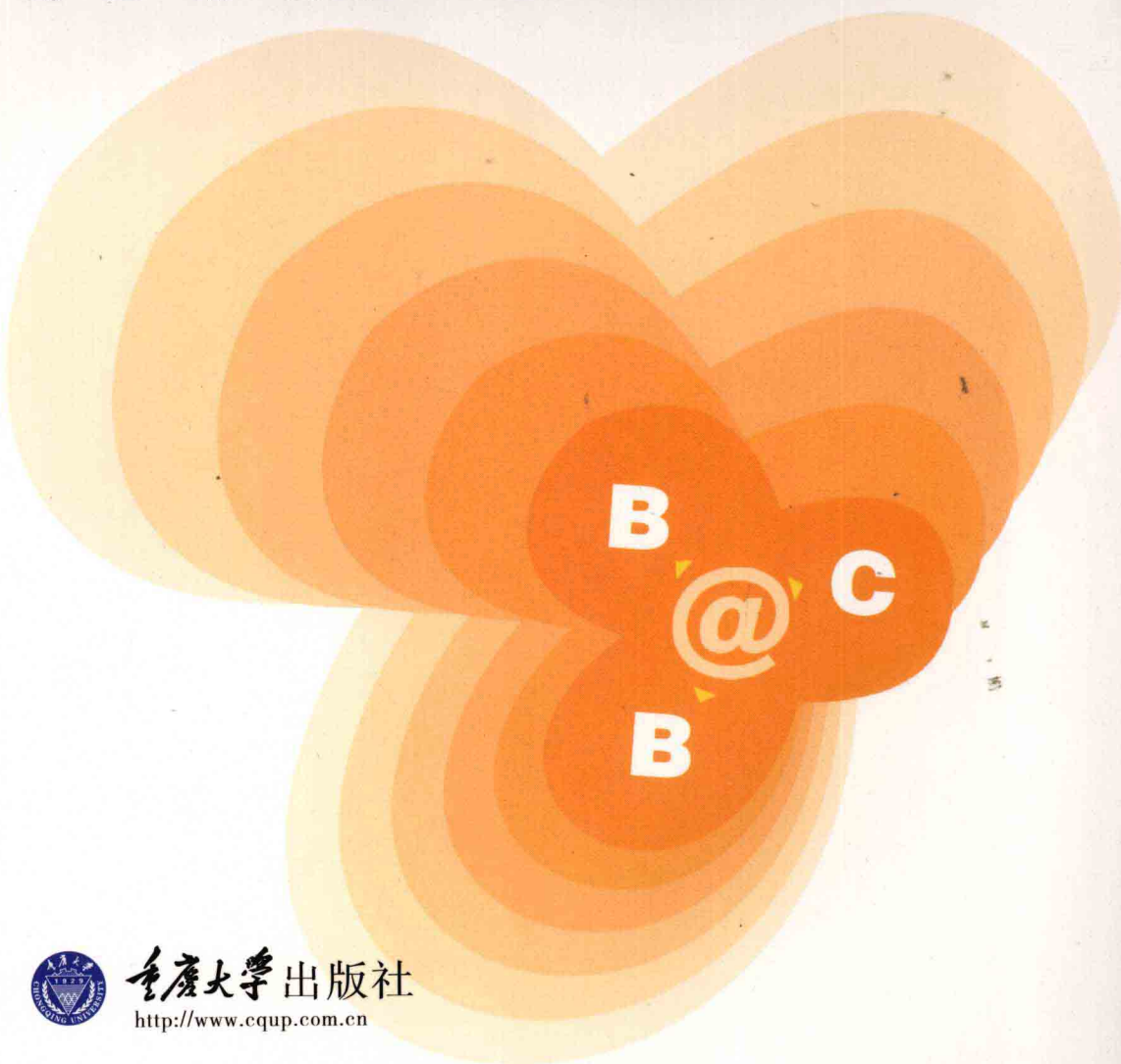




教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中国—澳大利亚（重庆）职业教育与培训项目
中等职业教育电子商务专业系列教材

电子商务实务

总 主 编 邵兵家
执行总主编 张小毅
主 编 邵兵家
副 主 编 黄文胜 邓之宏 陈 静



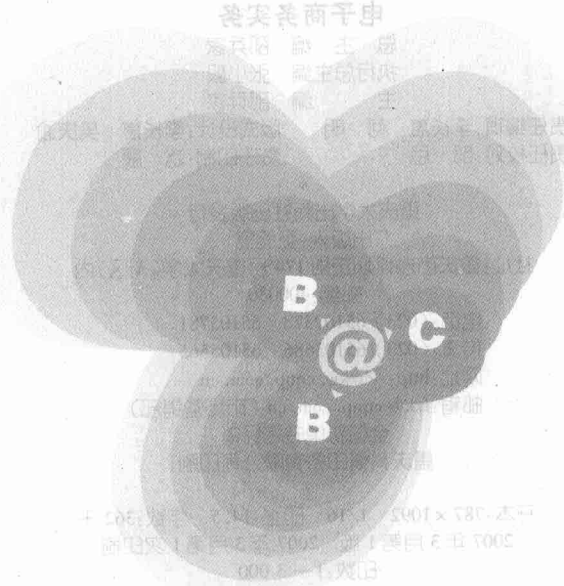
重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
 中国—澳大利亚（重庆）职业教育与培训项目
 中等职业教育电子商务专业系列教材

电子商务实务

总 主 编 邵兵家
 执行总主编 张小毅
 主 编 邵兵家
 副 主 编 黄文胜 邓之宏 陈 静



重庆大学出版社

内 容 提 要

本书是中国—澳大利亚(重庆)职业教育与培训项目电子商务改革项目成果之一,也是教育部实验教材改革项目成果之一。本书借鉴澳大利亚电子商务职业标准,结合我国行业的具体情况确定了较为科学完善的能力标准体系。全书以一个毕业不久的学生冯伟业的电子商务工作经历为主线,将电子商务工作能力分为9个模块,每一个模块中包括若干任务,而任务又通过活动来完成,以系统培养学生的电子商务实际操作技能。在每个模块中包括学习目标、场景介绍、背景知识、实践项目、评估鉴定等部分。

本书的配套光盘主要包括电子商务模式的运作演示和相关资料;同时还配套教学和学习网站,为教师提供教学指导、电子教案等一系列教学辅助资料,通过配套网站可以下载及交流更新的内容和学习补充资料。

本书适用于中等职业教育相关的电子商务、计算机应用等专业的教学和培训,同时对电子商务领域工作的相关人士有较高的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务/邵兵家主编. —重庆:重庆大学出版社,
2008.3

(中等职业教育电子商务专业系列教材)

ISBN 978-7-5624-4164-9

I. 电… II. 邵… III. 电子商务—专业学校—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 086455 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
中国—澳大利亚(重庆)职业教育与培训项目
中等职业教育电子商务专业系列教材

电子商务实务

总 主 编 邵兵家

执行总主编 张小毅

主 编 邵兵家

责任编辑:李长惠 何 明 版式设计:李长惠 吴庆渝
责任校对:邵 忌 责任印制:赵 晟

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鹤盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆科情印务有限公司印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:362千

2007年3月第1版 2007年3月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-4164-9 定价:24.00元(赠送1CD)

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究



系列教材编委会

主任 赵为粮

副主任 傅正洪 张 荣 刘先海 姚友明

委员 向才毅 赵仕民 谢 红 谭绍华

徐光伦 张鹤盛 邵兵家 章方学

张小毅 张 立 饶邦华 李长惠 王 勇

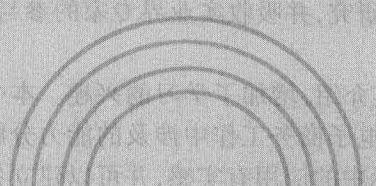
总 主 编 邵兵家

执行总主编 张小毅

顾 问 安东尼·巴勒特(澳大利亚专家)

简·切内斯(澳大利亚专家)

林伟良(澳大利亚专家)



前 言

在社会各界的共同努力下,中国的电子商务发展环境不断改善。

2005年初国务院办公厅发布了《关于加快电子商务发展的若干意见》,随后国家发展与改革委员会设立了电子商务专项基金,鼓励企业及各界开展电子商务工作。2005年5月1日,《电子签名法》正式实施。2006年3月1日起正式实施的《电子银行业务管理办法》和《电子银行安全评估指引》为电子商务宏观环境的完善提供了法律基础和政策依据。根据中国互联网信息中心(CNNIC)的调查结果,到2006年底中国的网络用户已超过1.37亿。中国个人电子商务市场规模空前增长,2006年,中国B2C和C2C总体交易额分别达到82亿元和230亿元。这一切表明,中国的电子商务发展正进入一个新的发展时期。

随着电子商务环境的改善以及市场竞争的加剧,越来越多的企业意识到实施电子商务势在必行,需要掌握电子商务技能的人才来增强企业的竞争力。电子商务人才的需求有不同层次,其中基层实务操作人员需求最多。各种中等职业学校的电子商务专业或相关专业学生的培养目标即在于培养具有较强的电子商务操作技能的人才。

为了更好地借鉴国外职业教育的成功经验,中国和澳大利亚两国政府开展了密切合作,结合中国的实际探索符合国情的职业教育之路。本书即为中国—澳大利亚(重庆)职业教育与培训项目电子商务的成果之一。参照澳大利亚相关的电子商务能力标准及我国行业的具体情况确定了较为科学完善的能力标准体系。本书由9个模块组成,每个模块包括以下组成部分:

- 学习目标:围绕每一模块涉及的内容,提出应该达到的能力要求;
- 场景介绍:通过案例、录像、文字介绍等引入要完成的任务;
- 背景知识:对涉及的重要概念和原理进行简单明了的介绍,有助于任务的完成;
- 活动实施:学生按要求在教师指导下完成任务;
- 实践项目:根据学生实际情况设计的练习和思考题,加深印象和强化操练能力;
- 评估鉴定:自我鉴定、交互鉴定、教师鉴定,鉴定学生掌握能力的情况。

本书的特色如下:

(1) 以中澳电子商务职业教改项目成果为基础,标准依据科学先进,符合中国实际。在本书编写过程中,澳大利亚和中国电子商务专家共同研究,并吸收实业界专家的参与,达到理论和实践的有机结合。

(2) 以一个完整的模拟案例为主线分模块进行内容介绍,增加了学习的兴趣。本书以一个毕业不久的学生冯伟业的工作经历为主线,就其电子商务工作中涉及的能力分解到每个模块。力图使学生对电子商务的技能及其在实际中的应用有实感,并可以建立各能力之间的有机联系,以利于在今后的实践中灵活运用。

(3) 以立体化精品教材体系建设标准为目标,方便教师的授课和学生的学习。本书配套有光盘、学习网站,把授课和学习中涉及的资料进行整理后提供,并发挥互联网的优势将更新的资料及时发布,保证了信息的完整和及时性。读者可以登录重庆大学出版社网站(www.cqup.com.cn)本系列教材书栏目或中国电子商务评论网(www.cnebr.net)本书所在栏目获得相关信息。

本书由该系列教材书编写委员会和中澳电子商务职业教育项目专家组共同研讨确立了大纲体系,由编写人员分工完成。具体分工如下:邵兵家(体系设计和本书前言,E-mail:shaobj@126.com)、黄文胜(模块2、模块4和模块5,E-mail:hungws@163.com)、邓之宏(模块3、模块7和模块8,E-mail:paul2003@126.com)、陈静(模块1、模块6和模块9,E-mail:dixuan@163.com)。全书由邵兵家博士最后统稿完成。

本书的顺利完成,是集体智慧的结晶。感谢中澳电子商务职业教育项目办公室的指导,感谢项目办专家尤其是澳大利亚电子商务专家林伟良先生、中方专家原重庆电子商务有限责任公司副总经理刘启元博士在提纲设计过程中提出的建设性的意见,感谢重庆大学出版社领导、编辑及相关制作人员的大力支持和认真负责的工作,感谢教育部教材指导办公室对本书创新的肯定,将本书列入国家级教材实验改革项目。

由于电子商务在不断发展变化,加上时间和编者能力所限,本书中存在的问题和不足在所难免,欢迎社会各界提出宝贵意见和建议。

重庆大学出版社 2007年5月

主编:邵兵家

2007年5月12日于重庆大学

E-mail: shaobj@126.com

Website: www.cnebr.net

;宋要代道情慨志对画出要,容内编从考兴第一珍案画:科目区学*

;查升的知宗要人持卷整个字文,赠泉,网案拉画:是个最感*

于甜言,是个的丁简单高订批批理麻念翻要重前莫考核:斯成最管*

;知宗的卷升

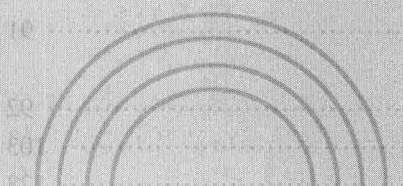
;查升的知宗不旱雷职卷卷采要讲主幸:前突后部*

最味象印新画,感手想味区卷的书籍款帮洞文主幸翻卷:目更短次*

;代道卷翻升

编从道翻卷主幸案卷,宝整调卷,宝整互交,宝整典自,宝整翻卷*

;卷翻



目 录

模块 1 搜索和评估网上商务信息 1

任务 1 判定、评估和利用网上商务信息 2

任务 2 利用网络工具采集商务信息 8

模块 2 使用和维护电子邮件系统 21

任务 1 评估电子邮件服务 22

任务 2 使用电子邮件服务 28

任务 3 维护电子邮件 38

模块 3 参与虚拟社区 51

任务 1 认识和了解虚拟社区 52

任务 2 选择和加入虚拟社区 59

任务 3 为虚拟社区做贡献 63

模块 4 CA 认证 71

任务 1 评估 CA 认证机构 72

任务 2 申请数字证书 78

任务 3 使用数字证书 81

模块 5 网上支付	91
任务 1 选择在线支付的方式	92
任务 2 使用在线支付设施	103
任务 3 管理支付记录	123
模块 6 网络营销	129
任务 1 调查网络营销的目标市场	130
任务 2 使用网络营销的常用工具和方法	137
任务 3 建立网上商店与网站营销	141
任务 4 制订网络营销计划	145
任务 5 评估网络营销效果	153
模块 7 网上购物	161
任务 1 评价和确定供应商	162
任务 2 实施网上购物	166
任务 3 评估网上购物	172
模块 8 网上采购	179
任务 1 交易前的准备	180
任务 2 交易磋商	185
任务 3 签订并履行合同	190
模块 9 网上销售	195
任务 1 为销售货物/服务做准备	196
任务 2 搭建网上商店	199
任务 3 修饰及管理网上商店	204
任务 4 使用电子营销及网上销售	209
任务 5 监控和评估电子营销效果	212
任务 6 自助建站建立网店	216



搜索和评估网 上商务信息

网络资源十分丰富,如何把这些资源变成有参考价值的信息,我们将跟随本书的主人公冯伟业一起去搜索、利用它。

在结束这一模块时,你将能够:

判定、评估和利用网上商务信息

利用网络工具采集商务信息

判定、评估和利用网上商务信息	判定、评估和利用网上商务信息
利用网络工具采集商务信息	利用网络工具采集商务信息

案例介绍

冯伟业2年前从一所职业学校毕业,他有一种创业的冲动,想开一家商店自己当老板。由于传统店铺投资太大,考虑到自己创业资金有限,他看到中国电子商务蓬勃发展的大好形势,在互联网上开店投资小、经营又灵活,于是决定开一家网上商店。冯伟业的网上商店经过2年多的精心经营,现已发展成具有一定规模的网上商城。现在网上商城的卖场人气还不错,于是他想扩展产品,让商城规模进一步扩大,并想从网上了解目前网络消费的主要方向。在确定了产品扩展方向后,需查找相应的供应商,考察评估供应商的信息。在本模块我们将跟随冯伟业考察收集并分析行业、市场、商品、供应商、客户群等商务信息资源,一起去体验网上创业的快乐之旅。

任务1 判定、评估和利用网上商务信息

网络信息资源无穷无尽,要在这些信息海洋中筛选自己所需要的商务信息,找到真实可靠的信息,就需要我们对信息进行判定和评估。如何判定和评估网上商务信息,本任务将带领大家一起去体验。

1. 判定商务信息

(1) 针对商务信息我们先进行分类,如行业信息、技术信息、产品信息等。不管什么类型的信息都应该进行比较、筛选,参见下表:

适合作参考的商务信息	应淘汰的商务信息
时间较近	时间已久
内容完整详实	内容泛泛零碎
来源可靠(如来自于大型门户网站、政府网站、行业协会等)	来源不详

(2) 针对行业信息,可以直接参考行业化报告及政府或该行业大型门户网站,如慧聪行业研究网(<http://www.research.hc360.com>)等。

(3) 针对技术信息,有专门的技术交流及成功案例等展示,也可以从技术的评估指标、适用价值等方面进行衡量。

(4) 针对产品信息,一般从产品的介绍、展示图片或多媒体方式的宣传文件等方面进行全面的比较。

2. 存储商务信息

判定后的有用信息要分类存储或处理,以备日后参考。一般信息可采用以下方式保存:

(1) 直接打印归类、保存。

(2)将信息排序直接粘贴在需要的地方进行存储。

(3)将信息下载分类存储到计算机硬盘。下载时可使用“网络蚂蚁”、“网际快车” (如图 1.1 所示)等下载工具。

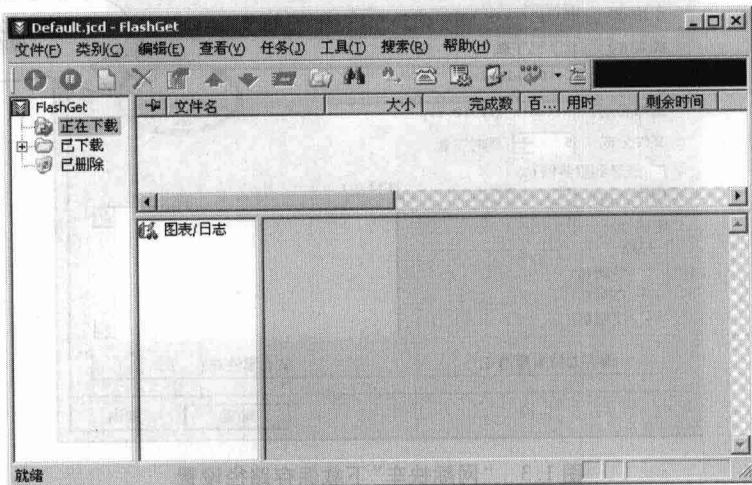


图 1.1 “网际快车”下载及设置

备注：“网络蚂蚁”和“网际快车”都可以通过“天空软件”等网站免费下载使用。

①使用“网际快车”下载商务信息或软件并进行设置,如图 1.2 所示。

②下载时选用“网际快车”添加下载任务即可,如图 1.3 所示。

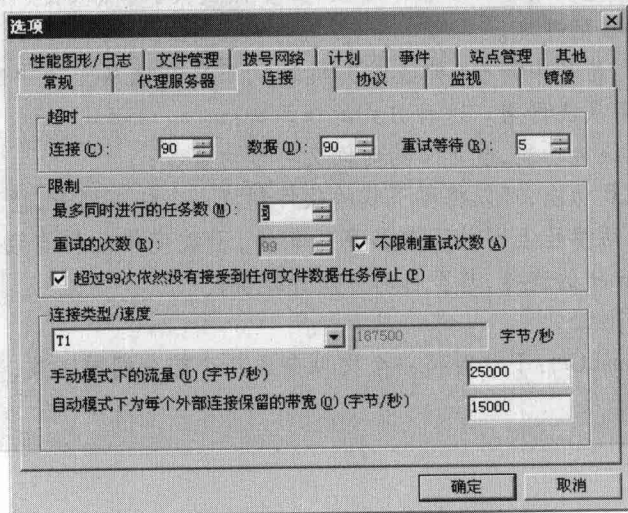


图 1.2 “网际快车”属性设置

[试一试] 用“网络蚂蚁”下载商务信息或软件并填写下表。

网络蚂蚁最大下载任务数目	
网络蚂蚁工作界面右下角区域有哪 4 个选项	
“区域”选项中的灰色圆点表示	
“区域”选项中的蓝色圆点表示	
“区域”选项中的红色圆点表示	

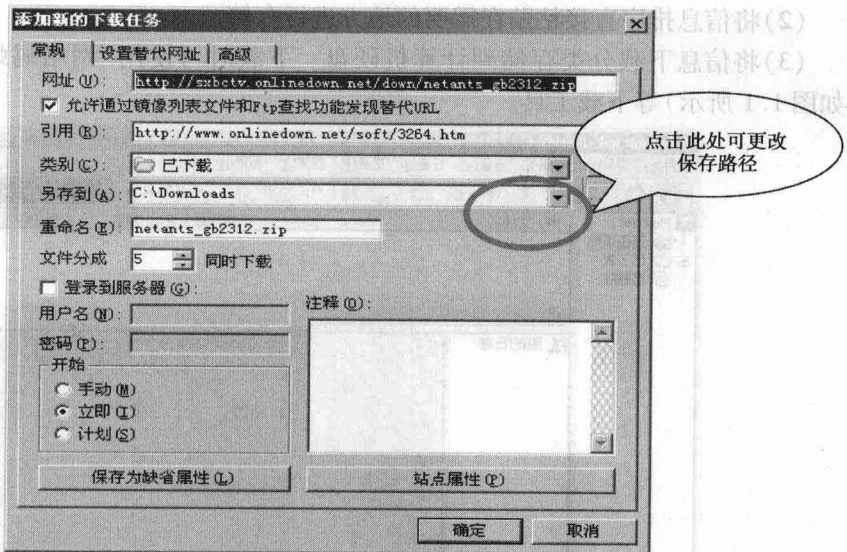


图 1.3 “网际快车”下载保存路径设置



【日积月累】

- 网络蚂蚁 NetAnts: 网络蚂蚁是我国开发的下载工具软件, 因 NetAnts 下载软件似蚂蚁搬家, 它利用了许多技术手段, 如多点链接、断点续传、计划下载等, 大大加快了下载的速度。
- 断点续传: 指信号中断后(掉线或关机等), 下次还能从上次中断的地方接着传送, 而不用从头再来。这种方式的功能有:
它具有断点续传功能, 既可节约时间又可节约金钱;
具有定时下载功能, 可以将要下载的软件制订一个任务列表, 让下载软件在规定的时间内自动拨号上网并下载信息或软件, 下载完毕后再自动挂起 Modem, 断开与 Internet 的连接, 甚至自动关闭计算机;
多文件同时下载。
- 网际快车 FlashGet: 下载时将一个文件分成几个部分同时下载, 可以成倍地提高下载速度。

	目按色并录可大量建通常网
	更进个+部查解习成可并通署讲工 建理答网
	示表点图自改前中聚意“解习”
	示表点图自改前中聚意“解习”
	示表点图自改前中聚意“解习”



[眼下留神]

信息在收集、加工处理后有的不会马上使用,另外一些有价值的信息可能需多次使用,因此需要将之存储起来。信息存储时需注意:

- 安全可靠。各种自然、技术及社会因素都可能造成资料毁坏或丢失,都应有相应的处理和防范措施。比如:多做备份,既可保存在邮箱里也可保存在硬盘或移动硬盘里。
- 节约存储空间。
- 满足存取方便、迅速的要求。

3. 加工利用商务信息

将存储下来的信息进行有效的组织、筛选加工和利用。



[职场训练]

冯伟业的网店还需增加床上用品,他在线下没有找到合适的实体店供应商,于是他决定到“阿里巴巴”网站中找寻。让我们一起跟随他去选择一个比较满意的供应商。

进入“阿里巴巴”网站(图 1.4)。

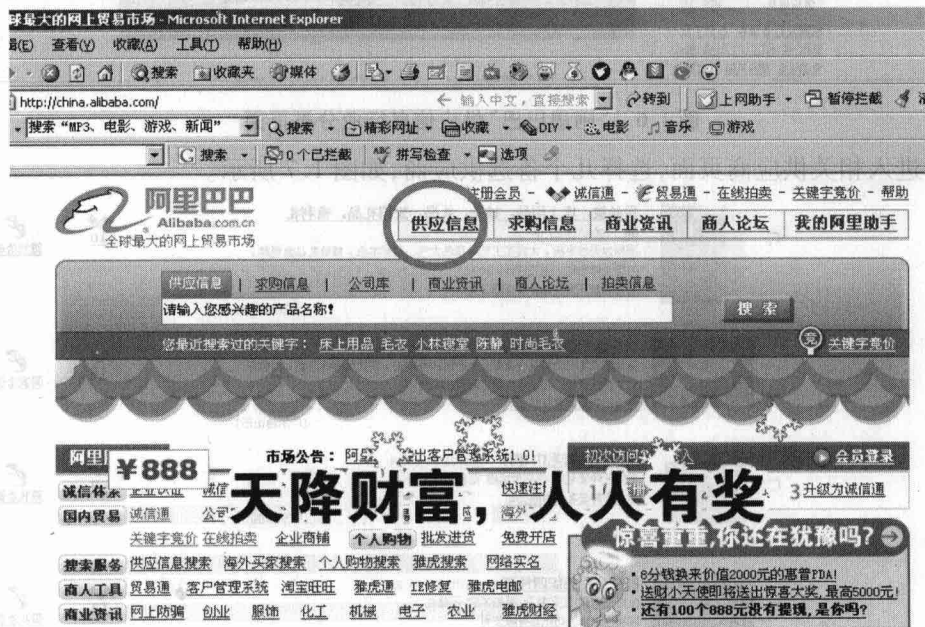


图 1.4 “阿里巴巴”网站首页

①选择“供应信息”,见图 1.5。



图 1.5 “阿里巴巴”供应信息页面

②按行业分类,点击“床上用品”类,如图 1.6 所示。



图 1.6 “阿里巴巴”供应信息行业分类页面

③进入相关供应商页面,选择几个备选供应商,如图 1.7 所示。

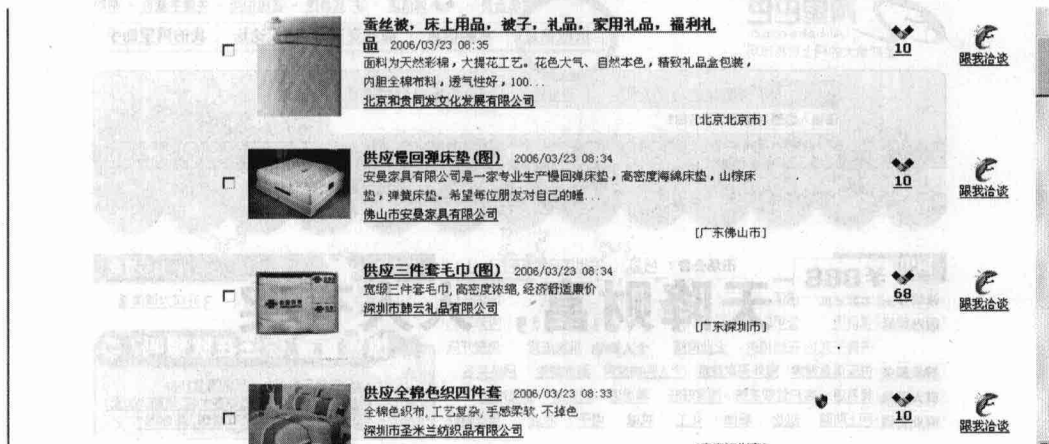
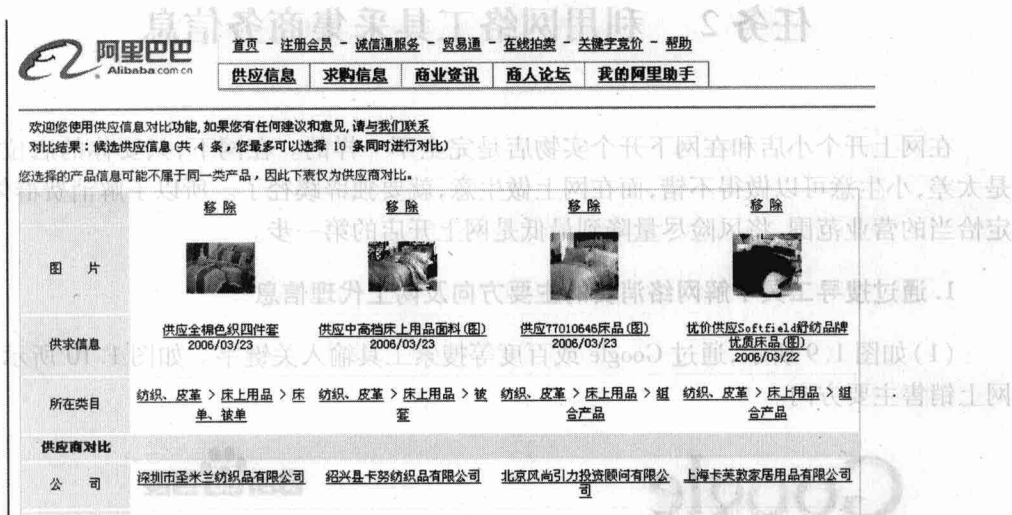
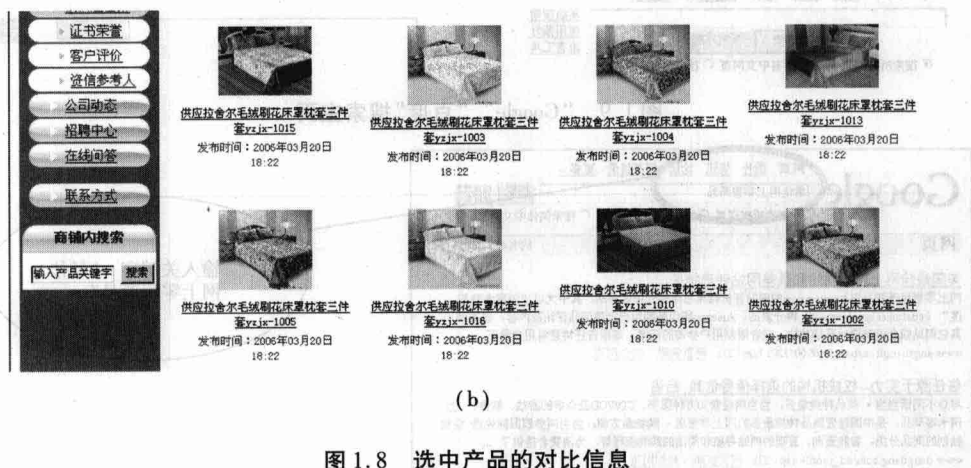


图 1.7 “阿里巴巴”供应信息“床上用品”行业页面

④对几个备选商进行对比,点击“对比选中的产品”,并进行详细查阅,见图 1.8(a), (b)。



(a)



(b)

图 1.8 选中产品的对比信息

⑤与该供应商进行洽谈(请参考本书模块 8 网上采购)。



〔眼下留神〕

市场上的供应商多得让人眼花缭乱,宣传自己的产品也尽量称正宗、便宜,该怎么选择? 这里建议大家从以下几个方面考虑:

- 资质可靠: 供应商应提供合法的企业资质证书及齐全的产品相关许可证书。否则,其商业活动可能潜伏危险,容易上当。
- 价格优势: 假冒伪劣产品之所以有市场,其根本因素就是令人心动的价格。价格当然是选择的重要因素,但大家应该心里有个戒律: 绝对不能选择仿冒品!
- 支持与服务: 要注意是否有退换货政策及承诺质量保障和售后服务支持。

任务2 利用网络工具采集商务信息

在网上开个小店和在网下开个实物店是完全不一样的。在网下,只要你的店位置不是太差,小生意可以做得不错,而在网上做生意,就要独辟蹊径了。所以了解消费群体,确定恰当的营业范围,将风险尽量降到最低是网上开店的第一步。

1. 通过搜寻工具了解网络消费的主要方向及网上代理信息

(1)如图 1.9 所示,通过 Google 或百度等搜索工具输入关键字。如图 1.10 所示搜寻网上销售主要方向。

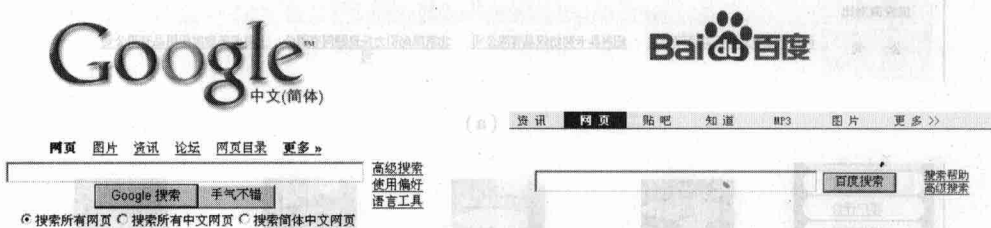


图 1.9 “Google”、“百度”搜索主页

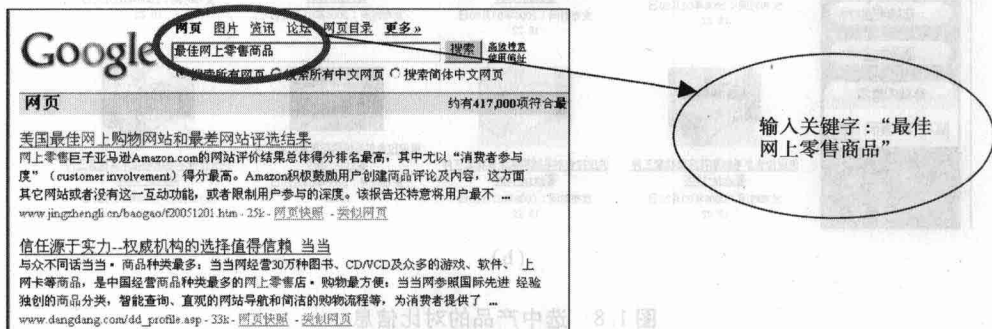


图 1.10 “Google”关键字搜索方式

通过搜索,冯伟业找到了以下 2 个网页内容,并从中得到了很多信息,为他的商品扩展方向提供了重要的参考价值。

美国网上零售商杂志 Internet Retailer 近日发布他们评选的“2006 年最佳网上零售网站 TOP50” (Top 50 Best of the Web online retailing web sites), 共分为 7 个类别, 包括: 服饰/计算机/电子/CD/DVD、鲜花/礼品/珠宝、食品/药品/美容、家庭用品、大型综合零售商/百货商场、专项产品。

(来自: <http://www.jingzhengli.cn/report/F2005/1115.htm>)

网上零售最佳商品知多少

酷鱼/转

您的位置 首页 > 按时间浏览 > 营销综述:

尽管媒体成天鼓吹因特网已成为零售商人手中的神奇武器,然而并非每一个网上零售种类都“生而平等”。判断网上零售成功标准与判断网下零售成功标准不同,但这两个领域之间并非毫无相通之处,一些基本的商业原则对二者均可适应。EMarketer根据一些标准筛选出一些商品和服务领域,这些领域从现在到2003年都将是网上零售业“亮点”。

1. 电脑

美国1998年网上电脑的交易占全部的电脑交易额的8%,大约有3300万美元。到1999年底这个份额将上升到17%。得到消费者信赖的一些著名品牌,如IBM Dell 和 Gateway 等,也促进了网上电脑的销售。

2. 旅游

美国网上旅游业的是一个巨大的市场,而且将继续增大,预计到2003年旅游业的收入将会超过230亿美元。

1998年美国人在国内和国外的旅游的消费为5150亿美元。仅旅游代理商就赚取了其近四分之一的金额(1270亿美元)。在网上经营旅游业的好处有两点:第一,它是高度票证化的,要经过深思熟虑的交易。第二,旅游前需要有较多的咨询和调查,并且它是由价格机制驱动的。旅游业的电子商务类交易额仅次于软件,排在第二位。Cyber Dialogue的报告显示,旅游是在网上获取信息最多的产业,38%的网络用户曾经通过网络查询过旅游方面的信息。但是查询信息并不等于购买,实际购买的人只占查询信息总人数的五分之一。

3. 书籍

书籍作为一种日常用品,价格低而信息含量高,是理想的电子商务商品。随着Amazon的成功,书籍成为网上最吸引消费者的零售商品,并且将继续保持其在网上最畅销产品的地位。在网上销售中,书籍交易是一个价值140亿美元的市场,每年的销售量都

(来自: <http://www.webpromote.com.cn>)



[职场训练]

请你用搜寻工具在网上为冯伟业搜寻相关网上消费资料,并完善“网上市场调研体验表”。

网上市场调研体验表

网上主要消费人群年龄分布?	18~23岁 <input type="checkbox"/>	24~34岁 <input type="checkbox"/>	35~45岁 <input type="checkbox"/>	46~50岁 <input type="checkbox"/>	
网上购物消费者月收入?	1000元以下 <input type="checkbox"/>	1000~2000元 <input type="checkbox"/>	2000~3000元 <input type="checkbox"/>	3000~5000元 <input type="checkbox"/>	5000元以上 <input type="checkbox"/>
网上消费群体学历分布最多的是?	大专以下 <input type="checkbox"/>	大专及本科 <input type="checkbox"/>	研究生 <input type="checkbox"/>		
网上消费者消费行为表现?	追求时髦 <input type="checkbox"/>	便捷 <input type="checkbox"/>	体验 <input type="checkbox"/>		

(2) 搜寻网上代理。找到商品的扩展方向后,就要想法在网上销售了。而网上代理可以省去很多直接进货的麻烦,可以实现“零库存”代销,货可由对方发给顾客。于是,冯伟业通过搜索工具继续寻找网上代理等信息,如图1.11所示。