

电子商务 基础与应用

宋沛军 范军环 主 编

王丽娜 谢兰敏 副主编

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材（经管类）

电子商务基础与应用

主 编 宋沛军 范军环

副主编 王丽娜 谢兰敏

人 民 邮 电 出 版 社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

电子商务基础与应用 / 宋沛军, 范军环主编. —北京:
人民邮电出版社, 2009. 9
(世纪英才高等职业教育课改系列规划教材. 经管类)
ISBN 978-7-115-20898-9

I. 电… II. ①宋…②范… III. 电子商务—高等学校:
技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第085043号

内 容 提 要

本书主要围绕“什么是电子商务、如何开展电子商务活动、实施电子商务需要哪些技术平台和商务条件以及电子商务的应用”等问题深入浅出地讨论了电子商务的全过程。全书分理论法规、技术支持、商务应用三大模块, 主要介绍电子商务的基本概念、各国电子商务立法情况、研究企业开展电子商务的意义、电子商务模式、电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、网站建设与管理、网络信息、网络市场、网络营销策略、物流管理、ERP、CRM、SCM、电子政务以及电子商务在农业、贸易、金融、生产制造业中的应用等。

本书力求将“电子”与“商务”有机地融合在一起, 着眼于对学生应用能力的培养, 观点新颖、材料翔实, 理论阐述与实际操作密切结合, 体现其实用性、针对性和现实性; 在形式、体例、语言等方面力求简单、实效、精炼, 以利于读者理解和消化。本书可作为高职高专电子商务、市场营销、经济管理、物流管理、国际贸易计算机信息管理及其相关专业的教材, 亦可作为商务、营销、物流、贸易、经济和管理短期培训教材以及从事电子商务活动的工作人员和研究人员的参考用书。

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材(经管类)

电子商务基础与应用

-
- ◆ 主 编 宋沛军 范军环
 - 副 主 编 王丽娜 谢兰敏
 - 责任编辑 丁金炎
 - 执行编辑 洪 婕
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
 - 邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 北京顺义振华印刷厂印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
 - 印张: 19.25
 - 字数: 438千字
 - 印数: 1—3 000册
 - 2009年9月第1版
 - 2009年9月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-20898-9/F

定价: 35.00 元

读者服务热线: (010)67129264 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材编委会（经管类）

顾 问：高 林 赵志群

电子商务专业编委会主任：支芬和

市场营销专业编委会主任：李宇红

会计电算化专业编委会主任：万守付

物流管理专业编委会主任：陈克勤

委 员：（以姓氏笔画为序）

马航通	马红莉	马松波	马 雁	门洪亮	王 丹	王 峻	王克富
王文媛	王溪若	王忠元	代承霞	邓志新	孔祥银	冯海洋	兰 岚
申纲领	申燕妮	安菊梅	关江华	纪幼玲	刘红英	刘 健	刘世荣
刘 妍	刘 燕	刘永立	吕广革	牟 静	牟彤华	任建军	任 艳
孙其勇	李 莉	李梦颖	李述容	李陶然	李 伟	李 翔	李永国
李永林	宋爱华	宋沛军	宋元元	汤 云	严 军	吴姗姗	张 丹
张仕军	张苏雁	陈道志	陈 婧	陈 念	陈 妍	陆 红	罗立明
罗 中	欧阳琇晶	杨爱民	杨承毅	杨 帆	杨 洁	周湘平	贺秋硕
贺兴虎	胡华江	赵广岩	赵 红	赵 蕾	赵丽金	赵立坤	赵 玮
赵 艳	赵智锋	郑金花	郑小兰	敖静海	郝一洁	聂碧娟	谈煜鸿
唐 华	唐 麒	夏俊鹄	徐慧剑	徐 珂	徐 征	殷智红	袁 烽
黄嘉敏	梁红波	梁振军	鲁 艳	梅爱冰	商 玮	傅 俊	彭爱美
彭 杰	覃永贞	韩 丹	喻靖文	温艳萍	楼小明	熊 敏	熊文杰
熊学发							

策 划：彭保林 丁金炎 严世圣



丛书前言



随着我国社会经济的发展,近几年,我国高等职业教育规模快速增长,到2008年年底,全国独立设置的普通高职高专院校已经达到1000多所。应当说,基本适应社会主义现代化建设需要的高等职业教育体系已经初步形成。

高等职业教育依托经济发展,为经济发展提供适应需要的人力资源;同时,高等职业教育要适应经济和社会发展的需要;就必须提高自身创新能力,不断深化课程和教学改革,依靠传统的课程已经不能满足现代职业教育对职业能力培养的要求。围绕高等职业教育专业课程体系建设和课程开发,做好人才培养模式、课程改革、专业师资队伍、实践教学条件等方面的建设,已经成为高职院校教学改革的首要任务,同时也成为我国高等职业教育发展的当务之急。

随着高等职业教育改革形势的纵深发展,我国高等职业教育在课程体系建设指导思想上逐渐汇流,“基于工作过程”的课程与课程开发的理念逐渐为广大高职院校师生所接受。

“基于工作过程”的课程开发设计导向遵循现代职业教育指导思想,赋予了职业能力更加丰富的内涵,它不仅打破了传统学科过于系统化的理论束缚,而且提升了职业教育课程设计水平。这与高等职业教育的办学方向比较吻合,因此,得到了教育部有关部门的大力倡导。为了响应教育部的号召,我们于2008年组织了“基于工作过程”课改系列规划教材课程改革和教材建设研讨会,认真分析了当前我国高等职业教育课改现状,充分讨论了高等职业教育课改形势以及课程改革思路,并初步构建了面向21世纪的“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”体系。

我国高等职业教育是以培养高级应用型人才为目标,承担着为我国社会主义新型工业化社会建设输送人才的重任,大力发展高等职业教育是我国经济社会发展的客观需要。自国家大力倡导高职高专院校积极研究探索课程改革思路以来,我国的高等职业教育就步入了一个追求内涵发展的新阶段。“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”按照“基于工作过程”的课改思路,将科学发展观贯彻在高等职业教育的教材出版领域里,希望能为促进我国高等职业教育的发展贡献一份力量。

“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”汇聚了国内众多职业教育专家、高职高专院校一线教师的智慧和心血,以工作过程的发展展开教学过程,有区别地运用“结构模块化、技能系统化、内容弹性化、版面图表化”的呈现手段,内容结构层次从简从便,教材容量深度适当、厚度适合,并配以必要的辅助教学手段。相信本系列教材一定能成为广大高职高专院校师生的良师益友。

“世纪英才高等职业教育课改系列规划教材”建设是对高等职业教育课程改革的一次建设性的探索,期望得到广大读者的首肯和大力支持。如果您在阅读本系列教材的

过程中有什么意见和建议, 请发邮件至 wuhan@ptpress.com.cn 与我们进行交流, 或进入本系列教材服务网站 www.ycbook.com.cn 留言。

世纪英才高等职业教育课改系列规划教材编委会

21 世纪要么电子商务，要么无商可务 ——比尔·盖茨

20 世纪最伟大的发明是电子计算机，电子计算机最伟大的发展是 Internet，Internet 最大的应用是电子商务。从 20 世纪 60 年代后期起，电子商务就已经以多种形式活跃在商用舞台上。到 90 年代，计算机网络技术得到了飞速发展，网络化和全球化成为不可抗拒的世界潮流。与传统的计算机技术不同，计算机网络技术一直在寻求除文字处理和信息传递领域外的更大、更直接的利润空间，商业领域自然成为其首选的对象，而迅速膨胀的网络用户也使得具有远见的厂家和商家颇感兴趣。电子商务正以其无可比拟的优势和不可逆转的趋势，改变着商务活动的运作模式，电子商务对企业的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战，并将给社会经济的各个方面带来根本性的变革。如今，各类新的专门技术、应用系统、企业管理方案出现不久，便很快在电子商务中获得广泛应用。因此，很多信息技术人员、金融贸易工作者、众多的互联网用户，以及相关领域的在校教师和学生，都迫切希望了解电子商务知识，掌握与其相关的计算机和网络技术以及电子商务的实现方法。

本书的编写目的

本书是根据职业岗位要求，紧紧围绕高职高专培养岗位第一线所需要的高技能专门人才的目标，坚持改革创新的精神，按照先进、精简、适用的原则选择教材内容，兼顾“知识点”、“技能点”和“能力点”，体现高等职业教育的应用性、技术性与实用性特色来设计编写内容的，以教育部 16 号文提出的融“教、学、做”为一体，强化学生能力的培养为指导思想，以培养中小企业所需的人才为主要目的；内容“必需、够用”且切实可行，以适应高等职业教育人才培养规格要求为目标，并定位于技能与职业素质的培养；以“基于工作过程”的教学需要而展开，与就业紧密结合，注重实践动手能力的培养，通过任务引导、案例分析、角色扮演特色部分等，激发学生主动学习、勇于实践的兴趣，以追求学生校内学习的理论知识与实际工作内容（岗位）的一致性。

本书讲述的内容

本书主要围绕“什么是电子商务、如何开展电子商务活动、实施电子商务需要哪些技术平台和商务条件以及电子商务的应用”4 个问题深入浅出地讨论了电子商务的全过程，拟分为 4 大模块，其中：

第一篇为理论法规篇，主要研究和介绍电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式和框架体系与业务流程，我国和世界各国在电子商务方面的立法和政策等内容，解决“什么是电子商务”以及“企业开展电子商务所涉及的政策、法律和法规问题”。

第二篇为技术支持篇，主要研究和介绍电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、

网站建设与管理等,以解决企业实施电子商务所需要的技术性的问题。

第三篇为商务应用篇,主要研究和介绍网络商务信息、网络市场、网络营销策略、物流管理、企业资源计划(ERP)、客户关系管理(CRM)、供应链管理(SCM)、电子政务以及电子商务在三次产业如农业、贸易、金融、生产制造业中的应用等,以解决企业实施电子商务所需要的商务方面的问题。

第四篇为实验实训篇,主要内容包括两部分:即借助互联网进行的实战训练和利用教学软件进行的仿真实验,由于篇幅所限,该部分内容已单独成书,并由西安电子科技大学出版社于2008年3月出版,书名为《电子商务实验实训教程》。

本书力求从实际应用的角度将一些复杂的知识以简明的方式告诉读者。同时让读者明白,在从事各类经营和商务活动时,不要忽视网络环境和电子商务系统的作用;在做任何经营决策时,不要忽视技术支持的作用;在制定企业发展战略时,要注意到时代和环境发生的变化,要根据信息化社会的环境和技术特点来制定自己的经营策略。

为了帮助读者更好地理解本书所阐述的观点和内容,本书采用了基于现实生活中最典型的案例,这些案例来自于行业中成功的佼佼者,读者可以访问这些企业的网站,进行电子商务的网上观摩与实践操作,以加深对电子商务相关理论的认识和理解。

本书由宋沛军总体设计,具体分工如下:宋沛军(第一章、第二章、第三章、第四章),范军环(第八章、第九章、第十一章、第十二章),王丽娜(第五章和第七章第一、二、三节)、谢兰敏(第六章和第七章第四节),赵露洁(第十章)。最后由宋沛军汇总统稿。

结 束 语

在本书编写过程中,作者参考了国内外出版物和网上资料,在此,谨向各位学者表示由衷的敬意和感谢。

下面列出一些典型的电子商务网站,读者可以进入该网站浏览、学习:

http://www.gov.cn ;	http://www.icbc.com.cn
http://www.china.org.cn ;	http://www.abchina.com
http://www.hc360.com ;	http://www.research.com.cn
http://www.ebay.com ;	http://www.alibaba.com
http://www.paipai.com ;	http://www.google.cn
http://www.taobao.com ;	http://www.yahoo.com.cn
http://www.baidu.com ;	http://www.bank-of-china.com

由于作者水平及资料所限,文稿虽经多次修改,书中难免有问题或疏漏,不妥之处,恳请专家和读者批评指正,以利于今后的提高和完善。热忱欢迎读者与我交流。(E-mail:songpeijun2009@163.com; hnxcsj@163.com)。

宋沛军
2009年6月于许昌

理论法规篇

第一章 认识电子商务..... 2	一、EDI 的定义..... 24
第一节 电子商务的基本概念..... 5	二、EDI 的组成..... 25
一、关于电子商务的英语表述..... 6	三、手工方式贸易与 EDI 方式的比较..... 27
二、国际组织与各国政府关于电子商务的概念..... 6	四、EDI 的实现过程..... 28
三、IT (信息技术) 行业对电子商务的定义..... 7	五、EDI 在商检中的应用..... 28
四、学者和专家们的观点..... 8	第二章 电子商务模式..... 30
五、本书给出的电子商务的定义..... 9	第一节 电子商务框架体系..... 34
第二节 电子商务的产生与发展..... 10	一、电子商务基本框架..... 34
一、电子商务产生的条件..... 10	二、电子商务应用框架..... 36
二、电子商务的产生与发展..... 10	第二节 电子商务流程..... 38
三、电子商务在我国的发展历程..... 11	一、传统商务交易流程..... 38
第三节 电子商务的分类..... 15	二、电子商务交易流程..... 38
一、按电子商务按参与主体分类..... 15	第三节 电子商务模式..... 39
二、按电子商务使用的网络类型分类..... 16	一、电子商务模式概述..... 39
三、按交易涉及的商品内容分类..... 17	二、B2B 电子商务概述..... 40
四、按电子商务交易过程划分..... 17	三、B2C 电子商务模式..... 44
第四节 电子商务的作用与特点..... 18	四、C2C 电子商务..... 49
一、电子商务与传统商务比较..... 18	第三章 电子商务法律制度..... 57
二、电子商务的作用和功能..... 21	第一节 电子商务对传统法律的挑战..... 59
三、电子商务的特点..... 22	一、电子商务对传统法律的挑战..... 59
第五节 EDI 技术..... 23	二、电子商务所面临的新的法律问题..... 59
	第二节 国际组织和世界各国有关电子商务的立法成果..... 61
	一、联合国贸易法委员会《电子

商务示范法》和《电子签名 统一规则》·····	62	二、电子合同·····	67
二、欧盟《电子签名统一规则》···	63	三、电子合同的证据问题·····	68
三、美国《国际与国内商务电子 签章法》·····	63	四、电子签名·····	69
四、加拿大《统一电子商务法》···	63	五、数字签名及认证问题·····	70
五、澳大利亚《电子交易法案》···	64	六、电子商务交易安全保护法·····	70
六、马来西亚《电子签名法》·····	64	第四节 电子商务中隐私权的法律 问题·····	73
七、日本《数字签名法》·····	65	一、网络隐私权的界定·····	73
八、韩国《电子商务基本法》·····	65	二、网络隐私权的法律保护及 国际协调·····	74
九、其他国家和组织电子商务 立法成果·····	65	第五节 构筑我国电子商务法律体系···	75
第三节 电子支付与电子合同中的 法律问题·····	65	一、国务院办公厅关于加快电子 商务发展的若干意见·····	75
一、电子商务参与各方的法律 关系·····	65	二、我国电子商务立法的若干 基本问题·····	76
		三、对电子商务立法的几点建议···	78

技术支持篇

第四章 电子商务网络技术与 应用·····	82	六、网络体系结构与网络协议·····	92
第一节 计算机系统组成·····	82	第三节 Internet、Intranet、Extranet···	94
一、计算机硬件组成·····	82	一、Internet·····	94
二、计算机软件组成·····	84	二、TCP/IP 协议与 IP 地址·····	96
第二节 网络技术·····	85	第五章 电子商务支付技术与 应用·····	103
一、网络基础知识·····	85	第一节 电子支付技术概述·····	106
二、网络类型·····	86	一、传统支付方式·····	106
三、网络拓扑结构·····	87	二、电子支付概述·····	109
四、计算机网络组成·····	89	第二节 电子支付系统·····	110
五、水晶头网线的制作·····	91	一、非 SET 结构的电子支付	

系统.....	110	五、电子商务网站维护和 管理.....	140
二、基于 SET 协议的电子支付 系统.....	111	第四节 电子商务网站推广.....	140
三、第三方支付平台.....	112	一、电子商务网站传统媒体 推广方式.....	141
第三节 电子支付工具.....	114	二、电子商务网站推广策略.....	141
一、电子钱包.....	115	第七章 电子商务安全技术与 应用.....	146
二、电子现金.....	117	第一节 电子商务安全概述.....	148
三、电子支票.....	118	一、电子商务安全要素.....	148
四、手机支付方式.....	120	二、电子商务安全隐患.....	149
第四节 支付网关.....	121	第二节 电子商务安全技术.....	150
一、支付网关概述.....	121	一、虚拟专用网.....	150
二、支付网关的工作流程.....	122	二、密码技术.....	150
第六章 电子商务网站建设与 管理.....	124	三、数字签名技术.....	151
第一节 电子商务网站概述.....	126	四、数字证书.....	152
一、电子商务网站概念.....	126	五、认证中心.....	156
二、电子商务网站的类型.....	128	第三节 电子商务交易安全措施和 安全协议.....	157
第二节 电子商务网站建设规划.....	130	一、早期的电子商务交易安全 措施.....	157
一、电子商务网站战略规划的 内容.....	130	二、安全套接层协议 (SSL)	157
二、电子商务网站设计原则.....	131	三、安全电子交易协议 (SET)	158
三、创建电子商务网站的可行性 分析.....	132	四、S-HTTP 安全协议.....	160
四、电子商务网站策划书.....	133	第四节 计算机病毒防范措施.....	161
第三节 电子商务网站建设与管理.....	135	一、计算机病毒基础知识.....	161
一、域名的选择与注册.....	135	二、计算机网络病毒的危害与 防范.....	162
二、接入方式的选择.....	135	三、防火墙.....	163
三、电子商务网站建设.....	136		
四、网页设计技术.....	137		

商务应用篇

第八章 网络营销策略..... 168

第一节 网络营销概述..... 172

一、网络营销的概念..... 172

二、网络营销的发展阶段..... 173

三、网络营销的特点..... 174

四、网络营销的理论基础..... 175

第二节 网络商务信息与网络市场..... 177

一、网络商务信息..... 177

二、网络市场..... 178

三、网络市场调研..... 179

四、网络市场细分与网络目标
市场选择..... 181

第三节 网络营销策略..... 182

一、网络营销产品策略..... 182

二、网络营销价格策略..... 183

三、网络营销渠道策略..... 185

四、网上客户服务..... 185

五、网络促销策略..... 186

六、网络营销常用的方法..... 187

第四节 网络广告..... 188

一、网络广告..... 188

二、网络广告发布与网络广告
计价..... 191

第九章 电子商务物流管理..... 194

第一节 电子商务物流概述..... 195

一、物流的概念..... 195

二、传统物流与现代物流..... 198

三、物流价值..... 199

四、物流与电子商务的关系..... 199

第二节 物流六要素、分类与功能..... 200

一、物流的六大要素..... 200

二、物流的分类..... 202

三、物流各环节的基本功能..... 204

第三节 物流系统..... 206

一、物流系统..... 206

二、供应系统..... 207

三、生产运营系统..... 207

四、配送系统..... 207

五、生产企业和商业企业物流..... 208

六、国外电子商务物流管理系统
解决方案..... 209

第四节 物流的现代技术与应用..... 210

一、条码技术及应用..... 210

二、射频技术及应用..... 210

三、GPS 技术及应用..... 211

四、GIS 技术及应用..... 212

五、EDI 技术及应用..... 214

六、POS (销售点信息系统)
技术与应用..... 214

七、EOS (电子自动订货系统)
技术与应用..... 215

八、配送中心..... 215

九、自动分拣系统..... 215

十、自动化立体仓库..... 217

第十章 电子商务与 ERP、

CRM 和 SCM····· 219

第一节 供应链管理····· 221

一、供应链概述····· 221

二、供应链管理概述····· 222

三、供应链管理的方法····· 224

第二节 企业资源计划····· 227

一、ERP 的概念与特点····· 227

二、电子商务与 ERP 的关系····· 229

第三节 客户关系管理 (CRM)····· 230

一、客户关系管理概述····· 230

二、客户关系管理系统的功能····· 233

三、物流领域客户关系管理
系统的应用····· 237

第十一章 电子商务典型企业

应用····· 240

第一节 三次产业概述····· 242

第二节 电子商务在农业中的应用····· 243

一、国外农业电子商务应用发展
现状与特点····· 243二、电子商务在我国农业中的
应用····· 245

第三节 金融业电子商务····· 246

一、网上银行····· 246

二、网上证券交易····· 250

三、网上保险····· 252

第四节 旅游业电子商务····· 254

一、国外旅游业电子商务应用
现状····· 254

二、我国旅游业电子商务应用

现状与发展对策····· 255

第五节 商贸业电子商务····· 256

一、商贸业电子商务概述····· 256

二、网上商贸企业的基本模式····· 256

三、批发电子商务····· 257

四、零售电子商务····· 258

五、国际贸易行业电子商务····· 258

第六节 制造业电子商务····· 259

一、电子商务对我国制造业的
冲击····· 260

二、制造业电子商务的应用····· 261

三、制造业实施电子商务的
步骤····· 263四、制造业电子商务的典型
应用····· 265

第七节 服务类企业电子商务的应用····· 268

一、ISP 和 ICP····· 268

二、信息服务型电子商务模式····· 269

第十二章 电子政务····· 271

第一节 电子政务概述····· 274

一、电子政务概述····· 274

二、电子政务的基本内容····· 276

第二节 电子政务的框架体系····· 278

一、电子政务的框架体系····· 278

二、电子政务的网络体系····· 279

三、电子政务的资源体系····· 280

四、电子政务的应用体系····· 280

五、电子政务的安全体系····· 281

第三节 国内外电子政务的发展····· 282	一、分析决策层····· 286
一、国外电子政务发展的状况····· 282	二、公共事务应用层····· 288
二、我国电子政务的建设和 发展····· 283	三、专题应用系统····· 289
第四节 电子政务解决方案····· 286	四、公共平台层····· 291
	五、信息资源层····· 292

理论法规篇

20 世纪最伟大的发明是电子计算机
电子计算机最伟大的发展是 Internet
Internet 最伟大的应用是电子商务

乌家培教授

本篇主要介绍和研究电子商务的基本概念、企业开展电子商务的意义、电子商务的作用与特点、电子商务的商务模式、框架体系和业务流程，我国和世界各国在电子商务方面的立法和政策等内容，解决“什么是电子商务”以及“企业开展电子商务所涉及的政策、法律和法规问题”。

第一章 认识电子商务

中国互联网在经过 10 余年的发展后,已经逐渐深入人们的工作、生活、娱乐等方方面面;同时,也创造出许多具有广阔前景的行业,电子商务便是其中之一。本章主要对电子商务的基本概念、产生与发展、电子商务的分类、作用与特点以及 EDI 技术等基本知识进行介绍。学习和研究电子商务的目的在于把握电子商务的规律,并用它来指导和开展电子商务或相关工作。本章是电子商务概论这门课程的基础,也是把握电子商务学科的导言。

【本章要点】

- ◎ 电子商务的概念、分类、作用和特点
- ◎ 电子商务与传统商务的异同
- ◎ 电子商务的产生与发展
- ◎ EDI 的概念、组成和应用

【教学目标】

- (1) 了解:电子商务的产生与发展、EDI 技术。
- (2) 理解:电子商务的作用和特点、电子商务与传统商务的异同。
- (3) 掌握:电子商务的基本概念和分类。



案例 1 “裤钩大王”用电子商务缔造自己的品牌

没有豪华的办公室,没有庞大的销售队伍,不投放任何传统广告,靠运用娴熟的电子商务,一个 59 岁“高龄”的老网商,将一个西裤上小的不能再小的配件——裤钩,做成了年销售额超过千万元的大生意,业务遍布全球。2006 年,一篇介绍李棠华和他的裤钩生意的文章被放在阿里巴巴网站的首页,之后,北京有家为澳大利亚公司做服装加工的企业通过 E-mail 找到他,由于关于裤钩的检测报告、生态新产品认证证书都在网上,李棠华仅给对方提供了详细的资料和样品。7 天后,对方称澳大利亚那边很满意,没有来人具体考察就打款订购了 30 万套裤钩。这单生意从接洽到打款只用了 12 天时间。由于李棠华非常重视对网站的建设,每一个产品他都由专业摄影师拍摄,图片和文字说明也都非常清晰(如图 1-1 所示),这样,客商一旦进入到他的网页,就可以很容易看清楚他的产品。他认为有了电子商务,即使不投放广告也可以建立自己的品牌。除了在相关的网站上购买“裤钩”关键词外,他还坚持写博客,把现实生意实例中的经验总结后呈现给读者,很多客户就是在看了他的博客后,找他谈成了生意。



图 1-1 “裤钩大王”用电子商务缔造自己的品牌



案例 2 网上收废品

2003 年,隶属于长宁供销合作社的上海市某(集团)有限公司在国内首创了“在线收废交投网络中心”(如图 1-2 所示),在整个长宁区范围内搭建“交投点、站、场”三位一体的回收网络,向社会提出了“在线收废、电话收废、环保收废”的再生资源回收利用新理念、新方法。这种创新的商务模式运用信息化、电子化的技术优势,突破了时空和地域的限制,彻底颠覆了几百年来坐等上门或走街串巷摇铃式的陈旧收废形式,避免了

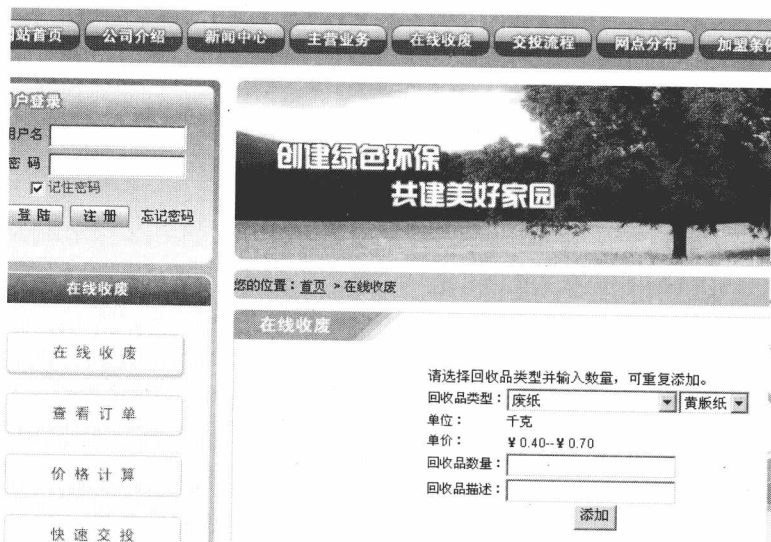


图 1-2 在线收废交投网络中心网页