

国家开放大学学分银行体系国家信息化计算机教育认证项目 (CEAC)

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



移动电商

建站方向

张卫林 董征宇◎主编

杨迎欣 赵玉林 韩洁◎副主编

CEAC 信息化培训认证管理办公室◎组编



紧跟行业热点，内容系统

对移动电商建站的基础知识和实战应用进行通俗易懂的讲解

案例丰富、重点图示化

案例导学，运用图示、表格等形式帮助读者快速掌握

提供丰富的教学资源

配有习题答案、PPT 课件等教学素材



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

国家开放大学学分银行体系国家信息化计算机教育认证项目 (CEAC)

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



移动电商

建站方向

张卫林 董征宇◎主编

杨迎欣 赵玉林 韩洁◎副主编

CEAC 信息化培训认证管理办公室◎组编

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

移动电商：建站方向 / 张卫林, 董征宇主编. --
北京：人民邮电出版社, 2016. 7
ISBN 978-7-115-42248-4

I. ①移… II. ①张… ②董… III. ①电子商务—网
站—建设 IV. ①F713.36②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第079683号

内 容 提 要

本书主要讲解了移动电子商务建站概述、移动电子商务建站岗位的基本要求、移动电子商务应用产品设计、移动电子商务用户体验优化设计、移动电子商务开放平台、移动电子商务建站常用工具、移动电子商务应用中的手机端支付、移动电子商务建站案例分析这些内容。

本书内容翔实、结构清晰、图文并茂。每章均以学习目标与要求、案例导入、知识讲解、本章小结、课后练习题的结构进行讲述。书中通过大量的图示、表格等形式指导读者快速有效地掌握相关知识和技能。

本书适合各类大中专院校、社会培训学校的电子商务相关专业作为教材使用,同时可供不同层次的移动电商相关从业人员学习和参考。

-
- ◆ 主 编 张卫林 董征宇
副 主 编 杨迎欣 赵玉林 韩 洁
责任编辑 刘 琦
执行编辑 朱海昀
责任印制 焦志炜
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京艺辉印刷有限公司印刷
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 14.5 2016 年 7 月第 1 版
字数: 290 千字 2016 年 7 月北京第 1 次印刷
-

定价: 36.00 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

本书编委会

主 编：张卫林 董征宇

副 主 编：杨迎欣 赵玉林 韩 洁

编 委（按姓氏笔画排序）：

卫世浩 王进君 杨 波

杨忠智 邹 岩 周晓茜

郝文荣 荀 骁 施玲玲

徐 燕 宿学彬 谢桂袖

前 言

伴随中国电子商务市场的纵深发展,移动设备及移动互联网的普及,移动电子商务作为一种新型的电子商务方式,也进入行业的飞速发展期,电商的移动互联网时代势不可当。而目前移动电商行业的人才供应跟不上市场的需求。预计未来移动电子商务行业将有 200 万左右的人才缺口,同时可能出现岗位年薪按 30%幅度的增长。

为培养有志于或正在从事移动电商行业的实用型人才,使他们掌握现代化商贸理论和电子信息化的专业手段,能从事与现代商务活动相关的电子商务网站建设、管理、运营、营销等工作岗位,国家开放大学联手中国电子商务协会,依托国家开放大学“学分银行”制度,结合移动电子商务实际应用岗位需求,开展移动电子商务人才培训工

作,并开发了移动电子商务系列教程。本书为系列教程之一。

本书的目标与内容

本书旨在让读者掌握从事移动电商建站相关工作的基本知识和专业技能,最终成为全面发展的复合型、应用型人才。

本书共 8 章,各章具体内容分别如下。

✧ 第 1 章:主要讲解了移动电子商务的定义、环境要素、特点,移动电子商务建站平台分类、建站发展历程,搭建移动电子商务平台的方法,移动电子商务发展趋势等。

✧ 第 2 章:主要讲解了移动电子商务建站岗位的概况、建站岗位的细分、建站人员就业发展方向等。

✧ 第 3 章:主要讲解了移动电子商务应用产品设计的概况、规划与设计,移动电子商务网站建站流程,以及如何做好移动电子商务产品设计经理等。

✧ 第 4 章:主要讲解了移动电子商务用户体验基础、移动电子商务平台流程设计、移动电子商务 APP 用户体验设计等。

✧ 第 5 章:主要讲解了开放平台基础、接入开放平台的优势、开放平台实施战略、打造良好开放平台的关键、吸引品牌商入驻开放平台的技巧、开放平台面临的困境等。

◇ **第6章：**主要讲解了各种移动电子商务建站工具的使用，包括思维导图类工具、原型设计类工具、图片处理类工具、网页设计类工具、APP制作类工具、流程图类工具和文档演示类工具等。

◇ **第7章：**主要讲解了手机支付的基本概念、基本技术，以及手机支付的路径、手机支付的方式、开通Shopex支付功能的方法、移动支付的发展现状和趋势等。

◇ **第8章：**主要讲解了基于B/S模式的平台搭建、基于C/S模式的平台搭建、基于微信模式的平台搭建的知识和相关案例。

本书的体例特色

在对众多培训学校目前的教学方式、教学内容等方面长达1年的调研基础上，我们有针对性地设计并编写了本书，特色如下。

◇ **知识讲解部分：**以“移动电子商务师（建站岗位）”的考试大纲为基础，结合阅读习惯，将必备的理论知识进行了全面且系统讲解，并通过大量图示、表格等方式，对枯燥的理论知识加以形象化说明，方便读者高效学习。

◇ **内容提示部分：**对一些不够完善的、容易引起歧义的内容等，均通过“提示”栏目加以补充、延伸和解释，使读者可以更加理解书中所讲的知识。

◇ **本章小结部分：**对每章所讲的内容进行系统梳理，使读者在学习完每章内容后，可以通过本章小结重温所学习的内容。

◇ **课后练习部分：**结合每章内容给出若干难度适中的练习题，通过练习可以达到巩固和进一步理解每章知识的目的。

本书由CEAC信息化培训认证管理办公室及电子商务从业人员培训考试认证管理办公室组织编写，由成都职业技术学院张卫林、重庆电子工程职业学院董征宇担任主编，由石家庄盛世网络有限公司杨迎欣、深圳技师学院赵玉林、新华教育集团韩洁担任副主编。本书在编写过程中参考了大量书籍和网站内容，在此对相关作者一并致谢！虽然编者在编写本书的过程中倾注了大量心血，但恐百密之中仍有疏漏，恳请广大读者及专家不吝赐教。

编 者

2016年2月

本书说明

本书是国家信息化计算机教育认证项目（CEAC）、电子商务从业人员培训考试认证项目（ECETC）体系下移动电子商务课程指定教材，也是国家开放大学移动电子商务证书教育课程（学习网址：xiangxue8.com）的参考教材。该课程由国家开放大学培训学院、中国电子商务协会 CEAC 信息化培训认证管理办公室及电子商务从业人员培训考试认证管理办公室联合开发。完成该课程的学习并通过考核的学习者，即可申请获得中国电子商务协会移动电子商务师认证证书，并可以积攒国家开放大学学分银行认可的课程学分，获得职业技能和学历双提升。

国家信息化计算机教育认证项目（CEAC）是由工业和信息化部（原信息产业部）、国家信息化推进工作办公室于 2002 年批准设立，由工业和信息化部信息化推进司指导、中国电子商务协会管理，由 CEAC 信息化培训认证管理办公室统一实施的职业技能认证项目。CEAC 始终坚持并实践“以精品课程建设为基础、以促进教学发展为目标、以科学考评为手段、以综合岗位能力认证为导向”的综合服务体系。

电子商务从业人员培训考试认证项目（ECETC）由中国电子商务协会全权监管，并由中国电子商务协会设立“电子商务从业人员培训考试认证管理办公室”。该认证管理办公室主要负责电子商务从业人员岗位职业标准的建立，组织开展电子商务从业人员的培训考试与认证等工作。

国家开放大学学分银行致力于促进全民终身学习，建设具备学分认证、转换、存取等功能的学分银行系统，为每个学习者建立个人终身学习档案。学习者可以按照学分累积规则，零存整取。国家开放大学学分银行鼓励社会成员通过各种形式的学习累积学分，实现学历教育与非学历教育之间的沟通和衔接，搭建终身教育“立交桥”，促进终身教育体系的形成。需要咨询相关信息的可联系 qdh@ceac.org.cn，或关注微信公众号 CEAC2002。

目 录

第1章 移动电子商务建站概述	1
学习目标与要求	1
案例导入	1
1.1 什么是移动电子商务	2
1.2 移动电子商务建站平台的分类	5
1.3 移动电子商务建站的发展历程	8
1.4 搭建移动电子商务平台的方法	11
1.5 移动电子商务的发展趋势	16
本章小结	18
课后练习题	19
第2章 移动电子商务建站岗位的基本要求	22
学习目标与要求	22
案例导入	22
2.1 移动电子商务建站岗位的概况	23
2.2 移动电子商务建站岗位的细分	27
2.3 移动电子商务建站人员就业发展方向	32
本章小结	33
课后练习题	34
第3章 移动电子商务应用产品设计	37
学习目标与要求	37
案例导入	37
3.1 移动电子商务应用产品设计概述	38
3.2 移动电子商务应用产品设计——规划篇	40
3.3 移动电子商务应用产品设计——设计篇	51
3.4 移动电子商务网站的建设工程	62
3.5 如何做好移动电子商务产品设计经理	68
本章小结	72
课后练习题	73



第4章 移动电子商务用户体验优化设计	77
学习目标与要求	77
案例导入	77
4.1 移动电子商务用户体验概述	78
4.2 移动电子商务平台流程设计详解	92
4.3 移动电子商务之APP用户体验设计	100
本章小结	105
课后练习题	105
第5章 移动电子商务开放平台	109
学习目标与要求	109
案例导入	109
5.1 开放平台概述	110
5.2 接入开放平台的优势	114
5.3 开放平台战略如何实施	116
5.4 如何打造一个良好的开放平台	118
5.5 开放平台如何吸引品牌商入驻	120
5.6 开放平台可能带来的困境	122
本章小结	124
课后练习题	125
第6章 移动电子商务建站常用工具	127
学习目标与要求	127
案例导入	127
6.1 思维导图类工具	128
6.2 原型设计类工具	136
6.3 图片处理类工具	144
6.4 网页设计类工具	153
6.5 APP制作类工具	160
6.6 流程图类工具	163
6.7 文档演示类工具	170
本章小结	173
课后练习题	174
第7章 移动电子商务应用中的手机端支付	177
学习目标与要求	177
案例导入	177

7.1 手机支付的基本概念.....	178
7.2 手机支付技术介绍.....	179
7.3 手机支付的 3 种途径.....	183
7.4 手机支付常见支付方式.....	185
7.5 Shopex 如何开通支付功能.....	188
7.6 移动支付的发展现状及趋势.....	190
本章小结.....	192
课后练习题.....	193
第 8 章 移动电子商务建站案例分析.....	196
学习目标与要求.....	196
案例导入.....	196
8.1 基于 B/S 模式的案例分析.....	197
8.2 基于 C/S 模式的案例分析.....	207
8.3 基于“微信”平台的案例分析.....	210
本章小结.....	219
课后练习题.....	220

第 1 章

移动电子商务建站概述



📖 学习目标与要求

全面了解移动电子商务的发展，充分认识到学习移动电子商务的重要性，培养学习本门课程的兴趣。了解电子商务与移动电子商务的区别，了解移动电子商务平台的分类，掌握搭建移动电子商务平台的方法，了解移动电子商务发展的历程及发展趋势。

【学习重点】

- 移动电子商务与传统电子商务的区别
- 移动电子商务的技术支撑
- 移动电子商务的分类

【学习难点】

- 移动电子商务技术专业术语，如 WAP 协议，GPRS，3G，移动 IP 等
- 搭建移动电子商务平台的方法

🕒 【案例导入】

移动办公组网实现了物流数据实时传输

邦达物流公司是一家专业的医药物流服务商，在各地设有许多分支机构，是国内较早进行电子商务的企业。对邦达公司管理层来说，既需要随时了解货物流的动态信息，又需要实时掌握公司庞大的资金运作情况、库存情况、各种经营及财务数据。这些特点，使邦达公司较早地建立了公司的内部网络来进行管理和处理业务。如该公司有一套票务系统，考虑到公司数据传输的安全性和保密性，票务系统只能在内部网内运用。同时，由于邦达公司的分支机构遍布各地，原来的数据都是通过 QQ 进行传输或用 U 盘拷贝后再用人工传送。无论哪种方法，都存在安全隐患或时效性不强的缺陷。

启用移动电子商务移动办公业务后，这些问题都迎刃而解，全面解决了困扰企业



信息实时共享的难题。移动办公组网不但解决了邦达公司总部与各分部物流系统的互联，还解决了总部与省内外各分支机构数据的同步传输，构建了全公司统一的信息化平台，大大提高了公司的工作效率。同时，邦达公司总部还拥有一个高效、安全、稳定的网络解决方案，包括防火墙、NAT、带宽管理、QOS 保障等，很好地满足了公司基础网络平台的技术要求。

经过一段时间的运行，邦达公司对移动办公组网系统非常满意，做出了安全、快速、稳定的评价。从安全性来说，移动办公组网采用了传输加密、密码接入鉴权、硬件捆绑接入认证、权限管理这 4 种措施，确保企业信息传输安全、可靠。从数据传输速度来说，移动办公组网独有的数据流量压缩技术，能够把网络带宽利用率提高 130%。其带宽叠加技术，能够将多条互联网的接入带宽叠加，大大提高网络互联的速度。该系统还具有多线路备份功能，使网络通道永不断线。从稳定性来说，移动办公组网系统的设计和配置，能够长时间地稳定运行，完全能满足企业对网络稳定性的要求。

在使用了一段时间移动办公组网业务后，邦达公司表示，物流将是今后企业物资传输的命脉，今后将会开办越来越多的分支机构来满足社会的需求，移动电子商务上的移动办公组网非常适合物流企业，帮助企业实现腾飞的梦想，希望移动电子商务越办越好。

启示：移动电子商务是利用移动互联网和移动终端进行各种数据处理、分享、交易的平台。由于其自身拥有的优势，移动电子商务如今已成为人们工作、学习和生活中不可缺少的部分，越来越受各行各业的青睐。

1.1 什么是移动电子商务

广义上的商务是指一切与买卖商品服务相关的商业事务。狭义的商务则是指商业或贸易，也就是俗称的买卖。电子商务就是在电子设备上进行的各种商务活动。随着通信技术和通信设备的发展，以及移动终端设备的普及，渐渐衍生出了移动电子商务的概念，即在移动终端设备上进行的电子商务活动，如图 1-1 所示。



图 1-1 移动电子商务构成示意图



1.1.1 移动电子商务的定义

移动电子商务（M-Commerce）由电子商务（E-Commerce）的概念衍生出来，电子商务以 PC 机为主要界面，是有线电子商务的延伸和拓展。移动电子商务则是通过手机、PDA（个人数字助理）等无线终端进行的 B2B、B2C 或 C2C 等电子商务。

- **B2B:** “Business To Business” 的缩写，指的是企业对企业之间的营销关系。也就是说，进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），他们使用互联网技术或各种商务网络平台完成商务交易。因此 B2B 可以理解为网上商贸平台。

- **B2C:** “Business To Customer” 的缩写，指企业对客户之间的营销关系。也就是通常说的直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动。因此 B2C 可以理解为网上商城。

- **C2C:** “Customer To Customer” 的缩写，指个人与个人之间的电子商务，常见的淘宝网、拍拍网等使用的均是 C2C 模式。因此 C2C 可以理解为网店。

1.1.2 构成移动电子商务环境的要素

构成移动电子商务环境的要素主要包括用户、使用环境、移动设备、浏览器、互联网接入、网站结构和内容。

- **用户:** 参与移动电子商务过程的人。
- **使用环境:** 用户使用移动设备进行电子商务时所处的物理环境、社会环境、时间环境等。
- **移动设备:** 通常所指的具备联网能力的手机、PDA 等。
- **浏览器:** 安装在移动设备上的网站浏览软件。
- **互联网接入:** 移动设备与网络的连接。
- **网站结构与内容:** 企业为用户提供产品和服务的平台，是移动电子商务网站商业目的、信息和技术的综合体现。

1.1.3 移动电子商务的三大特点

移动电子商务是近几年兴起并得到迅速发展的行业领域，因其具备自身的一些特点，才能被用户接受和青睐。

- **方便:** 移动终端既是一个移动通信工具，又是一个移动 POS 机，一个移动的银行 ATM 机。用户可在任何时间、任何地点进行电子商务交易和办理银行业务，包括支付。

- **安全:** 使用手机银行业务的客户可更换为大容量的 SIM 卡，使用银行可靠的



密钥对信息进行加密，传输过程全部使用密文，安全可靠。

- **迅速灵活：**用户可根据需要灵活选择访问和支付方法，并设置个性化的信息格式。

1.1.4 移动电子商务与传统电子商务区别

由于移动电子商务是传统电子商务的一种延续和拓展，因此二者之间既具备相同点，也具备不同点。

1. 相同点

移动电子商务与传统电子商务的相同点如下。

(1) 都是基于互联网的。如果无法实现联网，则二者都不能体现任何作用和功能。

(2) 基础性、普遍性、常用性业务率先发展，然后逐步发展出长尾和细分。比如手机的定位功能，首先需要实现最基本的定位服务，即手机所在位置的查询，然后才根据需要进行发展出定位手机周围的对象的功能，如 5 千米内有多少家银行等。



提示：长尾理论是指只要产品的存储和流通的渠道足够大，需求不旺或销量不佳的产品所共同占据的市场份额可以和那些少数热销产品所占据的市场份额相匹敌，甚至更大，即众多小市场汇聚成可产生与主流相匹敌的市场能量。

(3) 病毒传播等营销特征显著。病毒传播即病毒营销（Viral Marketing），并不是指传播电脑病毒，而是指那些鼓励目标受众，把想要推广的信息，像病毒一样传递给周围的人，让每一个受众都成为传播者，让推广信息在曝光率和营销上，产生几何级增长速度的一种营销推广策略。

(4) 以共享、体验作为主要的文化特征，强调平等开放。

(5) 通过服务和产品尝试，逐步影响到行为习惯的迁移，到思维方式的迁移，再到意识模式的迁移。

2. 不同点

就移动电子商务与传统电子商务的不同点而言，移动电子商务具备以下一些特征。

(1) 个性化和定制化进一步彰显。如手机定位功能，这是传统 PC 机无法实现的。

(2) 移动终端可随时在工作、学习或休闲时间进行想要的电子商务活动，而 PC 机只能固定在某个环境下进行。移动终端即时性更加突出，碎片化应用模式更容易实现。

(3) 由于移动终端设备的屏幕相较于 PC 机更小，如何在有限的空间合理布局出有用的信息就显得更加重要，因此小屏应用更加强调应用的整合性体验（获取、管理、使用三位一体）。



(4) 位置信息、人物信息、账户和支付信息与应用信息整合。

1.2 移动电子商务建站平台的分类

随着移动电子商务被越来越多的用户接受,移动电子商务的建站平台也更加多样化。根据不同的分类标准,可以对其建站平台进行分类,以便更好地认识此对象。

1.2.1 按内容表现形式分类

按照内容表现形式,可将移动电子商务建站平台分为 Web 类(网页类)和 APP 类两种。

- **Web 类:** 指通过移动设备上的浏览器访问电子商务平台,在网页上完成交易活动,如图 1-2 所示。
- **APP 类:** 指需要事先下载并安装商家提供的 APP 应用程序到移动终端设备上,然后利用该 APP 程序完成相关的交易活动,如图 1-3 所示。



图 1-2 Web 类移动电子商务平台



图 1-3 APP 类移动电子商务平台

1.2.2 按技术架构分类

按技术架构的标准可以将移动电子商务建站平台分为基于浏览器的 Web 网站和



基于应用的 APP 的网店。这种分类与上一种的结果类似，不同之处在于强调技术架构的不同。

- **基于浏览器的 Web 网站：**指用户在移动终端通过系统里的浏览器直接来访问的电子商务平台，用户可以在上面完成购物、下订单、支付等操作。

- **基于应用的 APP 的网店：**APP 是 Application Program，即第三方应用程序，手机 APP 商城是在智能手机流行后才出现的，由第三方开发，需要用户下载安装才能使用的应用程序。图 1-4 所示即为下载的手机淘宝 APP 及安装到手机上后显示的程序图标。



图 1-4 下载 APP 后获取的文件

1.2.3 按交易类型分类

以交易类型为标准，可将移动电子商务建站平台分为网购类、二手交易类、移动支付类、购物分享类、团购类、比价/折扣/查询类等多种类别。

1. 网购类

网购类是最常见的应用。最常用的平台有淘宝，此外还有 B2C 类品牌客户端，比如凡客、京东。它们更多地承载着导购和为 Web 端内容服务的责任。

因为淘宝的业务十分庞杂，所以淘宝本身的应用被拆分成好几个客户端来实现。比如淘宝彩票、淘宝精品、淘宝求购、淘宝女人街等，有淘宝 UED 部门设计开发的，也有第三方的，质量参差不齐。

2. 二手交易类

因为移动终端设备可以分享地理位置，并且有良好的拍照功能，所以线上发信息，线下交易的模式变得更加方便快捷，这也促成了二手交易类电子商务平台的产生。这类代表性的平台包括赶集生活、微百姓等。图 1-5 所示即为某二手交易类电子商务平台的效果。

3. 移动支付类

移动支付是移动购物和消费的辅助手段，目前常用的移动支付类电子商务平台就是支付宝，如图 1-6 所示。该 APP 仅百度应用就已经有超过 6700 万次的下载。

4. 购物分享类

移动电子商务的兴起，越来越多的人愿意对购买的商品做出评价，而评价则影响



用户的购买,随之产生的便是越来越多的购物分享类电子商务平台。现在的购物分享主要还是垂直类,及与网购结合的购物分享。例如,美丽说和蘑菇街,都和女性购物有关,运营的内容多为服饰、护肤品。合作的商家主要是这类商品的 B2C 商家和淘宝店。图 1-7 所示为某购物分享类电子商务平台的效果。



图 1-5 二手交易类电子商务平台



图 1-6 支付宝 APP



(a)



(b)

图 1-7 购物分享类电子商务平台

提示:垂直类电子商务平台都集中在某些特定的领域或某种特定的需求,提供有关这个领域或需求的全部深度信息和相关服务。作为互联网的亮点,垂直网站正引起越来越多人的关注。

5. 团购类

团购类电子商务平台一般都预设了周边团购功能,可以通过定位用地图显示周围