

汽车电子商务

汽车商务网站体验

汽车商务网站的体验

单元学习目标

- 通过本单元的学习，学生应能了解网站结构或内容特色，能进行用户体验分析等；能了解我国汽车网上销售现状以及未来发展方向；能认识到美国网络售车的环境及政策优势以及我国购车文化和环境政策的不足；能使用电子支付完成商品的支付和结算。



学习任务1 “汽车之家”的体验

任务描述

- u 汽车之家被誉为最具营销价值的互联网汽车平台，请你思考为什么汽车之家会获得如此殊荣？如果你想买辆20万左右的车，该网站是否能为你提供必要的信息？请写一篇体验文章，并以《汽车之家和腾讯汽车资讯平台谁走得更远》为题进行班级辩论。



学习任务1 “汽车之家” 的体验

学习目标

- ◎ 了解网站结构如布局、风格、分类等，栏目或内容特色，用户体验分析。
- ◎ 分析汽车之家经营模式、盈利模式、管理模式。



学习任务1 “汽车之家” 的体验

学习准备

知识点

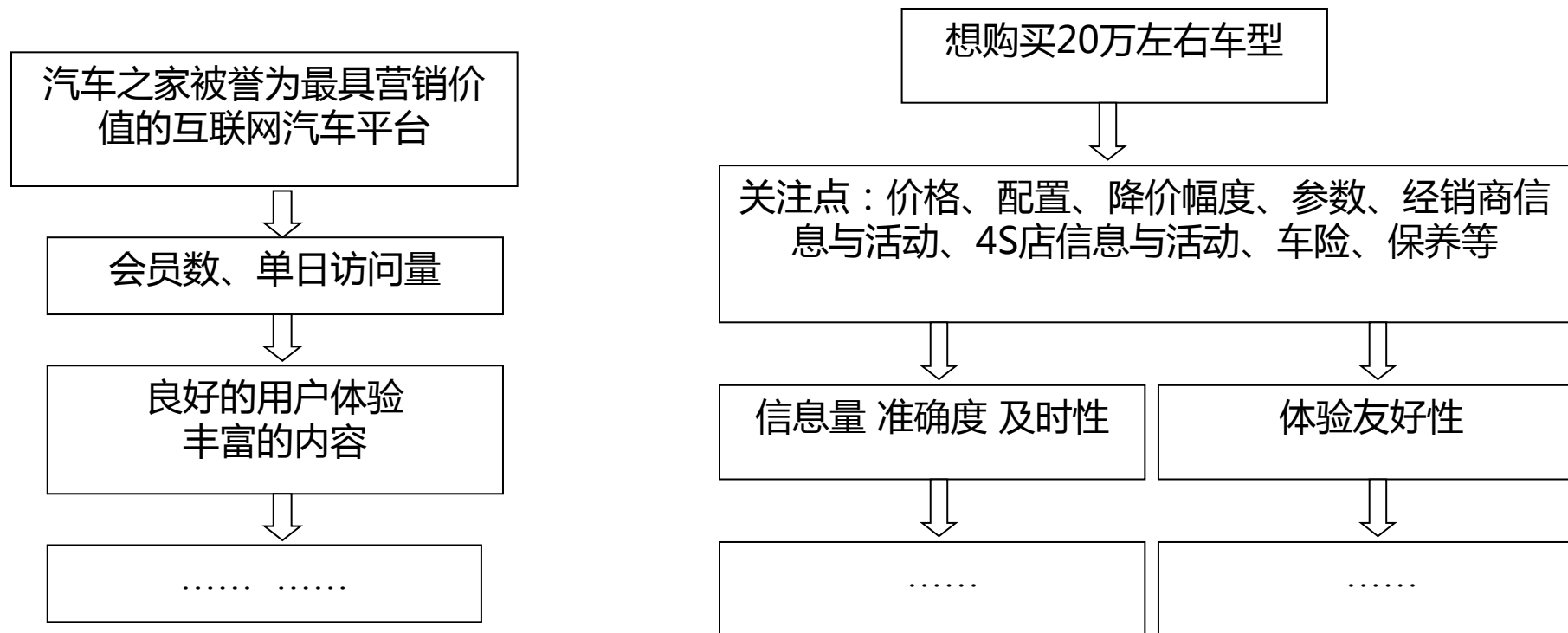
- 1、汽车电子商务的定义
- 2、网站类型
- 3、交易网站的分类
- 4、用户体验的分类

技能点

- 1、能熟练运用汽车之家网络平台查询车辆信息
- 2、能区别交易类网站的类型



学习任务1 “汽车之家” 的体验



学习任务1 “汽车之家” 的体验

评价与反馈

- 1、必做题
在汽车之家网站，我们可以获取哪一些关于汽车的信息？
- 2、发挥题
在手机上下载汽车之家的应用，体验一下和电脑版的差异？



相关知识一 汽车商务网站体验

u 1.1 网站类型

1.1.1 资讯门户类网站

这类网站开发的技术含量主要涉及到三个因素：

- 1、承载的信息类型。例如是否承载多媒体信息，是否承载结构化信息等。
- 2、信息发布的方式和流程。
- 3、信息量的数量级。

1.1.2 企业品牌类网站

相关知识一 汽车商务网站体验

1.1.3 交易类网站

交易类网站可细分为三类：

- 1、B2C网站：即(BUSINESS TO CONSUMER)
- 2、B2B网站：即(BUSINESS TO BUSINESS)
- 3、C2C网站：即(CONSUMER TO CONSUMER)

1.1.4 社区网站

1.1.5 办公及政府机构网站

- 1、企业办公事务类网站
- 2、政府办公类网站

相关知识一 汽车商务网站体验

1.1.6 互动游戏网站

1.1.7 有偿资讯类网站

1.1.8 功能性网站

1.1.9 综合类网站

u 1.2 用户体验

网站用户体验主要分为以下6类：

- 1、口碑用户体验
- 2、交互用户体验
- 3、情感用户体验
- 4、浏览用户体验
- 5、信任用户体验
- 6、感观体验

学习任务2 “天猫汽车”的体验

任务描述

任务一：

假如你是某品牌汽车4S店销售人员，有位顾客想要购置一款新车，请你为他提供相应服务。

任务二：

某位顾客在天猫某汽车旗舰店购买某款新车，他该如何购买，请完成购买流程（注：支付可不必实际完成），如果你是该汽车旗舰店的销售人员，请你为他进行服务。



学习任务2 “天猫汽车”的体验

学习目标

- ◎ 建立汽车电子商务概念。
- ◎ 了解我国汽车网上销售现状
- ◎ 了解汽车电子商务未来发展情况



学习任务2 “天猫汽车” 的体验

学习准备

知识点

- 1、传统购车流程
- 2、网络购车流程
- 3、汽车上牌资料
- 4、车辆购置附加税的计算

技能点

- 1、能向客户熟练的讲解传统购车流程
- 2、能利用网络平台完成客户购车需求



学习任务2 “天猫汽车”的体验

评价与反馈

- 1、天猫汽车能为客户提供哪些服务？
- 2、怎么向客户介绍天猫汽车？



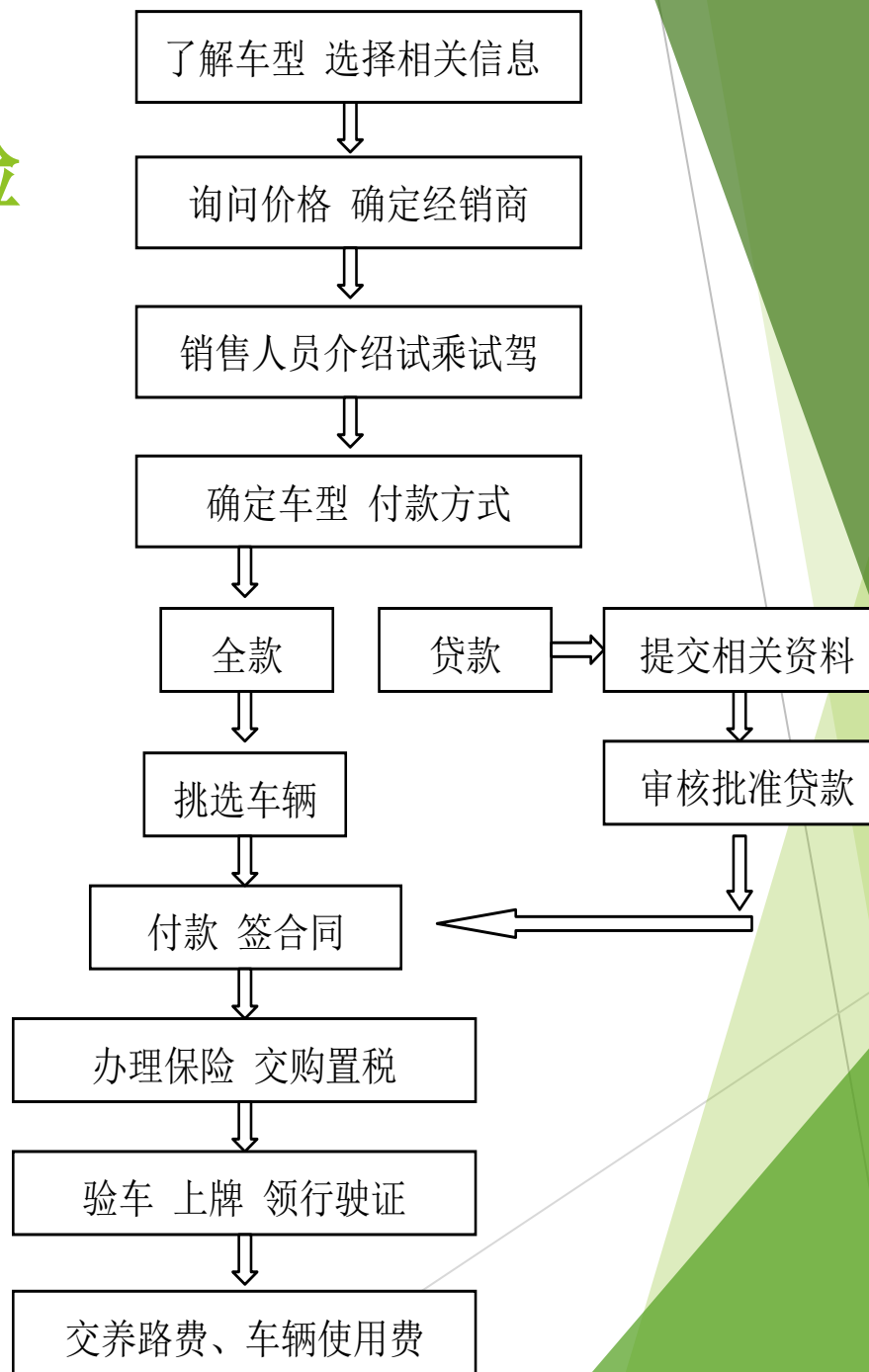
相关知识二 汽车商务网站体验

2.1 中国传统购车与网络购车

2.1.1 传统4S店购车流程及售后服务

一、购车前的准备工作

二、购车流程



相关知识二 汽车商务网站体验

2.1.2 网络购车流程

网上购车可在线购买并比较车型、价格，网上可以查到大量的车型信息，不必跑4S店跟销售人员打交道，节约时间且方便，任何时候都可以购买，有许多车型选择，价格比4S店更便宜，随时随地安排上门试驾。网上购车使购车过程变得轻松、快捷、方便，很适合现代人快节奏的生活。如下是目前中国的网络购车流程。

第一步，消费者在网上选车

第二步，网上订车并填写订单

第三步，预约试乘试驾

第四步，支付尾款

第五步，提车

学习任务3 “DaveSmith”的体验

任务描述

- 有位顾客在美国购车网站“DaveSmith”看中了一款新车，并且想以贷款形式通过该网站购买获得，如果你是该顾客的朋友，请你帮忙完成该购物流程，你该如何向他介绍该网站的服务种类及特色，并帮助他完成该次购物。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

学习目标

- ◎ 让学生认识世界环境下网络购车的发展形势。
- ◎ 让学生了解当前先进的汽车文化和网上销售的先进技术手段。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

学习准备

知识点

- 1、美国传统购车流程
- 2、美国网络购车流程

技能点

- 1、能帮助客户完成网络购车服务
- 2、能向熟练地使用网络购车平台



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

一、明确任务

- 1、根据学习任务，分小组学习美国传统和网上购车过程的相关知识。
- 2、学生在网络机房收集相关信息，了解美国传统购车和网络购车的环境
- 3、对相关信息进行收集与分析工作，比较不同网站提供的查询数据
- 4、各小组将学习成果以分角色扮演模拟工作情境的形式进行展示，并接受小组内部及小组间的评价以及指导教师的评价反馈。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

二、制订计划

根据工作任务全班学生每6人为一组，各小组讨论制订出完成任务的计划方案，明确小组人员角色分工及任务安排。

三、作出决策

各小组讨论其计划方案的可实施性并确定最终的任务完成方案，制定详细的人员分工与实施步骤，必要时请教师指导修正。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

四、实施计划

1、小组成员查阅学习参考书，利用计算机等信息搜集设备，在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并完成下列任务：

- (1) 选定一款车进行网络订购
- (2) 角色扮演完成订购服务



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

2、小组讨论

讨论之前，需抽签决定顾客、销售员及观察员，然后让销售员及顾客进行任务的情景演练，观察员注意观察销售员的方案介绍中的态度、专业术语、沟通技巧等。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

3、介绍和推荐演习

每组分别决定由一人扮演顾客，一人扮演顾客的朋友，其余成员扮演观察员。顾客和他的朋友扮演者在DaveSmith上完成该次购物，购物可到支付这一环节，但是朋友扮演者必须向顾客介绍支付方式及完成过程。观察员观察朋友的帮助是否满足顾客的需要，并记录过程中出现的问题。该过程在多媒体教室中完成。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

计划与实施

五、检查控制

组内观察员进行组内工作过程控制与沟通协调；教师在学生任务实施过程中，对各组学生所体现的专业能力、方法能力和社会能力进行过程记录，必要时进行指导与帮助。

六、评价反馈

教师设计考核评价表，组织各组学生根据任务完成情况进行自评与互评；教师对各组任务完成情况进行点评与激励。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

评价与反馈

1、组内评价

各组通过观察员对其他组的角色扮演进行观察，总结评价本组的任务完成度。

2、组外评价

组外观察员分别对其他组的表现给予评分，并给出评分理由。

3、教师评价

教师对各组表现给予评分。



学习任务3 “DaveSmith”的体验

评价与反馈

评分标准表

评价标准	服务种类介绍	售前服务特色介绍	售后维修服务特色介绍	试驾特色介绍	支付手段介绍
评分标准	10分	15分	10分	5分	10分
得分					
评价标准	贷款流程和注意事项介绍	车价计算	保险服务介绍	上牌介绍	购车完成情况
评分标准	15分	5分	10分	5分	15分
得分					
总分					



学习任务3 “DaveSmith”的体验

评价与反馈

- 1、美国的车险、贷款和中国有什么不同？
- 2、谈谈你在“DaveSmith”上的用户体验。



相关知识三 汽车商务网站体验

3.1 美国传统购车与网络购车

第一代网上购车网站诞生于上世纪90年代中期的美国，如Autobytel和AutoWeb，这些网站起初扮演“信息中介”的角色。上世纪90年代中后期的购车网站依据商业模式大致分为信息中介模式如代表网站AutoTrader.com、代理模式如代表网站CarsDirect.com、直销模式如代表网站CarOrder.com三类。

3.1.1 传统购车流程

- 1、首先要选择是买新车还是买旧车。
- 2、当决定好款式后，下一步就是确定价格和试车了。
- 3、贷款。
- 4、保险。

相关知识三 汽车商务网站体验

5、签约

签约这部分主要分两种，但是都是在买车时完成，除非牌照的特殊性，理论上讲都不用再跑DMV（Department of Motor Vehicles美国车辆管理局）去办理，这也是在美国买车异常方便的原因，一天就可以办完所有手续，两种手续：

1. 在DMV登记新车的材料。
2. 签下分期付款条款。

6、提车：

当签完所有条款后，这辆车就成为个人合法商品了，如果有需要，车商会有技术人员为你演示上面的新技术，电台操控等。

相关知识三 汽车商务网站体验

3.1.2 网络购车流程

美国的购车网站有很多，如DaveSmith，car.com，carwoo.com等，在外国很多汽车网站已经将新车和二手车销售业务，作为汽车网站的主打产品。在美国，DaveSmith 汽车公司就是以利用网络销售汽车而著称，其旗下网站在十多年前就已开展汽车网上销售业务，其网站点击率早在2001年的时候就已达400万，每个月都有美国各地的消费者来到DaveSmith 汽车经销店购车，其汽车网上销售业务大约能够占到总业务的一半左右。

学习任务4 电子商务运行环境的体验

任务描述

任务一：角色扮演

甲同学扮演某品牌陶瓷的商家，乙同学扮演消费者，丙扮演快递员，丁同学旁白，并扮演人工客服等，其他同学为观众。乙同学向甲同学购买某款陶瓷，整个过程模拟真实网上购物。

任务二：若将任务一中商品替换为某品牌轿车，请同学们探讨该过程实施存在的问题，对未来网购爱车提出自己的展望。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

学习目标

- ◎ 了解目前电子商务的运行环境，如已有电子支付，法律技术等，以及其滞后性。
- ◎ 探寻我国电子商务环境下，汽车网上销售开展存在的问题和解决对策。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

学习准备

知识点	1、电子支付
	2、电子支付的安全性
	3、电子商务环境
	4、网络售车的现状
技能点	1、能向客户熟练的讲解电子支付方式
	2、能向客户讲述我国电子商务的现状和发展情况



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

一、明确任务

- 1、根据学习任务，分小组学习关于电子商务运行环境的相关知识。
- 2、学生分组模拟完成网上支付、电话支付、移动电话等电子支付方式。
- 3、对相关信息进行收集与分析工作，比较不同网站提供的查询数据
- 4、各小组将学习成果以分角色扮演模拟工作情境的形式进行展示，并接受小组内部及小组间的评价以及指导教师的评价反馈。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

二、制订计划

根据工作任务全班学生每6人为一组，各小组讨论制订出完成任务的计划方案，明确小组人员角色分工及任务安排。

三、作出决策

各小组讨论其计划方案的可实施性并确定最终的任务完成方案，制定详细的人员分工与实施步骤，必要时请教师指导修正。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

四、实施计划

1、小组成员查阅学习参考书，利用计算机等信息搜集设备，学习电子商务运行环境等知识。在教师的引导下分组，以小组为单位学习相关知识，并完成下列任务：

- (1) 网上支付；
- (2) 电话支付；
- (3) 移动电话支付。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

2、小组讨论

讨论之前，需抽签决定顾客、销售员及观察员，然后让销售员及顾客进行任务的情景演练，观察员注意观察销售员的方案介绍中的态度、专业术语、沟通技巧等。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

3、介绍和推荐演习

教师挑选2组分别进行介绍和推荐演习，其他同学作为观察员进行观察与评价，在演习完成后展开讨论。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

计划与实施

五、检查控制

组内观察员进行组内工作过程控制与沟通协调；教师在学生任务实施过程中，对各组学生所体现的专业能力、方法能力和社会能力进行过程记录，必要时进行指导与帮助。

六、评价反馈

教师设计考核评价表，组织各组学生根据任务完成情况进行自评与互评；教师对各组任务完成情况进行点评与激励。



学习任务4 电子商务运行环境的体验

评价与反馈

- 1、电子支付的方式和工具有哪些？
- 2、电子支付存在的安全问题有哪些？
- 3、3pls在电子商务中的不足有哪些？
- 4、中国汽车网上销售存在那些问题？可以有那些解决对策？



相关知识四 汽车商务网站体验

4.1 电子商务的支付环境

4.1.1 电子支付方式和工具

电子支付是指电子交易的当事人，包括消费者、厂商和金融机构，使用安全电子支付手段，通过网络进行的货币支付或资金流转。电子支付是电子商务系统的重要组成部分。

目前，电子支付的业务类型按电子支付指令发起方式主要分为网上支付、电话支付、移动支付、销售点终端交易、自动柜员机交易。

相关知识四 汽车商务网站体验

在线支付

京东支持绝大多数银行借记卡及信用卡，即时到账，准确快捷，推荐您在支付货款时使用！

	无需网银 一次验证，一步可支付	快捷支付帮助	 查看快捷支付演示
	快钱支付 9:00-18:00 客户服务热线： 400-611-0013	支持银行及限额 支付流程(图示)	
	中国移动手机支付 7×24小时客户服务热线： 10086	移动手机支付帮助 支付流程(图示)	
	银联在线支付 7×24小时客户服务热线： 95516 不需开通网银，支持工行、建 行、农行、招行等银行大额支付	银联在线支付支付帮助	 查看在线支付演示
	富汇易达预付卡支付 9:00-18:00 客户服务热线： 010-57073824 (80)	预付卡换购礼品卡帮助	
	拉卡拉支付 8:00-24:00 客户服务热线： 400-756-6666	拉卡拉支付帮助	

相关知识四 汽车商务网站体验

4.1.2 电子支付安全环境

1、交易过程存在的安全问题

由于消费者与商家互不知道对方的身份，两者发生交易会产生信用疑虑，解决此类问题的途径可采用第三方担保，即由第三方支付平台采用通信、计算机和信息安全技术，在商家和银行之间连接，实现从消费者到金融机构、商家的货币支付、现金流转、资金清算、查询统计等问题。

对于消费者，一是被他人冒领、盗领款项发生损失。

对于银行，不能预知客户的随机付款、对外转账和汇款等网上支付指令，付款频率、付款金额均不易掌控，造成头寸不足而形成的风险。

相关知识四 汽车商务网站体验

对于第三方支付平台，其本身的法律地位不是很明朗。我国法律规定只有金融机构才有权利吸纳代理用户的资金。第三方支付平台作为非金融实体，其通过提供支付的方式“吸储”不符合法律规定。在第三方交易模式下，第三方支付平台积纳了大量中转资金，一旦发生挪用挤占，将会引起整个支付产业链的恐慌。

对于商户，电子支付制度漏洞为商户参与洗钱等不法活动提供帮助，其中网络赌博所产生的付款问题已经逐渐显现。由于各国对电子支付工具并未规范，不需要保存交易记录、报告或确认客户身份等义务，无法追踪，产生规范的死角。

相关知识四 汽车商务网站体验

2、信息及网络存在的安全问题

目前信息及网络存在的安全问题主要如下：

- 1、信息泄漏。
- 2、电子支付网络设施落后。
- 3、潜在隐患。

4.2 电子商务的物流环境

电子商务物流，是信息化、现代化、社会化的物流。我国物流业在经济高速增长的大环境下有了很大的发展，公路、铁路、水运建设都位居世界前列，空运能力和质量也有了很大的发展，新建、扩建了一批机场及支线，增开了一批国际航线等。配送体系逐渐规模化、规范化和现代化。

相关知识四 汽车商务网站体验

目前，有部分电商企业为满足企业内部需求，自建企业内部物流，但自建物流成本高，专业能力不强，绝不足以满足电商市场需求。相比传统的物流公司，第三方物流（3PLs）更专业化，综合成本更低，配送效率更高，已经成为国际物流业发展的趋势、社会化分工和现代物流发展的方向。

3PLs的前景光明，但在中国其现状与发展仍然存在一些问题。

- 1、物流观念落后，自办物流现象突出。
- 2、条块分割严重，企业规模偏小。
- 3、物流渠道不畅。
- 4、服务功能不全。
- 5、物流人才匮乏，设施落后，管理水平较低。

相关知识四 汽车商务网站体验

3PLs作为中国电子商务行业产业链重要组成环节，其不足主要体现在以下三个方面：

- 1、可控性不强，既难以实现二次营销，又可能部分会导致电商企业客服成本的增加 可控性不强主要体现在电子商务企业对整个业务流程的管控能力不强。
- 2、电子商务企业与物流公司后台对接较难，造成信息流通的不顺畅。
- 3、货到付款（COD）回款周期较长，影响电子商务企业的现金流。

相关知识四 汽车商务网站体验

4.3 电子商务的法律和政策环境

4.3.1 我国电子商务的法律环境

中国对电子商务立法非常重视，目前，我国主要的电子商务相关法规可以分为与互联网技术相关的法规条例和与互联网提供内容相关的法规条例。在1999年的新《合同法》中，对电子合同和电子证据的法律效力问题有所涉及。我国于2004年颁布实施与电子商务密切相关的《电子签名法》。

总的说来，我国的电子商务立法政策还不够完善，有关的政策不够明朗，相应的法律、法规，相关的标准还都没有建立，跨部门、跨地区的协调存在较大问题。因为参与电子商务的不仅仅是交易双方，更重要的涉及工商行政管理、海关、保险、财税、银行等众多部门和不同地区、不同国家，这就需要有统一的法律、政策框架，以及跨部门、跨地区的强有力的综合协调组织，才能促进电子商务的蓬勃发展。

相关知识四 汽车商务网站体验

4.3.2 我国电子商务的政策环境

2007年，国家发展改革委、国务院信息办组织编制了《电子商务发展“十一五”规划》，规划中提到未来五年电子商务发展的主要任务和重点引导工程。

1、主要任务

(1) 普及深化电子商务应用，提高国民经济运行效率和质量大力推进企业电子商务应用。

(2) 大力发展电子商务服务业，形成国民经济发展新的增长点积极推进交易服务。

(3) 着力完善支撑环境，促进电子商务协调发展健全电子认证体系。

(4) 鼓励电子商务技术创新，提高自主发展能力积极推进电子商务技术研发和产业化。

相关知识四 汽车商务网站体验

2、重点引导工程

- (1) 政府采购电子商务试点工程适时建设政府网上采购业务系统。
- (2) 公共电子商务服务工程支持面向行业并具有一定规模的电子商务运营企业。
- (3) 国际贸易电子商务工程支持国际贸易电子商务公共服务平台和相关标准建设。
- (4) 移动电子商务试点工程鼓励基础电信运营商、电信增值业务服务商、内容服务提供商和金融服务机构相互协作，建设移动电子商务服务平台。
- (5) 物流公共信息服务工程鼓励基础条件较好的物流信息服务企业。
- (6) 电子商务支撑体系建设工程适时启动国家电子认证根服务和综合监管平台建设，支持第三方电子认证业务平台建设。

相关知识四 汽车商务网站体验

4.4我国网络售车存在的问题及对策

4.4.1 国内汽车网上销售发展存在问题

汽车行业电子商务在中国发展也有了一段时间，也取得一定成果，但目前还主要集中在讯息查询、提供用车修车服务、汽车导购、二手车服务上，网上卖车还处在初级阶段，其问题主要集中在以下几方面。

- 1、观念保守
- 2、金融体系还不成熟
- 3、物流体系不完善
- 4、售后服务难以得到保证
- 5、法律法规问题

相关知识四 汽车商务网站体验

4.4.2 国内汽车网上销售问题解决对策

- 1、标准化汽车商业网站
- 2、调整线上线下渠道
- 3、完善金融支付体系
- 4、完善物流水平
- 5、完善法律法规

END