

三门峡职业技术学院“六步四结合”创新型系列教材
三门峡职业技术学院教材基金资助项目



旅游电子商务

LÜYOU DIANZI SHANGWU

张敏 主编

中原出版传媒集团
大地传媒

大象出版社

三门峡职业技术学院“六步四结合”创新型系列教材
三门峡职业技术学院教材基金资助项目



LÜYOU DIANZI

SHANGWU

旅游电子商务

张敏 主编

中原出版传媒集团
大地传媒

 大象出版社
· 郑州 ·

内容简介

本教材是三门峡职业技术学院“六步四结合”创新型教材。本教材从旅游电子商务在不同旅游企业的实践应用出发,精心设计了走近旅游电子商务、旅游目的地电子商务的管理与应用、酒店电子商务的应用与网络营销、景区电子商务的应用与运营、旅行社电子商务的应用与运营、餐饮电子商务的应用与运营和旅游电子商务的信息安全规范与发展七个模块。每一个模块通过不同项目的任务导入、任务实施及操作环节讲述必要的旅游电子商务的理论知识,实施操作技能的培养。

本教材可作为高职高专学院旅游专业学习旅游电子商务的教材,也可作为旅游企业从业人员进行旅游电子商务培训的教材和参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游电子商务 / 张敏主编. — 郑州: 大象出版社,
2016. 8
ISBN 978-7-5347-8948-9

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游业—电子商务
IV. ①F590. 6-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 183626 号

旅游电子商务

张 敏 主编

出 版 人 王刘纯
责任编辑 宋海波
责任校对 马 宁 张迎娟
封面设计 刘 民
版式设计 王晶晶

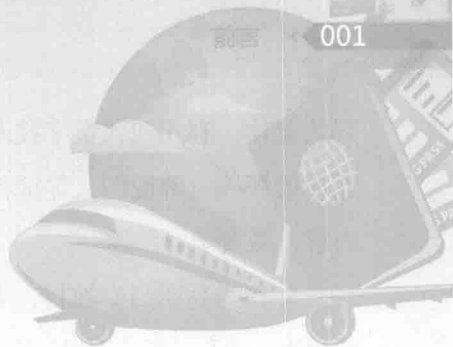
出版发行 大象出版社(郑州市开元路 16 号 邮政编码 450044)
发行科 0371-63863505 总编室 0371-65597936

网 址 www.daxiang.cn
印 刷 河南新华印刷集团有限公司
经 销 各地新华书店经销
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 18
字 数 367 千字
版 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷
定 价 42.00 元

若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

印厂地址 郑州市经五路 12 号
邮政编码 450002 电话 0371-65957865

前言



伴随着我国旅游业的发展,旅游业内不断涌现新的商业模式,旅游业和电子商务结合日益紧密。旅游电子商务作为“互联网+旅游”的重要内容,成为旅游业发展的新趋势,在国际、国内广受重视,发展迅速。旅游电子商务将旅游活动与电子商务完美融合,为旅游者带来了便捷,也给旅游从业者提出了新的要求。

本教材是遵照《教育部关于深化职业教育教学改革 全面提高人才培养质量的若干意见》的文件精神,总结多年的课程教学改革研究和实践,在三门峡职业技术学院“六步四结合”课程教学模式改革实践的基础上编写而成的。

本教材立足于高职高专教学层次,从旅游管理类专业学生的核心工作岗位所需要的工作能力出发,努力培养高职学生在线商旅能力和实际操作应用能力。结合学院提出的“六步四结合”教学模式,根据旅游电子商务职位类型及岗位能力要求,本教材以“项目导向、任务驱动”教学理念,全面实现“教、学、做”相结合。

本教材具有以下特点:

1. 以高职旅游专业学生对旅游电子商务的认知顺序及相关旅游企业工作流程为主线设置教学内容。以任务导入为核心,以知识基础为载体,激发学生的学习兴趣,有利于学生自主学习;内容设计上循序渐进,由浅入深,利用任务实施和拓展提高环节,加深学生对知识点的理解和掌握。

2. 教材根据职业能力训练项目的需要,在每一个任务中提供相应的职业能力训练平台。针对每个任务的实施过程制定针对性的任务考核表,使得过程考核有据可依,可实施性很强。

3. 在保证学生掌握基本概念、基本理论、基本技能的前提下,内容尽可能从岗位的实际出发,最大限度地减少现有岗位中不直接应用的理论知识,尽可能地增加应用知识和技能内容,培养学生的应用能力。

4. 利用二维码数字技术扩容教材,使教学内容直观易学、生动丰富。教材以二维

码为载体,利用现代数字技术手段,针对某些不便理解的实操步骤和知识点,链接出相应的视频、解说图文等课程资源,既拓宽了教师的教学方式,又便于学生理解教材内容,激发学习兴趣。

5. 作为高职高专教材,本教材力求概念把握准确,叙述深入浅出,层次分明,详略得当,语句流畅,体现了较好的“可教性”和“可自学性”。

本课程的教学改革方案、单元说课方案在三门峡职业技术学院开展的“三说”(说专业、说课程、说项目)教学改革中经过了企业专家、课程专家、专业教师和学生的多次研讨和修改,教材编写大纲及教材初稿通过三门峡职业技术学院“六步四结合”创新型教材编审委员会的审定,入选三门峡职业技术学院教材出版基金项目,也是三门峡职业技术学院省级高职品牌院校建设的一项成果。在此表示衷心感谢!同时我们在编写过程中还参考和引用了大量旅游电子商务方面的教材、专著和部分论文以及相关网站的资料,在此一并向相关作者表达我们诚挚的谢意。

本教材是在三门峡职业技术学院“六步四结合”教学模式基础上的创新和探索,由张敏主持编写。本书模块1项目2、模块2和模块6由张敏编写。模块3、模块4和模块5由狄盼盼编写,张金龙参与了模块1项目1和模块7的编写。

由于编者水平有限、时间较为紧迫,书中不足和错漏之处在所难免,恳请批评指正。

编者

2016年5月

目 录

模块 1 走近旅游电子商务

项目 1 认识电子商务

- 任务 1 认识电子商务002
- 任务 2 移动电子商务009
- 任务 3 电子商务的电子支付017

项目 2 旅游电子商务的认知

- 任务 1 初步认识旅游电子商务030
- 任务 2 熟悉旅游电子商务网站037

模块 2 旅游目的地电子商务的管理与运用

项目 1 旅游目的地电子商务及应用

- 任务 1 旅游目的地的网上考察049
- 任务 2 旅游目的地营销系统及应用063

项目 2 旅游目的地网络营销

- 任务 1 建设旅游目的地网站077
- 任务 2 旅游目的地的网络营销087

模块 3 酒店电子商务的应用与网络营销

项目 1 酒店电子商务的应用

- 任务 1 酒店电子商务应用认知100
- 任务 2 酒店电子商务的内部信息管理109

项目 2 酒店电子商务的网络营销及推广

- 任务 1 酒店电子商务的网络营销120

模块4 景区电子商务的应用与运营**项目1 景区电子商务系统的应用**

- 任务1 景区电子商务的认知133
- 任务2 景区电子门票系统的应用143

项目2 景区电子商务的网络营销及未来发展

- 任务1 景区电子商务的网络营销.....157
- 任务2 构建智慧景区164

模块5 旅行社电子商务的应用与运营**项目1 旅行社电子商务的应用**

- 任务1 旅行社电子商务的常见模式.....176
- 任务2 旅行社信息管理系统的应用.....186

项目2 旅行社电子商务的网络营销及推广

- 任务1 旅行社网络营销及推广197

模块6 餐饮电子商务的应用与运营**项目1 餐饮电子商务的应用**

- 任务1 餐饮电子商务的常见模式.....208
- 任务2 餐饮电子商务的信息管理.....220

项目2 餐饮电子商务的网络营销及推广

- 任务1 餐饮电子商务的网络营销234

模块7 旅游电子商务的信息安全规范与发展**项目1 旅游电子商务的安全**

- 任务1 旅游电子商务的安全管理.....245
- 任务2 如何安全完成移动电子交易.....256

项目2 旅游电子商务创新与发展

- 任务1 旅游电子商务创新与发展267

模块 1

走近旅游电子商务

目标导航

通过网络购物、安排出行以及在不同旅游电子商务网站的交易体验,了解电子商务的特点与分类、熟悉电子商务的电子支付过程。学会在互联网上进行商旅操作,掌握网上支付的基本能力。理解旅游电子商务的优势,掌握旅游电子商务的体系结构与功能、模式及运作特征,了解旅游电子商务对传统旅游产业的影响。逐渐培养学生利用电子商务平台解决旅游活动实际问题的能力,使学生走入新的知识领域。

项目 1 认识电子商务

职业能力目标

- 1.能熟练运用互联网购物(包括移动购物)并具有一定的网上支付能力。
- 2.培养学生利用电子商务平台解决实际问题的能力。

基础能力目标

- 1.了解电子商务的特点与分类。
- 2.理解电子商务的内涵、特征优势。
- 3.掌握旅游电子商务的体系结构与功能、模式及运作特征。
- 4.了解电子商务对传统旅游产业的影响。

社会能力目标

- 1.通过小组学习,培养学生的团队协作能力,学会尊敬他人。
- 2.通过对问题的探究培养学生的敬业精神。

学时

6 学时。

任务 1 认识电子商务

任务导入

小蔡是某职业技术学院旅游专业大一的学生,对电子商务这一名词很感兴趣,想在网上买几本有关电子商务的书学习一下,于是向同专业的高年级学生王明请教。王明告诉她,网上购书就是电子商务的一种,利用网络购物方便快捷,并告诉她具体的操作步骤。小蔡跃跃欲试,准备尝试一下,并以此为契机了解电子商务。

知识基础

一、电子商务概念

随着互联网的快速发展,网上购物已逐渐成为人们的一种新消费习惯。网络购物属

于电子商务的范畴,但电子商务领域除去网上购物,还包含了众多内容。

电子商务的概念在不断发展和完善。IBM公司于1996年提出了Electronic Commerce (E-Commerce)的概念,到了1997年,该公司又提出了Electronic Business (E-Business)的概念。电子商务在不同时期、不同国度或不同的领域都有不同的定义,但其核心都是指依靠着电子设备和网络技术进行的商业模式。随着电子商务的迅猛发展,它已不仅仅包括网络购物,还包括了物流配送等附带的服务。电子商务涵盖了电子货币交换、供应链管理、电子交易市场、网络营销、在线事务处理、电子数据交换(EDI)、存货管理和自动数据收集系统等内容。在此过程中,利用到的信息技术包括:互联网、外联网、电子邮件、数据库、电子目录和移动电话。

电子商务与传统商务在商务功能和贸易形式以及合同确立及支付方式上存在明显的不同,具体如下表所示。

电子商务与传统商务的差异

商务内容	传统商务	电子商务
信息提供	根据销售商不同而不同	透明、准确
商品信息的发布、查询和匹配方式	通过报纸、杂志、信函、电视、户外媒体等广告和人员推销形式宣传商品信息	通过交易双方的网站
贸易磋商形式	电话磋商、面对面口头磋商、纸面文件互相传递等	在网络上传递电子化的记录、文件和报文进行磋商
贸易单证的形式	纸质单证	电子化单证
贸易磋商工具	电话、传真等	电子商务应用系统
合同确立	纸质文件确认	电子化文件确认
支付方式	支票和现金	信用卡、电子支票、电子现金和电子钱包
销售地点	需要销售空间(实体店铺)	虚拟空间
交易时间	规定的营业时间内	24小时全天候

电子商务一般有广义和狭义之分。广义的电子商务定义为,使用各种电子工具从事商务事务活动;狭义电子商务定义为,主要利用互联网(Internet)从事商务活动。无论是广义的还是狭义的电子商务的概念,电子商务都涵盖了两个方面:一是离不开互联网这个平台,没有了网络,就不能称为电子商务;二是通过互联网完成的是一种商务活动。

狭义的电子商务(Electronic Commerce,简称EC)是指通过使用互联网等电子工具(这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、移动通信等)在全球范围内进行的商务贸易活动。包括商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。人们一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务。

广义的电子商务(Electronic Business,简称EB)就是通过电子手段进行的商业事务活

动。指企业利用互联网、外联网(Extranet)、局域网(Intranet)的互联互通环境和专用网络环境,遵循 EDI(电子数据交换)原则,在各种不同形式的计算机网络环境下,从事包括产品、广告、设计、研发、采购、生产、营销、推销、结算等各种经济事务活动的总称,这些活动几乎覆盖企业的所有经济活动。

EC 集中于电子交易,强调企业与外部的交易与合作,而 EB 则把涵盖范围扩大了很多,EB 也可以翻译为电子业务。

EB 所包含的内容比 EC 大,不仅有网上交易,而且包括供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)、企业内部管理(OPS)等。它指各种行业中各种业务的电子化,其内容包括电子商务、电子政务等。

EB 通过使用互联网等电子工具,使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间,利用电子业务共享信息,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

二、电子商务基本特点

电子商务作为一种新兴的商务活动模式,相比较传统的商务模式有以下几个特点:

(一)商务活动全球化

凡是能够连上网络,无论你身处世界各地,都有可能融入一个市场中,成为网上商务的交易方。

(二)商务活动连续化

国际互联网的网页,可以实现 24 小时的服务。任何人都可以在任何时候向网上企业查询信息,寻找问题的答案。企业的网址成为永久性的地址,为全球的用户提供不间断的信息源。

(三)商务活动快捷化

运用互联网信息技术,电子商务能在世界各地瞬间完成传递与计算机自动处理,精简了商务交易的中间环节,使得原料采购、产品生产、产品销售、银行汇兑、货物托运等过程不受无关人员干预,加快了交易速度。

(四)商务活动虚拟化

通过互联网进行的商贸交易,整个商贸过程从贸易双方开始洽谈磋商,到签约订货、支付费用、履行合同等,均通过互联网完成,无须当面进行,整个交易完全虚拟化。

(五)商务活动过程透明化

电子商务活动过程中的各个环节,包括双方的洽谈、签约、货款的支付及交货的通知等都在网络上显示并在后台记录,因此比较透明。

(六)商务活动成本低廉化

通过网络进行的商务活动,信息传递和获取的成本低,足不出户即可获得所需海量的各类信息。由于交易双方通过网络进行商务活动,减少了交易中间环节,降低了相关

费用和运作成本;由于内外部信息传递效率高,时效性强,降低了管理成本。通过互联网及时对市场做出反应,实现即时生产,即时销售,降低了库存成本;电子商务活动不需要实体店面作为交易平台,大大降低了店面租金成本。因此整个活动成本大大降低。

三、电子商务的主要功能

电子商务可提供网上交易和管理的全部过程的商务服务,因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、经营管理等各项功能。

(一) 广告宣传

电子商务可凭借企业的网站服务器和客户的浏览,在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网上主页和电子邮件在全球范围内做广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(二) 咨询洽谈

电子商务可借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息,洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交谈形式。

(三) 网上订购

电子商务可借助网站中的邮件交互传送实现网上的订购。网上的订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

(四) 网上支付

电子商务要成为一个完整的过程,网上支付是重要的环节。客户和商家之间可采用信用卡账号进行支付。在网上直接采用电子支付手段将可省略交易中很多人员的开销。网上支付将需要更为可靠的信息传输安全性控制以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

(五) 电子账户

网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作的服务。而电子账户管理是其基本的组成部分。

银行账号是电子账户的一种标志。而其可信度需配以必要技术措施来保证。如数字证书、数字签名、加密等手段的应用为电子账户操作的安全性提供了保障。

(六) 服务传递

对于已付了款的客户应将其订购的货物尽快地传递到他们的手中。有些货物在本地,有些货物在异地,电子邮件能在网络中对其进行物流的调配。而最适合在网上直接传递的货物是信息产品。如软件、电子读物、信息服务等。它能直接从电子仓库中将货物发到用户手中。

(七) 意见征询

电子商务能十分方便地采用网页上的“选择”“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见。这样使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

(八) 经营管理

整个企业的经营管理将涉及人、财、物多个方面,企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理。因此,经营管理是涉及商务业务活动全过程的管理。

电子商务的发展,将会提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统。这样,能保障电子商务获得更广泛的应用。

四、电子商务的分类

按电子商务交易对象的不同,常见的电子商务模式可以分为以下几种类型:

(一) 企业与消费者之间的电子商务(Business to Customer,即 B2C)

这是消费者利用互联网直接参与经济活动的形式,类似于商业电子化的零售商务(即网上购物)。随着互联网的出现,网上销售迅速地发展起来。B2C 是电子商务按交易对象分类中的一种,这种形式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,节省了企业和消费者进行商务交易所花费的时间、空间和相关费用,提高了交易效率。目前,网络的普及使得 B2C 这类电子商务快速发展,也成为推动其他类型电子商务活动的主要动力。

(二) 企业与企业之间的电子商务(Business to Business,即 B2B)

B2B 方式是电子商务应用最多和最受企业重视的形式。企业之间通过网络交换信息,传递各种电子单证(如订单、付款通知、发票等),使交易过程实现电子化和无纸化,最大程度上减少由于人为因素介入而产生的错误;企业可以使 Internet 或其他网络为每笔交易寻找最佳合作伙伴,完成从订购到结算的全部交易行为,大大提高了商务交易的效率和效益。从发展来看 B2B 将是电子商务的主流。

(三) 消费者与消费者之间的电子商务(Customer to Customer,即 C2C)

C2C 的意思就是消费者(consumer)与消费者之间的电子商务,是消费者自主式服务的结果,比如一个消费者有一件闲置物品,通过网上拍卖,把它卖给另一个消费者,这种交易类型就称为 C2C 电子商务。C2C 商务平台就是为买卖双方提供一个在线交易平台,使卖方可以主动提供商品上网交易,而买方可以自行选择商品进行竞价的电子商务交易模式。

(四) 消费者与企业之间的电子商务(Customer to Business,即 C2B)

最先是由美国流行起来的消费者对企业之间的电子商务模式。C2B 模式的核心,是通过聚合为数庞大的用户形成一个强大的采购集团,以此来改变 B2C 模式中用户一对一出价的弱势地位,使之可以以大批发商的价格买单件商品,即团购模式。不过目前国内

很少厂家真正完全采用这种模式(国内目前的网上团购多是一种营销模式)。

(五) 企业与政府部门间的电子商务(Business to Government, 即 B2G)

B2G 指的是企业与政府管理部门之间各类信息的电子化交换。例如,政府将采购的清单在 Internet 上公布,通过网上竞价方式进行招标,企业可以通过 Internet 进行投标。目前这种电子商务模式运用比较多,因为政府可以通过这种方式树立政府形象,产生示范作用。展示公开、公正、公平的政府形象,杜绝不正当交易的产生。除此之外,政府还可以通过这类电子商务实施对企业的行政事务管理,例如,政府用电子商务方式发放进出口许可证、开展统计工作,企业通过 Internet 缴税和退税等。

(六) 消费者与政府部门间的电子商务(Consumer to Government, 即 C2G)

C2G 指的是个人消费者与政府管理部门之间各类信息的电子化交换。这类电子商务活动目前已有普及的趋势,有待于在更多领域的发展。随着企业对消费者、企业对政府管理部门的电子商务的全面发展,政府管理部门将会逐步为个人消费者实施全面电子化的服务,如社会福利金的支付、个人所得税征收与申报等。

任务实施

Step 1 任务准备

1. 登录相关网站完成一次网上交易。
2. 分析比较线上购物与线下购物的不同。

Step 2 任务实施过程

1. 登录网站。
2. 查看网页所展示内容,分析网络购物平台类型(B2C/C2C/B2B)。
3. 按购物类别、交易类型不同选取不同类别购物栏目进行网络交易。并注册会员账号。
4. 搜索比较同类产品价格及商家服务。
5. 与商家洽谈,确认订单。

Step 3 小组讨论

以小组为单位讨论完成任务的体验,讨论总结线上购物与线下购物的不同。

Step 4 小组汇报

以小组为单位汇报完成任务的过程。

Step 5 点评

教师点评总结。

任务考核

任务考核评价表

学习任务	初步认识电子商务(网络购物)							
评价类别	评分标准		分值	个人评价	组内互评		教师评价	
学习态度	守纪律(不迟到、不早退、不旷课)		5					
	在任务实施过程中表现出主动性及积极性		5					
专业能力	能熟练通过网络购买物品		20					
	能比较有针对性地、快速恰当地选择所需物品		20					
社会能力	具有团队协作精神		10					
	尊敬他人,发现问题协商解决,具有敬业精神		10					
方法能力	运用各种资料提取有用信息,以便掌握新知识		10					
	能认真分析任务		10					
	在任务实施过程中,发现问题、分析问题及解决问题		10					
评价评语	班级		姓名		学号		总评	
	教师签字		组别		组长签字		日期	
	评语							

拓展提高

未来电子商务的发展前景

一、移动购物成为未来电商发展主流。未来电子商务的主战场不是在PC,而是在移动设备上。做好移动购物,不能简简单单地把PC电子商务搬到移动设备上面,还要充分利用移动设备的特征,如它的扫描特征、图像、语音识别特征、感应特征、地理化、GPS的特征,这些功能可以随时把商务活动带到千家万户。

二、电子商务平台化。大家可以看到大的电商都逐渐在发展自己的平台,因为有平台,就可以利用全社会的资源弥补自己商品的丰富度,增加自己商品的丰富度,增加自己

的服务和地理覆盖,使电商服务效益化最大化。

三、电子商务将向三、四线城市渗透。随着一、二线城市电商活动渗透率接近饱和,电商城镇化布局将成为电商企业们发展的重点。三、四线城市、乡镇等地区将成为电商“渠道下沉”的主战场,同时电商在三、四线欠发达地区可以更大地发挥其优势,缩小三、四线城市、乡镇与一、二线城市的消费差别。目前阿里在发展菜鸟物流,不断辐射三、四线城市,将发展重点放在了三、四线城市。事实上,谁先抢占了三、四线城市,谁将会在未来的竞争中占据更大的优势。

四、物联网时代的到来。随着可穿戴设备和RFID(无线射频识别技术)的发展,将来的芯片可以植入在皮肤里面,可以植入在衣服里面,可以植入在任何的物品里面,任何物品状态的变化可以引起其他相关物品的状态变化。从客户产生需求到供应商下订单,到生产,到商品运输,到物权转移,所有的零售、物流和生产可以全部结合起来。

五、大数据的应用。当我们有大量电子商务顾客及经营者的行为数据时,利用这个数据充分使它产生更大的价值,这也是为电子商务盈利的最高层次。而数据,我们知道的也是一个逐渐升级的过程,原始的数据是零散的,价值非常小,而这些数据经过过滤、分析而成为了有用信息,在此基础之上建立模型,来支持决策,成了我们的知识,而这些知识能够做预测,能够举一反三,能够悟出道理。从中我们就能充分地体现到这个大数据的价值。

(资料来源:中国人才网。内容有删改)

训练平台

简答题

- 1.什么是电子商务?
- 2.电子商务与传统商务相比有哪些特点?
- 3.常见的电子商务模式有哪些?
- 4.简述电子商务的应用与发展趋势。

任务(2) 移动电子商务

任务导入

晚饭后,正在宿舍等电话的小蔡忽然发现手机欠费,这可怎么办?外面下着大雨,也没办法出去交费,她急得团团转。室友扬了扬手机,说:“急什么?现在移动电子商务这么发达,我帮你交吧!”于是,小蔡感激并兴奋地看室友操作。

知识基础

一、移动电子商务概述



移动 CRM 释义

移动电子商务是通过智能手机、便携式电脑、掌上电脑,诸如 iPhone(美国苹果公司研发的智能手机)、iPad(美国苹果公司研发的平板电脑)和 Android(美国谷歌公司开发的操作系统)设备等移动终端以及无线通信模块所进行的电子商务活动,它是无线通信技术和电子商务技术的有机统一体。移动电子商务应用开始以移动支付为主,如电信运营商的“手机钱包”和“手机银行”等业务,用户使用这类业务可以实现手机购票、手机购物和公共事业缴费等。移动电子商务可高效地与用户接触,允许他们即时访问关键的商业信息和进行各种形式的通信。

移动电子商务可以理解为是电子商务的一个分支,移动电子商务是指通过移动通信网络进行数据传输,并且利用移动信息终端参与各种商业经营活动的一种新电子商务模式。移动电子商务是对传统电子商务的有益补充。移动电子商务是商务活动参与主体在任何时间、任何地点实时获取和采集商业信息的新的电子商务模式。移动电子商务活动以应用移动通信技术和使用移动终端进行信息交互为特性。用户可以通过移动通信终端在第一时间准确地与对象进行沟通,与商务信息数据中心进行交互,使用户摆脱固定的设备和网络环境的束缚最大限度地自由遨游在商务空间中。所以它具有商务活动即时、身份认证便利、信息传递实时、移动支付便捷等特点。

随着无线通信技术的发展,智能移动终端性能的提升,移动电子商务应用领域的不断拓展与创新,由最开始的移动支付,转向商务活动的各个环节。例如,用户可以直接利用移动设备进行网上身份认证、账单查询、网络银行业务、基于位置的服务、互联网电子交易、无线医疗等。移动电子商务主要的功能包括:移动电商营销、移动商务管理、移动 CRM(客户关系管理)、移动数据管理等。

手机用户数量和用手机上网用户数量的攀升,智能手机及平板电脑的普及,上网速度的提升,无线宽带资费的下调,传统电子商务的转型,为移动电子商务的发展奠定了良好的基础。截至 2015 年上半年,中国移动网购交易规模达到 8421 亿元(数据来源:人民网),继续保持快速增长的趋势,其趋势远远超过了原先的预期水平。

二、移动电子商务服务种类

(一)银行业务

移动电子商务使用户能随时随地在网上安全地进行个人财务管理,进一步完善互联网银行体系。用户可以使用其移动终端核查其账户、支付账单、进行转账以及接收付款通知等。