

高等学校电子商务专业系列教材



电子商务 模拟实验教程

(第二版)

DIANZI SHANGWU

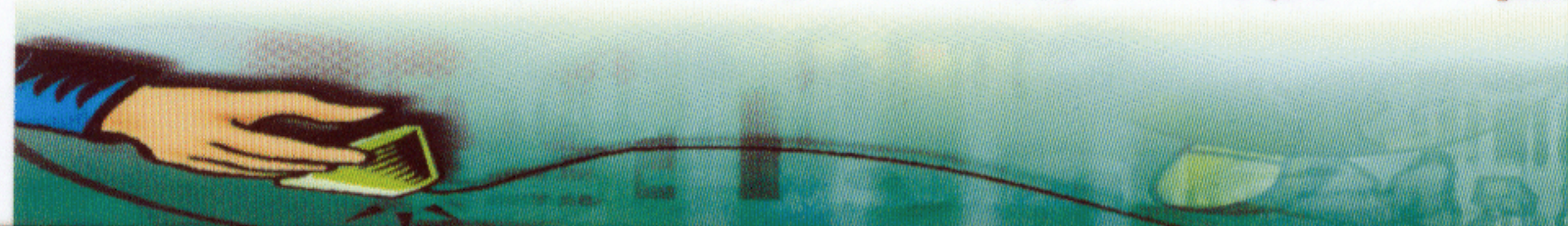


含 CD

MONI SHIYAN JIAOCHENG

主 编	邵兵家
副主编	吕何新
	俞义樵
	邓之宏
主 审	钟 强

重 庆 大 学 出 版 社



高等学校电子商务专业系列教材

电子商务模拟实验教程

(第二版)

主 编	邵兵家		
副主编	吕何新	俞义樵	邓之宏
参 编	陆位忠	杨国良	孟宪强
	鄢智敏	李 伟	罗 杰
	刘洪波	于同奎	李黎明
	刘秋月	姜洪涛	张 华
主 审	钟 强		

重 庆 大 学 出 版 社

系列教材编委会成员(以姓氏笔画为序)

王学梅	王庆国	刘建华	任德齐	武俊达	吕何新	张国梁
张学礼	张 矢	张举刚	张国勋	邵兵家	苟爱梅	周一鹿
周 明	夏昌祥	钟 强	袁建新	袁建平	黄启良	彭光辉
韩应江	曾湘黔	熊伟健	崔轩辉			

系列教材参编单位(排名不分先后)

重庆石油高等专科学校	重庆电子职业技术学院
昆明冶金高等专科学校	西南农业大学高职学院
武汉职业技术学院	贵州大学职业技术学院
邢台职业技术学院	重庆大学职业技术学院
天津职业大学	重庆工业高等专科学校
南京理工大学高职学院	成都电子机械高等专科学校
桂林航天高等专科学校	湖北十堰职业技术学院
天津房管局职工大学	广西职业技术学院
湖北长江职业技术学院	天津工业职业技术学院
石家庄经济学院	新疆机电职业技术学院
三门峡职业技术学院	河南职业技术学院
长沙民政职业技术学院	浙江树人大学
湖北孝感职业技术学院	天津青年职业学院
重庆光彩职业技术学院	

目
录

1	第1章 电子商务概述
1	1.1 电子商务模式与流程
5	1.2 电子商务参与主体的地位与作用
6	1.3 电子商务模拟实验系统功能
10	第2章 B to C 交易模式
10	实验1 个体消费者网上购物
19	实验2 商店值班经理业务处理
25	实验3 系统基础数据设置
27	实验4 值班经理采购业务处理
30	实验5 值班经理综合业务处理
34	第3章 B to B 交易模式
34	实验1 交易中心浏览
37	实验2 经销商在交易中心订货
39	实验3 分公司客户订单处理
42	实验4 经销商业务管理
47	实验5 分公司其他业务管理
57	第4章 C to C 交易模式
58	实验1 拍卖商品
61	实验2 参加竞买
65	实验3 拍卖中心管理
69	第5章 物流管理
69	实验1 配送点备发货业务管理
71	实验2 配送点收货查询等业务管理

75	第6章 网络贸易
75	实验1 EDI 应用
79	实验2 电子合同的签订
83	第7章 网络营销
83	实验1 电子邮件申请与使用
84	实验2 网络广告发布
101	实验3 新闻组的使用
102	实验4 网上调查
104	实验5 商业报告撰写
106	第8章 网上银行与支付
106	实验1 网上银行服务
111	实验2 网上银行管理
115	实验3 电子钱包申请
118	实验4 电子钱包使用
120	第9章 网上证券
121	实验1 用户注册
121	实验2 大盘分析
123	实验3 行情分析、个股实时分析和技术分析
126	实验4 模拟交易
128	第10章 企业内部工作管理
128	实验1 企业领导工作管理
133	实验2 企业一般员工工作管理
136	第11章 网站创建与管理
136	实验1 网上商店的创建与管理
142	实验2 网站信息发布管理
150	第12章 EDI 中心管理
158	第13章 CA 认证中心管理

158	实验 1 数字证书的申请
162	实验 2 CA 认证管理
166	实验 3 数字证书的配置
173	实验 4 安全数字证书的使用
182	第 14 章 IBM WCS 开发平台使用
182	实验 1 IBM WCS 系统安装配置
187	实验 2 商店的创建与发布
196	实验 3 支付管理设置和商店后台管理
203	第 15 章 自助建站平台使用
203	实验 1 企业网站创建
213	实验 2 网站经营管理
224	附 录
224	附录 1 配套光盘使用说明
226	附录 2 第二版与第一版内容对照表
228	附录 3 电子商务实验进度安排参考
230	附录 4 B to B 交易实验考核操作记录表
233	参考资料

第1章

电子商务概述

1.1 电子商务模式与流程

1.1.1 电子商务的分类与模式

电子商务作为利用以 Internet 为核心的网络信息技术来进行的商务活动,其中心是为交易的顺利完成而开展的一系列经济管理活动。电子商务的参与者很多,有顾客、政府、接入服务的提供者(ISP)、在线服务的提供者、配送以及支付服务的提供者,等等。根据这些参与者的性质不同,可以分为 B(business)、C(customer)、G(government)。由此形成了人们耳熟能详的商业模式:B to B、B to C、C to C、B to G、C to G等。

另外,为了使企业内部信息共享以满足外部的需求,企业内部各部门之间会通过 Internet 或局域网进行信息交换。企业内部的经济活动也包括在广义的电子商务中。

目前在 Web 上可以观察到的通用电子商务商业模式形式基本包括以下 8 种:①代理模式(Brokerage);②广告模式(Advertising);③信息中介模式(Informediary);④商贸模式(Merchant);⑤厂商模式(Manufacturer);⑥会员模式(Affiliate);⑦团体模式(Community);⑧订阅模式(Subscription)。这些模式以不同的方法被实现。任何一个公司可以把不同的模式组合在一起作为它的 Web 商业策略的一部分,从而可以发现一个广告(Advertising)模式可以和一个订阅(Subscription)模式混合在一起,产生一个能有利润的全面的商业策略。商业模式在 Web 上迅速发展,新的和引人注目的变化在未来都是可以期望的。

1.1.2 企业—消费者(B to C)间的电子商务模式

B to C 电子商务是在企业与消费者之间进行的商务模式,它通过 Internet 为消费者提供一个网上的购物环境——网上商店,实现网上购物,电子支付等功能。B to C 的特点是能迅速吸引公众和媒体的注意力,是最富于创造力的领域之一,也是竞争最为激烈的领域之一。B to C 的利润或者来源于公司所提供的业务,或者来源于广告商。公司可以通过提供购物、咨询、拍卖等服务收取手续费、会员费等等,也可以因为浏览量和点击量极大,从而吸引广告商在页面上放置广告。B to C 电子商务模式结构如图 1.1 所示。

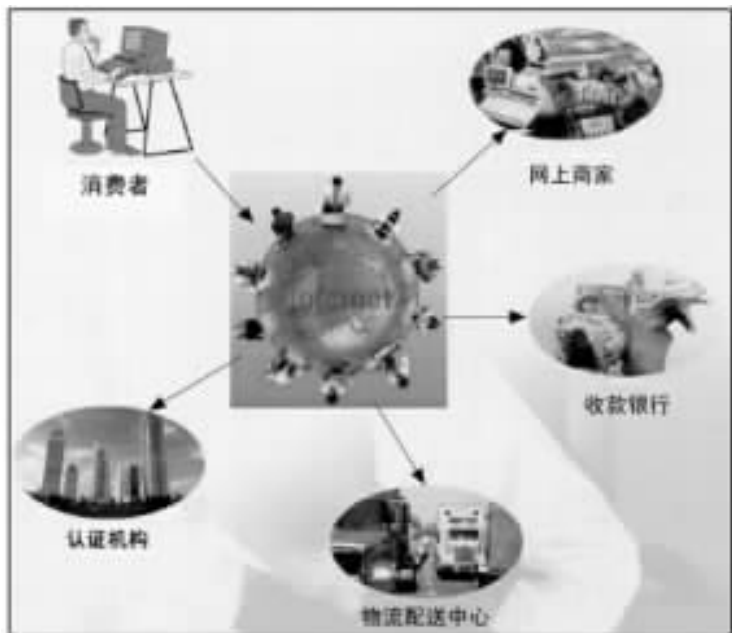


图 1.1 B to C 电子商务框架

在 B to C 电子商务模式中,参与主体主要包括:消费者、网上商家(多店模式的网上商厦)、收款银行(支付网关+发卡银行)、CA 认证机构(数字证书的发行者)、物流配送中心。

在 B to C 电子商务模式中,交易流程如下:

- (1)消费者通过 Internet 找到网上商厦或商店,访问商家主页。
- (2)通过浏览商家主页、电子商品目录,查找到所需商品。
- (3)选择所需商品放入购物车。
- (4)电子收银台结账,用户填写订单内容,包括送货地点,支付方式等。
- (5)根据不同支付方式,用户支付货款。

(6)商家送货到指定地点。

(7)消费者购物完成。

1.1.3 企业—企业(B to B)间的电子商务模式

B to B 电子商务是企业—企业之间经过 Internet 进行的商务活动。它包括企业与其供应商之间采购事物的协调,物料计划人员与仓储、运输公司间的业务协调,销售机构与其产品批发商、零售商之间的协调,为合作伙伴及大宗客户提供的服务,等等。目前应用最广的 B to B 电子商务是基于交易中介服务平台的企业商务模式,即交易双方企业之间的一切活动都是通过服务平台提供的各种电子商务服务实现的。

B to B 的特点:它是电子商务中历史最长、发展最完善的商业模式,它能迅速地带来利润和回报。B to B 的利润来源于相对低廉的信息成本带来的各种费用的下降,以及供应链和价值链整合的好处。B to B 不仅适用于大企业之间,像产业链条长、业务伙伴多或自身专业性较强的跨国公司(如飞机、汽车、计算机、办公用品等行业的制造商、大型批发商、零售商等),也适用于中小企业。中小企业可以通过中介机构建立的平台,使用关于产品采购、销售、寻找贸易伙伴等服务。B to B 电子商务模式如图 1.2 所示。

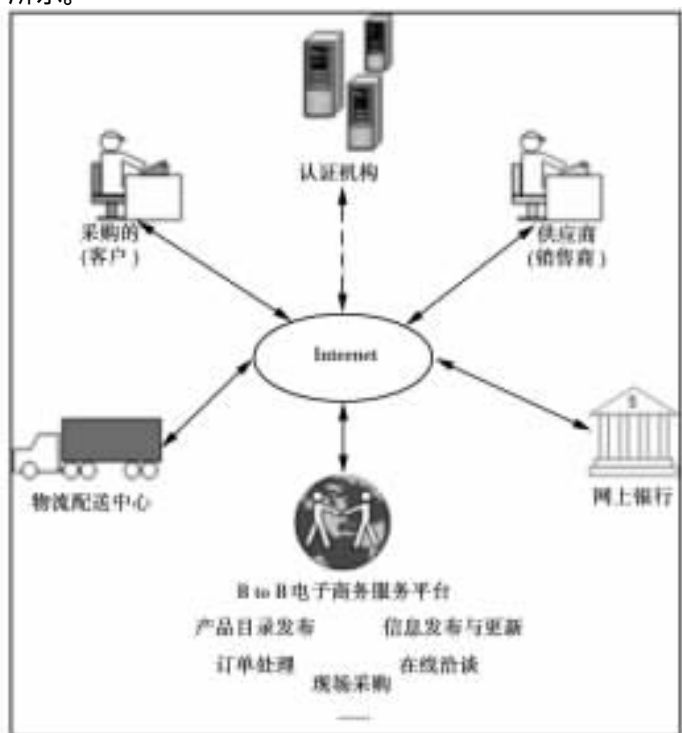


图 1.2 B to B 电子商务模式示意图

在 B to B 电子商务中,参与主体主要包括:认证机构、采购商、供应商、B to B 服务平台、物流配送中心、网上银行等。

B to B 电子商务中,供应商完成的主要业务有:产品目录制作和发布、产品数据维护、在线投标、在线洽谈、网上签约、订单处理、在线业务数据统计等。采购商完成的主要业务有:在线招标、在线洽谈、网上签约、订单处理、支付货款、货物接受、在线业务数据统计等。

后台管理是由交易中介服务平台的管理者(第三方)对在平台上进行的商务流程的管理活动,而不是交易双方企业商务本身的活动。后台管理的主要内容有:注册会员管理、系统运营维护、产品管理、订单管理、信息发布等。

1.1.4 消费者—消费者(C to C)间的电子商务模式

C to C 电子商务是在消费者与消费者之间进行的商务模式,它通过 Internet 为消费者之间提供进行相互交易的环境,如网上拍卖、在线竞价交易等。C to C 电子商务模式如图 1.3 所示。

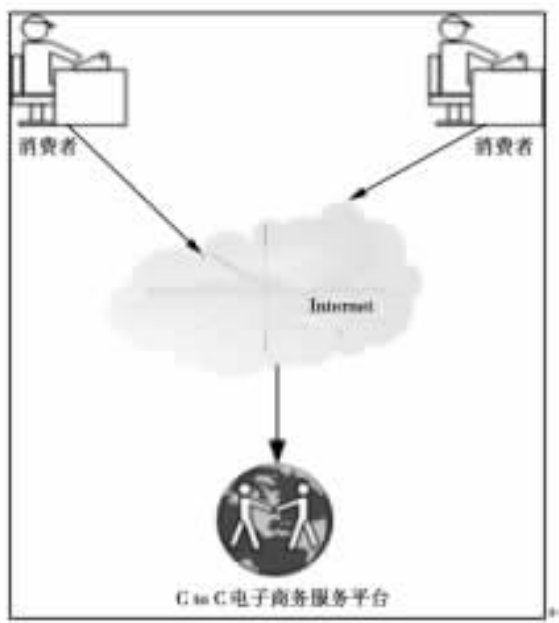


图 1.3 C to C 电子商务模式

在 C to C 电子商务中,参与主体主要包括大量消费者与服务中介平台。C to C 电子商务交易的流程如下:

- (1) 卖方进入拍卖首页,上传拍卖物品。
- (2) 卖方填写拍卖物品详细信息,然后成功上传拍卖品。

(3)系统认证用户的合法性和所填拍卖信息的正确性,如果一切都正确显示成功上传。

(4)竞拍方选择拍卖物品,进入竞拍页面参与竞拍。

(5)填写详细竞拍的必须信息(包括出价、是否选择代理、竞拍数量)和可选信息(简单留言)。

(6)系统认证用户的合法性和所填拍卖信息的正确性,如果一切都正确显示竞拍成功。

1.1.5 企业—政府(B to G)间的电子商务模式

B to G即企业与政府之间通过网络所进行的交易活动,比如电子通关、电子纳税等。B to G的特点是迅速和信息量大。由于活动在网上完成,使得企业可以随时随地了解政府的动向,还能减少中间环节的时间延误和费用,提高政府办公的公开性和透明度。

B to G比较典型的例子是网上采购(e-procurement),即政府机构在网上进行产品、服务的招标和采购。经营模式的利润来源是投标费用降低。这是因为供货商可以直接从网上下载招标书,并以电子数据交换的形式发回投标书。另一方面,供货商可以得到更多的甚至是世界范围内的投标机会。由于通过网络进行投标,即使是规模较小的公司也可以投整个投标的一部分。

1.1.6 消费者—政府(C to G)间的电子商务模式

C to G也属于电子政务的一部分,政府把电子商务扩展到福利费发放和自我估税及个人税收的征收方面。

1.2 电子商务参与主体的地位与作用

1.2.1 电子商务活动的参与主体

根据前面的介绍可以发现,电子商务的参与主体大体包括:消费者(个体和团体)、网上商店(或商厦)、服务中介平台、网上银行或信用卡公司、CA认证机构、物流配送中心。

1.2.2 电子商务活动参与主体的作用

(1)消费者(个体和团体) 消费者是商务活动中的重要主体,包括个体消费者和团体消费者。消费者可以是购买商品者,也可以是享受服务者,其购物可能是为了直接消费,也可能是用于从事生产活动。以消费者间的买卖交易为中心,带动了相应

的商务行为。

(2)网上商店(或商厦) 网上商店(或商厦)是交易双方的交易场所,它提供商品或服务的展示空间,同时提供相应的服务接口,保证交易的顺利完成。

(3)服务中介平台 服务中介平台包括面向团体和面向个体的场所。主要提供买卖双方信息发布和撮合的完成服务,同时起到确认参与者身份或信息真实性的作用。

(4)网上银行或信用卡公司 网上银行或信用卡公司在交易中实现双方资金的转移,使结算迅速完成。

(5)CA 认证机构 CA 认证机构为参与主体颁发身份确认证明即数字证书,使交易双方或中间人(机构)确认身份,同时提供信息收发安全加密服务和第三方公证的作用。

(6)物流配送中心 物流配送中心起到有形商品在空间上从提供者向购买者的转移作用。

1.3 电子商务模拟实验系统功能

1.3.1 电子商务模拟实验系统概述

近年来,随着电子商务的飞速发展,社会对电子商务人才需求日益强烈,很多高校应市场所需设立了电子商务专业。但由于电子商务是一门新兴学科,内容跨越计算机、商务管理等多门学科的教学内容,是一个理论与实践紧密结合的专业。目前在国内市场上辅助电子商务教学的优秀软件很少,并且具备交互教学功能的软件就更为短缺。为了给全国各类大中专院校提供一个优秀的电子商务教学软件,北京德意通数码技术有限责任公司在 2001 年推出了德意电子商务实验室(交互教学版)V1.0,受到全国各类高校电子商务相关专业教师的高度关注和好评,在 2001 年参加全国第一届中国电子商务实验室建设与推广研讨会中,荣获中国电子商务协会颁发的“优秀教学软件”二等奖。

根据全国各地电子商务专业教学和实验的要求,以及《德意电子商务实验室》(交互教学版)V1.0 版客户的反馈意见,该公司在《德意电子商务实验室》(交互教学版)V1.0 版软件基础上增加功能,优化结构,研发成功了《德意电子商务实验室》(交互教学版)V2.0 版,该软件涵盖了电子商务教学中的基本知识点,如 3 种电子商务交易模式(B to B, B to C, C to C)、网络营销、电子支付、EDI 等,还包含师生信息管理、考试与实验管理等实用的教学辅助功能,是师生们进行电子商务教学和实验的好帮手。

1.3.2 产品特点

《德意电子商务实验室》参照标准化流程设计,采用网络教学模式,具备超强的教学和学习功能。

(1)模拟功能齐全,覆盖面广 可模拟网上交易的流程、网上虚拟支付、电子商务合同的订立、网上合同的履行、EDI制单训练等。不仅适用于电子商务专业教学,也适用于计算机、经济类专业的电子商务相关课程的教学。

(2)三层软件开发结构 客户接口层、业务逻辑层和数据库接口层。

(3)采用了浏览器/服务器模式 客户端采用浏览器界面,简单易用。分布式的应用,使数据库服务器、WEB服务器隔离,提高了处理能力与安全性。

(4)多环境网络操作 可在 Windows 98、Windows ME 或 Windows NT4.0/Windows 2000 的网络环境下工作,也可以单机使用。

(5)网络交互式操作 采用前后台交互式模块化设计,既可进行前台模拟操作,又可进行后台管理,实现了交互性和灵活性,彻底解决了单向式教学模式的不足。

(6)人性化的操作模式 采用生动直观的用户图形界面和向导式操作,处处体现出现代教学的高度自动化,操作简单,易学易用。

(7)全面可靠的安全机制 结合了网络操作系统和数据库、应用软件及 SSL 等方面机制,全方位实现网络的安全性。

(8)独立模块的整合 软件模块之间相对独立,可自由组合,并具有兼容和可扩展的功能。可根据需要自由选购,灵活便利。

(9)采用电子商务主流技术标准 如 XML、ASP、COM 等。

1.3.3 产品功能

电子商务模拟实验室系统包括 8 个模块,各自具体功能如表 1.1 所示。

表 1.1 德意电子商务实验室系统功能一览表

软件模块	功能栏目		
网上交易	B to C 模式	前台	会员注册、客户管理、新品上架、精品推荐、特价专区、促销活动、购物车、订单查询、信息反馈、购物指南等
		后台	调拨单、其他出入库单、销售订金、销售订单、采购订单、采购入库单、库存、销售单、发货确认、采购退货、生成盘点表、盘点录入、盘点报告、销售退货、网上客户订单等
	B to B 模式	前台	会员信息、会员注册、分公司登录、经销商登录、特价专区、电子合同、交易向导等
		后台	订单处理、商品维护、库存管理、订单查询、价格管理、货单管理、销售额统计、经销商管理、应收款查询等
	C to C 模式	前台	会员注册、客户投诉、新手上路、服务中心、新品上架、每日一拍、商品推荐、竞拍热点、特色拍卖等
		后台	登录日志、会员管理、群组设置、拍卖目录设置、拍卖商品管理等
	EDI	教学园地	EDI 的概述、应用系统、EDI 标准、相关技术、参考资料等
		应用系统模拟	单证录入接口、贸易伙伴管理、商品信息管理、管理平台、报文生成和处理模块、格式转换模块、通信模块、外国公司 EDI 系统等
网上银行	网上银行服务	前台	个人银行服务、企业银行服务、财经动态、电子钱包演示、B to C 商城、B to B 商城、证书中心等
		后台	开户审批、储户存款、储户取款、储户资料查询、网上订单查询、注销储户等
	电子钱包管理		添加账户、编辑账户、查看证书、观察商店服务站点、转至认证中心 Web 站点和钱包服务 Web 站点、更改口令、交易记录查询等
网络营销	网上信息发布	前台	新闻、搜索、网上商场、个人网店、分类广告、信息发布、电子邮件、论坛 BBS、新闻组、案例分析等
		后台	在线调查管理、广告发布管理、BBS 发布信息管理、新闻组信息发布管理、案例分析管理、文件发布管理、新闻发布管理、链接信息发布管理、邮件信息发布管理、网站流量统计等
	电子邮件		收发 E-mail、注册 E-mail、设置 E-mail 账号、订阅电子杂志等
	电子合同	前台	基本概念、供求信息、搜索引擎、会员服务、会员登录等
		后台	网上报价、网上洽谈、合同管理、注册信息修改等
	商业报告	前台	商业报告标题、商业报告格式、商业报告头部份、商业报告正文格式、生成商业报告等
		后台	商业报告正文格式修改、查看学生撰写的商业报告等

续表

软件模块	功能栏目	
CA 认证	前台	基本概念、CA 应用、安全证书发放、证书认证、证书配置、常见问题等
	后台	个人身份 CA 证书、个人电子邮件 CA 证书、企业身份 CA 证书、信用卡身份证等
企业网站	交易网站搭建	新建网店、管理网店等
	企业内部管理	企业信息发布、查询功能、企业内部工作管理系统(汇报工作、提交工作总结、查看工作汇报并点评)等
物流配送	前台	物流概念、物流划分、物流术语、物流发展、解决方案等
	后台	库存查询、信息速递、收货统计、出货处理、收货处理、买家需求处理、出货统计等
教学管理	教学内容管理	教学内容浏览、教学内容管理、教学内容上传等
	电子商务法规	电子商务法规添加、法规删除等
	教学交流管理	查询论坛状态、修改论坛信息、修改论坛标题、修改版主账号信息等
	学生管理	班级管理、学生信息管理、科目管理、学生操作时间管理等
	实验管理	实验分配管理、角色分配管理、实验积分点设置等
	考试管理	试题管理、考试安排、成绩查询、试卷管理、教师评卷等
学习园地	教学内容	可根据需要添加教学内容等
	电子商务法规	电子商务法规浏览等
	在线答题	日常练习、综合考试、答题历史查询等
	教学交流	新用户注册、用户管理、版主管理、使用帮助、论坛排行等
	实验查询	实验分配查询、角色分配查询、修改登录信息等

第 2 章

B to C 交易模式

实验 1 个体消费者网上购物

1. 实验目的

- (1)了解网上商店的结构特点。
- (2)掌握网上购物的运作环节。
- (3)体验网上购物的特点和问题。

2. 实验内容

- (1)熟悉电子商务网站的结构功能。
- (2)查询和选择购买商品。
- (3)注册成为新会员。
- (4)网上支付结算货款。
- (5)查询订货状态。
- (6)会员信息修改。
- (7)购物信息反馈。

3. 实验指导

网上购物的流程图如图 2.1 所示。

以“263 在线,在线购物”为例,将网上购买商品的全过程做一详细介绍。

(1)进入 263 网站商城 将计算机连接到 Internet 后,启动浏览器输入地址 <http://www.263.com/> 或 <http://www.263.net/>, 进入到“263 在线”网站, 主页如图 2.2 所示。



图 2.1 B to C 网上购物流程图



图 2.2 263 在线主页

然后通过点击“商城”链接即可进入在线购物主页,如图 2.3 所示。也可以直接输入地址 shopping.263.com 或 shopping.263.net 进入在线购物主页。在进入如所示画面后,网上购物就开始了。



图 2.3 263 在线购物商城首页



图 2.4 会员注册登录页面

(2)注册为会员 考虑到网上购物的安全支付问题,所以顾客在进入的第一步就要注册。点击图 2.3“会员登录”链接,进入会员注册页面,如图 2.4 所示。



图 2.5 会员名选择页面



图 2.6 注册协议页面

(3)填写注册信息 填写自己拟定的会员名和密码后,单击“登录”或“新用户注册”。图 2.4 是顾客注册的主画面,对于已注册的老顾客,只需输入自己的昵称(263 会员名)和密码,经过验证系统确认即可进行购物操作。对于初次访问该站点并想进行网上购物的顾客,必须先进行新客户注册。通过点击“新用户注册”进行注册,进入会员信息填写页面,如图 2.5 所示。

(4)注册协议信息 在图 2.5 中输入一个自己喜爱的昵称后,点击“完成”,系统经过验证该昵称无重复,则出现图 2.6。否则你只能重新注册一个昵称。

如果对图 2.6 中的服务条款没有什么意见,点击“我接受”。然后出现图 2.7,用户根据提示框填入自己准确、真实的信息。需要说明的是,此处填写的顾客信息必须要求真实,这样做不仅可以保障顾客在网上购物的安全性,而且便于系统准确地将顾客所购商品及时地送到手中。

图 2.7 会员信息填写页面

在完成所有的信息输入后,点击“完成”,系统经过验证无错误信息后,便出现图 2.8,表示系统已接受用户注册。

(5)选购商品 接下来,又回到购物主页图 2.3,在商城中进行商品的选择、采购了。为了更好地选购商品,单击每个栏目先对商城的结构和功能进行了解。

商城中的商品是分类组织的,通过“商城目录”中的链接进入到相应的商品柜台中进行选购。在商品较多的类别中,系统又进行分类细化。如果不想一层层地查找,可以使用系统的搜索功能。在“商品搜索”文本框中输入要查找的商品名,然后点击“搜索吧”按钮,系统就自动在整个商城中进行搜索,最后显示结果如图 2.9。



图 2.8 注册成功



图 2.9 商品搜索结果

(6)查看商品基本信息 找到欲购物品, 点击物品名称, 就会进入如图 2.10 所示的页面。页面上列有该物品的详细介绍、附带图片、商家的特别提示和配送与售后

服务等信息。

(7)购物 如果决定购买该商品,在图 2.10“购买数量”框中输入数量,然后点击“放入购物车”链接,出现购物车页面,如图 2.11 所示。



图 2.10 商品信息介绍



图 2.11 购物车页面

购物车页面显示了订购的商品名称和数量等信息,可以对所采购的东西进行最后确定。在其他的购物系统中,“购物车”可能被称为“购物篮”或“订购清单”,但是功能和作用是一样的。在购物过程中,可点击“查看购物车”链接进入该页面,进行查询和修改。如对于某一商品要放弃购买,可点击“取消”按钮,则该商品信息就会从购物车页面中消失。还可直接修改某一商品的购买数量。此时如果顾客想继续采购其他商品,可通过点击“继续购物”链接。此时系统暂不结账,回到购物页面中。顾客要进行结账操作,只需点击“去收银台”链接。出现图 2.12 订单页面。

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying a URL. The page content is organized into three main sections, each with a title bar:

- 第一步 | 请填写收货人信息** (Step 1: Please fill in the recipient's information): This section contains several text input fields with labels: "收货人姓名" (Recipient Name), "收货地址" (Recipient Address), "邮政编码" (Postal Code), "联系电话" (Contact Phone), "E-mail地址" (E-mail Address), and "手机号码" (Mobile Number). Each field has a small "本市" (This City) button next to it.
- 第二步 | 请选择送货区域和缺货处理** (Step 2: Please select the delivery area and shortage handling): This section contains two checkboxes. The first is "缺货处理" (Shortage handling) with three radio button options: "北京四环以内" (Within 4th Ring of Beijing), "北京四环以外" (Outside 4th Ring of Beijing), and "北京以外地区" (Outside Beijing). The second checkbox is "缺货处理: 如果订单上某个商品缺货, 你希望" (Shortage handling: If a certain item on the order is out of stock, you hope), with two radio button options: "替换缺货的商品, 其余都照" (Replace the out-of-stock item, the rest as is) and "一个都不能少, 取消整个订单" (Don't miss one, cancel the entire order).
- 第三步 | 请选择付款方式** (Step 3: Please select the payment method): This section contains two checkboxes. The first is "网上支付" (Online payment) with two radio button options: "招商银行一网通" (OneNet of China Min Sheng Bank) and "工商银行牡丹卡" (Mudan Card of Industrial Bank of China). The second checkbox is "微信支付平台" (WeChat Pay platform) with a dropdown menu labeled "请选择你使用的微信支付" (Please select the WeChat Pay you use).

图 2.12 订单页面

(8)填写订单 填写时用户要真实填写收货人信息、选择送货区域和缺货处理以及付款方式。如果需要正式发票,或者如果在送货时间、地点上有什么特殊要求,用户可以在“客户备注”中指明。确认后点击“提交购物框订单”。经系统验证所填写的信息没有错误后,出现一个确认页面,让用户再次确认购买信息的正确性。信息没错,就点击“确认订单”,否则点击“返回修改”。待订单确认成功后,系统会给出提示信息,如图 2.13 所示。

(9)付款 在填写订单时,如果你选择的是“邮局汇款”的付款方式,则出现图 2.13 的页面告诉用户订单已成功完成,并保存到系统数据库中。用户按照所给的地址汇款后,就能收到订单上的物品。



图 2.13 订单确认页面

在填写订单时, 如果选择的是“网上支付”的付款方式, 根据自己的情况, 选择一种支付平台, 如招商银行一网通或者工商银行牡丹卡等, 这时出现的就不是图 2.13 的页面, 而是图 2.14 的页面。



图 2.14 在线支付页面

单击页面中的“开始支付”链接, 出现图 2.15。

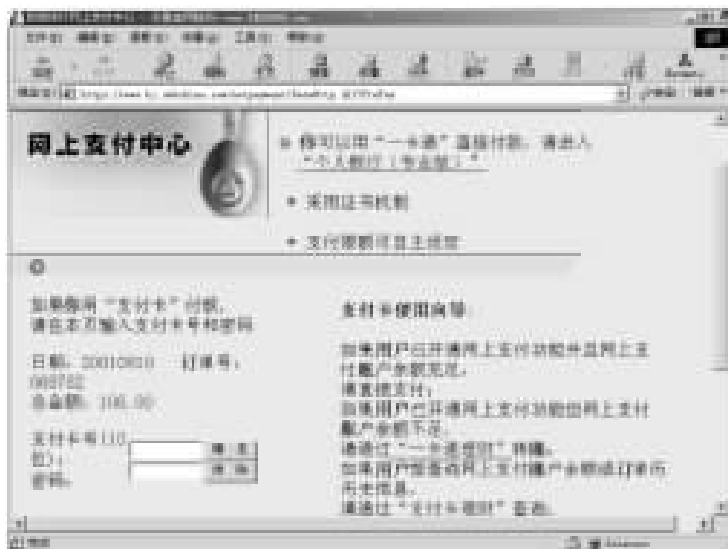


图 2.15 网上支付中心页面

这是“招商银行一网通”的支付界面,用户根据页面提示依次输入用户的网上支付卡号及网上专用密码,即可完成支付操作,客户终端显示用户的操作结果。

(10)交付商品 进行到这里,网上购物的操作就基本完成了,货物由商城管理员按照用户所填写的地址进行配送。用户随时可以通过上网查询、发电子邮件或者直接打电话与管理中心联系。在用户下订单后的 24h 内管理员会发一封电子邮件,如有更改或需要取消订单,用户应迅速给管理员回复一封 E-mail 或与他们电话联系,如没有收到任何回复,将默认为有效订单,商城管理中心会及时与商家联系为用户安排发货。

实际网上购物时,所有的采购方法和步骤大同小异,基本实现思路是:选择商品、确定购买、必要的身份认证、付款方式、交付商品。

4. 思考题

- (1)根据实验操作比较网上购物与传统购物的区别。
- (2)网上购物的优势有哪些?

实验 2 商店值班经理业务处理

1. 实验目的

- (1)熟悉值班经理业务与流程。

- (2)掌握值班经理订单的处理。
- (3)掌握物流中心申请发货的操作。

2. 实验内容

- (1)进入值班经理后台系统。
- (2)选择并处理一新订单。
- (3)申请并通过物流中心发货。

3. 实验指导

网上商店的后台业务处理流程如图 2.16 所示。



图 2.16 B to C 后台管理流程图

(1)登录网店后台管理系统 点击“B to C 模式/后台”,输入用户名和密码登录后便可对商店的“进销存”进行管理,如图 2.17 所示。

(2)网上订单查询 单击“网上客户订单”,即可查看所有订单信息,如图 2.18



图 2.17 值班经理后台管理系统

所示。

网上客户订单						
序号	单据状态	单据编号	日期	客户名称	受理日期	备注
1	最终订单	139	2001-08-04	guest	2001-08-04	
2	最终订单	140	2001-08-04	guest	2001-08-04	
3	最终订单	141	2001-08-04	guest	2001-08-04	
4	最终订单	142	2001-08-04	guest	2001-08-04	
5	最终订单	143	2001-08-04	guest	2001-08-04	

图 2.18 网上客户订单

(3)生成销售订单 单击某一订单,即可了解该订单的详细信息,单击“受理”后,单击“生成销售订单”,则完成该步操作,如图 2.19 所示。

(4)销售订单处理 返回主界面后,单击“销售订单”,进入后即可进行订单处理,如图 2.20 所示。单击“查询”,查出生成的订单后单击“保存”,填写其他栏目内容后再单击“保存”,然后单击“确认”。

(5)确认销售单 返回主界面后,单击“库存”,查看库存情况,然后退回,单击“销售单”,确认该订单,并再次查看库存。



图 2.19 生成销售订单



图 2.20 订单处理

(6) 发货确认 在主界面单击“发货确认”, 进入后单击“确认”, 订单处理结束, 如图 2.21 所示。

(7) 申请为物流中心会员 输入网址 <http://www.lnet.com.cn/>, 将出现“龙网——中国物流中心网”的首页, 点击左边的“注册”按钮, 首先进入“注册会员信息”的页面, 在其中写上公司的账号、性质、密码等基本内容(注: 性质请选择“单位会

销售发货确认

系统单号: 142 客户: jason 交货日期: 2002年 05月 02日 单据类型: 销售单

制单日期: 2002年 05月 02日 E-mail: jason@163.com 交货方式: 送货上门 仓库: 仓库

结算方式: 货到付款 联系人: jason 运输方式: 汽车 业务员: 陈子

单据类型: 销售单 电话: 021-55555555 交货地点: jason

商品名称	规格	单位	单价	数量	总价
金鹰牌上泰面卷	50克宽卷	捆	¥ 10.00	2	¥ 20.00
李锦记红神辣酱	300g	瓶	¥ 14.00	1	¥ 14.00

合计: ¥ 34.00

操作员: admin

图 2.21 发货确认

会员详细注册——公司会员——Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

后退 前进 停止 刷新 主页 搜索 打印

地址: http://www.1net.com.cn/Member/Register_Company.asp

会员 单位注册

单位名称:

单位地址:

所在省市:

详细地址:

邮政编码: (6位数字)

联系电话: (少于20位, 可含汉字, 如: 0709-2401110 转 8870)

联系传真:

联系人:

单位主页:

Internet

图 2.22 会员单位注册

员”) ;点击“现在注册”按钮,进入“会员单位资料”页面(如图 2.22 所示),请依次填写:单位名称、单位简称、所在省市、详细地址、邮政编码、联系电话、联系传真、联系人、单位主页、单位性质(注意在选择“单位性质”时要选择“生产企业”)、经营项目、单位简介,成为龙网的会员。

(8)通过物流中心发货 用已经注册完成的用户名和密码登录“龙网”将出现“龙网会员特区”页面,点击“信息发布”按钮,将出现“网上货讯”页面(如图 2.23 所示),在此页面中你能发布所需要通过物流中心运输的物品信息。在表上填写信息,完成后发布信息。至此物品信息发布完成。龙网的运输中心会尽快做出回应。

货物名称			
数量		*(单位:件)	
重量		(单位:千克)	
体积		(单位:立方米)	
定价		*(单位:元)	
车辆类型	不限		
发货地点	请选择省份	市	+
收货地点	请选择省份	市	+
发货时间			
备注			

图 2.23 网上货讯发布

当龙网的运输中心做出回应后,你就能够通过龙网查询你的货物是否运出或者已经运送到什么地方。至此通过物流中心办理产品运输工作完成。

4. 思考题

- (1)简述订单处理的操作步骤。
- (2)为什么在销售订单生成后,订单处理时需要再次确认一次?
- (3)为什么在确认发货前后各需要查看一次库存?
- (4)在向物流中心提出产品运输申请时要注意些什么内容?

实验3 系统基础数据设置

1. 实验目的

- (1)了解 B to C 后台系统管理各项的含义和功能。
- (2)掌握 B to C 后台系统管理各项的定义和设置操作。

2. 实验内容

- (1)基本信息定义。
- (2)商品类别和目录定义。
- (3)地区定义。
- (4)供应商定义。
- (5)客户目录定义。
- (6)仓库定义。
- (7)部门和员工定义。
- (8)期初数据定义。
- (9)操作员定义。

3. 实验指导

(1)登录网店后台管理系统 点击“B to C 模式后台”,正确输入账号和口令,登录后便可进入如上节实验中图 2.17 所示的页面进行系统管理。



图 2.24 “系统管理”
下拉菜单

图 2.25 修改基本信息定义

(2)进入系统管理菜单 点击“系统管理”菜单栏,出现图 2.24 所示的下拉菜单,点击“基本信息”,进行系统基本信息的设置,如图 2.25 所示,修改基本信息定义后点击“确认”按钮,系统提示“保存记录成功”。

(3)商品类别定义 在图 2.24 所示的下拉菜单中点击“商品类别定义”,进行商品类别管理,如图 2.26 所示。点击“新增”按钮,新增商品类别,填写商品类别编号、名称和备注等,点击“确认”按钮,系统提示“新增记录成功”。也可对商品信息进行修改、删除操作,如图 2.27 所示。



图 2.26 增加商品类别定义



图 2.27 修改商品类别定义

(4)“系统管理”中其他设置 商品目录定义、地区定义、供应商、客户目录定义等的操作方法与商品类别定义类似,不再赘述。

(5)期初数据设置 点击“系统管理”菜单栏中的“期初数据”进行初始数据的设置,如图 2.28 所示。选择某类商品,点击“修改”按钮,出现如图 2.29 所示的对话框,做相应修改后点击“确认”按钮。

仓库	商品编号	商品名称	规格	单位	单价	数量	金额
仓库1	0000001	金龙鱼牌金龙油(500ml)	2.500ml	瓶	24.50	0	0.00
仓库1	0000005	雀巢淡炼牛奶	500克/瓶	瓶	28.50	0	0.00
仓库1	0000009	李锦记鲜味酱油	300g	瓶	13.00	0	0.00
仓库1	0000040	万福源洋参蜜礼盒	50g	盒	87.30	0	0.00
仓库1	0000048	瑞士雀巢威化夹心巧克力	20g	块	46.12	0	0.00
仓库1	0000055	伊利纯牛奶	1.000ml	瓶	8.10	0	0.00

图 2.28 期初数据定义

(6)期初记账设置 点击“记账”按钮,出现图 2.30 所示的对话框,输入启用年份和月份后点击“确认”按钮,系统会提示“期初记账完成,请重新进入系统”,系统基础数据设置基本完成,重新登录系统。



图 2.29 修改期初数据



图 2.30 期初记账

4. 思考题

- (1)简述系统设置的主要内容。
- (2)进行系统设置需要做哪些准备工作?

实验 4 值班经理采购业务处理

1. 实验目的

- (1)掌握采购管理的基本流程。
- (2)掌握采购订单的填写和操作。
- (3)掌握采购入库单的填写和操作。

2. 实验内容

- (1) 采购管理的流程。
- (2) 采购订单的填写和生成。
- (3) 采购入库单的填写和生成。
- (4) 查看库存。

3. 实验指导

(1) 采购提示 进入实验室 B to C 后台系统, 输入账号和密码后登录系统。点击“销售单/明细”按钮, 如图 2.31 所示。点击“确认”按钮, 系统会提示当前某类商品库存不足, 要求先采购入库, 如图 2.32 所示。



图 2.31 销售单明细



图 2.32 库存不足对话框

(2) 确认订单 返回至图 2.17 所示的界面, 点击“采购订单”, 接着点击采购订单栏“明细”按钮, 出现如图 2.33 所示界面。点击结算方式、交货方式及运输方式下拉菜单, 进行相应的选择。点击“供应商”后的空白区域, 选择供应商。接下来对仓管员、业务员及仓库等进行选择, 填写交货地点, 选择交货日期, 修改采购数量。一切

退出	打印	单据	订单	地址管理	系统设置
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	----------------------	----------------------

采购订单

单号: 供应商:

联系人: 业务员:

电话: 仓库:

日期: 交货日期:

预付定金: ¥10,000

金额:

备注:

开票日期:

商品名称	规格	单位	单价	数量	总价
玉米粉	25kg	袋	¥10.00	1000	¥10,000.00
合计				1000	¥10,000.00

制单人: admin

(3)确认入库 返回至图 2.17 所示的界面,点击采购入库单栏“明细”按钮,出现如图 2.34 所示界面,点击“确认”按钮,确认入库。

[illegible]

2005年4月商品库存						
仓库名称:			返回		更新	
物料	名称	单位	数量	单价	金额	说明
001009	南京森特威化学公司 50kg/L	L	1000L	800	0.800.00	
001046	万通医药有限公司	kg	500	80	40.000.00	
000026	金源物资	25kg	1000	70	70.000.00	

图 2.35 查看库存

(4)查看库存 返回至图 2.17 所示的界面,点击“库存”,查看新增商品情况,结果如图 2.35 所示。

4. 思考题

- (1)简述采购及入库流程。
- (2)采购单和入库单的内容及其作用分别是什么?

实验 5 值班经理综合业务处理

1. 实验目的

- (1)了解和掌握综合查询各项目的含义和操作。
- (2)了解和掌握报表管理各项目的含义和操作。
- (3)了解和掌握月末管理各项目的含义和操作。

2. 实验内容

- (1)综合查询中的单据、报表、账款、库存和售后服务等查询操作。
- (2)报表管理中的数据的统计、进货、销售报表的管理、生成应收款、应付款总表和明细表等查询操作。
- (3)月末管理的操作。

3. 实验指导

(1)进入值班经理综合业务处理系统 点击 B to C 模式后台,输入账号和密码后进入后台值班经理业务处理系统,展开“综合查询”菜单,如图 2.36 所示,点击“库存查询”,出现如图 2.37 所示的操作界面。选择仓库,可以查询不同仓库中的库存。



图 2.36 库存查询菜单

商品名称	规格	单位	数量	单价	金额
CAI44402	金宝康牌参茸主酒(100ml)	100ml	100	100	¥ 100.00
CAI00046	万应回春散(100g)	100g	100	100	¥ 100.00
CAI000104	金保牌参茸	100g	100	100	¥ 100.00

图 2.37 库存查询

(2)预警设置 在“综合查询”菜单中点击“预警设置”,出现如图 2.38 所示的界面,可以选择商品类别进行设置。选择某类商品后,弹出如图 2.39 所示的对话框,修改库存的下限和上限后确认,该商品预警定义完成。按照同样的方法对其他内容进

行定义。



图 2.38 商品预警定义对话框

商品预警定义

(3)单据查询 展开“综合查询”菜单,点击“单据查询”,出现如图 2.40 所示的



图 2.40 单据查询

界面,点击单据类型后的下拉框,可以选择不同的单据类型进行查询。还可以选择选择查询条件,如日期、系统单号及金额等。

(4)统计查询 展开“报表管理”菜单,点击“进货统计”,点击“统计条件”按钮,出现如图 2.41 所示的窗口。可以选择不同的统计条件,如选择商品来统计,点击商品前的选择框,继续点击商品后的矩形框。“销售统计”操作类似于“进货统计”。

(5)报表管理 展开“报表管理”菜单,点击“应付款汇总”,出现如图 2.42 所示的界面,可以选择汇总地区和时间来统计。其他操作与“应付款明细账”、“应收款汇总”及“应收款明细账”类似。

(6)账务处理 展开“月末处理”菜单,点击“月末结账”,出现如图 2.43 所示的界面。选择要结账的月份,如图 2.44 所示,将没有处理完的单据结转到下个月,结账完毕。



图 2.41 统计查询



图 2.42 应付款汇总



图 2.43 月末结账



图 2.44 月末结账单据结转对话框

4. 思考题

- (1) 值班经理综合查询主要包括哪些内容？
- (2) 如何确定与设置库存短缺预警值？

第 3 章

B to B 交易模式

实验 1 交易中心浏览

1. 实验目的

(1) 熟悉交易中心的结构功能。

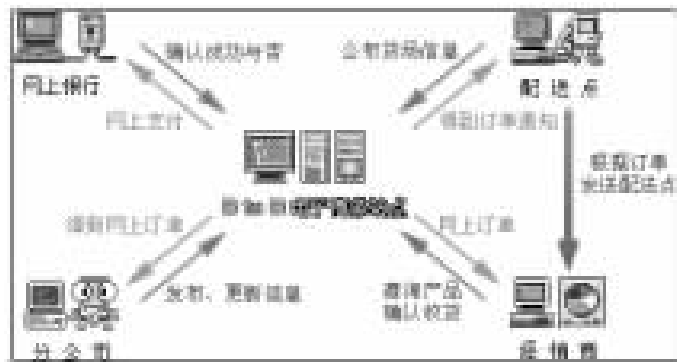


图 3.1 B to B 协作关系图

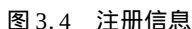
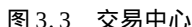
(2) 了解交易的基本规则。

(3) 掌握会员注册的步骤。

(4) 体会与 B to C 交易中会员注册信息的异同。

(3)填写注册信息。

(2)进入各栏目 分别点击“服务导航”、“网上银行”、“特价专区”、“会员注



册”、“会员登录”、“会员信息”、“交易向导”、“安全保障”、“新闻中心”、“问题解答”等,了解各栏目功能。

(3)登录会员注册页面 单击“会员注册”,签定即“接受注册协议”后,进入注册信息填写页面图 3.4,填写相关信息。注意不同身份的选择填写。

(4)确认提交注册信息 注册提交,成功后返回交易中心准备交易。

(5)注册 按上述说明分别以分公司和配送点的身份注册。

4. 思考题

(1)B to B 交易中心包括哪些内容?

(2)与 B to C 网店相比,B to B 交易中心的特色有哪些?

(3)经销商注册信息和 B to C 中一般个体消费者注册有何区别?

(4)比较经销商、分公司和配送点等注册信息的区别,并分析原因。

实验 2 经销商在交易中心订货

1. 实验目的

(1)掌握 B to B 交易中经销商的运作。

(2)体验经销商购物的特点。

2. 实验内容

(1)进入交易中心选购商品。

(2)到收银台进行结算。

(3)选择两种付款方式付款(分别尝试两种付款方式购物:一种是传统方式,包括银行汇款和现金;一种是自动,包括额度和网上支付方式)。

3. 实验指导

(1)进入会员登录区 单击交易中心“会员登录”,进入后进行“经销商登录”,提交成功后进入经销商运作管理页面,如图 3.5 所示。

(2)进入交易中心 单击“交易中心”进入。

(3)选购商品 与个体消费者网上购物类似,结果如图 3.6 所示。

(4)到收银台进行结算 选择付款方式,如图 3.7 所示。

(5)确定结算 分别尝试用 3 种付款方式下订单,比较购物流程的异同。

(6)记录下 3 张订单号码 网上支付、额度支付、银行转账支付方式的订单号。

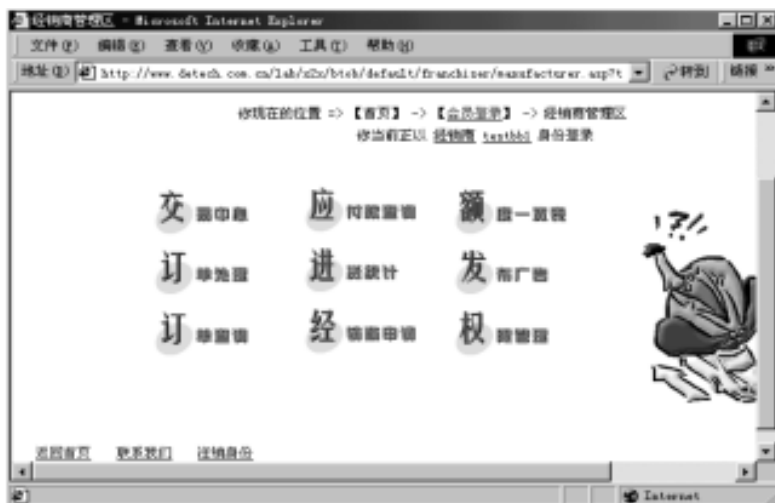


图 3.5 经销商运作管理页面



图 3.6 选购商品



图 3.7 选择付款方式

4. 思考题

- (1) B to B 交易中经销商的运作有何特点？
- (2) 3 种支付方式各有何优缺点？各适用于哪些情况？

实验 3 分公司客户订单处理

1. 实验目的

- (1) 认识分公司在 B to B 业务中的作用。
- (2) 掌握分公司业务处理内容与技能。

2. 实验内容

- (1) 受理新订单。
- (2) 给经销商发送消息。
- (3) 向配送点发备货单。
- (4) 银行进账查询。

3. 实验指导

(1) 登录分公司管理区 单击“网上交易//B to B 模式后台”进行“分公司登录”，提交成功后进入分公司运作管理页面，如图 3.8 所示。



图 3.8 分公司运作管理

(2) 进入订单处理 单击“订单处理”，查询订单状况，未受理订单显示有新订单

标示,如图 3.9 所示。

订单信息							
				当前为第 1 页 【上一页】 符合条件的记录共有 10 条			
序号	订单流水号	供应商	备注	下单时间	总金额	状态	
00001	000100	广州市番禺区	无	2003-04-02 09:17:30	¥ 17 888.00	待发货	
	000101	广州市番禺区	无	2003-04-02 09:18:00	¥ 1 100.00	待发货	
	000102	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 30 000.00	待发货	
	000103	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 17 888.00	待发货	
00002	000104	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 1 100.00	待发货	
	000105	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 170 000.00	待发货	
00003	000106	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 170 000.00	待发货	
	000107	广州市番禺区	无	2003-04-02 10:00:00	¥ 170 000.00	待发货	

图 3.9 订单信息

(3)查看新订单 单击新订单查看订货清单,如图 3.10 所示。

订单明细												
经销商名称: 广州市番禺区				总金额: ¥ 17 888.00								
经销商地址: 广州市番禺区				付款方式: 银行转账								
经销商电话: 广州市番禺区				下单时间: 2003-04-02 09:17:30								
序号	商品名称	商品规格	单位	电压 /V	耗电量 /W	重量 /kg	单价 /元	数量	金额 /元	单位	商品尺寸 (长×宽×高)	备注
1	显示器	飞利浦 1500	台	0	0	1.100	16	1	16.00	台	1500	✓
【查看详情】 返回订单列表												

图 3.10 订单明细

(4)受理新订单 如果可以接受,单击“受理该订单”,向经销商发送受理信息,如图 3.11 所示。此时,该订单处于初步受理状态。



图 3.11 订单二次确认

(5)发备货单 选择处于“再次确认”状态的订单后,单击该订单,进行备货单准备。

如图图 3.12 ,图 3.13 ,图 3.14。

序号	商品名称	商品品牌	型号	电压 /V	耗电量 W(WA) (24h)	额定功率 /W	单位 /瓦	数量	制热 率(W)	外型尺寸 (高×宽×深)	发货配送点
1	显示器	罗技	2400	100	0	0	1	100	0	0	广东湛江江电配送中心

订单编号: 100110
总金额: ¥17 990.00
付款方式: 现金支付
下单时间: 2001-10-07 14:45:04

发货地址: 江电配送中心

图 3.12 备货单准备

备货单

订单流水号: 100110

货场名称: 广东湛江江电配送中心

要求送货时间: 2001-10-2

备注: 江电假期安排

【发货单】 【取消】

图 3.13 备货单

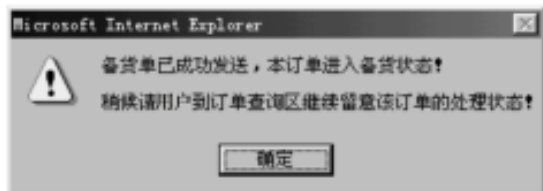


图 3.14 备货状态信息

(6) 出货通知 在经销商支付货款后, 通知配送点发货。

(7) 银行货款进账查询 如图 3.15 所示。

虚拟网上银行个人明细账查询

用户名: testuser 操作时间: 2001-10-07

按日期查询: 2001 年 1 月 1 日(起) - 2001 年 12 月 31 日(止) 确定

序号	借方	贷方	类别	时间	余额
100006	41 400		贷款	2001-09-02 21:16:00	¥1 798 600
100006	27 000		贷款	2001-09-02 21:01:00	¥1 751 200
100006	22 400		贷款	2001-09-02 20:09:00	¥1 730 200
100006	150 000		贷款	2001-09-02 17:00:00	¥1 707 800
100006	72 000		贷款	2001-09-02 16:49:00	¥1 557 800
100006	311 800		贷款	2001-08-23 22:02:00	¥1 485 000
100006	87 000		贷款	2001-08-22 17:30:00	¥1 174 000
100006	87 000		贷款	2001-08-22 17:20:00	¥1 087 000

第一页 上一页 下一页 尾页 共 8 页

图 3.15 银行查询

4. 思考题

- (1) 分公司订单处理包括哪几个环节的工作？
- (2) 经销商的再次确认功能有何实际意义？

实验 4 经销商业务管理

1. 实验目的

- (1) 熟悉经销商业务管理的内容与技能。
- (2) 掌握订单处理的环节与操作。

2. 实验内容

- (1) 订单查询。
- (2) 订单处理。
- (3) 应付款查询。
- (4) 额度一览表查询。
- (5) 进货统计。
- (6) 经销商申请。

3. 实验指导

- (1) 登录经销商管理区 参见实验 2 操作指导。
- (2) 订单处理 单击“订单处理”，进入订单处理页面，选择“银行转账及现金支付方式”，查看订单受理情况，如图 3.16 所示。

订单号	生产厂家	下单日期	交货日期	付款方式	金额(元)	订单状态
200006	AAB 电器有限公司	2008-9-07	2008-9-07	现金支付	¥27 000	准备状态
200006	AAB 电器有限公司	2008-9-02	2008-9-02	银行转账	¥30 000	准备状态
200006	AAB 电器有限公司	2008-9-10	2008-9-10	现金支付	¥10 500	初步受理
200047	AAB 电器有限公司	2008-9-02	2008-9-10	银行转账	¥15 000	准备状态
200048	AAB 电器有限公司	2008-9-02	2008-9-08	现金支付	¥30 200	准备状态
200049	AAB 电器有限公司	2008-9-12	2008-9-12	银行转账	¥20 000	准备状态
200005	AAB 电器有限公司	2008-7-06	2008-7-24	现金支付	¥2 100	初步受理
200002	AAB 电器有限公司	2008-7-05	2008-7-20	银行转账	¥220 000	初步受理
200001	AAB 电器有限公司	2008-7-06	2008-7-24	银行转账	¥2 100	初步受理
200000	AAB 电器有限公司	2008-7-06	2008-7-24	银行转账	¥20 700	初步受理

图 3.16 订单受理情况

注意 可以对非网上支付的订单在未被受理前取消,如图 3.17 所示。



图 3.17 订单取消处理

(3)对传统付款方式订单的再次确认 在订单处于初步受理状态时,单击该订单,可以发现分公司的付款通知,如图 3.18、3.19 所示,进行确认后,在分公司处显示为再次确认。经分公司处理的该订单则处于备货状态。

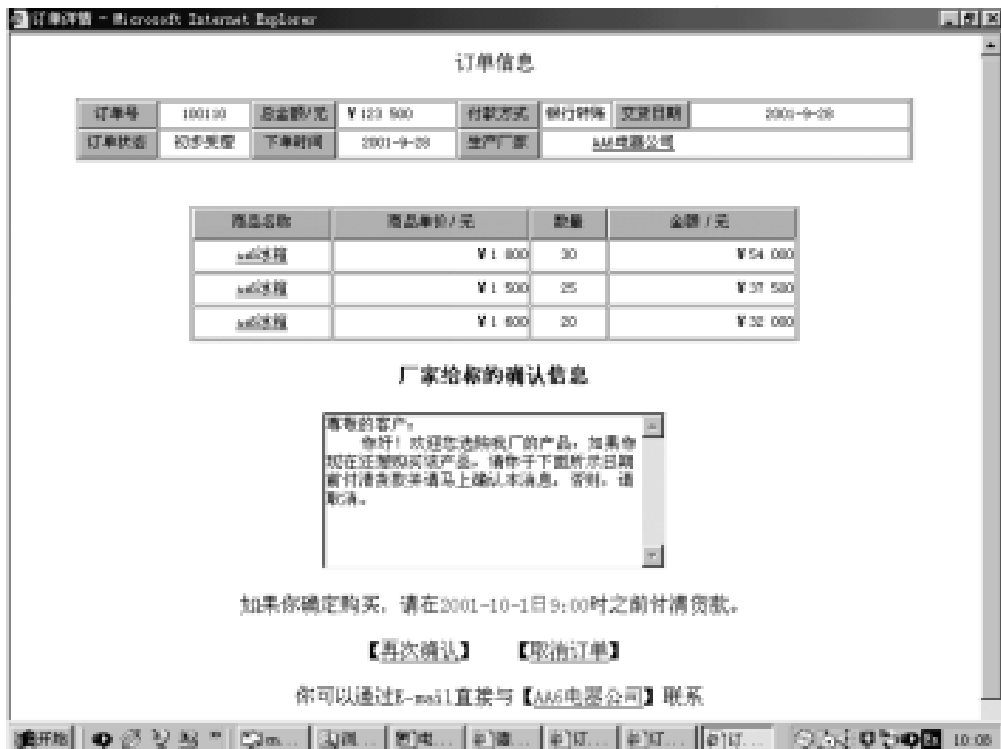


图 3.18 付款和再次确认通知



图 3.19 付款通知

(4) 付货款 订单备货完成后,通过银行转账或现金方式向分公司支付货款。

注意 厂商在收到货款后就会通知配送点发货。查询时该订单状态显示为图 3.20 所示。



图 3.20 备货状态订单

(5) 应付款查询 单击“应付款查询”,输入查询条件后,就会得到查询结果,如图 3.21 所示。

应付款明细			
收款厂家	应付款/元	付款截止日期	对应的商品
AAG 电器有限公司	¥43,200	2001-9-8	订单详情
AAG 电器有限公司	¥22,500	2001-9-18	订单详情
AAG 电器有限公司	¥18,000	2001-9-30	订单详情
AAG 电器有限公司	¥32,000	2001-9-12	订单详情
AAG 电器有限公司	¥18,000	2001-9-20	订单详情
AAG 电器有限公司	¥107,700	2001-9-28	订单详情
【重新查询】			

图 3.21 应付款查询结果

(6) 订单详情 单击“订单详情”则了解细目和分公司发来的付款通知,如图

3.22所示。

订单详情 - Microsoft Internet Explorer

订单信息

订单号	800026	总金额/元	¥18,000	付款方式	银行转账	发货日期	2001-9-26
订单状态	再次确认	下单时间	2001-9-20	生产厂家	AAS电器有限公司		

商品名称	商品单价/元	数量	金额/元
AAS冰箱	¥1,500	12	¥18,000

请在2001-9-20日1:00时之前付清货款。 你可以通过E-mail直接与【AAS电器有限公司】联系

关闭窗口

图 3.22 订单信息

(7)额度一览表查询 单击“额度一览表”,查询额度的使用情况,如图 3.23 所示。

厂家名称	配额额度/元	已用额度/元	剩余额度/元
AAS电器有限公司	¥1,000,000	¥928,000	¥72,000

图 3.23 额度一览表

买家进货统计 - Microsoft Internet Explorer

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H)

后退 前进 停止 刷新 主页 搜索 收藏 历史 图片 字体 打印 复制 粘贴

地址(地址栏) http://www.datech.com.cn/lab/s2x/btob/default/franchisur/stat_goods.asp

交易向导 安全保障 新闻中心 问题解答 关于我们 你的位置:【返回经销商管理区】->进货统计

商品详情

商品名称	AAS冰箱	生产厂家	AAS电器有限公司
产地	广东省珠海市	电压/V	220
耗电量/kw h/24h	0.99	额定功率/W	130
品牌	雅锐一族BCD-162/HC	保修期	1年
有效容积/L	160	质量/kg	56
额定电压/V	220	产品介绍	

购买时间	购买数量	单价(元)	金额(元)
2001-8-22	20	¥1,800	¥36,000
2001-9-13	20	¥1,800	¥36,000
2001-9-22	20	¥1,800	¥36,000
2001-9-28	20	¥1,800	¥36,000
2001-9-28	30	¥1,800	¥54,000
2001-7-25	25	¥2,100	¥52,500
2001-8-22	555	¥1,800	¥999,000
2001-9-2	22	¥1,800	¥39,600
2001-9-2	23	¥1,800	¥41,400
2001-9-6	21	¥1,800	¥37,800
总金额/元			¥1,368,300

【重新统计】

【返回经销商管理区】

完成 Internet

图 3.24 进货统计查询结果

(8)进货统计 单击“进货统计”,输入查询条件(如图 3.24 所示),就会得到该商品的进货统计情况,如图 3.25 所示。

(9)查询订单 单击“订单查询”,可以按订单号、订单状态、下单日期等条件查询,如图 3.25 所示。查询结果如图 3.26 所示。

图 3.25 订单查询

订单查询						
				当前为第 1 页 符合条件的记录共有 1 页		
订单号	生产厂家	下单时间	交货日期	付款方式	总金额/元	订单状态
100110	ABC 电器公司	2001-9-20	2001-9-20	银行转账	¥ 120 500	交易完成
请点击订单号查看订单具体内容						
【重新查询】						

图 3.26 订单查询结果

(10)经销商申请 在经销商管理区单击“经销商申请”,即准备开始,首先选择要申请的厂商,如图 3.27 所示。

图 3.27 厂商查询

单击“查找”,了解厂商的简单情况,初步确定后,单击“我想加入”,了解厂商的详细情况,如图 3.28 所示。

单击“申请成为经销商”,确定后信息发送成功,反馈有“你已经向该生产厂家提出成为其经销商的申请,正等待回音。”申请工作完成。

4. 思考题

- (1)简述经销商订单处理的主要工作。
- (2)比较网上支付和银行转账支付的订单处理流程区别及原因。

生产厂家情况					
单位名称	AA1电器公司	单位地址	北京中关村1座	单位电话	010-1234567
联系人	AA1总经理	联系人电话	010-5634096	Email地址	testaa1@aai.com
所在城市	北京	法人代表	testaa1	职务	AA1董事长
开户银行	123456789012345	开户账号	123456789012347	税号	123456789012349
主要产品	3.7kw h/24h 230L aai冷柜 4.2kw h/24h 300L aai冷柜 1.75kw h/24h 350L hws 1.9kw h/24h 430L aai冷柜 2.3kw h/24h 510L aai冷柜 3.7kw h/24h 180L aai洗衣机 3.2kw h/24h 160L aai 洗衣机 4.2kw h/24h 180L aai洗衣机				
单位简介					
生产电器为主的公司					
【申请成为经销商】					

图 3.28 厂商情况

实验5 分公司其他业务管理

1. 实验目的

- (1)掌握商品维护的操作技能。
- (2)熟悉日常的查询等业务操作。

2. 实验内容

- (1)进行商品维护。
- (2)单证管理。
- (3)经销商管理。
- (4)权限管理。

3. 实验指导

(1)登录分公司管理区 单击“网上交易/B to B 模式后台”进行“分公司登录”，提交成功后进入分公司运作管理页面，如实验3图3.8所示。

(2)进行商品维护 单击“商品维护”，进入商品维护管理，如图3.29所示。

你现在的位置 => 【首页】 -> 【会员登录】 -> 【分公司管理区】 -> 商品维护

你当前正以 分公司 testad 身份登录

现有品种:

名称	类型	电源/V	产地	操作
aa6冰箱	冰箱	220	广东省珠海市	删除
aa6冰箱1	冰箱	220	广东湛江	删除
ee	洗衣机	55	55f	删除
aa	其他	444	xxdxf	删除

详细产品信息:

名称	品牌	类型	电源/V	耗电量/kW·h/24h	外型尺寸(宽×深×高)	有效容积/L	基本价格	操作中...	更改
aa6冰箱	精明一族BCD-102/HC	冰箱	220	0.95	500mm×505mm×1400mm	182	2400	✓	删除
aa6冰箱	精明一族BCD-162/HC	冰箱	220	0.99	530mm×535mm×1440mm	160	2100	✓	删除
aa6冰箱	宁馨一族BCD-185A/HC	冰箱	220	1.05	540mm×586mm×1425mm	185	2100	✓	删除
aa6冰箱1	aa61-1V-10	冰箱	220	1.12	500mm×600mm×1500mm	160	3000	✓	删除

返回分公司管理区

[添加商品信息](#) [添加新品种](#) [价格管理](#)

图 3.29 商品维护管理

品牌	未来生活	填写说明: 1. 带*号项为必填项; 2. 耗电量、有效容积、外型尺寸项请填写数字,不能填写字符。
该品种属于	aa6冰箱	
电源/V	220	
耗电量/(kW·h/24h)	2	
有效容积/L	150	
外型尺寸(宽×深×高)	100*80*200	
基本售价/元	1800	
标准代号	0105	
额定电压/V	220	
包装单位	件	
质量/kg	80	
额定功率/kW	200	
保质期	一个月	
保修期	3年	
专供地区	重庆	
条形码	5901012036147	有效否 ☒
备注	可以定制	

[提交](#) [全部重写](#)

图 3.30 添加商品信息

(3)添加商品 单击“添加商品信息” ,如图 3.30 所示 ,输入商品信息后提交 ,则该商品添加成功。

(4)更改商品信息 单击商品信息后的“更改” ,进入信息更改页面 ,与添加商品信息相似 ,修改后提交 ,如图 3.31 所示。

耗电量 (0.001/24h)	0.95	(*) 必填
电源/V	220	
基本售价/元	2400	(*) 必填
标准代号		
外型尺寸 (宽 × 深 × 高)	540mm × 500mm × 1406mm	(*) 必填
包装单位	件	
保修期	1年	
额定电压	220	
质量	52	
额定功率	0.95	
保质期	3个月	
条形码		
专供地区	无	
继续检测此产品?	是	
备注		

提交 放弃更改

图 3.31 更改商品信息

(5)添加品种 单击“添加品种” ,进入品种添加 ,如图 3.32 所示。填写后提交。

【首页】->【会员中心】->【分公司管理】->【商品维护】->商品品种录入

您当前正以 分公司 testad 身份登录

名称	未来视窗
类型	其他
电源/V	220
产地	重庆
商品简介	综合现代音视频技术和网络信息技术的产物。现代家庭必备。

分公司在此处录入生产的产品信息

商品简介字数必须少于400字

提交 全部重置 取消

图 3.32 添加商品品种

(6)商品品种更改 单击商品品种后的“更改”,进行品种信息更改,如图 3.33 所示。

图 3.33 品种信息更改

(7)价格管理 单击分公司管理区的“价格管理”,如图 3.34 所示,管理商品信誉价格。

商品名称: 精明一族BCD-182/1K aa6冰箱 级别: 【检索】 【清空】										
设置商品信誉价格 刷新										
序号	名称	电源 /V	耗电量 (kW h/24h)	品牌	品种	有效容积 /L	外型尺寸 (宽×深×高)	信誉 级别	最小购买 数量	价格 / 元
1	aa6冰箱	220	0.99	精明一族BCD-182/1K	1年年	160	520mm×520mm×1400mm	1	20	¥1,000.00
2	aa6冰箱	220	0.99	精明一族BCD-162/1K	1年年	160	520mm×520mm×1400mm	3	34	¥34.00
3	aa6冰箱	220	1.05	宁静一族BCD-185A/1K	1年年	185	540mm×580mm×1425mm	1	12	¥1,900.00
4	aa6冰箱	220	1.05	宁静一族BCD-185A/1K	1年年	185	540mm×580mm×1425mm	3	343	¥343.00
5	aa6冰箱	220	0.95	精明一族BCD-182/1K	1年年	182	500mm×505mm×1400mm	1	10	¥1,600.00
6	aa6冰箱	220	0.95	精明一族BCD-182/1K	1年年	182	500mm×505mm×1400mm	3	344	¥34.00
7	aa6冰箱1	220	1.12	aa61-KW-bc	1年年	160	500mm×600mm×1500mm	1	33 300	¥32,455.00
8	aa6冰箱1	220	1.12	aa61-KW-bc	1年年	160	500mm×600mm×1500mm	3	66 696	¥2,292.00

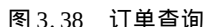
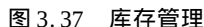
图 3.34 商品信誉价格管理

图 3.35 商品信誉价格重新设置

(8)设置商品信誉价格 在管理商品信誉价格区单击“设置商品信誉价格”,选择设置的商品和级别后提交,如图 3.36 所示。



(9)库存管理 单击分公司管理区的“库存管理”,如图 3.37 所示,可以选择某一地区、货场检索出商品,单击该商品的“预警库存”,出现修改信息后修改。



(10) 分公司订单查询 单击分公司管理区的“订单查询”,如图 3.38 所示。可以按设定的条件(订单号、订单状态、经销商名、订单日期等)进行查询。

(11) 送货单管理 单击分公司管理区的“货单管理”,如图 3.39 所示。

单击“送货单查询”,输入查询条件后,就查到处理情况,如图 3.40 所示。与此操作相同,可以进行送货统计。



图 3.39 货单管理

送货单查询结果								
送货单号: 100110 --- 配送点名称: 湛江电器配送中心								
商品名称	耗电量 (kW h/24h)	电压 /V	品牌	保质期	有效容积 /L	商品数量	是否有效	完成情况
美的冰箱	0.99	220	精铂一族BCD-182/HC	1年	180	30	有效	尚未送货
美的冰箱	1.05	220	宁静一族BCD-185A/HC	1年	185	25	有效	尚未送货
美的冰箱	0.95	220	精铂一族BCD-182/HC	1年	182	20	有效	尚未送货

图 3.40 送货单查询结果

(12) 发货单管理 单击“发货单填写”,填写发货单,如图 3.41 所示。与对送货单的操作相同,可以进行发货单的查询和发货统计,如图 3.42 和图 3.43 所示。

分公司发货单填写

商品名称:

美的冰箱

品牌:

精铂一族BCD-182/HC

电压/V:

220

耗电量:

0.95

kW h/24h

有效容积:

182

L

保质期:

1年

外型尺寸
(宽×深×高):

560mm×560mm×1400mm

包装单位:

件

经销商:

湛江电器配送中心

发货数量:

30

发货时间:

2001

年

10

月

1

日

备注:

快件

【显示】

【重新填写该商品】

【返回】

图 3.41 发货单填写

发货单查询结果								
当前为第1页 【上一页】 符合条件的记录共有1页								
发货单号：232 ---- 配送点名称：广东湛江湛江电源配送中心								
商品名称	耗电量 (kWh/kVAh)	电压 /V	品牌	保质期	额定容量	商品数量	发货单是否有效	发货单完成状态
蓄电池	0.95	220	精明一铁DC-182/BC	1年	182	30	有效	该场已收到货
发货单号：232 ---- 配送点名称：广东湛江湛江电源配送中心								
商品名称	耗电量 (kWh/kVAh)	电压 /V	品牌	保质期	额定容量	商品数量	发货单是否有效	发货单完成状态
蓄电池	0.95	220	精明一铁DC-182/BC	1年	182	100	有效	该场已收到货

图 3.42 发货单查询

分公司发货统计结果

当前为第1页 | 符合条件的记录共有1页

配送点名称	广东湛江湛江电源配送中心				
时 间	2000-1-1至 2001-9-30				
商品名称	耗电量 (kWh/kVAh)	品牌	保质期	额定容量 /L	发货数量
asb冰箱	0.99	精明一铁DC-182/BC	1年	180	10 500
asb冰箱	1.05	中曼一铁DC-188A/BC	1年	185	10 000
asb冰箱	0.95	精明一铁DC-182/BC	1年	182	11 124
asb冰箱1	1.12	asb0-4W-luz	1年	180	1 000

图 3.43 发货统计

(13)销售额统计 单击分公司管理区的“销售额统计”,如图 3.44 所示。可以按信誉级别、省份、经销商名称、商品名、日期等条件进行统计。

信誉级别:	普通
省 份:	广东
经销商名称:	
商 品 名:	asb0-4W-luz
日 期:	从 2000-1-1 至 2001-9-30
	查询 重置

图 3.44 销售额统计

(14)经销商管理 单击分公司管理区的“经销商管理”,如图 3.45 所示。进行添加经销商、撤消经销商、信誉级别调整、额度调整等管理,如图 3.46 所示。例如,单击某一经销商“现有额度数”,则可以增减其额度。”

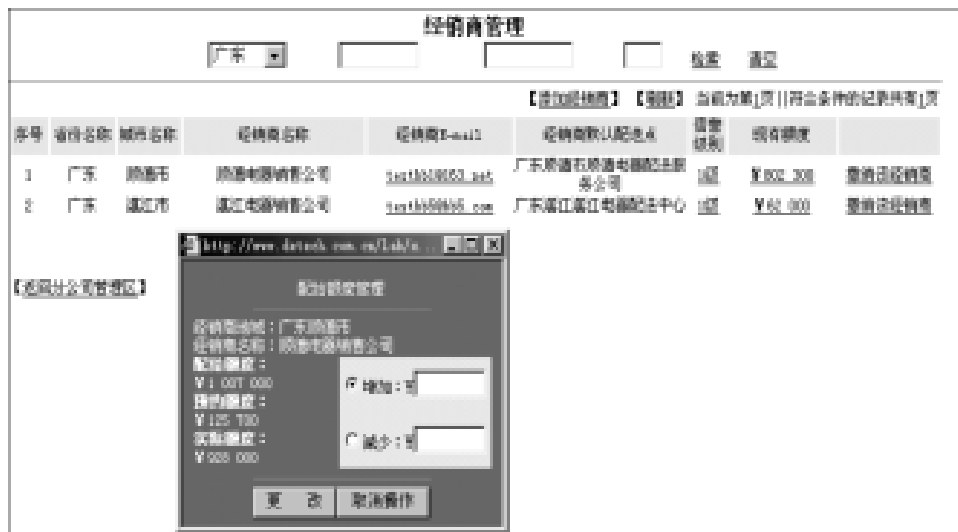


图 3.45 经销商管理



图 3.46 添加经销商

(15)需求反馈 单击分公司管理区的“需求反馈”,如图 3.47 所示。

单击序号,查阅需求详细信息,给予答复,如图 3.48 所示。

(16)应收款查询 单击分公司管理区的“应收款查询”,结果如图 3.49 所示。

(17)权限管理 单击分公司管理区的“权限管理”,如图 3.50 所示,进行检索用户、更改用户、删除用户、新增用户、权限更改等操作。通过检索查询出用户,对其密

经销商需求信息

经销商需求信息			
刷新			
序号	时间	经销商名称	配送点名称
1	2001-07-19 11:15:47	广东深圳市顺德电器销售有限公司	广东湛江湛江电器配送中心
2	2001-07-24 13:24:50	广东深圳市顺德电器销售有限公司	广东湛江湛江电器配送中心
3	2001-07-09 16:17:29	广东深圳市顺德电器销售有限公司	广东湛江湛江电器配送中心
4	2001-07-09 16:17:25	广东深圳市顺德电器销售有限公司	广东湛江湛江电器配送中心

图 3.47 需求反馈

经销商需求信息栏目

需求配送点名称	广东湛江湛江电器配送中心	经销商名称	广东深圳市顺德电器销售有限公司						
备注									
商品名称	品牌	品种	电压	耗电量	有效容积	外型尺寸	需求数量	是否为该卖场新品	
冰箱	格兰仕	BCD-162/E	1号	220	0.99	160	520mm x 553mm x 1440mm	4000	是
分公司答复： 我们将尽快办理有关手续。									
【返回】 【下一条】									

图 3.48 需求信息答复

分公司应收账款查询结果 当前为第 1 页 【上一】 1 符合条件的记录共有 2 页			
日期	应收日期(开始-结束)	应收账款	¥ (元) 100
订单号	经销商名称	结算方式	该订单应收账款(元)
100091	顺德电器销售有限公司	预置	¥ 10 000
100109	顺德电器销售有限公司	预置	¥ 107 700

图 3.49 应收款查询结果

权限管理

姓名: 王 强		【新用户】	
姓 名	王 强	☐ 订单处理 ☐ 订单审核 ☐ 销售统计 ☐ 应收账款统计	☐ 商品维护 ☐ 价格管理 ☐ 资金管理 ☐ 销售统计
密 码	*****	☐ 库存管理 ☐ 资金管理 ☐ 需求预测 ☐ 报表管理	☐ 系统管理 ☐ 系统设置 ☐ 系统维护 ☐ 系统退出
新用户 退出			

图 3.50 权限管理

码、权限进行调整或删除该用户,增加新用户。

4. 思考题

- (1) 商品维护包括哪些内容和操作？
- (2) 添加商品、添加品种的意义和操作有何区别？
- (3) 设置商品信誉价格的目的是什么？
- (4) 经销商的添加、撤消、信誉级别调整、额度调整的依据应该是什么？
- (5) 权限管理在实际应用中起何作用？

第4章

C to C 交易模式



C to C 拍卖流程图



C to C 拍卖管理流程图

实验 1 拍卖商品

1. 实验目的

- (1) 熟悉拍卖中心的构成和特点。
- (2) 了解拍卖中心注册的步骤。
- (3) 熟悉拍卖商品的操作。
- (4) 掌握拍卖操作技能。

2. 实验内容

- (1) 熟悉拍卖中心各栏目的功能。
- (2) 注册为新会员。
- (3) 拍卖商品的信息发布。
- (4) 查询拍卖进展。
- (5) 回复竞拍方留言。

3. 实验指导

我们以雅宝网站为例进行实验。雅宝网站是一个集个人竞价、集体议价、标价求购 3 种交易模式于一体,是一个非常理想的电子商务场所!而且 完全免费!雅宝拍卖网站的主页。

(1) 进入雅宝拍卖中心 雅宝网站的地址是 [Http://www.yabao.com](http://www.yabao.com) 或者 [Http://www.yabuy.com](http://www.yabuy.com)。进入拍卖中心后首页如图 4.1 所示。

(2) 熟悉各栏目的功能 分别单击各栏目,熟悉各自功能。

(3) 新会员注册 单击“注册”,选择类别后,输入相关信息,进行注册,如图 4.2 所示。



图 4.1 雅宝拍卖中心网站首页

恭喜!
用户可以用昵称注册了!

用户只需填写几项简单的内容就可以享受交易的乐趣。
不过请填写真实信息哦!

- 欢迎用户注册雅宝，这里是个人注册。如果用户是商家，请点击商家注册。
- "a" 为必填项目。
- 以注册验证码等个人信息，可到我的档案修改。
- 用户的个人信息将不会使雅宝用于其他商业用途。
- 权利声明
 - 用户须知
 - 商家声明

个人注册

网上昵称:

真实姓名:

E-mail地址:

密码:

身份证号: * (A6位有效证件号码)

详细地址:

邮政编码:

联系电话:

☐ 允许其他用户知道我的电话号码

OICQ: 注册OICQ网络号时

推荐者MAIL:

用户所在城市:

图 4.2 会员注册

确认后单击“确认输入”,在反馈成功信息后则可以参与拍卖活动了。

(4)注册进入拍卖区 在雅宝网站中,我们不但可以买到价廉物美的商品,而且可以出售任何有价值的物品,包括商业出售和二手物品转让。在拍卖中心输入用户名和密码,单击“确定”进入。

(5)填写拍卖商品的详细信息 点击导航条上“卖东西”,进入登记出售物品页面如图 4.3 所示。

出售物品

1 基本信息 标题(对物品的简要描述,可以达63个汉字)

请使用准确、简要、生动的标题描述。过于简单的描述,可能使收买者许多被关注的机会。也不要使用大于、小于号。

2 物品分类 请先选择大类再选择中类最后选择小类

计算机 -> 图书音像 -> 房地产类 -> 设备类 -> 交通工具 -> 家用电器类 -> 古董类 -> 艺术类 -> 办公与家居 -> 收藏品 ->

3 所在城市及限制 请从左边选择省(直辖市)

北京 上海 天津 重庆 广东 福建 浙江 江苏 山东 辽宁

4 交易信息

基本信息	付款方式	报价包期	发票	送货方式
起拍价: 0	☒ 现金	☒ 物品价格	☐ 增值税发票	☒ 邮寄
保留价格:	☐ 支票	☐ 运费	☒ 普通发票	☐ 特快专递
竞价期限: 10	☐ 汇票	☐ 保险费	☐ 收据	☐ 铁路托运

图 4.3 拍品信息

(6)在该页面中仔细填写用户的物品信息。该表分两页,在第一页各栏填写相应内容,如有图片可以上传图片,确认无误后提交。

(7)然后用户会看到一个确认页面,有用户的物品 ID 号及其他的相关信息。在该页面用户可以进行修改或确认用户的物品信息。确认后用户的登记就完成了。

(8)在用户指定的竞价期内,用户应多收 E-mail 或上网进入到用户的物品页面查看,并与与竞价者联系,以促进交易的成功。

(9)与买方联系交货付款 拍卖到期后,按照最终结果与竞买成功者联系付款和交货。

4. 思考题

- (1)拍卖中心的结构和 B to C 的结构有何异同?为什么?
- (2)在注册成功后再次以同样的用户名注册,看会发生什么情况,思考为什么?
- (3)在拍卖中低价和递加金额如何确定?
- (4)留言板在拍卖中起什么作用?

实验2 参加竞买

1. 实验目的

- (1)熟悉竞拍的流程。
- (2)掌握竞买的操作技巧。

2. 实验内容

- (1)选取欲购商品。
- (2)了解拍卖商品详细信息和拍卖情况。
- (3)进行集体议价。

3. 实验指导

(1)进入拍卖中心 进入竞拍中心,注册后单击“买东西”,即可进行竞买。

(2)选取欲购商品 通过物品列表,搜寻到你想要竞价的物品,或者通过搜索找到更符合你的要求的物品,如图 4.4 所示。

(3)查阅商品信息 点击该物品进入物品拍卖页面,如图 4.5 所示。页面上列有该物品的全部信息:数量、底价、竞价方式、付款方式、销售期限、所在城市等。有些物品还附带图片和详细介绍。首先仔细浏览你准备投标的物品的相关信息,如果觉得不清楚的话,你最好通过雅宝信使发信给物主,详细询问物品的相关情况。

(4)进行竞价 各方面都满意后,在图 4.5 中填入用户需求的数量及投标价,点击页面右边的“我同意投标”按钮进行竞价。接着系统出现确认投标信息页面如图 4.6 所示,“竞价自动通知”选项可根据自己的需要来选择。如没什么异议,点击“提交”,则整个竞价过程就结束了。投标后多与物主联系,双方要周密协商,以促进交易成功。



图 4.4 商品搜索页面



图 4.5 拍品信息

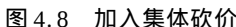
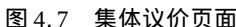


图 4.6 投标确认页面

(5)集体议价 一般只适用于商家对消费者的情况,是一种全新的 Internet 商务模式,它充分利用 Internet 的特性将零散的消费者及其购买需求聚合起来,形成类似集团采购的庞大订单,从而与供应商讨价还价,争取最优惠的折扣。雅宝,商家可以为他的商品选择两种竞价方式:一种是普通型(用图标表示),一种是逢低买进(用图标表示)。买家将根据不同的情况加入砍价。登录网站后,点击导航条上“集体议价”进入集体议价模式。通过物品列表,搜寻到用户想要竞价的物品,或者通过搜索找到更符合用户的要求的物品。点击相应的集体议价物品,进入该物品拍卖页面,如图 4.7 所示。

在该页面,用户可以看到已经订购的人数和当前的价格。仔细研究页面左下边的商品的价格曲线、根据当前的集合状况和对未来可能集合人数的预测,决定是否立即加入购买集体。

(6)加入集合砍价 如果决定加入砍价,点击“加入集合砍价”,页面滚屏到“下标购买”行如图 4.8 所示。填入用户的购买数量、昵称或电子邮件、密码及留言,然后点击旁边的“我同意投标加入集合”按钮就可以了。如果该按钮不能被点击说明该物品已过期。



“逢低买进”这种方式的优点在于:只要一旦价格降到用户指定的价格段上,系统就会自动将用户加入竞价,并发送逢低买进通知。如果商家提供了这种方式,用户就可以利用此功能,再也不用时时坐在电脑前,关注“时局”变化。一切自有系统代劳。



图 4.9 逢低买进页面

4. 思考题

- (1)参与竞拍应注意什么？
- (2)简述集体议价的种类和各自有哪些特点。
- (3)到其他拍卖网站试一试,比较流程的异同。

实验3 拍卖中心管理

1. 实验目的

- (1)熟悉拍卖中心管理的常用操作。
- (2)掌握会员管理的操作技能。
- (3)熟悉拍卖管理的目录和商品管理流程。
- (4)掌握商品管理的操作技能。

2. 实验内容

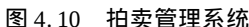
- (1)系统登录日志监测。
- (2)进行组群设置。
- (3)进行会员管理。
- (4)增加、删除、修改目录。
- (5)检查拍卖品拍卖情况(按所处状态分类查询)。
- (6)删除过期或其他拍卖品。

3. 实验指导

(1)进入拍卖管理系统 单击“网上交易/C to C 模式后台”进入拍卖管理系统,如图4.10所示。

(2)系统登录日志监测 查看系统登录情况。

(3)组群设置 单击“组群设置”,可以进行组群的新增、删除、名称修改等操作。



拍 卖 管 理 (后台)				
网站首页	查看日志	会员管理	组群管理	拍卖管理
组 群 列 表 第1页/共1页 (总计2条)				
群组名称	群组人数 (人)	群主		
aaa	1	1		
bbb	1	1		
新增 删除 修改				

图 4.11 组群设置

(4)会员管理 单击“会员管理”,选取某一个用户以后,单击“组群设置”就可以对其进行组群设置、改变所属组群等操作,如图 4.12 所示。

(5)录拍卖管理界面 单击“拍卖管理/目录设置”,进入拍卖商品目录总列表,如图 4.13 所示。目录操作:单击“删除”则对一级目录及其所有商品删除。单击一级目录名,即可进行增加一级目录、对该目录进行改名、在一级目录下增加二级目录等操作,如图 4.14 所示。

(6) 拍卖商品管理 单击“拍卖管理/商品管理”,进入拍卖商品总列表,如图

拍 卖 管 理 (后 台)	
返回主页	登 录 日 志
会 员 管 理	拍 卖 管 理
用户名称	00000000
用户E-mail	00000000@163.com
联系人	张德
电话号码	01036302710
邮政编码	100001
送货地址	北京电视台
用户点击次数	次 (本次是从于)
用户所属组别	00000
改变组别 返回主页	

图 4.12 会员管理

文件(F) 编辑(E) 查看(V) 收藏(A) 工具(T) 帮助(H) 连接**

刷新

拍 卖 管 理 (后 台)

返回主页 登录日志 会员管理 群组设置 拍卖管理

拍卖商品目录总列表

第一级目录	第二级目录	商品总数	点击删除
计算机与网络	硬件	11	删除
	软件	0	删除
	电子通讯	普通电话	0
	掌上电脑	1	删除
	寻呼	0	删除
	电话卡	0	删除
家用电器	影音设备	2	删除
	照相器材	0	删除
	摄像器材	0	删除
交通运输	自行车及配件	0	删除
	汽车及配件	0	删除
	摩托车及配件	0	删除
	其它工具	0	删除
办公用品及设备	打印机	0	删除
	传真机	0	删除
	复印机	0	删除
	扫描仪	0	删除
	办公用品	0	删除

图 4.13 拍卖商品目总列表

4.15所示。

(7)检查拍卖品拍卖情况 按所处状态分类查询拍卖商品。

(8)删除过期拍卖品。

拍卖管理 (后台)

返回首页 | 登录日志 | 会员管理 | 社群设置 | 拍卖管理

拍卖商品目录设置

增加第一级目录
第一级目录名称:

修改第一级目录
第一级目录名称:

增加第二级目录
所属第一级目录:

第二级目录名称:

图 4.14 目录操作

拍卖管理 (后台)

返回首页 | 登录日志 | 会员管理 | 社群设置 | 拍卖管理

拍卖商品总列表

目录:

☐ 全部 ☐ 过期 ☒ 正在拍卖 ☐ 拍卖成功 商品名称:

第1页/共1页 (总计6笔)

商品名称	目录	性 质	点击量控制
11	掌上电脑	正在拍卖	删除
最快乐的推销员	书籍	过期	删除
笔记本电脑	整机	过期	删除
虚拟电子商务世界软件	整机	过期	删除
CD 播放机	影音设备	过期	删除
CD播放机	影音设备	过期	删除

图 4.15 拍卖商品总列表

4. 思考题

- (1) 系统登录日志监测有何意义？
- (2) 对会员进行会员管理有何实际作用？
- (3) 目录管理的意义有哪些？
- (4) 检查拍卖品的状态有何实际意义？

第5章

物流管理

实验1 配送点备发货业务管理

1. 实验目的

- (1)熟悉配送点的订单业务处理过程。
- (2)体验配送点与供应商和经销商的关系。

2. 实验内容

- (1)进行备货处理。
- (2)进行出货处理。

3. 实验指导

(1)登录配送点 单击“物流管理/配送中心管理”,正确登录后,即可进行订单处理等操作,如图5.1所示。如果有新业务需要处理,系统会弹出提示信息。

(2)出货处理 单击“出货处理/“交易出货处理”后,进入有效备货单,如图5.2所示。

(3)查看详细信息 选择一新订单查看单击详细信息,如图5.3所示。

(4)备货完成确认 在完成备货后,单击“备货完成确认”,成功后准备出货,如图5.4所示。

(5)出货确认 在接到出货通知后,单击“出货确认”办理出货。成功后“出货单



图 5.1 配送中心管理



图 5.2 有效备货单处理



图 5.3 查看新订单详细信息

备货单明细							
备货单号		100110					
收货经销商名称		顺通电器销售公司		经销商收货地址		南京市	
经销商联系人		test331		经销商联系电话		12345678	
要求出货时间		2001-10-02		实际出货时间			
出货单是否有效		有效		出货单完成状况		备货完成	
备注							

订单号	商品名称	耗电量 (E ₀ A/24h)	品牌	保质期	有效容积(L)	外型尺寸 (宽×深×高)	进货数量	现有库存
100110	电饭煲	0.99	精铂一族 BCD-162/HC	1年	160	530mm×593mm×1440mm	30	0 772
100110	电饭煲	1.05	宁静一族 BCD-185A/HC	1年	185	540mm×586mm×1425mm	25	0 281
100110	电饭煲	0.95	精铂一族 BCD-182/HC	1年	182	540mm×595mm×1406mm	20	1 0251

【出货统计】 【返回有效备货单区】

图 5.4 出货准备

完成情况”自动改变为“已出货”,并同时通知经销商准备接收。

4. 思考题

- (1) 配送点的订单处理包括哪些环节的工作?
- (2) 出货之前要准备哪些工作?

实验 2 配送点收货查询等业务管理

1. 实验目的

- (1) 熟悉配送点的其他业务处理过程。
- (2) 体验各业务之间的关系。

2. 实验内容

- (1) 库存查询。
- (2) 经销商需求处理。
- (3) 出货统计。
- (4) 收货处理。

3. 实验指导

- (1) 库存查询 单击“配送点管理区/库存查询”,进入查询页面,输入查询条件

后,单击“查看”,即可查看到结果,如图 5.5 所示。

库存查询

选择分公司: AAE 电器公司 选择产品: aa66 冰箱 查询 返回

返回到主界面

库存查询结果

当前为第1页,符合条件的记录共有1页。

商品名称	规格型号/品牌/型号	电压/V	品牌	保质期	有效库存/L	报损库存	实际库存
aa66 冰箱	1.12	220	aa66-ke-ho	1年	100	214	100

图 5.5 库存查询

(2)收货处理 单击“配送点管理区/收货处理”,进入查询收货单,选择“全部收货单”或“未完成的收货单”即可查看到结果,如图 5.6 所示。单击收货单号即可查询该单货物信息,如图 5.7 所示。

全部收货单

(单击收货单号可查看发货单详细内容) 当前为第1页,符合条件的记录共有1页。

	收货单号	发货分公司	发货时间	收货单是否有效	配送点收货情况	备注
收货单号	214	AAE 电器公司	03-4-6	有效	未完成	
	210	AAE 电器公司	03-4-2	有效	已完成	
	200	AAE 电器公司	03-3-6	有效	已完成	

【返回收货处理】

图 5.6 收货处理

收货单明细

收货单号: 214
 发货分公司: AAE 电器公司
 发货时间: 03-4-6
 收货单是否有效: 有效
 配送点收货情况: 已完成

备注:

商品名称	规格型号/品牌/型号	品牌	保质期	有效库存/L	待收货/L (需确认收货)	收货数量
aa66 冰箱	1.12	aa66-ke-ho	1年	100	207-208 冰箱	200

【返回全部收货单】

【返回全部收货单】

图 5.7 收货单明细与确认

(3)经销商需求处理 单击“配送点管理区/买家需求处理”,查询经销商需求信息,如图 5.8 所示。选订单单击序号,即可查看详细信息,并做相应的处理,如图 5.9 所示。

(4)出货统计 单击“配送点管理区/出货统计”,输入查询条件后,即可查到出

经销商需求处理								
当前为第1页								
(点击序号可查看相应需求信息详细内容)								
序号	经销商名称	分公司名称	经销商E-mail	经销商传真	经销商联系电话	经销商联系人	备注	处理状态
90	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		厂商已处理
91	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		已通知厂商
92	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		厂商已处理
93	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		已通知厂商
94	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		已通知厂商
95	顺浩电器销售公司	AAS电器公司	test111@163.net	12345678	12345678	test111		已通知厂商

【返回配点管理区】

图 5.8 经销商需求信息

经销商需求信息细目								
商品名称	耗电量 (kW h/24h)	电源(V)	品牌	保修期	有效容积(L)	外型尺寸 (宽×深×高)	包装单位	需求数量
aas冰箱	0.95	220	精明一族BCD-102/HC	1年	182			
分公司答复								
取消								
【返回经销商需求信息】								
【返回配点管理区】								

图 5.9 经销商需求信息细目

货情况的统计,如图 5.10、5.11 所示。

出货统计	
分公司名称	AAS电器公司
发货时间	从 2000 年 1 月 1 日到 2001 年 9 月 29 日
统计 返回	

图 5.10 出货统计

当前为第1页					
厂家名称	AAS电器公司				
日期	2000-1-1 至 2001-9-29				
商品名称	耗电量/(kW h/24h)	品牌	保修期	有效容积/L	出货数量
aas冰箱	0.99	精明一族BCD-102/HC	1年	180	778
aas冰箱	1.05	宁静一族BCD-105A/HC	1年	185	1760
aas冰箱	0.95	精明一族BCD-102/HC	1年	182	908
aas冰箱I	1.12	aas-3m-3a	1年	180	112

图 5.11 出货统计查询

(5)收货统计 单击“配送点管理区/收货统计”,查询厂商供货信息,如图 5.12 所示。

收货统计

厂商名称:

厂商发货时间: 从 年 月 日 至 年 月 日

[【配送点管理区】](#)

收货统计结果

当前为第1页，符合条件的记录共有1页。

厂商名称	AAB电器公司				
日 期	2000-1-1至2001-9-29				
商品名称	耗电量(Kwh/24h)	品牌	保修期	有效容积/L	收货数量
aa5冰箱	0.99	精铂一族BCD-162/HC	1年	160	10 500
aa5冰箱	1.05	宁静一族BCD-165A/HC	1年	165	10 000
aa5冰箱	0.95	精铂一族BCD-162/HC	1年	162	11 124

图 5.12 收货统计

4. 思考题

- (1) 配送点的业务包括哪些内容？
- (2) 配送点各业务之间的依存关系如何？
- (3) 收货单、发货单、订单之间是什么关系？

第6章

网络贸易

实验1 EDI 应用

1. 实验目的

- (1)了解 EDI 基本知识和概念。
- (2)熟悉 EDI 应用系统结构图。
- (3)掌握 EDI 单证录入、转换和传送过程。
- (4)掌握贸易伙伴关系管理的操作要点。
- (5)掌握商品信息管理的操作要点。

2. 实验内容

- (1)学习 EDI 基本知识和概念。
- (2)熟悉 EDI 应用系统各功能模块。
- (3)EDI 单证录入过程。
- (4)EDI 平面报文的生成、转换和发送。
- (5)新增贸易伙伴类型和贸易伙伴。
- (6)新增商品。

3. 实验指导

- (1)登录电子数据交换(EDI)系统 单击“网上交易/电子数据交换(EDI)” ,进

入“电子数据交换(EDI)”窗口,如图 6.1 所示。



图 6.1 电子数据交换系统

(2)EDI 基础知识和概念学习 点击“EDI 教学园地”进入教学系统,如图 6.2 所示。

基础知识学习

依次点击“应用系统”、“EDI 标准”、“相关技术”及下级子菜单浏览学习各方面内容。

(3)熟悉 EDI 应用系统各功能模块 在“电子数据交换(EDI)”窗口中,点击“EDI 应用系统模拟”,输入用户名和密码提交后即可进入 EDI 应用系统结构图,如图 6.3 所示。

(4)EDI 单证的录入 点击“单证录入接口”图标,登录 EDI 订购单证录入系统,如图 6.4 所示。

应用系统结构图

订购单证

在“卖主编码”栏选择卖主,查看贸易伙伴资料,如图 6.5 所示。在“序号”下拉列表栏选择商品,查看贸易伙伴的商品资料,如图 6.6 所示。卖主和商品确认后,在“数量”栏填写商品数量,再点击“保存单证”完成单证的录入操作,如图 6.7 所示。

图 6.5 贸易伙伴资料

图 6.6 贸易伙伴的商品资料

图 6.7 单证操作完成

(5)平面报文的生成、转换和发送 进入 EDI 应用系统手工处理单证页面,如图 6.8 所示。

图 6.8 单证管理

在“单证管理”窗口中选择一新建单证,如图 6.9 所示。

图 6.9 新建单证

在新建单证对话框中点击“翻译成 EDI 报文”,即生成平面文件,如图 6.10 所示。

图 6.10 生成平面文件

在“平面文件”对话框中点击“生成 EDI 报文”以生成 EDI 报文,如图 6.11 所示。

图 6.11 EDI 报文

在“EDI 报文”对话框中点击“发送报文”即将报文发送到对方,如图 6.12 所示。

 报文发送

(6)新增贸易伙伴类型 在图 6.3 所示的 EDI 应用系统结构图中,点击“贸易伙伴管理”图标,登录贸易伙伴管理系统,如图 6.13 所示。

 贸易伙伴管理

点击“贸易伙伴类型”,如图 6.14 所示。

 贸易伙伴类型

在贸易伙伴类型对话框中输入“类型编号”和“类型名称”并“保存”,完成新增贸易伙伴类型操作。

(7)新增贸易伙伴 在图 6.13 所示的“EDI 贸易伙伴管理”窗口中,点击“新增贸易伙伴”,如图 6.15 所示。按要求输入新贸易伙伴的详细信息并“保存”,即可完成新增贸易伙伴操作。

 伙伴详细信息

(8)新增商品 在图 6.3 所示“EDI 应用结构图”中,点击“商品信息管理”图标进入商品信息管理系统,如图 6.16 所示。

 商品信息管理

点击“新增商品”进行商品信息添加,如图 6.17 所示。按要求输入新商品的详细信息并“保存”,完成新增商品操作。

 商品详细信息

4. 思考题

- (1)EDI 系统主要包括哪些模块?
- (2)EDI 单证运作主要包括哪几个环节?
- (3)贸易伙伴管理有何作用?

实验2 电子合同的签订

1. 实验目的

- (1)掌握网上询价单的填写和发布过程。
- (2)掌握网上报价单的填写和发布过程。
- (3)了解和熟悉网上洽谈的基本流程。
- (4)掌握电子合同的各条款的协商过程和签订过程。

2. 实验内容

- (1)采购信息发布。
- (2)采购需求信息的处理(询价单的查询、填写与发送)。
- (3)双方网上洽谈。
- (4)最终条款的签订。
- (5)电子合同的签订。

3. 实验指导

本实验要求两人一组进行,分别扮演供求双方。需求方网上询价流程如图 6.18 所示,供应方的网上报价流程如图 6.19 所示,双方网上洽谈的流程如图 6.20 所示。

图 6.18 网上询价流程

- (1)需求方(甲方)发布采购信息 登录电子合同前台系统,单击“网络营销/电子合同(前台)”,进入“电子合同”前台界面,如图 6.21 所示。

图 6.19 网上报价

图 6.20 网上洽谈

图 6.21 电子合同前台

- (2)会员登录 点击“会员登录”进入登录页面,正确输入“学号”和“密码”后,点击“确定”,进入“电子合同”主界面,如图 6.22 所示。

图 6.22 合同主界面

- (3)搜索商品信息 点击“供求信息”,在“商品名称”栏输入欲购买的商品名称,点击“搜索”,如图 6.23 所示。

- (4)发布采购信息 在符合要求的商品后的选择栏中打钩,点击“发布询价单”,

 搜索商品信息

如图 6.24 所示。

 询价单

在询价单中填写“询价标题”和“询价说明”后,点击“完成”,确认无误后,点击“确定”即可完成询价单的发布。

(5)查询新发布的供求信息 返回“供求信息”窗口,查询新发布的供求信息,如图 6.25 所示。

 发布的供求信息

点击新发布的供求信息,查看询价单详细资料,如图 6.26 所示。

 单详细资料

至此,甲方完成电子合同前台的采购信息发布操作。

(6)登录电子合同前台系统 点击“网络营销/电子合同(后台)”,正确输入“账号”和“密码”后,点击“确定”进入电子合同后台管理系统,如图 6.27 所示。

 后台管理系统

(7)查看商品报价 点击“网上报价”,查询商品报价情况,单击新发布询价信息的商品标题,查看详细内容和报价,如图 6.28 所示。

 报价详细资料

在“用户的报价”输入报价,并填写“报价说明”,点击“提交”,确认无误后点击“确定”返回商品报价单窗口,查询报价单,如图 6.29 所示。

(8)商品价格洽谈 点击“进入洽谈室”进行价格洽谈,如图 6.30 所示。

 品报价单 合同洽谈室

点击“标的(包括产品的数量及价格)”,如图 6.31 所示。

 我的洽谈(甲方)

点击“修改”,可对价格进行修改。填写“交谈内容”后点击“提交”。与此类似,逐项对合同条款进行洽谈。

(9)采购信息的处理 乙方登录电子合同后台系统,点击“网络营销/电子合同(后台)/网上洽谈”,进行价格的洽谈处理,点击欲洽谈商品的询价单标题,查看详细内容,如图 6.32 所示。

 价单详细信息

(10)洽谈价格 点击“进入洽谈室”,乙方对甲方提出的价格进行洽谈,如前面图 6.30 所示。点击“标的(包括产品的数量及价格)”,如图 6.33 所示。

 标的的洽谈

乙方查看甲方提出的价格后点击“同意”,并在交谈内容中输入反馈信息,点击“提交”后完成对甲方采购信息的处理。

(11)甲乙双方洽谈 甲乙双方就合同第 1 条款的内容达成协议后,点击“同意”第一条洽谈内容结束,即可进行下一条款的洽谈,如图 6.34 所示。

 方洽谈过程

(12)合同第 2 条款的洽谈 点击“进入合同第二条内容的洽谈”进入合同第二条内容—质量要求及验收方法的洽谈,如图 6.35 所示。

 2 条款的洽谈

填写“质量要求及验收方法”及“交谈内容”,点击“提交”后返回。合同其他内容的签订过程与以上类似不再赘述。

(13)最终条款的签订 其他条款谈妥后,点击“确定最终合同条款”,直接进入合同最终条款的签订,如图 6.36 所示。

填写相关项的内容并确认无误后单击“确定”,完成最终合同条款的洽谈操作。

合同条款的洽谈

(14) 合同的签定 在图 6.27 所示页面中点击“合同管理”,进入合同管理系统,如图 6.37 所示。

合同管理(后台)

点击一新的购物合同,查看合同的详细内容,如图 6.38 所示。

合同详细内容

查看确认后,点击“乙方签定合同”,乙方即可完成合同的最终签定。与此操作相同,甲方完成合同的最终签定。

4. 思考题

- (1) 简述网上洽谈的基本流程。
- (2) 合同条款主要包括哪些内容?
- (3) 网上洽谈有何优势和劣势?
- (4) 为什么网上合同要逐项谈判?

第7章

网络营销

实验1 电子邮件申请与使用

1. 实验目的

- (1)掌握电子邮件的注册及使用流程。
- (2)了解电子邮局的特点。

2. 实验内容

- (1)电子邮件注册申请。
- (2)电子邮件设置。
- (3)收发电子邮件。

3. 实验操作

(1)进入电子邮件系统 点击“网络营销/电子邮件”进入电子邮件使用页面,如图7.1所示。

图7.1 电子邮件页面

(2)电子邮件申请 如果首次使用,则点击“注册”按钮申请进行注册,如图7.2所示。

(3)注册成功 填写注册信息并点击“提交”,经确认无误后系统将提示完成注

 邮件申请

册,如图 7.3 所示。

 邮件申请成功

(4)电子邮件设置 完成 E-mail 账号注册后,继续进行 E-mail 账号的设置,如图 7.4 所示。当账号设置完成后,方可进行邮件的收发。

 邮件设置

(5)接收电子邮件 在电子邮件页面输入用户名和密码后,单击“登录”,即可进入电子邮件使用页面。单击要阅读的邮件,即可查看详细内容,如图 7.5 所示。

 收发电子邮件

(6)发送电子邮件 单击“发送电子邮件”,输入对方邮件地址、邮件主题、邮件内容等信息后,点击发送按钮,如果成功发送则系统会显示发送成功信息,如图 7.6 所示。

 发送电子邮件

(7)订阅电子杂志 点击“订阅电子杂志”栏目进入,然后填入电子邮箱,并选择订阅的杂志,最后点击“订阅”按钮,即可完成订阅,如图 7.7 所示。

 网络电子杂志

4. 思考题

(1)简述电子邮件申请的步骤。

(2)与传统邮件相比,电子邮件有何优缺点?

(3)邮件设置有何意义?

(4)到其他网站申请自己的电子邮件,比较与模拟系统申请过程和填写信息的异同点,并分析其原因。

实验 2 网络广告发布

1. 实验目的

- (1)了解网络广告的特点。
- (2)掌握网络广告发布的操作。

2. 实验内容

- (1)网站广告浏览。
- (2)设计并发布一个广告。

3. 实验指导

(1)登录广告发布页面 单击“网络营销/网上信息发布/前台”即可进入网站信息浏览页面,如图 7.8 所示。

图 7.8 信息页面

(2)广告浏览 点击网页上端菜单中的“分类广告”,然后从广告类别的下拉菜单中选择感兴趣的广告类别,例如“品牌”,如图 7.9 所示。

图 7.9 广告页面

点击感兴趣的广告,阅读后“关闭窗口”回到广告页面。

(3)发布广告 点击“发布广告”,然后在相应的对话框中填入信息,组成广告内容提交,如图 7.10。

图 7.10 广告发布

(4)添加图片 提交后点击“浏览”选择图片,然后上传。经确认成功后单击确定,可以返回广告页面。在管理员审查通过后,我们就可以看到上传发布的广告,如图 7.11 所示。

图 7.11 广告发布结果

4. 思考题

- (1)自拟一个广告并将其上传到网站上。
- (2)和同学讨论在发布广告过程中应该注意的问题。
- (3)广告发布后为什么需要审查后才能在网上出现?

实验3 新闻组的使用

1. 实验目的

- (1)熟悉新闻组的流程。
- (2)掌握新闻组的操作技巧。

2. 实验内容

- (1)注册新闻组。
- (2)了解新闻组的使用情况。
- (3)进行新闻组的实际操作。

3. 实验指导

(1)进入新闻组 单击“网络营销/网上信息发布/前台”进入实验2中如图7.8所示的页面,点击栏目上的“新闻组”项,进入新闻组,如图7.12、7.13所示。

图 7.12 新闻的操作流程

图 7.13 新闻组

(2)注册新账号 单击左侧新闻组下的“注册账号”项,开始注册一个账号,申请新闻组的具体操作权限,如图7.14所示。

图 7.14 组账号申请

(3)新闻组邮件设置 如果你注册成功,系统会询问是否进行新闻组发布信息的设置,如图7.15所示。选择“确定”则开始进行各项信息的设置。如果选择“取消”,则进入发送新闻邮件的登录页面。

图 7.15 注册成功

设置新闻组发布信息时,需要依次输入用户的姓名、选择新闻服务器、设置新闻组的登录账号等。设置完毕后,如果设置成功,系统会提示用户已经成功地输入了设置账号所需的所有信息,要保存这些信息,请单击“完成”,否则单击“取消”。要对前几步输入的信息进行修改,请点击“上一步”。成功设置新闻组账号后,系统会发如图7.16所示的提示。

系统确认

(4)登录新闻组 确认设置成功后,系统将自动转到“发新闻邮件”项,再次确认如下信息:要发新闻邮件,用户必须用已注册并设置成功的账号登录。如果确认,输入登录信息,点击“登录”,如图 7.17 所示。

登录新闻组

(5)发布新闻信息 登录成功后,将进入信息的输入页面,选择确定的新闻组后,输入想要发布的主题项,以及在内容框中输入要发布的内容,点击“发送”,如图 7.18 所示。

发布信息

(6)查看新闻组信息 如果发布成功,系统则进入如下页面,其中有刚才发布的信息,可以直接点击主题名进行查看,如图 7.19 所示。

发布后的信息列表

4. 思考题

- (1)如果进行新闻发布为什么需要注册?
- (2)一般电子邮件发布与新闻组发布结果有何异同?
- (3)简述利用电子邮件进行新闻发布的流程。

实验 4 网上调查

1. 实验目的

- (1)熟悉网上调查的流程。
- (2)掌握网上调查的操作技巧。

2. 实验内容

- (1)添加调查问卷。
- (2)进行调查问卷的相关操作。
- (3)进入前台查看调查问卷。

3. 实验指导

(1)在线调查管理 进入“网络营销/网上信息发布/后台”,如图 7.20 所示,点击“在线调查管理”,进入实际操作。

在线调查管理

(2)添加调查问卷 点击“添加调查问卷”项,开始发布新的调查问卷,选择要发布的问卷的类别,并输入问卷的题目,输入完毕后,点击“提交”,如图 7.21 所示。

添加调查问卷

(3)添加选项 下一步需要为问卷提供可选答案,输入完毕,点击“添加选项”,如图 7.22 所示。

第一个选项

(4)发布调查问卷 选项输入完毕后,点击“返回”,进入调查问卷的列表进行查看,如图 7.23 所示。

发布调查问卷

(5)调查问卷列表 问卷发布成功后,系统自动转入在线调查的列表,如图 7.24 所示。

调查问卷列表

选择列表中刚才添加的在线调查问卷,点击进行查看,如图 7.25 所示。此时可以对问题类别,问卷题目以及可选答案进行修改,修改完毕后可再次提交。

调查问卷内容

(6)生成问卷脚本 对问卷进行确认后,点击问卷上方的“生成脚本”项,系统将会自动生成一个脚本文件,如图 7.26 所示,如果使调查问卷在网页上看到,将该脚本文件正确放在页面上相应位置即可。

调查问卷脚本

确认后,点击“返回”项,系统重新返回调查问卷的列表,如图 7.27 所示,此时新添加的问卷后面多了一个该调查问卷的脚本文件。

删除调查问卷列表

(7)删除在线调查 点击要删除的问卷后面的“×”,系统会自动弹出确认框,如图7.28所示。

点击确定后,系统将删除该调查问卷,并在列表中去掉该题目。

(8)浏览在线调查 重新进入“网络营销/网上信息发布/前台”,对发布的调查问卷进行查看。点击“在线调查”下的“更多调查”。选择刚添加的调查问卷,选择一项进行投票,如图7.29所示,点击“提交”。

查看在线调查问卷

(9)查看投票结果 提交成功后,系统将以比率图和百分比的形式显示调查问卷的结果,如图7.30所示。

查看投票结果

4. 思考题

- (1)简述网上调查问卷发布的环节。
- (2)与传统问卷调查相比,在线调查有何优势和不足?如何改进?
- (3)如何设计一个好的在线调查问卷?

实验5 商业报告撰写

1. 实验目的

- (1)熟悉商业报告的几大组成部分。
- (2)掌握网络营销中商业报告的撰写。

2. 实验内容

- (1)填写商业报告的标题。
- (2)选择商业报告的格式。
- (3)选择商业报告头部分。
- (4)撰写商业报告的正文。
- (5)生成商业报告。

3. 实验指导

(1)开始商业报告撰写 点击“网络营销/商业报告/前台”,如图 7.31 所示,填写商业报告正标题与副标题。

商业报告撰写

(2)选择商业报告格式 每种形式包含不同的要素,适合不同的情况,可以依据实际情况选择合适的报告格式,如图 7.32 所示。

商业报告格式

(3)选择报头 依据实际情况选择报告头部分所需要的要素,如图 7.33 所示。

报告头部分格式

(4)选择报告要素 选择商业报告正文需要的要素,如图 7.34 所示。

商业报告正文

(5)其他内容 在对话框中填写相应内容,撰写商业报告,如图 7.35 所示。

报告填写界面

(6)商业报告预览 填写完成后,点击“预览”可以预览商业报告,如图 7.36 所示。

商业报告预览

如果需要对报告进行修改,可以点击“上一步”,修改满意后点击“完成”生成商业报告。

4. 思考题

(1)自拟一份商业报告,熟悉报告撰写步骤。

(2)和同学讨论,思考如何获取报告要素内容,是否还有其他可以增加的要素?

(3)如何撰写一份好的报告?

第 8 章

网上银行与支付

网上银行是银行以 Internet 为媒介,为客户提供账户信息查询、转账付款、在线支付、代理业务等自助金融服务。网上银行一般分为个人网络银行和企业网络银行。个人网上银行是银行为个人客户提供的网上自助金融服务;企业网上银行是银行为企业客户提供的网上自助金融服务。

网上银行需要提供两个方面的内容:一是实现银行自身形象的宣传,进行服务展示与促销活动,它面向公众,为客户提供注册与登录服务;二是为银行的后台管理系统管理员通过输入管理员的口令才能进入,完成系统中每个使用者的账务资金管理。每个使用者首先在银行注册,银行的系统管理员通过输入管理员的口令进入银行的后台管理界面,对申请进行资格审核后,为其建立账号,注入基本使用资金,如 100, 1 000, 100 000 元等。这样,在交易实施过程中,网上银行可以为客户提供资金转账,账务查询等管理功能。

银行的系统管理员,应该对最新在网上银行注册的用户进行应答管理,对已经填写了银行注册申请表的个人和企业进行确认,使之获得合法身份与有效账号。只有在网上银行申请了合法账户和拥有有效密码的用户,才能享受网上支付的种种便利。同时,银行的系统管理员也可以进行添加与删除及修改用户资料的操作。

实验 1 网上银行服务

网上银行服务通常分为个人网上银行和企业网上银行服务。

中国工商银行个人网上银行系统目前推出以下功能:

(1) 账务信息查询 客户可对自己的账务信息,如卡/账号余额、账务历史明细

进行查询,并下载账务历史明细。

(2)卡账户转账 客户可以实现自己的人民币卡账户之间的资金互转以及向同城(本地)他人的灵通卡或信用卡账户划转资金。

(3)银证转账 客户可以实现自己的银行储蓄存款账户或信用卡账户与其在证券公司的资金账户相互划转资金,并可查询自己在证券公司的资金账户实时余额。

(4)外汇买卖 客户可在 Internet 上根据该行提供的汇率信息进行买卖外汇、撤单及查询有关外汇交易信息等活动。

(5)B to C 在线支付 客户在中国工商银行的特约网站上购物时,可在线实时支付货款并获得银行反馈的有关支付信息。

(6)客户服务 客户可以在线修改登录密码、修改信用卡信息以及修改网上银行客户信息。

(7)账户管理 客户可以对本人在 ICBC 个人网上银行注册的账户权限、状态进行修改,比如更换自己的登录卡号、冻结及删除某些卡等。

(8)账户挂失 客户的信用卡、灵通卡或存折等遗失或被偷窃时可在线对其进行本地挂失(非全国挂失)的操作。

企业网上银行业务包括账户信息查询、转账付款、B to B 在线支付等内容。B to B 在线支付业务是指企业(卖方)与企业(买方)通过 Internet 上的电子商务网站进行交易时,银行为其提供网上资金结算服务的一种业务。目前中国工商银行企业网上银行能为集团客户和一般客户提供以下服务:

(1)集团理财 集团企业总(母)公司可随时查看各分(子)公司人民币及外币账户的发生额、余额等详细信息,并可主动向分(子)公司下拨或上收资金,实现资金的双向调拨,达到监控各分(子)公司资金运作情况、整个集团资金统一调度管理的目的。集团理财功能包含账户管理和主动收款两项子功能。

账户管理 集团企业总(母)公司可对注册的所有总(母)公司和分(子)公司账户进行余额、当日明细、历史明细的查询和下载。其中,当日明细查询可提供包括凭证号、用途、借贷标志、发生额、发生时间、对方账号和对方单位名称等信息;历史明细查询可提供包括借贷标志、发生额、对方账号、摘要、入账日期、凭证号等信息。

主动收款 集团企业总(母)公司可直接从注册的所有分(子)公司账户主动将资金上收至集团企业总(母)公司的账户中,而不必事先通知其分(子)公司。

(2)网上结算 集团企业总(母)公司可通过电子付款指令从其账户中把资金转出,实现与其他单位(在国内任何一家银行开户均可)之间的同城或异地资金结算。网上结算包括电子付款指令的提交、批准、查询、收款人名册的管理等。

指令提交 集团企业总(母)公司可逐笔或批量编辑、填制电子付款指令。指令提交包括“逐笔指令提交”和“批量指令提交”两种方式。“批量指令提交”是为满足客户成批提交电子付款指令的需要而设计的,当客户需要提交超过一笔以上指令时

就不用在“提交指令”功能中多次提交,只要按照规定格式上传一个批量指令文件即可,从而可大大减轻客户财务人员的工作量。

指令批准 集团企业总(母)公司可逐笔审核批准每一条填妥的电子付款指令或每一个上传的批量指令文件,经过其他财务人员的审核批准后的指令才真正生效,从而满足客户内部控制的需要。

指令查询 集团企业总(母)公司可逐笔查询每一条填妥的电子付款指令或每一个上传的批量指令文件,查看指令的详细信息,确定指令的状态,从而对填制、审批、作废电子付款指令等活动实现全程监控和管理。

收款人名册 集团企业总(母)公司可将经常有业务往来关系的收款机构存入收款人名册,并可进行修改、删除,每次支付时可通过下拉菜单直接选择收款机构及账户,无需手工输入,从而大大简化了电子付款指令的填制。

(3)网上购物 集团企业总(母)公司在银行 B to B 特约网站订货或购买服务并产生订单后,可向卖方实时支付货款,从而迅速完成整个网上购物活动。

(4)客户服务 集团企业总(母)公司可自己在网上定制首页、修改本单位的地址、联系电话、传真、电子邮件、企业名称、法人代表等企业资料并获得在线帮助。

首页定制 集团企业总(母)公司可以选择登录工商银行企业网上银行后所显示的首页面,从而适应自己的使用习惯,减少登录等待时间。

表 8.1 企业客户服务功能列表

客户类型	功能项目	功能说明
集团客户	集团理财	包括集团账户的余额/今日明细/历史明细查询、对分支机构账户的主动收款功能
	网上结算	包括网上结算指令的提交、批准、查询以及批量支付指令的提交、批准和查询
	网上购物	包括网上购物指令的提交、批准和查询
	客户服务	包括客户资料的管理、查询和修改
一般客户	账户管理	包括一般客户账户的余额/今日明细/历史明细查询
	网上结算	包括网上结算指令的提交、批准、查询以及批量支付指令的提交、批准和查询
	网上购物	包括网上购物指令的提交、批准和查询
	客户服务	包括客户资料的管理、查询和修改

客户资料管理 集团企业总(母)公司可浏览和在线修改自己的一些基本资料,如本单位的地址、联系电话、传真、电子邮件、企业名称、法人代表等。

在线帮助 集团企业总(母)公司在操作中遇到疑难时可在线获得操作指导和帮助。

一般客户除不能使用“集团理财”中的“主动收款”和查询分(子)公司账户以外,可享受与集团客户一样的服务。

特约商户使用商户代码登录系统后可以对该商户发生的网上交易进行管理。商户可以使用该系统上传清算文件、处理客户退货、与工行对账、下载成功交易明细、查询错误交易明细、查询交易的清算状态以及对对账不成功的交易进行必要的处理。

1. 实验目的

- (1) 熟悉网上银行为客户提供的服务内容。
- (2) 掌握网上银行的使用技能。

2. 实验内容

- (1) 网上银行服务申请操作。
- (2) 个人和企业信息查询操作。
- (3) 个人和企业信息修改操作。
- (4) 个人和企业收支明细查询操作。
- (5) 个人和企业订单查询操作。
- (6) 用户转账操作。
- (7) 修改密码操作。

3. 实验指导

有条件的学校可以直接通过有关银行网站操作网上银行。例如,中国工商银行的网址为:www.icbc.com.cn;招商银行的网址为:www.cmbchina.com。不同的银行对网上业务管理方法是不同的,如中国工商银行对个人网上银行的管理全部采用网上进行,没有专用软件,而招商银行则开发了专用的个人网上银行管理系统,用户下载至本地计算机安装后使用,操作网上业务时需要联机进行。下面分别以招商银行和模拟银行为例介绍个人网上银行的操作。

• 招商银行网上银行操作

(1) 招商银行网上支付开户申请 要求用户持有招商银行“一卡通”银行卡才可开通网上支付功能。有两种方式可供选择:

方法1 网上申请。进入招商银行网页,选择“个人银行—登录”,进入网上个人银行系统后,选择“支付卡申请”来在线申请网上支付卡,如图8.1所示。即时申请,即时开通。

方法2 到招商银行营业点申请。携带本人身份证和“一卡通”,到任一网点办

图 8.2 行支付卡申请

理本项服务的开通手续,取得网上支付卡和专用密码。

图 8.3 申请过程

(2)招商银行证书申请 申请证书过程如图 8.2 所示。在招商银行网页上下载并安装招商银行个人银行专业版,主界面如图 8.3 所示。

(3)证书管理 在图 8.3 中单击“证书管理”,显示证书管理界面如图 8.4 所示。使用证书管理功能实现证书申请、证书下载、证书更新、证书查询、证书备份、证书恢复等工作。

图 8.4 网上银行专业版主界面

(4)网上业务处理 使用个人网上银行专业版,进行网上有关业务处理如图 8.5 所示。基本业务包括功能一卡通账户查询、一卡通当天账务、一卡通历史账务、网上支付记录、支付卡号查询、转账、汇款、缴费、挂失、修改密码、自助贷款、外汇买卖等。

图 8.5 网上银行服务

● 模拟银行操作

(1)账户申请 进入实验室点击“网上银行”,然后单击“前台”登录虚拟银行服务区,如图 8.6 所示。申请个人支付账号,输入要申请的用户名,确定以进行个人信息填写。

图 8.6 银行服务区

(2)个人信息填写 个人信息填写表单如图 8.7 所示。填写用户信息后点击“提交”。然后“返回首页”查询账户审批结果。

图 8.7 信息填写表

(3)账户审批结果查询 回到虚拟银行服务区后,点击“查询账户审批结果”,输入用户名与密码,进入后即可得到审批结果如图 8.8 所示。注意记录自己的账号及 PIN 码,根据需要可以修改 PIN 码。设置 PIN 码完成后点击“现在登录”即可使用网上银行提供的服务。

(4)服务使用 在个人银行登录界面输入账号、PIN 码,登录后就可以进行个人

审批结果信息

(企业)银行服务,服务内容包括:用户信息查询及修改、收支明细、订单查询、用户转账、密码修改,如图 8.9 所示。

企业用户银行服务操作与个人银行服务类似,不再重复。

银行服务页面

4. 思考题

- (1)简述网上银行能够提供哪些服务。
- (2)修改密码功能有何实际意义?
- (3)与现实中的银行相比较,网上银行服务有什么优势和劣势?
- (4)阐述你对网上银行的观点,并说明理由。

实验 2 网上银行管理

网上银行管理系统是银行对网上业务(包括个人业务与对公业务)进行管理和操作的系统。网上银行系统的主要功能包括对银行操作人员的管理、客户信息(身份)的管理、客户业务的管理、特定网站的管理、网络安全的管理等方面。根据网上银行业务实行分级管理体制的要求,可以分为总行管理系统、省行管理系统、市行管理系统和证书管理系统等。

总行管理系统和省行管理系统通过 8 级柜员管理制度和自定义柜员组功能,实现灵活有效的系统管理机制,从而充分调配系统管理资源。系统可以实现总行的柜员管理、省行的柜员管理和分行管理。对系统设置可以进行网关配置、日志查询、功能添加以及统计、打印报表、批量操作等功能;在对公模块中,可以完成集团企业客户的开户、账户授权、初审与终审。对柜员管理系统实行双重柜员审核制,即对下级柜员进行除查询外的操作,需要审核柜员输入审核柜员的柜员号和密码,输入信息正确后,对柜员的操作才能真正实现。并且,柜员在实行某些重要业务的操作时,也需上一级柜员进行授权操作。

市行管理系统通过 10 级柜员管理制度和自定义柜员组功能,实现灵活有效的系统管理机制,从而充分调配系统管理资源,实现市行的柜员管理;对系统设置可以进行外汇买卖、主机业务摘要、证券买卖操作,以及统计、打印报表、批量操作等功能;在对公模块中,可以完成集团企业客户的开户、账户授权与终审。对柜员管理系统实行双重柜员审核制,即对下级柜员进行除查询外的操作,需要审核柜员输入审核柜员的

柜员号和密码,输入信息正确后,对柜员的操作才能真正实现。柜员在实行某些重要业务的操作时,也需上一级柜员进行授权操作。市行三级柜员的生成关系为:市行主管柜员由一名省行操作员操作,一名省行主管柜员审核生成;市行主办柜员/市行经办柜员由一名市行主管柜员操作,另一名主管柜员审核生成。客户或商户的开户及相关操作需要属于具有该功能权限的功能组的市行经办柜员操作,主办柜员审核。

网上银行管理员通过证书管理系统对证书操作员进行管理,无权直接操作用户证书。证书操作员通过证书管理系统软件进行用户证书的管理。主要包括证书申请、证书更新、证书作废、证书冻结解冻、证书冻结表和证书作废表查询等功能。客户证书是指存有客户身份证明文件的 IC 卡,它对合法客户的身份认证、对非法客户的拒绝起到决定性的作用。企业网上银行客户证书是一种建立在信任及信任验证机制基础上的验证标识,通俗的说就是在企业网上银行系统中惟一辨别用户身份的数字标识。在网络中,客户证书如同生活中的身份证一样可以标识用户的身份以及相关信息。同时,通过客户证书,使企业网上银行用户与企业网上银行的认证中心(CA)建立起一整套的安全认证机制。

1. 实验目的

- (1)熟悉网上银行日常业务内容。
- (2)掌握网上银行的业务处理操作技能。

2. 实验内容

- (1)客户新开户审批、销户操作。
- (2)客户存、取款操作。
- (3)客户信息和使用情况查询。

3. 实验指导

有条件的学校可以直接通过有关银行网站操作网上银行。例如,中国工商银行的网址为:www.icbc.com.cn;招商银行的网址为:www.cmbchina.com。下面的操作是以模拟系统为例。

(1)登录网上银行后台管理系统 单击“网上银行/后台/虚拟银行管理登录”,输入正确的管理员用户名、密码后登录进入后台管理系统,如图 8.10 所示。

■行后台管理系统

(2)客户开户审批 单击“开户审批”,进入审批操作界面,如图 8.11 所示。点击一新用户名,查看用户资料,如图 8.12 所示。

开户审批断用户资料

经审查确认合格后单击“关闭”按钮,返回图 8.11 所示“开户审批”界面,在“选择”栏打钩,再点击“审批”,即可进行审批操作,如图 8.13 所示。

进行审批

单击“确定”,完成审批操作。

(3)储户存款 在图 8.10 中单击“储户存款”,进入后即可进行存款操作,如图 8.14 所示。

储户存款

输入“存款账号”和“存入金额”,点击“存入”后即完成存款操作。

(4)储户取款 在图 8.10 所示的页面中单击“储户取款”,进入后即可进行取款操作,如图 8.15 所示。

储户取款

填写“取款账号”、“PIN 码”及“取款金额”后,点击“取款”即完成取款操作。

(5)储户资料查询 在图 8.10 所示的页面中单击“储户资料查询”,进入储户资料查询操作界面,如图 8.16 所示。

储户资料查询

点击要查看的用户名,查询用户资料,如图 8.17 所示。

图 8.17 资料信息查询

(6)网上银行支付订单查询 在图 8.10 中单击“网上定单查询”,进入后即可进行网上订单查询操作,如图 8.18 所示。

图 8.18 网上订单查询

(7)注销储户 在图 8.10 所示的页面中单击“注销储户”,进入后输入账号即可。如图 8.19 所示。

图 8.19 注销储户

4. 思考题

- (1) 简述网上银行日常业务的内容。
- (2) 为什么在存款和取款时均需要密码？
- (3) 在什么情况下银行可以取消储户账户？
- (4) 用户信息查询有何用途？

实验3 电子钱包申请

电子钱包是网上银行支付的一种重要手段,具有方便、快捷及安全等特点。本实验介绍电子钱包的申请过程,读者注册一个属于自己的电子钱包,体验电子钱包的种种便捷。

1. 实验目的

- (1) 掌握电子钱包的申请过程。
- (2) 了解和掌握数字证书的注册和获取过程。

2. 实验内容

- (1) 注册新用户。
- (2) 添加支付卡。
- (3) 数字证书注册和获取。

3. 实验指导

(1) 创建电子钱包用户 进入实验室,单击“网上银行/电子钱包管理”(如图 8.20 所示),点击“新建用户”按钮,出现创建新用户界面,输入用户 ID、口令及确认口令,点击“确认”按钮,返回图 8.20 界面。

电子钱包登录

(2) 电子钱包管理 在电子钱包登录页面输入新创建的用户 ID 和口令后登录,进入电子钱包管理页面,如图 8.21 所示。点击“添加”按钮,将弹出添加支付卡网页对话框,然后依次填写对卡的说明、卡的账号、选择卡的种类及到期日期、选择证书注册所使用的语言,点击“下一步”,进入如图 8.22 所示页面,确认卡信息是否正确,若不正确,进行修改,点击“完成”按钮,进入如图 8.23 所示的证书申请准备界面。

(3) 获取证书 在图 8.23 中确认后,即进入下载证书页面 8.24,接受协议内容后,进入如图 8.25 所示的信息输入界面,完成输入点击“确定”按钮,若无异常,将弹

电子钱包管理

信息确认对话框

证书对话框

出认证信息对话框,提示证书成功取得,如图 8.26 所示。若被拒绝,查找原因,进行纠正。

图下载证书

图证书信息

图书申请成功

4. 思考题

- (1) 申请电子钱包需要填写哪些基本信息？
- (2) 申请电子钱包证书有何作用？

实验 4 电子钱包使用

电子钱包在网上交易中具有广泛的应用,本节实验旨在通过使用电子钱包在网上购物,展示电子钱包的使用过程。

1. 实验目的

- (1) 掌握电子钱包的使用过程。
- (2) 体会使用电子钱包进行网上购物的优点。

2. 实验内容

使用电子钱包进行支付购买商品。

3. 实验指导

(1) 支付方式选择 进入网上商场,依次进行商品选择、到收银台、选择运输方式和网上支付方式后,进入如图 8.27 所示的网上支付选择页面。

图 8.27 网上支付选择

(2) 使用电子钱包 选择使用电子钱包支付,弹出电子钱包登录框,如图 8.28 所示。

图 8.28 电子钱包登录界面

(3) 进入电子钱包 输入用户 ID 和口令进入电子钱包页面,如图 8.29 所示。

图 8.29 电子钱包

(4) 选择支付卡 点击账号选择里面的“我的德意卡”进行支付。此时该卡会弹出输入 PIN 码的提示。输入 PIN 码后弹出如图 8.30 所示的支付确认页面。

图 8.30 支付确认

(5) 完成支付 点击确认按钮,即可完成电子钱包的在线支付了。此时收款方

返回持卡人支付成功的信息和确认信息,如图 8.31 所示。

■ 发卡方返回信息

4. 思考题

- (1) 电子钱包与一般支付卡相比有何优势?
- (2) 使用电子钱包支付应注意什么?

第9章

网上证券

1. 实验环境

在证券公司的模拟炒股栏目进行。本实验是以广东证券股份有限公司中天网的内容为例进行。其他网站的类似,可以通过搜索引擎的模拟炒股关键词查找。

应用广东证券股份有限公司中天网的《中天 Stock2000 标准版 2.0》进行分析 软件下载地址 <http://www.stock2000.com.cn/>。

软件下载完成后在本地计算机上进行安装,并与网络连接。

模拟交易在广东证券股份有限公司中天网进行,网址是 <http://www.stock2000.com.cn/>。

1. 网上股票交易的基本流程

- (1)登录提供网上股票交易(模拟交易)服务的网站。
- (2)应用网上股票分析软件对股市的大势和个股行情进行分析。
- (3)股票选择。
- (4)根据持仓情况确定买入/卖出的股票和数量。
- (5)委托交易。

实验1 用户注册

1. 实验目的

通过本实验掌握网上证券交易的注册方法。

2. 实验内容

- (1) 进入提供网上证券交易的网站。
- (2) 申请开户。

3. 实验指导

- (1) 运行系统 可采用如下2种方法之一：

方法1 从桌面上单击中天 Stock2000 标准版快捷键,运行中天 Stock2000 标准版。

方法2 单击“开始”,然后在“程序”栏中单击 Stock2000 标准版 快捷。

图登录网

(2) 进入交易网站 在在线状态下,将光标指向 上中天网 菜单项并单击鼠标左键,单击“中天主站”命令行,进入中天主站的主页。如图9.1和9.2所示。

图天网首页

- (3) 进入股票学校 单击主页上的“学校”,进入股市学校界面。

- (4) 注册 单击“注册登录”,进入登录界面。

- (5) 个人资料输入 单击“成员注册”,输入个人资料信息,如9.3图所示。

(6) 开户申请结束 个人资料输入完成后,单击“确定”,如果资料格式正确,则成功开户,并返回登录界面。

图注册信息

4. 思考题

- (1) 注册后需要做哪些工作才能进行模拟交易？
- (2) 中天网为股民提供哪些个性化服务？

实验2 大盘分析

1. 实验目的

通过本实验,学会如何查询和分析深沪大盘指数的走势,包含上证 30 指数、上证走势、上证领先指标、上证 A 股走势、上证 B 股走势、上证买卖力道、深证综指走势、深证成指走势、深证领先指标、深证 A 股走势、深证 B 股走势、深证买卖力道、上证深证走势。

2. 实验内容

- (1)使用大盘分析工具。
- (2)分析深证领先指标。
- (3)分析上证领先指标。
- (4)分析当前沪市深市大盘走势。

3. 实验指导

(1)运行系统,可采用前面所述两种方法之一,结果如图 9.4 所示。

(2)指数查询 将光标指向 大盘分析 菜单项并单击鼠标左键,将鼠标或上下键移到想看的指数,并单击鼠标左键,即可进入该大盘走势画面。例:单击“上证 30 指数”,如图 9.5 所示为上证指数图。

画面说明

- 左边上方为当日上证指数即时走势图,即每分钟上证指数所构成的曲线图。
- 左边下方为当日上交所成交量指标,每一柱状线是一分钟累计成交量。
- 右边为详细信息:

上证指数 当前上证指数。

上证涨跌 当前上证指数与前一交易日收盘的涨跌数值,若为上涨用红色表示,下跌用绿色表示。

上证 A 股 当前上证 A 股指数。

图 9.5 (上证指数)图

上 A 涨跌 当前上证 A 股指数与前一交易日收盘的涨跌数值。

上证 B 股 当前上证 B 股指数。

上 B 涨跌 当前上证 B 股指数与前一交易日收盘的涨跌数值。

成交总额 当天开盘到现在的个股累计成交金额。

成交手数 当天开盘到现在的个股累计成交手数(1 手为 100 股)。

委买手数 当天所有个股委托买入下三档的手数相加的总和。

委卖手数 当天所有个股委托卖出上三档的手数相加的总和。

委比 委买手数与委卖手数的比率。当委比为正值时,表示买方比卖方强。当委比为负值时,表示卖方比买方强。

上证开盘 当天开盘指数。

上证最高 当天开盘到现在上证指数最高值。

上证最低 当天开盘到现在上证指数最低值。

上涨家数 上交所所有股票的上涨家数。

平盘家数 上交所所有股票的平盘家数。

下跌家数 上交所所有股票的下跌家数。

(3) 查询当前深证领先指数走势

①移动鼠标,将光标指向系统主菜单上的“大盘分析”。单击鼠标左键,弹出“分析栏目”子菜单。

②单击“大盘分析”菜单下的“深证领先”命令,弹出深证领先指数画面。可以查看到深证领先指数的实时走势。内容包括:涨跌、幅度、最高、最低、昨收。

③在深证领先指数的走势图区域,单击鼠标左键,启动十字光标,可以查看到每分钟的深市领先指数、涨跌以及成交量,如图 9.6 所示。

图 9.6 深证领先

④查询当前沪市领先指数走势 具体操作同上。

⑤查询当前沪市深市大盘走势 如图 9.7 所示。

图 9.7 沪深走势图

单击“大盘分析”子菜单下的“上证深证走势”命令,弹出沪深大盘分析窗口,可以同时查看到上证指数、深证成指的实时走势。

在上证指数或深证成指的走势图区域,单击鼠标左键,启动十字光标,可以查看到每分钟的上证指数或深证成指、涨跌以及成交量。

4. 思考题

(1) 大盘分析包括哪些内容?

(2) 如何进行在线大盘分析?

实验 3 行情分析、个股实时分析和技术分析

1. 实验目的

通过本实验,学会如何全面、及时、准确了解证券市场实时行情,在屏幕上纵览股市大局。

掌握如何查询和分析某只股票的实时行情,并学会利用技术分析工具和画线工具,对大势及个股进行技术分析。

2. 实验内容

- (1)查看行情报价表。
- (2)分析股票的实时行情。
- (3)分析个股的买卖力道。
- (4)分析个股的量比指标。
- (5)K 线图的分析。

3. 实验指导

(1)查看实时行情 系统主菜单上的 报价分析 。单击鼠标左键,弹出 报价分析 栏目的子菜单。在 报价分析 子菜单中,选取“分类股”,启动分类实时行情报价表,如图 9.8 所示。

图 9.8 股类型选择

(2)单击“深证 A 股”,弹出行情报价表,如图 9.9 所示。

图 9.9 A 股行情表

显示的数据包括:今开(今日开盘价)、最高(最高成交价)、最低(最低成交价)、最新(最新成交价)、涨幅、总手(总成交手数)、现手、总额(总成交额)、涨跌、委买、委卖等。

(3)分析某只股票的实时行情 可采用如下任意一种方法选择某一股票(如北大高科),如图 9.10 所示。

图 9.10 股实时行情

• 通过按 PageDown(显示下一屏股票)或 PageUp(显示上一屏股票)找到该股票,然后双击该股票。

- 直接在键盘上输入该股票的股票代码,如 0004(北大高科的股票代码);
- 直接在键盘上输入该股票的拼音简称,如 BDGK。

- 单击鼠标右键,单击“返回”返回上一级。

(4)分析个股的买卖力道 单击“个股即时分析”的“分类股”,单击“买卖力道”命令行,弹出类型选择界面(界面与第一步的界面相同)。单击“深证 A”,然后采用与第三步相同的方法选择某一股票(如北大高科)。单击鼠标右键,单击“返回”返回上一级,如图 9.11 所示。

图 9.11 买卖力道

(5)分析个股的量比指标 单击“个股即时分析”的“分类股”,单击“买卖力道”命令行,弹出类型选择界面(界面与第一步的界面相同)。单击“深证 A”,然后采用与第三步相同的方法选择某一股票(如北大高科)。单击鼠标右键,单击“返回”返回上一级。

(6)技术分析 如图 9.12 所示。

- 将光标指向“技术分析”菜单项,并单击鼠标左键。
- 用鼠标或上下键移到想看的指标类型,并双击鼠标左键,选择要进行分析的技术指标(如 MACD 趋向指标)。
- 将鼠标或上下键移到想看的类别(如深证 A 股),并双击鼠标左键,即可进入该类别的第一个品种的技术分析日 K 线图画面。
- 直接在键盘上输入该股票的股票代码(如北大高科的股票代码 0004)或股票的拼音简称(如 BDGK),就可查看该股票的 K 线图,如图 9.13 所示。

图 9.12 K 线图

“北大高科”的日 K 线图说明:

- 左边上方主图为 K 线(或美国线、点线)图,即每日(周期)一条 K 线(美国线、点线)所构成的曲线图。此外,还配有四条移动平均线。
- 左边下方为左下方是副图,可设定一次显示 0 个到 3 个副图,分别显示由 F3 选定的副图指标。缺省为一个副图含成交量指标,每一柱状线表示一个周期的累计成交量(日、周、月、5min 等)。此外,在成交量指标上还配有三条成交量移动平均线。
- 右上方是当前股票交易信息,如买入、卖出、成交、涨跌、总手等。

4. 思考题

- (1)股票技术分析包括哪些内容?
- (2)如何快速查询某一股票的实时行情?

实验4 模拟交易

1. 实验目的

通过本实验掌握网上交易的方式和方法。

2. 实验内容

- (1)模拟股票买入。
- (2)模拟股票卖出。
- (3)委托查询。
- (4)成交查询。
- (5)账单查询。

3. 实验步骤

(1)网站登录 进入股市学校界面,单击“注册登录”,进入登录界面,如图9.14所示,输入股民账号和登录密码,单击“登录”按钮。

图9.14 注册登录

- (2)登录成功后,单击“股市学校”。
- (3)单击“模拟炒股”,弹出模拟炒股界面,如图9.15所示。

图9.15 模拟炒股

- (4)股票买入 单击“买入股票”,如图9.16所示。

图9.16 买入股票

在“你可重新选择买入股票”处输入选择买入的股票代码,单击“确认”按钮。在“买入价格”和“买入数量”中分别输入你想买入的价格和数量,单击“买入”按钮。单击“买入确认”按钮,如图9.17所示,弹出委托结果,如图9.18所示。

图9.17 买入确认

图9.18 买入成功

(5)卖出股票 单击“卖出股票”,在卖出委托中填入股票代码,填写委托价格,并根据可卖股票数量,填入委托数量,单击“卖出”,然后在委托确认中,单击“卖出确认”按钮,完成一个卖出委托下单过程。

(6)委托查询 单击“委托查询”按钮,输入查询时间段,单击“显示历史委托查询结果”,查看各项委托的交易情况,如图 9.19 所示。

图 9.19 委托查询

(7)成交查询 单击“成交查询”按钮,输入查询时间段,单击“显示历史成交查询结果”,查看各项委托交易的成交情况。在列表中,显示股票代码、买/卖、证券名称、成交数量、成交价格、成交日期、成交编号等,如图 9.20 所示。

图 9.20 成交查询

(8)对账单查询 单击“对账单查询”按钮,输入查询时间段,单击“显示对账单查询结果”,查看对应查询时间段内各项交易的资金收支情况。

4. 思考题

(1)委托交易包括哪些内容?

(2)对账单查询的目的是什么?

第 10 章

企业内部工作管理

实验 1 企业领导工作管理

1. 实验目的

- (1)了解企业领导工作管理的内容。
- (2)掌握企业领导工作管理的操作。

2. 实验内容

- (1)查询下属的汇报。
- (2)向下属安排工作。
- (3)进行项目管理。
- (4)密码修改。

3. 实验指导

(1)进入企业内部管理登录 点击“企业网站/企业内部管理”,即可进入企业内部管理登录页面,如图 10.1 所示。

(2)进入内部工作管理系统 输入登录代号和密码即可进入如图 10.2 所示得页面。

(3)领导查询下属的汇报 选取要查询的员工,单击“查看”,进入汇报查询系统,图 10.3 所示。



图 10.1 企业内部管理总页面

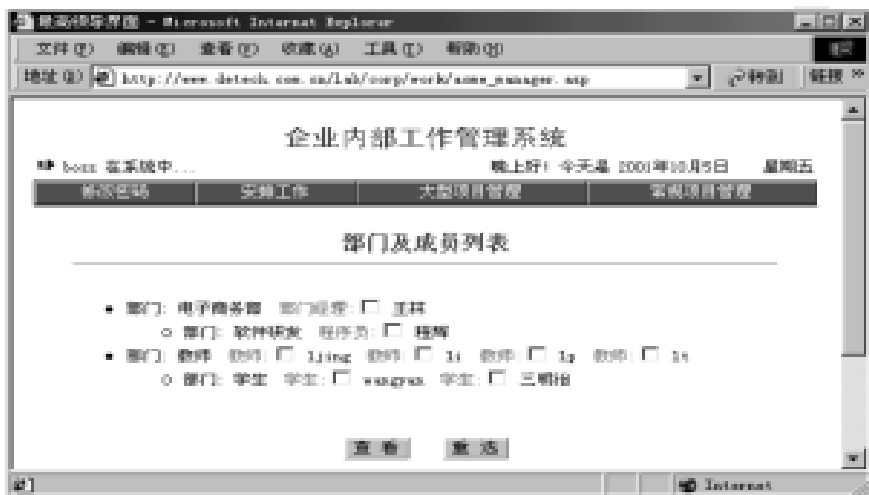


图 10.2 企业内部工作管理



图 10.3 汇报查询系统

选择汇报的类别和时间段后单击“查询”即可看到员工的汇报,如图 10.4 所示。

大型项目工作进展汇报列表

姓名	项目名称	工作情况	汇报时间	点评
王群	项目1	顺利完成,需要加强风险控制	2000-1-18 18:15:30	点评

常规项目工作进展汇报列表

查看详细记录>

日常工作情况汇报列表

姓名	汇报工作情况	汇报时间	点评
王群	一切顺利进行	2000-1-18 18:15:30	点评

学习情况汇报列表

查看详细记录>

阶段工作总结

查看详细记录>

其他情况

查看详细记录>

图 10.4 下属汇报查询

(4)对下属的汇报进行点评 在查阅汇报后,单击“点评”,即可对下属汇报作评价,评语完成后单击“发送”,如图 10.5 所示。

点评 - Microsoft Internet Explorer

您好!你正在作点评

希望你能提前完成任务!继续加油!

发送 重写

图 10.5 点评汇报

(5)查询以前向下属安排的工作 在企业内部工作管理主页面单击“安排工作”,选择要安排工作的对象,单击“选定”,即可查看原来安排和布置新任务,如图 10.6 所示。

选择时间段后单击“查看”,即可看到以前安排的工作,如图 10.7 所示。

(6)领导下属安排工作 将工作内容输入后,如上图 10.6 所示单击“确定”即可。

图 10.6 工作安排查询

图 10.7 以前安排的工作

(8)常规项目管理 与大型项目的操作相同,本节指导省略。

(9)密码修改 在企业内部工作管理主页面单击“修改密码”,进入后输入原密码和新密码,单击“修改”即可。如图 10.9 所示。



图 10.8 增加项目

修 改 密 码	
请输入原密码	****
请输入新密码	****
请再输入一次	****
修 改 重 填	
返回o3cs的主页面	

图 10.9 修改密码

4. 思考题

- (1) 简述企业领导工作管理的内容。
- (2) 为什么在向下级下达任务时需要查阅以前的安排？
- (3) 领导能否向下级越级下达任务？
- (4) 对下级汇报进行点评有何意义？
- (5) 在什么情况下可以对项目进行修改或删除？

实验2 企业一般员工工作管理

1. 实验目的

- (1)了解一般员工工作管理的内容。
- (2)掌握一般员工工作管理的操作。

2. 实验内容

- (1)查看领导布置的任务。
- (2)查看历史汇报记录。
- (3)领导点评查阅。
- (4)汇报工作、学习情况。
- (5)修改当天的汇报。

3. 实验指导

- (1)登录企业内部管理系统 参见实验1指导。
- (2)进入企业内部工作管理系统 输入正确的用户名和密码后即进行内部管理,如果有领导新安排的任务,则系统会给予提示,如图10.10所示。

单击“确定”,进入内部工作管理,如图10.11所示。



图 10.10 新任务提示



图 10.11 员工内部工作管理

(3)查看领导布置的任务 单击“我的工作任务”,查看新任务,单击“查看以往的工作任务”,则查阅原来的任务,如图 10.12 所示。

我的工作任务			
工作布置人	工作任务描述	要求完成时间	下达布置时间
boss	设计一个款式建筑	2003-4-22	2003-4-20 19:11:13
boss	设计一个模型	2003-4-20	2003-4-20 19:32:40
boss	12部左右书籍检测工作。	2003-4-20	2003-4-20 19:36:41
查看以往的工作任务			
周王林 的主页面			

图 10.12 查看新任务

(4)查看历史汇报记录 在员工内部工作管理主页面中单击“查看历史记录”,进行历史汇报的查看,选定要查阅的记录条件后,单击“查询”,结果如图 10.13 所示。

日常工作情况汇报列表		
日常工作情况	汇报时间	*
一切顺利!	2003-4-10 19:57:35	
一切进行顺利!	2003-4-10 19:16:24	有点评

图 10.13 记录查询结果

(5)领导点评查阅 如果领导对汇报有点评,查询结果中有提示,单击“有点评”,则看到领导的评语,如图 10.14 所示。

查看点评 - Microsoft Internet Explorer		
给我的点评		
点评人	点评内容	时间
boss	继续努力	2003-4-10 19:26:31
返回		

图 10.14 查阅领导点评

(6)汇报日常工作情况 在员工内部工作管理主页面中单击“汇报日常工作情况”,进行日常工作情况汇报,如图 10.15 所示。

(7)汇报大型项目工作情况 与汇报日常工作情况操作相似(操作指导略)。

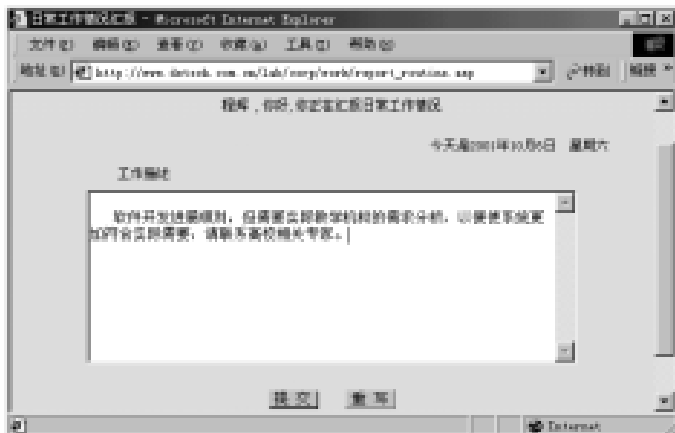


图 10.15 日常工作情况汇报

(8) 汇报常规项目工作情况(操作指导略)。

(9) 汇报学习情况(操作指导略)。

(10) 阶段工作总结(操作指导略)。

(11) 提交其他情况(操作指导略)。

(12) 修改当天的汇报 在员工内部工作管理主页面中单击“修改当天的汇报”，对当天汇报进行修改，如图 10.16 所示。

大型项目工作情况汇报列表			
项目名称	工作情况	汇报时间	???
电子商务	争取早日完成。	2003-4-10 20:04:16	修改
e5et	碰到一个问题，需要和编程讨论	2003-4-10 19:17:32	修改
常规项目工作情况汇报列表			
没有相关记录!			
日常工作情况汇报列表			

图 10.16 当天汇报修改

单击“修改”，进入修改页面，与图 10.15 相同，修改后提交即完成修改。

4. 思考题

(1) 简述企业员工工作管理的内容。

(2) 对当天汇报进行修改功能有何意义？

(3) 在进行项目进展汇报时应注意什么？

第 11 章

网站创建与管理

实验 1 网上商店的创建与管理

1. 实验目的

- (1)了解网上商店创建与管理的定义和功能。
- (2)掌握网上商店创建与管理的流程和操作。

2. 实验内容

- (1)网上商店的创建。
- (2)网上商店各项目的管理。

3. 实验指导

(1)个人网店管理流程 个人网店管理的流程包括商店信息管理、店面设计、商店后台管理、商店发布管理、预览商店和删除商店等的操作。如图 11.1 所示。

(2)登录个人网店系统 点击“企业网站/交易网站搭建”,进入个人网店系统。如图 11.2 所示。

(3)新建个人网店 在个人网店系统中点击“新建网店”,在弹出的“管理员登录”页面中输入学号和密码后,点击“确定”,进入个人网店创建的基本信息管理页面,如图 11.3 所示。填写基本的信息后提交,即可进行商店其他内容的管理。

(4)商店 logo 管理 点击“商店 logo”,进入商店 logo 页面,如图 11.4 所示。点



图 11.1 个人网店管理流程



图 11.2 个人网店系统

击“浏览”，选择图片，上传，为个人网店添加商店 logo。

(5)商店 bannar 管理 点击“商店 bannar”，为个人网店添加商店 bannar。

(6)店面模板设计 点击“模板选择”，为所建商店选择模板。选择模板后，点击“保存模板”，模板保存成功，如图 11.5 所示。

(7)店面友情链接 点击“友情链接”，进入友情链接页面。点击“添加链接”，进行友情网站的链接，如图 11.6 所示。输入链接名称和地址后点击“保存”，友情网站链接成功。添加的友情网站显示在链接列表中，可继续添加，也可删除，删除链接，

建立个人网上商店——基本信息

商店名称	易购
地址	重庆
联系人	text
邮政编码	400044
电话	66666666
电子邮件	textabc@ecp.net
服务承诺	一流的服务，超值的享受。
商店简介	物品丰富，价格适中。

图 11.3 基本信息管理



图 11.4 个人网店 logo 管理

只要点击链接后面的“×”即可，如图 11.7 所示。

(8) 店面网站新闻管理 点击“网站新闻”，进入网站新闻页面，在网站新闻页面中可以添加和删除新闻，如图 11.8 所示。

(9) 网店商品类别管理 点击“商品类别管理”，进入商品类别管理页面，在商品

模板选择



模板1



模板2



模板3



模板4



模板5



模板6

保存模板

图 11.5 商店模板选择

图 11.6 链接添加

友情链接		
链接名称	链接地址	
搜狐	Http://www.sohu.com	×
新浪	Http://www.sina.com	×
添加链接		第1页/共1页(总计1笔)

图 11.7 友情链接网站

网站新闻		
新闻标题	新闻内容	
考研：是否会成为你的选择？	你会考研吗？	×
添加新闻		第1页/共1页(总计1笔)

图 11.8 网站新闻

类别管理页面中可进行商品类别的添加和删除,如图 11.9 所示。

商品类别目录		
类别编号	类别名称	
001	网卡	×
002	《计算机网络维护》	×
添加商品类别		第1页/共1页(总计2笔)

图 11.9 商品类别管理

(10)网店商品管理 点击“商品管理”,进入商品管理页面。在商品管理页面中可以进行商品的添加和商品图片的添加等操作,如图 11.10 所示。

(11)商店发布到搜索引擎 点击“发布到搜索引擎”,进行网站在搜索引擎中的发布,如图 11.11 所示,点击“现在发布”,网站发布成功。

(12)商店发布到门户网站 点击“发布到门户网站/现在发布”,网站发布成功。

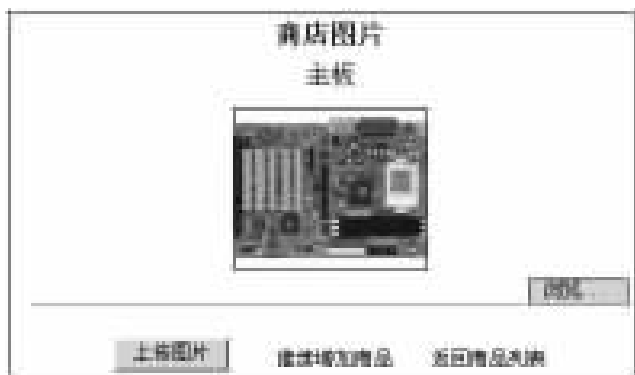


图 11.10 商品管理



图 11.11 发布到搜索引擎

(13) 个人网店预览 点击“预览网店”,即可对创建的网店进行预览,如图11.12所示。

(14) 个人网店删除 在个人网店页面中点击“删除网店”,就可以删除已建立的网店。



图 11.12 网店预览

4. 思考题

- (1) 简述个人网店的管理流程。
- (2) 如何添加商店 logo?
- (3) 如何进行友情网站的链接?
- (4) 网站发布到搜索引擎有何意义?

实验 2 网站信息发布管理

1. 实验目的

- (1) 了解网站信息发布管理的内容。
- (2) 了解网站信息发布管理功能。
- (3) 掌握网站信息发布管理的流程和操作。

2. 实验内容

- (1)在线调查管理。
- (2)文件发布管理。
- (3)广告发布管理。
- (4)新闻发布管理。
- (5)BBS 发布信息管理。
- (6)链接信息的发布管理。
- (7)新闻组信息发布管理。
- (8)邮件信息发布管理。
- (9)案例分析管理。
- (10)网站流量统计管理。

3. 实验指导

(1)登录网站信息发布管理系统 点击“网络营销/网站信息发布管理(后台)”,进入网站信息发布管理页面,如图 11.13 所示。



图 11.13 网站信息发布管理(后台)

(2)文件发布管理 点击“文件发布管理”,进入文件发布管理页面,如图 11.14 所示。

(3)增加文件类别 点击“增加文件类别”,即可进行文件类别的添加。在新增文件类别页面中输入文件类别名称后单击“确定”,文件类别添加成功。也可修改和删除文件类别,如图 11.15 所示。

(4)文件信息 点击“文件信息”,进入文件信息页面,也可删除信息,如图 11.16 所示。

(5)广告发布管理 点击“广告发布管理”,即进入广告发布管理页面,在广告发布管理页面中可以添加、修改广告类别和删除广告信息,如图 11.17 所示。



图 11.14 文件发布管理

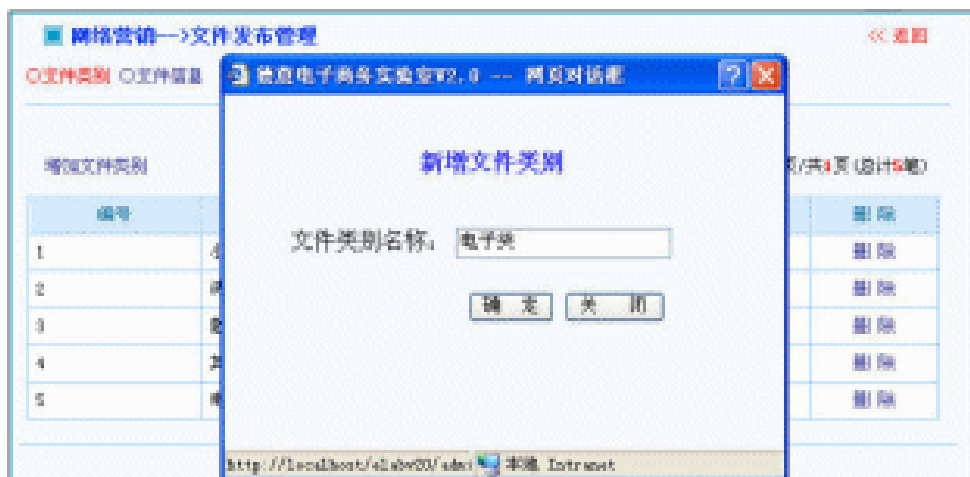


图 11.15 文件类别的增加



图 11.16 文件信息

(6) 广告信息发布 在广告信息页面中对未发布的信息进行发布, 单击未发布信息标题, 在弹出的对话框中单击“发布”, 广告发布成功, 如图 11.18 所示。



图 11.17 广告发布管理



图 11.18 广告信息

(7)前台浏览广告 返回网站信息发布管理(前台),利用搜索引擎搜索刚发布的广告并查看,如图 11.19 所示。

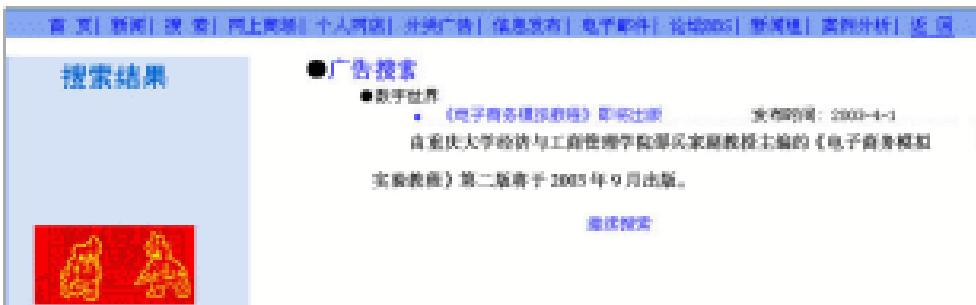


图 11.19 广告浏览

(8)新闻发布管理 点击“新闻发布管理”,即进入新闻发布管理页面。可以添加、发布和删除新闻,如图 11.20 所示。



图 11.20 新闻发布管理

(9)BBS 发布信息管理 点击“BBS 发布信息管理”,进入 BBS 发布信息管理页面。点击“版主管理”,输入版主的用户名和密码后,进行版主管理,如图 11.21 所示。



图 11.21 BBS 发布信息管理

(10)版主修改帖子 在版主管理页面中选择帖子,单击该帖子,可以对帖子进行修改。单击“修改”,填入修改的内容后单击“修改”,即修改成功,如图 11.22 所示。

(11)链接信息发布管理 点击“链接发布信息管理”,进入链接信息发布管理页面,可以进行链接信息和类型的添加、查询及链接信息的发布和浏览等操作,如图 11.23 所示。

(12)新闻组发布信息管理 点击“新闻组发布信息管理”,进入新闻组发布信息管理页面,分别单击相应栏目,即可得到新闻组管理、新闻服务器、注册用户信息和新闻邮件列表等信息,而在各相应页面中又可添加、查询和删除相应信息,如图 11.24 所示。

(13)邮件信息发布管理 点击“邮件信息发布管理”,进入邮件信息发布管理页面,分别单击相应栏目,即可得到邮件服务器、注册用户信息、电子杂志类型和电子杂



图 11.22 版主修改帖子



图 11.23 链接信息发布管理

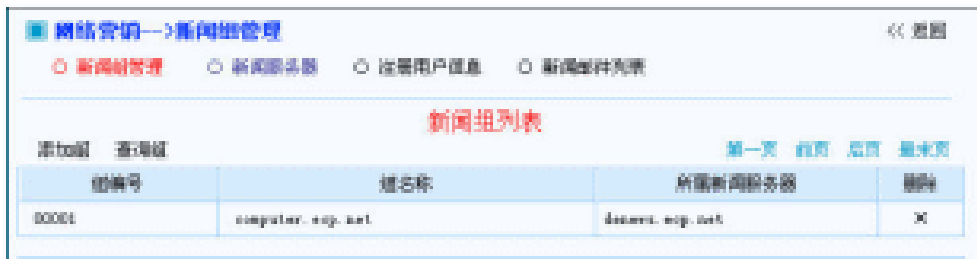


图 11.24 新闻组发布信息管理

志等信息。而在各相应页面中又可添加、查询发布和删除相应信息,如图 11.25 所示。添加的邮件服务器需要在前台的“电子邮件”中去看,显示在注册 E-mail 账号中的邮件服务器的下拉列表中,如图 11.26 所示。



图 11.25 邮件信息发布管理

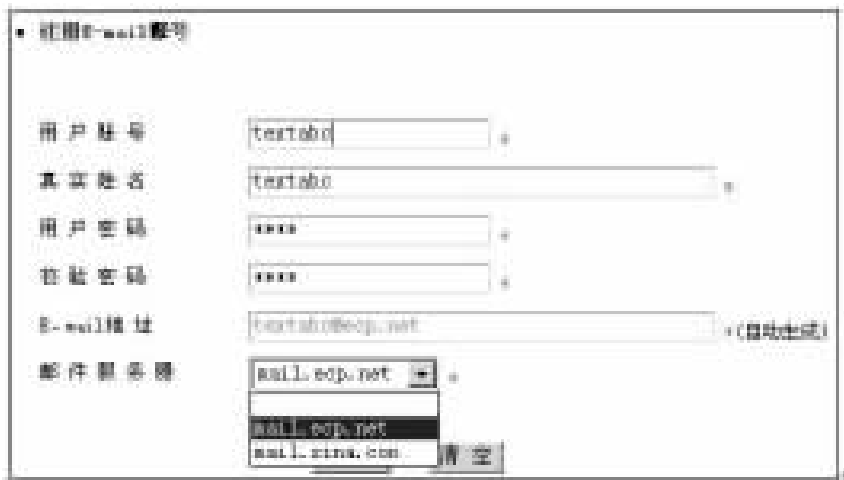


图 11.26 服务器浏览

(14) 案例分析管理 点击“案例分析管理”, 进入案例分析管理页面, 可以增加案例, 如图 11.27 所示。

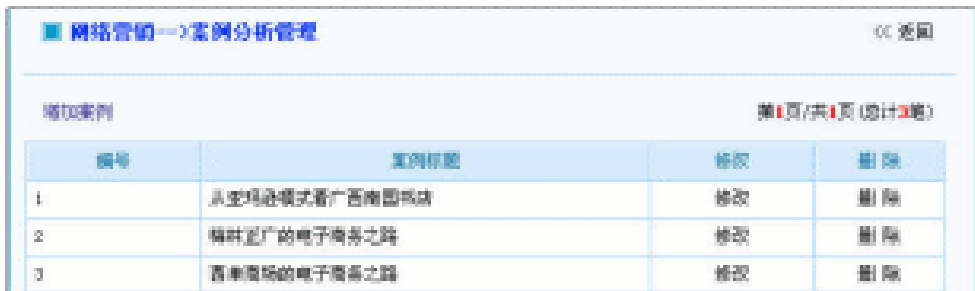


图 11.27 案例分析管理

(15) 网站流量管理 点击“网站流量管理”, 进入网站流量管理页面, 分别单击相应栏目, 即可得到日访问量分析、周访问量分析、月访问量分析、网站访问 IP 分析等数据, 单击“设置”, 对数据重新统计记录。如图 11.28 所示。



图 11.28 网站流量管理

4. 思考题

- (1) 网站信息发布管理的内容包括哪几部分？
- (2) 如何进行文件类型的添加？
- (3) 如何进行广告的发布？
- (4) 如何进行网站流量的管理？

第 12 章

EDI 中心管理

1. 实验目的

通过本章的模拟操作,要求熟练掌握 EDI 的工作原理及业务流程,能够通过 EDI 的服务商进行各种电子商务活动。

2. 实验内容

- (1)熟悉 EDI 的工作流程。
- (2)申请企业 CA 证书。
- (3)银行开户。
- (4)商务定单的处理。

3. 实验指导

EDI 的工作原理如图 12.1 所示。

某一国际知名的日用品供应商和运输商之间的 EDI 电子货运订单自动处理系统,如图 12.2 所示。

该公司和遍布全国各地的分销商之间,通过拨号入当地的分组网络再接入 EDI 系统的方式实现了订货分销信息的交换处理(如图 12.3 所示),减少人为差错,节省了大量的长途通讯费用,大大提高了工作效率和对客户的服务,取得了显著的经济效益。

如果一个企业决定从事 EDI 活动,首先必须要申请 CA(Certificate Application)证书。CA 账号是商户进行电子商务活动的身份标实,就像普通人要有自己的身份证号一样,商户也要有自己的账号。

商户要决定申请证书,必须要选择一个增值网服务商,现以申请北京纺织在线

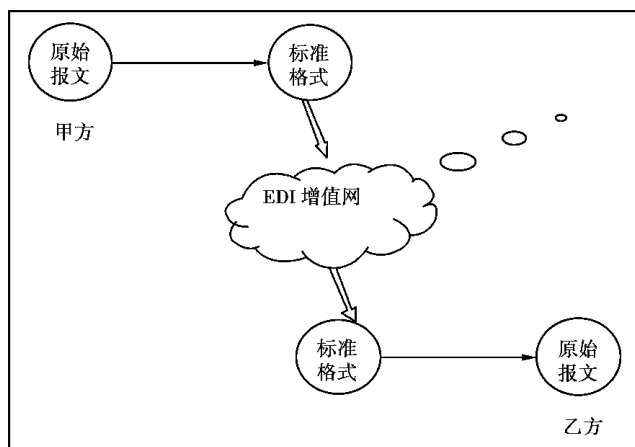


图 12.1 EDI 的工作原理

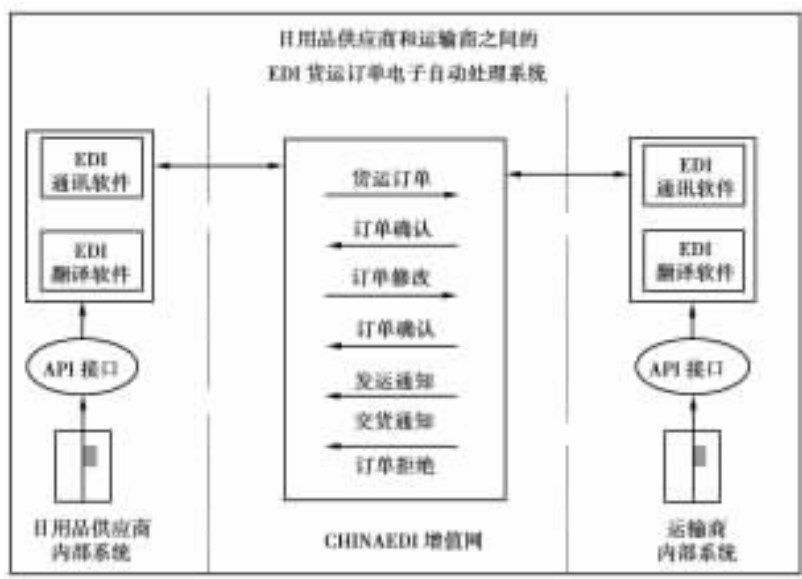


图 12.2 EDI 电子货运订单自动处理系统

为例：

(1)首先 进入北京纺织在线(<http://www.bjtextile.com/>) ,如图 12.4 所示。

(2)点激新会员注册进行新会员注册 ,如实填写相应的资料。

(3)提交后 ,注册成功。请一定要记住代码和密码 ,它是每一位会员的身份标示。

会员注册成功以后 ,还不能马上进行商务活动 ,由于 EDI 中流动的是电子货币 ,所以需要银行的资金账户 ,现在各大银行均提供了 EDI 服务 ,如招商银行、交通银

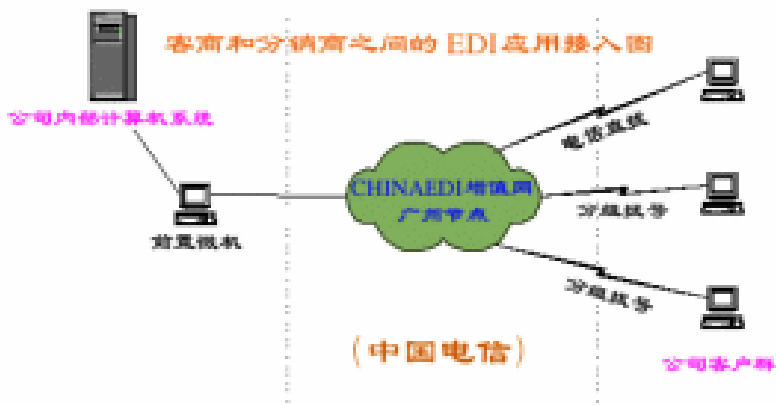


图 12.3 公司和分销商订货分销信息的交换处理



图 12.4 北京纺织在线

行等,这是商务活动的基本付款手段。会员可以用其原有的资金账号,也可以重新申请,申请的过程与上面实验类似,不再重复。

商户可以通过 EDI 发布供求信息,如图 12.6 所示。将所属单位标清,再列出供需产品,然后提交到服务器中。请注意一定要把产品名称及型号标清,不要有任何模糊概念,以免造成不必要的麻烦。

EDI 提供的最大的优势服务是商户与商户之间的在线商务活动,如采购、销售、报关等等。现以深圳市鹏海运集装箱运输 EDI 有限公司集装箱进出闸业务为例,利用 CODECO 为例,模拟电子数据交换过程。

(4)登录 初始用户名为 Admin,密码为 123。登录后,便能进行业务订单的处理,数据处理内容包括订单的录入、编辑、查询、管理等。

(5)录入 点击录入菜单,进入添加箱动态报告窗口,填写对应的定单信息,如

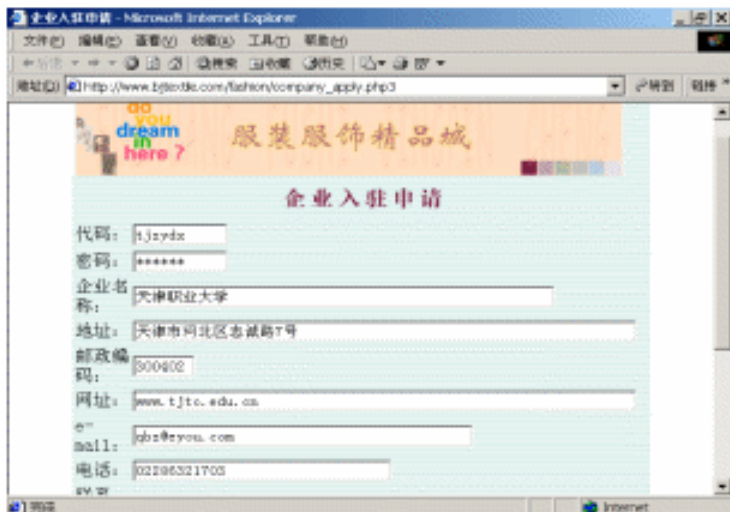


图 12.5 新会员注册

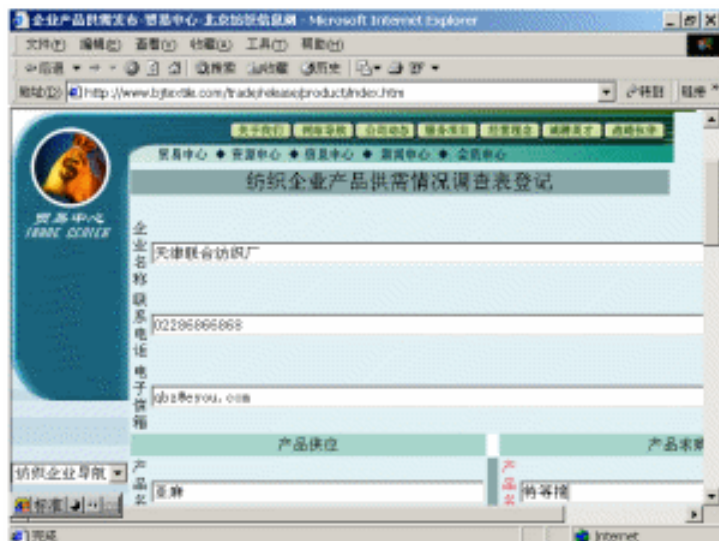


图 12.6 信息发布

图 12.7 所示。

注意 填写的过程中不能有中文,录完一项以后,点击确定,系统会提示用户是否继续录入,这样可以录入多项信息订单。

(6)编辑 订单录完以后,便可进行数据的编辑,在主登录窗口的编辑菜单中有编辑和批量删除两个命令。点击编辑菜单,进入编辑状态,在编辑窗口中的编辑范围中输入查询条件,包括公司名称和时间范围,然后点击执行按钮,如图 12.8 所示。

图 12.7 添加箱动态报告

图 12.8 数据编辑

执行后,在清单标签下会列出符合条件的条目。选择某个条目,然后在样表标签中进行修改,同时也可以删除,修改完以后点击确定。

批量删除的窗口和编辑的窗口类似,也是录入搜索条件,然后执行删除命令,在用鼠标选条目的时候可以同时按住 Ctrl 键进行多选。

(7) 报文管理 在主登录窗口的报文管理菜单中,点击生成报文(F2)命令,进入报文窗口在条件域内输入对应条件,点击搜索按钮,则下面会列出符合条件的记录如果没有其他的问题后,点击生成报文按钮,则会生成对应的报文。报文形式如图 12.10。同时也可以通过查看历史报文按钮,查看过去的报文。并且可同时进行浏览和编辑。

(8) 查询操作 通过查询,可以寻找特定的记录。查询时有 3 种方式,为公司查

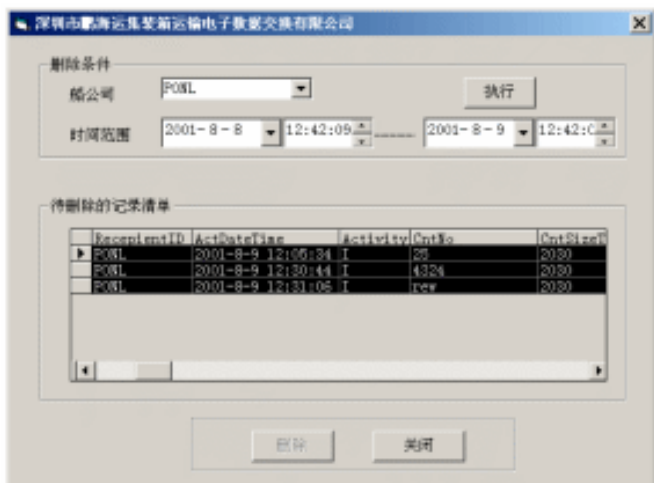


图 12.9 标签清单

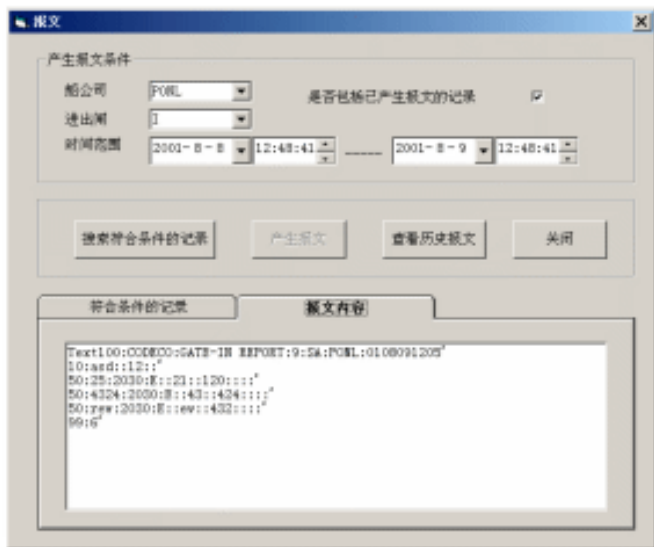


图 12.10 报文形式

询、时间查询和组合查询(公司查询即是按公司的名称查询,时间查询即是按订单所属时间查询,组合查询为交叉查询,即名称、时间、类型以及品质等同时查询),如图 12.11、12.12、12.13 所示。

(9)系统管理 在系统管理中,包括代码维护、用户维护等。在代码维护中,可以根据需要改变集装箱的型号、尺寸等一些系统数据。发送方代码为在报文中辨别发送者的标识,不得随意更改。如需更改,必须提前通知并在 EDI 中心备案后方可更改,否则将可能导致报文交换出错。



图 12.11 公司查询

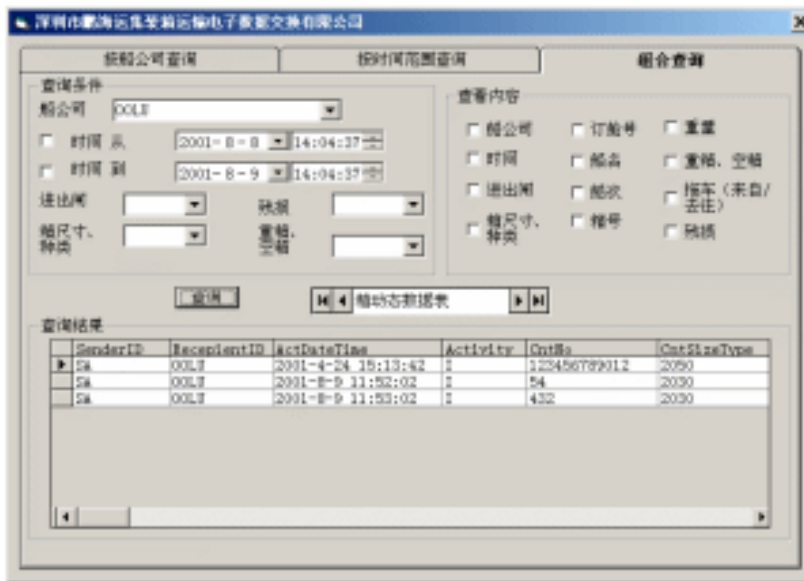


图 12.12 时间查询

(10)退出系统 退出系统后,用户按照公司的时间要求,通过拨号或 E-mail 等方式将存放在默认路径下的生成报文发送至 EDI 中心,由 EDI 中心进行处理后转发给相应的公司。公司在根据自己的相应的系统,将报文转化成可识别的订单形式。这样,一套完整的 EDI 电子数据传输过程就完成了。



图 12.13 组合查询

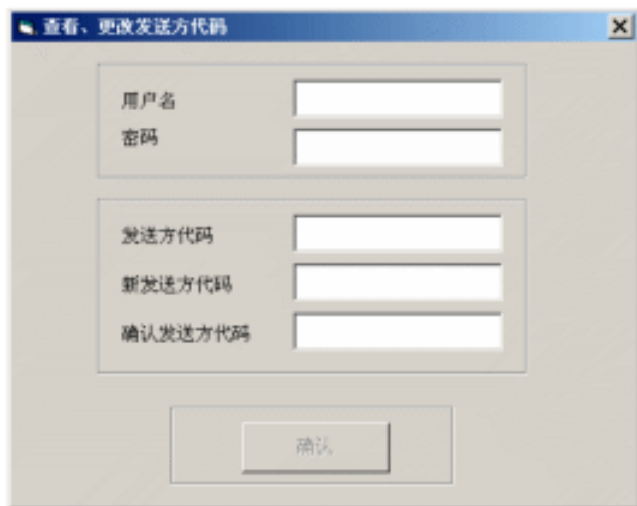


图 12.14 系统管理

4. 思考题

- (1) 选择 EDI 服务商的时候应注意什么？
- (2) 数据订单是如何转化成标准化报文形式的？
- (3) 数据交换双方的软件是不是必须相同？

第 13 章

CA 认证中心管理

实验 1 数字证书的申请

1. 实验目的

- (1)了解 CA 证书的申请方法和用途。
- (2)掌握网上申请个人数字证书的方法。
- (3)了解数字证书下载的环节。
- (4)掌握数字证书下载的操作。

2. 实验内容

- (1)申请个人数字证书。
- (2)申请企业数字证书。
- (3)申请信用卡身份证书。
- (4)数字证书审批情况的查阅。
- (5)数字证书的下载。

3. 实验指导

申请数字证书的一般过程为 :①下载根证书并安装 ;②获取申请表 :可以是在 CA 中心网站上下载申请表(.DOC) ,或是到 CA 中心的相应机构(如受理点)领取 ;③提交材料 :CA 中心接受并审查核对有关材料 ,如审查核对个人身份证 ,企业营业执照等有关材料 ;④获取证书 :可以是获得密码信息后 ,网上下载数字证书 ,也可在 CA 中心的相应机构中拿到。下面以模拟系统为例介绍。

(1)进入数字证书申请窗口 单击“/CA 认证/前台/安全证书发放”,即进入数字证书申请窗口,如图 13.1 所示。



图 13.1 数字证书申请窗口

(2)申请个人身份证书 单击“个人身份证书”输入用户名和密码后,填写通用证书个人信息注册表,如图 13.2 所示。

(3)填写注册表,确认提交信息后等待审批结果。

(4)申请个人安全电子邮件证书(操作指导略)。

(5)企业身份证书(操作指导略)。

(6)企业安全电子邮件证书(操作指导略)。

(7)信用卡身份证书(操作指导略)。

(8)登录证书认证系统 单击“CA 认证/前台/证书认证”,选择需要下载的证书领取入口,填写正确的用户名、密码进行登录,如图 13.3 所示。

(9)审批发放状态查询 单击“登录”,如果已经审批发放,则状态为已制作,如图 13.4 所示,则可以下载,否则须等待审批。也可通过查询申请时使用的电子邮件得到审批情况,如果已发放,就会得到通知,如图 13.5 所示。

(10)数字证书的下载 单击“下载”,选择存放位置,则将证书下载到自己的计算机中,如图 13.6 所示。

• 通用证书个人信息注册表

红色部分必须填写！

申请人全名	zhaobj1		申请人性别	☒ 男 ☐ 女	
出生日期	1968-11-26 格式：“YYYY-MM-DD”				
国籍	China				
省份	重庆市	城市名	重庆市		
证件类型	身份证	证件号码	88888888888888888888		
Email地址	zhaobj@263.net				
家庭地址	重庆市重庆大学				
户口所在地址	重庆市沙坪坝				
通讯地址	重庆市重庆大学				
邮政编码	400044				
申请人电话	023-66899805	申请人手机号			
申请人传真	023-65106381	申请人寻呼机号			
申请人工作单位					
申请人职务					
确认登记					

图 13.2 通用证书个人信息注册表

领取证书

个人身份证证书下载

用户名:

密 码:

他人身份证证书下载

用户名:

图 13.3 证书领取

(11) 其他数字证书的下载 与上述操作相同 进行其他数字证书的下载。



图 13.4 数字证书审批状态



图 13.5 数字证书审批通知



图 13.6 数字证书的下载

4. 思考题

- (1) 个人数字证书和企业数字证书的填写信息有何不同?为什么?
- (2) 身份证书和邮件证书的用途有何不同?
- (3) 用户数字证书审批查询的方法有哪些?各适用哪种情况?
- (4) 为什么要将数字证书下载到本地计算机或其他载体中?
- (5) 保存数字证书需要注意哪些问题?
- (6) 选取其他 CA 认证中心,比较认证流程的异同。

实验 2 CA 认证管理

安全证书的管理功能是 CA 认证的基本要求,主要包括安全证书的证书申请、证书发放、证书查询、证书保存、证书验证、证书更新和证书作废等处理。有的 CA 中心能向用户提供专用证书管理器软件。IE 浏览器中也提供了证书的导入和证书的导出功能。

通常,在 Windows 操作系统中,采用证书存储区技术来管理维护着大量的用户证书,其中分为永久存储区和内存证书存储区,永久存储区可用于存储证书、证书吊销列表和证书信任列表。当用户使用不需要放入永久存储区的证书时,可以使用内存证书存储区,仅在内存中创建和打开证书存储区。

1. 实验目的

- (1) 了解数字证书管理的内容。
- (2) 掌握数字证书审批的操作。

2. 实验内容

- (1) 使用证书管理器管理证书。
- (2) 用户申请情况的查阅。
- (3) 数字证书申请的审批。

3. 实验指导

(1) 使用证书管理器管理证书 在数字证书应用软件开发中,为了更好地管理、组织用户证书,需要建立几种简单的拓扑对应关系,将证书的信任关系及验证结构用浅显易懂的图表表示出来。上海市电子商务安全证书管理中心有限公司(以下简称 SHECA)针对其数字证书用户推出了用户证书管理工具“SHECA 证书管理器”,该软件结合比较紧密数字证书的使用结构及标准,又充分考虑到了用户使用维护的方便,

实用性,易于操作性。SHECA 证书管理器主操作界面如图 13.7 所示。

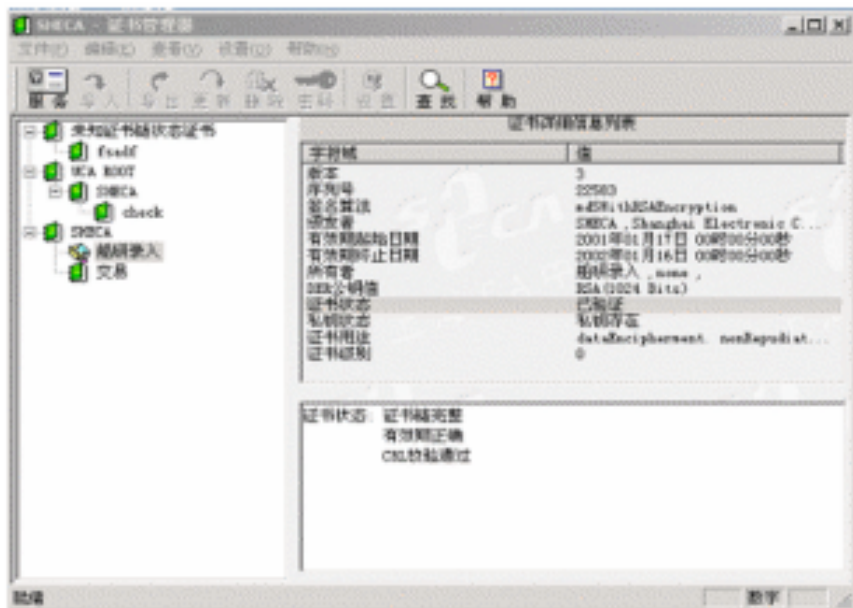


图 13.7 SHECA 证书管理器主操作界面

该软件采用 Windows 文件浏览器方式管理和维护用户证书。在主工作界面中,列表显示框内显示当前用户所有的证书记录以及相应的证书链关系,对于每条选中的证书记录,右边的列表框将显示该证书的序列号,证书持有人姓名,证书持有人邮件地址,证书状态(有效/无效),证书级别以及证书用途等一些常用证书信息。用户若进一步选中列表框条目,证书管理器将显示更为详细的信息。利用证书管理器提供的证书浏览器工作界面,用户可以简单、快捷进行证书别名设置更改,匹配证书链等一系列证书管理和维护的工作。用户能够比较方便简单地维护管理自己拥有的证书。

对于后台的证书信息的维护与管理组织,SHECA 证书管理器采用了数据库存储管理维护的方式,为了保存用户证书信息以及相应的证书链信息,SHECA 证书管理器构建了两张表格,分别用来保存用户证书和证书链中各父级证书的信息。为了建立两者之间的对应关系,SHECA 证书管理器采用了简单的线性列表结构,通过各条记录的表头和表尾的相互关联,建立起每条用户证书,各级父证书直到根 CA 证书一条完整的证书信任列表(亦简称 CTL)同时,对应用户证书附带私钥的情况,SHECA 证书管理器专门建立了一张私钥管理表,用来保存用户证书对应私钥的信息,其中注意的事情,当前用户证书的存储介质趋于多样化,安全化,除了常用的磁盘保存,现在一般都要支持专用的安全介质如:电子钥匙(又称 eKey),智能卡(IC 卡)等,故在证书私钥表结构中都要保存各种存储设备的信息。

对于证书状态信息保留的处理一般也很重要。一般用户不希望证书频繁的被校验,况且校验过程中经常要涉及到网络通讯,与相应的 CA 服务器交换等情况,可能会影响到用户机器性能的使用,故临时的证书状态保存很有必要。另外,CRL(Certificate Revoke List,由列出已被吊销证书的证书颁发机构维护和发布的文档)的信息也要做保存到用户本地,证书校验时,应该先从本地的一些校验信息作一些匹配校验,这样可以大大地节省用户的网络通讯时间,对于用户常用的一些证书链信息,也可以预先放入到本地数据库,这样就可以节省用户证书网上匹配查找父级证书链的时间。

(2)登录 CA 后台管理系统 点击“CA 认证/后台/CA 认证管理”,正确填写管理员用户名、密码,进入“CA 证书管理(后台)”,如图 13.8 所示。



图 13.8 CA 证书管理后台

(3)个人身份 CA 证书管理 单击“个人身份 CA 证书”,即可查阅证书申请情况,如图 13.9 所示。

(4)个人身份 CA 证书审批 单击用户名即可审查申请者提交的资料,对符合条件的单击“审批”予以审批发放证书。也可对不符合条件的申请删除,如图 13.10 所示。审批成功后,系统则通过电子邮件通知申请者,审批状态自动变为“已审批”。个人安全电子邮件证书、企业身份证书、企业安全电子邮件证书、信用卡身份证书等其他数字证书的管理与此相同,不再赘述。

4. 思考题

(1)用户数字证书审批与否的依据是什么?

(2)比较上述几种数字证书审批流程的异同并分析原因。

CA认证-->CA认证管理						
☐ 个人身份CA证书 ☐ 个人电子邮件CA证书 ☐ 企业身份CA证书 ☐ 企业电子邮件CA证书 ☐ 信用卡身份证书						
个人身份CA证书申请资料列表						
查询证书			第2页/共2页 (总计11条) 下页			
用户名	姓名	性别	国籍	Email	申请日期	审批情况
cc	cc1000	男	China	cc1000@cc1000.net	2000年4月10日	未审批
qq	qq1	男	China	qq1000@qq1000.net	2000年4月10日	未审批
u	uq1000	男	China	uq1000@uq1000.com	2000年4月10日	未审批
qq1	qq1	男	China	qq1000@qq1000.net	2000年4月10日	已审批
qq	qq	男	China	qq1000@qq1000.com	2000年4月10日	未审批
cc1000	cc1000	重庆	China	cc1000@cc1000china.com	2000年4月10日	未审批
qq100	qq100	nanjing	China	qq1000@qq1000.net	2000年4月17日	已审批
test	test	男	China	qq1000@204000000.net	2000年4月18日	已审批
admin	钟勇	南宁市	China	admin@zhongyongchina.com	2000年4月20日	未审批
defdef	defdefdef	defdefdef	China	qq1000@qq1000.com	2000年4月20日	已审批

图 13.9 证书申请情况

个人CA证书申请用户详细资料 - Microsoft Internet Explorer

个人CA证书申请用户详细资料

(未审批)

申请人全名	jschoobj	申请人性别	男
出生日期	1968-11-28		
国籍	China		
省份	四川省	城市名	重庆市
证件类型	身份证	证件号码	31070219681126095x
Email地址	jschoobj@ccr-cnba.com		
联系地址	重庆市重庆大学		
户口所在地址	重庆市		
通讯地址	重庆大学工商管理学院		
邮政编码	400044		
申请人电话	023-65111435	申请人手机号	
申请人传真	023-65186381	申请人寻呼机号	
申请人工作单位	重庆大学		
申请人职务	所长		

审批 删除 关闭

图 13.10 证书审批发放

实验3 数字证书的配置

1. 实验目的

- (1)了解数字证书设置的内容。
- (2)掌握数字证书查询的操作。
- (3)掌握数字证书导入的操作。

2. 实验内容

- (1)查看个人数字证书。
- (2)根证书的导入。
- (3)个人证书的导入。
- (4)证书更新操作。
- (5)证书的作废处理。

3. 实验指导

(1)查看个人数字证书 在 Internet Explorer 的菜单上,单击“工具”菜单中的“Internet 选项”,如图 13.11 所示。



图 13.11 查看个人数字证书

(2)选取“内容”选项卡,然后单击“证书”以查看用户信任的当前证书的列表,如图 13.12 所示。

(3)单击“个人”选项卡可以查看用户已经申请的数字证书,如图 13.13 所示。

(4)选定用户要查看的数字证书,然后单击“查看”按钮,可以查看证书的



图 13.12 内容选项卡

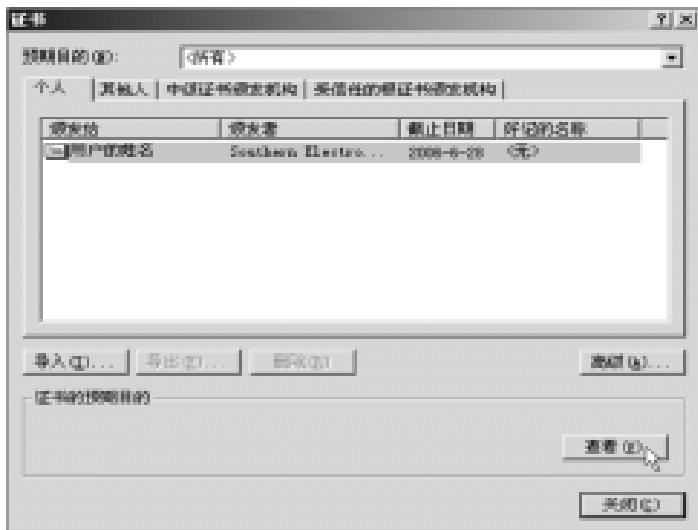


图 13.13 个人证书列表

详细信息,如图 13.14 所示。

(5)根证书的导入 在双击软盘或其他载体上的 classroot.crt 文件后,将出现一个“证书”对话框。单击“安装证书”进入根证书的安装,如图 13.15 所示。

点击下一步,如图 13.16 所示。



图 13.14 查看证书详细信息



图 13.15 安装根证书

(6)选择“根据证书类型”,“自动选择证书存储区”然后单击“下一步”,如图 13.17、13.18 所示。

(7)单击“完成”,结束证书导入向导,如图 13.19 所示。

证书管理器提示单击“导入成功”,请单击“确定”,关闭证书安装向导,完成根证

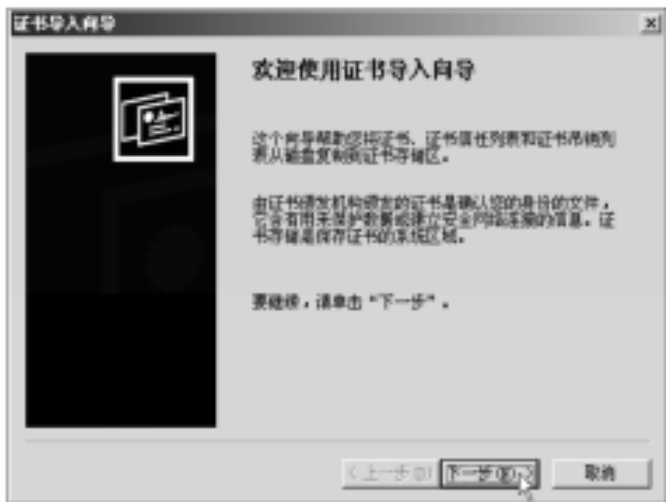


图 13.16 证书导入说明



图 13.17 格式说明

书的安装,如图 13.20 所示。

(8) 可以在 IE 的“工具/Internet 选项/内容/证书/受信任的根目录证书发行机构”查看已经导入的根证书。

(9) 个人证书的导入 双击个人证书文件(如导出时的文件“classroot”),或启动 IE 选择“工具/Internet 选项”,选择“内容”标签栏的“证书”按钮,再选择“个人”标签栏。单击“导入”按钮,如图 13.21 所示。

(10) 按照“导入”向导的提示进行操作,将会弹出一个对话框要求选择一个证



图 13.18 存储区选择



图 13.19 证书导入状态



图 13.20 证书导入完成

书文件,单击“浏览”,对话框如图 13.22 所示。

(11)选择证书文件(如“*.pfx”文件)打开该文件。接着会弹出一个对话框要求输入密码以访问该文件,然后单击“下一步”,“根据证书类型”,“自动选择证书存



图 13.21 个人证书安装



图 13.22 对话框

储区”,如图 13.23。

这时,用户必须输入访问该数字证书文件的密码,并对“启用私钥保护”和“将私钥标记成可导出的”选项进行选择。

特别提示 如果选择了“将私钥标记成可导出的”,那么可以打开即将导入用户的数字证书的电脑的人,都可以将用户的数字证书的私钥再导出,在网络中冒充用户的身份。如果即将导入用户的数字证书的电脑的使用是用户无法控制的话,建议用户不要选择该选项,并在离开该电脑时删除用户的数字证书。

单击“下一步”按钮,再单击“完成”按钮。此时会弹出如图 13.20 所示的成功提示。此时便完成了个人证书的导入过程。

(12) 证书更新操作 用户在图 13.24 所示的对话框中,输入需要更新的证书文



图 13.23 密码输入

件名、私钥文件名和私钥密码后 ,可以进行证书更新操作。



图 13.24 证书更新对话框

(13)证书的作废处理 用户在图 13.25 所示的对话框中 ,输入需要更新的证书文件名、私钥文件名和私钥密码后 ,CA 中心可以为用户作废证书。

4. 思考题

- (1)数字证书的用途是什么？
- (2)根证书和个人证书的安装有何不同？为什么？
- (3)为什么个人证书的安装需要密码？
- (4)将私钥标记成可导出的会有什么危险？



图 13.25 证书废除操作对话框

实验 4 安全数字证书的使用

1. 实验目的

- (1)掌握在 Outlook Express 中设置数字证书的操作。
- (2)掌握使用数字证书发送签名电子邮件的操作。
- (3)掌握发送加密电子邮件的操作。
- (4)掌握将对方数字证书与电子邮件捆绑在一起的操作。

2. 实验内容

- (1)在 Outlook Express 中设置数字证书。
- (2)发送签名电子邮件。
- (3)发送加密电子邮件。
- (4)将对方数字证书与电子邮件捆绑在一起。

3. 实验指导

(1)在 Outlook Express 设置数字证书 在 Outlook Express 中,单击“工具”菜单中的“账号”。选取“邮件”选项卡中用于发送安全邮件的邮件账号,然后单击“属性”。选取“安全”选项卡中的“签名标识”复选框,然后单击“选择”按键,如图13.26所示。

(2)选择与该账号有关的数字证书(计算机只显示与该账号相对应的电子邮箱



图 13.26 使用数字证书

的数字证书),如图 13.27 所示。如果想查看证书,请单击“查看证书”,用户将会看到详细的证书信息,如图 13.28 所示。



图 13.27 默认账号的数字证书

(3) 点击“确定”,设置完毕。至此,就可以使用安全电子邮件功能了。

(4) 发送安全电子邮件(用 Outlook Express 5 发送数字签名邮件)。

注意 安全电子邮件-S/MIME (Secure/Multipurpose Internet Mail Extensions) 是 Internet 中用来发送安全电子邮件的协议。S/MIME 为电子邮件提供了数字签名和加密功能。该标准允许不同的电子邮件客户程序彼此之间收发安全电子邮件。为了使用安全电子邮件-S/MIME,用户必须使用支持 S/MIME 功能的电子邮件程序。

签名电子邮件和加密电子邮件 签名一个电子邮件意味着,用户将自己的数字证书附加到电子邮件中,接收方就可以确定用户是谁。签名提供了验证功能,但是无法保护信息内容的隐私,第三方有可能看到其中的内容。加密电子邮件意味着只有



图 13.28 证书信息

指定的收信人才能够看到信件的内容。为了发送签名邮件,用户必须有自己的数字证书。为了加密邮件,用户必须有收信人的数字证书。

在发送签名邮件之前,用户必须先完成“在 Outlook Express 中设置用户的数字证书”使电子邮件账号对应相应的数字证书。

单击“新邮件”按钮,撰写新邮件,如图 13.29 所示。

(5)选取“工具”菜单中的“数字签名”。在信的右上角将会出现一个“签名的标记”,如图 13.30 所示。

点击“发送”。发送数字签名邮件即告完成,如图 13.31 所示。

(6)当收件人收到并打开有数字签名的邮件时,将看到“数字签名邮件”的提示信息,按“继续”按钮后,才可阅读到该邮件的内容。若邮件在传输过程中被他人篡改或发信人的数字证书有问题,页面将出现“安全警告”提示。

另外,“个人增强型数字证书”及“单位客户端数字证书”则需增加以下操作:

如果未插入 IC 卡,将出现要求插入 IC 卡的提示。插入 IC 卡后“确定”,将出现要求输入 PIN 码的提示。新的 IC 卡默认 PIN 码是“1234”,如图 13.32 所示。

注意 如果连续 3 次输入错误的 PIN 码,IC 卡将被锁死,需要输入解锁码解锁。如果连续 3 次输入错误的解锁码,“IC 卡将自动作废”,不可以使用。

(7)用 Outlook Express 5 发送加密邮件 给电子邮件加密可以防止非收件人阅

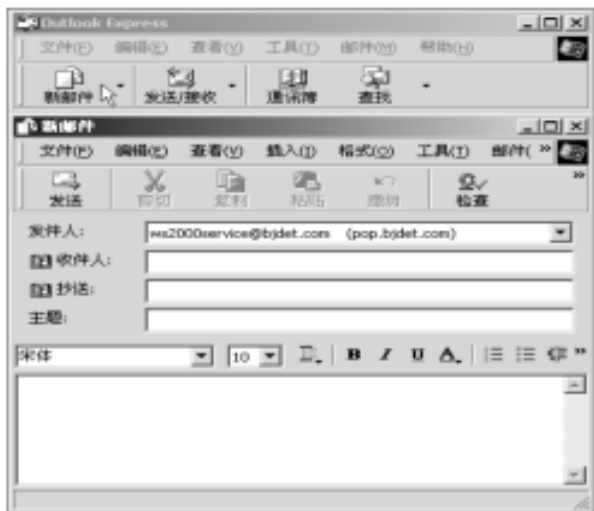


图 13.29 撰写新邮件

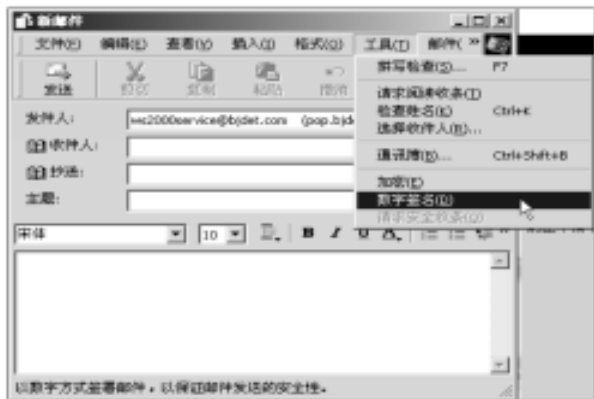


图 13.30 邮件签名

读该邮件。要将电子邮件加密,用户需要有收件人的数字证书。获得收件人数字证书的方法如下:

方法 1 让对方给用户发送有其数字签名的邮件。将该邮件打开,然后请单击“文件”菜单中的“属性”,选取“安全”选项卡并单击将数字标识“添加到通讯簿中”按钮,这样对方数字证书就被添加到用户的“通讯簿”之中了。如图 13.33 所示。用户可以在 Internet Explorer 的“工具→Internet 选项→内容→证书→其他人”中查看到对方的数字证书。同样,用户可以将自己的数字证书发送给对方。

方法 2 通过认证中心提供的数字证书检索服务可以获得别人的数字证书。

(8)撰写好信件后,选取“工具”菜单中的“加密”,如图 13.34 所示。信的右上角将会出现一个加密的标记,如图 13.35 所示。



图 13.31 发送签名邮件



图 13.32 IC 卡证书

(9) 点击“发送”。发送加密邮件即告完成。

另外“个人增强型数字证书”及“单位客户端数字证书”则需增加以下操作：

当收件人收到并打开已加密过的邮件时，如果未插入 IC 卡，将出现要求插入 IC 卡的提示信息，确认后，可阅读到该邮件的内容。当收到加密邮件时，完全有理由确认邮件没有被其他任何人阅读或篡改过，因为只有收件人自己的计算机上安装了正确的数字证书，Outlook Express 才能自动解密电子邮件；否则，邮件内容将无法显示。也就是说：只有收件人的数字证书中收藏了打开密锁的“钥匙”。

当收件人收到并打开已加密过的邮件时，将看到“加密邮件”的提示信息，按继续按钮后，可阅读到该邮件的内容。当收到加密邮件时，完全有理由确认邮件没有被其他任何人阅读或篡改过，因为只有收件人自己的计算机上安装了正确的数字证书，Outlook Express 才能自动解密电子邮件；否则，邮件内容将无法显示。

(10) 对方的数字证书与邮件地址绑定 首先点击链接，输入对方用户名后下载对方证书保存到磁盘。

(11) 运行 Outlook Express，打开“工具/通讯簿”选项，选择邮件地址，按右键，点

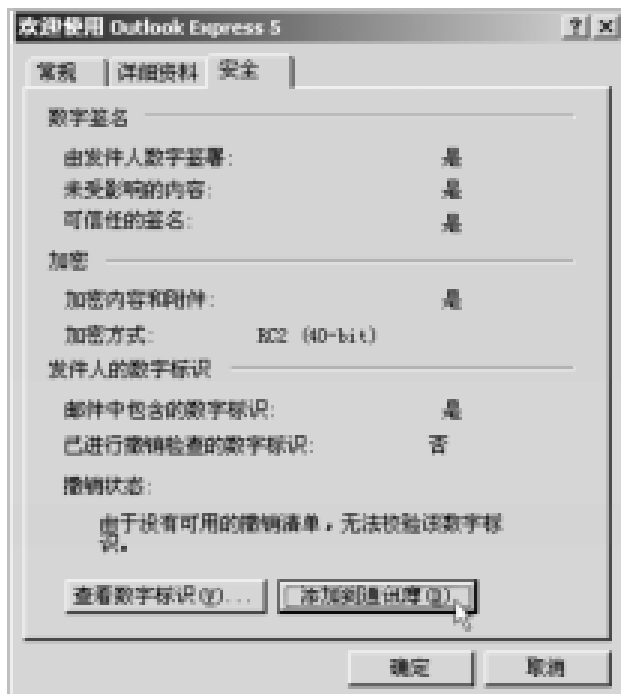


图 13.33 添加他人数字证书

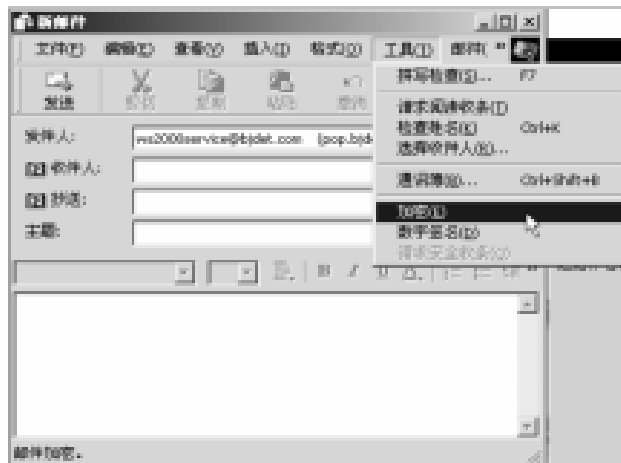


图 13.34 邮件加密

击“属性”，如图 13.36 所示。

(12) 选择“数字 ID”标签，在“选择电子邮件地址”列表中能看到“ws2000service@bjdet.com”字样。点击“导入”按钮，如图 13.37 所示。

(13) 选择下载后保存的数字证书文件，点击“确定”。此时界面如图 13.38

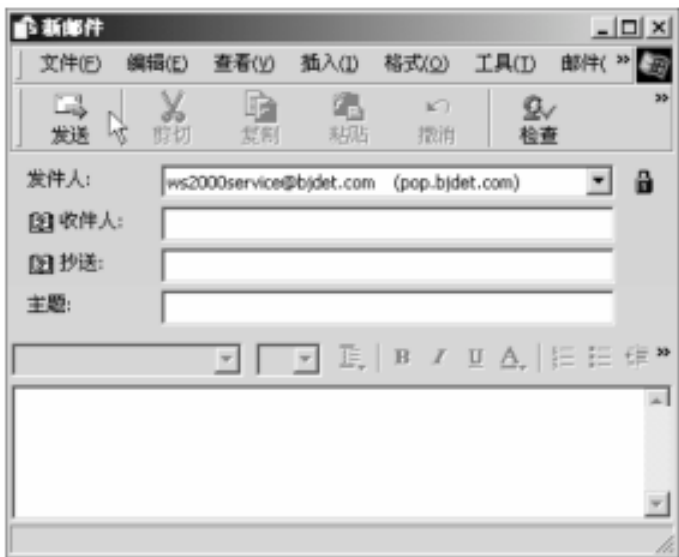


图 13.35 加密后的邮件



图 13.36 通讯簿设置

所示。

(14) 进入“通讯簿”将看到“ws2000service@bjdet.com”邮件地址有了数字证书(有红色印记)如图 13.39 所示。

(15) 现在已经将对方的证书公钥和对方的邮件地址绑定在一起了。



图 13.37 导入数字 ID

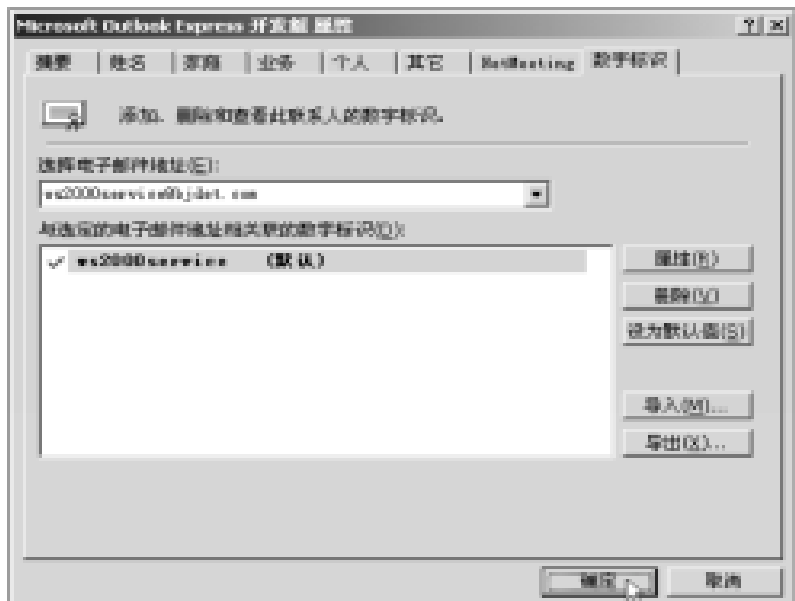


图 13.38 导入证书



图 13.39 捆绑结果查询

4. 思考题

- (1) 发送签名电子邮件有何作用？
- (2) 发送加密电子邮件的条件是什么？
- (3) 如何获得对方的数字证书？
- (4) 将对方的证书公钥和对方的邮件地址绑定在一起的目的是什么？

第 14 章

IBM WCS 开发平台使用

实验 1 IBM WCS 系统安装配置

1. 实验目的

- (1)了解 WCS 产品及其系统配置。
- (2)掌握 WCS 各组件的安装配置技能。

2. 实验内容

- (1)认识 WCS 产品系列及其软件组件。
- (2)学习 WCS 典型体系结构。
- (3)WCS 的基本安装过程。
- (4)WCS 实例的创建。
- (5)为 HttpServer 配置 SSL。
- (6)Payment Manager 的安装。

3. 实验指导

(1)WCS 产品介绍 IBM B to C/B to B 解决方案 Websphere Commerce Suite(以下简称 WCS)是一套全面集成的电子商务解决方案,是 IBM 网站战略的标志性产品,它为形形色色的 Internet 企业提供着最完整的电子商务方案,无论它是针对企业对企业(B to B),企业对消费者(B to C)还是电子商务市场都如此。

WCS 具有 5 大特点:

- 安全,可靠,可扩展的电子交易平台跨时空,多接入渠道的电子商务方案。

- 实现与企业后台业务系统的整合。
- 高效、灵活、强大的市场营销功能。
- 跨地域、多文化的集成电子商务方案。
- 基于业界标准的开放架构设计。

Commerce Suite 包含满足电子商务 Web 站点功能性需要的组件。这些组件包含对在线产品目录导航、分块、分类和产品关联的支持。它们还包含对管理购物者、购物行为、库存控制、付款、消息传递和后端集成到供应链的支持。这些组件中包括基于 Web 浏览器的站点管理工具。这些工具包括“商店服务”(Store Services)、“管理控制台”(Administration Console)和“Commerce Suite 加速器”(Commerce Suite Accelerator)。“商店服务”提供用于创建、定制和维护站点的基本操作功能的中心位置。“站点管理器”(Site Administrator)或者“商店管理器”(Store Administrator)使用“管理控制台”管理站点访问控制、监控站点性能、配置顾客和后端系统消息传递、管理付款功能并管理基于规则的个性化。Commerce Suite 加速器”提供一个集成点来管理商店和产品、市场竞争、顾客订单和顾客服务。

(2)WCS 体系结构 WCS 体系包括有提供后台数据服务的 DB2 ,还有提供基本的 Web Application 的平台 ,包括一个 Web Server——IBM Http Server ,和一个 Web Application Server——WebSphere Application Server ,在这些的基础之上 ,就是已经开发成为半成品的网络商务套件——WebSphere Commerce Suite ,运用 WCS ,可以在 Application Server 上方便的搭建一个或多个 Commerce Server ,而在每个 Commerce Server 上都可以发布多个商店。

WCS 有 3 种典型的配置体系：



图 14.1 单级配置

单级配置 在单级配置中 ,单级是由 Web 服务器、WebSphere Commerce Server 和数据库服务器节点组成。这是最简单的配置 ,较小的 Web 站点和开发时一般使用此配置 ,如图 14.1 所示。当强调安全性时单级配置不能实现附加防火墙 ,并且运行时程序服务器和数据库服务器竞争系统资源。

二级配置 在二级配置中,Web 服务器和 WebSphere Commerce Server 构成第一级,数据库构成第二级。

三级配置 在三级配置中,Web 服务器是第一级,WebSphere Commerce Server 是第二级,数据库是第三级。二三级配置如图 14.2 所示。



图 14.2 二三级配置

(3)WCS 安装准备 安装是运用 WCS 的第一关,需要严格按照安装指南的指示来一步步进行。由于 WCS 是一个比较复杂的软件,安装过程需要非常耐心和仔细,包括输入的安装路径,如果有误的话,也有可能产生致命的影响。

操作系统需求 在安装 WebSphere Commerce Suite 版 5.1 之前,必须安装带有 Service Pack 6a 的 Windows NT Server 版本 4.0 或者 Windows 2000 Server 或 Advanced Server。而 Windows 2000 Professional 不受支持。

浏览器需求 WebSphere Commerce Suite 正常运行,需要 Explore5.0 以上版本。

Windows 用户标志需求。 Windows 用户标志必须具有管理员权限,用户标志长度不得超过 8 个字符,不可以是 USER、ADNINS、GUESTS、PUBLIC、LOCAL,不可以以 IBM、SQL、SYS 开头。

其他需求。 使用 HttpServer,确保 Web 服务器的主机名不包括下划线。

(4)安装过程 用具有管理员权限的 Windows 用户标志登录,打开 CD-ROM 中的 WebSphere Commerce Suite 目录,运行 setup.exe。

进入选择安装语言界面,在列表中选择中文并单击确定。如果系统不符合安装前的需求,安装程序会显示一个对话框,指出不符合安装前的需求的详细情况。单击取消并单击退出安装,执行适当的步骤满足列出的安装需求后在重新安装,如图 14.3 所示。

如果符合要求,系统进入欢迎窗口,单击下一步继续。进入“许可证协议”屏幕,接受协议,继续安装。在“用户标志和密码”窗口中,输入当前用于登录的 Windows 用户标志和密码。验证密码后,单击下一步继续。

选择安装类型 如果已经安装了 WCS 的任何组件,系统将自动选择定制安装模式。如果没有安装任何 WCS 组件,则显示安装类型窗口,选择典型,单击下一步继续。

安装程序显示一个窗口,允许更改缺省的安装目录。我们不作修改,单击下一步继续。一直接受默认值,单击下一步继续。概要窗口显示所选选项的概要。列出安



图 14.3 安装 WCS

装的类型、将要安装的组件和用于安装的驱动器,单击下一步继续,如图 14.4 所示。



图 14.4 安装概要 WCS

根据提示插入 DB2 Universal Database CD 和 WebSphere Application Server3.5 CD,安装数据库和应用服务器以及 IBM HTTP Server1.3.12,IBM 开发者工具箱,java 技术修订版 1.2.2。

插入 WCS CD 1 of 4,安装 WCS。安装完毕,填写产品登记,重新启动计算机。

(5)安装后配置 按照 WCS 安装指南,安装 WebSphere Application Server 修订

包 2 和 WebSphere Application Server eFixes。

升级 JDBC 级别。停止 DB2 服务和 WCS 配置服务,在命令窗口运行 :c :hWebSpherehsqllib hjava12 husejdbc. bat。重新启动计算机。启动 IBM WS AdminServer。选择开始→程序→IBM WebSphere→Application Server 3.5→Start Admin Server。安装完毕,我们可以利用配置管理器创建 WCS 实例了。



图 14.5 创建实例

(6)WCS 实例的创建 在安装完全后,就可以创建一个实例的 Commerce Server 了。启动配置管理器,确保已经启动 IBM WS AdminServer。选择开始→程序→IBM WebSphere→Application Server 3.5→Start Admin Server。以缺省用户标志和密码 WEBADMIN 和 IBMADMIN 登录,首次登录要求修改密码。

(7)创建实例 在 WebSphere Commerce Suite 配置管理器中扩展主机名。用鼠标右键单击实例列表,从弹出的菜单中选择创建实例,如图 14.5 所示。创建向导询问是否将此实例建立在现有实例基础之上,选否。

填写实例名、实例路径和 16 位商家密钥,下一步。填写数据库管理员名称和密码、数据库类型、数据库用户名和密码,下一步。接受所有缺省设置,单击完成。实例开始创建。稍等实例创建完成,如图 14.6 所示。

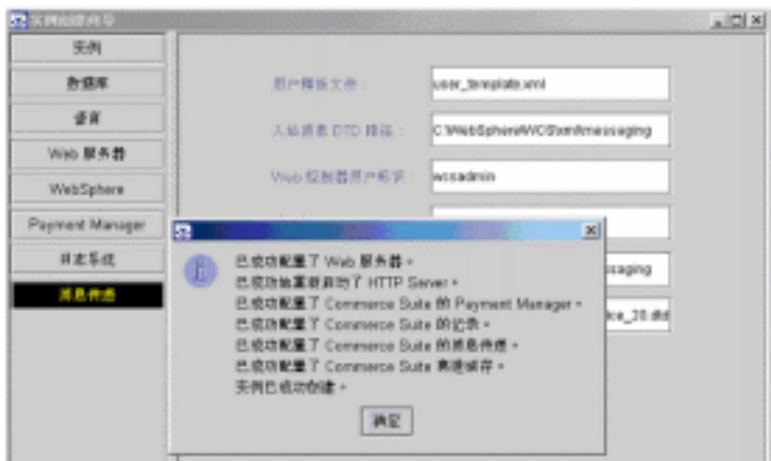


图 14.6 实例创建完成

创建完毕,你会发现在开始菜单里的 IBM WebSphere Commerce Suite 目录下,自动增加了 Commerce Suite 加速器、管理控制台、商店服务等项。分别点击它们,可以对 Commerce Server 进行维护,包括商店的创建、管理等。

(8)安装 Payment Manager 实例创建之后,就可以创建与管理商店,但是不能处理支付。为实现商店的支付管理,我们还要安装 Payment Manager。

第一步,安装前步骤。为 Payment Manager 创建数据库。在 DB2 命令窗口运行以下命令: create db payman 确保此数据库在安装时运行。

确保已经启动 IBM WS AdminServer,并且 WebSphere Application Server 中没有名为 WebSphere Payment Manager 的应用服务程序。禁用 WebSphere 安全性。

第二步,安装过程。用具有管理员权限的 Windows 用户标志登录,该用户标志必须符合前面所要求的条件。在命令窗口打开 CD-ROM 中的 WebSphere Commerce Suite 目录,运行 setup.exe。单击下一步,接受协议,缺省目录安装。接受缺省设置,下一步。

在 Payment Manager 数据库访问信息屏幕上,根据要与 Payment Manager 一起使用的数据库的输入值。填写好数据库所有者用户标志、数据库用户标识、管理员密码、Payment Manager 数据库名(刚才创建的 payman),DB2 实例名。

接受缺省设置,点下一步到安装概要。下一步进行安装。在安装期间,进度条可能看起来似乎停止,不要终止,它仍在继续。当系统资源允许时,进度条会继续移动。

填写产品登记,重新启动计算机并启动支付引擎。

按照安装指南,配置本地 Payment Manager。

安装完毕。我们可以创建发布自己的商店,并且通过设置实现商店的支付管理了。

4. 思考题

- (1)安装 IBM WCS 对系统有何基本要求?
- (2)安装时需要注意哪些问题?
- (3)Payment Manager 有何作用?

实验 2 商店的创建与发布

1. 实验目的

- (1)掌握在管理控制台中创建商店管理员。
- (2)掌握利用样本归档文件为基础创建商店归档文件。
- (3)掌握在商店服务中修改商店信息。
- (4)掌握商店归档文件的发布。

2. 实验内容

- (1)在管理控制台中创建商店管理员。
- (2)创建商店归档文件以创建正常运行的商店。
- (3)使用“商店简要表”笔记本更改常规商店设置选项。
- (4)使用“税款”笔记本更改税款设置选项。
- (5)使用“装运”笔记本更改装运设置选项。
- (6)发布商店归档文件。

3. 实验指导

(1)在管理控制台中创建商店管理员 从开始菜单选择程序→IBM WebSphere →Application Server 3.5→Start Admin Server ,启动 WCS AdminServer。

从开始菜单选择程序→IBM WebSphere Commerce Suite→管理控制台。以管理员身份进入 ,用户名和密码都是 WCSADMIN ,选择站点 ,登录 WCS 站点管理控制台 ,如图 14.7 所示。



图 14.7 WCS 站点管理控制台

(2)创建新的商家 选择访问管理→管理员 ,进入管理员管理界面 ,如图 14.8 所示。

选择新建 ,创建新的管理员。在详细信息中填写索要创建的管理员的姓氏、登录标志、密码等 ,在管理员类型中选择“管理员” ,如图 14.9 所示。

设置管理员访问特权 ,选择新建 ,如图 14.10 所示。



图 14.8 管理员管理页面



图 14.9 管理员详细信息

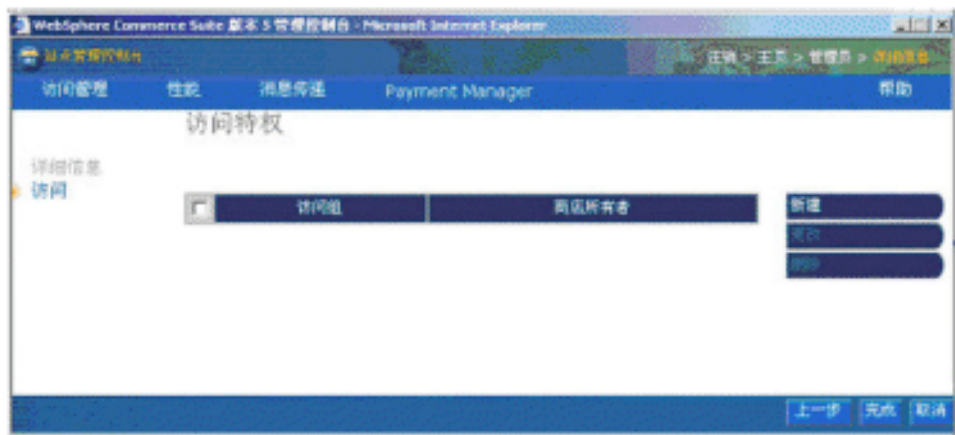


图 14.10 创建管理员权限

为管理员指定特权,在选择访问组下拉式列表框中选择商店管理员如图 14.11 所示,选中“此访问组适用于所有商店”单选按钮,点击确定。

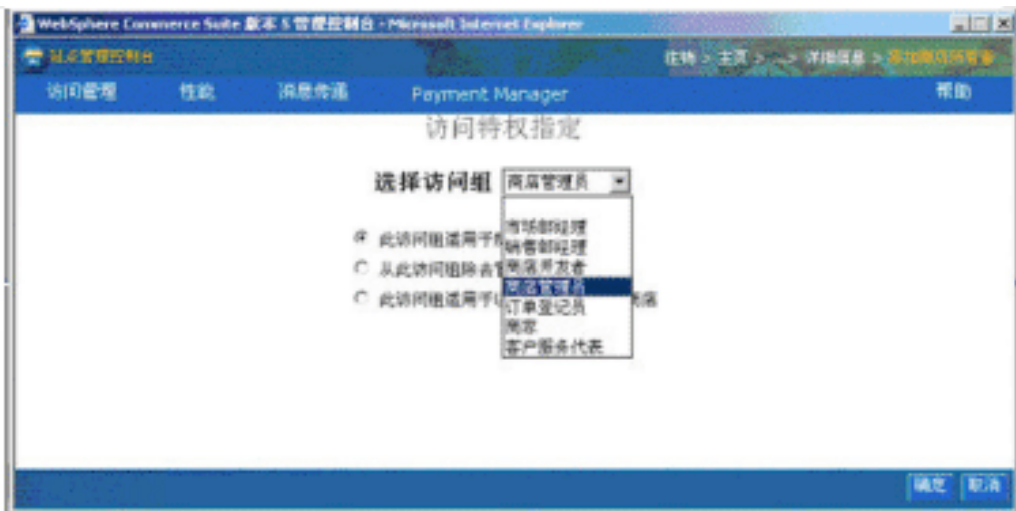


图 14.11 管理员访问特权指定

回到设置管理员访问特权页面,用户会发现已经将此管理员设置为商店管理员这一访问组,如图 14.12 所示。点击完成,我们就成功设置一个名为 storeadmin 的商店管理员。



图 14.12 管理员设置完成

(3)创建商店归档文件以创建正常运行的商店 选择开始→程序→WebSphere→IBM WebSphere Commerce Suite→管理控制台,就会来到用户登录界面。

用刚才创建的商店管理员的用户名和密码登录商店服务。因为这是第一次登录商店服务,会得到创建商店归档页面,如图 14.13 所示。



图 14.13 创建商店归档文件

填写商店归档文件的名称,本例为 test。填写商店目录,本例为 test。在商店所有者下拉式列表框中选择商店所有者,本例为 Default Organization。在示例列表框中选择创建商店所要基于的示例,选择 infashion en_US_zh_CN. sar。用户还可以点击“预览”来预览所选的示例,点击确定。弹出对话框告诉你商店归档文件已经成功创建,确定进入商店服务主界面,如图 14.14 所示。



图 14.14 商店服务主页面

(4)使用“商店简要表”笔记本更改常规商店设置选项 在商店服务主界面选中创建好的商店归档文件,单机右边的“商店简要表”,进入商店简要表。

在“常规”选项中,设置商店的名称和欢迎消息,如图 14.15 所示。在“联系”选项中,设置商店的联系方式。在“语言”选项中,设置商店的语言。在“货币类型”选项中,设置商店的语言、名称和欢迎消息。

(5)使用“税款”笔记本更改税款设置选项 我们已经基于样本归档文件创建了



图 14.15 商店的名称和欢迎消息设置

自己的商店归档文件,它的税款设置是与样本完全一样,我们可以在“税款”笔记本更改税款设置选项。

在商店服务主界面中,选中新创建的商店归档文件,单击税款,进入“税款”笔记本。在税款笔记本中,我们可以添加自己的税款类别、设置税款比率、指定税款类别等。

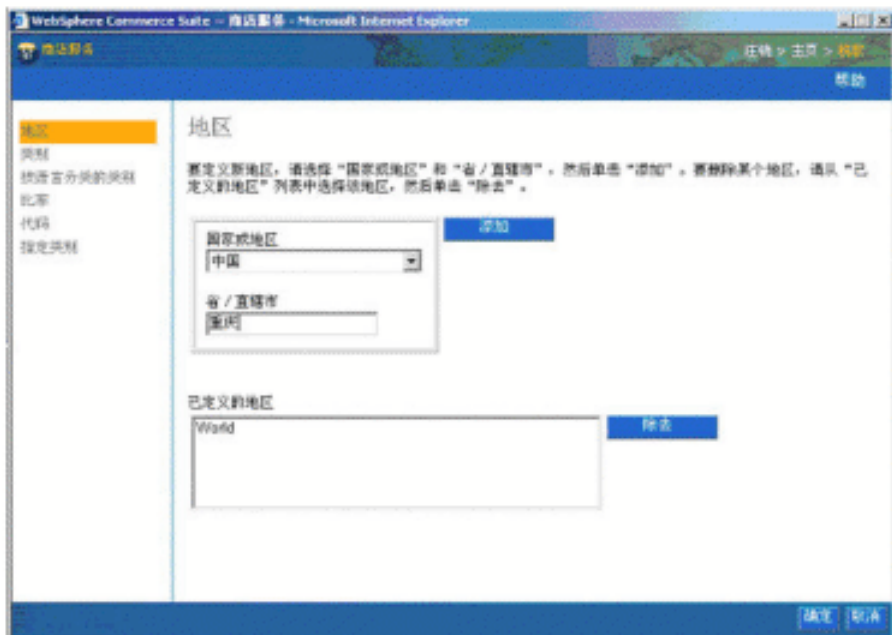
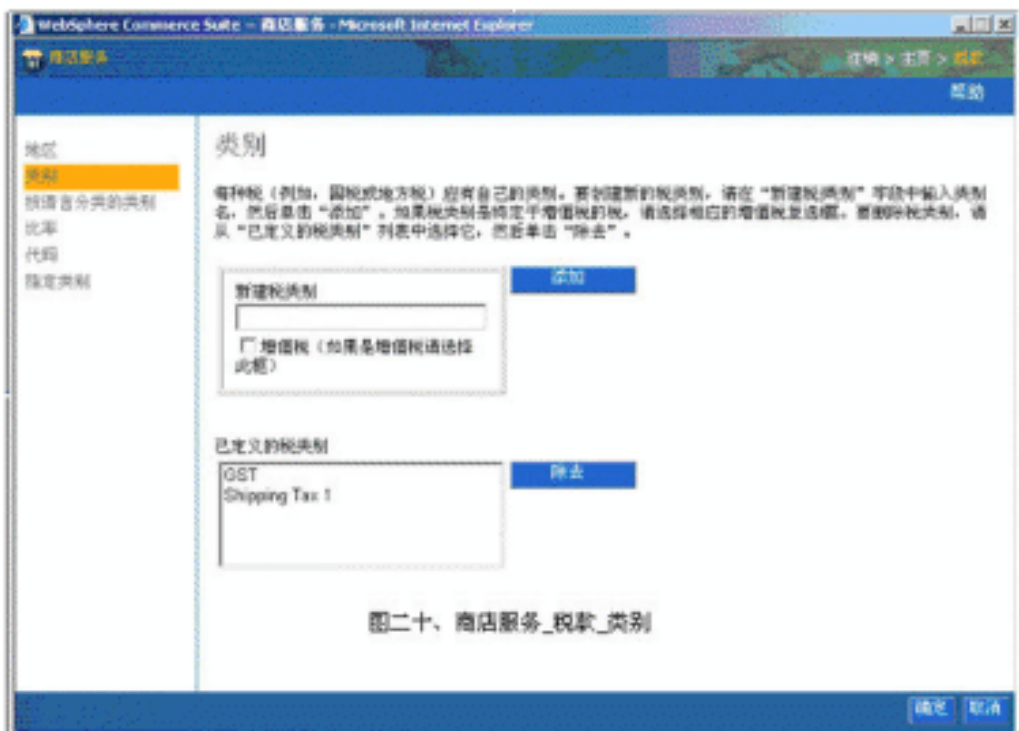


图 14.16 地区设置

单击左边导航区域的地区,会显示所有已经定义的地区,如图 14.16 所示。要定义新地区,选择“国家或地区”和“省/直辖市”,然后单击“添加”。要删除某个地区,请从“已定义的地区”列表中选择该地区,然后单击“除去”。注意不要将 World 地区除去。

每种税(例如,国税或地方税)应有自己的类别。要修改税款类别信息,单击左边导航区域的类别,会显示所有已经定义的税款类别。要创建新的税类别,在“新建税类别”字段中输入类别名,然后单击“添加”。如果税类别是特定于增值税的税,请选择相应的增值税复选框。要删除税类别,请从“已定义的税类别”列表中选择它,然后单击“除去”,如图 14.17 所示。



图二十、商店服务_税款_类别

图 14.17 税款类别设置

与此类似,我们可以自己去设置税款的比率、设定税款的代码、指定税款的类别。

(6)使用“装运”笔记本更改装运设置选项 我们已经基于样本归档文件创建了我们自己的商店归档文件,它的装运设置是与样本完全一样的,我们可以在“装运”笔记本更改税款设置选项。

在商店服务主界面中,选中我们新创建的商店归档文件,单击装运,进入“装运”笔记本。在装运笔记本中,我们可以添加自己的装运提供者、设置装运区域、指定装运类别、设置装运价格和质量范围、质量价格等,如图 14.18 所示。

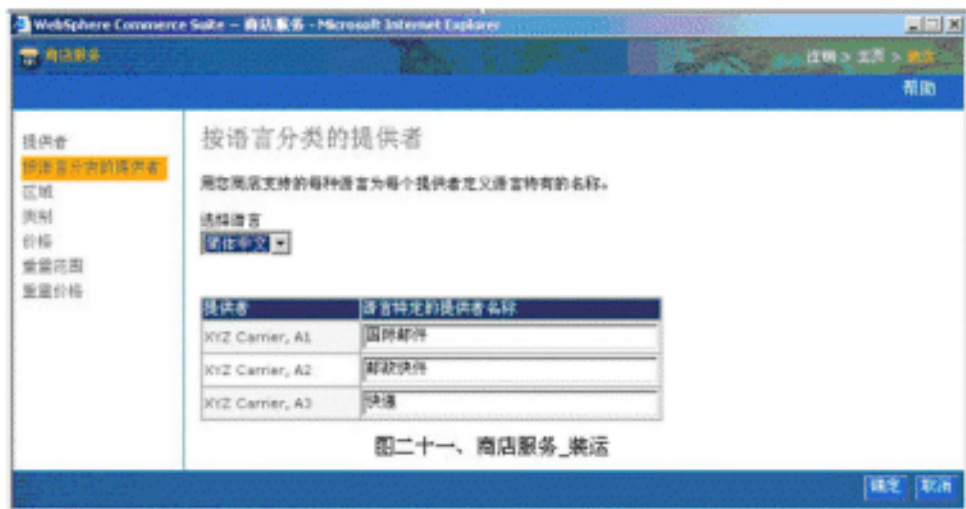


图 14.18 装运设置

(7)发布商店归档文件 在商店服务主界面中,选中我们新创建的商店归档文件,单击发布,进入发布页面。选择一个或多个发布选项,包括发布商店数据库有用资源、发布商店文件有用资源、发布商店资源绑定。这里我们不需要做任何改动,保持默认值,点确定,如图 14.19 所示。

回到商店服务主界面,显示该商店归档文件正在发布,稍等片刻,发布成功。选中发布好的商店归档文件,点发布概要,将显示我们发布的信息,记住发布作业号,这是我们商家号,在支付设置中需要,如图 14.20 所示。

点击启动商店,浏览我们发布好的商店。将此网址加入我们的收藏夹,已备方便浏览。至此,我们的商店发布任务已经基本完成,如图 14.21 所示。

用户可以在我们的网上商店中以顾客身份注册、维护个人信息、选择喜欢的商品加入购物车等。但是还不能完成最后的结账。因为我们还没有为商店设置支付处理,这就是下一个实验所要完成的任务。

4. 思考题

- (1)商店管理员的职责是什么?
- (2)访问特权设定有何实际意义?
- (3)商店设置主要包括哪些内容?



图 14.19 发布商店归档文件

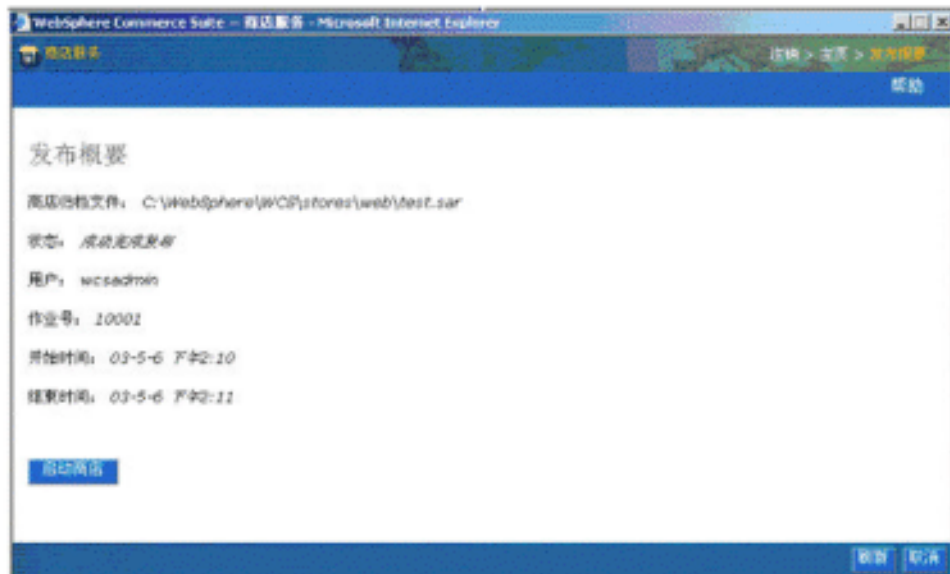


图 14.20 发布概要



图 14.21 商店发布

实验 3 支付管理设置和商店后台管理

1. 实验目的

- (1)掌握支付管理的商家设置。
- (2)掌握订单支付处理。
- (3)掌握订单状态的修改。

2. 实验内容

- (1)设置商家选项。
- (2)为商家设置账户。
- (3)设置为账号设置品牌。
- (4)核准订单。
- (5)圈出订单。
- (6)进行订单批量的核算。
- (7)在贸易加速器中修改订单状态。

3. 实验指导

在上个实验我们发布商店中,可以浏览网页、向购物车中添加商品,但在结账的最后一步中信用卡类型中是空的,无法进行最后的订购,如图 14.22 所示。这是因为还没有为商店进行支付管理的设置。本实验首先介绍如何在支付管理中设置商家、账号、品牌,以使用户正常的购买支付。



图 14.22 账户设置前页面

(1) 支付管理中设置商家选项 选择开始→程序→WebSphere Payment Manager→支付引擎,启动支付引擎。

选择开始→程序→WebSphere Payment Manager→Payment Manager 登录,以管理员身份登录支付管理控制台。在左边导航区域,选择管理下面的商家设置选项。点击创建商家按钮,创建商家。商家名称为 test,商家号必须与我们创建的商店相对应,本实验为 10001,选择商家授权的卡匣。点击创建商家按钮,便成功创建了一个与我们发布的商店对应的商家,如图 14.23 所示。

(2) 在支付管理中为商家设置账户 我们还需要为商家在银行中开立账户。在商家设置中点击创建账户,如图 14.24 所示。

填写账户信息,账户名 account_test,账户号 10001,金融机构名称商业银行,货币



图 14.23 支付商家设置

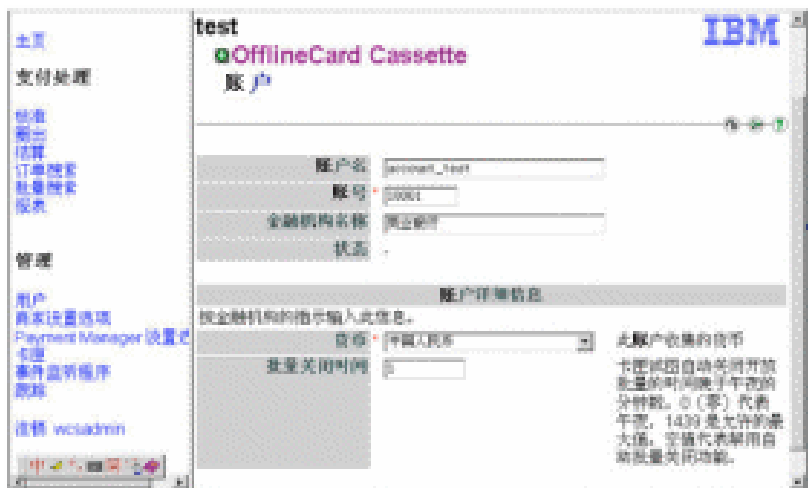


图 14.24 商家账户设置

选择人民币 ,批量关闭时间 1。批量关闭时间代表卡匣试图自动关闭批量的时间晚于午夜的分钟数 ρ 代表午夜 ,1439 是最大允许值。空值代表禁用自动关闭批量功能。

(3)在支付管理中设置为账号设置品牌 在商家设置中点击创建的商家的账户 ,选择 Offline Card Cassatte ,点击创建品牌 ,如图 14.25 所示。

填好品牌名称 ,点创建品牌 ,品牌创建成功。你可以为商家创建多个账户多个品牌。

现在 就可以在我们的网上商店上通过信用卡购物了。选好你中意的商品 ,添加



图 14.25 支付品牌设置

到购物车,选择结账填好你的开票地址和送货地址,选择你需要的装运方式,进入订单概要界面。你会发现信用卡信息栏中信用卡类型有了内容,就是我们刚才创建的品牌。选择其中之一,填写卡号 4111111111111111(仅此卡号用于测试),选择信用卡的时效日期与年份,单击立即订购,订单得以确认,如图 14.26 所示。



图 14.26 支付页面

还可以多注册几个客户,多进行几次订购,以便有更多的订单为下面的试验做准备。

(4)在支付管理中核准订单 对于顾客通过浏览器购物产生的订单,商家又是

如何处理订单、收款发货呢?下面的实验步骤4~7就是一个简单的处理流程。

首先进行订单的核准。选择开始→程序→WebSphere Payment Manager→Payment Manager 登录,以管理员身份登录支付管理控制台。在左边导航区域,选择支付处理下面的核准选项。右边将会列出所有的商家和所有客户的订单,你会发现我们刚才所作的订购已经列了出来。如果你要核准所有的订单,点击全部核准按钮,如果你要核准某些订单,选中前面的复选按钮,点击核准选择的订单按钮。如果你想察看订单详细信息,点其所对应的订单号。这里还有另外两个按钮,核收所选订单和全部核收。要搞清楚核收和核准的概念,核收包括核准,它是将核准、圈出、结算一起完成,如图14.27所示。这里先核准10051号订单。



图 14.27 订单核准

(5)在支付管理中圈出订单 在左边导航区域,选择支付处理下面的圈出选项。右边将会列出所有的商家和所有客户的已经核准的订单,你会发现我们刚才核准的订购已经列了出来。如果你要圈出所有的订单,点击全部圈出按钮,如果你要圈出某些订单,选中前面的复选按钮,点击圈出选择的订单按钮,如图14.28所示。圈出的订单形成一个批量,下一步是批量的结算。

(6)进行订单批量的结算 在左边导航区域,选择支付处理下面的结算选项。右边将会列出所有的商家和所有客户的已经圈出的订单批量,你会发现我们刚才圈出的订单批量已经列了出来。如果你要结算所有的订单批量,点击全部结算按钮,如果你要结算某些订单批量,选中前面的复选按钮,点击结算选择的订单批量按钮,如图14.29所示。

(7)在贸易加速器中修改订单状态 选择开始→程序→WebSpherer→WebSpherer Commerce Suite→Commerce Suite 加速器,以管理员身份登录。选择顾客订单菜



图 14.28 订单圈出



图 14.29 订单批量处理

单,在查看下拉式列表框中选择新订单项,所有的订单将会列出,如图 14.30 所示。其中有刚才核收的订单 10051,还有一些尚未核收的订单。

对于未进行支付处理的订单,支付状态显示未决,需要首先对其进行支付处理,选中要进行支付处理的订单,点击处理支付,可以进入类似于上面支付处理控制台的界面,处理的步骤同上。

对于已经核收的订单,支付状态显示已关闭,下一步就是发货处理了。要对其进行状态的更改,选中要发货的订单,点更改状态。在更改订单状态界面中,选择已发货单选按钮,填好必要的注释,点击确定,如图 14.31 所示。

如果订单由于某些原因需要撤销,在新订单界面中选中要撤销的订单,点更改状态。在更改订单状态界面中选择已取消单选按钮。注意已经进行支付处理的订单无



图 14.30 新订单



图 14.31 订单状态修改

法取消。

至此, 一个完整的购物流程就已经介绍完毕。此外, 贸易加速器中还有许多市场营销、客户服务等的内容, 可以通过自己摸索实践或查看联机帮助学习。

4. 思考题

- (1) 商家支付设置的作用是什么?
- (2) 核准订单有何实际意义?
- (3) 更改订单状态有何作用?

第 15 章

自助建站平台使用

实验 1 企业网站创建

1. 实验目的

- (1)了解利用平台创建企业网站的流程。
- (2)掌握利用平台创建企业网站的技术。

2. 实验内容

- (1)网站创建注册申请。
- (2)构建网站框架。
- (3)进行网站参数设置。

3. 实验指导

通过平台来构建自己的企业网站是一种既快又好的建设方式。下面以路路发建站(www.668jz.com)为例介绍如何创建企业网站。创建可以通过在该网站注册或在实验室安装该实验系统后由指导教师审批后进行。

路路发网络信息技术研究所,是目前国内企业信息化建设的先行者,拥有对于局域网安全的组建、软件开发、网站建设自助化服务的开发、信息集成和网络营销等这些领域保持领先的技术优势。目前项目有中国信息资源网(www.cnirn.com)、中国路路发自助网(www.668jz.com)、中国黄页信息网(www.chiannyp.com)、网上商城等多个大型网站。该公司和其他网络公司保持密切的伙伴关系,在技术和市场上有密切的联系和交流。在不断开发新技术的同时,公司也更强调服务质量,工作团队拥有

先进的设计理念、高超的技术能力和丰富的实务经验,曾经为各行各业的企事用户提供优良的服务,包括重庆东泰新型建材有限公司、重庆康明斯机电设备有限公司、天天美容保健品有限公司、北京铸诚装饰有限公司、湖北天门招标投标局、山东刘庄镇等全国各地的上万家单位及企业。以量身定做为标准,运用最先进的现代的计算机技术、网络技术及站点构架思想为客户快速而又低成本的组建企业局域网,打造企业网站,构架客户的网上营销宣传平台。网络营销部门根据客户的商业发展目标,结合网络媒体及传统媒体的各自优势及特点并贯穿线上线下的网站开发、建设及策划、推广、营销等活动,利用与传统媒体(如各大报纸、电视台、杂志)和网络媒体(如 SINA, SOHU, BAIDU, 163, 3721)等行业间的伙伴合作关系网络,通过最优良的营销体系来接触目标人群,让客户的投入更快的得到回应。

为了快速创建公司网站,了解路路发网络系统建网站的基本机制和基本术语是很有帮助的。该系统的基本术语和功能都等同于报纸中的相关概念。

报纸由很多的栏目组成,例如:生活栏目、新闻栏目、体育栏目等等;每个栏目的种类是不同的,例如:生活、新闻、体育,每个栏目由多篇文章组成,根据文章的重要性将文章分为头版头条(最重要)和普通文章,文章可以配有插图;一些新闻有新闻摘要,文字的字体、大小可能也有所不同,即字体排版;根据每个栏目的重要性,将栏目放在不同的位置上,重要的栏目放在醒目的位置——强调位置,不重要的栏目放在一般的位置——普通位置;不同报纸的版面设计是不同的,即我们所说的排版或者布局,报纸的颜色安排也不相同,即颜色排版;每种报纸都有各自的报头。

该系统沿用了报纸中的这些概念:栏目、文章、头版头条、普通文章、字体排版、强调位置、普通位置、布局、颜色排版和报头。除此之外还扩展了一些概念,应用在网站中。

表 15.1 系统基本术语与功能

栏目分类	普通栏目、链接栏目、论坛栏目、留言栏目、表单栏目、产品栏目、服务栏目、需求栏目
栏目位置	强调位置和普通位置
文章显示位置	头版头条、头版标题和普通文章
文章摘要	头版头条的文章,在标题的下面可以跟一段简短的摘要,介绍该文章的内容摘要
布告	位于栏目页面中的最上端,由标题和正文组成,起到提示、倡议等作用
站标	类似于报纸的报头,电视台的台标
布局	类似于报纸的排版

续表

布局模板	已经设计好的、现成的网站版面
颜色模板	改变网站整体颜色效果的一套颜色搭配,用户也可以根据自己的喜好自行更改其中的任何一部分的颜色
字体设置	改变网站中文字的字体(例如:楷体、宋体等)、大小

栏目 栏目是网站的基本要素,网站由若干栏目组成。栏目的类型有以下几种:普通栏目、链接栏目、论坛栏目、留言栏目、表单栏目、产品栏目、服务栏目、需求栏目。

表 15.2 栏目与功能及位置

普通栏目	由文章组成,可以输入任意多篇文章,每篇文章都可以配置一幅图片
链接栏目	由若干条链接组成,链接地址是以 http://开头的完整地址,不能插入图片
论坛、留言栏目	由留言或发言组成,类似于聊天室,不能插入图片
表单栏目	可自己定义的栏目类型,根据用户具体的需求,自己定义的一个表格,表单栏目只能进行一次定义,如定义一个包含产品名称、产品型号、产地、厂家、生产日期、产品说明等标题的表格,定义后的表格作为一种栏目的类型出现,此时,这种栏目类型同其他栏目类型:普通栏目、链接栏目一样,可以使用多次,详细的实用说明参见后面表单栏目的使用
产品栏目	顾名思义,用于输入有关产品的各种信息的栏目,特别适合商业用户使用。而且,可以上载图片,还周到的为您提供折扣、计价单位等选项,同时,系统会自动将用户的产品信息加入您所选择的行业中
服务栏目	和产品栏目一样,用于发布用户提供的服务,系统自动的将用户的服务加入到用户所选择的行业中
需求栏目	同产品、服务栏目相同,系统会自动将用户的需求加入到用户所选择的行业中
强调位置	根据所选模板的不同,所指的强调位置也不相同,但既然是强调位置,无论是哪种类型的模板,都指较醒目的位置
普通位置	相对于强调位置而言另一个放置栏目的位置

对处于同一位置(指强调位置、普通位置)的栏目,可以通过排序的方法,安排它们的顺序,在栏目配置中可以设置这项。对于在同一个栏目中的若干篇文章、链接,也可以通过排序的方法,安排他们的顺序。每输入一篇新文章,建立一个新链接的时候,可以自行选择。

文章 只有文章栏目才能输入文章,换句话说,文章只能出现在文章栏目中;文章的分类规定如下:

表 15.3 文章分类

头版头条	该篇文章除了出现在它所在的栏目中 ,文章的标题和摘要同时显示在网站首页中 ,点击文章标题可看到具体内容 ,摘要可以手工输入
头版标题	该文章除了出现在它所在的栏目中 ,文章的标题也将显示在网站首页中 ,但是头版标题没有摘要。文章的具体内容需点击标题后才能显示
普通文章	该文章只出现在它所在的栏目中 ,其他地方看不到

此外还有另一种形式 ,就是布告。所说的布告实质上是一段提示或者一份通知之类的言语 ,由标题和正文两部分组成 ,他们出现在栏目页面的醒目位置 ,分为首页布告和栏目布告。

表 15.4 布告类型

首页布告	指放在网站首页上端的文字 ,例如 :[欢迎来到我的网站 ,请大家多多指教 (这是标题)]这里有许多中外名著、各类书籍供您翻阅 ,如果您有什么好书推荐 ,请跟我联系(这是内容)。
栏目布告	指放在某个栏目首页中的文字 ,用法同首页布告相同

模板 为满足不同用户的需要 ,系统推出了十几种网站首页、栏目页面及下一级页面的布局模板和几十种颜色模板供用户选择。为了让用户明白我们提供的 3 种模板的作用 ,现将本系统页面的层次做以简要的说明。首页即网站的首页 ,栏目级页面即点击栏目后打开的页面 ,内容级页面即栏目页面中 ,点击具体的内容标题后出现的页面 ,如点击 :留言、论坛的标题 ,文章的标题 ,产品、服务、需求的名称等出现的页面。

用户不仅可以选择网站首页的布局风格 ,同时还可以为每个栏目级页面、内容级页面选择它们自己的布局模板。这两种页面的布局模板在每个栏目的配置中可以进行设置。

(1)用户注册 在开始建站之前 ,必须首先获得系统的许可 ,也就是说需要在系统上面进行一系列的登记。进入路路发网站(www.668jz.com)的首页 ,如图 15.1 所示 ,点击“新用户登记”。即可进行网站注册申请。在注册中会要求用户填写一些基本信息。

(2)选择网站类别 根据用户自己的情况 ,选择用户网站所属分类(如图 15.2 所示)。这样 ,浏览者即使不知道用户的网站也可以在浏览本系统的行业市场时很方便的找到用户的网站。通过选择分类 ,用户在网站上发布的信息将会自动进入本系统。

(3)网站基本信息登记 这里最关键的是选择用户网站的域名 ,因为网站的网址就是你现在填写的域名 ,即网站今后的网址将会是 http://*.*.668jz.com ,所以



图 15.1 路路发网站首页

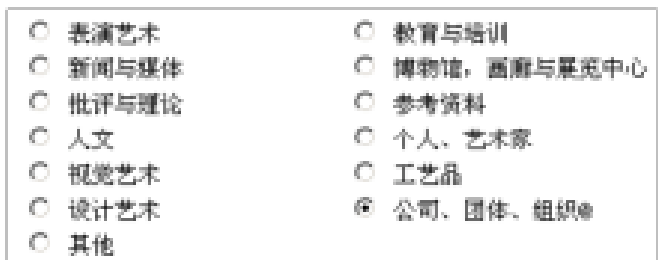


图 15.2 网站分类

用户可以选择一个既能代表网站特色,又能给访问者留下深刻印象并容易牢记的名字,作为用户网站的域名名称!另外,网站的维护和管理时所用到的用户名也是用户在这里填写的域名,如图 15.3 所示。

(4) 用户详细情况登记 这里填写的信息在用户的网站管理界面中都可以重新进行修改,并且可以自行决定哪些信息可以公开,哪些信息不公开(如图 15.4 所示)。用户需要注意的是,一定要认真选择网站所属下级分类和用户的地区分类,因为这样做可能会给用户带来意想不到的访问量!填写完这些信息提交后,系统会提示用户“网站申请已经成功,请等待网站管理员的审核”的提示信息。

注意 一般情况下,路路发网络会在 2~3 小时内,就会给用户回信!如果审核通过,用户就可以使用申请时填写的域名(用户名)和口令在首页登录。登录之后将会进入用户网站的管理界面,用户现在可以开始建设网站了。

(5) 网站搭建 如果是初学者,可以选取快速建站方式,快速建站方式和普通方式并不存在任何功能上的区别,只是快速建站的栏目数有限,但是可以在“栏目建

登记基本信息

• 申请域名 .668jz.com (最多16个英文字母或数字)

• 网站口令 (最多10个英文字母或数字)

• 重新网站口令

• 网站中文名称

• 电子邮件

OICQ

• 用户类别 ☒ 机构、团体或公司 ☐ 个人或家庭

发布语言 ☒ 中文 ☐ 中英文

登记详细情况

• 登记者姓名

性别 ☒ 男 ☐ 女

图 15.3 网站信息登记

登记详细情况

• 登记者姓名

性别 ☒ 男 ☐ 女

生日 年 月 日

职业

月收入

互联网熟悉程度

受教育程度

• 网站内容简介

• 网站所属分类

• 所在地区

• 用户联系地址

(请如实填写, 否则无法注册!)

联系人

开户银行

银行账号

• 用户电话

(请如实填写, 否则无法注册!)

用户传真

邮政编码

个人兴趣 ☐ 娱乐 ☐ 家居生活 ☐ 健身 ☐ 音乐

☐ 购物 ☐ 体育与户外活动 ☐ 商业 ☐ 计算机技术

☐ 个人投资 ☐ 旅游

同意规章 ☒ 同意 ☐ 不同意 [查看规章](#)

图 15.4 用户详细情况登记

设”中进行调整和增加。因此,许多人都采用这个方式把网站架起来,然后再慢慢完善。值得注意的是,这个初学者快速建站引导只有在网站还没有任何栏目的时候才有,一旦用户从栏目建设中创建了新栏目,这个功能就不复存在了!不过,也可以删除所有内容之后再重新登录,这个界面将会重新出现,但是以前建立的所有内容都不会不复存在。登录后,点击“初学者快速建站引导”进入,接下来的页面中共有4种引导方式,如图15.5所示。

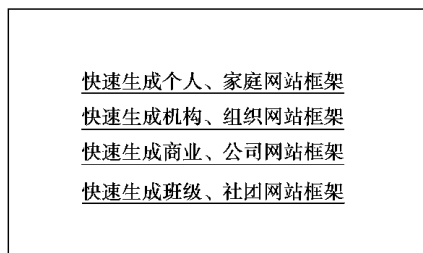


图 15.5 引导方式

选择其中的一种,点击进入下一个界面。

(6)建立网站框架 这是正式开始建站的第一步,在选择下面的界面之前,请首先阅读有关各栏目功能的介绍,如图15.6所示。



图 15.6 栏目功能

根据介绍选择好栏目,调整好栏目名称,提交。注意这一步是不可逆的!所以,提交之前一定要仔细检查!

(7)选择颜色组合 颜色组合决定了网站的主要色调。选择一种用户喜欢的色

调搭配,如图 15.7 所示。注意随时点击“看看网站现在的模样”检查效果,不理想的话随时更换。选好之后点击“选择模板”。



图 15.7 颜色组合

(8)选择字体组合 同上一步一样,也可以随时检查效果并随时更换,如图 15.8 所示。

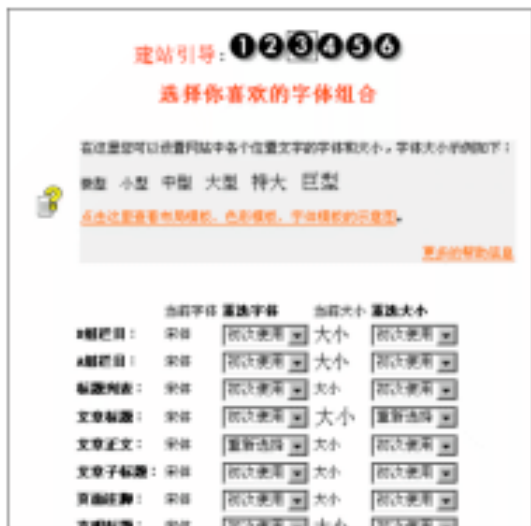


图 15.8 字体组合

(9)选择布局模板 如图 15.9 所示,布局模板决定了网站页面的结构。

注意 在模板列表的下面有一个不起眼但是很重要的选项,就是“修改范围”如图 15.10 所示,有两个选择,如果选择“所有页面”,用户的网站将会是一致的布局,



图 15.9 布局模板

所有的页面都使用相同的模板,选择“只改首页”,在以后的栏目建设中用户可以重新为各个栏目选择新的模板。

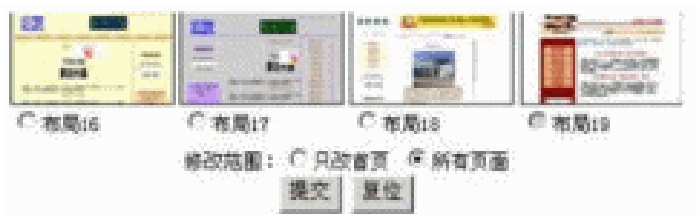


图 15.10 模板范围选择

(10) 选择站标 站标是一个网站的标志,位于网站首页的左上角。网站准备了许多通用站标供选择,如图 15.11 所示。

(11) 输入内容 在创建并配置了新栏目后,就完成了网站建设的第一步,接着来进行具体内容的输入。

栏目按照功能划分,一共有 8 个类别:文章栏目、链接栏目、论坛栏目、留言栏目、表单栏目、产品栏目、服务栏目、需求栏目等。在总共 8 个栏目中“文章栏目”的功能最为强大,相应的设置也多一些,如果用户熟悉了“文章栏目”的设置,那么对于其他栏目的设置就应该“驾轻就熟”了!限于本书的篇幅我们只介绍“文章栏目”的建设。下面我们就开始建立一个“文章栏目”,如图 15.12 所示。

如果用户现在要在“新闻”栏目下输入新的内容,请点击该栏目后的“输入新内容”!打开页面如 15.13 图所示。



图 15.11 网站站标

充实网站各个栏目的内容

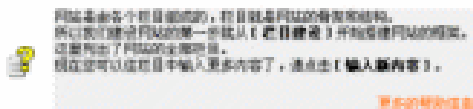


图 15.12 栏目内容充实

除文字内容外,还可有插图、图片显示位置、图片大小、音频和视频等。

“保持输入格式”指按照文章 COPY 或写入时的格式显示,但需要用户手工断行,不然会出现显示超宽的现象;如果用户输入了 html 代码后,则需要选择这种显示方式;“格式化输出”则自动适应网页的宽度,显示比较整齐。推荐选择“格式化输出”。

文章位置 “头版头条”在首页上以文章摘要的形式显示;“头版标题”在首页上只显示文章的标题,请选择几篇文章作为首页的内容显示为“头版”,不然,首页没有内容!

最后点击“确认”!如果需要修改,可以单击“栏目建设”,再点击该文章所在栏目——显示栏目中的内容,最后单击“该文章”连接后的“修改”即可进行修改!

输入新文章：

请输入新文章的文章信息。文章建立后系统将提示你对文章的信息进行设置。
在页面，用户可以看到文章标题的链接文件，以及文章为标题头或标题标题。

文章标题

文章内容

文章来源

作者名称

文章是否有摘要 ☒ 是 ☐ 否

图片序号

文章显示 ☐ 简单输入形式 ☐ 文章html源代码 ☒ 格式化输出

当前状态 ☐ 关 ☒ 开

文章位置 ☐ 从原头起 ☐ 从原标题 ☒ 一般文章

图 15.13 新文章输入

4. 思考题

- (1) 路路发平台提供哪些服务。
- (2) 一般的企业网站包括哪些基本栏目？
- (3) 利用平台创建企业网站主要有哪几个主要环节？
- (4) 通过上网来查询提供平台建站服务的公司，比较各自功能的异同并分析原因。

实验 2 网站经营管理

1. 实验目的

- (1) 熟悉网站日常管理的内容。
- (2) 掌握网站日常管理的操作技能。

2. 实验内容

- (1) 会员管理。
- (2) 商品管理。
- (3) 订单管理。

- (4)广告管理。
- (5)调查管理。
- (6)订阅管理。
- (7)连锁加盟操作。

3. 实验指导

(1)会员管理 在电子商务网站开通后,某个用户如果想在网站购买东西,那他必须首先注册成为会员,才能实现在线交易,下面我们介绍与此相关的“会员管理”。进入“会员管理”,打开页面如图 15.14 所示。

设置会员权利与义务条款,会员同意才可以登记。

目前用户权限功能处于关闭状态,如欲打开请点击[功能选项](#)

序号	选择	用户姓名	订阅时间	是否确认	权限设置
1.	☐	ft	1970-01-01 08:00:00	未确认	ft
2.	☐	yrl	1970-01-01 08:00:00	未确认	yrl
3.	☐	china	1970-01-01 08:00:00	未确认	china

图 15.14 会员管理页面

这里显示已经有 3 个用户进行了登记,比如,要赋予用户“FT”访问权利,请点击用户姓名下的“FT”启动该用户,如图 15.15 所示。

请审核用户信息,然后在“启动标志”后选择:确认→提交!如果用户有几个加了访问控制的栏目,那么启动后用户还可以进一步设置该用户的访问范围,如图 15.16所示。

(2)商品管理 包括对添加新商品、商品信息的更新与删除等,如图 15.17 所示。

商品的基本信息见表 15.5。

用户信息：ft

用户名：ft

*密码：限长15字节

*用户姓名：限长30汉字

*Email：限长30汉字

*电话：限长30汉字

*传真：限长30汉字

*地址：限长30汉字

*邮政编码：限长30汉字

*启动标志：☐ 确认 ☒ 没确认

*简单留言：限长256字

确认提交

重新填写

图 15.15 会员访问启动

会员ft的访问权限：

这里列出了网站的全部可控制栏目，用户可以修改这些会员的访问权限，使某些栏目只有经过用户允许的会员才可以访问，普通用户无权进入！

栏目名称	权限控制
【时事评论】	☒ 可以访问 ☐ 不可以访问
【科技新闻】	☐ 可以访问 ☒ 不可以访问
【IT 新闻】	☐ 可以访问 ☒ 不可以访问
【教育新闻】	☐ 可以访问 ☒ 不可以访问

确认修改

复位设置

图 15.16 访问范围设置

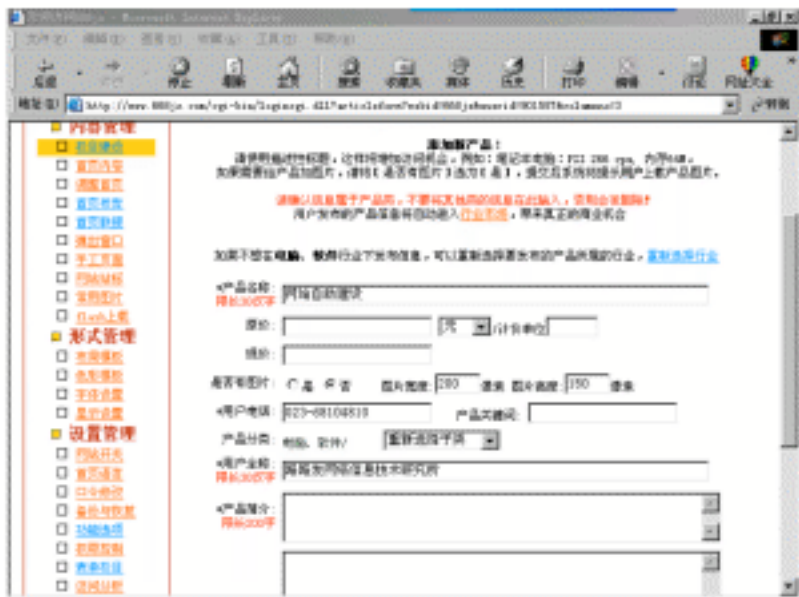


图 15.17 添加新商品

表 15.5 商品基本信息

产品名称	输入产品名称,如:紫光笔记本
原价	输入产品价格,如 14 999 元
计价单位	台
现价	如果产品有折价政策,可填入,如 9 999 元
是否有图片	如果有,并填好图片的宽度和高度。图片规格可在图片上点击鼠标右键看其属性。然后在此页提交以后上传
产品关键词	用于搜索引擎的查找。此处可填写“电脑,笔记本,紫光”
产品分类	选择产品分类,以便精确查找
产品简介	对于产品的简单介绍,将会出现在产品栏目首页
产品描述	对产品的具体描述,用户点击该产品名称之后可以看到的
产品数量	可提供的该类型的产品的总数量
产品状态	是否可以销售

填好确认提交后将会看到如图 15.18 所示信息:

如果上传插图,点击上面第一行中的“这里”,进入上传产品图片页面,点击“上传产品图片”链接,进入上传界面,如图 15.19 所示。

假定已经准备好了产品图片并保存到了用户的计算机上,点击“浏览”然后找到

产品记录已加入！点击[这里](#)用户可以回到栏目进行产品修改或上传插图

点击[这里](#)用户可以继续添加新的产品记录

图 15.18 确认信息

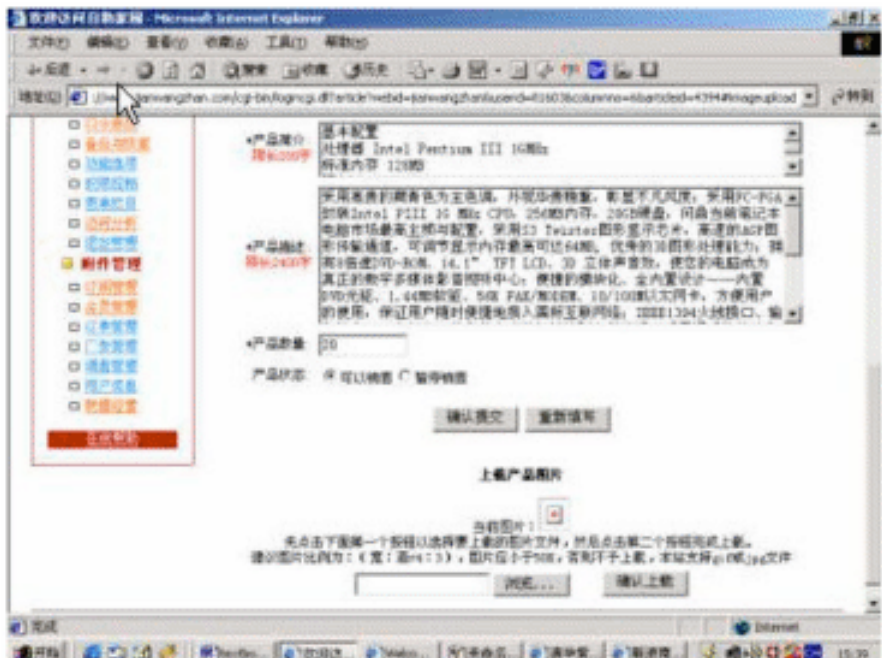


图 15.19 上传图片

保存在用户的计算机上的产品图片,然后点击“确认上传”。如果用户想修改产品的有关信息,请点击图的“修改”即可。

(3) 订单管理 进入“订单管理”,打开页面如图 15.20 所示。

这里显示了用户订单的订单号、下单时间、用户姓名、联系电话、总价格,点击相应的订单号,可以查看订单的详细信息,如图 15.21 所示。

(4) 广告管理 在“广告管理”中可以选择自己的图片作为广告,如图 15.22 所示。广告类型分为 3 种:大幅、小幅、浮动,图片大小不能超过 50kB,图片格式为: gif、jpg;如果图片过大或格式不符则会出现该页无法显示的错误,重新上传正确图片即可!

订单号	下单时间	用户姓名	联系电话	总价格
☐ 2000921545346371	2000-09-21 11:22:38	1111111	13641095311	10000.00
☐ 2000101242340418	2000-10-07 16:57:16	: : 缺货登记 : :	13641095311	4000.00
☐ 20001016525129351	2000-10-16 11:07:07	yz1	62817372	1800.00
☐ 20001016937799339	2000-10-16 18:54:47	111111	13641095311	4000.00
☐ 20001016937799290	2000-10-16 18:56:44	111111	13641095311	200.00
☐ 20001016937798372	2000-10-16 19:48:26	111111	13641095311	0.00
☐ 20001017937784515	2000-10-17 08:53:09	111111	13641095311	0.00
☐ 20001017937784483	2000-10-17 08:54:11	111111	13641095311	1800.00
☐ 20001017937784472	2000-10-17 08:54:49	111111	13641095311	1800.00
☐ 20001017937784341	2000-10-17 09:02:10	111111	13641095311	600.00
☐ 20001017937784156	2000-10-17 09:12:35	111111	13641095311	0.00
☐ 20001017937783917	2000-10-17 09:26:04	111111	13641095311	0.00

图 15.20 订单管理

用户 1111111 订单号 :2000921545346371

商品名称	单价 / 元	数量	合计 / 元
电脑	¥10 000.00	1	¥10 000.00

造价方式 : 直接送货
 付款方式 邮局汇款 / 元

合计 : ¥10 000.00

送货地址
 姓 名 1111111
 联系地址 22222
 邮政编码 111111
 联系电话 13641095311
 客户要求

图 15.21 订单信息

表 15.6 网络广告类型

大幅广告	尺寸没有限制,但是建议使用标准的尺寸:468 mm×60 mm 或比例适中的图片放在大幅广告位置,不然会影响网页美观
小幅广告	有尺寸限制为:130 mm×60 mm,使用时跟网站站标一样会自动压缩图片,这是为了控制一些初级用户不了解图片的属性而造成的页面混乱
浮动广告	没有尺寸限制,显示效果有浮动和固定两种



图 15.22 广告管理

点击“浏览”在用户的电脑中找到准备好的图片,然后点“确认上载”。然后进行广告设置,如图 15.23 所示:

	大幅广告	小幅广告	浮动广告
广告链接地址	http://www.edingxing.	http://www.edingxing.	http://www.edingxing.
广告点击计数	0	0	0
广告计数开关	☐ 开 ☒ 关	☐ 开 ☒ 关	☐ 开 ☒ 关
广告文字标题			
广告显示页面	☒ 所有页面 ☐ 首页	☒ 所有页面 ☐ 首页	☒ 浮动 ☐ 悬浮不动
最后点击地址			

图 15.23 广告设置

表 15.7 广告设置术语

广告链接地址	可以自己设定图片的链接,以 http://开头
广告点击记数	由系统自动统计图片点击数量
广告文字标题	定义鼠标指向图片时的提示内容,相当与  alt = “文字标题内容”
广告显示页面	设置广告的显示页面范围,浮动广告的效果
最后点击地址	以 IP 形式自动显示图片最后被“谁”点击过

最后,不要忘了在“功能选项”中将广告的功能打开,不然,在网页上还是看不到广告显示!

(5) 订阅管理 这项功能实际上就是一个“邮件列表”,用户可以给网站的用户提供邮件订阅服务,通过“邮件列表”用户可以选择给哪些用户发送信息,如:网站的最新资讯,最近的新闻动态等等。设置步骤如下:

在“功能选项”中打开“用户订阅”服务,如图 15.24 所示。

请先将相关功能设置好,然后再打开

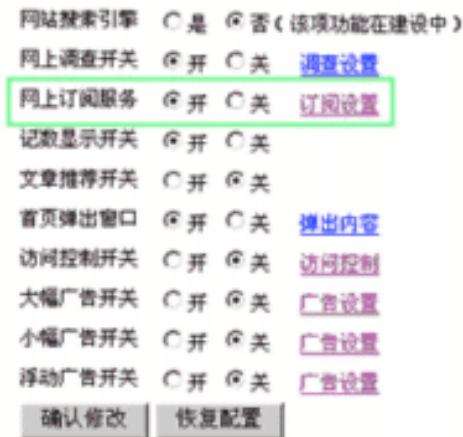


图 15.24 功能开关

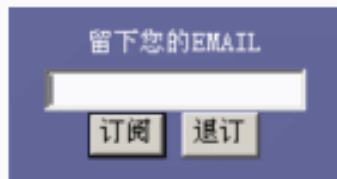


图 15.25 邮件订阅

打开后在网页中的显示效果如图 15.25 所示。

用户可以在“留下 EMAIL”下面输入他的邮箱后点击“订阅”即可加入用户的邮件列表。

假如有用户加入了用户的邮件列表,订阅用户的邮件信息,那么用户可以在“订阅管理”中进行操作,打开页面如图 15.26 所示。

在“选择”下的框中选择需要发送邮件的用户→然后点“发送邮件给用户”,在“选择”下的框中选择需要删除的用户→然后点“删除”按钮可以删除该用户!

(6) 调查管理 在“调查管理”中,用户可以随时定义一个网上调查,比如:提出一个问题由网友们来回答,最后通过网友们选择的不同答案的数量多少得到用户所需要的调查结果。调查的内容也可以随时的更新和删除,具体的步骤如下:

打开“调查管理”页面,显示如图 15.27。

调查名字 给出该调查的题目或中心,比如:中国队涉险逼平卡塔尔队,用户认为原因是?

类型 有多选一和多选多两种。多选一:只能选一个答案;多选多:可同时选一个或几个。



图 15.26 订阅管理



图 15.27 调查管理

选项个数 设定可选择项的个数,最多为 8 个,填写调查名字,选择好类型和个数后提交!

如图 15.28 所示可定义各选项内容:

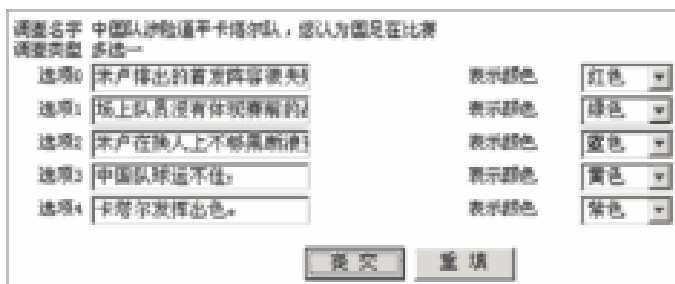


图 15.28 选项内容

在各个选项中填写相应的内容,在后面的“表示颜色”中选择不同的颜色便于区别!提交后,记住别忘了在“功能选项”中打开“调查管理”功能!最后,点“看看网站现在的模样”浏览效果!

(7)联盟经营 通过联盟经营,可以为网站带来收入,并将网站访问量转化为实实在在的收益。因为当你打开“联盟经营”的开关后,在你的网站首页上就会显示广告的内容,当你网站的访问者点击“新用户注册”时,他就记录为你发展的用户,当该

用户成为正式用户后,你就可以得到相应比例的提成。关于具体提成比例你可以查看网站上的相关说明。

在功能选项中打开“联盟经营”的开关,在经营代码显示后面选择“开”(如图 15.29 所示),用户的网站首页上就会多出一个用户登录、申请的功能,如图 15.30 所示。

请先将相关功能设置好,然后再打开

网站搜索引擎	☐ 是 ☒ 否 (该项功能在建设中)	
网上调查开关	☐ 开 ☒ 关	调查设置
网上订阅服务	☐ 开 ☒ 关	订阅设置
记数显示开关	☒ 开 ☐ 关	
文章推荐开关	☐ 开 ☒ 关	
首页弹出窗口	☐ 开 ☒ 关	弹出内容
访问控制开关	☐ 开 ☒ 关	权限设置
首页会员登陆	☐ 开 ☒ 关	权限设置
会员信息选项	☐ 公开 ☒ 保密	权限设置
经营代码显示	☐ 开 ☒ 关	联盟经营
大幅广告开关	☒ 开 ☐ 关	广告设置
小幅广告开关	☐ 开 ☒ 关	广告设置
浮动广告开关	☐ 开 ☒ 关	广告设置

图 15.29 联盟经营设置

网站建设的革命: 10 分钟建立网上家园

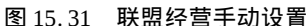
用户: 密码:

[新用户](#) [帮助](#)

图 15.30 联盟经营页面

如果用户的网站使用的是静态首页,那么在图 15.30 中操作的结果是不会直接在首页上显示出来的,这种情况下就需要用户手工添加代码。点击图 15.29 中的“联盟经营”链接进入,然后选择“你也可以点击这里选择自动在首页显示经营登录窗口”,如图 15.31 所示。

这时打开一个页面,里面是我们提供的做好的代码,用户只需要选择其中的一种形式,然后将相应的代码放到自己的静态首页中即可!如果有访问者通过“新用户”链接申请注册,那么你点击“全部用户”就可以看到新用户的资料,如图 15.32 所示。



4. 思考题

- (1)会员访问权限设置有何作用？如何设置？
- (2)网站商品一般包括哪些信息？
- (3)如何安排不同类型的网络广告位置？
- (4)设置订阅管理功能有何实际意义？
- (5)网上调查应该注意什么？
- (6)如何选择网上联盟经营对象？

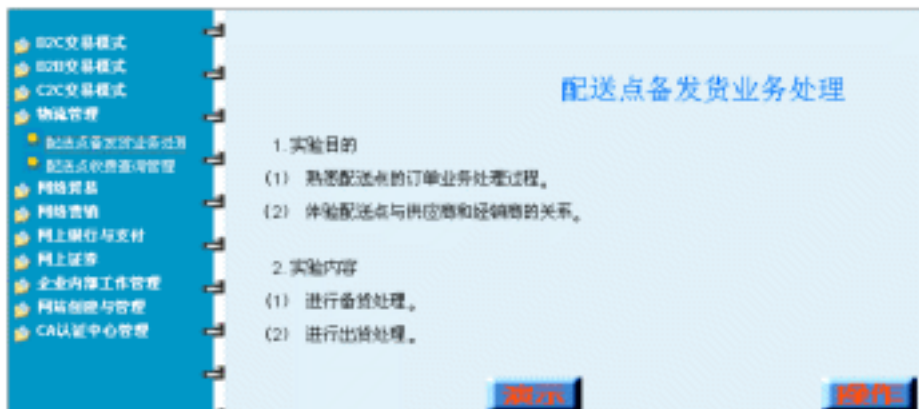
附录

附录 1 配套光盘使用说明

本软件采用了光盘自动运行技术,光驱加载光盘后会自动运行。如果不能自动运行,则需要重新设置你使用的计算机,在系统设备中将光驱属性设置为“自动插入通告”即可。如果你想跳过片头直接开始使用,请单击光盘中的 default.htm 文件即可实现。

1. 光盘内容

光盘包含 11 个电子商务演示、操作。在片头中点击“开始使用”后,左侧会列出实验标题,点击标题后,右侧会显示相应的演示、操作内容,如附录图 1 所示。



附录图 1

2. 运行环境

(1) 本光盘的最佳分辨率设置为 1024×768 像素。

(2) 你在使用此光盘前, 首先检验 $c:\text{hwindows}$ 路径下有无“msagent”文件夹, 如果没有, 点击光盘中的“msagent”文件, 自动解压到相应路径中即可。

(3) 本光盘运行时需要 FLASH 播放器以播放 FLASH 演示文件, 如果没有安装, 请到网上下载安装。

(4) 本光盘运行时需要启用 ACTIVE 控件, 如果在实验操作过程中无法出现附录图 2 左上角所示的虚拟老师动画, 即需在浏览器中修改安全设置, 设置方法为打开 INTERNET 浏览器/工具/INTERNET 选项/安全/自定义安全级别/启动 ACTIVE 控件和插件。



附录图 2

附录2 第二版与第一版内容对照表

章节	第二版内容	第一版对应内容
1	电子商务概述 1.1 电子商务流程 1.2 电子商务参与主体的地位与作用 1.3 电子商务实验室系统功能简介	电子商务概述 1.1 电子商务流程 1.2 电子商务参与主体的地位与作用
2	B to C 交易模式 实验1 个体消费者网上购物 实验2 商店值班经理业务处理 实验3 系统基础数据设置 实验4 值班经理采购业务处理 实验5 值班经理综合业务处理	B to C 交易模式 实验1 个体消费者网上购物 实验2 商店值班经理业务处理
3	B to B 交易模式 实验1 交易中心浏览 实验2 经销商在交易中心订货 实验3 分公司客户订单处理 实验4 经销商业务管理 实验5 分公司其他业务管理	B to B 交易模式 实验1 交易中心浏览 实验2 交易中心注册 实验3 经销商在交易中心订货 实验4 分公司客户订单处理 实验5 经销商业务管理 实验6 分公司其他业务管理
4	C to C 交易模式 实验1 拍卖商品 实验2 参加竞买 实验3 拍卖中心管理	C to C 交易模式 实验1 拍卖前的准备 实验2 拍卖商品 实验3 参加竞买 实验4 拍卖中心管理
5	物流管理 实验1 配送点备发货业务管理 实验2 配送点收货查询等业务管理	物流管理 实验1 配送点备发货业务管理 实验2 配送点收货查询等业务管理
6	网络贸易 实验1 EDI 应用 实验2 电子合同的签订	无

续表

章节	第二版内容	第一版对应内容
7	网络营销 实验 1 电子邮件申请与使用 实验 2 网络广告发布 实验 3 新闻组的使用 实验 4 网上调查 实验 5 商业报告撰写	无
8	网上银行与支付 实验 1 网上银行服务 实验 2 网上银行管理 实验 3 电子钱包申请 实验 4 电子钱包使用	网上银行与支付(第 6 章) 实验 1 网上银行服务 实验 2 网上银行管理
9	网上证券 实验 1 用户注册 实验 2 大盘分析 实验 3 行情分析、个股实时分析和 技术分析	网上证券(第 7 章) 实验 1 用户注册 实验 2 大盘分析 实验 3 行情分析、个股实时分析和技 术分析
10	企业内部工作管理 实验 1 企业领导工作管理 实验 2 企业一般员工工作管理	企业内部工作管理(第 8 章) 实验 1 企业领导工作管理 实验 2 企业一般员工工作管理
11	网站创建与管理 实验 1 网上商店的创建与管理 实验 2 网站信息发布管理	网站信息管理(第 9 章) 实验一 网站信息浏览 实验二 网站信息管理
12	EDI 中心管理	EDI 中心管理(第 10 章)
13	CA 认证中心管理 实验 1 数字证书的申请 实验 2 CA 认证管理 实验 3 数字证书的配置 实验 4 安全数字证书的使用	CA 认证中心管理(第 11 章) 实验 1 数字证书的申请 实验 2 CA 认证管理 实验 3 数字证书的配置 实验 4 安全数字证书的使用
14	IBM WCS 开发平台使用 实验 1 WCS 系统安装配置 17 实验 2 商店的创建与发布 17 实验 3 支付管理设置和商店后台 管理	无

续表

章节	第二版内容	第一版对应内容
15	自助建站平台使用 实验 1 企业网站创建 实验 2 网站经营管理	无
附录	附录 1 配套光盘使用说明 附录 2 第二版与第一版内容对照表 附录 3 电子商务实验进度安排参考 附录 4 B to B 交易实验考核操作记录表	无

附录 3 电子商务实验进度安排参考

实验包括两部分：一是电子商务模拟实验操作；二是电子商务网站设计。在模拟实验中，以电子商务实验室系统为基础，以商务活动中相关角色身份进入，体会电子商务的特征。在电子商务网站设计中以路路发建站(<http://www.668jz.com>)所提供的实验环境为主，了解创立企业网站的流程和管理技能。总实验时间一般在 20 学时。

1. 实验内容

1) 电子商务模拟实验

(1) 准备工作 首先在网络营销中申请个人电子邮件。

(2) 银行服务和管理 角色为银行用户和银行业务员。两人一组交换进行，存入金额 1 万元。1 课时。

(3) B to C 交易 角色为个体消费者、商店值班业务员和网店论坛管理员。2 人一组交换进行 2 课时。

(4) C to C 交易 角色为拍卖、竞买和中心管理者。3 人一组交换进行 2 课时；要求提前搜集商品图片和相关信息。

(5) B to B 交易 角色为生产供应商、销售商、物流公司。3 人一组交换进行 2 课时。

(6) 办公自动化 角色为高层管理者、中层管理者和一般工作人员。3 人一组交换进行 2 课时。

(7) 网络营销 角色为公司营销人员。2 人一组进行，课时分上下各 1 学时，分别进行促销活动和谈判活动，计 2 课时。

(8)CA 认证 角色为用户和认证中心管理者。2 人一组交换进行 1 课时。

(9)EDI 中心 2 课时。

2)电子商务设计实验

根据策划设计在路路发建站网站上实现。4 课时(要求提前准备资料与图片)。

3)实验要求

(1)通过 Internet 寻找提供建站服务的公司及其报价表,比较各公司服务的优劣,每人提交报告 1 份。

(2)3 人为一组设计企业电子商务商店,写出设计策划书和设计实现过程(与操作指导书类似,但以各组实际设计的内容为例),并注明网站名、管理员用户名和进入密码和小组人员分工情况。每组 1 份,提交打印稿。

2. 考核标准

(1)出勤、操作、报告情况。

(2)报告认真,体会深刻,有创新。

附录4 B to B 交易实验考核操作记录表

记录表1

实验角色: 分公司1

操作时间: 年 月 日

班级		考号		成绩		
姓名		学号				
同组成员	姓名	考号	E-mail			
经销商2			@ecp. net			
配送点3			@ecp. net			
实验操作记录						
登录(考号)			密 码		修改姓名(实名)	
申请电子邮箱		@ecp. net			密 码	
申请企业银行账号					PIN 码	
分公司注册		姓名(实名)			登录名	密 码
添加 商品	名称(CPU + 考号)		品牌	信誉级别	价格	最小购买量
						10
向配送点发货		货场名称		商品名称	发货数量	
经销商管理		商家名称		信誉级别	配给额度	
订单处理		经销商名称		订单号	下单时间	
发送货单		货场名称		订单号	发货数量	
需求 反馈	需货配送点场名称		经销商名称	商品名称	需求数量	分公司答复
应收款查询	订单号		经销商名称		付款方式	应收金额
库存管理	货场名称		商品名称		实际库存	预警库存
说 明	请向本组担任配送点角色的同学发送 E-mail 要求进行银行开户后台审批、存款。					

记录表 2

实验角色 经销商 2

操作时间： 年 月 日

班级		考号		成绩		
姓名		学号				
同组成员	姓名	考号	E-mail			
分公司 1			@ecp. net			
配送点 3			@ecp. net			
实验操作记录						
登录(考号)			密 码		修改姓名(实名)	
申请电子邮箱		@ecp. net			密码	
申请企业银行账号					PIN 码	
经销商注册	姓名(实名)	登录名	密码	默认送货货场		
经销商申请	生产厂家名称		地址	配给额度	E-mail 地址	
需求反馈	生产厂家		商品名称		添加数量	
下订单 (额度支付)	订单号	生产厂家	商品名称	所在货场	选购数量	价格
订单处理	订单号	厂家名称	商品名称	下单时间	付款方式	计单状态
订单查询	订单号		生产厂家		订单状态	
进货统计	订单号	生产厂家	商品名称	数量	计单状态	
应付款查询	订单号	收款厂家名称		付款方式	应付金额	
银行付款	支付账号	收款账号		订单号	支付金额	
说明	请向本组担任配送点角色的同学发送 E-mail 要求进行银行开户后台审批、存款。					

记录表 3

实验角色 配送点 3

操作时间： 年 月 日

班级		考号		成绩		
姓名		学号				
同组成员	姓名	考号	E-mail			
分公司 1			@ecp. net			
经销商 2			@ecp. net			
实验操作记录						
登录(考号)			密 码		修改姓名(实名)	
申请电子邮箱		@ecp. net			密码	
配送点注册	姓名(实名)	登录名	密码	省份、城市名		
收货处理	发货分公司		收货单号	商品名称	收货数量	
买家需求处理	序 号	分公司名称	经销商名称	商品名称	商品数量	处理状态
	分公司答复					
出货处理	备货单号	订单号	商品名称	收货人	付款方式	数 量
库存查询	商品名称		品 牌		实际库存	
网上银行 审批操作	账 号	用 户 名	用户类型	姓 名	储户存款	余额
说 明	配送点角色同时担任银行后台审批本组成员开户申请。(非本组成员不要审批)					

参考资料

- 1 杨坚争、邵兵家等. 电子商务实验教程. 北京 :中国人民大学出版社 2003
- 2 北京德意通数码技术有限责任公司. 德意电子商务实验室 V20(交互教学版)用户手册 2002
- 3 上海市电子商务系列培训考核办公室. eLAB 电子商务实验指导. 上海 :上海交通大学出版社 2002
- 4 王传松. 电子商务教学实验指导书. 南京 :东南大学出版社 2002
- 5 章学拯. 电子商务基础上机实验指导. 上海 :上海交通大学出版社 2000
- 6 韦宇等. 网上炒股 DIY. 北京 :清华大学出版社 2001
- 7 郭清顺等. 电子商务——技术·策略·应用. 广州 :中山大学出版社 2001
- 8 恽刚等. 电子商务基础教程. 北京 :机械工业出版社 2001
- 9 邵兵家等. 电子商务案例教程. 北京 :机械工业出版社 2001
- 10 邵兵家等. 电子商务概论. 北京 :高等教育出版社 2003
- 11 首都在线 <http://www.263.net/>
- 12 好又多电子商务公司 <http://www.hoyodo.com/>
- 13 雅宝拍卖中心网站 <Http://www.yabuy.com>
- 14 招商银行 <http://www.cmbchina.com/>
- 15 中国工商银行 <http://www.icbc.com.cn/>
- 16 广东证券股份有限公司中天网 <http://www.stock2000.com.cn/>
- 17 西陆网免费调查系统 <http://poll.xilu.com/>
- 18 北京纺织在线 <http://www.bjtextile.com/>
- 19 上海市电子商务安全证书管理中心有限公司 <http://www.sheca.com/>