



# 电子商务应用研究

丁明华 著



中国石油大学出版社  
CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS

刮开查询

# 电子商务应用研究

► 丁明华 著



中国石油大学出版社  
CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务应用研究/丁明华著. —东营:

中国石油大学出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-5636-5262-4

I. ①电… II. ①丁… III. ①电子商务—研究 IV.

① F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 154936 号

书 名: 电子商务应用研究

作 者: 丁明华

---

责任编辑: 安 静

封面设计: 汇英文化传媒

---

出 版 者: 中国石油大学出版社(山东 东营 邮编 257061)

网 址: <http://www.uppbook.com.cn>

电子信箱: [anjing8408@163.com](mailto:anjing8408@163.com)

印 刷 者: 沂南县汶凤印刷有限公司

发 行 者: 中国石油大学出版社(电话 0532-86983566)

开 本: 170 mm × 240 mm 印张: 18 字数: 353 千字

版 次: 2016 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 1500 册

定 价: 36.00 元

---

版权专有,翻印必究。举报电话:0532-86983566

本书封面覆有带中国石油大学出版社标志的激光防伪膜。

本书封面贴有带中国石油大学出版社标志的电码防伪标签,无标签者不得销售。

21 世纪是一个信息化的时代,以互联网技术为标志的信息服务业成为 21 世纪的主导产业。互联网技术的革新带来电子商务的迅猛发展。电子商务几乎涉及人们日常生活和社会经济的各个领域,成为当今社会最重要的商务模式之一。

本书是作者在总结该领域多年研究成果和教学经验的基础上编撰而成的。本书内容深入浅出,同时合理利用清晰、生动的图表及案例分析说明相关理论和应用,使读者既能对电子商务有系统的了解和更好的体会,又能掌握实用知识和技能,为进一步学习电子商务专业相关知识做好准备。

本书共分 12 个项目,系统全面地介绍了电子商务的基本理论、应用领域和技术。全书内容由浅入深,突出前沿性和实用性。

鉴于各种因素的限制,尤其是电子商务在不断发展与更新,许多问题需要进行深入探讨,加上作者水平有限,书中一定还存在不少缺陷与不足,敬请诸位专家、读者批评指正。如果您有建议与批评,请及时与作者联系。邮箱:keeny1216@163.com。

丁明华

2016 年 4 月

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| ☑ 项目 1 认识电子商务 .....         | 1  |
| 学习目标 .....                  | 1  |
| 项目导入 .....                  | 1  |
| 相关知识 .....                  | 4  |
| 1.1 电子商务的概念 .....           | 4  |
| 1.2 电子商务的功能和特点 .....        | 7  |
| 1.3 电子商务运作体系的框架 .....       | 9  |
| 1.4 电子商务的分类 .....           | 13 |
| 1.5 全球电子商务的发展趋势 .....       | 16 |
| 任务实施 .....                  | 19 |
| 课内思考题 .....                 | 23 |
| 课外实训题 .....                 | 23 |
| ☑ 项目 2 B2B 电子商务模式 .....     | 24 |
| 学习目标 .....                  | 24 |
| 项目导入 .....                  | 24 |
| 相关知识 .....                  | 26 |
| 2.1 B2B 交易模式 .....          | 26 |
| 2.2 B2B 电子商务的业务模式 .....     | 27 |
| 2.3 B2B 电子商务模式的交易流程 .....   | 29 |
| 2.4 B2B 盈利模式的主要方式 .....     | 30 |
| 2.5 B2B 目前市场发展现状及发展趋势 ..... | 31 |

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 任务实施 .....                     | 34        |
| 课内思考题 .....                    | 42        |
| 课外实训题 .....                    | 42        |
| <b>☑ 项目 3 B2C 电子商务模式 .....</b> | <b>43</b> |
| 学习目标 .....                     | 43        |
| 项目导入 .....                     | 43        |
| 相关知识 .....                     | 47        |
| 3.1 B2C 电子商务的基本模式 .....        | 47        |
| 3.2 B2C 网络购物分析 .....           | 48        |
| 3.3 B2C 电子商务的运作流程 .....        | 51        |
| 3.4 B2C 电子商务对传统零售业的影响 .....    | 52        |
| 任务实施 .....                     | 53        |
| 课内思考题 .....                    | 64        |
| 课外实训题 .....                    | 65        |
| <b>☑ 项目 4 C2C 网上开店 .....</b>   | <b>66</b> |
| 学习目标 .....                     | 66        |
| 项目导入 .....                     | 66        |
| 相关知识 .....                     | 67        |
| 4.1 C2C 电子商务概述 .....           | 67        |
| 4.2 C2C 电子商务的业务模式及特点 .....     | 68        |
| 4.3 C2C 电子商务模式的交易流程 .....      | 70        |
| 任务实施 .....                     | 71        |
| 课内思考题 .....                    | 79        |
| 课外实训题 .....                    | 79        |
| <b>☑ 项目 5 O2O 电子商务模式 .....</b> | <b>80</b> |
| 学习目标 .....                     | 80        |
| 项目导入 .....                     | 80        |
| 相关知识 .....                     | 81        |
| 5.1 O2O 电子商务模式 .....           | 81        |

|                      |            |
|----------------------|------------|
| 5.2 O2O 的经营模式        | 83         |
| 5.3 O2O 营销模式的特点      | 84         |
| 5.4 O2O 的发展趋势        | 84         |
| 任务实施                 | 85         |
| 课内思考题                | 89         |
| 课外实训题                | 90         |
| <b>☑ 项目 6 电子商务支付</b> | <b>91</b>  |
| 学习目标                 | 91         |
| 项目导入                 | 91         |
| 相关知识                 | 92         |
| 6.1 电子支付             | 92         |
| 6.2 网上银行相关知识         | 110        |
| 6.3 第三方支付相关知识        | 111        |
| 任务实施                 | 116        |
| 课内思考题                | 122        |
| 课外实训题                | 122        |
| <b>☑ 项目 7 网络营销</b>   | <b>123</b> |
| 学习目标                 | 123        |
| 项目导入                 | 123        |
| 相关知识                 | 126        |
| 7.1 网络营销基本概念         | 126        |
| 7.2 网络营销的基本理论        | 130        |
| 7.3 网络市场调研           | 133        |
| 7.4 网络营销的方法          | 136        |
| 7.5 网络营销策略           | 140        |
| 7.6 网络广告             | 149        |
| 任务实施                 | 154        |
| 课内思考题                | 155        |
| 课外实训题                | 155        |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| ☑ 项目 8 电子商务物流 .....       | 156 |
| 学习目标 .....                | 156 |
| 项目导入 .....                | 156 |
| 相关知识 .....                | 159 |
| 8.1 现代物流的基本理念 .....       | 159 |
| 8.2 电子商务与供应链管理 .....      | 165 |
| 8.3 电子商务物流模式 .....        | 171 |
| 任务实施 .....                | 175 |
| 课内思考题 .....               | 183 |
| 课外实训题 .....               | 183 |
| ☑ 项目 9 移动电子商务 .....       | 184 |
| 学习目标 .....                | 184 |
| 项目导入 .....                | 184 |
| 相关知识 .....                | 185 |
| 9.1 移动商务的概念与特点 .....      | 185 |
| 9.2 移动商务的技术实现 .....       | 189 |
| 9.3 移动商务的商务模式 .....       | 190 |
| 9.4 移动商务的应用 .....         | 191 |
| 9.5 移动商务的发展 .....         | 193 |
| 任务实施 .....                | 195 |
| 课内思考题 .....               | 198 |
| 课外实训题 .....               | 198 |
| ☑ 项目 10 跨境电子商务 .....      | 199 |
| 学习目标 .....                | 199 |
| 项目导入 .....                | 199 |
| 相关知识 .....                | 200 |
| 10.1 跨境电子商务的概念和基本流程 ..... | 200 |
| 10.2 中国跨境电商发展历程 .....     | 202 |
| 10.3 跨境电子商务主要的第三方平台 ..... | 204 |
| 10.4 我国跨境电商的发展状况和趋势 ..... | 208 |



|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 10.5 我国跨境电商试点城市和政策 .....                               | 212 |
| 任务实施 .....                                             | 215 |
| 课内思考题 .....                                            | 222 |
| 课外实训题 .....                                            | 222 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 项目 11 电子商务安全 ..... | 223 |
| 学习目标 .....                                             | 223 |
| 项目导入 .....                                             | 223 |
| 相关知识 .....                                             | 224 |
| 11.1 电子商务安全概述 .....                                    | 224 |
| 11.2 电子商务常用的安全技术 .....                                 | 227 |
| 11.3 电子商务交易标准 .....                                    | 236 |
| 任务实施 .....                                             | 240 |
| 课内思考题 .....                                            | 247 |
| 课外实训题 .....                                            | 247 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 项目 12 电子商务法 .....  | 248 |
| 学习目标 .....                                             | 248 |
| 项目导入 .....                                             | 248 |
| 相关知识 .....                                             | 250 |
| 12.1 电子商务法概述 .....                                     | 250 |
| 12.2 电子商务法律关系 .....                                    | 253 |
| 12.3 电子商务的国内外立法 .....                                  | 260 |
| 12.4 电子商务相关的重要法律 .....                                 | 262 |
| 任务实施 .....                                             | 274 |
| 课内思考题 .....                                            | 276 |
| 课外实训题 .....                                            | 276 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 参考文献 .....         | 277 |

## 项目 1

# 认识电子商务

### 学习目标

XUEXIMUBIAO

#### //// 知识目标 ///

1. 了解电子商务的发展历程;
2. 明确电子商务的基本概念,掌握电子商务的功能、特点与效益;
3. 了解电子商务发展的问题、对策以及前景;
4. 能够对电子商务有一个初步的了解和认识。

#### //// 技能目标 ///

能够在电子商务平台上进行操作。

### 项目导入

XIANGMUDAORU

#### 1. 网上订购机票

如果你需要到外地出差或旅游,没有必要亲自跑到航空公司订购机票,既费时又费力。比如,要搭乘中国东方航空公司的航班,可以访问中国东方航空公司的网站,如图 1-1 所示。按提示填表,预订自己所要搭乘的航班,选择支付方式进行网上支付。乘客凭有效证件和取票代号在机场取票登机。

#### 2. 网上购物

现在工作繁忙的消费者可以通过访问京东商城、天猫商城、淘宝网、亚马逊、1 号店、当当网等网站足不出户进行网上购物,如图 1-2 所示,省时省力省钱。网上购物首先要申请注册会员身份,然后将选购商品放入购物车,再到支付平台进行支

付结算,记住自己的订单号备查。网上商城很多都 24 小时内免费送货,节省了消费者宝贵的时间。



图 1-1 中国东方航空公司网站



图 1-2 京东商城网站

3. 网上银行

现在各大银行都开通了网上银行办理信息咨询、银行转账、个人理财等多种业务,如图 1-3 所示,特别是办理数额较大的资金存取与转账,既方便又安全。你可以足不出户,在网上管理自己的银行账户,实现网上支付、账务查询、代缴费用等业务。

4. 网上保险、股票交易业务

保险和股票与普通消费者的关系越来越密切。如图 1-4 所示,需要购买各类保险的消费者现在可以访问中国平安保险等的网站,进行网上投保业务,非常轻松地办理好过去要在保险公司窗口排队办理的业务。消费者还可以通过平安证券频道等办理股票账户的网上开户,在自己家中或办公室里就可以轻松拥有过去在证券营业部大户室才拥有的条件进行网上股票交易业务。

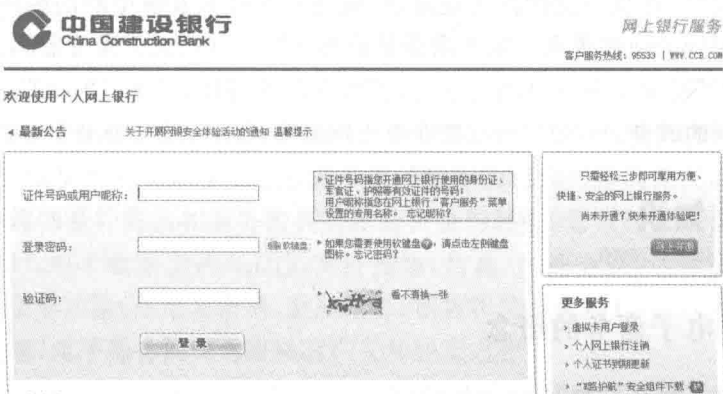


图 1-3 中国建设银行网站



图 1-4 中国平安保险网站

## 5. 深圳果农的网上荔枝促销

深圳的果农利用互联网销售自己的劳动产品。全国闻名的“深圳南山荔枝”最大产量的荔枝村庄——深圳南山区大勘村，投资建立自己的网站来推销产品，如图 1-5 所示，结果全国各地的订单源源不断。

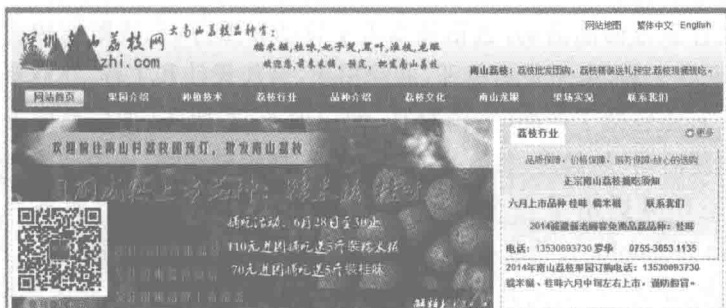


图 1-5 深圳南山荔枝网

从以上的实际应用案例可以看出，随着全球网络化的快速发展，互联网和信息化改变了传统经济的发展模式。电子商务作为一种新兴的交易模式，以其高效率、

低成本的优势,在世界范围内迅猛发展,成为当今世界发展中新的经济增长点,受到世界各国的关注和重视。电子商务是借助计算机网络尤其是互联网进行交易的活动,实现了整个交易活动的电子化,打破了时空界限,带来了社会形态的改变和消费者生活的改变。



## 相关知识

XIANGGUANZHISHI

### 1.1 电子商务的概念

#### 1.1.1 电子商务的定义与内涵

##### 1. 电子商务的定义

电子商务引起了人们的普遍关注,但什么是电子商务?不同的专家、学者、企业、社会组织以及政府机构从各自的角度给出了自己对电子商务的认识,众说纷纭,莫衷一是。本书将一些较有代表性的定义进行汇集,使读者能对电子商务有一个较为全面的认识。

定义一:美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B·惠斯顿在他们的专著《电子商务的前沿》中指出:“广义地讲,电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。一般地讲,今天的电子商务是通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来,而未来的电子商务则是通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一个网络将买方和卖方联系起来。”

定义二:欧洲议会关于“电子商务欧洲议会”给出的定义是:“电子商务是通过电子方式进行的商务活动。它通过电子方式处理和传递数据,包括文本、声音和图像。它涉及许多方面的活动,包括货物电子贸易和服务、在线数据传递、电子资金划拨、电子证券交易、电子货运单证、商业拍卖、合作设计和工程、在线资料、公共产品获得等。它还包括了产品(如消费品、专门设备)和服务(如信息服务、金融和法律服务)、传统活动(如健身、教育)和新型活动(如虚拟购物、虚拟训练)等。”

定义三:IBM提出了一个电子商务的定义公式,即电子商务 = Web + IT (Information Technology, 信息技术)。它所强调的是在网络计算环境下的商业化应用,是把买方、卖方、厂商及其合作伙伴在因特网(Internet)、企业内部网(Intranet)和企业外部网(Extranet)结合起来的應用。

定义四:1997年11月,国际商会在巴黎举行了世界电子商务会议,从商业角度给出了电子商务的概念:电子商务(Electronic Commerce)是指实现整个贸易活

动的自动化和电子化。电子商务涵盖的业务包括信息交换、售前售后服务(如提供产品和服务的细节、产品使用技术指南、回答顾客意见)、销售、电子支付(如使用电子资金转账、信用卡、电子支票、电子现金等)、运输(包括商品的发送管理和运输跟踪,以及可以电子化传送的产品)、组建网上企业等。

定义五:加拿大电子商务协会给出了电子商务的较为严格的定义。电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转账,它包括公司内利用电子邮件(E-mail)、电子数据交换(EDI)、文件传输、传真、电视会议、远程计算机联网所能实现的全部功能(如市场营销、金融结算、销售和谈判)。

归纳起来,电子商务的概念可以有广义和狭义之分。

广义的电子商务(Electronic Business)是利用网络实现所有商务活动业务流程的电子化,不仅包括电子商务面向外部的业务流程,如网络营销、电子支付、物流配送等,还包括企业内部的业务流程,如企业资源计划、管理信息系统、客户关系管理、供应链管理、人力资源管理、网上市场调研、战略管理及财务管理等。

电子商务包含两个方面:一是商务活动,二是电子化手段。它们之间的关系是:商务是核心,电子是手段和工具。这里的商务包括企业通过内联网的方式处理与交换商贸信息、企业与企业之间通过外联网或专用网方式进行的业务协作和商务活动、企业与消费者之间通过互联网进行的商务活动、消费者与消费者之间通过互联网进行的商务活动,以及政府管理部门与企业之间通过互联网或专用网方式进行管理以及商务活动。这里的电子化手段包括自动捕获数据、电子数据交换、电子邮件、电子资金转账、网络通信和无线移动技术等各种电子通信技术手段。

狭义的电子商务我们一般也将其称为电子交易,是指通过 Internet 进行的商务活动。在大多数情况下,我们一般说的电子商务就是狭义的电子商务。

美国政府在《全球电子商务纲要》中比较笼统地指出,电子商务是指通过互联网进行的各项商务活动,包括广告、交易、支付和服务等活动,这是狭义上的电子商务。类似的还有英特尔公司对电子商务的定义:电子商务=电子市场+电子交易+电子服务。

## 2. 电子商务的内涵

### (1) 电子商务的前提。

电子商务的前提是商务信息化。电子商务是应用现代信息技术在互联网上进行的商务活动,这是与传统商务活动的最大区别。中国企业家王新华指出:“从本质上讲,电子商务是一组电子工具在商务过程中的应用,这些工具主要包括:电子数据交换、电子邮件、电子公告系统(BBS)、条码(Barcode)、图像处理、智能卡等。而应用的前提和基础是完善的现代通信网络和人们思想意识的提高以及管理体制的转变。”

## （2）电子商务的核心。

电子商务的核心是人。电子商务活动的实现是在社会系统中,既然是社会系统,它的中心必然是人。商务系统实际上是由围绕商品交易活动以及各种利益关系所组成的社会系统中的人所形成的关系网。电子只是一种工具,工具的应用、效果的实现都是靠人来完成的。

## （3）电子商务的基础。

电子商务的基础是现代化电子工具的应用。这些现代化的电子工具包括计算机、互联网、EDI(Electronic Data Interchange)、EOS(Electronic Ordering System)、POS(Point of Sale)、MIS(Management Information System)、DSS(Decision Support System)、电子货币、电子商品配送系统、售后服务系统、卫星定位系统、自动化立体仓库、自动分拣系统等。如果没有系列化、系统化的电子工具,电子商务也就无法进行。

## （4）电子商务的对象。

电子商务的对象是指从事商务活动的客观实体,包括企业、政府、银行、中间商、客户等,他们是电子商务活动的实体。电子商务的研究对象则包括从商品的需求咨询到计划购买、订货、付款、结算、配送、售后服务等整个活动过程及电子商务过程中的信息流、资金流和物流。

### 1.1.2 电子商务中商流、信息流、资金流和物流的相互关系

宏观经济理论从经济要素的社会作用出发,提出了现代社会经济系统中主要有“四流”的观点。这“四流”就是商流、信息流、物流和资金流。这“四流”构成了一个完整的流通过程。“四流”互为存在,密不可分,相互作用,既是独立存在的单一系列,又是一个组合体。“四流”对社会经济系统的作用各不相同,因此,它们之间在功能上并非相互替代的关系,而是共生与整合、依存与互动的关系。

所谓商流,是物资在由供应者向需求者转移时物资社会实体的流动,主要表现为物资与其等价物的交换运动和物资所有权的转移运动。具体的商流活动包括买卖交易活动及商情信息活动。商流活动可以创造物资的所有权效用。商流是物流、资金流和信息流的起点,也可以说是后“三流”的前提,一般情况下,没有商流就不太可能发生物流、资金流和信息流。反之,没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑,商流也不可能实现。

信息流,电子商务系统的基础。信息流是电子商务交易各个主体之间的信息传递与交流的过程,主要包括商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容,也包括询价单、报价单、付款通知、转账通知等商业贸易单证,还包括交易方的支付能力、支付信用和中介信誉等。现代企业借助于计算机网络技术,使得信息流的流动变得更为通畅。信息流的产生伴随着整个业务的流通过程,信息流的不完

整将直接影响到物流和资金流的作用结果,从而难以对业务起到事前、事中的控制作用,达不到精确管理。

物流,电子商务的保障。物流是指利用现代信息技术和设备,将物品从供应地准确、及时、安全、保质保量、门到门地送往接收地的合理化服务模式和先进的服务流程。它以满足顾客的需求服务为目标,尽量消除物流过程中各种形式的浪费,追求物流过程的持续改进和创新。它包括“5R”,即以最少的成本,在正确的时间(Right Time)、正确的地点(Right Location)、正确的条件(Right Condition)下,将正确的商品(Right Goods)送到正确的顾客(Right Customer)手中。物流虽然只是商品交易的一个组成部分,却是商品和服务价值的最终体现。电子商务的最终价值,在于最大程度上方便最终消费者,“以顾客为中心”的价值实现最终体现在物流上。它既是企业保持可持续生产的保障,也是商流价值实现的载体,更是电子商务核心优势的体现。

资金流,电子商务的实现。资金流是资金的转移过程,它包括付款、转账、结算、兑换等过程。作为电子商务中连接生产企业、商业企业和消费者的纽带,银行是否能有效地实现电子支付已成为电子商务成败的关键。在常见的B2C(Business to Customer)交易中,持卡顾客向商家发出购物请求,商家将持卡人的支付指令通过支付网关发给银行的电子支付系统;银行接着通过银行卡网络从发卡行获得批准,并将确认信息再从支付网关返回商家;商家取得支付确认后,向持卡人发出购物完成信息。剩下的工作就是银行系统内部的资金拨付和行间结算。从以上过程不难看出,任何网上交易的资金都可分为交易环节和支付结算环节两大部分。其中支付结算环节是由包括支付网关、银行和发卡行在内的金融专用网络完成的。因此,离开了银行,便无法完成网上交易的支付,从而也谈不上真正的电子商务。

“四流”一体化整合,是全面提高电子商务的核心竞争力,促进电子商务和谐发展的内在要求。为此,一方面要更新企业管理模式,彻底改变传统的以大量中层管理人员为特色的“金字塔”型组织结构,使其扁平化、小型化、虚拟化、网络化,从而充分利用信息流这个基础平台,并在这个平台上建立以“四流”为导向的管理机制,来充分发挥“四流”的整合效益;另一方面要进行业务流程重组,电子商务对企业业务流程提出了新的要求,在企业内部,用信息流使各职能部门有机地联合起来,而在企业外部,通过电子化贸易把贸易各方连接到一起,各成员联系更加便捷,客户将更加主动地参与到企业运作过程中。

## 1.2 电子商务的功能和特点

### 1.2.1 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务,因此,它具有广告宣传、咨询



洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

### 1. 广告宣传

凭借企业的 Web 服务器和客户的浏览,在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具(Search)迅速地找到所需商品信息,而商家可利用网上主页(Home Page)和电子邮件在全球范围内做广告宣传。与其他的各类广告相比,网络广告具有成本低廉、双向交流、给顾客的信息量丰富等优点。

### 2. 咨询洽谈

电子商务可借助实时的在线客服及非实时的电子邮件、新闻组(News Group)了解市场和商品信息,洽谈交易事务。如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(Whiteboard Conference)来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制,提供多种方便的异地交谈形式。

### 3. 网上订购

电子商务可借助 Web 中的邮件交互传送网上的订购信息。网上的订购通常都是在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互格式框。当客户填完订购单后,通常系统会回复确认信息单来保证订购信息的收悉。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

### 4. 网上支付

网上支付是电子商务中的一个重要环节。客户和商家之间可采用在线网上支付、电子现金、信用卡、第三方支付、移动支付等电子支付方式。

### 5. 网上金融服务

银行、信用卡公司及保险公司等金融单位可以提供网上金融服务,比如网上银行、网上保险、网上投资理财、在线支付等。为了确保网上金融服务的安全性,必须使用电子签名、加密、U 盾等工具。

### 6. 情报搜集与意见征询

企业能十分方便地采用网上市场调查收集用户对销售服务的反馈意见,这样能使企业的市场运营形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务的水平,更能使企业获得改进产品、发现市场的商业机会。

### 7. 供应链管理

通过电子商务的供应链管理,可以促进上下游相关企业的密切合作,提高原料采购、生产、包装、配送等环节的运行效率。

### 8. 交易管理

整个交易的管理涉及人、财、物多个方面,企业和企业、企业和客户及企业内部等各方面的协调和管理,因此,交易管理是涉及商务活动全过程的管理。