

中等职业学校电子商务专业教学用书

协同电子商务实务

李勇全 主编



高等教育出版社

0

*

中等职业学校电子商务专业教学用书

协同电子商务实务

李勇全 主 编
戚建明 詹玉宣 副主编

高等教育出版社

内容提要

本书是针对中等职业学校电子商务专业教学实习而编写的教材。

电子商务的实质是协同商务,协同电子商务是电子商务发展的基本方向,也是电子商务实际应用的生命力所在。本教材以通用协同电子商务实景教学模拟系统为平台,通过岗位角色的互动呈现当今电子商务实际应用的标准流程和管理理念,包括网上交易、企业内部协同管理、CA 认证、物流、银行结算、信息管理等,为中等职业学校电子商务专业提供了岗位适应性训练的教学实习模式。协同电子商务实景教学模拟系统与实际电子商务应用平台的技术相一致,具有开放性和可扩展性,具有较高的实际应用价值。本书配有交互式教学演示和体验操作课件光盘。

本书可作为中职电子商务专业及相关专业教材,也可作为五年制高职电子商务专业及电子商务师职业资格培训和在职人员岗位培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

协同电子商务实务/李勇全主编. —北京:高等教育出版社,2005.6

ISBN 7-04-016592-9

I. 协... II. 李... III. 电子商务-专业学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 033789 号

策划编辑 李承孝 责任编辑 于永泉 封面设计 王凌波 责任绘图 宗小梅
版式设计 范晓红 责任校对 殷然 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 北京蓝色畅想图书发行有限公司
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷 北京鑫海金澳胶印有限公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 9.75
字 数 230 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>

版 次 2005 年 6 月第 1 版
印 次 2005 年 6 月第 1 次印刷
定 价 20.80 元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 16592-00

前 言

电子商务是一门集信息技术、商务、管理、法律等多学科高度交叉运用而产生的全新的科学领域,它的理论、技术和应用在不断地发展和完善。电子商务将从模仿走向创新,将出现越来越多的在传统商务中没有的商务模式,电子商务的模式将日趋多元化,并在与传统商务融合的过程中日趋复合,所谓“B2B”和“B2C”等过于简化的模式分类很快将成为历史。电子商务模式创新将从业务流程创新到管理创新,再到组织创新,渐次展开,渐次深入,这是一个相互作用、激荡、混沌和自组织的进化过程。

电子商务的实质是协同商务,包括企业内部的协同和外部协同。协同电子商务是电子商务发展的基本方向,也是电子商务实际应用的生命力所在。为了积极探索中等职业教育电子商务专业建设中的一些理论和实践问题,努力寻求和建立符合时代要求并能满足实际应用的中等专业教育和中等职业教育模式,培养出一批新世纪电子商务操作应用型一线技术人才,我们提出了协同电子商务专业建设,由协同电子商务课题研究、协同电子商务实景教模拟系统开发和协同电子商务教材开发三部分组成,本教材是其中之一。

本教材以通用协同电子商务实景教学模拟系统为平台,通过岗位角色的互动呈现当今电子商务实际应用的标准流程和管理理念,包括网上交易、企业内部协同管理、身份认证(CA认证)、物流、银行结算、信息管理等,为中等职业学校电子商务专业提供了岗位适应性训练的教学实习模式。本教材由《协同电子商务实务》和《协同电子商务配套课件》组成。本教材以能力为出发点,以案例教学为主要手段,针对中等职业教育直接面向社会的特点,以简单实用为目标,强调掌握电子商务的操作应用方法,培养学生的团队合作精神和先进的管理意识。

协同电子商务实景模拟教学系统是本教材的应用平台,与实际电子商务应用平台的技术相一致,具有开放性和可扩展性。如果学校没有该套教学系统平台,使用本教材提供的配套光盘即可实现实务操作,达到实习和实训的目的。

本书可作为中职电子商务专业及相关专业教材,也可作为五年制高职电子商务专业及电子商务师职业资格培训和在职人员岗位培训用书。

本书由李勇全任主编,戚建明和詹玉宣任副主编,并由戚建明负责全书的统稿工作。浙江省余姚市城区职业技术学校张鲁文、楼奇杰、金建东、许丹、余海军、万晓白等和南京商友资讯电子商务应用研究所王敬东、范红、徐梅娟等同志参加本书的编写和软件开发。由于作者的水平及时间有限,本书尚有许多不足之处,藉此恳请电子商务专家、教师和广大读者提出宝贵的意见和建议。

编 者

2004年12月

目 录

第 1 章 协同电子商务概述.....	1
1.1 协同电子商务的定义	1
1.2 协同电子商务的基本内容	2
1.3 协同电子商务实务平台	4
第 2 章 网上交易中心.....	6
2.1 角色体验一 B2C 网上客户(买方)	6
2.2 角色体验二 B2B 网上客户(买方)'	15
第 3 章 生产中心	28
3.1 角色体验一 计划调度员	29
3.2 角色体验二 车间主管	36
3.3 角色体验三 质量主管	49
3.4 角色体验四 出纳	54
3.5 角色体验五 会计	56
3.6 角色体验六 财务主管	62
第 4 章 物流中心	66
4.1 角色体验一 采购管理员	66
4.2 角色体验二 仓库管理员	77
4.3 角色体验三 物流配送调度员	87
4.4 角色体验四 物流配送仓管员	91
4.5 角色体验五 物流配送运输员	96
第 5 章 认证中心.....	100
5.1 角色体验一 个人用户	100
5.2 角色体验二 企业用户	106
第 6 章 银行结算中心.....	113
角色体验 企业(个人)用户	113
第 7 章 信息管理中心	120
7.1 角色体验一 网络广告制作员	121
7.2 角色体验二 网站建设管理员	124
第 8 章 综合实务.....	128
8.1 角色体验一 网上交易之 B2B	128
8.2 角色体验二 网上交易之 B2C	132
8.3 角色体验三 企业内部供应链管理	134
附录 1 系统维护与信息安全	137
附录 2 SAP 公司介绍	143

协同电子商务概述

本章主要就协同电子商务进行概括介绍:

- 协同电子商务的定义
- 协同电子商务的基本内容
- 协同电子商务实务平台

1.1 协同电子商务的定义

国际权威组织 Gartner Group 在一份报告中指出:到 2005 年,协同商务(collaboration business,简称 CB)系统将作为企业内部和企业之间业务流程管理的首选。

企业外部竞争环境的改变,使得以电子商务为代表的企业信息化成为我国国民经济发展中的重要主题。新的管理挑战推动全新的管理思想蓬勃发展,为了区别于 ERP(企业资源计划),我们引入了“协同商务”的概念。协同商务是指企业内部人员、企业与业务伙伴、企业与客户之间的电子化业务的交互过程。企业管理由面向内部资源管理转变为面向整个供应链的管理。协同商务成为支持这种管理得以实现的思想基础。传统的以计划为主的管理方式终将被协同商务的管理方式所取代。“CB”成为普遍关注的应用思想。

协同电子商务正是基于上述思想而发展起来的,它被誉为下一代的电子商务系统。协同电子商务的基本定义是:

将具有共同商业利益的合作伙伴整合起来,通过整个商业周期中信息的共享,实现和满足不断增长的客户需求,同时也激发企业自身的活力、能力。通过对各个合作伙伴的竞争优势的整合,共同创造和获取最大的商业价值以及获利能力。

就协同电子商务概念而言,企业信息化建设的目的不仅是有效管理企业内部的资源,还需要建立一个统一的平台,将客户、供应商、代理分销商和其他合作伙伴也纳入企业信息化管理系统中,实行信息的高效共享和业务的顺畅链接。“协同”有两层含义:一层含义是企业内部资源的协同,包括各部门之间的业务协同、不同的业务指标和目标之间的协同以及各种资源约束的协同,如库存、生产、销售、财务间的协同;另一层含义是指企业内外资源的协同,即整个供应链的协同,如客户的需求、供应、生产、采购、交易间的协同。

1.2 协同电子商务的基本内容

协同电子商务主要包括:

1. 内部协同电子商务

内部协同商务系统包括:知识文档管理模块,供应链管理模块,客户关系管理模块,产品,资产,服务管理模块,项目管理模块,人力资源管理模块,流程管理模块,财务管理模块以及企业信息化业务系统的融合接口、财务系统的融合接口等。各个模块及业务系统像人体的各个功能器官,协同为企业的日常运作提供强劲动力。

内部协同电子商务系统通过各个模块及业务系统构成的协同网状结构来完成对企业相关资源的统一管理。其主要管理模块的功能为:

(1) 知识文档管理模块。在这个模块中,可以轻松创建、存储、搜索所需要的文档(合同、方案书、产品说明书等任何可以以文字表达的信息),并以个性化的组织提供企业整个的知识管理库。知识文档管理模块还能管理公司的内部网站和外部网站,让所有的知识文档在同一个平台上运作,在一个数据库中存储和管理各种信息和(现有)业务。知识文档管理模块是存储企业电子数据的基础。通过知识文档管理模块可以设计灵活多样的员工、客户、供应商和分销商数据库。

(2) 供应链管理模块。供应链管理打破了存在于采购、生产、分销和销售之间的障碍,实现了供应链的统一和协调;供应链和经销商之间可以实时提交订单、查询产品供应和库存状况,获得市场渠道和销售信息,以及随时的客户支持;企业可以清晰及时地监控企业的销售、库存、货物和资金周转状况等业务信息。供应链管理通过信息集成、物资集成和管理集成,提升企业的经济效益和竞争力。

(3) 客户关系管理模块。所有与公司有业务往来的外部单位和个人都可以在这个模块中进行管理(也叫外部资源管理模块)。这包含了传统的客户关系管理产品的全部范围。通过系统集成访问客户信息,将客户信息集成到服务、销售、产品和财务组织中,真正实现对客户全方位的观察,同时也为整个公司提供了完整的客户档案。

(4) 产品,资产,服务管理模块。所有公司内部有价值的资产(固定资产、无形资产)、公司产品 and 公司对外提供的服务都可以在这个模块中进行管理。对整个公司所有资产的管理,(在相关权限的控制下)你可以查看任何资产目前由哪个员工使用,并且有利于更加关注产品、服务和价格的管理。对一个资产的生命周期的全程管理,可以方便查询目前公司资产方面的当前价值和历史价值。对产品和服务的管理,可将我们的价格、相关的订单、相关的发送渠道,通过 Intranet 和 Internet 发布到相应的门户中(客户门户、分销商门户、代理商门户和公司的外部网站),让相关的外部资源来共享信息。

(5) 项目管理模块。这一模块掌控所有的项目信息(计划、资金、物质、人员、进程),跟踪整个项目的生命周期,全程监控管理与项目相关的活动,并从矩阵视图观察组织的效能。

(6) 人力资源管理模块。人力资源模块是整个系统的核心,所有信息的运作都是以“人”为中心展开的。人力资源管理除了传统的人力资源管理的功能,还具有对与角色和安全权限相关

的员工信息的维护功能。在人力资源管理模块中,如果你找到某一个员工(在权限允许的情况下),那么这个员工在公司内的所有资料很快被提取出来,与这个员工有关的管理文档、客户、资产、产品、服务、项目、工作任务以及与这个员工有关的财务信息在相关权限控制下均可被展现,为协同工作提供条件。

(7) 流程管理模块。流程管理模块是打通其他各个模块的“血脉”,是系统协同性的本质表现。流程管理模块与人力资源管理模块相结合,可以保证全部的内部商务流程和外部商务流程的电子管理,包括一般的公文流转和办公流程。所有公司运作的机制都能在这个模块中进行定制,业务流程的可灵活定制性是整个系统的优势。

(8) 财务管理模块。财务管理模块除了处理日常的财务事件外,还向管理层提供整个公司的财务信息分析,让管理层从宏观面上掌握整个公司的业绩表现。通过 Intranet 和 Internet 自动采集各地分公司代表处的相关数据进行处理并在线分析各组织的效能。

上述基本模块根据企业的特点和自身需求,可以进行个性化设计,以达到管理最优化。

2. 外部协同电子商务

在外部协同系统中,构建融 B2B、B2C、局部供应链管理、整体客户关系管理及与公司相关业务系统于一体的外部信息化门户平台,使其融入到一个将企业的所有应用和数据集成到统一信息管理平台之上,使企业能够释放和存储内部和外部的各种信息,使企业员工、客户、供应商、合作伙伴及股东能够从单一的渠道获取其所需要的个性化信息。

B2B 是企业与企业之间通过 Internet 进行产品、服务及信息的交换。通过 B2B 的交易方式买卖双方能够在网上完成整个业务流程,从建立最初印象到货比三家,再到讨价还价、签单和交货,最后到客户服务。B2B 使企业之间的交易减少了许多事务性的工作流程和管理费用,降低了企业经营成本。网络的便利及延伸性使企业扩大了活动范围,企业发展跨地区、跨国界更方便,成本更低廉。B2B 不仅仅是建立一个网上的买卖者群体,也为企业之间的战略合作提供了基础。任何一家企业,不论它具有多强的技术实力或多好的经营战略,要想单独实现 B2B 是完全不可能的。单打独斗的时代已经过去,企业间建立合作联盟逐渐成为发展趋势。网络使得信息通行无阻,企业之间可以通过网络在市场、产品或经营等方面建立互补互惠的合作,形成水平或垂直形式的业务整合,以更大的规模、更强的实力、更经济的运作真正达到全球运筹管理的模式。

B2C 主要提供招商加盟和产品采购招标信息的发布,递标、竞标、开标、中标等全过程的功能实现。

融入局部的供应链管理功能,与供应商共享商品销售及库存分析等信息。用原来的方式,供应商要知道自己的商品在零售商的商场销售及库存情况,只能到商场去,几十家商场得跑上几十天,得到的信息却已经不能真实地反映商品的情况了,因此供应商只能被动地接受零售商的订单或退单,商品结构也很难得到优化,长此以往,供应商可能有大量的消费者,但由于零售商的商品管理水平低或其他原因,导致消费者在商场买不到所需的商品,造成恶性循环。在协同电子商务模式下,零售商把商品每天的动态情况适时地与供应商共享,供应商就可根据这些情况,利用自己掌握的商品专业知识,直接为零售商的商品结构优化、促销及清场做相应的工作,使零售商更有时间和精力去搞现场管理、商品陈列及新店拓展,形成良性循环。实现网上对账、结账和付款,在原始的对、结账方式中,零售商需抽出大量的时间和人员对单,而供应商结款也得往返于双方

公司之间若干次,还不一定能如愿。将 B2B 与内部 MIS 系统进行充分接口,实现网上对账、结账和付款,会大大提高双方的工作效率。

与供应厂商或合作伙伴共同建立实现一种新的供应链管理系统——VMI(供应商管理库存)系统,将零售商的业务数据直接延伸到合作伙伴的信息系统,在一个共同的协议下由供应商管理库存,并不断监督协议执行情况和修正协议内容,使库存管理得以持续地改进,以使用户与供应商双方都获得最低成本为目的。

整合 B2C,搭建网上购物平台,实现 7 个主要功能模块:商品中心,新品及特价品促销,会员服务管理,商品拍卖中心,企业动态,数据分析统计,网上支付,为合作伙伴提供新商品的发布、广告、企业动态等。

1.3 协同电子商务实务平台

SAP 公司在 2000 年首次提出“协同商务”的概念并广泛应用。2000 年成为 SAP 公司全面推出 mySAP.com 协同电子商务解决方案的第一年。同年,SAP 全球业绩骄人:全年收入同比增长 23%,达 62.7 亿欧元;其中电子商务软件销售额超过 13 亿欧元;营业收入增长 32%,达 12.35 亿欧元;每股盈利增长 31%,达到 2.0 欧元。同样,SAP 公司也得到了市场的广泛认可——2000 年 7 月,SAP 被评为全球制造业管理软件供应商第一位;10 月,BCG 权威报告:SAP 跻身世界顶尖公司;12 月,SAP 获“2000 年全球声誉最高公司”排名第 30 位。

为了在学习电子商务课程时,能全面了解电子商务的实质和电子商务与企业信息化的关系,根据上述思想,我们提出了“协同电子商务实景教学模拟系统实施计划”。南京“商友资讯”电子商务应用研究所根据这个计划提供技术支持,共同开发完成与实际应用环境一致的通用协同电子商务实景教学模拟系统。

该系统采用 B/S 模式,即服务器与浏览器方式,可在该系统中设置一个服务器。应用系统驻留在服务器上,客户端通过浏览器方式借助 Internet 访问服务器主页。

整个系统由 6 大中心,即交易中心、生产中心、物流中心、认证中心、结算中心和信息中心。6 大中心分别由 13 个子系统构成,即:

- (1) 网上交易系统(B2B、B2C、网上竞拍);
- (2) 生产管理系统;
- (3) 财务管理系统;
- (4) 客户关系管理系统;
- (5) 物流管理系统;
- (6) 办公自动化系统;
- (7) 物流配送系统;
- (8) 模拟银行系统;
- (9) 网络广告系统;
- (10) 网站设计与建设系统;
- (11) 人力资源管理;
- (12) 销售管理;

(13) 系统维护管理。

系统运行环境包括：

1. 网络环境

需建立电子商务实景教学模拟实验室局域网,包括教学实验用的专用服务器平台以及终端用户群。

实验局域网与校园网互联互通,可通过校园网连接 Internet。

2. 系统环境

- (1) 采用 Windows NT, Windows 2000 等操作系统;
- (2) 数据库管理系统选用 SQL Server 2000;
- (3) 计算机语言采用 Java、VB、VC、C/C++、ASP 技术;
- (4) 适用各种 Web 服务器;
- (5) 局域网硬件:

服务器(最低配置):PC 级服务器、256M Ram PIV 以上 CPU 40G 以上硬盘。推荐使用品牌专用服务器。终端用户:PC 机 PⅢ 1 G/128 M/20 G/15in 带 10M 网卡以上。

网上交易中心

本章就网上交易中心进行概括介绍,主要内容包括:

- B2C 网上交易流程的具体操作
- B2B 网上交易流程的具体操作

网上交易中心是电子商务的重要步骤之一。它为消费者(买方)与商家(卖方)提供实现交易的网上交易平台,是整个电子商务运行的外延部门和对外的窗口,是实现电子商务效益化、个性化的载体。在本章中将学习网上交易中心的两大模块:B2C 网上交易模块和 B2B 网上交易模块。

B2C 网上交易模块包括会员注册、会员登录、下订单、订单管理、网上支付 5 个前台部分,以及卖方后台管理、认证中心、网上银行协同组织而成。

B2B 网上交易模块包括企业会员注册、会员登录、下订单、订单管理、网上支付、领取配送单,以及卖方后台管理、认证中心、网上银行协同组织而成。

下面以个人和企业两种角色分别体验 B2C 和 B2B 的操作。

2.1 角色体验一 B2C 网上客户(买方)

B2C 网上交易模块包括网上客户(买方)和会员管理(卖方)两个方面的模块内容。网上客户(买方)包括身份注册、会员登录、下订单、网上支付以及配送单证的领取。后台管理包括会员管理、产品管理、订单管理、邮件列表等,是用来协调网上客户购买过程的完成。

2.1.1 操作流程

网上客户(买方)进行 B2C 网上交易流程如图 2.1 所示。

2.1.2 角色体验

【角 色】 网上客户

【辅助角色】 后台管理(卖方)

银行管理

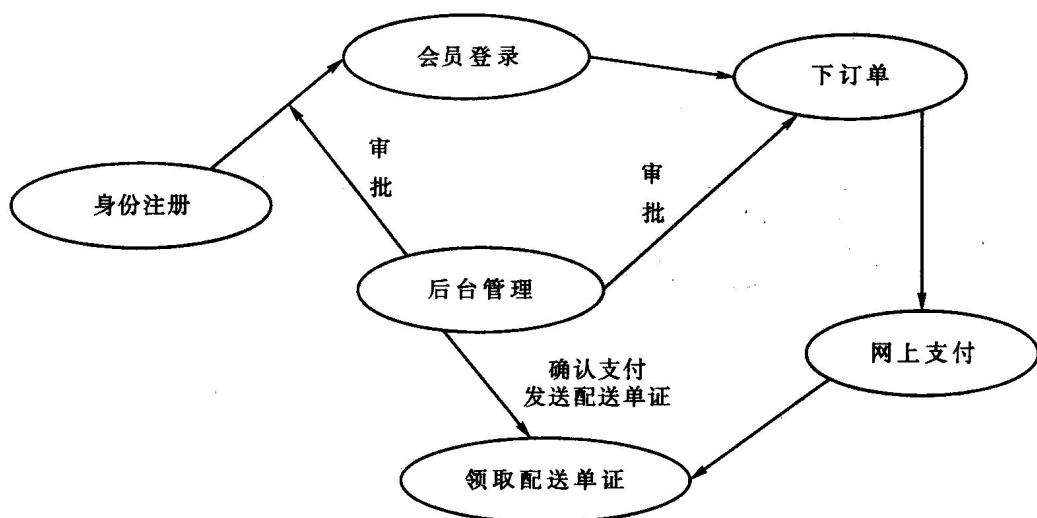


图 2.1 B2C 网上交易流程

认证管理

【任务】 请学生甲以“前台客户”的身份进入 B2C 交易系统:在网上成功购买计算机一台。

【操作步骤】

(1) 进入网上交易中心——B2C。首先进入协同电子商务实验室,进入网上交易中心登录页面,并点击“B2C”,如图 2.2 所示。



图 2.2 网上交易中心登录页面

进入网上交易中心登录页面,点击“B2C”,进入 B2C 页面,如图 2.3 所示。

(2) 进行身份注册。进入 B2C 会员注册登记页面,按要求填写完毕,并点击“提交”,如图 2.4 所示。

提交个人用户填写的有关资料以后,等待后台管理员的审批。

(3) 会员管理。

① 点击主菜单中的“会员管理”,以后台管理员的身份进入 B2C 后台管理,进行信息管理及



图 2.3 B2C 登录页面

会员名：	jinlong		
请选择一个密码：(6-10位)	●●●●●●		
请再输入一次确认：	●●●●●●		
请输入姓名：	金龙		
身份证号：	330681197912305555		
请输入email邮箱：	jinlong@163.com		(查询密码问题)
您的地址：(详细填写)	浙江余姚金龙集团		
邮政编码：	315400	(6位)	
电话：	0574-88888888	(数字)	
请选择性别：	☐ 女 ☒ 男 (查询密码问题)		
出生年份：	1979	年	12 月 30 日 (查询密码问题)
请选择您的最高学历：	博士		
您所在的省份：	浙江		
您的职业：	金融保险		
提交			

图 2.4 个人用户身份登记

登记,如图 2.5 所示。

② 点击“会员管理”,进行信息浏览和有效的登记,如图 2.6、图 2.7 所示。

(4) 个人身份登录。提交申请后,可以返回到 B2C 主页面,进行登录。若登录失败即返回修改,注册成功即可,如图 2.8 所示。

登录成功以后,可以到网上认证中心申请个人身份认证(CA 认证)和个人 SET 认证,然后到银行结算中心申请网上银行的开通。完成上述两个步骤以后,用户获得了相应的资料(如个人数字证书、SET 号、网上银行账号等)就可以在 B2C 网上交易中心直接进行网上采购。

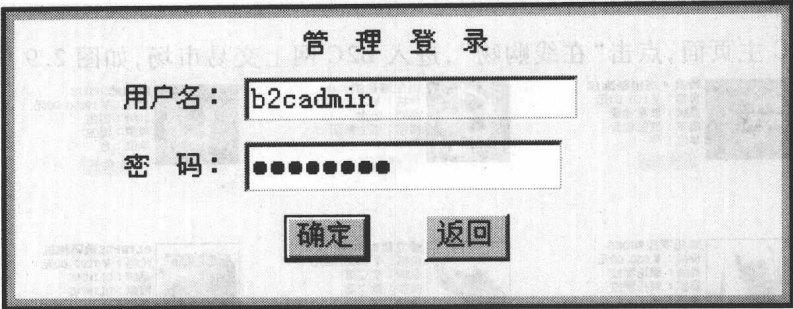


图 2.5 管理登录

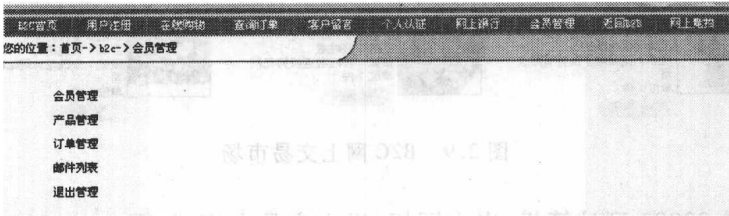


图 2.6 后台管理

个人会员管理								
[退出管理] [邮件列表] 上一页 共5页 最后一页 此页：第5页								
☐	序号	会员代号	会员名称	会员e_mail	地址	工种	电话	邮件服务
☐	41	0000	0000	123@163.com	00	科研	000000	
☐	42	0123	gg	Jamesycchina@hotmail.com	象山职业高级中学	教育	66235815	
☐	43	01234	gg	Jamesycchina@hotmail.com	象山职业高级中学	教育	05718882563	
☐	44	012345	gg	Jamesycchina@hotmail.com	象山职业高级中学	教育	05718882563	
☐	45	sjb000	苏建华 01	yysjh@tom.com	余姚市塔耳桥路 438号	教育	66235826	
☐	46	xswlr	吴老二	xszhang@sina.com.cn	象山	其他行业	65796015	
☐	47	keke	金东	keke@163.net	余姚城区职校	教育	66665555	
☐	48	jionlong	金龙	jionlong@163.com	浙江余姚金龙集团	金融保险	0574- 88888888	

图 2.7 个人会员管理

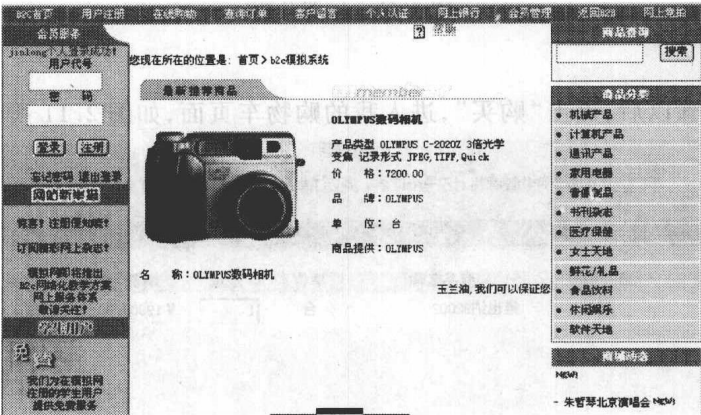


图 2.8 个人用户登录成功页面

(5) 选购商品。

① 返回 B2C 主页面,点击“在线购物”,进入 B2C 网上交易市场,如图 2.9 所示。



图 2.9 B2C 网上交易市场

② 选择维也纳 92002 型计算机,点击图标,进入产品介绍,如图 2.10 所示。

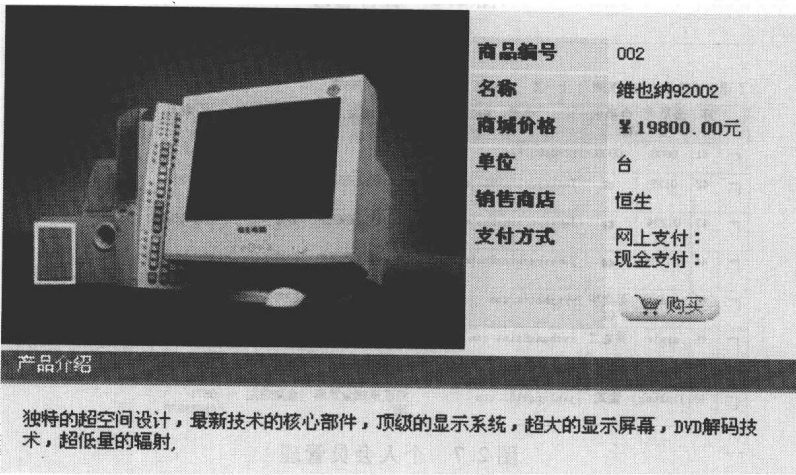


图 2.10 产品介绍

(6) 下订单。

① 完成上述步骤以后,点击“购买”,进入我的购物车页面,如图 2.11 所示。

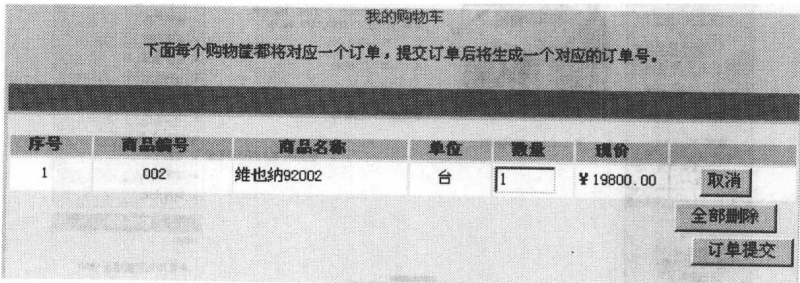


图 2.11 我的购物车

② 点击订单提交,进入收银台,填写有关支付信息及备注,点击“订单提交”,如图 2.12 所示。

第一步: 请填写收货人信息

收货人姓名: 金龙
收货地址: 浙江余姚金龙集团
邮政编码: 315400
联系电话: 0574-88888888
Email地址: jinlong@163.com

第二步: 请选择付款方式:

☐ 网上支付: ☒ 去网上银行 ☐ 现金支付: ☐ 邮局汇款 ☐ 本地区货到付款

开户银行: 工商银行 * 银行帐号: 32016096 *

第三步: 客户备注

1. 如果您需要正式发票, 请在下面说明“需开发票”并注明付款单位名称;
2. 如果您在送货时间、地点上有什么特殊要求, 也请在此说明。

快点发货!

提交订单

图 2.12 交易信息

③ 点击“订单提交”,进入签订合同前的身份认证,如图 2.13 所示。

签订合同前请身份认证

身份认证, 用以认证网上用户身份的真实性, 以便能进行正常的网上交易!

身份证号: 330681197912305555

姓名: 金龙

个人CA证书号: [redacted]

登录

图 2.13 身份认证

④ 点击“登录”,进入合同签订页面,并记录合同的订单号,如图 2.14 所示。

(7) 网上支付。

① 点击“点击这里去网上银行”,进入网上银行登录页面。选择用户开户的网上银行,填写有关信息,点击登录,如图 2.15 所示。

② 点击“登录”,进入网上银行,如图 2.16 所示。

付款人信息：

付款人姓名：金龙
 通讯地址：浙江余姚金龙集团
 邮政编码：315400
 联系电话：0574-88888888
 Email地址：jinlong@163.com

您的订单信息：

序号	产品代号	产品名称	产品价格	数量	小计
1	002	维也纳92002	¥19800.00	1	¥19800
					总计：¥19800

谢谢！以下是您本次购物生成的订单，已经保存到我们的订单数据库。

您选择的付款方式为：网上银行
 买方开户行：工商银行
 买方银行账户：32016095
 商家开户行：招商银行
 商家银行账户：32016001

订单流水号	20041021110656	订单金额	¥19800
-------	----------------	------	--------

我们的客服人员将在24小时以内通过电话与您联系，确认您的订单，进行配送服务。

--- 要了解我们的购物流程，请访问 商城顾客服务台
 --- 要继续购物，请返回商城首页
 --- 要查询您的订单，请进行订单查询

完成

点击这里去网上银行

图 2.14 合同签订页面

请选择银行名：

请输入银行账户：

请输入银行登录密码：

图 2.15 网上银行登录

银行用户登录

欢迎来到网上银行，你（32016095）已经登录成功！

交易中心 | 生产中心 | 物流中心 | 认证中心 | 结算中心 | 信息中心

版权所有：余姚市职业技术学校 技术开发：南京商尔友数码技术有限公司（商友资讯）

图 2.16 网上银行