



第九章 电子商务



第一节

电子商务概述



第一节 电子商务概述

【考点1】电子商务的功能和特点

（一）电子商务的功能

（1）广告宣传

（2）咨询洽谈

（3）线上订购

（4）电子支付

（5）线上服务（如软件、电子读物、信息服务等信息产品）

（6）网络调研

（7）交易管理（交易管理涉及人、财、物等方面，涉及企业、客户和第三方等多方关系的协调和管理。主要包括订单管理、商品管理、客户管理、支付管理、交易安全管理和统计分析等）



第一节 电子商务概述

(二) 电子商务的特点

- (1) 市场全球化
- (2) 跨时空限制
- (3) 交易虚拟化
- (4) 成本低廉化
- (5) 交易透明化
- (6) 操作方便化
- (7) 服务个性化
- (8) 运作高效化



第一节 电子商务概述

【考点2】电子商务的分类

（一）按照商业活动的运行方式分类

	特点	交易对象
（1） 完全电子商务	商流、资金流、物流、信息流都能够在网上完成	包括无形货物和服务，如某些计算机软件、娱乐产品的联机订购、付款和交付，或者是信息服务
（2） 非完全电子商务	无法完全依靠电子商务方式实现和完成整个交易过程	包括有形商品的物流配送、线下支付、现场服务等



第一节 电子商务概述

(二) 按照开展电子交易的地域范围分类

(1) 区域化电子商务

(2) 远程国内电子商务

(3) 全球电子商务



第一节 电子商务概述

（三）按照交易的主体分类

按照交易的主体划分，电子商务可分为：

企业对企业的电子商务（B2B）

企业对消费者的电子商务（B2C）

消费者对消费者的电子商务（C2C）

企业对政府的电子商务（B2G）

消费者对政府的电子商务（C2G）



第一节 电子商务概述

【考点3】电子商务中的商流、资金流、物流、信息流

（“四流”缺一不可）

商流、资金流、物流、信息流是一个相互联系、互相伴随、共同支撑电子商务活动的整体。

商流是动机和目的，资金流是条件，物流是终结和归宿，信息流是手段。



第一节 电子商务概述

具体而言，由于消费需求决定购买行为，从而可能形成商流，所以这种商流产生的原因和理由就是电子商务的动机和目的；

电子商务的活动必然是“一手交钱，一手交货”，而这种活动实现的先决条件是充足的资金以及资金结算的电子化；

商流、资金流产生后必须有一个物流的过程，否则商流、资金流都没有意义；



第一节 电子商务概述

在整个电子商务活动中，商流、资金流、物流必然伴随着信息流的传递，一方面卖方向买方传递商品信息、结算信息、交货信息；

另一方面买方向卖方传递购买信息、付款信息、收货信息，这种信息的双向传递过程是电子商务活动实现的一种必需手段。

总之，商流是物流、资金流和信息流的起点和前提，没有商流一般不可能发生物流、资金流和信息流；

相反，没有物流、资金流和信息流的匹配和支撑，商流也不可能实现。



第一节 电子商务概述

【考点5】电子商务对企业经营管理的影响

（一）组织结构

企业间的业务单元不再是封闭的金字塔式层次结构，而是方便业务单元相互沟通、相互学习的网状结构。

这种结构使业务单元广开信息交流渠道，共享信息资源，增加利润，减少摩擦。

出现了一种类似于无边界的新型企业-虚拟企业，其管理由原来的相互控制转向相互支持，由监视转向激励，由命令转向指导。



第一节 电子商务概述

（二）管理模式

企业组织信息传递的方式由单向的“一对多”到双向的“多对多”转换。

（1）产生企业内网、数据库

（2）企业管理由集权制向分权制转换

（3）组织流程并行



第一节 电子商务概述

(三) 生产经营

- (1) 降低企业的交易成本
- (2) 减少企业的库存
- (3) 缩短企业的生产周期
- (4) 增加企业的交易机会



第一节 电子商务概述

（四）竞争方式

配送速度、产品质量、售后服务、商家信用等越来越受消费者的重视。

（五）人力资源管理

- ①减少时间成本和经济成本。
- ②满足了员工的需求。
- ③简化了员工请假、出差等事务的办理流程。



第一节 电子商务概述

(六) 管理思想

- ①需要树立全球化观念。
- ②必须树立标准化观念。
- ③需要树立快速创新的观念。
- ④需要树立注重知识的观念。



第二节

电子商务的运作系统



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。

（二）两个支柱：公共政策和法律规范、技术标准和网络协议



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。



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

（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



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。



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）

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。

（1）“自建官方商城+连锁店铺”的形式。适合全国连锁型企业。

（2）借助第三方平台的形式。



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”

特点：①全渠道；②数智化；③低库存

2. 社交电商（社会化电子商务的简称）

3. 直播电商

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

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

(三) 选择策略

(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	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

(五) 电子商务组织实施