

全程电子商务系列丛书

电子商务 实验教程

耿 骞 黄 崑 肖 明 编著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

全程电子商务系列丛书

电子商务实验教程

耿 骞 黄 崑 肖 明 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书以金算盘全程电子商务平台为基础,结合企业实例,选取典型的业务场景,按照不同的职能角色讲解如何有效地在基于 SaaS 模式的电子商务平台上,高效地开展和推进各项业务活动,实现企业内、外部管理活动的全程电子化。

本书的目的不只是让读者熟练使用一个软件,更重要的是使读者对中小型企业内部构造、业务流程、组织管理有一个全面的认识。本书图文并茂,深入浅出,操作性、指导性强,适合各类管理类专业的教师及学生使用。同时,本书不仅有助于初次接触电子商务的读者快速认识和熟悉电子商务平台应用的技巧和方法,还能帮助具备一定从业经验的读者更具体、深入地理解并掌握电子商务 B2B 模式的管理特点,为实际工作打下良好的基础。为使读者能够更好地利用本书进行学习和工作,购买本书的读者将获得金算盘全程电子商务平台的使用账号。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实验教程 / 耿骞, 黄崑, 肖明编著. —北京: 电子工业出版社, 2009.10
(全程电子商务系列丛书)

ISBN 978-7-121-09611-2

I. 电… II. ①耿… ②黄… ③肖… III. 电子商务—实验—高等学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 174671 号

策划编辑: 刘宪兰

责任编辑: 李蕊

印刷: 北京市天竺颖华印刷厂

装订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本: 720×1000 1/16 印张: 24.5 字数: 411.6 千字

印次: 2009 年 10 月第 1 次印刷

印数: 4000 册 定价: 38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。



中国电子商务网

序 言



看到“全程电子商务”，读者心中不免会有一连串的疑问，这是一个什么新事物呢？与电子商务有怎样的不同？又有什么用途？

“全程电子商务”的确是一个创新的理念，是国内的金算盘软件公司首开先河，在 2006 年 6 月提出并发布商用产品的，也是迄今为止由国内企业率先提出并在国际上得到响应和支持的基于 IT 的管理理念。

自从 20 世纪 60 年代计算机被用于企业管理以来，新的管理思想随着技术和需求的发展不断出现，如 MRP、ERP、CRM、EC 和 SCM 等。而此前，中国的企业多跟随国外的厂商而鲜有创新的理念出现，“全程电子商务”理念的出现打破了这一僵局，让中国管理软件厂商走向了世界。

互联网是把世界变平的一种重要力量，并持续改变着人们的工作和生活，同时全球化的市场和供应链竞争的环境也趋于形成，聪明的企业需要为这种趋势做出调整，如采用更加敏捷和集成化的信息系统支撑企业运营和供应链协同，“全程电子商务”就是顺应这种趋势而产生的。

“全程电子商务”帮助企业一站式地完成交易前、交易中和交易后的全程业务，实现企业门户、网络营销、企业管理、移动商务、供应链协同等集成应用。“全程电子商务”倡导以电子商务来带动企业的整条商务链的敏捷性，实现企业内部及企业之间数据和业务的共享与协同，帮助企业拓展全球市场，获取长尾市场，使红海中的企业都能够用得上、用得起蓝海的技术来转变增长方式，从而获得新的增长动力。随着 3G 等高速移动通信技术和智能移动终端（如智能手机、Pocket PC、Net PC



等)的逐渐普及,“全程电子商务”将移动商务与互联网的应用集成在一起,帮助用户步入移动商务时代。

在软件的使用模式上,“全程电子商务”采用新型的 SaaS(Software as a Service) 和 PaaS (Platform as a Service) 模式来满足中小企业灵活多变的信息化需求。SaaS 和 PaaS 模式将软件由许可使用转向以客户为中心的服务,客户不用再关心硬件和维护等问题,只需把更多的精力用在自己的核心业务上。当然,技术的发展也是 SaaS 和 PaaS 模式发展的重要动因,如面向服务的架构 SOA (Service Oriented Achitecture) 技术和云计算 (Cloud Computing) 等技术的兴起。“全程电子商务”基于诸多新兴的技术为企业提供更加适用和专业的信息化服务,使企业更加专注和发展自己的核心业务,在实现敏捷商务的同时,降低企业信息化的总成本。

“全程电子商务”不仅是信息技术的应用,还包含着新的管理哲学和软件模式的革新,代表着企业应用软件行业的发展趋势。为此,电子工业出版社特别组织了这方面的专家和学者对“全程电子商务”进行了一系列的研究,并结集成“全程电子商务系列丛书”出版,为读者系统地解读“全程电子商务”。本丛书包含了全程电子商务的理论知识、情景式的实验教程、大学生使用全程电子商务进行创业的精彩故事等,让读者从不同的视角来了解全程电子商务。希望本丛书能够为学习者提供资料,为企业应用提供指导,为研究者提供参考。

“全程电子商务系列丛书”编委会希望通过“全程电子商务丛书”能让更多的人了解软件行业的这种趋势,也希望有更多的人士来参与“全程电子商务”的建设,把中国企业创造的这项事业发扬壮大,成为助力全球经济发展的一种新动力!

全程电子商务系列丛书编委会

2009年3月



前言



随着经济全球化和信息全球化特征的日益显著,依托管理信息系统,借助计算机、通信与网络化平台的电子商务模式,已经逐渐成为现代化企业经营的一种重要的集约型模式。然而,对于企业而言,无论是自主开发还是外包引进,管理信息系统在企业经营活动中的介入总是面临着诸多风险,“IT 黑洞”一度让业界谈 IT 投资而色变。对于中小型企业,要花费大量的人力、物力、财力建设诸如 ERP (企业资源计划系统)、CRM (客户关系管理系统)、EIP (企业信息门户) 等信息系统,不仅成本大,而且风险高。近年来兴起的 SaaS (软件服务化) 模式为现代企业,尤其是中小型企业带来了信息化的福音。

SaaS (Software-as-a-Service) 模式兴起于本世纪初,是在因特网技术与应用软件技术的共同发展与成熟下形成的产物。SaaS 模式将软件部署为服务,提供基于因特网的访问服务。传统的软件产品销售商变身为软件服务商,他只需要将应用软件统一部署在本企业专门的服务器上,任由客户根据自己的需求,通过因特网向服务供应商订购所需的应用软件服务。这一服务模式的变革,将传统意义上按照销售的软件产品数量来支付费用的方式,转变为根据订购的软件应用服务的项目数量和使用时间的长短来支付费用。客户企业通过租用的方式实现企业信息化,进行企业内外部活动的管理,免除了维护和升级软件的烦恼。

金算盘公司推出的全程电子商务平台 (72ec 平台) 正是一个基于 SaaS 模式,为企业实现全面自动化管理的利器。全程电子商务平台将因特网、移动通信等信息化手段,充分融入到了企业经营管理的各项业务流程中,实现对企业、客户、供应



商、分销商的全方位管理,以及对企业经营活动的全过程管理。具体而言,它是一个集 **eERP**、**eTools** 和 **ePortal** 为一体的集成化、立体化平台。其中, **eERP** 是一个扩展的、支持电子商务的 **ERP** 系统,它是全程电子商务平台最核心和最基础的组成部分。在继承传统 **ERP** 的所有功能和特点的基础上,还将管理范围延伸到了上游供应商、下游客户(分销商)。**eTools** 包括一系列协助企业实现与商业伙伴之间的业务协同,实现商务流程全程电子化的工具;**ePortal** 提供了建立企业门户的工具,令企业能够快速拥有可进行网上贸易、网络营销、获取商业资讯的信息门户。

本教程以金算盘全程电子商务平台为基础,首先,对建立电子商务应用的基础设施和软、硬件环境进行了介绍。其次,结合企业实例,按照不同的职能角色讲解了企业内部员工如何有效利用全程电子商务平台所提供的 **eERP**、**eTools** 和 **ePortal**,科学、高效地开展和推进各项业务活动,实现企业内外部管理活动的全程电子化。最后,选取典型的业务场景,讲解了企业内部员工在协同完成共同的企业经营活动中的方法和技巧。

本教程分为 3 章。

第 1 章是面向平台设置、网络连接的熟悉操作的先导性实验,其中的 4 个实验分别介绍了因特网接入,浏览器的安装、设置与使用,企业即时通信 **BIM** 的安装与使用,以及 **72ec** 平台操作基础。

本教程的特色体现在第 2 章,该部分通过真实工作角色的模拟和演示,使读者对企业中不同职务的工作内容有了一个更生动、全面的认识,在学习 **72ec** 平台使用方法的同时也对企业的人员架构有了一定的了解。书中所有角色实验都是杜撰的虚拟故事,包括人名、地址等信息。第 2 章的实验如下。

2.1 系统管理员角色实验:单体企业注册与基础设置。内容为企业基本信息的设置,人员组织结构的建立,期初数据的录入。

2.2 电子商务主管角色实验:体验和掌握电子商务功能。内容为建立企业门户、网上布展、网络营销与电子商务开展。

2.3 采购员角色实验:询价协同与供应商管理。内容为采购询价、议价下订单采购,对供应商进行管理。

2.4 销售人员角色实验：销售协同与收款、接受退货。内容为报价、销售出库、收款退货，产品分类查询，客户档案维护。

2.5 库管人员角色实验：出入库与库存管理。内容为出入库管理，库存盘点，库存管理流程、库存成本计量、库存查询与结账等。

2.6 财务人员角色实验：收支结算与清算。内容为收支业务及应收/应付核算与清算。

2.7 总经理角色实验：审批流程与控制。内容为通过报表体现资金流向，对经营情况进行分析，对报表、流程进行审批。

2.8 配送人员角色实验：门店配送。内容为门店要货、配送、发货、调货、退货流程实验。

2.9 店员角色实验：门店管理。

2.10 报表设置与分析实验。

本教程的第3章为协同模拟实验，结合了企业的活动模拟了一些业务流程的实验，使读者对该软件的功能有一个整体的认识。同时，实验将相关的内容置于模拟的工作场景和角色中，增强了教学的趣味性和可理解性。

与同类的实验教材不同，本实验教程的目的不只是熟练使用一个软件，更重要的是使读者对中小型企业的内部构造、业务流程、组织管理有一个具体全面的认识。

本实验教程图文并茂，深入浅出，操作性、指导性、实践性强，适合各级各类学校的金融类、管理类专业的教师及学生使用。同时，本书不仅有助于初次接触电子商务的读者快速认识和熟悉电子商务平台的应用技巧和方法，还能帮助已经具备一定从业经验的读者更具体、深入地理解、掌握 B2B 模式下的电子商务的管理特点，从而为实际工作打下良好的基础。所以，本实验教程也适合各类中小企业管理与工作人员，特别是金融、电子商务等相关行业的从业人员使用。

为使读者能够更好地利用本教程进行学习和工作，购买本教程将获得金算盘全程电子商务平台的使用账号。

本实验教程由耿骞、黄福玉、黄崑组织编写。其中，肖明负责 1.1 节和 1.2 节的编写，谢兰负责 1.4 节、2.7 节和 2.10 节的编写，冯虎负责 1.3 节和 2.5 节的编写，



刘颖负责 2.1 节和 2.3 节的编写,王雁南负责 2.6 节、3.3 节和 3.4 节的编写,江凌负责 2.2 节和 3.1 节的编写,张萌负责 2.4 节和 3.2 节的编写,杨皓东负责 2.8 节和 2.9 节的编写。耿骞和黄崑最后对全书进行了统稿。

电子工业出版社的刘宪兰和金算盘公司的刘古权博士为本书的出版进行了大量细致的工作,在此谨表感谢!

由于多方面的原因,本书在一些方面可能存在不足之处,欢迎各位读者指正。

作者





目 录



第 1 章 预备实验	1
1.1 因特网接入实验	1
1.1.1 实验背景	1
1.1.2 实验任务	2
1.1.3 实验任务 1: Windows XP 下的 ADSL 接入	2
1.1.4 实验任务 2: Windows XP 下的局域网设置	5
1.1.5 实验任务 3: Windows XP 下的无线网络接入	8
练习题	11
1.2 浏览器的安装、设置与使用	12
1.2.1 实验背景	12
1.2.2 实验任务	12
1.2.3 实验任务 1: IE7 浏览器的安装	13
1.2.4 实验任务 2: IE7 浏览器的设置	15
1.2.5 实验任务 3: IE7 浏览器的使用	20
练习题	21
1.3 企业即时通信 BIM 的安装与使用	22
1.3.1 实验背景	22
1.3.2 实验任务	23
1.3.3 实验任务 1: BIM 的下载与安装	23
1.3.4 实验任务 2: BIM 的使用	23
练习题	30



1.4	72ec 平台操作基础	31
1.4.1	实验背景与目的	31
1.4.2	实验任务	31
1.4.3	实验任务 1: 72ec 平台注册和登录	31
1.4.4	实验任务 2: 熟悉 72ec 平台栏目模块功能	34
1.4.5	实验任务 3: 认识 72ec 平台角色职能	43
	练习题	49
第 2 章	角色模拟实验	50
2.1	系统管理员角色实验: 单体企业注册与基础设置	50
2.1.1	实验背景	50
2.1.2	实验任务	51
2.1.3	实验任务 1: 单体企业注册	51
2.1.4	实验任务 2: 企业设置	52
2.1.5	实验任务 3: 基础数据设置	65
2.1.6	实验任务 4: 业务设置	87
2.1.7	实验任务 5: POS 设置	93
2.1.8	实验任务 6: 期初设置	97
	练习题	99
2.2	电子商务主管角色实验: 体验和掌握电子商务功能	103
2.2.1	实验背景	103
2.2.2	实验任务	104
2.2.3	实验任务 1: 企业网站管理	105
2.2.4	实验任务 2: 企业网站设计	117
2.2.5	实验任务 3: 管理网上产品展厅	123
2.2.6	实验任务 4: 管理移动商铺	127
2.2.7	实验任务 5: 发布商机	129
2.2.8	实验任务 6: 订阅商机	133
2.2.9	实验任务 7: 撮合商机	135
	练习题	138

2.3	采购员角色实验：询价协同与供应商管理	139
2.3.1	实验背景	139
2.3.2	实验任务	139
2.3.3	实验任务：询价协同与供应商管理	140
	练习题	156
2.4	销售人员角色实验：销售协同与收款、接受退货	156
2.4.1	实验背景	156
2.4.2	实验任务	157
2.4.3	实验任务 1：管理销售资料	157
2.4.4	实验任务 2：销售管理	166
2.4.5	实验任务 3：异常处理（用户退货）	170
	练习题	174
2.5	库管人员角色实验：出入库与库存管理	174
2.5.1	实验背景	174
2.5.2	实验任务	175
2.5.3	实验任务 1：采购入库操作及管理	176
2.5.4	实验任务 2：其他入库操作及管理	183
2.5.5	实验任务 3：仓库调拨操作及管理	187
2.5.6	实验任务 4：库位调整操作及管理	192
2.5.7	实验任务 5：销售出库操作及管理	195
2.5.8	实验任务 6：销售退货入库操作及管理	198
2.5.9	实验任务 7：采购退货出库操作及管理	200
2.5.10	实验任务 8：其他出库操作及管理	203
2.5.11	实验任务 9：仓库盘点	206
	练习题	210
2.6	财务人员角色实验：收支结算与清算	211
2.6.1	实验背景	211
2.6.2	实验任务	212
2.6.3	实验任务 1：财务人员角色定义	212
2.6.4	实验任务 2：资金账户管理——基础数据设置	217



2.6.5	实验任务 3: 资金账户管理——资金转账管理	219
2.6.6	实验任务 4: 收支管理——到期应收/付款管理	221
2.6.7	实验任务 5: 收支管理——销售收/退款管理	223
2.6.8	实验任务 6: 收支管理——采购退/付款管理	235
2.6.9	实验任务 7: 收支管理——其他收入/支出管理	237
2.6.10	实验任务 8: 财务审批——采购付款审批	239
2.6.11	实验任务 9: 期末处理和财务报表	240
2.6.12	实验任务 10: 72ec 平台与金算盘 eERP 正阳软件集成接口实验	242
	练习题	248
2.7	总经理角色实验: 审批流程与控制	249
2.7.1	实验背景	249
2.7.2	实验任务	250
2.7.3	实验任务 1: 审批设置实验	250
2.7.4	实验任务 2: 采购审批流程控制实验	255
2.7.5	实验任务 3: 销售审批流程控制实验	259
2.7.6	实验任务 4: 资金分析实验	261
2.7.7	实验任务 5: 经营分析实验	265
	练习题	268
2.8	配送人员角色实验: 门店配送	268
2.8.1	实验背景	268
2.8.2	实验任务	269
2.8.3	实验任务 1: 门店要货	269
2.8.4	实验任务 2: 分公司配送	271
2.8.5	实验任务 3: 门店收货	275
	练习题	278
2.9	店员角色实验: 门店管理	278
2.9.1	实验背景	278
2.9.2	实验任务	279
2.9.3	实验任务 1: 向会员售货	279
2.9.4	实验任务 2: 售货退货	282

2.9.5	实验任务 3: 收货退货	285
2.9.6	实验任务 4: 店间调货	288
2.9.7	实验任务 5: 门店盘点	290
	练习题	292
2.10	报表设置与分析实验	292
2.10.1	实验背景	292
2.10.2	实验任务	293
2.10.3	实验任务 1: 采购报表设置与分析	293
2.10.4	实验任务 2: 销售报表设置与分析	299
2.10.5	实验任务 3: 库存报表设置与分析	303
2.10.6	实验任务 4: 配送报表设置与分析	308
2.10.7	实验任务 5: 零售报表设置与分析	311
2.10.8	实验任务 6: 财务报表设置与分析	314
2.10.9	实验任务 7: 总经理报表设置与分析	318
	练习题	323
第 3 章	工作协同实验	324
3.1	网络营销协同	324
3.1.1	实验情景	324
3.1.2	实验目的	324
3.1.3	实验中的角色、角色任务及流程	324
3.1.4	实验步骤	326
	练习题	338
3.2	门店销售协同	339
3.2.1	实验情景	339
3.2.2	实验目的	339
3.2.3	实验中的角色、角色任务及流程	340
3.2.4	实验步骤	340
	练习题	358
3.3	移动商铺实验	359



3.3.1	实验情景	359
3.3.2	实验目的	360
3.3.3	实验中的角色、角色任务及流程	360
3.3.4	实验步骤	361
	练习题	370
3.4	月终盘点、账务处理	370
3.4.1	实验情景	370
3.4.2	实验目的	371
3.4.3	实验中的角色、角色任务及流程	371
3.4.4	实验步骤	371
	练习题	375



第1章 预备实验



1.1 因特网接入实验

1.1.1 实验背景

如果按照计算机网络的地理覆盖范围来划分,则可将计算机网络细分成广域网和局域网。

广域网 (Wide Area Network, WAN) 是一种跨越大、地域性的计算机网络集合,通常跨越省、市,甚至一个国家。广域网包括大小不同的子网,子网可以是局域网,也可以是小型的广域网。

局域网 (Local Area Network, LAN),是指在某一区域内的计算机组。“某一区域”可以是同一办公室、同一建筑物、同一公司或同一学校等,一般是方圆几千米以内。局域网可以实现文件管理、应用软件共享、打印机共享、工作组内的日程安排、电子邮件和传真通信服务等功能。局域网可以由办公室内的两台计算机组成,也可以由一个公司内的上千台计算机组成。

目前,有多种有线网络接入方式可供选择。其中,非对称数字用户线 (Asymmetric Digital Subscriber Line, ADSL) 是较广泛的一种因特网接入方式,它主要通过现有的普通电话线为家庭、办公室提供宽带数据传输服务。

ADSL 能够在现有的铜双绞线 (即普通电话线) 上提供高速下行速率。由于 ADSL 对距离和线路情况十分敏感,随着距离增加和线路恶化,其速率必然会受到



影响, 其上行速率为 1 Mbit/s, 传输距离可达 3~5 km。

ADSL 技术的主要特点是可以充分利用现有的电话线网络, 在线路两端加装 ADSL 设备, 即可为用户提供高宽带服务。它的另一个优点是能够与普通电话互不影响, 即在一条普通电话线上接听、拨打电话的同时还可以进行 ADSL 传输。在现有电话线上安装 ADSL, 除了在用户端安装 ADSL 通信终端以外, 不必对现有线路进行任何改动。

无线网络是指利用无线电波作为信息传输媒介所构成的一种网络, 它与有线网络的用途相似。目前, 无线网络主要有三种类型, 即无线局域网 (Wireless Local Area Network, WLAN)、无线个人局域网 (Wireless Personal Area Network, WPAN) 和无线广域网 (Wireless Wide Area Network, WWAN)。

无线个人局域网主要利用蓝牙技术来实现与个人关系密切的计算机设备(包括电话和个人数字助理)之间的通信, 工作范围一般在 10m 以内。WPAN 与 WLAN 的应用范围各不相同, WPAN 主要用于个人, WLAN 则主要用于组织。无线广域网使用蜂窝网络技术(如 GPRS、CDMA、GSM、CDPD/Mobitex)来传输数据, 这种蜂窝网络技术由地域性、全国性甚至全球性的无线服务供应商来提供。

1.1.2 实验任务

- (1) 完成 Windows XP 下的 ADSL 接入实验任务;
- (2) 完成 Windows XP 下的局域网设置实验任务;
- (3) 完成 Windows XP 下的无线网络接入实验任务。

1.1.3 实验任务 1: Windows XP 下的 ADSL 接入

Windows XP 下 ADSL 因特网接入的具体过程如下。

- (1) 单击“开始”→“所有程序”→“附件”→“通信”→“新建连接向导”命令, 如图 1-1-1 所示。
- (2) 在随后弹出的如图 1-1-2 所示的对话框中单击“下一步”按钮。