

电子商务案例教程

(第2版)

DIANZI SHANGWU ANLI JIAOCHENG

贾志林 编著



教材特点

- 突出创新能力和实践能力的培养，兼顾国家职业技能鉴定考核要求
- 重新组合课程体系和教材主要内容，精心设计了10个模块和21个实训项目
- 充分挖掘电子商务最新可操作案例，归纳提炼并融入教材

全国高等职业教育规划教材·电子商务专业

电子商务案例教程

(第2版)

贾志林 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

21 世纪是电子商务时代。我国电子商务已经起步并得到一定的发展,而电子商务案例的总结滞后于电子商务的发展。本书力求从务实的角度揭示电子商务的发展规律,推动我国电子商务的健康发展。

本书本着“理论上够用,操作上可行”的原则,以电子商务基础理论知识为纵向主线,选用新颖的可操作的电子商务案例为横向展面,融电子商务理论知识于经典案例之中,并精心设计了 21 个实训项目,以帮助读者将电子商务理论知识转化为电子商务职业能力。

本书既可作为高职高专院校的教材,也可作为电子商务从业人员的参考用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务案例教程 / 贾志林编著. —2 版. —北京: 电子工业出版社, 2014.5
全国高等职业教育规划教材. 电子商务专业
ISBN 978-7-121-23180-3

I. ①电… II. ①贾… III. ①电子商务—高等教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 094862 号

策划编辑: 贾瑞敏

责任编辑: 郝黎明 特约编辑: 张 彬

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 18.25 字数: 502.8 千字

版 次: 2006 年 2 月第 1 版

2014 年 5 月第 2 版

印 次: 2014 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 3 000 册 定价: 38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

出版说明

为了适应我国职业教育改革的要求,满足高等职业院校对新型财经类教材的需要,电子工业出版社从 2004 年开始出版财经类高等职业教育规划教材,目前已出版和正在出版“经济管理基础课”、“市场营销专业”、“财务会计专业”、“电子商务专业”、“连锁经营管理专业”和“国际贸易专业”,以及反映教学改革成果和经验的“教学改革示范系列”、“工作过程导向系列”和“任务驱动与项目导向系列”等教材。

由于教材主编多是全国性或地区性专业学会的专家、学者,国家级和省市级科研或教研项目的负责人和参与者,活跃在教学一线的“双师型”教师和企业精英,且教材全部配备了相应的教学资源;所以教材一经推出,就受到了相关院校师生的欢迎,众多教材荣获“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”、“职业教育‘十二五’国家级规划教材”、省市级优秀教材或科研成果等奖项,不少教材成为了市场畅销书。

为了贯彻和落实教育部 16 号文件精神,反映近年来我国高等职业教育改革的成果和经验,新近修订和策划出版的财经类教材力求体现教育部 16 号文件精神,体现教材对学生就业能力的培养,提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。

财经类系列教材具有以下主要特点。

(1) 教材内容和体系力图体现“工学结合”精神,突出教学过程的实践性、开放性和职业性,强化对高职学生职业能力的培养。

(2) 教材内容兼顾学历课程与职业资格应试要求,多种教材融“教、学、做”为一体,以“工学交替”、“任务驱动”、“项目导向”等形式,按岗位工作流程和需要进行编写,以便学生在毕业时顺利取得学历证书和职业资格证书。

(3) 教材内容适当引用实际案例,通过案例教学和实训操作,缩短学生校内学习与实际工作的距离,提升高职学生的岗位竞争能力,以期实现“教学与实践零距离,毕业与上岗零过渡”。

(4) 教材配有丰富的教学资源,为教学提供全方位、立体化的解决方案。教学资源除包括教学所必需的课程教学建议、电子教案和习题参考答案外,许多教材还增加了成套的模拟试卷及其答案和课程教学网站。利用教学资源,可为课程教学安排提出指导性意见,减轻教师的备课负担,解决教师在组织教学资料方面遇到的困难;同时,精美、形象的电子教案也有利于学生更好地理解教材内容,提高学习兴趣。

我们相信,财经类教材的出版,对于高等职业教育的改革与发展以及高等职业专业人才的培养将起到积极的推动作用。我们希望,通过精心打造的优秀教学产品,让科学的教学理念、实用的专业知识在广大受众中得以传播。

电子工业出版社 高等职业教育分社

教学资源网名称: 华信教育资源网

教学资源网地址: <http://www.hxedu.com.cn>

客户服务热线: 010-88254481; 传真: 010-88254483; 电子邮件: hxedu@phei.com.cn

第2版前言

21 世纪是电子商务时代, 中小企业已经跻身于电子商务。电子商务的发展既给国民经济和社会生活带来了深刻的影响, 也给高等教育带来了新的挑战, 中小企业迫切需要大量的电子商务应用型操作人才, 而高职高专教育责无旁贷地担负着培养这部分人才的重任。

本教材第 1 版出版至今已有多 years, 随着电子商务的不断发展, 现已出现了更多、更新的电子商务模式, 为了使学能更好地适应并拓宽视野和方便教学, 此次在第 1 版教材体系结构的基础上进行了修订, 主要体现在以下几个方面。

(1) 将章节体例修改为模块体例, 依据从情景案例、问题思考、相关知识、问题分析、综合训练到知识小结的顺序展开教学内容。

(2) 对第 1 版中的陈旧案例进行了更新。

(3) 根据各模块中的相关知识, 精心设计了 21 个实训项目。

总之, 我们尽量保持原书的特有风格, 使新版教材既能方便学生的学习, 又能方便教师的教学, 希望受到更多新老读者欢迎。

本教材针对高职高专教学培养对象为电子商务应用型操作人员的特点, 侧重于可读性、系统性、实用性和可操作性, 本着“理论上够用, 操作上可行”的原则, 以电子商务基础理论知识为纵向主线, 选用新颖的可操作的电子商务案例为横向展面, 融电子商务理论知识于经典案例之中, 并精心设计了 21 个实训项目, 从而帮助读者实现从电子商务理论知识到实践操作技能的转换。

全书共 10 个模块: 模块一为案例教学与电子商务; 模块二为电子商务网站案例分析, 主要讲述服务器建设和网站内容设计的相关知识及案例; 模块三为电子商务支持案例分析, 主要讲述网上支付和安全认证的相关知识及案例; 模块四为电子商务 B to B 案例分析; 模块五为电子商务 B to C 案例分析; 模块六为电子商务 C to C 案例分析; 模块七为电子政务案例分析; 模块八为电子商务服务案例分析; 模块九为电子商务 EDI 案例分析; 模块十为电子商务综合案例分析。

为方便学习和使用, 编者队伍精心制作了电子课件、参考答案、参考网址等相关教辅资源, 读者可登录华信教育资源网 (www.hxedu.com.cn) 免费注册后下载。

自第 1 版教材面世以来, 受到了全国多所院校和广大读者的好评, 在这期间也收到了不少读者的来信, 承蒙多位教师、读者、同行提出的宝贵意见和建议, 在此深表谢意。

本教材由贾志林编著, 并进行全部模块的修订工作, 由唐山职业技术学院孙彦东主审。唐山技师学院刘淑敏, 齐齐哈尔大学田玉来, 唐山职业技术学院黄耕、杨晶、芦勇等协助进行了大量的案例收集、资料整理等工作。

由于写作时间仓促和编者水平有限, 书中不当之处敬请读者提出宝贵意见, 批评指正。

编 者

2014 年 4 月于唐山

第1版前言

21 世纪是网络经济时代,互联网创造了一种具有明显优势的商业模式——电子商务模式。我国电子商务已经起步并得到一定的发展,它的发展既对国民经济和社会生活带来深刻的影响,也对高等教育带来了新的挑战,迫切需要大量的电子商务应用型操作人才,而高职高专教育责无旁贷地担负着培养这部分人才的重任。

本教材针对高职高专教学培养对象为电子商务应用型操作人员的特点,侧重于可读性、系统性、实用性和可操作性,本着“理论上够用,操作上可行”的原则。以电子商务基础理论知识为纵向主线,选用新颖的可操作的电子商务案例为横向展面,融电子商务理论知识于经典案例之中。从而实现了从电子商务理论知识到实践操作技能的转换。

全书共 10 章:第 1 章为电子商务案例概述及案例分析方法;第 2 章为电子商务基础案例,即主要讲述服务器建设和网站内容设计的相关知识与案例;第 3 章为电子商务支持案例,主要讲述网上支付和 CA 认证相关知识及案例;第 4 章为 B to B 电子商务相关知识及案例;第 5 章为 B to C 电子商务相关知识及案例;第 6 章为 C to C 电子商务相关知识及案例;第 7 章为电子政务相关知识及案例;第 8 章为电子商务服务相关知识及案例;第 9 章为 EDI 电子商务相关知识及案例;第 10 章为电子商务综合案例。

本教材由河北唐山职业技术学院贾志林担任主编,由浙江金融职业学院陈月波担任副主编。其中第 1 章、第 2 章和第 10 章由唐山职业技术学院贾志林编写,第 3 章和第 4 章由浙江金融职业学院陈月波编写,第 5 章和第 6 章由西安工业学院陈光会编写,第 7 章和第 8 章由浙江经贸职业技术学院盘红华编写,第 9 章由河南工业大学管理学院韩涛编写。此外,在本书的编写和出版中,得到了各有关院校领导的大力协助和支持,在此深表感谢。

全书内容紧凑,结构清晰,编排新颖,实践性强,其编排风格力求活泼新颖,重点突出,以增强学生的学习兴趣,提高学习效率,既可作为高职高专院校的教材,也可作为电子商务从业人员的参考用书。

由于编者学识所限,书中难免有错误和不当之处,恳请读者不吝赐教和批评指正,以便今后在修订中认真吸取,使本书不断完善。

编 者
2005 年 10 月于唐山

目 录

模块一 案例教学与电子商务	1
第一单元 电子商务案例教学	1
一、电子商务案例教学及其重要性	2
二、电子商务案例分类	4
三、电子商务案例教学的主要内容和应用	6
四、电子商务案例分析模型及举例	8
第二单元 认知电子商务	13
一、电子商务的概念、功能及特点	14
二、电子商务的分类	16
综合训练	17
实训 1 认识电子商务	18
实训 2 认知电子商务模式	19
知识小结	19
模块二 电子商务网站案例分析	20
第一单元 电子商务网站服务器建设与维护	20
一、虚拟服务器网站的建设和维护	21
二、服务器托管的建设和维护	29
三、独立服务器网站的建设和维护	31
第二单元 电子商务网站内容设计	37
一、电子商务网站的整体策划	38
二、电子商务网站软件系统的选择和设计	44
三、电子商务网站的命名	45
四、电子商务网站系统的管理和安全	47
综合训练	52
实训 3 虚拟服务器的调查与选择	52
实训 4 电子商务网站整体比较	53
实训 5 电子商务网站的策划	54
知识小结	55
模块三 电子商务支持案例分析	56
第一单元 电子支付	56
一、电子支付概述	57
二、电子支付的形式	59
三、电子支付系统的基本构成	61
四、电子支付系统的一般流程与要求	62
五、电子支付的模式划分	63
第二单元 安全认证	72
一、电子商务安全认证的重要性	73
二、数字签名	73

三、数字时间戳	75
四、数字证书	75
五、CA 认证中心	78
综合训练	83
实训 6 第三方支付平台的使用与分析	83
实训 7 网上银行分析比较	84
知识小结	85
模块四 电子商务 B to B 案例分析	86
第一单元 B to B 交易概述	86
一、B to B 交易的概念	87
二、B to B 行业特征	88
三、B to B 交易模式	88
第二单元 网络商品交易中心	94
一、网络商品交易中心概述	95
二、网络商品交易中心的交易方式与交易过程	96
第三单元 企业电子商务	102
一、企业电子商务概述	102
二、信息流、资金流、物流在企业电子商务运行中的相互关系	104
三、企业电子商务网站的运作	105
综合训练	112
实训 8 B to B 网站分析	112
实训 9 B to B 公司商务模式分析	113
知识小结	114
模块五 电子商务 B to C 案例分析	115
第一单元 B to C 模式	115
一、B to C 模式概述	116
二、B to C 模式的种类	119
三、B to C 赢利模式	121
四、B to C 网站的运作模式	122
五、B to C 网站的分类	123
六、网上顾客类型及购物类型	124
七、B to C 模式流程及组成	127
第二单元 计算机与软件的网络销售优势	130
一、计算机和软件挑选性不是很强，产品单一化	131
二、计算机和软件共享是最直接和最易实现的	131
第三单元 网络图书销售	135
一、网络图书销售的特点	136
二、网上书店	137
综合训练	141

实训 10 当当网上书店分析	141
实训 11 B to C 模拟实训	142
实训 12 B to C 模拟购物分析	142
知识小结	143
模块六 电子商务 C to C 案例分析	144
第一单元 C to C 模式	144
一、C to C 模式概述	145
二、C to C 模式在中国	146
三、网上拍卖概述	147
四、拍卖网站的经营模式	149
五、网上拍卖的程序	150
六、拍卖网站的经营策略	153
第二单元 网上集市	157
一、网上集市的概念	157
二、网上集市的运作方式	157
综合训练	169
实训 13 C to C 交易模式比较	170
实训 14 网上集市分类信息模式案例分析	171
实训 15 C to C 网店的规划与设计	171
知识小结	172
模块七 电子政务案例分析	173
第一单元 电子政务	173
一、电子政务的基本概念	174
二、实施电子政务的条件	174
三、实施电子政务的原则	174
四、电子政务的主要功能	175
五、电子政务的基本模式	175
六、电子政务的具体内容	176
七、中国电子政务的发展概况	178
八、当前我国电子政务建设中存在的主要问题	181
九、“十二五”期间我国电子政务的发展趋势和目标	182
第二单元 G to B 电子政务案例	185
第三单元 G to C 电子政务案例	192
综合训练	199
实训 16 访问政府网站并进行分析	200
实训 17 登录 G to C 网站并体验该网站提供的各项服务	200
知识小结	201
模块八 电子商务服务案例分析	202
第一单元 旅游电子商务案例分析	202
一、电子商务服务业概述	203
二、旅游电子商务	203

第二单元 网络教育案例分析	213
一、网络教育的特点	214
二、网络教育的分类	215
三、网络教育业务模式	215
四、网络教育的形式	216
五、中国网络教育存在的问题和对策	217
第三单元 网上证券交易案例分析	222
一、网上证券交易的概念	223
二、网上证券交易的特点	223
三、网络证券交易系统功能	224
四、网上证券交易的程序	224
综合训练	227
实训 18 网上证券交易分析	228
实训 19 信息服务类网站分析	228
知识小结	229
模块九 电子商务 EDI 案例分析	230
第一单元 EDI 基础	230
一、EDI 概述	231
二、EDI 标准	235
三、EDI 的应用范围	238
四、EDI 的工作环境	238
五、EDI 工作原理	240
第二单元 EDI 应用成功案例分析	243
综合训练	250
实训 20 EDI 应用现状调查	251
知识小结	251
模块十 电子商务综合案例分析	252
一、服务类——携程旅行网	252
二、工业类——电子商务打造的中国汽车工业的传奇：奇瑞汽车	257
三、农业类——布吉农产品中心批发市场	260
四、商业类——北京图书大厦网络书店	263
五、金融类——国泰君安证券的网上证券交易	265
六、教育类——101 远程教育网	268
七、电子政务类——唐山市地方税务网	272
八、电子交易市场类——阿里巴巴的网上市场	273
九、电子商务环境类——国富安电子商务安全认证中心	275
综合训练	279
实训 21 电子商务模式分析	279
知识小结	280
参考文献	281

模块一

案例教学与电子商务



学习目标

知识目标

- 掌握电子商务案例教学的含义及分类
- 掌握电子商务案例分析模型
- 理解案例教学的一般过程及分析内容
- 熟悉电子商务的概念、功能、特点及分类

技能目标

- 具有通过互联网访问目标网站的技能
- 具有熟练使用浏览器在互联网上快速、准确、有效地获取信息的能力
- 具有主动学习的能力
- 具有根据站点外观、开展业务的情况等进行较深入、全面、综合地分析问题的能力

第一单元 电子商务案例教学



情景案例

淘宝网是阿里巴巴旗下的网站，由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办，是阿里巴巴推出的一个个人交易C to C网站，致力于成就全球最大的个人交易网站，使命是“没有淘不到的宝贝，没有卖不出的宝贝”。

自成立以来，淘宝网相继推出个人网上商铺、支付宝、阿里软件、雅虎直通车、阿里妈妈等产品和增值服务。淘宝网目前的业务跨越C to C（消费者间）和B to C（商家对个人）两大部分。2010年4月28日，淘宝网CFO兼淘宝商城负责人张勇在北京中国B to C电子商务峰会上首次对外透露，淘宝网每日独立访问IP数已经超过4 000万，这意味着每天有超过4 000万人在淘宝网上购物，并已经超越了亚马逊。另外，淘宝2010年已经拥有注册会员1.9亿，占到中国网民数量的一半，覆盖了中国绝大部分网购人群；2008年交易额为999.6亿元，占网购市场80%的市场。淘宝网已经发展成为一个以C to C业务为主，兼顾B to C业务的综合性网络交易平台。



问题思考

虽然淘宝(www.taobao.com)不是第一批进入中国C to C市场的网站,但是它的进军却给其他C to C网站带来了很大的威胁,为什么会出现这样的局面呢?



相关知识

一、电子商务案例教学及其重要性

1. 电子商务案例教学的含义

案例教学是根据一定的教学目的,采用一种或几种分析方法,按照一定的程序,对通过调查并经过整理的资料进行分组、汇总、检验和分析等,揭示所研究事物或现象的本质及其规律,进而指导实践的过程。电子商务案例教学是指针对电子商务案例进行的案例教学。

对电子商务案例的教学,既是案例研究的具体工作过程,也是电子商务案例研究人员思维活动的过程。在这一过程中,要采用各种科学的方法。工作过程中的具体内容如下。

(1) 对电子商务案例特定目的进行教学分析,得出有关整个电子商务案例教学分析过程的方向及侧重点等方面的结论。

(2) 对所采用的研究方式及分析方法的特性和针对性进行研究。

(3) 对电子商务案例对象的特点进行分析。

(4) 对电子商务案例资料的可靠性和代表性进行分析。

(5) 运用适当的分析方法,分析电子商务案例所反映的问题。

(6) 综合得出最终的分析结论,并对这一结论的前提、深层根源及适用范围等提出见解。

可见,电子商务案例教学是一项综合性强、内涵丰富的工作。对其含义有一个全面把握和深刻理解,将有助于更好地从事这项工作。

2. 进行电子商务案例教学的重要性

电子商务是一种先进技术和营销方法。在未来的几年中,电子商务将以其市场规模大、信息传递快、商品品种多、可靠性高、流通环节少、交易成本低而风靡全球。快速认识电子商务,掌握网络营销的技巧,已经成为每个经理和每个营销人员不可回避的问题。如何利用互联网开展网上的经营,成为人们急需解决的课题,尽快了解电子商务的运作过程成为一个非常现实的要求。

在近几年的电子商务这一新领域的竞争中,涌现出大批的充满生机和活力的新兴企业和正在向新领域转移的传统企业。它们不断地探索在电子商务环境下的企业管理的新理论和新方法,无论是从理论观念和战略模式,还是在商务信息的收集与利用、市场营销理论与方法以及物流管理中都留下了他们探索的足迹。认真总结企业在电子商务实践中的经验和教训,从理论上做出深入的分析和总结,是推动电子商务发展的一项重要任务。

但是,电子商务案例分析的总结滞后于电子商务的实际发展。一方面是由于电子商务是一个新的发展领域,没有太多的电子商务案例可以很好地总结,另一方面则是电子商务案例的总结涉及的相关知识很多,领域很宽,总结起来难度也很大。选用生动具体、切合实际、紧跟时势、有

针对性、有可操作性的典型电子商务案例，贯穿于整个电子商务教学，会有助于加强电子商务学科建设和理论体系的完善，有利于培养有实际操作能力的电子商务人才和提高教学质量，这是一个不可争辩的能取得事半功倍的事实。

从教学的角度看，电子商务案例教学的重要性主要体现在以下几个方面。

(1) 能够深化学生所学的电子商务理论知识，通过适合的电子商务案例的教学，可以加深学生对电子商务理论知识更深层次的理解。

(2) 能够使使学生所学的理论知识和实际操作技能，做到理论能力与实践应用能力有机结合。

(3) 在典型的可操作的环境中进行实践性教学训练可以做到教学相长，教师和学生共同的电子商务案例教学讨论中，通过发散性思维，激发大家的灵感、创造性思维，做到相互影响、相互启迪、相互学习。

(4) 电子商务案例教学也是对学生实施素质教育的重要的有效手段。

案例教学的方法与其他学科教学方法的不同之处，在于要求学生积极地参与而不是被动地接受。尽管电子商务案例教学作用很重要，但是，它不能代替营销理论知识的传授。因为每个电子商务案例教学中，教师都是针对电子商务中某一特定的事件或现实描述的，分析它不一定能够满足对整个电子商务完整的理论体系掌握的要求。因此，在教学中要注意处理好电子商务案例与电子商务理论知识传授的关系。电子商务案例教学以计算机网络、商务理论和管理理论知识为基础，学生只有掌握了这些基础理论知识，才能对其实施电子商务案例的教学。电子商务系统知识的讲授不可少，电子商务案例教学也必须有，不可或缺。

3. 案例与电子商务

案例是指以各种视听媒体，对典型事件及其解决方案展开情景描述及分析，为适合教学需要而使用的资料。案例是真实而具体的事件或实例，不是虚构或抽象出来的。案例在法学和医学教学领域中已经使用相当长的一段时期了，而在经济管理教学中的应用时间相对要短一些。广义的案例包括军事上的战例、医学上的病例和法学界的判例等。

电子商务案例是指对某一特定的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。通过对电子商务案例的教学分析，能够揭示电子商务活动的内在规律，培养学生利用理论知识分析、解决实际问题的能力。

案例教学是指以案例为教学资料，让学生通过阅读、观察和思考以及相互之间进行讨论和探讨而形成共识，相应地提高思维、推理和处理问题能力的全部过程。它是一种教学活动，也是一种教学方法。案例和案例教学是密不可分的。经济管理案例教学的重点是培养学生观察、分析和处理问题的应变能力。

电子商务案例教学的特点是它具有启迪性和实践性。案例教学一般要以学生讨论为主体，允许以发散性思维进行争论，但又不同于课堂讨论。课堂讨论虽然可以作为电子商务案例教学起步阶段的一种形式，但仍然以“验证”相关理论知识为主。而电子商务案例教学则强调以知识“运用”为主。互联网为电子商务案例教学的实际操作提供了极好的环境条件。利用互联网，人们可以身临其境地以商务市场活动的实际过程开展分析研究，同时可以跟踪事件的发展变化进程，通过实时分析来预见事件的未来发展趋势，并且亲自感受这种变化趋势的进展。电子商务案例教学就是为了培养学生的实际操作能力和综合运用各方面理论知识的能力。

二、电子商务案例分类

1. 电子商务案例教学中的分类

电子商务教学中所使用的案例可以分为已决问题案例、待决问题案例和设想问题案例。

(1) 已决问题案例。这类电子商务案例对电子商务活动从情景描述到问题解决的全过程进行比较详细的介绍,是案例教学中初级状态的教学资料。此类案例具体包括以下3部分。

- ① 电子商务活动的状况及问题。
- ② 解决方法的措施。
- ③ 经验或教训的评估。

(2) 待决问题案例。待决问题案例是指对电子商务某一部分的活动,只介绍情况和指明问题的所在,要求学生进行思考和讨论,找出问题形成的原因或影响因素,进而提出解决问题的备选方案,然后比较优劣,从中进行择优,包括管理活动以及存在问题的情景和相关因素提示两大部分。分析这类案例不要求有明确的答案,重点培养学生独立分析和探讨电子商务活动的相关因素和规律的能力。

(3) 设想问题案例。设想问题案例是指只提供电子商务活动的相关背景资料或迹象,启发生从中寻找存在的问题、相关影响因素和进一步对电子商务活动的发展做出判断,并自行提出解决问题的措施,阐明这些措施在管理活动发展中的作用和效果,一般包括经济活动的背景资料和发展趋势的相关迹象两大部分。这类电子商务案例在前两类案例的基础之上,是比较高级的教学资料,对全面、迅速地提高学生的相关能力很有益,但其教学的组织难度明显提高。

2. 电子商务案例的专业分类

(1) 电子商务网站建设案例。电子商务网站建设分为网站硬件建设和网站软件建设。电子商务网站硬件建设的核心是服务器。电子商务服务器可分为虚拟服务器、托管服务器和独立服务器三类。三类不同的服务器需要采取不同的网站建设方法;电子商务网站软件的核心内容是网站的内容设计,电子商务网站的建立,需要有整体的构思,包括建站目标、信息内容、客户定位、赢利模式、购物流程、物流配送和广告促销等,需要考虑网站的特色,还需要考虑网络营销的具体内容。

(2) 电子商务 B to B 案例。它是企业与企业之间的电子商务案例,即电子商务 B to B (Business to Business) 案例。

(3) 电子商务 B to C 案例。它是企业与消费者之间的电子商务案例,即电子商务 B to C (Business to Customer) 案例。

(4) 电子商务 C to C 案例。它是消费者对消费者的交易模式的电子商务案例,即电子商务 C to C (Customer to Customer) 案例。

(5) 电子商务服务案例。电子商务服务案例是一个非常广泛的概念,不仅包括直接服务于电子商务 B to B、B to C、C to C 交易的各类服务,如电子商务认证、电子商务支付、电子商务物流,也包括利用互联网开展的各类相关的信息服务、证券服务、旅游服务、拍卖服务、医疗服务和远程教育等。

(6) 电子商务 EDI 案例。EDI (Electronic Data Interchange, 电子数据交换) 主要应用于国际贸易和政府采购,企业与企业、企业与批发商、批发商与零售商之间的批发业务。

本教材模块的划分基本上遵循了电子商务案例的专业分类。

3. 电子商务案例的模式分类

当前电子商务从对电子商务模式进行系统分类和内涵描述的基础上,将典型电子商务案例分为网络经纪模式、网络广告模式、内容经营模式、网上商店模式、网络直销模式、行业服务提供模式、虚拟社区模式、企业整体电子商务模式、新型电子商务模式 9 大类案例。

(1) 网络经纪模式案例。网络经纪模式是指企业作为市场的中介商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。

典型企业:阿里巴巴、易趣、携程旅行网、华泰证券网等。

(2) 网络广告模式案例。网络广告模式是指网站的所有者提供了一些内容和服务来吸引访问者,通过向在其网站上加入标志、按钮或使用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取利润的商业运作模式。这种模式的前提是网站的高访问量,一般通过提供免费信息内容或免费服务来获取。

典型企业:新浪、百度、窄告网等。

(3) 内容经营模式案例。内容经营模式是指信息内容经营商通过互联网向上网用户有偿提供信息内容的服务活动。信息内容可包括数字化的新闻、音乐、影片(视频)、网络游戏、电子书籍、电子期刊及其他数字化产品等。有偿提供的信息内容的方式通常是,互联网用户事先或事后向内容经营商交纳一定费用才能通过互联网浏览或下载语音、文字、数据、图像及其他任何形式的信息等。

典型企业:盛大娱乐、21CN、CNKI、艾瑞网等。

(4) 网上商店模式案例。网上商店模式是指零售商或个人通过互联网将商品或服务信息传达给特定顾客,顾客通过互联网下订单,采取一定的付款和送货方式,最终完成交易的零售类型。网上商店可以分为“纯网络”型 B to C 网上商店、传统零售企业 B to C 网上商店及 C to C 网上开店几种类型。

典型企业:当当网、联华易购网、淘宝网等。

(5) 网络直销模式案例。网络直销模式是指生产商通过互联网直接接触最终用户而不是通过批发商或零售商的商业运作模式。也就是说,网络直销模式是生产型企业(制造商)利用互联网直接向消费者销售产品的经营模式。

典型企业:戴尔、雅芳等。

(6) 行业服务提供模式案例。行业服务提供模式是指专业性强、拥有该行业资源背景的公司,有针对性地为业内人士和企业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运作模式。

典型企业:能源一号网、东方钢铁在线、中农网等。

(7) 虚拟社区模式案例。虚拟社区模式是基于互联网和具有共同兴趣或利益厂商或个人的虚拟群体,并为其提供合作机会而从中收取一定费用获利的商业运作模式。

典型企业:CSDN.NET、百度贴吧、天涯虚拟社区、诺基亚论坛等。

(8) 企业整体电子商务模式案例。企业整体电子商务模式是指较大的企业或者其他组织以发展电子商务为目的而对企业或者组织的生产流程、营销模式、组织管理等各方面进行统一的信息化而采用的电子商务模式。

典型企业:海尔、苏宁电器、宝供物流、招商银行等。

(9) 新型电子商务模式案例。新型电子商务模式最具代表性的就是基于 Web 2.0 的商业模式,如博客、播客、即时通信、P2P 等商业模式。另外,随着移动通信技术的发展,移动商务模式也将成为电子商务的热点领域。

典型企业:博客网、土豆网、PPLive、空中网等。

三、电子商务案例教学的主要内容和应用

1. 电子商务案例教学的主要内容

电子商务案例教学内容主要包括以下几个方面。

(1) 电子商务网站的背景资料。电子商务网站的背景资料包括经营团队、经营策略、投资者、合作伙伴、有无上市计划等。

(2) 电子商务网站建设维护方法分析。电子商务网站建设维护方法分析包括网络平台技术分析、网站安全技术分析、网站维护方法分析等。

(3) 电子商务网站经营特色分析。电子商务网站经营特色分析包括网站内容设计、经营方法分析、支付方式分析和物流配送方式分析等。

(4) 电子商务效益分析。电子商务效益分析包括赢利模式分析、盈亏状况分析、经营风险分析、竞争优势与劣势分析和电子商务发展前景分析等。

2. 电子商务案例教学的应用

(1) 电子商务案例教学法的常用模式。

① 教师组织案例并进行模式分析。该模式的主要目的是通过教师讲解案例,进一步阐述相关理论的现实应用及意义,加深学生对该理论的理解和认识。该模式的案例内容一般不宜过长,并且案例的内容选择一定要密切联系相关理论。整个过程以教师讲授基本理论知识为主,案例主要起例证的作用。

② 教师组织案例,学生进行模式分析。该模式的主要目的是培养学生综合运用相关知识进行分析的能力。这种案例一般篇幅较长,信息较完全,有思考题,案例分析时间要求较长。通常要求学生先认真阅读案例,并独立思考问题,随后进行小组讨论,通过小组成员间的积极探讨,找出问题症结所在,提出最佳的解决方案;接下来是小组发言,每个小组选一位代表讲述分析结论和解决方案,其他小组可就其结论、方案进行提问,通过小组间的互相探讨、启发,逐步得到大体一致的认识或结论;最后要求学生写出案例分析报告。在整个过程中,教师不进行直接干涉,但要营造好讨论氛围,并及时做好引导和评价工作。

③ 教师提出问题,学生组织案例并进行分析模式。该模式的主要目的是让学生亲自查找相关信息,从而了解社会经济发展动态,培养学生组织信息、发现问题、分析问题的能力,增强学生实际动手操作的能力;教师仅仅提出问题和提供问题方向及指导性意见,有关案例及其具体内容安排由学生自己决定。该模式对学生的自身素质要求相对较高。

(2) 案例教学法在电子商务案例分析中的一般程序(见图1.1)。

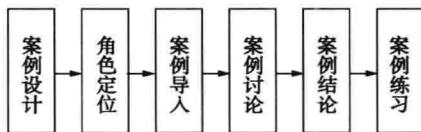


图 1.1 案例教学法的一般程序

① 案例设计。这是案例教学法的基础,没有案例,案例教学就无从谈起。合适的案例需要投入较多的时间和精力去准备,否则就不会有好的案例教学效果。案例教学的内容选择非常重要,

要从实际中来,生动且具有客观真实性。案例的素材应该取之于实践,是在一定的真实背景下发生的事实,有真实的细节。即使为了保密,有些人名、地名、单位名称等可以虚构,但基本情节不得虚构,有关数字可以进行适当的处理,但相互之间的关系或比例不能改变。案例教学法是把案例作为一种教学工具,使学生有机会身临其境地将自己置于电子商务工作者的地位,认真对待案例中的人和事,认真分析各种数据和错综复杂的商业事务,正确地进行电子商务的各种处理。因此,案例教学一定要真实可靠,从我国电子商务发展的实际需要出发,这样才有可能搜寻知识、启迪智慧、培养能力。另外,案例应该简练,必须典型,还要有一定的系统性。

② 角色定位。案例教学法成功与否在很大程度上取决于教师和学生角色的合理定位。电子商务专业课程案例教学法的目标是提高教学效果,其关键是综合师资状况、学生素质、教学设施等多方面因素,把握好教和学的主体,即教师和学生角色定位,选择切实可行的电子商务案例教学模式。

③ 案例导入。教师选择合适的时机导入案例是非常重要的。教学心理学家认为,在几十分钟的授课时间中,开头十分钟的效果是最佳的。因此在上课开头导入案例,可以起到致趣、动情、引思的作用。

④ 案例讨论。在教师的组织和指导下,针对教学的难点和学生的疑点提出恰当典型的案例,通过学生之间及师生之间的共同讨论,取长补短,以期获得正确思路和方法。

⑤ 案例结论。通过案例讨论,教师及时进行引导和评价,要求学生针对案例情况整理出讨论结果,得出结论并找到解决相关问题的方法和思路,写出案例分析报告或总结。

⑥ 案例练习。在课后作业中,根据教材重点、难点和学生的疑难问题,精心设计案例练习题,巩固所学知识,提高学生分析问题和处理问题的能力,最终达到提高教学效果的目的,实现教学目标。

(3) 电子商务案例教学法应注意的几个问题。

① 案例教学法与其他教学法的关系。案例教学是为学校确定的培养目标服务的,应该与其所对应的理论知识有直接的联系,即案例教学要建立在一定的理论基础之上。因为只有学生在充分理解和掌握电子商务的基本理论、基本概念和基本原理后,才能有效地开展案例讨论,使其在电子商务事务处理与决策能力等方面得到锻炼。在理论知识的普及和更新方面,传统的讲授式教学法具有其独特优势,它能全面、系统地向学生传授电子商务的基本理论、基本概念和基本原理,但在讲授中要注意理论部分力求少而精,并注意启发学生的学习主动性和自觉性。因此,案例教学法与其他教学方法应该并存使用,并各有侧重,相互促进,促使学生在系统掌握知识、技能的同时,提高各方面的能力。

② 案例教学法对教学对象有一定的要求。案例教学法要求学生必须具备必要的电子商务基础理论知识和专业基础知识,同时还要求学生了解电子商务工作的实际情况和间接经验,这样才能较好地分析和理解案例情景,尽快进入角色,对案例所提供的事实提出合理的分析和看法,并取得较好的教学效果。

③ 案例教学法应以教师为主导、以学生为主体,发挥教学相长的作用。一方面,教师是整个案例教学过程的主导者,掌握着教学的全过程,引导学生进行思考、讨论并总结归纳;另一方面,在教学过程中通过共同研讨,教师不但可以发现自己的不足,而且可以从学生那里学到一些新鲜的东西,增强自身的素质,更好地推进教学。

④ 案例教学法在时间上要有一定的保证。案例教学需要耗费较多的时间,一是要在学生掌握电子商务基本理论知识的基础上才能开展案例教学。如果学生在这方面有缺陷,就必须进行补课,因而在课时上要进行统筹安排。二是要求学生在课前对案例情景有充分的准备时间,为参与案例教学提供保证。三是在课堂教学中要安排足够的时间,保证案例讨论充分有效,避免仓促收