



21 世纪高职高专特色课程规划教材

电子商务企业管理与实训

主 编 陈联刚 何 晖



经济科学出版社

21 世纪高职高专特色课程规划教材

电子商务

企业管理与实训

主 编	陈联刚	何 晖	
副主编	章承林	徐艳兰	谢东升
	焦文渊	吴 瑰	

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务企业管理与实训 / 陈联刚, 何晖主编. —北京:
经济科学出版社, 2008. 1

21 世纪高职高专特色课程规划教材

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6814 - 4

I. 电… II. ①陈…②何… III. 电子商务 - 商业企业 -
企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F713.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 205963 号

责任编辑：张 力

责任校对：张长松

技术编辑：董永亭

电子商务企业管理与实训

主编 陈联刚 何 晖

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

汉德鼎印刷厂印刷

万达装订厂装订

787×1092 16 开 29.25 印张 580000 字

2008 年 1 月第一版 2008 年 1 月第一次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6814 - 4/F · 6068 定价：35.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

前 言

21 世纪,“电子商务”是网络时代兴起的一种新型商务活动形式,随着全球经济一体化步伐的加快,现代企业必须适应并掌握这种商业模式。事实上,随着互联网的普及,电子商务已经并正在改变人们的消费方式、厂家的营销方式、厂家的采购方式、企业资金筹措的操作手段、企业技术来源与 R&D 的合作、企业的生产组织和生产过程的管理、商业银行的运营及竞争方式,并为税收和工商行政管理带来了新的问题;同时互联网的发展再造了整个流通环节、更新人才的挑选与聘用、扩大了企业产品销售区域。因此,现代企业管理必须面对“电子商务”的挑战。

本书主要介绍的是企业如何引入电子商务以及如何进行电子商务企业管理,全书由 13 部分构成,知识点介绍从企业电子商务基础构建出发,到资源、信息、供应链,营销服务、客户关系到业务流程重组和具体项目的实施。本书整体叙述从概述到具体、从局部到整体、从微观到宏观,并针对不同模式的电子商务企业现状给出了相应的实训分析。

本教材有三个特色:一是每一章前都有“案例导入”,从提出现实问题引入;二是注重“案例分析”和“实训”,专门编写了 9 项实训内容提供学生操作,有“实训分析报告”供学生填写;三是介绍了电子商务企业“创业管理”的若干事项,可以提升学生的网络创业意识和能力,反映了最新的电子商务与现代企业的发展,具有实用价值。本书内容丰富,涉及知识面较广,因此建议课堂教学为 54 学时,安排上机实训 18 学时。

教材由长期从事电子商务与现代企业管理教学的教师编写,强调了“实训分析”内容,体现了电子商务专业的教学技能要求,有利于学生吸收和消化《电子商务与现代企业管理》课程讲授的原理和知识点。

通过阅读本书,我们希望读者能够:

1. 熟悉创建一个电子商务企业网站时应该考虑的因素;
2. 了解企业传统企业管理在电子商务模式下的新理念;
3. 掌握电子商务“三流”的管理和运用技巧;
4. 学会电子商务交易模式下营销管理的基本方法;
5. 提高对电子商务企业“体验经济”的认识;

6. 掌握企业业务流程信息化的基本技能;
7. 熟练驾驭具体电子商务“创业”项目的管理和运作。

本书第1章、第2章、第13章、实训由陈联刚编写,第3章、第5章由何晖编写,第4章由焦文渊编写,第6章由黄莹编写,第7章由章承林编写,第8章由余蓉编写,第9章、第11章由徐艳兰编写,第10章由谢东升编写,第12章由吴瑰编写,全书由陈联刚统稿。本书的写作是集体智慧的成果,感谢武汉大学陈务正教授审阅,感谢武汉大学罗昌宏教授的关心和支持。

电子商务是新兴的专业,发展迅速,电子商务与现代企业管理,更是一个有待探索的领域,有许多新问题、新情况,作者学术水平有限,书中不完善之处难免,请各位专家、读者指正!

作者

xiscoonline@hotmail.com

2008年1月

目 录

第1章 电子商务企业概述	1
案例导入	1
1.1 电子商务企业的概念	2
1.1.1 电子商务与企业管理	3
1.1.2 电子商务企业的发展模式	3
1.1.3 电子商务下的企业管理法则	13
1.2 企业电子商务的实施	15
1.2.1 电子商务企业的实施层次	15
1.2.2 企业电子商务的实施过程	16
1.2.3 企业信息化在电子商务中的应用	17
1.3 电子商务对企业管理的影响和新挑战	21
1.3.1 电子商务对企业管理的影响	22
1.3.2 电子商务对企业管理的新挑战	25
案例分析	30
第2章 电子商务企业竞争力分析	38
案例导入	38
2.1 企业竞争力的概念	39
2.1.1 企业竞争力的分析	39
2.1.2 企业核心竞争力	41
2.1.3 企业核心竞争力的评价	46
2.2 实施电子商务企业的战略分析	49
2.2.1 电子商务自身的优势	49
2.2.2 电子商务企业的竞争优势	49
2.2.3 企业实施电子商务的战略分析	61
2.3 电子商务带来的企业竞争新观念和问题	65

2.3.1 电子商务企业竞争格局	65
2.3.2 电子商务带来的企业竞争新观念	66
2.3.3 企业实施电子商务应注意的几个问题	73
2.4 中小企业电子商务竞争力分析	75
2.4.1 中小企业应用电子商务的优势	75
2.4.2 中小企业发展电子商务的战略分析	77
案例分析	81

第3章 电子商务企业的组织革新 86

案例导入	86
3.1 电子商务企业组织的内涵	87
3.1.1 电子商务企业组织的概念	87
3.1.2 电子商务对企业组织的影响	87
3.1.3 电子商务下企业组织结构的发展	89
3.1.4 电子商务企业组织的特点	91
3.1.5 电子商务企业组织的两种类型	92
3.2 电子商务企业组织的特点	94
3.2.1 传统企业组织结构及其局限性	94
3.2.2 电子商务企业组织及其比较	95
3.2.3 电子商务企业的内部组织结构	97
3.2.4 电子商务企业组织结构模式设计思想	98
3.3 电子商务对企业组织的变革	99
3.3.1 电子商务企业管理组织创新	99
3.3.2 电子商务企业组织结构模式的发展趋势	100
3.3.3 电子商务组织结构变革的阻力	102
3.4 电子商务企业组织结构分析	103
3.4.1 电子商务将逐渐取代传统商务活动模式	104
3.4.2 电子商务企业流程重组与运作模式	105
3.4.3 电子商务企业组织结构形式及其共性	106
3.4.4 电子商务企业组织结构发展的方向与设计	108
3.4.5 中国企业的电子商务组织结构	109
案例分析	111

第4章 网络时代的人力资源管理 115

案例导入	115
------	-----

4.1 企业人力资源管理概述	116
4.1.1 人力资源管理概念	116
4.1.2 人力资源管理的发展	118
4.2 电子商务企业的人力资源开发	122
4.2.1 人力资源的需求促成了电子化的发展	122
4.2.2 电子化人力资源管理的价值	123
4.2.3 人力资源管理电子化的基本任务	124
4.2.4 人力资源管理电子化的关键环节	125
4.2.5 人力资源管理电子化带来的整体变革	126
4.3 电子化人力资源管理的实现	127
4.3.1 电子化招聘	127
4.3.2 电子化培训	128
4.3.3 电子化学习	129
4.3.4 电子化沟通	130
4.3.5 电子化考评	130
4.4 网络时代人才资源管理的发展趋势	131
4.4.1 新技术与人力资源管理	132
4.4.2 电子商务人力资源管理新特征	133
4.4.3 网络时代人才资源管理的十大趋势	134
4.4.4 网络时代企业人力资源管理新观念	134
案例分析	136
第5章 网络时代的企业营销管理	146
案例导入	146
5.1 网络化企业的营销管理概念	146
5.1.1 营销活动的概念	147
5.1.2 网络营销的概念	147
5.1.3 电子商务与网络营销的联系与区别	148
5.2 电子商务企业营销理论发展	150
5.2.1 电子商务企业经营环境的变化	150
5.2.2 电子商务企业的市场营销理念更新	152
5.2.3 电子商务对现代营销理论的缺陷进行了补正	154
5.2.4 基于电子商务的市场营销组合理论	154
5.3 电子商务企业的营销策略	156
5.3.1 电子商务企业营销模式与传统营销模式的比较	156

5.3.2 电子商务企业的市场营销活动	157
5.4 电子商务企业的营销管理创新	166
5.4.1 营销理念创新	166
5.4.2 营销策略创新	167
5.4.3 营销组织创新	170
5.4.4 营销模式创新	170
5.5 网上商店的管理	171
5.5.1 网上商店同传统商店的比较	172
5.5.2 目前网上商店存在的问题	173
5.5.3 网上商店管理成功的标准	174
5.5.4 网上商店管理的建议	176
案例分析	177

第6章 网络时代的供应链管理

案例导入	180
6.1 企业供应链管理的概念	181
6.1.1 供应链管理概述	181
6.1.2 供应链及供应链管理的概念和内涵	183
6.1.3 供应链管理的重要性	185
6.1.4 供应链管理技术的演进	187
6.2 电子化供应链管理	188
6.2.1 电子化供应链管理概述	188
6.2.2 信息技术对供应链管理的影响	190
6.3 供应链管理下的企业生产	192
6.3.1 供应链管理环境下企业生产的特点	192
6.3.2 供应链管理环境下生产计划的制定	194
6.3.3 供应链管理环境下的生产控制	196
6.4 网络时代的库存管理	197
6.4.1 库存管理系统概述	197
6.4.2 VMI 管理系统	198
6.4.3 联合库存管理	201
6.4.4 库存管理的收益	203
6.5 网络时代的供应链设计	204
6.5.1 供应链管理的各环节与职能	204
6.5.2 供应链设计问题的简要说明	206

6.5.3 网络时代供应链的设计	207
案例分析	210
第7章 电子化采购管理	215
案例导入	215
7.1 网络化企业的电子化采购概念	216
7.1.1 电子化采购概念	216
7.1.2 电子化采购的基本流程	218
7.2 电子化采购系统	218
7.2.1 电子化采购申请模块	218
7.2.2 电子化采购审批模块	219
7.2.3 电子化采购管理模块	219
7.3 电子化采购的优势	219
7.3.1 掌握采购主动权	220
7.3.2 降低采购成本	220
7.3.3 提高采购效率	221
7.3.4 优化采购过程管理	222
7.3.5 确保采购的质量	222
7.3.6 增加采购交易的透明度	223
7.3.7 强化供求双方之间的业务联系	224
7.3.8 顺应了电子商务发展的要求	224
7.4 电子化采购渠道分析	224
7.4.1 电子化采购的基本策略	225
7.4.2 电子化采购的渠道和方式	226
案例分析	229
第8章 电子商务业务流程信息化	234
案例导入	234
8.1 电子商务业务流程概念	238
8.1.1 企业价值链理论的概念	238
8.1.2 企业外部价值链构成	239
8.1.3 企业内部价值链类型	241
8.2 业务流程信息化原理	243
8.2.1 业务流程信息化的概念	243
8.2.2 流程信息化与电子商务的发展	246

8.2.3 构建信息化的企业经营思维	249
8.2.4 业务流程信息化的原则	251
8.3 业务流程信息化的实施	252
8.3.1 业务流程信息化的步骤	252
8.3.2 业务流程信息化的实施	254
8.3.3 基于电子商务的业务流程信息化实例	260
8.4 企业业务流程的管理	261
8.4.1 企业业务流程管理的目标	261
8.4.2 企业的外部流程管理	262
8.4.3 企业的内部流程管理	263
案例分析	265

第9章 电子商务企业服务管理

案例导入	270
9.1 电子商务企业服务管理的概念	272
9.1.1 服务的含义	272
9.1.2 电子商务服务的特点	273
9.1.3 体验经济与电子商务	273
9.2 电子商务与服务的关系	276
9.2.1 服务是电子商务的基础	276
9.2.2 适应电子商务发展的服务要求	277
9.3 改进电子商务服务的措施	278
9.3.1 加强员工培训, 重视向员工授权	279
9.3.2 想方设法留住老客户	279
9.3.3 正确对待客户的投诉	279
9.3.4 营建客户服务文化	280
9.4 电子化服务	280
9.4.1 电子化服务的优势	281
9.4.2 电子化服务的实现方式	281
9.4.3 提高电子化服务水平	282
9.5 电子商务发展中的服务创新	283
9.5.1 服务观念创新	283
9.5.2 服务机制创新	284
9.5.3 服务特色化创新	284
案例分析	285

第 10 章 网络时代的客户关系管理	292
案例导入	292
10.1 网络时代的客户关系管理概念	294
10.1.1 客户关系管理的内涵	294
10.1.2 客户关系管理的产生与发展	296
10.1.3 客户关系管理的类型	300
10.1.4 客户关系管理的功能	300
10.2 电子商务对客户关系管理的影响	301
10.2.1 客户关系管理在电子商务中的地位	301
10.2.2 电子商务对客户关系管理的影响	303
10.3 电子商务客户关系管理的实施	304
10.3.1 客户关系管理战略决策分析	304
10.3.2 客户关系管理实施的主要步骤	305
10.3.3 成功实施客户关系管理的要素	305
10.4 电子商务客户关系管理系统	308
10.4.1 企业管理信息系统建设	308
10.4.2 客户关系管理系统的结构	309
10.4.3 企业 CRM 系统构建	310
案例分析	312
第 11 章 网络时代的企业文化	321
案例导入	321
11.1 电子商务企业文化概念	322
11.1.1 企业文化的概念	323
11.1.2 企业文化和企业精神	325
11.1.3 企业文化对企业价值的贡献	326
11.1.4 企业文化塑造与变革的必要性	328
11.2 电子商务企业文化的发展	328
11.2.1 电子商务带来企业文化的革新	329
11.3 提升电子商务企业文化的措施	333
11.3.1 速度文化的培育	333
11.3.2 创新文化的培育	334
11.3.3 团队文化的培育	335
11.3.4 学习文化的培育	335

11.3.5 虚拟文化的培育	337
11.3.6 融合文化的培育	337
案例分析	338
第12章 电子商务知识管理	341
案例导入	341
12.1 电子商务与知识管理概念	343
12.1.1 知识管理的基本内容	344
12.1.2 电子商务企业知识管理的意义	350
12.2 电子商务知识管理的实施	351
12.2.1 电子商务企业实现知识管理的途径	351
12.2.2 电子商务企业实施知识管理的方式	352
12.2.3 电子商务企业实施知识管理的战略选择	355
12.2.4 企业知识管理的组织结构	359
12.3 电子商务知识管理创新分析	362
12.3.1 知识创新的模式	362
12.3.2 企业知识创新的管理与开发	362
案例分析	367
第13章 电子商务企业创业管理	374
案例导入	374
13.1 创业的内涵	376
13.1.1 创业的意义	376
13.1.2 创业的激情	376
13.1.3 培养创业的心理品质	378
13.2 创业能力的培养和基本条件	379
13.2.1 创业需要的三种能力	379
13.2.2 如何准备创业资金	380
13.2.3 创业团队的组织和管理	381
13.3 电子商务与风险投资	382
13.3.1 风险投资的概念	382
13.3.2 风险投资商瞄准电子商务	387
案例分析	389
附录一：中国首届电子商务大赛青年电子商务创业专题赛 （创业计划书模版）	408

附录二：中国首届电子商务大赛青年电子商务创业专题赛 (网店业务运营规则及流程)	410
附录三：中国首届电子商务大赛青年电子商务创业专题赛 (网店运营总结模版)	412
电子商务企业管理实训	414
实训一：携程旅行网 (www. ctrip. com) —— “经营体验”	414
实训二：中国同学录 (www. 5460. net) —— “经营关系”	418
实训三：中华英才网 (ChinaHR. com) —— “经营人力”	421
实训四：博客网 (www. bokee. com) —— “经营思想”	425
实训五：39 健康网 (www. 39. net) —— “经营健康”	431
实训六：饭统网 (www. fantong. com) —— “经营美食”	435
实训七：阳光大路 (英文名称 Beyond Tailors) —— “经营个性化”	439
实训八：慧聪网 (www. hc360. com) —— “经营信息”	442
实训九：海尔集团 (www. haier. com) —— “经营文化”	450
参考文献	453

第1章 电子商务企业概述

■ 学习目标

- 了解企业电子商务的发展
- 领会电子商务对企业的影响
- 掌握企业电子商务的实施步骤
- 认识电子商务下的企业运作过程
- 理解电子商务下的企业管理法则
- 明确电子商务对企业管理的新挑战

【案例导入】

永不落幕的广交会网站（www.cantonfair.org.cn）

中国进出口商品交易会，又称“广交会”，创办于1957年春季，每年春秋两季在广州举办，迄今已有50年历史，是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。

广交会由50个交易团组成，有数千家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资/独资企业、私营企业参展。

广交会贸易方式灵活多样，除传统的看样成交外，还举办网上交易会。广交会以出口贸易为主，也做进口生意，还可以开展多种形式的经济技术合作与交流，以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。来自世界各地的客商云集广州，互通商情，增进友谊。

网上广交会（www.cantonfair.org.cn）是广交会承办机构——中国对外贸易中心在商务部信息化司指导下建立的电子商务洽谈平台。网上广交会凭借“中国第一展”的品牌优势，利用广交会数十年积累的参展商展品数据库和客商数据库资源，建立高效便捷的网上贸易渠道，促进国内企业的出口成交。网上广交会创建以来，通过与现场广交会业务的紧密结合，实现“网上洽谈，现场成交”，成为每届广交会现场成交的有力补充，得到各方面一致好评。

中国进出口商品交易会网站 www.cantonfair.org.cn（又名：广交会网站）是中国进出口商品交易会的承办单位中国对外贸易中心拥有独立版权的网站。网站与传

统展会紧密结合,充分利用数十年积累的庞大数据库资源,为与会的中国优秀出口企业与优质国际买家提供广交会权威、丰富、及时的信息服务。同时,作为国内大型电子商务网站,广交会网站提供大型电子商务平台,为中国企业与国际买家提供更方便的信息交流渠道,创造更多的贸易合作机会。

在线广交会的功能是:企业展示、商品展示、强力搜索引擎(商品、企业、采购信息、海外买家、新闻资讯、展会资讯)、订单管理、在线询报价、在线招投标、交易撮合、声像洽谈、商务留言、信息订阅、展会推介、贸易服务、咨询服务等。

其具有如下几方面优势:

- 47 年历史广交会的网上延伸,提供广交会网络虚拟展位;

7 年历史的在线广交会全球推广,拥有极高的国际声誉,在海外采购商心目中可信程度很高。

- 206 个驻外经商参处长年强力推荐;遍布世界稳定的约 30 万家海外买家长年浏览。

• 广交会期间的现场推介:向每届中国政府郑重邀请参会的超过 12 万家的外商现场推介会员企业及其商品,并提供翻译和贸易撮合服务。

- 每届广交会期间,网站点击率高达 3000 万次。

- “永不落幕的交易会”——打破时空界限,不受场馆、会期等条件的限制。

电子商务是什么?电子商务企业能带来什么?

电子商务,对于个人来说,是扑面而来的生活时尚和潮流;对技术专家来说,是基于 TCP/IP 协议互相连接的电脑系统;对于社会来说,是一场面向未来的深刻变革;对于学生来说,是需要认真领悟的“未来”;对于企业来说,是前所未有的机遇和挑战。

21 世纪是网络时代,商务活动是当今社会的主要活动之一,而电脑、网络、通讯和信息技术则是最新的技术手段,当二者结合在一起时,就产生了一个全新的概念——电子商务。永不落幕的广交会网站,说明电子商务已经改变,正在改变一切,由此电子商务企业得到迅速发展。

1.1 电子商务企业的概念

21 世纪是信息时代,从产生和发展的过程来看,电子商务是在西方发达国家进入后工业时代,以新型企业为主要推动力、以争夺全球市场为目标、以网络技术为手段而演化出来的一种新的竞争方式。电子商务正在极大地改变着企业的经营管