

<<电子商务交易>>

图书基本信息

书名：<<电子商务交易>>

13位ISBN编号：9787115095886

10位ISBN编号：7115095884

出版时间：2001-9-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：何长领

页数：168

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>

<<电子商务交易>>

内容概要

本书介绍了电子商务交易的方方面面。

主要内容包括电子商务交易市场，交易平台，交易模式，交易过程中的购物、支付、物流配送、顾客服务等，并列举了一些实际案例。

<<电子商务交易>>

书籍目录

- 第1章 电子商务交易概述 1
 - 1.1 电子商务交易的概念 1
 - 1.2 电子商务交易对传统交易方式的冲击 1
 - 1.2.1 电子商务交易与传统交易的区别 1
 - 1.2.2 电子商务交易对传统交易的冲击 2
 - 1.3 电子商务交易的组成 2
 - 1.4 电子商务交易的优势 3
 - 1.5 电子商务交易的产生基础和发展现状 4
 - 1.5.1 电子商务交易产生的基础 4
 - 1.5.2 电子商务交易发展现状 5
 - 1.5.3 电子商务交易发展的主要障碍 6
 - 1.6 电子商务交易的构成要素 6
 - 1.7 电子商务交易市场的产生与发展 8
 - 1.8 电子商务几种主要交易模式 9
 - 1.8.1 企业之间的电子商务 9
 - 1.8.2 企业与消费者之间的电子商务 10
 - 1.8.3 生产企业及生产企业与商业企业之间的电子商务 10
 - 1.8.4 政府与企业之间的电子商务 11
 - 1.9 电子商务交易的一般过程 11
 - 1.9.1 电子商务下的商业业态 11
 - 1.9.2 电子交易的一般过程 14
 - 1.9.3 电子商务下的流通渠道 16
- 第2章 电子商务交易平台 19
 - 2.1 电子商务交易的硬件工作平台 19
 - 2.2 电子商务的软件工作平台 20
 - 2.2.1 Microsoft电子商务解决方案 20
 - 2.2.2 BEA电子商务解决方案 21
- 第3章 电子商务交易模式之一：B to B 25
 - 3.1 B to B电子商务交易模式综述 25
 - 3.1.1 B to B电子商务交易模式的概念 25
 - 3.1.2 B to B的技术支持 25
 - 3.1.3 实现B to B的要素 26
 - 3.1.4 B to B交易模式的发展 27
 - 3.1.5 B to B交易模式的优势 28
 - 3.2 B to B的几种基本商务模式 29
 - 3.2.1 电子商店模式 30
 - 3.2.2 内联网模式 30
 - 3.2.3 中介模式 30
 - 3.2.4 专业服务模式 32
 - 3.3 B to B电子商务交易的过程 33
 - 3.4 B to B的前景瞻望 33
 - 3.4.1 发展趋势预测 33
 - 3.4.2 B to B发展中存在的问题 34
 - 3.5 中国的B to B模式 35

<<电子商务交易>>

- 3.5.1 中国B to B网站的运营模式 36
- 3.5.2 中国B to B网站的运行状况 37
- 案例：中国商品交易中心(CCEC)系统设计方案 40
- 第4章 电子商务交易模式之二：B to C 43
 - 4.1 B to C电子商务交易模式概述 43
 - 4.1.1 B to C电子商务交易模式的概念 43
 - 4.1.2 B to C对传统零售业的冲击 43
 - 4.1.3 B to C的优势 45
 - 4.2 B to C交易模式 45
 - 4.2.1 无形产品和劳务的电子商务交易模式 45
 - 4.2.2 实物商品的电子商务模式 48
 - 4.3 B to C电子商务交易渠道的建立 49
 - 4.4 B to C 电子商务交易的一般过程 50
 - 4.5 B to C模式的案例分析 52
 - 4.6 第一个B to C电子商务交易标准 58
 - 4.7 中国B to C电子商务交易模式的发展 61
- 第5章 电子商务交易的过程之一：网上购物 63
 - 5.1 网上购物概述 63
 - 5.1.1 网上购物的概念 63
 - 5.1.2 网上购物的发展 63
 - 5.2 网上购物群体及网上畅销商品 67
 - 5.3 网上销售类型 70
 - 5.4 网上购物一般过程 72
 - 5.4.1 消费者网络信息空间的活动 72
 - 5.4.2 网上订货系统 72
 - 5.5 网上购物的交易流程实例 75
 - 5.5.1 首都电子商务交易流程 75
 - 5.5.2 8848网上超市 78
 - 5.6 国内网上购物发展现状 80
- 第6章 电子商务的交易过程之二：网上支付 89
 - 6.1 电子支付概述 89
 - 6.2 电子支付网络平台 90
 - 6.3 电子银行 92
 - 6.4 电子货币 94
 - 6.4.1 电子货币的概念 94
 - 6.4.2 电子货币的特点及功能 94
 - 6.4.3 电子货币的种类 95
 - 6.4.4 电子货币系统 96
 - 6.4.5 电子货币发展战略 96
 - 6.5 电子货币主要种类及其运行模式 100
 - 6.5.1 电子现金 100
 - 6.5.2 电子支票 101
 - 6.5.3 电子信用卡 103
 - 6.5.4 电子钱包 103
 - 6.6 招商银行的网上支付方案 105
 - 6.6.1 招商银行提供的企业资金支付解决方案 105

<<电子商务交易>>

- 6.6.2 招商银行提供的个人资金支付解决方案 108
- 6.7 安全电子交易规范 111
 - 6.7.1 安全电子交易规范：SET 111
 - 6.7.2 开放式贸易协议：OTP 112
 - 6.7.3 Internet上的开放式购买：OBI 113
- 第7章 电子商务交易的过程之三：物流配送 115
 - 7.1 电子商务物流体系概述 115
 - 7.1.1 物流的概念 115
 - 7.1.2 电子商务物流的特点 117
 - 7.1.3 物流的分类 118
 - 7.1.4 电子商务物流与传统物流的比较 120
 - 7.1.5 物流管理 122
 - 7.1.6 物流系统化 123
 - 7.1.7 电子商务时代发展物流的意义 124
 - 7.2 供应链的管理 125
 - 7.2.1 供应链的概念及供应链管理的新发展 126
 - 7.2.2 供应链管理的原则和目标 127
 - 7.2.3 供应链管理的主要流程 127
 - 7.2.4 电子商务供应链管理中的物流管理 129
 - 7.3 物流配送 130
 - 7.3.1 电子商务下的物流配送 130
 - 7.3.2 新型物流配送的特征 130
 - 7.3.3 新物流配送中心及其运作类型 133
 - 7.3.4 配送中心的构建策略 134
 - 7.4 电子商务物流的发展 135
 - 7.4.1 美国物流发展现状 135
 - 7.4.2 日本的物流配送现状 138
 - 7.4.3 中国物流发展现状 139
 - 7.4.4 中国邮政的物流电子化现状 141
 - 7.5 电子商务交易中物流模式 144
 - 7.5.1 物流一体化理论 144
 - 7.5.2 一种全新的物流模式——物流代理 144
 - 7.5.3 国外电子商务物流解决方案 145
- 第8章 电子商务交易的过程之四：顾客服务 147
 - 8.1 顾客服务新概念 147
 - 8.1.1 从销售服务到网上顾客服务的思路 147
 - 8.1.2 现代顾客需求的变化 148
 - 8.1.3 网上顾客服务的特点 148
 - 8.1.4 网上顾客服务的两种主要类型 149
 - 8.1.5 网上顾客服务策略 149
 - 8.1.6 网上顾客服务网站的设计 150
 - 8.1.7 网上顾客服务应注意的问题 150
 - 8.2 电子商务交易中的网上顾客服务策略 151
 - 8.2.1 提供信息 151
 - 8.2.2 反馈交互 154
 - 8.2.3 顾客整合 156
- 案例：CISCO公司的网上顾客服务策略 158

<<电子商务交易>>

8.3 电子商务交易中的客户服务内容 162

8.3.1 售前服务 162

8.3.2 售中服务的内容 163

8.3.3 售后服务 165

案例一：联想建立完整的顾客服务体系 166

案例二：海尔集团的顾客服务策略 167

案例三：IBM公司完善的售后服务策略 168

案例四：紫光笔记本电脑完善的售后金卡服务策略 168

参考文献 169

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>