

<<中国电子商务案例精选>>

图书基本信息

书名：<<中国电子商务案例精选>>

13位ISBN编号：9787040213744

10位ISBN编号：7040213745

出版时间：2007-4

出版时间：高等教育出版社

作者：陈德人

页数：453

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

随着国家社会信息化进程的不断推进,我国的电子商务应用取得了飞速的发展,但同时也存在制约电子商务发展的一些瓶颈,其中关于电子商务的理论研究以及如何通过理论成果对电子商务应用进行总结、提升和推广则明显地滞后于电子商务快速发展的需要,特别是关于适合中国国情的电子商务发展道路和运行模式的理论研究和应用总结亟待加强,因此,当前迫切需要对现有的成功开展电子商务企业的实践经验进行总结分析,更好地推进我国电子商务应用健康有序地发展。

作为落实国务院办公厅关于加快电子商务发展若干意见的重要措施,为了更好地通过实践总结和理论研究引导我国电子商务更加健康快速地发展,商务部于2005年开始启动了电子商务促进与推广应用工程。

同年6月,教育部、商务部联合发布了《关于推动有关高等学校进一步加强电子商务理论与实践研究的通知》,紧接着在教育部又召开了两部主管部长、各职能司局负责人、各有关行业主管以及12所高校电子商务学科负责人的电子商务研究工作会议。

作为一项重要工作,会后启动了商务部和教育部联合开展的“电子商务促进与推广工程项目”的案例调研工作。

清华大学、浙江大学、西安交通大学、中山大学、对外经济贸易大学、武汉大学、中南大学、上海海事大学、东北财经大学、上海理工大学、东华大学、北京工商大学等12所电子商务学科建设起步较早并取得了较好成果的大学承担了首次在全国开展电子商务案例调查研究的项目。

至2005年12月,在广泛调研和选择的基础上,12所大学共完成了124个电子商务典型案例研究报告。

整个调研过程总体来说可以归纳为:国家教育部和商务部委托、高校认真组织、分省统一协调、分工明确、双方沟通频繁、校企合作良好、中期汇报把关、后期完稿确认。

在项目执行过程中,得到了商务部、各经贸委或相关主管部门、学校领导的高度重视和关心,全体调研人员付出了辛勤的劳动和智慧,才有了整个调研工作的成果结晶,在此向所有参与本项目工作的同仁们和指导本项目的领导们表示深深的谢意。

<<中国电子商务案例精选>>

内容概要

《中国电子商务案例精选（2007版）》所选案例全部自商务部和教育部联合开展的电子商务促进与推广工程的案例调研中精选，根据国内一些知名企业发展电子商务的经验，由国内多所知名院校通过实地调研、归纳总结而成，凝聚了各个企业发展的不同艰辛历程和专家学者的智慧与心血。全书通过案例的形式向读者介绍了近几年中国电子商务发展的最新情况，主要围绕电子商务发展的几种重要模式——专业市场、B2C、B2B、C2C等，并选择纺织、化工、物流、医药、外贸等具有代表性的行业中最具代表性的案例进行分析点评。

《中国电子商务案例精选（2007版）》适合作为普通高等学校电子商务、MBA、经济管理类、信息技术类专业本科生或研究生的案例教材或者相关课程的教学指导用书，也可作为企事业单位和政府各部门相应层次电子商务培训班的教材或实训读本，还适合从事电子商务应用领域的企事业单位和政府各部门管理人员、信息技术人员等参考阅读。

<<中国电子商务案例精选>>

作者简介

陈德人，浙江大学电子研究中心主任，计算机学院教授、博士生导师，教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会副主任。

书籍目录

第1章 导引1.1 电子商务发展与电子商务案例1.2 中国电子商务案例精选的内容与组织1.3 对电子商务案例教学研究的建议第2章 第三方B2B交易案例选2.1 第三方B2B交易模式概述2.2 诚信打造精彩——阿里巴巴2.3 一场大雨浇出的奇迹——中国化工网2.4 构建现代化物流——金蚕网2.5 垂直性第三方交易市场——中粮网2.6 让绿色变为金色——深圳中农网2.7 五金界的商业网站——今日五金2.8 国内外纺织业交易平台——全球纺织网2.9 其他典型案例第3章 企业B2B案例选3.1 企业B2B概述3.2 钢铁行业B2B电子商务领头羊——宝钢在线3.3 “四流”合一——中香公司3.4 物资采购电子商务——株洲南车时代公司3.5 其他典型案例第4章 B2C模式案例选4.1 B2B电子商务模式概述4.2 网上图书大卖场——当当网4.3 传统食品企业的B2C之路——祐康电子商务公司4.4 丝绸行业的电子商务——吴江中国绸都网4.5 逆境中的崛起——广东电子邮政4.6 其他典型案例第5章 C2C模式案例选5.1 C2C电子商务概述5.2 免费策略打造C2C航母——淘宝网5.3 让交易充满乐趣——易趣网第6章 传统企业电子商务案例选6.1 传统企业的电子商务概述6.2 传统烟草轻飞翔——白沙集团6.3 重工企业重客户——三一重工股份有限公司6.4 民族品牌求发展——海尔集团6.5 地毯也能飞起来——黑龙江蓝艺地毯集团6.6 出版名社走新路——高等教育出版社6.7 汽车行业整合供应链——武汉神龙6.8 其他典型案例第7章 第三方物流电子商务案例选7.1 第三方物流电子商务概述7.2 信息化促物流企业腾飞——北京福田物流有限公司7.3 电子商务加强企业协作——中国外运7.4 电子商务服务客户——远成集团有限公司7.5 其他典型案例第8章 物流园区电子商务案例选8.1 物流园区概述8.2 面向客户的电子商务平台——中海集团物流有限公司8.3 有形市场与虚拟资源整合——传化物流基地8.4 其他典型案例第9章 零售与连锁业电子商务案例选9.1 零售与连锁业电子商务概述9.2 “鼠标加水泥”的百货公司——武汉中百9.3 卖场巨头的网上商城——国美电器9.4 连锁超市的管理整合——苏果连锁超市9.5 其他典型案例第10章 电子商务应用支撑服务案例选10.1 电子商务应用支撑服务概述10.2 国内最早的第三方电子支付平台——首信“易支付”10.3 优秀的电子银行业务提供商——中国工商银行10.4 权威公正的第三方安全认证机构——中国金融认证中心10.5 其他典型案例第11章 门户网站案例选11.1 门户网站概述11.2 中国最大的综合性门户网站——新浪网11.3 地域性门户网站——浙江都市网11.4 其他典型案例：大连天健网——东北的地域性门户第12章 网络增值服务案例选12.1 网络增值服务概述12.2 中国即时通信的领跑者——腾讯公司12.3 中国网络游戏业的航空母舰——上海盛大网络12.4 网络购物新门户——丫丫比较购物搜索12.5 其他典型案例第13章 旅游电子商务案例选13.1 旅游电子商务概述13.2 像制造业一样生产服务——携程旅行网13.3 网络助你畅游云南——云游网13.4 其他典型案例：挖掘传统经济的金矿——广之旅第14章 证券保险电子商务案例选14.1 证券保险业电子商务概述14.2 中国投资理财第一网站——证券之星14.3 中国第一家网上保险公司——泰康在线14.4 其他典型案例：银河证券

章节摘录

当当网在一定程度上更像一个做图书、百货和时尚产品的零售公司，与电子商务关联的地方是它通过在线的虚拟平台进行物品买卖。

所以，在大卖场、便利店业态中广告、价格战、品类管理等屡试不爽的办法，对当当网同样适用。华尔街一度把B2C、C2C的代表，亚马逊和eBay的商业模式形象地比喻成“鼠标+水泥”，言外之意是，从业务角度看，他们仍然是做传统业务，只是实现的方式是借助了互联网这个工具，所以亚马逊和eBay的业务执行层面上，体现更多的还是实体物理卖场的特征。

当当虽然没有上市，但也一直追求毛利率。

根据最新消息，当当网图书、音像类产品的毛利率是23%。

跟北京西单图书大厦和上海书城相比，这并不是很有优势的数字。

不是当当不想追求更高的毛利率，而是因为卓越网等市场竞争对手的存在，当当要在毛利率和市场占有率二者之间均衡。

货比三家是购物的基本原则。

在实体书店里，顾客因为地理距离的存在，为节省一点钱逛几家书店的做法是受限制的，何况如今的人们工作十分繁忙，很少有时间真正跑遍商家，认真比较所要购买商品的价格。

但是互联网和电子商务把价格变得透明，顾客只需网上点击几下，就能找到最低的价格。

因此，价格因素在当当网的市场运营中占有十分重要的地位。

2004年6月，当当网推出了智能比价系统。

当当网的智能比价系统，通过互联网，实时查询所有网上销售图书音像商品的信息。

一旦发现有其他网站的商品价格低于当当网价格，当当网将自动调低同类商品的价格，保持比竞争对手至少低10%的价格优势。

同时，与传统的超市业态类似，当当网也对经营的产品进行了品类管理。

实行智能比价后，当当网有40%的产品“伤筋动骨”几乎无利可图，因为这些是当当网与其他网站重合的品种。

“我们已经和供应商谈好了，在热门产品上不赚钱，而是跑量。

”俞渝说，“我们希望以此聚集人气，带动其他60%品的销售。

”在人才配备上，当当也极力从书店和卖场招贤纳士。

2002年，原北京西单图书大厦总经理、北京新华外文集团总经理王宏经正式加盟当当网上书店，担任副总裁一职，主要负责当当的商品管理、物流、采购业务和运作。

俞渝透露，当当的财务、采购、市场人员都是有商场运作经验的。

即使是促销员，也是从北京各大卖场业绩最好的促销员中挑选出来的。

虽然做的是电子商务，但和在第一次互联网浪潮与网络泡沫中消亡的企业不同，当当从没有把自己看成是一个真正的电子商务企业，在俞渝眼里，当当只不过把店开在了网上，管理还得依靠传统卖场的经验。

<<中国电子商务案例精选>>

编辑推荐

《高等学校电子商务专业课程系列教材·中国电子商务案例精选(2007版)》适合作为普通高等学校电子商务、MBA、经济管理类、信息技术类专业本科生或研究生的案例教材或者相关课程的教学指导用书，也可作为企事业单位和政府各部门相应层次电子商务培训班的教材或实训读本，还适合从事电子商务应用领域的企事业单位和政府各部门管理人员、信息技术人员等参考阅读。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>