

浙江省哲学社会科学重点研究基地
临港现代服务业与创意文化研究中心成果丛书

陈晴光◎著

电子商务信息 服务模式研究： 基于临港制造业需求

*Research of E-Business Information Service Model:
Based on port-neighboring manufacturing demand*

陈晴光



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

浙江省哲学社会科学重点研究基地

临港现代服务业与创意文化研究中心成果丛书

**Research of E-Business Information Service Model:
Based on port-neighboring manufacturing demand**

电子商务信息服务模式研究： 基于临港制造业需求

陈晴光 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务信息服务模式研究:基于临港制造业需求 /
陈晴光著. —杭州:浙江大学出版社, 2018. 4
ISBN 978-7-308-17651-4

I. ①电… II. ①陈… III. ①港口经济—情报服务—
研究 IV. ①F55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 283333 号

电子商务信息服务模式研究:基于临港制造业需求

陈晴光 著

责任编辑 杜希武
责任校对 杨利军 李瑞雪 牟杨茜
封面设计 续设计
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州好友排版工作室
印 刷 杭州杭新印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 15.75
字 数 282 千
版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-17651-4
定 价 49.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: (0571) 88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

浙江省哲学社会科学重点研究基地
临港现代服务业与创意文化研究中心
资助出版

本专著系浙江省哲学社会科学重点研究基地
——临港现代服务业与创意文化研究中心课题成果
课题编号:12JDLG03YB

内容简介

本书基于用户需求的信息服务理念,针对制造业电子商务活动过程中不同环节的信息服务需求,对电子商务交易信息服务、物流信息服务、信用信息服务、协同制造信息服务的一般业务模式与盈利模式、信息服务的内容体系与运行机制等内容进行了较为系统的研究探讨,并结合浙江临港制造业的特点,从优化电子商务信息服务生态体系的角度提出构建临港制造业电子商务信息服务模式的对策。

本书适合电子商务、信息管理与信息系统、管理科学与工程等专业研究生和高年级本科生阅读,也可供从事信息服务和制造业电子商务实际工作和研究的企业、政府相关部门的专业技术人员、管理人员参考。



信息服务是围绕信息的组织、发布、传播以及社会的信息沟通、业务管理与决策所进行的一系列社会化活动,涉及信息提供者、信息需求者、信息内容、信息载体与传播方式等要素。传统的信息服务模式一般以文献为主要载体进行信息的收集、加工、存贮与传递。随着以现代信息技术为基础的信息网络的发展,传统的信息服务条件发生改变,使得人们能够不受时空限制、跨地域获取网络上任意节点的信息服务。

信息服务体系的发展演化迄今大致可分为3个阶段:面向信息源阶段、面向信息交流过程阶段、面向信息用户阶段。面向信息源是信息服务的初级阶段,其主要特点是以信息资源建设为中心;面向信息交流过程服务阶段则强调信息的传递与利用,其主要特点是以信息资源传递和利用为中心;面向信息用户阶段的信息服务体系是高效的信息服务体系,其主要特点是以主动、适时地为用户提供满意的信息服务为中心。

电子商务信息服务也是现代服务业的重要内容。现代服务业从本质上讲,是建立在信息网络基础之上的新型商业活动,电子商务是现代服务业的重要组成部分。互联网和电子商务的快速发展与广泛应用,实现了信息的快速传递和知识的高效获取。就制造业而言,电子商务环境下的信息服务极大地拓展了其对制造业的影响深度和广度,也使得制造企业快速地满足全球范围内用户个性化和多样化的需求成为可能。

电子商务环境下,不同地区和行业的信息服务体系,在不同时期选择的侧重点和所产生的效益各不相同。本书是在国家发展海洋经济的战略背景下,围绕现阶段临港制造业电子商务发展中存在的问题及其对电子商务信息服务的现实需求,着重针对浙江省甬、台、温地区,诸如宁波北仑区临港制造业基地、杭州湾新区中出口加工区及先进制造业集聚区等地的临港制造企业,以电子商务、信息服务、管理学理论为基础,兼顾临港外向型制造企业个性化信息服务诉求,系统地探讨面向制造业的电子商务交易信息服务模式、电子商务信用信息服务模式、电子商务物流信息服务模式以及网络化协同制造信息服务

模式,涉及各种服务模式的具体业务内容、实现途径或方案建议等。

本书基于用户需求的信息服务理念,针对电子商务活动过程中不同环节的信息需求,对制造业电子商务信息服务模式展开较为系统的研究,对信息服务和制造业电子商务的研究具有理论和实践价值;本书所阐述的基于临港制造业用户需求的电子商务信息服务模式是互联网+制造业的典型应用范例之一,对于临港制造业加强与业务伙伴的合作与联系,密切企业与客户之间的关系,提高客户关系管理水平,形成规模经济效应,实现由传统制造向服务型制造的转型与升级,都具有相应的指导作用和参考价值。

本书的研究和撰写得到了浙江省哲学社会科学重点研究基地课题(编号:12JDLG03YB)以及浙江省重点学科——服务管理与工程的支持,并得到了浙江省临港现代服务业与创意文化研究中心的出版资助,在此致以诚挚的谢意!在本书的前期调查过程中,得到了海商网等相关企业的大力支持与配合,在此特表示感谢!此外参考了大量国内外同行的著作,引用的内容以及对书刊和互联网相关资料的参考,或在文中注明资料来源,或以参考文献的方式在书末列出,在此向诸位作者表示敬意和感谢!浙江万里学院电子商务专业、市场营销专业先后有20多名本科生参与了本研究的企业调查工作,在此谨向相关同学表示感谢!

由于电子商务实践在不断发展,电子商务信息服务的许多理论和方法也处于不断完善和发展的过程中,对本书的疏漏和不当之处,欢迎业内专家、同行和广大读者不吝赐教。

陈晴光

2017年元旦于宁波高教园区

目 录

第1章 绪 论	1
1.1 研究背景与意义	1
1.1.1 海洋经济发展战略重要任务的实施要素	1
1.1.2 充实电子商务信息服务内容体系	2
1.1.3 为临港制造业向服务型制造转型升级提供指引	3
1.2 国内外同类研究述评	4
1.2.1 国外同类研究与发展趋势分析	4
1.2.2 国内同类研究与应用分析	5
1.2.3 制造业信息服务研究存在的问题	9
1.3 研究的基本方法与内容	10
1.3.1 基本研究思路	10
1.3.2 主要研究方法	10
1.3.3 主要研究内容	11
1.3.4 研究的重点难点分析	13
1.4 研究的创新点与实践价值	13
1.4.1 研究的创新点	13
1.4.2 研究成果的实践价值	14
1.5 本章小结	14
参考文献	15
第2章 电子商务信息服务相关理论	19
2.1 电子商务内涵的再认识	19
2.1.1 电子商务的内涵分析	19
2.1.2 电子商务的研究对象	20

2.1.3 电子商务常见交易模式	22
2.2 电子商务信息服务的概念	30
2.2.1 电子商务信息的定义	30
2.2.2 电子商务信息服务的含义	30
2.2.3 电子商务信息服务的构成要素	32
2.3 电子商务信息服务的特点	32
2.3.1 信息视角的特点	32
2.3.2 服务视角的特点	35
2.4 电子商务信息服务模式类型	36
2.4.1 按电子商务信息服务内容分类	36
2.4.2 按电子商务信息服务方式分类	38
2.4.3 按电子商务信息服务功能分类	40
2.4.4 按电子商务信息服务特征分类	41
2.5 电子商务信息服务生态系统	41
2.5.1 电子商务信息服务生态系统的含义	42
2.5.2 电子商务信息服务生态系统的特征	42
2.5.3 电子商务信息服务生态系统的构成	43
2.6 电子商务信息服务的作用与“柠檬问题”	47
2.6.1 电子商务信息服务的作用	47
2.6.2 电子商务信息服务中的“柠檬问题”	48
2.7 本章小结	50
参考文献	50
第3章 临港制造业电子商务信息服务需求	52
3.1 临港制造业用户电子商务信息服务需求调查	52
3.1.1 用户需求调查的内容与调查方法	53
3.1.2 调查样本的信度和效度分析	53
3.1.3 临港制造业用户需求状况统计分析	56
3.1.4 临港制造业用户信息需求类型	63
3.2 临港制造业用户电子商务信息服务的基本需求	64
3.2.1 产品生产和销售方面的信息服务需求	64
3.2.2 业务流程重组与优化中的信息服务需求	64

3.3 临港制造业用户个性化信息服务需求	65
3.3.1 电子商务信息定制服务	66
3.3.2 电子商务信息推送服务	67
3.3.3 电子商务信息智能代理服务	68
3.3.4 电子商务信息垂直门户网站服务	69
3.3.5 电子商务信息帮助检索服务	69
3.3.6 电子商务数据挖掘服务	70
3.3.7 电子商务协同制造信息服务	70
3.4 临港制造业用户电子商务信息服务需求特征分析	71
3.4.1 制造业用户电子商务信息服务基本需求的特点	71
3.4.2 制造业用户电子商务信息服务的个性化需求特征	73
3.4.3 制造业用户电子商务信息服务需求的满足状况分析	73
3.5 本章小结	76
参考文献	76
 第4章 电子商务交易信息服务	78
4.1 电子商务交易信息检索服务	78
4.1.1 信息检索服务的主要业务模式	79
4.1.2 信息检索服务的主要盈利模式	84
4.2 电子商务交易信息咨询服务	86
4.2.1 电子商务交易信息咨询服务的业务模式	86
4.2.2 电子商务交易信息咨询服务的盈利模式	89
4.3 电子商务交易信息中介服务	90
4.3.1 电子商务交易信息中介服务的业务模式	90
4.3.2 电子商务交易信息中介服务的盈利模式	94
4.4 电子商务交易信息内容集成服务	96
4.4.1 信息内容集成服务的实现技术	96
4.4.2 信息内容集成服务的业务模式	100
4.4.3 信息内容集成服务的盈利模式	104
4.5 本章小结	105
参考文献	105

第 5 章 电子商务物流信息服务	107
5.1 电子商务物流信息服务的主要内容与特征	107
5.1.1 电子商务物流信息服务的主要内容	107
5.1.2 电子商务物流信息服务的主要特征	109
5.2 电子商务物流信息的基本类型与作用	110
5.2.1 电子商务物流信息服务的基本类型	110
5.2.2 电子商务物流信息的作用	111
5.3 电子商务物流信息服务模式	113
5.3.1 电子商务物流信息服务系统的构成	113
5.3.2 电子商务物流信息服务基本业务模式	115
5.3.3 电子商务物流信息服务基本盈利模式	116
5.4 电子商务平台与物流服务网络协同信息服务模式	117
5.4.1 电子商务平台与物流网络间的信息服务协同机制	117
5.4.2 电子商务平台与物流网络协同信息服务系统设计	121
5.5 跨境电子商务物流信息服务业务模式	124
5.5.1 邮政物流信息服务	125
5.5.2 商业快递信息服务	126
5.5.3 专线物流信息服务	128
5.5.4 海外仓集货物流信息服务	129
5.6 本章小结	130
参考文献	130
第 6 章 电子商务信用信息服务	132
6.1 电子商务信用问题产生的原因	132
6.1.1 电子商务信用的内涵	132
6.1.2 电子商务信用问题发生的原因	133
6.2 电子商务信用信息的类型及其来源	134
6.2.1 电子商务信用信息的类型	134
6.2.2 电子商务信用信息的内容来源	135
6.3 电子商务信用信息服务需求及其影响因素	138
6.3.1 制造业企业电子商务信用信息的服务需求	138

6.3.2 电子商务信用信息需求的影响因素	139
6.4 电子商务信用信息的内容与供给特征	140
6.4.1 电子商务信用信息的内容	140
6.4.2 电子商务信用信息的特征	141
6.4.3 电子商务信用信息内容的供给形式	142
6.5 电子商务信用信息的组织机构类型	144
6.5.1 个人信用信息服务机构	145
6.5.2 商业市场上的企业资信服务机构	145
6.5.3 资本市场上的企业信用评级服务机构	146
6.6 电子商务信用信息的运行机制	146
6.6.1 电子商务信用信息的共享机制	146
6.6.2 电子商务信用信息的激励机制	149
6.6.3 电子商务信用信息的约束机制	150
6.6.4 电子商务信用信息的驱动模式	151
6.7 电子商务信用信息的业务管理	153
6.7.1 电子商务信用信息的管理制度	153
6.7.2 电子商务信用信息的管理机理	156
6.7.3 电子商务信用信息的业务流程	158
6.8 本章小结	160
参考文献	160
第7章 电子商务环境下协同制造信息服务	162
7.1 电子商务环境下企业协同制造信息服务需求	163
7.1.1 制造业产业价值链的构成	163
7.1.2 制造业产业价值链中企业间的业务关联	165
7.1.3 关联业务单链协同制造信息服务需求	168
7.1.4 关联业务多链协同制造信息服务需求分析	171
7.2 制造业产业链关联业务单链协同信息服务平台设计	173
7.2.1 制造业产业链单链协同主要关联业务模型	173
7.2.2 关联业务单链协同信息服务平台的体系结构	176
7.2.3 关联业务单链协同信息服务平台的服务模式	178
7.2.4 关联业务单链协同信息服务平台的运行方法	179

8.5.1	浙江企业信用信息信息服务存在的主要问题分析	220
8.5.2	健全临港制造业信用信息服务的组织管理体系	221
8.5.3	构建临港制造业信用信息服务内容体系	222
8.5.4	优化临港制造业信用信息服务的运营体系	224
8.6	开发浙江临港制造协同信息服务系统平台的策略	225
8.6.1	制造协同信息服务系统平台总体方案	226
8.6.2	制造协同信息服务系统的应用层功能设计——以汽车制造为例	228
8.7	本章小结	229
	参考文献	230
	学术名词索引	232

绪 论

信息服务(information service)是用不同的方式向用户提供所需信息的活动。在电子商务活动中,信息服务起着至关重要的作用。电子商务环境下的信息服务是一种全新的信息服务,其服务模式正随着电子商务应用的普及和深入发展而逐渐从初级阶段基于信息源的信息服务模式向相对更高级阶段的基于用户需求的个性化信息服务模式方向演变,渗透到社会经济众多领域的各个行业。对于电子商务系统而言,信息服务的作用犹如人体的神经系统一样,而基于用户需求的个性化信息服务模式将发展成为新经常态下电子商务信息服务的主流。对于制造业而言,基于企业用户需求的制造业电子商务信息服务模式,是实现传统制造向服务型制造转型升级的一条重要途径。

1.1 研究背景与意义

在全球电子商务迅猛发展的宏观环境和我国致力发展海洋经济和服务型制造业的战略背景下,基于临港制造业发展中对电子商务信息服务的需求,着重针对浙江宁波北仑区临港制造业基地、杭州湾新区先进制造业集聚区的制造企业以及台州、温州等地临港中小外向型制造企业,开展电子商务信息服务模式研究,对于实施国家海洋经济发展战略、帮助临港制造业实现转型升级持续发展、充实电子商务信息服务理论体系,具有重要的意义。

1.1.1 海洋经济发展战略重要任务的实施要素

中国国家海洋局颁布的《中国海洋 21 世纪议程》明确指出,“中国应该实行以发展海洋经济为中心的海洋战略”,在国家战略的海洋政治、海洋经济、海

洋军事、海洋科技等领域内,必须坚持“以发展海洋经济为中心”的原则^[1]。2011年国务院批复《浙江海洋经济发展示范区规划》^①,确定在浙江临港经济带打造国家级海洋先进装备业和海洋工程装备基地、海水淡化技术装备制造基地,同时坚持自主化、集群化、高端化方向,择优发展新型船舶、汽车、造纸、钢铁等先进制造业。因此,开展临港制造业电子商务信息服务模式研究,也是实施国家海洋经济发展战略的任务之一。

临港制造业是指临港经济带区域内的各类核心制造企业以及与其紧密关联的相关辅助制造企业。一方面,当下发展临港先进制造业,离不开电子商务信息服务和各种信息支撑系统;另一方面,发展海洋经济与临港制造业密不可分,同时对电子商务的应用发展也有着重大的影响。首先,发展海洋经济,通过大规模开发应用新能源、新材料等方式谋求可持续发展的战略目标,与“低碳经济”的电子商务理念不谋而合;其次,制造业欲借助电子商务及信息技术实现增值服务形成“高端产业经济”,与发展海洋经济打造“蓝色经济区”的策略都是倡导高科技、低能耗、环保型的经济发展模式;其三,电子商务能为蓝色经济区建设带来新机遇,而海洋经济的发展反过来又能促进电子商务的全面应用。

1.1.2 充实电子商务信息服务内容体系

本书针对临港制造业所提出的电子商务信息服务模式,是对现有电子商务服务理论和现代服务业知识体系的重要补充。

自2008年以来,受美国金融危机、欧洲债务危机升级、人民币升值和国内生产成本上升等因素影响,中国出口商品的价格优势已经被削弱,低端加工制造业订单正在向外流失,不容忽视的“被替代”现象开始蔓延,中国许多外贸制造企业面临着低端“被蚕食”、高端“上不去”的尴尬局面。自2011年9月阿里巴巴的“网商·成长——阿里巴巴浙江网商顾问团分享计划”暨宁波外向型制造业会议在宁波召开至今,针对外向型制造企业在发展电子商务中遇到的困难,企业界已经在实践中开始了探索,迫切需要有比较系统的相关理论或策略予以指导;2016年9月国家智能制造论坛在宁波举行,多方位探讨加速新一代信息技术与制造业深度融合、加快制造业转型升级的策略。制造企业对信息服务提出了更高层次的需求,迫切需要有先进的信息服务模式来满足这种

^① 《国务院关于浙江海洋经济发展示范区规划的批复》国函〔2011〕19号,发改地区〔2011〕500号。