



第二节

电子商务的运作系统



第二节 电子商务的运作系统

【本节考点】

【考点1】 电子商务的一般框架

【考点2】 电子商务运作系统的组成要素

【考点3】 电子商务的交易模式及一般流程

【考点4】 企业实施电子商务的运作步骤



第二节 电子商务的运作系统

【考点1】电子商务的一般框架

电子商务运作的一般框架由三个层次和两个支柱组成。

（一）三个层次：网络层、信息发布与传输层、一般业务服务层。



第二节 电子商务的运作系统

(1) 网络层	网络层是指网络基础设施，即“信息高速公路”，是实现电子商务最底层的硬件基础设施，它包括远程通信网、有线电视网、无线通信网和互联网。这些网络都在不同程度上提供电子商务所需的传输线路。
(2) 信息发布与传输层	信息发布与传输层解决如何在网上传输各种信息的问题。信息发布最常用的是万维网、文件传输协议等。文件传输一般有电子邮件、电子数据交换或点对点档案传输等方式。
(3) 一般业务服务层	一般业务服务层是指为了交易而提供的通用业务服务，是所有企业、个人从事贸易活动都会用到的服务，如电子支付、客户服务、电子认证（CA认证）、商业信息安全传递等。



第二节 电子商务的运作系统

（二）两个支柱：公共政策和法律规范、技术标准和网络协议

1. 公共政策和法律规范

公共政策是指政府制定的促进电子商务发展的宏观政策，涉及互联网络市场的准入管理和内容管理、电子商务的税收制度、信息的定价、信息访问的收费、信息传输成本、隐私保护问题等。

法律维系着商务活动的正常运作，对市场的稳定发展起到了制约和规范作用。电子商务的法律规范涵盖知识产权保护、电子合同、电子签名、网络犯罪等诸多方面。



第二节 电子商务的运作系统

2. 技术标准和网络协议

技术标准	用户接口、传输协议、信息发布标准等技术细节	它是信息发布、传输的基础，是网络信息一致性的保证。 就整个网络环境来说，技术标准对于保证兼容性和通用性是十分重要的
网络协议	计算机网络中互相通信的对等实体之间交换信息时所必须遵守的规则	



第二节 电子商务的运作系统

【考点2】电子商务运作系统的组成要素

电子商务运作系统由消费者、企业、网络支付体系、物流配送体系、认证中心及其他要素组成。

（一）消费者

消费者是电子商务运作系统的组成要素之一，构成了商务活动的核心要素。它在构成和特点上与传统的消费者有所不同，主要表现在其分布更广泛，需求更多样，更具参与性，与企业联系更密切。



第二节 电子商务的运作系统

（二）企业

企业是电子商务中的**重要主体**，它通过网络平台向消费者发布产品信息，了解市场需求信息，提供服务，完成交易。

企业既是产品和服务的提供者，又是信息的提供者，是推动电子商务发展的根本力量。



第二节 电子商务的运作系统

（三）网络支付体系

网络支付体系在电子商务中起着不可替代的货币流通中介作用，电子商务中的交易离不开网络支付体系的支持。支付结算是电子商务交易完整实现的重要环节，一个完整的电子商务交易，交货和付款在空间和时间上是分割的，一般是消费者先付款，企业后送货。

电子商务中，网络支付体系的主要作用是为交易的双方提供电子支付手段。



第二节 电子商务的运作系统

（四）物流配送体系

一个完整的电子商务系统，如果没有高效的物流配送体系支撑，是难以维系交易顺利进行的。进行网上交易时，如果消费者通过电子商务平台订货、付款后，企业不能及时送货上门，便不能实现满足消费者的需求。

因此，根据电子商务的特点，对整个物流配送体系实行统一的信息管理和调度，使其具有反应速度快、功能集成化、服务系列化等特点，是非常必要的。



第二节 电子商务的运作系统

（五）认证中心

电子商务是一种在虚拟互联网空间进行的商务模式，为了保证相关主体身份的真实性和交易的安全性，需要一个具有权威性和公正性的第三方信任机构，

即认证中心（CA），专门提供网络身份认证服务，即电子认证，负责签发和管理数字证书，鉴别交易伙伴，确保合同、契约、单据的可靠性。



第二节 电子商务的运作系统

（六）其他要素

在一个完整的电子商务系统中，还需要市场监管、税务和海关等部门的协作，完成相应的功能。

上述几个要素构成了电子商务系统的基础，它们是有机结合在一起的，缺少任何一个部分都可能影响电子商务的顺畅进行。



第二节 电子商务的运作系统

【单选题】在电子商务运作系统的组成要素中，商务活动的核心要素是（ ）。

- A.企业
- B.消费者
- C.网络支付体系
- D.认证中心

答案：B

解析：消费者是电子商务运作系统的组成要素之一，构成了商务活动的核心要素。



第二节 电子商务的运作系统

【考点3】电子商务的交易模式及一般流程

随着应用领域的不断扩大和信息服务方式的不断创新，电子商务的类型也层出不穷。按交易主体的不同：

电子商务有企业与企业之间的电子商务（B2B）、

企业与消费者之间的电子商务（B2C）、

消费者与消费者之间的电子商务（C2C）等交易模式。

线上与线下之间的电子商务（O2O）是一种特殊的B2C。



第二节 电子商务的运作系统

(一) B2B（企业与企业之间的电子商务）

卖方控制型B2B	卖方控制型B2B由单一卖方企业建立，以期寻求众多的买者，旨在建立或维持其在交易中的市场势力。
买方控制型B2B	买方控制型B2B由一个或多个买方企业建立，旨在把市场势力和价值转移到买方。买方控制型B2B除了由买方企业直接建立市场，还包括买方代理型和买方合作型两种类型。
中介控制型B2B	中介控制型B2B由买卖双方企业之外的第三者建立，以便匹配市场上的需求与价格。



第二节 电子商务的运作系统

不同的B2B交易流程会有所差异，但基本的交易流程是相似的，B2B交易流程如图1所示。

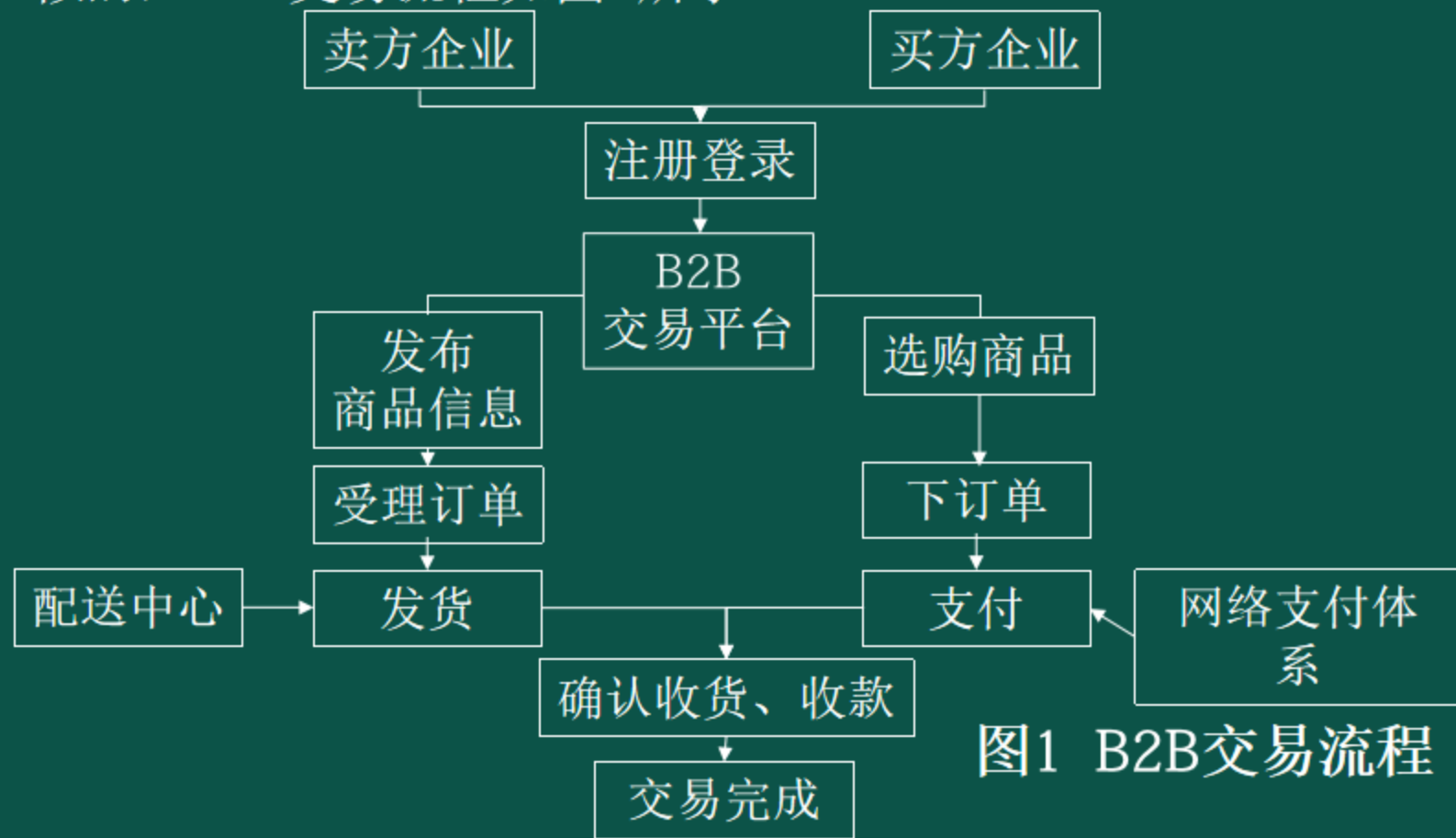


图1 B2B交易流程



第二节 电子商务的运作系统

（二）B2C（企业与消费者之间的电子商务）

三个基本组成部分：

①为消费者提供在线购物场所的网上商店。

②为消费者进行商品配送的物流系统。

③资金结算的电子支付系统。按照交易商品范围划分，B2C分为综合型B2C和垂直型B2C。

综合 型B2C	中间商或零售商通过电子商务平台向消费者提供多种类型商品的交易模式。
垂直 型B2C	专注于某一特定的细分市场。基于B2C的网上交易流程可能会略有差异，但大部分的操作流程是相似的，B2C交易流程如图2所示。



第二节 电子商务的运作系统

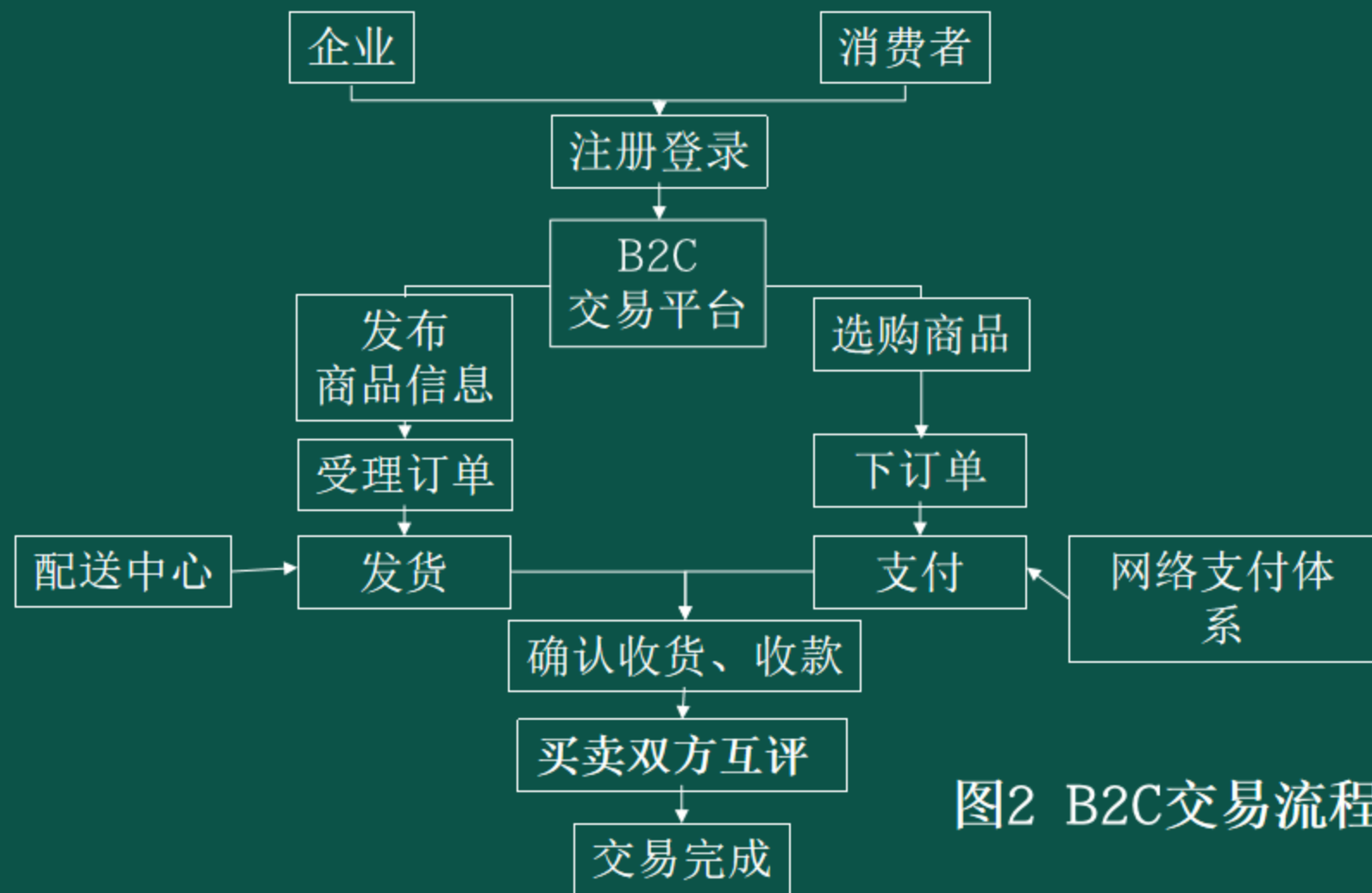


图2 B2C交易流程



第二节 电子商务的运作系统

（三）C2C（消费者与消费者之间的电子商务）

C2C为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价，这种交易方式是多变的。C2C交易流程如图3所示。

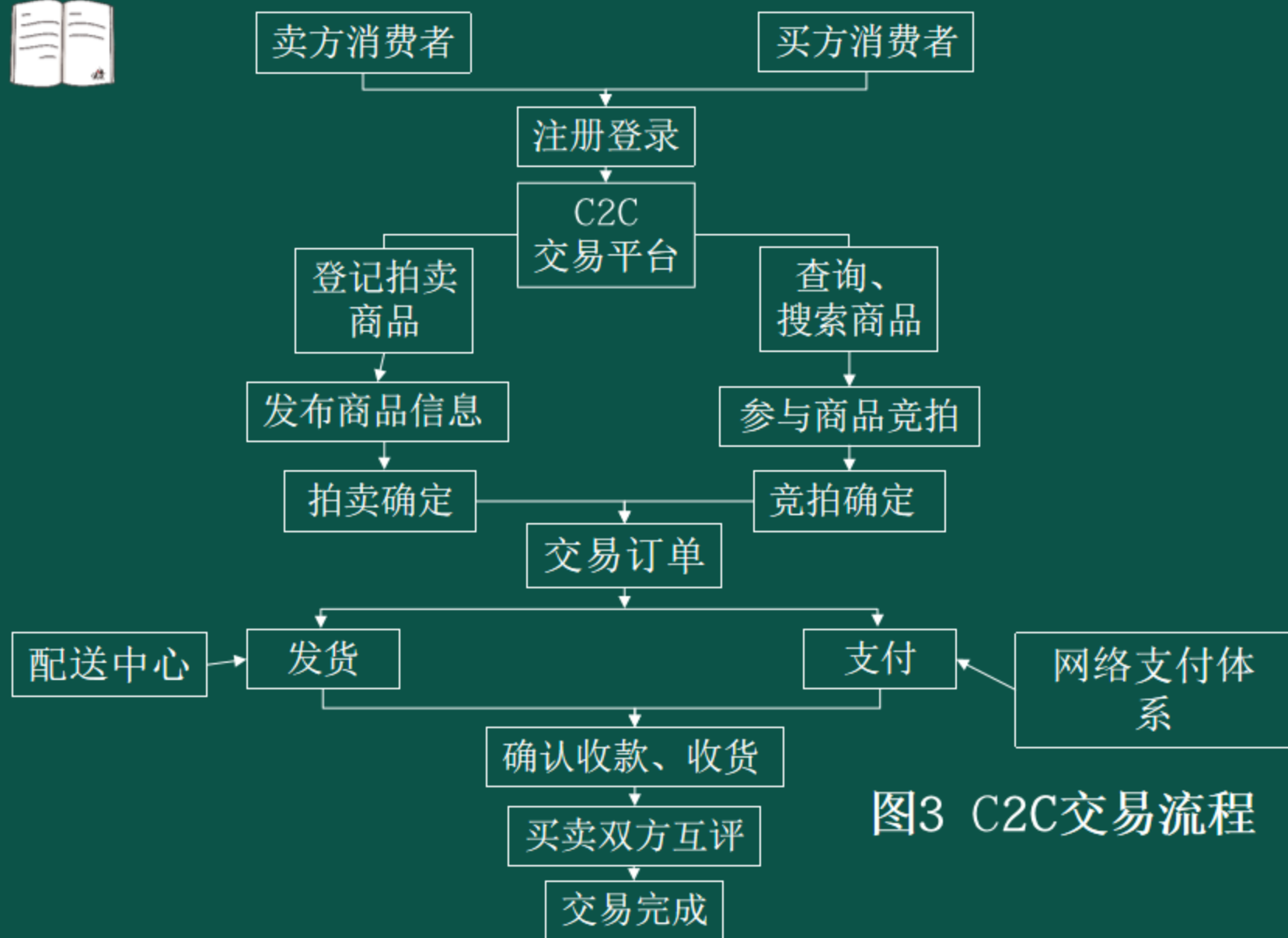


图3 C2C交易流程



第二节 电子商务的运作系统

（四）O2O（线上与线下协调集成的电子商务）

O2O对接互联网与线下实体店，实现互联网落地，让消费者在体验线上交易优点的同时，又可享受线下的服务，将线下商务的机会与互联网结合在一起。

O2O实现了信息和实物之间、线上和线下之间的紧密联系。某种程度上，O2O是B2C的一种特殊形式。O2O具体包括以下两种模式。



第二节 电子商务的运作系统

(1) “自建官方商城+连锁店铺”的形式。消费者在网络店铺下单，线下体验服务；品牌商提供在线客服服务，支持随时调货；加盟商收款发货。这种形式适合全国连锁型企业。

(2) 借助第三方平台的形式。实现加盟企业和分站系统的完美结合，并且借助第三方平台的巨大流量，迅速推广产品或服务。

O2O交易活动主要涉及线上平台和线下实体店，其基本交易流程如图4所示。



第二节 电子商务的运作系统

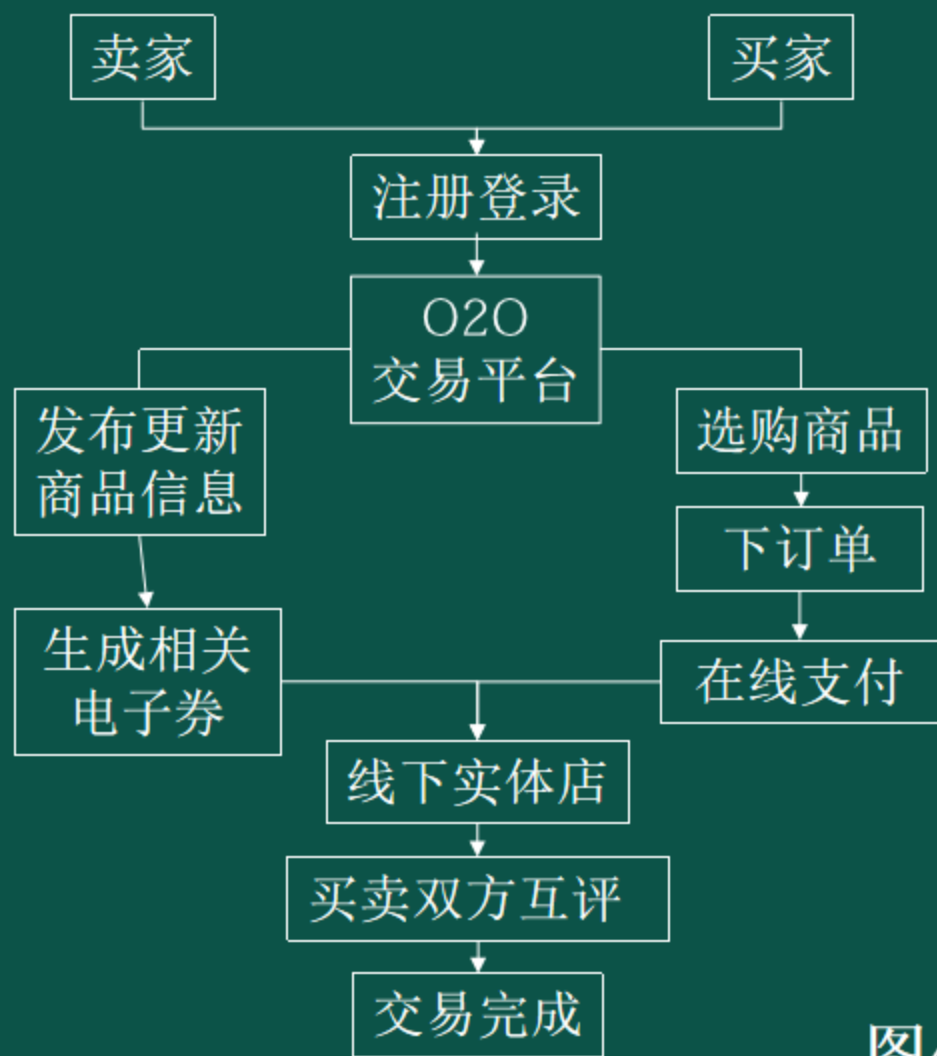


图4 O2O交易流程



第二节 电子商务的运作系统

（五）其他电子商务模式

1. “新零售”

“新零售”是指企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。“新零售”具有以下主要特点：

- ①全渠道
- ②数智化
- ③低库存



第二节 电子商务的运作系统

2. 社交电商（社会化电子商务的简称）

社交电商是指利用社交媒体平台进行商品销售和推广的电子商务模式。

在社交电商中，商家可以通过社交媒体平台发布商品信息、与消费者进行互动，甚至直接销售商品。

消费者可以通过社交媒体平台获取商品信息、查看商品评价、与商家进行互动，也可以通过社交分享等方式将商品推荐给其他人。



第二节 电子商务的运作系统

3.直播电商

直播电商是指通过网络直播平台进行商品销售和推广的电子商务模式。在直播电商中，商家通过直播平台展示和介绍商品，与观看直播的用户进行**实时互动**，促使用户购买商品。

用户可以通过直播平台**实时了解商品的特点、使用方法、价格等信息**，并且通过直播平台下单购买。直播电商的特点是实时性和互动性强，能够为用户提供更直观、真实的购物体验。



第二节 电子商务的运作系统

【考点4】企业实施电子商务的运作步骤

（一）明确愿景

愿景是指企业实施电子商务的长期愿望及未来状况，是企业发展电子商务的蓝图。

企业要明确实施电子商务的三个主要问题：

企业要到哪里去？

企业未来是什么样的？

企业的目标是什么？

企业的愿景也可以通过具体的指标体现，如绝对销售额、电子商务市场占有率、电子商务销售额占企业销售总额的比率、电子商务销售利润、电子商务销售增长率等。



第二节 电子商务的运作系统

（二）制定战略

企业电子商务战略是关于企业电子商务作为整体该如何运行的根本指导思想，是对处于动态变化的内外部环境之中的企业电子商务当前及未来将如何行动的一种总体表述。



第二节 电子商务的运作系统

(三) 选择策略

制定经营战略后，企业进入实质性的运营阶段。

(1) 确定运 营模式

企业进行电子商务活动时，首先要选择运营模式，如B2B、B2C、C2C等；其次要**选择运营重点，准确定位目标客户**。准确选择运营方式可以减少企业成本，提高经营效率。



第二节 电子商务的运作系统

(2) 渠道建 设	企业要对现有渠道进行分析，明确电子商务对渠道的影响。对企业而言，为了宣传公司的产品品牌，通过互联网实现销售，企业不仅可以采取建立官网商城、平台开店等直销形式开展电子商务业务，还可以通过渠道商等分销模式开展电子商务业务。但是，不管是直销还是分销，其电子商务业务最终都是通过官网销售和平台旗舰店两种方式开展。
(3) 营销策 略	营销策略主要包括产品策略、价格策略、促销策略等，它们会影响产品的销量，影响顾客满意度最大化、企业利益最大化的实现。



第二节 电子商务的运作系统

(四) 系统设计与开发

(1) 功能设计

(2) 流程设计

(3) 网站设计

(4) 数据库设计

(5) 网页开发



第二节 电子商务的运作系统

（五）电子商务组织实施

前四步完成后，企业开始实施电子商务活动，具体包括电子商务网站推广、试运行、评估反馈、完善、全面实施等。



第二节 电子商务的运作系统

【单选题】企业准确选择运营方式带来的作用是（ ）。

- A. 增加企业运营成本
- B. 减少企业成本，提高经营效率
- C. 完全消除企业经营风险
- D. 直接实现利润翻倍

答案：B

解析：准确选择运营方式可以减少企业成本，提高经营效率。