



经济管理类专业“十三五”规划教材



全程电子商务 综合实训教程

主 编 吴 坤 王 平



西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

应用型本科 经济管理类专业“十三五”规划教材

全程电子商务综合实训教程

主 编 吴 坤 王 平



西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

本书以互联网环境下实际商用的全程电子商务平台为原型,基于完全真实的电子商务商业情境,以模拟企业内部管理为基础,将电子商务实训范畴从企业内部向外扩展到上游供应商、下游客户和分销商,在企业与供应商、客户进行电子商务业务协同的基础上,实现商务活动的全程电子化。

本书针对性强、应用性突出,图文并茂,配备丰富的网络资源和 PPT 课件(需要者可登录出版社网站 www.xduph.com 下载),方便学生清晰地了解并完成各项实践学习任务。本书既可作为高等院校电子商务及相关专业的实践教科书,也可作为企业管理等岗位在职人员的电子商务专业培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

全程电子商务综合实训教程 / 吴坤,王平主编. — 西安:西安电子科技大学出版社,2018.5
ISBN 978-7-5606-4914-6

I. ① 全… II. ① 吴… ② 王… III. ① 电子商务—教材 IV. ① F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 076605 号

策划编辑 高 樱

责任编辑 闵光远 阎 彬

出版发行 西安电子科技大学出版社(西安市太白南路 2 号)

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com 电子邮箱 wmcuit@cuit.edu.cn

经 销 新华书店

印刷单位 陕西天意印务有限责任公司

版 次 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 11

字 数 266 千字

印 数 1~2000 册

定 价 26.00 元

ISBN 978-7-5606-4914-6 / F

XDUP 5216001-1

***** 如有印装问题可调换 *****

应用型本科 管理类专业规划教材

编审专家委员名单

主任：施 平(南京审计大学 审计与会计学院 院长/教授)

副主任：李 莛(常州工学院 经济与管理学院 院长/教授)

王晓光(上海立信会计金融学院 工商管理学院 院长/教授)

张国平(常熟理工学院 经济与管理学院 院长/教授)

左振华(江西科技学院 管理学院 院长/教授)

成 员：(按姓氏拼音排列)

陈爱林(九江学院 经济与管理学院工商管理系 副教授/系主任)

池丽华(上海商学院 管理学院 副院长/副教授)

费湘军(苏州大学应用技术学院 经贸系 主任/副教授)

顾 艳(三江学院 商学院 副院长/副教授)

何 玉(南京财经大学 会计学院 副院长/教授)

胡乃静(上海立信会计金融学院 信息管理学院 院长/教授)

贾建军(上海立信会计金融学院 会计学院 副院长/副教授)

陆玉梅(江苏理工学院 商学院 副院长/教授)

马慧敏(徐州工程学院 管理学院 副院长/教授)

牛文琪(南京工程学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

邵 军(上海立信会计金融学院 会计学院 院长/教授)

陶应虎(金陵科技学院 商学院 副院长/教授)

万绪才(南京财经大学 工商管理学院 副院长/教授)

万义平(南昌工程学院 经贸学院 院长/教授)

许忠荣(宿迁学院 商学院 副院长/副教授)

张林刚(上海应用技术学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

张小兵(淮阴工学院 经济管理学院 院长/教授)

庄玉良(南京审计大学 工商管理学院 院长/教授)

应用型本科 经济类专业规划教材

编审专家委员名单

主 任：孙文远(南京审计大学 经济与贸易学院 院长/教授)

副主任：董金玲(徐州工程学院 经济学院 院长/教授)

宣昌勇(淮海工学院 商学院 院长/教授)

易高峰(盐城师范学院 商学院 院长/教授)

赵永亮(盐城工学院 经济与管理学院 院长/教授)

成 员：(按姓氏拼音排列)

陈淑贤(上海杉达学院 杨胜祥商学院 副院长/副教授)

顾丽琴(华东交通大学 MBA 教育中心案例中心 主任/教授)

蒋国宏(南通大学 商学院 院长/教授)

刘春香(浙江万里学院 商学院 副院长/副教授)

刘 骅(南京审计大学 金融学院 副院长/副教授)

隆定海(皖西学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

马军伟(常熟理工学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

马立军(三江学院 文化产业与旅游管理学院 副院长)

施继元(上海立信会计金融学院 国际金融学院 副院长/教授)

项益才(九江学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

于中琴(上海立信会计金融学院 国际经济贸易学院 副院长/副教授)

张言彩(淮阴师范学院 经济与管理学院 副院长/副教授)

赵 彤(南京晓庄学院 商学院 副院长/教授)

前言

在传统电子商务活动中,买方通常只关注其前端的商品搜索、洽谈、下单、支付与物流跟踪,卖方则聚焦在商铺设计、商品管理、网络营销、订单管理及库存管理等方面。这种模式把电子商务作为一个独立的部分,与企业的整体经营进行了隔离,它在电子商务发展的一定阶段内是可行的,但随着电子商务经营在企业经营活动中所占比重逐渐增大,这种隔离所带来的经营脱节和信息不畅的弊端则越来越明显,电子商务与企业整体经营进行融合已成为必然趋势。

全程电子商务是以电子商务、企业资源计划(ERP)为核心,以供应链搜索和协同为纽带的数字化经营模式。它以企业内部管理为基础,以供应链业务协同为核心,通过互联网技术将企业管理的范围延伸至广义的供应链管理,并融合电子商务服务,为企业提供新一代的、全面的信息化解决方案。目前,国内越来越多的企业正在朝这个模式转型,把供应链、线下门店、网上商城融为一体,既提升了内部的管理效率,也为消费者带来了购物的便利。

本书在体例设计上进行了创新,以“实训目的一实训任务一实训流程和步骤一实训时应注意的问题”的形式组织内容,在教学方法上突出了内容的可操作性,力求通过实训教学帮助学生掌握全程电子商务的综合应用,突出“做中学、学中做”的教学理念。全书共6章,在对全程电子商务基本概念、实训平台构架和综合实训模块及功能解析的基础上,通过网上商城B2B综合实训、网上商城B2C综合实训、全程电子商务业务管理综合实训、全程电子商务供应链协同和数据管理综合实训等内容,完成企业电子商务交易前、交易中和交易后的全程业务训练。通过实训增强学生对电子商务带动企业整条商务链的敏捷性的认识,明晰企业内部及企业之间数据与业务的共享和协同流程,掌握企业门户、网络营销、企业管理、移动商务、供应链协同等的集成应用。

本书突破了传统电子商务实验强调以交易模式为主的实验内容,结合高校电子商务专业教学、实训、实战、创业的需要而设计,针对性强、应用性突出。结合电子商务专业规范,基于“项目导向、任务驱动、学做合一”的编写思路,以应用型本科院校教学需求为导向,在真实的电子商务商业平台上展开实训,指导学生基于企业电子商务前端活动、企业后台管理以及整体经营策略对企业开展全程电子商务综合训练,培养企业电子商务运营的整体意识与电子商务实际操作能力;同时,缩小理论知识与企业需求的差距,增强学生的职业适应性和专业适应性,为学生进行电子商务自主创业和今后从事电子商务相关工作打下坚实的基础。

本书由徐州工程学院电子商务专业教学团队编写,吴坤和王平担任主编,其中,吴坤负责总体纲要的编写和全书统稿,王平负责PPT课件制作及教材网络资源素材整理。

具体内容的编写分工如下：第 1 章、第 2 章、第 5 章由吴坤编写；第 3 章、第 4 章由王平编写；第 6 章由吴坤、王平共同编写。本书在编写过程中，得到了南京审计大学庄玉良教授的帮助与指导，金算盘软件公司全程电子商务实训平台提供了技术支持，张原浩和胡怡诺同学对本书实训平台的图片做了编辑和整理，在此谨致以最衷心的感谢。同时，也要特别感谢西安电子科技大学出版社编辑高樱女士，正是由于她的职业精神和专业素养，才使本书得以顺利地出版。

尽管我们力求完美，但由于编者水平有限，书中难免会有疏漏和不当之处，恳请读者批评指正。

编 者

2018 年 1 月

目 录

第 1 章 全程电子商务综合实训基础	1
1.1 几个概念	1
1.1.1 电子商务	1
1.1.2 全程电子商务	1
1.1.3 全程电子商务综合实训	1
1.2 实训目标	2
1.2.1 掌握实践技能	2
1.2.2 提高素质能力	2
1.2.3 培养创新创业能力	2
1.3 实训平台的构架	2
1.4 实训平台的使用方式	3
1.4.1 综合实训	3
1.4.2 分组演练	3
1.4.3 实战	4
1.5 实训任务及课时分配建议	4
第 2 章 全程电子商务综合实训模块及功能	5
2.1 网站宝：网上商城(B2B)	5
2.1.1 企业门户	5
2.1.2 网络推广	5
2.1.3 网上贸易	5
2.1.4 后台管理	5
2.2 网店宝：网上商城(B2C)	8
2.2.1 商城门户	8
2.2.2 在线交易	9
2.2.3 商城装修	9
2.2.4 网站运营	9
2.2.5 会员中心	10
2.2.6 后端功能	10
2.3 网商通：供应链协同管理	11
2.3.1 采购管理	12
2.3.2 销售管理	13

2.3.3	库存管理	14
2.3.4	基础管理	15
2.3.5	财务管理	15
2.3.6	收支管理	16
2.3.7	决策分析	16
2.4	即时通讯(BIM)	17
第 3 章	网上商城 B2B 综合实训	20
3.1	实训目的	20
3.2	实训任务	21
3.3	实训流程和步骤	21
3.3.1	网站内容管理	22
3.3.2	网站设计	23
3.3.3	企业信用体系建设	24
3.3.4	发布求购信息, 寻找需求货源	25
3.3.5	线上交易	26
3.3.6	建立供货商、客户管理体系	29
3.4	实训时应注意的问题	31
3.4.1	发布供求商机环节	31
3.4.2	企业网站管理环节	31
3.4.3	网站展厅环节	32
3.4.4	网站设计环节	33
第 4 章	网上商城 B2C 综合实训	34
4.1	实训目的	34
4.2	实训任务	35
4.3	实训流程和步骤	35
4.3.1	网店内容添加	36
4.3.2	运营平台审核	38
4.3.3	企业网店模板设计	40
4.3.4	管理 B2C 网店	41
4.3.5	在线交易	45
4.3.6	建立网店会员制度	49
4.3.7	网店营销	51
4.4	实训时应注意的问题	52
4.4.1	网店搭建环节	52
4.4.2	可视化编辑环节	53

4.4.3	个性化页面设计环节	54
4.4.4	网店内容管理环节	55
4.4.5	系统设置环节	56
4.4.6	运营管理环节	59
第 5 章	全程电子商务业务管理综合实训	61
5.1	实训目的	61
5.2	实训任务	62
5.3	实训流程和步骤	63
5.3.1	业务设置	63
5.3.2	基础数据设置	66
5.3.3	采购管理	74
5.3.4	销售管理	83
5.3.5	促销管理	91
5.3.6	库存管理	94
5.3.7	财务管理	102
5.3.8	报表分析	105
5.4	实训时应注意的问题	135
5.4.1	业务设置环节	135
5.4.2	采购管理环节	142
5.4.3	销售管理环节	144
5.4.4	促销管理环节	146
第 6 章	全程电子商务供应链协同和数据管理综合实训	147
6.1	实训目的	147
6.2	实训任务	147
6.3	实训流程和步骤	148
6.3.1	了解供应链协同的基础功能	148
6.3.2	建立企业协同关系	149
6.3.3	供应链协同的操作	151
6.3.4	B2C、B2B 的进销存操作	154
6.3.5	报表的查看和分析	156
6.4	实训时应注意的问题	156
6.4.1	供应商管理环节	157
6.4.2	客户管理环节	160
6.4.3	业务协同环节	164

第1章 全程电子商务综合实训基础

1.1 几个概念

1.1.1 电子商务

电子商务是以信息技术为手段,以商品交换为目的的商务活动;也可理解为在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(VAN, Value Added Network)上以电子交易方式,买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物,商户之间的网上交易、在线电子支付以及开展各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式,是传统商业活动中各环节的电子化、网络化、信息化。

1.1.2 全程电子商务

在传统电子商务活动中,买方通常关注于前端的商品搜索、洽谈、下单、支付与物流跟踪,卖方则聚焦在商铺设计、商品管理、网络营销、订单管理及库存管理等方面。这种模式把电子商务作为一个独立的部分,与企业的整体经营进行了隔离,它在电子商务发展的一定阶段内是可行的,但随着电子商务在商务活动中所占比重逐渐增大,这种隔离所带来的经营脱节和信息不畅的弊端则越来越明显,电子商务与企业整体经营进行融合已成为必然趋势。

全程电子商务是以电子商务、企业资源计划(ERP)为核心,以供应链搜索和协同为纽带的数字化经营模式。它以企业内部管理为基础,以供应链业务协同为核心,通过互联网技术将企业管理范围延伸至广义的供应链管理,并融合电子商务服务,为企业提供新一代的、全面的信息化解解决方案。其理念与国际上一些领先的企业信息化服务提供商的产品理念是一致的,如已被 SAP 收购的 Hybirs 提出的全渠道经营理念,即以企业内部管理为基础,通过各种渠道开展业务经营,包括 B2B、B2C、移动业务、连锁经营等,全方位与客户接触,这是企业顺应新的信息技术手段所采取的提升经营模式的变革。目前,国内越来越多的企业正在朝这个模式转型,比较典型的例子如国美电器,把供应链、线下门店、网上商城融为一体,既提升了内部的管理效率,也为消费者带来了购物的便利。

1.1.3 全程电子商务综合实训

全程电子商务综合实训是结合高校电子商务专业教学、实训、实战、创业的需要而设计的。通过综合实训,使学生在全程电子商务平台的使用过程中,将自身在理论学习当中所学习到的知识进行实际的操作和演练,加强对电子商务和企业管理流程的感性认识,更

加深入地认识企业的管理流程以及电子商务的基础操作,增强行业了解,为今后电子商务专业实践理清思路;通过实训教学和实战演练相结合,在学生初步掌握平台的建设、运营、管理等技能的基础上,对现代电子商务企业的经营、管理的基础有充分的了解;再通过由学生创设组织平台的实战演练,让学生实际进行全程电子商务平台的组织运营和操作,使学生了解企业的经营架构,提高学生合作和沟通能力、分析问题和解决问题的能力,培养学生独立进行电子商务商业策划和运营,积累更加实际的行业经验,为学生的创新和创业奠定良好基础。

1.2 实训目标

1.2.1 掌握实践技能

通过企业内部管理流程的综合训练,了解企业电子商务运行和管理的步骤与要求,明确企业当中每个岗位的职责和权限;通过学生自己建立企业网站,与其他企业进行沟通和交易,建立属于自己的供应链,熟练操作 B2B 交易;通过建立企业网店,与零售客户进行交流,制定企业的 B2C 经营方案;将企业的多个销售渠道打通,建立上下游链条,在企业内部进行数据链管理;通过在企业当中实际引入产品的销售、学生组织自主创业项目、组织学生进驻企业进行实践等方式,将所获得的专业技能更好地运用在实训当中,更好地融入企业环境。

1.2.2 提高素质能力

了解企业电子商务前端活动,认识企业的后台管理以及整体的经营策略对企业开展电子商务运营的影响,熟悉全程电子商务各个模块的功能和架构;巩固和加强所学的电子商务理论知识,建立企业电子商务运营的整体意识,训练观察、分析和解决问题的能力,培养电子商务实际操作技能;了解企业电子商务运营管理中各流程的新动态,丰富自身的知识架构;通过实战演练,使学生在完全真实的商业环境当中打造良好的团队意识,增强与他人沟通、协作的能力和团队凝聚力。

1.2.3 培养创新创业能力

缩小理论知识与企业需求的差距,增强学生的职业适应性和专业适应性;综合运用所学理论知识和实践技能,为学生进行电子商务自主创业和今后从事电子商务相关工作打下坚实的基础;将学生的商业设想和营销创意真实地运用到实战当中,及时地发现问题,总结经验,积累良好的实践经验。

1.3 实训平台的构架

本书以金算盘全程电子商务实训平台为技术支持,以金算盘实际商用的全程电子商务

平台为原型,结合电子商务教学、实验、实训的需要,以模拟企业内部管理为基础,以供应链业务协同为核心,通过互联网技术将企业的管理范围延伸至广义的供应链管理,并融合电子商务服务。实训的核心内容是演练以 eERP 为核心,将企业的管理范畴从企业内部向外扩展到上游供应商、下游客户和分销商,实现全球化供应链管理;在企业与供应商、客户进行业务协同的基础上,实现商务活动的全程电子化;通过整合全球资源,降低企业的经营成本和经营风险;利用供应链的规模优势,为客户创造最大的价值。平台主要由网上商城(B2B 和 B2C)、供应链管理、供应链协同、即时通讯及实验管理系统构成,如图 1-1 所示。

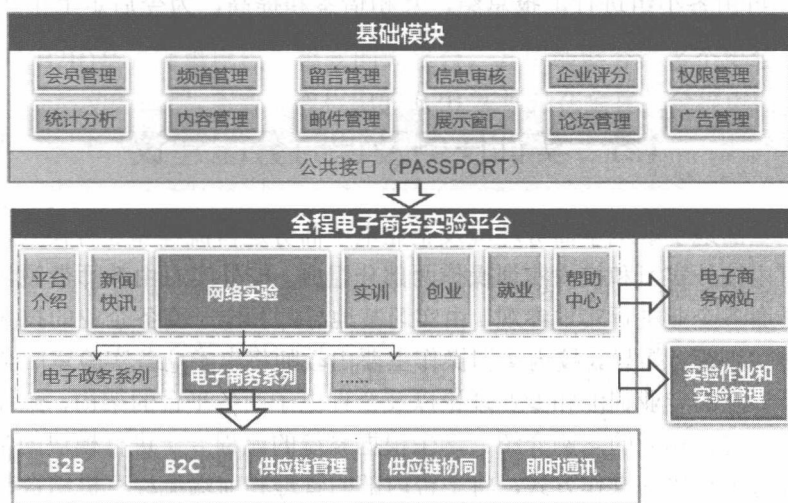


图 1-1 实训平台构成

实训平台由前台网站、网站内容维护系统、实训系统和实训运营系统构成。前台网站及网站内容维护系统共同实现了网站的内容维护及显示,方便师生及学生之间的信息交流;通过账号成功登录实训系统后,可以开展各项电子商务实训;实训运营系统则负责对账号、企业、信息、商机等进行管理,以便使各项实训活动顺利开展。

1.4 实训平台的使用方式

1.4.1 综合实训

刚开始实训时,建议由每个学生代表一个企业,同时负责企业中各个岗位的职责,在教师的指导下,完成全部实训流程。这样学生可以全面了解企业运营中各个环节、各个岗位的分工及职责,并对企业运营的全貌形成初步认识。

1.4.2 分组演练

在对平台有初步认识和理解的基础上,可以分组演练,每组代表一个企业,不同企业之间可以形成供应链上的上下游企业,每个企业内部按岗位分配不同的角色。比如总经理、

采购经理、销售经理、库管经理、财务经理、网上批发主管(B2B)、网上零售主管(B2C)、移动业务主管(移动销售及移动管理)、连锁业务经理、店员等，每个岗位分配不同的权限，确定相应的职责。通过这样的演练，可以培养学生分工协作的团队意识，并对其具体负责的岗位有更深的体会和认识。

1.4.3 实战

有条件的学校，可以组织学生基于平台开展实战演练，即对学生进行分组，搭建网店开展真实的网上销售和运营，通过网络运营、地面推广等方式，宣传网店，扩大销量。实战结束后，再由各小组进行汇报总结，互相借鉴和提高，为今后走上工作岗位打下坚实基础。

1.5 实训任务及课时分配建议

为使学生全面地了解电子商务环境及企业电子商务运营流程和业务模式，全程电子商务综合实训可由校外实习和校内实训操作两部分组成。校外实习由教师带领学生到校外实习基地或电子商务企业进行实地参观，由实习基地导师和电子商务企业的技术管理人员和本校教师为学生讲解、指导。校内实训操作主要由教师将电子商务实验室中全程电子商务教学平台上所涉及的专业词汇和专业理论以及全程电子商务平台的架构、流程进行讲解和演示，并为学生进行相应的案例介绍。学生根据系统的流程一一进行模块的学习和演练，掌握系统当中每个模块的操作方式，将平台内部的管理和前端流程有机结合起来。教师通过对学生的分组，引导、组织学生进行有对抗性的实战演练，评定学生在平台的实战演练当中的各项成绩和表现。结合带领学生到电子商务企业实践学习，实现校内实训与现代电子商务环境更进一步的接轨，将在全程电子商务平台中所学技能和知识更好地运用到企业电子商务实践当中。实操部分建议为 40 学时，各实训项目具体课时分配见表 1-1。

表 1-1 各实训项目课时分配

实 训 任 务	建议课时/小时
网上商城 B2B 综合实训	8
网上商城 B2C 综合实训	10
全程电子商务业务管理综合实训	16
全程电子商务供应链协同和数据管理综合实训	6

第2章 全程电子商务综合实训模块及功能

2.1 网站宝：网上商城(B2B)

网上商城(B2B)是“阿里巴巴”模式的大平台，其中能够容纳多个单独企业网站，属于企业电子商务活动的前端。本实训教程中的B2B实训是在金算盘全程电商实训平台网站宝模块下完成的，各模块功能如下。

2.1.1 企业门户

企业门户能够实现从“域名”到“空间”再到“网站”的一站式建站服务。学生通过该模块搭建属于自己的个性化网站，进行网站设计与内容管理服务，并可根据自己的需要选择独特的网站主题和栏目风格，打造别具一格、与众不同的个性化形象。同时企业门户为学生提供各种网络化的营销推广服务，为企业内部管理、网上贸易、供应链协同等提供统一的应用入口。它既是企业通过网络进行形象宣传和产品推广的窗口，又是企业管理者、职员、客户、物流服务商等协同工作的接入点。

2.1.2 网络推广

网络推广提供各种网络化的营销推广服务，包括圈子营销、网络营销等手段。通过圈子营销，企业可以建立优质商圈，对特定的商务合作伙伴发起邮件、短信、站内信、即时消息等多种精准营销；网络营销则提供广告位展示、搜索排名、企业推荐、信息推荐、视频展示、信息订阅等功能，同时还提供电话营销、论坛营销、博客营销、第三方搜索排名等推广服务。

2.1.3 网上贸易

网上贸易提供集在线洽谈、在线交易、在线支付于一体的一站式电子商务服务。平台主要包括折扣管理、购物卡与礼品券管理、促销管理、商品展示管理、商品上下架管理、采购清单管理、在线订单、会员管理等内容。

2.1.4 后台管理

后台管理包括以下具体内容：

(1) 可视化建站，主要包含网站模板、网站高级设计、网站内容管理、企业信用管理、

SEO 优化、客服设置及图库等功能，具体功能明细见表 2-1。

表 2-1 可视化建站功能明细

主要功能	功能模块	说 明
网站模板	快速建站	快速建站，快速选择模板风格；并能够便捷地增加新闻、增加商品资料、修改企业概况等
	模板选择	内置多套不同风格的模板供选择
	一键安装模板	能够方便快捷地实现一键安装、一键更换
网站高级设计	导航菜单	对网站导航名称、导航显示顺序、隐藏导航项进行管理，可拖动直接排序
	栏目形象图片	可上传自定义图片，用于更改网站模板默认的栏目形象，并可设置动画效果
	第三方流量统计	除了平台本身提供的流量监控系统，同时支持第三方流量统计
网站内容管理	企业介绍	用于管理企业介绍内容，包括企业名称、联系方式、企业介绍、企业资质证书等信息
	招聘信息	用于发布和管理企业的招聘信息
	企业新闻	支持发布企业、行业新闻等文章内容，支持文章分类管理等功能
	分销渠道	支持发布企业认证的分销渠道，支持分销渠道的名称、经营项目、分销渠道介绍、形象图片等内容的上传和管理
企业信用管理	资质认证	支持企业申请资质认证
	企业荣誉	可对企业的荣誉及证书进行上传和管理，如企业的行业资质证书、专利证书、行业协会荣誉证书、经营许可证、注册商标、ISO 系列证书等内容
	交易评价	帮助企业更好地了解消费者最直接的意见和建议，同时作为交易的信用凭证之一
	诚信档案	可查询企业的诚信档案，包括审核通过的企业身份认证、证书荣誉及评价情况等内容
SEO 优化	产品管理	设有静态优化，有利于搜索引擎收录网站页面
客服设置	在线客服设置	可设置在线客服，支持客服分组，支持自动接待和顾客询问等多种接待模式
图库	图库管理	管理员可自定义图片分类，进行图片批量上传，批量删除，移动图片到其他分类，快速复制图片地址等操作
	标签管理	通过标签管理可对为商品添加的图片进行分类管理、查询

(2) 分销商管理，主要包含分销商档案、分销商分类、分销商等级等功能模块，具体功能明细见表 2-2。

表 2-2 分销商管理功能明细

主要功能	功能模块	说 明
分销商	分销商档案	维护和管理分销商档案，支持批量转移分销商。支持按视图、分类、状态、地区、来源、组织机构等条件来查询，还提供自定义视图和高级搜索等功能
	分销商分类	维护和管理分销商分类，支持多级分类和导入、导出功能。提供按未停用和已停用的视图查询，还提供自定义视图功能
	分销商等级	维护和管理分销商等级，支持设置多等级，提供导入和是否停用功能

(3) 订单管理，主要包含购物车、收货地址和客户订单等功能模块，具体功能明细见表 2-3。

表 2-3 订单管理功能明细

主要功能	功能模块	说 明
网上交易	购物车	可添加、删除所选商品，同一个供应商的商品生成一张采购单，多个供应商的商品生成多张采购单
	收货地址	收货地址的维护
	客户订单	用于商品销售订单管理。支持按等待发货、等待买家收货、等待评价、等待确认收款、退款中等状态查询订单，还提供按下单时间、买家名称、订单号、交易号、商品名称、订单状态、评价状态等条件组合高级搜索等功能

(4) 商品管理，主要包含管理商品、产品分类、发布商品、商品定价等功能，具体功能明细见表 2-4。

表 2-4 商品管理功能明细

主要功能	功能模块	说 明
商品供求	管理商品	用于企业对网上批发商品的管理。支持对商品的新增、删除、导出导入、批量下架等基本功能和导入平台商品、快速指定分类等个性功能。提供按视图、上架状态、审批状态、分类查询、类型等条件查询，自定义视图和高级搜索等功能
	产品分类	支持显示在 B2B 网上商城的网上批发分类
	发布商品	将网上批发商品发布到 B2B 门户网站展示，支持发布一般实体商品和特殊商品
	商品定价	支持按不同的数量、不同的规格颜色、不同的客户等级对商品进行定价
	商品推荐	将网上批发商品推荐到网站首页进行显示
	管理求购	商品求购信息的管理，支持新增、删除、批量更新发布时间等基本功能
	发布求购	将商品求购信息发布到 B2B 门户网站，支持发布求购实体商品及其他求购类型信息