

用微课学电子商务改革创新教材

电子商务基础与实务

(第2版)

主 编 原拴双

副主编 杜 慧

参 编 黄 琳 范学鑫 李 婧

彭华玮 庄锦城 许英珍 张丹仪

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书采用项目教学思想,强调理论知识与技能操作的融合,任务体验以真实环境操作和案例分析为主,强化学生实践操作的能力,融“教、学、做”于一体。

本书主要包含走近电子商务、互联网知识与工具、体验电子商务交易模式、电子商务安全及支付、网络营销、电子商务物流 6 个项目,18 个任务。各个项目均穿插有案例分析、案例导入、想一想、知识拓展等课堂互动,课后设有项目小结、练习与自测、思政课堂。

本书还配有电子课件和微课资源,请登录华信教育资源网免费下载。

本书可作为职业院校电子商务类相关专业教学用书,也可作为电子商务行业从业人员的自学用书。

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

电子商务基础与实务 / 原拴双主编. —2 版. —北京: 电子工业出版社, 2023.3

ISBN 978-7-121-41809-9

I. ①电… II. ①原… III. ①电子商务—中等专业学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 169154 号

责任编辑: 陈 虹

印 刷:

装 订:

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: 15 字数: 380.8 千字

版 次: 2017 年 8 月第 1 版

2023 年 3 月第 2 版

印 次: 2023 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 42.00 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, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: chitty@phei.com.cn。

前言

党的二十大报告对进一步强化职业教育的表述更加鲜明具体,“统筹职业教育、高等教育、继续教育协同创新,推进职普融通、产教融合、科教融汇、优化职业教育类型定位”,为职业教育的发展提供了重要指引。作为职业教育的践行者,要进一步增强做好新时代新征程职业教育工作的使命感、责任感、紧迫感,加快推进职业教育高质量发展,坚持“为党育人、为国育才”,为建设国家提供强有力的人才资源支撑。

随着网络支付的普及、电子政务广泛应用、短视频与直播的兴起、社交电商、电子商务新模式和新业态的形成,各行各业都需要更多业务熟练的电子商务人才。以上对教材的编写提出了更高、更紧迫的要求,电子商务的教材需要更加与时俱进,更加符合新形势发展。

本书以理论与实践相结合为定位,以“升学与就业并重”为导向,以培养高素质、高技能专业人才为目标,采用项目教学的模式编写。本书语言简练、结构清晰、案例丰富、图文并茂、浅显易懂、实用性强。

本书特点如下。

1. 项目任务化

本书采用“项目任务化”设计思想,共设计了6大项目,并将项目拆解为18个教学任务,通过项目模块、任务细分、任务实践,融入相关知识。

2. 情景真实化

每个项目根据内容设计相应的教学情景,以“中职一年级电子商务专业两名学生和老师在学習过程中遇到的问题”为主线展开。教学情景来源于真实的学习生活,更有利于指导学生解决实际问题。

3. 课程思政化

更加注重意识形态规范,增加了“思政课堂”和“微课拓展”模块,将思政有形和无形地融入教材,融入课堂。

4. 理实一体化

本书专门针对中职学生的学情特点而编写,强调理论知识与技能操作的融合,任务体验以真实环境操作和案例分析为主,强化学生实践操作的能力,融“教、学、做”于一体。

5. 校企融合化

与北京博导前程信息技术股份有限公司联合开发,紧跟时代发展潮流,更新电子政务、直播等最新电商行业前沿资讯,更新新知识、案例,确保与行业接轨,进一步落实“岗课赛证”融合。

6. 力求严谨化

本书编写过程中,收集整理全国各地用书情况反馈,结合中职学校教师意见建议和职业教育特色,与出版社多次沟通,经过数十次修改,专家主审,最终成稿。



7. 便于自学

本书有完整的任务要求与准备、任务实施、任务评价。各项目课前精心安排了知识与能力目标、过程与方法、情感态度与价值观三维学习目标，均穿插有案例分析、案例导入、想一想、知识拓展等课堂互动，课后设有项目小结、练习与自测、思政课堂等。此外，本书还配有相应的电子课件、微课资源供教学参考与使用。可以更好地指导学生课前预习和课后复习巩固，内容编写由浅入深、循序渐进，易被广大读者所接受。建议参考学时为 76 学时，各项目参考学时如下表。

项 目	项 目 内 容	理 论	实 训	总 课 时 数
项目 1	走近电子商务	4	2	6
项目 2	互联网知识与工具	6	8	14
项目 3	体验电子商务交易模式	10	14	24
项目 4	电子商务安全及支付	6	4	10
项目 5	网络营销	6	6	12
项目 6	电子商务物流	6	4	10
合计		38	40	76

第 2 版进行的主要内容更新有：

项目 1：针对电子商务专业的新业态、发展趋势和就业岗位分析等方面，都根据最新的行业、企业发展需求进行了知识点更新。

项目 2：增加了物联网相关内容，更新了最新的移动通信技术（5G）相关知识，删除了过时的内容，增补了百度网盘和微信电脑端的常用操作。

项目 3：针对各种模式的交易流程进行了优化，增加“粤省事”的应用，以及 C2B、C2M、G2M 等新型交易模式的介绍，针对 O2O 交易模式进行较大幅度的修改。同时，对教学案例及拓展内容也进行了更新。

IV

项目 4：更新完善了电子商务安全及支付的相关数据，补充新案例，如防网络诈骗、网络隐私侵权案例等，增加了个人信息泄露、《中华人民共和国民法典》中阐述个人信息保护问题部分、《中华人民共和国电子商务法》、个人手机银行安全使用、刷脸支付、数字人民币等内容。

项目 5：紧跟近年电商行业的发展，更新相关网络营销案例，增加小红书、短视频、直播以及移动端的网络广告形式的相关内容。

项目 6：主要增加电子商务物流的商务模式和物流业务智能快递柜的相关知识。

本书由原拴双任主编，杜慧任副主编，李志宏任主审。编写分工如下：原拴双、庄锦城编写项目 1，范学鑫编写项目 2，杜慧、彭华玮编写项目 3，许英珍编写项目 4，黄琳、张丹仪填写项目 5，李婧编写项目 6。本书在编写过程中，得到了北京博导前程信息技术股份有限公司的大力支持，提供了相关一手资源，并在架构过程中给与了良好的建议，在此表示感谢。

另外，由于编写时间仓促、编者水平有限，书中难免会有疏漏和不妥之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

目 录

项目 1 走近电子商务	(1)
任务 1.1 感知电子商务	(3)
任务 1.2 电子商务初探	(15)
项目小结	(22)
练习与自测	(23)
项目 2 互联网知识与工具	(25)
任务 2.1 计算机和互联网基础知识	(27)
任务 2.2 常用计算机和互联网工具	(37)
项目小结	(76)
练习与自测	(76)
项目 3 体验电子商务交易模式	(79)
任务 3.1 B2C 交易模式	(81)
任务 3.2 B2B 交易模式	(90)
任务 3.3 C2C 交易模式	(102)
任务 3.4 O2O 交易模式	(118)
任务 3.5 其他电子商务交易模式	(129)
项目小结	(139)
练习与自测	(140)
项目 4 电子商务安全及支付	(143)
任务 4.1 电子商务安全认证与法律法规	(145)
任务 4.2 网上银行	(157)
任务 4.3 电子支付方式	(163)
项目小结	(171)
练习与自测	(172)
项目 5 网络营销	(173)
任务 5.1 网络营销概述	(175)
任务 5.2 网络信息收集与发布	(184)
任务 5.3 网络广告	(194)
项目小结	(203)
练习与自测	(203)
项目 6 电子商务物流	(205)
任务 6.1 电子商务物流概述	(207)
任务 6.2 物流包装	(215)
任务 6.3 物流业务	(221)
项目小结	(229)
练习与自测	(229)

项目 1

走近电子商务

主要人物



某中职学校一年级男生，所读专业为电子商务



某中职学校一年级女生，所读专业为电子商务



某中职学校一年级电子商务专业老师

中职电子商务专业学生对于自己所读的专业了解得不够透彻，向老师咨询问题。

袁莱老师，请问电子商务到底是什么？

其实，电子商务是指以商务活动为主体，以计算机网络为基础，以电子化方式手段，在法律许可范围内进行的商务活动交易过程。





知识与能力目标

- 掌握电子商务的概念，理解电子商务的特点
- 清楚电子商务专业的就业前景和就业岗位方向
- 关注电子商务的发展动态，学会简单分析电子商务的发展趋势



过程与方法

- 通过讲授、讨论和交流，初步规划自己的职业生涯，自主学习，制订学习计划
- 通过合作探究和创设情景法，了解电子商务的误区
- 采用任务驱动法，举例和分析电子商务对日常生活的影响
- 通过探索和实际操作，体验一次简单真实的电子商务交易



情感态度与价值观

- 初步了解电子商务专业，对电子商务充满信心和期待
- 了解电子商务业内创业案例，获得专业认同感并形成积极的心理暗示
- 通过学习和操作实践，培养学生的创新能力、动手能力、自学能力及分析和解决问题的能力



任务 1.1 感知电子商务



任务要求与准备

1. 教师构建合作学习小组：将全班同学分为不同的学习小组，每个小组由 5~8 名同学组成，同时选举小组长，起一个响亮的组名，设计小组标志和口号，组长负责全组的组织、分工、协调、合作等工作。

2. 合作学习小组的成员共同完成以下学习任务，解决以下学习问题：

- (1) 了解电子商务的定义。
- (2) 讨论电子商务是否等同于淘宝创业。



任务实施

1. 学生构建合作学习小组，做好人员分配工作。
2. 各小组组长把自己组员的姓名、学号和分工情况汇总在一张纸上，交给任课老师。
3. 任课老师给予一定的准备时间，小组成员开始认真收集资料、讨论分析和整理，并在课堂上展示任务的成果。

4. 各小组代表发言的时间规定在 3~5 分钟，提问环节统一为 3 分钟。等所有的小组全部发言完毕，每位同学填写评价量化表。

5. 本次的任务表现会做详细记录，作为学生的平常表现成绩。



任务评价

评价量化表（见表 1-1）填写说明：

1. 填写分数时要遵循公平、公正的原则，切勿徇私。
2. 自我评价、小组互评、教师评价分数都是百分制。
3. 小组互评环节，各小组组长分别组织组内成员进行讨论，给予发言的小组一个分数，最终求得各小组平均分。
4. 自我评价分数由学生本人填写。教师评价分数由任课老师填写。
5. 总评分数=自我评价分数×0.4+小组互评分数×0.3+教师评价分数×0.3。
6. 分数等级分为五大类，分别是优秀（90~100 分）、良好（80~89 分）、中等（70~79 分）、及格（60~69 分）与不及格（60 分以下）。
7. “成果点评”这一栏目由任课老师填写。



表 1-1 学生任务成果展示评价量化表

班级： 姓名： 学号： （单位：分）								
序号	评 价 项 目	具体评价内容		评价分数参考	量化评价 （等级分值）			
					满 分	自 评	组 评	师 评
1	内容准备	利用多种渠道收集资料		好（9～10），一般（6～8）， 不好（1～5）	10			
2		资料准备充分详实		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
3	展示成果	观点新颖，见解独到		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
4		演讲姿态自然、大方、得体		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
5		语言表达清楚，逻辑清晰		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
6		积极明确回答同学提出的问题		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
7	小组合作	在小组讨论时积极参与		好（13～15），一般（9～12）， 不好（1～8）	15			
分 数 等 级				总 分	100			
自我评价（×40%）		小组互评（×30%）		教师评价（×30%）	总 评			
成果点评（特色及不足）：								

一、电子商务的认识误区

随着互联网技术的迅速发展和不断普及，全球互联网用户数量大幅度增加，网上资源日益丰富，电子商务受到越来越多的国家、行业和企业关注与参与，逐步进入高速发展阶段。

电子商务作为一种新的商业经济模式，越来越被人们重视。不少中小企业逐渐投入到电商行业中来，其中淘宝、拼多多、网络社区、抖音、快手等电商平台被大家所熟知，以至于人们产生一个错觉，电子商务等同于网上卖货和网络直播。但真正了解电子商务本质的人很清楚地知道两者有很大的区别。所谓电子商务，是指以商务活动为主体，以计算机网络为基础，以电子化方式为手段，在法律许可范围内所进行的商务活动交易过



程。淘宝创业只是电子商务的一小部分而已。

电子商务有狭义和广义之分。狭义的电子商务定义为主要利用 Internet 从事商务或活动,比如:淘宝购物、扫码付款、直播带货等,强调 Internet 和商务或活动。人们一般理解的电子商务就是狭义的电子商务。而广义的电子商务定义为使用各种电子工具从事商务活动。这些电子工具包括但不限于电报、电话、广播、电视、传真、计算机、互联网、移动通信等。

广义电子商务除了狭义电子商务所含的商务或活动,更注重各个行业,通过使用互联网等电子工具,使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间,利用电子业务共享信息,实现企业间业务流程的电子化,配合企业内部的电子化生产管理系统,提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

二、电子商务专业的就业前景

案例导入

据广东省教育厅发布《2019 年度广东省中等职业教育质量报告》显示,2019 年,全省中等职业学校毕业生共计 26.39 万人,其中就业人数 25.89 万人,就业率达 98.12%,比 2018 年提升了 0.21 个百分点。全省直接就业人数 17.2 万人,其中对口就业人数 15.4 万人,对口就业率为 89.54%。

(一) 电子商务专业的就业形势

当前,电子商务在全球和中国发展的形势都非常好,正处于井喷发展和密集创新的时期,电子商务的人才缺口很大,现有的电子商务人才远远不能满足市场需求,需要学校和培训机构向社会输送大量的电商人才。

电子商务就业的渠道多,如学校推荐、亲朋好友介绍、中介介绍、招聘网站应聘等,电商从业人员可以通过这些渠道快速找到工作。

电子商务应届毕业生,在熟悉工作岗位,积累一定工作经验,实习期满后,薪酬和待遇都会有所提高。部分工作能力强表现突出的毕业生,发展空间很大,晋升机会也很大。

(二) 电子商务专业的就业前景

电子商务作为一种新的商业经济模式,因为其门槛低、成本低、效益高等特点,给许多中小企业带来发展契机,让他们有机会与大型企业进行竞争。许多传统中小企业逐渐转型到互联网上来经营,需要吸收大量电子商务专业人才,很多新兴的就业岗位应运而生,如网店美工、网店客服、网店运营、网络推广专员、网络主播等,为电子商务专业的人才提供了大量的就业岗位。

近年来,我国电子商务仍然保持快速增长态势,潜力巨大。互联网用户正以每年 100% 的速度递增,电子商务行业的人才严重短缺,预计在未来 5 年内需要约 300 万电子商务专业人才。电子商务炙手可热,电子商务专业就业前景十分看好。



想一想：

设想两年后，你参加顶岗实习，想到什么样的公司或岗位实习？为了能尽快找到这种类型的工作，你会做哪些准备？有哪些人生规划和学习计划？

（三）电子商务专业的就业方向

不少电子商务学生及自学者都迫切地想了解电子商务的就业岗位。下面介绍电子商务专业的就业方向，大致可以分为以下几种。

1. 客服类

主要包括在线客服、门店客服和电话客服。

（1）职位要求

- ① 有良好的服务意识，普通话标准，语言表达能力强，善于沟通；
- ② 性格好，有耐心及责任心，抗压能力强，适应能力强；
- ③ 有客服和电话销售经验者优先，头脑清晰，思维敏捷，有良好的销售服务意识；
- ④ 爱岗敬业，工作积极严谨，做事认真，踏实肯干；
- ⑤ 有团队合作精神，服从公司主管安排；
- ⑥ 计算机使用熟练，打字速度每分钟 50 字以上，熟悉办公软件和网络工具；
- ⑦ 品貌端庄，言行举止得体，待人礼貌，有亲和力；
- ⑧ 有客户接待或门店服务经验者优先。

（2）工作内容

① 负责淘宝店铺、天猫店铺、拼多多或其他电商平台的销售客服工作，熟悉店内产品的相关情况；

- ② 解答客户对产品的疑问，接待客户，推销产品，促成订单成交；
- ③ 处理日常客户的订单及跟踪服务，协调做好客户档案等数据整理汇总、更新；
- ④ 会员的后期培养和会员关系的维护，刺激二次购买；
- ⑤ 完成与协助上级分配的任务。

2. 销售类

主要包括销售专员、电话销售和网络营销等。

（1）职位要求

- ① 善于沟通，有较强的语言表达能力、良好的抗压能力；
- ② 有较强的进取心、学习能力，勇于挑战自我，不甘平庸；
- ③ 热爱销售工作，有较强的服务意识和团队意识，有销售工作经验一年以上者优先；
- ④ 具有敏锐的市场洞察力和市场分析能力；
- ⑤ 熟悉相关行业客户情况，有一定的背景资源；
- ⑥ 有清晰的职业生涯规划，目标明确。

（2）工作内容

- ① 负责客户接待、咨询工作，为客户提供专业的咨询服务；



- ② 与客户建立良好的关系，及时反馈客户信息，满足客户需求，提高客户满意度；
- ③ 能够独立开发目标客户、跟进维护并确定签单；
- ④ 综合分析客户的需求与市场发展目标，了解客户状态，建立完整的客户信息档案；
- ⑤ 参加公司召开的销售会议或组织的培训；
- ⑥ 通过电话、网络或拜访客户，与客户沟通并达成合作协议；
- ⑦ 配合销售总监按时完成销售任务。

3. 营销文案类

主要包括营销策划、文案策划、文员和行政助理。

(1) 职位要求

- ① 形象品质好，认真负责，积极进取，有较强的工作责任感，有团队精神；
- ② 熟悉专业创意方法，思维敏捷，洞察力强，文字功底扎实，语言表达能力强；
- ③ 能够准确捕捉产品亮点，具备恰如其分的文字表现能力；
- ④ 具有敏锐的市场感知力，熟悉常用媒体及网络媒体、移动互联网媒体等新媒体；
- ⑤ 熟悉行业，一年以上市场策划及文案工作经验，有整合推广成功案例者优先；
- ⑥ 能独立完成项目、广告等推广文案的撰写。

(2) 工作内容

- ① 负责商品的文案策划，挖掘产品亮点与卖点；
- ② 利用网络进行公司产品的销售及推广；
- ③ 负责公司网上贸易平台的操作管理和产品信息的发布；
- ④ 了解和搜集网络上同行及竞争产品的动态信息；
- ⑤ 通过网络进行渠道开发和业务拓展；
- ⑥ 独立完成客户关于品牌、产品、媒体及活动的策划方案；
- ⑦ 完成上级分配的任务。

4. 运营推广类

主要包括网络推广专员、网店运营助理和网店运营店长。

(1) 职位要求

- ① 熟悉各大电商平台规则，深度了解搜索引擎；
- ② 熟悉互联网的营销资源、协助渠道和操作经验，具备较强的执行能力；
- ③ 精通各种营销推广工具；
- ④ 较强的团队领导能力；
- ⑤ 能准确把握买家的购物习惯和购物心理；
- ⑥ 良好的数据分析能力，流程规划能力；
- ⑦ 完成上级交代的其他工作内容，善于总结经验，为达到销售业绩提供决策。

(2) 工作内容

- ① 负责公司电商平台的整体推广；
- ② 对店铺数据进行日常管理，能熟练使用生意参谋的各类数据模块对店铺进行数据分析和数据总结；
- ③ 根据平台搜索规则 and 用户习惯，优化店内产品标题关键词、产品详情页、首页呈



现等；

- ④ 熟练淘宝、天猫、拼多多直通车等营销推广工具的投放和优化，提升产品转化率；
- ⑤ 负责店铺各类促销活动及淘宝官方各类活动的申报、争取、策划和实施；
- ⑥ 侦测竞争对手运营情况及市场最新动态，发掘新的商机或商品；
- ⑦ 协助店铺完成日常运营工作。

5. 美工类

主要包括美工、平面设计专员。

(1) 职位要求

- ① 具有良好的设计理念、创意思维、色彩感觉和审美能力；
- ② 具有一定的文案功底；
- ③ 能够熟练操作 Photoshop、Coreldraw 等工具；
- ④ 熟悉平台设计框架，有淘宝、天猫、拼多多美工或设计工作经验者优先；
- ⑤ 良好的沟通能力和领悟力，团队合作意识强；
- ⑥ 爱岗敬业，工作态度积极，有责任感，有较强的适应能力和抗压能力；
- ⑦ 服从公司管理安排，能够在既定时间内独立完成公司安排的工作及任务。

(2) 工作内容

- ① 负责店铺整体的页面创意设计；
- ② 对拍摄后的产品图进行校色、美化处理；
- ③ 结合商品的特性制作图文并茂、有美感、有吸引购买力的描述模板；
- ④ 定期更新促销图片和页面，配合店铺销售活动；
- ⑤ 美化修改产品页面，定期更新店铺主页；
- ⑥ 熟悉网页焦点理论，对网页布局有丰富的经验；对色彩敏感，能处理各种视觉冲突，有良好的审美观；
- ⑦ 站在用户角度去思考，提高网站的观赏性和实用性，能够挖掘消费者的浏览习惯来优化设计；
- ⑧ 完成上级交办的其他设计工作。

6. 直播类

主要包括淘宝、拼多多、抖音、快手平台的电商主播和娱乐主播等。

(1) 职位要求

- ① 形象好、气质佳，镜头感强，性格开朗，喜欢与人互动交流，善于调动气氛，表达能力好，条理清晰、谈吐清楚，普通话标准，如有主播经验优先；
- ② 学习能力强，责任感强，工作积极主动，有一定的产品销售基础，能够掌握公司产品知识，按照要求讲解直播产品的卖点，并能够用通俗的语言进行解说；
- ③ 有亲和力 and 情绪控制能力，应变和沟通能力强，具备良好的服务意识及团队精神；
- ④ 对热点新闻、新鲜事物有感觉、有想法，热爱直播行业，有志往直播红人方向发展。

(2) 工作内容

- ① 负责公司网络平台的日常直播工作，清晰讲解产品卖点，及时回复直播间客户提



出的各类问题；

② 准确有趣地在直播中向用户传达公司产品的店铺活动等信息，及时响应并正确引导，促成交易达成；

③ 与粉丝用户积极互动沟通，根据直播气氛与用户互动、调动粉丝情绪，增加粉丝黏性和活跃度；

④ 收集总结用户对产品、体验、服务等方面的评价并及时反馈，推动产品运营优化；

⑤ 收集整理直播数据和意见反馈，优化直播内容，完善直播话术，提升用户满意度；

⑥ 配合公司安排的直播活动、产品培训及其他工作。

7. 短视频营销类

主要包括网络平台的短视频编辑师、短视频营销专员等。

(1) 职位要求

① 具备良好画面感、节奏感、镜头感、分镜把控能力和优秀的音乐渲染气氛能力；

② 有强大的自我驱动力，不断学习和进阶新的视频相关技能；

③ 有较强的视频拍摄、剪辑能力，具备一定编导思维；

④ 有洞察力，熟悉各平台的短视频创作形式，并擅长从中寻找创意灵感，并与部门团队合作输出拍摄剧本；

⑤ 想象力丰富，有创新和娱乐精神，对热点新闻、新鲜事物有感觉，有想法，能够以当下热点制造话题；

⑥ 沟通能力强，良好的团队合作精神。

(2) 工作内容

① 负责短视频的拍摄工作，熟练掌握剪映 PR、AE 软件的使用，能独立完成视频剪辑，高效拍摄出用户喜欢的热点视频内容；

② 短视频拍摄、拍摄现场统筹及进度把控，具备较强的现场沟通协调能力；

③ 负责后期视频的字幕、特效等工作，根据创意脚本和前期人员的需求对素材进行制作、剪辑等后期处理工作；

④ 协调制作过程中的相关环节，统筹制作全过程，保证成片质量。

大家可以参考如上所述的就业方向，进行职业生涯规划，并制订相应的学习计划，以便将来更好地发展。

(四) 电子商务专业的就业岗位趋势分析

在上述的职业岗位中，网店客服、网店美工、网店运营、直播领域就业人数较多，下面以某网站统计数据为例，对这几种岗位的地区招聘需求量、工资待遇和发展前景等方面进行就业趋势分析。

1. 网店客服的就业趋势分析

(1) 网店客服的招聘需求量（2021 年）

网店客服的招聘需求量详见图 1-1。其中广州、上海、深圳这三个地区对客服的需求量比较大。

(2) 网店客服的工资待遇（2021 年）

网店客服的工资待遇会根据学历和工作经验的差异而有所不同，当然也会因为地区



的不同，工资待遇有所增长或下降。以热门地区为例，上海、北京的网店客服平均工资在 6.8 K/月，重庆、佛山的网店客服平均工资在 5.3 K/月左右，详情见图 1-2、图 1-3。

招聘需求量地区排名（全国）

地区	职位量, 占比
① 广州	23.5K, 12.6%
② 上海	20.1K, 10.8%
③ 深圳	19.1K, 10.3%
④ 成都	11.3K, 6.1%
⑤ 武汉	9.3K, 5.0%
⑥ 合肥	8.0K, 4.3%
⑦ 重庆	6.2K, 3.3%
⑧ 杭州	6.1K, 3.3%
⑨ 北京	5.4K, 2.9%
⑩ 东莞	5.1K, 2.7%

图 1-1 全国网店客服的招聘需求量

热门地区工资

广州 5.8K	>	上海 6.8K	>
深圳 6.7K	>	成都 5.7K	>
武汉 6.0K	>	合肥 6.3K	>
重庆 5.2K	>	杭州 6.0K	>
北京 6.8K	>	东莞 5.6K	>
苏州 5.7K	>	佛山 5.4K	>

图 1-2 全国网店客服热门地区的工资待遇

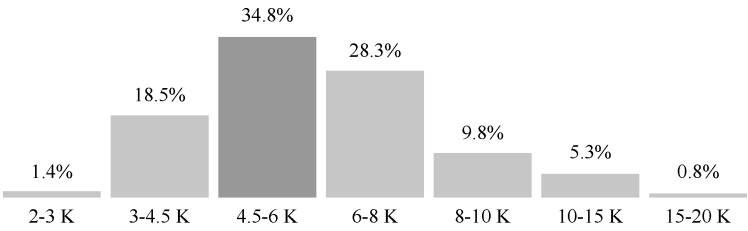


图 1-3 全国网店客服每月工资待遇的占比

（3）网店客服的发展前景

网店客服岗位需要有良好的沟通能力和团队协作解决问题的能力，工作能力突出者，有机会晋升到客服主管或客服总监，拿到业绩提成；可以跨越到销售行业，从事新的领域；也可以发展专业客服业务，承揽其他公司的客服外包业务。



2. 网店美工的就业趋势分析

(1) 网店美工的招聘需求量（2021 年）

全国网店美工的招聘需求量详见图 1-4。招聘需求量地区排名第一的是广州，深圳位居第二，上海排在第三位。

招聘需求量地区排名（全国）

地区	职位量, 占比
① 广州	4.0K, 15.8%
② 深圳	3.8K, 14.8%
③ 上海	2.6K, 10.1%
④ 东莞	1.5K, 6.0%
⑤ 杭州	1.2K, 4.7%
⑥ 厦门	1.0K, 4.0%
⑦ 武汉	797, 3.1%
⑧ 佛山	696, 2.7%
⑨ 成都	645, 2.5%
⑩ 宁波	634, 2.5%

图 1-4 全国网店美工的招聘需求量

(2) 网店美工的工资待遇（2021 年）

由于美工的职业要求较高，薪资待遇也较高，而且随着工作经验的提升，基本上超过两年工作经验的网店美工员工，大部分都可以拿到每月 8000 以上的薪资。

热门地区工资

广州 6.0K	>	深圳 7.1K	>
上海 7.2K	>	东莞 5.9K	>
杭州 6.4K	>	厦门 5.6K	>
武汉 5.4K	>	佛山 5.8K	>
成都 5.2K	>	宁波 5.7K	>
南京 5.8K	>	苏州 5.9K	>

图 1-5 全国网店美工热门地区的工资待遇

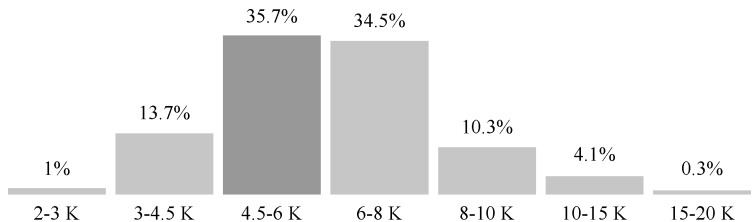


图 1-6 全国网店美工每月工资待遇的占比



（3）全国美工的发展前景

在视觉化的时代，电商行业对美工有很大的需求，有很好的市场前景。随着能力的不断提升，淘宝美工可以往美工外包业务承接、平面设计、电商摄影、短视频制作等方向发展。

3. 网店运营店长的就业趋势分析

（1）网店运营店长的招聘需求量（2021 年）

招聘需求量地区排名（全国）	
地区	职位量, 占比
① 广州	2.8K, 13.0%
② 上海	2.6K, 12.3%
③ 深圳	2.0K, 9.2%
④ 杭州	1.1K, 5.1%
⑤ 厦门	1.1K, 5.0%
⑥ 成都	848, 4.0%
⑦ 武汉	716, 3.4%
⑧ 北京	677, 3.2%
⑨ 重庆	612, 2.9%
⑩ 苏州	521, 2.4%

图 1-7 全国网店运营店长的招聘需求量

从图 1-7 可以看出广州、上海、深圳、杭州、厦门这几大地区需要量最大。

（2）网店运营店长的工资待遇（2021 年）

网店运营店长的招聘需求量虽不及网店客服和网店美工，但会较看中招聘者的运营推广成果和工作经验，由于工作岗位至关重要，一个方案的执行可能关系到网店的生死存亡，所以在工资待遇上会比网店客服和网店美工高，平均工资在每个月 8000 以上。有了一定工作经验后，月薪上万也较常见，详情见图 1-8 和图 1-9。

热门地区工资	
广州 9.0K >	上海 11.5K >
深圳 10.4K >	杭州 10.9K >
厦门 8.0K >	成都 8.5K >
武汉 8.6K >	北京 11.7K >
重庆 8.5K >	苏州 8.7K >
佛山 9.0K >	东莞 7.7K >

图 1-8 全国网店运营店长热门地区的工资待遇

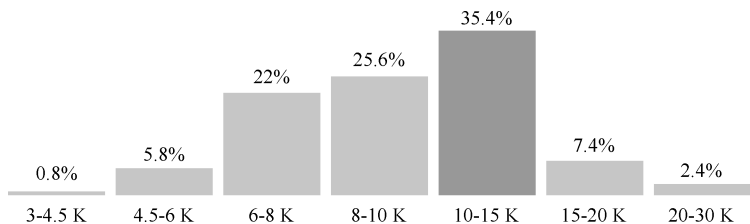


图 1-9 全国网店运营店长每月工资待遇的占比

(3) 网店运营店长的发展前景

网店运营店长在工作过程中,能更加熟悉业务操作、行业规范,了解货源的情况,提高市场敏锐度,积累一定的人脉和资金等,这些资源对他们以后的发展大有益处。

4. 直播的就业趋势分析

(1) 直播职位人才需求猛增

当下,直播行业在经历野蛮生长后快速洗牌分化,朝着专业化、优质化方向发展,成为国内新的经济增长点和人才集聚高地。直播朝着更多元化方向发展的同时,企业对直播职位人才的需求一直保持高增长势头。

猎聘大数据研究院发布《2020 年中国直播从业者大数据报告》,展示各行业对直播类中高端人才的需求状况,为我们提供参考。猎聘大数据显示,2019 年企业新增直播相关职位较 2018 年激增 329.36%,可见直播行业具有极大的就业吸纳空间,2021 年企业对直播类人才的需求依然保持较高增长。

(2) 直播类职位人才需求分析

① 城市人才需求分布

2019 年 3 月—2020 年 2 月,在直播类职位人才需求占比最高的前 5 个城市中,北京以 26.52%的占比位居榜首。“千年商都”广州与素有“电商大本营”之称的杭州并列第二,人才需求占比均为 15.91%,上海以 14.75%的占比紧随其后,深圳则以 7.96%的占比挤入前五,见图 1-10。

2019.3-2020.2直播相关职位人才需求城市分布TOP 5

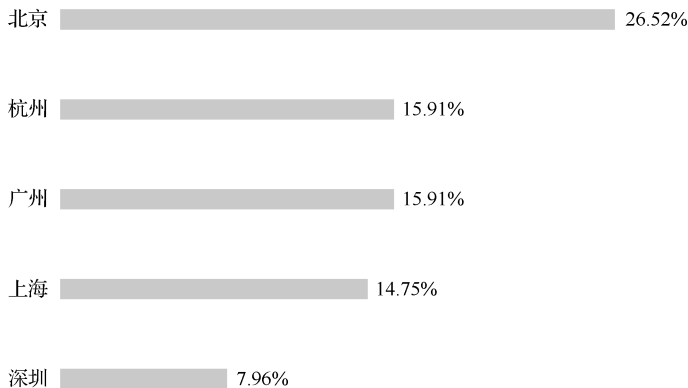


图 1-10 直播相关职位人才需求城市分布



北京作为创新创业的集聚地，是国内众多知名直播、短视频类公司的所在地。如抖音、快手、映客、花椒直播等都将公司总部设在北京，因此北京对直播类人才需求最旺盛。而杭州作为我国电商行业的大本营，以及有阿里的坐镇，对直播带货类人才的需求一直以来都较为旺盛，超过半数淘宝机构都在杭州，淘宝直播的产业链上下游催生了大量相关岗位需求。“千年商都”广州自2019年起开始化身“直播之城”，当地的服装、旅游、美食等越来越多行业从业者在直播间里找到源源不断的消费者。

② 热招职能

在与直播相关的十大热招职能中，人才需求占比排名第一的职能是运营经理/主管，占比为13.02%；运营专员、主持人/播音/DJ位列第二、第三，占比分别为9.84%、8.89%；产品经理排名第四，占比为6.51%。此外，运营总监、新媒体运营、电商运营、部门/事业部管理占比均高于2%。

值得注意的是，在与直播相关的前十大热招职能中，运营类相关的岗位和人才需求量最大，其次是主播类人才，见图1-11。运营类人才作为直播的幕后操盘手，是直播顺利进行并达成业绩目标的关键，随着企业精细化运营该类人才会越来越受到关注；主播作为直播的核心之一，在主播职业化趋势成为必然的今天，同样拥有可观的发展机会。

2019.3-2020.2与直播相关的十大热招职能

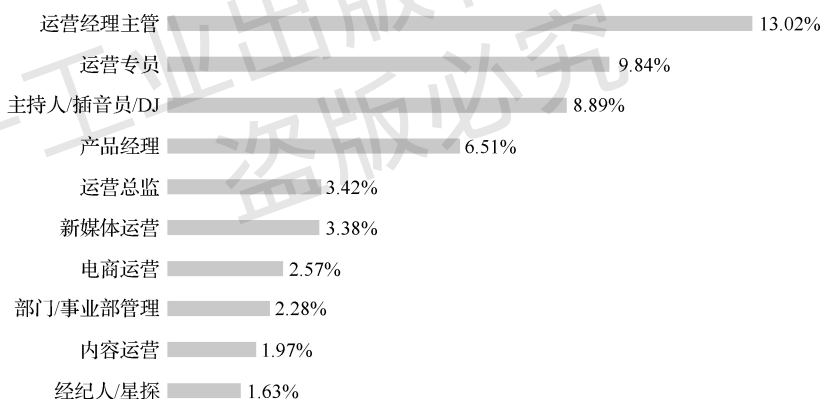


图 1-11 直播相关热招职能

(3) 中高端直播从业者画像分析

① 直播从业者年轻化

近年来，随着直播行业的快速发展，越来越多的人开始在这一行业聚集。从年龄结构来看，中高端直播从业者呈现年轻化、青年人才云集的特点。主要集中在20~35岁之间，比例高达87.74%。其中，25~30岁中高端人才占比最高，为43.99%；20~25岁排名第二，为25.08%；30~35岁排名第三，为18.67%，详情见图1-12。

总体来看，直播行业发展变化迅速，竞争激烈，需要大量的体力和精力投入，因此接近九成的中高端从业者都在35岁以下。年轻人居多也意味着直播行业有源源不断的新生力量加入，未来发展拥有无限可能性。



2019.3—2020.2直播从业者年龄分布

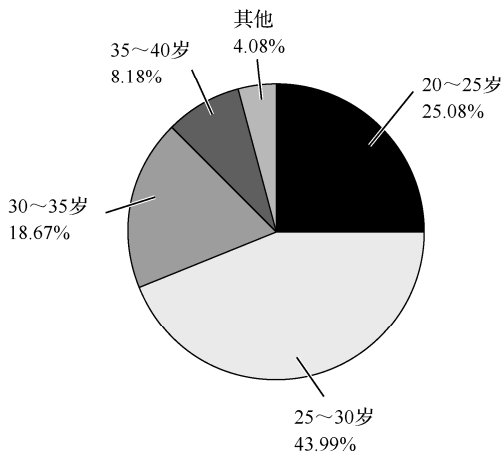


图 1-12 直播从业者年龄分布图

② 中高端直播从业者平均月薪较高

从薪资方面来看,猎聘大数据显示,2019 年中高端直播从业者平均月薪为 1.69 万元,同比 2018 年上涨 6.02%,在全行业中高端人才平均月薪中处于中上等水平。

直播是一个快速发展中的行业,具有人才需求量大、从业者年轻化、高薪等的突出特点。然而这个行业在急需补充大量人才的同时,还需要更多专业化、系统化的培训,以提高从业者的人才质量,助力行业健康有序发展。

另外,直播专业的相关毕业生也相当抢手。对于有志于进入这个行业的从业者,应持续保持学习的状态,紧随行业变化的步伐,将自己武装成高潜质的入局者。

电子商务专业主要依托于互联网信息技术,融市场营销学、国际贸易、管理、法律、现代物流多学科交叉。除了以上工作岗位,很多电子商务专业的学生毕业后还会从事其他岗位,比较常见的有销售专员、策划专员、行政文员等。

任务 1.2 电子商务初探



任务要求与准备

按照之前分好的合作学习小组,各小组共同完成以下学习任务:

- (1) 结合现实生活,举出 2~3 个与电子商务相关的例子。
- (2) 分析这些例子对人们日常生活的影响。



任务实施

1. 各合作学习小组认真商量讨论,做好人员分配工作。
2. 任课老师给予一定的准备时间,小组成员开始认真收集资料,讨论分析和整理,并在课堂上展示任务的成果。
3. 各小组代表发言的时间规定在 4~6 分钟,而提问环节统一为 3 分钟。等所有的



小组全部发言完毕，则每位同学填写评价量化表。

4. 本次的任务表现会做详细记录，作为学生的平常表现成绩。



任务评价

评价量化表（见表 1-2）填写说明：

1. 填写分数时要遵循公平、公正的原则，切勿徇私。
2. 自我评价、小组互评、教师评价分数都是百分制。
3. 小组互评环节，各小组组长分别组织组内成员进行讨论，给予发言的小组一个分数，最终求得各小组平均分。
4. 自我评价分数由学生本人填写。教师评价分数由任课老师填写。
5. 总评分数=自我评价分数×0.4+小组互评分数×0.3+教师评价分数×0.3。
6. 分数等级分为五大类，分别是优秀（90~100 分）、良好（80~89 分）、中等（70~79 分）、及格（60~69 分）与不及格（60 分以下）。
7. “成果点评”这一栏目由任课老师填写。

表 1-2 学生任务成果展示评价量化表

班级：		姓名：		学号：		（单位：分）			
序号	评 价 项 目	具体评价内容	评价分数参考	量化评价 （等级分值）				满 分	自 评
				组 评	师 评	组 评	师 评		
1	内容准备	利用多种渠道收集资料	好（9~10），一般（6~8）， 不好（1~5）	10					
2		资料准备充分详实	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
3	展示成果	观点新颖，见解独到	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
4		演讲姿态自然、大方、得体	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
5		语言表达清楚，逻辑清晰	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
6		积极明确回答同学提出的问题	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
7	小组合作	在小组讨论时积极参与	好（13~15），一般（9~ 12），不好（1~8）	15					
分 数 等 级			总 分	100					
自我评价（×40%）		小组互评（×30%）	教师评价（×30%）	总 评					



续表

序号	评 价 项 目	具体评价内容	评价分数参考	量化评价 (等级分值)			
				满 分	自 评	组 评	师 评
成果点评（特色及不足）：							

案例导入

2020 年天猫“双十一”完美落幕，跟以往不同的是，今年活动时间首次借鉴京东的模式，从 2020 年 11 月 1 日 0 时至 11 月 11 日 23:59，累计成交额达 4982 亿元，再次创下新高。从 2009 年天猫首创“双十一”购物节发展至今，“双十一”不再是单纯的“光棍节”，而是一个不单只有天猫平台参与的全球购物狂欢节。

一、电子商务的特点

电子商务作为一种新的商务交易模式，突破了传统商务的时空限制，大大提高了信息流、资金流和物流的有效传递和处理，缩短了产品订购、生产、加工、包装、运输等周期，同时也为制造商、供应商、分销商、消费群体的交易带来便利，极大地改善了人们的生活，对社会的发展有着不可磨灭的贡献。与传统商务活动相比，电子商务的特点主要如下。

1. 全球化

在互联网迅速发展的时代，网络几乎涵盖全球各个角落，网络用户逐年快速增长，全球已形成一个庞大的网络交易平台，买卖双方的交易区域不再限制在本国以内，许多人都可以通过互联网把自己的产品和服务推销到全球各地。无论你身处何地，只要利用浏览器，轻点鼠标，就可以登录任何国家、地域的网站，与你想交流的人面对面沟通。

2. 全天候

电子商务突破时间的限制，实现了 7×24 小时全天候业务运作，为政府、企业、市场和消费者提供高品质的服务，而且克服了各国之间的时间差，有利于各国贸易和跨境电商的发展。

3. 高效性

在传统商务模式中，很多工作都由人工完成，常常会因为产品采购、加工、包装、



运输、贸易双方工作交接跟进、人员合作、信息处理等一系列问题而花费很多不必要的时间、人力、物力和财力，而电子商务常以电子化代替人工化，极大地克服了传统商务模式交易费用高、易出错、办事效率低等缺点，使整个交易变得高效和便捷。

4. 低成本

电子商务使整个交易的成本大大降低，主要体现在以下几个方面：

一是传统商务贸易平台多为地面店铺，且建设费用昂贵，而电子商务贸易平台多租赁办公室或办公楼，节省了大量的经营成本。

二是可快捷、高效地完成产品的采购、加工、包装等一系列工作，节省了成本。

三是卖家可通过网络对产品进行介绍和宣传，减少很多线下的推广费用；而买家可不受时间和空间的限制，通过网络跟卖家进行贸易活动，无须中介的介入，省去很多中间环节，节省了运营成本。

四是通过买卖双方信息的即时沟通，使产品零库存化成为可能，避免出现很多库存积累的局面，节省了很多售后成本。

五是电子化办公，便于企业管理员工，提升办事效率，节省了管理成本。

5. 交互性

通过互联网，企业可以展示商品的各项详细信息，同时设立客户服务中心，专门为客户提供业务咨询和疑问解答等服务，为客户选购商品提供参考。而客户可通过聊天工具或网络平台等途径把商品使用的信息反馈给企业，及时加以改进，实现企业和用户供需互动与双向沟通。

6. 个性化

互联网上的促销是一对一的、理性的、消费者主导的、非强迫性的、循序渐进式的，而且是一种低成本与人性化的促销，避免推销员强势推销的干扰，并通过信息提供与交互式交谈，与消费者建立长期良好的关系。

二、电子商务的产生和影响

（一）电子商务的产生

电子商务并非新事物，早在 1839 年，当电报刚出现的时候，人们就开始运用电子手段进行商务活动讨论。电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代，发展于 90 年代，而在 20 世纪 90 年代后期，在计算机的广泛应用、网络的普及和成熟、信用卡的普及与应用、电子安全交易协议的制定和政府的支持与推动等有利条件下，电子商务才开始真正步入发展的正轨。总的来说，我国电子商务的发展历程（见图 1-13）可分为以下几个阶段。

1. 萌芽期（1996—1999 年）

1996 年，国家信息化工作小组成立。1997 年，各省成立信息化小组，中国化工网 B2B 上线。1998 年，中国第一笔互联网交易成功，腾讯成立，最主要的是为促进我国商品流通领域电子化和信息化建设而实施的金贸工程启动。1999 年，8848 网、奇趣网、阿里巴巴、当当网，以及招商银行与建设银行推行网上银行服务等一系列电商网站和业务



纷纷上线，开始电子商务发展的新纪元。

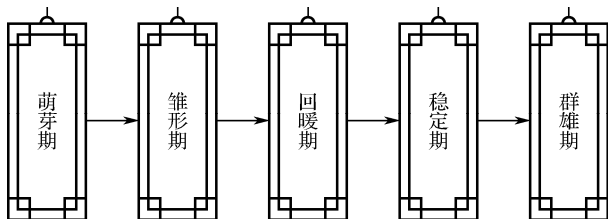


图 1-13 我国电子商务的发展历程

2. 雏形期（2000—2002 年）

2000 年，我国网民爆增到 890 万，联网的计算机大约有 350 万台，为电子商务的发展起到很重要的推进作用。同年，慧聪网开启 B2B 时代；卓越网成立，开启 B2C 视野；中国电子商务协会成立；阿里巴巴获得 2500 万美元投资。2001 年，中国 13 所大学试办电子商务专业。2002 年，eBay 购入易趣 33% 的股份。这一时期我国电子商务渐渐有了市场，而那时境外多国的互联网遭遇泡沫危机，使得众多资本家把市场聚集到中国，我国电子商务渐渐有了雏形。

3. 回暖期（2003—2005 年）

2003 年是电子商务发展历史上的一个新篇章，慧聪网于香港上市；携程网在纳斯达克上市；阿里巴巴创立淘宝网进军 C2C，并推出支付宝。2004 年，马云提出“网商”概念，亚马逊收购卓越网。2005 年，阿里巴巴收购雅虎中国，腾讯依托 5.9 亿用户推出拍拍网，出现易趣 eBay、淘宝网、拍拍网 C2C 平台三足鼎立的局面。

4. 稳定期（2006—2008 年）

2006 年到 2008 年，电子商务发展趋于稳定。很多企业已经奠定基础，有着雄厚的实力，不用担心面临经营破产的情况。

5. 群雄期（2009 年至今）

2008 年，金融风暴波及我国，曾一度出现经济萧条的局面，电子商务低成本、高收益的特性让很多传统企业看到了新方向，电子商务行业群雄割据的局面越演越烈。马云的阿里巴巴、天猫、淘宝网、聚划算，马化腾的腾讯、微信，刘强东的京东商城，李彦宏的百度，王兴的美团，黄峥的拼多多，张一鸣的字节跳动等，他们都想在电商行业中捍卫自己的地位，不断扩张疆土，成就自己的霸业。

电子商务渐渐地出现了融合期，很多中小企业合并收购，变得更加专业和强大，如美团与大众点评合并，滴滴与快的合并，58 同城与赶集网合并，去哪儿与携程合并。

近年来，国家鼓励电子商务发展，尤其重视跨境电商、农村电商和移动电商等的发展，它们的发展前景颇为乐观。

（二）电子商务的影响

随着互联网的发展，电子商务在全球迅速普及，越来越多的人相信电子商务代表着未来贸易方式的发展方向，它的应用和推广将对社会、企业和人们有着不可磨灭的影响。



1. 对社会的影响

电子商务促进了我国社会经济的发展，带动社会各行各业的发展，特别是服务业、物流业、饮食行业，对我国的经济增长起到很大的贡献作用。

跨境电商和农村电商带动了我国对外贸易，并对区域经济协调发展起到积极的作用。

另外，由于电子商务的发展，很多新的就业岗位应运而生，而且其低成本、高收益的特性也吸引很多人创业，为社会提供了很多就业岗位和创业机会，缓解了我国就业压力。

2. 对企业的影响

电子商务作为一种新的商业经济模式，对企业的发展起到十分重大的影响，主要体现在以下方面。

（1）降低企业采购成本

电子商务使得企业可以直接跟供应商交涉，无须通过分销商和中介，减少了很多中间环节，不仅使企业和供应商的联系更加密切，采购工作更容易进行，而且还减少了采购时间，提高了企业的采购效率，降低了企业的采购成本。

（2）为企业生产加工提供便利

电子商务改变传统企业的生产方式，用智能化代替了人工化，使得产品的生产加工变得快捷而高效，缩短了生产和研发的周期。而且还可以根据销售产品的数量来生产产品，减少产品库存积压，提高库存管理水平。另外，利用便利的互联网资源，将产品生产与加工业务外包给资质良好的承包商，不仅可以按照企业要求的生产加工理念生产产品，还可以减少人力、物力，降低成本。

（3）增加企业产品销量

企业产品销售突破了时间和空间的限制，使得消费的客户群体扩展到全国甚至全球各地。在商品介绍页面配以全方位 360° 的产品展示，可以更加立体、形象、具体地展示产品卖点。企业最大限度地让利于最终消费者，同时，产品销量也得到大幅提升。

（4）更好地提供客户服务

电子商务时代下，客户是上帝的理念深入企业，企业越来越关注客户的关系维护，引用先进的客户服务系统，提升客户的服务质量，并且促进与客户的密切联系，全心全意为客户服务，争取把潜在客户变为新客户，甚至是忠诚客户。

3. 对个人的影响

随着电子商务的不断普及和成熟，人们的生活跟以往相比发生了天翻地覆的变化。

在学习方面，人们不再像之前那样依赖课本和老师，可以上网查询资料、浏览网站、观看视频、在线听课、在线测试。

在工作方面，人们可以通过招聘网站找到工作，借用智能化设备提高工作效率，甚至可以利用一些零散时间进行“网赚”。

在社交方面，人们交谈的对象、方式和距离有了很大改变，大家甚至可以通过社交平台和翻译软件，和全球不同种族、不同语种的人进行交谈。

在交通方面，用户体验满意度增强，人们的交通方式有了更多的选择。近距离，大家可通过刷卡乘坐公交车，也可以通过打车软件下订单叫车；而远距离，人们可通过网上预订线下取票。



在消费方面,产品的信息展示清晰且多元化,人们可以足不出户就买到自己喜欢的东西。同时,电子商务为人们进行精神消费搭建了更便利的渠道,人们可以利用 App 软件订购 KTV、餐饮、影院和棋牌室等娱乐场所,然后线下去体验,减少以往线下排队、电话咨询订购等烦琐环节。而且现在支付方式丰富多样,甚至出现“手机在手,吃喝玩乐行不愁”的现象。

总而言之,电子商务无时无刻不在影响人们的日常生活,不仅丰富了人们的生活方式,还提高了人们的生活质量。

三、电子商务的发展趋势

我国电子商务发展速度,短短十几年,已经渗透到人们的生活之中。从未来发展看,我国电子商务将呈现以下发展趋势。

1. 直播营销

直播不仅是人们休闲娱乐、获取资讯的重要渠道,也是线上线下开展经营活动的重要途径。毫无疑问,直播已经成为一股新的商业力量,各行各业都在直播上找到新的可能性。直播将成为更多品牌的营销工具,让商家的业务变得更加灵活和有弹性。

2021 年,中国直播电子商务市场规模达到 2 万亿元,较 2019 年增长 384%,未来发展势头强劲。

2. 短视频营销

近几年,短视频平台的活跃用户数量不断增加。以抖音、快手为首的短视频平台发展迅速,将用户内容与购物活动结合起来,促进销售。未来将占据更大的电子商务市场份额。

3. 智能制造和 C2M 将推动电子商务向前发展

制造商已经意识到以消费者为中心来不断变化需求的重要性,基于数据的 C2M (Customer-to-Manufacturer, 用户直接对接制造) 模式将加速发展。该模式有助于零售商预测产品需求,并减少库存和供应链风险。

C2M 产品在中国已逐渐被广泛接受,预计中国 C2M 市场规模将在 2022 年达到 1.4 万亿元,在 2018 年至 2022 年之间的复合年增长率为 191%。

4. 跨境电子商务

随着经济的发展,人们的生活水平不断提高,人们对物质生活和精神生活的需求也随之增大。在全球化趋势下,跨境网购变得更加便利。人们已不再单单满足于国内消费,而逐渐把消费目光转移到国外,跨境网购的需求日益扩大。据不完全统计,跨境电商鼓励出口,进一步规范进口。随着消费者跨境网购行为日趋成熟和国家的大力支持,跨境电子商务的时代即将到来。

5. 奢侈品电商市场

奢侈品牌正在中国电子商务领域不断扩张,随着国际旅行的减少,一些需求将从海外转移到国内市场,奢侈品的需求将会继续强劲,在线渠道会迎来奢侈品需求的增加。



到 2025 年，中国将占全球奢侈品消费的 30%~40%。中国的奢侈品电子商务市场规模将从 2020 年的 930 亿元增长到 2025 年的 1470 亿元，复合年增长率为 9.6%。

6. 农村电子商务

随着一、二、三线城市网购渗透率趋于饱和，很多电商企业把目标放在农村，大力投资开拓自己的电商市场。而且为了拉近发达城市和农村之间的经济差距，国家大力提倡发展农村电子商务，还给出很多优惠政策，让农村的人们踊跃参与电子商务就业和创业。

7. 云计算

利用云计算的相关技术，通过网络将分布在各地的资源连接起来，虚拟地构建成一个可无限扩展的“资源池”。云计算技术能够为电子商务企业提供扩充的服务器设施，增加存储容量，针对海量数据能够进行快速且有效的处理。云计算降低了电子商务企业运行的成本，提升了电子商务运营效率，实现应用资源和工具的“即需即用，灵活配置”。

8. 物联网

电子商务遇到的客户投诉很多集中在物流配送服务的质量上。未来物联网将和电子商务物流有更深层面的结合，借助 GPS 等技术，将配送包裹模块化以及对商品的仓储、销售终端、出库、运输等方面进行实时监控，让消费者、网上零售商户和物流公司三方实时获悉货物的路线，可以及时发现物流过程中出现的问题。

9. 大数据应用

随着大数据时代的到来，如何通过技术手段利用数据驱动对客户进行精准营销显得非常重要。大数据为电子商务发展插上腾飞的翅膀。通过大数据技术对电商的商品交易信息、价格信息、品牌信息以及消费者个人的属性信息，还有消费者对商品的评论和反馈留言等信息进行整理分析建模，可以对电商消费者进行人物画像分析，准确了解消费者的消费习惯、消费心理以及品牌喜好，进而对产品的销售模式与销售方向进行调整，以促进消费的持续增加。

大数据的应用将对客户各方面的信息进行充分有效的管理并深度挖掘，可以为特定客户群体提供更有针对性的个性化服务。

10. 人工智能

结合人工智能技术，品牌能够更有效地预测客户的需求和购买行为，并为其提供个性化推荐。以淘宝为例，它利用人工智能分析收集到的用户数据，综合考虑客户信息、客户偏好、客户历史购买行为、第三方数据以及上下文信息后，为客户提供个性化建议。



项目小结

本项目主要让学生了解电子商务的认识误区，掌握电子商务的概念；清楚电子商务专业的就业前景和就业岗位方向，对电子商务发展充满信心和期待，并初步规划自己的职业生涯，制订学习计划；了解电子商务业内名人事迹和创业案例，获得专业认同感并形成积极的心理暗示；理解电子商务的特点，发挥其优势；了解电子商务的产生、影响



和发展趋势，养成关注电子商务资讯的良好习惯。



练习与自测

总分：100分

哇，我得了_____分！

一、填空题（每空2分，共40分）

1. 电子商务涵盖两个方面，_____是核心，_____是工具。
2. 电子商务专业的就业岗位大致可以为_____、销售类、营销文案类、运营推广类、_____、和短视频营销类。
3. 电子商务的特点有_____、_____、_____、_____、_____和_____。
4. 中国电子商务的发展经历了_____、_____、_____、_____和_____。
5. 电子商务对企业的影响有_____、_____、_____和_____。

二、判断题（每题2分，共10分）

1. 电子商务等同于淘宝创业。（ ）
2. 广义的电子商务是指利用 Internet 从事商务或活动。（ ）
3. 2020 年，天猫“双十一”累计交易额为 4982 亿元。（ ）
4. 相对客服和网店运营店长而言，美工的需求量较少。（ ）
5. 淘宝客服岗位要求打字速度快，有良好的服务意识和较强的抗压能力。（ ）

三、将下列年份及对应的事件进行连线（每线2分，共10分）

- | | |
|--------|--------------------------|
| 1998 年 | 电商移动端支付首次超过 PC 端 |
| 1999 年 | 中国第一笔互联网交易成功 |
| 2001 年 | 淘宝网创立，慧聪网上市 |
| 2003 年 | 中国 13 所大学试办电子商务专业 |
| 2015 年 | 阿里巴巴、网上银行服务等一系列电商网站和业务上线 |

四、简答题（每题5分，共20分）

1. 广义的电子商务和狭义的电子商务有哪些区别？
2. 电子商务专业的就业方向主要有哪些？
3. 可以通过哪些主要渠道寻找工作？
4. 简述电子商务的发展趋势。

五、论述题（共10分）

收集成功和失败的创业案例各一例，并分析其原因。

六、实操题（共10分）

体验一次简单真实的电子商务交易。例如，微信支付、超市刷卡、网上购物、美团下单、滴滴出行叫车、网银转账等。



微课拓展



电子商务专业的就业前景



电子商务的发展趋势

电子工业出版社版权所有
盗版必究