

Analysis of E-Commerce Cases 电子商务案例分析

覃征 李环 卢江 常姗 编著
Qin Zheng Li Huan Lu Jiang Chang Shan

(第2版)

Second Edition



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

Analysis of E-Commerce Cases 电子商务案例分析

覃征 李环 卢江 常姗 编著
Qin Zheng Li Huan Lu Jiang Chang Shan

(第2版)
Second Edition



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

Abstract

本书内容包括电子商务基础知识、企业对企业(B2B)电子商务案例、企业对消费者(B2C)电子商务案例、消费者对消费者(C2C)电子商务案例、政府参与的电子商务案例、电子商务案例总结与探索六篇。本书主要介绍了电子商务的产生与发展、电子商务的基本概念、电子商务的软硬件平台和安全技术,围绕 B2B、B2C、C2C、政府参与的电子商务这四大模式,精心选取环球资源、戴尔、eBay 等十六个国内外经典案例,有针对性地从事案例背景、业务模式、技术解决方案等方面对案例进行了综合分析,并对我国电子商务的发展现状和趋势作了简单介绍,最后给出电子商务方面的一些新的探索。

本书可以作为高等院校师生学习电子商务的案例教材,也是电子商务从业人员从事电子商务活动的重要参考书,同时也对从事商业贸易、管理、计算机应用等有关的企业、商家和个人有很高的参考价值。

The book consists of six parts, including fundamental knowledge of E-Commerce, Business-to-Business (B2B) E-Commerce cases, Business-to-Consumer (B2C) E-Commerce cases, Consumer-to-Consumer (C2C) E-Commerce cases, cases of governmental involvement in E-Commerce, summary and exploration. The book introduces the emergence and the development of E-Commerce, basic concepts of E-Commerce, the hardware/software platform and security technology for E-Commerce. Combining with the four major modes of E-Commerce—B2B, B2C, C2C, governmental involvement, we carefully select 16 domestic and abroad classic cases, such as Global Sources, Dell, eBay Net and so on. We give an all-around analysis for each case from the background, business modes, technical solutions and other aspects, and make a brief introduction to the development and future tendency of China's E-Commerce, finally we explore the new aspects of E-Commerce.

The book can be an assistant as teaching materials for college students and teachers, and also a valuable reference for corporations and technical engineers who are engaged in E-Commerce.

图书在版编目(CIP)数据

电子商务案例分析 / 覃征等编著. —2 版 —西安:西安交通大学出版社, 2007. 5

ISBN 978 - 7 - 5605 - 2429 - 0

I. 电... II. 覃... III. 电子商务—案例—分析
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007) 第 012958 号

书 名	电子商务案例分析(第 2 版)
编 著	覃征 李环 卢江 常姗
出版发行	西安交通大学出版社
地 址	西安市兴庆南路 10 号(邮编:710049)
电 话	(029)82668357, 82667874(发行部) (029)82668315, 82669096(总编办)
印 刷	西安市新城区兴庆印刷厂
字 数	462 千字
开 本	787mm×1 092mm 1/16
印 张	20
版 次	2007 年 5 月第 2 版 2007 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5605 - 2429 - 0/F · 142
定 价	28.00 元

作者简介



覃征,清华大学信息学院、软件学院教授,计算机科学与技术系博士生导师;西安交通大学计算机科学与技术系教授、博士生导师;赴美高级访问学者。担任清华大学软件工程与管理研究所所长、西安交通大学电子商务研究所所长等职,兼任国家科技奖励评审专家、教育部科技奖励评审专家组评委。主要研究方向为数据融合、软件项目管理、电子政务、电子商务等。作为第一完成人,先后获国家教育部科技进步一等奖1项、二等奖3项、军队科技进步奖3项、省级科技进步奖1项。在国内外重要期刊和会议发表论文数十篇,出版著作多部。已指导博士后、博士生、硕士生数十人。

Qin Zheng, American advanced visiting scholar, professor of School of Software and School of Information, doctoral mentor of Department of Computer Science and Technology, Tsinghua University. He is also professor and doctoral mentor of Department of Computer Science and Technology, Xi'an Jiaotong University. He has been entitled Dean of Institute of Software Engineering and Management in Tsinghua University, Dean of Institute of E-Commerce Research in Xi'an Jiaotong University. At present, he is a member of the national scientific award evaluation group of Ministry of Education. He is also a reviewer for some key journals at home and abroad. His major research interest includes data synthesis, software project management, E-administration, and E-Commerce. As the prime executive, he was awarded the scientific progress award from Ministry of Education for several times, once for the first level, thrice for the second level. He was awarded the military scientific progress award for 3 times, and provincial scientific progress award once. He has published dozens of research papers on key journals and conferences both at home and abroad, and some books as well. There are dozens of students who has been masters, PhDs, or post-doctors under his supervision.



李环,东莞理工学院软件学院讲师。2002年毕业于西安建筑科技大学,获硕士学位。现在西安交通大学计算机软件研究所和电子商务研究所攻读博士学位。研究方向:计算机系统集成与电子商务、电子商务体系结构及过程控制、软件智能设计理论。

Li Huan, lecturer of Software School of Dongguan College of Technology, graduated from Xi'an University of Architecture and Technology with Master's degree in 2002, now studies for her Doctoral degree in Institute of

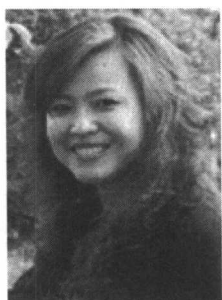
Computer Software Research and Institute of E-Commerce Research, Xi'an Jiaotong University. Her research orientations are computer system integration and E-Commerce, E-Commerce architecture and process control, software intelligent design theory.



卢江, 2004年毕业于西安交通大学计算机科学与技术系, 获学士学位。现在西安交通大学计算机软件研究所和电子商务研究所攻读硕士学位。研究方向: 计算机系统集成与电子商务、软件智能设计理论。

intelligent design theory.

Lu Jiang, graduated from Department of Computer Science and Technology of Xi'an Jiaotong University with Bachelor's degree in 2004, now studies for her Master's degree in Institute of Computer Software Research and Institute of E-Commerce Research, Xi'an Jiaotong University. Her research orientations are computer system integration and E-Commerce, software



常珊, 2004年毕业于西安交通大学计算机科学与技术系, 获学士学位。现在西安交通大学计算机软件研究所和电子商务研究所攻读硕士学位。研究方向: 计算机系统集成与电子商务、软件智能设计理论。

Chang Shan, graduated from Department of Computer Science and Technology of Xi'an Jiaotong University with Bachelor's degree in 2004, now studies for her Master's degree in Institute of Computer Software Research and Institute of E-Commerce Research, Xi'an Jiaotong University. Her research orientations are computer system integration and E-Commerce, software intelligent design theory.

第2版前言

20世纪90年代以后,计算机网络技术得到了飞速发展,信息的处理和传递突破了时间和地域的局限,计算机网络化和经济全球化成为不可抗拒的世界潮流,而电子商务就是在这样的大环境下发展起来的。从简单的网上发布信息、传递信息到在网上建立商务信息中心;从初期不成熟的电子商务交易到能够在网上完成供、产、销全部业务流程的电子商务虚拟市场;从封闭的银行电子化系统到开放的网络电子银行,电子商务在全球开展得如火如荼。电子商务的发展成就了全球化、快捷化、低成本、透明化、标准化、连续化的交易。因此,正确认识电子商务对于未来经济的发展具有十分重要的意义。

本书第1版出版后,引起了很多读者的关注,在全国多所高校广泛使用,其通俗易懂、案例全面的特色受到广大老师和学生的欢迎,已多次重印。然而,由于电子商务在近些年来的蓬勃发展,涌现出大批优秀的电子商务网站,同时,相对于第1版出版时电子商务的发展来说,电子商务的应用领域已经被极大地拓宽了,技术也呈现出日新月异的更新。因而,第1版中案例的内容和选择略显陈旧了,而我国电子商务的发展又恰恰需要充分借鉴新的经验,掌握电子商务最新的发展动态,在这样的契机下,我们对本书第1版进行了调整和更新,第2版选取了国内外的16个电子商务案例,在案例的选取上,作者力求既保证模式的成熟,又不失案例的新颖,并重点从技术角度介绍了各企业电子商务的业务模式、基础设施、技术解决方案等内容,对各个案例进行了一定的分析。

第2版共6篇。第0篇为电子商务基础知识,相对于第1版来说,除了介绍电子商务的产生、发展、定义、框架、分类外,还根据电子商务不断的发展增加了电子商务的软硬件平台和安全技术的内容;第1篇为企业对企业(B2B)电子商务案例,选取了国内外的四个案例,主要介绍、分析了环球资源、慧聪网、阿里巴巴、买麦网四个典型且流行的电子商务案例;第2篇为企业对消费者(B2C)电子商务案例,结合国内外企业对消费者电子商务的实施,主要介绍、分析了戴尔、携程旅行网、海尔、我有网四个不同行业的电子商务案例;第3篇为消费者对消费者(C2C)电子商务案例,针对目前消费者对消费者电子商务的发展,主要介绍、分析了eBay、淘宝、搜房、拍拍四个各具特色的电子商务案例;第4篇为政府参与的电子商务案例,结合我国12金工程和国外政府信息化的发展,主要介绍、分析了广东南海区社保、厦门地税、浙江交通厅、英国电子政府四个案例;第5篇为电子商务案例总结与探索,总结了本书1至4篇中的电子商务案例,对我国电子商务的发展现状和趋势进行介绍,并对电子商务方面进行的一些新的探索作了介绍。

本书由覃征教授确定内容的选取和组织。覃征、李环、卢江、常姗负责统稿和定稿。李环负责第0篇和第5篇的编写;卢江负责第1篇和第2篇的编写;常姗负责第3篇和第4篇的编写。同时,在本书的编写过程中,得到了西安交通大学电子商务研究所很多青年教师的支持和

指导,也得到了西安交通大学出版社的大力支持,在此表示衷心的感谢。另外,在本书编写过程中,参考了大量的网站和文献,为了保证案例的真实性和资料的原始性,作者对某些资料进行了直接引用,在这里,作者对所有这些网站版权所有者和文献著作者表示真诚的谢意。

由于作者水平限制以及时间紧迫,加上电子商务发展迅速,书中难免存在一些缺点和差错,恳请广大读者批评指正。

作 者

2006 年 12 月

2nd Edition Preface

Since the 1990s, computer network technology entered into a rapid development period, information processing and transmission broke through time and geographical constraints, computer cyberization and globality of economy had become an irresistible world trend, E-Commerce was more and more popular in such a surrounding. From simple publishing information online to establishing web-based business information center; from the early immature E-Commerce transaction to the virtual market that can complete all E-Commerce transaction processes in the Internet; from closed electronic banking system to Internet bank; E-Commerce is going ahead like wildfire throughout the world. The development of E-Commerce enables the trade that is global, efficient, low-cost, transparent, standardized and consecutive. Therefore, a correct understanding of E-Commerce is of great significance for the future economic development.

The publishing of the first edition of the book aroused the concern of many readers. After used in many universities and colleges throughout the country, its characteristics of accessible and comprehensive case are favored by majorities of teachers and students. Thus, the book was reprinted many times. However, as the rapid development of E-Commerce in recent years, a large number of outstanding E-Commerce websites have emerged. Compared with the development of E-Commerce when the first edition was published, E-business application areas have been greatly broadened, and technologies have presented a rapid updates. Thus, the contents and the chosen cases of the first edition become slightly outdated. In addition, the development of our country's E-Commerce urgently needs to fully draw on the new experience and the latest E-Commerce development. In such a situation, we have adjusted and updated the first edition of the book. In the 2nd edition, we choose 16 cases of E-Commerce of domestic and abroad. The author seeks to ensure that the mode is of maturity but without compromising the novelty of the cases, and especially highlights E-Commerce business mode, infrastructure and technological solution of the enterprises from the technical perspectives, and then conducts analysis for each case.

The 2nd edition is divided into six parts. Part 0 is the fundamental knowledge of E-Commerce. Comparing with the first edition, we not only introduce the emergence, development, concept, and framework of E-Commerce, but also describe the hardware/software platform and security technology for E-Commerce because of the rapid development of E-Commerce. In Part 1 (i. e. B2B E-Commerce), we mainly introduce and analyze 4 domestic and abroad cases, including Global Sources, Alibaba Net, HuiCong Net, and

MaiMai Net. In combination with the implementation domestic and abroad, B2C E-Commerce, in Part 2, 4 cases of B2C E-Commerce in different industries, including Dell, Ctrip Net, Haier and Uoyoo Net, are introduced and analyzed. Part 3 is about C2C E-Commerce cases, concerning the development of the current C2C E-Commerce. We describe 4 distinctive cases including eBay Net, Taobao Net, SouFun Net and PaiPai Net. Part 4 is about the cases in which the government participates. Combined with the 12 key projects in China and other development of foreign governmental informationization, 4 cases including Nanhai Guangdong Social Security, Xiamen Local Taxation Bureau, Zhejiang Communications Department, and British E-government, are introduced and analyzed. The last part summarizes the cases which are mentioned above, introduces the development and future tendency of China's E-Commerce, as well as explores the new aspects of E-Commerce.

Professor Qin Zheng confirms the contents and organization of the book. Qin Zheng, Li Huan, Lu Jiang, and Chang Shan are in charge of the manuscripts. Li Huan is responsible for Part 0 and Part 5, Lu Jiang for Part 1 and Part 2, Chang Shan for Part 3 and Part 4. When writing the book, we got great help and instruction from many professors and young teachers of Institute of E-Commerce Research, Xi'an Jiaotong University. Besides, we are greatly supported by Xi'an Jiaotong University Press. Here we appreciate their help sincerely. In the book, we refer to many websites and a great deal of books and papers. To assure the truth of cases and originality of datum, some were directly put into use. Also we sincerely appreciate those who have the copyright of the websites and the authors of these papers.

Because of the limited time and our capabilities, and the fast development in E-Commerce, it will be imperfect and even mistaken in the book. Please point out these mistakes directly so that they can be corrected.

目 录

第 0 篇 电子商务基础知识

0.1 电子商务概述	(3)
0.1.1 电子商务的产生与发展	(3)
0.1.2 电子商务的基本概念	(6)
0.1.3 电子商务的基本框架和支撑环境	(8)
0.2 电子商务分类	(13)
0.2.1 企业对企业(B2B)的电子商务	(15)
0.2.2 企业对消费者(B2C)的电子商务	(16)
0.2.3 消费者对消费者(C2C)的电子商务	(18)
0.2.4 政府参与的电子商务(B2G、C2G 和 G2G)	(19)
0.3 电子商务软硬件平台及安全技术	(25)
0.3.1 电子商务的硬件工作平台	(25)
0.3.2 电子商务的软件工作平台	(27)
0.3.3 电子商务的安全技术	(29)
小结	(34)

第 1 篇 企业对企业(B2B)电子商务案例

案例 1 环球资源——跨国的 B2B 电子商务	(37)
1.1 背景简介	(37)
1.2 业务模式分析	(38)
1.2.1 环球资源的商业模式	(39)
1.2.2 环球资源的营运模式	(39)
1.3 技术解决方案	(42)
1.3.1 环球资源网站	(43)
1.3.2 网上交易互联系统	(43)
1.3.3 网上交易处理系统	(44)
1.4 案例评析	(45)
1.4.1 环球资源的成功因素	(45)
1.4.2 环球资源的未来发展	(45)
1.4.3 环球资源成功的启示	(46)
案例 2 慧聪网——采购业 B2B 电子商务	(47)
2.1 背景简介	(47)

2.1.1	采购业电子商务概述	(47)
2.1.2	慧聪网简介	(48)
2.2	业务模式分析	(50)
2.2.1	经营模式	(50)
2.2.2	慧聪的电子采购	(52)
2.2.3	慧聪的“免费商铺”	(53)
2.2.4	慧聪商情广告	(54)
2.3	技术解决方案	(54)
2.3.1	买卖通	(54)
2.3.2	商机搜索引擎	(58)
2.4	案例评析	(60)
2.4.1	电子商务对采购业的意义	(60)
2.4.2	慧聪网的成功因素	(61)
2.4.3	慧聪网的未来发展	(62)
案例3	阿里巴巴——国际贸易行业 B2B 电子商务	(64)
3.1	背景简介	(64)
3.1.1	国际贸易行业电子商务概述	(64)
3.1.2	阿里巴巴简介	(65)
3.2	业务模式分析	(68)
3.2.1	商业模式	(68)
3.2.2	盈利模式	(69)
3.2.3	经营模式	(70)
3.2.4	第三方物流服务	(71)
3.3	技术解决方案	(72)
3.3.1	搜索引擎	(72)
3.3.2	诚信体系与支付体系	(73)
3.3.3	电子交易市场平台	(74)
3.4	案例评析	(75)
3.4.1	电子商务对国际贸易的意义	(75)
3.4.2	阿里巴巴的成功因素	(76)
3.4.3	阿里巴巴的未来发展	(79)
3.4.4	阿里巴巴成功的启示	(80)
案例4	买麦网——B2B 电子商务网络营销平台	(82)
4.1	背景简介	(82)
4.1.1	B2B 网络营销平台概述	(82)
4.1.2	买麦网简介	(83)
4.2	业务模式分析	(85)
4.2.1	渠道方式	(85)
4.2.2	经营模式	(86)

4.3 技术解决方案	(86)
4.3.1 行业网站联盟	(86)
4.3.2 B2B 行业搜索平台	(87)
4.3.3 高级会员服务“行行行”	(87)
4.3.4 企业地标	(89)
4.3.5 移动电子商务平台	(90)
4.4 案例评析	(91)
4.4.1 网络营销平台的意义	(91)
4.4.2 买麦网的成功因素	(92)
4.4.3 买麦网成功的启示	(92)
小结	(94)

第2篇 企业对消费者(B2C)电子商务案例

案例5 戴尔——跨国的 B2C 电子商务	(99)
5.1 背景简介	(99)
5.2 业务模式分析	(100)
5.2.1 物流与资金流	(101)
5.2.2 供应链管理	(104)
5.3 技术解决方案	(105)
5.3.1 网站及数据库	(105)
5.3.2 网上直销技术	(105)
5.4 案例评析	(106)
5.4.1 戴尔的成功因素	(106)
5.4.2 戴尔未来发展展望	(107)
5.4.3 戴尔面临的挑战	(108)
案例6 携程旅行网——旅游业 B2C 电子商务	(110)
6.1 背景简介	(110)
6.1.1 旅游业电子商务概述	(110)
6.1.2 携程旅行网简介	(112)
6.2 业务模式分析	(114)
6.2.1 商务服务	(115)
6.2.2 盈利模式	(116)
6.3 技术解决方案	(117)
6.3.1 携程的呼叫中心	(117)
6.3.2 携程的商务旅行管理系统	(120)
6.4 案例评析	(121)
6.4.1 电子商务对旅游业的意义	(121)
6.4.2 携程的成功因素	(122)
6.4.3 携程的未来发展	(123)

案例 7 海尔——家电业 B2C 电子商务	(125)
7.1 背景简介	(125)
7.1.1 家电业电子商务概述	(125)
7.1.2 海尔简介	(126)
7.2 业务模式分析	(129)
7.2.1 市场链管理	(129)
7.2.2 经营模式	(130)
7.2.3 B2C 电子商务平台	(131)
7.2.4 B2C 网站的服务	(132)
7.2.5 现代物流同步模式	(134)
7.3 技术解决方案	(135)
7.3.1 海尔 B2C 网站设计方案	(135)
7.3.2 电子商务物流管理系统	(138)
7.4 案例评析	(139)
7.4.1 电子商务对家电产业的意义	(139)
7.4.2 海尔的成功因素	(140)
7.4.3 海尔的未来发展	(142)
案例 8 我有网——网络游戏产业 B2C 电子商务	(143)
8.1 背景简介	(143)
8.1.1 网游产业电子商务概述	(143)
8.1.2 我有网简介	(146)
8.2 业务模式分析	(148)
8.2.1 经营模式	(148)
8.2.2 经营业务	(149)
8.2.3 虚拟物品交易的产业链	(150)
8.3 技术解决方案	(150)
8.3.1 我有网的安全方案	(150)
8.4 案例评析	(152)
8.4.1 网游行业的意义	(152)
8.4.2 我有网面临的挑战	(153)
8.4.3 网游产业的未来发展	(154)
小结	(156)

第 3 篇 消费者对消费者(C2C)电子商务案例

案例 9 电子海湾 eBay——跨国的 C2C 电子商务	(159)
9.1 背景简介	(159)
9.2 业务模式分析	(161)
9.2.1 商业运作模式	(162)
9.2.2 网络交易的组成	(162)

9.2.3	营销战略	(164)
9.2.4	广告策略	(164)
9.2.5	eBay 的社区	(165)
9.2.6	互联网公司的虚拟管理	(166)
9.3	技术解决方案	(166)
9.3.1	eBay 的架构	(166)
9.3.2	在线支付——PayPal	(169)
9.3.3	信用评价体系	(170)
9.4	案例评析	(170)
9.4.1	eBay 的成功因素	(170)
9.4.2	eBay 的未来发展	(172)
9.4.3	eBay 面临的挑战	(174)
案例 10	淘宝网——零售业的 C2C 电子商务	(175)
10.1	背景简介	(175)
10.1.1	零售业电子商务概述	(175)
10.1.2	淘宝网简介	(175)
10.2	业务模式分析	(177)
10.2.1	交易流程	(177)
10.2.2	竞争策略	(179)
10.2.3	娱乐营销模式	(181)
10.2.4	淘宝冲开封锁的三大法宝	(181)
10.2.5	特色通讯工具——淘宝旺旺	(182)
10.3	技术解决方案	(183)
10.3.1	支付宝	(183)
10.3.2	淘宝的推荐物流	(185)
10.3.3	淘宝的信用评价机制	(186)
10.4	案例评析	(187)
10.4.1	淘宝的成功因素	(187)
10.4.2	淘宝面临的挑战	(189)
10.4.3	淘宝成功的启示	(189)
案例 11	搜房网——房地产业的 C2C 电子商务	(191)
11.1	背景简介	(191)
11.1.1	房地产业电子商务概述	(191)
11.1.2	搜房网简介	(192)
11.2	业务模式分析	(195)
11.2.1	做“网络媒体巨头”	(195)
11.2.2	搜房的“三段论”	(196)
11.2.3	战略合作	(197)
11.3	技术解决方案	(198)

11.3.1	基础设施建设——“百城战略”	(198)
11.3.2	在线房地产评估系统	(199)
11.3.3	搜房引擎	(201)
11.3.4	搜房帮信息发布系统	(202)
11.4	案例评析	(202)
11.4.1	搜房的成功因素	(202)
11.4.2	我国房地产电子商务面临的挑战	(203)
11.4.3	搜房成功的启示	(203)
案例 12	拍拍网——腾讯特色的 C2C 电子商务	(205)
12.1	背景简介	(205)
12.1.1	腾讯的电子商务概述	(205)
12.1.2	拍拍网简介	(205)
12.2	业务模式分析	(206)
12.2.1	沟通达成交易	(207)
12.2.2	构筑在线商圈	(207)
12.3	技术解决方案	(208)
12.3.1	财付通	(208)
12.3.2	信用评价	(210)
12.4	案例评析	(212)
12.4.1	拍拍的成功因素	(212)
12.4.2	拍拍的创新	(212)
12.4.3	拍拍面临的挑战	(214)
12.4.4	拍拍成功的启示	(214)
小结		(215)

第 4 篇 政府参与的电子商务案例

案例 13	广东南海区社保——区级社保信息系统 C2G 案例	(219)
13.1	背景简介	(219)
13.1.1	金保工程概况	(219)
13.1.2	广东南海区社保简介	(220)
13.2	主要内容分析	(221)
13.2.1	大社保系统总体规划及系统功能设计	(222)
13.2.2	南海社会保险“五险合一”信息系统	(223)
13.2.3	南海社会保障(市民)卡管理系统	(224)
13.2.4	南海社会保障信息系统数据中心	(224)
13.2.5	南海民政管理信息系统	(224)
13.2.6	南海社会保障公共服务系统	(225)
13.2.7	社会保障信息网络平台及社会保障认证平台	(225)
13.3	技术解决方案	(226)

13.3.1	系统整体部署	(226)
13.3.2	社保卡系统解决方案	(227)
13.3.3	民政管理信息系统解决方案	(229)
13.4	案例评析	(230)
案例 14	厦门地税——市级税收征管系统 B2G 案例	(231)
14.1	背景简介	(231)
14.2	主要内容分析	(232)
14.2.1	厦门地税信息系统	(232)
14.2.2	厦门地税网	(232)
14.2.3	网上发票验旧	(235)
14.2.4	房地产税源申报系统	(236)
14.2.5	视频会议系统	(236)
14.3	技术解决方案	(236)
14.3.1	方案选择	(237)
14.3.2	核心平台	(237)
14.4	案例评析	(239)
案例 15	浙江交通厅——省级财务信息系统 G2G 案例	(241)
15.1	背景简介	(241)
15.2	主要内容分析	(242)
15.2.1	政府财务门户集成	(242)
15.2.2	政府全面预算管理系统	(243)
15.3	技术解决方案	(245)
15.3.1	政府财务门户集成解决方案	(245)
15.3.2	政府全面预算管理系统解决方案	(246)
15.4	案例评析	(249)
案例 16	英国电子政府——国家综合案例	(251)
16.1	背景简介	(251)
16.2	主要内容分析	(253)
16.2.1	电子政府组织机构	(253)
16.2.2	政府门户网站	(253)
16.3	技术解决方案	(255)
16.3.1	顶层体系架构构建理论	(255)
16.3.2	体系架构内容	(255)
16.3.3	项目组织架构	(260)
16.3.4	项目管理和实施模式	(261)
16.4	案例评析	(262)
16.4.1	英国电子政府的基本特点	(262)
16.4.2	英国电子政府的成功经验	(264)
16.4.3	英国电子政府对我国的启示	(265)

小结.....	(267)
---------	-------

第5篇 电子商务案例总结与探索

17.1 电子商务案例总结.....	(271)
17.1.1 B2B 电子商务.....	(271)
17.1.2 B2C 电子商务	(272)
17.1.3 C2C 电子商务	(274)
17.1.4 政府参与的电子商务.....	(275)
17.2 我国电子商务的发展与趋势.....	(277)
17.2.1 我国电子商务的发展过程.....	(277)
17.2.2 我国电子商务发展现状及存在问题.....	(277)
17.2.3 我国电子商务的发展趋势.....	(278)
17.3 电子商务新探索.....	(279)
17.3.1 移动电子商务.....	(279)
17.3.2 动态电子商务.....	(281)
17.3.3 移动电子政务.....	(284)
17.3.4 搜索引擎:为电子商务做媒	(285)
小结.....	(288)
主要英文缩写索引.....	(289)
参考文献.....	(293)
参考网站.....	(294)