

高等职业教育财经类规划教材·电子商务专业

电子商务实务

—— 项目课程教材

·沈 萍◎主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

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

教育部《中等职业学校电子商务专业教学标准》——电子商务专业教材

电子商务实务

——项目课程教材

编 者 王 健



中国轻工业出版社

高等职业教育财经类规划教材·电子商务专业

电子商务实务

——项目课程教材

沈 萍 主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本教材按照项目课程“项目导向、任务驱动”的教学组织方式,以“网络采购(购物)员”和“网络销售员”为模拟岗位,以完整的“网上交易”工作过程为依据,以模拟任务或企业、个人的真实任务为驱动,以网上交易处理能力的渐进培养为主线进行课程内容的整体编排。在工作任务设计上,按照项目载体的思想,根据岗位工作任务分析所涵盖的工作任务与职业能力要求,网上交易工作主要涉及交易伙伴的寻找、网上商品的发布、网上下单、网上支付、网上信息沟通、网络营销与促销、物流配送模式的选择、电子商务项目策划等。

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

电子商务实务:项目课程教材/沈萍主编. —北京:电子工业出版社,2011.7

高等职业教育财经类规划教材·电子商务专业

ISBN 978-7-121-13627-6

I. ①电… II. ①沈… III. ①电子商务—高等教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第094681号

策划编辑:张云怡

责任编辑:郝黎明 文字编辑:裴杰

印 刷:

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:787×1092 1/16 印张:14.5 字数:371.2千字

印 次:2011年7月第1次印刷

印 数:4000册 定价:27.00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。

前言

电子商务作为网络化的新型经济活动，正以前所未有的速度迅猛发展，已经成为主要发达国家增强经济竞争实力，赢得全球资源配置优势的有效手段。在我国经济迅猛发展的今天，电子商务正逐步渗透到经济和社会的各个层面，国民经济重点行业和骨干企业电子商务应用不断深化，网络化生产经营与消费方式已逐渐形成。

作为培养参加国家经济建设的一线劳动者的高职院校，近年来在人才培养模式上不断探索与改革，努力通过教学改革来实现应用型高技能人才的培养。《电子商务实务》是电子商务专业的一门岗位基础平台课程，是作为专业基础理论和专业基础技能的课程而开设的，它是将学生从传统商务引向电子商务的桥梁，是电子商务专业重要的入门课程。同时，本教材也可以作为其他专业学生学习电子商务基本技能和基本理论的课程。

通过对本教材的学习，使学生能建立起电子商务的基本概念和框架，掌握各类基础业务处理流程和操作技能，培养学生网上信息搜索、网上商品发布、网上购物、网上支付、网上信息沟通、网络信息安全保障的能力，并将电子商务的基础知识和技能融会贯通，灵活运用于后续专业课程、工作实践和网络化生活。

本教材按照项目课程“项目导向、任务驱动”的教学组织方式，以“网络采购（购物）员”和“网络销售员”为模拟岗位，以完整的“网上交易”工作过程为依据，以模拟任务或企业、个人的真实任务为驱动，以网上交易处理能力的渐进培养为主线进行课程内容的整体编排。

本教材采取理论与实践一体化教学，实现教、学、做的有机结合。本教材的学习性工作任务的设计是以真实工作任务为依据，充分体现在做中教、在做中学、教学做结合、理论与实践一体化的教学理念。按照项目载体的思想，根据岗位工作任务分析所涵盖的工作任务与职业能力要求，网上交易工作主要涉及交易伙伴的寻找、网上商品的发布、网上下单、网上支付、网上信息沟通、网络营销与促销、物流配送模式的选择等，通过对现行网上交易流程的调研，并经过行业专家深入、细致、系统地分析，根据网络营销和采购员岗位中要完成的任务，同时结合本门课程是电子商务专业的基础性专业课程的情况，将课程教学内容通过5个项目加以组织，分别是：电子商务的认识与典型案例评析、网络商务信息收集与利用、CA认证、网上采购（购物）与网上支付、网上销售。

本教材由沈萍担任主编，主要编写项目一并负责全书的统稿工作；刘良华担任副主编，编写项目二并协助主编完成审稿；居上游编写项目三；戎丹编写项目四；张作为编写项目五。在教材的编写过程中，教材编写组成员齐心协力，对教材内容进行反复研讨和修改。但由于水平有限，难免存在错误，敬请指正。

编者

目 录

项目一 电子商务的认识与典型案例评析	(1)
体验: 淘宝初体验	(2)
任务1 认识电子商务	(3)
任务2 电子商务的分类与功能	(11)
任务3 对电子商务网站的初步认识	(13)
项目二 网络商务信息收集与利用	(20)
体验: 搜索引擎检索初体验	(21)
任务1 对网络商务信息的认识	(22)
任务2 网络商务信息收集的方法	(24)
任务3 网络商务信息收集与市场调研	(47)
项目三 CA 认证与电子商务安全	(51)
体验: 数字证书的申请与管理	(52)
任务1 电子商务交易安全	(63)
任务2 数字证书配置与使用	(69)
项目四 网络采购(购物)与网上支付	(95)
体验: 在阿里巴巴平台上采购物品	(96)
任务1 认识网络采购与网络购物	(100)
任务2 网上银行支付	(121)
项目五 网络营销与促销	(130)
体验: 海尔集团成功的网络营销模式	(131)
任务1 网络营销与促销概述	(132)
任务2 B2B 平台网络营销与促销——以阿里巴巴为例	(142)
任务3 C2C 平台网络营销与促销——以淘宝网为例	(146)
任务4 B2C 网络营销与促销——以淘宝商城为例	(168)
任务5 奥派电子商务教学模拟软件训练	(174)
项目六 电子商务与物流	(178)
体验: 了解联邦快递	(179)
任务1 物流与电子商务物流	(179)
任务2 B2C 电子商务物流	(187)
任务3 C2C 电子商务物流	(190)
任务4 B2B 电子商务物流	(193)
项目七 电子商务项目策划	(213)
体验: “爱心接力, 同心行动”网络慈善捐赠项目	(214)
任务1 认识电子商务项目策划	(214)
任务2 电子商务项目策划的设计与实现	(217)

项目一

电子商务的认识与典型案例评析

XIANG MU YI

能力目标

NENG LI MU BIAO

- 能在体验网站内根据演示和提示注册。
- 能在体验网站内根据演示和提示下单。
- 能在体验网站内根据演示和提示查询、注销订单。
- 能识别不同的电子商务类型。
- 能了解某一个网站的主要内容并加以评析。

知识目标

ZHI SHI MU BIAO

- 了解电子商务的概念与发展。
- 了解互联网的发展状况，包括网民数、网站数等。
- 了解网络购物的相关数据，包括购物网民规模、网购规模等。
- 了解电子商务的典型商务模式（B2B、B2C、C2C、威客模式等）。
- 了解电子商务专业术语、英语词汇的含义。

素质目标

SU ZHI MU BIAO

- 养成正确的设备使用习惯。
- 培养认真、细心做事的态度。
- 培养互联网法律与道德意识。
- 培养良好的团队协作精神。



体验：淘宝初体验

在进行介绍之前，我们首先来认识网站的功能和分类。

根据图 1-1 可知网站的功能主要有以下 6 种：

- 我要买：用于寻找宝贝、购买宝贝、发布求购信息。
- 我要卖：用于卖宝贝、发布宝贝、寻求买家的信息。
- 我的淘宝：提供综合工具包，为会员提供全方位的服务。
- 诚信安全：提供身份认证、支付宝服务及诚信安全知识等。
- 购物指南：为用户购买宝贝提供帮助，吸取买家购物的经验。
- 社区：互动社区，有淘宝大学、频道、交流、博客等。

主页上有多个频道，并提供功能强大的搜索引擎。淘宝将出售的商品按性质分为近 30 个大类，在大类下面又按不同的标志分成相应的小类。



图 1-1

体验要求：在主页上浏览相关内容，了解各功能，体验会员身份。

要求 1：根据提示注册成为淘宝会员，注意流程中的每个环节。

要求 2：浏览会员专栏，即“我的淘宝”，以买家身份体验网上交易流程。



体验步骤

首先根据提示注册为淘宝会员，在注册窗口会提醒用户阅读淘宝网和支付宝的服务协议，这两个协议都具有合同效用。一旦确认，即在用户和淘宝之间产生法律效力，要求能认真阅读。

注册完成后，淘宝自动为会员开通支付宝会员服务功能，用户会收到免费开通支付宝账户的邮件，其账户名通常是注册会员时的邮箱地址，密码与淘宝账户的密码一致。要启用支

付宝，必须先申请银行卡的网上支付功能，然后在支付网站上开通支付宝功能。

然后，以买方身份按照搜索浏览宝贝→联络卖家→出价及付款→收货及评价这一流程体验网上交易流程。具体步骤如下：

步骤 1：通过不同的方式搜索宝贝。

搜索宝贝的方式主要有以下 3 种：

- 通过宝贝类别搜索，即根据所列的分类来寻找，主要适用于购买目标明确的商品。
- 浏览购物频道，类似于逛实体商城，没有特别明确的需要。其中淘宝商城是一个汇集企业卖家直营店铺的专区。
- 利用站内搜索引擎，可以迅速定位需要购买的物品，如要缩小搜索范围，也可用两个以上的关键词（用空格连接）搜索商品。

尝试用这 3 种不同的方式搜索宝贝，宝贝可自由选择。了解商品的排序方式及显示方式，可为用户寻找所需商品提供便利。

步骤 2：收藏宝贝和收藏店铺。

主要用于帮助用户及时收集信息。

步骤 3：查询卖家的信息、联系卖家。

查看当前商品的掌柜档案，思考该信息的用处。

与卖家联系有 4 种方式：淘宝旺旺留言、站内留言、商品页面留言、店铺留言，最直接的是淘宝旺旺。

步骤 4：了解出价方式。

出价方式主要有两种：一口价和拍卖价。

一口价指价格既定，没有讨价还价的余地。

拍卖又分单件拍卖和荷兰拍。单件拍指宝贝价格不定，由买家进行竞拍，在商品发布时间结束时，出价最高者得到宝贝，相同价格先出价者先得。可尝试对有购买意向的物品进行出价，了解拍卖过程。

任务1 认识电子商务

Mission one



随着计算机网络和信息技术的飞速发展和日益融合，Internet 已经进入社会的各个领域，无论是单位、家庭还是个人都可以通过 Internet 获取资源和共享信息。电子商务就是在这种背景下应运而生的一种动态商务活动，它的产生为传统的商务活动带来了一场全新的革命。Internet 的商业化发展推动了电子商务的迅速增长，它所带来的商机是巨大而深远的，这迫切要求人们能认识和理解电子商务。



【知识点】

1. 电子商务的含义

到目前为止，电子商务还没有统一的定义，各类组织和行业基于自身对电子商务需求的

不同,定义的角度也不同。电子商务在实际运作中有着许多成功的实践,我们可以通过对这些实践的认识,从计算机和商业相结合的角度来充分认识电子商务。

一般来说,我们可以从广义和狭义两个方面来认识电子商务的含义。

广义的电子商务:EB(Electronic-Business)——电子商务是利用计算机网络技术进行的全部商业活动,如电子交易、网络营销、客户管理、物资调配、企业内部管理、企业间的合作等。

狭义的电子商务:EC(Electronic-Commerce)——电子商务是通过 Internet 进行的商品和服务贸易活动。

本书定义:电子商务指交易当事人或参与人利用现代信息技术和计算机网络(主要是因特网)所进行的各类商务活动,包括货物贸易、服务贸易和知识产权贸易。

我们可从以下 4 个方面理解本书定义的电子商务:

(1)一种采用最先进信息技术的买卖方式。参与交易的各方根据各自的需求,将供求信息发布到电子商务平台上。一旦交易各方达成交易,该平台也会协助完成合同的签订、分类、传递和款项收付等全套业务。利用电子商务,省去了交易各方之间的一些中间环节,为交易的达成提供了一条便捷的途径。

(2)实质上形成一个虚拟的市场交易场所。互联网提供了一个不受时间、空间限制,可以不间断运作的交易场所。在这个虚拟市场中,交易各方需要对外类商品和服务的供应量、需求量、发展状况及参与各方的详细情况进行了解,从而能更方便地研究市场,更准确地了解和把握市场。

(3)应从现代信息技术和商务贸易两方面来考虑。从现代信息技术的角度来看,电子商务涵盖了当今最新的 IT 技术和通信技术的应用;而从商务的角度来看,它包括了不论是契约型还是非契约型的一切商务性质的关系所引起的事务。所以,电子商务是“现代信息技术”领域和“商务”领域交叉形成的新领域,它所覆盖的范围是这两个领域的交集,即电子商务可能涉及因特网、内部网和电子数据交换在贸易方面的用途。

(4)不等于商务电子化。真正的电子商务不仅包括企业前台的商务电子化,也包括后台在内的整个运作体系的信息化,以及企业整体经营流程的优化和重组。真正意义上的电子商务,是建立在企业全面信息化基础上的,通过电子手段对企业的生产、销售、库存、服务及人力资源等环节实行全方位控制。

2. 电子商务的发展

电子商务的发展可以追溯到 20 世纪 60 年代,当时一些具有大宗业务往来的大型企业开始探索利用相互联系的计算机系统进行信息与数据的交换,以提高效率,缩减费用,于是 EDI(电子数据交换)系统应运而生,从而形成了电子商务的雏形。随着通信和计算机技术的迅速发展,互联网在全球范围内的普及,电子商务也得到了更加广泛的应用。因此根据电子商务的发展过程,可以将其分为以下两类:

(1)基于 EDI 的电子商务(20 世纪 60~90 年代)。在 20 世纪 60 年代以前,人们已经在用电报报文发送商务文件;20 世纪 70 年代又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报,但由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的,不能将信息直接转入到计算机信息管理系统中,数据的重复录入量较大;20 世纪 70 年代末应用于企业间的电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)技术和银行间的电子资金转账(Electronic Fund Transfer, EFT)技术作为电子商务应用的系统雏形出现了。

(2) 基于 Internet 的电子商务(20 世纪 90 年代以来), 电子商务的真正发展就在这一时期。由于 EDI 需要昂贵的 VAN (增值网), 仅大型企业才会使用, 因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。20 世纪 90 年代中期后, 因特网(Internet) 迅速走向普及化, 逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭, 其功能也从信息共享演变为一种大众化的信息传播工具。因特网的普及和信息技术的成熟推动了因特网电子商务的发展。IBM 公司于 1997 年正式提出了电子商务(EB) 的概念。

3. 我国电子商务的发展状况

根据我国电子商务发展过程中各个阶段的不同特点, 我们初步将我国电子商务发展归纳为以下 3 个阶段:

(1) 1991—2002 年萌芽阶段

我国自 1991 年开始开展 EDI 的应用, 先后在海关、外贸、交通运输等部门应用。政府部门在电子商务应用与推广过程中给予了高度重视, 电子商务的发展态势良好。从 20 世纪 90 年代初开始, 相继实施了“金桥”、“金卡”、“金关”、“金税”、“金企”等一系列“金字工程”, 并在 1996 年由外贸部牵头成立了中国国际电子商务中心, 1997 年出现网上书店、网上购物及中国商品定货系统(CGOS), 1998 年 7 月中国商品交易与市场网站正式运行, 北京、上海等地相继启动电子商务工程, 1999 年兴起政府上网、企业上网。而 1999 年“珠穆朗玛 8848”网上超市的出现, 也标志着中国电子商务进入快速发展期, 中国电子商务也由此正式启动。2000 年 4 月 5 日, 第四届中国国际电子商务大会在北京召开, 标志着中国电子商务逐步走上了快速发展的道路。

(2) 2003—2006 年高速增长阶段

在这个阶段, 有不少为我们熟知的企业得到了迅速发展, 如当当、卓越、阿里巴巴、慧聪、全球采购、淘宝等。这个阶段对电子商务来说最大的变化有以下 3 个:

- 大批的网民逐步接受了网络购物的生活方式, 而且这个规模还在高速的扩张。
- 众多的中小型企业从 B2B 电子商务中获得了订单, 获得了销售机会, “网商”的概念深入商家之心。
- 电子商务基础环境不断成熟, 物流、支付、诚信瓶颈得到基本解决, 在 B2B/B2C/C2C 领域中, 都有不少的网络商家迅速成长, 积累了大量的电子商务运营的管理经验和资金。

(3) 2007 年以后纵深发展阶段

这个阶段最明显的特征: 电子商务已经不仅仅是互联网企业的天下, 越来越多的传统企业不断与电子商务融合, 大量资金流入电子商务领域, 使电子商务在各个领域充分发挥着相应的作用。

2010 年 8 月 30 日, 商务部在北京发布了《中国电子商务报告(2008—2009)》。在该报告中, 我们看到: 中国电子商务已步入务实发展阶段, 呈现出 6 个方面特点: 一是大型企业电子商务应用开始进入协同商务阶段; 二是中小型企业电子商务应用意识普遍提高; 三是网络购物规模迅速扩大; 四是电子商务专业化服务体系正在形成; 五是电子商务在社会经济生活各领域中的应用日趋广泛; 六是电子商务在应对金融危机、举办北京奥运、抗击自然灾害中的作用日益凸显。

报告公布了 2008 年中国电子商务交易额达到 3.1 万亿元人民币, 网络购物交易额达到 1257 亿元人民币; 2009 年, 中国电子商务交易额达到 3.8 万亿元人民币, 网络购物交易额达到 2586 亿元人民币, 同比分别增长 21.7% 和 105.8%。从以上信息可以看出, 在全球金融危机

的冲击下,电子商务能够帮助中国企业拓展市场、降低成本、提高效率,已经成为中国现代服务业的重要组成部分,有利于推动传统产业的转型升级,有利于现代商贸流通体系的形成,在促进国民经济发展中占有重要地位、发挥着重要作用。

4. 电子商务的特点

(1) 交易虚拟化。通过以 Internet 为代表的计算机互联网络进行的贸易,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无须当面进行,均通过计算机互联网络完成,整个交易完全虚拟化。

(2) 交易成本低。距离越远,网络上进行信息传递的成本相对于信件、电话、传真的成本而言就越低;买卖双方通过网络进行商务活动,无须中介者参与,减少了交易的有关环节;实行“无纸贸易”,可减少 90% 的文件处理费用;卖方可通过互联网络进行产品介绍、宣传,可以减少相关费用。

(3) 交易效率高。克服了传统贸易方式费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易快捷、方便。

(4) 交易透明化。买卖双方从交易的洽谈、签约及货款的支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相核对,可以防止伪造信息的流通。

5. 电子商务的功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务,因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。

(1) 广告宣传。电子商务可凭借企业的 Web 服务器和客户的浏览器,在 Internet 上发布各类商业信息。客户可借助网上的检索工具(Search)迅速地找到所需商品信息,而商家可利用主页(Home Page)和电子邮件(E-mail)在全球范围内进行广告宣传。与以往各类广告相比,网上的广告成本最为低廉,而给顾客的信息量却最为丰富。

(2) 咨询洽谈。电子商务可借助非实时的电子邮件(E-mail)、新闻组(News Group)和实时的讨论组(Chat)来了解市场和商品信息、洽谈交易事务,如有进一步的需求,还可用网上的白板会议(Whiteboard Conference)来交流即时的图形信息。网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交谈形式。

(3) 网上订购。电子商务可借助邮件传送实现网上订购。网上订购通常会在产品介绍页面上提供友好的订购提示信息。当客户填完订购单后,系统会回复确认信息,订购过程也可采用加密的方式使客户和商家的信息不被泄露。

(4) 网上支付。电子商务要实现完整的流程,网上支付是一个重要的环节。客户和商家之间可使用信用卡进行支付。在网上直接采用电子支付手段将省略交易中很多人员的开销。网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制,以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。

(5) 电子账户。网上的支付必须要有电子金融来支持,即银行、信用卡公司及保险公司等金融单位要为金融服务提供网上操作。而电子账户管理是其基本的组成部分,信用卡号或银行账号都是电子账户的一种标志。但其可信度需要配以必要的技术措施来保证,如数字证书、数字签名、加密等手段的应用保障了电子账户操作的安全性。

(6) 服务传递。对于已付款的客户应将其订购的货物尽快传递到他们手中。电子邮件能调配在网络中进行的物流,而最适合于在网上直接传递的货物是信息产品,如软件、电子读物、信息服务等,它能直接从电子仓库中将货物发到用户端。

(7) 意见征询。电子商务能方便地采用网页上的“选择”、“填空”等格式文件来收集用户对销售服务的反馈意见,使企业的市场运营能形成一个封闭的回路。客户的反馈意见不仅能提高售后服务水平,还能使企业获得改进产品,发现更多的商业机会。

(8) 交易管理。整个交易的管理将涉及人、财、物,以及企业和企业、企业和客户、企业内部等各方面的协调和管理。因此交易管理是涉及商务活动全过程的管理。电子商务的发展,将提供一个良好的交易管理的网络环境及多种多样的应用服务系统,这样能保障电子商务获得更广泛的应用。

【教学活动 1】了解部分网站

分别登录阿里巴巴、当当网、携程网、海尔公司、中国制造网等,教师指导学生浏览网站主页及部分功能,对这些网站进行初步了解。

【教学活动 2】体验网络购物

体验网络购物,并完成指定环节。

网络购物是电子商务最直观、最常见的形式,对网络购物过程的实际操作是认识、理解电子商务的最好方式。当前的网络购物平台较多,当当网是国内最有影响力和代表性的购物网站之一。本教学活动的重点在于,通过当当网体会什么是电子商务,熟悉电子商务网站的结构和功能,了解网上购物的流程。

【活动实施】

(1) 登录当当网,地址: <http://www.dangdang.com>, 如图 1-2 所示。



图 1-2

(2) 进入注册界面，免费注册成为会员，如图 1-3 所示。

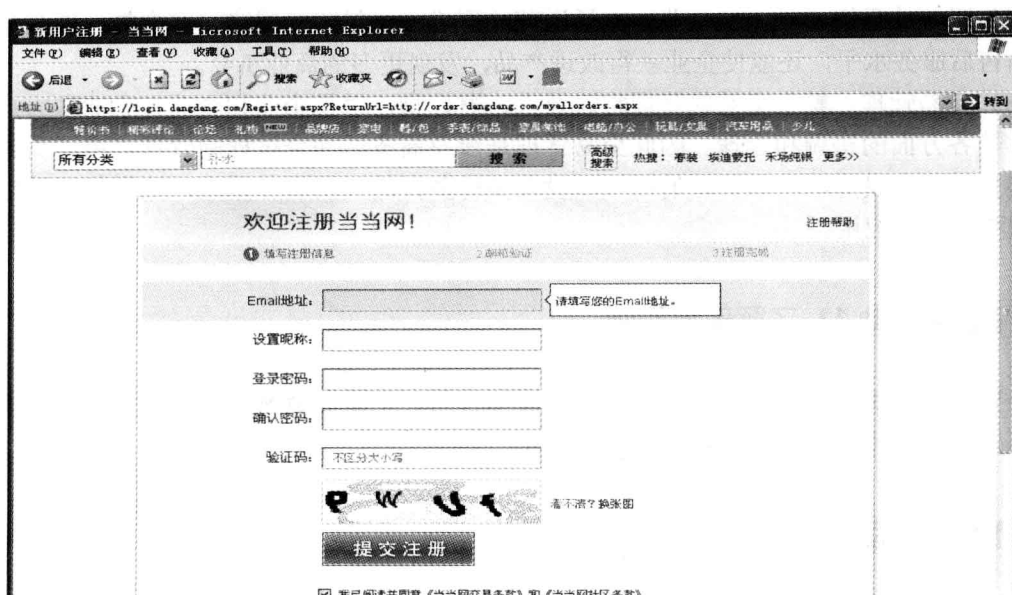


图 1-3

(3) 根据网站要求填写注册信息，如图 1-4 所示。

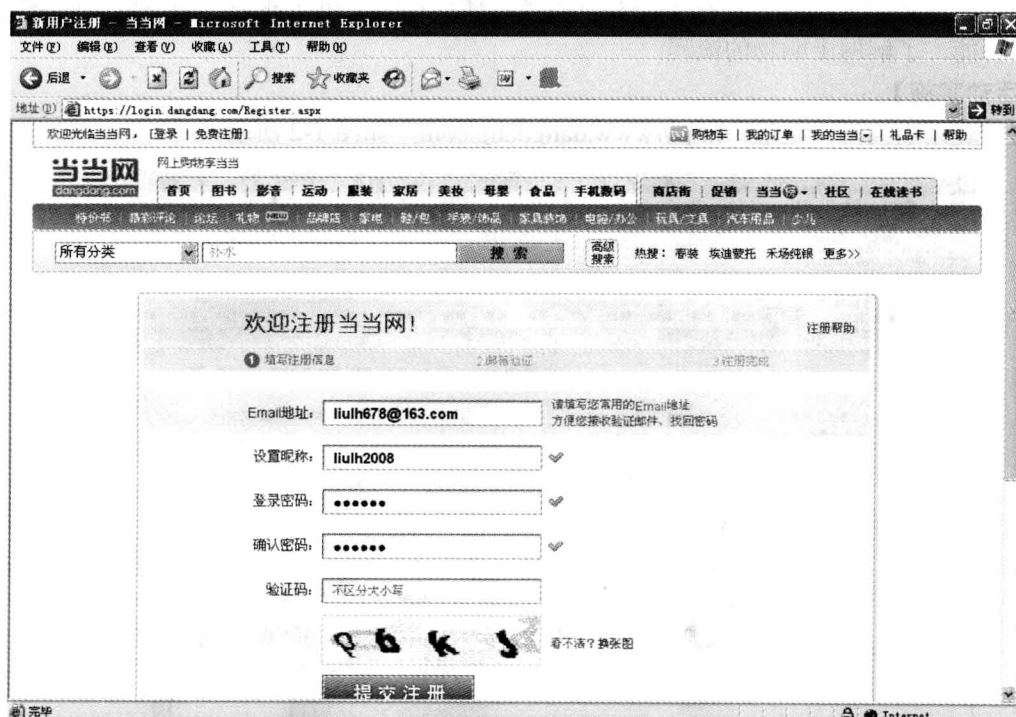


图 1-4

(4) 单击“图书”就可以在网站上搜索所需图书，如图 1-5 所示。

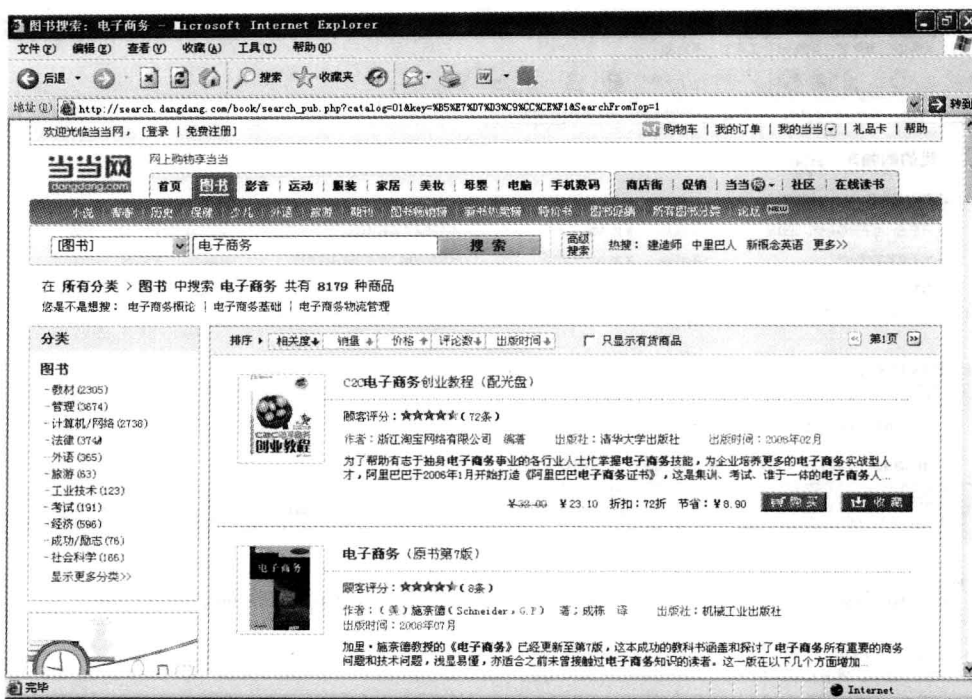


图 1-5

(5) 单击所需图书，可以查看此图书的基本信息，如图 1-6 所示。



图 1-6

(6) 对于所需图书选择“购买”并结算，如图 1-7 所示。

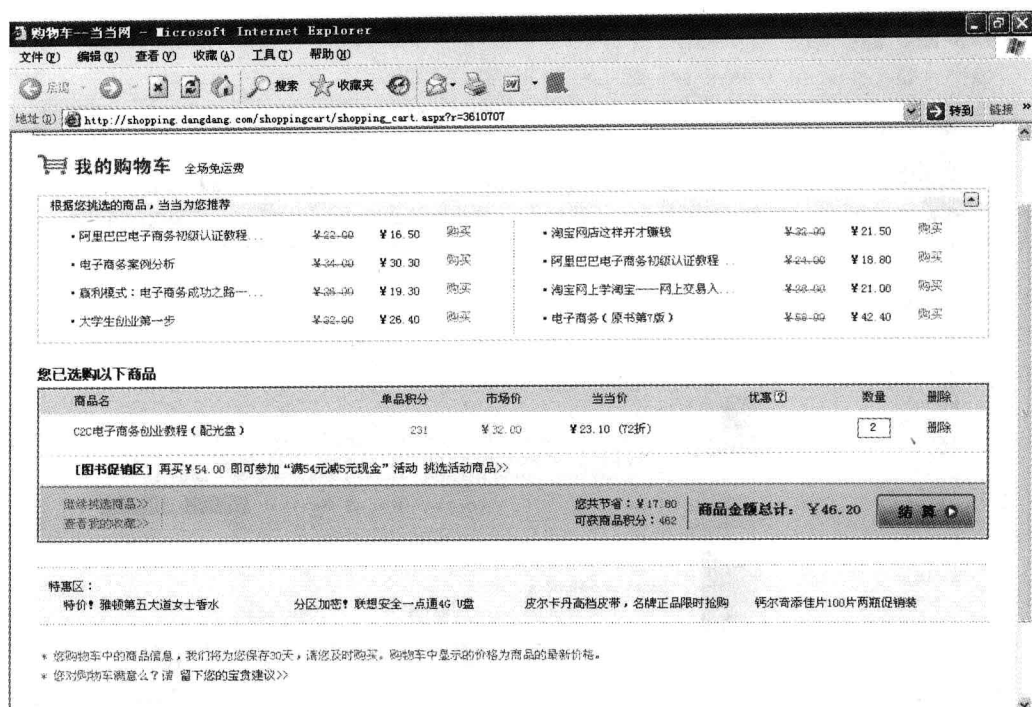


图 1-7

(7) 填写收货地址，选择送货方式、付款方式，然后提交订单，如图 1-8 所示。

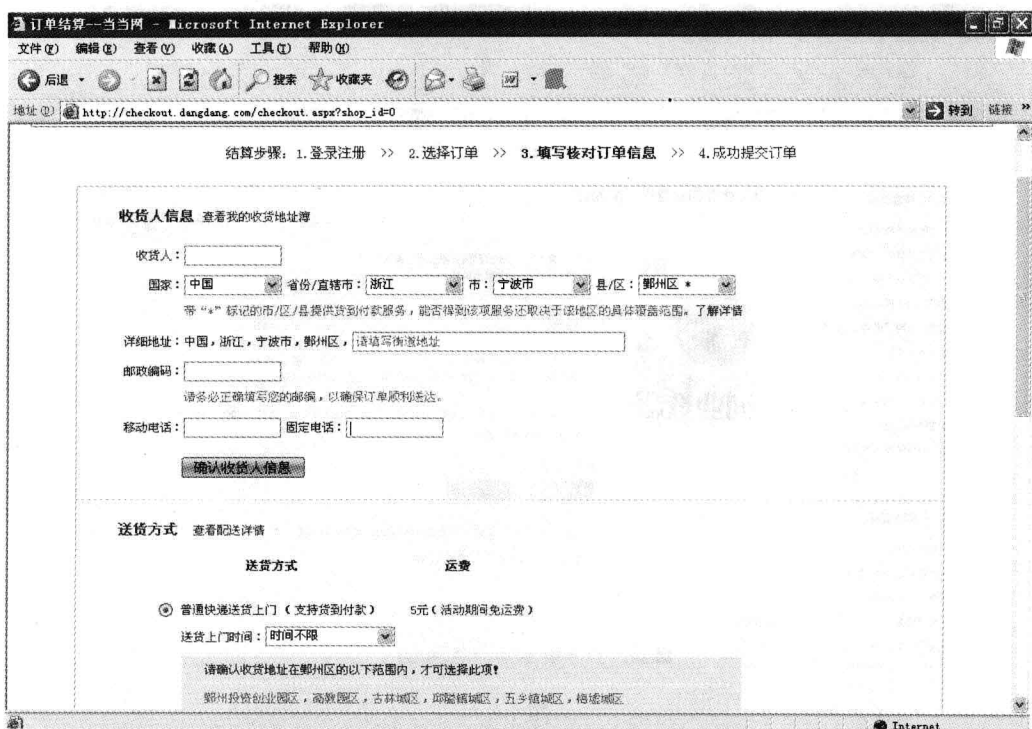


图 1-8

(8) 生成订单后, 进入“我的当当”→“我的订单”, 查阅订单详情。若订单有误, 可选择取消, 如图 1-9 所示。

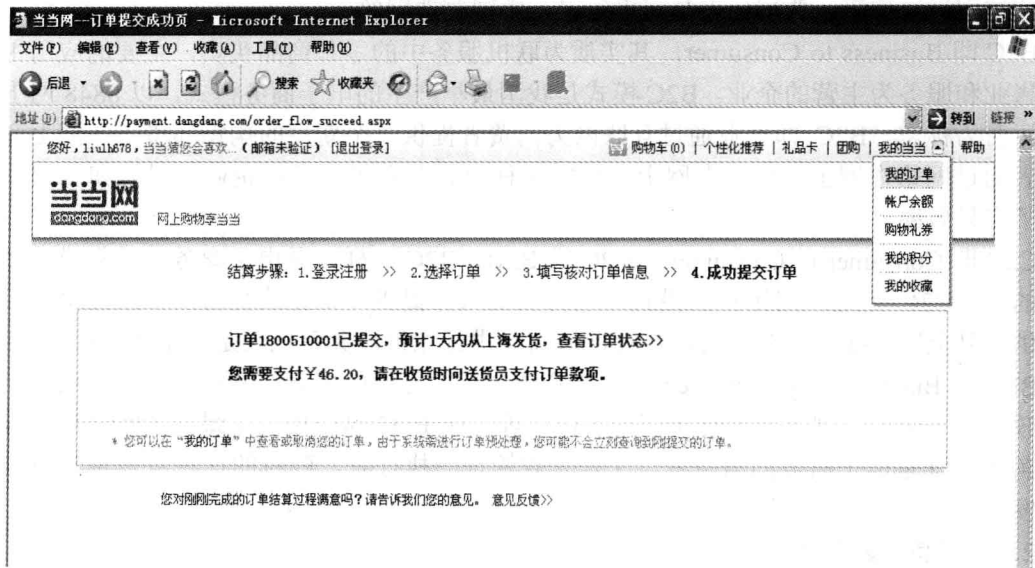


图 1-9

【活动考核】

任务考核以订单完成与否为依据。同时结合学生提问, 考查学生对电子商务的认识情况。

每个学生独立完成, 教师当场检查。学生同时把订单详情页面另存为以学号或姓名为文件名的文件, 发送到教师指定的邮箱保存。

任务2 电子商务的分类与功能

Mission two

由于电子商务的发展过程呈现多样性, 其应用也是在不同层次上展开的, 基于不同的分类标准, 我们从不同角度对电子商务进行分类。可以按照电子商务参与主体、交易对象、开展电子交易的信息网络范围、网络类型及服务行业类型的不同, 把电子商务进行不同的分类, 当然不同的电子商务类型所具备的功能也不同。



【知识点】

电子商务的不同分类

1. 按电子商务参与主体分类

主要有 B2B、B2C、C2C、B2G 这 4 类电子商务模式。B2B 指的是 Business to Business, 有时写作 BtoB, 是指商家 (泛指企业) 对商家的电子商务, 即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。通俗地说, 是指进行电子商务交易的供需双方都是商家 (或企