

现代服务业 人才培养探索与实践(2013)

对外经济贸易大学信息学院 编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

现代服务业 人才培养探索与实践 (2013)

对外经济贸易大学信息学院 编

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

现代服务业人才培养探索与实践. 2013 / 对外经济贸易大学信息学院编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2013

ISBN 978-7-5663-0875-7

I. ①现… II. ①对… III. ①服务业—人才培养—文集 IV. ①F719-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 249391 号

© 2013 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

现代服务业人才培养探索与实践 (2013)

对外经济贸易大学信息学院 编

责任编辑: 王 焱 王 忠

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm × 240mm 27.25 印张 428 千字

2013 年 10 月北京第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0875-7

定价: 55.00 元

京北·图

前言

本论文集由“十二五”国家级 实验教学示范中心建设项目资助

人才培育模式创新与质量提升工程，本论文集是其中的第一卷。

现代服务产业是战略性新兴产业的重要组成部分，是现代经济的重要支柱和先导产业。随着经济全球化和信息技术的飞速发展，现代服务产业已成为推动经济增长的重要力量。在“十二五”期间，我国将深入实施创新驱动发展战略，加快转变经济发展方式，推动经济结构战略性调整，着力培育战略性新兴产业。现代服务产业作为战略性新兴产业的重要组成部分，其发展水平直接关系到我国经济的竞争力和可持续发展能力。因此，加强现代服务产业的人才培养，提高人才培养质量，对于推动现代服务产业又好又快发展，提升我国经济的整体竞争力具有重要意义。

本论文集主要围绕现代服务产业发展战略和人才培育模式创新，重点探讨了现代服务产业人才需求特点、人才培养目标、培养模式、培养途径、培养质量评价等方面的问题。论文集共收录了10篇论文，其中既有对现代服务产业人才需求现状的深入分析，也有对人才培养模式创新的积极探索。这些研究成果对于推动现代服务产业人才培育工作具有重要的参考价值。

本论文集的出版得到了教育部、工业和信息化部、人力资源和社会保障部等有关部门的支持。在编辑过程中，得到了许多专家和学者的帮助，在此表示衷心的感谢。

本论文集由教育部、工业和信息化部、人力资源和社会保障部共同资助出版。

教育部 科技部

教育部办公厅 科技部办公厅

教育部高等学校教学指导委员会 科技部高等学校教学指导委员会

教育部高等学校教学指导委员会 科技部高等学校教学指导委员会

前 言

对外经济贸易大学现代服务业人才培养实验教学中心是第一批北京市实验教学示范中心，2012 年成为“十二五”国家级实验教学示范中心建设单位。科学和教学研究是该中心的主要任务之一，为此我们组织编写了系列的“现代服务业人才培养探索与实践研究文集”，本册是该系列的第三集。

现代服务业是依托信息与通信技术和现代管理理念而发展起来的知识和技术相对密集的服务业。国际上现代服务业作为当代经济的发展重点，带领着社会经济的不断发展，发挥着拉动产业发展、吸引就业和提高竞争力等作用。现代服务业也是衡量一个国家经济发展水平和竞争力表现的主要内容。在当前服务经济到来的背景下，研讨现代服务业的发展及人才培养具有重要意义。

本文集主要包括了现代服务业发展战略研究，人才培养战略和模式研究，现代服务业人才培养的课程体系建设、课程建设、教学手段和方法研究、教学经验交流以及研究方法与研究项目成果等内容。

本文集通过对现代服务业发展及人才培养的研究，讨论人才培养理念、方法和实践等，为我国现代服务业发展提供人才培养的支持。

本文集由刘瑞林和沈沉老师作为主编，负责组织编写工作。

陈进 教授

国家电子商务示范城市创建工作咨询专家

教育部高校电子商务专业教学指导委员会副主任

对外经济贸易大学现代服务业人才培养实验教学中心主任

目 录

教师论文篇

大宗商品电子商务服务发展模式及实施研究	陈 进 任 燕 (3)
技术服务业的创新驱动与文化融合	陈 进 赵 冰 金 曦 王晓婷 周 颖 魏增升 (12)
面向国际化的高等学校创新人才培养路径探索——以信息管理人才为例	曹淑艳 殷国鹏 (21)
从“质量工程”到“本科教学工程”——信息学院本科教学建设项目 发展综述	黄健青 陈 进 刘瑞林 腾 凌 于芳芳 (29)
信息学院 2007 ~ 2012 届毕业生就业状况分析	张志娟 任 磊 (40)
构建渐进式实践教学体系, 培养现代服务业创新人才	黄健青 刘瑞林 赵星秋 沈 沉 (53)
商业银行电子商务金融服务质量提升对策研究	黄健青 李娜美 (62)
服务外包高端人才标准研究	赵星秋 侯文洁 (73)
服务外包高端人才培养研究	赵星秋 侯文洁 (84)
大数据时代信息管理与信息系统专业建设的思考	崔金红 赵星秋 刘瑞林 王朝培 (94)
基于感知风险理论的电子商务行业顾客参与驱动因素研究	华 迎 陈 进 (101)
网络购物中商家诚信问题与对策	乔 红 (126)
网络购物顾客参与量表的构建及研究	华 迎 陈 进 (131)
XBRL 的应用现状与前景	王树西 辛 爽 (145)
数学教学中使用多媒体教学的一点体会	苏燕玲 (157)

2 现代服务业人才培养探索与实践 (2013)

财经类院校线性代数课程改革的探索与实践——基于 MATLAB 应用

..... 苏燕玲 许 静 (162)

《信息系统建设与实施》实验教材建设

..... 王树西 李 宇 谢思言 张 琪 辛 爽 张旭睿 (167)

协同创新的课程综合实验模式研究——基于数据库原理和软件开发课程

..... 刘瑞林 李祥龙 黄建青 (181)

国际课程班雅思培训分层教学模式探究

..... 李慧明 巩喜云 黄健青 等 (186)

财经类院校数学教学应重视数学的应用

张小燕 (191)

二元函数图形与性态之实验探索

张小燕 邵志超 (195)

学生成果篇

B2B 商品交易中第三方支付公司资金管理模式研究

金 曦 陈 进 (205)

商品交易资金管理技术发展综述

周 亿 张 新 崔金红 (214)

电子商务环境下交易主体分类及特征识别研究

朱钰冰 秦良娟 (221)

北京持续雾霾天气下健身房潜在市场的调查报告

——以北京浩沙健身房(惠东店)为例

..... 余健华 岑 聪 戴 澈 李潇漫 朱盈霏 (239)

信息专业本科生的就业问题与企业需求的分析

王 澎 余健华 (252)

个人银行账户管理的安全性研究——中国、美国个人账户的对比分析

..... 焦 傲 汤美莹 刘瑞林 (260)

NGO - BM: 从商业模式角度探讨 NGO 的发展

王 琼 (271)

格罗鲁斯服务营销三角形在高校学生工作中的应用研究

——以对外经贸大学 X 部门的学生工作为例

王 琼 (281)

统计方法在葡萄酒评价过程中的应用——以主成分分析、典型相关分析等

方法为例

肖哲瑶 谢思思 陈旭兰 (288)

艾迪创意有限责任公司商业计划书

..... 陈 玮 孙冰洁 吕其峰 吴 倩 鲜子航 张士阳 (310)

葡萄酒的质量评价模型	冯文婧	曹灵琳	竹泉东	(321)
大学生联盟 BBS 策划书	陈 玮	张佳宁	(347)	
Ucreate. com 优创网——创意交易平台				
.....	冯文婧	刘 然	张瀚文	李梦嘉 李昊彤 (361)
“创梦”——大学生创业众筹平台	任丽霞	曲文倩	刘雪霏	(382)
SAME 终端排号服务系统设计方案				
.....	李姣慧	竹泉东	郑明磊	刘秋岑 仇文妍 吴彦青 (392)
校园整合型自提点需求及可行性的调研报告——需求分析				
.....	辛 爽	李岳欣	吕鸿见	黄维玮 郭雯婷 (404)
校园整合型自提点需求及可行性的调研报告——经济可行性分析				
.....	李岳欣	辛 爽	吕鸿见	黄维玮 郭雯婷 (413)

教师论文篇

蕭文女刊卷

大宗商品电子商务服务发展模式及实施研究

陈进* 任燕

(对外经济贸易大学现代服务业研究中心, 北京 100029)

摘 要: 大宗商品是关系到国家经济命脉的基础原材料, 交易具有金额大、风险大的特点, 大宗商品交易目前已经逐步向电子商务方向发展, 本文对大宗商品电子商务的发展模式及实施方案进行研究, 主要包括大宗商品电子商务的业务发展模式、实施方案等, 并提出有关建议。

关键词: 大宗商品 电子商务 服务管理

一、大宗商品电子商务服务模式分析

根据平台提供的服务内容的侧重不同, 可以分为信息资讯模式、交易服务模式和供应链服务模式。

1. 信息资讯模式

信息资讯服务型平台的实质是以提供信息服务为主, 其会员主要是信息会员, 按照月、半年、年等周期订购服务, 平台根据产品品类、地域等维度分成不同的频道, 除此之外, 平台还可以提供增值服务, 如会展服务、短信服务、广告服务、企业网站定制等服务。

信息资讯服务模式的企业通过第三方平台向客户提供服务, 通过系统将产品

* 对外经济贸易大学信息学院院长, 教授, 博士生导师。

由国家科技支撑项目(2012BAH19F0402)支持。

的发布、销售、支付结算整个流程整合起来,参与各方可以在平台上获得其所需的服务,并支付相应的费用,信息流是此类平台最为重要的部分,由于其产品多为服务或者虚拟的产品,对于实体物流的要求不是很高。模式见图1。

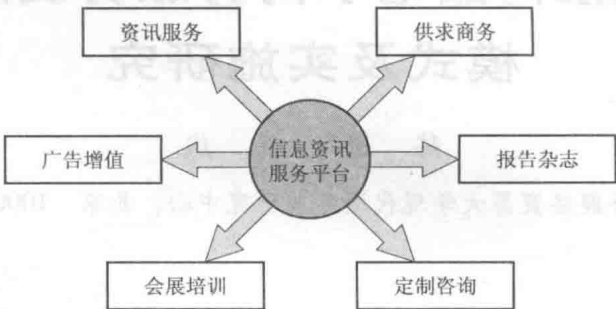


图1 信息资讯服务模式图

图表来源: 本文编制

2. 第三方交易平台模式

第三方交易平台模式又可以成为双边平台模式,是指交易平台作为第三方,为交易的买卖双方提供交易平台及相关配套服务,在网上将销售商和采购商汇集一起,为买卖双方提供基于电子交易平台的相关服务。

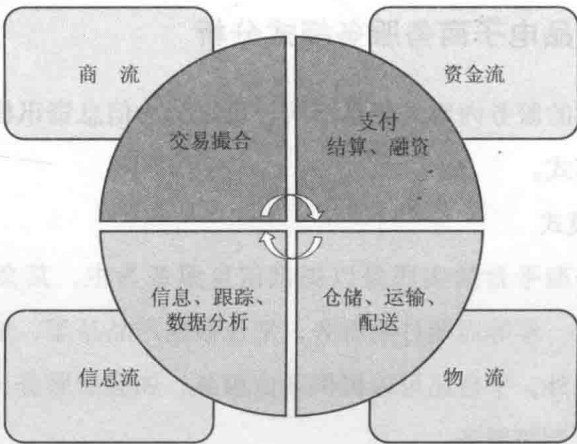


图2 第三方交易平台模式

图表来源: 本文编制

根据图2所示,平台为了满足对客户的服务,提供支付结算、融资、担保、

仓储物流、质量检验等服务,满足客户的资金需求、物流需求、信息需求以及管理需求等,将交易的商流、资金流、物流、信息流整合在一起。

3. 供应链管理模式

供应链服务模式是指以供应链上下游企业为服务对象,主要面向供应链上游或者下游,以缩短供应链链条、整合供应链资源为目的,提供大宗商品电子交易服务。平台与物流企业、商业银行、保险担保公司等合作,提供交易、支付结算、融资、物流、数据分析等服务,降低供应链成本,提升供应链效率。

平台深入到供应链内部,参与到供应链的交易中,利用自身的优势,如信用优势、资金优势、物流优势,整合资源,解决供应链企业的资金问题、物流公共信息管理问题,使得资金流与物流相对应,降低资金风险,监控物流走向,保证到货安全、及时,有迹可循。模式见图3。



图3 供应链管理模式

图表来源: 本文编制

二、大宗商品电子商务盈利模式

大宗商品电子商务服务企业可以根据其业务特点确定自身的盈利模式,就现有的平台而言,已经存在的盈利模式包括会员费、各项业务服务费、行情资讯费、增值服务费、广告费、会议展览费等等。

1. 会员服务费

会员费根据会员类型的不同分为信息会员费和交易会员费,平台客户缴纳不同的费用获得不同的会员身份,享受不同的服务。

信息会员享受平台提供的相关信息服务,包括查找现货资源、供求信息、宏观环境信息、部分价格信息等,根据平台自身的特点和收费,会员会享受相应的信息服务;交易会员缴纳会员费后,获取交易资格,可以享受交易市场提供的交易功能,进行具体的买卖行为。

2. 行情资讯费

行情资讯费是平台为客户提供信息资讯、研究报告等服务所收取的费用,平台会员可以享受平台提供的部分信息服务,但有些具有较高价值的信息采用定价形式,需要客户购买才可获得。表现形式为杂志订购费、研究报告购买费等,根据提供的不同资讯产品而定价。

3. 业务服务费

业务服务费根据平台所提供的服务类型而定,包括交易服务费、融资服务费、物流服务等,与平台合作的相关企业或机构提供服务获得相应的费用收入,平台在交易过程中提供服务的也获得相应的服务费用,如提供交易服务的平台收取相应的交易服务费,交易商为每笔交易交给市场相应的费用。

4. 其他费用

平台根据其所提供的增值服务类别收取费用,增值服务包括短信服务、会展服务、广告服务等。平台可以提供普通短信或者彩信的服务,根据服务种类的不同,短信服务费的定价有所不同;交易市场依赖自身的影响力及资源优势,举办各类行业会展,向参展参会企业收取一定的费用;平台页面设置广告位,为交易企业做广告,根据不同的广告类别,收取相应的线上广告费。

三、大宗商品电子商务服务优势分析

1. 成本节约的能力

大宗商品电子商务与传统的现货市场相比,利用电子交易的手段,将传统的交易方式与现代化的电子手段相结合,改变了传统商品交易方式。物流与商流相

对分离,大大提高了商品的流转速度,促进了现货的流通速度;通过电子交易的形式,拉近了供需双方的距离,节省了交易的时间和空间成本;交易市场提供大量的价格信息,为交易商提供了更透明的价格,有利于企业选择更合理的价格交易方,促进了交易向更健康的方向发展。

2. 信息沟通高效

大宗商品电子商务企业为交易商提供多项服务,其信息流具有丰富、及时、准确的特点,也正是这三个特点可以给供应链中的节点企业的沟通和交流带来更多的方便,提升了沟通的效率,降低了沟通的成本,使供应链的反馈更加快速、准确。

3. 资金利用高效

大宗电子交易市场运用电子信息技术,采用货款集中管理和集中结算的方式,并根据国家法律和规定制定了相应的资金管理和结算制度,从而保证交易资金的安全;平台与多家银行合作,形成资金支付结算网络,使交易商享受方便、快捷的资金服务。

4. 资源整合的能力

大宗商品的电子交易通过电子手段更好地优化整合了商流、信息流、物流和资金流等要素,为交易商提供了一个信息丰富、可以节约交易费用、具有更多选择空间、具有一定交易履约保障的电子交易服务平台,降低交易和物流成本,有利于资源的优化配置。

四、大宗商品全程电子商务发展方向

大宗商品电子商务平台根据自身不同的定位,可以选择不同的服务内容和发展模式,按照目前的发展现状,发展模式可以为综合化服务模式、专业化服务模式、供应链服务模式等。

1. 综合化服务模式

综合化服务模式是指大宗商品电子商务平台为目标客户提供包括信息、物流、金融等综合化的服务,满足客户进行交易所需要的各项服务。

综合化服务模式大宗商品电子商务平台提供包括市场信息资讯、交易谈判磋商、资金支付结算、资金融通、物流仓储配送服务等,需要根据交易商的历史行

为信息、市场供求信息、市场动态信息、交易情况等信息进行判断和决策,对其交易的过程进行跟踪和管理。特点在于全方位的服务,整合各方资源,节约企业寻找信息、筛选信息的成本,同时提供交易、资金、物流服务,借助平台自身的信用,为企业提供安全可靠的服务。

提供综合化服务的大宗商品电子商务平台需要规范其服务的业务流程,对信息安全、交易安全、资金安全、货物安全等进行严格的监控,对各项风险具有严密的防范措施和制度规范,流程化标准化管理,严格执行标准,为客户及自身负责。

2. 专业化服务模式

专业化服务模式是指大宗商品电子商务平台为目标客户提供专业化、个性化的服务。这类平台主要专注于为客户提供某一类专业的服务,将这类服务做精做深。专业化服务的平台可以将服务专注于信息、金融或者物流,其他的服务可以作为辅助的服务具备基本功能,或者与其他专业类的平台合作为客户提供服务,根据平台自身的定位,可以选择适合自身基础条件的服务。

专业化的服务模式专注于对大宗商品交易的某一方面的服务,相较综合化服务模式更容易做得深入精准,同时在专业化做好的基础上可以逐步增加服务的范围,向综合化方向发展。

3. 供应链服务模式

供应链服务模式是指平台作为供应链中的组成成员,参与到供应链的交易链中,以核心客户及其上下游企业为服务对象,运用自身的整合能力,为供应链上的企业提供服务,通过提供供应链的交易服务、金融服务、信息管理服务、物流公共信息服务、数据分析服务,打通大宗商品供销的关键环节,运用现代技术手段,解决供应链上下游企业交易中的瓶颈问题,支持实体经济的发展。

供应链服务模式深入到供应链中,必然需要为供应链企业提供交易服务,并且供应链平台可以通过与核心企业合作,利用自身的信用、资金、物流资源等优势,参与到交易链中,解决资金、物流跟踪等问题。供应链服务模式的大宗商品电子商务平台,可以由供应链的核心企业自身向上下游企业延伸发展,也可以由具有整合能力的第三方企业利于自身的优势为供应链的上下游企业

服务。

五、大宗商品电子商务服务实施建议

1. 平台系统建设

根据大宗商品电子商务的特点,交易平台作为大宗商品电子交易业务的计算机信息系统,支撑业务安全、稳定、高效的运转。

大宗商品电子商务平台可由以下子系统/模块组成,包括:负责各项资讯发布的产品展示系统、资讯服务系统等;用于交易的支付结算业务办理及内部管理的业务处理系统、财务管理系统、物流管理系统、客户管理系统、产品管理系统、风险管理系统及数据分析系统等。

系统建设考虑的因素一般包括系统建设与公司战略的统一性,业务实现所需的系统架构和模块,系统的安全性,建设的成本,系统建设所需的建设团队,系统实施的规划和管理,系统运营及可拓展性等。

2. 客户服务及管理

平台服务的客户包括参与交易的生产商、贸易商、经销商、终端客户以及与平台合作的银行、物流企业等。将客户分类,根据客户的不同需求提供相应的服务,并且为客户提供对服务情况的反馈途径或方式,时刻关注客户的反应,改善自身的服务,提高客户服务管理质量。客户服务内容包括咨询服务、对客户的维护和对客户的培训。通过与客户定期沟通,获取客户需求;通过提供高质量、连续稳定的服务培养客户群体;快速响应客户需求,拉近与客户的距离;客户服务要务实有效。

客户服务管理的步骤一般包括客户识别、差异分析、与客户保持良性接触、根据客户需求调整产品满足客户需求。实现方式也有多种,包括呼叫中心、短信、及时通讯、留言反馈、电子邮件、现场服务等。

3. 管理制度体系建设

为了规范企业的运营和管理,需要建设管理制度体系,包括多方面内容。首先建立制度建设机制,从而保证制度建设工作的开展、管理及反馈;然后从不同层面建立起管理制度,保证规章制度与公司发展战略的匹配,符合国家相关法律