族的饰品商业化、“E路前行”团队基于对广西宾阳炮龙节推广形成的当地旅游文化的商业方案;有为传统企业的国际国内市场的拓展创新网络商业方案的,如“Balance_天平”对机床企业的推广、“excellence”对于当地根雕艺术产品的推广;有拓展企业网络应用的,如“丝绸e路”团队为中国建设银行创新和开发的“拇指银行”策略;一些团队因为取得了很好的市场效果而逐渐获得了企业的高度认可,也直接推动了企业商业变革,如“E路Bravo”团队获得了潍坊蔬菜商家信任和在线商业委托、“风雨兼程”团队带动了一家香油厂家大幅调整自己的营销规划。在这个过程中,我们看到了太多的创新,也看到了太多企业的热情和惊喜,也看到了更多高校的参加和对参赛学生的支持,更是看到了众多参赛大学生脸上的兴奋、热情、坚定和信心。

总结起来,除了上届大赛中的优秀表现,本届大赛中的学生们有如下方面显得尤为突出:

1) 创新和创业能力。参赛学生们能够挖掘新的商机,通过深入的实地调查和分析,形成有效的商业方案,并且在实施的过程中也能够有意识地充分应用各种方法予以拓展。

2) 网络商务应用能力。其实这也是自己的商业能力的体现,他们能够基于自己对于网络的理解和应用能力,在合作的企业面前形成自己的很大优势,进而取得企业的支持和认可,如签署网上独家代理或推广协议,甚至是建立自己的公司,在实施过程所展现出来的网上工作也体现了较高水准的网络应用能力。

3) 与企业的沟通能力。参赛的绝大部分团队,都能联系到一家企业并取得企业的认可,他们对于网络商务应用的创新方案也能得到合作企业的积极配合。

4) 表现与表达能力。在整个参赛过程中,大部分团队都在极力地推广自己的参赛项目,吸引人们的关注和意见,在各个层次的决赛过程中,也表现了较强的表达能力和展示能力。

5) 团队建设能力。与上届中表现出来的鲜明的协作能力有所不同,参赛者在组队开始,就有意识的基于自己特征和参赛项目的特征而选择合适的人组建团队,这一点尤为重要和突出,而且在整个的参赛过程中也表现出了鲜明的角色意识与相应的配合。

6) 自信心。无论商业方案大小、实施的程度如何,参赛者对于自己商业创新及其可能效果充满信心,这种自信不仅在推动着他们在参赛过程中的努力,也感染着与他们合作的

企业。

大赛中，参赛大学生们的一些方面还有待改善，如：

1) 创新意识。尽管本届大赛在创新方面有了很大的提高，但依然有不少团队在简单地使用网络工具，似乎为了使用而使用，没有有效地体现不同的网络工具对于特定企业及其营销目的所应该具有的创新策略和适应性，如博客应用中的简单堆砌、淘宝网上商品的简单陈放等。

2) 商业分析。这一般表现在两个方面。一是直接实施，也就是在还没有对于商业问题基本的分析和整体的设想的时候，就开始了相关的实施工作，如一系列的网络工具的应用；二是必要系统的分析，既然是商业项目，就一定要对商业项目的相关关键角度予以足够的分析，如目标群体的选择与调查、商业问题的背景分析、商业项目的范围界定、所需资源及其可获得性（如资金、时间、额外的支持）、有效的计划与可执行性、自己和团队的努力、预期的效果等，不能等到在执行过程中遇到问题时再来考虑这些问题。

3) 整合或完整性。这主要表现为参赛者把很多或者几乎全部的焦点都放在了基于网络的营销或者宣传方面了，不同程度地忽略了合作企业在产品设计或改变方面的可能性，忽略创新项目在产品供给及其成本方面的问题，或者忽略与企业既有发展规划的冲突等问题。

上述参赛者的优秀表现和问题，对于以后的参赛者尤为值得借鉴。我们也期望这个案例选集能为更多的大学生提供借鉴，让他们从自己的同学身上看到相关职业能力提升的策略和效果，获得启示和鼓励，也让一些高校的教师在自己的专业建设和教学中获得一些启示，引导学生们的实践意识。同时，参赛大学生们众多的创新应用，也为更多的企业带来启示，他们应该能够从中看到基于网络拓展自己商业的机会和可能的策略。在这个过程中，我们也期望大学生们能够找到自己未来职业发展的方向。

这次的案例选辑分为两个部分。第一部分介绍整个大赛的理念、策略设计、组织方式，第二部分收集了 19 个有代表性的优秀案例，每一个案例都包括了参赛团队的构成及其参赛的起始到选题、方案设计及其实施、实施结果到大赛结束的整个过程。为了能使每个案例具有更大程度的启示和借鉴意义，这里对每一个案例都力求保持参赛团队的原始结构和表达方式，以便能够保留参赛团队真实的状况。在每一个案例的后面，也都附上了一些专家对于该案例在参赛过程中表现的点评和参赛者的感言。这 19 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，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，得到了很多领导和专家的指导和支持，梅绍祖教授和方美琪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，中央电大的张少刚副校长提供了很多鼓励和建议，北京师范大家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各高校的老师提供的意见和建议，中国建设银行电子银行部的徐捷总经理、马春峰副总经理一直关注并支持大赛，为大赛的策划提供了很多鼓励与宝贵建议，纪朝晖处长参与了对大赛方案的设计并提供很多创意，中国制造网的运营总经理李丽洁、淘

宝大学校长家洛、培训经理万善等业界专家也一直对于大赛的设计予以关注，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。在本案例选辑过程中，大赛组委会的李媛媛、我的学生季晓丹给予了很多资料的收集和整理工作，在这里向她们表示感谢。

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管理学院

目 录

大赛寄语 前言

第一部分 大赛概述

第1章 大赛概述	2	1.5 大赛日程	5
1.1 大赛背景与简介	2	1.6 大赛流程	5
1.2 大赛组织机构	3	1.7 大赛巡讲内容示例	6
1.3 赛事设置	4	1.8 各主题赛细化说明	7
1.4 适宜参赛的高校及专业	5		

第二部分 大赛优秀案例

第2章 打造优质网店·引领创业新路	12	3.6 获奖感言	48
2.1 团队介绍	12	第4章 “火凤凰”民族特色饰品网络创业 计划书	49
2.2 选题经过	13	4.1 团队介绍	49
2.3 方案	13	4.2 选题经过	50
2.3.1 简介	13	4.3 方案	50
2.3.2 正文	13	4.3.1 简介	50
2.4 竞赛结果	31	4.3.2 正文	51
2.4.1 实施结果	31	4.4 竞赛结果	62
2.4.2 名次结果	31	4.4.1 实施结果	62
2.5 获奖感言	32	4.4.2 名次结果	65
第3章 建行商城博客杂志	33	4.5 获奖感言	65
3.1 团队介绍	33	第5章 基于校园推广团队的建行电子银行 产品公益推广方案	66
3.2 选题经过	34	5.1 团队介绍	66
3.3 方案	34	5.2 选题经过	66
3.3.1 简介	34	5.3 方案	67
3.3.2 正文	34	5.3.1 简介	67
3.4 竞赛结果	45	5.3.2 正文	67
3.4.1 实施结果	45	5.4 竞赛结果	73
3.4.2 名次结果	47		
3.5 方案点评	47		

5.4.1 实施结果.....	73	第9章 文房四宝之易水古砚网络	
5.4.2 名次结果.....	73	推广方案.....	128
5.5 获奖感言.....	73	9.1 团队介绍.....	128
第6章 寿光“乐义”蔬菜市场推广.....	74	9.2 选题经过.....	128
6.1 团队介绍.....	74	9.3 方案.....	129
6.2 选题经过.....	75	9.3.1 简介.....	129
6.3 方案.....	75	9.3.2 正文.....	130
6.3.1 简介.....	75	9.4 竞赛结果.....	133
6.3.2 正文.....	76	9.4.1 实施结果.....	133
6.4 竞赛结果.....	89	9.4.2 名次结果.....	137
6.4.1 实施效果.....	89	9.5 方案点评.....	137
6.4.2 名次结果.....	90	9.6 获奖感言.....	137
6.5 获奖感言.....	90	第10章 东方狂欢节——广西宾阳炮龙节	
第7章 旅游企业网络营销推广创新服务		推广实施方案.....	138
模式的可行性调研与业务模型		10.1 团队介绍.....	138
搭建——以中华民族园为试点.....	91	10.2 选题经过.....	138
7.1 团队介绍.....	91	10.3 方案.....	139
7.2 选题经过.....	92	10.3.1 简介.....	139
7.3 方案.....	92	10.3.2 正文.....	139
7.3.1 简介.....	92	10.3.3 方案实施情况.....	152
7.3.2 正文.....	93	10.4 竞赛结果.....	153
7.4 竞赛结果.....	106	10.4.1 实施结果.....	153
7.4.1 实施结果.....	106	10.4.2 名次结果.....	153
7.4.2 名次结果.....	107	10.5 方案点评.....	153
7.5 方案点评.....	107	10.6 获奖感言.....	154
7.6 获奖感言.....	107	第11章 南昌星火机床有限公司网络	
第8章 民族手工艺网络博物馆搭建和		推广解决方案.....	155
推广方案.....	108	11.1 团队简介.....	155
8.1 团队简介.....	108	11.2 选题经过.....	155
8.2 选题经过.....	108	11.3 方案.....	156
8.3 方案.....	109	11.3.1 简介.....	156
8.4 竞赛结果.....	125	11.3.2 正文.....	156
8.4.1 实施结果.....	125	11.4 竞赛结果.....	165
8.4.2 名次结果.....	126	11.4.1 实施结果.....	165
8.5 方案点评.....	126	11.4.2 名次结果.....	166
8.6 获奖感言.....	127	11.5 方案点评.....	166

11.6 获奖感言	166
第 12 章 新奇特商品市场开拓和营销	168
12.1 团队介绍	168
12.2 选题经过	169
12.3 方案	169
12.3.1 简介	169
12.3.2 正文	170
12.4 竞赛结果	193
12.4.1 实施结果	193
12.4.2 名次结果	195
12.5 获奖感言	195
第 13 章 种子产品销售推广方案	196
13.1 团队介绍	196
13.2 选题经过	197
13.3 方案	197
13.3.1 简介	197
13.3.2 正文	198
13.4 竞赛结果	204
13.4.1 实施结果	204
13.4.2 名次结果	205
13.5 方案点评	205
13.6 获奖感言	205
第 14 章 新美包装膜之全方位网络营销方案	206
14.1 团队介绍	206
14.2 选题经过	206
14.3 方案	207
14.3.1 简介	207
14.3.2 正文	208
14.4 竞赛结果	210
14.4.1 实施结果	210
14.4.2 名次结果	215
14.5 方案点评	216
14.6 获奖感言	216

第 15 章 “鑫之源”水晶 DIY 网络贸易推广方案	217
15.1 团队简介	217
15.2 选题经过	217
15.2.1 2007 年网络营销大赛回顾	217
15.2.2 参赛激情与参赛主题确定	218
15.3 方案	218
15.3.1 简介	218
15.3.2 正文	219
15.4 竞赛结果	225
15.4.1 实施结果	225
15.4.2 名次结果	230
15.5 方案点评	231
15.6 获奖感言	231
第 16 章 互动电视业务制作平台应用与推广营销方案	232
16.1 团队简介	232
16.2 选题经过	232
16.3 方案	233
16.3.1 简介	233
16.3.2 正文	234
16.4 竞赛结果	246
16.4.1 实施结果	246
16.4.2 名次结果	248
16.5 方案点评	248
16.6 获奖感言	249
第 17 章 根系大地，雕琢九州——福州根雕网络营销	250
17.1 团队简介	250
17.2 选题经过	251
17.3 方案	251
17.3.1 简介	251
17.3.2 正文	251
17.4 竞赛结果	261
17.4.1 实施结果	261

17.4.2 名次结果.....	261	19.4 竞赛结果.....	288
17.5 方案点评.....	261	19.4.1 实施结果.....	288
17.6 获奖感言.....	262	19.4.2 名次结果.....	289
第 18 章 工艺品网络营销策划方案.....	263	19.5 方案点评.....	289
18.1 团队简介.....	263	19.6 获奖感言.....	290
18.2 选题经过.....	263	第 20 章 缸头香油主视频和主形象的	
18.3 方案.....	264	设计与推广.....	291
18.3.1 简介.....	264	20.1 团队介绍.....	291
18.3.2 正文.....	264	20.2 选题经过.....	291
18.4 竞赛结果.....	268	20.3 方案.....	292
18.4.1 实施结果.....	268	20.3.1 简介.....	292
18.4.2 名次结果.....	269	20.3.2 正文.....	292
18.5 获奖感言.....	269	20.4 竞赛结果.....	297
第 19 章 建行手机银行校园		20.4.1 实施结果.....	297
营销方案.....	271	20.4.2 名次结果.....	298
19.1 团队介绍.....	271	20.5 方案点评.....	298
19.2 选题经过.....	272	20.6 获奖感言.....	298
19.3 方案.....	272	附录 大赛协办机构说明.....	299
19.3.1 简介.....	272	附录一 大赛协办机构说明.....	299
19.3.2 正文.....	273	附录二 分赛区承办院校.....	302

第1章

大赛概述

1.1 大赛背景与简介

互联网已经成为社会工作与生活中不可或缺的基础设施，是否具备互联网应用能力的人才也越来越成为制约企业商务能力的关键因素，也是我国互联网蓬勃发展的关键因素。而另一方面，互联网及其商务应用能力也将成为未来人才职业发展的基础要素。然而对于高校来说，互联网的商务应用与开发能力的培养与专业建设仍然是一个新的课题，如何把专业发展与社会用人需求良好地结合起来，把互联网的商务应用与开发能力转为大学生的基础职业能力，让现有的相关专业学生顺利就业，成为国内众多高校迫在眉睫的问题。

为促进我国网络及其商务应用人才的建设和大学生的职业发展能力，在信息产业部的指导下，中国互联网协会发起并主办了“互联网应用创新高校行系列活动”，全国大学生网络商务创新应用大赛作为高校行系列活动的重要内容之一，于2007年10月在北京师范大学开始正式启动首届大赛，得到了业界领先企业的支持和积极的参与。中国建设银行是2007大赛的主协办单位，淘宝网、中国制造网、买麦网、和讯网、CCMEDIA是大赛的协办单位。

“建行‘e路通’杯2007全国大学生网络商务创新应用大赛”于2008年5月21日圆满结束，在报名的7000多支队伍中，最终有72支队伍参加了全国总决赛。选手们向现场的企业和专家评委们展示了他们过硬的能力，涌现出一批既有创意又有实战经验的网络商务案例。例如：针对中国建设银行平台的开发和应用，对情侣商机的创意整合，对我国传统的茶文化、剪纸文化、寿山石文化等的网络营销方案，还有对当地旅游市场的创新宣传，建行手机用户扩展的实际操作，对团购、快餐、龙卡、手机话费充值等的深入分析等。这些方案让企业和学术专家对大学生的实践能力和理论探索能力刮目相看。选手们不负众望，他们创新的理念，可喜的实践成绩给企业带来惊喜，也给自己带来了实践、实习乃至就业的机会。《2007大赛优秀案例选辑》已经出版发行。

2007大赛的成功举办，使大赛在高校建立了良好的影响力，引起了业界与企业的广泛关注与认可。为此2008年初，原信息产业部把大赛纳入“阳光绿色网络工程”重要工作内容；中国互联网协会把大赛作为重要工作之一，作为一年一度的常规工作持续开展下去。