

镇江职业培训云平台-电商系列教程

DIANZI SHANGWU GAILUN

电 子 商 务 师

 SKILL-CLOUD.CN



目录



学习情境一 电子商务模式选择



学习情境二 网络平台建设



学习情境三 电子商务支付平台选择



学习情境四 网店的建设与推广



学习情境五 订单及合同签订



学习情境六 售后服务



学习情境一

电子商务模式选择





概念单击

电子商务:广义的电子商务是指使用各种电子工具从事的商务活动。狭义的电子商务是指利用Internet从事的商务活动。

EDI:即电子数据交换，就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行数据交换和自动处理。

CA认证:称为电子商务认证中心，是负责发放和管理数字证书的权威机构，并作为电子商务交易中受信任的第三方，承担公钥体系中公钥的合法性检验的责任。

电子证书:是一个包含证书持有人的信息、公开密钥、证书序号、有效期、发证单位的电子签名等内容的数字文件。

EFT:即电子资金转账，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。

子学习情境一 电子商务模式选择





任务一 了解电子商务

一、什么是电子商务

(一)现实生活中的电子商务

1.预定旅游



图 1-1 携程旅行网



任务一 了解电子商务

2.网上购物

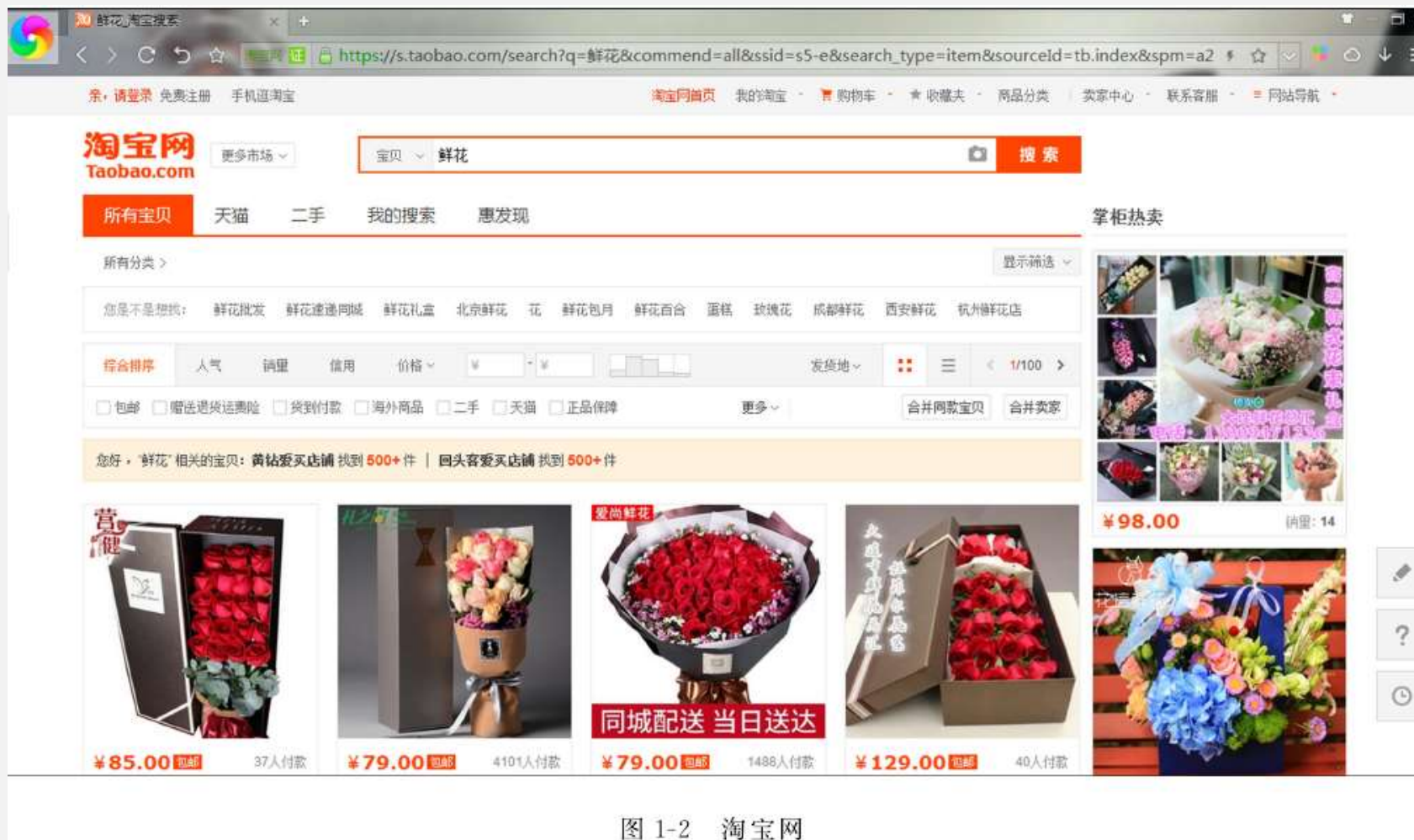


图 1-2 淘宝网



任务一 了解电子商务

3. 网上银行



图 1-3 招商银行网站



任务一 了解电子商务

(二) 电子商务

关于“电子商务”这个术语的由来有多种说法，一般认为是由IBM公司先期提出的，目前电子商务在英文中有两层含义:Electronic Commerce(简称EC)和Electronic Business(简称EB)。前者是指狭义的电子商务，后者则指广义的电子商务。



任务一 了解电子商务

中国电子商务专家李琪教授认为，客观上存在着两类或三类依据内在要素不同而对电子商务的定义。

第一类定义可简称为商务电子化，即广义定义，可将电子商务定义为电子工具在商务活动中的应用。

第二类定义可简称为电子化商务系统，即狭义定义，可将电子商务定义为在技术、经济高度发达的现代社会里，掌握信息技术和商务规则的人，系统化运用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。

第三类定义是介于广义和狭义之间的定义。

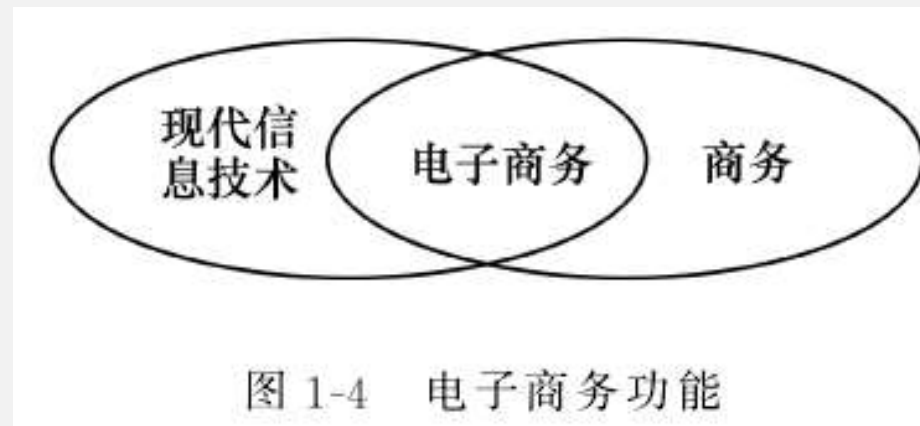


任务一 了解电子商务

从电子商务发展的角度来看，现代电子商务主要是网上的商务活动，它使信息流、资金流和物流三者融为一体，是一种新的商业运作模式。

认识现代信息技术与商务活动过程的相互关系，是理解现代电子商务的关键。对现代电子商务的理解应从“现代信息技术”和“商务”两个方面考虑。

一方面，现代“电子商务”的概念所包括的“现代信息技术”应涵盖各种使用电子技术为基础的通信方式；另一方面，对“商务”一词应做广义解释，使其包括各种商务活动。





任务一 了解电子商务

(三)电子商务的服务内容和功能

1.服务内容

电子商务提供以下服务内容:

广告宣传

咨询洽谈

服务快递

网上订购

网上支付

电子账户

意见征询

交易管理



任务一 了解电子商务

2.应用功能

应用功能主要包括：





任务一 了解电子商务

(四)电子商务的特点

序号	基本特点	综合特点
1	书写电子化、传递数据化	高效率 低成本 方便易用 无时间限制 无地域限制
2	没有店面租金成本	
3	没有库存压力	
4	很低的银行成本	
5	经营规模不受场地限制	
6	支付手段高度电子化	
7	便于收集客户信息	
8	特别适用于电子信息产品的销售	



任务一 了解电子商务

(四)电子商务的特点

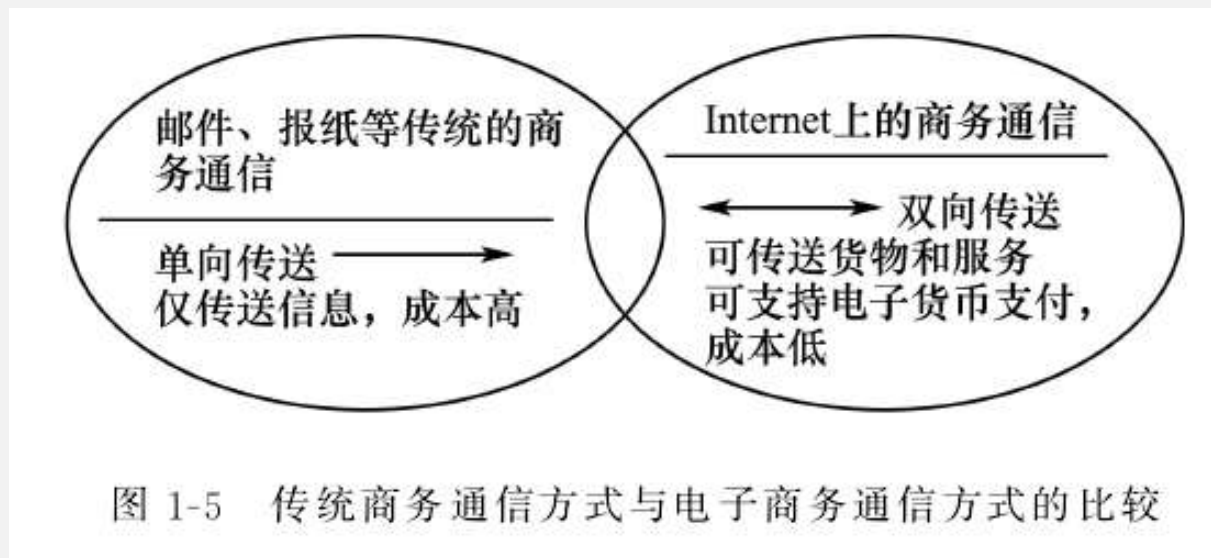
表 1-2 传统国际贸易方式与电子商务的比较

序号	传统国际贸易方式	电子商务
1	买方准备一份请购单	买方准备一份请购单
2	获得批准或授权	获得批准或授权
3	输入请购单数据	输入请购单数据
4	打印采购订单	
5	邮寄采购订单给卖方	
6	卖方接收采购订单	
7	进行订货登记	
8	打印订单或装箱单	卖方打印订单或装箱单
9	货物装运给买方	货物装运给买方
10	缮制发票,记应收账	
11	将发票寄给买方	
12	买方收到货物	买方收到货物
13	买方收到发票	
14	登记所收货物存货科目	登记所收货物存货科目
15	将发票输入应付款系统	
16	缮制发票	
17	将发票寄给卖方	
18	卖方收到发票	
19	登记应收款账户冲账	



任务一 了解电子商务

(四) 电子商务的特点





任务一 了解电子商务

电子商务的特性可归结为以下几点:

商务性

方便性

安全性

集成性

协调性

可
扩展性



任务一 了解电子商务

(五)电子商务的分类

1.按电子商务的交易对象分类

- (1)企业与企业之间的电子商务模式
- (2)企业与消费者之间的电子商务模式
- (3)消费者与消费者之间的电子商务模式
- (4)企业与政府之间的电子商务模式



任务一 了解电子商务

(1) 企业与企业之间的电子商务模式

企业与企业之间的电子商务模式即Business to Business，简称B2B或BtoB，以包括筹措、生产和售后服务等内容的商务综合管理系统和信息资料互换为基础，组建并运用商业数据库和信息交换系统，以推动供应商、代理商、经销商和厂商的业务往来，有效减少交易费用，降低成本，实现企业业务的合理化。

(2) 企业与消费者之间的电子商务模式

企业与消费者之间的电子商务模式即Business to Consumer，简称B2C或BtoC。

(3) 消费者与消费者之间的电子商务模式

消费者与消费者之间的电子商务模式即Consumer to Consumer，简称C2C或CtoC。

(4) 企业与政府之间的电子商务模式

企业对政府之间的电子商务模式即Business to Government，简称B2G或BtoG。



任务一 了解电子商务

按交易对象进行分类是目前应用最广泛的电子商务分类，如图所示

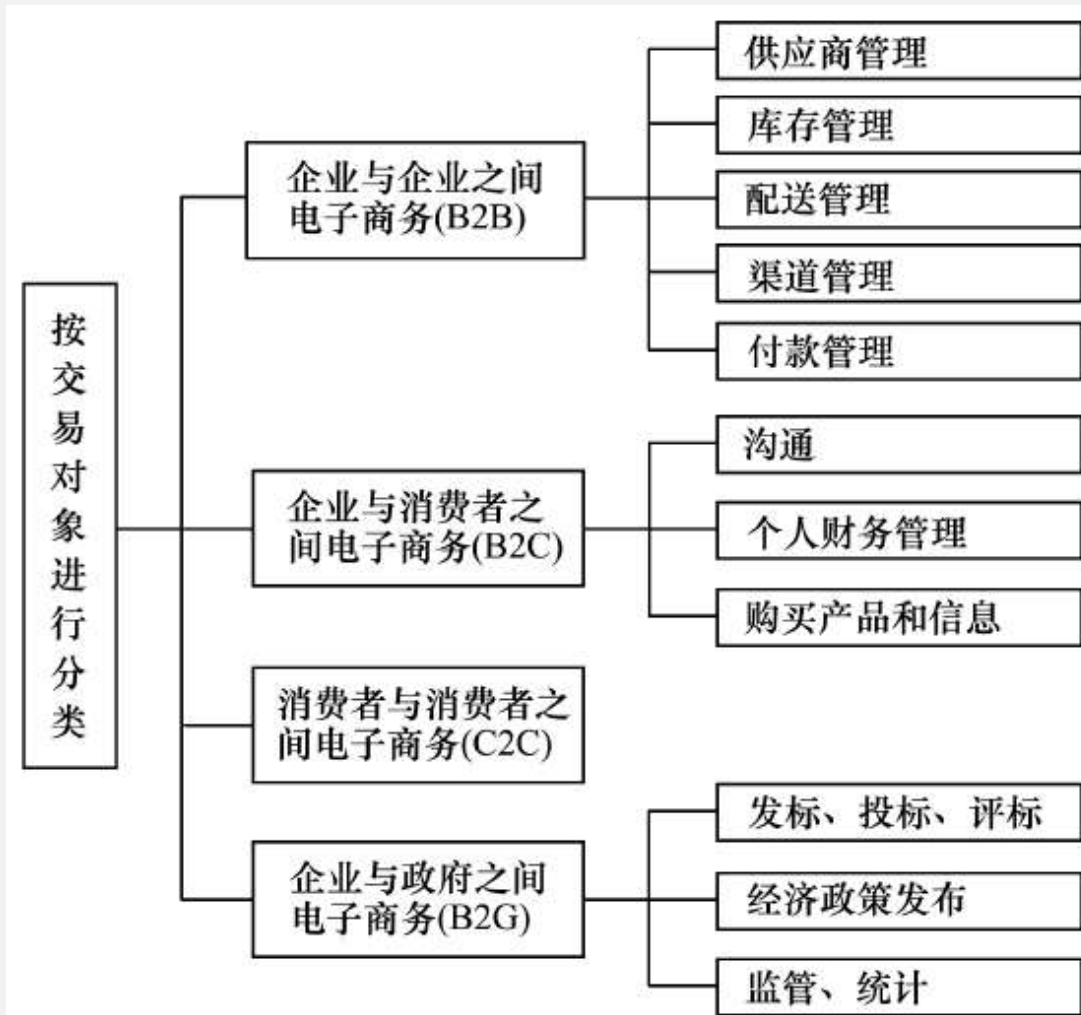


图 1-6 四种典型电子商务



任务一 了解电子商务

2.按电子商务交易的商品内容分类

电子商务涉及的商品有两种:

一种是有形商品，一种是无形商品。

由此划分出两种商业模式:一种是间接电子商务，另一种是直接电子商务。



任务一 了解电子商务

(1) 间接电子商务

间接电子商务即有形商品的电子订货和付款。由于这类活动仍需要传统的邮政服务或商业送货服务系统加以配套，所以称之为间接电子商务。

这种经营模式的特点是：可以为顾客提供全天的挑选和购买环境；可以用多媒体展示商品；可以使顾客访问全球的众多商店，从一国的商店迅速切换到另一国的商店。但同时，这种经营模式需要物流配送、支付环节、安全保障等支持，否则无法通畅地开展活动。这种经营模式的利润主要来自销售额。



任务一 了解电子商务

(2)直接电子商务

直接电子商务即无形商品和服务商品的销售，如计算机软件、娱乐产品消费、订票、信息服务等。供需双方可以在网上直接实现交易，故称为直接电子商务。

这种经营模式的特点是:可以即时在网上实现在线购买与支付。



任务一 了解电子商务

3.按应用平台类型分类

根据应用平台类型的不同，电子商务目前主要有三种形式：

电子数据交换(EDI)网络的电子商务

Internet网络的电子商务

Intranet网络的电子商务



任务一 了解电子商务

4.按开展电子交易的信息网络范围进行分类

(1)本地电子商务

(2)远程国内电子商务

(3)全球电子商务



任务一 了解电子商务

(六)电子商务对社会经济产生的影响

1.电子商务对社会经济的影响

(1)促进全球经济的发展

(2)促进知识经济的发展

(3)促进新兴行业的产生



任务一 了解电子商务

(六)电子商务对社会经济产生的影响

2.电子商务对企业的影响

(1)改变企业的经营方式

(2)改变了企业的管理模式

(3)改变了企业的结算支付方式



任务一 了解电子商务

3. 电子商务对消费者的影响

生活方面

工作方面

学习方面



任务一 了解电子商务

4. 电子商务的效益分析

- (1) 可以有效地优化库存
- (2) 经营规模不受场地限制
- (3) 降低企业采购成本
- (4) 支付手段的高度电子化
- (5) 便于收集和管理客户信息
- (6) 特别适合信息商品的销售
- (7) 更有效的服务



任务一 了解电子商务

4.电子商务的效益分析

- (8) 树立企业形象和品牌
- (9) 改变企业竞争方式
- (10) 改变企业竞争基础
- (11) 缩短生产周期
- (12) 商务活动更加灵活



任务二 电子商务的发展面临的问题

一、电子商务产生的条件及其发展过程

1.产生的条件

(1) 电子计算机的广泛应用

近30年来，电子计算机特别是微型机的处理速度越来越快，处理能力越来越强，价格越来越低，应用越来越广泛，这是电子商务产生和发展的基础，也是其硬件基础。

(2)全球信息网络的建立及普及

网上90%的信息是放在WWW网站上的，使得WWW网成为全球通信与交易的媒体，促使全球上网用户呈几何级数增长。Internet具有的快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。



任务二 电子商务的发展面临的问题

(3) 电子信用卡的普及应用

电子信用卡以其方便、快捷、安全等优点已成为人们消费支付的重要手段，并由此形成了完善的全球性信用卡网络支付与结算系统。使“一卡在手，走遍全球”成为可能，同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。

(4) 政府的支持与政策推动

一个新生事物的发展壮大离不开政府的大力支持，对于电子商务，各国政府更是积极给予支持和政策推动。



任务二 电子商务的发展面临的问题

(5) 电子安全交易协议的制定

1997年5月31日，由美国VISA和MasterCard等国际组织联合制定的电子安全交易协议(Secure Electronic Transfer Protocol, SETP)出台，该协议得到大多数厂家的认可和支持，为开放网络上的电子商务提供了一个关键的安全环境。

(6) 企业的需求

企业对电子商务的需求，是电子商务产生和发展的决定性因素。激烈的市场竞争促使企业加快自身变革，以适应竞争愈发激烈的市场。由于电子商务能够使企业最大限度地降低整体运营成本、缩短运作周期、提高市场敏感度、改善客户关系以及获得更多商机，因而促成企业对电子商务的需求。



任务二 电子商务的发展面临的问题

2.发展过程

- (1) 20世纪70-90年代：基于EFT和EDI的电子商务
- (2) 20世纪90年代—21世纪：基于Internet的电子商务
- (3) 进入21世纪以后：基于e概念的电子商务



任务二 电子商务的发展面临的问题

3.我国电子商务的发展

- (1) 1990-1993年：EDI电子商务应用阶段
- (2) 1993-1997年：电子商务发展基础阶段
- (3) 1998-1999年：互联网电子商务发展阶段
- (4) 2000年以后：进入务实发展阶段



任务二 电子商务的发展面临的问题

二、发展中面临的问题

中国电子商务在发展过程中遇到了一些障碍性因素和必须解决的问题，主要体现在以下方面。

- (1)行业管理体制有待理顺。
- (2)商业规则和法律法规不完善。
- (3)网络交易纠纷明显增多。
- (4)大多数电商交易企业的可持续发展能力不强。
- (5)物流配送效率低下。



任务三 电子商务与传统商务

企业的经营活动不仅是指在线采购或销售，还包括很多其他活动。

1.传统商务

2.电子商务

适合电子商务的业务流程	适合传统商务的业务流程	适合综合采用电子商务和传统商务的业务流程
图书和 CD 唱片购销	时装购销	汽车购销
在线软件购销	生鲜食品购销	在线金融服务
旅游广告和促销	低值小商品购销	房屋租赁
运输货物的在线跟踪	昂贵珠宝和古董销售	投资和保险产品购销



任务三 电子商务与传统商务

3.电子商务与传统商务的区别

(1)交易效率高

(2)交易虚拟化

(3)交易方式透明化

(4)交易成本低



任务三 电子商务与传统商务

4.电子商务的优势与不足

(1)电子商务的优势

- ①改变企业竞争方式
- ②提高运营效率
- ③提供个性化服务
- ④提供更有效的售后服务
- ⑤降低成本
- ⑥减少库存和产品的积压
- ⑦减少中间环节



任务三 电子商务与传统商务

(2) 电子商务的不足

- ① 交易的安全性得不到保障
- ② 没有真实的触感
- ③ 标准问题
- ④ 税务问题
- ⑤ 知识产权、电子证据的认定及电子合同的法律问题

子学习情境二

电子商务的框架





任务一 电子商务系统构架

一、电子商务的框架结构

电子商务的框架结构是指电子商务活动环境中所涉及的各个领域以及实现电子商务应具备的技术保证。

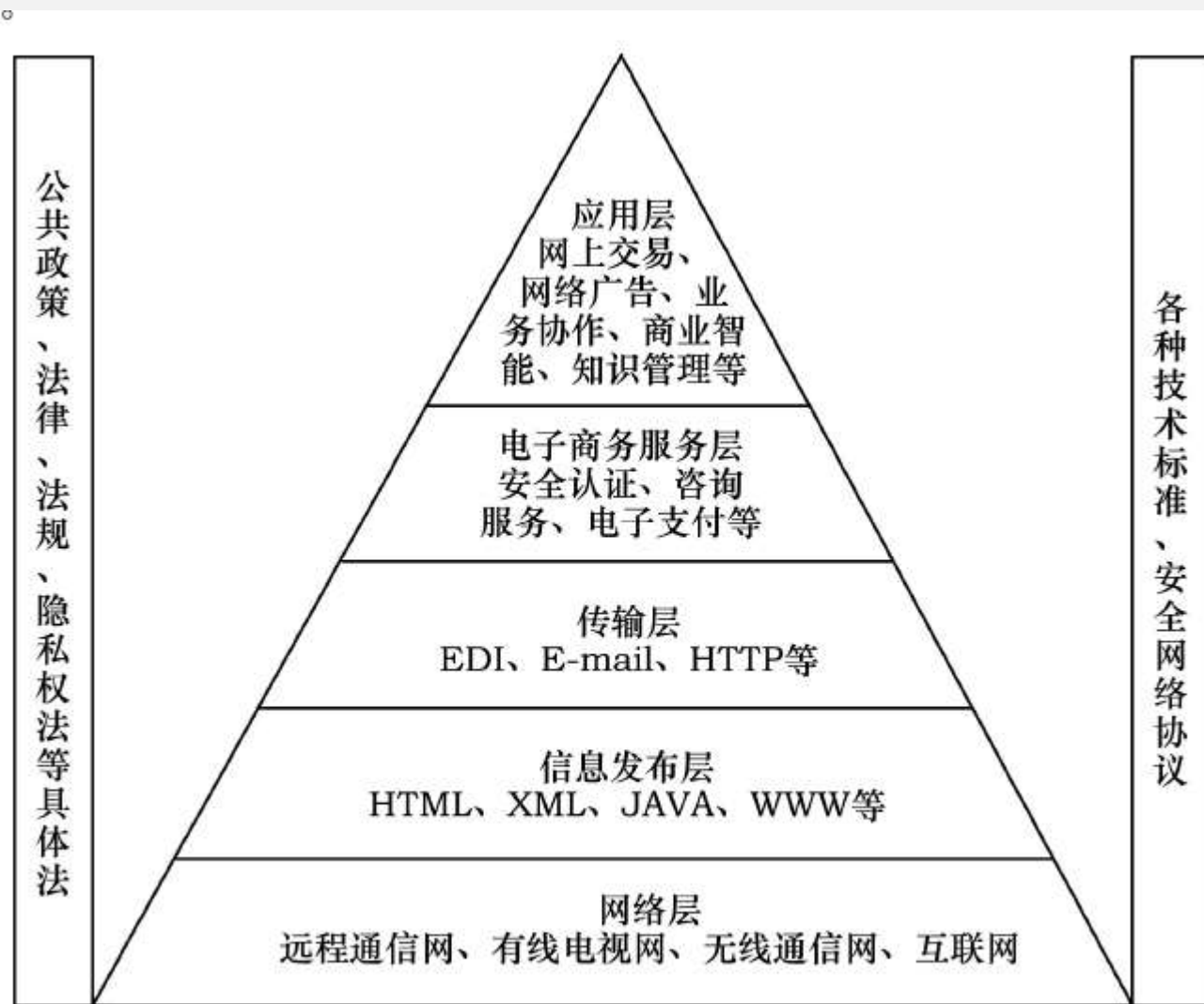


图 1-7 电子商务框架结构图



任务一 电子商务系统构架

二、电子商务框架的内容

(1)网络层

(2)信息发布层与传输层

(3)电子商务服务层和应用层

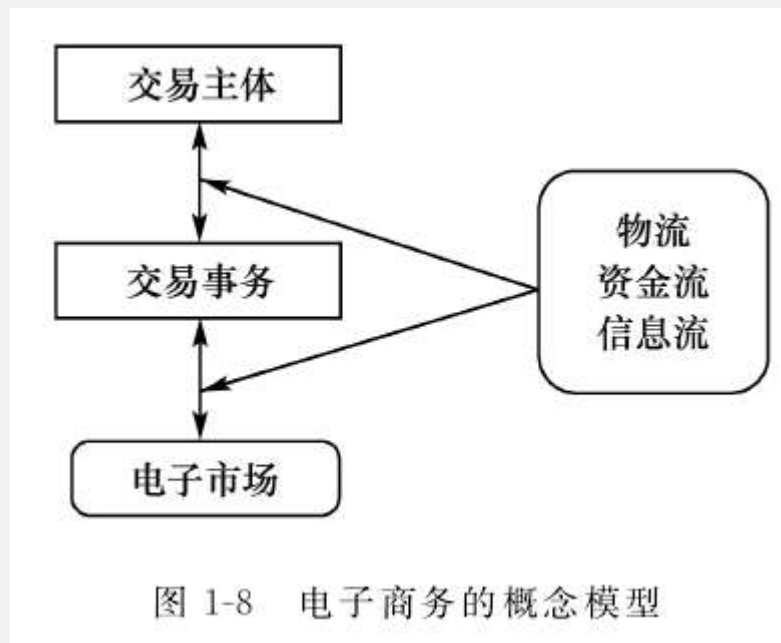
(4)法律、法规和公共政策

(5)技术标准和网络协议



任务二 电子商务的概念模型

电子商务的概念模型如图所示。





任务三 Internet下完整的电子商务环境

完整的电子商务环境包括下面这些主要内容，如图所示。

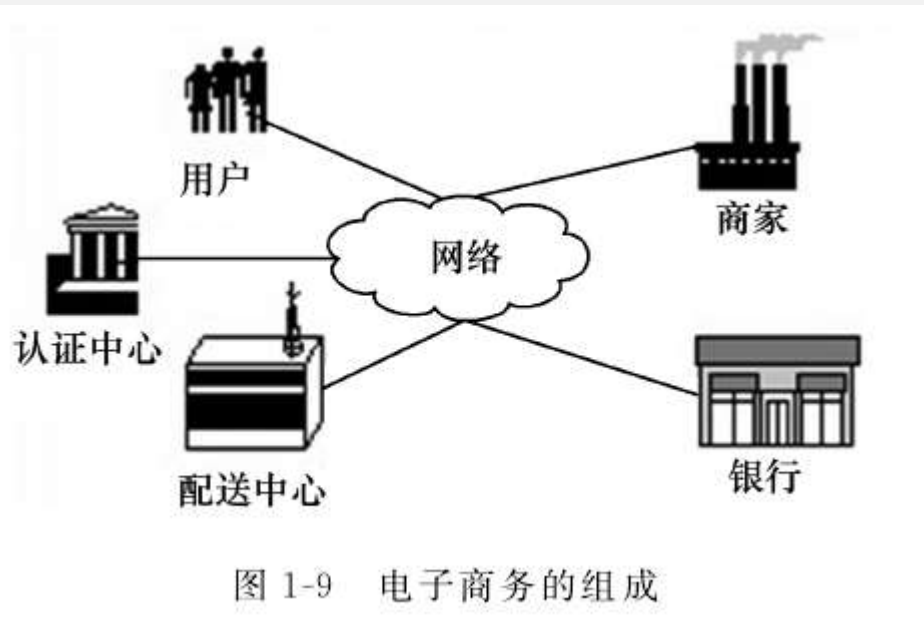


图 1-9 电子商务的组成

子学习情境三

电子商务的流程





任务一 电子商务交易过程

一、传统商务的交易过程

1.交易前的准备

2.贸易磋商过程

3.合同的签订与执行

4.支付与清算过程



任务一 电子商务交易过程

二、电子商务的交易过程

1.交易前的准备

2.贸易磋商过程

3.合同的签订与执行

4.支付与清算过程



任务二 电子商务交易的基本程序

参加交易的买卖双方在做好交易前的准备之后通常都是根据电子商务标准开展电子商务交易活动，电子商务标准规定了电子商务交易应遵循的基本程序，简述如下：

客户方向供货方提出商品报价请求(REQUOTE >，说明想购买的商品信息；

供货方向客户方回答该商品的报价(QUOTE)，说明该商品的报价信息；

客户方向供货方提出商品订购单(ORDERS)，说明初步确定购买的商品信息；

供货方向客户方对提出的商品订购单的应答(ORDERS)，说明有无此商品及规格型号、品种、质量等信息；

客户方根据应答提出是否对订购单有变更请求(ORDCHU>，说明最后确定购买商品信息；



任务二 电子商务交易的基本程序

客户方向供货方提出商品运输说明 (IFTMIN) ，说明运输工具、交货地点等信息;

供货方向客户方发出发货通知(BESADN)，说明运输公司、发货地点、运输设备、包装等信息;

客户方向供货方发回收货通知(RECADV> ，报告收货信息;

交易双方收发汇款通知(REMADV)，买方发出汇款通知，卖方报告收款信息;

供货方向客户方发送电子发票(INVOIC> ，买方收到商品，卖方收到货款并出具电子发票，完成全部交易。



任务二 电子商务交易的基本程序

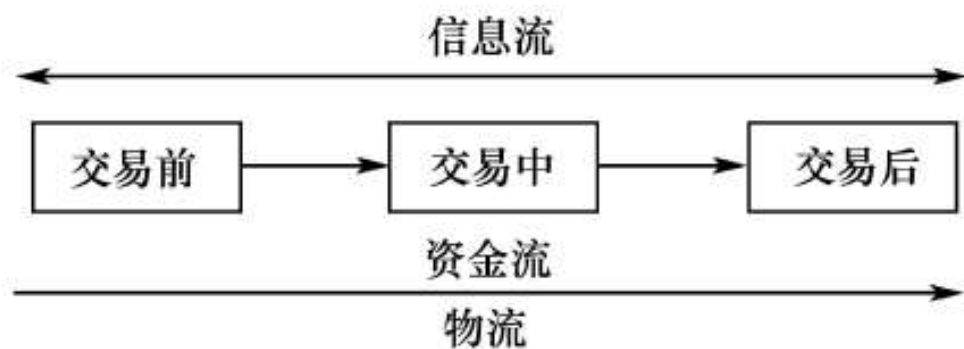


图 1-10 电子商务交易过程中的信息流、资金流和物流

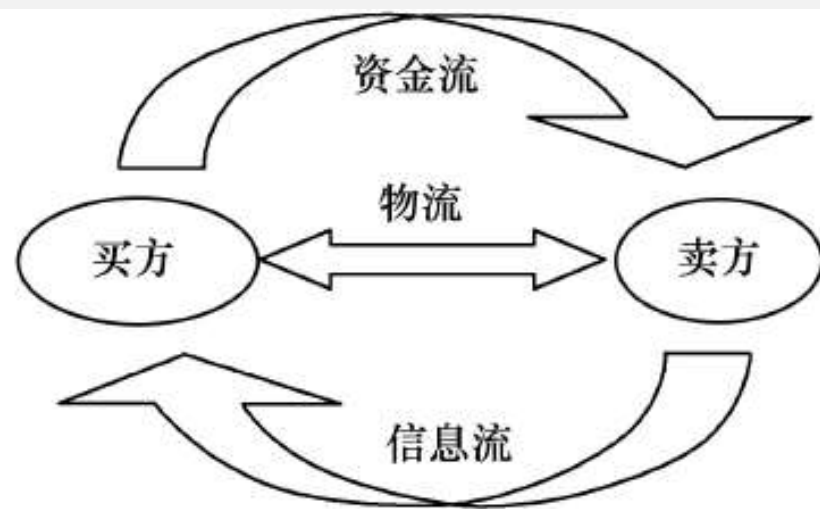


图 1-11 电子商务交易过程中“三流”流向

子学习情境四

电子商务的运作模式



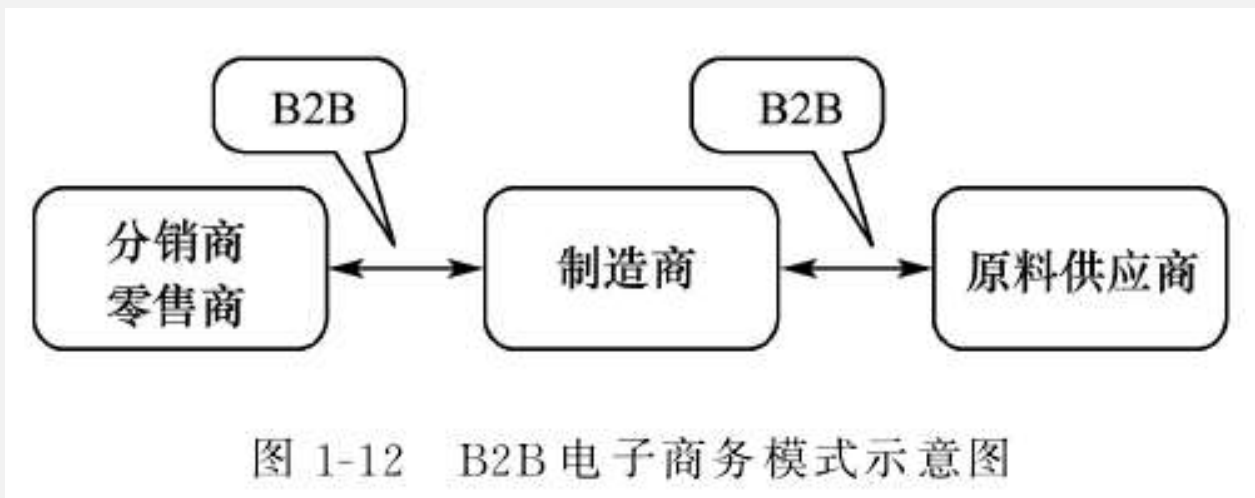


任务一 B2B电子商务模式

B2B电子商务模式，即企业对企业(Business to Business，简称B2B或BtoB)的电子商务，是企业与企业之间通过Internet进行产品、服务及信息的交换。B2B电子商务包括企业之间利用网络和电子化手段进行询价/报价、拟订/签订合同、订货/接收订单、付款/收款等商务活动的完整过程。该模式可以帮助企业通过B2B电子商务系统，将面向上游的供应商



任务一 B2B电子商务模式





任务一 B2B电子商务模式

一、B2B电子商务交易的功能

1.信息发布与沟通

2.电子单据的传输

3.网上支付与清算、货物配送

4.网上售后服务



任务一 B2B电子商务模式

二、B2B电子商务交易的优势

1. 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。此外，缩短时间及减少重复的数据录入也降低了信息成本。
2. 买卖双方通过网络进行商务活动，无须中介者参与，减少了交易环节。
3. 卖方可通过Internet进行产品介绍、宣传，避免了在传统方式下做广告、发印刷品等产生的大量费用。
4. 电子商务实行“无纸贸易”，可减少文件处理费用。
5. Internet使得买卖双方可以即时沟通供需信息，使无库存生产和无库存销售成为可能，从而使库存成本显著降低。



任务一 B2B电子商务模式

三、B2B电子商务的模式

1.在线商店模式

2.内联网模式

3.中介模式



任务一 B2B电子商务模式

四、B2B电子商务交易流程

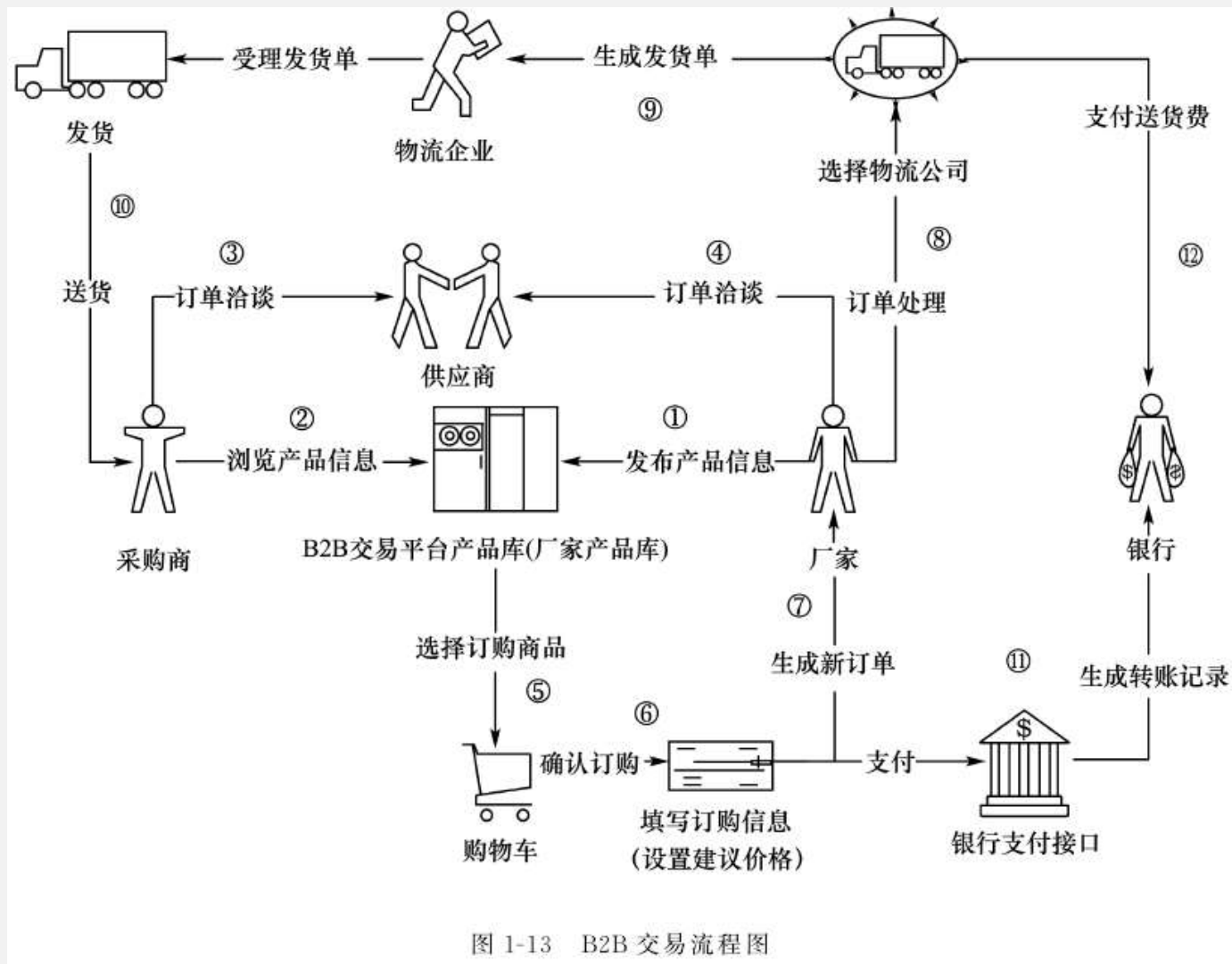


图 1-13 B2B 交易流程图



任务二 B2C电子商务模式

B2C电子商务模式，即企业对消费者(Business to Consumer, B2C或BtoC)的电子商务，是企业和消费者利用Internet直接参与经济活动的形式，它不仅包括网上零售，还包括网上市场调查、商品检索、网上服务等活动。

B2C模式是人们最为喜闻乐见的形式。因为它与B2B最大的不同点，就在于它直接面对最终消费者。B2C电子商务由三个基本部分组成:为客户提供在线购物场所的网上商场，负责为客户所购商品进行商品配送的物流配送系统，负责客户身份的确认、货款结算的银行及认证系统。



任务二 B2C电子商务模式

一、B2C电子商务模式的分类

1. 根据企业和消费者买卖关系分析

根据企业和消费者买卖关系分析，B2C电子商务主要分为以下两种模式。

(1) 卖方企业—买方个人模式

(2) 卖方企业—卖方个人模式



任务二 B2C电子商务模式

一、B2C电子商务模式的分类

2.根据交易的客体分析

根据交易的客体分析，可把B2 C'电子商务分为无形商品和服务的电子商务模式以及有形商品和服务的电子商务模式。

(1)无形商品和服务的电子商务模式

网上订
阅模式

广告支
持模式

网上赠
子模式



任务二 B2C电子商务模式

(2)有形商品和服务的电子商务模式

有形商品是指传统的实物商品。有形商品和服务的查询、订购、付款等活动在网上进行，但最终的交付不能通过网络实现，还是使用传统的方法完成，这种电子商务模式也叫在线销售模式。目前，企业实现在线销售主要有两种方式：一种是在网上开设独立的虚拟商店；另一种是参与并成为网上购物中心的一部分。有形商品和服务的在线销售使企业扩大了销售渠道，增加了市场机会，与传统的店铺销售相比，即使企业的规模很小，也可将业务伸展到世界的各个角落。网上商店不需要像一般的实物商店那样保持很多的库存，如果是纯粹的虚拟商店，则可以直接向厂家或批发商订货，省去了商品存储的阶段，从而大大节省了库存成本。



任务二 B2C电子商务模式

二、B2C电子商务交易流程

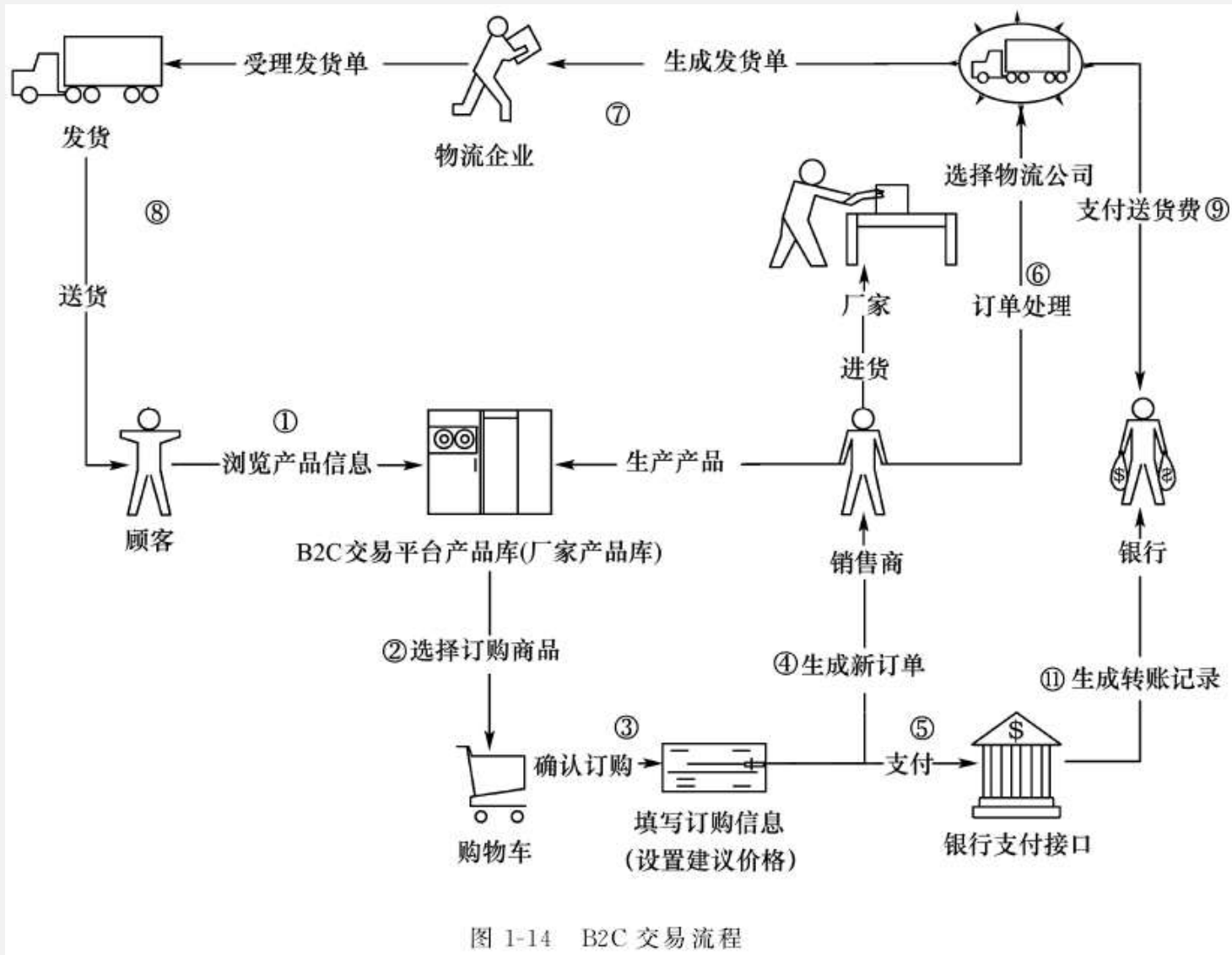


图 1-14 B2C 交易流程



任务三 C2C电子商务模式

C2C电子商务模式，即消费者对消费者(Consumer to Consumer，简称C2C或CtoC)的电子商务。

C2C电子商务的优势显而易见，主要有以下四点。

1. C2C电子商务最能体现Internet的跨时空、跨地域的特点。
2. 运行成本低。
3. 突破了时间的限制，随时随地可以完成交易，大大提高了交易的灵活性和方便性。
4. 利用网络的互动性，买卖双方可以无障碍地充分沟通信息，借助拍卖这种价格机制最大限度符合双方各自意愿的交易，同时由于庞大的Internet人群，使得一笔好的交易达成的可能性大大增加。



任务三 C2C电子商务模式

一、C2C电子商务模式

1. 综合性
拍卖网站

2. 专业性
拍卖网站

3. 跳蚤市
场



任务三 C2C电子商务模式

二、C2C的交易流程

C2C的交易流程流程如下:

1. C2C后台管理

C2C后台管理主要是为网站管理者提供网站运营的各种管理功能，包括登录日志管理、会员信息管理、群组设置、拍卖商品管理、拍卖商品目录管理等，如图1-15所示。

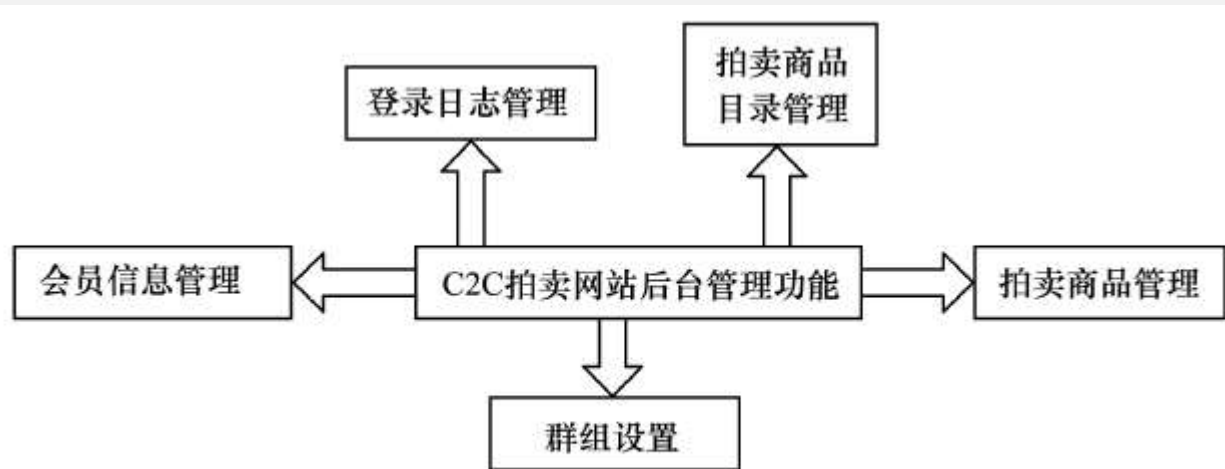


图 1-15 C2C 后台管理流程



任务三 C2C电子商务模式

2. C2C前台流程

C2C前台流程如图所示。

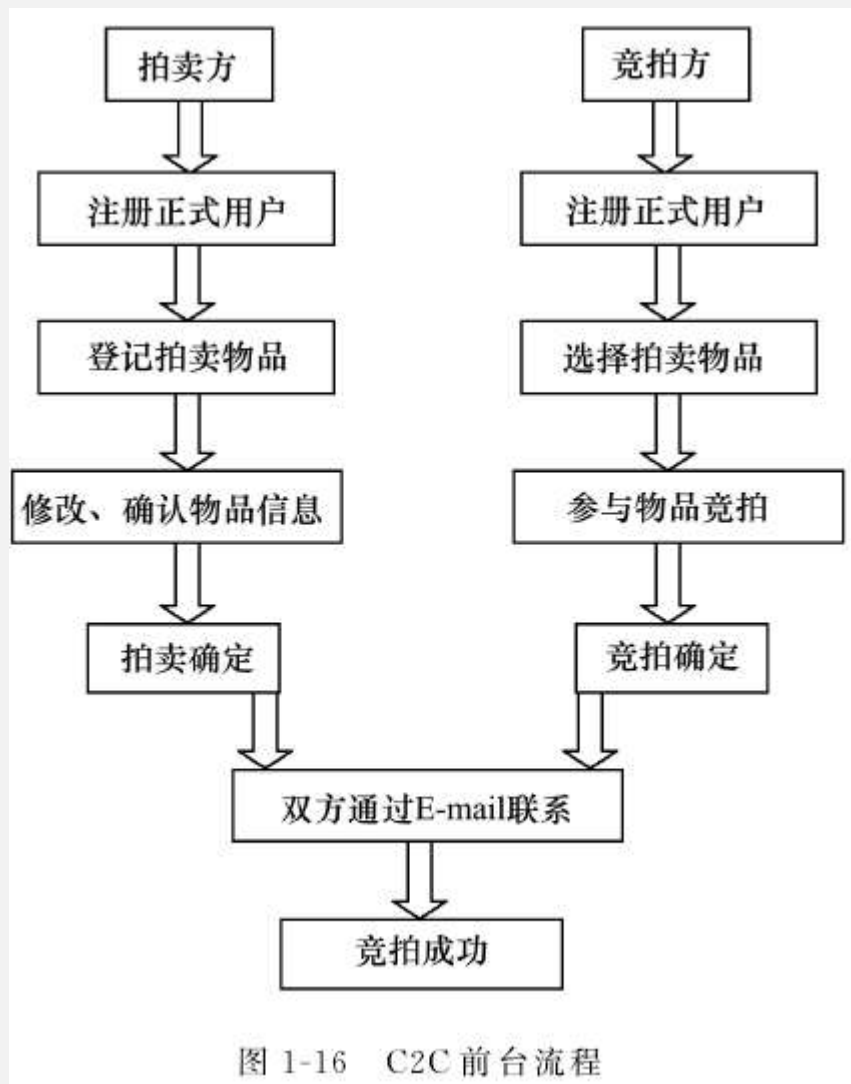


图 1-16 C2C 前台流程



案例分析

亚马逊 (Amazo) 的奇迹



