



职业教育电子商务专业  
“十三五”规划系列教材

ZHIYE JIAOYU  
DANZI SHANGWU ZHUANYE  
SHISANWU  
GUIHUA XILIE JIAOCAI

# 电子商务基础

主 编 / 钟雪梅

副主编 / 杨 洋 黄 清



重庆大学出版社  
<http://www.cqup.com.cn>

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材

# 电子商务基础

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 主 编 | 钟雪梅 |     |     |
| 副主编 | 杨 洋 | 黄 清 |     |
| 参 编 | 彭 军 | 廖卓萍 | 黄燕华 |
|     | 赖 宇 | 廖媛媛 | 曾怡洁 |
|     | 黄 劲 | 吴慕勤 | 江凯彬 |

重庆大学出版社



## 内容提要

本书打破中职教材的传统编写模式,采用“项目—任务—活动”的编写体例,通过项目模块,任务细分,课堂活动操作,融入相关的理论知识。全书内容主要包括8个项目模块:走进电子商务世界、初识电子商务平台、体验电子商务支付、熟悉电子商务物流、体验网络营销活动、警惕电子商务安全、专注移动电子商务、培养电子商务职业道德。

本书可作为中等职业学校的电子商务专业、财会专业、市场营销专业等商贸相关专业以及计算机相关专业学生的教材,也可作为企事业单位从事电子商务的人员的参考用书或电子商务爱好人士的读物。

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础/钟雪梅主编。—重庆:重庆大学出版社,2016.1

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材  
ISBN 978-7-5624-9541-3

I. ①电… II. ①钟… III. ①电子商务—中等专业学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 258619 号

职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材

## 电子商务基础

主 编 钟雪梅

副主编 杨 洋 黄 清

责任编辑:王海琼 版式设计:莫 克

责任校对:张红梅 责任印制:张 策

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: [fxk@cqup.com.cn](mailto:fxk@cqup.com.cn) (营销中心)

全国新华书店经销

重庆市国丰印务有限责任公司

\*

开本:787×1092 1/16 印张:12.25 字数:361 千

2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

印数:1—2 000

ISBN 978-7-5624-9541-3 定价:29.00 元

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

# 编写人员名单

主 编 钟雪梅 中山市沙溪理工学校

副主编 杨 洋 惠州工程技术学校

黄 清 广州市花都区职业技术学校

参 编(以姓氏笔画排序)

江凯彬 广州市花都区职业技术学校

吴慕勤 广东省财经职业技术学校

黄 劲 湛江机电学校

黄燕华 中山市暴风电子商务有限公司

彭 军 中山市沙溪理工学校

曾怡洁 广东省贸易职业技术学校

赖 宇 广东省商业职业技术学校

廖卓萍 中山市沙溪理工学校

廖媛媛 广东省贸易职业技术学校

# 序

随着互联网技术的日益普及,以电子商务为代表的互联网应用得到了快速发展。现在,电子商务已经深入我们生活的方方面面,从有形产品到无形服务,从国内到跨境,从城市到农村,交易的内容和范围不断扩大。越来越多的传统企业感受到电子商务的冲击,也意识到开展电子商务的重要性,从中央到地方、从企业到个人,都在积极探索电子商务发展之路。

中国作为一个发展中国家,开展电子商务比发达国家具有更为重要的意义,可以更好地解决落后地区传统商业设施不足带来的问题,有助于解决农业生产中由于信息不对称带来的卖难问题,所以电子商务对人口众多的中国农村意义更为突显。近年来,中央部委及各级政府陆续出台了一系列相关的政策措施,积极推动电子商务的发展。

国务院总理李克强在今年的政府工作报告中提出并制订“互联网+”行动计划,发展电子商务等新兴服务业,是“互联网+”行动的重要内容,对于促进传统产业和新兴产业融合发展,减少流通成本,激励创业、扩大就业,具有重要意义。现在,全社会掀起了一股以互联网为基础的创新创业热潮。

一个新兴行业的发展离不开人才,随着对电子商务的迅速发展,人才不足的问题也日益凸显,对电子商务人才培养模式的改革也提上议事日程。国家十分重视教育特别是职业教育的发展,在政策及资金等方面都给予了极大的支持。对于职业教育而言,如何科学分析职业

岗位及其技能的需求,如何通过科学的设置课程体系和实践环节,通过与企业有机结合的人才培养模式创新,是各级职业院校面临的重要课题。在此过程中,一方面要求任课教师积极参与企业的实践,掌握实际的操作技能;另一方面,通过有效的机制设计来吸引有丰富的实战经验同时又乐于分享的行业精英参与教学实践。现在,各地也总结了一些校企合作的经验,结合各自的特色来选择设计有效的模式。

人才培养中一个重要的方面就是教材,一本好的教材对授课教师和学生都十分有帮助。然而,电子商务的发展日新月异,新技术和新模式不断推出,给电子商务的教学带来了极大的挑战。作为基于互联网产生的电子商务,其教学方式也应借助互联网,通过网络来完善传统的纸质教材的不足,为教师提供不断更新的教学资源,为学生提供随时出现的创新实践案例。因此,教材的范围会从纸质扩展到电子,从现实扩展到虚拟空间,组成一个立体的教学资源。

基于以上分析,重庆大学出版社组织了具有丰富实践教学经验的双师型教师 and 丰富实战经验的企业专家,借鉴现代的教学和教材编写理念,策划出版本系列专门面向职业学校的电子商务类教材。

本系列教材是在深入分析我国电子商务的实践和企业运营实际的基础上,针对电子商务的岗位需求和能力知识需求而设计的。把知识的学习和能力的培养通过系统的模块设计来实现。重视以学生为中心,鼓励学生通过动手实践来探索,实现教与学的有机统一。在结构安排上,本系列教材设置了“项目综述”“项目目标”“项目任务”“任务情境”“任务分解”“合作实训”“项目总结”和“项目检测”等栏目,培养学生的动手应用能力。另外,教材还配有教学资源包和专业网站,为“立体化”教学提供支持。

本系列教材的出版,为职业学校电子商务的教学提供了灵活、实用的教材。相信本系列教材一定能够很好地适应现代职业学校教学的需要,为社会培养出更多优秀的电子商务专业人才,为我国电子商务的发展作出应有的贡献。

# 前言

本书是职业教育电子商务专业“十三五”规划系列教材之一。近年来,随着互联网与电子商务技术的快速发展,“互联网+”以一种新的经济业态带来更为广阔的成长、发展空间,电子商务已经成为我国经济发展中活力和创新力最强、社会影响力最广的朝阳产业,广泛渗透到社会经济生活的各个领域,不仅成为企业拓展市场、降低成本的新渠道,更是消费者便利消费的新选择,而且在促进社会就业、推动产业转型升级、带动全球贸易增长等方面发挥着日益重要的作用,着力推动大众创业,万众创新。

“全民电子商务”时代的到来普及电子商务知识和学习电子商务技能成为现代人才技能培养需求,本书结合电子商务最新发展动态,从应用的角度全面系统地介绍了电子商务领域各个方面的基本知识和技能,按项目导向和任务驱动的形式组织教材体系结构和内容。内容主要包括8个项目模块:走进电子商务世界、初识电子商务平台、体验电子商务支付、熟悉电子商务物流、体验网络营销活动、警惕电子商务安全、专注移动电子商务、培养电子商务职业道德,并根据每个项目内容与特点,安排了具体的情境任务、课堂活动、合作实训和课后习题。

本书具有以下特点:

1. 本书打破中职教材的传统编写模式,采用“项目—任务—活动”的编写体例,通过具体项目模块,任务细分,课堂活动操作,融入相关的理论知识,避免了从纯理论入手的传统教学模式。

2. 本书编写内容以学生为主体,以项目为驱动,让学生亲身体验真



实的电子商务任务情境实践,在做中学,学中做。遵循了先易后难的原则,从简单的课堂活动引出相关理论知识,再到综合的合作实训。

3. 本书吸纳了著名企业的电子商务行业专家亲自执笔撰写,确保学习内容与企业真实应用同步,而且把电子商务企业真实工作提炼出来作为实训项目,辅以必要的理实一体化作业,帮助学生提升综合竞争力。

本书的每个项目设计两个任务,每个任务安排若干个活动。项目的基本结构如下:

【项目综述】简述本项目要完成的具体任务及涉及的相关知识点。

【任务情境】本任务依据真实的学习状况和公司动态设定情境。

【知识窗】本任务完成所涉及的电子商务相关的理论知识。

【活动实施】本任务分解成若干个具体的课堂活动,指导学生完成活动的具体步骤。

【合作实训】为巩固学生学习基础知识和培养学生团队合作能力进行综合实训项目。

【项目总结】启发学生对本项目所涉及知识和技能的回顾和总结。

【项目检测】帮助学生思考、理解和消化本项目的知识点。

当读者系统学习本书之后,不仅全面了解行业发展历程和网络交易平台发展状况,同时能学习和体验网络购物、电子支付和物流配送活动,掌握一定的网络营销活动推广和电子商务安全管理的技能,培养电子商务职业道德和就业创业的相关知识和技能。

本书的配套资料:为了方便教学,作者为本书提供了如下资料:任务活动所需的素材图片、每个项目教学设计和多媒体课件、项目检测习题的参考答案。

本书的配套资料可在重庆大学出版社的资源网站([www.cqup.com.cn](http://www.cqup.com.cn),用户名和密码:cqup)上下载。

本书由钟雪梅担任主编统筹编写,由杨洋和黄清担任副主编,协助完成审稿和配套教学资料的整合。项目1由彭军、黄燕华编写;项目2由杨洋编写;项目3由赖宇编写;项目4由黄劲编写;项目5由黄清、廖卓萍、吴慕勤编写;项目6由江凯彬编写;项目7由廖媛媛编写;项目8由曾怡洁编写。在编写过程中,参阅、借鉴并引用了大量国内外有关电子商务技术、创新等方面书刊资料和研究成果,浏览了许多相关网站,在此深表感谢。特别是得到了重庆大学出版社、中山市暴风电子商务有限公司的大力支持和帮助,在此一并致以衷心的感谢!

限于作者编写水平,书中错误和不妥之处在所难免,恳请读者不吝指教。

联系邮箱:xm520@126.com

编者  
2015年12月



# 目 录

## 项目1 走进电子商务世界

### 任务1 认识电子商务世界

活动1 了解电子商务发展历程

活动2 初识电子商务就业岗位

### 任务2 创新电子商务模式

活动1 熟悉传统电子商务模式

活动2 体验新型电子商务模式

## 项目2 初识电子商务平台

### 任务1 了解电子商务平台

活动1 初探网络世界

活动2 畅游电子商务平台

活动3 初试网页制作

### 任务2 创建网上购物店铺

活动1 申请淘宝店铺

活动2 申请微商店铺

## 项目3 体验电子商务支付

### 任务1 认识电子商务支付

活动1 学会快捷支付

活动2 尝试手机支付

活动3 体验淘宝购物

**任务2 开通网上支付工具**

活动1 开通网上银行

活动2 开通支付宝账户

**项目4 熟悉电子商务物流**

**任务1 认识电子商务物流**

活动1 了解传统物流

活动2 熟悉电子商务物流

**任务2 熟悉知名快递公司**

活动1 选择合适的快递公司

活动2 学会填写快递运单

活动3 体验查询快递运单物流信息

**项目5 体验网络营销活动**

**任务1 学习网络营销知识**

活动1 了解网络营销模式

活动2 学习网络营销案例

**任务2 体验网络营销活动**

活动1 了解网络广告

活动2 尝试搜索引擎工具

活动3 开展微营销活动

**项目6 警惕电子商务安全**

**任务1 了解电子商务安全**

活动1 了解电子商务安全内容

活动2 熟悉电子商务安全技术

**任务2 识别网络交易风险**

活动1 了解网络交易安全常识

活动2 熟悉网络交易风险防范

**项目7 专注移动电子商务**

**任务1 了解移动电子商务**

活动1 了解移动智能终端

活动2 熟悉移动电子商务 APP

活动3 收集移动电子商务企业运营现况

**任务2 体验移动电子商务**

- 活动 1 了解移动智能终端支付功能
- 活动 2 体验移动智能终端网购过程

## **项目 8 培养电子商务职业道德**

### **任务 1 了解电子商务法律法规**

- 活动 1 了解电子商务相关法律
- 活动 2 学习电子商务平台规则

### **任务 2 培养电子商务职业道德**

- 活动 1 了解电子商务职业道德
- 活动 2 做有职业操守的电子商务人

## **参考文献**

# 项目 1 走进电子商务世界

## 项目综述

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)第36次互联网络发展报告的数据显示,截至2015年6月全国网民规模达6.68亿,半年新增网民1894万人,其中仅网络购物就占网民使用率的56%,如此庞大的用户群为电子商务的发展带来极大的发展空间。目前,许多企业已经利用电子商务获得巨大成功,如阿里巴巴网、京东商城网、当当网,电子商务的发展催生庞大的人才需求。

李伟、王杰、张艳和刘洋同学是光明职业技术学校的高一新生,怀着对电子商务浓厚的兴趣走进学校,通过学习接触电子商务世界。恰逢学校校企合作单位暴风公司正在着手建造电子商务新平台,需要一批热情活跃的高一新生加入构建团队,李伟、王杰、张艳和刘洋看到了暴风公司的校园招聘,通过自身努力成功进入企业,希望通过这次实习的机会了解电子商务公司的内部岗位设置,熟悉传统电子商务模式和接触新型电子商务模式,为今后的电子商务专业学习做好准备,也为自身未来的就业创业打好基础。

## 项目目标

通过本项目的学习,应达到的具体目标如下:

### 知识目标

- 了解电子商务发展历程
- 了解电子商务岗位设置
- 掌握电子商务传统模式
- 了解电子商务新型模式

### 技能目标

- 掌握利用网络从事商务活动的技巧
- 掌握商务活动的有效沟通技巧
- 掌握市场调查的操作技巧

### 情感目标

- 增强学生团体合作意识
- 培养学生理论联系实际能力
- 培养学生与时俱进、开拓创新精神
- 初步形成适应社会主义市场经济需要的就业观和人生观

## 项目任务

任务1 认识电子商务世界

任务2 创新电子商务模式

## 任务1 认识电子商务世界

### 情境设计

刚踏入学校的李伟、王杰、张艳和刘洋无意间得知暴风公司因平台扩建正在学校进行校园招聘,有网店客服、美工助理、物流助理、运营助理、网络推广助理等实习岗位。为在招聘面试中脱颖而出,李伟他们需要提前做好知识准备,在学校指导老师的引导下李伟他们组成一个学习小组,借助网络初步了解了电子商务的发展历程和基本理论知识,在反复对比实习岗位后各自选择了适合自己的岗位向暴风公司投放了简历,并很快接到了公司的面试通知,李伟小组的刻苦用心是否能让他们成功通过面试?

### 任务分解

为成功获得暴风公司的实习岗位,小组成员在学校指导老师的引导下需要先借助网络搜索工具了解电子商务大环境下的发展历程,掌握电子商务的基本理论知识,深入了解具有代表性的知名网站的基本功能。在此基础上,李伟小组还需借助网络了解电子商务岗位设置并各自进行初步的职业定位,通过模拟招聘加深电子商务岗位的认知。

### 活动1 了解电子商务发展历程

#### 活动背景

李伟和王杰、张艳、刘洋由于刚踏入学校,对电子商务的知识并不熟悉,因此在真正接触电子商务岗位之前,由学校专业指导老师带领学习所需具备的专业知识:电子商务产生和发展、电子商务基本概念、电子商务基本特点和电子商务基本组成要素,然后通过指导老师的小组活动巩固知识。

## 知识窗

### 1. 电子商务的产生和发展

#### (1) 电子商务产生的背景

电子商务最早产生于20世纪60年代,高速发展于20世纪90年代,电子商务产生的原动力是信息技术(IT)的进步和社会商业的发展。20世纪90年代,互联网(Internet)的出现将信息技术的进步推向了一个新的高潮。与此同时,信息技术与社会商业的融合发展,导致了社会网络化、经济数字化、竞争全球化、贸易自由化的趋势不断加强。电子商务正是在这种背景下产生的,如图1.1.1所示。

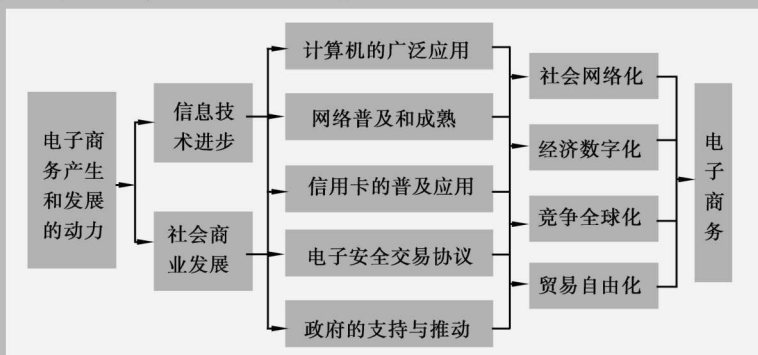


图 1.1.1 电子商务产生的动力

#### (2) 我国电子商务的发展历程

●1993—1998 年起步阶段 1993 年成立国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”,取得了重大进展。1996 年,金桥网与因特网正式开通。1997 年,信息办组织有关部门起草编制中国信息化规划。同样是在 1997 年,中国第一家垂直互联网公司诞生——浙江网盛科技股份有限公司。1998 年 3 月,中国第一笔互联网网上交易成功。

●1999—2002 年初步发展阶段 1999 年 3 月 8848 等 B2C 网站正式开通,网上购物进入实际应用阶段。同年政府上网、企业上网,电子政务、网上纳税、网上教育、远程诊断等广义电子商务启动,并有试点,开始进入实际试用阶段。这个阶段里中国的网民数量比较少,根据 2000 年年中公布的统计数据,中国网民仅 1 000 万。而且这个阶段,网民的网络生活方式还仅仅停留于电子邮件和新闻浏览的阶段。网民未成熟,市场未成熟,以 8848 为代表的 B2C 电子商务站点能说得上是当时最闪耀的亮点。这个阶段要发展电子商务难度相当大。

●2003—2006 年高速增长阶段 在这一阶段,当当、卓越、阿里巴巴、慧聪、全球采购、淘宝,这几个响当当的名字成了互联网江湖里的热点。这个阶段对电子商务来说最大的变化有 3 个:大批的网民逐步接受了网络购物的生活方式,而且这个规模还在高速地扩张;众多的中小型企业从 B2B 电子商务中获得了订单,获得了销售机会,“网商”的概念深入商家之心;电子商务基础环境不断成熟,物流、支付、诚信瓶颈得到基本解决。

●2007年以后纵深发展阶段 这个阶段最明显的特征就是,电子商务已经不仅仅是互联网企业的天下,数不清的传统企业和资金流入电子商务领域,使得电子商务世界变得异彩纷呈。B2B领域的阿里巴巴、网盛上市标志着发展步入了规范化、稳步发展的阶段;淘宝的战略调整,百度的试水意味着C2C市场不断的优化和细分;PPG、红孩子、京东商城的火爆,不仅引爆了整个B2C领域,更让众多传统商家纷纷跟进。

## 2. 电子商务的基本概念

电子商务源于英文 Electronic Commerce,简称为 EC。顾名思义,其内容包含两个方面:一是电子方式,二是商贸活动。电子商务指的是利用简单、快捷、低成本的电子通信方式,买卖双方不见面地进行各种商贸活动。

从范围来看:电子商务的概念有广义和狭义之分。广义的电子商务是指包括互联网、企业内部网(Intranet)、局域网(LAN)等各种不同形式网络在内的,一切计算机网络中进行的商务活动。狭义的电子商务仅仅是指通过互联网进行的商务活动。

从其内涵看:电子商务是高科技在商务领域中的应用;电子商务的本质是商务,而不是技术;电子商务是传统商务的拓展,是企业整个营销战略的重要组成部分。

## 3. 电子商务的基本特点

20世纪90年代以后,现代信息技术突飞猛进的发展将世界带进了信息化时代,作为伴随现代信息技术发展而产生的新兴商业模式——电子商务正在不断地改变人们的生活。电子商务与传统商务相比,具有6个基本特点,如图1.1.2所示。



图 1.1.2 电子商务的基本特点

## 4. 电子商务的基本组成要素

从电子商务应用的角度来看,电子商务由网络、用户、物流配送、认证中心、银行、商家6个基本要素组成,它们一起构成了电子商务的运作环境,即电子商务的总体框架结构,如图1.1.3所示。



图 1.1.3 电子商务的基本组成



①网络:这里的网络包括互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)、企业外部网(Extranet)。互联网是电子商务的基础,是商务、业务信息传送的载体;企业内部网是企业内部商务活动的场所;企业外部网是企业与企业以及企业和个人之间进行商务活动的纽带。

②用户:是指连接在互联网上的个人用户和企业用户。

③商家:在网络上从事商业活动(生产、经营相关物品)的个人和各种组织。

④认证中心(Certificate Authority, CA):是法律承认并授权的权威机构,负责发放和管理数字证书,使网上交易的各方能互相确认身份。

⑤物流配送:接受买卖双方委托,组织运送网上无法直接传递的商品,跟踪产品的流向,直到将商品送到消费者手中。

⑥网上银行:是传统银行业务在互联网上的拓展,为电子商务交易中的用户和商家提供24小时实时服务,是网上资金结算的中心。

### 活动实施

#### 【搜一搜】熟悉国内外电子商务环境。

步骤1:通过选用合适的搜索引擎(如google、baidu、yahoo或bing等)或者其他电子商务信息检索工具探索我国和世界(以美国为例)电子商务的发展历程,收集信息如下:

①我国和世界(以美国为例)电子商务的发展分别经历了哪几个阶段?

②在我国和世界(以美国为例)电子商务的发展历程中,有哪些关键年份和典型事件?

③我国和世界(以美国为例)电子商务的发展相比,有何不同?

步骤2:4人为一组,选出小组代表,分工、合作整理出各自对电子商务发展的认知。

步骤3:小组代表分享成果。

#### 【做一做】观摩知名的电子商务网站。

步骤1:打开IE浏览器,输入中国企业集成网网址(<http://www.jincao.com>),点击进入“电子商务”子页,查看电子商务的相关网站。

步骤2:4人为一组,组员讨论后选出一个自己组较为喜欢的网站,通过点击链接进入该网站并查看该网站结构信息。建议每个成员完成查找两个功能与特色(具体分工组员间可自行调整),以用户的角度完成表1.1.1的浏览体验报告表。

表1.1.1 网站浏览体验报告表

| 网站浏览体验报告表 |              |     |   |
|-----------|--------------|-----|---|
| 一、基本情况    |              |     |   |
| 网站名称      |              | 网 址 |   |
| 网站描述      | 这是一个_____的网站 |     |   |
| 体验者       |              |     |   |
| 体验日期      | 年            | 月   | 日 |

续表

| 二、网站模块分析     |  |      |
|--------------|--|------|
| 网站模块         |  | 体验想法 |
| 网站的功能和特色     |  |      |
|              |  |      |
|              |  |      |
|              |  |      |
|              |  |      |
|              |  |      |
| 三、网站的优点和缺点分析 |  |      |
| 网站具有的优点      |  |      |
| 网站具有的缺点      |  |      |

步骤 3:完成浏览报告后,小组组员间相互讨论,选出小组代表,由小组代表展示成果。

步骤 4:所有小组看完每个小组代表的展示后,组员之间互相评论,每组完成一份网站浏览体验实训评价表 1.1.2。

表 1.1.2 网站浏览体验实训评价表

| 评价项目 | 小组展示(50%)                                     | 模块分析(25%)                  | 优缺点分析(25%)                 | 总分/分 |
|------|-----------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|------|
| 评价标准 | A. 流畅、详细、精准<br>B. 简明、扼要、基本到位<br>C. 表述不流畅、脱离主题 | A. 非常合理<br>B. 合理<br>C. 不合理 | A. 非常合理<br>B. 合理<br>C. 不合理 | 100  |
| 组 1  |                                               |                            |                            |      |
| 组 2  |                                               |                            |                            |      |
| 组 3  |                                               |                            |                            |      |

说明:

- ①表格内按百分制打分。
- ②每个小组完成一份评价表,对其他组员进行评价,不做自评要求。
- ③总分 = 小组展示(50%) + 模块分析(25%) + 优缺点分析(25%)。
- ④各标准对应的分数范围:A. 80 ~ 100 分;B. 60 ~ 79 分;C. 60 分以下。

步骤 5:计算公布每组得分,教师对整个实训作出评价,并提出改进建议。

活动小结

李伟及其小组成员通过活动初步接触了互联网搜索工具,并利用互联网更加深入地了解电子商务的发展历程,这次活动中小组成员是第一次尝试合作,在活动中互相了解对方,加强团队合作意识。