

教育部职业教育与成人教育司推荐教材

高等职业教育电子商务专业新编系列教材

电子商务管理 案例分析

主 编 黄志平



武汉理工大学出版社

WUTP Wuhan University of Technology Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育电子商务专业新编系列教材

电子商务管理 案例分析

主 编：黄志平

副主编：文丽丽 胡 苗

武汉理工大学出版社

武汉

内 容 提 要

《电子商务管理案例分析》是针对高职教育编写的教材,以电子商务管理的运作流程为线索,在作者多年从事电子商务活动的经验基础上编写而成的。全书分为电子商务规划、电子商务网站架设、电子商务运营、促销电子商务 4 部分,共 16 章。每部分包括教学目标、关键词汇、预备知识、案例故事、问题讨论、案例背景资料、学生参考网站、学生参考文献、技能训练等 9 个要素单元。同时,本书还配有相应的多媒体教学包。

本书适合高职高专电子商务相关专业使用,也可以供自学考试、成人教育和财经类非电子商务专业学生参考使用。同时,本书通俗易懂,深入浅出,也是从事和爱好电子商务工作人员的有益读物。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务管理案例分析/黄志平主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2005
教育部职业教育与成人教育司推荐教材
高等职业教育电子商务专业新编系列教材
ISBN 7-5629-2202-0

I. 电... II. 黄... III. 电子商务-案例分析 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 006557 号

出版发行:武汉理工大学出版社(武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮编 430070)

HTTP://www.techbook.com.cn 理工图书网

经 销 者:各地新华书店

印 刷 者:武汉理工大印刷厂

开 本:787×960 1/16

印 张:14

字 数:275 千字

版 次:2005 年 1 月第 1 版

印 次:2005 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1—3000 册

定 价:19.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。本社购书热线电话:(027)87397097 87394412

凡使用本教材的老师,可拨打(027)87385610 索取电子教案光盘或邮件包。

E-mail:duanchao@mail.whut.edu.cn

出版说明

国家“十五”规划中明确指出：“通过电子商务特别是企业间电子商务的应用，推动营销、运输和服务方式的变革，降低成本，扩大工业品市场规模。”为了实现我国“以信息化带动工业化”的经济发展战略目标，加速发展电子商务正在成为我国谋求跨越式发展的重要选择之一。

为了满足国家经济发展与建设对电子商务专门人才的迫切需要，教育部根据教学规律已建立了一套科学、系统、操作性强的宏观培养体系规划。在高等职业教育方面，教育部已批准 370 多所高职院校开办电子商务专业。

为了能出版一套反映当前电子商务发展现状、适合我国高等职业教育特点并能体现教育部高职三年制向两年制转轨的精神，在中国电子商务协会高校工作委员会副主任宋文官教授、中国电子商务专业建设协作组及“EC 管理”指导委员会主任王学东教授的大力支持下，我社组织了全国 30 余所高等职业院校及有关单位共 60 多位专家、学者编写了这套“高等职业教育电子商务专业新编系列教材”。

本套高等职业教育电子商务新编系列教材的编写具有以下特色：

■ 定位准确，服务高职教育

本系列教材明确提出就是为高等职业教育服务。在编写高职教材时，必须围绕高等职业教育是具有一定理论水平、有较强实际技能的职业性人才这个培养目标，改变过于重视知识的传授过于强调学科体系的严密、完整的做法，精选学生终身发展的基础知识和基本技能，充分体现社会需要、学科特点和学生身心发展三者有机的统一。

■ 可读性强，体例风格新颖

针对高职学生特点，我们设置了教学目的与要求、关键词汇、典型例题、典型案例、阅读材料、创新视点、案例分析、知识归纳、知识结构图表、技能达标、实训指南、习题与思考题等栏目。从栏目到版式上耳目一新。

■ 与时俱进,内容科学先进

我国电子商务经历了发展、停顿、高速发展的过程,电子商务高职教育也在不停地摸索中发展。我们希望通过本系列教材的推出,把最新的教改精神融入其中。力图打造一套知识内容最新、课程设置科学系统、紧跟电子商务发展的高职教材。

■ 应用性强,强调技能实训

将实习实训课纳入课程体系是高职教学模式的一大特色。本系列教材力争做到:实训教材、案例教材相配套;同一专业的基础课、专业基础课、专业主干课教材配套;同一门课程的基本教材、辅助教材、教学参考书成系列配套;同一门课程文字教材、电子教材同步配套。

在组织编写教材的过程中,《中华人民共和国电子签名法》已经于2004年颁布实施。2005年初国务院又制订了《关于加快电子商务发展的若干意见》。我国的电子商务已经步入正规化高速发展时期。

本套教材首批在2005年秋季出齐。根据学科发展,我们将不断增补。我们的编审者、出版者不敢稍有懈怠,一定高度重视,兢兢业业,按最高的质量标准工作。教材建设是我们共同的事业和追求,也是我们共同的责任和义务,我们诚恳地希望大家积极选用本套教材,并在使用过程中给我们多提意见和建议,以便我们不断修订、完善全套教材。

武汉理工大学出版社

2005年1月

高等职业教育电子商务专业
新编系列教材编审委员会

顾 问:

宋文官

主任委员:

王学东 雷绍锋

副主任委员:

黄志平 陈月波 郑健壮 李琳娜 尹 丽

齐惠英 吴亚红 李世杰 张金寿 王欣阳

委 员:

左振华 易 明 杨 斌 王 峰 李传国

余明学 陈千德 金宗友 吕亚君 杨 军

苏 龙 刘丽华 李华霖 王黎明 钟 强

陆其伟 乔庆宇 丁世民 张甫阶 全洪臣

秘书长、总责任编辑:段 超

秘书:曲生伟



电子商务的发展犹如乘坐过山车,2000年前是疯狂发展,2000年后是寒冬瑟瑟,2004年开始逐渐回归其真实面貌。

我们听听业内人士的见解吧。

马云先生,阿里巴巴电子商务网站创始人,CEO,1995年投身互联网,打造了目前中国最有影响力的网上交易平台——“阿里巴巴”,连续两次被哈佛评为全球最佳案例,连续两次被福布斯评为最佳B2B网站,并已从2002年1月起持续赢利。

马云直言:

“我一直认为,电子商务不是IT,阿里巴巴也不是一家IT企业,阿里巴巴是一家服务公司,我们以网络为手段帮助我们的客户,把客户变成电子商务公司,如果明天发现有一样东西比互联网更好,我们就会用那种方法。我们不要成为高科技公司,高科技太远了。我们讲高科技是说给别人听的,你自己都相信了,那就麻烦了。所以我们说我们不是高科技,不是IT企业,我们是商务服务公司。互联网不是什么高深的东西,互联网是一个工具,电子商务也是一个工具。我觉得,技术就应该是傻瓜式服务。技术应该为人服务,人不能为技术服务。阿里巴巴能够发展这么好,主要是他们CEO不懂技术。大批有技术的人跟不懂技术的人工作,蛮开心,我也觉得很骄傲,因为有85%的商人跟我一样的不懂技术。我要求阿里巴巴技术非常简单,使用时不需要看说明书,一点就能找到想要的东西,这个就是好东西。”

好了,电子商务终究是种思路,是种工具。

作者若干年间阅读了不下数十本电子商务方面的书籍,深感没有适合的电子商务图书,更没有合适的教材。众多已经出版的电子商务图书,要么纯粹翻译国外的著作,囫圇吞枣;要么是技术人员的精深著作,晦涩难懂;要么是深居学院深处的教授的关门之作,远离实际……

《电子商务管理案例分析》希望能够尽可能通俗简练、图文并茂(有时还是未能幸免),放弃按照电子商务模式或技术加内容的编写思路,按照电子商务管理的流程编写内容。以较为新颖的编写构思使得本书易于读者理解和把握整个电子商务活动,着重体现电子商务的管理性,而非此前的教材过于强调电子商务的技术性。

《电子商务管理案例分析》是针对高等职业教育特征来编写的,其体例结构

突出高职教育“精讲多练”的教学要求,着重帮助教师对学生进知识技能的训练,配合电子商务的理论教学和电子商务模拟试验两门课程,所有的案例均是国内外的真实案例,没有采用虚构案例,以突出真实感受。

《电子商务管理案例分析》全书包括电子商务规划、电子商务网站架设、电子商务运营、促销电子商务 4 部分。每部分包括教学目标、关键词汇、预备知识、案例故事、问题讨论、案例背景资料、学生参考网站、学生参考文献、技能训练等 9 个要素单元。同时,还配套有丰富的教学资料包(需要者可与作者 huangzhiping@21cn.com 或者出版社 duanchao@mail.wuht.edu.cn 联系),充分扩展全书的多媒体内容,对教师的教学和学生的深入学习极有帮助。

《电子商务管理案例分析》由黄志平(重庆职业技术学院工商管理系主任、副教授)主编,负责全书结构、大纲和主要章节编写。参与编写的还有文丽丽(天津交通职业学院)、胡苗(湖南环境生物职业技术学院)、高洁(天津交通职业学院)、祝娟(荆州职业技术学院)、陈建国(恩施职业技术学院)。

虽然作者 7 年前就开始接触电子商务,但仍然觉得电子商务属于新兴领域,许多问题有待探索,因此,本书可能存在错漏,非常诚恳地欢迎读者提出建议和指正错误,作者将在今后的再版中积极改进。在此衷心感谢提供资料、编写建议和工作支持的所有朋友,尤其是武汉理工大学出版社段超工作室,没有他们的支持就不会有这本书的问世。

黄志平

2005 年 1 月 22 日于重庆

目 录

本书栏目

【教学目标】	【关键词汇】	【预备知识】
【案例故事】	【问题讨论】	【案例背景资料】
【学生备考网站】	【学生备考文献】	【技能训练】

第1部 规划电子商务

1 e 浪潮——认识电子商务	(2)
戴尔公司发挥互联网的优势	(3)
2 从需求开始	(10)
云网寻找市场缝隙	(10)
3 电子商务的商业(赢利)模式	(16)
休闲游戏《泡泡堂》免费模式	(16)
微软 MSN 联手 7 家网站做门户	(25)
4 拟订商业计划	(34)
“联通星盟”商业计划书	(35)
5 筹集资金	(46)
“金融界”登陆美国纳斯达克	(47)

第2部 网站架设

6 网站建设规划	(56)
阿里巴巴“诚信通”指数	(56)
7 建立 Web 服务器	(68)
四季青服装集团企业门户系统	(69)
中国互联网络域名管理办法	(79)

8	网页设计	(86)
	“第九城市”网站设计	(87)
	互联网广告新模式——窄告	(102)
9	网络安全	(112)
	工商银行网上支付安全	(113)
	中华人民共和国电子签名法	(120)

第3部 电子商务运营

10	赢得订单	(127)
	海尔网上商城	(128)
11	结算与支付	(139)
	“易购 365”的支付	(140)
12	物流配送	(152)
	亚马逊的电子商务物流	(152)
13	客户服务	(161)
	淘宝网的客户服务	(162)

第4部 促销电子商务

14	促销电子商务	(174)
	《封神榜》网络游戏营销新招	(175)
	Google 的标志形象与营销	(182)
15	广而告之	(189)
	网易的品牌整合营销	(190)
16	电子商务的营业促进	(199)
	Google Adwords——快速简单的购买广告服务	(201)

第1部

规划电子商务

1 e浪潮——认识电子商务

■ 戴尔公司案例

2 从需求开始

■ 云网案例

3 电子商务的商业(赢利)模式

■ 《泡泡堂》案例

■ MSN 案例

4 拟订商业计划

■ “联通星盟”案例

5 筹集资金

■ “金融界”案例

电子商务仅仅是刚起步,属于完全没有成熟而等待开垦的土地,赶快抢占未来发展的新兴领域吧!但有满腔热情是不够的,在竞争者醒来之前成功,你需要周密的计划,先来纸上谈兵,将电子商务未来的成败得失反复掂量,拿出最美好的蓝图,准备好足够的基础条件。

教学目标 ▼

理解电子商务的兴起与发展,并熟悉电子商务的业务流程;掌握电子商务的内涵、特点和类型,了解电子商务与传统商务活动的异同、利与弊区别;熟练掌握网上冲浪基本工具的使用。

关键词汇 ▼

电子商务 万维网 B2B B2C C2C

预备知识 ▼

电子商务,狭义上称作电子交易(E-commerce),主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行的商业贸易活动;广义上则指包括电子交易在内的利用 Web 进行的全部商务活动,亦称作电子商业(E-business),如市场分析、客户管理、资源调配、企业决策等。

电子商务是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,通过信息化网络所进行并完成的各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动。电子商务的应用非常广泛,像网上银行、网上炒股、网上购物、网上订票、网上租赁、工资发放、费用缴纳等。

按照参与交易对象的不同可将电子商务分为:企业之间电子商务(B2B, Business to Business)、企业与消费者间电子商务(B2C, Business to Customer)、消费者之间电子商务(C2C, Customer to Customer)、政府与个人间电子商务(G2C, Government to Customer)和政府与企业间电子商务(G2B, Government to Business)。

电子商务在这些方面表现出明显的优势:全新的时空优势;展示产品及服务的优势;密切用户关系,加深用户了解的优势;减少流通环节,降低交易费用的优势。

案例故事 ▼

戴尔公司发挥互联网的优势

戴尔公司于1984年由迈克尔·戴尔创立。他是目前计算机行业内任期最长的首席执行官。他的理念非常简单:按照客户要求制造计算机,并向客户直接发货,使戴尔公司能够最有效和明确地了解客户需求,继而迅速做出回应。这种直接的商业模式消除了中间商,减少了不必要的成本和时间,让戴尔公司更好地理解客户的需要。这种直接模式允许戴尔公司能以富有竞争力的价位,为每一位消费者定制并提供具有丰富配置的强大系统。通过平均三天一次的库存更新,戴尔公司能够把最新相关技术带给消费者,而且远远快于那些运转缓慢、采取分销模式的公司。

戴尔公司应用互联网进一步推广其直线订购模式,不断地增强和扩大其竞争优势。戴尔公司在1994年建立了www.dell.com网站,并在1996年加入了电子商务功能,推动商业向互联网方向发展。接下来的一年,戴尔公司成为第一个在线销售额达到100万美元的公司。今天,基于微软视窗操作系统,戴尔公司经营着全球规模最大的互联网商务网站。戴尔PowerEdge服务器运作的www.dell.com网址覆盖81个国家的站点,提供28种语言或方言、26种不同的货币报价,目前每季度有超过20亿人次浏览。

戴尔公司日益认识到互联网的重要作用贯穿于整个业务之中,包括获取信息、客户支持和客户关系的管理。在www.dell.com网站上,用户可以对戴尔公司的全系列产品进行评比、配置并获知相应的报价。用户也可以在线订购,并且随时监测产品制造及送货过程。在valuechain.dell.com网站上,戴尔公司和供应商共享包括产品质量和库存清单在内的一整套信息。戴尔公司利用互联网将其业内领先的服务带给广大客户。例如,全球数十万个商业和机构客户通过戴尔公司先进的网站Dell.com与戴尔公司进行商务往来。

■开展直线订购模式的中国城市和地区

戴尔公司于1998年8月将直线订购模式引入中国。戴尔(中国)公司在北京、上海、广州、成都、南京、杭州和深圳设有办事处,并有实力将销售及市场拓展到多个主要城市(例如沈阳、苏州、武汉和西安),以及100多个二线城市和城属区域。

■以客户为本的市场战略

戴尔竭诚提供优良的客户服务,并拥有专业的销售及技术支持队伍,为不同

领域的客户提供服务:企业客户(大型及中型公司)、全球客户、政府及有关机构、家庭及小型企业。

■目标市场

电信业

银行业/税务业/金融业

政府

跨国公司

教育/研究机构

■市场定位

根据 IDC 公司 2004 年第 3 季度研究报告,戴尔在中国市场的服务器出货量排名第一,市场份额占 23.5%,进一步显示出中国在戴尔亚太乃至全球业务中的战略地位。

■市场覆盖

中国客户可按其配置和软件要求,通过在全国 258 个城市中设立的 720 条免费电话直接联系到每一位戴尔的销售代表,订购个人电脑、笔记本电脑或服务器产品,也可直接通过互联网在戴尔的 www.dell.com.cn 网站购买。

戴尔提供的现场服务和技术支持可直接覆盖 2029 个城市。

■产品类别

面向家庭或小型企业的 Dimension 个人电脑

面向家庭或小型企业的 Inspiron 笔记本电脑

OptiPlex 企业级台式机

Latitude 企业级笔记本电脑

PowerEdge 服务器

PowerVault 和 Dell I EMC 存储解决方案

Precision 工作站

PowerConnect 交换机

Axim 掌上电脑

戴尔品牌投影仪

■互联网居领导地位

戴尔公司的直线订购模式伸延至互联网上,令网上购买产品和获得服务变得轻松和安全。全中文的 www.dell.com.cn 方便中国用户使用母语来确定配置、获得报价及订购产品。戴尔的中文网站计划也延伸到了戴尔的“用户主页”,便于企业及机构用户在互联网上购买戴尔的产品。

问题讨论 ▼

1. 什么是电子商务, 典型类型有哪些?
2. 传统商务和电子商务的本质区别是什么?
3. 请谈谈戴尔公司成功的启示。

案例背景资料 ▼

关于 WWW(万维网)

WWW 是 World Wide Web 的缩写, 它是基于超文本(Hypertext)方式的信息查询工具。通过将位于全世界 Internet 上不同地点的相关数据信息有机地编织在一起, 用户仅需提出查询要求, 而到什么地方查询及如何查询由 WWW 自动完成。WWW 除可以浏览文本信息外, 通过相应的浏览器可以显示与文本内容相配合的图形、图像和声音等多媒体信息。

万维网 1989 年起源于欧洲的一个国际核能研究院中, 科学家伯纳斯·李发现: 随着研究的发展, 研究院里的文件不断更新, 人员流动很大, 很难找到相关的最新的资料。他提出了一个建议: 服务器维护一个目录, 目录的联结指向每个人的文件; 每个人维护自己的文件, 保证别人访问的时候总是最新的文档。

WWW 服务器采用了 Hypertext(超文本——泰得·奈尔松在 1965 年提出“超文本”概念)方式来存储文件。超文本文件是在文本上“镶嵌”了许多“链接点”(Link)的文件。所谓“链接点”可以理解为嵌套在文本中的“选单项”。上述“链接点”可以是一个词, 一段文本, 一个图标, 甚至一幅图形。当用户将光标移动到该“链接点”上并将其“激活”时(激活方式通常是按下回车键或按下鼠标键), 就会像激活选单上的选单项一样, 屏幕上会出现窗口或者其他新的内容。这新的内容就是 WWW 客户程序从本地的或异地的 WWW 服务器取来的信息, 它也可以来自 FTP、Gopher 等 Internet 上的其他服务器。

WWW 服务器上的超文本文件是采用 HTML 语言制作的, 目前的 HTML 标准支持文本、图形、图像及声音等多媒体信息。用 HTML 语言制作的超文本文件叫做 WebPages, 其中文件的第一页叫 Homepage。

关于万维网联盟(W3C)

W3C 的成立是以开发共同协议来促进万维网的演进及确保其兼容与互动性, 让万维网的潜能尽展。这是一个国际性的技术联盟, 由美国麻省理工学院计算机科学与人工智慧实验室(MIT CSAIL), 总部设于法国的欧洲信息与数学研

究论坛(ERCIM)和日本的庆应大学共同管理。联盟提供的服务包括:为开发者和使用者储存有关万维网的信息及以各类原型和样本应用程序来展示新技术。目前有近 400 多个组织成为联盟的会员。网址<http://www.w3.org>。

关于戴尔公司

选择一个国家或地区 | 中国大陆 | 中文 | English

网上购买或拨打 800-858-0888 此免费电话只限于中国大陆拨打

DELL™ 中国大陆 [关于Dell](#)

加入Dell | E-Value编码 | 购物车 | 订购状况 | 网上支付

Dell 推荐使用 Microsoft® Windows® XP Professional

捐款给中国红十字会

加入 Dell 帮助海啸受灾地区的行列中

中国红十字会
齐心协力，拯救生命

戴尔最新优惠
(截至2005-1-14下午6时正)

- ▶ RMB7599元享受台式机最新技术
- ▶ 享受RMB7699元心动价格,拥有精选Inspiron™ 510m 笔记本电脑
- ▶ 网上RMB2899元起拥有掌上电脑
- ▶ 网上购买精选服务器享受特别优惠

浏览选购产品及服务

- 家庭与商务办公
家庭与家庭办公
请选择
- 小型企业、教育与政府机构
最多 500 名员工的机构
请选择
- 大中型企业
员工超过 500 名的机构
请选择

家庭及商务办公用户的热销资讯

小型企业、教育与政府机构用户的热销资讯

支持

- 支持及客户服务
协助解决技术问题并与戴尔公司有效沟通
- 学习更多的Microsoft® Windows® XP Service Pack 2知识
- 最新的病毒警报
- 扩展保修服务 - 新! 保护您的投资, 扩展您的保修服务
- 戴尔培训
- 戴尔资源指南
- 加入 Dell
百播市讲桌

总部设在得克萨斯州奥斯汀(Austin)的戴尔公司是全球领先的 IT 产品及服务提供商,其业务包括帮助客户建立自己的信息技术及互联网基础架构。戴尔公司成为市场领导者的根本原因是:通过直接向客户提供符合行业标准技术的产品和服务,不断地致力于提供最佳的客户体验。戴尔公司目前在全球共有 53000 名雇员,在过去的四个财年中,戴尔公司的总营业额达到 473 亿美元。

戴尔公司财政年度财务概述(以百万美元计,每股净收益除外)

	2004 财年	2003 财年	2002 财年 1	2001 财年 2	2000 财年 3
净营业额	41444	35404	31168	31888	25265
运营收入	3544	2844	2271	2769	2457
净收入	2645	2122	1780	2310	1860
摊薄后每股收益	1.01	0.80	0.65	0.84	0.68
股票收盘价	33.44	23.86	26.80	25.19	37.25

常用网络浏览器

