



QIYE DIANZI SHANGWU YUNZUO SHIWI QUANSHU

企
业

电子商务

运作实务全书

策划：华点通国际顾问咨询有限公司

主编：苏 珊 博士



兵器工业出版社

企业电子商务 运作实务全书

本书编委会 编
苏姗博士 主编

第 一 卷

兵器工业出版社

内 容 简 介

企业进行电子商务运作,是新经济发展的必然要求。本书第一编论述了企业开展电子商务刻不容缓的原因,不进行电子商务,就会落后,就要挨打;第二编就企业当前燃眉之急,构建、维护与推广企业电子商务网站进行了详细的阐述;第三编就自主开发电子商务网络应用系统这个问题进行了探讨,创造无限商机离不开特色模式;第四编介绍企业电子商务流程再造,这是真正意义上的开源节流;第五编重点论述了电子商务市场新宠,即企业电子商务全新营销模式的建立与完善;安全问题是电子商务的最关键的因素,第六编详细介绍了国内外各种企业电子商务安全防范措施,防患于未然;第七编就企业电子商务信息管理加以说明,这是信息时代的必然产物;第八编论述了企业电子商务与金融保险服务业,确保既融资又避险;第九编就企业电子商务法律构架与税收问题进行了深入的论述,做到有所为有所不为;第十编收录了大量企业电子商务解决方案实例,取精英之精华,企业以独辟蹊径;21世纪新经济的发展离不开电子商务,时代马车,并驾齐驱,第十一编对此进行了展望。

图书在版编目(CIP)数据

企业电子商务运作实务全书/本书编委会编. —北京:兵器工业出版社,2001.2
ISBN 7-80132-922-8

I. 企... II. 企... III. 企业-电子商务-基本知识 IV. F 274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 06038 号

出版发行:兵器工业出版社

责任编辑:周宜今 赵成森

责任技编:白 龙

社 址:100089 北京市海淀区车道沟 10 号

经 销:各地新华书店

印 刷:北京市通州京华制版印刷厂

版 次:2001 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

印 数:1-500

封面设计:龚 勋

责任校对:高 鸣

责任印制:王京华

开 本:787×1092 1/16

印 张:196.5

字 数:2500 千字

定 价:880.00 元

《企业电子商务运作实务全书》

编委会成员

策 划:华点通国际顾问咨询有限公司

主 编:苏 姗

副 主 编:郭邦海 陈 军

编 委:王 君 刘日汉 刘 芳 胡志国 张 平

张铁志 肖典云 曹 慧 关钟明 易 瑜

蒋祖凤 钟浩颖

电子商务和中国企业的未来

(代 序)

华点通国际顾问咨询有限公司总裁 苏姗博士

互联网正改变着地球上每个人的生活和工作方式。明天世界的一切都会取决于互联网技术的发展进程。多级的世界格局的定位和互联网的发展速度有密切的关系。未来企业实力的较量也同企业电子商务的发展速度有直接的关系。

究竟电子商务的本质是什么？它有着怎样的内在规律？它下一步会朝哪个方向发展？尤其是在中国电子商务的生命力与意义何在？如果不能回答这些问题，中国企业在和全球巨头在 E-化时代的新一轮较量中再次败下阵来。由于纳斯达克股市的阴晴不定给刚刚开始起步的中国的电子商务带来巨大挑战。但中国进入 WTO 指日可待，中国企业再也没有借口可以拒绝 E-化时代和电子商务给中国企业的最后一次机遇。

那么，究竟什么是电子商务？

很多专家、学者和业内人士对电子商务的含义做过众多阐述。但仍然有很多人不了解它的意义究竟是什么。“鼠标+买卖”可能是目前对电子商务最为普遍的认知，尽管这种简单化、概念化的理解，在普及电子商务知识与观念的初期起到过相当作用，然而它也给人们带来了对电子商务片面与肤浅的认识，认为电子商务只不过是开个网站，然后在上面卖东西而已。电子商务不仅仅是在 Internet 上建立一个本企业的网站，宣传企业形象，或通过 Web 进行商业买卖操作。实际上，真正的电子商务是利用以 Internet 为核心的信息技术进行商务活动和企业资源管理的方式，它的核心是高效率地管理企业的所有信息，帮助企业创建一条畅通于客户、企业内部和供应商之间的信息流，并通过高效率的管理、增值和应用，帮助企业准确地定位市场、扩展市场、提供个性化的服务、不断提高客户的忠诚度，加强与供应商的合作，促使企业采购过程科学化，提高企业内部管理效率，从而提高企业的产品销售量，降低成本，获得更大的效益。从此意义上说，电子商务要求的是整个生产经营方式价值链的改变，是利用信息技术实现商业模式创新与变革。

电子商务模式的繁多已经到了令人眼花缭乱的地步。今天 B2C，明天 B2B，后天 P2P，都是写虚幻的概念。实际上电子商务时代无论是技术上的日新月异，还是观念上的

推陈出新,都需要和每个企业的实际连在一起。每个企业在走向电子商务时代的形式和步骤都应该和企业的世界发展战略和资源相结合。一味地跟风炒作和鼓吹概念只能是劳民伤财。电子商务发展的客观规律使得企业只能不断根据新的市场需求与新的技术调整自己的方向。

在当今的网络经济时代,全球经济日益一体化,面对不断加剧的市场竞争,及时开展高效率的电子商务是已成为企业的必然选择。电子商务解决方案的基础是数据库平台,它包括市场营销管理、销售管理、客户服务管理、电话中心和电子商务等组件,能够帮助企业缩减销售周期和销售成本、增加收入、寻找扩展业务所需的新市场和渠道,以及提高客户的满意度和忠诚度。企业资源规划管理系统(ERP)包括财务管理、生产制造管理、项目管理和人力资源管理等多个组件,能够帮助企业高效率管理企业内部流程,以最快的速度满足客户的需求。供应链管理系统(SCM)为整个企业提供一个统一的、集成的环境,准确掌握企业的需求、供货、存货及供应商的资源状况,通过基于网络供应链简化供货进程,最大限度地降低采购成本。战略性企业管理系统(SEM)能够帮助企业充分利用企业信息进行战略规划,客观地评估规划进展情况,对有待提高的管理领域提出合理化建议,使企业始终朝着正确的方向发展。

网络经济如日中天,传统公司一定要遭淘汰么?不一定!有些传统公司不仅活的挺好,而且更加欣欣向荣,快递公司就是一类。经过脱胎换骨的改造,有些公司已经摆脱了“傻大黑粗”的印象,甚至成了网络经济中第一批赢家。例如,大家都在网上卖东西,那么能将商品及时送到顾客家门的配送公司,当然就是网络新生活中的有机组成部分。网络金融也是目前互联网经济最成功的领域,如果说有什么东西可以完全虚拟化,那就是“钱”。金钱本身是一种信用的度量,当然不一定只能以钞票的形式存在。也许以后的许多金融机构会完全消失在网络之中。网络正在创造让人们管理自己财富的新方法。现在,离线金融服务业正在走向在线。它们逐渐意识到再也不能对那些年轻、阅历浅显、背靠网络的竞争者熟视无睹了。Nasdaq 中抢走越来越多的交易量。Nasdaq 正在重新评估自己的在线机会,并计划投资建立新的企业。

即使是那些习惯在高尔夫球场上以握手方式谈生意的老牌银行家也终于坐不住了。互联网帮助一批新锐银行向具有牢固地位的老牌公司发起挑战,比如,已经以相同方式经营了数十年的华尔街投资银行现在正在开始缓慢地向新的暴发户在线投资银行 Wit Capital 学习。利用互联网,客户能够获得基本银行服务:可以得到有关支票、储蓄、存单、信用卡帐户余额的最新信息,能够了解支票是否兑现、确认存款、帐户间的资金转移,除了基本银行业务外,通过网络与银行来往的消费者能够了解信用卡、抵押贷款、教育贷款以及个人贷款限额等信息,并可以申请上述贷款,消费者还能通过网络获取保险单的报价以及下

载招股说明书等。

保险业的操作是非常有形的,而随着采用了互联网和纯粹靠互联网运作的公司的介入,大海开始出现波澜。互联网出现之前,做保险依赖于多年的教育和经验。现在,互联网和商业发展的速度已经改变了这些传统。互联网经济正在使非传统保险公司在传统领域有发言权。因为互联网给予客户更多的控制权,故而,所有机构需要更快地提供高质量的客户服务。显然互联网正在改变这个游戏的规则和它在未来操作的方式。

中国电子商务的发展到目前为止有三个明显的阶段:即电子零售阶段、电子贸易阶段与网上交易市场阶段。在电子零售阶段中,人们对电子商务的认知还停留在初始层面上,看重的是网络技术所带来的信息容量无限性与超时空性的优势,而这一优势的直接商业价值是能有效地减少卖方的中间环节,从而降低其经营成本。于是以卖家为核心的电子零售很自然地成为这一阶段的主导力量,比如被称作电子商务时代标志的亚马逊,E-toys等。随着人们对电子商务认识的不断深化,买家即采购方开始积极介入,他们通过信息比较、反向拍卖等形式追求采购成本的降低与优化。这一时期中各类行业性的电子贸易社区开始引领潮流,这其中以美国的 VerticalNet 最为著名。电子商务的第三次浪潮是以 CommerceOne、Ariba 为代表所发起的网上交易市场,既 E 化市场。应该说网上交易市场的出现不是哪一家或哪几家公司一时兴起之作或是神来顿悟之笔,它切实地反应出了电子商务发展到今天的内在的需求,即从外到内、从局部到过程、从信息到交易、从无序到标准的总体趋势。

电子商务靠点击率和品牌炒作的“务虚”阶段已经过去,今后将进入为企业挣钱、为百姓省钱的“务实”阶段。中国的电子商务今后必须加快与国际贸易等传统行业的结合,大力发展企业级电子商务,才有生存和发展空间。有调查显示,未来 5 年内全球网上交易市场的交易总额可高达 8 万亿美元。在这样大的交易份额里,中国企业有能力占据多大的比例呢?

中国电子商务的潜力无限。但关键是需要中国的企业家们有这样的视野和远景目标并开始行动。中国经济的迅速成长与自身市场的可观规模,为建设网上交易市场提供了宏观可能。其次,中国企业正经历着全面的改革与创新挑战,网上交易市场这种全新的生产经营模式能帮助企业迅速与新经济模式对接,使电子商务真正成为提高企业竞争力的制胜法宝。同时,网上交易市场能使中国企业将企业信息化与开展电子商务,这本应两步走的阶段一体化推进,大大缩短了与发达国家的现实差距。最后,随着中国加入 WTO 以及全球经济一体化的不断加快,网上交易市场将势必成为未来商场上角逐的主要焦点。如果中国企业如果不尽快发展自己的网上交易市场,那就无异于将自己的经济命脉拱手让与他人。

互联网络已经使得企业保持优势的时间已缩短至半年,如果不采取更积极的态度扩张互联网与应用电子商务,将上、下游供应链做充分的整合,企业目前的优势将很容易在剧变的网络世界中被取代。在互联网带来的快节奏、高创新度的商业模式中,企业如果利用 ERP、客户服务、员工服务、电子商务、线上远程教学等工具,尽管风险很高,但可以提高效率,提高其竞争力。

华点通作为根植于中国本土的国际顾问有限公司和中国电子商务的积极推动者,我们已经率先实现了网上网小、虚实互动、传统与现在,国际与国内的有机结合。我们利用现代的互联网技术把代表顾问咨询行业最精华的实力在天、地、人的理念中体现出来。天:是指我们提供的企业战略、企业诊断、企业发展、企业品牌和形象管理等方面的服务;地:是指我们提供的关于企业 E- 化工程包括电子商务和企业内部协作网络的服务;人:是指我们提供的关于企业内训和企业文化等方面的服务。我们将与实力雄厚的国内外战略伙伴一起,共同提供最适合于国内企业需要的关于企业发展和的电子商务解决方案的顾问咨询服务,为中国企业和电子商务的健康发展做出应有的贡献。我们希望能够与中国广大企业家们携手共进,共同迎 Internet 和电子商务带来的前所未有的机遇与挑战。

苏姗

2001 年 1 月 1 日

前 言

电子商务(Electronic Commerce,即 EC)目前是一个充满生机的、具有巨大开发潜力的新兴市场。电子商务作为一种崭新的商务运作方式,将给人类带来一次史无前例的产业革命,这场革命的最终结果是将人类真正带入信息社会。

无论是 BtoB 还是 BtoC,对企业来说,都将意味着巨大的商机。面对电子商务,企业应在更为广阔的市场空间调整其发展战略,对传统的企业业务流程实施再造,提高其效率与质量。企业经营者应抓住这一契机,正视其在电子商务时代的位置,促进企业的腾飞。

电子商务是利用现代信息网络进行商务活动的一种先进手段。作为创新的经济运行方式,其影响远远超过商业领域。特别是因特网来进行高效率、低成本的以商品交换为中心的各种活动,包括消费者通过网络购买商品、企业之间利用网络进行广告宣传和商品的网上交易等,更好地适应国际市场竞争日益激烈的需求。电子商务是推动未来经济增长的关键动力,它将打破时空界限,有效地降低企业生产成本,提高企业的竞争能力。由于电子商务与生俱来的开放性和全球性的特点,客观上需要新的国际规则来解决电子商务贸易所出现的法律问题、税收问题以及争端的解决。网上运作的安全性问题是电子商务的核心问题,也是其得以顺利推行的保障。电子商务改变着传统的经济运作方式和经济结构,对人类经济活动产生的深远影响正在逐步地显露出来。这场人类社会经济发展史上深刻革命的潜在影响还表现在与电子商务相关产业的大发展和新行业、新产品的出现。

在电子商务中使用电子媒体和网络已经逐步为社会各界所接受和应用,并得到许多成功的应用经验。例如:高度电子化的全球有价证券市场从根本上改变了全世界的金融交易结构;电子银行的信用卡校核系统在流通领域已广泛应用;另一方面,在许多城市的交通系统中储值卡替代了其他付款方式。同时,电子购物的规模正在发生重大变化。全球的信息系统结构日益受到政府、企业和普通市民的重视。**21** 世纪,它将成为全球经济系统的核心,并成为我们社会的核心系统。

除了技术上的问题以外,电子商务所引发的规范和法律等一系列问题还在研究、协调和解决之中,其运作模式也在不断地试验和探索之中,我国为推进电子商务和信息化建设,将 **1999** 年定为“政府上网年”,**2000** 年定为“企业上网年”。预计到 **2002** 年中国电子商务交易额将达到 **100** 亿元人民币。

本书论述了电子商务的由来和电子商务所带来的影响,探讨了电子商务的机理,特别阐明了企业电子商务和业务流程再造的关系以及电子商务的发展需要进一步解决的有关安全、法律、金融电子化等问题,并展望了电子商务的发展与未来。阐述了电子商务活动中金融系统以及金融服务与安全问题,介绍了电子商务时代的网络银行、在线投资交易、网上保险等新型金融服务形式,对网上金融信息服务,电子货币与网上支付,电子商务安全保障,认证管理、法规及安全标准,以及电子货币流动中的可管理性、安全性、及时性等问题进行了深入的探讨。对电子商务所涉及到的合同、知识产权保护、网上行为规制、国际私法等法律问题进行了初步论述。详细介绍了从计算机网络基础到网站建设的基本应用和解决方案,全面介绍了建设互联网站过程中所遇到的各类专业问题。书中详尽讨论了网站策划、网站建设原则、网络经营模式的最新发展趋势以及企业的因特网策略等问题。并探讨了现代物流技术在电子商务中的应用以及电子商务中的供应链管理策略等,探讨了电子商务的物流模式。

本书将让您不仅能够建立自己的网站,制作出自己的 Web 页面,更主要的是讲述了如何制作商业网站,如何成功地在网站上将自己的产品、构思、想法更加快捷、便利地让更多的用户得到它、使用它,而最终成为企业的消费者。由浅入深、循序渐进地介绍了多媒体电子商务网站的策划、架构、实际制作及最终的发布过程。

郭邦海

2001 年 1 月 1 日

华点通国际顾问咨询有限公司介绍

1. 关于华点通国际顾问咨询有限公司

华点通国际顾问咨询有限公司是新加坡华点通集团和美籍华人苏姗博士共同创办的。作为中国颇具声望和值得信赖的国际性咨询公司之一,华点通目前已与 **33** 个国家建立了战略伙伴关系,并在中国 **10** 大城市设立了二级机构。公司拥有一支充满热情、作风严谨、富于创新的国际化团队,各方面的专家及专业人士百余人。可以为国内外企业提供全方位的顾问咨询服务。华点通致力于探索和建立高效、严谨的商业运作机制,用科学化和国际化的手段为客户提供别具特色的、超值的服务系统。“重诚信+高质量”是华点通的信念。满足和超过客户的期望,是华点通的准则。凭借专业的服务,华点通将客户的顾虑降到最低点,并为客户量身打造“四两拨千斤”的全方位解决方案,从而优化企业的人力、财力和物力。

2. 华点通的全球网络

●亚洲,欧洲,美洲……华点通的全球伙伴遍及 **33** 个主要国家。全球伙伴:

美国,加拿大,哥伦比亚,智利,阿根廷,秘鲁,古巴,巴西,英国,法国,德国,意大利,荷兰,芬兰,挪威,丹麦,瑞士,瑞典,希腊,西班牙,葡萄牙,罗马尼亚,捷克,澳大利亚,新西兰,南非,以色列,俄罗斯,新加坡,韩国,日本,香港,台湾

●北京,上海,天津,重庆,广州,深圳,南京,昆明,西安,哈尔滨……业务遍及中国十余座主要城市。

3. 华点通的优势

●是国内唯一一家拥有国际水平技术实力的国际化顾问咨询公司。

●拥有一批接受过良好的东西方教育并具有丰富的国内外管理经验的职业化顾问咨询团队;

●有独一无二的、庞大的国内外商业、政府和公共关系网络;

●已经在全球三十三个国家和当地有实力的顾问公司建立了战略伙伴关系;

- 在管理顾问咨询、公关传播、国际战略、招商引资、品牌战略和政府关系等领域有丰富的经验；
- 深刻理解国际企业和本土企业的需求；
- 对新经济和互联网的发展具有前瞻性和丰富运营经验；

4. 华点通的综合实力

作为著名的国际咨询公司,华点通拥有近乎完美的整合服务系统,和可以在各方面进行独立运作的操纵平台。

华点通可以提供:

●权威的战略咨询服务:

国际一流专家的超强脑力及丰富经验,将成为你解决疑问及难题的有力支撑。可为你提供多方面的战略性咨询服务,如:企业发展战略、品牌形象战略、资源整合战略、国际贸易战略及互联网和电子商务战略;

●专业的市场营销策划:

资深专业人士为您量身打造,让最少的投入兑现最佳的市场推广和营销效果

●系统的定向培训管理:

全面提高企业的素质、管理效率及客户满意度,你需要借助华点通多年积累的理论体系及丰富的培训管理经验使其得以实现。

●有效的公共关系服务:

以最快捷、最实效的方式去实现你的公关目标,华点通的精英可以做到;也许它是媒体关系、公共事物、大型公关活动亦或危机管理等。

华点通可以解决:

●对政府关系的需求:

与世界上三十多个国家建立的实力雄厚的政府关系网;与中国各个行业系统保持的颇为良好的关系。这一切,华点通愿与您共享。

●对投资环境进行评估的需求:

对全球投资环境及新经济有着深刻的理解和锐利判断力的华点通高级评估研究人员,能将你的投资风险降到最低点,令你胜券在握。

●对产品代理的需求:

流畅的行销网络;完善的渠道管理;高明的产品推广手段以及深刻的消费者心理分析,将产品交给华点通,你势必可以高枕无忧了。

●对融资的需求:

体恤企业成长过程中不可避免的困惑与需求,帮助你恰当的选择融资方式与渠道。

5. 主要服务范畴

以下是为国内外客户提供的华点通公司具体服务范畴的名录。

在每一方面均有公司专业资深人士进行配合并全面参与运作。

发展战略咨询	确立公司发展短期和中长期目标,诊断企业现状并对企业未来发展进行科学化定位;确定企业在新经济环境下的发展模式和核心竞争优势;提供企业全方位的战略咨询服务。
资源整合战略	为企业推荐全球的战略联盟,进行有效的资源重组。针对具体的咨询项目,华点通将站在宏观的角度,全面调查和分析可利用战略资源的来源、目的、质量、未来的增值性,为企业提供合理的合作形式、条件和双方的整合效率及阶段性实施计划的建议,对于某些华点通所掌握的战略合作资源,华点通将全力进行双方合作的撮合,达到精诚合作、优势互补的目的,全面提升企业的核心竞争力。
国际贸易战略	为中外企业提供贸易国市场的信息、贸易发展的可行性分析、贸易伙伴关系的建立、代理网络的建立、贸易合同谈判咨询、贸易问题的法律咨询等。
融 资 战 略	根据客户资金需求状况和资金用途,选择适当的融资途径、融资方式。
互联网和电子商务战略	帮助中国企业有效地利用电子商务降低生产运营成本、扩大市场份额、改善服务质量、提高工作效率,形成竞争壁垒,全面提升企业的核心竞争力。华点通的服务项目包括:企业上网培训、网站设计与制作、网站托管、网站维护、电子商务网站系统企划和设计、互动行销网站建设、企业管理网建设、E 化企业全面解决方案、网上广告等。
市场营销策划	帮助企业以最少的投入获得最佳的市场推广和销售效果,从市场分析、市场定位、市场策划、销售模式设定、市场推广与销售的相互促进等方面,提供全面的咨询服务,并根据运行反馈情况及时地进行战略和方法的调整。
CI 及 CIS 的导入	企业品牌形象的定位、企业经营理念和企业文化的形成、企业行为准则的建立等。
市 场 调 研	为国内外客户进行消费者分析、产品分析、定价分析、渠道分析、广告及促销分析,描述市场结构及客户企业在国内外市场上的相对位置。

投资环境评估	研究国内外某一地区、某一行业的投资环境。包括经济环境、自然资源环境、人力资源环境、社会文化环境、基础设施状况、商业服务状况和该地区的技术能力。为国内外客户的投资决策提供全方位、多角度的信息和战略咨询。
公共关系服务	提供全方位的公共关系服务,包括媒体关系、企业形象管理、危机管理、公共事物、品牌塑造、大型会议和大型活动的策划等。
企业培训	为企业提供内部培训;跨文化的有效沟通、领导者素质的培养、企业管理理念和企业文化、市场营销技巧、员工素质和团队精神、危机管理、公共关系、目标管理培训、媒体关系、品牌管理战略、企业形象战略。
产品代理服务	代理中国和外国产品、帮助中外公司设立中外的办事处、在中国及外国注册产品并帮助他们在中国及外国申请执照、建立国内外的产品经销网络、提供产品的销售和客户服务支持。
政府关系	帮助外国企业了解中国的政策法规,帮助中国企业了解国际商务合作规则。帮助中外企业建立和政府之间的桥梁。协助中外企业成功参与政府项目并获得成功。

6. 国际顾问团成员名单

劳拉泰森博士(女)(美国)	美国加州大学伯克利商学院院长、美国前商务部副主任
劳乐李思博士(女)(美国)	美国哈佛大学肯尼迪政府学院秘书长,美国女政治家协会副主席
黄炎灿先生(印尼)	世界华人华裔联合会执行主席
迈克迪沃先生(美国)	美国里根总统办公室前副主任、里根总统竞选团高级顾问
皮特尔巴耐特先生(澳大利亚)	澳大利亚经济发展委员会会长
大卫多特尔先生(美国)	世界银行国际金融公司总裁
哈迪博可先生(德国)	德国国际商务发展部秘书长
叶匡时博士(台湾)	台湾太平洋宽带公司首席运营官
珍尼瓦德博士(美国)	美国女企业家联合会副会长
里查爱德曼先生(美国)	爱德曼国际公关顾问有限公司首席执行官、总裁

7. 中国顾问团成员名单

主席:姜 鹤	华点通国际顾问咨询有限公司 总策划
顾问:庄炎林	中国国际经济技术法律人才学会(原侨联主席)会长
李祥林	中国国家经济贸易委员会(原国家经贸委副主任)顾问

杨培青(女)	中国广告协会(原国家工商局副局长) 会长
桓玉珊	全国工商联(原国家物资部副部长,全国工商联副主席) 顾问
陈景新	全国工商联(原国家税务局副局长,全国工商联副主席) 顾问
肖灼基	北京大学市场经济研究所 教授
石 亘	中国医药集团总公司(原国家医药局副局长) 顾问
秦道夫	中国金谷国际信托投资公司(原中国人民保险公司董事长) 董事长
杨文生	中国国际贸易中心 董事长
闫志祥	中国民航快递有限公司(原中国民航总局副局长) 董事长

8. 联系方式

华点通国际顾问有限公司

中国北京市朝阳区安定路 39 号长新大厦 13 层

邮编:100029

电话:64425151

传真:64423686

E-mail: 51PRC@51do.com.cn

网址: <http://www.51PRC.com.cn>

苏姗博士介绍

美籍华人苏姗毕业于美国加州大学获得心理学博士和工商管理硕士(MBA)学位。

她曾两届担任美国西部地区营销策划协会秘书长和美国演讲家协会理事等职务。苏姗从 1989 年到 1994 年担任美国运通公司市场开发部总经理,从 1994 年到 1996 年担任世界最大的工程公司——福陆丹尼尔公司亚太开发署总监。苏姗在 1996 夏天回到中国担任美国通用物理公司亚太地区的总经理兼中国地区的首席代表。她后来又先后在美国时代明镜公司的子公司/智越咨询培训国际公司和爱德曼国际公关有限公司任要职。

苏姗现在是华点通国际顾问有限公司的首席执行官和总裁。她同时还是国际策划学会亚太地区主席并兼任中国企业形象设计委员会副主席和《科学投资》杂志社主编。

除了管理、咨询和策划以外,苏姗还是一个受欢迎的心理医生,她在美国期间及回到中国后,共为近千名在生活中感到迷茫的人们指点迷津,开启心智,走出误区并重新开始拥抱生活,面向未来。苏姗目前正在写几本心理咨询和策划方面的书。她还受邀请在《健康与美容》杂志中开设了苏姗心理咨询热线。

十多年来,苏姗以心理学为导向,在下面几个方面形成了一套自己独立的管理、咨询、策划的理念及方法:企业领袖们素质的培养、企业战略的制定、企业文化的树立、企业品牌和形象的塑造、企业计划的制定和实施、营销手段的建立、企业员工的管理、团队的建立、

企业家的国际战略、企业的融资策略和方法等。苏姗东西方贯通的理论和实践方法已在全球范围内被很多的企业管理者们喜欢和采用。

这位长期居住在美国的华裔女咨询家、策划家、心理学家、演讲专家,和几家知名企业的高级主管,为了寻根而回到了中国。在中国工作的四年多时间里,她结识了许多中国策划界、企业界和其它行业的朋友,并多次在中国各主要城市为三资企业经理人员、MBA 学生以及中国的企业家们授课和演讲近百多场,听过苏姗演讲的听众达八万人。苏姗很愿意和中国的企业家、政治家、学者,及策划界的同行们合作并一起来探讨使中国成功地面向新世纪挑战的方法和途径。她更愿意和中国的有识之士广交朋友,相互交流。

苏姗的策划和咨询经验十分丰富,其策划对象主要是:

1. 为政治家策划,如:担任美国洛杉矶市长、里查德先生竞选总策划;担任美国南卡罗来州州长、大卫先生连任竞选顾问;担任美国华盛顿州州长、骆家辉的竞选顾问。

2. 为国家策划,如:帮助日本驻洛杉矶大使馆策划如何改变日本人在美国人心目中的形象,并将此计划推广到美国其它三个主要城市——纽约、旧金山、芝加哥;帮助伊朗政府策划如何改善美国人对该国政府和人民的负面看法;通过爱德曼国际公关公司为澳门回归的全球媒体正面宣传做过策划。

3. 为企业做策划,苏姗在美国和中国期间提供过顾问和咨询的企业将近百家。苏姗为中国政府所做的策划和顾问项目如下:

* 2000 年 5 月为北京市贸促会举办的北京高新技术产业国际周进行境外宣传、招商及代表团邀请工作。

* 1998 年 8 月为国家科学技术部所设立的“跨越行星地球奖”活动进行策划,协助邓楠副部长游说美国政界及主流媒体宣传中国在环境保护方面的成就,促成中美双方成立“中国环境全球联盟”。

* 1999 年 7 月为北京市经贸委成功邀请外国企业代表加入市政府的国际性咨询机构(圆桌会议)。

* 1999 年 2 月为澳门回归组委会进行策划,利用全球庞大的公关网络及媒体追踪技术,积极调动西方主流媒体对回归活动进行正面、全面的报导,为中国树立了良好的形象。

* 2000 年为外交部策划组织了对中国外交官如何处理国际政府关系和媒体关系方面的培训。

* 协助北京市政府申办 2008 年奥运会,是申办口号“新北京、新奥运”的主要倡导者之一。

* 1999 年为国家经贸委进行“企业管理中外交流活动”的策划,成功安排惠普首席执行官与“海尔”集团总裁在中央电视台进行对话。

* 1998 年 5 月为国家商品进出口检验局及国家纺织工业局参加的“第 25 届国际棉花标准会议”,进行策划、项目联络、安排、日程设计、全程协调、媒体宣传等工作。

* 1997 年受邀为中国商业委员会在美国进行宣传,以促进中美商业关系的广泛合作。

* 1996 年受美国政府及中国教育部之邀制定关于美中教育交流的政策,并进行境外宣传。

总 目 录

第一编 落后就要挨打 ——企业开展电子商务刻不容缓

第一章	电子商务由来、现状及其发展趋势	(3)
第二章	电子商务经济特征	(198)
第三章	电子商务基本含义及其特征	(209)
第四章	电子商务作用	(238)
第五章	电子商务机理	(262)
第六章	国内外电子商务发展问题	(287)
第七章	世界财富巨子剖析电子商务	(295)
第八章	权威人士透析电子商务	(306)
第九章	电子商务时代企业新面貌	(588)

第二编 当前燃眉之急 ——构建、维护与推广企业电子商务网站

第一章	电子商务网站设计理念	(661)
第二章	电子商务网站设计制作基础	(673)
第三章	电子商务网站设计制作实战	(684)
第四章	电子商务网站多媒体网页设计与制作	(760)
第五章	电子商务网站数据库连接与站点的发布、维护	(853)
第六章	电子商务网站的推广方法	(872)