

第1章 移动商务概述

【教学目标】

- 了解移动商务发展历程和发展趋势，传统商务与移动商务的区别；
- 掌握移动商务基本概念、组成要素、分类方法；
- 了解移动商务新技术在社会生活中的应用；

【教学重点】

移动商务内涵威严

【教学难点】

传统商务与移动商务的区别与联系

【教学方法】

讲授法、讨论法、自学指导法

【教学手段】

多媒体、网络

【正文】

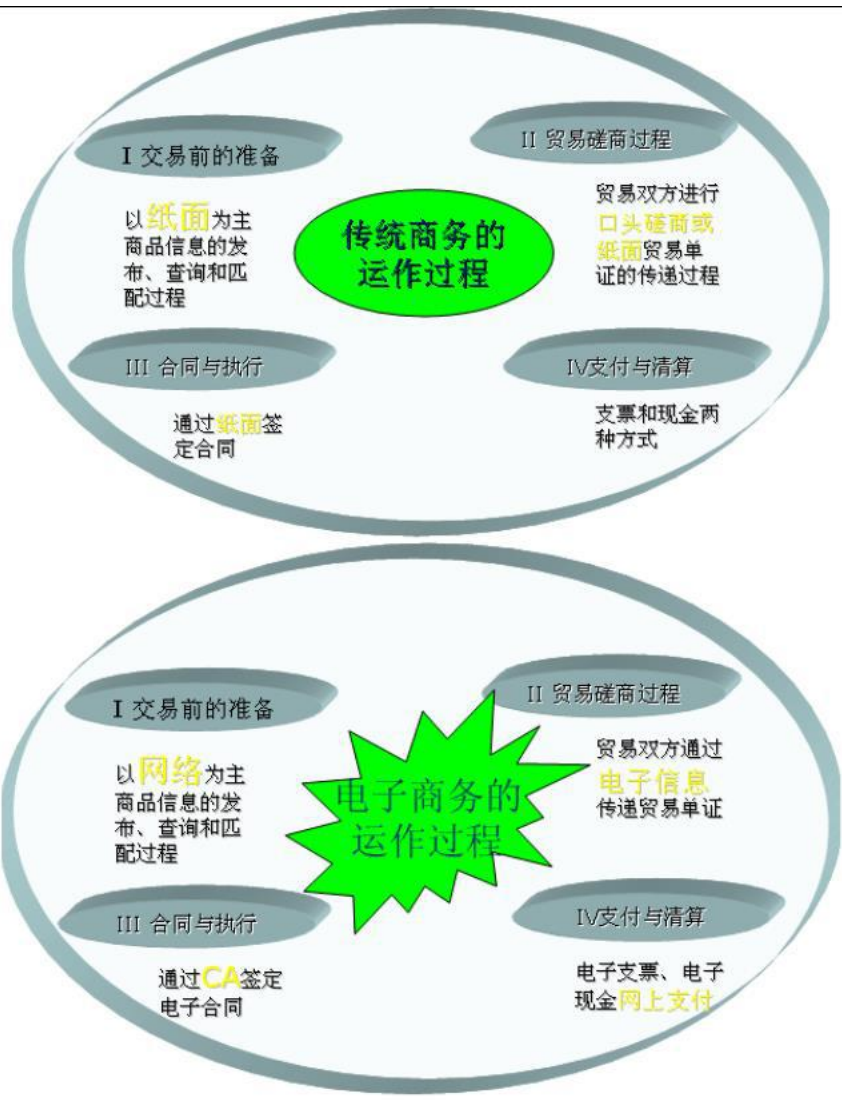
案例之一：



1.1 传统商务与移动商务

1.1.1 传统商务与移动商务的运作过

程



思考：在传统商务中，哪些项目最容易实现**移动商务**
 思考：在现实**移动商务**中四个过程都能实现吗？

1. 1. 2传统商务与**移动商务**的比较

项目	传统商务	移动商务
信息提供	根据销售商的不同而不同	透明、准确
流通渠道	企业 - 批发商 - 零售商 - 消费企业 - 消费者	- 消费者
交易对象	部分地区	全球
顾客忠实度	(普通销售时) 不固定	固定 (购买方便、价格低廉)
交易时间	规定的营业时间内	24小时
销售方法	通过各种关系买卖	完全自由购买
营销活动	销售商的单方营销	双向通讯、PC、一对一

顾客方便度	受时间与地点的限制，还要看店主的眼色	顾客按自己的方式无拘无束地购物
对应顾客	需长时间掌握顾客的需求	能够迅速捕捉顾客的需求，及时应对
销售地点	需要销售空间（店铺）	虚拟空间（Cyber Space）

移动商务既然有这么多优势，为什么网上商店还不能普及？

1. 1. 3传统企业面临的变革

技术的变革：传统技术→互联网技术

流程的变革：提高整体效率→供应链管理→客户管理

结构的变革：传统流程→机构精简→企业结构

文化的变革：企业内部→企业外部→全球

1. 2移动商务的定义及分类

1. 2. 1 移动商务的内涵

1. 移动商务的前提是商务信息化：移动商务基础

2. 移动商务的核心是人：从事移动商务的人就必然是既掌握现代信息技术又掌握现代商务技能的复合型人才。

3. 电子工具必然是现代化的：EDI、EOS、POS、电子货币、MIS、DSS等

4. 对象的变化是至关重要的：对虚拟商品进行整理、储存、加工传输

1. 2. 2移动商务的特点

交易虚拟化：通过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，无需当面进行，均通过计算机互联网络完成，整个交易完全虚拟化。

交易成本低：

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。

2. 买卖双方通过网络进行商务活动，无需中介者参与，减少了交易的有关环节。

3. 移动商务实行“无纸贸易”，可减少90%的文件处理费用。

4. 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。

交易效率高：移动商务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，使整个交易非常快捷与方便。

交易透明化：移动商务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，使整个交易非常快捷与方便。

1. 2. 3移动商务的定义

从商业的角度定义：移动商务（Electronic Commerce）

（是指实现整个贸易活动的电子化

从涵盖范围的角度定义：交易各方以电子交易方式进行的任何形式的商业交易

从技术方面定义：**移动商务**是一种多技术的集合体包括交换数据、获得数据以及自动捕获数据等。

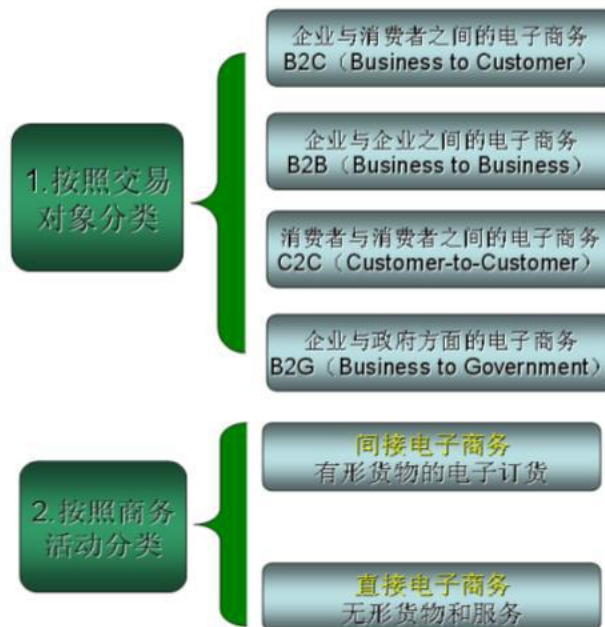
广义的**移动商务**EB (Electronic Business)

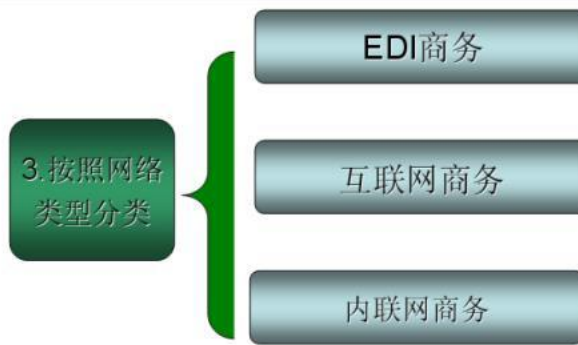
- 首先，**移动商务**是一种采用最先进的信息技术的商务方式。
- 其次，**移动商务**的本质是商务。
- 对“广义”的理解，广义的**移动商务**包括的范围很广，既包括电子数据交换，也包括互联网电子商务；既包括网上信息查询、网络营销、网上广告等明显的**移动商务**活动，也包括了企业资源计划、供应链管理、客户关系管理等企业信息化领域的诸多方面。这是以 IBM公司为代表的主流观点。

狭义的**移动商务**EC (Electronic Commerce)

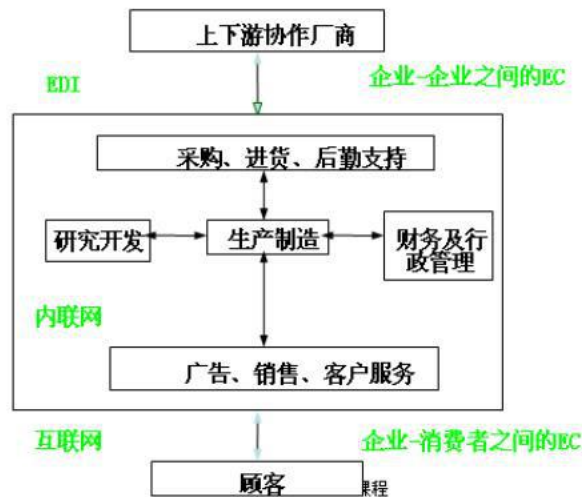
- 狭义的**移动商务**我们一般也将其称为电子交易，是指通过Internet进行的商务活动。在大多数情况下，我们一般说的**移动商务**概念就是狭义的**移动商务**。
- 美国政府在《全球**移动商务**纲要》中比较笼统地指出，电子商务是指通过互联网进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付和服务等活动，这是从狭义意义上的电子商务，类似的还有英特尔公司对电子商务的定义是：电子商务=电子市场+电子交易+电子服务。
- 电子商务包含两个方面：一是商务活动，二是电子化手段。它们之间的关系是：商务是核心，电子化手段是工具。

1.2.4 电子商务的分类





Internet商务、EDI商务和Intranet商务的关系



EDI(电子数据交换)的概念

电子数据交换也称为“无纸贸易”。ISO将EDI定义为一种传输方法，使用这种方法，首先将商业或行政事务处理中的报文数据按照一个公认的标准，形成结构化的事务处理的报文数据格式，进而将这些结构化的报文数据经由网络，从计算机传输到计算机。

EDI的主要优势

(1) 企业采用EDI可以更快速、更便宜地传送发票、采购定单、传输通知和其它商业单证，提高快速交换单证的能力，加快了商业业务的处理速度，更重要的是，这些过程可以被监督，从而为企业提供了跟踪管理和审计这些操作的能力。

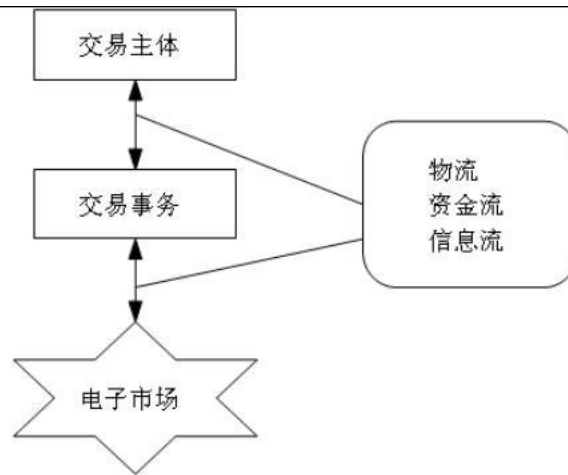
(2) 通过对数据进行电子传输，避免了人工录入而出现不一致的错误，提高了总体质量。降低数据对人的依赖性，以及减少无意义的处理时间。

(3) EDI能更快、更精确地填写订单，以便减少库存，直到零库存管理。

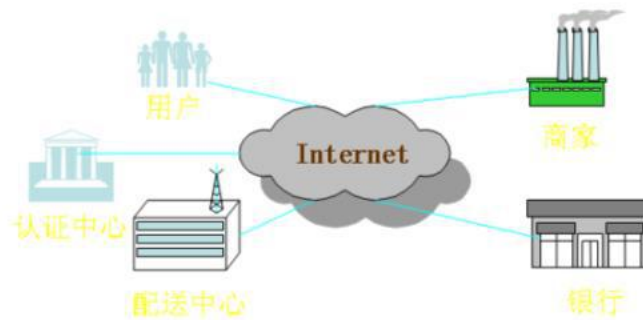
(4) EDI存储了完备的交易信息和审计记录，为管理决策者提供更准确的信息和数据，进而为企业增加效率和减少成本提供了更大的可能性。

1.3 电子商务的基本组成

1.3.1 电子商务的概念模型



1.3.2 电子商务的组成



要实现完整的电子商务还会涉及到很多方面，除了买家、卖家外，还要有银行或金融机构、政府机构、认证机构、配送中心等机构的加入才行。由于参与电子商务中的各方在物理上是互不谋面的，因此整个电子商务过程并不是物理世界商务活动的翻版，网上银行、在线电子支付等条件和数据加密、电子签名等技术在电子商务中发挥着重要的不可或缺的作用。

1.4 电子商务交易标准概述



世界上第一个Internet商务标准

电子商务是指利用任何信息和通讯技术
进行任何形式的商务或管理运作或
进行信息交换

INTERNET商务是指利用INTERNET
包括WWW万维网进行任何电子商务运作

制订这个INTERNET标准的目的有五个

建立消费者和销售商之间的信赖关系；

帮助销售商获得世界级的客户服务经验，加快发展步伐并降低成本；

增加消费者在INTERNET上进行交易的信心和满意程度；

支持和增强INTERNET商务的自我调节能力；

帮助销售商和消费者理解并处理迅猛增长的各种准则和符号

在[本标准](#)的首页上写着

消费者的满意
信心和信任
销售商的利润和变革

1.4.2 我国电子商务相关标准发展

1999年4月“上海信息标准化技术委员会”成立，专门设立了“电子商务分专业委员会”，从而形成了一支专门从事电子商务标准研究的专家队伍。

目前，注重流程的标准大致分为两类，一类来源于由多家企业自发组成的非营利性行业标准化组织，如Rosetta Net、Commerce Net等；另一类来源于电子商务及解决方案供应商，如Commerce One、Ariba等。

1.5 电子商务的现状、存在问题及发展前景

1.5.1 电子商务的现状存在问题

我国目前许多行业信息化程度还不够高，信息基础建设还比较薄弱，电子商务的发展存在着许多障碍

和问题

1. 缺乏电子商务人才
2. 安全障碍
3. 技术障碍
4. 经济与费用障碍
5. 其他方面的障碍

1.5.2 电子商务的发展前景

1. 企业对企业的电子商务将快速增长
2. 移动电子商务的兴起
3. 政府的大力支持
4. 突破制约瓶颈（网上支付、物流配送等）
5. 多元化应用模式

1.6 电子商务典型案例

阿里巴巴

【思考题】

1. 为什么说电子商务不仅仅是一种贸易的新形式，而是一种业务转型或是业务的根本变革？
2. Electronic Business和Electronic Commerce有什么区别和联系？

第2章 电子商务技术基础

【教学目标】

- 了解计算机网络和Internet的基本知识和概念
- 掌握计算机网络的术语和技术原理
- 能够识别常见的网络设备

【教学重点】

TCP/IP协议、IP地址及域名相关知识

【教学难点】

、Internet/Intranet/Extranet技术、电子商务与Web技术、电子商务技术原理

【教学方法】

讲授法、讨论法、自学指导法

【教学手段】

多媒体、网络

【重点名词】

计算机网络、协议、客户机/服务器结构、三层网络架构

【正文】

【案例导入】 Internet的发展

1969年，美国国防部国防高级研究计划署资助建立了一个名为ARPAnet（即“阿帕网”）的网络

1972年，全世界计算机业和通信业的专家学者在美国华盛顿举行了第一届国际计算机通信会议。

到了1980年，世界上既有使用TCP/IP协议的美国军方的ARPAnet，也有很多使用其他通信协议的各种网络。

1991年，美国的三家网络公司CERFnet、PSInet和Altnet组成了“商用Internet协会”（CIEA），宣布用户可以把它们的Internet子网用于任何的商业用途。

2.1 Internet基础

2.1.1 Internet概述

（一）Internet的起源与发展

（二）Internet的特点

1. 开放性
2. 共享性
3. 平等性
4. 低廉性
5. 交互性
6. 合作性
7. 虚拟性
8. 个性化
9. 全球性

（三）Internet的发展趋势

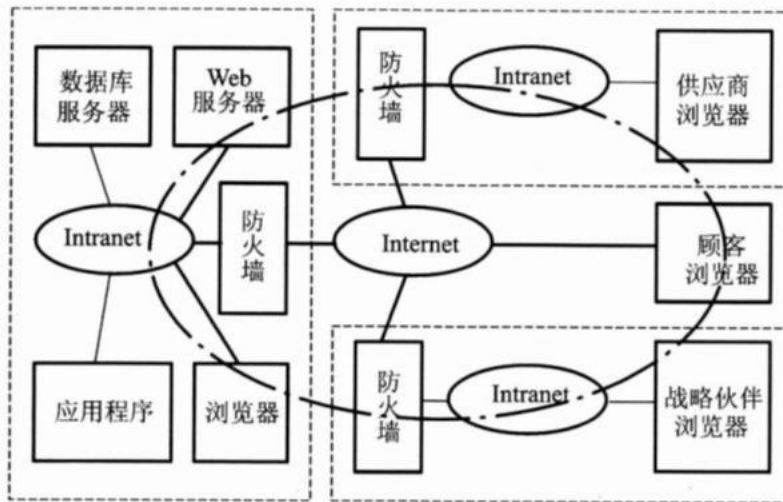
- （1）无线个人网。
- （2）无线局域网。
- （3）无线LAN-to-LAN网桥。
- （4）无线城域网和无线广域网。

2.1.2 Internet的原理与使用

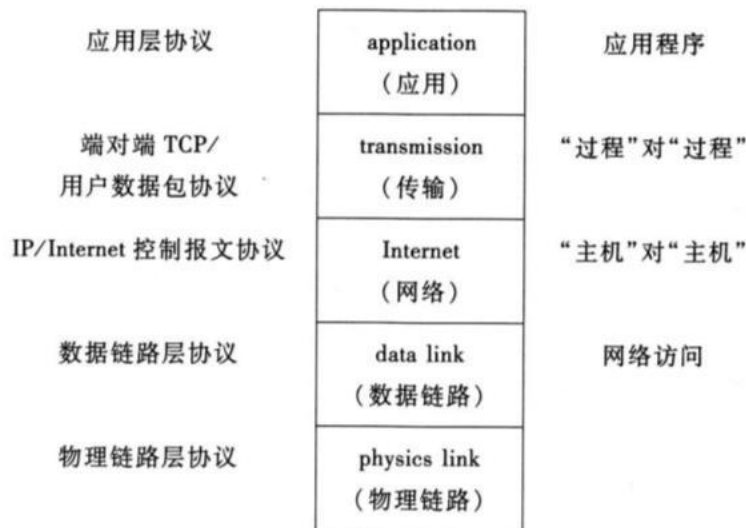
（一）Internet的工作原理

（二）Internet的上网使用方法

2.1.3 企业网络应用层次



2.2 IP地址与域名



2.2.1 IP地址结构

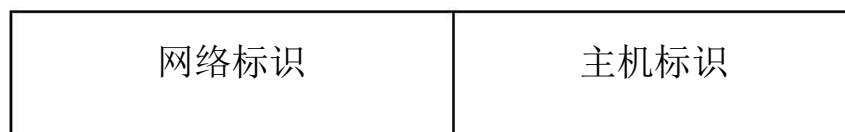
为了在 Internet 网络环境中实现计算机之间的通信，网络中的任何一台计算机必须有一个地址，而且同一个网上的地址不允许重复。

10001100 10111010 01010000 10000001

140. 186. 81. 1

Internet 网络上每台主机都必须有一个地址，称为 IP 地址。Internet 网上每一台计算机可以相互通信就是由于它们共享一个唯一的 IP 地址 (也称 IP 地址空间)。IP 地址是 Internet 主机的一种数字型标识。

它由两部分组成：一部分是网络标识 (net ID)；另一部分是主机标识 (host ID)



前所使用的 IP 协议版本规定：IP 的地址长度为 32 位 (bit)。Internet 的网络地址可

分为三类（A类、B类和C类），每类网络中IP地址的结构即网络标识长度和主机标识长度有所不同。

2.2.2 域名

1. 结构

Internet的域名结构是由TCP/IP协议集的域名系统DNS定义的，并且DNS系统负责将域名地址解析成IP地址。

2. 顶级域名

在根域之下是顶级域，DNS系统将整个Internet划分为多个顶级域，并为每个顶级域规定了通用的顶级域名，所有的顶级域名都是由Internet网络信息中心（Internet Network information Center, INIC）控制的。顶级域名一般可以分为两大类：机构性域名和地理性域名。

3. 级别

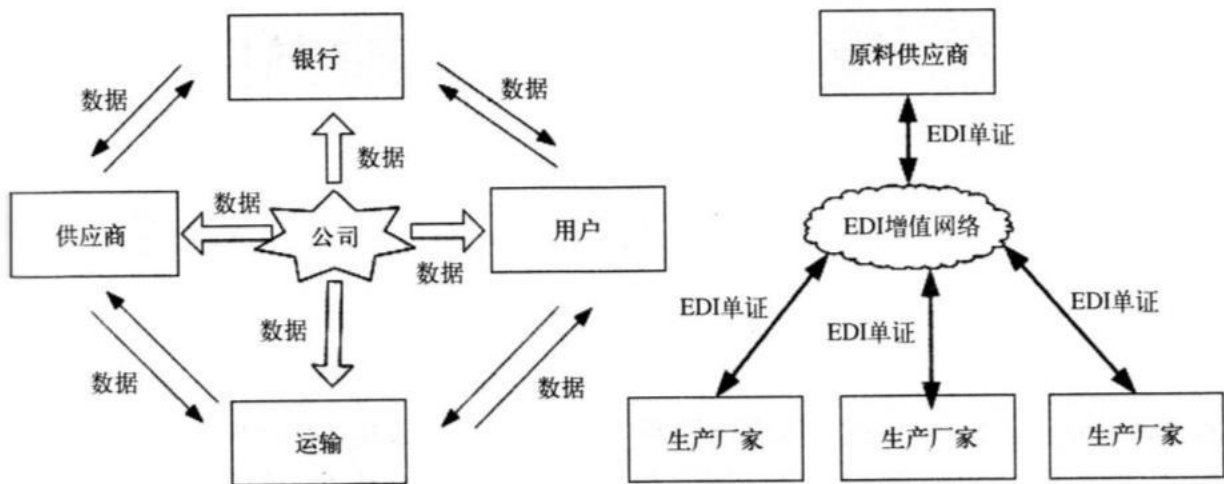
通常，域名的级数不超过5。级别低的写在左边，级别高的写在右边。整个域名不能超过255个字符。

例如，www.cs.swufe.edu.cn

2.3 EDI技术

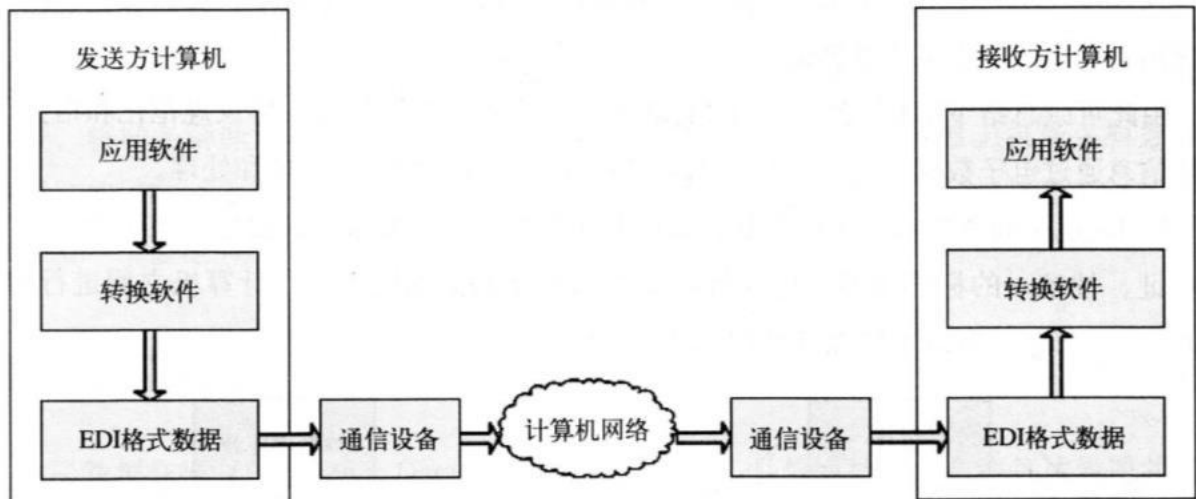
2.3.1 EDI的概念

EDI是商业伙伴之间，将按标准、协议规范化和格式化的经济信息通过电子数据网络，在单位的计算机系统之间进行自动交换和处理。



2.3.2、EDI系统的构成

EDI系统由硬件系统和软件系统组成。硬件系统又包括计算机、通信设备和计算机网络。



2.3.3 EDI的影响

EDI电子传输的核心内容是商业信息和商业单证，如订单、发票、付款通知、付款凭证、交货凭证等。

EDI不仅大大简化了纸质单据的处理，节省了纸张，而且将使银行的运作出现转型。网上银行的转账将是未来的必然趋势。

EDI是未来世界经济发展中的一个重要的基础设施。

2.4 WEB2.0

2.4.1 WEB2.0的概念

Web 2.0体现为互联网作为跨设备的平台，其应用程序充分发挥平台的内在优势，软件以不断更新的服务方式进行传递，个人用户通过组成群体贡献自己的数据和服务，同时允许他人聚合，以达到用户越多、服务越好的目的。

2.4.2 Web 2.0的特征

1. 微内容。
2. 开放性。
3. 社会性。

2.4.3 Web 2.0的具体应用

1. Blog
2. RSS
3. Wiki
4. Tag
5. SNS

2.4.4 Web 2.0对电子商务发展的影响

1. 社会化商务及社区化电子商务成为重要发展趋势。
2. 博客营销带来网络营销的新变革。
3. 电子商务系统信息模式发生变化。

【案例导入】“可口可乐”互动世界网站



■网站策划主旨：

1. 产品设计目标
2. 定位与目标
3. 网页形式风格设定
4. 网站内容构架
5. 主题服务

3.1 网站策划

3.1.1 商务网站概述

商务网站是指一个企业或机构在互联网上建立的站点，其目的是为了宣传企业形象、发布产品信息、宣传经济法规、提供商业服务等。

“上网建站”势在必行，这主要表现在几下几点。

1. 用户数量大
2. 加强与客户的联系
3. 提供商业信息
4. 提供客户服务
5. 建立24小时服务中心
6. 提供迅速变化的信息

3.1.2 商务网站的要求

1. 功能要求

- (1) 产品信息发布
- (2) 企业形象塑造
- (3) 客户关系管理
- (4) 网上销售、在线支付与结算
- (5) 网上调查与意见反馈
- (6) 搜索与精准营销
- (7) 系统管理

2. 成本分析

3.1.3 商务网站的组成

1. 联系信息
2. 商业机构的地址
3. 重要人物的介绍
4. 重要客户的介绍
5. 企业产品和服务介绍
6. 新闻

3.1.4 商务网站建设步骤

1. 目标规划

- ①服务对象：描述这个网站面向的对象，包括已知对象和潜在对象；
- ②设置目的：建站的目的；
- ③开发目标：要建网站的规模、功能、形式等；
- ④应用领域：网站所提供信息所属的应用领域；
- ⑤规格描述：具体网页的信息内容、信息链接设置、人机界面功能等；
- ⑥实现要求：网站建立所需的开发时间、软硬件环境等。

2. 系统分析

系统分析包括对网页主题意义的分析，对网页内容的分析，对制作者已有资源的分析，对网站的软硬件环境的分析，对网页可能访问者的分析。

3. 系统设计

主要任务是网页内容的设计，包括网页的信息组织结构、外观、内容分块、导航与链接、目录结构等的设计。

4. 网站实现

网站的实现包括网页的实现和www服务器的实现两部分。

5. 网页发布

在这个阶段网页制作接近尾声，主要工作是把做好的网页发布到网络上（Internet或Intranet），对网页作最后的修改、测试，保证网页能在网络上正常地运行。

6. 网页调试

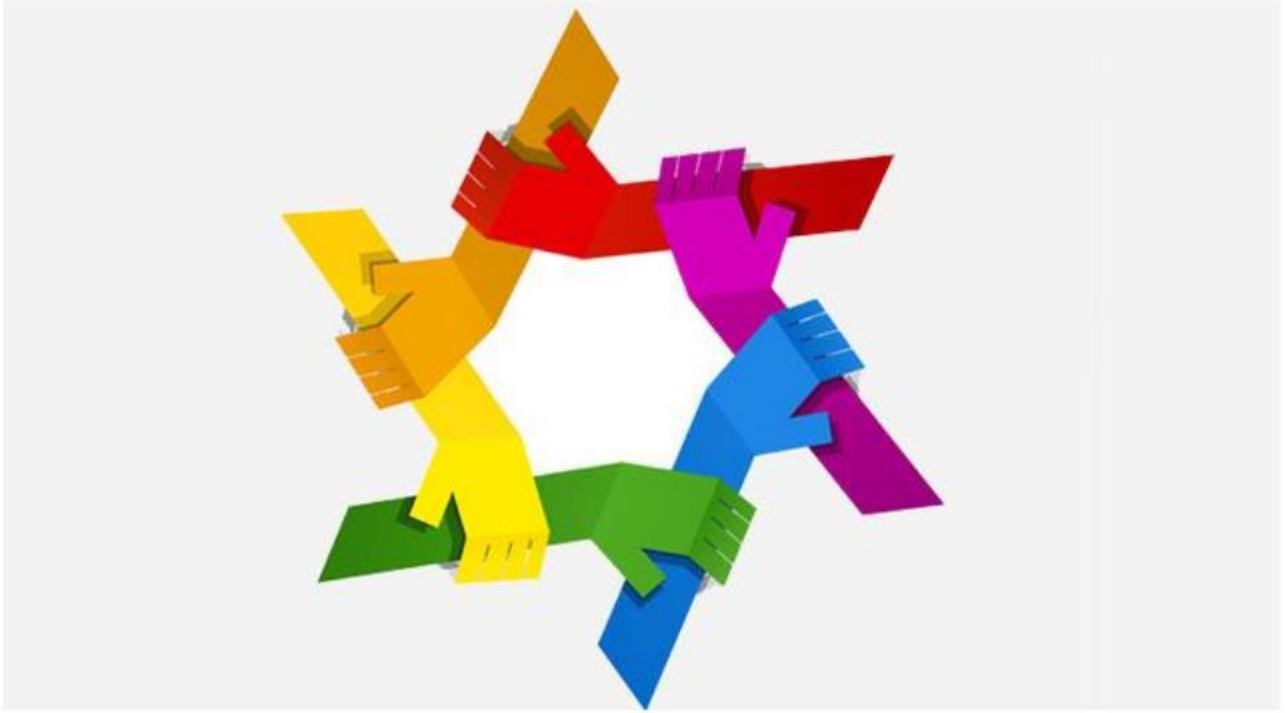
这个阶段称为网页的试运行期，此时应把网页的各种缺陷尽量弥补，使网页更为完善。

7. 维护与管理

在这个阶段网站进入正常运行期，主要工作是及时更新网页过时的信息，及时对访问者的留言作出反馈，进一步完善网页，不断采用新的技术更新升级网页，使网页的访问更迅速，外观更美观，信息资源更丰富。

3.1.5 选择商务模式

当前主要的商务模式有三种：企业与用户、企业与企业、用户与用户



3.1.6 域名注册

域名是企业在Internet上发布信息或提供服务的身份标志，是企业在网络上的地址和在线的商标。

企业的商标是企业无形资产的重要组成部分，一个好的商标对于企业的形象及其产品的销售是非常重要的。

在确定企业电子商务网站域名的命名时，应考虑以下几个方面。

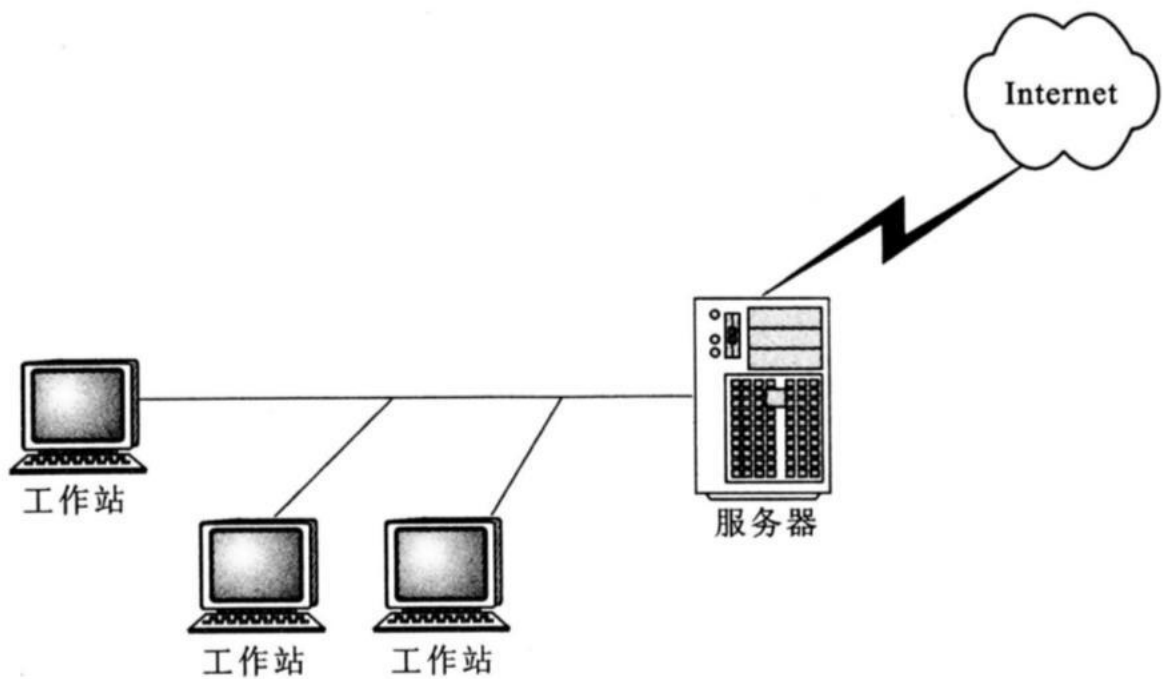
1. 选用企业已有商标或企业名称
2. 选择简单和易记易用的名字
3. 域名的自我保护

3.1.7 选择支付方式

1. 送货上门付款
2. 汇款方式
3. 电子支付

3.2 硬件环境

3.2.1 网站硬件的一般架构



网站的硬件一般应考虑客户机、服务器、接入Internet的方式三方面的问题。

1. 客户机

这里的客户机由计算机群组成，主要的作用是网页编辑、图形处理、文字处理、多媒体制作、网络管理等。

2. 服务器

在网上提供资源并对这些资源进行管理的计算机叫服务器。

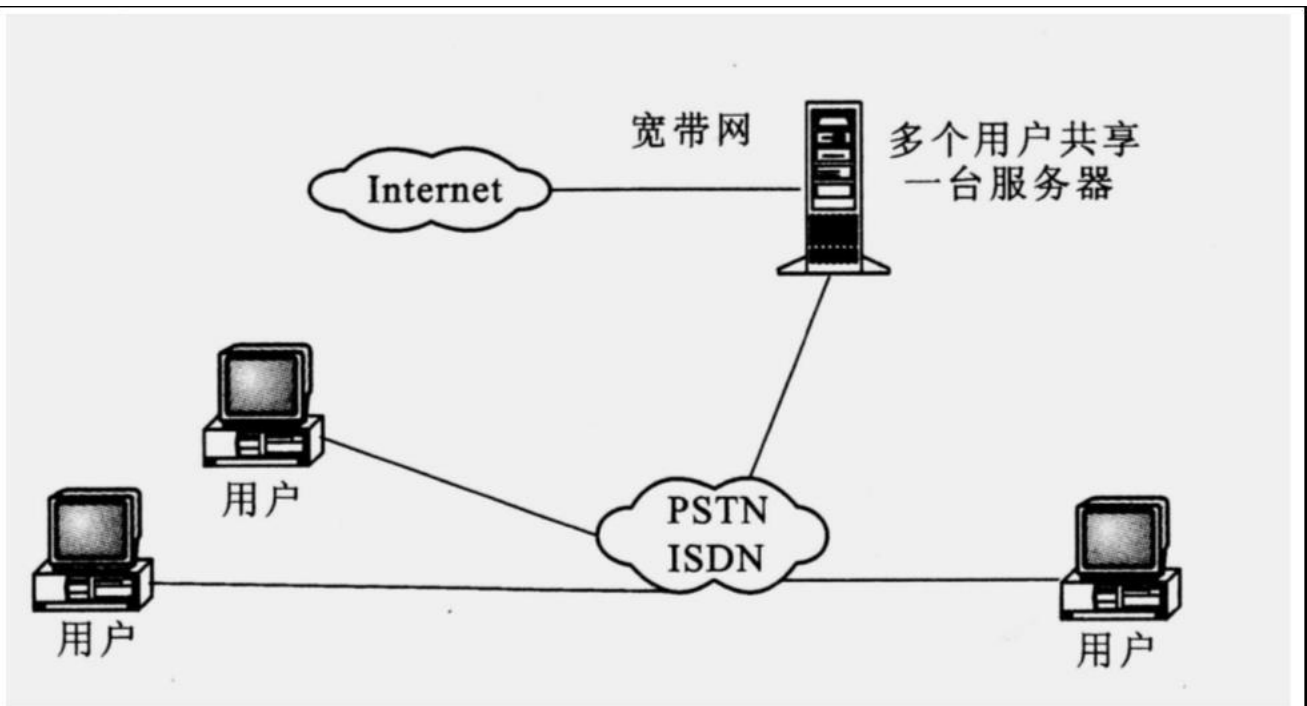
3. 接入Internet的方式

与Internet连接是指Web服务器与Internet的连接，其连接方式主要有PSTN、ISDN、DDN、DSL、ATM接入等。

3.2.2 虚拟主机

1. 虚拟服务器

虚拟主机也称虚拟服务器，相对于真实主机而言，是采用特殊的软硬件技术把一台完整的服务器主机分成若干个主机，实际上是将真实主机的硬盘空间分成若干份，然后租给不同的用户，每一台被分割的主机都具有独立的域名和IP地址，但共享真实主机的CPU、RAM、操作系统、应用软件等。



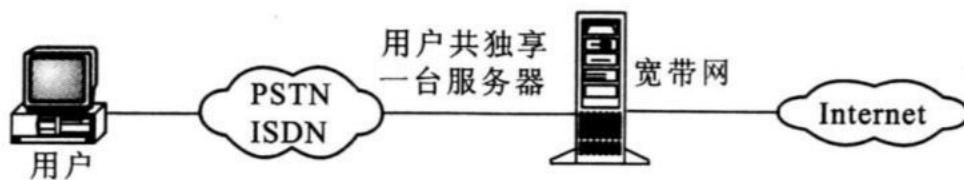
2. 虚拟主机服务内容

- (1) 存储空间
- (2) 电子邮件
- (3) 网页制作
- (4) IP地址
- (5) 文件传输(FTP)
- (6) 时间
- (7) 速度

3.2.3 服务器托管

1. 服务器托管的基本概念

服务器托管是指用户将自己的独立服务器寄放在互联网服务商的机房，日常系统维护由互联网服务商进行，可为企业节约大量的维护资金。



2. 服务器托管的特点

- (1) 灵活
- (2) 稳定
- (3) 安全
- (4) 快捷

3. 主机托管服务的选择

- (1) 可靠性是最基本的因素
- (2) 重视安全问题
- (3) 功能需求

3.3 软件环境

3.3.1 系统平台

目前系统平台产品主要有Windows NT、UNIX、Net ware、Linux等。

3.3.2 数据库系统

电子商务领域数据库管理系统类型很多，目前在商业领域使用的数据库管理系统主要有 Oracle、Sybase、DB2、SQL Server等。

3.4 网页内容设计

3.4.1 网页设计方法

1. 自顶向下的设计方法
2. 自底向上的设计方法
3. 不断增补的设计方法

这三种方法一般是互相穿插着进行的，例如整个网页可以用自顶向下的设计方法，而网页的某一部分则可以用自底向上或不断增补的设计方法来实现，反之亦然，并无定法，完全看个人的具体情况。

3.4.2 网页设计案例——京东商城主页

1. 主页的特点



2. 主页的布局

3. 网页色彩的运用

4. 网页中图片的运用

3.4.3 常用的网页设计语言

1. HTML语言

一般来说，HTML文档包含两种类型的信息：

(1) 标记信息。该部分信息用来控制文档内部的显示方式，并允许 Web 设计人员指定与其他文档的链接。

(2) 内容信息。该部分信息就是浏览器显示的文本、图形、音频和视频等。

```
< html>
< head>
< title>在浏览器上显示的标题</title>
< /head>
< body>
浏览器显示的正文内容
< /body>
< /html>
```

其他Web页设计语言

1. Java语言
2. JavaScript语言
3. VBScript语言
4. CGI语言
5. XML语言

3.4.4 Web页编辑制作

1. Web页面
2. Web页面制作工具
3. Web页编辑制作步骤

课程教学工作总结

<p>计划执行情况（教学进度等）</p>	
<p>“教”方面 （教风教纪、教书育人、教学条件、教学手段、教学方法、高职特色、教学效果等）</p>	
<p>“学”方面 （学生的学习态度、学习纪律、学习基础、学习成绩等）</p>	

本学期课程教学体会与建议：

签名：

年 月 日