



电子商务系列教材

DIANZI SHANGWU XILIE JIAOCAI

电子商务项目运作

DIANZI SHANGWU XIANGMU YUNZUO

DIANZI SHANGWU XIANGMU YUNZUO

王树进 主编



东南大学出版社

电子商务系列教材

电子商务项目运作

主 编 王树进
编 委 齐美智 许 军
许 朗 黄红耘

东南大学出版社

• 南京 •

内 容 提 要

电子商务项目运作为电子商务专业学生毕业前夕的最后一门主干课程。

本书把项目管理、电子商务、投资评估、商务技巧等知识和技能有机地组合到一起,深入浅出,理论联系实际。

本书可作为电子商务专业的本科及高职高专学生的教材,也可供相关专业的研究生和各类企事业单位电子商务项目运作人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务项目运作/王树进主编. —南京:东南大学出版社,2002.8

ISBN 7-81050-900-4

I. 电... II. 王... III. 电子商务-高等学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 052199 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 江苏省地质测绘院印刷厂印刷

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:13.75 字数:348 千字

2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

印数:1—4000 册 定价:21.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换。电话:025-3792327)

电子商务系列教材编辑委员会

主 任 顾冠群

副主任 沈家模 宁宣熙 黄 奇 王传松 周曙东
晏维龙 张 进 仲伟俊 王曰芬 徐志斌
都国雄 瞿玉庆 张绍来

编 委 (按姓氏笔画为序)

王贺朝 王树进 王超学 卞保武 付铅生
申俊龙 刘小中 刘玉龙 刘 丹 刘松先
朱学芳 迟镜莹 李晏墅 李善山 庄燕模
邵 波 肖 萍 陈次白 张中成 张 赅
张建军 张家超 张维强 严世英 闵 敏
尚晓春 周 源 周桂瑾 易顺明 俞立平
高功步 桂海进 黄宝凤 常晋义 曾 杨
曹洪其 谢延森 詹玉宣 鲍 蓉 潘 丰
潘 军 魏贤君

出版说明

为了适应高等院校电子商务专业教学的需要,经过了较长时间的酝酿、精心策划和精心组织,我们编写出版了“电子商务系列教材”。

2001年9月,经南京大学、南京航空航天大学、南京工业职业技术学院、南京正德学院、东南大学出版社、商友资讯公司、江苏省信息学会电子商务专业委员会等单位的有关人士反复商讨、策划,提议组织编写、出版电子商务系列教材。此项倡议得到江苏省内30多所高校的赞同和中国工程院院士、东南大学校长顾冠群的支持。2001年11月3日召开首次筹备工作会议,正式着手编委会的组建、教材选题推荐、编写人员组织等各项工作。经过各方面人士的共同努力,2001年12月22日正式成立电子商务丛书编委会,确定了首批系列教材的编写计划和编写大纲,落实了教材的编写人员,决定在2002年上半年出版首批“电子商务系列教材”共13种。

系列教材的出版是所有参编学校(单位)、参编人员协同努力及江苏省信息学会、东南大学出版社等各方面支持、配合的结果。丛书编委会对所有参编人员、参编学校(单位)及所有对本丛书出版给予支持的单位、人士表示衷心的感谢。

参加系列教材编委会的学校(单位)有:南京大学、东南大学、南京航空航天大学、南京农业大学、南京理工大学、南京师范大学、南京中医药大学、中国矿业大学、扬州大学、徐州师范大学、南京经济学院、南京审计学院、南京工业职业技术学院、南京正德学院、南京金肯学院、南京人口干部管理学院、南京钟山学院、中国矿大徐海学院、徐州教育学院、徐州彭城职业大学、淮海工学院、连云港职业技术学院、淮阴工学院、盐城工学院、南通职业大学、南通纺织职业技术学院、泰州职业技术学院、扬州职业大学、镇江高等专科学校、无锡商业职业技术学院、无锡职业技术学院、无锡南洋学院、常州工学院、常州信息技术学院、苏州职业大学、常熟高等专科学校、沙洲职业工学院、江苏省信息学会电子商务专业委员会、东南大学出版社、商友资讯公司等。

本着出精品、争一流、创品牌的指导思想,我们将充分发挥数十所高校协同合作及产、学、研结合的优势,不断创新、不断修订、精雕细镂,推出更多更好的教材或论著,奉献给广大师生和广大读者。在本套教材的编写和出版过程中,难免存有不足之处,欢迎广大师生和读者提出宝贵意见。

电子商务丛书编委会

2002年3月

总 序

20 世纪末信息技术的飞速发展,为社会的各个领域开辟了全新的天地。互联网投入商业化运营以后,电子商务应运而生并蓬勃发展。电子商务不仅改变了商务活动的运作模式,而且必将给政治、经济和人民生活的各个领域带来根本性的变革。电子商务将是 21 世纪全球经济增长最快的领域之一,它带来的经济发展机遇是人类历史上几百年才能遇到的。

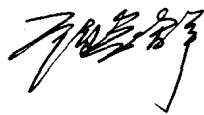
研究电子商务理论、模式、方法,回答电子商务发展中一系列理论的和实践的问题,是电子商务理论工作者的任务,也是我国经济、科技领域出现的一项重大课题。因此,一门新的学科——电子商务学应运而生。可以说,电子商务理论是一门技术、经济、管理诸多学科知识融会交叉的新兴的应用型学科,它涉及的内容是十分广泛的。

然而,“理论是灰色的,而生活之树是常青的。”在电子商务迅猛发展的时代,理论研究往往跟不上实践的发展,由此而产生一种矛盾性状态:一方面,实践的发展迫切需要理论创新和由创新的理论培养出来的大批人才;另一方面,理论的创新和人才的培养却一时又跟不上实践发展的需要。正是这样一种矛盾性的状态,给我们提出了一个任务:在前一阶段电子商务实践发展的基础上进行相应的理论性的归纳、总结和集成,以适应培养电子商务专业人才的需要,同时也为广大企业和相关部门应用电子商务提供指导。

为了推动电子商务理论的创新和加快电子商务专业人才的培养,江苏省信息学会电子商务专业委员会和东南大学出版社,联合了南京大学、东南大学、南京航空航天大学、南京农业大学、南京理工大学、中国矿业大学等省内 30 多所高校和我省最早从事电子商务应用开发的服务机构——商友资讯公司,走产、学、研合作之路,组织编撰一套“电子商务丛书”,首期出版“电子商务系列教材”。这是一件很有意义的工作。

我们希望这套专业教材的出版,有助于电子商务理论的创新和发展,有助于电子商务专业人才的培养,有助于电子商务在全社会的广泛应用。

中国工程院院士
东南大学校长



2002 年春

前 言

目前电子商务倍受世人关注,政府的支持不是主要原因,IT 企业的推动也不是主要原因,主要的原因在于电子商务自身的优势和特点,是电子商务给广大企业带来了绝好的发展机遇。

电子商务项目运作,就是运筹和发起电子商务项目。这是一项非常有意义的开创性的工作。电子商务项目运作的目的和任务,就是在研究电子商务真实价值的基础上,洞察商业机会,绕开实现电子商务的若干障碍,帮助企业在各种不同层面上发起电子商务项目,开展电子商务活动,提高企业的竞争力。

本课程的教学目标是使学生将所学到的有关计算机应用知识与技能、网络知识与技能和经济管理类知识与技能融会贯通,为企业实现信息化做些实事;引导学生从项目发展的角度去接近现实,掌握发起电子商务项目的技能与必备知识,期望将来依靠这样的训练有素的学生,在传统行业的企业中根据实际需要导入不同水平、不同复杂程度的电子商务项目。

针对上述的教学目标,“电子商务项目运作”这门课程,首先,要拓展学生的思维,培养学生对企业需求的识别能力和对商业机会的敏感度;其次,学生应该掌握项目管理和运作的基本常识,并学会把企业对电子商务的潜在需求变成一个真实项目的常规做法;第三,必须学会做电子商务项目的可行性研究,学会从功能和成本的角度、从投资和回报的角度去研究企业是否应该导入电子商务,在什么程度上实现电子商务;第四,要意识到说服上司、争取上司支持的重要性,要学习沟通和争取客户的技巧,学习推介的现代化手段,如利用 PowerPoint 来演示报告,以增强沟通的效率和报告的表现力;第五,要研究几种主要传统行业的特点,考察不同行业的电子商务项目可能产生于哪些环节,在实际中的案例如何。学生在毕业实践中,可以根据自己的兴趣选择不同的行业,在感兴趣的行业中去辨识特定企业对电子商务的真实需求,并运作满足企业需求的项目。

编写本书有两个目的:一方面为在校电子商务专业的高年级大学生提供毕业实习前夕的一本“关门”教材;另一方面也为相关专业的研究生和各类企事业单位电子商务项目运作人员提供一本综合性的实用参考书。

考虑专科、本科、研究生等不同培养层次共同的需要和选择的多样化,我们把教材的内容安排成总论和各论两个部分,并合为一个有机整体。前 7 章为总论,提供一般知识和技能训练,包括电子商务项目概述、电子商务需求识别、提出电子商务解决方案、电子商务项目的执行、电子商务项目可行性研究、电子商务系统及其组件、电子商务项目演示。后 3 章为各论,重点研究在不同行业运作电子商务项目的要点,包括商业电子商务项目运作、制造业电子商务项目运作、农业电子商务项目运作。

本书的特点是把项目管理、电子商务、投资评估、商务技巧等知识和技能有机地组合到一起,深入浅出,满足不同层次的读者和学生对本书的要求。鉴于时间关系和业务能力的限制,结果仍有很多不尽人意之处,希望同行专家、使用本书的各位老师和读者,及时提出批评

意见,以便将来不断改进。

本书由南京农业大学电子商务研究中心副主任、钟山学院电子商务研究所所长王树进主编,解放军理工大学 63 研究所齐美智、钟山学院许军、南京农业大学经贸学院许朗、徐州建筑职业技术学院黄红耘等老师参加编写。在编写过程中,得到了江苏省信息学会电子商务专业委员会秘书长、南京商友资讯公司董事长王传松先生,东南大学出版社张绍来先生,南京农业大学博士生导师张景顺教授、周曙东教授等的热情鼓励和大力支持,在此谨表示衷心的感谢。同时也鸣谢本书所列参考资料的各位作者和出版单位,没有他们的佳作在先,也就不可能有本书的问世。

编 者

2002 年 6 月于南京

目 录

1 电子商务项目概述	(1)
1.1 电子商务项目的概念	(1)
1.1.1 电子商务的概念	(1)
1.1.2 电子商务项目的含义和特征	(1)
1.1.3 电子商务项目的范围和特点	(3)
1.2 项目生命周期与管理过程	(5)
1.2.1 项目生命周期	(5)
1.2.2 一般项目管理过程	(7)
1.2.3 项目运作与项目管理的关系	(8)
1.3 电子商务项目运作	(8)
1.3.1 电子商务对企业的价值	(9)
1.3.2 实现电子商务的条件和障碍	(10)
1.3.3 电子商务项目运作的目的	(11)
1.3.4 电子商务项目运作的模式	(12)
1.3.5 电子商务项目运作的流程与任务	(13)
1.3.6 电子商务项目运作的知识准备	(15)
思考题.....	(17)
2 电子商务需求识别	(18)
2.1 如何识别电子商务需求	(18)
2.1.1 电子商务需求识别的意义和目的	(18)
2.1.2 识别需求要从观察和分析着手	(18)
2.1.3 诱发电子商务需求的 8 种因素	(19)
2.2 如何分析企业的具体需求	(24)
2.2.1 检查企业的战略目标和实施计划	(24)
2.2.2 检查企业的信息流程	(25)
2.2.3 评估企业电子商务技术现状	(26)
2.2.4 研究企业的 4 种基本选择	(27)
2.3 需求建议书的准备与发布	(29)
2.3.1 什么是需求建议书	(29)
2.3.2 需求建议书的主要内容	(29)
2.3.3 申请书的征集对象	(31)
2.3.4 征集申请书的注意事项	(32)
思考题.....	(32)

3 提出电子商务解决方案	(33)
3.1 申请前期的沟通与研究	(33)
3.1.1 申请前期沟通的意义	(33)
3.1.2 申请前期沟通的内容与方式	(34)
3.1.3 申请前期的研究工作	(35)
3.1.4 前期研究的代价与回报	(37)
3.2 是否投标	(37)
3.2.1 决定是否投标的主要因素	(37)
3.2.2 客户如何评估承约商的申请	(39)
3.3 准备申请书	(40)
3.3.1 申请书的内容	(40)
3.3.2 技术部分编制要求	(41)
3.3.3 管理部分编制要求	(42)
3.3.4 成本估算书的编制要求	(43)
3.4 提交申请书以及后续行动	(44)
3.4.1 提交申请书的注意事项	(44)
3.4.2 合同签约	(45)
3.5 投标案例	(47)
思考题.....	(63)
4 电子商务项目的执行	(65)
4.1 项目实施计划	(65)
4.1.1 项目计划的内容	(65)
4.1.2 定义项目目标	(66)
4.1.3 工作任务分解	(68)
4.1.4 活动工期估计	(69)
4.1.5 制定简易的施工计划	(70)
4.1.6 网络图的应用	(71)
4.2 项目执行与控制	(75)
4.2.1 执行阶段的控制步骤	(76)
4.2.2 项目进度控制	(77)
4.3 项目的成本管理	(79)
4.3.1 项目成本估计	(79)
4.3.2 项目预算成本与实际成本	(79)
4.3.3 成本分析与成本控制	(80)
4.4 项目质量管理	(81)
4.4.1 项目质量管理原则	(81)
4.4.2 质量管理的组成部分	(82)
4.4.3 解决质量问题的流程	(83)
4.5 项目结束阶段的活动	(83)
思考题.....	(83)

5 电子商务项目可行性研究	(85)
5.1 可行性研究概述	(85)
5.1.1 可行性研究的目的与工作程序	(85)
5.1.2 可行性研究的类型及基本要求	(85)
5.2 可行性研究的内容与方法	(86)
5.2.1 必要性研究	(86)
5.2.2 技术可行性研究	(87)
5.2.3 经济可行性研究	(89)
5.2.4 投资效益分析方法	(91)
5.2.5 不确定性分析	(97)
5.3 可行性研究报告的编制	(98)
5.3.1 可行性研究报告的内容要求	(98)
5.3.2 可行性研究报告编制案例	(99)
思考题	(106)
6 电子商务系统及其组件	(107)
6.1 电子商务系统的概念	(107)
6.1.1 从项目运作角度看电子商务系统	(107)
6.1.2 电子商务系统组件的分类	(107)
6.2 局域网和广域网	(108)
6.2.1 局域网	(108)
6.2.2 广域网	(112)
6.3 Intranet 和 Extranet	(112)
6.3.1 Intranet	(112)
6.3.2 Extranet	(114)
6.4 网站	(115)
6.5 供应链管理和条码技术	(120)
6.5.1 供应链管理	(120)
6.5.2 条码技术	(122)
6.6 企业资源计划和客户关系管理	(124)
6.6.1 企业资源计划	(124)
6.6.2 客户关系管理	(125)
6.7 管理信息系统和 POS 系统	(127)
6.7.1 管理信息系统	(127)
6.7.2 POS 系统	(128)
6.8 电子数据交换	(131)
6.9 电子商务系统其他组件	(133)
思考题	(134)
7 电子商务项目演示	(135)
7.1 报告演示概述	(135)

7.2 PowerPoint 使用技术基本要点	(135)
7.2.1 制作演示文稿	(135)
7.2.2 编辑幻灯片	(138)
7.2.3 设置幻灯片背景	(139)
7.2.4 配色方案	(140)
7.2.5 母版	(141)
7.2.6 其他功能	(142)
7.3 如何提高报告演示的效果	(144)
7.3.1 插入图表和声音	(144)
7.3.2 插入影片剪辑	(145)
7.3.3 动画效果	(145)
7.3.4 幻灯片的播放技术	(147)
7.3.5 页面设计与输出	(151)
7.3.6 联机广播与网上演示	(153)
7.4 演示报告的脚本和图片准备	(156)
7.4.1 演示报告的脚本准备	(156)
7.4.2 演示报告的图片选择	(157)
7.4.3 演示报告的首尾设计	(158)
思考题	(158)
8 商业电子商务项目运作	(159)
8.1 传统商业的特点和面临的挑战	(159)
8.2 传统商业企业的出路	(160)
8.2.1 锁定目标,开展电子商务	(160)
8.2.2 传统商业企业运作电子商务项目的要点	(161)
8.3 商业企业电子商务项目运作案例	
——汉高食品网	(163)
8.3.1 汉高食品网的背景与特色	(163)
8.3.2 汉高电子商务交易平台的解决方案	(164)
8.3.3 汉高物流中心管理系统的构思	(168)
8.3.4 汉高食品网的运行	(172)
思考题	(173)
9 制造业电子商务项目运作	(174)
9.1 制造业企业开展电子商务的意义	(174)
9.2 制造业电子商务项目发展战略	(175)
9.2.1 构成制造业电子商务价值链的基本要素	(175)
9.2.2 影响制造业电子商务项目成败的关键因素	(177)
9.2.3 制造业企业实施电子商务的战略理念	(179)
9.2.4 制造业软件企业的战略理念	(181)
9.3 制造业企业实施电子商务的步骤	(182)
9.3.1 全面规划企业	(182)

9.3.2	构造基础电子商务平台	(182)
9.3.3	建立后台应用系统	(183)
9.3.4	实施前台电子商务	(184)
9.3.5	拓展未来的网上业务	(185)
9.4	案例：江苏 CIMS	(185)
9.4.1	CIMS 的概念及由来	(185)
9.4.2	江苏 CIMS 实践概况	(185)
9.4.3	长江电器股份公司的 CIMS 应用示范	(187)
	思考题	(191)
10	农业电子商务项目运作	(192)
10.1	农业的行业特点与我国农业的信息化情况	(192)
10.1.1	农业的行业特点	(192)
10.1.2	我国农业的信息化情况	(193)
10.2	农业电子商务项目运作要点	(195)
10.2.1	为政府的农业信息化工程服务	(195)
10.2.2	为农业龙头企业服务	(196)
10.2.3	构建农村市场服务体系	(197)
10.3	中国农业网站	(199)
10.3.1	中国农业网站概况	(199)
10.3.2	典型农业网站剖析	(200)
10.3.3	农业网站的作用	(202)
	思考题	(203)
	参考文献	(205)



电子商务项目概述

1.1 电子商务项目的概念

要理解什么是电子商务项目,还必须从电子商务的概念和一般项目的概念说起。

1.1.1 电子商务的概念

电子商务按照字面的意思,是指通过电子手段进行商务活动。电子商务的本质是商务活动,电子商务的手段,是利用电子技术特别是现代的计算机网络技术。对电子商务,目前国内外尚无一个统一公认的定义,但大体上可以归纳为广义和狭义两种基本的理解。

广义的电子商务(Electronic Business, EB),是指各行各业,包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化,可称为电子业务,包括企业的电子商务、政府的电子政务、军队的电子军务、医院的电子医务、学校的电子教务,家庭的电子家务等。

狭义的电子商务(Electronic Commerce, EC),是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动,如厂家、商家、其他企业相互之间以及与消费者个人之间利用计算机网络进行的各种商务活动,可称为电子交易,包括电子商情、电子广告、电子合同签约、电子购物、电子支付、电子转帐、电子结算、电子商场、电子银行等不同层次、不同程度的电子商务活动。

本书采用广义电子商务的概念。本书所谈的电子商务,主要是指使企业商务活动的电子化和网络化。这里的企业包括但不限于商业流通企业。“化”是一个过程的概念,是指我们所说的对象从一种状态变成另一种状态的过程。对电子商务来说,这个过程有丰富的内容,由无数大大小小的项目所构成。

1.1.2 电子商务项目的含义和特征

项目(Project)是工程管理上的术语。项目有着极其广泛的含义,一件认真策划并完成的事情,可以看成为一个项目;家庭住房的装修,也可看作一个项目;安排一个隆重的生日庆典,是一个项目;修建一条马路,也是一个项目。在投资人的眼里,一个可以在预期内收回本金并能盈利的投资活动,是一个投资项目;在政府官员眼里,针对社会上某些问题出台一个政策并付诸实施,是一个治理项目;在城市建设中,建一个污水处理厂,是一个环保项目;在商场管理中,采用POS机和数据库系统辅助结算和收款工作,就是一个电子商务项目。

一言以蔽之,所谓项目,是指以一套独特而相互联系的任务为前提,有效地利用资源,为实现一个特定的目标所做的努力。电子商务项目,则是指用电子手段来装备一切商务活动

过程的种种努力。

一般来说,凡是项目,总具有一些共同的特征,电子商务项目也不例外。这些特征是:

1) 目标、任务与资源

任何项目都有一个明确界定的目标——一个期望的结果或产品。项目的目标通常用工作范围、进度计划和成本来表达。例如,一个电子商务项目的目标可能是花1万元人民币,用2个月的时间,完成一个企业的网页设计和制作,并送上互联网,从而使企业的老板感到满意;另一个电子商务项目的目标可能是花20万元人民币,用3个月的时间为本单位构建一个客户关系管理(CRM)系统,提高本单位对客户的管理能力。

项目的执行,就是通过完成一系列相互关联的任务,从而达到预定的目标。这些任务互不重复,彼此之间有一定的先后顺序。例如,一个传统企业的上网项目,可能会包括ISP(互联网服务提供商)选择、域名登记、网站规划、网页文稿编撰、现场或实物拍照、图片选择、文字输入、版面美化、动画处理、链接、上传、引擎登记等任务。这些任务有先有后,任务全部完成后,目标才能实现。

项目需要运用各种资源来执行任务。这些资源包括不同的人力、组织、设备、原材料和工具。例如,企业上网项目可能涉及到的资源有:ISP、网页设计与制作人员、计算机、扫描仪或数码相机、通信线路等等。

2) 具体的时间计划

项目有具体的时间计划或有限的寿命。它有一个开始时间和目标必须实现的到期日。例如,整修一幢教学楼可能必须在7月20日到8月30日时间内完成。一个企业上网的项目可能是从3月1日起到5月20日之前完成。

有的项目执行的时间可能很长,如大型的建设项目,可能持续几年或十几年。但中小企业的电子商务项目,一般执行期不会超过2年,大多数只有几个月,有的甚至更短。

3) 独特性和一次性

项目本身可能是独一无二的、一次性的努力。

有的项目很明显是独一无二的,如三峡建设工程,前人没有搞过。

另外一些项目,如给甲乙两个企业设计网站,虽然工作性质相似,但甲企业与乙企业的具体情况和对网站要求可能差别很大,所以虽然同为建网站,但成本、工期和作业方式可能相差很远,所以给甲企业设计网站和给乙企业设计网站,因其特定的需求不同,项目仍是独一无二的。

任何成功的项目,其效益或影响是长期的,也可能是持续的。但就项目本身来说,都是一次性的努力。例如,企业网站项目,随着网站的建成发布,项目也就结束了。建网站是一次性的努力,但网站的影响可能很长远。

4) 客户和承包商

所谓客户,是指为项目提供必要资金,以达成目标的组织或个人。承包商就是用客户的钱来执行项目的组织或个人。每个项目都有客户。当一个承包商为某公司建设网站,该公司就是资助这一项目的客户。当一个企业从政府那里得到资金,开发一种公共数据库,客户就是该政府机构。当某公司提供资金给公司内部一组人员,要求升级公司的管理信息系统,客户就是这个公司。有时候,客户这个词具有更广泛的涵义,不仅包括目标资助人(如上述的公司管理层),而且包括其他利害关系方,例如包括那些将成为信息系统最终用户的人们。承包商必须成功地完成项目目标,以使客户满意。

5) 不确定性及影响因素

任何项目都包含不确定性。

一个项目开始之前,一般在一定的假设和预算基础上准备一份计划。这些假设影响着项目预算、进度计划和工作范围的发展。项目以一套独特的任务、任务所需要的时间估计、各种资源及这些资源的有效性及性能为假设条件,并以资源的相关成本估计为基础。这种假定和预算的组合产生了一定程度的不确定性,影响着项目目标的成功实现。例如,最终成本可能会高于预计成本,因为当初低估了某些资源的费用;实际工期可能延长,因为当初对困难估计不足等。

6) 项目成功的制约因素

项目目标的成功实现通常受四个因素制约:项目范围、成本、进度计划和客户满意度。

(1) 项目范围 也就是工作范围,是指为了使客户满意而必须做的全部工作。要使客户满意,关键是项目的交付物(有形产品或是所提供的服务)要满足项目开始时所指定的认定标准与要求。例如,一个电子商务项目范围可能涉及到网络平台供应商的选择、计算机及相关设备的选择、企业内部工作流程的梳理或改造等所有的工作,承包商应该在一开始就和客户达成一个一致认同的计划,并明确哪些是承包商必须完成的任务,哪些是客户自己要做的事情。客户总是期望承包商高质量地完成工作范围。如果为企业建造一个目的是宣传该企业产品的网站,在完成工作范围并交付验收后,客户发现访问速度很慢、有些链接无法使用,这样的项目客户是不会满意的。

(2) 项目成本 是指客户同意为一个可接受的项目交付物所付的款额。项目成本以预算为基础,包括将用于支付项目的人员工资、原材料成本、设备和工具费用以及任务可能分包或外包的费用。例如,建一个电子商务网站的成本可能包括人员工资、设备购置安装费、材料消耗、专线租用与服务器租赁费、网页制作包干费、数据库开发外委课题费等等。

(3) 项目进度计划 是指每项活动开始及结束时间具体化的进度计划。客户通常给承包商一个总的时间要求和目标要求,承包商必须将总的目标转化为必要而有序的各项任务,并对每项任务的完成时间作出安排。这种安排就构成了进度计划。在多数情况下,承包商为了使自己和客户确信项目能够成功,有必要在项目开始前建立一份计划,计划应当包括所有工作任务、相关成本和必要的完成任务所需要的时间估计。如果没有这样的计划,将会增加不能按时在预算内完成全部工作的风险。

(4) 客户满意度 是指客户对项目的满意程度。使客户满意,不仅仅是按时在预算内完成工作范围,或是在项目结束后问他是否满意。项目负责人要随时与客户沟通,使客户知晓项目进展情况,以便决定是否需要改变期望。定期地安排会议或作进度报告,经常进行电话讨论或发送电子邮件,是实现沟通的最经济便捷的办法。客户满意就意味着把客户作为一个合作伙伴,在整个项目过程中让客户和承包商一同积极参与,以获得项目的成功。项目负责人要了解整个项目过程中的客户满意度,通过与客户保持定期沟通,使客户感觉到他是真正关心客户期望的,这样可以最大限度地防止日后出乎意料的不愉快的事情发生。

1.1.3 电子商务项目的范围和特点

电子商务项目的范围很广,既包括企业的电子商务建设,也包括政府、个人和社会其他主体的电子商务活动。由于企业是商务活动的主流主体,所以,利用现代电子技术来武装传

统企业的商务活动过程,使企业在信息交换,计划决策,物料采购,生产安排和控制,市场营销,人事、行政、物流和财务管理等各个环节或各个方面采用适当的电子手段来提高效率、降低成本、提高竞争力的努力,是电子商务项目的重心所在。

1) 电子商务项目的范围

明确电子商务项目的范围,也可以进一步帮助我们理解电子商务项目的概念。一般来说,电子商务项目的范围可以从两个角度来概括:

(1) 传统企业的电子商务改造 传统企业是与现代企业相比较而言的一个称谓,多是指在传统行业(非信息产品生产行业)的企业,这些企业尚未采用现代信息技术来装备自己。在现代的市场竞争环境下,传统企业迫切需要信息化,需要在商务流程中实现电子化,也就是需要实现电子商务。因为在商务活动中采用的电子技术与过去采用的其他技术相比,条件和结果都有很大的不同,因此新技术的采用,势必要求工作流程作相应的改变。换句话说,需要对商务流程进行再造,以适应电子商务的特点。这就是企业的电子商务改造。

传统企业的电子商务改造,可以是一个简单的项目(如上网发布产品信息),也可以是一个较复杂的项目(如建立办公自动化系统,或建立一个与客户互动的 B to B 电子商务网站);可以是一个短期项目(如 2 个星期内完成),也可以是一个长期项目(如持续 2 年);可以是一个单体项目,也可以是由许多单体项目所构成的综合性项目。这些项目,虽然大小不同、长短不一、复杂程度深浅不等,但都属于电子商务项目范畴。

(2) 一般 IT 企业的工程承包和其他活动 所谓 IT 企业,是指生产销售电子信息产品或提供相关技术服务的企业。传统企业的电子商务改造任务,特别大型的、复杂的综合性项目,往往将部分任务委托给 IT 企业去完成。许多 IT 企业,其实就是专为传统企业提供电子商务服务而设立的。这些企业的主营业务就是策划、发展和执行电子商务项目。他们往往是项目的承包商。

所以,一般 IT 企业为传统企业策划并承揽的企业上网工程、企业办公自动化系统建设、企业管理信息系统建设、企业网站建设等任务,都属于电子商务项目的范畴。

当然,IT 企业自己开发电子商务产品或服务的过程,也是电子商务项目。因为从本质上说,这都是为实现商务活动的电子化所作的努力。

2) 电子商务项目的特点

电子商务项目与一般工程项目相比,有如下一些特点:

(1) 项目牵涉的角色 电子商务项目牵涉的角色往往较多。在一般项目中,主要角色大多是两个,一个是项目的出资者(客户),一个是项目的执行者(承包商)。对一个复杂的电子商务项目来说,项目所涉及的角色往往还可以有独立的策划者、设计者和承建商。小的简单的电子商务项目,策划者和设计者往往是一体的,或是独立实体,或是客户本身,或是项目承建商。

在特殊情况下,一个人也可以搞一个电子商务项目,自己出资、自己设计和执行,那么这个人自己就承担了双重角色,既是项目的客户又是项目的执行者。

(2) 软件投资 软件投资比重较大,是电子商务项目和一般工程建设项目相比的另一个不同之处。例如,一般建设项目的执行结果,往往形成较大比例的固定资产,但电子商务项目的执行结果,主要是形成无形的管理与服务能力,项目投资主要是形成无形资产而不是固定资产。

(3) 项目生命周期 电子商务项目的生命周期较短。由于信息技术生命周期短、更