

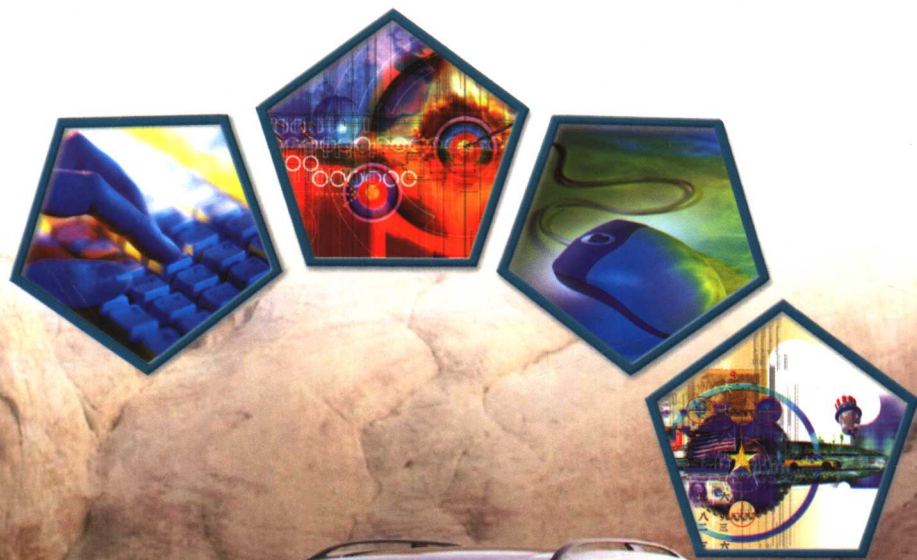


交通职业教育教学指导委员会推荐教材
高等职业院校汽车运用技术专业教学用书

高等职业教育汽车运用技术专业规划教材

汽车电子商务

主编 李富仓 主审 黄晓敏



人民交通出版社
China Communications Press



交通职业教育教学指导委员会推荐教材
高等职业院校汽车运用技术专业教学用书

高等职业教育汽车运用技术专业规划教材

Qiche

Dianzi

Shangwu

汽车电子商务

主编 李富仓
主审 黄晓敏



人民交通出版社
China Communications Press

内 容 提 要

本书是高等职业教育汽车运用技术专业规划教材,也是汽车运用与维修专业技能型紧缺人才培养培训教材。由交通职业教育教学指导委员会汽车运用与维修学科委员会根据教育部颁布的《汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训教材指导方案》以及交通行业职业技能规范和技术工人标准组织编写而成。

本书从实用、易于掌握操作的角度出发,以目前在汽车运用维修领域应用较为广泛的、成熟的电子商务技术为对象,讲述了电子商务及电子商务系统的基础知识,介绍了汽车整车制造企业、营销流通企业、物流企业、保险企业和租赁企业的电子商务技术应用情况及相关知识、方法和技术。

本书供高等职业院校汽车运用技术专业教学使用,也可作为相关行业岗位培训或自学用书,同时可供汽车维修人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

汽车电子商务 / 李富仓主编. —北京: 人民交通出版社, 2005.9

ISBN 7-114-05758-X

I. 汽… II. 李… III. 汽车工业—电子商务
IV.F407.471.5-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 104543 号

书 名: 汽车电子商务

著 作 者: 李富仓

责任编辑: 姜占峰

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011) 北京市朝阳区安定门外外馆斜街 3 号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010) 85285838, 85285995

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京宝莲鸿图科技有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 16.5

字 数: 300 千

版 次: 2005 年 10 月 第 1 版

印 次: 2005 年 10 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN7-114-05758-X

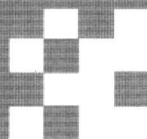
印 数: 0001~5000 册

定 价: 28.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)



交通职业教育教学指导委员会
汽车运用与维修学科委员会



主任委员：魏庆曜

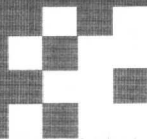
副主任委员：张尔利 汤定国

委员：唐 好 刘 锐 周建平 颜培钦 李富仓

解福泉 杨维和 屠卫星 黄晓敏 刘振楼

彭运钧 陈文华 崔选盟 崔振民 金朝勇

秘 书：吴玉基 秦兴顺



为贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》以及教育部等六部委《关于实施职业院校制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训工程的通知》精神,全面实施《2003—2007 年教育振兴行动计划》中提出的“职业教育与培训创新工程”,积极推进课程改革和教材建设,为职业教育教学和培训提供更加丰富、多样和实用的教材,更好地满足职业教育改革与发展的需要,交通职业教育教学指导委员会汽车运用与维修学科委员会组织全国交通职业技术学院的专业教师,按照教育部颁布的《汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训指导方案》的要求,紧密结合目前汽车维修行业实际需求,编写了高等职业教育规划教材,供高等职业院校汽车运用技术专业教学使用。

本系列教材符合国家对技能型紧缺人才培养培训工作的要求,注重以就业为导向,以能力为本位,面向市场、面向社会,为经济结构调整和科技进步服务的原则,体现了职业教育的特色,满足了汽车运用技术领域高素质专业实用人才培养的需要。

本系列教材在组织编写过程中,认真总结了全国交通职业院校多年来的专业教学经验,注意吸收发达国家先进的职教理念和方法,形成了以下特色:

1. 专业培养目标设计基本指导思想是以行业关键技术操作岗位和技术管理岗位的岗位能力要求为核心,确定专业知识和能力培养目标,对实际现场操作能力要求达到中级技术工人水平,在系统专业知识方面要求达到高级技师水平,并为毕业生在其职业生涯中能顺利进入汽车运用工程师行业奠定良好发展基础;

2. 全套教材以《汽车文化》、《汽车专业英语》、《汽车电工与电子基础》、《汽车机械基础》、《汽车发动机构造与维修》、《汽车底盘构造与维修》、《汽车电气设备构造与维修》、《汽车维修质量检验》八门课程搭建专业基本能力平台,以若干专门化适应各地各校的实际需求;

3. 打破了教材传统的章节体例,以专项能力培养为单元确定知识目标和能力目标,使培养过程实现“知行合一”;

4. 在内容的选择上,注重汽车后市场职业岗位对人才的知识、能力要

求,力求与相应的职业资格标准衔接,并较多地反映了新知识、新技术、新工艺、新方法、新材料的内容;

5. 本套教材将力图形成开放体系,一方面除本次推出清单所列教材之外,还将根据市场实际需求,陆续推出不同车系专门化教材;另一方面,还将随行业实际变化及时更新或改编部分专业教材。

《汽车电子商务》是汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训课程之一,内容包括:电子商务概论,电子商务系统,汽车整车及配套企业电子商务应用,汽车流通企业的电子商务应用,现代物流企业的电子商务应用,汽车保险和租赁业的电子商务应用,共6单元。此外还安排有一定数量的思考题或习题,并推荐了一些有关的学习资源。

参加本书编写工作的有:内蒙古大学职业技术学院田永鹏(编写单元一、单元二的第五到第八节,制定全书的编写大纲);内蒙古大学职业技术学院周永良(编写单元二的第一到第四节);内蒙古大学职业技术学院高飞(编写单元三);内蒙古大学职业技术学院李政(编写单元四);内蒙古大学职业技术学院李富仓(编写单元五的第一到第三节和单元六,并负责全书统稿);江西交通职业技术学院胡丽娜(编写单元五的第四节)。全书由李富仓担任主编,江西交通职业技术学院黄晓敏担任主审。

限于编者经历和水平,教材内容难以覆盖全国各地的实际情况,希望各教学单位在积极选用和推广本系列教材的同时,注重总结经验,及时提出修改意见和建议,以便再版修订时改正。

交通职业教育教学指导委员会
汽车运用与维修学科委员会
2005年5月

目 录

MULU



单元一 电子商务概论	1
1 电子商务的概念和定义	1
1.1 电子商务的由来和发展	1
1.2 电子商务的概念和定义	4
1.3 电子商务能做什么	5
2 电子商务的特征和分类	6
2.1 电子商务的特征和功能	6
2.2 电子商务的分类	9
3 电子商务的基本流转程序	10
3.1 电子商务的交易过程	10
3.2 网络商品直销的流转程序	12
3.3 网络商品中介交易的流转程序	14
4 电子商务的现状和前景	16
4.1 我国电子商务的现状	16
4.2 电子商务的发展前景	19
思考与练习	21
单元二 电子商务系统	23
1 电子商务系统的建立	23
1.1 电子商务系统的构成	23
1.2 服务器的选择	26
1.3 操作系统的选择	27
1.4 ISP 的选择	30
1.5 Web 服务器的建立	31
2 电子商务信息系统	34
2.1 信息系统建设的方法和过程	34
2.2 企业信息化建设的内容	38

3	电子商务系统的管理	39
3.1	电子商务系统的组织管理	39
3.2	电子商务的人才管理	41
4	网络营销	43
4.1	电子商务的营销理念	43
4.2	网络营销的特点和优势	51
4.3	企业营销的流程	54
5	电子商务支付系统	57
5.1	电子支付系统	57
5.2	电子支付系统安全	58
6	电子商务中的物流系统	63
6.1	物流是电子商务的重要组成部分	63
6.2	电子商务对物流功能的影响	63
6.3	电子商务下物流有效运作模式	64
7	电子商务安全系统	67
7.1	电子商务的安全现状	67
7.2	电子商务的安全威胁	70
7.3	电子商务的安全要素	71
7.4	电子商务的安全结构体系	73
8	电子商务系统实践	75
8.1	电子商务系统的建立	75
8.2	电子商务各功能子系统的认知	77
	思考与练习	78
	单元三 汽车整车及配套企业电子商务应用	80
1	汽车企业电子商务应用系统的构成	80
1.1	企业内部管理	81

1.2	企业电子商务的交易形势	84
1.3	电子商务与企业内部管理	84
2	产品设计与开发	87
2.1	产品设计与开发的概念	88
2.2	汽车设计与开发的意义及原则	89
2.3	电子商务与产品设计开发	90
2.4	汽车设计与开发的实施	91
3	产品的配套与采购	92
3.1	汽车零部件及配套产品网上采购的意义	92
3.2	汽车零部件及配套产品网上采购的优势	93
3.3	配套产品采购资源网系统组成	96
3.4	配套产品网上采购的程序	96
3.5	配套产品网上采购的实施过程	97
3.6	配套产品的采购实施方案	98
4	配套产品的改进与服务	99
4.1	配套产品的改进与服务的实现措施	99
4.2	配套产品生产、销售企业与汽车生产商的经销合作	100
4.3	配套产品的资源整合	101
5	生产过程管理	102
5.1	生产过程管理的内容	103
5.2	生产过程管理的程序	107
5.3	生产过程管理的类型与方式	108
6	销售与服务	110
6.1	汽车产品网络销售与服务的概念与作用	111
6.2	汽车产品网络销售与服务的实施	112
6.3	保证具有竞争优势的销售服务水平	113

6.4 提高服务增加销售的措施	114
7 典型案例分析——山东东岳专用汽车制造有限公司	117
7.1 提高企业整体管理水平	118
7.2 加强企业资金管理,减少呆账坏账	119
7.3 成本管理进入实时、多层次和精细化管理	119
7.4 解决设计到生产的瓶颈,缩短生产周期,提高服务水平	120
7.5 提高工作效率	121
7.6 提高企业员工的素质	121
思考与练习	121
单元四 汽车流通企业的电子商务应用	124
1 汽车销售业务中的电子商务	124
1.1 汽车销售业务及其发展	125
1.2 汽车销售中的电子商务	126
2 汽车维修中的电子商务	134
2.1 汽车维修企业发展现状	134
2.2 汽车维修服务中的电子商务及其应用	135
3 汽车零配件销售企业的电子商务	136
3.1 汽车配件销售行业的现状	136
3.2 汽车零配件销售企业电子商务的应用	137
4 客户及产品管理中的电子商务应用	140
4.1 客户管理中的电子商务应用	141
4.2 产品管理中的电子商务应用	145
5 汽车流通企业的电子商务应用案例	146
5.1 用友 ERP 汽车流通企业的电子商务应用	146
5.2 红彤汽车贸易有限公司的电子商务应用	149
思考与练习	152

单元五 现代物流企业的电子商务应用	153
1 电子商务对物流行业的影响	153
1.1 物流的概念及发展	154
1.2 物流对社会的作用	158
1.3 电子商务对物流的影响	160
1.4 电子商务条件下物流业的发展策略	164
2 电子商务与现代物流技术	166
2.1 电子商务物流的概念	166
2.2 电子商务物流的服务内容	170
2.3 电子商务物流技术	174
2.4 电子商务运行与物流	179
3 电子商务条件下的物流模式	182
3.1 传统物流模式所带来的问题	182
3.2 电子商务条件下物流模式的探讨	187
3.3 案例——中海物流	193
4 供应链体系的发展	199
4.1 供应链及其管理思想	199
4.2 电子商务改变供应链	209
4.3 电子商务发展中的供应链管理	213
4.4 案例——戴尔电脑的供应链管理	218
思考与练习	219
单元六 汽车保险和租赁业的电子商务应用	221
1 汽车保险业电子商务	221
1.1 汽车险种	221
1.2 车辆保险理赔	228
2 汽车租赁业电子商务	236

2.1 汽车租赁常识	236
2.2 汽车租赁经营与管理	237
2.3 汽车租赁电子商务化	242
思考与练习	248
参考文献	250

单元一 电子商务概论

学习目标



知识目标

1. 简单叙述电子商务的概念和定义;
2. 正确描述电子商务的特征和分类;
3. 正确描述电子的功能、发展方向和趋势。



能力目标

1. 会分析电子商务的基本流程;
2. 会表述电子商务的相关内容;
3. 在进行电子商务发展规划时,可以对规划内容的合理性做出初步判断,并且能够提出建设性意见。

1 电子商务的概念和定义

对于电子商务概念的理解我们可以从电子手段和商务活动两个方面入手,由于电子商务是一门实践性很强的学科,而且正处于发展之中,所以对于电子商务来说还没有一个国际上的统一标准定义。在学习这一节课程时我们应该思考这样一个问题,对于那些想利用电子商务改变商务活动方式却又对此很陌生的人来说,我们能不能用一种通俗的表述方式告诉他们,怎么做就算是跨进了电子商务的大门呢?或者说,能不能告诉他们:电子商务就是运用电子手段进行商务活动。

电子商务的概念和意义

1.1 电子商务的由来和发展

1.1.1 电子商务是经济发展和科技进步的产物

1839 年电报出现后,人们萌发了运用电子手段进行商务活动的设想。20 世纪 60 年代,人们开始用电报报文发送商务文件;70 年代又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报;80 年代计算机的普及和字表处理软件的出现产生了企业内部电子数据处理 EDP(Electronic Data Process)技术,为标准格式商务单证的开发应用提供了条件,使企业商业文件的处理

电子商务的由来和发展

从书面文件转变为电子文件形式。随后人们又开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换。电子数据交换 EDI(Electronic Data InterChange)是通过专用的电信网络,将业务文件按一个公认的标准从一台计算机直接传输到另一台计算机,传递过程如图 1-1 所示。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此也被称作“无纸贸易”。这在当时是对传统商务模式的一大突破,但它是一种为满足部分行业需要而发展起来的技术手段,必须遵照统一标准和专用设备及软件对交易活动的电子数据进行相对封闭的交换,买卖双方的选择非常局限,EDI 的技术要求复杂,使用 VAN(Value-added Networks)增值网络中心的费用很高,只有少数实力雄厚的大公司才支付得起采用 EDI 做生意的高昂费用,与中小企业和普通老百姓一直无缘。多方面的原因限制了 EDI 应用范围的扩大和应用水平的提高。

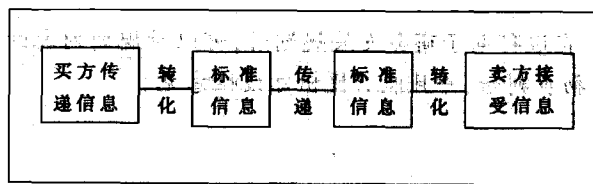


图 1-1 EDI 的信息传递方式(图注,正文中的位置要列出)

计算机技术的发展和普及,尤其是互联网的兴起和应用,使数据的处理和信息的传递突破了时间和地域的限制,并且大大降低了信息传递的费用。越来越多的人开始接触网络,开始使用电子商务。

电子商务的发展

1.1.2 电子商务的发展

广义的电子商务可以理解为利用一切电子手段进行的商务活动。广义电子商务的发展经历了 3 个不同的阶段,如图 1-2 所示。



图 1-2 广义电子商务发展的 3 个阶段

(1)第一代电子商务。使用电报传递商务信息,是人们开始第一次使用电子手段传递信息,电报技术的应用节约了

信息传递时间,减轻了劳动强度,方便了交易过程。

(2)第二代电子商务。电话和传真的出现使得声音、文字和图形能在瞬间传递,提高了信息传递的效率,增强了信息传递的安全性。使用电话和传真实现了大范围点对点的信息传递。但是它不能真正实现“无纸化”办公的要求。

(3)第三代电子商务。是大量使用计算机技术和网络技术的时代。人们先是使用 EDI 技术,但是其成本太高,局限性太多;真正使电子商务实现飞跃的是互联网的高速发展。1993 年 WWW(World Wide Web)技术在互联网上出现,使互联网具备了支持电子邮件接收与发送、信息浏览查询及多媒体应用的功能,也使得网上的商业贸易活动变得异常活跃,到 1995 年互联网上的商业业务信息量首次超过了科教业务信息量。这既是互联网此后产生爆炸性发展的开端,又是第三代电子商务发展的标志。

近几年来,随着移动通信技术的发展,无线上网的技术已经成熟,许多专家预言,移动电子商务将是今后电子商务的重要特征之一。

1.1.3 基于互联网的电子商务

基于互联网的电子商务对企业具有更大的吸引力,这是因为它和早期电子商务特别是和基于 EDI 的电子商务相比具有明显的优势。

(1)费用低廉。互联网是国际的开放性网络,使用费用很便宜,这一优势使得许多企业尤其是中小企业非常感兴趣。

(2)覆盖面广。互联网几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线或专用网线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

(3)功能全面。互联网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

(4)使用简单。基于互联网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,商业文件或单证可以通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行专用软件的翻译和转换,任何人都能看懂或直接使用。

(5)高效全时。利用互联网可以快速的传递信息,并且不受时间的限制可以 24h 不间断地接收信息和发送信息。

正因为基于互联网的电子商务具有上述无可比拟的特点,目前得到了广泛的应用和迅速的发展。

基于互联网的电子商务所具有的优势

1.2 电子商务的概念和定义

电子商务的概念和内涵

1.2.1 什么是电子商务

(1)概念。从应用的层面来说,电子商务可以通俗的理解为电子和商务两个概念的结合,就是利用电子手段从事的商务活动,也可称为商务活动的电子化。电子商务是包括电子交易在内的利用网络进行的全部商务活动,它涵盖了企业内部的生产、管理、营销、财务,以及企业间的商务活动等,它是一个系统的、完整的概念,包括方案的提出、设计、实施,以及建立在其上的商务应用等各个方面。

(2)内涵。电子商务是一个很宽泛的概念,电子手段并不仅仅局限于计算机和互联网。电报、电话、手机、传真、E-mail、EDI 都是电子手段,但是电子商务的概念却是在互联网被广泛使用后才出现的。以互联网为基础的电子商务并没有在本质上改变商务的内涵,改变的只是用什么方式进行商务活动。互联网不属于某个国家或某个公司,甚至也没有权威的领导,它是一个开放的全球性网络,已经成为全球电子商务公用的统一平台,这种特性使它不但消除了数据交换的障碍,而且为所有的企业提供了开展电子商务的可能。可以这么说,以计算机技术和互联网为基础的现代电子商务使商务活动变得更加高效、便捷、准确,同时也使商务活动变得轻松自如,如图 1-3 所示。



图 1-3 电子商务的运用使商务活动变得轻松

1.2.2 电子商务的定义

电子商务的定义

到目前为止对于电子商务还没有一种统一的定义,各国政府、各种组织、学者、企业界人士都根据自己所处的位置和对电子商务的参与程度给出了许多不同的表述。我们认为:电子商务是以电子技术、信息技术、网络技术、通信技术为基础,运用各种方法和策略,以方便客户和满足客户需求为中心,高效率、低成本从事以商品(或服务)交换为核心的各种商务活动。电子商务是商务活动的主体活动和相关活动的全部电子化和自动化,它是生产力水平和科技水平发展到一定

阶段的必然产物,社会经济各领域的全面发展才能实现全面的电子商务。以上对电子商务的定义只能体现现阶段我们对电子商务的理解,电子商务是发展中的学科,是注重实践运用的学科,对它的认识必将随着实践的深入不断深化,对电子商务的概念和定义也会在实践中达到统一。

1.3 电子商务能做什么

目前,电子商务在很多领域都有运用:

电子商务的应用领域

(1)消费者需求的获知:接收订单、进行消费者需求调研。

(2)企业的网上采购业务:利用网络的订货会、洽谈会等。

(3)企业产品的联合开发过程:利用网络进行联合设计等。

(4)企业生产过程控制活动:各种管理策略的运用和生产控制、信息反馈等。

(5)服务商与生产商之间的商务往来:库存信息互通、商品采购等。

(6)消费者网上购物活动:各种各样的网上商城、网上超市等。

(7)各产品服务领域的网上售后服务:商品的使用指导、维护咨询等。

(8)商贸谈判过程:商贸间各种信息的往来。

(9)在网络上进行各种商贸服务活动:电子报税、电子报关、电子报检等。

(10)网上支付结算:利用电子货币进行转账、付款等。

(11)网上物流活动:运输信息查询、货物信息查询等。

(12)各种类型的网络银行:为企业和个人提供理财服务。

(13)网上调查:企业的市场调查、政府的民意调查、各种社会统计等。

(14)网络预订服务:旅店、餐饮服务网上预定、导游咨询等服务;各种演出、展览、会议的登记注册及购票。

(15)网上医疗:网上预约、远程诊断、疑难病会诊。

(16)网上保险:及时获得保险公司的信息和得到保险服务。

(17)网上求职与招聘:利用一些专业网站进行个人求职的查询和登记,企业网上发布岗位信息,从网络信息中选择