

电子商务思考题答案

2013 届一班

第一章

(1) 如何理解电子商务的概念?

电子商务源于英文:Electronic Commerce, 简称为 EC。

简单地说, 电子商务是在计算机网络平台上, 按照一定的标准开展的各种商业活动。

理解:

1、狭义上讲, 是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动: 例电子广告, 电子交易, 电子合同

广义上讲, 是指各行各业, 包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化

2、电子商务应包括以下几层含义:

- (1) 采用多种电子方式, 特别是通过互联网;
- (2) 实现商品交易、服务交易 (其中包含人力资源、资金、信息服务等);
- (3) 包含企业间的商务活动, 企业内部的商务活动 (生产、经营、管理和财务等);
- (4) 电子方式是形式, 跨越时空、提高效率是主要目的。

(2) 电子商务的发展经历了哪几个阶段?

电子商务的发展史, 可分为三个阶段:

第一阶段, 1960 年—1975 年, 是商业单项业务电子化的阶段。该阶段主要利用文字处理机、复印机、传真机、专用交换机等设备完成贸易中某单项业务; 实际上主要用电话通信及各种单据完成贸易过程。

第二阶段, 1975 年—1995 年, 采用 EDI 的贸易阶段, 即利用计算机、专用网络、标准数据交换系统, 形成电子表单、文档、邮件以完成商务业务。

第三阶段, 1995 年至今, 是基于国际互联网的电子商务阶段, 因特网和电子商务的飞速发展创造了新的商业奇迹或神话, Amazon、AOL、eBay、Yahoo 这些新型网络企业, 依靠电子商务的优越性和投资者对网络企业的钟情, 在成立几年内即从最初的几百万或几千万美元投资迅速成长为市值达数百亿甚至上千亿美元的巨型企业。

(3) 中国电子商务发展在世界上处于什么地位?

目前, [国际电子商务](#)市场已成为发展最快的市场之一, 从事电子商务营销的企业已在世界经济领域[崭露头角](#)。据统计[1]至 1996 年底, 美国 [《幸福》](#)杂志评出全美 500 家最大的公司已有一半在网上开展营销[2]。在营销的广告支出方面, [福布斯的调查](#)表明: 1995 年互联网的[广告费用](#)为 0.37 亿美元, 到 1996 年升至 3.12 亿美元, 估计 2000 年将达到 50 亿美元。1998 年[美国股市的超级明星](#)是亚马逊(Amazon)[网上书店](#), 一年中这家公司的股价上涨 8 倍多, 年终每股突破 300 美元大关, 使其市场资本总值达到 180 亿美元, 超过了有 100 多年历史的美国著名邮购公司[西亚斯](#)。

除了 Internet 的迅速发展推动电子商务外, 各国政府对电子商务的格外重视也是重要因素。当前电子商务在[信息安全](#)性、交易体制、法规建设等方面还不能令人满意, 加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导, 并为电子商务的发展提供良好的政策和法规环境已成为电子商务快速发展不可忽视的方面。[美国政府](#)于 1997 年初提出了《全球电子商务政策框

架》。该文件就基于 Internet 的电子商务提出了[美国政府](#)的总体政策，内容涉及“原则”、“财务问题”、“[市场准入](#)问题”等方面。目前，[美国政府](#)已按照这个政策框架展开国内立法和国际谈判工作。

我国企业电子商务营销已随着 Internet 的发展逐渐兴起。1994 年前后，由我国政府批准建成了 CERNET、CSNET、GBNET 和 CHINANET 等四大互联网 ISP(Internet Service Provider)，截止到 1998 年 6 月 30 日，上网用户为 117.5 万[3]。我国企业已在尝试利用 Internet 开展电子商务营销。1996 年 2 月 28 日，四川茂青茶厂积压的 1.6 万公斤[茉莉花茶](#)，通过 Internet 广告招商，结果达成交易，成为国内有记载的第一次成功交易[4]。当然这种[广告营销](#)只是其基本组成部分之一。目前我国在北京、上海和广州已陆续开通银行安全[支付系统](#)，结合 Internet 完成 ISP 与客户之间的交易结算。随着[国内结算](#)体系的逐渐完善和与世界接轨，电子商务营销将在全世界范围迅速兴起。

(4) 电子商务与传统的商务活动方式相比，具有哪些特点？

电子商务与传统的商务活动方式相比较,具有以下特点:

- (1)交易虚拟化;
- (2)交易成本低;
- (3)交易效率高;

电子商务的特性可归结为以下几点:商务性、服务性、集成性、可扩展性、安全性和协调性。

(5) 什么是电子商务的“三流合一”？

[电子商务](#)中的“三流”分别是指：[信息流](#)，[资金流](#)，物资流。

[电子商务](#)利用[网络科技](#)将传统[商业活动](#)中的物流、[资金流](#)、[信息流](#)的传递方式进行了整合，从有关信息的流动和资金的转移到商品和服务的配送，[电子商务](#)实现了“三流合一”，无形商品的三流完全可以在网路上实现，所以无形电子商务称为[完全电子商务](#)，而有形商品的三流不能完全在网上传输，则称无形商品电子商务为非[完全电子商务](#)。

(6) 影响我国电子商务发展的障碍有哪些？

- 1. 信息化建设障碍
 - 计算机网络知识相对贫乏，信息化意识淡薄
 - 电子商务人才缺乏
- 2. 安全障碍和支付问题
 - 安全障碍
 - 支付问题
- 3. 诚信障碍
 - 我国诚信基础薄弱，导致电子商务交易社会信任度低
 - 社会信用体制尚未完全建立，导致电子商务难于运营
- 4. 法律障碍
 - 无国界
 - 技术发展快

传统的法律不完全适应于网络经济

（7）举例说明电子商务在哪些方面改变了人们的工作和学习？

简单理解就是网上交易吧 诸如淘宝,阿里巴巴,拍拍那些东西都算吧~~**电子商务**, **Electronic Commerce**, 通常是指是在全球各地广泛的**商业贸易**活动中, 在因特网开放的网络环境下, 基于浏览器/服务器应用方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动, 实现消费者的**网上购物**、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关综合服务活动的一种新型的商业**运营模式**。

残疾创业者**李哲**：电子商务改变人生

同世阳光科技有限公司总经理李哲目前正在与**北大青鸟**信狮中心进行深入的洽谈, 打算在北大青鸟信狮中心开设电子商务课程, 并组建电子商务研究会。北大青鸟信狮中心积极应对此事, 除了因为双方有合作的需要以外, 还因为李哲本就是从小青鸟信狮中心走出来的优秀毕业生, 更因为李哲是一个有着永不放弃、努力学习、力争上游的残疾人。

同世阳光科技有限公司总经理 李哲

身残志坚 努力学习

1978年, 李哲出生在东北一户普通工人家庭。出生的时候, 因为医疗事故, 李哲的运动神经受到严重的压迫, 从此脑瘫的他再也没有了灵巧自如的肢体功能。公立学校进不去, 只能托人找关系进了附近厂矿小学做**旁听生**。学校对他的要求就是能坐在那里不出事就行了, 但不料李哲在期末考试拿到全年级的第一名, 他如愿以偿地转为正式学生, 在四年级的时候还跳了一级。在求学时代, 李哲可谓难题多多: 重点高中担心他影响升学率, 不收; 高考不允许代涂答题卡, 无法完成涂写答题卡动作的他只得放弃。最后在亲戚的引荐下, 他报考了**深圳大学成人教育学院**, 并以优异成绩录取。毕业后, 他就在深圳大学成人教育学院的推荐下留校工作, 担任网站程序员。

书到用时方恨少, 在学院网站的建设维护过程中, 李哲遇到了各种各样的难题, 这时候, 他开始发现自己需要学习的知识还很多。为了掌握更为系统全面的**软件开发**知识, 2005年开始, 李哲利用业余时间参加北大青鸟**软件工程师**的课程学习。在北大青鸟深圳信狮中心, 他成为老师和同学们最喜爱的人。课余时间做得最多的是与同学们分享自己对软件工程的理解和项目经验。

投桃报李 踏上新征途

2005年以后的三年里, 李哲一边在北大青鸟信狮中心里学习软件开发知识, 一边将这些知识运用到学院网站的建设维护里进行实践验证, 临近毕业, 李哲在软件开发及**项目管理**方面有了质的提升。

在北大青鸟信狮中心毕业之后, 李哲先后做过数家公司的程序员、项目经理、副总监及总监。但是因为种种原因, 他发现在**体制内**的职业生涯明显不太适合他。2008年, 李

哲决定放弃现在这份在别人眼里不错的工作，自己经营一家能为工厂及消费者服务的 B TO C 电子商务站点。公司是早些年与合伙人一起开设的，现在他已全部买下来，起步阶段的他对自己的公司倾注了满腔的心血和智慧。

李哲的事业已经开始起步，在艰难的[创业之路](#)上，李哲克服了重重苦难，积攒下来一笔宝贵的经验财富。因此，李哲将这门程序设计的艺术进行归纳研究，准备回到北大青鸟信狮中心开设电子商务课程，并组建电子商务研究会，与更多的校友一起分享电子商务的知识经验，使他们少走了很多弯路。

业余时间，李哲热衷于公益活动。虽然行动不方便，他依然乐此不疲，为此，深圳科普志愿者协会将“2008 年突出贡献奖”颁发给李哲。作为残疾人，他把目光投注到残疾人群体身上，目前李哲正积极与政府相关部门接洽，希望能协同各方力量建立残疾人就业培训基地。

他感激一路走来的同伴，感激职业培训带给他的技能，也感激许多给他实践机会的公司，他希望能用自己的方式回报社会。一遍又一遍地躬身感谢，然后他又踏上了新的征程。

第二章

1. 电子商务主要有哪几种主要模式？

当前的电子商务模式主要有：

B2B——Business to Business，指企业对企业的电子商务。目前中国内地主要的 B2B 电子商务企业有阿里巴巴、等。

B2C——Business to Customer，指商家对消费者的电子商务。目前主要的 B2C 电子商务企业有：卓越、当当等。

C2C——Customer to Customer，指消费者对消费者的电子商务，简单的说就是消费者本身提供服务或产品给消费者，最常见的形态就是个人工作者提供服务给消费者。目前主要的 C2C 电子商务企业有：淘宝、易趣等。

B2M——Business to Manager。B2M 是相对于 B2B、B2C、C2C 的电子商务模式而言，是一种全新的电子商务模式。而这种电子商务相对于以上三种有着本质的不同，其根本的区别在于目标客户群的性质不同，前三者的目标客户群都是作为一种消费者的身份出现，而 B2M 所针对的客户群是该企业或者该产品的销售者或者为其工作者，而不是最终消费者。

根据调查显示，B2C 交易额已逐渐和 C2C 交易额各持半天的发展趋势。不过站在投资者的角度来看，B2C 仍然是电商投资的主体。

2. 电子商务盈利模式有哪些？

主要分为三块：

B2B 模式的盈利方式

B2B 应该是我国目前盈利状况最好的电子商务商业模式。B2B 模式主要是通过互联网平台聚合众多的企业商家，形成买卖的大信息海洋，买家与卖家在平台上选择交易对象，通过在线电子支付完成交易。企业间的电子商务是电子商务三种模式中最值得关注和探讨的，因为

它最具有发展的潜力。目前国内该模式包括两种类型，一种是大型企业自建 B2B 电子商务网站来开展电子商务，企业通过电子商务来降低成本、提高销售量，如海尔、联想等推出的网上采购和网上分销。另一种是第三方电子商务平台，我国中小企业有 3000 多万，由于中小企业自身条件的限制，拥有网站的只有 200 多万家。第三方电子商务平台又分为两种类型：综合性平台。指可服务于多个行业与领域的电子商务网站，如阿里巴巴、网盛生意宝、慧聪网、环球资源网、中国供应商等；行业垂直性平台。指定位于某一特定专业领域的电子商务网站。如中国化工网、中国医药网、中国服装网、中国纺织网、机电之家等。

主要的盈利方式：广告、搜索、交易、增值服务、线下服务、商务合作

3.2 B2C 模式的盈利方式

B2C 模式是我国最早产生的电子商务模式，以 8848 网上商城正式运营为标志。B2C 即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、在网上支付。由于这种模式节省了客户和企业的时间和空间，大大提高了交易效率，特别对于工作忙碌的上班族，这种模式可以为其节省宝贵的时间。起初在网上出售的商品特征也非常明显，仅仅局限于一些特殊商品，例如图书、音像制品、数码类产品、鲜花、玩具等等。这些商品对购买者视、听、触、嗅等感觉体验要求较低。但是发展到现在，像服装、音响设备、香水、电脑、手机等商品也开始在网上销售，目前 B2C 电子商务的付款方式主要是货到付款与网上支付相结合，而大多数企业的配送选择物流外包方式以节约运营成本。

主要的盈利模式：销售本行业产品、销售衍生产品、产品租赁、拍卖、销售平台、特许加盟、会员、上网服务、信息发布、为企业发布广告、为业内厂商提供咨询服务

3.3 C2C 模式的盈利方式

C2C 这种模式的产生以 1998 年易趣成立为标志，目前采用 C2C 模式的主要有 eBay 易趣、淘宝、拍拍等公司。C2C 电子商务模式是一种个人对个人的网上交易行为，目前 C2C 电子商务企业采用的运作模式是通过为买卖双方搭建拍卖平台，按比例收取交易费用，或者提供平台方便个人在上面开店铺，以会员制的方式收费。零售电子商务的三个基本要素是信息流、物流与资金流，C2C 已经基本解决，目前真正的难点在于交易信用与风险控制。互联网突破了地域的局限，把全球变成一个巨大的“地摊”，而互联网的虚拟性决定了 C2C 的交易风险更加难以控制。这时，交易集市的提供者必须处于主导地位，必须建立起一套合理的交易机制，一套有利于交易在线达成的机制。eBay 在美国能够发展得如此快，除了 PayPal 这套支付工具外，与美国社会完善的信用体系是分不开的。在美国的 C2C 交易中，PayPal 既扮演着收单商家，又扮演了银行的角色，这种双重角色使得 PayPal 聚拢了买方与卖方的大量资金，掌握着买卖双方的交易与信用状况。今年我国电子商务网站推出的“支付宝”、“安付通”等支付工具以及赔付制度在很大程度上改善了这种购买信任危机，但 C2C 市场要想彻底突破这些制约仍需要较长时间的培育过程。

3. 举例说明电子商务的几种模式。

电子商务的几种模式

1、B to B（商家对商家） 例如，阿里巴巴，慧聪网

2.B to C（商家对个人消费者） 京东商城，易迅。

3.C to C（个人消费者对个人消费者） 美国的 ebay，中国的淘宝。

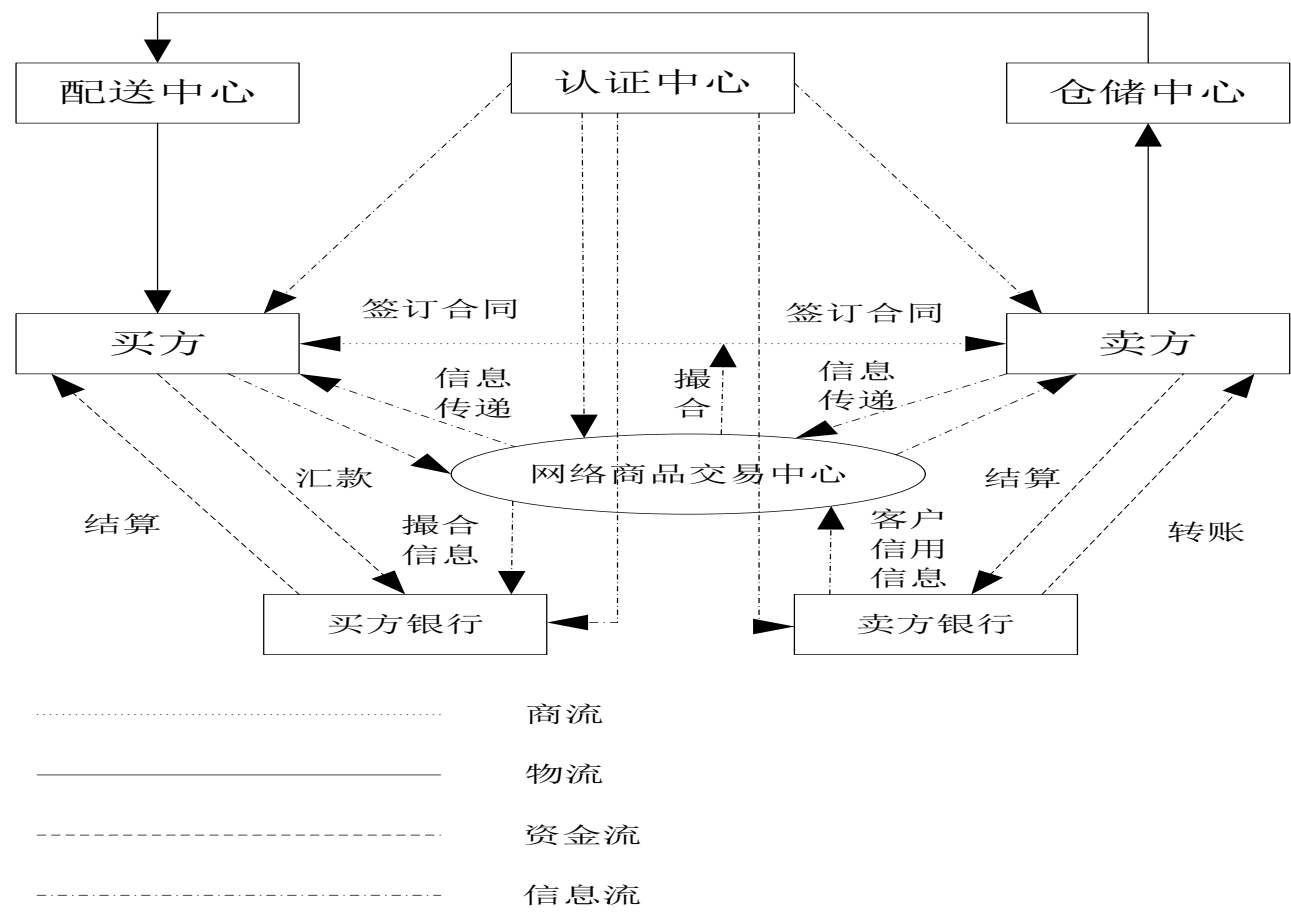
4. 举例说明 B2B 的两种网站类型

B2B 的两种网站类型就水平模式，垂直模式

水平电子商务模式是将买方和卖方集中到一个市场上进行信息交流、广告、拍卖竞标、交易、库存管理等。例如，阿里巴巴，慧聪。

垂直 B2B 面向制造业或面向商业，可以分为两个方向，即上游和下游。生产商或商业零售商可以与上游的供应商之间形成供货关系。生产商与下游的经销商可以形成销货关系。例如，中国化工网

5. 试述网络商品中介交易流程。



网络商品中介交易的流程

网络商品中介交易过程可分为四步：

- (1) 买卖双方将供需信息从网上告诉网络商品交易中心，交易中心向参与者发布大量的、详细的交易数据和市场信息。
- (2) 买卖双方根据这些信息选择自己的贸易伙伴，交易中心从中撮合，促使买卖双方签定合同。
- (3) 买方在交易中心指定的银行办理转帐付款手续。
- (4) 交易中心设在各地的配送部门将卖方的货物送交买方。

第三章

1. 计算机网络可按哪些方面进行分类及各分类的具体类别是什么？

- (1) 按网络覆盖的地理范围分为：局域网（LAN）、城域网（MAN）、和广域网（WAN）。

- (2)按网络的传输介质分：有线网和无线网。
- (3)按网络的拓扑结构分：星型网络、总线型网络、树型网络、环型网络和网状型网络
- (4)按网络的通信方式分：点对点传输网和广播式传输网
- (5)按网络的使用目的分：共享资源网、数据处理网和数据传输网
- (6)按网络的服务方式分：客户机/服务器模式（C/S）网、浏览器/服务器模式（B/S）网和对等网。

2. 计算机网络的拓扑结构有哪些？各拓扑结构主要的设备有哪些？

计算机网络的拓扑结构,即是指网上计算机或设备与传输媒介形成的结点与线的物理构成模式。网络的结点有两类：一类是转换和交换信息的转接结点,包括结点交换机、集线器和终端控制器等；另一类是访问结点,包括计算机主机和终端等。线则代表各种传输媒介,包括有形的和无形的。

总线型结构

总线型结构由一条高速公用主干电缆即总线连接若干个结点构成网络。网络中所有的结点通过总线进行信息的传输。这种结构的特点是结构简单灵活,建网容易,使用方便,性能好。其缺点是主干总线对网络起决定性作用,总线故障将影响整个网络。总线型结构是使用最普遍的一种网络。

星型结构

星型结构由中央结点集线器与各个结点连接组成。这种网络各结点必须通过中央结点才能实现通信。星型结构的特点是结构简单、建网容易,便于控制和管理。其缺点是中央结点负担较重,容易形成系统的“瓶颈”,线路的利用率也不高。

环型结构

环型结构由各结点头尾相连形成一个闭合环型线路。环型网络中的信息传送是单向的,即沿一个方向从一个结点传到另一个结点;每个结点需安装中继器,以接收、放大、发送信号。这种结构的特点是结构简单,建网容易,便于管理。其缺点是当结点过多时,将影响传输效率,不利于扩充。

树型结构

树型结构是一种分级结构。在树型结构的网络中,任意两个结点之间不产生回路,每条通路都支持双向传输。这种结构的特点是扩充方便、灵活,成本低,易推广,适合于分主次或分等级的层次型管理系统。

混合型结构

混合型结构可以是不规则型的网络,也可以是点-点相连接结构的网络。

局域网中常见的结构为总线型或星型。

3. OSI 参考模型分为几层？每层的功能作用是什么？

OSI 七层模型介绍

OSI 是一个开放性的通行系统互连参考模型，他是一个定义的非常好的协议规范。OSI 模型有 7 层结构，每层都可以有几个子层。下面我简单的介绍一下这 7 层及其功能。

OSI 的 7 层从上到下分别是

- 7 应用层
- 6 表示层
- 5 会话层
- 4 传输层
- 3 网络层
- 2 数据链路层
- 1 物理层

功能作用：

1. 物理层：主要功能是直接在物理传输介质上发送和接收数据位，为数据链路层提供物理连接。
2. 数据链路层：主要功能是负责信息从一个结点到另一人结点的物理传输，检测在物理层上传输可能发生的错误并进行纠错，同时处理网络拓扑结构和流量控制等问题。
3. 网络层：主要功能是负责数据从一个结点到另一个结点的传输，并根据地址（IP/IPX 地址），为信息在网络中传输是选择最佳路径。
4. 传输层：主要功能负责数据传输时端到端的完整性，具体的说，它是在网络上建立发送主机和目的主机之间的逻辑连接，从而隐藏了上一层提供数据传输时任何网络独立信息。
5. 会话层：主要功能负责应用程序之间建立、维持和中断会话，同时也提供对设备和结点之间的会话控制，协调系统和服务之间的交流，并通过提供单工、半双工和全双工 3 种不同的通信方式，使系统和服务之间有序地进行通信。
6. 表示层：主要功能当数据在系统之间传输是时，提供应用层数据的一种公共表示。具体的说，表示层主要是一个转换器，它提供编码和转化功能，使得数据在两个系统中被传输之前，先被转换成一种标准的格式，然后再传出去。
7. 应用层：主要负责为用户的应用程序提供网络服务，包括为标识和建立与期望通信伙伴的连接，决定是否有足够的资源用来通信。

4. TCP/IP 参考模型分为几层？每层的功能作用及与 OSI 参考行对应的层次之间的关系是什么？

TCP/IP 分为四层，分别为

应用层

主要协议：VOD VPN DHCP HTTP TELNET FTP TFTP

传输层

主要协议: TCP UDP ICMP IGMP

互联网层

主要协议：IP

网络访问层

主要协议：ARP RARP

关系:

TCP 参考 ISO 模型，如 1 楼所述，但 ISO 模式是太过理想的模型

TCP/IP 只有 5 层协议，分别是应用层，传输层，网络层，链路层，物理层

应用层就是一些应用程序啦，像 HTTP，FTP 协议就在这一层里

传输层顾名思义，TCP 主要进行 TCP 链接，用于三次握手，成功后进行数据传输

网络层	IP 协议，数据在这一层进行分包，往下传送，将本地 IP，端口和目标 IP 端口放在报头
-----	--

链路层：将上层传下来的分包加上自己和目标的网卡地址（mac）通过路由在 Internet 上最终找到对方，把数据给他

5. 计算机网络接入技术有哪些？每种接入技术的特点是什么？

一通过 Modem 拨号接入网络

特点:

拨号上网的投资不大,但功能比拨号仿真终端方法联入要强得多,适合一般家庭及个人使用。使用速度慢,因为其受电话线及相关接入设备的硬件条件限制,一般在 56K 左右。

二、通过 ISDN 接入网络

特点：由于 ISDN 使用数字传输技术，因此 ISDN 线路抗干扰能力强，传输质量高且支持同时打电话和上网，速度快且方便，能支持多种不同设备，最高网速可达到 128K/S

三、通过 DDN 专线接入网络

特点：DDN 提供点到多点的连接，适合广播发送信息，也适合集中控制等业务，适用于大型企业。采用数字电路，传输质量高，时延小，通信速率可根据需要选择电路可以自动迂回，可靠性高。

四、通过 xDSL 接入网络

特点: ADSL 提供了下载传输带宽最高可达 8Mbps,上传传输带宽为 64kbps 到 1Mbps 的宽带网络。与拨号上网或 ISDN 相比,减轻了电话交换机的负载,不需要拨号,属于专线上网,不需另缴电话费。

五、通过电缆调制解调器接入网络

特点：采用这种方法，连接速率高、成本低，并且提供非对称的连接，这种方法与使用ADSL一样，用户上网不需要拨号，提供了一种永久型连接。还有就是不受距离的限制。这种方法的不足之处在于有线电视是一种广播服务，同一信号发向所有用户，从而带来了很多网络安全问题，另外，由于是共享信道，如一个地方的用户多，那么数据传输速率就会受到影响。

六、无线接入网络

特点：由于铺设光纤的费用很高，对于需要宽带接入的用户，一些城市提供无线接入。用户通过高频天线和 ISP 连接，距离在 10km 左右，带宽为 2~11MBit/s，费用低廉，但是受地形和距离的限制，适合城市里距离 ISP 不远的用户。性能价格比很高。

6. 互联网应用技术中的不同分类是什么？以及各分类之间的关系是什么？

互联网实际包括了三种互联的型式：内联网(Intranet)，外联网(Extranet)，和国际互联网(Internet)。从纯技术角度来讲，这三种类型的网络都建在同样的基础设施上，但是它们的应用是很不同的。

内联网(Intranet)是公司内部的信息交换，库存信息、财务信息、销售信息、人事信息都可以通过内联网上从一个部门传到另一个部门，从而减少了很多纸上作业，也缩短了信息周转周期，大大提高了公司内部的效率。而且，欧美的很多企业正是以内联网作为发展电子商务的第一步。

外联网(Extranet)是一些经营范围相关的公司组织在一起，共同分享彼此的产品、价钱、库存等信息，同时也进行着买和卖的交易，这种形式是人们常提的 B2B 的一种。由于网络的作用，减少了经济学中所称的“搜寻成本”(Search Cost)，从而达到提高效率的目的。与内联和外联网对等的

7. IPv4 地址分哪几类？每类的地址格式是什么？IPv6 的地址格式？

A 类：1 开头

B 类：11 开头

C 类：111 开头

D 类：1111 开头

E 类：11111 开头

IPv4 中规定 IP 地址长度为 32（按 TCP/IP 参考模型划分），即有 $2^{32}-1$ 个地址。

ipv4 所存在的问题

一般的书写法为 4 个用小数点分开的十进制数。也有人把 4 位数字化成一个十进制长整数，但这种标示法并不常见。另一方面，IPv6 使用的 128 位地址所采用的位址记数法，在 IPv4 也有人用，但使用范围更少。过去 IANAIP 地址分为 A,B,C,D 4 类，把 32 位的地址分为两个部分：前面的部分代表网络地址，由 IANA 分配，后面部分代表局域网地址。如在 C 类网络中，前 24 位为网络地址，后 8 位为局域网地址，可提供 254 个设备地址(因为有两个地址不能为网络设备使用: 255 为广播地址，0 代表此网络本身)。网络掩码(Netmask) 限制了网络的范围，1 代表网络部分，0 代表设备地址部分，例如 C 类地址常用的网

8. 互联网服务有哪些？各种服务的特点是什么？

1. 万维网服务

万维网由遍布在互联网中的被称为万维网服务器（又称为 Web 服务器）的计算机组成

2. 搜索引擎

给网上信息资源建立索引，就像图书馆有图书目录索引一样

3. 网络论坛（BBS）

英文全称是 Bulletin Board Service，即公告板服务

功能：

传递信息

邮件服务

在线交谈

文件传输

网上游戏

4. 电子邮件服务（E-mail）

电子邮件服务是一种通过计算机网络与其他用户进行联系的快速、简便、高效、廉价的现代化通信手段

5. 文件传输服务（FTP）

文件传输协议（FTP，File Transfer Protocol）是互联网上使用最广泛的文件传输协议

6. 其他服务

IP 电话和 VoIP

网络新闻

电子出版物

第四章

1. 常用的网络操作系统有哪些？请简述其特点

（1）. Windows 类

对于这类操作系统相信用过电脑的人都不会陌生，这是全球最大的软件开发商—Microsoft（微软）公司开发的。微软公司的 Windows 系统不仅在个人操作系统中占有绝对优势，它在[网络操作系统](#)中也是具有非常强劲的力量。这类操作系统配置在整个局域网配置中是最常见的，但由于它对服务器的硬件要求较高，且稳定性能不是很高，所以微软的[网络操作系统](#)一般只是用在中低档服务器中，高端服务器通常采用 UNIX、LINUX 或 Solairs 等非 Windows 操作系统。在局域网中，微软的网络操作系统主要有：[Windows NT 4.0](#) Serve、Windows 2000 Server/Advance Server，以及最新的 Windows 2003 Server/ Advance Server 等，工作站系统可以采用任一 Windows 或非 Windows 操作系统，包括个人操作系统，如[Windows 9x](#)/ME/XP 等。

（2）. NetWare 类

NetWare 操作系统虽然远不如早几年那么风光，在局域网中早已失去了当年雄霸一方的气势，但是 NetWare 操作系统仍以对网络硬件的要求较低（工作站只要是 286 机就可以了）而受到一些设备比较落后的中、小型企业，特别是学校的青睐。人们一时还忘不了它在[无盘工作站](#)组建方面的优势，还忘不了它那毫无过份需求的大度。且因为它兼容[DOS 命令](#)，其应用环境与 DOS 相似，经过长时间的发展，具有相当丰富的应用软件支持，技术完善、可靠。目前常用的版本有 3.11、3.12 和 4.10 、V4.11，V5.0 等中英文版本，NetWare 服务器对[无盘站](#)和游戏的支持较好，常用于教学网和游戏厅。目前这种操作系统有市场占有率呈下降趋势。

（3）. Unix 系统

目前常用的 UNIX 系统版本主要有：Unix SUR4.0、[HP-UX](#) 11.0，SUN 的 Solaris8.0 等。支持网络文件系统服务，提供数据等应用，功能强大，由 AT&T 和 SCO 公司推出。这种网络操

作系统稳定和安全性能非常好，但由于它多数是以命令方式来进行操作的，不容易掌握，特别是初级用户。正因如此，小型局域网基本不使用 Unix 作为网络操作系统，UNIX 一般用于大型的网站或大型的企、事业局域网中。UNIX 网络操作系统历史悠久，其良好的[网络管理](#)功能已为广大网络 用户所接受，拥有丰富的应用软件的支持。目前 UNIX 网络操作系统的版本 有：AT&T 和 SCO 的 UNIXSVR3.2、SVR4.0 和 SVR4.2 等。UNIX 本是针对[小型机](#) 主机环境开发的操作系统，是一种集中式分时多用户体系结构。因其体系 结构不够合理，UNIX 的市场占有率呈下降趋势。

(4) . Linux

这是一种新型的网络操作系统，它的最大的特点就是源代码开放，可以免费得到许多应用程序。目前也有中文版本的 Linux，如 REDHAT([红帽子](#))，[红旗 Linux](#) 等。在国内得到了用户充分的肯定，主要体现在它的安全性和稳定性方面，它与 Unix 有许多类似之处。但目前这类操作系统目前使仍主要应用于中、高档服务器中。

(5) . OS/2 网络操作系统

2. 电子商务网站和一般意义上的网站有何区别联系？

见教材 78 页

3. 一般的电子商务网站建设要经过哪几个阶段？

第一步：网站的规划与设计

电子商务网站是个较复杂的系统，一开始就要想好需要有的功能，网站的规划也是建所有网站都需要做的事情，在规划设计中需要对网站进行整体的分析，明确网站的建设目标，确定网站的访问对象，网站提供的内容与服务，网站的域名，logo，网站风格和网站目录分类等内容，这一步也是网站建设成功的前提，因为所有的建设步骤都是按规划设计进行实施的。

第二步：站点的建设

网站规划设计以后，就开始进入网站的建设阶段，这一阶段主要有域名注册，网站配置，网页制作和网站测试的四个部分。除了网站测试，需要在其他三项完成之后才能进行之外，域名注册，网站配置和网页制作相对独立，可以同时进行。

第三步：网站发布

等建设完成之后，网站就可以在因特网中发布，正式上线之后，也就是用户可以通过域名直接对我的网站进行访问了。

第四步：管理与维护

网站的管理维护虽然是最好一个步骤，但是实际上从头至尾，只要网站没有停止运行，就一直在对网站进行管理维护，所以这一步，也是最为复杂的一步，网站管理主要是对网站进行安全，性能和内容上三个方面的管理。

4. 电子商务系统的实现方式有哪些？各有什么特点？

见教材 102 页

第五章

1. 电子商务的安全性需求主要有哪几个方面？

真实性要求

有效性要求

机密性要求

不可抵赖性要求

2. 面对各种安全性威胁通常可以采用哪些安全策略？

防火墙技术、加密技术、信息摘要、数字签名、数字时间戳、认证技术等。

3. 加密技术中对称加密和非对称加密有哪些异同点？RSA 算法和 DES 算法的特点是什么？

异同：对称加密对信息的加密和解密都使用相同的密钥，而非对称加密最主要的特点就是加密和解密使用不同的密钥

4. 数字签名的作用是什么？简述数字签名的实现过程。

作用：是密钥加密和信息摘要相结合的技术，解决了信息的完整性和不可否认性。 形成过程：

① B 要求 A 出示数字证书

② A 将自己的数字证书发送给 B

③ B 首先验证签发该证书的 CA 是否合法。

④ B 用 CA 的公钥解密 A 证书的数字签名，得到 A 证书的数字摘要。

⑤ B 用摘要算法从 A 证书的明文中获得数字摘要。

⑥ B 将两个数字摘要进行对比。

5. 数字证书包括哪些主要内容？作用是什么？如何申请？

含有证书持有者的有关信息，是在网络上证明证书持有者身份的数字标识。

内容：证书中包含证书的有效期限，证书所有人的名称，证书所有人的公开密钥， 证书发行者对证书的签名。

作用：可用于发送安全电子邮件、访问安全站点、网上办公、网上保险、网上税务、 和网上银行等安全电子事物处理和安全电子交易活动。

如何申请

6. 简述 CA 认证中心的五大功能。

(1) 证书的颁发

(2) 证书的更新

(3) 证书的查询

(4) 证书的作废

(5) 证书的归档

7. 目前常用的电子商务安全交易协议有哪些？其主要区别在哪里？

主要包括安全套接层协议(SSL) 和安全电子交易协议(SET)

SSL 协议和 SET 协议的区别：

	SSL	SET
工作层次	应用层与网络网之间	应用层
认证机制	SSL3.0 实现客户与服务 器认证	多方认证
安全程度	机密性、完整性和一定 程度的身份验证	机密性、认证性、完整性和不可 否认性
运行效率	高	低
部署成本	内置浏览器和 WEB 服 务器中	安装专门的软件

8. 什么是防火墙？主要类型有哪些？其安全策略是怎样的？

它就是用一段"代码墙"把电脑和 Internet 分隔开，时刻检查出入防火墙的所有数据包，决定拦截或是放行那些数据包。

类型：

数据包过滤防火墙

代理服务防火墙

安全策略：

由上至下：策略按由上开始往下执行

匹配优先：最先匹配的策略会立即执行

默认禁止：不可见的最后一条默认策略是禁止

第六章

1. 什么是电子货币，有几种类型？各有什么特点？

所谓电子货币，是指以电子化机具和各类交易卡为媒介、以计算机技术和通信技术为手段、以电子数据形式存储在银行的计算机系统，并通过计算机网络以信息的传递形式实现流通和支付功能的货币。

电子货币的主要种类有：（1）储值卡型电子货币：一般以碰上或 IC 卡形式出现；（2）信用卡应用型电子货币：一般是 货记卡或准贷记卡；（3）存款利用型电子货币：主要有借记卡、电子支票等；（4）现金模拟型电子货币：主要是电子现金和电子钱包

电子货币具有以下特点：

- （1）以电子计算机技术为依托，进行储存，支付和流通；
- （2）可广泛应用于生产、交换、分配和消费领域；
- （3）融储蓄，信贷和非现金结算等多种功能为一体；
- （4）电子货币具有使用简便、安全、迅速、可靠的特征；
- （5）现阶段电子货币的使用通常以银行卡（磁卡、智能卡）为媒体。

2. 信用卡有哪些功能？

信用卡（英语：**Credit Card**）是一种非现金交易付款的方式，是简单的信贷服务，信用卡由银行或信用卡公司依照用户的信用度与财力发给持卡人，持卡人持信用卡消费时无须支付现金，待账单日（英语：**Billing Date**）时再进行还款。除部分与金融卡结合的信用卡外，一般的信用卡与借记卡、提款卡不同，信用卡不会由用户的帐户直接扣除资金。

信用卡是银行向个人和单位发行的，凭此向特约单位购物、消费和向银行存取现金，具有消费信用的特制载体卡片，其形式是一张正面印有发卡银行名称、有效期、号码、持卡人姓名等内容，背面有磁条、签名条的卡片。

信用卡分为贷记卡和准贷记卡，贷记卡是指银行发行的、并给予持卡人一定信用额度、持卡人可在信用额度内先消费后还款的信用卡；准贷记卡是指银行发行的。持卡人按要求交存一定金额的备用金，当备用金账户余额不足支付时，可在规定的信用额度内透支的准贷记卡。而我们所说的信用卡，一般单指贷记卡。

3. 简述电子银行的几种类型

电子银行业务是：商业银行等银行业金融机构利用面向社会公众开放的通讯通道或开放型公众网络，以及银行为特定自助服务设施或客户建立的专用网络，向客户提供的银行服务。利用电话等声讯设备和电信网络开展的电话银行业务，电子银行业务主要包括利用计算机和互联网开展的网上银行业务，利用移动电话和无线网络开展的手机银行业务，以及其他利用电子服务设备和网络，由客户通过自助服务方式完成金融交易的

支付要求金融业电子化，E-Bank（Electronic Bank）的建立成为大势所趋。

一是由一家银行总行统一提供一个网址，所有交易均由总行的服务器来完成，分支机构只是起到接受现场开户申请及发放有关软硬件工作；

二是以各分行为单位设有网址，并互相联接，客户交易均由当地服务器完成，数据通过银行内部网络联接到总行，总行再将有关数据传送到其他分支机构服务器，完成交易过程。第一种模式以工商银行，中国银行和中信银行为代表；第二种模式则被建行、招商银行所采用。

4. 简述网络银行及其特点。

网上银行（Internetbank or E-bank），包含两个层次的含义，一个是机构概念，指通过信息网络开办业务的银行；另一个是业务概念，指银行通过信息网络提供的[金融服务](#)，包括传统银行业务和因[信息技术](#)应用带来的新兴业务。在日常生活和工作中，我们提及网上银行，更多是第二层次的概念，即网上银行服务的概念。网上银行业务不仅仅是传统银行产品简单从网上的转移，其他服务方式和内涵发生了一定的变化，而且由于信息技术的应用，又产生了全新的业务品种。

优势特点

1：全面实现无纸化交易。

以前使用的[票据](#)和单据大部分被[电子支票](#)、[电子汇票](#)和电子收据所代替；原有的纸币被[电子](#)

[货币](#)，即电子现金、[电子钱包](#)、[电子信用卡](#)所代替；原有纸质[文件](#)的邮寄变为通过[数据](#)通信网络进行传送。

2：服务方便、快捷、高效、可靠。

通过网络银行，用户可以享受到方便、[快捷](#)、高效和可靠的全方位服务。任何需要的时候使用网络银行的服务，不受时间、地域的限制，即实现 [3A](#) 服务（Anywhere, Anyhow, Anytime）。

3：经营成本低廉。

由于网络银行采用了虚拟现实[信息](#)处理技术，网络银行可以在保证原有的业务量不降低的前提下，减少营业点的数量。

4：简单易用。

网上 [E-mail](#) 通信方式也非常灵活方便，便于客户与银行之间以及银行内部的沟通。

与传统[银行业务](#)相比，网上银行业务有许多优势。

一是大大降低银行经营成本，有效提高银行盈利能力。

开办网上银行业务，主要利用公共[网络资源](#)，不需设置物理的[分支机构](#)或营业网点，减少了人员费用，提高了银行[后台](#)系统的效率。

二是无时空限制，有利于扩大[客户群体](#)。

网上银行业务打破了传统银行业务的[地域](#)、[时间](#)限制，具有 [3A](#) 特点，即能在任何时候（Anytime）、任何地方（Anywhere）、以任何方式（Anyhow）为客户提供金融服务，这既有利于吸引和保留[优质客户](#)，又能主动扩大客户群，开辟新的利润来源。

三是有利于服务创新，向客户提供多种类、[个性化服务](#)。

通过银行[营业](#)网点销售[保险](#)、[证券](#)和[基金](#)等[金融](#)产品，往往受到很大限制，主要是由于一般的营业网点难以为客户提供详细的、低成本的信息咨询服务。利用[互联网](#)和银行支付系统，容易满足客户咨询、购买和交易多种金融产品的需求，客户除办理银行业务外，还可以很方便地进行网上买卖[股票债券](#)等，网上银行能够为[客户](#)提供更加合适的个性化[金融服务](#)。

5. 第三方支付平台按经营模式如何分类？

所谓第三方支付，就是一些和产品所在国家以及国外各大银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。

6. 简述支付宝的申请与使用流程。

注册支付宝帐户有以下三种渠道：

- 1、通过先注册淘宝网，然后激活支付宝帐户即可
- 2、通过先注册阿里巴巴网站，然后激活支付宝帐户即可
- 3、直接注册支付宝帐户，然后激活即可

因为先注册淘宝网或者先注册阿里巴巴网站，然后激活支付宝帐户的步骤是雷同的，所以在此以淘宝网为例进行讲解，各位宝友如有任何疑问均可以跟帖提问，谢谢，下面转入教程正题：

如果您要在淘宝网购物或者在阿里巴巴网站进行采购，亦或在一些集成了支付宝功能的网站购物，那么您就需要拥有一个属于自己的支付宝帐户，拥有支付宝帐户之前您需要先拥有一个网络电子邮箱，然后您只须根据下面的提示进行操作，即可轻松拥有支付宝帐户并使用它轻松的进行网络购物支付。

一、先注册淘宝网帐户再激活支付宝帐户

第一步：打开淘宝网

点击免费注册，然后根据提示输入相关信息，完成操作

第二步：填写注册信息

第三步：根据提示完成激活

第四步：登陆您的注册邮箱

第五步：打开信件激活页面，根据提示完成操作

第六步：激活淘宝帐户后的页面

第七步：进入我的淘宝页面，看到支付宝专区

第八步：点击激活支付宝帐户，看到帐户目前状态，点击激活

第九步：进入激活页面，根据提示完成操作

激活支付宝帐户时您可以选择根据您的需要选择个人或者公司类型，在此步您需要设置您的支付宝帐户的登录密码、支付密码，密码问题及密码问题提示答案，此几点非常重要，一定要牢记。

第十步：支付宝帐户成功激活

当您看到这个页面的时候，恭喜您，您的支付宝帐户已经成功激活，您可以返回并登陆支付宝帐户进行帐户设置及购物支付等操作

第七章

1) 从网络营销的产生和发展说明网络营销是企业今后营销发展的趋势。

九十年代初，飞速发展的国际互联网（Internet）促使网络技术应用的指数增长，全球范围内掀起应用互联网热；

随着 Internet 作为信息沟通渠道的商业使用，Internet 商用潜力被挖掘出来，显现出巨大威力和发展前景。

从整体情况看，2006 年世界电子商务交易额达 12.8 万亿美元，占全球商品交易的 18%。以美国为首的发达国家，仍然是电子商务主力军，中国等发展中国家电子商务异军突起，日益成为国际电子商务市场的重要力量。

1993 年，基于互联网的搜索引擎诞生，这标志着利用搜索引擎进行营销活动的基础已经建立，

1997-2000，网络广告和 Email 营销在中国的诞生，网络服务如域名注册和搜索引擎不断涌现，到 2000 底，多种形式的网络营销开始被应用。

2) 简述网络营销的基本概念和特点。

概念：指基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品、服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并且对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的营销活动。

特点：

1. 跨时空性。网络并不受时间约束和空间限制，这样的特性使得企业可以利用更多的时间和更大的空间，提供全天候的全球性营销服务。
2. 整体性。网络营销可以实现商品信息发布、交易、收款、售后全程服务。
3. 成本低。通过互联网进行信息交换，减少成本提高效率。
4. 多媒体。互联网可以传输多种媒体的信息可以充分发挥营销人员的创造性和能动性。
5. 交互性。互联网可以实现互动双向沟通。
6. 个性化。以消费者为主导，让消费者有更大的选择自由进行低成本与人性化的促销。
7. 高效性。电脑有较高的传输速度、运算精确度和存储大量信息的能力。
8. 技术性。网络营销是建立在高技术作为支撑的互联网的基础上的。

3) 对于企业来讲，如何结合自身特点定制网络营销规划？

网络营销战略的规划要经历三个阶段：

确定目标优势、分析计算网络营销的成本和收益、综合评价网络营销战略，主要考虑三个方面：成本应小于预期收益；能带来多大新的市场机会；企业的组织、文化和管理能否适应采取网络营销战略后的改变。

策略规划分为下面几个阶段：

(1)目标规划 在确定使用该战略同时，识别与之相联系的营销渠道和组织，提出改进目标和方法。

(2)技术规划 网络营销很重要的一点是要有强大的技术投入和支持，因此资金投入和系统购买安装，以及人员培训都应统筹安排。

(3)组织规划 实行数据库营销后，企业的组织需进行调整，以配合该策略实施，如增加技术支持部门，数据采集处理部门，同时调整原有的推销部门等。

(4)管理规划 组织变化后必然要求管理的变化。企业的管理必须适应网络营销需要，如销售人员在销售产品同时，还应记录顾客购买情况，个人推销应严格控制，以减少费用等。

4) 网络营销的主要职能有哪些？

- (1)销售职能
- (2)推广职能
- (3)服务职能
- (4)调研职能

5) 企业可以采用的网络营销工具有哪些？

网页广告

企业网站

微博

搜索引擎

电子邮件

BBS
新闻组
即时通信
SNS 社区

6) 网络营销策略管理的具体内容有哪些？

1.产品策略

在开发网络新产品时，网络经营者可以与客户合作设计产品，在网络上征求客户对产品的反馈信息，并使用互联网资源来寻找更多的机会。企业可以利用六种新产品开发战略(指非连续性创新、延伸现有的产品线、调整现有产品、产品重新定位以及用低价推出相同产品)。互联网产品可以分为软件产品、硬件产品以及服务等横向的三类，也可以按互联网内容提供商、互联网基础设施以及最终使用者分为纵向的三类。

2.定价策略

网络营销研究消费者为满足其需求所愿支付的成本。网络技术的发展促进了商品的规模定制，使动态定价更加普遍，特别是针对细分市场(有时是单个的消费者)进行的谈判定价和差异定价。

3.分销渠道

网络营销着重考虑消费者购买产品的方便性。互联网有助于提高买方和卖方的权力。它还改变了电子数据交换的形式，加强了供应商和买家之间的关系。网络中介的主要商务模式是内容赞助、直接销售、信息中介和网络经纪人或代理商等。

4.整合营销沟通策略

7) 互联网和其他广告媒体有何区别与联系？

	纸介媒体	电视	互联网网站
时间	制作周期长、播报时间限制大	制作周期长、播报时间限制大	制作周期短、24 小时无间断、突破时间限制
空间	版面限制大	画面限制大	突破空间限制，自由度大
反馈空间	及时反应能力弱	及时反应能力弱	交互式服务，反馈手段便立即时，可提供细致的追踪报告
检索能力	差	无	强
宣传形式	文字、画面	画面、声音	多媒体技术、文字、画面、声音相结合
读者群素质	一般	广泛	大专以上学历近 80%
读者投入度	一般	一般	高度集中
可统计性	不强	不强	强，统计结构及时、准确
价格	中	高	低

第八章

1.按物流所起的作用可以将物流分为哪几类？

根据作用领域的不同，物流分为生产领域的物流和流通领域的物流：

生产领域的物流贯穿生产的整个过程。生产的全过程从原材料的采购开始，便要求有相应的供应物流活动，即采购生产所需的材料；在生产的各工艺流程之间，需要原材料、半成

品的物流过程，即所谓的生产物流；部分余料、可重复利用的物资的回收，就是所谓的回收物流；废弃物的处理则需要废弃物物流。

流通领域的物流主要是指销售物流。在当今买方市场条件下，销售物流活动带有极强的服务性，以满足买方的需求，最终实现销售。在这种市场前提下，销售往往以送达用户并经过售后服务才算终止，因此企业销售物流的特点便是通过包装、送货、配送等一系列物流实现销售。

2.物流的基本功能有哪些？

采购

运输

储存保管

配送

包装

装卸搬运

通顺加工

信息处理

3.电子商务物流有哪几种模式？

1. 自营物流
2. 物流联盟
3. 第三方物流
4. 第四方物流
5. 物流一体化

4.简述第四方物流及其优势。

第四方物流是一个供应链的集成商，是供需双方及第三方的领导力量。它不是物流的利益方，而是通过拥有的信息技术、整合能力以及其他资源提供一套完整的供应链解决方案，以此获取一定的利润。它是帮助企业实现降低成本和有效整合资源，并且依靠优秀的第三方物流供应商、技术供应商、管理咨询以及其他增值服务商，为客户提供独特的、广泛的供应链解决方案。

第四方物流的优势突出表现在以下四个方面。

- 1.具有对整个供应链及物流系统进行整合规划的优势。
- 2.具有对供应链服务商进行资源整合的优势。
- 3.具有信息及服务网络优势。
- 4.具有成本优势和服务质量优势。

5.物流配送有哪几个特点？

新型物流配送有以下几个特点。

- 1.信息化
- 2.自动化
- 3.网络化
- 4.智能化
- 5.柔性化

6.虚拟化

6.简述物流的基本技术及应用。

1、条码技术。条码技术为我们提供了一种对物流中的物品进行标识和描述的方法。借助自动识别技术、POS 系统、EDI 等现代技术手段，企业可以随时了解有关产品在供应链上的位置，并及时作出反应。

2、射频技术。射频技术（Radio Frequency, RF）的基本原理是电磁理论。射频系统不局限于视线，识别距离比光学系统远，射频识别卡具有读写能力，可携带大量数据，难以伪造，且有一定的智能。RF 适用于物料跟踪、运载工具和货架识别等要求非接触数据采集和交换的场合，由于 RF 标签具有可读写能力，因而它对于需要频繁改变数据内容的场合尤为适用。

3、便携式数据终端。集激光扫描、汉字显示、数据采集、数据处理、数据通信等功能于一体的高科技产品，它相当于一台小型的计算机，将电脑技术与条形码技术完美结合，利用物品上的条形码作为信息快速采集手段。兼具了掌上电脑、条码扫描器的功能，目的是进行数据的采集和传送。

4、GIS 技术。GIS（Geographical Information System，地理信息系统）是 20 世纪 60 年代开始迅速发展的多种学科交叉的产物。

GIS 的在物流中的应用主要体现在 GIS 能够构建一些模型，解决在运输、配送、保管等物流功能中的优化问题，能够提高物流的效率和效益。GIS 在物流中的模型主要有：车辆路线模型、最短路径模型、网络物流模型、分配集合模型、设施定位模型等。

5、GPS 技术。GPS（Global Positioning System，全球定位系统）具有在海、陆、空进行全方位实时三维导航与定位的能力。GPS 具有全天候、高精度、自动化、高效益等特点，可以成功地应用于大地测量、工程测量、航空摄影测量、运载工具导航和管制、地壳运动监测、工程变形监测、资源勘察以及地球动力学等多种学科。GPS 在物流领域可以应用于汽车自定位、跟踪调度，也可用于铁路运输管理和军事物流。

6、COMPASS 技术。COMPASS（中国北斗卫星导航系统）作为中国独立发展、自主运行的全球卫星导航系统，是国家正在建设的重要空间信息基础设施，可广泛用于经济社会的各个领域。

案例分析

京东商城是中国 B2C 市场最大的 3C 网购专业平台，是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具有影响力的电子商务网站之一。

作为全国首家投资自建仓储配送的网络零售企业，京东商城目前已建成了行业领先的物流体系。在 183 个城市实现了自营配送，提供上门自提、货到付款、POS 机刷卡和售后上门服务，并在 22 个城市开通了“211 限时达”服务。通过此次业务优化举措，京东商城计划进一步提升客户体验。

2009 年至今，京东商城陆续在天津、苏州、杭州、南京、深圳、宁波、无锡、济南、武汉、厦门等超过 300 座重点城市建立了城市配送站，为用户提供物流配送、货到付款、移动 POS 刷卡、上门取换件等服务。2010 年，京东商城在北京等城市率先推出“211 限时达”配送服务，在全国实现“售后 100 分”服务承诺，随后又推出“全国上门取件”、“先行赔付”、7×24 小时客服电话等专业服务。2011 年初，京东商城推出“GIS 包裹实时跟踪系统”；3 月，京东商城获得宏碁（Acer）电脑产品售后服务授权，同期发布“心服务体系”，京东商城开创了电子商务行业全新的整体服务标准。

请根据上述案例材料，回答以下问题：

1) 京东商城在它的物流体系中应用了哪些技术？

2) 试分析京东商城物流理念和技术应用上的优点。

3) 结合案例考虑面向现代化、面向未来的新物流体系发展走向。

答:

- 1、京东商城使用了, GIS 技术, 便携式数据终端技术, 及 GPS 等技术
- 2、京东商城的物流理念是建立强大的自建物流系统, 在物流方面自建可以比第三方物流节省更多成本, 可以不依靠别的企业。 一是可以使企业掌握对物流的控制力 二是可以保持旺盛的竞争力。 节省开支,

在技术应用上, 京东使用了多种新技术, 如 GIS, GPS, 便携式数据终端等。实现了端到端的物流服务, 节省了成本, 提高了效率, 保证了物流过程的安全性。

3、新物流体系的建立, 离不开高新技术的应用

- (1) 先进的库存管理系统, 实现 0 库存, 降低成本, 实时配送
- (2) GIS 与 GPS 系统的应用, 物流效率提高, 成本降低, 耗时减少, 可靠性增加
- (3) 射频技术与电子钱包的应用, 实现了物流系统的前后向一体化, 方便了客户, 提高了产业关联度
- (4) 端到端的个性化物流将成为主流。GPS 与 CRM 系统的结合, 可以提供更加个性化的服务。

第九章

1) 简述虚拟技术在电子商务中的应用。

1. 网上购物与实物虚化。
2. 虚物实化。例如网上试衣
3. 创建购物虚拟场景。在电子商务中, 商家通过虚拟现实技术构建购物虚拟场景, 使用户有身临其境的感觉。

2) 和传统商务相比, 移动电子商务的优势是什么?

- 1、不受时空限制的移动性
- 2、提供更好的私密性和个性化服务
- 3、信息的获取将更为及时
- 4、基于位置的服务
- 5、网上支付更加方便快捷

3) 简述移动电子商务的发展趋势。

1. 企业级电子商务应用将成为移动电子商务领域的热点

在当前, 很多互联网企业采取的是 B2B 模式或 B2C 模式。淘宝网就是实施 B2C 模式的一个成功的典范。

2. 信息的获取与处理将成为移动电子商务的主要应用

互联网公司最成功的模式就是发挥双向经济的特点, 利用双边市场模型, 采取“主营业务+辅助业务”的双业务形式拓展。通常面向一般客户时免费, 而对高端客户和企业用户采取付费模式。腾讯、360 等公司采取的均是这种策略。

3. 安全性问题

安全性问题仍将是电子商务发展的巨大商机。现在移动电子商务依赖于安全性较差的无线网络, 安全性是移动电子商务中需要重点考虑的因素, 更是移动电子商务能否取得成功的

最关键因素。

4. 移动终端的发展契机

移动电子商务中的信息获取、交易等问题都和终端密切相关。终端不仅要带动移动电子商务上的新风尚，并且对业务开展有着至关重要的影响。

5. 移动营销将具有极大的爆发力

移动电子商务与无线广告两者相辅相成，不可或缺。结合了电子商务的移动营销（广告）拥有巨大的成长空间。

4) 简述云计算的分类及各自的特点。

（1）按服务类型分类

应用云，提供软件即时服务。

平台云，提供平台即时服务。

基础设施云，提供基础设施服务。

2) 按服务方式分类

公有云:公有云是由若干企业和用户共享使用的云环境。在公有云中，用户所需的服务由一个独立的、第三方云提供商提供。该云提供商也同时为其他用户服务，这些用户共享这个云提供商所拥有的资源。

私有云:私有云是某个企业独立构建和使用的云环境。私有云是指企业或组织专有的云计算环境。在私有云中，用户是这个企业或组织的内部成员，这些成员共享着该云计算环境所提供的所有资源，公司或组织以外的用户无法访问这个云计算环境提供的服务。

混合云:混合云则是指公有云和私有云的混合。一般来说，对安全性、可靠性及 IT 可监控性要求较高的公司或组织，如金融机构、政府机关、大型企业等，是私有云的潜在使用者。因为他们已经拥有了规模庞大的 IT 基础设施，因此只需进行少量的投资，将自己的 IT 系统升级，就可以拥有云计算带来的灵活与高效，同时有效地避免使用公有云可能带来的负面影响。除此之外，他们也可以选择混合云，将一些安全性和可靠性需求相对较低的应用，如人力资源管理部署在公有云上，来减轻对自身 IT 基础设施的负担。

5) 简述基于云计算的电子商务的优点。

与传统电子商务比较我们可以看出云计算电子商务有以下优点。

（1）云计算降低了基础设施成本

（2）云计算提供了更高的计算与存储性能

（3）云计算可以轻松实现电子商务企业之间和企业内部的共享与协作

案例分析

宇航广告公司是一家集广告策划、设计、制作、发布于一身的综合性广告公司，公司总部设在江苏，在余杭设有办事处。近年来，随着公司业务的不拓展，业务范围不断扩大，一系列管理、经营上的问题开始显露出来：众多客户文件无法及时处理；领导出差不能批复公文；公司内部不能很好地进行资源共享；内部电脑时常感染病毒……公司管理层越来越感觉到：传统的企业管理、经营办法已不能适应现代企业，必须借助信息化的手段，才能使企业健康、持续地发展。

中国联通客户经理根据宇航广告公司的实际需要，推荐了移动电子商务的系列产品。

1) 旗舰协同办公系统。该系统集成了公文流转、资产管理、会议管理、车辆管理、人

事管理、个人办公、在线交流等众多功能，并解决了公司内部信息资源共享等难题。

2) 网络传真。该产品是一款基于互联网的联通增值业务，它可将各种电子文档通过电脑方式方便、快速、廉价地发送到世界各地的传真机上，具有群发、智能重发、定时发送、流动办公、电子签章、个性化提醒等功能。

3) 网络硬盘。该产品将公司电脑硬盘上的资料存储到中国联通的旗舰网络硬盘里，只要有上网的接口，就能随时随地上传、下载、阅读公司文件，而无需担心企业数据的安全。

4) 蓝剑、蓝盾系统。该产品内置了采用国际领先技术的防病毒引擎，具有强力的查杀病毒功能，同时可以监控、检测互联网上收到的各种数据文件，清除文件中病毒，修复受感染文件。

使用了移动电子商务业务后，短短的几个月时间，宇航广告公司就收到了立竿见影的效果。首先，协同办公系统的“事件驱动”机制大大提高了员工的工作效率，统一的流程使公司的管理走上了规范化、科学化的道路。其次，公司领导无论身在何处，都能通过网络实现远程办公和对公司的管理。

请根据上述案例材料，回答以下问题：

1) 说明移动电子商务在宇航广告公司中所发挥的作用。

2) 简要分析移动电子商务未来的发展趋势。

1、

1.提高了办公效率。协同办公的应用，提高了办公中的协作效率，降低了成本

2，提高了信息安全程度。蓝剑、蓝盾系统的使用，保护了宇航公司的信息安全。

2、

1 移动互联网的商业炒作将达到顶峰。 移动运营商和通信设备制造商将围绕着移动互联网进行大肆宣传，因为它们已经在数 据通信设备和运营许可证上投入了巨额资金。

2、企业应用将成为移动电子商务领域的中心和热点。 无线客户关系管理(CRM)、销售管理和其它企业应用将使得企业用户不论在收入和办 公效率方面都获益匪浅

3、消费者使用移动设备主要是获取信息而不是进行事务处理和交易。 对消费者来说，他们主要使用手机获取信息如电子邮件、股票行情、天气、旅行路线 和航班信息等。

4、移动电话中将集成嵌入式条形码阅读器，这为移动商务带来新鲜的风气。 预计具备嵌入条形码阅读器的手机今年就能供货。这新功能将在在传统商业和网络商 业之间架起桥梁，嵌入条形码阅读器解决了数据输入的问题，而这是移动电子商务迈上了 一个新的台阶。

5、移动安全性将成为一个热点问题。 随着人们开始逐渐接受采用移动设备接入互联网，同时也开始日益关注类似于 PC 机的 安全性问题。当采用移动通信设备进行数据共享以及移动设备功能的不断增加，这种安全 性顾虑更加突出。尽管目前全球使用的具有数据传输能力的移动设备达到了数百万之众， 但是这些设备几乎没有什么安全机制。

5、无线通信设备上的广告将继续增加。 今年将是无线广告兴起的一年，并且成为一种时尚。虽然它不会成为运营商的重要收 入来源，但是它为广告客户提供了一个新的宣传媒介。

6、移动通信运营商必须改变它们的业务销售策略。 直到现在，运营商将其业务销售对象定位于消费者，但是这一策略即将发生改变