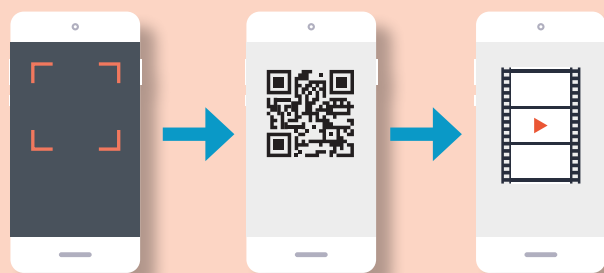


立体化教材使用指南（扫描过程中禁止移动）



打开扫码

扫描书中二维码

播放视频



“十四五”职业教育河南省规划教材



“十四五”职业教育河南省规划教材

国家在线精品课程配套教材  
国家职业教育专业教学资源库子项目配套教材  
河南省职业教育课程思政示范课配套教材

# 电子商务基础与实战

DIANZI SHANGWU JICHU YU SHIZHAN

（修订版）

宋沛军 编著



电子商务基础与实战（修订版） 宋沛军 编著

河南科学技术出版社

策划编辑 马国宝  
责任编辑 许 静  
责任校对 尹凤娟  
封面设计 张 伟  
责任印制 徐海东

ISBN 978-7-5725-0010-7



9 787572 500107 >

定价：56.00 元

中原出版传媒集团  
中原传媒股份公司

河南科学技术出版社



“十四五”职业教育河南省规划教材

国家在线精品课程配套教材

国家职业教育专业教学资源库子项目配套教材

河南省职业教育课程思政示范课配套教材

# 电子商务基础与实战

DIANZI SHANGWU JICHU YU SHIZHAN

(修订版)

宋沛军 编著

河南科学技术出版社

· 郑州 ·

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

电子商务基础与实战/宋沛军编著.—郑州：河南科学技术出版社，2020.7（2024.8重印）

“十三五”高等职业教育立体化规划教材.电子商务系列

ISBN 978-7-5725-0010-7

I. ①电… II. ①宋… ②刘… III. ①电子商务-高等职业教育-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字（2020）第113746号

---

出版发行：河南科学技术出版社

地址：郑州市郑东新区祥盛街27号 邮编：450016

电话：（0371）65788641 65788613

网址：www.hnstp.cn

策划编辑：马国宝

责任编辑：许 静

责任校对：尹凤娟

封面设计：张 伟

责任印制：徐海东

印 刷：河南龙华印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：787 mm × 1 092 mm 1/16 印张：15.25 字数：343千字

版 次：2020年7月第1版 2023年10月修订 2024年8月第3次印刷

定 价：56.00元

---

如发现印、装质量问题，影响阅读，请与出版社联系并调换。

这是一个疯狂的时代，这是一个颠覆的时代，这是一个跨界的时代……实体零售被淘宝、天猫、拼多多冲击，传统家电销售被京东冲击，银行被支付宝、微信支付冲击，移动、电信、联通被微信、QQ冲击。抖音、快手、B站、电子商务、互联网+、物联网、元宇宙、人工智能、Chat GPT……，新媒体、新技术层出不穷。

这个世界不再有永恒的王者。在这个跨界打劫、降维打击、飞速变化的时代，你永远无法想象出下一个竞争对手会是谁，你也很难猜到会有新兴的什么行业打败了传统的什么行业，一切都可能被改写、被颠覆！

互联网从30年前的“人迹罕至”，到如今的“无货不网”，以前，我们买东西要走出家门，走进商场，如今全国有10亿人在网上购物。不用跑腿，不用动嘴，动动手指就能买遍天下，大到汽车、房子，小到牙签、纽扣，只有你想不到的，没有你买不到的。电子商务已经成为人们日常生活中的一部分。

那么，为什么会有电子商务？它有哪些模式？它面临着哪些问题？它会朝着哪个方向发展？如何开展电商活动？怎样实现网上创业梦想？

作为财经商贸类专业的入门课，《电子商务基础与实战（修订版）》按照“学为主，教为导”，围绕“沁匠心、润情智，厚文基、强商技”，以能力为本位，以实战为主线，充分利用线上资源，通过模块化、项目化，强调电子商务知识的覆盖面和技术的前瞻性，培养学生的学习兴趣、电商思维及实战应用、创新创业等能力。同时，融入课程思政和中华优秀传统文化，自觉把小我融入大我，将社会主义核心价值观内化为精神追求、外化为自觉行动，落实立德树人、德技并修，使育德、育人同向同行。

由于电子商务发展非常迅猛，为了让从业人员了解到最新的电子商务资讯，教材一直紧跟课改步伐和电商发展进程，结合职业院校学生实际情况，根据电商“实践性、前瞻性”特点，在第一版的基础上调整和优化了课程内容，新增和拓展了数字货币、互联网广告、互联网营销推广方式、电子商务新领域等一些前沿内容，让更多的新技术、新工艺、新规范惠及更多的学习者。

《电子商务基础与实战（修订版）》是国家职业教育专业教学资源库



的子项目 (<https://www.icve.com.cn/cwgl>)，也是国家精品在线开放课程 (<https://www.icourse163.org/course/XCITC-1207013809>) 和河南省职业教育课程思政示范课。该教材充分体现了“富媒体智能型”特色，通过融媒体技术，全力打造可听、可视、可练、可互动的教材，有视频、音频和动画500多个，有网站链接、实战项目，有虚拟仿真实训平台（登录教育部智慧职教平台<https://www.icve.com.cn/cwgl>，见“在线技能训练”和“虚拟仿真”栏目），配套资源丰富、呈现形式灵活，读者通过识别二维码即可获取相关知识。方便教师和学生利用碎片化时间进行教与学，达到“人人皆学、处处能学、时时可学、终身学习”的目的。

本教材的特点，一是融入课程思政，将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观等有效融入课程，内化为精神追求，外化为自觉行动。二是侧重实战应用。“网上创业”贯穿全课程，在“话题六 启动电商梦想”中着重讲解利用淘宝等平台开店运营及引流技巧，在“话题九 互联网营销推广方式”中阐述了常见的社会化媒体营销的主流工具的实战应用，另外，每个话题后面都设有实战项目，如如何开通微信公众号、快手、抖音、小红书、微信视频号等并运营，激发和培养学生的学习兴趣、实战应用能力和创新创业能力。三是引入仿真实训。开放共享电商数据化运营、跨境电商、智慧新媒体等几十套虚拟仿真实训软件的账户密码，让学习者在真实的商业社会环境和企业运作平台中从事不同岗位的“工作”，培养其执行能力、全局意识、综合决策能力、创新创业能力和综合职业素养。

本书在编写过程中，选取了最新资料和最新知识，注重新技术的应用，结构清晰，内容丰富翔实，图文并茂；非常注重对学生实际应用技能的培养，实训演练可操作性强，强调了实务、实践、实战，避免了“纸上谈兵”，体现了实用性、针对性和现实性，是一本电子商务实战方面的实用教材，非常适合职业院校教学和短期培训使用。

本书在编写过程中参阅和引用了大量国内外专家和学者的研究成果，借鉴了国内外大量的电子商务网站资料，在此，谨向各位专家和同行表示由衷的敬意和感谢。本书能够顺利出版，要感谢河南科学技术出版社马国宝同志的大力支持。由于电子商务发展迅猛，加之作者水平有限，书中可能会有疏漏和不当之处，恳请专家和读者批评指正。

宋沛军

2023年11月

## 主题一 遇见电商——走进电子商务

话题一 你我眼中的电子商务 .....	2
第一节 什么是电子商务 .....	3
第二节 电子商务对传统商务模式的影响 .....	16
第三节 中国电商风云录 .....	19
话题二 让人眼花缭乱的电子商务模式 .....	29
第一节 什么是商业模式 .....	30
第二节 电子商务模式 .....	34

## 主题二 支撑电商——电子商务的关键

话题三 方便快捷的支付方式 .....	41
第一节 电子支付：帮我打开网上交易之门 .....	42
第二节 数字货币：开启交易新时代 .....	49
话题四 控制电子商务安全风险 .....	57
第一节 网络安全连着你和我 .....	58
第二节 认清计算机病毒的真面目 .....	60
第三节 解密电子商务安全技术 .....	65
第四节 解密电子商务法 .....	74
话题五 我的货物在哪里 .....	79
第一节 认识物流 .....	80
第二节 走近物流设备 .....	91
第三节 解读物流信息技术 .....	98



### 主题三 电商实战——开启网上创业梦想

话题六 启动电商梦想 .....	108
第一节 网店创设 .....	109
第二节 打理网店 .....	117
第三节 网店引流 .....	124
话题七 做好客服 .....	138
第一节 认知客户 .....	139
第二节 为客户服好务 .....	145
第三节 客服沟通技巧 .....	148

### 主题四 玩转电商——电子商务策划

话题八 认知互联网营销 .....	159
第一节 什么是互联网营销 .....	160
第二节 互联网广告 .....	167
话题九 互联网营销推广方式 .....	177
第一节 口碑、新闻与软文营销 .....	178
第二节 私域运营与社群营销 .....	184
第三节 常见的互联网营销推广方式 .....	191

### 主题五 畅想电商——电子商务新发展

话题十 电子商务新领域 .....	208
第一节 前程似锦的跨境电商 .....	209
第二节 欣欣向荣的直播电商 .....	221
第三节 广袤无垠的新型电商 .....	230





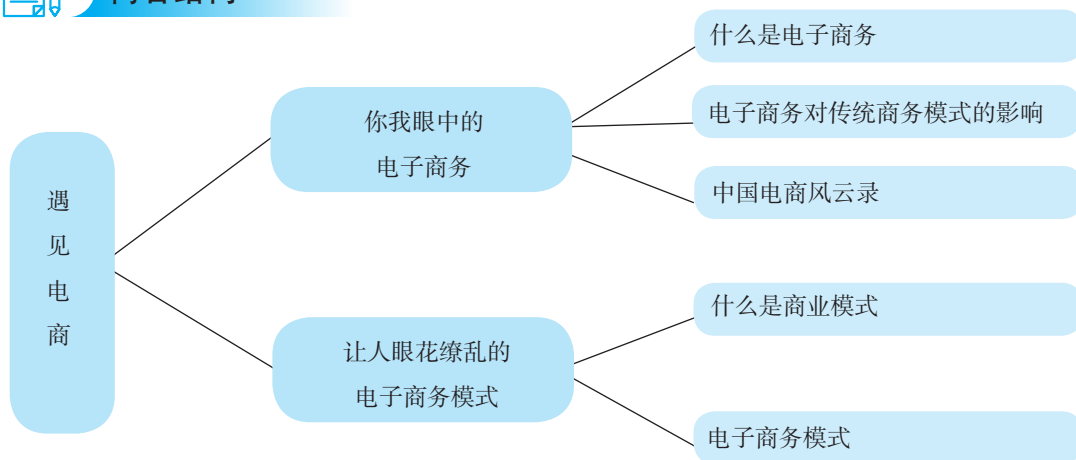
# 主题一 遇见电商——走进电子商务

20年前，我们购物要走出家门，走进商场；如今我们可以足不出户，坐在家裡，点点鼠标，动动手指就能买遍天下。作为依托互联网而发展起来的一种商业模式，电子商务从1996年开始进入大众视野，经过短短20多年的发展，已经成为人们日常生活中不可或缺的部分。

那么，到底什么是电子商务？电子商务有哪些模式？电子商务是如何运作的？中小企业为什么青睐电子商务？本单元将带你走进梦幻般的电商王国去认识电子商务的真实面目。



## 内容结构







## 话题一 你我眼中的电子商务



### 情感态度与价值观目标

(1) 结合中国共产党第二十次全国代表大会报告提出的“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”和《数字中国建设整体布局规划》《国务院关于大力发展电子商务 加快培育经济新动力的意见》《“十四五”电子商务发展规划》，以及我国电子商务高速发展状况，开展爱国主义教育和理想信念教育，增强学生的民族自豪感、爱国情感和文化自信。培养学生关注社会发展，注重学思结合、知行合一。

(2) 通过带领学生到企业、田间地头开展电商服务，在社会实践和志愿服务活动中进行思政教育，使专业伦理和职业道德的培养贯通其中，引导学生弘扬劳动精神、增长知识见识、提高综合素质，成为德才兼备的人才，同时，将社会主义核心价值观内化为精神追求、外化为自觉行动，自觉把小我融入大我。帮助学生培养在实践中敢闯会创、爱岗敬业、团结协作的精神，增强勇于探索的精神、善于解决问题的实践能力，增强创新精神、创造意识和创业能力，提高学生的职业素养。



### 知识目标

(1) 理解电子商务的内涵；了解电子商务的产生和发展，以及电子商务对社会经济和企业的影响。

(2) 掌握电子商务的作用、优势和发展趋势。

(3) 熟悉电子商务与传统商务的异同，能深刻认识电子商务给人们生活带来变化的原因。



### 能力目标

(1) 能够清晰描述电子商务在某一行业中的应用情况。

(2) 能深刻认识电子商务的含义，准确把握电子商务的内涵，形成自己的独到见解。

(3) 能够通过对电子商务未来的发展趋势和新技术应用进行系统分析，为未来把握创业机遇奠定基础。

(4) 初步具备开展电子商务活动的的能力。

### 想一想

(1) 什么是电子商务？为什么会产生电子商务？

(2) 企业为什么热衷于开展电子商务？

(3) “互联网+”离我们有多远？

## 第一节 什么是电子商务

老师，电子商务是不是在淘宝、天猫和京东上购物？现在火爆的直播带货、社区团购是不是电子商务？



电子商务可不是单纯地在网上购物，它是利用互联网开展商务活动的一种全新商务模式。



### 【想一想】

中国共产党第二十次全国代表大会提出，“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”。加快发展数字经济是实现经济现代化的战略路径，是推动中国式现代化进程的重要力量。作为一种新型的商务模式，电子商务将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。那么，什么是电子商务？为什么说互联网的出现催生了电子商务的迅猛发展？



走进电子商务

### 【搜一搜】

政府、企业、学者、国际组织等对电子商务的定义。

### 【学一学】

网上购物已经成为人们日常生活中的一部分，几乎每个人都能说出一大堆耳熟能详的名词：淘宝、天猫、京东、拼多多、美团、阿里巴巴、支付宝、微信支付、余额宝、小红书、哔哩哔哩（B站）、快手、抖音等。

电子商务最初进入大众视野时，被定义为线上销售。这是因为以淘宝为代表的线上销售平台的崛起，其最根本的特征就是线上销售产品和服务。



那么，到底什么是电子商务？首先让我们看几个案例：

【案例1】1994年，一位名叫杰夫·贝佐斯的31岁的基金经理，在一次上网冲浪时，偶然发现互联网使用人数正以2300%的速度增长。几周后，他辞去了待遇丰厚的工作，踏上了创业之路。1995年7月16日，他开办了全球第一家网上书店——亚马逊。

亚马逊是以卖书起家的。作为电子商务的起步，卖什么很重要。书是一个非常标准化的产品，基本上人们在实体店看到的书，在线上销售也是一字不差。而且线上卖书还有几个好处，一是对书的介绍可以很丰富；二是按各种信息对书检索也很容易；三是书是标准化的商品，全国统一价格，折扣优惠一清二楚；四是便于物流配送；最重要的是购买图书的人很多，受众面较广。后来，这种模式传到了中国。模仿亚马逊的，首先是当当网，其次是卓越网，它们也都是从网上销售图书起家的。

目前，亚马逊（图1-1）已经发展成为一个综合网上购物商城，经营着图书音像、数码家电、母婴百货、钟表首饰、服饰箱包、运动户外等产品，支持货到付款，提供上门退换货，让消费者享受着便利快捷的网购体验。最高市值为1.92万亿美元（2021年11月）。

【案例2】1999年9月，全球领先的网上交易市场和商人社区——阿里巴巴集团（图1-2、图1-3）成立，专注于全球批发贸易市场；2003年5月，创立淘宝网（图1-4）；

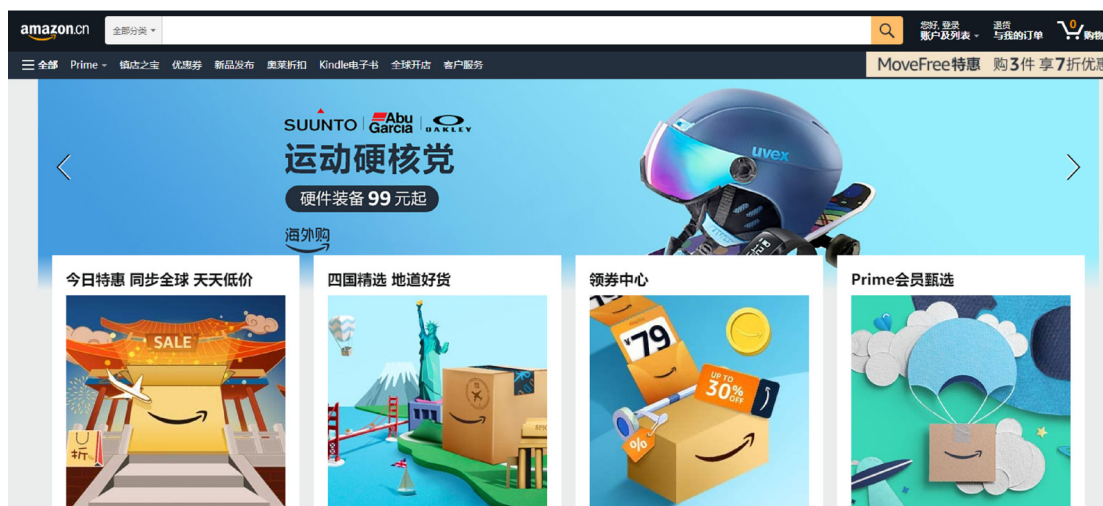


图1-1 亚马逊网站主页

2004年12月，推出支付宝；2008年4月，推出专注于服务第三方品牌及零售商的淘宝商城（即天猫）（图1-5）。

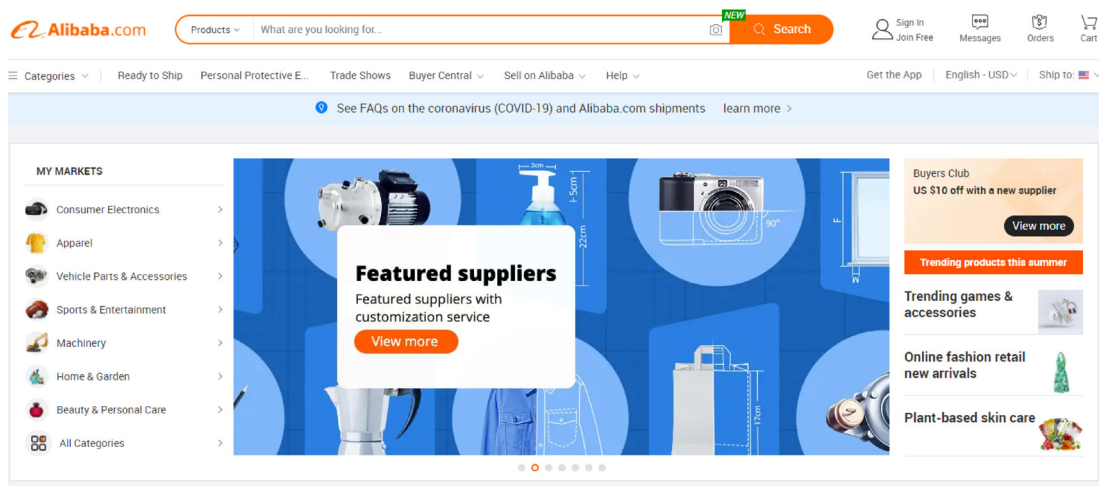


图1-2 阿里巴巴网站主页（国际站）



图1-3 阿里巴巴网站主页（国内站）



图1-4 淘宝网站主页



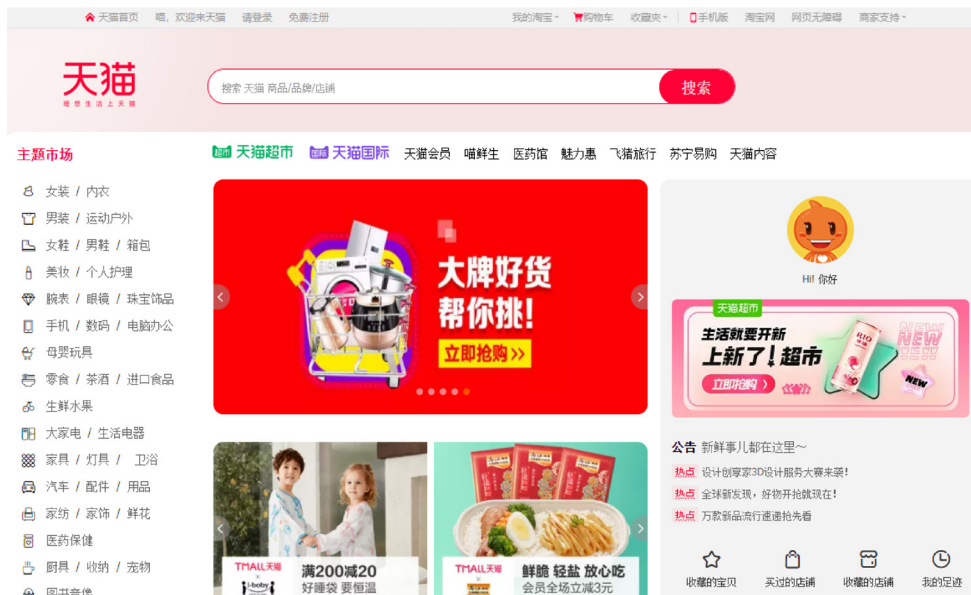


图1-5 天猫网站主页

2014年9月20日，阿里巴巴在美国纽约证券交易所挂牌上市，首日报收为93.89美元，较发行价上涨38.07%，阿里巴巴在美国纳斯达克的最高市值为8600亿美元左右（2020年10月）。2019年11月26日，阿里巴巴集团正式在港交所挂牌上市，开盘187港元，成为首个同时在美股和港股两地上市的中国互联网公司，阿里巴巴在香港股市的最高市值为6.7万亿港币（2020年10月）。

【案例3】中国最大的自营式电商企业——京东（图1-6），是2004年1月创立的。目前京东在线销售计算机、手机、家电、服装、奢侈品等多品类、数千万种商品。最高市值为1685亿美元（2021年2月）。

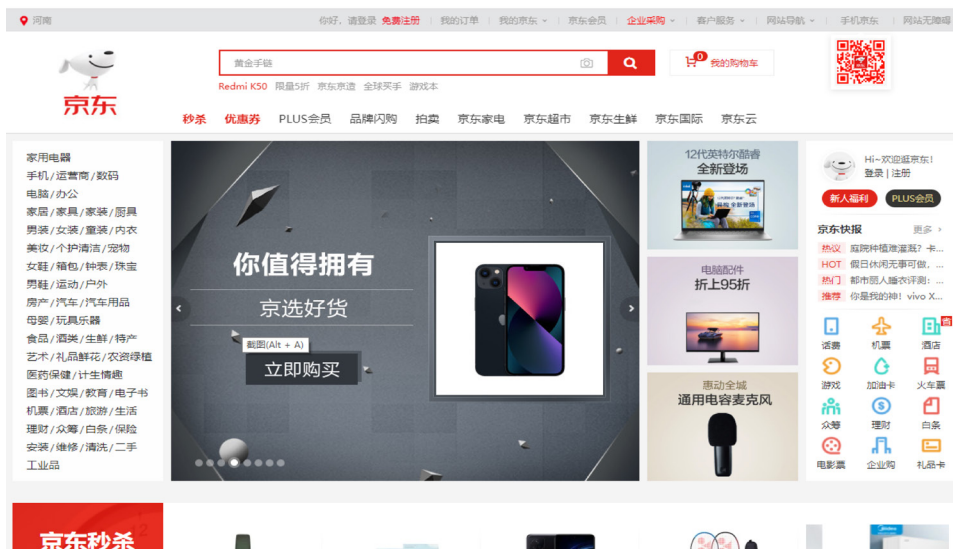


图1-6 京东网站主页

【案例4】eBay（易贝）（图1-7）是由美国人皮埃尔·奥米迪亚在1995年9月4日创立的，是一个可让全球民众在网上买卖物品的线上拍卖及购物网站。当时奥米迪亚的女友酷爱Pez（皮礼士）糖果盒，却为找不到志同道合的人交流而苦恼。于是奥米迪亚就建立了一个拍卖网站，希望能帮助女友和全美的Pez糖果盒爱好者交流，这就是eBay。令奥米迪亚没有想到的是，eBay非常受欢迎，很快网站就被收集Pez糖果盒、芭比娃娃等物品的爱好者挤爆。

与亚马逊不同的是，eBay最开始是一个集市。在中国，与eBay模式相似的，首先是易趣网，其次是淘宝网，它们都带有浓厚集市的特征。

如今易贝已有2亿注册用户，29个国家的卖家，每天都有几千万件商品销售，易贝已经成为世界上最大的电子集市。最高市值为453亿美元（2021年10月）。

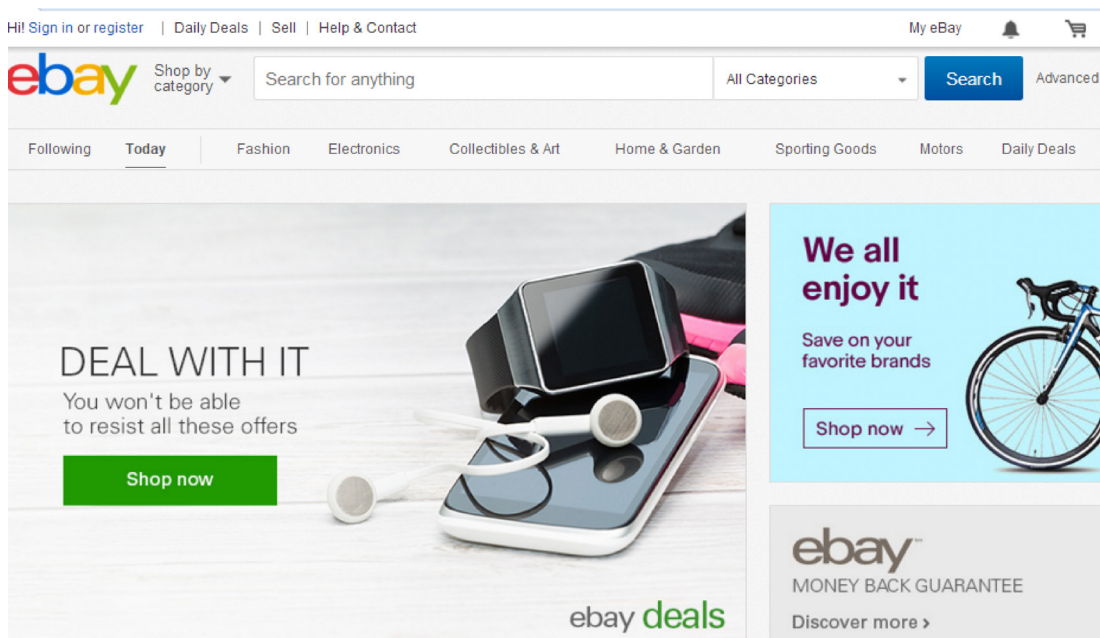


图1-7 易贝网站主页

【案例5】手机订外卖，吃货新时代。2009年4月，“饿了么”网站正式上线；2013年11月，美团外卖（图1-8）正式上线；2014年5月20日，百度推出百度外卖。专业外卖服务平台整合了线下餐饮品牌和线上网络资源，给消费者提供了方便快捷的网络外卖订餐服务，订餐者可以通过PC端网站、手机APP、微信公众号基于地理位置搜索到附近的正餐快餐、小吃甜点、咖啡蛋糕等外卖信息，可自由选择配送时间、支付方式，并添加备注和发票信息，随时随地下单，快速配送到手。2017年8月24日，饿了么正式宣布收购百度外卖。



图1-8 美团外卖

【案例6】由滴滴、快的在2015年2月14日合并而成的滴滴出行是涵盖出租车、专车、快车、顺风车、代驾、豪华车、公交、共享单车、共享电单车、汽车服务、外卖、支付等多项业务在内的一站式移动出行平台和生活平台，以人工智能技术推动智慧交通创新，解决全球交通、环保和就业问题。乘客可以通过APP快捷方便地实时打车或者预约用车，司机也可以通过APP接单，从而通过减少空跑来增加收入。年运送乘客超过100亿人次。2021年7月，滴滴出行 APP 由于存在严重违法、违规收集、使用个人信息问题而被要求全面整改。打车软件还有曹操出行、T3出行、美团打车和神州专车等。

【案例7】国内移动互联网的主流电子商务应用产品——拼多多（图1-9），是专注于C2M拼团购物的第三方社交电商平台。2015年4月，抓住传统电商未能有效助力农产品上行的机遇，黄峥创立的拼好货上线，以社交拼团模式将产地农产品出售给消费者，开创了社交电商新模式。9月，黄峥的公司内部孵化新电商平台拼多多。

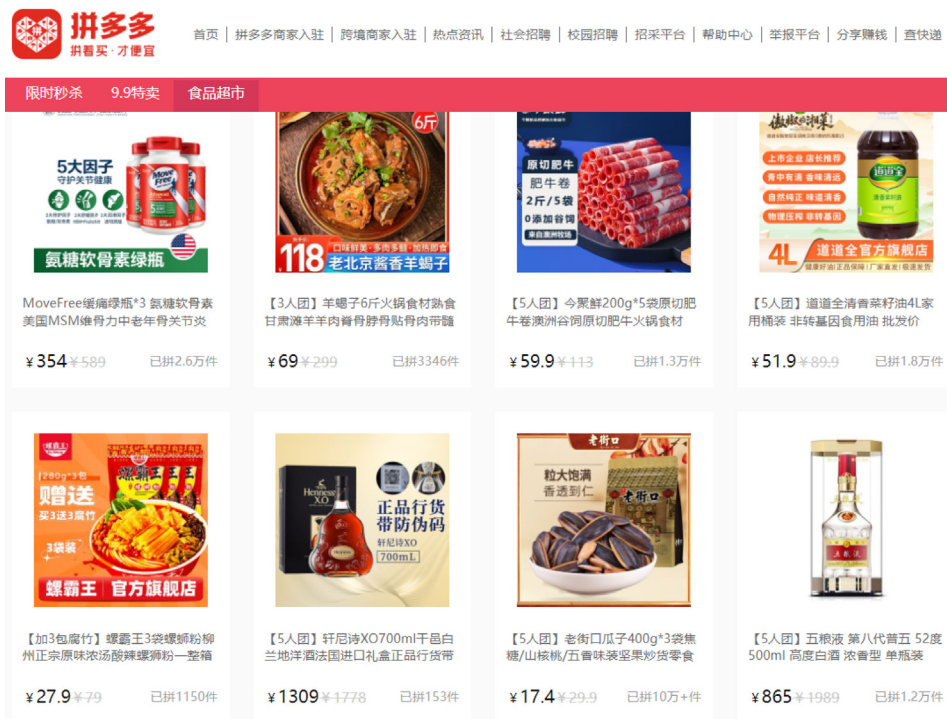


图1-9 拼多多网站主页



2016年9月，拼好货、拼多多合并。其商业模式是用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，凝聚更多人的力量，用更低的价格，拼团购买优质商品，让用户体会更多的实惠和乐趣。通过沟通分享形成的社交理念，形成了独特的新社交电商思维。2018年7月26日，拼多多正式登陆纳斯达克市场，最高市值为2700亿美元（2021年6月）。

通过以上案例我们可以看出，不论是亚马逊、天猫、京东、易贝、淘宝，还是阿里巴巴、百度外卖、滴滴出行、拼多多，它们都有两个共同的特征：一是利用互联网；二是有交易活动。

因此，电子商务是一种以互联网或者移动互联网为基础、以交易双方为主体、以电子支付为手段、以客户数据为依托的全新的商务模式，是借助互联网或者移动互联网开展的商务活动，是实现整个贸易活动的电子化过程。



什么是电子商务

电子商务有广义和狭义之分。

广义的电子商务是指使用各种电子工具（如电报、电话、广播、电视、传真、计算机和互联网等）从事商务活动；狭义的电子商务是指利用 Internet（互联网）从事商务活动。图1-10所示为电子商务工具的变迁。



图1-10 电子商务工具的变迁

通常，电子商务（Electronic Business，EB；电子化的交易）被定义为：在全球各地广泛的商业贸易活动中，在互联网（或者移动互联网）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，实现消费者网上购物、商户之间网上交易，以及在线电子支付等各种商务活动、交易活动、金融活动和相关综合服务活动的一种新型商业运营模式。



电子商务利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现了整个商务（买卖）过程中的电子化、数字化和网络化。它整合了多种技术：如计算机技术、网络数据通信技术、电子数据交换（EDI）技术、安全技术、电子支付技术和数据库技术。因此，电子商务的本质是商务，前提是电子化，核心是人才，应用则是信息流、商流、资金流和物流的整合。



《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》对电子商务谋划的重点已经从促进电子商务业态发展转向更深层次的电子商务生态体系建设，意味着电子商务的发展将向数字商务全面转型。加快推进整个商贸服务业的数字化、网络化、智能化进程，成为数字生活的重要体现和数字中国的重要组成部分。

从电子商务到数字商务，意味着电子商务的定义将从目前的EC（Electronic Commerce，互联网上的交易）向EB延伸，以电子化为基础，以数字化为特征，以网络化为载体，以智能化为方向，加快实现数字技术与商业及其关联产业深度融合和线上线下一体，将销售端与供应链、产业链、价值链紧密相连，商贸流通业态与模式不断创新，全渠道满足消费需求。

## 知识拓展

### “互联网+”与中国制造2025

“互联网+”是不是互联网+各个传统行业？电子商务、互联网金融、在线教育、在线旅游、在线影视等算不算“互联网+”的应用？“互联网+”与中国制造2025有什么关系？

#### 一、“互联网+”

通俗地说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”，但这并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。“互联网+”是两化（信息化和工业化）融合的升级版，将互联网作为当前信息化发展的核心特征提取出来，并与工业、商业、金融业等服务业全面融合。其中的关键就是创新。“互联网+”是创新2.0下的互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的经济社会发展新形态演进。如图1-11所示。

“互联网+”是指在创新2.0（信息时代、知识社会的创新形态）推动下由互联



图1-11 “互联网+”的应用

网发展的新业态,也是在知识社会创新2.0推动下由互联网形态演进、催生的经济社会发展新形态。它代表一种新的社会形态,即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中,提升全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的发展新形态。它具有跨界融合、创新驱动、重塑结构、开放生态、连接一切等特征。

“互联网+”仰赖的新基础设施,可以概括为“云、网、端”三部分。其中,“云”是指云计算、大数据基础设施。“网”不仅包括互联网,还拓展到物联网领域。“端”则是指用户直接接触的个人电脑、移动设备、可穿戴设备、传感器,以及以软件形式存在的应用。“端”是数据的来源,也是服务提供的界面。

2015年7月1日,国务院印发了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号),从创业创新、协同制造、现代农业、智慧能源、普惠金融、益民服务、高效物流、电子商务、便捷交通、绿色生态和人工智能等11个方面提出了具体行动,讲述如何把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合。这是推动互联网由消费领域向生产领域拓展,加速提升产业发展水平,增强各行业创新能力,构筑经济社会发展新优势和新动能的重要举措。

## 二、中国制造2025与工业4.0

### 1. 中国制造2025

“中国制造2025”(图1-12)是由百余名院士专家制定的,为中国制造业未来10年设计的顶层规划和路线图,通过努力实现中国制造向中国创造、中国速度向中国质量、中国产品向中国品牌三大转变,推动中国到2025年基本实现工业化,迈入制造强国行列。这是为了应对新一轮科技革命和产业变革,立足我国转变经济发展方式实际需要,围绕创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展、人才为本等关键环节,以及先进制造、高端装备等重点领域,提出的加快制造业转型升级、提质增效的重大战略任务和重大政策举措。

“中国制造2025”的主要内容可以用“一二三四五五八九十”概括。

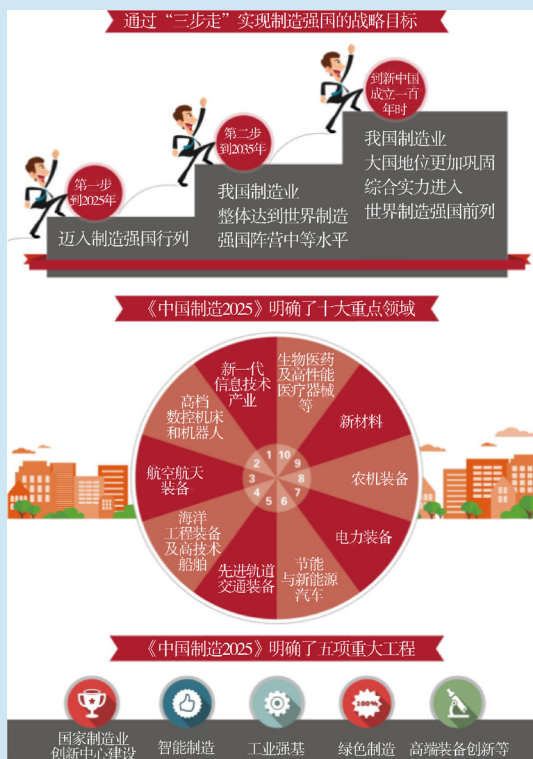


图1-12 中国制造2025



(1) “一一”，一个目标和一条主线。

一个目标：从制造业大国向制造业强国转变。

一条主线：以体现信息技术与制造技术深度融合的数字化、网络化、智能化制造为主线。

(2) “二”，两化融合，即信息化和工业化深度融合。

(3) “三”，“三步走”战略，每一步都用10年左右的时间，实现从制造业大国向制造业强国转变。

第一步：到2020年，基本实现工业化，到2025年，迈入制造强国行列。

第二步：到2035年，我国制造业整体达到世界制造强国阵营中等水平，全面实现工业化。

第三步：中华人民共和国成立100周年时，综合实力进入世界制造强国前列。

(4) “四四”，四项原则和四大转变。

四项原则：市场主导、政府引导；立足当前，着眼长远；全面推进、重点突破；自主发展、合作共赢。

四大转变：一是由要素驱动向创新驱动转变；二是由低成本竞争优势向质量效益竞争优势转变；三是由资源消耗大、污染物排放多的粗放制造向绿色制造转变；四是由生产型制造向服务型制造转变。

(5) “五五”，五条方针和五大工程。

五条方针：创新驱动、质量为先、绿色发展、结构优化和人才为本。

五大工程：制造业创新中心建设的工程、强化基础的工程、智能制造工程、绿色制造工程和高端装备创新工程。

(6) “八”，八项战略对策。

推行数字化、网络化、智能化制造；提升产品设计能力；完善制造业技术创新体系；强化制造基础；提升产品质量；推行绿色制造；培养具有全球竞争力的企业群体和优势产业；发展现代制造服务业。

(7) “九”，九大任务。

首要任务是提高创新能力；核心是信息化与工业化的融合；关键为品牌建设；推行绿色制造是保障；重要支撑是发展服务型制造和生产性服务业、推动制造业国际化、强化工业基础、推动重点领域突破发展。这九大任务可以提炼出六个关键词，即“中国制造2025”的内涵——创新、融合、品牌、绿色、服务、国际化。

(8) “十”，十个领域。

新一代信息技术产业、高档数控机床和机器人、航空航天装备、海洋工程装备及高技术船舶、先进轨道交通装备、节能与新能源汽车、电力装备、新材料、生物医药及高性能医疗器械、农业机械装备等。



## 2. 工业4.0

工业4.0最早是德国在2011年4月的汉诺威工业博览会上推出的，其核心目的是提高德国工业的竞争力，在新一轮工业革命中占领先机。工业4.0是以智能制造为主导的第四次工业革命或革命性的生产方法，通过充分利用信息通信技术和网络空间虚拟系统——信息物理系统（Cyber-Physical System, CPS）相结合的手段，将制造业向智能化转型。具体来说，分为三大主题：一是“智能工厂”，重点研究智能化生产系统及过程，以及网络化分布式生产设施的实现；二是“智能生产”，主要涉及整个企业的生产物流管理、人机互动，以及3D技术在工业生产过程中的应用等；三是“智能物流”，主要通过互联网、物联网、物流网，整合物流资源，充分发挥现有物流资源供应方的效率，而需求方则能够快速获得服务匹配，得到物流支持。图1-13所示为工业4.0中的5G发展与赋能。

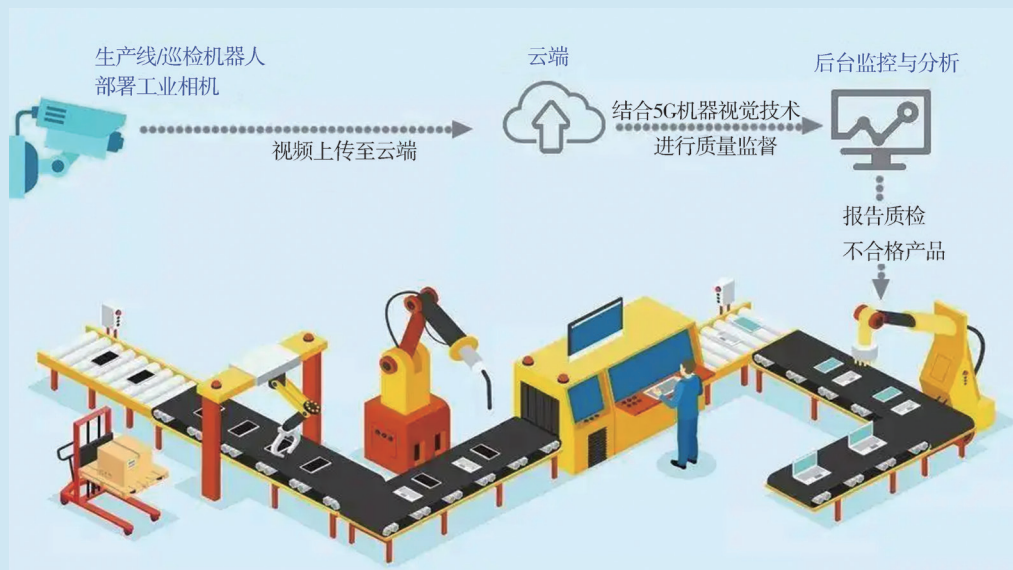


图1-13 工业4.0中的5G发展与赋能

之前的三次工业革命（图1-14）分别是：第一次工业革命（工业1.0），始于1784年，其标志是机械纺纱机的诞生；第二次工业革命（工业2.0），始于1870年，其标志是第一台传送带的使用；第三次工业革命（工业3.0），始于1969年，其标志是第一台PLC（可编程逻辑控制器）的诞生。

其中，工业1.0的标志是通过水力和蒸汽机实现的工厂机械化，用蒸汽动力驱动机器取代人力，从此手工业从农业中分离出来，正式进化为工业。

工业2.0的标志是电力广泛应用的电气化，即用电力驱动机器取代蒸汽动力，从此零部件生产与产品装配实现分工，工业进入大规模生产时代。

工业3.0的标志是PLC和PC应用的自动化，从此机器不但接管了人的大部分体力劳动，同时也接管了一部分脑力劳动。

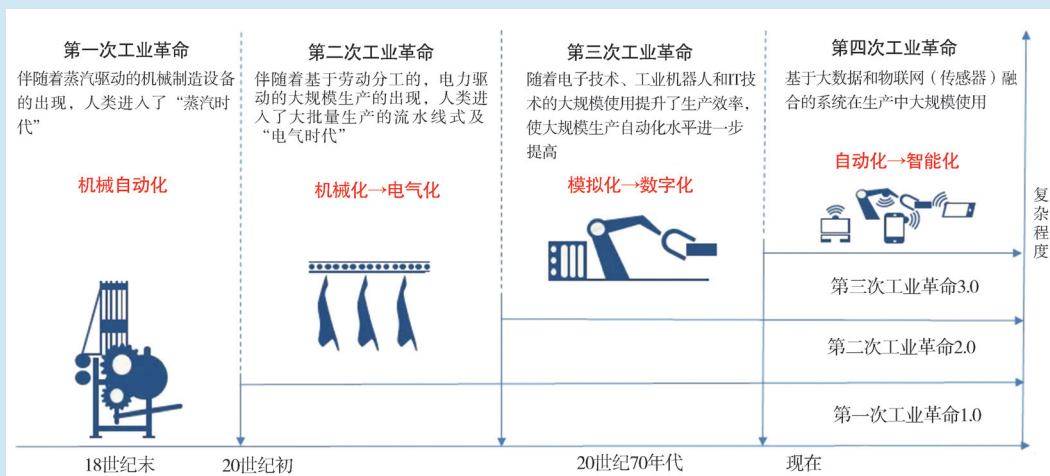


图1-14 四次工业革命

第一次工业革命的核心是机械化；第二次工业革命的核心是电气化；第三次工业革命的核心是电子和IT技术在工业中的应用；而第四次工业革命的核心是CPS，目标是建立智能的数字化工厂。

美国、德国的制造业发展计划（表1-1），核心是“制造+信息化+服务”，具体表现为“软硬兼施”，即以软件为主导，以信息化和互联网技术提升制造业研发和生产水平；双管齐下，以制造+服务延长制造业的产业链、供应链，以柔性的定制化和个性化服务将制造业与消费者直接连接；互联网+制造，以电子商务的渠道和网络信息技术将制造业与市场紧密相连。



表1-1 中国制造2025、德国工业4.0和美国智能制造对比表

类别	中国制造2025	德国工业4.0	美国智能制造
发起者	工信部牵头，中国工程院起草	联邦教研部与联邦经济技术部资助，德国工程院、弗劳恩霍夫协会、西门子公司建议	智能制造领袖联盟（SMLC），由26家公司，8个生产财团，6所大学和1个政府实验室组成
发起时间	2015年	2013年	2011年

续表

类别	中国制造2025	德国工业4.0	美国智能制造
定位	国家工业中长期发展战略	国家工业升级战略，第四次工业革命	美国“制造业回归”的一项重要内容
特点	信息化和工业化的深度融合	制造业和信息化的结合	工业互联网革命，倡导将人、数据和机器连接起来
目的	增强国家工业竞争力，在2025年迈入制造业强国行列，中华人民共和国成立100周年时占据世界强国的领先地位	增强国家制造业竞争力	专注于制造业、出口、自由贸易和创新，提升美国竞争力
主题	互联网+、智能制造	智能工厂、智能生产、智能物流	智能制造
实现方式	通过智能制造，带动产业数字化水平和智能化水平的提高	通过价值网络实现横向集成、工程端到端数字集成横跨整个价值链、垂直集成和网络化的制造系统	以“软”服务为主，注重软件、网络、大数据等对工业领域的服务方式的颠覆
实施进展	规划出台阶段	已在某些行业实现	已在某些行业实现
重点技术	制造业互联网化	CPS [ 自动控制技术（数据采集、伺服驱动）、嵌入式软件技术、机器人技术、无线通信技术、物联网技术融合的系统，其愿景是实现智能制造和智能工厂 ]	工业互联网

### 【议一议】

分组讨论：（1）电子商务给人们的生活带来了哪些变化？

（2）“互联网+”如何改变着我们的生活？

### 【练一练】

结合所学，描述电子商务在某一行业中的应用情况。





## 第二节 电子商务对传统商务模式的影响



### 【想一想】

在互联网时代，特别是移动互联网时代，传统行业的发展受到了很大的制约，不管是在商业模式上，还是在商业规模上，互联网似乎一夜之间就将传统商业远远地甩在了身后。是传统商业模式出了问题吗？电子商务真的会颠覆传统商业吗？传统和互联网的结合会迸发出更加美丽的火花吗？企业为什么对电子商务情有独钟？

### 【搜一搜】

企业是如何开展电子商务活动的？

### 【学一学】

电子商务是数字经济和实体经济的重要组成部分，是催生数字产业化、拉动产业数字化、推进治理数字化的重要引擎，是提升人民生活品质的重要方式，是推动国民经济和社会发展的力量。电子商务既是实体经济的组成部分，也是数字经济的重要内容。电子商务产业高质量发展既是电子商务自身发展的必然趋势，也是电子商务助力数字生活、数字生产、乡村振兴、开放合作的前提和基础。

## 一、电子商务的优势

(1) 更广阔的环境。不受时间的限制,不受空间的限制,不受传统购物的诸多限制,可以随时随地在网上交易。

(2) 更广阔的市场。在网上,这个世界变得很小,一个商家可以面对全球的消费者,而一个消费者可以在全球任何一家商家购物。

(3) 更快速的流通和更低廉的价格。电子商务减少了商品流通的中间环节,节省了大量的开支,从而大大降低了商品流通和交易的成本。

(4) 更符合时代的要求。如今人们越来越追求时尚,讲究个性,注重购物的环境,网上购物更能体现个性化的购物过程。

(5) 更安全的支付。在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题,它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等,这与传统的商务活动有很大的不同。



为什么是电子商务(上)

中国电子商务的发展,使传统贸易结构发生了根本变化。未来任何一个地方的消费者,都可以享受到任何一个地方的顶端产品,一旦省去了传统的贸易和贴牌环节,消费者将大大受益,所以未来全球产业链一定会大重组。即,将全球的消费者和生产者直接对接,消费者不仅受益,还可以参与设计过程,实现跨国生产和定制。中国未来的角色将是一个信息大节点的角色,在电子商务、跨境电商以及大数据(如阿里云)的综合配合下,中国将组织全球性大生产,这种大生产将打破以美国等主导的传统全球产业链。



## 二、电子商务对传统商务模式的冲击

电子商务的迅速崛起正冲击着传统商业模式和改变着人们的生活方式。互联网的高速发展为世界带来了翻天覆地的变化,同时也给企业带来了数不尽的商业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低,作为一种新型的交易方式,电子商务将生产企业、流通企业及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地,它具有传统商业模式所没有的虚拟大市场、购物体验、高效率、低成本、大数据等优势,电子商务以“全天候、全方位和零距离”的特点,改变着传统经营模式和生产组织形态,影响着产业结构调整 and 资源配置,对传统零售模式产生了颠覆性的冲击,如价格体系、营销观念、经营模式、成本控制、物流配送、企业组织结构等。

## 三、电子商务对企业的作用

企业对电子商务感兴趣的理由很简单:通过电子商务可以树立企业形象、密切衔接



生产和消费、改变企业竞争方式、缩短生产周期、提高企业运营效率、增加销售量、降低经营成本、整合企业内部资源、减少中间环节、提供个性化服务、减少库存、提供更有效的售后服务。



为什么是电子  
商务(中)

电子商务的优势,让不少中小企业面临的压力在一定程度上得到了缓解,对底子薄、抗风险能力弱的中小企业的转型升级也起到明显积极的作用。尤其为中小企业的发展创造出了良好的条件,提高了中小企业的竞争力,使中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源。

随着全球化和互联网的发展,不论是国际贸易还是国内贸易,传统的商业壁垒快速瓦解,更多的人投身于互联网市场,创造了长尾市场的繁盛。可以说,电子商务的应用正呈现普及化和常态化。



#### 四、电子商务的特点

电子商务是互联网爆炸式发展的直接产物,是网络技术应用的全新发展方向。互联网本身所具有的开放性、全球性、低成本、高效率的特点,成为电子商务的内在特征。贸易全球化、交易电子化、交易透明化、部门协作化、运作高效化、操作方便化、服务个性化等特点,使得电子商务大大超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值,它不仅改变了企业本身的生产、经营、管理活动,而且也影响着整个社会的经济运行与结构。以互联网为依托



为什么是电子  
商务(下)

的“电子”技术平台为传统商务活动提供了一个无比广阔的发展空间，其突出的优越性是传统媒介手段根本无法比拟的。

电子商务双向的信息沟通、灵活的交易手段和快速的交货方式，给社会带来了巨大的经济效益，促进了整个社会生产力的提高。电子商务的广泛应用，打破了时空限制，改变了贸易形态，加速了整个社会的商品流通，有助于降低企业成本，提高企业竞争力，尤其能够使中小型企业直接进入国际市场，参与国际市场竞争。电子商务给消费者提供了更多的选择，提供了更好的便利性。它是商务领域的一场信息革命，它对我们的思维方式、对人类的经济活动、对人类的工作方式和生活方式都将产生根本性的影响。



### 【议一议】

分组讨论：电子商务能为社会经济和企业带来什么？

### 【练一练】

结合所学的知识，对电子商务在某一行业中的应用进行分析。

## 第三节 中国电商风云录

老师，中国互联网信息中心发布的报告称我国有10亿多网民，近九成的企业利用互联网开展电子商务活动。电子商务在我国发展得好快呀！



是呀，短短20多年的时间，电子商务已经是家喻户晓了。现在就让我们一起来了解一下我国电商的发展史吧！





## 》【想一想】

随着内容电商、兴趣电商、社交电商、社区电商、跨境电商、农村电商、电商直播和外卖平台的兴起与发展，中国电子商务注定要走一条不同于国外的道路。但是，业内的参与者们正各自沿着不同的路线去实现这一目标。那么，未来我国电商该何去何从？为什么电子商务起源于欧美，却在中国蓬勃发展？

## 》【搜一搜】

电子商务的产生与发展历史，以及电子商务未来的发展趋势。

## 》【学一学】

电子商务的产生是计算机技术、互联网技术发展及商务应用需求驱动的必然结果。

中国电子商务自出现以来，一直以一种让人叹为观止的迅猛姿态发展着，电子商务已经潜移默化地影响并改变了人们的生活观念，改变了中国人的消费理念。



电子商务的前世今生

### 1.起步期（1990—1993年）：基于EDI（Electronic Data Interchange：电子数据交换）的电子商务应用阶段

1990年，国家计委、国家科委将EDI列入“八五”国家科技攻关项目，如原外经贸部开发的国家外贸许可证EDI系统、中国对外贸易运输总公司开发的中国外运海运/空运管理EDI系统、中国化工进出口公司开发的中化财务/石油/橡胶贸易EDI系统等。

1991年9月，由国务院电子信息系统推广应用办公室牵头，会同国家计委、国家科委、外经贸部、国内贸易部、交通部、邮电部、电子部、国家技术监督局、商检局、外汇管理局、海关总署、中国银行、人民银行、中国人民保险公司、税务局、贸促会等部委局发起成立“中国促进EDI应用协调小组”，同年10月，成立“中国EDIFACT委员会”，并参加亚洲EDIFACT理事会。

1992年10月，致力于中小企业的经营服务工作台的慧聪网（www.hc360.com）在北京创立。

EDI是由国际标准化组织（ISO）推出使用的国际标准，指一种为商业或行政事务处理，按照一个公认的标准，形成结构化的事务处理或消息报文格式，是一种从计算机到计算机的电子传输方法，也是计算机可识别的商业语言。例如，国际贸易中的采购订单、装箱单、提货单等数据的交换。EDI使用电子方法传递信息和处理数据，采用统一标准编制数据信息，是计算机应用程序之间的链接，采用加密防伪手段。





## 2.萌芽期（1993—1996年）：基于“三金工程”的电子政务和电子商务启蒙阶段

1993年6月，国务院启动了以发展中国电子货币为目的、以电子货币应用为重点的各类卡应用系统工程——金卡工程，并拉开了“三金工程”的序幕，同时发展成为中国电子政务“十二金”工程（金财工程、金农工程、金盾工程、金保工程、金税工程、金关工程、金水工程、金质工程、金审工程、金卡工程、金贸工程、金企工程）之一。其中，金关工程又称海关联网工程，其目标是推广电子数据交换技术，以实现货物通关自动化、国际贸易无纸化。金卡工程又称电子货币工程，它是实现金融电子化和商业流通现代化的必要手段。随后又增加了“一网”，即共用的金桥网。金字工程为电子商务的发展打下了坚实的基础。

1994年4月20日，中国正式全功能接入国际互联网。9月，中国公用计算机互联网启动。10月，中国教育和科研计算机网（CERNET）启动。10月，在北京召开的亚太地区电子商务研讨会标志着电子商务概念开始在我国传播。

1995年1月，中国电信开始向社会提供互联网接入服务，4月，中国科学院启动百所学校联网工程——中国科技网。

1996年1月，中国公用计算机互联网全国骨干网建成并开通。9月，中国金桥信息网向社会提供互联网接入服务。

## 3.成长期（1997—1999年）：基于互联网的电子商务应用阶段

1997年，中国公用计算机互联网、中国科技网、中国教育和科研计算机网、中国金桥信息网实现了互联互通。中国商品订货系统（CGOS）运行，中国银行网上银行（<https://www.boc.cn/>）建成。

1997年3月，INTEL公司和IBM公司投放了中国第一个商业性的网络动画旗帜广告。12月，国内首家垂直B2B网站——中国化工网成立。电子商务在中国正式生根发芽。

1998年，北京、上海等城市启动电子商务工程，开展电子商场、电子商厦及电子商城试点，开展网上购物与网上交易。

1998年3月6日，中国第一笔互联网网上交易——王珂平用中国银行长城卡购买了世纪互联通讯技术有限公司的100元上网机时，标志着我国电子商务已开始进入实用阶段。

1999年5月18日，中国第一家在线销售软件图书的B2C网站——8848上线。9月，8848精心策划了一场72小时网络生存测试。

1999年，阿里巴巴、携程网、易趣网、当当网成立。2000年5月，卓越网开业。而招商银行“一网通”网上银行开启了互联网金融的先河。

## 4.冰冻与调整期（2000—2001年）：激情大于理性

电子商务需要激情，同时，更需要理性。在2000年，激情大于理性的后果开始显现。随着8848赴美国纳斯达克上市失败，中国电子商务行业开始进入了冰冻调整期。

2001年，8848、雅宝网猝然倒下。电子商务进入发展的低谷。

## 5.复苏与回暖期（2002—2003年）：电子商务第一次爆发

2002年，阿里巴巴、亿龙网、携程网开始赢利。

2003年，“非典”催生了电子商务的高速发展。5月10日，淘宝网成立。10月18日，



第三方支付平台——支付宝成立。12月，慧聪国际在香港上市，成为国内信息服务业及B2B电子商务服务业首家上市公司。同月，携程旅行网成为继新浪、网易、搜狐之后，在纳斯达克成功上市的首家中国电子商务公司。

#### 6. 崛起与高速发展期（2004—2006年）：外来者布道与群雄崛起

2004年1月，京东上线；6月，eBay收购易趣，并在10月推出“安付通”；8月，亚马逊以7500万美元收购卓越网。

2005年，《中华人民共和国电子签名法》和《电子支付指引（第一号）》为电子商务宏观环境的完善提供了法律基础和政策依据。6月，eBay与环球资源网达成结盟，正式进军国内B2B市场。8月11日，阿里巴巴收购包括雅虎中国的门户网站、搜索技术、通信、广告业务、3721网络实名服务及一拍在线拍卖业务在内的所有资产，雅虎出资10亿美元换取阿里巴巴40%股份。

2006年，垂直B2C发展迅速，如红孩子、新蛋网等。5月10日，淘宝推出竞价排名服务“招财进宝”，开启了国内C2C收费的先河。11月22日，阿里巴巴牵手中国邮政，解决物流“最后一公里”的难题。12月15日，网盛科技在国内上市，标志着“中国互联网第一A股”诞生。

#### 7. 转型与升级期（2007—2010年）：“寒潮”来袭与传统品牌“触电”

2007年，占据75%国内商用汽车发动机曲轴OEM市场的山东天润集团成为汽配B2B网站——盖世汽车网金牌会员。其在传统渠道接触美国雷诺未果后，通过盖世网成功地从美国雷诺接到大单。这改变了天润对互联网和电子商务只能起到品牌塑造和推广作用的想法。三一重机和桩工机械协会建立了行业垂直细分的桩工机械网。6月1日，国家发展和改革委员会、国务院信息化工作办公室联合发布了我国首部电子商务发展规划——《电子商务发展“十一五”规划》，首次在国家政策层面确立了发展电子商务的战略和任务。

2008年，席卷全球的金融风暴并没有阻挡我国电子商务前进的步伐。2月27日，支付宝推出手机支付业务。4月，淘宝网推出淘宝商城。7月11日，1号店成立，开创了中国电子商务行业“网上超市”的先河。8月，唯品会上线，开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式。10月8日，百度正式进军C2C业务。制造领域的方正、联想、海尔，家电零售业的苏宁、国美，食品类的中粮，服装类的李宁、七匹狼等传统企业进军电子商务。

2009年4月，主营在线外卖、新零售、即时配送的餐饮供应链——饿了么成立。7月，阿里巴巴平台和淘宝平台打通，构建成全新的B2B2C模式。8月28日，商务部搭建的国家级电子商务平台——中国诚商网在北京正式开通，成为中国唯一的国家级、权威、诚信的第三方贸易全流程B2B电子商务平台。11月，面向23~30岁的年轻白领女性，以时尚分享为主的社交媒体——美丽说成立。2009年，阿里巴巴推出首个“双十一”大促销活动。

2010年3月31日，主营垂直化妆品的电商平台聚美优品上线，通过自建渠道、仓储和物流，首创了“化妆品团购”模式。5月，平安集团收购1号店80%股权。这一年全球刮起



了网络团购风暴。仅半年时间,就涌现出了如拉手网、美团网、窝窝团、糯米网、腾讯QQ团、聚划算、百度有啊、银泰网、大众点评网、饭统网等1215家团购网站。

#### 8.快速发展与转型升级期(2011年至今):基于移动互联网的电子商务普及阶段

2011年2月14日,蘑菇街上线;5月,沃尔玛入股1号店;9月,1号店的生鲜产品上线;6月16日,淘宝分拆为一淘网、淘宝网和淘宝商城。7月6日,卓越亚马逊开放第三方卖家平台,推出“我要开店”和“卓越亚马逊物流”服务。10月20日,阿里巴巴集团旗下团购平台——聚划算独立运营。同时,百度关闭了有啊。

2012年1月11日,淘宝商城更名为天猫并独立运营,并于当年的“双十一”创下了362亿元的销售额。同年,eBay退出中国市场。3月23日,唯品会成功登陆纽交所。

2012年被称为生鲜电商发展的元年。这一年,中粮的我买网、本来生活网、1号店进入生鲜食品领域,沱沱工社、优菜网和大卫之选也紧随其后,阿里巴巴、腾讯、京东、美团等也分别投资了盒马鲜生、超级物种、京东到家、每日优鲜、叮咚买菜、美团买菜等。

2013年8月21日,国务院办公厅以国办发〔2013〕89号转发商务部、发展改革委、财政部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、外汇局等九部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》,批准在上海、重庆、杭州、宁波、郑州等5个城市自2013年10月1日起开展跨境贸易电子商务通关服务试点。11月20日,上海自贸区跨境通正式运行。伴随海关56号和57号文的推出,中国正式进入跨境电商的爆发和快速增长期。

成立于2013年8月的云农场,是中国首家集农资电商、农产品定制与交易、农村物流、农技服务及农村金融等领域为一体的农业互联网高科技综合服务商。

2015年1月9日,做游戏、做门户的网易上线了自营直采的跨境电商平台——考拉海购。4月,拼多多开创社交电商新模式。5月20日,云集微店创立。当年,以拍卖玩法也产生了不少电商平台,如转转、闲鱼、微拍堂等。

2015年是O2O的高潮。特别是上门服务O2O,如“保姆到家”“保洁到家”“维修到家”“洗车到家”“汽车保养到家”,甚至“理发到家”“美容到家”“大厨到家”等。为了便捷上门,他们将作业工具便携化,将作业动作标准化,即统一用户、统一商品、统一库存、统一订单、统一配送、统一支付、统一信用。

2015年还是移动电商与PC电商的分水岭,移动电商已经达到69%,其中京东、唯品会等移动电商已经占80%左右。

2016年4月14日,蘑菇街、美丽说、淘世界三家合并为美丽联合集团。4月,国内首个ODM模式的电商品牌——网易严选上线。6月21日,京东与沃尔玛深度战略合作,1号店正式并入京东;至此,“阿里”与“京东腾讯”两大阵营间的较量演变为“阿里苏宁”与“京东腾讯沃尔玛”之间的较量。

2016年是快递企业上市元年。10月11日,顺丰作价433亿元借壳上市。中国五大民营快递巨头——顺丰、申通、圆通、韵达、中通全部登陆资本市场。

2016年提出的新零售,预示着传统电商即将成为过去,线下的企业必须走到线上



去，线上的企业必须走到线下来，线上线下和现代的物流相结合，才能真正创造出新的零售。

2016年，新兴的直播电商让电商巨头们开始了电商的全面内容化，一手抓文字内容，一手抓视频直播。淘宝在5月份推出淘宝直播，京东也打造了自己的直播平台，而垂直、跨境类电商平台也都纷纷推出了自己的直播电商。越来越多的主播、企业们开始借助各类直播平台销售自己的电商产品。

2017年，微信推出小程序，苏宁云商收购天天快递。8月24日，饿了么以8亿美元收购百度外卖，曾经的美团、饿了么、百度外卖三足鼎立，变成二虎相争的局面。4月25日，京东物流开始独立运营。7月，阿里推出线下无人零售淘咖啡，无人值守便利店、无人货架瞬间走红。竞争最激烈的还要数果小美、猩便利、每日优鲜便利购、丰e足食等“办公室无人货架”。

2017的电商大事件中还有共享经济。一夜之间，大街上堆满了ofo、小蓝单车、小鸣单车……

2017年元旦，永辉超市推出“超级物种”的生鲜新零售模式。6月9日，阿里孵化两年的生鲜零售“新物种”——盒马鲜生在北京正式开业。10月底，京东联手腾讯推出“京腾无界零售”。16日，亚马逊宣布斥巨资收购了美国全食超市（Whole Foods Market），涉水生鲜市场，布局“新零售”。

2017年还有一个热词，叫“网红店”。如喜茶、渔夫南、蜜雪冰城、鲍师傅、茶颜悦色、廖记棒棒鸡、张亮麻辣烫等。

2018年3月，短视频平台——抖音正式试水电商。4月2日，阿里巴巴集团联合蚂蚁金服以95亿美元全资收购了饿了么。同时布局大润发，其目的是帮助阿里构建电商物流最后一公里的配送基础设施，即依托外卖服务形成庞大、立体的本地即时配送网络。协同阿里新零售“三公里理想生活圈”、盒马“半小时达”、24小时家庭救急服务、天猫超市“一小时达”等一起，成为支撑各种新零售场景的物流基础设施。

与此同时，腾讯也没有闲着，2月携手京东入股步步高，3月与人人乐达成新零售合作，4月与天虹合作，10月与家乐福合作。

7月26日，“新电商第一股”拼多多登陆纳斯达克市场。拼多多的崛起，也掀起了中国电商圈普遍的社交化趋势。

9月14日，快手宣布以5亿元流量计划，助力500多个国家级贫困县优质特产的推广和销售，帮助当地农户脱贫。随着快手、抖音等纷纷进入电商领域，抖音电商、快手电商等开始进入大众的视野。20日，美团在香港上市。

2018年8月31日，十三届全国人大常委会第五次会议表决通过《中华人民共和国电子商务法》。这标志着电商野蛮生长时代结束，草根卖家也要合规经营。

2019年1月11日，DC社交电商平台——秀购APP正式上线，2月27日，国美美店APP宣布进军社交电商；7月15日，内容类电商导购平台——什么值得买在深交所创业板上市；7月20日，贝贝集团“贝仓”正式发布；7月21日，跨境电商“洋码头”也加入社交电商行列。9月6日，阿里巴巴集团以20亿美元全资收购网易旗下跨境电商平台——考拉海

购；11月26日，阿里巴巴港股上市。

2020年，突如其来的新冠肺炎疫情肆虐，一边是线下门店停摆、倒闭，另一边却是线上平台的爆发，如直播带货、短视频、小程序、C2M、奢侈品电商、购物节、社区团购、新零售等。淘宝、京东、苏宁、拼多多、小红书、抖音、快手相继进军直播电商，老板、网红、各路明星纷纷走进直播间，开启了全民直播带货时代。

继O2O团购、外卖、网约车之后，又一个热得发烫的新风口——社区团购迅速崛起：6月，滴滴上线“橙心优选”；7月7日，美团成立“美团优选”；8月，拼多多旗下的“多多买菜”上线；9月，阿里成立“盒马优选”；10月，“苏宁菜场”社区团购平台上线。还有淘宝买菜、京东优选、兴盛优选、食享会、十荟团、同程生活、美家买菜等，菜市场成为香饽饽。

2020年还有一个热词：同城零售。4月，天猫超市事业群升级为同城零售事业群，京东零售成立大商超全渠道事业群，整合原有的京东超市、消费品事业部、新通路事业部、京东线下生鲜超市（7FRESH）和1号店，此外，还有美团的闪购事业部和优选事业部。

2020年也是电商规范年，12月的中央经济工作会议强调“强化反垄断和防止资本无序扩张”，并作为2021年11项重点任务之一。国家出台了《国家反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》，首次明确将“二选一”定义为滥用市场支配地位、构成限定交易行为，将“大数据杀熟”定义为滥用市场支配地位、实施差别待遇等，规定不允许电子商务平台对用户进行大数据分析。

2021年4月10日，市场监管总局对阿里巴巴处以182.28亿元罚款。10月8日，市场监管总局依法对美团做出罚款34.42亿元。12月20日，头部主播薇娅因偷税漏税补缴加罚款共计13.41亿元。7月2日，网信办对滴滴的网络安全审查，并对滴滴出行APP和其他25款滴滴系APP全网下架，7月16日，网信办宣布会同国家安全部、税务总局、公安部、自然资源部等七部委联合进驻滴滴出行，2022年7月21日，对滴滴处以80.26亿元罚款。

2021年6月25日，每日优鲜在美股纳斯达克成功上市；4天后，叮咚买菜也正式登陆纽交所。它们的成功上市，给生鲜电商行业注入了一针强心剂。9月，拼多多上线专注于推荐穿搭、美妆、生活家居商品的穿搭电商APP。

7月14日，阿里巴巴和腾讯宣布互相开放生态系统。9月9日，工信部召开“屏蔽网址链接问题行政指导会”，要求阿里巴巴、腾讯、字节跳动、百度等企业必须从9月17日开始按标准解除屏蔽，淘特、饿了么接入微信支付，微信能打开淘宝、抖音链接等。

20多年来，电子商务在中国的发展可以说经历了风风雨雨：1996年异军崛起；1997年电商梦起；1999年星火燎原；2000年跌宕起伏；2001年骤然而下；2002年整装待发；2003年拨云见日；2004年活力重现；2005年网购普及；2006年迅速崛起；2007年群雄角逐；2008年“寒潮”来袭；2009年爆炸式增长；2010年理性回归；2011年团购掠夺式扩张；2012年移动商务突围、生鲜电商兴起；2013年开启互联网金融时代；2014年跨境电商兴起；2015年，就在大家认为电商的红利已经被瓜分殆尽的时候，社交电商拼多多趁着“京东们”的不注意，成为新的电商赢家；农村电商的崛起，推动了电子商务和移



动商务在2017年进入了理性的“黄金发展期”。2019年亚马逊正式退出中国，阿里巴巴收购网易考拉，电子商务开始“洗牌”。2020年，突如其来的新冠肺炎疫情，催生出了“宅经济”，使“直播带货”“智能商务”“社区团购”成为2020年最大的风口。2021年的监管与规范，促使电商开始健康发展。

回顾中国电商发展史，一方面，电商行业呈几何级数发展，是推动国民经济发展的强大动力。另一方面，在电子商务与传统经济的融合与碰撞中，催生出了一大批全新的商业模式。尽管它们中有的倒下了，再无半点消息，有的在苦苦支撑，寻求转型的机会，有的被收购，换上了全新的名字。但它们的名字和历史，都被镌刻在了互联网的发展历史上，为后来者提供了宝贵的经验。

## 》》 【议一议】

分组讨论：阿里事件、美团事件、滴滴事件、薇娅事件告诉了我们什么？

## 》》 【练一练】

上天猫、淘宝、京东、当当、苏宁易购等为自己买一件心仪的商品，感受一下网购的乐趣。

## 》》 【做一做】

### 一、虚拟仿真实训项目

实训平台：校园多商户虚拟仿真实训平台。

（1）网址：<http://123.161.210.148:23901/web/index> 账号：admin1 密码：admin111。

学生店铺端：

<http://123.161.210.148:23901/shop/login/login.html> 账号：xuesheng 密码：xuesheng。

教师管理端：

<http://123.161.210.148:23901/admin/login/login.html> 账号：jiaoshi 密码：jiaoshi。

（2）<https://www.icve.com.cn/cwgl>（“在线技能训练”栏目）。

实训内容：网店开设与运营。

### 二、实战训练项目

实战训练项目1：企业调研。

走访一家或者几家电子商务企业或者从事电子商务业务的企业，了解一下它们是怎样开展电子商务活动的，以及企业对电子商务应用型人才的需求情况。结合中国共产党第二十次全国代表大会提出的“实施科教兴国战略，强化现代化建设人才支撑”，分组讨论：

（1）为什么说“科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力”？

（2）传统企业的电子商务部门需要什么类型的人才？电子商务企业需要什么类型的人才？在校期间我们应该掌握哪些知识和技能？

(3) 企业开展电子商务活动的意义。

实战训练项目2：网上购物。

上天猫、淘宝、京东体验网上购物，总结网购的方法与技巧（表1-2）。

表1-2 实战训练项目“网上购物”记录表

学号	姓名	上机日期	机位	成绩
实战项目	网上购物		实训时间	4学时
实训内容	进入天猫、淘宝、京东等购物网站进行模拟交易操作，体验电子商务交易流程			
实训目的	(1) 了解网上商店的结构、功能与特点； (2) 感受和体验电子商务的基本交易流程； (3) 熟悉和掌握网站会员注册的基本操作方法； (4) 认识电子商务网站的功能与特点； (5) 体验网上购物的特点与可能存在的问题； (6) 认识和理解电子商务的基本概念			
实训网站	京东（ <a href="https://www.jd.com/">https://www.jd.com/</a> ） 天猫（ <a href="https://www.tmall.com/">https://www.tmall.com/</a> ） 淘宝（ <a href="https://www.taobao.com/">https://www.taobao.com/</a> ）			
具体实训 内容描述	(1) 淘宝网会员、京东会员、支付宝账号注册步骤：			
	(2) 网购步骤：			
	(3) 货款支付方式、步骤：			



续表

学号		姓名		上机日期		机位		成绩	
实战项目		网上购物				实训时间		4学时	
实训收获		( 对照实训目的写出实训体会 )							