



电子商务“十三五”系列

本书中所选案例在2016中国电子商务案例高峰论坛暨
全国百佳电子商务案例大赛中荣膺全国唯一特等奖一项，三等奖两项。

Internet + E-Business and Its Case Study

互联网+ 电子商务创新 与案例研究

叶琼伟 孙细明 罗裕梅 等编著



化学工业出版社



电子商务“十三五”系列

Internet + E-Business and Its Case Study

互联网+ 电子商务创新 与案例研究

叶琼伟 孙细明 罗裕梅 等编著



化学工业出版社

·北京·

《互联网+电子商务创新与案例研究》共分为三篇18章。第一篇是理论基础篇，内容包括电子商务的内涵、电子商务模式、电子商务智能、电子商务安全与支付以及电子商务物流等电子商务相关基础知识和主流理论；第二篇为应用创新篇，内容包括电子商务模式创新、个性化营销、社会化营销、移动营销、互联网品牌、互联网金融、电子商务信用管理和电子支付等，每一部分均采用理论+案例+分析的方式，全面深入地剖析相关现实案例，以现实案例分析研究的方式揭示了电子商务的主流理论和发展趋势；第三篇是项目实践篇，精选了5类实际电子商务项目的开发，分别是电子商务物流信息系统分析与设计、互联网+资源型企业、移动互联网、基于大数据的商务智能系统及社会化校园威客等，从项目开发的角度，剖析不同项目电子商务模式创新的分析、设计及开发的全过程。这些为读者进行电子商务创业实践项目的实施及实现提供了成功范例，并且本书中《米土巴巴高原农特产品电子商务案例分析》在2016中国电子商务案例高峰论坛暨全国十佳电子商务案例大赛中荣膺全国唯一特等奖，《互联网+金融案例分析——以陆金所、东方汇为例》和《校园威客网社会化电子商务案例分析》获三等奖。

《互联网+电子商务创新与案例研究》可用作高等学校电子商务专业的电子商务课程教材，亦适合从事电子商务研究、电子商务创新的专业人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

互联网+电子商务创新与案例研究/叶琼伟等编著.

北京:化学工业出版社,2016.10

(电子商务“十三五”系列)

ISBN 978-7-122-28302-3

I. ①互… II. ①叶… III. ①电子商务-研究-中国

IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第249679号

责任编辑:宋湘玲 王淑燕

装帧设计:史利平

责任校对:李 爽

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张24 $\frac{1}{4}$ 字数542千字 2017年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:68.00元

版权所有 违者必究

电子商务“十三五”系列 编审委员会名单

主 任 陈 进

副 主 任 祁 明 汤兵勇 贺盛瑜 张润彤

委 员 (按拼音排序)

曹 杰 (南京财经大学)

陈 进 (对外经济贸易大学)

郭卫东 (首都经济贸易大学)

贺盛瑜 (成都信息工程学院)

胡 桃 (北京邮电大学)

华 迎 (对外经济贸易大学)

琚春华 (浙江工商大学)

劳帼龄 (上海财经大学)

李 明 (重庆师范大学)

倪 明 (华东交通大学)

祁 明 (华南理工大学)

瞿彭志 (上海大学)

帅青红 (西南财经大学)

孙宝文 (中央财经大学)

孙建红 (宁波大学)

孙细明 (武汉工程大学)

汤兵勇 (东华大学)

闫相斌 (哈尔滨工业大学)

杨路明 (云南大学)

叶琼伟 (云南财经大学)

张李义 (武汉大学)

张润彤 (北京交通大学)

张玉林 (东南大学)

编写说明



近年来国家有关部委发布了《电子商务发展“十二五”规划》《“十二五”电子商务发展指导意见》等文件，为电子商务的发展制定了宏伟蓝图。并从国家层面开展了电子商务示范城市创建工作、电子商务示范基地创建工作及电子商务示范企业评选工作等。电子商务的发展进入了快车道。2015年“互联网+”行动计划提出，为电子商务的快速发展提供了助推器。

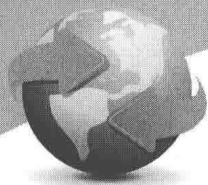
电子商务的飞速发展，使得各行各业对电子商务人才的要求越来越高。我国高等教育承担着为国家培养和输送懂技术、能实干的电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。目前，我国300多所高校开设了电子商务本科专业，每年约有5万多电子商务的高等学校毕业生走向电子商务相关行业。为了更好地培养电子商务专业人才，我们经过多次调研、反复研讨、认真组织，与化学工业出版社合作出版了本套电子商务系列教材。

本套教材依据电子商务专业最新专业规范的培养要求，组织电子商务研究领域中颇有建树的学者教授、行业专家共同编写。主编老师大多为教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会委员及业内公认专家学者。

本套教材定位于为企业培养开展电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。

本套教材具有如下特色：

(1) 行业特色：融入电器、服装、制造、化工、钢铁、粮食、小商品；金融、电信移动、新材料、网络信息等行业特点；重视制造业与服务



务业的融合。

(2) 案例特色：以传统行业开展电子商务活动的典型案例为主，注重案例分析及拓展。

(3) 校企合作：教材面向社会需求和应用，与企业结合、与企业共同编写，将企业实战观点渗入教材。

本套教材配套有电子资源（电子课件、习题解答），为选用教材的任课老师免费提供，如有需要请登录化学工业出版社教学资源网 www.cipedu.com.cn 下载或者联系 1172741428@qq.com。

编写时虽力求精益求精，但疏漏在所难免，还请广大专家读者批评指正。

电子商务“十三五”系列

编审委员会

2015年7月



2015年3月5日在中华人民共和国十二届全国人大三次会议上,李克强总理在政府工作报告中提出“制定‘互联网+’行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网与现代制造业的结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场”。创新2.0是对创新1.0的升级,创新1.0是指工业时代的创新形态,创新2.0则是指信息时代、知识社会的创新形态。

互联网与传统行业的深度融合,不断提高全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济和社会发展的新形态,不断创造出新模式、新业态和新的经济生态。当前“互联网+”在中国已经全面应用到了第三产业,如互联网金融、互联网交通、互联网医疗、互联网教育等新生态;同时,它也正逐步向第一和第二产业渗透,产生了互联网+工业、互联网+农业、互联网+制造业、互联网+金融服务业、互联网+教育等一系列创新模式、业态和经济生态。在此背景下,《互联网+电子商务创新与案例研究》的出版正迎合了互联网经济时代的发展需求及人才培养的需求。通过该书,读者能系统地了解当前电子商务的基础知识、主流理论方法、应用创新和发展趋势;通过大量的应用型案例及项目实践案例,理解电子商务的创新思维,培养电子商务的创新能力,为电子商务创新创业实践提供帮助和奠定坚实基础。

《互联网+电子商务创新与案例研究》共分为三篇18章。第一篇是理论基础篇,内容包括电子商务的内涵、电子商务模式、电子商务智能、电子商务安全与支付以及电子商务物流等电子商务相关基础知识和主流理论;第二篇为应用创新篇,内容包括电子商务模式创新、个性化营销、社会化营销、移动营销、互联网品牌、互联网金融、电子商务信用管理和电子支付等,每一部分均采用“理论+案例+分析”的方式,全面深入地剖析相关现实案例,以现实案例分析研究的方式揭示了电子商务的主流理论和发展趋势;第三篇是项目实践篇,精选了5类实际电子商务项目的开发,分别是电子商务物流信息系统分析与设计、互联网+资源型企业、移动互联网、基于大数据的商务智能系统及社会化校园威客等,从项目开发的角度,剖析不同项目电子商务模式创新的分析、设计及开发的全过程。这些为读者进行电子商务创业实践项目的实施及实现提供了成功范例,并且本书中《米

《土巴巴高原农特产品电子商务案例分析》在2016中国电子商务案例高峰论坛暨全国百佳电子商务案例大赛中荣膺全国唯一特等奖,《互联网+金融案例分析——以陆金所、东方汇为例》和《校园威客网社会化电子商务案例分析》获三等奖。

《互联网+电子商务创新与案例研究》由云南财经大学叶琼伟教授、武汉工程大学孙细明教授、云南大学罗裕梅副教授、云南财经大学宋光兴教授、云南财经大学李克芳副教授、云南财经大学钱瑛副教授、武汉工程大学朱湘晖副教授、武汉工程大学彭博讲师、武汉工程大学肖群讲师等编著而成。张谦、王聪、李婧源、郭思雨、罗晓芃、王鹏、陈黎晋、谭继江、谭淑媛、杨萍芳、董兆琪、龙帅等参与了本书的资料收集和部分编写工作。其具体分工为:第4章由肖群撰写;第6章6.1节及第14章由孙细明和朱湘晖撰写;第6章6.2节由钱瑛撰写;第7章~第9章由罗裕梅撰写;第10章李克芳撰写;第12章由宋光兴、彭博撰写;其余部分由叶琼伟、张谦、李婧源、罗晓芃、王聪、郭思雨、王鹏、陈黎晋、谭继江、董兆琪、龙帅等共同撰写;全书由叶琼伟、孙细明、罗裕梅、宋光兴进行统稿。

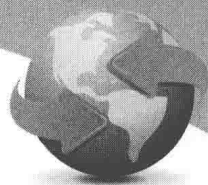
云南财经大学商学院的领导、武汉工程大学管理学院领导、对外经济贸易大学陈进教授、成都信息工程大学贺盛瑜教授、化学工业出版社的编辑等都对本书的编写给予了大力支持。在此,一并表示衷心的感谢!

《互联网+电子商务创新与案例研究》的出版受到云南省电子商务实验教学示范中心(2015年高水平大学实践教学能力提升工程项目)(云教高2015)、“国家自然科学基金项目(71162005、71362016、71402159、71462035)”、云南省高校电子商务创新与创业重点实验室(云教科2014[16])、“云南省科学技术项目(2014FB116)”和云南省电子商务创新创业与企业信息化虚拟仿真实验教学中心(云教高2014[81])的资助。

由于作者水平有限,书中不足在所难免,恳请各位同行和读者们不吝赐教。

编著者

2016年8月



第一篇 理论基础篇

1

第1章 电子商务的内涵

1.1 电子商务的概念·····	003
1.2 电子商务的新兴特征·····	004
1.2.1 电子商务与大数据·····	004
1.2.2 电子商务与个性化·····	005
1.2.3 电子商务与体验·····	006
1.3 思考题·····	008
1.4 参考文献·····	008

2

第2章 电子商务模式

2.1 电子商务基本模式·····	009
2.1.1 B2B模式·····	009
2.1.2 B2C模式·····	010
2.1.3 C2C模式·····	010
2.1.4 C2B模式·····	010
2.1.5 G2G模式·····	011
2.1.6 G2B模式·····	012
2.1.7 G2C模式·····	012
2.1.8 B2G模式·····	013
2.1.9 C2G模式·····	014
2.2 电子商务模式创新·····	015

2.2.1 SoLoMo模式	015
2.2.2 O2O模式	016
2.3 思考题	017
2.4 参考文献	017

3

第3章 电子商务智能

3.1 商务智能 (BI) 的概念	018
3.2 商务智能 (BI) 在电子商务企业中应用的多维分析	018
3.3 商务智能 (BI) 应用的信息价值维分析	019
3.4 商务智能 (BI) 应用的技术维分析	020
3.5 商务智能 (BI) 应用阶段分析	021
3.6 商务智能 (BI) 在电子商务企业中应用的实现	024
3.7 商务智能 (BI) 与虚拟价值链	024
3.8 基于虚拟价值链的商务智能 (BI) 在客户关系管理中的应用	026
3.9 商务智能 (BI) 在供应链管理中的应用	031
3.10 商务智能 (BI) 在YNNY药业连锁企业中的应用	034
3.11 思考题	037
3.12 参考文献	037

4

第4章 电子商务安全与支付

4.1 电子商务网络的安全体系	038
4.1.1 电子商务系统实体安全	038
4.1.2 电子商务系统运行安全	038
4.1.3 电子商务系统信息安全	039
4.1.4 电子商务系统人员安全	039

4.2	计算机病毒	039
4.3	口令破解	040
4.4	拒绝服务攻击	041
4.5	数据加密	044
4.5.1	DES加密标准	044
4.5.2	RSA体制	046
4.6	数字认证	047
4.6.1	数字证书	047
4.6.2	数字证书的类型	048
4.6.3	证书的树形验证结构	048
4.7	电子支付工具	049
4.7.1	智能卡	049
4.7.2	电子钱包	049
4.7.3	电子现金	050
4.7.4	电子支票	052
4.8	电子支付协议	053
4.8.1	电子支付系统的安全要求	053
4.8.2	SET协议	053
4.8.3	SET协议的功能	054
4.9	网上金融	055
4.9.1	金融电子化	055
4.9.2	网上银行的概念	056
4.9.3	网上银行的类型	057
4.9.4	网上银行服务	057
4.10	小结	058
4.11	思考题	058
4.12	参考文献	059

5

第5章 电子商务物流

5.1	现代流通	060
-----	------	-----

5.1.1 流通的概念	060
5.1.2 基于新兴电子商务的现代流通概念	060
5.1.3 基于新兴电子商务的现代流通特点	060
5.2 RFID与电子商务	064
5.3 物联网 (IOT) 与电子商务	066
5.4 可穿戴设备、VR及AR	067
5.4.1 可穿戴设备	067
5.4.2 VR相关技术	068
5.4.3 AR相关技术	069
5.5 思考题	070
5.6 参考文献	070

第二篇 应用创新篇

6

第6章 电子商务模式创新

6.1 互联网+农业	073
6.1.1 理论概述	074
6.1.2 米土巴巴高原农特产品社会化电商平台案例	084
6.1.3 核桃油企业B2S2C模式案例	090
6.1.4 褚橙的农产品社会化商务营销案例	099
6.1.5 TDJ全价值链特产商城案例	102
6.1.6 NYW农业电子商务平台案例	106
6.1.7 小结	115
6.2 跨境电商	115
6.2.1 跨境电商理论	116
6.2.2 敦煌网出口跨境电商案例	121
6.2.3 小红书进口跨境电商案例	124
6.2.4 考拉海购进口跨境电商案例	127
6.2.5 小结	130

6.3 社会化商务	130
6.3.1 社交网络	131
6.3.2 社交网络虚拟社区电子商务案例分析	144
6.4 O2O	156
6.4.1 O2O模式相关理论	156
6.4.2 美团—大众点评案例分析	158
6.4.3 结论	164
6.4.4 思考题	164
6.4.5 参考文献	165

7

第7章 个性化营销

引言	171
7.1 网络个性化营销简介	171
7.1.1 个性化营销的概念	171
7.1.2 网络个性化营销的特点	171
7.1.3 网络个性化营销的具体表现	172
7.1.4 麦当劳的个性化营销案例分析	173
7.1.5 可口可乐公司的个性化营销案例	175
7.2 服务的个性化营销	179
7.2.1 个性化服务的概念	180
7.2.2 个性化服务的研究	180
7.2.3 苏格网——个性化时尚电商	182
7.3 社会化网络中的个性化营销	185
7.3.1 社会化网络中个性化营销面临的特点	185
7.3.2 淘宝网的个性化营销案例	186
7.4 结论	188
7.5 参考文献	189

8

第8章 社会化营销

引言	190
----------	-----

8.1 社会化营销简介	190
8.1.1 社会化营销的概念	190
8.1.2 社会化营销的类型	191
8.1.3 社会化营销所带来的创新	192
8.2 社会化发布内容	193
8.2.1 社会化发布内容	193
8.2.2 戴尔的社会化发布内容的案例	194
8.3 社会化购物	196
8.3.1 社会化购物的概念及相关理论	196
8.3.2 蘑菇街的社会化购物营销案例	197
8.4 社会化社区	199
8.4.1 社会化社区的概念及营销应用	199
8.4.2 Nike+社区的案例	201
8.5 结论	204
8.6 参考文献	205

9

第9章 移动营销

引言	207
9.1 二维码营销	207
9.1.1 二维码营销及应用	207
9.1.2 光影二维码：韩国E-mart创意二维码营销	209
9.2 移动游戏植入营销	211
9.2.1 移动游戏植入营销的特点及策略	211
9.2.2 伊利金领冠的移动营销	212
9.3 APP营销	213
9.3.1 APP营销概念	213
9.3.2 星巴克中国的APP营销	214
9.4 结论	217

9.5 参考文献	218
----------	-----

10

第10章 互联网品牌

引言	219
10.1 互联网+品牌传播创新	219
10.1.1 品牌传播理论	220
10.1.2 小米手机的品牌传播创新案例	222
10.1.3 结论	224
10.1.4 思考题	225
10.2 互联网+品牌战略创新	226
10.2.1 品牌战略理论	226
10.2.2 阿里巴巴的品牌战略案例	229
10.2.3 结论	234
10.2.4 思考题	234
10.3 互联网+服务品牌创新	235
10.3.1 创建顾客对服务品牌忠诚关系的相关理论	235
10.3.2 达美乐比萨公司的品牌忠诚度创建案例	238
10.3.3 结论	244
10.3.4 思考题	244
10.4 小结	244
10.5 参考文献	245

11

第11章 互联网金融

引言	246
11.1 互联网金融理论	246
11.1.1 互联网金融简介	246
11.1.2 互联网金融发展现状	251
11.2 “金融+互联网”案例分析	256

11.2.1 “金融+互联网”的理论基础	256
11.2.2 陆金所的“金融+互联网”案例	257
11.2.3 东方汇的“金融+互联网”案例	260
11.2.4 “金融+互联网”总结	263
11.3 “互联网+金融”案例分析	263
11.3.1 “互联网+金融”的理论基础	263
11.3.2 余额宝的“互联网+金融”案例	265
11.3.3 京东供应链的“互联网+金融”案例	267
11.4 结论	270
11.5 参考文献	271

12

第12章 电子商务信用管理

引言	274
12.1 电子商务信用管理和信任问题的国内外研究现状	274
12.1.1 电子商务信任建立途径	274
12.1.2 电子商务在线信誉系统	275
12.1.3 电子商务信任模型	276
12.1.4 电子商务在线信誉管理的实证与实验研究	277
12.1.5 国内外研究现状评述	278
12.2 电子商务信用管理和信任问题案例的理论基础	280
12.2.1 用户初始信誉分的确定方法	280
12.2.2 构建在线信誉评价指标体系及信誉评定模式	280
12.2.3 信誉评价信息的集结模型	281
12.2.4 在线信誉管理系统的决策辅助功能研究	283
12.3 在线电子商务信誉管理系统及应用案例分析	283
12.3.1 淘宝网的在线信誉管理概述案例	283
12.3.2 传统信用评价等级转化为电子商务中信用分案例	286
12.3.3 考虑交易价值做出评定的时刻的综合信誉分计算案例	288
12.3.4 在线信誉管理系统案例	289
12.4 参考文献	293

13

第13章 电子支付

引言	296
13.1 银行主导的支付模式	296
13.1.1 银行主导的支付理论	296
13.1.2 招商银行的网上支付系统案例	298
13.2 移动运营商为主导的支付模式	302
13.2.1 以移动运营商为主导的支付理论	302
13.2.2 电信“翼支付”案例	303
13.2.3 点评分析	304
13.2.4 结论	304
13.2.5 思考题	304
13.3 第三方机构主导的支付模式	304
13.3.1 第三方机构主导的支付理论	304
13.3.2 首信易支付案例	306
13.3.3 点评分析	309
13.3.4 结论	309
13.3.5 思考题	309
13.4 参考文献	310

第三篇 项目实践篇

14

第14章 电子商务物流信息系统分析与设计

引言	313
14.1 电子商务物流信息系统分析与设计相关理论	314
14.1.1 物流技术	314