

图书基本信息

书名：<<第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会暨第三届网商与电子商务生态学术研讨会（套装上下册）>>

13位ISBN编号：9787308078429

10位ISBN编号：7308078426

出版时间：2010-8

出版时间：李琪、陈德人、梁春晓 浙江大学出版社 (2010-08出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

由中国信息经济学会电子商务专业委员会主办的、杭州师范大学承办的第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会，即将在中国的电子商务之都、美丽的西子湖畔——杭州市召开。

中国信息经济学会电子商务专业委员会组织专家对投稿的每篇论文进行了认真评审、建议修改和筛选取舍工作，在此基础上决定了大会录用的论文，再经过必要的编辑等工作最终对收入论文集的论文按其主题分理论研究、应用研究和教育研究三大类结集付梓，以飨读者。

为此，我们对积极投稿的学者、专家表示感谢！

对付出辛勤劳动的审稿专家，对专委会为此工作的同志表示感谢19年来，正是一批又一批为了我国电子商务理论发展、应用发展和教育发展而孜孜不倦、苦苦求索、辛勤耕耘、百折不挠的学者、专家们，用自己的心血和汗水孕育出祖国电子商务学术、教育田园中的种子，浇灌着华夏讲坛上和课堂里电子商务的鲜花……我们坚信：在未来的日子里一定会有更多的学者、专家为了祖国电子商务理论、应用和教育的繁荣昌盛更加努力地耕耘在潜力无限的电子商务希望的田野上！

最后感谢杭州师范大学阿里巴巴商学院为论文集的出版所作的努力和辛勤付出！

内容概要

《第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会暨第三届网商与电子商务生态学术研讨会:论文集(套装上下册)》由中国信息经济学会电子商务专业委员会主办的、杭州师范大学承办的第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会,即将在中国的电子商务之都、美丽的西子湖畔——杭州市召开。

中国信息经济学会电子商务专业委员会组织专家对投稿的每篇论文进行了认真评审、建议修改和筛选取舍工作,在此基础上决定了大会录用的论文,再经过必要的编辑等工作最终对收入论文集的论文按其主题分理论研究、应用研究和教育研究三大类结集付梓,以飨读者。

为此,我们对积极投稿的学者、专家表示感谢!

对付出辛勤劳动的审稿专家,对专委会为此工作的同志表示感谢19年来,正是一批又一批为了我国电子商务理论发展、应用发展和教育发展而孜孜不倦、苦苦求索、辛勤耕耘、百折不挠的学者、专家们,用自己的心血和汗水孕育出祖国电子商务学术、教育田园中的种子,浇灌着华夏讲坛上和课堂里电子商务的鲜花……我们坚信:在未来的日子里一定会有更多的学者、专家为了祖国电子商务理论、应用和教育的繁荣昌盛更加努力地耕耘在潜力无限的电子商务希望的田野上!

书籍目录

《第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会暨第三届网商与电子商务生态学术研讨会:论文集(上册)》目录:第一部分 电子商务理论研究论文电子商务新模式BUC研究中国电子商务发展特点、模式创新与相关建议长尾理论及其企业适用性研究受在线产品评论影响的零售商与消费者主从微分博弈基于Web ODS的电子商务体系结构分析与研究基于电子商务协同过滤推荐系统的关联规则算法研究浅议电子商务环境下的商品物流配送电子商务环境下的供应链管理特点分析基于RSA公钥加密算法的电子邮件加密程序之JAVA实现基于问答类网站的网络营销策略云模型在数据库数字水印中的应用研究第二部分 电子商务应用研究论文校园网与移动网集成的家庭与学校信息沟通模式移动金融的法律问题基于淘宝开放平台的第三方应用研究与设计电子商务对中小企业的影晌及对策分析从新浪谈我国新闻商业门户网站的盈利模式丹东农村地区网络信息资源开发与应用的研究使用手机支付的影响因素的实证研究江苏玩具供应企业规避金融危机的网络营销对策研究校园就业创业平台建设的构想第三部分 电子商务专业教育论文电子商务本科专业应用创新型人才培养方案研究电子商务专业的网络创业人才培养规范化探索电子商务专业实验教学体系设计电子商务专业人才培养问题研究电子商务教育:理念误区与人才培养定位电子商务专业课程体系优化的研究与实践.....《第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会暨第三届网商与电子商务生态学术研讨会:论文集(下册)》目录:第一部分 网商研究论文基于大学生网络消费行为的网商经营策略研究淘宝与eBay商家的生存分析比较网络C2C交易纠纷研究微博社区网商信息行为研究淘宝网商持续经营的关键因素研究中国。B2B网商电子市场使用成功因素研究中小企业电子商务使用模式及影响因素分析:文献综述及未来研究展望“E”时代女性创业二次路径探析淘宝社区网商成长模式研究。第二部分 电子商务生态研究论文电子商务生态系统中快递业发展探讨网络浙商创新系统的案例研究:基于阿里巴巴淘宝网乐天电子商务生态系统演化研究从企业对电子商务岗位生态需求谈高校电子商务专业课程体系构建基于“众包”的电子商务模式研究C2C:电子商务生态系统可持续发展能力评级体系研究我国B2C电子商务企业消费者政策特征研究——基于网站服务协议的内容分析电子商务企业动态能力一致性与绩效关系模型实证研究——以阿里巴巴集团为例基于交互记忆系统和社会网络的购物专家推荐系统设计B2B电子商务生态群落的研究适于大学生群体的B2C购物平台探究互联网支付产品模型与支付创新研究“电子商务最后一公里”实现的可行性研究中国电子商务生态系统浅析——以阿里巴巴为例电子商务与媒体融合之探析.....第三部分 综合

章节摘录

插图：进入21世纪后，基本消费者的消费习惯发生了很大变化，商品的标准化与个性化进行了有效的融合，人们用更多的时间追求服务，力求节约商品的购买时间，通过服务来获得满足而不是通过亲自购买商品获得满足，在这种情况下，电子商务前景是非常广阔的。

然而，我国作为一个发展中国家，物流业起步晚、水平低，在引进电子商务时，并不具备能够支持电子商务活动的现代化配送水平。

所以，必须构建合理的配送体系来为电子商务服务。

1.1 不能把电子商务只理解成网上交易从现在的理论和实践来看，网上交易对于商品交易的作用，是获得了广泛肯定的。

然而，网上交易只是电子商务的一个局部，作为一个完整的电子商务过程，正如一个完整的商品流通过程一样，如果进行细分，可以分解成商流、物流、信息流、资金流等四个主要组成部分，任何一次商品流通过程，包括完整的电子商务，也都是这“四流”实现的过程。

现在看来，商流、信息流、资金流可以有效地通过互联网络来实现，在网上轻而易举地完成商品所有权的转移。

但是这毕竟是“虚拟”的经济过程，最终的资源配置，还需要通过商品实体的转移来实现，也就是说，尽管网上可以解决商品流通的大部分问题，但是却无法解决“配送”的问题。

在一个时期内，人们对电子商务的认识有一些偏差，以为网上交易就是电子商务。

这个认识的偏差在于：网上交易并没有完成商品实际转移，只完成了商品“所有权证书”的转移，更重要的转移，是伴随商品所有权转移而出现的商品的实体转移，这个转移完成，才使商品所有权最终发生了变化。

这个转移则要靠配送，这是网络无法解决的。

所以，网上交易就等同于电子商务，这是一种认识上的偏颇，这种认识上的偏颇很容易把电子商务引上歧途，必然出现现在大部分电子商务网站所面临的困难，甚至反过来对电子商务进行自我否定。

电子商务的真正含义应该是：企业、供应商、客户的网络联结。

电子商务这种新经济形态，是由网络经济和现代物流配送共同创造出来的，是两者一体化的产物。

如果表述电子商务的内涵，我们可以提出以下公式：电子商务=网上信息传递+网上交易+配送西方发达国家在几十年的发展历程中，已经建立了比较完善的社会流通系统和配送服务系统，这些系统能够有效地对于网上交易的结果用配送服务来实现实物的交割。

因此，只要利用互联网实现了“网络联结”，以后的事情，有成熟的社会配送服务系统去解决。

但是，在我国，这就行不通了。

电子商务的建设，如果不包含配送服务在内，就不可能完成一个完整的商务活动，这是我国的国情，是我们几十年忽视配送系统建设对我们电子商务发展的惩罚。

编辑推荐

《第九届全国高校电子商务教育与学术研讨会暨第三届网商与电子商务生态学术研讨会:论文集(套装上下册)》是由浙江大学出版社出版的。

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>