

“十二五”高等学校电子商务专业规划教材



# 电子商务创业

DIANZI SHANGWU CHUANGYE

李红霞 李 琰 主 编

中国铁道出版社  
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

“十二五”高等学校电子商务专业规划教材

# 电子商务创业

李红霞 李 琰 主编

田水承 袁晓芳 孙庆兰 副主编

中国铁道出版社  
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

---

## 内 容 简 介

本书以介绍电子商务创业的基本知识和基本操作技能为主,充分体现创业者所应具备的知识与能力,注重实用原则,将理论知识与管理软件、案例分析有机结合,力求做到易懂、易学、易用,以兼顾对学生实践、操作能力的培养。

全书共分 12 章,内容主要包括电子商务创业源、创业的产生与商业计划书、创业市场的特征、网络营销、经营可行性分析、开发有效的电子商务模式、财务策略、创业融资、客户关系管理策略、物流与包装策略、计算机网络、电子商务网上支付等。

本书既可作为高等学校相关专业学生的教材,也可作为创业教育、创业培训的指导教材及研究生创业类课程的参考用书。

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务创业 / 李红霞, 李琰主编. —北京: 中国铁道出版社, 2013. 3

“十二五”高等学校电子商务专业规划教材

ISBN 978-7-113-15842-2

I. ①电… II. ①李… ②李… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 034130 号

书 名: 电子商务创业  
作 者: 李红霞 李 琰 主编

---

|              |                    |
|--------------|--------------------|
| 策 划: 巨 凤     | 读者热线: 400-668-0820 |
| 责任编辑: 王占清    | 特邀编辑: 张玉兰          |
| 编辑助理: 冯彩茹    |                    |
| 封面设计: 一克米工作室 |                    |
| 责任印制: 李 佳    |                    |

---

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市西城区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.51eds.com>

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16 印张: 19.5 字数: 462 千

印 数: 1~3 000 册

书 号: ISBN 978-7-113-15842-2

定 价: 36.80 元

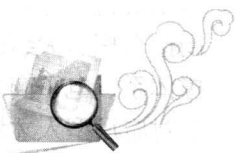
---

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社教材图书营销部联系调换。电话: (010) 63550836

打击盗版举报电话: (010) 63549504

## 总序



2011年,我国电子商务的发展进入一个崭新的阶段。随着国家有关电子商务政策、法规等的相继颁布,电子商务行业开始从以往的市场推动、企业自主发展为主逐步演变和上升为国家战略新兴产业,并在政府、产业、高校、研究和应用五路纵队的合力推动下,其应用从东部扩展到中部、再到西部;新模式、新概念从企业扩展到行业、再到产业;B2B、B2C、团购、移动的发展规模迅猛增长;支付、物流、信用、综合服务、人才培养等环境和生态支撑条件发生着革命性的变化……所有这一切,都极大地促进了中国电子商务的全方位发展。

2005年,国务院办公厅发布的《关于加快电子商务发展的若干意见》(国办发〔2005〕2号)从国家经济社会发展的战略高度提出了推动中国电子商务发展的大政方针。2011年3月,国家发改委、商务部等五部门联合发布了《关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见》并提出,通过创建国家电子商务示范城市,来推动电子商务在重点区域和特色领域的创新应用,推广典型经验,形成示范效应,带动电子商务健康快速发展。2011年4月6日,工信部、科技部、财政部等五部委也联合印发了《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》,意见中提出,推动信息化带动工业化,工业化促进信息化,并强调发展电子商务的重要性。

在这一新形势下,为满足国家电子商务示范城市建设、两化深度融合等电子商务发展趋势对培养大批电子商务复合型专业人才——尤其是大批应用型人才的需求,组织编写与时俱进的电子商务系列教材就成为当前较为迫切和至关重要的任务。因此,我们把编写这套“‘十二五’高等学校电子商务专业规划教材”的构想,定为我们新形势下的工作目标之一。

为了促进目标的实现,本套教材得到了国家信息化专家咨询委员会专家们的支持和悉心指导,得到了高等学校电子商务教学指导委员会相关专家的鼎力支持和积极参与,成立了教材编委会。在编委会的组织和领导下,选择并组织了一批优秀的中青年学者和骨干教师担任系列规划教材中各本教材的第一作者,同时遴选其他优秀中青年教师参编,以规范、有序地开展编写工作。

本套规划教材参照电子商务专业最新的培养目标和计划,内容涵盖电子商务的核心课程及重点选修课;读者对象以应用型人才为主,包括高等学校电子商务及经管类专业的本科生及高职高专院校相关专业学生,以及对电子商务感兴趣的工作人员。

本套规划教材内容主要包括电子商务导论、电子商务经济学、电子商务网站开发、电子商务网页设计、电子商务安全、电子支付与结算、电子商务物流、电子商务管理、电子商务营销、电子商务客户关系管理、电子商务案例分析、电子商务创业与实训、移

动商务、网络贸易、电子商务法律与案例、电子商务服务、电子商务系统分析与设计等。其主要特点包括：①为新形势下顺应电子商务发展的新需求而设计——整套教材的内容衔接合理、大纲设计完善、内容组织具有新意；②内容涵盖电子商务基础、电子商务支撑体系、电子商务服务和应用三大层面，知识体系符合电子商务专业的培养目标；③突出对应用型人才培养的特色，从书目的选取到大纲的制定，再到具体编写过程，都强调以学生“易理解、易操作”为原则，在编写中较多地采用了案例讨论、实验指导等方法；④在内容逻辑、形式和体例上力求科学、合理、严密和完整，使之系统化和实用化。

自该套规划教材编写工作启动以来，在编委会各位专家、各本教材第一作者以及参编人员的共同努力下，在中国铁道出版社的支持下，本套教材将陆续面世。在此，我们对参与各项工作和在该项工作中给予支持的各位领导、专家、教师 and 朋友们表示衷心的感谢！

我们深知，虽然我们对本套规划教材的组织 and 编写倾注了最大努力，但离读者对我们的期望仍有距离，在此，也衷心希望各位读者不吝赐教，促使本套教材真正成为受读者欢迎的精品教材！

“十二五”高等学校电子商务专业规划教材编委会

2011.8

# 前言



中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布的报告显示,我国正快速步入网络时代。截至 2012 年 6 月底,我国网民数量达到 5.38 亿,是 15 年前的 867 倍;IP 地址数大幅度增长,进入全球排名三甲;网络购物已进入高速增长期,蕴涵着巨大的创业机会。《大学生网络创业现状与趋势:中国大学生网络创业研究报告(2012)》指出,全国普通高校毕业生规模达到 680 万人,预计未来 3 年内毕业生规模还将以每年 50 万人的速度增长。由于总量持续增长、需求数量大幅减少、供需不匹配与结构性矛盾突出、就业渠道不畅等原因,高校毕业生就业困难将在一定时期内持续。以上的种种原因,社会、政府和高校等各个层面都开始积极鼓励和大力支持电子商务创业。

本教材共分 12 章,主要内容包括:电子商务创业源、创业的产生与商业计划书的撰写、创业市场的特征、网络营销、经营可行性分析、开发有效的电子商务模式、财务策略、创业融资、客户关系管理策略、物流与包装策略、计算机网络、电子商务网上支付等。全书从创业者的角度进行详细阐述,系统地介绍了电子商务创业的方式、方法,并在各章引入了案例分析。为了使创业者学以致用,针对课程内容在正文关键处设有链接知识;在每章的章末分别设有案例分析、思考与讨论以及本章习题。为了方便教师教学及创业者自学,本书还配有每章主要内容及相关图表的 PowerPoint 文件、习题参考答案,有需要者可与中国铁道出版社联系。

本教材的主要特点如下:

(1) 内容全面翔实,针对性强。本书主要面向各种层次的创业者,在引入创业的基本理论及知识的基础上,阐述了电子商务创业的运作模式及管理方法,既有基础性又有专业性,方便创业者由浅入深地学习与掌握相关知识点。

(2) 注重网上开店与电子商务网上支付流程演示。手把手教读者学会网上开店、网上支付等各个领域的网上交易流程和实用技巧。

(3) 加强案例分析。目前已有的教材很少有相关案例方面的内容,针对此现象,本书中引入了大量的相关链接及案例以便于学生讨论使用。

(4) 增加实训内容。目前已有的教材基本上无实训,本教材根据需要设有相关的实训,可有效培养学生利用所学理论与方法解决实际问题的能力。

全书是编者在电子商务市场充分调研的基础上,根据全国电子商务专业教学指导委员会制定的最新的课程与教学内容规划及电子商务专业方向的特点来组织编写的,具

有基础理论知识够用、实践技能增强的特色，既可作为高等学校毕业生、高校就业与创业指导部门、大学生网络创业者、电子商务创业研究者以及希望从事电子商务创业的大学在校生的参考工具书，也可作为创业教育或创业培训课程的指导教材和参考用书，更可作为高等学校相关专业本、专科学生的学生必修课及研究生的选修课教材。

本书由西安科技大学李红霞、李琰担任主编，并负责全书的策划、结构设计及最后的定稿由田水承、袁晓芳、孙庆兰担任副主编。全书共分 12 章，其中：第 1 章、第 7 章由李红霞编写，第 4 章、第 8 章由田水承编写，第 9 章、第 10 章、第 11 章、第 12 章由李琰编写，第 2 章、第 3 章由孙庆兰编写，第 5 章、第 6 章由袁晓芳编写。西安科技大学管理学院的张屹芳、刘蓉、苗苗、屈婷、杨妍、司玉娜、杜洁、汪琪、邸鸿喜、艾飞成、韩晓静、张芸也参与了本书的编写及校稿等工作。

在本书的编写过程中，编者大量地收集、分析、研究了国内外电子商务创业领域最新研究成果和全球 500 强企业的实践经验，并参阅了大量同类教材、专著，力图在理论和实践上反映出电子商务创业的最新成果。对于所引用的这些资料，来源出处已尽可能在参考文献中列出，谨在此向相关作者表示衷心的感谢。

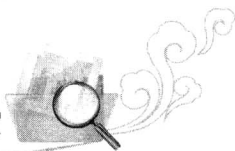
由于国内外电子商务的发展突飞猛进，书中难免存在疏漏和不足之处，欢迎同仁批评指正。

编 者

2013 年 1 月



# 目录



|                       |    |
|-----------------------|----|
| 第1章 电子商务创业源           | 1  |
| 引例 誓做农业领域的阿里巴巴        | 2  |
| 1.1 电子商务背景下的就业环境分析    | 3  |
| 1.1.1 就业部门对电子商务的职业需求  | 3  |
| 1.1.2 大学生就业情况分析       | 4  |
| 1.2 电子商务背景下创业面临的机遇与挑战 | 5  |
| 1.2.1 创业者面临的机遇        | 5  |
| 1.2.2 创业者面临的挑战        | 6  |
| 1.3 电子商务背景下创业的重要性     | 8  |
| 1.3.1 电子商务迅速发展        | 8  |
| 1.3.2 大学生的就业趋向        | 8  |
| 1.3.3 创业改变世界          | 8  |
| 1.3.4 创业改变人生          | 10 |
| 1.4 电子商务背景下创业的准备      | 10 |
| 1.4.1 社会方面的准备         | 10 |
| 1.4.2 创业者自身的准备        | 11 |
| 1.4.3 创业的物资准备         | 12 |
| 1.5 电子商务背景下创业者的素质要求   | 13 |
| 1.5.1 创业基本素质          | 13 |
| 1.5.2 创业意识            | 14 |
| 本章小结                  | 17 |
| 案例分析                  | 17 |
| 本章习题                  | 18 |
| 第2章 创意的产生与商业计划书的撰写    | 19 |
| 引例 鞋子的生意              | 20 |
| 2.1 识别并发现机会           | 21 |
| 2.1.1 创业机会的概念分析       | 21 |
| 2.1.2 机会识别的方法         | 21 |
| 2.1.3 创业机会的特征         | 23 |
| 2.2 产生有创意的商业想法        | 28 |
| 2.2.1 创意概述            | 28 |
| 2.2.2 产生创意的技术         | 28 |



|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| 2.2.3 鼓励和保护新创意 .....       | 31        |
| 2.3 将创意转变为完美的商业计划书 .....   | 32        |
| 2.3.1 商业计划书概述 .....        | 33        |
| 2.3.2 商业(创业)计划书的作用 .....   | 33        |
| 2.3.3 商业(创业)计划书的编写方法 ..... | 34        |
| 2.3.4 商业(创业)计划书的编写原则 ..... | 38        |
| 2.3.5 商业(创业)计划书的框架结构 ..... | 38        |
| 2.4 向投资伙伴陈述自己的商业计划 .....   | 39        |
| 2.4.1 商业计划的口头陈述 .....      | 39        |
| 2.4.2 投资者的预期问题与反馈 .....    | 40        |
| 本章小结 .....                 | 40        |
| 案例分析 .....                 | 40        |
| 本章习题 .....                 | 41        |
| <b>第3章 创业市场的特征</b> .....   | <b>43</b> |
| 引例“最酷的小车”——奇瑞 QQ .....     | 44        |
| 3.1 市场概述 .....             | 45        |
| 3.1.1 市场的内涵 .....          | 45        |
| 3.1.2 市场的特征 .....          | 46        |
| 3.1.3 市场的分类 .....          | 46        |
| 3.1.4 如何找到合适的市场 .....      | 47        |
| 3.2 市场调查概述 .....           | 49        |
| 3.2.1 市场调查的含义 .....        | 49        |
| 3.2.2 市场调查的内容 .....        | 49        |
| 3.2.3 间接的市场调查 .....        | 50        |
| 3.2.3 本地市场与目标市场 .....      | 51        |
| 3.3 市场预测 .....             | 54        |
| 3.3.1 市场预测的概念和意义 .....     | 54        |
| 3.3.2 市场预测的类型 .....        | 55        |
| 3.3.3 市场预测的程序 .....        | 56        |
| 3.3.4 市场预测的方法 .....        | 57        |
| 3.4 发现市场空隙,明确市场定位 .....    | 60        |
| 3.4.1 发现市场空隙 .....         | 60        |
| 3.4.2 市场定位依据 .....         | 61        |
| 3.4.3 市场定位四原则 .....        | 62        |
| 3.4.4 市场定位策略的选择和执行 .....   | 63        |
| 本章小结 .....                 | 64        |
| 案例分析 .....                 | 65        |
| 本章习题 .....                 | 65        |
| <b>第4章 网络营销</b> .....      | <b>67</b> |
| 引例 海尔网络营销策略 .....          | 68        |

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| 4.1 网络营销概念            | 68         |
| 4.1.1 网络营销的产生         | 68         |
| 4.1.2 网络营销的含义         | 69         |
| 4.1.3 网络营销的特点         | 70         |
| 4.1.4 网络营销的功能         | 71         |
| 4.2 网络营销常用工具和方法       | 73         |
| 4.2.1 搜索引擎营销          | 73         |
| 4.2.2 许可 E-mail 营销    | 74         |
| 4.2.3 网络社区营销          | 75         |
| 4.2.4 网络口碑营销          | 76         |
| 4.2.5 病毒性营销           | 77         |
| 4.2.6 博客营销            | 78         |
| 4.2.7 其他              | 80         |
| 4.3 网络营销的策划、实施与评价     | 80         |
| 4.3.1 网络营销策划          | 80         |
| 4.3.2 网络营销的实施         | 83         |
| 4.3.3 网络营销组织职能        | 85         |
| 4.3.4 网络营销效果评价        | 89         |
| 4.4 创业企业营销的关键点(4P 理论) | 91         |
| 4.4.1 产品策略            | 91         |
| 4.4.2 定价策略            | 93         |
| 4.4.3 促销策略            | 95         |
| 4.4.4 渠道(分销)策略        | 99         |
| 本章小结                  | 100        |
| 案例分析                  | 101        |
| 本章习题                  | 102        |
| <b>第 5 章 经营可行性分析</b>  | <b>103</b> |
| 引例 淘宝药妆第一品牌“天香堂”      | 104        |
| 5.1 经营可行性分析概述         | 104        |
| 5.1.1 经营可行性分析的特点      | 105        |
| 5.1.2 经营可行性分析的原则      | 105        |
| 5.1.3 经营可行性分析的内容      | 106        |
| 5.2 产业分析              | 107        |
| 5.2.1 新的市场进入者的威胁      | 107        |
| 5.2.2 产业内既有企业之间的竞争    | 108        |
| 5.2.3 购买者的讨价还价力量      | 109        |
| 5.2.4 供应方的讨价还价力量      | 109        |
| 5.2.5 替代品的威胁          | 109        |
| 5.3 行业与目标市场的分析        | 110        |
| 5.3.1 市场细分的概述         | 110        |

|            |                    |            |
|------------|--------------------|------------|
| 5.3.2      | 目标市场的选择            | 112        |
| 5.3.3      | 行业市场总需求分析          | 114        |
| 5.4        | 产品/服务的可行性分析        | 114        |
| 5.4.1      | 产品/服务的基本信息         | 114        |
| 5.4.2      | 如何找到客户的真正需求        | 116        |
| 5.4.3      | 同类产品如何打动消费者        | 117        |
| 5.5        | 竞争者分析              | 119        |
| 5.5.1      | 如何确定竞争者            | 119        |
| 5.5.2      | 给竞争者做业绩分析          | 120        |
| 5.5.3      | 向竞争者学习             | 122        |
| 5.5.4      | 创业者的竞争力提高          | 122        |
|            | 本章小结               | 124        |
|            | 案例分析               | 125        |
|            | 本章习题               | 126        |
| <b>第6章</b> | <b>开发有效的电子商务模式</b> | <b>127</b> |
| 引例         | 1号店——疯长背后          | 128        |
| 6.1        | 电子商务模式理论基础         | 128        |
| 6.1.1      | 电子商务模式基础知识         | 128        |
| 6.1.2      | 电子商务模式的内涵          | 132        |
| 6.1.3      | 电子商务模式的分类          | 133        |
| 6.2        | 有效的电子商务商业模式的内外部要素  | 141        |
| 6.2.1      | 有效的电子商务商业模式的内部因素   | 141        |
| 6.2.2      | 电子商务商业模式的外部环境      | 144        |
| 6.3        | 选择与开发最适合自己的创业模式    | 145        |
| 6.3.1      | 电子商务模式战略           | 145        |
| 6.3.2      | 电子商务模式分析           | 148        |
| 6.3.3      | 电子商务模式选择           | 150        |
|            | 本章小结               | 151        |
|            | 案例分析               | 152        |
|            | 本章习题               | 152        |
| <b>第7章</b> | <b>财务策略</b>        | <b>153</b> |
| 引例         | Tony 公司预算受阻, 出师不利  | 154        |
| 7.1        | 财务概述               | 154        |
| 7.1.1      | 什么是财务              | 155        |
| 7.1.2      | 企业的财务目标            | 156        |
| 7.2        | 财务管理               | 156        |
| 7.2.1      | 财务管什么              | 157        |
| 7.2.2      | 财务管理的职能            | 159        |
| 7.3        | 从看懂财务报表开始掌握财务报表    | 161        |

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| 7.3.1 理解财务报表             | 161        |
| 7.3.2 分析财务报表             | 164        |
| 7.4 财务预测                 | 166        |
| 7.4.1 预测                 | 166        |
| 7.4.2 预计财务报表             | 170        |
| 本章小结                     | 173        |
| 案例分析                     | 173        |
| 本章习题                     | 175        |
| <b>第8章 创业融资</b>          | <b>177</b> |
| 引例 蒙牛融资全景解析              | 178        |
| 8.1 创业融资概述               | 179        |
| 8.1.1 创业企业生命周期           | 179        |
| 8.1.2 创业融资来源             | 180        |
| 8.1.3 创业融资原则             | 181        |
| 8.2 融资方式                 | 182        |
| 8.2.1 权益资本               | 182        |
| 8.2.2 债务融资               | 186        |
| 8.2.3 中小企业快速融资的其他选择途径    | 189        |
| 8.3 创业融资的影响因素以及选择策略      | 192        |
| 8.3.1 创业融资的影响因素          | 192        |
| 8.3.2 创业融资选择的策略          | 193        |
| 8.3.3 风险管理               | 194        |
| 本章小结                     | 195        |
| 案例分析                     | 196        |
| 本章习题                     | 196        |
| <b>第9章 客户关系管理策略</b>      | <b>197</b> |
| 引例 东方饭店                  | 198        |
| 9.1 什么是客户关系管理            | 199        |
| 9.1.1 客户关系管理起源及分类        | 199        |
| 9.1.2 客户关系管理的内涵          | 200        |
| 9.1.3 客户关系管理功能模块         | 202        |
| 9.1.4 客户关系管理技术应用现状       | 202        |
| 9.1.5 CRM 产品的应用现状        | 203        |
| 9.1.6 CRM 的功能与作用         | 204        |
| 9.2 创业企业客户关系管理的动力        | 205        |
| 9.3 客户关系管理与电子商务          | 207        |
| 9.3.1 电子商务环境下客户关系管理的特点   | 208        |
| 9.3.2 电子商务环境下客户关系管理模式的变化 | 208        |
| 9.3.3 电子商务环境下客户关系管理内容的变化 | 209        |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| 9.3.4 电子商务环境下客户关系管理手段的变化 .....    | 210        |
| 9.4 创业企业客户关系管理实践 .....            | 211        |
| 9.4.1 创业企业 CRM 的发展趋势 .....        | 211        |
| 9.4.2 创业企业实施 CRM 的问题 .....        | 212        |
| 9.4.3 创业企业实施客户关系管理的前期准备 .....     | 212        |
| 9.4.4 创业企业不同发展阶段的客户关系管理应用实践 ..... | 215        |
| 本章小结 .....                        | 219        |
| 案例分析 .....                        | 219        |
| 本章习题 .....                        | 222        |
| <b>第 10 章 物流与包装策略</b> .....       | <b>223</b> |
| 引例 物流网络化与网络化时代的物流 .....           | 224        |
| 10.1 什么是物流管理 .....                | 226        |
| 10.1.1 物流的定义 .....                | 226        |
| 10.1.2 电子商务与物流的关系 .....           | 226        |
| 10.1.3 电子商务物流管理的内容 .....          | 228        |
| 10.1.4 电子商务环境下物流管理的升级 .....       | 229        |
| 10.2 物流方式的选择 .....                | 231        |
| 10.2.1 物流配送的基本内涵 .....            | 231        |
| 10.2.2 我国网店的类型和主要的物流配送方式 .....    | 233        |
| 10.2.3 网店物流配送方案的选择 .....          | 234        |
| 10.3 与物流公司的合作 .....               | 236        |
| 10.3.1 电子商务时代, 两类企业实现合作的必要性 ..... | 237        |
| 10.3.2 两类企业合作中待解决的问题 .....        | 237        |
| 10.3.3 关于两类企业合作的几点建议 .....        | 238        |
| 10.3.4 国内物流公司现状 .....             | 240        |
| 10.4 商品包装策划 .....                 | 241        |
| 10.4.1 电子商务与包装 .....              | 241        |
| 10.4.2 电子商务商品包装要求 .....           | 242        |
| 10.4.3 电子商务包装的设计策略 .....          | 243        |
| 本章小结 .....                        | 245        |
| 案例分析 .....                        | 245        |
| 本章习题 .....                        | 248        |
| <b>第 11 章 淘宝开店</b> .....          | <b>249</b> |
| 引例 淘宝网的故事 .....                   | 250        |
| 11.1 选择货源 .....                   | 250        |
| 11.2 注册开店 .....                   | 252        |
| 11.2.1 注册成为淘宝会员 .....             | 252        |
| 11.2.2 使用会员账号 .....               | 254        |
| 11.3 支付宝账户 .....                  | 254        |

|               |                                 |            |
|---------------|---------------------------------|------------|
| 11.3.1        | 支付宝的注册和绑定 .....                 | 255        |
| 11.3.2        | 支付宝的实名认证 .....                  | 257        |
| 11.4          | 开店身份认证与开店考试 .....               | 257        |
| 11.4.1        | 开店身份认证 .....                    | 257        |
| 11.4.2        | 开店考试 .....                      | 258        |
| 11.5          | 商品展现——照片拍摄及美化 .....             | 258        |
| 11.5.1        | 小件商品的拍摄 .....                   | 258        |
| 11.5.2        | 服装类大件商品的拍摄 .....                | 262        |
| 11.5.3        | 图片处理基础 .....                    | 264        |
| 11.6          | 店铺装修 .....                      | 264        |
| 11.7          | 商品发布 .....                      | 265        |
| 11.7.1        | 商品发布前的准备 .....                  | 265        |
| 11.7.2        | 商品发布流程 .....                    | 267        |
| 11.7.3        | 修改上架商品的信息 .....                 | 268        |
| 11.8          | 店铺推广 .....                      | 269        |
|               | 本章小结 .....                      | 271        |
|               | 案例分析 .....                      | 271        |
|               | 本章习题 .....                      | 272        |
| <b>第 12 章</b> | <b>网上支付策略 .....</b>             | <b>313</b> |
| 引例            | 联手桐乡“网上创业中心”支付宝助力区域电子商务升级 ..... | 274        |
| 12.1          | 网上支付概述 .....                    | 274        |
| 12.1.1        | 网上支付的概念 .....                   | 274        |
| 12.1.2        | 网上支付的功能 .....                   | 275        |
| 12.1.3        | 网上支付的特点 .....                   | 275        |
| 12.1.3        | 网上支付的基本流程 .....                 | 276        |
| 12.2          | 网上支付模式 .....                    | 276        |
| 12.2.1        | 网银支付网关模式 .....                  | 277        |
| 12.2.2        | 统一支付网关模式 .....                  | 278        |
| 12.2.3        | 第三方支付模式 .....                   | 279        |
| 12.3          | 网上支付工具 .....                    | 282        |
| 12.3.1        | 信用卡网上支付 .....                   | 282        |
| 12.3.2        | 电子现金网上支付 .....                  | 284        |
| 12.3.3        | 电子钱包网上支付 .....                  | 287        |
| 12.3.4        | 电子支票网上支付 .....                  | 289        |
| 12.4          | 网上支付安全问题 .....                  | 291        |
|               | 本章小结 .....                      | 293        |
|               | 案例分析 .....                      | 294        |
|               | 本章习题 .....                      | 294        |
|               | <b>参考文献 .....</b>               | <b>295</b> |

中国电子商务创业源



# 第1章

## 电子商务创业源



## 引例 誓做农业领域的阿里巴巴

朱峰峰, 2009年毕业于解放军炮兵学院, 毕业后创办了杭州百乡缘农业开发有限公司。他的梦想就是开创蔬菜电子商务配送事业。早在2009年毕业时, 他放弃了安徽一家大型国有企业的工作, 也放弃了父母在杭州为其找好的单位。

他的父亲一直在农贸市场做蔬菜销售, 所以他很早就对蔬菜流通业有所了解, 既知它“起早摸黑”的艰辛, 也深知它深层次的弊端。现在大家非常关注的“菜贱伤农”、“菜贵伤民”并存的现象, 其根源就在于流通。蔬菜从基地到零售终端中间流通环节众多, 损耗率高达30%, 价格可以翻十几番, 其中, 流通成本往往占据价格的50%~70%。与此同时, 市民吃得放心、吃得优质的呼声也越来越高, 因此, 从事生鲜农产品农居直接对接的前景可以说极其广阔。而淘宝、京东商城等电子商务风起云涌, 但还没有一家蔬菜配送的电子商务龙头, 所以, 他的梦想就是喝这头口水, 开创农业领域的阿里巴巴。

最终, 他的梦想得到了父母的支持。但要创办蔬菜配送也就必须拥有自己的核心基地。2009年, 他承包了萧山宁围东江围垦区850多亩土地, 聘请当地的种菜能手, 办起了杭州百乡缘农业开发有限公司。他决心用两年的时间打基础、摸路子, 先办好基地, 向食堂、学校定点配送, 既积累经验, 又通过赢利增强日后网络营销的抗风险能力。两年来, 在各级农业部门的支持下, 基地得到了一系列蔬菜设施项目的扶持, 通过了“浙江省无公害基地认定”等认证。配送单位也发展到了16家, 日配送量达到了七、八吨, 全年实现农产品销售收入3000多万元。

到了2011年初, 朱峰峰感觉到条件已基本成熟, 便正式开始B2C电子商务业务拓展。他推出了“百乡缘·三绿菜篮子”网上商城, 开发“农居对接”项目。他一方面通过农业部门考察周边的农产品基地, 到临安、桐庐等距杭州一小时车程的高山蔬菜基地发展订单农业, 建起了4000余亩二线基地; 另一方面设计环保纸箱, 购置配送运输车。

但配送方式还是让朱峰峰犹豫了好一阵。朱峰峰的终极目标是做到和淘宝一样, 网上下单, 随即配送到家。但向食堂配送的经验告诉他, 与其在网上坐等, 还不如主动出击, 先发展会员, 两条腿走路。在年初杭州市举办的新春年货展销会上, 他专门发布了这一消息, 满以为能够一炮打响, 但没想到仅仅发展了十几位会员。而且春节过后, 农产品价格暴跌, 不到半个月的时间, 订单库存的农产品就亏了一大笔。为十几位会员开出的配送车, 因为量不够, 成本过高, 每配送一趟就要亏250元。

出师不利, 一时间让公司陷入了资金困境。是就此收手, 还是继续自己的梦想之路? 经过反复的思考, 他认为没有理由怀疑自己的梦想。于是, 他带领团队深入萧山、杭州的社区一个一个做宣传, 一次一次邀请市民来基地参观, 就这样凭着口碑说话, 依靠市民口口相传, 到2011年9月份, 会员数就达到了4000多人, 一举扭亏为盈。经过两年多的发展, 公司已成为“杭州市农业龙头”。

未来, 他的电子商务版图将继续拓展。“百乡缘·三绿菜篮子”网上商城将开通20辆社区蔬菜直通车, 每周服务杭州140个社区, 建立500个社区直销点, 会员人数预计可达10000人。所有直通车均采用冷鲜车辆, 并配备LED显示屏, 市民可以直接查询蔬菜来源、安全检测等信息。配送内容上也将更丰富, 以直销价向会员提供各种生鲜、干货、油、盐、酱、醋、米、生活用品等其他物品。

公司将抓住十七届六中全会关于文化大发展、大繁荣的契机, 着手建设“百乡缘”创意农业园区, 建起乡村体验农舍, 让会员可以到基地种植、收割蔬菜, 享受乡村生活,

还将构建电子商务平台、信息服务平台、科技研发中心、现代物流中心、培训推广中心。另外,在“杭州市农业龙头企业”的基础上,用3年左右时间将公司建成“浙江省农业龙头企业”,用5年左右时间将公司建成“国家级农业龙头企业”,同时实现整体上市。

(资料来源:丽水市农业信息网, <http://www.lsnj110.gov.cn>. 2012.5.)

## 1.1 电子商务背景下的就业环境分析

电子商务(Electronic Commerce, EC)通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在因特网开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方互不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

电子商务专业是融计算机科学、市场营销学、管理学、法学和现代物流于一体的新型交叉学科。培养学生成为掌握计算机信息技术、市场营销、国际贸易、管理、法律和现代物流的基本理论及基础知识,具有利用网络开展商务活动的能力和利用计算机信息技术、现代物流方法改善企业管理方法,提高企业管理水平能力的创新型复合型电子商务高级专门人才。

### 1.1.1 就业部门对电子商务的职业需求

#### 1. 电子商务的发展状况和发展前景

21世纪是信息化的时代,在全球信息化大势所趋的影响下,信息服务业已成为主导产业,正引领着我国的电子商务不断地完善和发展,我国的电子商务市场将成为各个国家和各大公司争夺的焦点。

我国电子商务快速发展,电子商务已成为我国经济增长的助推器,它的广泛应用降低了企业经营、管理和商务活动的成本,促进了资金、技术、产品、服务和人员在全球范围的流动,推动了我国经济全球化的发展。如2006年世界电子商务交易额达12.8万亿美元,占全球商品交易的18%。目前,电子商务的应用已成为决定企业国际竞争力的重要因素,总量规模也不断变化,并影响着未来商业发展模式。面对世界电子商务的发展和变化,电子商务人才的紧缺将使电子商务面临严峻挑战。

虽然我国电子商务发展起步较晚,但势头较强,政府也在积极推进电子商务的发展,政府级电子商务总体框架基本确立。我国的电子商务正如火如荼地发展,一些成功的事例表明,中国的电子商务大有希望,海尔电子商务的成功就是其中的一例。然而,行业电子商务将成为下一代电子商务发展的主流,特别是在加入了WTO之后,中国市场将更加开放,企业导入电子商务的比例将持续增加,中国将成为电子商务在全球发展最快、潜力最大的地区之一。

#### 2. 电子商务的应用

(1) 电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,一方面以电子流代替了实物流,可以大量减少人力、物力,降低成本;另一方面突破了时间和空间的限制,使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行,从而大大提高效率。

(2) 电子商务所具有的开放性和全球性的特点,为企业创造了更多的贸易机会。

(3) 电子商务使企业可以以相近的成本进入全球电子化市场,使得中小企业有可能