

教育部商业职业教育教学指导委员会 组编
中央广播电视中等专业学校 推荐
21世纪中等职业教育规划教材（市场营销专业）

商务信息化技术应用

Shang wu xin xi hua ji shu ying yong

胡立君 主编



南海出版公司

教育部商业职业教育教学指导委员会 组编
中央广播电视中等专业学校 推荐
21世纪中等职业教育规划教材(市场营销专业)

商务信息化技术应用

主 编 胡立君
副主编 邢立新

南海出版公司

2007·海口

图书在版编目(CIP)数据

商务信息化技术应用/胡立君主编. —海口:南海出版公司,2007.7

21 世纪中等职业教育规划教材. 市场营销专业

ISBN 978-7-5442-3806-9

I. 商… II. 胡… III. 电子商务—专业学校—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 106022 号

SHANGWU XINXIHUA JISHU YINGYONG

商务信息化技术应用

-
- 主 编 胡立君
责任编辑 杨 苏
装帧设计 水木时代(北京)图书中心
出版发行 南海出版公司 电话:(0898)66568511(出版)65350227(发行)
社 址 海南省海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编:570206
电子信箱 nanhaicbgs@yahoo.com.cn
经 销 新华书店
印 刷 北京广达印刷有限公司
开 本 787×960 1/16
印 张 12.75
字 数 228 千字
版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5442-3806-9
定 价 19.60 元
-

南海版图书 版权所有 盗版必究

总 序

伴随着社会主义市场经济的发展,我国中等职业教育进入一个崭新的发展阶段。近年来,招生数量的增加,社会需求的新标准,对中等职业教育教学提出了新的、更大的挑战。为了推进中等职业教育专业和课程的改革,加强教材建设,我们组织编写了这套“21世纪中等职业教育规划教材”。

中职教育是就业教育,目的是将人力资源变成人力资本。我们在组织编写这套教材时,以明确的职业导向作为编写理念,将先进的知识观、我展观和人文教育观融于一体,在指导思想注重处理好教材编写中理论与实践、深度与广度、难度与易度、传统与创新、利教与利学、知识传授和技能培养等六个方面的关系。力求通过本套教材的编写,努力为主中职业教育改革的改革服务,为培养社会急需的优秀初、中级技术型应用人才服务。

在遴选教材参编人员时,我们贯彻了三方人员结合的原则,即以中职院校具有一线教学丰富实践经验和教材编写经验的优秀教师为主,高校教师和企业界人员共同参与,优先选择重点专业、精品课程,力求编写出具有时代特色的精品中职教材。

在众多参编学校的共同努力下,本套教材基本上达到了以下编写要求:

第一,适应性和层次性。针对近年来中职院校生源主要来自农村的特点,我们破除过去多年强调的学科性、系统性、理论性的束缚,坚持理论精练、以够用为度的编写原则,同时注意与普通中学教育知识点的衔接,并针对参专业的职业特点,确定知识点和能力点。教材是教学的基本依据,因此在本套教材中,理论概念上做到少而特,增加了图表和案例的比重,对各专业教材都努力做到通俗易懂,既利于教,又利于学。对一些专业又适当注重了拓展性,为学生今后的深造与发展提供了学习的基础。

第二,职业性和实用性。为了达到培养技术型应用人才的目的,本套教材的专业特色鲜明,并以选取在生产技术中应用的实用知识和技术为教材主要内容。对于专业基础类课程,以应用知识为主,反映出为专业课服务的目的;对于专业课教材,则强调知识的应用,加强专业实践能力和职业技能的培养。在各专业教材的编写中,有计划地突出了实训内容,占有相当的比例,并根据职业特点对一些专业的教材配有习题集和教师用书,既为教师的课堂教学和课下辅导提供了便利,也为学生的复习和练习创造了条件,达到培养、锻炼、提高学生动脑和动手能力的目的。

第三,创新性和立体性。在教材内容上,我们果断地摒弃了过时、陈旧的内容,大胆引进先进新颖的知识,紧跟科学、技术、生产的发展,及时反映新知识、新技术、新工艺、新方法。同时适度预见各种技术的发展,用明天的技术培养今天的学生。在教材形式上,我们充分发挥了现代科学技术的特点,对一些专业的重点课程,将多媒体课件和网络教学与教材有机地结合在一起,形成了立体化教学的体系,更好地为中职教育教学提供服务。在与社会需求的衔接上,我们将教材内容和课后练习有意地与社会化考证要求相结合,力求实现学校教学与社会化考证的协调和统一。

当代中国的飞速发展和科学技术进步的日新月异,对中职教育教学不断地提出新的目标,我们希望本套教材能够适应当前各中职学校教学需要,同时也真诚地希望各位老师及时提出修改意见,以便使本套教材日臻完善。

教育部商业职业教育教学委员会

主任、教授 王晋卿

2007年3月 于北京

出版说明

目前,大部分商业企业不仅需要大量的商品生产的技术人才,更需要大量的掌握现代信息技术的人才。本书根据现代市场营销职业岗位的技能要求,通过大量的实例、练习和实训,以就业为导向、技能为本位,从内容上把目前商务信息化技术领域的几大热点技术(如计算机及网络的应用、商业网站和网页制作、商业企业管理软件应用等)融入营销专业的教学和实践。通过学习,使学生能较快地掌握相应的专业技能,全面提高学生在市场营销工作中的工作效率和成功率。

全书共分七章。第一章介绍了商务信息化技术的概念与特征、商务信息化技术的实务流程及商务信息化技术应用的发展;第二章介绍了商务信息化技术的常用工具软件,如 Windows XP、WinRAR 和 Frontpage 的简单应用;第三章介绍了商务信息化的技术基础中的电子数据交换(EDI)技术、计算机网络技术基础及商务信息化的安全技术;第四章介绍了商务信息的收集与储存的方法和操作;第五章介绍商务信息的处理与利用的方法和操作;第六章介绍网上商务站点的建设方式和使用方法;第七章介绍商务管理应用软件(ERP)的形成、发展、原理和工作流程,商务管理应用软件(ERP)的应用案例。

本书由胡立君担任主编,负责全书内容构思与统稿,邢立新担任副主编。其中第一、二、七章由胡立君编写;第三、六章由邢立新编写;第四、五章由魏宏昌编写。

本书由于编写时间紧,编者水平有限,如有错漏之处,欢迎广大读者批评指正。

教育部商业职业教育教学指导委员会
中央广播电视中等专业学校
21世纪中等职业教育规划教材编审指导委员会

2007年7月

目 录

第一章 商务信息化技术概述	(1)
第一节 商务信息化技术的基本概念.....	(1)
第二节 商务信息化技术的实务流程.....	(8)
第三节 商务信息化技术应用的发展	(15)
本章小结	(19)
知识练习	(19)
技能实训	(20)
第二章 商务信息化技术的常用工具软件	(21)
第一节 Windows XP 操作系统简介	(21)
第二节 文件压缩软件简介	(29)
第三节 网页制作软件简介	(34)
本章小结	(47)
知识练习	(47)
技能实训	(48)
第三章 商务信息化的技术基础	(49)
第一节 电子数据交换技术	(49)
第二节 计算机网络技术基础	(54)
第三节 商务信息化的安全技术	(68)
本章小结	(80)
知识练习	(80)
技能实训	(82)
第四章 商务信息的收集与储存	(85)
第一节 商务信息的搜索与收集	(85)
第二节 商务信息的储存.....	(110)
本章小结.....	(121)
知识练习.....	(121)
技能实训.....	(122)
第五章 商务信息处理与利用	(124)
第一节 商务信息的处理.....	(124)

第二节 商务信息的利用	(128)
本章小结	(138)
知识练习	(139)
技能实训	(139)
第六章 网上商务站点的建设与使用	(142)
第一节 域名申请	(142)
第二节 网上商务站点的建设	(153)
第三节 网上商务站点的使用	(158)
本章小结	(165)
知识练习	(165)
技能实训	(167)
第七章 商务管理应用软件——ERP	(171)
第一节 ERP 的形成与发展	(171)
第二节 企业资源计划系统的简介	(179)
第三节 ERP 案例分析与运用	(189)
本章小结	(192)
知识练习	(193)
技能实训	(193)
参考文献	(195)

第一章 商务信息化技术概述

【学习目标】 了解商务信息化技术的相关概念及其特点和分类;了解商务信息的收集、储存与整理、发布和利用;了解商务信息化技术的应用和发展;掌握商务信息化技术的实务流程。

第一节 商务信息化技术的基本概念

一、商务信息的概念与特征

(一)信息、商务信息的定义

1. 信息

一般来说,信息是加工后的数据,是一种经过选择、分析、综合处理后的数据,它使用户更清楚地了解正在发生什么事情。如果说数据是原材料,信息就是加工后得到的产品,是数据要表达的含意。

信息是由实体、属性、值所构成的三元组。

2. 商务信息

商务信息是指企业在经营活动过程中所需要的一些有用的资料、数据、情报等。

(二)商务信息的特征

商务信息是特殊的商品,其特殊性在于从企业经营管理的角度来看,商务信息具有以下重要的特征。

1. 真实性

真实性是商务信息的第一性,不符合事实的信息是没有价值的。

2. 价值性

商务信息是企业创造利润的要素。商务信息的价值性是指人们通过利用信息,可以获得效益,因此信息也是一种资源。

3. 不对称性

由于各种原因的限制(如专业知识、市场需求、制作技术等),在市场中交

易的双方所掌握的信息极不相等的,不同的企业掌握信息的程度各有不同,这就形成了商务信息的不对称性。

4. 滞后性

商务信息滞后于数据,信息的滞后时间包括信息的间隔时间和加工时间。

(1)信息的间隔时间是指获取同一信息的必要间隔时间。例如,企业“每季度的经营成本”这个信息,只有在每季度结束时才能获取,因此“每季度的经营成本”这个信息的间隔时间是“一季度”。

(2)信息的加工时间是指数据加工所需要的时间。例如,“每季度的经营成本”这个信息,采用手工计算方式,需要一个人一天时间才能完成,那么“每季度的经营成本”信息的加工时间为一个人一天,但采用微机加工“每季度的经营成本”这个信息需要的时间不到一秒。

使用信息技术的一个基本目标就是要缩短信息的加工时间,减少它的滞后性。

5. 时效性

商务信息的价值性只表现在一定的时间内,在信息的有效性期间内,利用商务信息能产生效益,过了这个时段,商务信息就不会产生效益。

6. 传输性

商务信息可以从一个地方传输到其他若干个地方,利用商务信息化技术,信息以比特流的形式存储,可以更快速、更便利地在世界范围内传输。

7. 共享性

自然界中的资源和人类社会中的资源,如各种矿产、水资源、人力、资金等,在同一时间是不可共享的。然而商务信息则不同,它具有共享性,不具有独占性,在同一时间可以为多人所掌握。

8. 可扩散性

由于商务信息的传输性,商务信息可以通过各种介质向外扩散。商务信息的扩散具有正负两种效应。正效应是利于知识的传播,节省人力、资金等资源的消耗,如同我们从前人那里获取知识;负效应造成商务信息的贬值,不利于商务信息的保密。

9. 隐形性

商务信息只有与其他事务相结合才能产生效益,因而商务信息产生的效益具有隐形性。

10. 相对性

商务信息的内容时时在更新,因而商务信息的价值具有相对性,信息利用要与信息变化相适应。

相当于传统商务信息,网络商务信息具有时效性强,准确性高,便于存储的特点。对于现代商务企业来说,如果把人才比作商务企业的支柱,商务信息则可看做企业的生命,是企业不可须臾离开的法宝。商务信息不仅是企业进行产品市场营销决策和生产计划的基础,而且对于企业的战略管理、市场研究及新产品开发都有着极为重要的作用。

(三)商务信息在企业经营管理中的作用

1. 商务信息是企业中不可缺少的资源

人、财、物、技术、设备和信息是企业的六大资源。企业通过商务信息对五大资源进行控制,达到管理的目的,所以信息是最重要的资源。

2. 商务信息是企业计划决策的依据

计划决策就是确定企业经营活动和发展的目标。要使制定的目标符合实际且正确可行,就要以大量的可靠的商务信息为依据。

3. 商务信息是对生产和经营过程进行有效控制的工具

生产和经营活动中的商流、物流与信息流是紧密相关的。企业管理者利用商务信息流控制物品,资金流动的时间、方向、大小和速率,即利用商务信息流控制商流和物流的运作。商务信息流的双向作用使管理决策者得到终端客户的反馈信息,及时响应客户的需求。畅通、准确、及时的商务信息,从根本上保证了商流和物流的高质量和高效率。

4. 商务信息是保证企业各个方面有序活动的组织手段

企业是一个系统,每个职能部门都是一个子系统,于系统下又设分系统和岗位。这些系统、子系统和岗位要靠信息将它们有机地联系起来,并组织、协调好它们之间的管理和业务活动。

二、商务信息化的概念与特征

(一)信息化、商务信息化的定义

1. 信息化

信息化是以信息资源开发利用为核心,以信息技术(计算机、网络、通信等)为依托的一种新技术的扩散过程。

中国信息化可分为政府信息化、企业信息化、教育信息化、商务信息化以及生活信息化。

2. 商务信息化

商务信息化是指在商务活动中广泛利用信息设备和技术,有效地开发和利用信息资源,促进流通领域的科技进步,推动商务经营模式、管理理念、营销方式的根本变革,推进商务现代化,使企业的商务活动走向信息时代的高标准、低成本、高效率和高效益,在信息经济中发挥更大作用。

(二) 商务信息化的特征

商务信息化是借助数字化手段实现商品和服务交易的过程,先进的技术支持系统为企业的国际化发展提供了新的契机,商务信息化具有开发性、全球性、实时互动性、方便安全、统筹兼顾、成本低等优势。与传统的经营方式相比,具有如下特点:

(1)传递的数字化使商品从生产、销售、交易到消费实现了快速、准确、双向交流精简流通环节。

(2)增加销售机会,企业可以通过自己的网站收集访问顾客的资料,建立顾客数据库,有针对性地进行销售。首先,网络可以对特定顾客的特点进行一对一销售,能够比较容易获得顾客的个人资料。其次,可根据顾客的消费偏好进行有针对性的促销,激起消费者潜在的购买欲望。

(3)成本大大降低,网络贸易没有库存压力,不需要批发商、专卖店和商场,客户通过网络直接从厂家订购产品,节省购物时间,增加客户选择余地。虚拟商店货架的商品通过多媒体方式介绍,并随时接受消费者查询。商务信息化通过网络为各种消费需求提供广泛的选择余地,可以使客户足不出户便能购买到满意的商品。

(4)支付手段电子化,各金融机构通过 EDI 数据交换系统实行支付、结算,消费者使用信用卡、智能卡、电子支票即可加速资金流通。商务信息化中的资金周转无须在银行以外的客户、批发商、商场等之间进行,而直接通过网络在银行内部账户上进行,大大加快了资金周转速度,同时减少了商业纠纷。

(5)商流、物流、信息流融于一身,网络服务器随时收集客户要求,并自动汇入信息数据库。客户可以通过网络说明自己的需求,订购自己喜欢的产品,厂商则可以很快地了解客户需求,避免生产上的浪费,这样可以为客户提供更有效的服务。

(6)提高了综合竞争能力,高效、方便、直观、低成本、高产出的特点,决定了它比传统商务具有明显的竞争优势,在跨国贸易中更显得重要。同时也刺

激企业间的联合和竞争,企业之间可以通过网络了解对手的产品性能与价格,以及销售量等信息,从而促进企业改造技术,提高产品竞争力。

三、商务信息化技术的概念与分类

(一)商务信息化技术的概念

1. 信息技术的定义

对**信息技术**的定义,因其使用的目的、范围和层次的不同而有不同的表述。

(1)**信息技术**就是获取、存储、传递、处理分析,以及使信息标准化的技术。

(2)信息技术包含通信、计算机与计算机语言、计算机游戏、电子技术、光纤技术等。

(3)**信息技术**是指在计算机和通信技术支持下用以获取、加工、存储、变换、显示和传输文字、数值、图像及声音信息,包括提供设备和提供信息服务两大方面的方法与设备的总称。

(4)现代**信息技术**以计算机技术、微电子技术和通信技术为特征。

2. 商务信息化技术的定义

商务信息化技术采用现代信息技术手段,以通信网络和计算机装置替代传统交易过程中纸质信息载体的存储、传递、统计、发布等环节,将买方、卖方、合作方和中介方等联结起来并进行各种各样商务活动的方式,从而实现商品和服务交易管理等活动全过程。**商务信息化技术**主要以 EDI(电子数据交换)和 Internet 来完成的。随着 Internet 技术的日益成熟,商务**信息化技术**的真正发展是建立在 Internet 技术上的。

从贸易活动的角度分析,可以将商务**信息化技术**分为两个层次:一是较低层次的商务**信息化技术**,如电子商情、电子贸易、电子合同等。二是最完整的,也是最高级的商务**信息化技术**,是利用 Internet 能够进行全部的贸易活动,即在网上传信息流、商流、资金流和部分物流完整的实现,也就是说包括寻找客户、广告宣传、咨询洽谈、商品订购、网上支付、电子发票、电子报关、电子纳税、售后服务、交易管理、合作中介等都通过 Internet 完成。

要实现完整的商务**信息化技术**还涉及很多方面,除了买家、卖家外,还要涉及银行或金融机构、政府机构、税务、海关、配送中心等机构。由于参与商务**信息化**中的各方互不谋面,因此在整个商务**信息化**过程中,网上银行、在线支付、数据加密、电子签名等技术发挥着重要的作用。

迄今为止,对商务**信息化技术**还没有一个统一、明确的定义。综合各方面

的看法,结合我国商务信息化技术的实践,对商务信息化技术应从以下三个方面来理解:

(1)商务信息化技术是一种采用先进信息技术的买卖方式。交易各方将自己的各类供求意愿按照一定的格式输入商务网站,商务网站就会根据用户的要求,寻找相关信息并提供给用户多种买卖选择。一旦用户确认,商务网站就会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。这就为买卖双方提供了一条非常好的途径。

(2)商务信息化技术实质上形成了一个虚拟的市场交换场所。它能够克服时空和地域的局限,实时地为用户提供各类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及买卖双方的详细情况,从而使买卖双方能够更方便地研究市场,更准确地了解和把握市场。

(3)对商务信息化技术的理解,应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。一方面“商务信息化技术”概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种使用电子技术为基础的通信方式;另一方面,对“商务”一词应作广义解释,使其包括不论是契约型或非契约型的一切商务性质的关系所引起的种种事项。如果将“现代信息技术”看做一个子集,“商务”看做另一子集,商务信息化技术所覆盖的范围应当是这两个子集所形成的交集,即“商务信息化技术”标题下可能广泛涉及的互联网、内部网和电子数据交换在贸易方面的各种用途。

归纳起来,随着 Internet 网络和电子技术发展,信息技术引入到商贸活动中,产生了商务信息化技术。商务信息化技术是递过电子手段建立一种新的经济秩序,它不仅涉及电子技术和商业贸易本身,也涉及诸如金融、税务、教育等社会其他层面,而且还是各种具有商业活动能力的实体。如生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等利用网络和先进的数字化传媒技术进行的各种商业贸易活动。

(二)商务信息化技术的分类

与商务信息化技术紧密相关的实现技术可分为以下几类,每一类都含有丰富的内容,以下逐一简介,以后各章将详尽介绍。

1. 计算机技术

计算机技术是实现信息技术化的最基本的技术,包括计算机硬件技术和软件技术。

计算机硬件技术包括各种大容量、高速度非处理芯片和高性能的计算机部件。其总的发展方向是提高计算机系统的应用性能和智能水平。

计算机软件技术主要包括:

- (1) 系统软件,如操作系统(OS)、网络操作系统(NOS)等。
- (2) 支撑软件,如数据库管理系统(DBMS)等。
- (3) 工具软件,如各种开发工具、网络编程语言等。
- (4) 应用软件,如办公自动化系统(OA)、管理信息系统(MIS)、决策支持系统(DSS)、企业资源规划系统(ERP)等。

2. 信息安全技术

信息安全技术主要包括各种计算机病毒防治技术、网络防火墙技术、检测攻击与数据恢复技术、数字签名、身份认证技术、电子支付技术等。

3. EDI 技术

EDI 是英文 Electronic Data Interchange 的缩写,可译为电子数据,也称电子数据贸易或无纸贸易。EDI 将贸易、生产、运输、保险、金融和海关等行业的商务文件,按国际统一的语法规则进行处理,使其符合国际标准格式,并通过通信网络来进行数据交换,是一种用计算机进行商务处理的新任务。它利用存储转发方式将贸易过程中的订货单、发票、提货单、海关申报单、进出口许可证、货运单等数据以标准化格式,通过计算机和通信网络进行传递、交换、处理,代替了贸易、运输、保险、银行、海关、商检等行业间人工处理信息、邮通互换单证的方式,使交易行为更加快速、安全和高效。

经过 20 多年的发展与完善,EDI 作为一种全球性的具有巨大商业价值的电子化贸易手段,具有电子贸易、缩短交易时间、加速资金流通、提高办公效率等优点。

4. 通信技术

通信技术的发展也极大地提高了商务信息化的水平。主要的通信技术有如下几种:

- (1) 各种网络的交换技术,如公共电话交换网技术(PSTN)、数字数据网络技术(DDN)、甚小口径卫星地面技术(VAST)等。
- (2) 计算机网络应用技术,如 Internet、Intranet、Extranet、Web 等技术。
- (3) 网络接入技术,如局域网技术(LAN)、非对称用户线路技术(ADSL)、有线调制解调器技术(Cable Modem)、光纤接入技术等。
- (4) 射频技术,应用于相对较小的范围内,一般在配送中心和仓库内使用较为广泛。例如,叉车驾驶员和订单选择员进行实时通信,射频技术可以使得叉车驾驶员获得实时的指示,而不是在一段时间之前打印出来的书而指示,这样作业的灵活性增强,成本降低,服务的质量得到提升。目前,UPS 公司已经使用以语言为基础的射频技术来阅读新来包裹上的误通概率,提高了运作效率。

(5) 卫星技术,可以在一个广阔的地域范围内产生作用,利用卫星通信技术开发的全球定位系统能够实现对货车的调度和货物的追踪管理。只要在货车的车顶上装一个通信盒,便能实现驾驶员和总部之间的实时通信,总部能够通过卫星知道货车的实时位置,并将这一信息更新到数据库中去,使得顾客能够随时通过网络或电话了解到货物目前所处的位置,提高了顾客的服务水平,同时利用 GPS 能够对货物需求和车辆拥挤的状况作出积极的反应。

5. 条码技术

条码技术作为自动化识别技术,能够快速、准确而可靠地收集信息,实现入库、销售、仓储的自动化管理。

企业运用条码技术,并借助于先进的扫描技术、POS 系统及 EDI 技术,能够对产品实现跟踪,获得实时数据,作出快速、有效的反应,同时减少了不确定性,去除了缓冲库存,提高了服务水平。条码技术同时也是实现 ECR、QR、连续补充(CR)、自动化补充(AR)等供应链管理策略的前提和基础。目前条码技术在零售、生产领域得到了广泛的应用,并取得了显著的经济效益。

第二节 商务信息化技术的实务流程

商务操作流程是企业从事一个商贸过程中的具体操作步骤和处理过程。这一过程按操作对象可进一步划分为:事物流,即商务交易过程中的所有单据和事物操作的过程;物流,即商品的流动;资金流,反映的是交易过程中资金在买卖双方流动的过程;信息流,反映的是交易过程中不同阶段所得到的不同信息。传统的商务活动中大多比较注重事物流、物流和资金流的情况,而在商务信息化技术中主要处理的将是一个取代事物流、资金流并反映物流过程的信息流,即商务信息的收集、储存与整理、发布与利用。

一、商务信息的收集

商务信息的收集是指对商务信息的寻找和调取工作。这是一种有目的、有步骤地从各个网络站点查找和获取信息的行为。一个完整的企业网络商务信息收集系统包括先进的网络检索设备、科学的信息收集方法和业务精通的网络信息检索员。商务信息的收集要求及时、准确、适度和经济。

(一) 商务信息的浏览方法

1. 利用地址栏

利用地址栏是打开站点或页面的最基本的方法,就是在浏览器地址栏中

直接输入网站或网页地址,具体有三种类型。

- (1)输入域名(网址)。
- (2)输入 IP 地址。
- (3)输入“网络实名”。

2. 使用超链接

(1)IE 浏览器主页的设置。用户一般将经常浏览的网页设为主页,以便直接进入该页面。

(2)使用超链接。从主页出发一层层浏览下去,便可漫游整个 Internet 世界。

当浏览的页面很多时,也可使用工具栏上的“后退”、“前进”、“主页”等按钮实现返回前页、转入后页、返回主页等浏览功能。

3. 浏览“历史”网页

“历史”网页是指该浏览器曾经浏览过的网页。

(1)历史记录保留天数的设置。可根据需要设置网页保存在历史记录中的天数。

(2)“历史”网页的浏览。一是直接点击 IE 地址栏右边的向下箭头,在弹出的菜单中选择要浏览的网页;二是可以点击工具栏中的历史按钮,即可找到最近浏览过的网页地址进入该网页。

(二)商务信息的采集

1. 利用搜索引擎查找资料

搜索引擎是 Internet 上使用最普遍的网络信息检索工具。在 Internet 上无论想要什么样的信息,都可以使用搜索引擎来查找。目前,几乎所有的搜索引擎都有两种检索功能,即主题检索和关键词检索。常用的搜索网站有 baidu、hao123 等。

2. 访问相关的网站收集资料

如果知道某一专题的信息主要集中在哪些网站,可直接访问这些网站,获得所需资料。与传统媒体的经济信息相比,网上市场行情一般数据全,实时性强。可访问如下网站:

(1)环球资源。网址:<http://www.globalsources.com>,其强大的搜索引擎分为三大类:产品搜索、供应商搜索和全球搜索。

(2)阿里巴巴。阿里巴巴是中国互联网商业先驱,该网站提供的商业市场信息检索服务分为三个方面:商业机会、公司库和样品库。