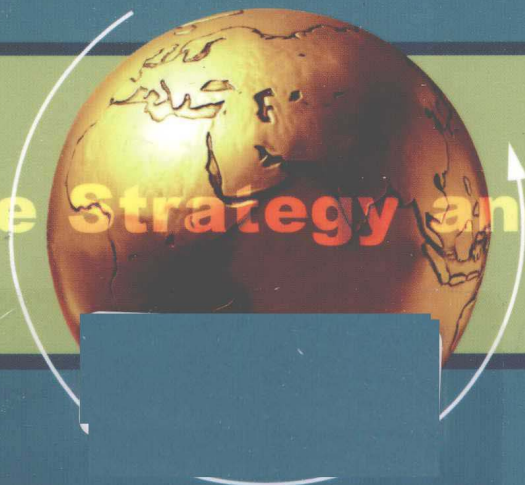


普通高等教育电子商务专业规划教材

电子商务 战略与解决方案

E-Commerce Strategy and Solutions



杨兴凯 主编
吕成戌 刘宏 副主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



普通高等教育电子商务专业规划教材

电子商务战略与解决方案

主 编 杨兴凯

副主编 吕成成 刘 宏



机械工业出版社

本书系统地介绍了企业电子商务战略与实施电子商务战略的解决方案。本书可分为三个部分，第一部分介绍企业电子商务战略；第二部分阐述企业电子商务解决方案，系统地阐述了在电子商务战略指导下的电子商务解决方案的规划和选择，涉及电子商务的技术、安全、支付解决方案及其解决方案的实施，这部分是本书的核心内容；第三部分详细分析了制造、服务、旅游和物流四个完整的行业电子商务解决方案。

本书可作为电子商务专业、信息管理专业的教学用书或参考书，也可作为电子商务研究者和从业人员的参考书，还可作为电子商务从业人员的培训教材或参考书。

图书在版编目（CIP）数据

电子商务战略与解决方案/杨兴凯主编. —北京：机械工业出版社，2011.1

普通高等教育电子商务专业规划教材

ISBN 978-7-111-32610-6

I. ①电… II. ①杨… III. ①企业管理—电子商务—高等学校—教材
IV. ①F274-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 236565 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：易 敏 责任编辑：易 敏 赵海莲

版式设计：张世琴 责任校对：佟瑞鑫

封面设计：马精明 责任印制：杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2011 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

185mm × 230mm · 15.75 印张 · 373 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-32610-6

定价：31.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销售一部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售二部：(010) 88379649

读者服务部：(010) 68993821

封面无防伪标均为盗版

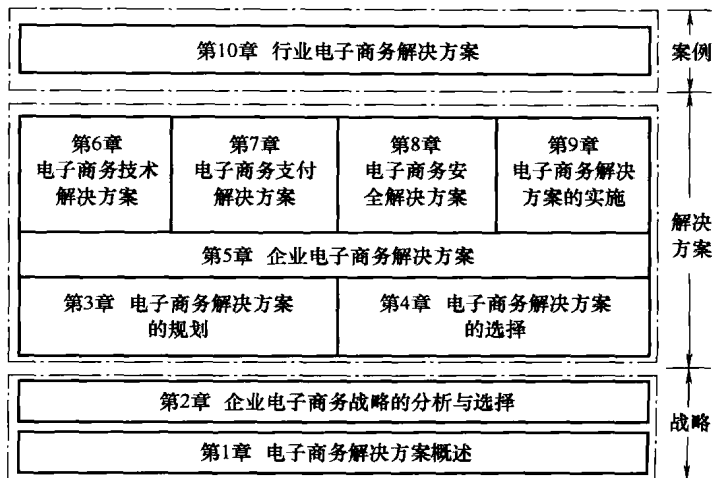
前言

“电子商务解决方案”的概念自出现起一直处在不断扩充与完善之中，电子商务解决方案是指用于特定类型的电子商务系统或针对电子商务的某些技术环节的全套技术方案，是一整套计算机应用技术的有机结合。它满足了电子商务各环节的需求，实现了商业经营目标。电子商务解决方案的发展过程，大致经历了形成阶段、快速发展阶段和整合统一阶段三个阶段。形成阶段：电子商务开始发展，人们将这一事物理解为信息传递方式的变革，电子商务解决方案仅能为企业提供电子商务网站的定制和生成；快速发展阶段：电子商务飞速发展，电子商务解决方案的内涵迅速扩大，SCM、CRM、ERP等信息系统被企业广泛应用，但由于还没有形成统一的标准，方案的重用性和兼容性比较差；整合统一阶段：标准不统一的问题被解决，解决方案的构建越来越规范、成熟，企业将完善、灵活的电子商务解决方案作为其在信息时代生存的必要手段。

本书的定位。电子商务战略与解决方案在电子商务专业教学中受到高度重视，越来越多的学校将其列为电子商务专业高年级本科生或研究生学习的核心必修课程之一。电子商务战略是企业为实现其可持续发展而制定的电子商务长远规划，电子商务解决方案正是这一战略规划得以应用和实施的步骤和方法。在掌握各门电子商务专业经济管理与信息技术知识的基础上，电子商务战略与解决方案让学生从宏观上更全面地把握企业电子商务的战略规划、需求分析、解决方案以及解决方案的评估方法，是对电子商务专业全部知识的综合运用和提升，并将极大地提高学生的综合分析问题与解决问题的素质和能力。

本书的结构。本书可分为三个部分，第一部分内容包括企业电子商务解决方案概述和电子商务战略；第二部阐述了企业电子商务解决方案，内容包括电子商务战略指导下的电子商务解决方案的规划和选择，实现电子商务的技术、安全和支付解决方案及其解决方案的实施，这部分是本书的核心内容；第三部分详细分析了制造业、服务业、旅游业和物流业四个完整的行业电子商务解决方案案例。本书各章节之间的逻辑关系如下图所示。

本书的特点。作者们在深入研究了现有的电子商务解决方案教材的基础之上，查阅了大量的资料，重新整理思路，根据多年的教学经验编写了这部教材。本



书具有以下特点：①在目标上，以培养学习者应用技能为目的，结构和内容都将应用作为出发点，帮助学生灵活掌握和运用知识。②在结构上，将电子商务解决方案的分析、选择直至实施的执行步骤作为主结构框架，用技术、支付、安全和企业电子商务解决方案的选择填充主框架，最后综合全部理论知识宏观分析了四个完整的行业电子商务解决方案，涵盖了电子商务解决方案涉及的全部领域。③在内容上，符合电子商务专业教学的要求，并将理论知识与企业实际运作情况相结合，实用性较强；必要之处引用了当前最新并且权威的研究成果；配有大量图示，帮助读者对本书整体结构的把握和内容的理解。

全书由杨兴凯担任主编，并承担统稿工作。本书共10章，具体分工如下：第1章、第2章、第4章、第5章、第6章和第10章的10.3与10.4由杨兴凯编写；第3章、第7章、第8章和第10章的10.1与10.2由吕成成编写；第9章由刘宏编写。田雪、曹静琪、唐微曙、吕娟、侯顺亚、李玲玲也参加了本书的编写工作。刘宏和吕成成审阅了全书，并对本书提出了宝贵的意见。

在本书撰写出版过程中，作者得到了来自多方面的帮助和支持，感谢在调研过程中给予我帮助的专家、同行和本书参考文献的作者们。

本书适用于电子商务专业、信息管理专业的高年级本科生和研究生的教学或参考，可作为电子商务研究者和从业人员的参考书，也可作为电子商务从业人员的培训教材或参考书。本书配有电子课件，读者可联系出版社编辑（yimin9721@163.com）或向作者索取，相关的其他资源可在以下网址下载：<http://www.xingkai.net.cn/teachResources.html>。

尽管全体编写人员付出了艰苦的努力，但由于学识有限，时间紧迫，书中难免出现遗漏和不足之处，希望广大读者指正与交流，并与作者联系（xkyang@126.com）。

杨兴凯

2011年1月于大连

目 录

前言

第1章 电子商务解决方案概述	1
1.1 电子商务解决方案的发展历程	1
1.2 电子商务解决方案的概念	4
1.3 电子商务解决方案的分类	5
1.4 电子商务解决方案的运作	8
思考题	12
案例分析	12
第2章 企业电子商务战略	14
2.1 企业电子商务战略概述	14
2.2 企业电子商务战略环境分析	16
2.3 企业电子商务战略的分类	18
思考题	22
案例分析	22
第3章 电子商务解决方案的总体规划	24
3.1 电子商务解决方案总体规划概述	24
3.2 电子商务战略规划	27
3.3 电子商务系统规划	33
3.4 总体规划报告	39
思考题	40
案例分析	41
第4章 电子商务解决方案的选择	44
4.1 电子商务解决方案选择的原则与标准	44
4.2 电子商务解决方案的选择方法	51
4.3 电子商务解决方案的评价	52
思考题	54
案例分析	54

第5章 企业电子商务解决方案	56
5.1 B2B 电子商务解决方案	56
5.2 B2C 电子商务解决方案	69
5.3 企业信息门户解决方案	75
思考题	85
案例分析	85
第6章 电子商务技术解决方案	88
6.1 网络技术概述	88
6.2 系统平台的技术方案	97
6.3 电子商务系统开发技术	103
6.4 基于 SOA 的电子商务建模方法	110
思考题	122
案例分析	122
第7章 电子商务支付系统解决方案	126
7.1 电子商务支付系统概述	126
7.2 电子商务网上支付解决方案	128
7.3 移动支付解决方案	146
思考题	157
案例分析	157
第8章 电子商务安全解决方案	160
8.1 电子商务安全体系的构建	160
8.2 电子商务网络系统安全解决方案	163
8.3 电子商务交易安全解决方案	171
8.4 电子商务安全管理解决方案	177
思考题	181
案例分析	181
第9章 电子商务解决方案的实施	184
9.1 电子商务解决方案的实施策略	184
9.2 电子商务解决方案的实施过程	186
9.3 电子商务解决方案实施中的风险管理	189
9.4 电子商务解决方案的成本—收益分析	194
思考题	200
案例分析	200

第 10 章 行业电子商务解决方案	202
10.1 制造行业电子商务解决方案	202
10.2 服装行业电子商务解决方案	207
10.3 旅游行业电子商务解决方案	213
10.4 物流行业电子商务解决方案	228
思考题	240
参考文献	241

第 1 章

电子商务解决方案概述

【学习目标】随着电子商务的快速发展，电子商务解决方案已经逐渐引起了人们的关注，并且在企业发展过程中发挥着越来越重要的作用。通过本章学习，应理解电子商务解决方案的概念，了解电子商务解决方案的发展历程及其分类，掌握企业构建电子商务解决方案的步骤与电子商务解决方案的运作流程，实现对电子商务解决方案的整体把握与体系构建。

全球性的信息化、网络化正在改变着人们的生活方式以及企业的运营方式。当今经济社会在面临现代信息通信技术发展带来的严峻挑战的同时也迎来了一个全新的发展时期——电子商务时代。电子商务和在其基础上发展起来的电子商务解决方案正在逐渐吸引着人们的目光，发挥着越来越大的作用。

1.1 电子商务解决方案的发展历程

电子商务解决方案是电子商务的重要内容，也是电子商务未来的主要发展方向之一，根据电子商务不同的发展时期，电子商务解决方案也可以分为不同的发展阶段，明确电子商务的概念及其发展历程对正确理解电子商务解决方案的发展具有重大意义。同时，电子商务解决方案的发展也从另一个角度反映了电子商务的迅猛发展。

1.1.1 电子商务的发展阶段

电子商务是网络技术、电子技术、数据处理技术在商贸领域中应用的产物，是当代高新技术手段与商贸实务、营销策略相结合的结果。电子化和网络化环境彻底改变了传统商业实务操作赖以生存的基础，形成了对传统营销策略和市场理念的巨大冲击和挑战。对电子商务概念的理解应从“现代信息技术”和“商务”两个方面来考虑，有狭义和广义之分。

狭义的电子商务（Electronic Commerce, EC），也称为电子交易，主要是指利用 Web 提供的通信手段在网上进行的交易活动，包括通过 Internet 买卖产品和提供服务。产品可以是实体化的，如汽车、电视；也可以是数字化的，如新闻、录像、软件等；此外，还可以提供各类服务，如安排旅游、远程教育等。电子商务并不仅仅局限于在线买卖，它将在各个方面影响进行商务活动的方式。除了网上购物，电子商务还大大改变了产品的定制、分配和交换的手段。对于顾客查找和

购买产品乃至享受服务的方式也大为改进。

广义的电子商务 (Electronic Business, EB) 是指包括电子交易在内的利用 Web 进行的全部商业活动, 它不仅包括狭义的电子商务的“交易”的概念, 还包括市场分析、客户联系、物资调配、企业内部商务活动 (如生产、管理、财务等), 以及企业间的商务活动。它不仅仅是硬件和软件的结合, 还是买家、卖家、厂家和合作伙伴在 Internet、Intranet、Extranet 上利用电子技术进行商贸业务的综合系统。

按照各个时期的代表性技术的不同, 可以将电子商务的发展历程划分为以下五个阶段:

1. EFT 阶段

20 世纪 70 年代, 银行间电子资金转账 (Electronic Funds Transfer, EFT) 开始在安全的专用网络上推出, 它改变了金融业的业务流程。电子资金转账是指通过企业间通信网络进行的账户交易信息的电子传输, 由于它以电子方式提供汇款信息, 从而优化了电子结算。这是电子商务最原始的形式之一, 也是最普遍的形式。

2. EDI 阶段

电子数据交换 (Electronic Data Interchange, EDI) 在 20 世纪 70 年代初期产生于美国。当时的贸易商们在各自使用计算机处理各类商务文件的时候发现, 由于过多的人为干预, 影响了数据的准确性和工作效率, 如果贸易伙伴之间能够通过各自的计算机自动进行数据交换, 就能克服这些弊病, 于是 EDI 技术应运而生。EDI 技术是将业务文件按一个公认的标准将信息从一台计算机传输到另一台计算机上去的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据, 因此, 人们也形象地称 EDI 为“无纸贸易”或“无纸交易”。从技术上讲, EDI 包括硬件与软件两大部分。硬件主要是指计算机网络, 软件包括计算机系统、应用软件以及 EDI 标准。在软件方面, EDI 所需软件的主要功能是将用户数据库系统中的信息翻译成 EDI 标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的, 因此, 当需要发送 EDI 文件时, 从企业专有数据库中提取的信息, 必须通过软件把它翻译成统一的 EDI 标准格式传输给对方, 对方才能识别这些有用的信息。

3. 联机服务阶段

在 20 世纪 80 年代中期, 联机服务开始风行, 它提供了新的社交形式 (如聊天室), 还提供了知识共享的方法 (如新闻组和免费发布信息)。这就为互联网用户创造了一种虚拟社区的感觉, 并逐渐形成了“地球村”的概念。同时, 信息访问和交换的成本已降得很低, 而且范围也在空前扩大, 全世界的人都可以通过互联网相互沟通。

4. Internet 阶段

20 世纪 90 年代中期, Internet 迅速普及化, 逐步从大学、科研机构走向企业和普通家庭, 其功能也从信息共享演变成成为一种大众化的信息传播工具。从 1991 年起, 一直排斥在 Internet 之外的商业贸易活动正式进入到这个王国, 因而使电子商务成为 Internet 应用的最大热点。

在基于 Internet 的电子商务发展初期, 企业在 Internet 上建立静态网站, 并发布基于 HTML 的网页作为在线目录。自 1997 年以来, 一些创新的公司实施了第二代电子商务计划, 计划的核心就是将其网站前端 (信息发布浏览器主页和商品目录、价格、网上订单等) 与后端订单管理和

存货控制系统相连接。第二代电子商务计划使客户能够直接从一个公司的网站发出和追踪订单,这就大大降低了交易费用,并使客户能够更多地控制订购过程。第二代电子商务在很大程度上以供应商为中心(因为公司希望使其内部流程实现自动化),并将其链接到 Internet 上,以便为客户提供服务。这种后端系统与前端 Internet 界面的集成使公司每分钟都可提供有关库存、价格以及订货和发货状况的最新信息。与此同时,市场上也出现了大量的工具和实用程序,它们使企业可将其后端系统连入互联网,这些易于使用的互联网接口甚至可以将更复杂的 ERP (Enterprise Resource Planning, ERP) 应用程序链接到互联网前端。从表 1-1 中不难看出,它与基于 EDI 的电子商务相比,具有一些明显的优势。

表 1-1 基于 Internet 的电子商务的优势

优 势	具 体 内 容
费用低廉	由于 Internet 是国际的开放性网络,使用费用很便宜,一般来说,其费用不到 VAN 的四分之一,这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣
覆盖面广	Internet 几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件
功能更全面	Internet 可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等
使用更灵活	基于 Internet 的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,任何商业文件或单证可以直接通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行翻译,任何人都能看懂或直接使用

5. 移动通信阶段

21 世纪初,移动通信技术迅猛发展和普及,通过手机、个人数字助理(Personal Digital Assistant, PDA)、呼机等移动通信设备与 Internet 有机结合进行电子商务活动成为可能,移动通信技术和其他技术的完美组合创造了移动电子商务。

移动电子商务能提供这样的服务:个人信息管理(Personal Information Manager, PIM)、银行业务、交易、购物、基于位置的服务(Location Based Service, LBS)、娱乐等。

与基于有线 Internet 的传统电子商务一样,移动电子商务也并不是所有业务流程都能实现的。移动设备提供了一种简单的、易于操作的界面,使用户能轻松进入全球数字化经济。通过移动电子商务,用户可随时随地获取所需的服务、应用、信息和娱乐。他们可以在方便的时候,使用智能电话或个人数字助理、笔记本电脑等通信终端查找、选择及购买商品和服务。采购可以即时完成,商业决策也可即时实施。服务付费可通过多种方式进行,可直接转入银行、用户电话账单或者实时在专用预付账户上借记以满足不同需求。通过个人移动设备来进行可靠的电子交易的能力被视为移动因特网业务的最重要的方面。

移动电子商务因其快捷方便、无所不在的特点,已经成为电子商务发展的新方向。无线电子

商务超过传统有线互联网电子商务的能力,是因为移动电子商务具有一些无可匹敌的优势。美国冠群计算机公司移动电子商务产品管理总监谢涛玲认为:只有移动电子商务能在任何地方、任何时间真正解决做生意的问题。这也正是移动电子商务的魅力所在。

1.1.2 电子商务解决方案的发展阶段

伴随着电子商务的发展,电子商务解决方案应运而生并且经历了从无到有、从弱小到壮大、从局部到整体、从简单到复杂的发展过程,这一过程大致可以分为以下三个阶段:

1. 形成阶段

在这个阶段,网络营销的概念刚刚出现,许多企业对于网络乃至电子商务的认识停留于信息传递方式变革的理解上。这一阶段,电子商务解决方案的主要形式为:离线定制电子商务网站和在线电子商务网站的生成。

2. 快速发展阶段

随着电子商务的飞速发展和各方利益相关主体需求的不断变动提高,电子商务解决方案也突破了原有的观念束缚,不断发展壮大,以SCM、CRM、ERP等管理思想为理论基础的信息系统随之而来,各类电子商务解决方案大量涌现。

3. 整合统一阶段

电子商务解决方案标准的统一,使电子商务解决方案变得越来越廉价、简易和普通。基本上所有的企业都已经将网络作为协同作业平台,各种解决方案之间可以充分兼容。

1.2 电子商务解决方案的概念

“解决方案”(Solution)就是针对某些已经体现出的,或者可以预期的问题、不足、缺陷、需求等,所提出的一个解决问题的方案(如建议书、计划表),同时能够确保加以有效的执行。近年来,“解决方案”一词频频出现在学术界、企业界乃至人们的日常生活中。而将其用于企业电子商务的实现与管理过程中,就形成了电子商务解决方案。

1.2.1 电子商务解决方案概念的提出

电子商务归根结底,是要实现商务电子化,最终是协助商务流程实现现代化,提升传统商务的效率。电子商务的发展重点是“商务”(Business或Commerce),在于交易与流通,电子化终究要服务于商务。更确切地说,电子化是实现商务的有效手段和工具,它可以革命性地带来商务手段的变革,改变商业交易的观念。

从全球化视角来看,企业正经历着两大转变:一是以生产为中心向以客户为中心的营销策略的转变;二是以成本为中心向以服务为中心的经营策略的转变。在这些转变中,电子商务作为一种新兴的企业运作模式,正在广泛地应用于各个不同领域的企业。

从实现技术方面来说,随着电子商务的发展,企业需要将原有的管理信息系统进一步完善,形成一个内部、外部相结合的网络,使得企业内部、供应商、分销商、企业与合作伙伴之间都能

通过这一网络进行交流。

从企业经营的角度看,企业要实施电子商务需要对原有业务流程作出相应调整,以适应电子商务方式下信息流、资金流、物流迅捷而安全地传递对企业的要求。

那么,怎样才能将现有企业的商务流程进行合理现代化、电子化,提升商务效率,让电子有效、高效地服务于商务呢?电子商务解决方案作为一个全新的理念应运而生,研究其各环节的实现,解决了上述问题。

1.2.2 电子商务解决方案的内涵

电子商务解决方案,顾名思义,是以解决电子商务各环节的需求为职能。通常意义上的商务流程,一般包含信息发布与交流、交易撮合、资金结算和货物交割四个基本环节,电子商务解决方案所应着手解决的也正是上述各环节。

电子商务解决方案的概念有广义与狭义之分。凡是有助于实现电子商务的举措,均可划入广义电子商务解决方案的范畴,如提供虚拟主机、域名注册业务等。狭义的电子商务解决方案是重点围绕着交易而提供的一系列软件功能,如构建企业的电子商务网站、构建网上交易平台、提供网上支付接口、解决交易的后续流程。

综上所述,所谓电子商务解决方案,是指用于特定类型的电子商务系统或针对电子商务的某些技术环节的全套技术方案,是一整套计算机应用技术的有机结合。它以解决电子商务各环节的需求为职能,以实现一定的商业经营活动为目标,目的是满足企业在开展电子商务活动中各环节的需求。通过配以适当的电子商务模式,并根据实际的业务流程,进行系统的业务需求、整合分析,提供对应的技术设计及系统实施的方法、步骤等。

电子商务解决方案不仅仅是一些在网上的产品展示和交易,它定义了新的商务形式。除了提供买卖服务以外,电子商务解决方案还能够提供一整套其他服务,通过方案的实施全面提升企业的经营管理水平、大量降低经营管理成本、大幅度提高工作效率,从而成就非凡企业。

一般来说,电子商务解决方案的开发和形成经历了一系列复杂的步骤和过程,设计开发团队大多由专业人员组成,并且参考了相关行业的成功经验。由此设计开发出的电子商务解决方案具有很高的专业性、标准性、成熟性。但是,电子商务解决方案不是万能的,不能帮助企业全部解决完全意义上的电子商务需求,企业组织需要综合发展,使电子商务解决方案能够发挥最大效用。

1.3 电子商务解决方案的分类

电子商务解决方案按照不同的标准可以有不同的分类方式,常有的分类标准有电子商务应用功能、业务实施复杂程度、电子商务模式、系统建设方式等。

1.3.1 按电子商务应用功能分类

电子商务解决方案按照其功能可以分为:

1. 企业内部管理信息化的解决方案

企业内部管理信息化的解决方案具体包括实施办公自动化（Office Action, OA）、企业资源计划（Enterprise Resource Planning, ERP）、物料需求计划（Manufacturing Resource Planning, MRP II）、计算机集成制造系统（Computer Integrated Manufacturing System, CIMS）、决策支持系统（Decision Support System, DSS）等。

2. 企业形象展示的解决方案

企业形象展示的解决方案可以实现网上发布信息、产品介绍、公司文化传播、新产品推广、广告宣传、客户及供应商网上自我服务与意见反馈等功能，起到提升企业形象、品牌价值，获得社会效益的网络营销功能。

3. 电子商务网站的解决方案

电子商务网站解决方案是构建网站的具体可行性方案，一般步骤为：进行精准的市场评估和市场定位；策划盈利项目，在寻求短期切入点的同时考虑长期发展规划，完成可行性分析；设计并注册域名；选择软硬件；收集网站信息内容；网站推广与网络营销；开发网站管理数据库；建立在线交易与在线支付平台；在整个过程中制定网站维护和安全防卫措施，并且提供监督统计功能。

4. 协同商务的解决方案

协同商务（Collaborative Commerce, CC）被誉为下一代的电子商务系统，是指将具有共同商业利益的合作伙伴整合起来，通过对整个商业周期中的信息进行共享，实现和满足不断增长的客户的需求，同时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及获利能力。

就协同商务概念而言，解决方案需要关注的不仅是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一系列链接，具体包括：供应链管理（Supply Chain Management, SCM）、客户关系管理（Customer Relationship Management, CRM）、合作伙伴关系管理（Partner Relationship Management, PRM）和产品研发管理（Product Data Management, PDM）等。其重要内容就是要将具有外部信息流功能和信息接口的 CRM 和 SCM 与注重内部功能集成的 ERP 系统互补，创造一种无缝集成的电子商务环境。

5. 网上交易的解决方案

网上交易的解决方案帮助企业用户和贸易伙伴建立起便利、快捷、广泛的贸易关系，延伸企业交易触角的功能，开拓新的市场，并通过电子渠道开辟新的盈利方式，有效降低采购、销售成本，缩短采购、销售周期，提高效率。其内容一般包括：企业信用度累计、核查、分析；企业和产品信息目录；竞标管理；卖单、订单管理；供求信息管理；邮件系统；在线支付系统；在线论坛；会员（企业会员、个人会员）管理。

1.3.2 按业务实施复杂程度分类

电子商务解决方案按照业务实施复杂程度可以分为：

1. 简单电子商务解决方案

简单电子商务解决方案适用于小型企业。这类方案定制流程容易，业务实施简单，不需要专

业的开发团队,开发与维护开销相对较低。网上黄页服务便是此类最典型的方案。

2. 中级电子商务解决方案

这类方案相对比较复杂,但是不需要企业拥有专业的网络工程师和软件开发人员,主要针对那些需要提供电子商务服务,拥有一定经济基础,但是专业人员力量薄弱的中小型企业。此类方案要求企业拥有一个网上目录,并且能够接受网上订货。

3. 复杂电子商务解决方案

这类方案具备比较完整的功能实现,整体性较强,不仅提供前台服务,还能够提供后台处理,功能更为强大,服务更为广阔。但是对企业的自身要求也更高,目前更适合于大中型企业实施,是电子商务解决方案未来发展的主流趋势。

1.3.3 按电子商务模式分类

电子商务解决方案按照对应的电子商务模式的不同可以分为:

1. B2B 的电子商务解决方案

B2B 是指企业对企业的电子商务。除了在线交易和产品展示,B2B 更重要的意义在于将企业内部网,通过 B2B 网站与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。

B2B 的电子商务解决方案一般包括供应商管理、库存管理、销售管理、信息管理、支付管理和安全性管理这几项重要内容。

2. B2C 的电子商务解决方案

B2C 是电子商务的另一种模式,也就是通常所说的商业零售,是直接面向消费者销售产品和服务的商务模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主,主要是借助于互联网开展在线销售活动。

B2C 的电子商务解决方案主要涉及售前服务、销售、支付、售后反馈四个部分。

1.3.4 按系统建设方式分类

电子商务解决方案按照系统建设方式可以分为:

1. 企业自主实施的电子商务解决方案

这类方案更具有针对性,能在很大程度上推进企业整体信息化程度,适用于具备较好的信息化基础、对电子商务理解较为透彻、拥有自主开发建设能力和素质较高的员工,或者对电子商务的需求和投入较小,但是对电子商务理解较为深刻的企业采用。

2. 委托服务商实施的电子商务解决方案

并非所有的企业组织都适合于电子商务的自主实施,尤其是对于大量的中小企业来说,由于自身技术人员储备不足,员工培训成本高,自主建设实施较完整的电子商务解决方案投入较大,实施周期较长,一时难以实现。这时,企业可以采用委托服务商实施的电子商务解决方案,通过 IT 资源外包的方式,不必投入大量的设备、资金、人力等资源,只要充分利用公共的 Internet 通信设施条件,就能获得同样的资源优势,建立自己的核心竞争力。

1.4 电子商务解决方案的运作

从需求分析到电子商务系统的具体开发实施,企业选择、开发、实施电子商务解决方案并使其最终发挥作用需要经历一系列复杂的步骤,电子商务解决方案具有其特有的运作流程。

1.4.1 企业构建电子商务解决方案的步骤

企业构建电子商务解决方案一般要经历以下几个步骤:项目背景描述、项目商务需求分析、项目电子商务模式研究、电子商务模型建议方案、电子商务系统设计的原则与目标定位、目标系统的总体结构构建、应用系统方案说明、网络基础设施构建、网上交易中的支付与认证、项目系统安全及管理、项目系统性能优化及评估、项目系统集成方案确定、项目系统开销与投资预算、项目系统实施方案提出与收益分析,如图1-1所示。

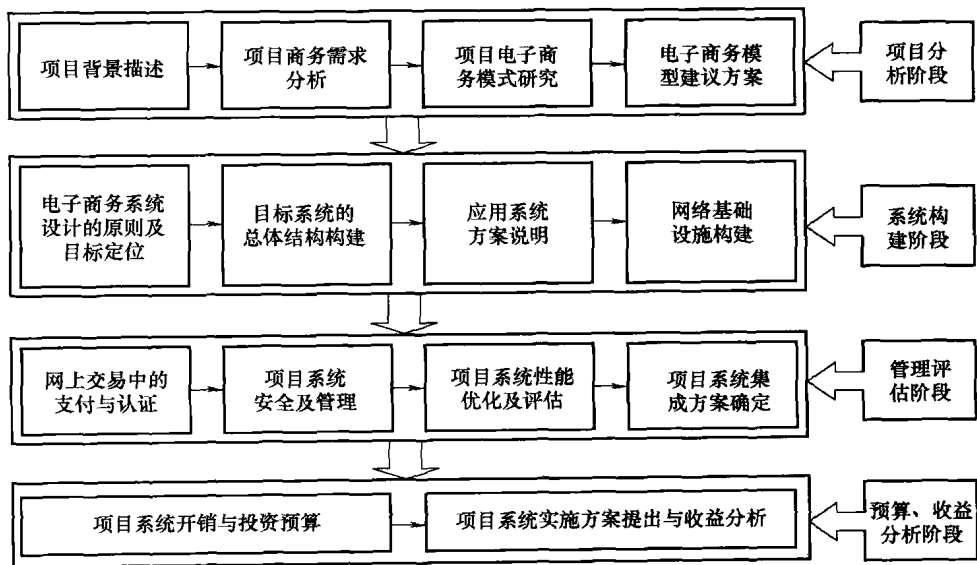


图 1-1 企业构建电子商务解决方案的步骤

1. 项目背景描述

项目背景描述主要是阐述电子商务解决方案所涉及项目的基本情况,包括项目的背景情况,所在行业和产品的性质,社会经济、市场、技术等的外部环境,实施电子商务解决方案的范围和规模等,还包括其他的一些必要说明。

2. 项目商务需求分析

项目商务需求分析主要对项目的商务需求进行分析与描述。其关键内容是描述项目的核心商务需求,以及对本项目商务需求的未来发展趋势作一些合理的判断与预测。其内容一般包括:项

目核心商务需求描述、项目商务需求与电子商务、项目商务需求的未来发展趋势等。

3. 项目电子商务模式研究

项目电子商务模式研究主要是对项目实施电子商务的动机、基本思路与设想等进行总体描述,为下一步提出项目的电子商务模型建议方案作准备。其关键内容是将项目的核心商务需求转化为具体的商业模式与盈利模式,如表1-2所示。

表1-2 项目电子商务模式研究内容

模式类型	研究内容
商业模式的定位与选择	市场分析与定位 消费者分析与定位 其他分析与定位
盈利模式的分析与组合	营运方法的分类与优化组合原则 盈利点、线的优化组合 盈利面的分析和预测

4. 电子商务模型建议方案

电子商务模型建议方案主要是在对项目商业模式与盈利模式作详细剖析的基础上,针对项目的电子商务模型提出方案建议,它是项目解决方案初步规划结果的总结。其关键内容是将项目的商业模式与盈利模式转化为项目商务模型的功能与流程。该部分内容一般包括对核心商务功能与流程,项目商务活动中存在的问题,电子商务对企业商务活动的影响,未来业务的增值点和业务延伸趋势,实施电子商务中存在的困难等核心业务的描述与分析,实施电子商务环境下企业核心商务功能与流程的说明,商务模型分析和建议以及以未来客户服务、外部系统接口、内部系统整合、未来电子商务系统环境为主要内容的其他说明。

5. 电子商务系统设计的原则及目标定位

电子商务系统设计的原则及目标定位主要是阐述项目建设电子商务系统的策略、所要达到的目标、规划过程中需要遵循的原则。换句话说,这部分阐明的是帮助项目具体实施电子商务的基本思路。一般包括:实施电子商务的基本策略、电子商务系统所要达到的目标、规划和设计原则。其中规划和设计原则又可以细分为实施商务流程再造与优化的原则、技术原则、实施原则、投资原则四部分。

6. 目标系统的总体结构构建

目标系统的总体结构构建侧重于从逻辑上阐述系统各部分的关联关系,而不是说明构造系统的技术产品,但是这种体系为系统的集成提供了依据。该部分的主要内容一般包括:系统的体系结构、系统各层次的构成及作用、系统的集成等。其中,系统层次可以细分为客户、服务表达、应用逻辑、数据表达、支持平台、基础网络六个部分。

7. 应用系统方案说明

应用系统方案需要说明应用电子商务系统软件的基本结构、功能分布、平台结构等。该部分的主要内容一般包括:应用软件的结构、应用的功能、主要应用流程描述、数据与数据库、应用支持平台、应用互联接口等。