

## 团队教师出版的教材与专著

序号	教材及论著名称	书号	出版社	出版日期	备注
1	商品学基础	ISBN: 978-7-04-059743-1	高等教育出版社	2023年4月	
2	电子商务实务	ISBN: 978-7-5763-0284-4	北京理工大学出版社	2021年8月	
3	网络检索与SEO	ISBN: 978-7-5670-2099-3	中国海洋大学出版社	2020年	
4	网店开设与管理实训	ISBN: 978-7-121-40384-2	电子工业出版社	2021年2月	
5	电子商务概论	ISBN: 978-7-5100-3154-0	中国出版集团 世界图书出版公司	2022年	
6	跨境电子商务背景下 国际贸易实务研究	ISBN: 978-7-5639-7198-5	北京工业大学出版社	2021年6月	
7	网络经济与管理研究	ISBN: 978-7-5731-2122-6	吉林出版集团股份有限公司	2023年6月	
8	互联网时代大学生创业教育与价值观培育研究	ISBN: 978-7-5208-2290-9	中国商业出版社	2023年6月	
9	团队建设与管理	ISBN: 978-7-313-28398-6	上海交通大学出版社	2023年5月	
10	生态文明建设与经济发展研究	ISBN: 978-7-5103-4428-2	中国商务出版社	2023年6月	



“十四五”职业教育国家规划教材



icve  
智慧职教

高等职业教育在线开放课程  
新形态一体化教材



国家职业教育市场营销专业教学资源库配套教材

# 商品学基础

(第六版)

主编 窦志铭

中国教育出版传媒集团  
高等教育出版社

## 内容提要

本书是“十四五”职业教育国家规划教材，也是国家职业教育市场营销专业教学资源库“商品学基础”课程的配套教材。

为解决企业日常经营中与商品质量相关的问题，本书以商品学研究的中心——商品质量问题为主线，以商品学基础理论、常用方法和主要技能为重点，构建了全书的知识体系和内容框架。本书主要介绍了商品学概述、商品分类、商品质量、商品标准、商品检验与监督、商品包装和商品科学养护共七章的内容。本次修订注重体现商品学核心知识点的科学性、先进性和时代性，对全书内容进行了系统性的更新，设计了“商品观察”“行业前沿”“工具方法”等新栏目，力求反映商品学发展的新技术、新动态、新规范，突出理论和实践相结合的职业教育类型特色。

本书既可以作为高等职业教育专科、本科院校市场营销、电子商务、国际贸易、工商企业管理、连锁经营、物流管理等财经商贸类专业的教材，也可供五年制高职及中职相关专业学生使用，还可以作为商品流通企业相关业务人员的自学参考用书。

本书在“智慧职教”平台上建有数字课程，配有微课、动画、课件、图片、题库等类型丰富的数字化教学资源，并选取其中的优质资源通过二维码在书中展示。具体学习方式详见本书的“智慧职教”服务指南和“郑重声明”页的资源服务提示。

## 图书在版编目(CIP)数据

商品学基础 / 窦志铭主编. -- 6版. -- 北京 : 高等教育出版社, 2023.4 (2024.1重印)  
ISBN 978-7-04-059743-1

I. ①商… II. ①窦… III. ①商品学-高等职业教育-教材 IV. ①F76

中国国家版本馆CIP数据核字(2023)第009354号

商品学基础(第六版)  
SHANGPINXUE JICHU

策划编辑	贾若曦	责任编辑	贾若曦	封面设计	贺雅馨	版式设计	王艳红
责任绘图	李沛蓉	责任校对	窦丽娜	责任印制	刘思涵		

出版发行	高等教育出版社	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
社 址	北京市西城区德外大街4号		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
邮政编码	100120	网上订购	<a href="http://www.hepmall.com.cn">http://www.hepmall.com.cn</a>
印 刷	天津画中画印刷有限公司		<a href="http://www.hepmall.com">http://www.hepmall.com</a>
开 本	787mm×1092mm 1/16		<a href="http://www.hepmall.cn">http://www.hepmall.cn</a>
印 张	13	版 次	2005年3月第1版
字 数	240千字		2023年4月第6版
插 页	1	印 次	2024年1月第2次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	47.00元
咨询电话	400-810-0598		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换  
版权所有 侵权必究  
物料号 59743-A0



# 目录 <<<<<<<<

## 第1章 商品学概述 / 001

- 1.1 商品学的研究对象和内容 / 003
- 1.2 商品学的产生与发展 / 005
- 1.3 商品学的研究方法 / 006

## 第2章 商品分类 / 011

- 2.1 商品分类的概念与原则 / 013
- 2.2 商品分类标志与分类方法 / 016
- 2.3 商品编码与编码方法 / 023
- 2.4 商品条形码 / 025
- 2.5 常见的商品目录和商品分类体系 / 031

## 第3章 商品质量 / 043

- 3.1 质量与商品质量 / 045
- 3.2 商品质量特性与评价 / 051
- 3.3 质量影响因素与管理 / 055

## 第4章 商品标准 / 069

- 4.1 标准与商品标准 / 071
- 4.2 商品标准的级别 / 078
- 4.3 我国商品标准的基本结构和内容 / 084
- 4.4 标准化和商品标准的制定 / 087

## 第5章 商品检验与监督 / 095

- 5.1 商品检验概述 / 097
- 5.2 商品抽样与检验 / 101
- 5.3 商品质量监督 / 112

## 第6章 商品包装 / 131

- 6.1 商品包装认知 / 133
- 6.2 商品包装技术 / 139
- 6.3 商品包装标识 / 145





“十四五”职业教育国家规划教材



高等职业教育在线开放课程  
新形态一体化教材



国家职业教育市场营销专业教学资源库配套教材

- 现代市场营销（第四版）
- ▶ 商品学基础（第六版）
- 商务礼仪（第三版）
- 营销策划（第二版）
- 市场调查与分析（第三版）
- 消费心理学（第二版）
- 商务谈判（第二版）
- 推销技术（第三版）
- 广告原理与实务（第二版）
- 智能客户服务实务（第三版）
- 渠道管理（第二版）
- 公共关系（第二版）
- 商业文化与素养（第二版）

- 肖洞松
- 冀志铭
- 徐汉文 张云河
- 章金萍 方志坚
- 夏学文 周惠娟
- 崔平
- 杨群祥
- 毕思勇
- 郑承志
- 王鑫 赵雨
- 王方
- 邢伟 徐盈群
- 孙参运 范方舟

智慧职教助力智慧课堂



新形态一体化教材



开放共享学习



信息化教学深度应用



ISBN 978-7-04-059743-1



定价 47.00 元

高等职业教育精品教材

# 电子商务实务

◎ 主编 陈红 高进锋



 北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

高等职业教育精品教材

# 电子商务实务

主 编 陈 红 高进锋  
副主编 刘海宏 倪国章 林雪媛  
参 编 杨玉婵 黄 姣 祁兆辉  
汤秋婷 唐 斌 董海云  
李周才 张 梦



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

### 图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务 / 陈红, 高进锋主编. -- 北京: 北京理工大学出版社, 2021.8 (2021.9 重印)

ISBN 978-7-5763-0284-4

I. ①电… II. ①陈… ②高… III. ①电子商务-高等学校-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 177594 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)  
(010) 82562903 (教材售后服务热线)  
(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市天利华印刷装订有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 15.5

字 数 / 365 千字

版 次 / 2021 年 8 月第 1 版 2021 年 9 月第 2 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑 / 孟祥雪

文案编辑 / 孟祥雪

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 施胜娟

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

# 目 录

项目一 电子商务基础知识 .....	(1)
任务1 电子商务的定义及发展阶段 .....	(1)
一、电子商务的定义 .....	(2)
二、电子商务的产生和发展历程 .....	(3)
任务2 电子商务的分类和特点 .....	(5)
一、电子商务的分类 .....	(5)
二、电子商务的特点与功能 .....	(8)
项目二 电子商务技术基础 .....	(11)
任务 电子商务系统 .....	(11)
一、电子商务系统组成 .....	(12)
二、电子商务的一般框架 .....	(13)
项目三 电子商务模式 .....	(16)
任务1 C2C 电子商务模式 .....	(16)
一、C2C 电子商务模式概述 .....	(17)
二、C2C 电子商务基本业务流程 .....	(18)
三、C2C 拍卖平台 .....	(19)
四、C2C 电子商务盈利模式 .....	(20)
任务2 B2C 电子商务模式 .....	(22)
一、B2C 电子商务模式概述 .....	(23)
二、B2C 电子商务模式分类 .....	(23)
三、B2C 电子商务交易流程 .....	(24)
任务3 B2B 电子商务模式 .....	(27)
一、B2B 电子商务模式概述 .....	(28)
二、B2B 电子商务模式分类 .....	(28)

## 2. 电子商务实务

三、B2B 电子商务交易流程	(29)
任务4 O2O 电子商务模式	(33)
一、O2O 电子商务模式概述	(34)
二、O2O 电子商务模式的优势	(34)
三、O2O 电子商务的盈利模式	(35)
任务5 电子商务其他模式	(38)
一、C2B 电子商务模式概述	(39)
二、B2T 电子商务模式概述	(39)
三、B2M 电子商务模式概述	(40)
四、G+F 电子商务模式概述	(41)
五、A2B 电子商务模式概述	(41)
六、B2B2C 电子商务模式概述	(41)
七、B2B2B 电子商务模式概述	(42)
项目四 电子商务开店模块	(44)
任务1 网上开店的基本流程	(44)
一、开店前期准备	(45)
二、了解并选择开店平台	(45)
三、申请开设店铺并完成装修	(46)
四、确定进货形式	(46)
五、商品拍照	(46)
六、商品上传	(46)
七、店铺推广	(46)
八、商品售前、售中服务	(47)
九、交易、发货	(47)
十、买家评价或投诉的处理	(47)
十一、售后服务	(47)
任务2 开店模式的选择	(47)
一、自助式开店与创建独立网站	(48)
二、自己进货与网络代销	(49)
任务3 开店平台的选择	(50)
一、淘宝网	(50)
二、天猫商城	(51)
三、京东商城	(53)
任务4 京东开店	(57)
一、京东开放平台开店的优势	(58)
二、京东开放平台开店的规则	(58)
三、京东开放平台类目资质要求	(58)
四、京东开放平台类目资费要求	(62)

五、申请入驻京东 .....	( 63 )
<b>项目五 电子商务页面编辑模块</b> .....	( 66 )
任务 1 HBuilder X 软件安装及常用操作 .....	( 66 )
一、HBuilder X 介绍 .....	( 66 )
二、HBuilder X 下载及安装 .....	( 66 )
三、HBuilder X 软件常用操作 .....	( 67 )
四、创建基本的 HTML 项目 .....	( 69 )
任务 2 HTML 语法及网店装修常用标签 .....	( 70 )
一、HTML 简介 .....	( 70 )
二、HTML 语法规范 .....	( 70 )
三、网店装修中常用标签及属性 .....	( 71 )
任务 3 PC 端首页装修 .....	( 78 )
一、色彩搭配 .....	( 78 )
二、店铺 PC 端首页布局 .....	( 85 )
三、京东店铺 PC 端首页装修 .....	( 85 )
四、淘宝店铺 PC 端装修 .....	( 97 )
任务 4 App 端首页装修 .....	( 108 )
一、淘宝平台 App 后台介绍 .....	( 109 )
二、主要容器功能介绍 .....	( 110 )
三、店铺 App 端首页布局 .....	( 113 )
四、装修 App 端首页 .....	( 114 )
<b>项目六 电子商务安全</b> .....	( 118 )
任务 1 电子商务交易安全需求及技术 .....	( 118 )
一、电子商务安全概述 .....	( 119 )
二、电子商务安全技术 .....	( 120 )
任务 2 电子商务交易安全解决方案、策略及日常防范 .....	( 125 )
一、PKI 体系 .....	( 126 )
二、基于 PKI 体系的文件安全传送 .....	( 127 )
三、基于电商平台的电子商务交易安全策略 .....	( 128 )
四、日常安全防范 .....	( 128 )
<b>项目七 电子支付</b> .....	( 131 )
任务 1 认识电子支付 .....	( 131 )
一、电子支付概述 .....	( 132 )
二、网上银行 .....	( 134 )
任务 2 第三方支付平台与移动支付 .....	( 135 )
一、第三方支付平台及移动支付 .....	( 136 )

## 4 电子商务实务

<b>项目八 网店客服</b> .....	(140)
任务1 初识网店客服 .....	(140)
一、网店客服概述 .....	(141)
二、网店客服应具备的知识 .....	(143)
任务2 售前、售中、售后客服 .....	(150)
一、客服分类及工作内容 .....	(150)
二、客服准备工作 .....	(151)
三、在线沟通工具——千牛 .....	(152)
四、售前客服 .....	(157)
五、售中客服 .....	(159)
六、售后客服 .....	(160)
<b>项目九 营销手段及推广</b> .....	(164)
任务1 电子商务营销推广概述 .....	(164)
一、电子商务营销的特点 .....	(165)
二、电子商务营销的发展趋势 .....	(165)
任务2 电子商务平台内营销推广 .....	(167)
一、电子商务平台付费推广工具 .....	(167)
二、电子商务平台内活动营销 .....	(177)
三、移动端营销 .....	(180)
任务3 新媒体平台营销推广 .....	(180)
一、微信推广 .....	(181)
二、微博推广 .....	(185)
三、抖音推广 .....	(188)
四、H5推广 .....	(191)
<b>项目十 电子商务物流及配送</b> .....	(197)
任务1 电子商务下的物流概述 .....	(198)
一、电子商务下物流业的发展趋势 .....	(198)
二、电子商务环境下物流的实现模式 .....	(200)
任务2 电子商务配送 .....	(202)
一、电子商务配送的概述 .....	(202)
二、电子商务的物流配送流程 .....	(203)
三、电子商务物流配送中心 .....	(204)
四、将配送中心按照不同的标准分类 .....	(204)
五、电子商务物流配送的特点 .....	(205)
任务3 电子商务环境下的供应链管理 .....	(206)
一、供应链管理概念 .....	(206)
二、电子商务下供应链管理的主要功能 .....	(206)

三、电子商务环境下供应链管理的主要内容 .....	(207)
<b>项目十一 电子商务前沿与展望</b> .....	(211)
任务1 领域前沿 .....	(211)
一、移动商务 .....	(212)
二、跨境电商 .....	(213)
三、旅游电商 .....	(214)
四、农村电商 .....	(215)
五、医药电商 .....	(216)
任务2 技术前沿 .....	(217)
一、物联网 .....	(218)
二、云计算 .....	(220)
三、大数据 .....	(222)
四、人工智能 .....	(223)
任务3 模式前沿 .....	(225)
一、粉丝经济 .....	(226)
二、共享经济 .....	(227)
三、场景电商 .....	(228)
四、直播带货 .....	(229)
五、互联网+ .....	(229)
任务4 电商时代 .....	(230)
一、电商 1.0 .....	(231)
二、电商 2.0 .....	(231)
三、电商 3.0 .....	(232)
四、电商 4.0 .....	(232)
<b>参考文献</b> .....	(236)



高等职业教育“十三五”规划教材

计算机系列

# 网络检索与SEO

主编 © 吴红光 王林霞 吴丽红



中国海洋大学出版社  
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS



扫描全能王 创建

图书在版编目 ( CIP ) 数据

网络检索与 SEO / 吴红光, 王林霞, 吴丽红主编. --  
青岛: 中国海洋大学出版社, 2019.1  
ISBN 978-7-5670-2099-3

I. ①网… II. ①吴… ②王… ③吴… III. ①网络营销  
IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 022412 号

出版发行 中国海洋大学出版社  
社 址 青岛市香港东路 23 号 邮政编码 266071  
出 版 人 杨立敏  
网 址 <http://www.ouc-press.com>  
电子信箱 [sjyybook@163.com](mailto:sjyybook@163.com)  
订购电话 010-69733826  
责任编辑 王积庆 电 话 0532-85902349  
印 制 大厂回族自治县彩虹印刷有限公司  
版 次 2019 年 1 月第 1 版  
印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷  
成品尺寸 185mm × 260mm  
印 张 16  
字 数 421 千  
定 价 48.00 元



责任编辑：王积庆

封面设计：史利娟

终审：韩玉堂

## 高等职业教育计算机系列精品教材

- ☆ JSP 程序设计
- ☆ 计算机网络技术基础
- ☆ 计算机组装与维护
- ☆ Photoshop 图形图像处理
- ☆ Flash 动画制作
- ☆ 数据库基础及应用 SQL Server
- ☆ 计算机办公应用
- ☆ Dreamweaver 网页设计实用教程
- ☆ JAVA 程序设计
- ☆ 局域网组网技术
- ☆ 3ds Max 实用教程
- ☆ 多媒体技术与应用
- ☆ 单片机原理与应用
- ☆ C 语言程序设计
- ☆ 网页设计与制作
- ☆ Illustrator 中文版图形图像绘制
- ☆ CorelDRAW 应用教程
- ☆ 网络检索与 SEO



ISBN 978-7-5670-2099-3



9 787567 020993 >

定价：48.00元



扫描全能王 创建

高职高专教育“十二五”规划教材

# E-Commerce Infrastructure and Practice

## 电子商务 基础与实务

主编 杜进



中国建材工业出版社



扫描全能王 创建

高职高专教育“十二五”规划教材

图书在版编目(CIP)数据

前言

# 电子商务基础与实务

主编 杜进

副主编 (以姓氏笔画为序)

于帅 王裴玉

李鑫 高进锋

潘平平

参编 (以姓氏笔画为序)

王兰芬 甘宏

孙勇毅 彭健

主 编 杜 进  
副 编 于 帅 王 裴 玉  
李 鑫 高 进 锋  
参 编 王 兰 芬 甘 宏  
孙 勇 毅 彭 健

ISBN 978-7-302-32527-9  
I 271.6  
CIP 数据

中国建材工业出版社



扫描全能王 创建

策划编辑：刘庆保  
责任编辑：佟令玫  
封面设计：华盛英才

发行部：010-88386906  
编辑部：010-88385207  
广告部：010-68361706  
本社网址：[www.jccbs.com.cn](http://www.jccbs.com.cn)

ISBN 978-7-80227-947-6



9 787802 279476 >

定价：32.00元



扫描全能王 创建



# 网店开设与 管理实训



冯子川 ◎ 主 编  
李浩明 李 剑 黄菲菲 ◎ 副主编  
何文生 江学斌 ◎ 主 审

中国工信出版集团

电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

电子商务人才培养系列教材·服务岗位群

# 网店开设 与管理实训

冯子川 ◎ 主 编

李浩明 李 剑 黄菲菲 ◎ 副主编

何文生 江学斌 ◎ 主 审

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

- 活动 37 参与优惠券及限时打折活动 / 130
- 任务 3 利用站外活动推广 / 135
  - 活动 38 论坛推广 / 135
  - 活动 39 视频推广 / 139
  - 活动 40 朋友圈推广 / 142
- 项目总结 / 144
- 项目检测 / 144

#### 项目六 管理评价与客户服务 / 147

- 任务 1 管理评价和分析交易数据 / 148
  - 活动 41 管理评价 / 148
  - 活动 42 分析交易数据 / 150
- 任务 2 管理订单及客服 / 154
  - 活动 43 售前服务 / 154
  - 活动 44 售中服务 / 156
  - 活动 45 售后服务 / 157
- 项目总结 / 158
- 项目检测 / 158

#### 项目七 理货入库和打包配送 / 160

- 任务 1 理货入库 / 161
  - 活动 46 验收理货 / 161
  - 活动 47 编号入库 / 168
- 任务 2 商品配送 / 174
  - 活动 48 商品包装 / 174
  - 活动 49 发货处理 / 178
- 项目总结 / 189
- 项目检测 / 190

## 网店开设与管理实训

### 项目三 商品图片处理 / 063

#### 任务1 美化商品图片 / 064

- 活动16 裁剪、调整图片 / 064
- 活动17 修补图片污点 / 068
- 活动18 调整图片的曝光度、亮度和色差 / 072
- 活动19 更换图片背景 / 076
- 活动20 批量添加图片水印 / 078

#### 任务2 管理图片空间 / 083

- 活动21 给商品图片命名 / 084
- 活动22 了解图片空间的管理功能 / 085

项目总结 / 090

项目检测 / 090

### 项目四 装饰店铺 / 091

#### 任务1 确定店铺风格与设计店标 / 092

- 活动23 确定店铺风格 / 092
- 活动24 设计店标 / 093

#### 任务2 装修美化店铺 / 095

- 活动25 设计店铺布局 / 095
- 活动26 制作并上传店招 / 098
- 活动27 制作通栏广告海报 / 100

#### 任务3 设计商品描述模板 / 103

- 活动28 设计商品描述页的整体布局 / 103
- 活动29 设计商品信息描述模块 / 104
- 活动30 设计商品卖点图 / 105
- 活动31 设计商品细节图 / 107

#### 任务4 发布宝贝 / 109

- 活动32 上传商品描述页并发布宝贝 / 109

项目总结 / 114

项目检测 / 114

### 项目五 推广店铺和商品 / 116

#### 任务1 店铺和商品的优化 / 117

- 活动33 优化店铺的基本设置 / 117
- 活动34 优化商品标题 / 119
- 活动35 设计商品文案 / 123

#### 任务2 利用站内活动推广 / 126

- 活动36 参与聚划算及直通车活动 / 126



# 目 录

## CONTENTS

### 项目一 筹划开设网店 / 001

- 任务 1 数据分析以做店铺定位 / 002
  - 活动 1 分析买家消费行为 / 002
  - 活动 2 目标市场定位 / 006
- 任务 2 确定销售产品并寻找货源 / 009
  - 活动 3 确定销售产品 / 009
  - 活动 4 寻找优质货源 / 014
- 任务 3 选择运营平台 / 018
  - 活动 5 了解电商平台 / 018
  - 活动 6 选择运营模式 / 022
- 任务 4 注册淘宝网店 / 024
  - 活动 7 开通支付宝 / 024
  - 活动 8 注册网店 / 028
- 项目总结 / 035
- 项目检测 / 035

### 项目二 拍摄商品图片 / 037

- 任务 1 选用拍摄器材 / 038
  - 活动 9 选用相机 / 038
  - 活动 10 选用灯光 / 040
  - 活动 11 选用辅助器材及饰品 / 043
- 任务 2 拍摄不同种类的商品图片 / 045
  - 活动 12 拍摄灯饰 / 045
  - 活动 13 拍摄玩具 / 048
  - 活动 14 拍摄小家电 / 055
  - 活动 15 拍摄服饰 / 058
- 项目总结 / 062
- 项目检测 / 062

电子商务人才培养系列教材·服务岗位群

## 编审委员会名单

- 主 编** 冯子川 中山市沙溪理工学校
- 副主编** 李浩明 中山市沙溪理工学校  
李 剑 佛山市顺德区勒流职业技术学校  
黄菲菲 广东省贸易职业技术学校
- 编 委** 李 芳 中山市沙溪理工学校  
苏伟丽 佛山市顺德区陈村职业技术学校  
曹景屏 广东广雅中学  
林东泳 广州大洋教育科技股份有限公司  
周黄宁 广州大洋教育科技股份有限公司  
黄兴富 佛山市顺德区郑敬诒职业技术学校  
王海清 佛山市顺德区勒流职业技术学校  
吴锡燕 中山市中等专业学校  
汤秋婷 广州华南商贸职业学院  
毕明霞 青岛西海岸新区中德应用技术学校

## 内 容 简 介

本书共有7个项目,分别是筹划开设网店、拍摄商品图片、商品图片处理、装饰店铺、推广店铺与商品、管理评价与客户服务及理货入库和打包配送。本书以网店开设与管理的工作过程为导向,以技术实践知识为焦点引导学生完成项目中的各项任务。在内容安排上,本书采用“项目—任务—活动”的结构模式,每个项目设有项目简介、项目目标、项目任务、项目总结和项目检测等栏目。

本书具有指导性、趣味性和实用性,既可作为中等职业院校电子商务、计算机及工艺美术专业初学者的教材,也可作为农村和社区普及电子商务知识应用的培训教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

网店开设与管理实训 / 冯子川主编. —北京: 电子工业出版社, 2021.2

ISBN 978-7-121-40384-2

I. ①网… II. ①冯… III. ①网店—管理—中等专业学校—教材 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第007563号

责任编辑: 罗美娜

印 刷: 天津千鹤文化传播有限公司

装 订: 天津千鹤文化传播有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 12.5 字数: 320 千字

版 次: 2021年2月第1版

印 次: 2021年2月第1次印刷

定 价: 45.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式: (010) 88254617, [luomn@phei.com.cn](mailto:luomn@phei.com.cn)。



欢迎登录 **免费** 获取本书教学资源  
<http://www.hxedu.com.cn>



优质课程 智慧教学 尽在华信SPOC  
<http://www.hxspoc.cn>

## 电子商务人才培养系列教材 服务岗位群

### 专业核心课程

电子商务基础与应用  
 移动电子商务实务  
 电子商务物流管理  
 商品拍摄与图片处理  
 网络支付安全  
 电子商务法律法规  
 电子商务文案写作  
 网店美工与管理

### 专业方向（技能）课程

#### 农村电商

商品采编与农产品认知  
 农村电子商务运营管理  
 供应链管理

#### 电商运营

网络营销实务  
 新媒体运营  
 营销数据分析  
 ▶ 网店开设与管理实训

#### 网站设计与建设

电子商务网站建设  
 电商运营管理

#### 跨境电商

商务英语函电基础  
 跨境电商平台运营  
 国际贸易基础实务  
 外贸单证  
 跨境电商物流



责任编辑：罗美娜  
 封面设计：徐海燕



在线学习优质课程

ISBN 978-7-121-40384-2



9 787121 403842 >

定价：45.00 元



# 电子商务概论

● 冯之坦 金俊 邹中才 主编

 郑州大学出版社

ISBN 7-5305-3120-1

定价：25.00元

（含增值税）

9 5305 3120 1

# 电子商务概论

主 编 冯之坦 金 俊 邹中才

副主编 汤秋婷

郑州大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务概论 / 冯之坦, 金俊, 邹中才主编. — 郑  
州: 郑州大学出版社, 2022. 1  
ISBN 978-7-5645-8441-2

I. ①电… II. ①冯… ②金… ③邹… III. ①电子商  
务—概论 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第008073号

## 电子商务概论

---

作 者 冯之坦 金 俊 邹中才  
责任编辑 陈文静  
封面设计 曾宪春  
开 本 787mm×1092mm 1/16  
字 数 400千字  
印 张 18.00  
版 次 2022年1月第1版  
印 次 2022年1月第1次印刷

---

出版发行 郑州大学出版社  
印 刷 北京荣玉印刷有限公司  
书 号 ISBN 978-7-5645-8441-2  
定 价 49.00元

---

版权所有 侵权必究

# 前 言

电子商务在我国虽然只经历了短短几十年的发展，但是已经历经 B2B、B2C 两次大起大落。第一次始于上世纪九十年代中期，张树新的瀛海威、丁磊的网易、马化腾的PONYSOFT、马云的中国黄页等如井喷般出现，让许多外贸工厂、进出口贸易公司得以迅速扩张。1999年“中国电子商务第一人”王峻涛创办了“8848”，这标志着国内第一家B2C电子商务网站的诞生，之后邵亦波创办“易趣网”，马云创办“淘宝”越来越多的针对C端用户的电子商务网站蓬勃而出，淘宝、天猫等等平台历经十年的发展，到了今天已经日趋成熟，潜移默化之间渗透到我们的生活之中。

电子商务概论课程主要包含电子商务交易模式、电子商务安全管理、电子商务网络营销、电子支付、移动电商、电子商务物流管理、网站建设以及电子商务法律法规等基础内容，同时紧跟电子商务学科发展前沿、电子商务新方向、新模式，吸收国内外电子商务的研究成果，选取典型电子商务案例，将理论和实践结合起来、将工作实际和社会需求紧密联系起来，以典型电子商务类企业一线的岗位任务和职业能力要求为依据，以项目任务为载体，以工作过程为导向，构建应用型能力培养体系的教材内容。

本书是广州华南商贸职业学院“质量工程”校级建设项目—京东物流-电子商务专业大学生校外实践教学基地（编号：2020HMZLGC30）项目成果。

本书由上海理工大学冯之坦、四川商务职业学院金俊、山东商务职业学院邹中才担任主编；由广州华南商贸职业学院汤秋婷担任副主编。具体编写分工如下：冯之坦编写了第一章、第九章和第十章的内容（共计11.7万字）；金俊编写了第五章和第二章的内容（共计11万字）；邹中才编写了第三章和第四章的内容（共计9万字）；汤秋婷编写了第六章至第八章的内容（共计8.3万字）。全书由冯之坦、金俊、邹中才负责统稿工作。

本书在编写过程中，曾参阅了相关的文献资料，在此谨向作者表示衷心的感谢。由于水平有限，书中内容难免存在不妥、疏漏之处，敬请广大读者批评指正，以便进一步修订和完善。

# 目 录

第一章 电子商务认知 .....	( 1 )
学习目标 .....	( 1 )
导入案例 .....	( 1 )
第一节 电子商务发展的时代背景、政策扶持及技术支撑 .....	( 3 )
一、电子商务发展的时代背景 .....	( 3 )
二、电子商务发展的政策扶持 .....	( 5 )
三、电子商务发展的技术支持 .....	( 8 )
第二节 电子商务领域的发展动态 .....	( 9 )
一、通过中国互联网络信息中心了解中国互联网发展状况 .....	( 10 )
二、通过艾瑞网了解电子商务领域的前沿发展动态 .....	( 12 )
三、通过中国电子商务研究中心获取电子商务资讯和数据报告 .....	( 12 )
第三节 电子商务的基础知识 .....	( 14 )
一、电子商务的定义 .....	( 14 )
二、电子商务的特点 .....	( 14 )
三、电子商务的分类 .....	( 15 )
四、电子商务中的“四流” .....	( 16 )
五、电子商务发展的三大瓶颈 .....	( 17 )
六、电子商务的基本组成要素 .....	( 20 )
七、电子商务为企业带来的益处 .....	( 20 )
八、电子商务人才需求状况 .....	( 21 )
第四节 电子商务模式 .....	( 21 )
一、企业对企业的电子商务模式 .....	( 21 )
二、企业对消费者的电子商务模式 .....	( 23 )
三、消费者对消费者的电子商务模式 .....	( 24 )
四、企业对政府的电子商务模式 .....	( 27 )

五、政府对企业的电子商务模式 .....	( 27 )
六、消费者对企业的电子商务模式 .....	( 27 )
七、个人对个人的电子商务模式 .....	( 28 )
八、线上对线下的电子商务模式 .....	( 28 )
九、ABC 电子商务模式 .....	( 29 )
本章小结 .....	( 30 )
关键术语 .....	( 30 )
配套实训 .....	( 30 )
课后习题 .....	( 31 )
讨论案例 .....	( 32 )
<b>第二章 电子商务技术 .....</b>	<b>( 35 )</b>
学习目标 .....	( 35 )
导入案例 .....	( 35 )
<b>第一节 互联网基础 .....</b>	<b>( 36 )</b>
一、互联网的产生和发展 .....	( 36 )
二、互联网协议 .....	( 37 )
三、IP 地址、域名、DNS .....	( 38 )
四、企业内部网和企业外部网 .....	( 39 )
五、ISP、ICP、IAP .....	( 41 )
六、电信业重组、3G、4G、5G .....	( 41 )
七、移动互联网 .....	( 44 )
<b>第二节 EDI 技术 .....</b>	<b>( 47 )</b>
一、EDI 的定义 .....	( 47 )
二、EDI 的发展概况 .....	( 47 )
三、EDI 标准 .....	( 48 )
四、EDI 的工作过程 .....	( 49 )
五、EDI 系统的三要素 .....	( 50 )
六、EDI 的特点 .....	( 51 )
七、EDI 与 E-mail、FAX 的比较 .....	( 51 )
<b>第三节 大数据与数据挖掘技术 .....</b>	<b>( 52 )</b>
一、大数据的基本概念 .....	( 52 )
二、大数据的特性 .....	( 52 )
三、大数据的关键技术 .....	( 52 )
四、大数据的发展趋势 .....	( 53 )
五、大数据的应用 .....	( 54 )
本章小结 .....	( 56 )
关键术语 .....	( 56 )
配套实训 .....	( 56 )

课后习题 .....	( 56 )
讨论案例 .....	( 57 )
<b>第三章 电子商务安全 .....</b>	<b>( 58 )</b>
学习目标 .....	( 58 )
导入案例 .....	( 58 )
第一节 电子商务安全概述 .....	( 59 )
一、电子商务安全基础 .....	( 59 )
二、电子商务面临的安全威胁 .....	( 60 )
三、电子商务的安全需求 .....	( 63 )
四、电子商务的安全对策 .....	( 64 )
第二节 网络安全技术 .....	( 66 )
一、防火墙技术 .....	( 66 )
二、病毒防范技术 .....	( 68 )
三、入侵检测技术 .....	( 70 )
四、漏洞扫描技术 .....	( 70 )
五、虚拟专用网络技术 .....	( 71 )
第三节 数据加密技术 .....	( 71 )
一、密码学概述 .....	( 72 )
二、对称密钥加密技术 .....	( 72 )
三、非对称密钥加密技术 .....	( 72 )
四、混合加密技术 .....	( 73 )
第四节 认证技术 .....	( 73 )
一、数字签名技术 .....	( 73 )
二、数字证书 .....	( 74 )
三、CA 认证 .....	( 76 )
四、身份认证技术 .....	( 76 )
第五节 电子商务安全交易标准 .....	( 77 )
一、安全套接层协议 (SSL 协议) .....	( 77 )
二、安全电子交易协议 (SET 协议) .....	( 78 )
本章小结 .....	( 78 )
关键术语 .....	( 79 )
配套实训 .....	( 79 )
课后习题 .....	( 79 )
讨论案例 .....	( 80 )
<b>第四章 电子商务支付 .....</b>	<b>( 81 )</b>
学习目标 .....	( 81 )
导入案例 .....	( 81 )

第一节 电子支付 .....	( 82 )
一、电子支付的定义 .....	( 82 )
二、电子支付的特点 .....	( 83 )
三、电子支付系统的定义及其构成 .....	( 83 )
第二节 常用的电子支付工具 .....	( 84 )
一、银行卡 .....	( 84 )
二、智能卡 .....	( 86 )
三、电子钱包 .....	( 87 )
四、微支付 .....	( 89 )
五、代币 .....	( 89 )
第三节 第三方支付 .....	( 90 )
一、第三支付的定义 .....	( 90 )
二、常用的第三方支付平台 .....	( 90 )
第四节 移动支付 .....	( 92 )
一、移动支付的定义 .....	( 92 )
二、移动支付的分类 .....	( 93 )
三、通信运营商移动支付 .....	( 93 )
四、银联云闪付 .....	( 93 )
五、我国第三方移动支付市场发展状况 .....	( 94 )
第五节 网上银行 .....	( 94 )
一、网上银行的定义 .....	( 94 )
二、网上银行的类型 .....	( 95 )
三、网上银行的特点 .....	( 95 )
四、网上银行的优势 .....	( 96 )
五、网上银行的业务品种 .....	( 96 )
六、网上银行支付常用的安全技术 .....	( 98 )
第六节 电话银行、手机银行与微银行 .....	( 99 )
一、电话银行 .....	( 99 )
二、手机银行 .....	( 100 )
三、微银行 .....	( 100 )
四、银行开通的新型业务 .....	( 101 )
第七节 流行的支付方式 .....	( 103 )
一、条码支付 .....	( 103 )
二、扫码支付 .....	( 103 )
三、声波支付 .....	( 104 )
四、空付 .....	( 104 )
五、指纹支付 .....	( 105 )
六、掌纹支付 .....	( 105 )

七、声纹支付 .....	(106)
八、刷脸支付 .....	(107)
九、虹膜支付 .....	(107)
十、无感支付 .....	(107)
第八节 海淘的支付方式 .....	(107)
一、海淘 .....	(107)
二、海淘的支付方式 .....	(108)
第九节 互联网金融 .....	(109)
一、第三方移动支付 .....	(110)
二、P2P 借贷 .....	(111)
三、众筹 .....	(112)
本章小结 .....	(114)
关键术语 .....	(114)
配套实训 .....	(114)
课后习题 .....	(115)
讨论案例 .....	(116)
<b>第五章 网络营销概述 .....</b>	<b>(119)</b>
学习目标 .....	(119)
导入案例 .....	(119)
第一节 网络营销概述 .....	(120)
一、网络营销的定义和特点 .....	(120)
二、网络营销的任务和层次 .....	(122)
三、网络营销与传统营销的联系与区别 .....	(123)
四、网络营销与传统营销的整合 .....	(124)
五、网络营销的理论基础 .....	(124)
第二节 网络消费者的购买动机及购买行为 .....	(125)
一、我国网民的特征 .....	(125)
二、我国网络消费者的规模 .....	(128)
三、网络消费者的购买行为类型 .....	(128)
四、网络消费者的购买动机 .....	(129)
五、网络消费需求的特点 .....	(130)
六、网络消费者的购买过程 .....	(132)
七、影响网络消费者购买行为的因素 .....	(133)
第三节 网络市场调研 .....	(134)
一、网络市场调研的定义和特点 .....	(134)
二、网络市场调研的步骤和方法 .....	(135)
三、网络市场调研抽样方法 .....	(139)
第四节 网络营销策略 .....	(140)

一、网络营销产品策略 .....	(140)
二、网络营销服务策略 .....	(143)
三、网络营销价格策略 .....	(147)
四、网络营销渠道策略 .....	(154)
五、网络营销促销策略 .....	(156)
第五节 网络营销方法 .....	(159)
一、搜索引擎营销 .....	(159)
二、电子邮件营销 .....	(160)
三、病毒营销 .....	(162)
四、微博营销 .....	(163)
五、微信营销 .....	(163)
六、网络事件营销 .....	(166)
七、网络会员制营销 .....	(167)
本章小结 .....	(168)
关键术语 .....	(169)
配套实训 .....	(169)
课后习题 .....	(170)
讨论案例 .....	(171)
<b>第六章 客户关系管理 .....</b>	<b>(173)</b>
学习目标 .....	(173)
导入案例 .....	(173)
第一节 客户关系管理 .....	(174)
一、客户及客户关系 .....	(174)
二、客户关系管理 .....	(176)
三、电子商务客户关系管理的优势 .....	(177)
第二节 客户终生价值 .....	(178)
一、客户终生价值 .....	(178)
二、客户终生价值的分析步骤 .....	(179)
第三节 客户关系管理的三个层次 .....	(180)
一、建立客户关系 .....	(180)
二、维护客户关系 .....	(182)
三、挽回客户关系 .....	(183)
第四节 客户满意度和忠诚度 .....	(184)
一、客户满意度 .....	(184)
二、客户忠诚度 .....	(186)
三、提升客户忠诚度 .....	(187)
第五节 客户服务策略 .....	(191)
一、客户服务的意义 .....	(191)

二、客户服务的策略 .....	(192)
本章小结 .....	(193)
关键术语 .....	(194)
配套实训 .....	(194)
课后习题 .....	(196)
讨论案例 .....	(197)
<b>第七章 物流与供应链 .....</b>	<b>(198)</b>
学习目标 .....	(198)
导入案例 .....	(198)
第一节 电子商务物流基础 .....	(199)
一、物流的概念 .....	(199)
二、物流的分类 .....	(201)
三、电子商务与物流的关系 .....	(203)
第二节 物流模式 .....	(204)
一、企业自营物流 .....	(204)
二、第三方物流 .....	(204)
三、第四方物流 .....	(205)
四、绿色物流 .....	(206)
五、冷链物流 .....	(206)
六、新零售模式下的新物流 .....	(207)
七、电子商务企业物流模式选择 .....	(208)
第三节 电子商务与供应链管理 .....	(209)
一、供应链概述 .....	(209)
二、供应链管理 .....	(210)
三、电子商务对供应链管理的影响 .....	(211)
第四节 电子商务与物流信息管理 .....	(212)
一、物流信息与物流信息系统 .....	(212)
二、物流信息技术 .....	(214)
本章小结 .....	(217)
关键术语 .....	(218)
配套实训 .....	(218)
课后习题 .....	(218)
讨论案例 .....	(219)
<b>第八章 电子商务法律 .....</b>	<b>(220)</b>
学习目标 .....	(220)
导入案例 .....	(220)
第一节 电子商务法律概述 .....	(222)

一、电子商务法律概念与建设电子商务法律的现实意义 .....	(222)
二、我国电子商务法律的建设 .....	(223)
第二节 电子商务法律责任 .....	(224)
一、电子商务民事责任 .....	(224)
二、电子商务行政责任 .....	(225)
三、电子商务刑事责任 .....	(225)
第三节 电子商务法律体系框架 .....	(225)
一、电子商务参与主体的法律关系 .....	(225)
二、电子合同的法律问题 .....	(226)
三、电子支付中的法律问题 .....	(228)
四、电子商务中的知识产权保护 .....	(230)
五、网上个人隐私保护问题 .....	(231)
本章小结 .....	(234)
关键术语 .....	(235)
配套实训 .....	(235)
课后习题 .....	(235)
讨论案例 .....	(236)
<b>第九章 移动电子商务</b> .....	(237)
学习目标 .....	(237)
导入案例 .....	(237)
第一节 移动电子商务概论 .....	(239)
一、移动电子商务概述 .....	(239)
二、移动电子商务的特点 .....	(239)
三、我国移动电子商务的发展历史与现状 .....	(241)
第二节 移动电子商务基础技术 .....	(241)
一、无线应用协议(WAP) .....	(242)
二、通用分组无线业务(GPRS) .....	(242)
三、移动IP技术 .....	(243)
四、蓝牙技术 .....	(243)
五、近场通信(NFC)技术 .....	(244)
六、移动定位系统 .....	(244)
七、3G、4G与5G .....	(246)
八、移动操作系统 .....	(248)
第三节 移动电子商务的分类与商业模式 .....	(248)
一、移动电子商务的分类 .....	(248)
二、移动电子商务的商业模式 .....	(249)
第四节 移动电子商务的主要应用 .....	(250)
一、移动营销 .....	(250)

二、移动购物 .....	(251)
三、移动金融 .....	(251)
四、移动社交 .....	(252)
五、移动出行 .....	(252)
六、移动娱乐 .....	(252)
七、移动教育 .....	(253)
八、移动招聘 .....	(254)
九、移动云盘 .....	(255)
十、移动应用商店 .....	(256)
第五节 移动电子商务的实施问题 .....	(256)
一、安全问题 .....	(256)
二、隐私问题 .....	(258)
三、移动电子商务面临的障碍 .....	(259)
本章小结 .....	(261)
关键术语 .....	(262)
配套实训 .....	(262)
课后习题 .....	(262)
讨论案例 .....	(263)
<b>第十章 跨境电子商务</b> .....	<b>(264)</b>
学习目标 .....	(264)
导入案例 .....	(264)
第一节 跨境电子商务概述 .....	(265)
一、跨境电子商务的定义 .....	(265)
二、跨境电子商务的意义 .....	(266)
三、跨境电子商务流程 .....	(266)
四、跨境电子商务的特征 .....	(267)
五、跨境电子商务的优势 .....	(270)
六、跨境电子商务的模式 .....	(271)
第二节 跨境电子商务的运作平台 .....	(272)
一、全球速卖通 .....	(272)
二、亚马逊 .....	(273)
三、eBay .....	(274)
四、Wish .....	(276)
五、兰亭集势 .....	(276)
六、敦煌网 .....	(277)
第三节 跨境支付 .....	(278)
一、跨境电子商务支付 .....	(278)
二、主要支付工具介绍 .....	(279)

第四节 跨境物流 .....	(282)
一、跨境电子商务物流模式 .....	(282)
二、影响跨境电子商务物流模式选择的主要因素 .....	(284)
三、企业选择跨境电子商务物流模式时应考虑的要素 .....	(284)
本章小结 .....	(285)
关键术语 .....	(286)
配套实训 .....	(286)
课后习题 .....	(286)
参考文献 .....	(287)

## 参 考 文 献

- [1] 马莉婷, 辛琦. 电子商务物流理论与创业实践 [M]. 北京: 中央广播电视大学出版社, 2013.
- [2] 古贞, 王瑜, 李德强, 姜启波. 电子商务概论 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2015.
- [3] 张莹, 王洪艳, 高飞, 康丹. 电子商务概论 [M]. 北京: 中国电力出版社, 2013.
- [4] 董志良, 丁超, 陆刚. 电子商务概论 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [5] 曹一兵. 移动支付实战攻略——指尖上的移动互联网商业革命 (卖家版) [M]. 北京: 化学工业出版社, 2015.
- [6] 刘瑞娟. 网络营销 [M]. 长春: 吉林大学出版社, 2015.
- [7] 蒋杰. 新手海淘一本通 [M]. 北京: 中国铁道出版社, 2015.
- [8] 迈克尔·坎宁安. 客户关系管理 [M]. 北京: 华夏出版社, 2004.
- [9] 李仇辉. 客户关系管理 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2013.
- [10] 林那夫, 贝里. 数据挖掘技术: 应用于市场营销、销售与客户关系管理 [M]. 3 版. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [11] 吕廷杰. 移动电子商务 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2011.
- [12] 张国文. 移动电商: 商业分析 + 模式案例 + 应用实战 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2015.
- [13] 容湘萍, 肖学华. 移动电子商务 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2016.
- [14] 施志君. 电子客户关系管理与实训 [M]. 北京: 化学工业出版社, 2009.
- [15] 唐先锋. 电子商务法律实务 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [16] 洪友红. 电子商务法律服务指引 [M]. 北京: 法律出版社, 2015.
- [17] 覃征. 电子商务概论 [M]. 4 版. 北京: 高等教育出版社, 2015.
- [18] 高富平. 从电子商务法到网络商务法——关于我国电子商务立法定位的思考 [J]. 法学, 2014 (10): 138 - 148.
- [19] 彭志强, 王佩玉, 谭凡. 电子商务中知识产权的侵权分析与保护对策 [C]//中国知识产权法学研究会 2015 年年会论文集. 2015.
- [20] 史建颖. 论电子商务中的消费者隐私权保护 [J]. 电子商务, 2014 (8): 54 - 55.
- [21] 卢晶. 我国电子商务的各方法律责任研究 [J]. 知识经济, 2013 (15): 27 - 27.
- [22] 张维芝. 电子商务合同订立中的法律问题研究 [D]. 苏州: 苏州大学, 2011.
- [23] 梅宇. 论电子商务环境下网上支付的法律问题 [D]. 北京: 对外经济贸易大

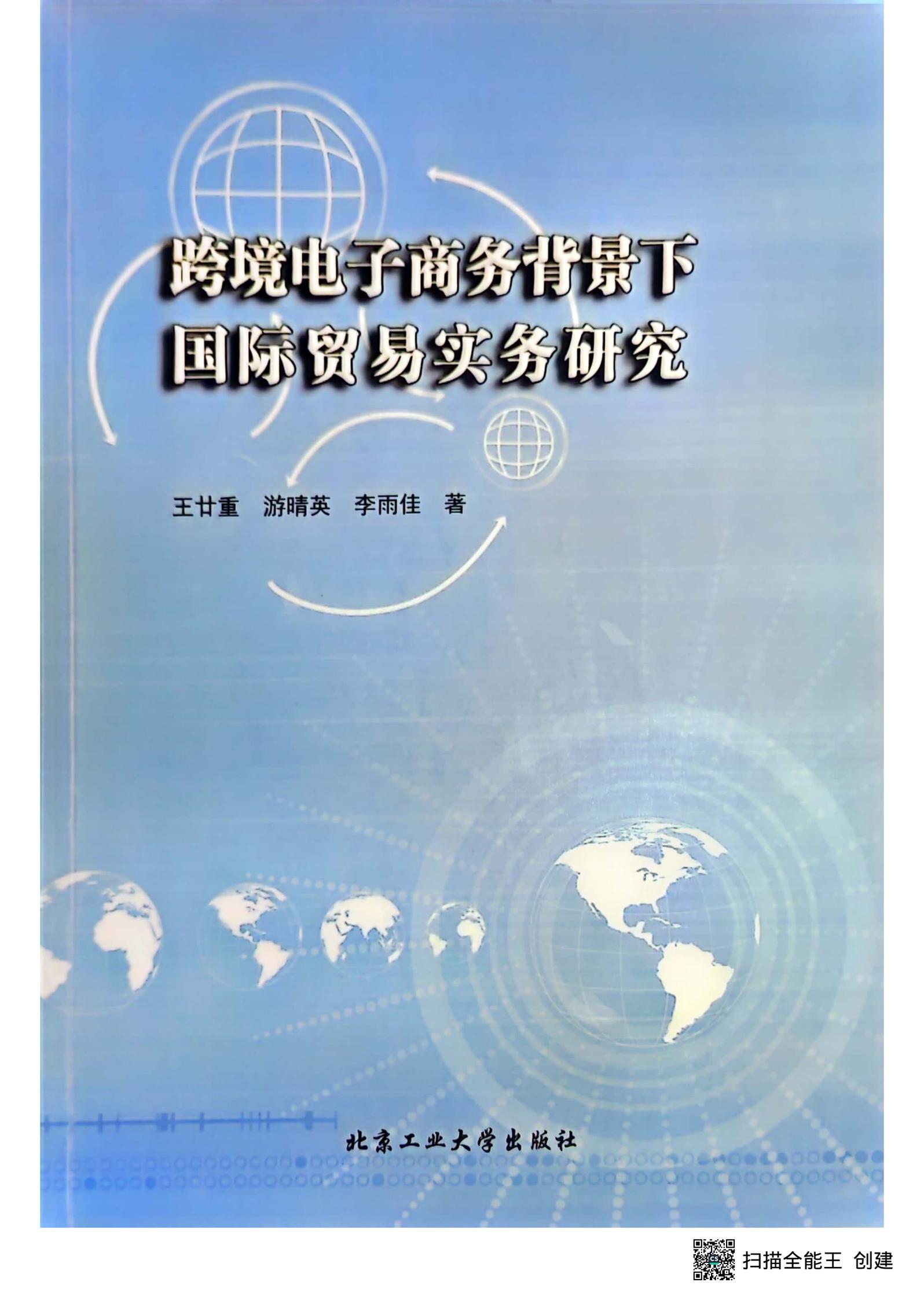
- 学, 2004.
- [24] 刘一平. 论网上交易平台服务提供者的民事责任 [D]. 昆明: 云南大学, 2012.
- [25] 邓翠薇. 网上支付的法律问题研究 [D]. 成都: 西南财经大学, 2004.
- [26] 李一岚. 我国电子商务法律制度构建研究 [D]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2014.
- [27] 武亮, 王跃进. 一本书搞懂跨境电商 [M]. 北京: 化学工业出版社, 2016.
- [28] 鲁丹萍. 跨境电子商务 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2015.



ISBN 978-7-5645-8441-2



定价：49.00元



# 跨境电子商务背景下 国际贸易实务研究

王甘重 游晴英 李雨佳 著

北京工业大学出版社



扫描全能王 创建

# 跨境电子商务背景下国际 贸易实务研究

王甘重 游晴英 李雨佳 著

北京工业大学出版社



扫描全能王 创建

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务背景下国际贸易实务研究 / 王甘重,  
李雨佳著. — 北京: 北京工业大学出版社, 2019. 11  
ISBN 978-7-5639-7198-5

I. ①跨… II. ①王… ②李… III. ①国际贸易—研  
究 IV. ①F74

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第273294号

## 跨境电子商务背景下国际贸易实务研究

---

著 者: 王甘重 游晴英 李雨佳

责任编辑: 张 贤

封面设计: 晟 熙

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

承印单位: 北京玥实印刷有限公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 11.25

字 数: 250 千字

版 次: 2021年6月第1版

印 次: 2021年6月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-7198-5

定 价: 52.00 元

---

版权所有 翻印必究



# 前 言

oooooooooooooooooooo

随着经济全球化的不断推进、信息技术产业的迅速崛起以及在国际贸易中的广泛应用，中国的跨境电子商务取得了长足的发展。跨境电子商务的迅速发展，使得以关税为代表的传统贸易障碍对国际贸易的影响力不断减退。而跨境电子商务在国际贸易所占比例的不断攀升，则意味着中国跨境电子商务对贸易便利化的影响力也越来越大。在如此疲软的经济环境下，跨境电子商务以其效率高、速度快、数额小、次数多等优势迅速发展起来并不断壮大，正由萌芽期走向快速成长期，贸易形式突破了传统贸易的约束，成为中国新型的贸易增长点和贸易发展新动力，表现出极强的生命力。

全书共分成七章内容。第一章为绪论，主要阐述了跨境电子商务概述、跨境电子商务的兴起、国际贸易的产生与发展以及跨境电子商务对传统外贸企业的影响等内容；第二章为跨境电子商务的发展现状，主要阐述了全球电子商务发展现状与特点、我国电子商务发展现状与特点以及我国跨境电子商务发展现状与特点等内容；第三章为国际经济贸易的发展现状，主要阐述了新时期国际经济贸易的发展现状、我国国际经济贸易的现状与问题、新时期国际经济贸易发展变化与特点以及我国国际经济贸易面临的机遇与挑战等内容；第四章为国际贸易的相关理论综述，主要阐述了西方国家贸易理论、自由贸易理论、保护贸易理论和贸易保护等内容；第五章为电子商务在国际贸易中的运用，主要阐述了国际电子商务、国际结算和外贸函电等内容；第六章为国际商务与国际贸易的协同发展，主要阐述了全球化与国际商务、国际商务环境分析、国际商务的实施的全球营销等内容；第七章为跨境电子商务背景下的国际贸易创新，主要阐述了国际贸易理论创新、国际贸易政策创新、国际贸易营销创新以及国际贸易运行机制创新和国际贸易交易方式创新、国际贸易宏观管理创新等内容。

为了确保研究内容的丰富性和多样性，在写作过程中参考了大量理论与研究文献，在此向涉及的专家学者们表示衷心的感谢。

本书由湖南理工学院王甘重、广州华南商贸职业学院游晴英、西安交通大学李雨佳共同撰写完成。具体撰写分工如下：王甘重撰写了第三章和第四章（共计6.9万字）；游晴英撰写了第一章、第二章和第六章的内容（共计12.1万字）；李雨佳撰写了第五章和第七章（共计6万字）。全书由王甘重统稿完成。

最后，由于作者水平有限，加之时间仓促，本书难免存在疏漏与不足，在此，恳请同行专家和读者朋友批评指正！



# 目 录

第一章 绪论	1
第一节 跨境电子商务概述	1
第二节 跨境电子商务的兴起	13
第三节 国际贸易的产生与发展	18
第四节 跨境电子商务对传统外贸企业的影响	24
第二章 跨境电子商务的发展现状	27
第一节 全球电子商务发展现状与特点	27
第二节 我国电子商务发展现状与特点	33
第三节 我国跨境电子商务发展现状与特点	38
第三章 国际经济贸易的发展现状	50
第一节 新时期国际经济贸易的发展现状	50
第二节 我国国际经济贸易的现状与问题	57
第三节 新时期国际经济贸易发展变化与特点	62
第四节 我国国际经济贸易面临的机遇与挑战	67
第四章 国际贸易的相关理论综述	71
第一节 西方国家贸易理论	71
第二节 自由贸易理论	75
第三节 保护贸易理论	84
第四节 贸易保护	92
第五章 电子商务在国际贸易中的运用	97
第一节 国际电子商务	97



第二节	国际结算	114
第三节	外贸函电	124
<b>第六章</b>	<b>国际商务与国际贸易的协同发展</b>	<b>127</b>
第一节	全球化与国际商务	127
第二节	国际商务环境分析	137
第三节	国际商务的实施	145
第四节	全球营销	149
<b>第七章</b>	<b>跨境电子商务背景下的国际贸易创新</b>	<b>163</b>
第一节	国际贸易理论创新	163
第二节	国际贸易政策创新	165
第三节	国际贸易营销创新	167
第四节	国际贸易运行机制创新	169
第五节	国际贸易交易方式创新	170
第六节	国际贸易宏观管理创新	172
	<b>参考文献</b>	<b>175</b>





# 网络经济与管理研究

—— 蔚文利 © 著 ——

 吉林出版集团股份有限公司

# 网络经济与管理研究

蔚文利 卜忠群 著

# 前 言

在新时代大背景下，互联网和大数据飞速发展，对现代经济产生了重要影响。其不仅改变了人们的生活方式，也对现代企业产生了深远影响，改变了其原有的运作模式和发展方向，如何利用网络经济，不断提高自身竞争力，成为每个企业思考的问题。本书首先对网络经济进行了概述，分析了其内涵，并与传统经济进行比较，发现网络经济的优势；其次，分析了网络经济对现代企业管理可能会产生的影响和产生的问题；最后，根据影响和问题提出了制定与网络经济相适应的发展战略、坚持创新驱动两点具有针对性的对策建议，以帮助现代企业在互联网时代得到更好的发展，获取更多的经济效益。

随着新时代电子信息技术的不断发展，社会经济的网络化趋势也日益明显，社会经济的发展与网络技术之间形成了密切的联系，信息技术推动企业经济发展的模式成为现阶段企业经营的主流模式。信息技术对企业经济管理有着非常重要的作用，通过信息技术对企业的经营管理模式进行创新，可以有效地降低企业运营的成本，为企业带来更高的收益。

由于我国企业经济管理网络化发展历史不长，相当一部分财务工作人员仍未能熟练掌握网络信息技术的使用，许多工作人员虽然有着专业的经济管理知识，对企业的运营等有着较为全面的掌握，但对于网络化经济管理，不能熟练地运用先进的网络技术完成经济管理工作；而熟练掌握计算机技术的非经济管理专业的人才却不能胜任经济管理的职务，使得企业经济管理网络化很难真正落实。

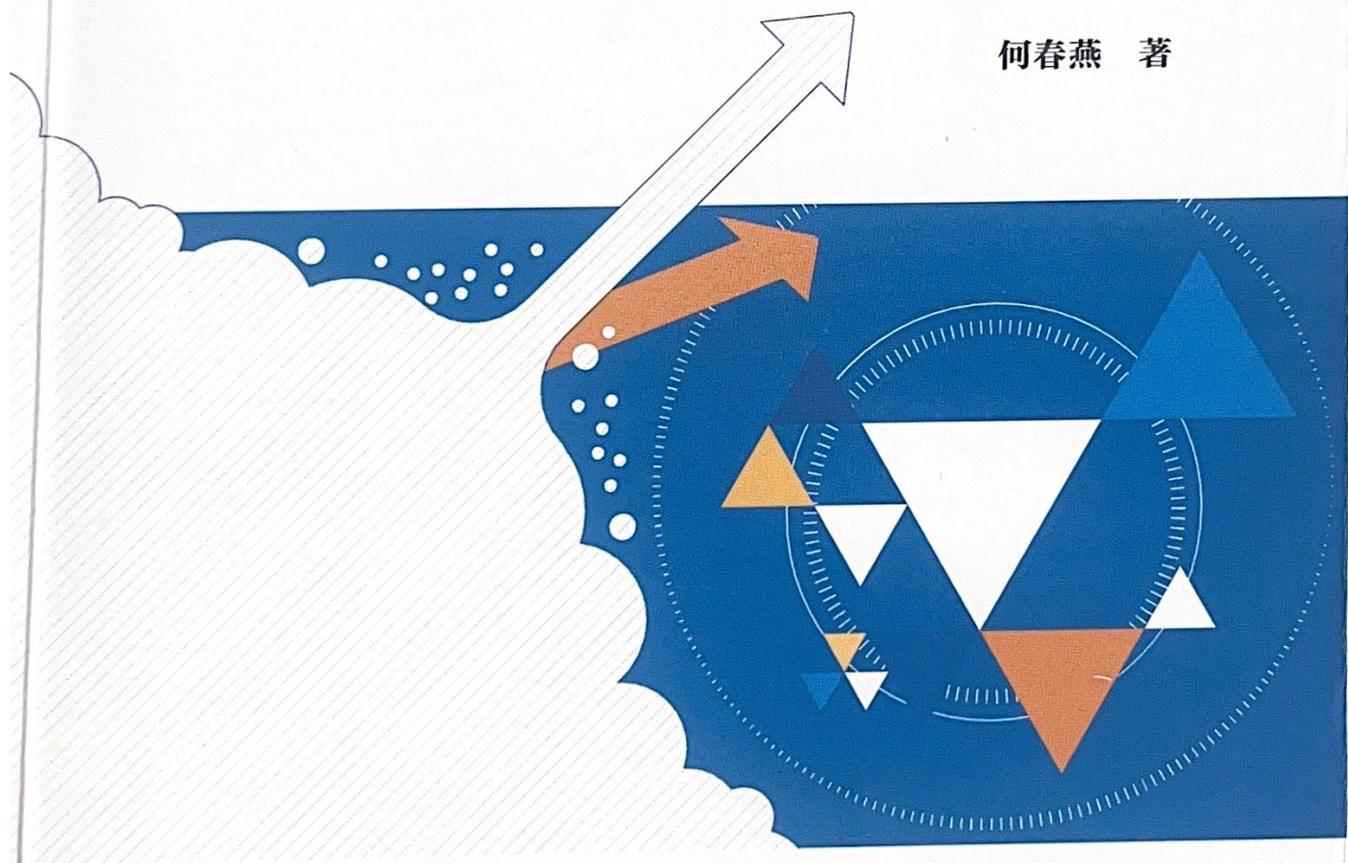
计算机网络技术推动了企业经济管理能力的发展，提高了企业的生产能力，但实际应用过程中仍然存在制度不完善、人才欠缺等问题，这些问题为企业的健康成长留下了发展隐患。这需要企业积极采取措施，维护网络环境，增强企业的管理和保密意识，实现企业经济管理工作的网络化发展。

本书由湖南网络工程职业学院蔚文利、广州华南商贸职业学院卜忠群共同撰写完成。具体撰写分工如下：蔚文利撰写了第一章至第三章、第五章的内容（共计11.4万字）；卜忠群撰写了第四章、第六章至第八章的内容（共计10.6万字）。全书由蔚文利负责统稿工作。

# 互联网时代

## 大学生创业教育与价值观培育研究

何春燕 著



 中国商业出版社

---

互联网时代

大学生创业教育与价值观培育研究



定价: 68.00 元

图书在版编目 ( CIP ) 数据

互联网时代大学生创业教育与价值观培育研究 / 何春燕著. -- 北京 : 中国商业出版社, 2022.11  
ISBN 978-7-5208-2290-9

I. ①互… II. ①何… III. ①大学生 - 创业 - 研究②大学生 - 社会主义核心价值观 - 研究 - 中国 IV. ①G647.38②G641

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第207270号

责任编辑：陈 皓  
策划编辑：常 松

中国商业出版社出版发行

( www.zgsycb.com 100053 北京广安门内报国寺1号 )

定州启航印刷有限公司印刷

\*

710 毫米 × 1000 毫米 16 开 11.25 印张 210 千字

2023 年 6 月第 1 版 2023 年 6 月第 1 次印刷

定价：68.00 元

\* \* \* \*

( 如有印装质量问题可更换 )

## Preface 前言

大学生的就业问题一直是国家和社会关注的焦点。大学生的就业对国家安全、家庭生活和谐非常重要，因而国家适时提出了对大学生进行创业教育，鼓励大学生自主创业。社会主义核心价值观强调的不仅是对大学生意识形态方面的教育，也包括对大学生实践层面上的教育。

本书共分为七章。第一章为互联网时代概述，主要讲述了互联网的概念及发展历程，论述了互联网的内涵与特征。第二章为大学生创业教育的理论基础，主要论述了大学生创业教育的内容、方法和发展历程。第三章、第四章分别为互联网时代高校创业教育课程体系与实践教学体系，主要对高校创业教育课程的目标设置、体系建设策略、学科化发展趋向、体系构建等展开论述。第五章为互联网时代高校创新创业教育师资建设研究，主要论述了高校创新创业师资队伍的建设、建设策略与保障体系的构建。第六章为大学生社会主义核心价值观培育，主要从大学生核心价值观培育的目标、内容和意义三个方面展开论述。第七章为互联网时代创业价值观教育研究，主要论述了“互联网+”时代下社会主义核心价值观教育的创新与发展，以及社会主义核心价值观与大学生创新创业教育之间的融合。

本书由北京信息科技大学何春燕、广州华南商贸职业学院马俊共同撰写完成。具体撰写分工如下：何春燕撰写了第一章、第二章、第七章的内容（共计11万字）；马俊撰写了第三章至第六章的内容（共计10万字）。全书由何春燕负责统稿工作。

本书逻辑框架清楚分明，内容新颖，语言精练，结构布局合理，语言通俗易懂。但鉴于著者水平和经验的限制，书中出现错误或不当之处在所难免，恳请同行专家、学者予以批评指正，以便今后进一步修改和完善。

## Contents 目 录

第一章 互联网时代概述.....	001
第一节 互联网的概念及发展历程.....	001
第二节 互联网的内涵与特征 .....	009
第三节 互联网与创业.....	010
第二章 大学生创业教育的理论基础 .....	014
第一节 大学生创业教育 .....	014
第二节 大学生创业教育的内容及方法 .....	040
第三节 我国大学生创业教育的发展历程.....	044
第四节 大学生创新创业教育的理念及意义.....	051
第三章 互联网时代高校创业教育课程体系.....	058
第一节 高校创新创业教育课程的目标设置.....	058
第二节 高校创新创业教育课程体系建设策略 .....	063
第三节 高校创新创业教育的学科化发展趋向 .....	075
第四章 互联网时代高校创新创业教育实践教学体系.....	079
第一节 高校创新创业教育实践教学体系分析 .....	079
第二节 高校创新创业教育实践教学体系建设策略 .....	085
第三节 “互联网+”时代大学生创新创业支持体系构建.....	087
第五章 互联网时代高校创新创业教育师资建设研究.....	099
第一节 高校创新创业师资队伍的建设探析.....	099
第二节 高校创新创业师资建设策略 .....	103

第三节 大学生创业教育师资保障体系的构建 .....	113
第六章 大学生社会主义核心价值观培育 .....	122
第一节 大学生核心价值观培育的目标 .....	122
第二节 大学生核心价值观培育的内容 .....	125
第三节 大学生核心价值观培育的意义 .....	133
第七章 互联网时代创业价值观教育研究 .....	138
第一节 “互联网+”时代下社会主义核心价值观教育的创新与 发展 .....	138
第二节 “互联网+”时代下社会主义核心价值观融入大学生创新 创业教育 .....	156
参考文献 .....	170



精品课程新形态教材

“双创”型人才培养优秀教材



# 团队建设与管理

主编 / 陈 苡 梁丽君 梁瑞明

TUANDUI JIANSHE YU GUANLI



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

#### 4 内容提要

全书共 10 章，主要内容包括团队认知、团队建设、团队激励、团队沟通、团队领导、团队压力与冲突、团队绩效与测评、团队创新与发展、创业团队管理、电商团队管理。书中内容的选择、编写及章节设计遵循学习者的学习规律，结合了团队建设与管理实践的运行规律，适用于财经管理类、商贸类专业等相关专业，也可以作为企事业单位开展团队建设与管理的教学实践与实际应用的培训参考资料。

#### 图书在版编目 (CIP) 数据

团队建设与管理 / 陈苡, 梁丽君, 梁瑞明主编. —  
上海: 上海交通大学出版社, 2023. 5  
ISBN 978-7-313-28398-6

I. ①团… II. ①陈… ②梁… ③梁… III. ①组织管  
理学 IV. ①C936

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2023) 第 050068 号

#### 团队建设与管理

TUANDUI JIANSHE YU GUANLI

主 编: 陈 苡 梁丽君 梁瑞明

出版发行: 上海交通大学出版社

印 制: 三河市鑫鑫科达彩色印刷包装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 415 千字

版 次: 2023 年 5 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-28398-6

定 价: 49.60 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

经 销: 全国新华书店

印 张: 18

印 次: 2023 年 5 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 0316-3457776

上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAOTONG UNIVERSITY PRESS



## 《团队建设与管理》编委会

主 编：陈 苡 梁丽君 梁瑞明

副主编：肖 洁 李炜铮 何芷君 黄小娟 李志文  
贺嘉琳 夏 韡 刘 佳 胡 铭 陈炳生

现代企业、一个组织、一个团队、一个企业的发展离不开团队的努力，正因如此，团队建设与管理逐渐成为现代社会经济管理实践的重要内容，也是管理理论发展演变的重要研究领域，越来越受到高校、企事业单位的重视。

本书的编写主要立足于讲述与职业相关的必要的基础理论知识，根据“应知、够用”的原则，对国内外管理理论中的团队建设和管理知识进行了梳理，结合社会实际和管理学发展的最新成果，对团队建设和管理知识体系进行了适当的整合，在坚持教材内容全面和严谨的前提下，大量使用案例、测量表、团队管理寓言故事、团队建设小游戏等形式，更好地提高学生主动参与学习的积极性，达到强化教学的效果，加深学生对理论内容的理解。

本书内容深入浅出，做到取材新颖、讲述生动、案例及实训资源丰富，使读者能够感受到该书的实用性，阅读后能从概念到技能、从理论到实践都有所收获。本书具有如下特点：

第一，将党的二十大精神融入教材，推动党的二十大精神进课堂、进头脑。十九大以来，党中央团结带领全党全军全国各族人民有效应对严峻复杂的国际形势和接踵而至的巨大风险挑战，以奋发有为的精神把新时代中国特色社会主义不断推向前进。这是任何个人都无法完成的，只有在党的领导下，依靠团队的力量才能实现。通过课本知识的学习，也让学生更深刻地认识到，将来全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴，必须依靠全国人民的团结和奋斗，进一步提升学生的爱国精神和艰苦奋斗作风。

第二，目标明确，将课程思政于教学内容。“课程思政”是围绕“培养什么样的人、如何培养人以及为谁培养人”的教育根本问题，围绕立德树人的中心环节而提出的。本书结合课程思政的要求，充分挖掘团队建设与管理中的思政教育元素，将价值塑造、知识传授、能力培养融为一体，既让学生了解理论知识，又不断提高学生的团队合作意识和团队精神。

# 目 录

## C O N T E N T S

<b>第一章 团队认知</b>	<b>1</b>
第一节 团队的含义及特点	2
第二节 团队的作用及构成	9
第三节 团队的类型及发展历程	16
<b>第二章 团队建设</b>	<b>31</b>
第一节 团队建设的要素	32
第二节 团队建设的方法	36
第三节 团队成员的选拔和分工	40
<b>第三章 团队激励</b>	<b>53</b>
第一节 团队激励概述	54
第二节 团队激励的方法	61
第三节 团队激励的应用	66
<b>第四章 团队沟通</b>	<b>79</b>
第一节 团队沟通概述	80
第二节 团队沟通的障碍	88
第三节 团队沟通的方法与技巧	95
<b>第五章 团队领导</b>	<b>105</b>
第一节 团队领导概述	106

## 团队建设与管理

第二节 团队领导者应具备的品质 .....	111
第三节 团队领导的方式与技巧 .....	116

### 第六章 团队压力与冲突

127

第一节 压力与冲突对团队的影响 .....	128
第二节 团队压力及化解 .....	132
第三节 团队冲突及处理 .....	137

### 第七章 团队绩效与测评

155

第一节 团队绩效测评流程 .....	156
第二节 团队绩效测评指标 .....	169
第三节 团队绩效提升方法 .....	173

### 第八章 团队创新与发展

188

第一节 团队创新与发展概述 .....	189
第二节 团队创造力培养 .....	199
第三节 团队职业发展管理 .....	210

### 第九章 创业团队管理

222

第一节 创业团队特质 .....	223
第二节 创业团队培养 .....	230
第三节 创业团队管理 .....	238

### 第十章 电商团队管理

251

第一节 电商团队的特点 .....	252
第二节 电商团队的运营模式 .....	260
第三节 电商团队的管理 .....	265

### 参考文献

278

巍巍交大 百年书香  
www.jiaodapress.com.cn  
bookinfo@sjtu.edu.cn



责任编辑：蒋敏 赵斌玮  
封面设计：尤岛设计



精品课程新形态教材  
“双创”型人才培养优秀教材

项目管理概论  
公共人力资源开发与管理  
组织行为学  
人力资源管理  
薪酬管理  
**团队建设与管理**



ISBN 978-7-313-28398-6



9 787313 283986 >

定价：49.60元

## 教材编写/责任编辑人员 政治审查表

姓 名	肖洁	性 别	女
出生年月	1990年06月	民 族	汉族
政治面貌	中共党员	职 务	专任教师
工作单位	广州华南商贸 职业学院	职 称	讲师
文化程度	硕士研究生	电 话	13430256980
身 份	<input type="checkbox"/> 主编 <input checked="" type="checkbox"/> 副主编 <input type="checkbox"/> 参编人员 <input type="checkbox"/> 责任编辑 <input type="checkbox"/> 审核专家		
政治思想 表现情况	<p>肖洁老师能正确执行党和国家的教育方针和政策，自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，在思想上政治上行动上与党中央自觉保持高度一致，时时刻刻以合格党员的标准严格要求自己。在实际工作中，该同志爱岗敬业、恪尽职守，具有较强的组织意识，能够服从组织领导，服从组织决定和安排，无违法违纪记录或师德师风问题。</p> <div style="text-align: right;">             (单位党组织公章)            2023年3月16日         </div>		



# 生态文明建设 与经济发展研究

—— 孙伟立 © 著 ——



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS



定价：63.00元

# 生态文明建设与经济发展研究

孙伟立 邹小焱 著



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

生态文明建设与经济发展研究 / 孙伟立著. -- 北京:  
中国商务出版社, 2022. 9  
ISBN 978-7-5103-4428-2

I. ①生… II. ①孙… III. ①生态环境建设—研究—  
中国②中国经济—经济发展—研究 IV. ①X321.2  
②F124

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第167221号

生态文明建设与经济发展研究

SHENGTAI WENMING JIANSHE YU JINGJI FAZHAN YANJIU

出版发行: 中国商务出版社

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号 邮编: 100710

责任编辑: 刘玉洁

排 版: 李 宝

印 刷: 北京宝莲鸿图科技有限公司

开 本: 700 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张: 9.5

版 次: 2023 年 6 月第 1 版

印 次: 2023 年 6 月第 1 次印刷

字 数: 210 千字

定 价: 63.00 元



版权所有 侵权必究

# 前 言

生态文明建设与转变经济发展已经成为我国全面深化改革的两大主题，生态文明建设有利于促进社会科技的进步与创新，促进社会经济的发展。想要促进自然生态环境和人类经济社会的和谐持续发展，就必须增强人民的生态意识和环保意识，保护生态环境，建立一套以经济为生态的子系统、实现科学合理的经济发展，以生态资本为核心的经济理念，从而实现可持续经济发展战略，走向社会主义生态文明新时代。

所谓生态文明建设就是实现人与自然之间、人与人之间、人与社会之间和谐共处，打造一个良性循环的生态环境，它是人类文明存在和发展环境的基础，是实现经济可持续发展的基础。但是伴随着我国城市人口的增加，生活垃圾也随之呈现不断增长趋势，我国生态环境问题不断恶化，工业污染、煤炭污染和资源过度开发等，使得生态环境与社会经济出现了不协调的发展局面，我们需要转变经济发展观念，建立一个环境友好型、生态环保型的社会，最终实现可持续健康发展的道路。本书主要针对经济发展方式的转变与生态文明建设之间的关系进行了分析探讨，并针两者之间存在的关系和现状采取了一定的措施，以便能更好地在保护生态环境的条件下大力发展循环经济。

社会发展的过程是生态、政治、经济、文化等因素协调统一的过程，面对我国环境问题的现状，我们要将生态文明建设思想与经济发展方式的转变结合起来，构建一个人与自然、人与人之间、社会与经济、的和谐均衡发展的社会，使其达到社会效益、生态效益的统一，走出一条生态良好的文明发展之路 [4]。而构建和谐社会，就必须要求全民行动起来，提高公民对生态环境的保护意识，树立可持续科学发展观，加大建立生态化的制度，那么，实现生态文明建设与经济可持续发展是很有可能性的。

本书由广西科技师范学院孙伟立、广州华南商贸职业学院邹小焱共同撰写完成。具体撰写分工如下：孙伟立撰写了第一章、第二章、第六章、第七章的内容（共计10.8万字）；邹小焱撰写了第三章至第五章的内容（共计10.2万字）。全书由孙伟立负责统稿完成。

为了提升本书的学术性与严谨性，在撰写过程中，笔者参阅了大量的文献资料，引用了诸多专家学者的研究成果，因篇幅有限，不能一一列举，在此一并表示最诚挚的感谢。由于时间仓促，加之笔者水平有限，在撰写过程中难免出现不足的地方，希望各位读者不吝赐教，提出宝贵的意见，以便笔者在今后的学习中加以改进。

决策制定能力。在构建市场营销课程内容体系时,需要遵循一系列原则。首先,课程内容应符合专业培养目标,确保学生毕业后能胜任市场营销领域的工作。其次,课程内容需要贴合行业实践,关注市场的最新趋势和技术,以培养具备市场洞察力的学生。最重要的是,课程应关注学生的知识结构,从基础知识到高级应用,逐步深化学生的理解和提高其技能。构建市场营销课程内容体系需要明晰的课程内容模块。这包括市场营销基础、市场调研与分析、产品和品牌管理、市场传播和推广、销售管理、国际市场营销、伦理与社会责任、市场营销案例分析等单元。这些模块应该被细化为具体的教学单元,确保学生逐步深入学习市场营销的各个方面,包括理论知识、实践技能和伦理观念。市场营销课程应保持与市场营销领域的最新趋势和变化同步,通过案例研究和实际项目,将学生的知识与实际应用相结合。通过这一系统性的内容构建,市场营销课程有助于提高专业的教育质量,培养更具竞争力的市场营销从业人员,为他们的职业成功奠定坚实的基础。

## (二) 优化知识体系内在逻辑

市场营销课程的内容应该按照难易程度和复杂性递进排列,确保学生可以逐步加深对市场营销领域的理解。从基础概念和原则出发,逐渐引导学生进入更深层次的内容,包括市场研究、策略规划、市场传播和销售管理等领域。市场营销是一个多学科综合性的领域,不同的知识领域之间存在密切的关联。在构建课程内容体系时,需要强调各个单元之间的关联性,以帮助学生建立全面的知识体系。例如,市场调研和分析与市场传播和推广之间存在紧密联系,学生应该能够理解如何运用市场调研结果来指导广告策略。案例教学是市场营销课程中的重要教学方法,有助于学生将理论知识应用到实际情境中。通过将案例教学融入不同的单元,可以帮助学生更好地理解 and 运用所学知识。同时,案例也可以用来突出知识的互相关联性,通过解决综合性案例,学生可以综合运用各个领域的知识。为了优化知识体系内在逻辑,实践性任务的设计至关重要。这些任务可以结合不同单元的知识,要求学生解决真实的市场营销问题。通过这些任务,学生不仅能将理论知识与实践相结合,还能够深入了解不同领域之间的关联性。市场营销领域的知识不断演进和更新,因此,知识体系的内在逻辑也需要不断改进和调整。定期审查和更新课程内容,确保其仍然反映最新的市场趋势和行业要求,有助于保持知识体系的完整性和连贯性。

## (三) 组织内容提纲

市场营销课程内容提纲的构建是设计一门成功的

市场营销课程的关键步骤。这一提纲应该以清晰的主题和子主题为基础,明确定义每个主题的内容范围,有助于确保课程内容的连贯性和完整性。关于内容提纲的构建,确定主题和子主题,确保它们充分反映市场营销领域的核心知识。主题可以包括市场研究、市场策略、市场传播、销售管理等,而每个主题下可以包含多个子主题,如市场调查、数据分析、广告策略等。安排主题和子主题的次序,确保逻辑性,一般应从基础概念和原则开始,然后逐渐深入更高级别的主题。划定每个主题的内容范围,明确关注重点,以确保每个主题都得到适当的覆盖,而不会过于冗杂或遗漏关键概念。制定明确的学习目标和相关的评估标准,确保它们与内容范围相匹配,以便学生和教师可以评估学习成果。选择适当的教学方法和教材资源,考虑到不同主题的性质,确保它们与学习目标和内容范围相一致。将实际市场营销案例和案例研究融入内容提纲,以提升课程的实用性和应用性。定期审查和更新内容提纲,以确保课程内容与市场趋势和行业发展相适应<sup>[3]</sup>。

## 结语

通过合理的课程设计,学生可以系统学习市场营销领域的知识和技能,有助于提高他们在未来就业市场中的竞争力。同时,市场营销课程的质量和实用性也直接关系到教育质量,因此,教师在教学过程中需要注重内容提纲的完善和课程的不断更新,以跟上市场的发展和变化。最终,通过构建科学的市场营销课程内容体系,我们可以为市场营销专业的学生提供更具价值的教育,为他们未来的职业成功打下坚实的基础。

## 参考文献:

- [1] 苍英美,弓萍.高校《市场营销学》课程混合式教学评价体系构建研究[J].老字号品牌营销,2023(4):170-172.
- [2] 陈双双,徐金虎.基于CIPP模型的高职院校市场营销专业课程思政评价指标体系构建[J].中文科技期刊数据库(全文版)教育科学,2023(5):20-23.
- [3] 陈伟,杜俊荣.试论高职院校市场营销专业创新创业教育体系的模式构建[J].广东教育:职教,2023(6):66-68.

基金项目:本文系2023年广东省教育厅普通高校特色创新类项目:乡村振兴背景下农产品新媒体营销管理研究(项目编号:2023WTSCX317);2021年广州华南商贸职业学院全面深化课程教育教学改革项目:推销技巧(项目编号:HMKG202115)的阶段性研究成果。

作者简介:邹小焱,男,汉族,江西九江人,硕士,讲师,研究方向:市场营销理论与实务。

# 目 录

<b>第一章 中国特色生态文明建设的内涵和基本框架</b> .....	1
第一节 中国生态文明建设道路的历史特点 .....	1
第二节 中国特色生态文明发展道路的时代特征 .....	5
第三节 中国特色生态文明建设道路的基本框架 .....	8
<b>第二章 中国生态文明建设的现状与未来</b> .....	18
第一节 “生态文明”理念提出的背景 .....	18
第二节 中国建设生态文明的意义及现实作用 .....	20
第三节 中国生态环境现状分析 .....	25
第四节 对十八大“生态文明”理念若干经济学问题思考 .....	27
第五节 加快中国生态文明建设的对策建议 .....	30
<b>第三章 中国生态文明建设的思想文化基础</b> .....	34
第一节 中国古代生态思想文化中的因素 .....	34
第二节 马克思主义生态思想文化 .....	39
第三节 中国当代生态思想文化 .....	46
第四节 当代中国生态文化的缺失与重建对策 .....	52
<b>第四章 中国生态文明建设的制度基石</b> .....	59
第一节 现行制度与生态文明建设的总体要求 .....	59
第二节 生态制度创新的基本原则 .....	64
第三节 生态化生产制度创新 .....	70
<b>第五章 生态文明与低碳经济</b> .....	86
第一节 理论链接——学术创新生长点 .....	86
第二节 生态文明与低碳经济的价值同构 .....	87

第三节 低碳经济与生态文明的互动与支持·····	91
第四节 低碳经济制度设计与生态文明理念实现·····	96
<b>第六章 生态文明建设与循环经济·····</b>	<b>105</b>
第一节 循环经济·····	105
第二节 循环经济国内实践·····	112
第三节 我国促进循环经济发展的管理制度与措施·····	122
<b>第七章 生态文明建设与绿色经济·····</b>	<b>126</b>
第一节 绿色经济·····	126
第二节 绿色经济国内实践·····	132
第三节 探索中国绿色经济发展道路·····	137
<b>参考文献·····</b>	<b>146</b>