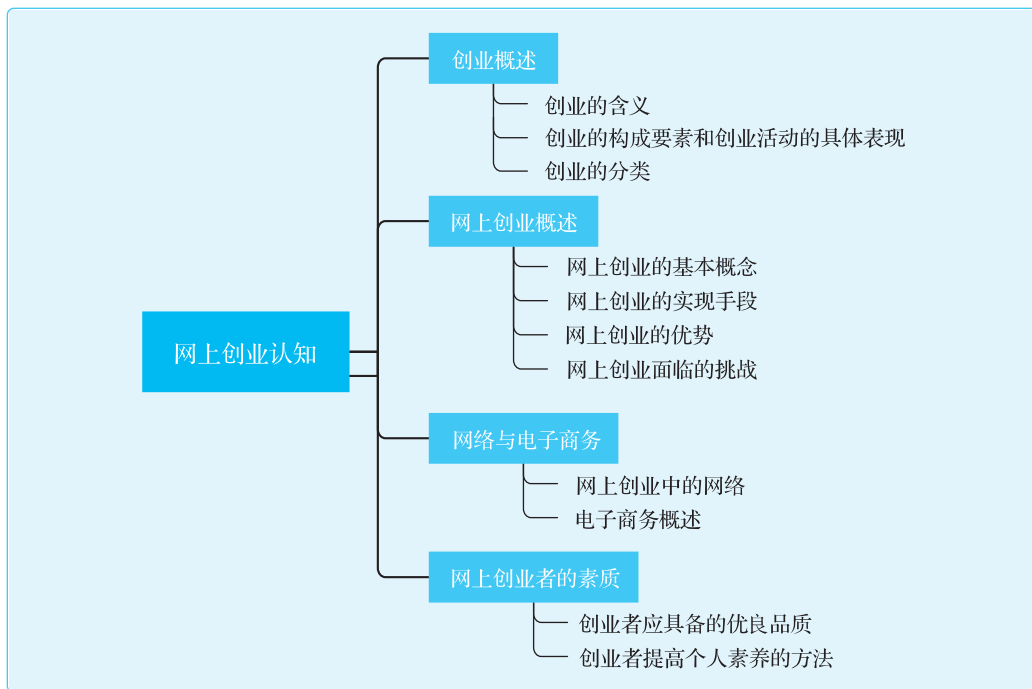


项目 1 网上创业认知



本项目知识结构图



知识目标

- (1) 了解创业的含义。
- (2) 理解网上创业的含义。
- (3) 掌握电子商务的基本概念。

技能目标

- (1)能够理解并培育创业者的优良素质。
- (2)能够掌握电子商务的分类。
- (3)能够掌握网上创业的实现手段。

案例导入

网上卖水饺

“我今天想吃水饺,能送吗?”“没问题,立马给你送到家。”一天晚上,资深宅人“喵大王”在名为“春江花月”的小区业主 QQ 群里呼叫“水饺”,希望送“饺”上门。一会儿工夫,“喵大王”就收到了水饺,并啧啧称赞“好吃”。还有邻居在 QQ 群里给“水饺”建议:味道不错,可以再多开发几种馅……

“水饺”何许人也?是小区美女还是帅哥?网上卖的水饺口感如何?

1. 网上卖水饺受邻居追捧

有一段时间,春江花月小区业主 QQ 群异常热闹,尤其是网友“水饺”。“晚上还有吃饺子的不?”QQ 群里,“水饺”赤裸裸打起了“广告”。

网上叫卖饺子,非但没有引起网友反感,反而引来一片叫好:“明天晚上再买点来煮,味道还不错,下次还来半斤”“感谢老板的私人定制,没有味精,宝宝吃了放心”……还有网友发来疑问:“水饺,你一整天都在上网,哪个在做饺子哟?”

对网友提出的问题,“水饺”有问必答,认真倾听各网友的意见和建议,卖完饺子后还会做客户回访。

“水饺”以手工包制的饺子,配上送货上门的热情服务,得到春江花月小区众 QQ 网友的认可。

2. “辣妈”不当上班族,在家创业

网友“饺子”原来是一位辣妈,名叫王欢,四川达州人。

王欢介绍,她毕业于重庆大学城市科技学院。毕业前两年,先后在法院和外企工作过,虽然工资待遇较好,但她觉得工作状态不是自己想要的,于是辞职在家带小孩,儿子米乐 1 岁多了。平时她和婆婆一边带孩子一边在家里做水饺,在老公刘刚的建议下,开始在网上卖水饺。

刘刚为此加了附近五六个小区的 QQ 群,顾客就是附近几个小区的业主。刘刚说,网上卖水饺不用支付门店费,成本压力小了,才能够在产品品质上多下功夫。刘刚是山东潍坊人,毕业于成都理工大学。每天下班后,他会在家里帮忙擀皮、和馅,给老婆和老妈打下手。

虽然在网卖水饺只是试水,但销量比较可观,“生意好时一天能卖上十几斤”。既可以照顾家,又有相应收入的生活,王欢说这才是她想要的,待时机成熟,也会考虑在步

行街租一间门面店卖水饺。

3. 可以私人定制各种“奇葩”馅

王欢说,她原先很少吃饺子,因为婆婆包的水饺很好吃,后来她就学着自己包。“做水饺就像是完成一部作品,别人吃得满意,我就很有成就感。”王欢说。

刘刚说,下班后附近小区业主要水饺,一般都是他去送。他说,春江花月小区很多业主都喜欢吃猪肉韭菜馅的饺子。另外,白菜、萝卜、芹菜、莲藕等都可以配猪肉和馅,味道各有千秋。

为满足少数人的口味,如孕妇、产妇、小孩等,他们做水饺还可进行“私人定制”。定制的每种口味都是单独和馅,按订餐人要求包制,如番茄鸡蛋馅的饺子。还有位小区业主想了两天,把豆腐、莲白、鸡蛋和馅包成饺子给家里哺乳的产妇吃,经王×精心调剂比例,最后赢得订餐人认可。

“只有你想不到的,没我们做不到的。”王欢说。

资料来源:http://www.360doc.com/content/17/1024/11/21817113_697671519.shtml,有改动。

1.1 创业概述

1.1.1 创业的含义

创业是一种跨学科、多层面的复杂的现象和行为。学术界对创业的研究从18世纪中期就开始了,并取得了丰富的研究成果,但对创业的具体含义,目前仍然没有形成统一的意见。不同的学者从不同的角度给出创业的不同定义,时至今日,具有代表性的主要有以下几种观点。

(1)奥地利经济学家约瑟夫·熊彼特(Joseph Alois Schumpeter)认为,创业是实现创新的过程,这个创新过程主要包括产品创新、工艺创新、采用新的生产原料、进入新的市场以及制度创新等。

(2)著名企业家罗伯特·荣斯戴特(Robert C. Ronstadt)认为,创业是一个创造增长财富的动态过程。这些创造财富的创业者要承担资产价值、时间承诺和提供产品或服务的风 险,这些产品或服务未必是新的或唯一的,但其价值是由创业者通过获得必要的技能与资源并对其进行配置来注入的。这一定义强调了创业者的基本职能。

(3)哈佛商学院教授霍华德·斯蒂文森(Howard Stevenson)认为,创业是个人——不管是独立的还是在 一个组织内部——不拘泥于当时掌握资源的限制而追踪和捕获机会的过

程。这一定义指出个人追逐机会的意愿、成功的信心是创业的重要因素。

(4)美国学者威廉·D.拜格雷夫(William D. Bygrave)、霍弗(Hoffer)认为,创业是与机会的感知和组织的创建相关的所有功能、活动及行为。

(5)法国经济学家让·巴蒂斯特·萨伊(Jean-Baptiste Say)认为,创业就是把生产要素组合起来。创业者(企业家)是冒险家,是把土地、劳动力、资本等生产要素结合起来进行生产的第四个要素,他们可以把经济资源从生产力和产出较低的领域转移到较高的领域。

(6)美国管理协会认为,创业是与新企业、小企业和家族企业的开创和管理有关的概念。

综合目前学术界和企业界的观点,总结出创业的定义:创业是一个人或一个团队发现和捕获发展机会,并由此创造出新产品、新服务或新型运作模式而实现其潜在价值的过程。创业者要付出大量的时间和精力,并承担有关财务的、精神的和和社会的压力和风险,但有望获得较高的物质回报、个人成就、满足感或相对独立自主的社会经济地位。

1.1.2 创业的构成要素和创业活动的具体表现

1. 创业的构成要素

创业包含创业者、创业机会、组织和资源这四个要素,创业是这四个要素相互作用、相互匹配,以创造价值的动态过程,创造价值是创业的主要目的。创业者创业的个人动机不尽一致,但创业成功的主要原因是创业者能为社会创造价值,将商业机会转变为社会需要的产品或服务。

2. 创业活动的具体表现

创业活动具体表现在以下四个方面。

(1)创业是一个创造的过程,要创造出有价值的新事物。在这一创造过程中,创业的具体目标、对象会因所在行业或选择领域不同而存在巨大差别。

(2)创业需要花费必要的时间,付出极大的努力。要完成整个创业过程,并创造出有价值的新事物,往往需要花费大量的时间和精力,不付出巨大的努力和艰辛,是很难获得成功的。

(3)创业面临较多的机会,同时要承担相应的风险。在创业过程中会遇到各种各样的问题,给创业者带来各种各样的风险,如财务风险、市场风险及社会风险等,对任何方面考虑不周或处理不当,都可能造成创业的失败或损失。

(4)创业在满足社会需要的同时,也要给予创业者相应的回报。创业的回报包括物质回报、个人成就感和独立自主的社会经济地位。对不少创业者甚至旁观者来说,物质回报的多寡往往被视为衡量创业成功与否的重要尺度,但这不应是唯一的尺度。

1.1.3 创业的分类

创业按照不同标准可以分成许多不同的类型。下面对比较重要的分类做进一步的分析

和阐述。

1. 按新企业建立的渠道分类

按新企业建立的渠道,创业可分为独立创业、脱离母体创业和企业内创业。

(1)独立创业。独立创业是指创业者个人或创业团队白手起家进行创业。

①独立创业的形式。独立创业有多种形式,主要包括创新型创业、从属型创业和模仿型创业。

a. 创新型创业。创新型创业是指创业者通过提供有创造性的产品或服务,填补市场需求的空白。

b. 从属型创业。从属型创业大致分为两种情况。一种是创办小型企业,与大型企业进行协作,在整个价值链中作为一个环节或者承揽大企业的外包业务。这种方式能够降低交易成本,减少单打独斗的风险,提升市场竞争力,还有助于形成产业的整体竞争优势。另一种是加盟连锁、特许经营,利用品牌优势和成熟的经营管理模式降低经营风险。

c. 模仿型创业。模仿型创业是指根据自身条件选择一个合适的地点,或者进入壁垒低的行业,模仿别人成功的经营模式,独立开办企业。这类企业往往投资较小,市场风险较小,在市场格局中拾遗补缺,但通过逐步的业务经验积累,也有可能寻找机会跻身于强者行列,创立自己有影响力的品牌。

②独立创业的优势。独立创业的优势主要表现在以下几个方面。

a. 创业者的想象力和能力可以得到最大限度地发挥。

b. 创业者可以自由地施展才能和实现抱负。

c. 创业者可以从多个方面接触社会,接触各类人物,从事各类工作,而不是日复一日地从事单调、乏味的工作。

d. 创业者有可能在短时期内积累财富,奠定人生的物质基础,实现更高的发展目标。

③独立创业的风险。独立创业在具有吸引人的各种魅力的同时,其风险和难度也很大。创业者往往缺乏足够的资源、经验和支持。创业者需要费尽周折去筹集资源,需要在成功与失败的实践中积累经验,而且来自各方的支持十分有限。

独立创业的风险也是多方面的。

a. 创业者可能会发现自己创办企业并不像想象的那么容易和顺利。与在大公司工作不同,创业者必须每日为企业的产品寻找出路,以维持企业生存,否则很快就会被市场淘汰。

b. 小企业比较脆弱,当市场竞争变得激烈时,小企业就会首当其冲:产品和服务难找出路,融资变得十分困难甚至不可能;企业员工因前景悲观纷纷外流;企业时刻面临被兼并的危险。

c. 从创业者本身来看,独立创业的风险可以归为创业者遭受意外事故、授权不当、资金滥用、计划与控制失调等。

④独立创业失败的原因。独立创业失败往往是多方面原因造成的结果,既有外部的原因,如经济不景气、竞争加剧等,也有内部的原因,包括财务负担过重、没有足够的现金流、缺乏经验、创业团队的矛盾与冲突、陷入法律纠纷等。

从大量独立创业失败的案例中可以发现创业失败的主要原因有以下两个。

一是创业者对自己开发的新产品或服务以及进入的新领域缺乏了解,准备不足,一旦遇到挫折就应对无策,处置失当,从而导致失败。

二是创业初期取得的进展很容易使创业者盲目乐观,变得自高自大和过于自信,把偶然性当成了必然性,继而进行盲目的、脱离实际的战略决策,使企业迅速扩张,超出自己的管理能力,导致管理失控,产品或服务的质量迅速下降,亏损加大,从而使企业陷入危机。

(2)脱离母体创业。脱离母体创业是指公司内部的管理者、技术人员或其他职员从母公司中脱离出来,利用组织中的资源,新创立一个独立企业的创业活动。脱离母体的创业者往往拥有创业所需的专业知识、经验和关系网络,生产与原公司相近的产品或提供互补的服务。脱离母体创业可能是创业者与原公司管理层意见不合而分离出来,或者是创业者发现了商业机会而管理层不重视等原因促成的,也可能是在原公司一些管理人员的支持和鼓励下出来创业。脱离母体创业的频繁程度往往与产品所处的生命周期阶段和行业类型有关。当产品供不应求、竞争不激烈、市场空间很大时,即产品处于生命周期的早期或行业为新兴行业,预示着巨大的商业机会,更容易发生脱离母体创业的行为。

(3)企业内创业。企业内创业即在大企业内部创业,它是进入成熟阶段的企业为了获得收益的持续增长和长久的竞争优势,并倡导创新以使其研发成果商品化,通过授权和资源保障等支持方式而进行的企业内部创业。现在的很多大企业已经不再是创业热潮中的旁观者和被动的应对者,甚至非常知名的大公司也在积极地寻找和追逐新的、有利可图的创意与商业机会,这就是内部创业者要完成的工作。企业内创业是动态的,正是通过二次创业、三次创业乃至连续不断地创业,企业的生命周期在循环中不断地得到延伸。

2. 按创业周期分类

按创业周期,创业可分为初始创业、二次创业和连续创业。

(1)初始创业。初始创业是人们理解的一般意义上的创业,也称一次创业,它着眼于企业的创立,是一个从无到有的过程。创业者经过市场调查,分析自己的优势与劣势以及外部环境的机遇与风险,权衡利弊,确定自己的创业类型,履行必要的法律手续,招聘员工,建立组织,设计管理模式,投入资本,营销产品或服务,不断扩大市场,由亏损到盈利,这个过程就是初始创业。初始创业之初,大部分企业既不具备其他企业在市场竞争中所必需的资本优势,也难以从政府、金融企业获得资金支持,具备的优势往往只是一项或几项科技成果及开发人才。因此,初始创业往往是科技知识的商业进入以及科技成果的二次开发和商业应用。对初始创业的研究,主要是探索新企业创立的过程、方法及企业创立以后的生存机制。初始创业的目的是先求生存,再求发展,而求生存要靠良好的内外环境。因此,在初始创业时,只有与客户、银行、股东等建立良好的关系,企业才能够建立、成长和生存。

初始创业者需要具备以下几种素质。

①要有独到的眼光,能够发现别人发现不了的机会。

②要有过人的胆量。发现机会后还要勇于行动,才能抓住机会。机会随时可能出现,甚至就在自己的周围,关键是能否发现,以及发现之后是否有勇气抓住它。

③要有坚强的毅力。有毅力的人才能坚定不移地把握机会,愈挫愈勇,直到把机会变成现实。

④要有特有的资源或者能力。例如,拥有别人没有的专利,拥有大客户等。当拥有这些特有的资源或者能力时,初始创业将会比较顺利,并有更多超越别人的机会。

(2)二次创业。二次创业是指企业创立并运行一段时间以后,随着环境的变化,企业建立合理的发展机制的过程。创业是一个动态的过程,伴随着企业全部的生命周期。如果把企业的生命周期分为投入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段,那么,成熟期的再创业就是二次创业。进入二次创业阶段,企业就已经积累了一定的经营经验和一定规模的资产,具备了一定的事业基础和竞争能力。但由于市场格局会不断发生变化,企业也可能面临新的竞争压力,面对更为强大的竞争对手。此时,企业必须提出新的发展思路,制定新的发展战略。总体来说,二次创业的目的是谋求新的发展。二次创业时期,尽管也需要考虑生存问题,但考虑的重点是如何在原有基础上求得进一步发展。当企业有了一定的知名度和融资渠道,产品有一定的市场占有率时,企业持续发展的关键是充分利用现有的条件和资源,最大限度地发挥企业的内部潜力。

二次创业的成功需要依靠规范的管理,要重视持续创新。二次创业靠的是“自我否定,持续创新”的企业精神。重视创新就是要重视创新的三要素:人才、市场和资本。创新还要靠良好的资本运作来支持,否则创新就会失去保障。市场发展就是不断创新和被淘汰的过程,只有永远保持活力、持续创新的企业,才能健康地生存和发展。二次创业是基于群体素质的创业。当企业发展到一定规模,并且运行良好时,企业如果想进一步发展,就要依靠整体素质的提高,以推动企业高速运转。而要实现这一目标,就要建立正确决策、规范管理、持续创新、齐心协力的体系。

(3)连续创业。初始创业体现的是从无到有;而通过把维系企业生命的产品或服务嫁接到另一种新产品或新服务上,由此产生二次创业;但任何新产品或新服务的生命都是有限的,还需要第三次创业甚至多次创业。进入第三次创业的企业往往有了较强的实力和较大的规模,抗风险能力比较强,其中一些企业走向了分权化、集团化。

知识扩展



创业者怎样拟订创业计划书

当选定创业目标与确定创业动机之后,在资金、资源、市场等各方面的条件也都已准备妥当或已经累积了相当实力,这时候,创业者就必须拟订一份详细、完整的创业计划书。创业计划书是整个创业过程的灵魂,展示了创业的一切内容,包括创业的种类、资金规划、阶段目标、财务预估、营销策略、可能的风险评估、内部的管理规划等,在创业的过程中,这些都是不可或缺的元素。

在某些时候,创业计划书除了能让创业者清楚自己的创业内容,坚定创业的目标外,还可以兼具说服他人的功能,如创业者可以凭借创业计划书去说服他人合资、入股,甚至可以募得一笔创业基金。

(1) 创业的种类。创业的种类包括创办企业的名称、企业组织形态、创业的项目或主要产品名称等,这是创业最基本的内容。

(2) 资金规划。资金即创业的基金来源,应包括个人与他人出资金额比例、银行贷款等,这会影响到整个事业的股份与红利分配。另外,整个创业计划的资金总额的分配比例,也应该清清楚楚地列示。如果希望以创业计划书来申请贷款,则应同时说明贷款的具体用途。

(3) 阶段目标。阶段目标是指创业后的短期目标、中期目标与长期目标,主要是让创业者明了自己事业发展的可能性与各个阶段的目标。

(4) 财务预估。详述预估的收入与预估的支出,甚至应该列述企业成立后前三年或前五年内每一年预估的营业收入与支出费用的明细。预估这些数字的主要目的是确实计算利润,并明了何时能达到收支平衡。

(5) 行销策略。行销策略包括了解服务市场或产品市场在哪里,明确销售方式及竞争条件,主要目的是找出目标市场的定位。

(6) 可能的风险评估。可能的风险是指在创业过程中,创业者可能遭受的挫折,如景气变动、竞争对手太强、客源流失等,这些风险甚至会导致创业失败。因此,可能的风险评估是创业计划书中不可缺少的一项。

(7) 内部的管理规划。内部的管理规划包括创业的动机、股东名册、预定员工人数、企业组织、管理制度以及未来展望等。

创业计划书犹如一台功能超强的计算机,它可以帮助创业者记录许多创业的内容和构想,能帮创业者规划成功的蓝图,而整个营运计划如果翔实清楚,对创业者或参与创业的伙伴而言,更有利于达成共识、集中力量,帮助创业者向成功迈进。

资料来源: <https://zhidao.baidu.com/question/396956698545957005.html>, 有改动。

1.2 网上创业概述

1.2.1 网上创业的基本概念

网上创业是指个人发现某种信息、资源、机会或掌握某种技术,利用或借用网络这个载体,将其发现的信息、资源、机会或掌握的技术以一定的方式转化、创造出更多的财富、更大的价值,并实现某种追求或目标的过程。网上创业是在网站运营和网店经营的基础上,将两者结合之后产生的一种新型创业形式。

电子商务按照应用服务领域范围可分为企业与消费者之间的电子商务(business-to-customer, B2C)、企业与企业之间的电子商务(business-to-business, B2B)、企业与政府之间

的电子商务 (business-to-government, B2G)、公民对政府机构的电子商务 (customer-to-government, C2G), 以及近年来越来越火爆的个人对个人的电子商务 (customer-to-customer, C2C)。个人进行的网上创业活动就是电子商务中的 C2C 模式与 B2C 模式的融合。

图 1-1 所示为各种商业模式之间及其与市场的关系。

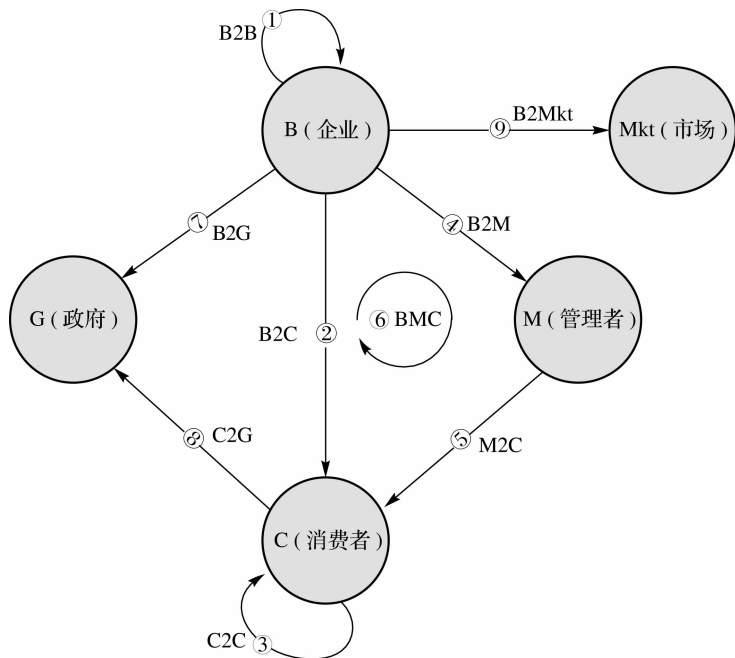


图 1-1 各种商业模式之间及其与市场的关系

网上创业是一个复杂的过程, 与现实中的实体创业相似, 涉及多方面的内容。例如, 要实现一个完整的网上购物交易流程, 就需要有多方主体参与共同完成, 包括网店经营者、消费者、生产商或上游供货商、第三方物流、第三方支付、银行等。而在开网店的初期, 还要有工商税务等政府部门、地区电信管理机构、消费者协会等诸多主体的参与。在这个各个主体看似分散实则紧密相连的复杂网络中, 信息、资金、商品等由此及彼地传递, 通过各节点的协作, 保证购买活动的顺利开展。

1.2.2 网上创业的实现手段

1. 利用第三方电子商务平台开店

利用第三方电子商务平台开店是被广泛接受的一种开网店的方式, 它具有很多得天独厚的优势。这些优势对于个人, 特别是初次接触网上创业的人, 有着巨大的吸引力。它可以让创业者尽快熟悉网上创业的方式和方法, 尽快了解网店经营的流程, 尽快掌握网上开店的技巧。

目前, 国内采用 C2C 模式的网站有很多, 如淘宝网、易趣网、拍拍网等, 都是比较知名的网上开店平台。此外, B2C 网站根据盈利模式的不同一般可分为平台式 B2C 网站和自主式

B2C网站。因此,除了C2C网站外,企业达到一定的注册资金标准后,还可以选择一些B2C模式的第三方电子商务网站,如京东商城、亚马逊中国、天猫商城等,这些网站发展成熟、知名度高、人气旺,为创业者提供了非常便利的开店入门条件。

利用第三方电子商务平台开店主要有以下几方面的特点。

(1)开店步骤简单易学。第三方电子商务平台的网站上通常都会有相关教程详细介绍和说明网上开店流程。创业者只需注册一个网站账号,就可以找到这些教程,并按照指导一步一步开设自己的特色网店。而且网站为了最大限度地方便用户操作,一般在开店流程设置上都非常人性化。由于有强大而成熟的服务器后台做后盾,创业者只需在计算机上进行简单的操作,就可以在网上一家属于自己的店铺,操作简捷,容易上手。

(2)初始投资较低。利用成熟的第三方电子商务平台开店,最大的优势就是节约了初始投资。这对于第一次创业的人来说无疑具有巨大的吸引力。成熟的电子商务平台具有很高的人气,在这里开店首先省去的就是一大笔网店推广费用,而且目前很多电子商务平台都提供免费开店服务,也就是说,创业者可以不费毫厘,就拥有一家自己的网店。

(3)具有全面整合的辅助工具。电子商务平台为开店者提供了一整套模板式的服务,只要创业者申请开店,就可以依据模板中的提示,依次将在网店经营中需要用到的工具准备就绪。例如,在何处上传图片、何处添加描述、何处添加店主详情,支付工具如何开通和使用,订单信息、物流配送信息等都一目了然。

(4)具有超值合算的增值业务。在电子商务平台上可以开免费的网店,这种服务提供了最基本的开店必备条件。但是,如果想让自己的网店更有特色且功能更齐全,就要通过购买的方式获得平台提供的增值服务,一般这种增值服务的价格并不高,但是提供的服务却非常周到,对店主推广自己的网店大有帮助。

(5)具有数目可观的客户资源。这一点是显而易见的,知名的电子商务平台具有强大的品牌优势,这是普通的小经营者一时难以建立起来的。电子商务平台事实上形成了一种规模经济,使参与者都能从中获得可观的效益。

2. 开设独立网店

目前,市场上与淘宝网这类第三方电子商务平台并行其道的是独立网店。如果说在成熟的电子商务平台上开网店像是在传统的大商场租赁一个柜台经营,那么,开设独立网店就如同自己开了一家专卖店。独立网店拥有自己独特的域名和自己的品牌,不必受“大商场”条条框框的限制,有更大的经营空间和灵活性,可以拥有更多自己的特色。最吸引人的是,独立网店的经营模式使经营者可以拥有自己独立的店标,树立自己特有的品牌形象,甚至可能逐渐发展形成规模,建立起自己的实体企业。

(1)独立网店的优势。

①独立的域名。这是独立网店最根本的优势。自己申请的独立的域名就相当于自己独特的标志,与自己的店名或推广理念对应性较高,便于人们记忆。而基于第三方电子商务平台的网店,其域名都是依附于平台的二级域名,不易记忆,另外,由于域名与自己的店名或推广理念没有清晰可见的对应关系,也不利于培养店铺客户的忠诚度。

②可控的客户资源。独立网店,无论是基于独立网店系统还是基于自己建设的网站,都可以拥有自己独有的客户资源数据库。经营者可以自主地收集客户的信息资源,包括客户访问来源、页面停留时间、产品偏好等关系到自身网店经营的敏感信息,还可以对这些信息进行独立的管理和分析。这些都是经营者的独享资源,可以大大降低他人恶意抢走客户资源的概率。这与第三方电子商务平台上只能拥有公共的客户资源平台数据相比,确实具有更大的可控性。

③个性化的网店风格。进行独立网店的建设,可以自己设计喜欢的网店 Logo(商标),也可以根据自身销售的商品或店铺文化选择喜欢的网店装修风格。支付方式、客户入口、网站增值服务、网站的推广宣传活动等都可以自主地进行选择。相比于第三方电子商务平台的网店,独立网店受到的约束要少很多,个性化定制功能要多很多。

④独立的品牌形象。这是独立网店最吸引人的优势之一。独立网店由于在各方面都有更多的自主选择权,因此更易于树立自己独特的品牌形象。像经营专卖店一样,独立网店可以通过自己有特色的营销活动、服务方式和店铺文化吸引独特的客户群,并逐渐积累自己的忠诚客户群体,这样就有助于店铺更好更快地发展,将经营者的事业推向一个更高的发展层次。

⑤自主选择的推广促销活动。独立网店的经营者可以根据自身的产品特点、销售业绩或库存等不同情况进行个性化的产品推广促销活动。而第三方电子商务平台的网店,经常要参加平台统一发起的活动。因此,相比于第三方电子商务平台的网店,独立网店能够自主地选择更适合自身网店情况的产品推广促销活动。

(2)独立网店系统。

①独立网店系统的概念。独立网店系统也称网上商店平台系统、网店管理系统、网上购物系统、在线购物系统。目前,在市场上有很多流行的独立网店系统,比较知名的有 ShopEx 开放平台、ECshop(经典开源商城系统)、XpShop、V5SHOP、EC-Spyder、兰帕网上商店系统、HiShop(海商)等。

②独立网店系统的优势。借助成熟的第三方电子商务平台开网店,对于网店经营者来说有着不言而喻的便利和广大的客户资源。但是不得不承认,不同的网店有着不同的销售方式和促销体系,经营着不同特性和不同类别的商品。因此,庞大的产品数量和行业结构必然会产生巨大的经营差异,这种差异是第三方电子商务平台根本不可能满足的,这也正是独立网店系统逐渐兴起的原因。

具体而言,独立网店系统除具有独立网店的优势外,还有以下两个方面的优势。

一是相对固定的成本投入。购买独立网店系统软件、购买空间域名、支付相应的技术维护费用等投入是相对固定的,而且在网店的经营过程中支出成本可控。而第三方电子商务平台上的网店,虽然初始投资成本很低,但是竞争非常激烈,甚至存在网店间的恶性竞争。因此,为了更好地经营,可能会需要投入更多的营销和管理成本,这部分额外的投资是网店经营者不可避免要支付的。

二是相对较少的精力投入。由于独立网店系统提供商提供的系统模板等服务都比较成熟,因此网店的搭建过程相对简便,经营者不需要在设计、排版、布局等方面做太多的工作,

只需要根据自己的需求进行部分功能的个性化定制即可。如果网店的系统出现一些问题,经营者不需要自行解决,可以向独立网店系统提供商进行咨询或请独立网店系统提供商对自己的网店系统问题进行维护。

1.2.3 网上创业的优势

1. 投资较小

对很多人而言,开网店最有吸引力的地方莫过于投入很小的成本就可以拥有自己的店铺。虽然前文提到开网店会有一些隐性投资,这些投资甚至是无法预测、不可控制的,但是与开实体店相比,还是可以节约大笔开销。

首先,可以节约租赁房屋、柜台的开销以及库存成本,这是一笔很大的资金。

其次,实体店经营的商品通常会有淡季和旺季之分。实体店在很大程度上靠季节来转换商品类型,带动消费。网店则不同,网店不存在明显的季节差异,因为网店面对的是全国甚至全球的客户,这也是很多实体店经营者靠在网上开店来弥补实体店淡季销量缺口的原因。

最后,实体店经营者如果不雇用员工,自己就要将精力完全投入店铺当中。网店则不同,经营者可以将网店作为自己的副业。

虽然经营网店也需要随时回应客户的在线提问,但是与实体店不同的是,网店经营者可以借助任何即时通信工具,如腾讯QQ、阿里旺旺等,实现不在“店”内也能接待客户的理想经营模式。并且这些软件现在都支持手机版本,这就更方便经营者使用,即使外出旅游,也不耽误经营网店。从另一个角度讲,经营网店拥有更大的自由,开店时间有更大的弹性,而实体店则不同。经营实体店面临比经营网店更大的竞争压力,因为虽然现在开网店已经逐渐成为一种自主创业的潮流,但是不可否认的是,实体店铺的数量仍然远远多于网店,而且同一地域的实体店经营的商品同质程度非常高,这就造成了激烈的竞争。网店虽然也存在这一问题,但是由于拥有极大的客户群体,因此竞争压力可以得到一定的缓解。另外,实体店店铺还要支付水、电等杂费,这些琐碎的支出积少成多,也是一笔不可小觑的费用。

2. 库存管理成本低

在最初接触“网店”这个概念的时候,很多人对网店的第一个印象就是零库存。的确,经营网店,库存的管理成本与实体店相比要低廉很多,甚至可以达到零库存。在实体店,顾客一般通过与商家面对面的方式进行购物,当挑到心仪的商品时,顾客就会购买,而且有时会一次性购买多件同样的商品。如果实体店不具备一定数量的库存,这时候就不能满足顾客的需求,顾客就很可能流失。网店经营则不同,绝大多数情况下,购买者与网店经营者并不在一个地区,即使在同一地区,也是允许发货延迟的。这种延迟就为网店经营者争取了更多的时间,他们可以从自己的供货商那里临时提货。如果供货商在外地,可以直接由供货商发货给顾客,网店经营者甚至不用接触商品。因此,即使网店经营者自己没有库存,也可以顺利地实现交易。

这里说的库存管理成本低,主要是指资金成本投入比实体店少,但这并不意味着网店经营者可以放松对库存的重视。网店之所以能在收取运费的情况下仍然比实体店更具有价格

优势,很大程度上得益于网店的低库存成本。这样一来,成功地“转嫁”库存管理成本就成为网店成功的关键。这需要网店经营者与其合作伙伴(网店的供货商)建立一种长期而稳定的共赢合作关系。因为只有这样,供货商才会随时满足网店经营者的需求,为其随时提货提供最大的便利,甚至允许对货物进行更改和无条件退换,而在异地的供货商,可以保证及时发货,不至于影响网店的信誉。

当然,对于规模较大的、自建网站的网店,拥有适当数量的库存也是经营必不可少的。因为有些网店的供货商可能比较多,完全依靠供货商直接发货会增加对供货商的管理成本,使得通过减少库存取得的利润空间荡然无存。

知识扩展



库存管理的重要性

(1)库存管理是物流管理的核心内容。库存管理之所以重要,首先在于库存领域存在降低成本的广阔空间,对于中国的大多数企业尤其如此。对于我国的企业来说,物流管理的首要任务是通过物流活动的合理化降低物流成本。例如,通过改善物资采购方式和库存控制方法,降低采购费用和保管费用,减少资金占用;通过合理组织仓库内作业活动,提高搬运装卸效率,减少保管、装卸费用支出等。因此,采用科学的方法管理和控制库存是企业降低物流成本的需要。

(2)库存管理是回避风险的需要。随着科学技术的发展,新产品不断出现,产品的更新换代速度加快。如果库存过多,新产品的出现会使其价值缩水,甚至可能会一文不值。从另一个角度看,消费者的需求在朝着个性化、多样化方向发展,对商品的挑剔程度在增加,从而导致商品的花色、品种等越来越多,这给库存管理带来一定的难度,也使库存风险加大。一旦消费者的需求发生变化,过多的库存就会成为企业陷入经营困境的直接原因。因此,在多品种、小批量的商品流通时代,更需要运用现代库存管理技术科学地管理库存。

(3)库存管理是提高顾客满意度的需要。从单个企业的角度看,在激烈的市场竞争中,企业不仅要有提供优质产品的能力,而且要有提供优质物流服务的的能力,这就要求企业保持适当的库存量。如果把视野从单个企业扩大到供应商、制造商、批发商和零售商组成的供应链上,各企业之间的关系大部分是相互交易关系,企业并不习惯彼此之间进行信息交流,也不习惯相互协调进行库存管理,更不用说在整个供应链水平上分享交流信息和共同协调进行库存管理。因而,它们的存储往往超过实际需要库存量,以防万一出现供应商延期交货或不能交货的情况,这种超过实际需要量的库存常常被称为“缓冲库存”。据有关资料统计,缓冲库存差不多占整个零售业库存的1/3。因此,从供应链整体来看,这种交易习惯导致的不必要库存给企业增加了成本,而这些成本最终将反映在销售给顾客的产品价格上,从而降低了顾客的满意度。在供应链范围进行库存管理不仅可以降低库存水平,从而减少资金占用和库存维持成本,而且可以提高顾客的满意度。因此,必须通过有效的库存控制,在满足物流服务需求的情况下,保持合理的库存量。

资料来源:<http://www.gzhd56.com/wuliuzhishi/74.html>,有改动。

3. 客户资源广阔

互联网连接着全世界,对于一个网店来说,其客户群体可以遍布全国。这一点与实体店不同,实体店只能将自己的客户锁定在本地区,而在互联网上开店,市场空间是巨大的。

在互联网上,客户资源更为广阔,网店经营者也可以通过互联网获得更多的供货商资源,而且产品种类很多,远多于某一特定区域的商品供应种类。这样一来,网店经营者可以从互联网上得到本地缺少的“新、奇、特”商品,专门面向本地客户销售,同样可以获得丰厚的利润。

1.2.4 网上创业面临的挑战

1. 能否保持成本优势

与实体店相比,网店的成本优势目前已经成为本质优势。然而在商品、网站、网店同质化越来越严重的今天,如何在与其他同类网店竞争时保持自己的成本优势则是极其重要的。消费者寻找的是性价比最高的商品,因此,通过牺牲质量取得价格优势显然不是明智的选择。这就要求创业者必须选择合适的货源,并通过与供货商、物流公司合作等一系列营销手段,从每个细节注重成本的节约,才能取得成本优势。

2. 能否保证商品的竞争力

卖什么商品始终是创业者最先考虑的问题之一。根据种类不同,商品可以分为服装、书籍、食品、化妆品、音像制品等很多种;根据特性不同,商品可分为常规商品和“新、奇、特”商品。然而,无论选择哪种商品,创业者都要选择有竞争力的商品。能否保证商品有竞争力,当然不是完全由创业者自己决定的,但是创业者可以通过一些策略来提高商品的优质化程度。例如,创业者可以选择自己感兴趣的一类商品,因为兴趣往往会使人对商品更为熟悉。而且,由于平时比较关注这样的商品,因此更能了解市场行情,更清楚商品的市场价格和发展潮流,甚至有助于寻找好的货源并获得更优惠的价格。

3. 能否吸引消费者

电子商务市场发展得越来越好,范围越来越广,商品的同质化问题也越来越严重,而如何使自己的商品在众多相同或相似的商品中脱颖而出,是当今各网店经营者最关心的问题。网店经营者可以通过更优惠的价格、更优的产品质量、更多名人的推荐等各项推广促销手段来为自己的商品增加无形的价值,使消费者能关注自己的商品,进而购买商品。

4. 能否获得消费者的信任

网络世界是虚拟的,消费者并不能亲眼见到商品或亲身体验商品,因此网络上消费者的信任是很脆弱的。如何让消费者对店铺产生信任是经营者应该关注的重要问题。网店经营者给出的商品信息应该是真实的,不得出现不实的、夸大的宣传;经营者在与顾客进行沟通的过程中,应当对顾客提出的疑问进行耐心细致的解答,以取得顾客信任;店铺的服务人员应该不断提高自己的专业水准,对店铺的产品要有全面、专业的了解和认识,这样也会取得顾客信任。

除以上几点外,创业者要面临的挑战还有很多。例如,能否把握最新的市场动态,以超越竞争者的速度占领市场先机;能否以巨大的耐心,定期为自己的顾客做新产品或新服务的宣传;能否合理地运用资金,最大限度地压缩经常性开支;能否不断地学习,了解自己经营商品的最新情况,以及不断地充实自己的营销方法,更好地推广自己的网店;等等。能够长期坚持做好这些工作是件非常不容易的事,因此,创业者一定要做好应对风险与挑战的心理准备,并且要通过努力,将这些风险降到最低。

阅读材料



“80后”放弃谷歌高薪工作,创业开网店年销售额超1亿元

在“海淘族”日益壮大的今天,一位“80后”长沙男子却放弃年薪200万元的谷歌工程师工作回国创业,把网店开到美国的“淘宝”——亚马逊、eBay(亿贝)。不到两年,他创立的电子品牌Anker就“插上翅膀飞过海洋”,赢得美、英、法、德、意等国众多粉丝,销售额超过1亿元人民币。他就是湖南海翼电子商务有限公司(以下简称海翼电商)CEO阳萌。

1. 海归创业把网店开到美国

阳萌是长沙人,以优异的成绩考入北京大学计算机系,后又留学美国,毕业后进入谷歌公司,成为一名搜索引擎高级工程师,还获得过谷歌最高奖“Founder's Award”,年薪近200万元人民币。然而,几年后,阳萌却放弃稳定、体面、高薪的工作回国创业,一切从零开始。

“国外的货架上都是国外的品牌,中国制造被打上低端、廉价的标签。把中国的好产品介绍给外国人,是我创业的动机。我在海外待过,了解海外的消费习惯,如果让设计有特色、消费体验领先、物美价廉的中国制造品直接面向欧美消费者,商机巨大。”

外贸传统模式无论是线上还是线下,大多是B2B(面向国外采购商),产品的大部分利润被国外采购商、经销商拿走。如何缩短销售链条,压缩中间环节?阳萌选择把网店开到美国购物平台亚马逊和eBay,砍掉中间环节,直接把商品卖给欧美消费者。而且,商品的缺点能很快反馈到生产环节,改进速度大大提高。“在亚马逊上开店零门槛,而要进入全球最大的电子产品巨头百思买的门店,费用至少以十万元计。”阳萌说。

阳萌回到长沙,成立了海翼电商,全球注册了品牌“Anker”。他与美国一家公司合作,依靠美国的仓储中心、物流网络,欧美消费者拍下一件Anker的产品,1~3天就能收到货品。

2. 年订单达1亿元

在亚马逊网站上,搜索“Anker”很容易找到海翼电商的产品。据阳萌介绍,商品主要是消费类电子产品,包括笔记本电脑充电器、充电电池、键盘、鼠标等。一款Anker的笔记本电脑电池售价约为30美元,而戴尔的类似产品售价要80~100美元。此外,加上快捷的物流和本地化的售后服务,让Anker商品的销量直线上升,收获了1亿元人民币的订单,消费者遍布美、英、法、德、意、西等国。“我们的净利润超过了2%~3%的行业平均数。”

事实上,外贸电商在国外购物平台上开店,在沿海城市并不稀奇,但是像阳萌一样注册品牌的很少。“在亚马逊上开网店,早期更多地考验语言能力和对国外网站、国外法律的了解等,但是要想做大做长远,必须有好的产品和让人信赖的品牌,这才是关键。”因此,海翼电商将大部分利润投入产品研发,上海、深圳都设有研发基地。

“欧美消费者喜欢黑色的产品,国内消费者更喜欢白色。国内外的消费习惯不同。”阳萌笑着说,与国内的淘宝不同,亚马逊和 eBay 上没有售前服务,也就是省去了“购买前与店小二讨价还价的过程”。看中了就下单,类似国内京东的模式。但是,国外网购对产品质量要求更严。“如果出现质量问题,几十美元的交易可能换来近万美元的罚单。”阳萌说,Anker 的某竞争品牌的一款充电电池,客户使用时出现了冒烟情况,结果导致客户更换地毯、重新粉刷墙壁、干洗所有衣服,所有费用近万美元。因为确实是产品问题,该品牌商家只能认罚。

3. 电商助力更多湖南制造出海

海翼电商的总部设在侯家塘某写字楼 25 楼,办公区宽敞明亮。“我们已经搬了 3 次家了。”阳萌告诉记者,从最初的 30 多平方米,到 200 多平方米,再到 900 多平方米;人也从最初的几个增加到 70 多人,创业的艰辛与成长一步一个脚印。

人才是 IT 业最重要的资源。海翼的 5 位核心团队成员中有 4 位曾供职谷歌。总裁赵东平曾任谷歌(中国)在线销售与运营总经理,高级副总裁高韬曾是谷歌(中国)商业客户解决方案部总监。

因为物流和货源的原因,海翼电商的产品产地在珠三角,而且通过深圳口岸出口。长沙市电子商务协会秘书长王英平介绍,国内 3C、服装、珠宝类产品比较受国外电商平台欢迎,而长沙的出口产品现在适合通过电商渠道出口的比较少。“‘电商+外贸’的形式将有利于长沙乃至湖南产业结构的调整和升级。”“我们的模式可以复制。”阳萌认为,湖南的好产品完全可以通过电子商务这种形式“借船出海”。

资料来源:<http://www.chuangqingchun.net/article/12144/>,有删改。

1.3 网络与电子商务

1.3.1 网上创业中的网络

因特网(Internet)是计算机交互网络的简称,它是利用通信设备和线路将全世界不同地理位置的、功能相对独立的数以千万计的计算机系统互联起来,以功能完善的网络软件(网络通信协议、网络操作系统等)实现网络资源共享和信息交换的数据通信网。

一般认为,因特网的定义至少包含以下三个方面的内容。

(1)因特网是一个基于 TCP/IP 协议簇的国际互联网络。

(2)因特网是一个网络用户的团体,用户使用网络资源,同时也为该网络的发展壮大贡献力量。

(3)因特网是所有可被访问和利用的信息资源的集合。

1.3.2 电子商务概述

1. 电子商务的定义

目前,对于电子商务还没有形成一个比较统一的定义,一般来说,可以用狭义的电子商务(electronic commerce, EC)和广义的电子商务(electronic business, EB)来总结归纳。

狭义的电子商务是指各种具有商务活动能力的实体(企业、金融机构、政府、个人消费者)利用因特网提供的通信手段进行的网上商业交易活动,即在网上实施信息查询、询价谈判、价格磋商、电子合同订立、电子支付与认证等一系列的活动,而且整个过程都是借助电子工具,是无纸化的操作。广义的电子商务是指包括电子交易在内,利用因特网提供的通信手段进行的各种商务活动(如市场分析、客户关系管理、商品管理、资源调配、虚拟商城、企业决策等),它不仅包括企业之间、企业与个人之间的商务活动,还包括企业内部的商务活动。

正是由于对电子商务有不同的理解,一些组织、机构也从不同的角度对电子商务给出了一些定义。

(1)IBM公司(国际商业机器公司)对电子商务的定义:电子商务是利用网络计算技术进行商务数据交换和开展商务活动。公式为 $E\text{-Business} = IT + \text{Web} + \text{Business}$ (电子商务=信息技术+万维网+商业)。

(2)惠普公司对电子商务的定义:电子商务是通过电子化手段来完成商业交易的各个环节,并使其实现电子化和自动化的一种方式。

(3)GE公司(美国通用电气公司)对电子商务的定义:电子商务是通过电子方式进行交易的,分为B2B模式和B2C模式。

(4)国际标准化组织(International Organization for Standardization, ISO)对电子商务的定义:企业之间、企业与消费者之间信息内容与需求交换的一种通用术语。

(5)全球信息基础设施委员会(Global Information Infrastructure Committee, GIIC)对电子商务的定义:电子商务是运用电子通信作为手段的经济活动,通过这种方式,人们对带有经济价值的产品和服务进行宣传、购置和结算。

此外,美国权威学者瑞维·卡拉科塔(Kalakota)和安德森·B.惠斯顿(Whinston)将电子商务定义为“一种通过改善产品和服务质量,提高服务传递速度,满足政府组织、厂商和消费者的,降低成本的现代商业方法”。

2. 电子商务的发展趋势

近年来,随着因特网的蓬勃发展,电子商务也在迅速崛起。电子商务是利用因特网提供的信息网络在网上进行的商务活动。电子商务的发展趋势主要有以下几点。

(1)纵深化。电子商务的基础设施将日臻完善,支撑环境逐步趋向规范,企业发展电子

商务的深度进一步拓展,个人参与电子商务的深度也将得到拓展。

(2)个性化。个性化信息需求将会越来越强,个性化商品的深度参与将成为必然。个性化定制信息需求和个性化商品需求成为发展方向,商家将把消费者的个人偏好融入商品的设计和制造过程中。对所有面向个人消费者的电子商务活动来说,能否提供多样化和个性化的服务,是决定其成败的关键因素。

(3)专业化。电子商务专业化趋势有两个方面。一是面向个人消费者的专业化趋势。要满足消费者个性化的要求,提供专业化的产品和服务。网上消费的人群以高收入水平的人群为主,他们购买力强,消费个性化需求比较强。因此,提供一条龙服务的垂直型网站及提供某一类产品或服务的专业网站的发展潜力会更大。二是面向企业客户的专业化趋势。对 B2B 电子商务模式来说,以行业为依托的专业电子商务平台前景良好。B2B 行业呈现出空前的发展态势。在电子商务的几种交易模式中,B2C 和 B2B 两种模式所占分量最重,而 B2B 又是重中之重。

(4)全球化。电子商务必然走向世界,同时也将面对全球电子商务强手的严峻挑战。互联网最大的优势之一就是超越时间、空间的限制,能够有效地打破国家和地区之间各种有形和无形的壁垒,对于促进各国对外经济、技术、资金、信息等的交流将起到革命性的作用。电子商务将有力刺激对外贸易。

(5)融合化。电子商务网站经历初期的“全面开花”之后走向新的融合,包括同类的兼并、互补兼并和战略联盟协作等。目前,大量的网站重复建设,定位相同或相近,业务内容趋同,同类网站之间的兼并、弱汰强存乃是大势所趋。由于个性化、专业化是电子商务发展的两大趋势,每个网站在资源方面总是有限的,客户的需求又是全方位的,因此,不同类型的网站以战略联盟的方式进行相互协作势在必行。

3. 电子商务的特点

电子商务与传统的商务活动相比,具有以下几个特点。

(1)交易虚拟化。通过因特网进行的贸易活动,贸易双方从贸易磋商、签订合同到支付等,无须当面进行,均通过计算机在互联网上完成,整个交易完全虚拟化。对卖方来说,可以到网络管理机构申请域名,制作自己的主页,将产品信息上传到网站。而虚拟现实(virtual reality, VR)等技术的发展使买方能够根据自己的需求选择商品,并将信息反馈给卖方。通过信息的交互传递,签订电子合同,完成交易并进行电子支付。整个交易都在网络这个虚拟的环境中进行。

知识扩展



VR 和 AR 的相同点和不同点

VR 是利用计算机模拟产生一个三维虚拟世界,提供视、听、触等感官模拟,让使用者身临其境地即时观看三维空间内的事物,并与之互动。VR 技术最早应用于军事领域,最常见的产品则是头戴显示器。

AR(augmented reality,增强现实)是一种实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像、视频、3D模型的技术,使真实的环境和虚拟的物体实时地叠加到同一个画面或空间,同时存在。

两者的相同点:VR与AR都选用全新的人机交互技能,带领大家从一般的2D平面走进3D、立体、虚拟的全新环境。用户能够通过VR体系感受到“感同身受”的传神性,还能打破空间、时间及其他客观约束,感受到在日常生活中无法亲身阅历的体会。

两者的不同点:通过AR技术看到的场景和人物有真有假,AR技术是将虚拟的信息带到现实世界中;通过VR技术看到的场景和人物都是假的,是用计算机做出来的一个虚拟的世界。

资料来源:https://www.sohu.com/a/299948832_762786,有改动。

(2)交易低成本化。电子商务使得买卖双方的交易成本大大降低,具体表现在以下几个方面。

①距离越远,网络上进行信息传递的成本相对信件、电话、传真而言就越低。此外,网上信息传递能缩短传递时间、减少数据重复录入量、降低信息成本。

②买卖双方通过网络进行商务活动,无须中介参与,减少了交易的环节,减少了流通成本。

③卖方可通过互联网进行产品介绍、宣传,减少了在传统营销方式下的广告制作及印刷宣传品等的费用,降低了宣传成本。

④电子商务实行“无纸贸易”,可减少90%的文件处理费用,降低管理成本。

⑤买卖双方即时沟通供需信息,使无库存生产和无库存销售成为可能,从而使库存成本尽可能为零。

⑥企业利用内部网可实现“无纸办公”,提高了内部信息的传递效率,节省了时间,同时降低了管理成本。通过互联网把公司总部、代理商,以及分布在其他国家的子公司、分公司联系在一起,及时对各地市场情况做出反应,及时生产、及时销售、降低存货、快捷配送,从而降低产品成本。

⑦传统的贸易平台是实体店铺,电子商务贸易平台则是一台联网的计算机,降低了经营成本。

(3)交易效率高。由于互联网将贸易中的商业报文标准化,使商业报文在世界各地的传递能在瞬间完成,计算机自动处理数据,使原料采购、产品生产、产品销售、银行汇兑、办理保险、货物托运及申报等过程无须专人干预,就能在最短的时间内完成。电子商务克服了传统贸易方式的费用高、易出错、处理速度慢等缺点,极大地缩短了交易时间,使整个交易非常快捷与方便。

(4)交易透明化。通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息的核对自动化、实时化,防止伪造信息的可能性。例如,在典型的许可证电子数据交换(electronic data interchange, EDI)系统中,由于加强了发证单位和验证单位的通信、核对,假的许可证就不易漏网。

(5)提升企业竞争力。电子商务使得许许多多的中小企业也可以通过网络实现全天候、国际化的商务活动,通过网络进行宣传、营销,可以创造更多的销售机会,从而提高企业的竞争力。

(6)促进经济全球化。电子商务使得世界各地的人们都可以了解国际上的商业信息,加速了信息沟通和交流,促进了国际商务活动的开展,跨国商务活动变得越来越简易和频繁,适应了经济全球化的发展趋势。

4. 电子商务的技术框架

电子商务涉及市场结构、货物交换、服务、物流、信息流、资金流等,因此,建立电子商务的技术框架是十分重要的。电子商务的技术框架分为网络基础设施层、多媒体信息发布层、信息传输层和一般业务服务架构层这四个层次。电子商务有两大支柱支持:国家政策法律标准和相关网络协议技术标准。四个层次之上是电子商务应用层,是以这四个技术层次和两大支柱为条件的。

(1)网络基础设施层。网络基础设施层是实现电子商务的最底层的硬件基础设施,包括远程通信网、有线电视网、无线通信网和互联网。

(2)多媒体信息发布层。现在最常用的信息发布方式就是通过万维网(Web),用HTML或者Java将多媒体内容发布到Web服务器上,再通过一些协议将发布的信息发送给接收者。网络上传播的内容包括文本、图片、声音、视频等多媒体信息。

(3)信息传输层。消息传播工具提供了两种交流方式:一种是非格式化的数据交流,如用传真(fax)和电子邮件(E-mail)传递消息,它主要面向人;另一种是格式化的数据交流,电子数据交换是典型的代表,它的传递和处理过程可以是自动化的,不需要人的干涉,是面向机器的。

(4)一般业务服务架构层。一般业务服务是指为了方便网上交易所提供的通用业务服务,也就是所有企业、个人做贸易时都会用到的服务,主要包括安全和认证、电子支付、商品目录和价目表等。目录服务将消息进行妥善组织,使之方便增、删、改。目录服务是这些贸易服务的基础。

(5)电子商务应用层。在其他四个层次基础上,可以一步一步地建设实际的电子商务应用。例如,供应链管理、视频点播、网上银行、电子市场及电子广告、网上娱乐、有偿信息服务、家庭购物等。

5. 电子商务的分类

可以按不同的需要对电子商务进行分类。

(1)根据交易对象分类。根据交易对象不同,电子商务可以分为以下五种类型。

①B2C。B2C模式是我国最早产生的电子商务模式,是消费者利用因特网直接参与经济活动的形式,类似于电子化的零售商务。B2C模式即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店,消费者在网上购物并在网上支付。这种模式节省了消费者和企业的时间和空间,大大提高了交易效率,特别是对于工作忙碌的上班族来说,这种模式可以为其节省宝贵的时间。

②B2B。B2B模式是电子商务最重要和最受企业重视的模式,企业与企业之间通过互

联网进行产品、服务及信息的交换。通俗来讲,B2B模式是指进行电子商务交易的供需双方(都是商家)使用因特网的技术或各种商务网络平台,完成商务交易的过程。这些过程包括发布供求信息,订货及确认订货,支付,票据的签发、传送和接收,确定配送方案并监控配送过程等。B2B模式的电子商务交易额大,所需的各种硬件和软件环境较复杂,但发展迅速。B2B的典型是阿里巴巴、中国制造网、慧聪网等。

③B2G。这种商务活动覆盖企业与政府组织间的各项事务。例如,企业与政府之间进行的各种手续的报批;政府通过因特网发布采购清单,企业以电子化方式响应;政府在网上通过电子交换的方式来完成对企业和电子交易的征税等。

④C2C。C2C是用户对用户的模式,C2C商务平台为买卖双方提供一个在线交易平台,使卖方可以提供商品上网拍卖,而买方可以自行选择商品进行竞价。因特网为个人经商提供了便利,任何人都可以过把“经商瘾”,各种个人拍卖网站层出不穷,形式类似于“跳蚤市场”。

⑤C2G。C2G模式的电子商务活动目前还不多,但前景广阔。居民的登记、统计和户籍管理,征收个人所得税和其他契税,发放养老金、失业救济和其他社会福利等是政府部门与社会公众日常关系的主要内容。随着我国社会保障体制的逐步完善和税制改革的推进,政府和个人之间的直接经济往来会越来越多。

(2)根据电子商务交易所涉及的商品内容分类。根据电子商务交易所涉及的商品内容不同,电子商务可分为间接电子商务和直接电子商务。

①间接电子商务。间接电子商务是指实物商品(如鲜花、书籍、食品等)的电子订货,这种商品的交付不能通过计算机和互联网实现。产品的交易在互联网上进行,而实际交付仍然要通过传统的方式,如通过邮政业的服务和商业快递服务来完成送货。因此,间接电子商务要依靠送货的运输系统等外部要素。

②直接电子商务。直接电子商务是指无形的货物和服务的交付。由于网络本身具有信息传递和信息处理的功能,因此,无形产品(如信息、计算机软件、视听娱乐产品等)往往可以通过网络直接向消费者提供。

6. 电子商务对社会经济的影响

(1)电子商务将改变传统的商务活动方式。传统商务活动最典型的情景就是“推销员满天飞”“采购员遍地跑”“说破了嘴、跑断了腿”,而消费者也在商场中耗费大量时间和精力寻找自己所需要的商品。现在,通过电子商务这种商业模式,商家和消费者的联系都在网上进行。人们在互联网上只要动动手,就可以进入网上商场,浏览、采购各类产品,还能得到在线服务。商家可以在网上与消费者联系,利用网络进行货款结算服务。同时,网络营销对传统的销售渠道,尤其是中间商的冲击最大,网络营销侧重于满足客户个性化的需求,充分体现了以人为本的原则。网络广告时间的无限性、空间上的扩展性及广告本身的高效率性都给传统营销带来了巨大的冲击。

(2)电子商务将改变人们的消费方式。网上购物的最大特征是消费者的主导性。购物意愿掌握在消费者手中,消费者足不出户就能买到自己心仪的商品,并能得到多层次的服。同时,消费者还能以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易,消费者主导权可以在网络购物中充分体现出来,从而激发消费者的购物热情。

(3)电子商务将改变企业的生产方式。对于企业来说,物资和劳务的采购是一个复杂的

过程,而电子商务是一种快捷、方便的购物方式,消费者的个性化、特殊化需求完全可以通过网络展示在生产商面前。为了吸引顾客,突出产品的设计风格,制造业中的许多企业纷纷发展和普及电子商务。

(4)电子商务将为传统行业带来一场革命。在商务活动的全过程中,人与电子通信方式的结合,可以极大地提高商务活动的效率,减少不必要的中间环节。传统的制造业借此进入小批量、多品种的时代,“零库存”成为可能;传统的零售业和批发业开创了“无店铺”“网络营销”的新模式;各种线上服务为传统服务业提供了全新的服务方式。

(5)电子商务将转变政府的行为。政府承担着大量的社会、经济、文化的管理和和服务责任。在电子商务时代,企业应用电子商务进行生产经营,银行金融电子化以及消费者实现网上消费,对政府管理行为提出了新的要求。电子政府(网上政府)将随着电子商务的发展而成为重要的社会角色。政府除了组织和管理市场经济外,还可以以消费者的身份直接参与电子商务活动,成为交易主体。例如,网上采购、网上招标等,从而通过先进的交易方式和消费方式提高政府工作的质量和效率。

(6)电子商务将带来一个全新的金融业。随着科学技术不断地发展进步,电子商务将迎来全新的金融服务的升级。在线支付是电子商务的关键环节,也是其得以顺利发展的基础条件,随着电子商务在电子交易环节上的突破,网上银行、银行卡支付网络、银行电子支付系统,以及电子支票、电子现金等服务,将传统的金融业带入一个全新的领域。传统的金融机构的交易模式是客户与金融机构工作人员面对面的交易,而网上的金融机构摆脱了此模式,不再受距离、时间和空间的制约。金融服务的电子化加快了资金的流动以及资金流动信息的透明度,从而提高了资金的使用效率。

1.4 网上创业者的素质

1.4.1 创业者应具备的优良品质

1. 遵纪守法

每个从业人员都要遵守纪律和法律,尤其要遵守职业纪律和与职业活动相关的法律法规。遵纪守法是我国公民的基本义务,也是维系社会稳定、市场公平竞争的必然要求。“没有规矩,不成方圆”,要建设高度文明的社会主义国家,实现中华民族的伟大复兴,就必须在全社会形成“以遵纪守法为荣、以违法乱纪为耻”的社会主义荣辱观。作为网上创业者,除了要熟悉互联网的法律法规,遵守国家法律之外,还需要遵守行业规范,掌握相关的行业规则。这样既可以避免因违法而带来的损失,也可以在自身利益遭到非法侵害时,拿起法律武器捍卫自己的权益。

2. 强烈的创业意识

要想创业成功,创业者必须具备实现自我价值、追求成功的强烈创业意识。所谓创业意

识,就是指在创业实践活动中对创业者发挥动力作用的个性意识倾向,包括创业的需要、动机、兴趣,个人的理想、信念和世界观等心理成分。创业意识主要源于创业者的一种强烈的创业需要。因此,创业需要是创业活动的最初诱因和动力。只有当创业需要上升为创业动机时,才能形成心理动力。创业动机对创业行为产生促进和推动作用,有了创业动机,就标志着创业实践活动要开始了。而创业兴趣又能激发创业者对创业的深厚感情和坚强意志,使创业意识得到进一步升华。一般在创业实践活动中取得一定成果后,便会引起创业兴趣的进一步提高。创业不是投机取巧的活动,必须付出艰苦和坚持不懈的努力。随着我国经济活动的日趋成熟,市场竞争空前激烈,其规则也日益完善,企望“一夜暴富”几乎没有可能。创业者除了要具有创业意识外,还必须具备持之以恒、艰苦奋斗的信念,它们能帮助创业者克服创业道路上的各种艰难险阻,将创业目标作为自己的人生奋斗目标。创业的成功是思想上长期准备的结果,事业的成功总是属于有思想准备的人,也属于有创业意识的人。创业意识是一个创业者最基本的素质要求,如果连创业意识都没有,也就谈不上开展创业活动,更不可能取得创业成功。

3. 乐于分享

分享是一种互联网精神,也是互联网的价值所在。当面对相同的消费群体时,如何把潜在竞争对手转变为合作者,是一种智慧,有时候分享会是一种不错的选择。在进行新产品销售,市场热度不够时,商家不仅不能排斥竞争者,反而应该争取一些竞争者作为合作伙伴,共同迅速地打开市场,吸引更多的消费群体,这就是群聚效应。例如,在开网店时,店主可以与其他卖家相互添加对方的店铺链接和商品链接,这样既可以提升店铺的点击率,也可以提高商品被检索的概率,进而拓展市场,达到双赢。学会分享是一个成功的创业者、企业家必备的精神,在企业发展壮大时,要能够与团队共享成果,要善待员工,不能只“共苦”却不“同甘”,在满足了员工的精神需求时,还应该给予物质奖励,以此激励员工。在一个知识和人才为核心力量的时代,创业者应该将自己的合作伙伴和员工作为自己最宝贵的财富。在与团队及员工分享成果时,应该制定合理的分享制度,包括晋升机制、薪资机制、员工股份机制等,充分激励员工,使他们的知识、才能得到更充分的发挥,助推企业的发展。

4. 服务奉献

互联网上的信息交流极为便利、畅通,这就使得互联网上的经营竞争更加激烈、直接。可以毫不夸张地说,顾客就是商家的生存、发展之源,团队员工就是商家发展的推动力。创业者在今后的创业过程中应该树立牢固的服务奉献精神,将其上升为一种企业文化,并作为员工奉行不移的信条。企业内部的奉献团结犹如巨树之根、大厦之基,是企业稳固发展的保证。对待合作伙伴和顾客时,服务奉献精神同样必不可少。互联网创业要注重服务质量和商品品质。消费者在进行网购时,可供其挑选的商家和商品成千上万,当商家实力不相上下时,优质的服务则成为取胜的关键。这就要求商家把服务规范化、标准化、常态化,将优良的服务上升为自己的经营理念,成为一种奉献精神,而不仅仅是赢得竞争的一种手段。

知识扩展

淘宝旗下淘小铺启动“凡星计划”，鼓励 10 万残疾人创业

2020 年 4 月 15 日，淘宝旗下的淘小铺宣布启动“凡星计划”，未来一年，该计划将鼓励 10 万名残疾人士创业，预计平均每个人每月能赚 1 500 元生活费。数据显示，2020 年 4 月以来，在淘小铺实现增收的残疾人数量比 3 月涨了 600%。

淘小铺是淘宝 2019 年推出的一键创业平台，用户只要下载淘小铺 App，注册成为掌柜，就能一键将好物分享给他人。之后，只要有人下单，用户就可以获得一定的收益。没有成本，也不需要操心发货，淘小铺受到了许多待业人员、全职妈妈和兼职人群的喜爱。

淘小铺负责人姚伟说，此次，淘小铺与阿里巴巴公益基金会、中国残疾人福利基金会、中国肢残人协会以及全国各地残联一起推出“凡星计划”，未来一年，将帮助 10 万名残疾人士创业。

人力资源和社会保障部副部长游钧表示，很多劳动者倾向于通过平台就业这种灵活方式就业增收，淘小铺的一键创业模式就提供了全新机遇。

当前，淘宝已经成为创业创新的重要平台，在为无数人提供就业机会的同时，更方便行动不便、交流不便的残障人士融入社会，参与创业大潮。阿里巴巴合伙人孙利军在启动会上表示，从 2018 年 6 月至 2019 年 5 月，就有 17.41 万家残疾人网店在淘宝获得收益。

资料来源：<http://www.100ec.cn/detail-6552744.html>，有改动。

1.4.2

创业者提高个人素养的方法

素养是指平时经常有意识地学习、实践和修养，以及在社会舆论的影响下、环境的暗示下，使自己的知识、能力、作风、品德、胸怀、境界达到一定的水平。素养的养成，是在素质的基础上不断积累和沉淀的过程，不断理解和深悟的过程，不断提高、完善和丰富的过程。素养不可能一蹴而就。积极的素养是综合性的，既是知识，又是能力；既是品德作风，又是胸怀境界。对创业者来说，提高个人素养应从以下三方面入手。

1. 夯实专业知识

创业是一项极具挑战的社会活动，是对创业者自身知识、能力、气魄、胆识的全方位考验。只有具备深厚的专业知识，才能正确分析形势，把握事物发展的全局，认清事物的本质，把握其规律，实现自己的创业目标。一个人要想提高自己创业成功的概率，自身必须具备一定的专业知识和专业技能。学问中蕴藏着无限商机，只有具备系统的专业知识，才能发现和理解专业知识背后的商业机会。否则，创业者在创业后将看不到、抓不住与自己所从事行业有关的商业机会，这会大大阻碍事业的进一步发展。只有具备熟练的专业知识和精湛的专

业技能,创业者才能有威信和说服力,才会有更多有才能的人愿意追随。作为一名网上创业者,除了需要掌握经营、管理、理财等专业知识外,还要掌握相应的互联网知识、计算机技能,这样才能有效地开展创业活动,实现创业目标。

2. 拓展知识面

对于创业者来说,仅具备一些基本的专业知识和简单工具的使用技能是明显不够的。创业要求创业者拥有更敏锐的“嗅觉”,以便从平常之处发现商机;要求创业者接收各方的信息资源,以便洞察市场行情,把握正确的发展方向。因此,创业者应养成阅读、观察的好习惯,经常关注新闻热点及相关行业动态,不断拓宽知识面,培养再学习的能力。只有将深厚的专业知识和宽广的非专业知识相结合,创业者才能从战略的高度正确分析形势,用长远的目光和敏锐的洞察力把握事态的发展,提出精辟独到的见解和谋略,树立并实现自己的创业目标。

3. 保持正确的创业态度和心态

俗话说,“态度决定一切”,态度是一个人对待事物的一种驱动力,不同的态度将产生不同的驱动作用。好的态度产生好的驱动力,得到好的结果;而不好的态度会产生不好的驱动力,导致不好的结果。同时,对待任何事物不能只是单纯的一种态度,而应是各种不同心态的综合。

(1)良好的创业心理品质。网上创业是一项低门槛、高回报,同时也是高技术、高风险的新型创业模式。正由于网上创业的这种特性,创业者在创业初期容易遭遇种种挫折,这需要创业者具有非常强的心理调控能力,能够持续保持积极、沉稳的心态,即有良好的创业心理品质。只有具有处变不惊的良好心理素质和越挫越勇的顽强意志,才能在创业的道路上自强不息、竞争进取,才能从小到大,从无到有,厚积薄发,闯出属于自己的一番天地。

(2)积极主动的创业心态。积极的心态就是把好的、正确的方面扩张开来,同时第一时间投入进去。在竞争异常激烈的时代,被动就会挨打,主动就可以占据优势地位。在创业的过程中,创业者往往要处理各种纷繁事务,这一过程充满了机遇与挑战。如果创业者主动行动,不但能锻炼自己,而且能为自己抓住这一机遇积蓄力量;如果什么事情都需要别人来安排、指挥,创业者就失去了主动抓住机遇的机会。行动是最有说服力的,言语的雄辩比不上真实的行动。创业者需要用行动去证明自己的价值,用行动去达成自己的目标。如果一切计划、目标和愿景都停留在纸上,不付诸行动,那么计划就不能执行,目标就不能实现,愿景就是肥皂泡。

(3)包容的创业心态。创业者会与不同的人 and 事打交道,会接触各种各样的经销商,也会接触各种各样的客户。经销商和客户都是企业经营发展的重要资源,企业要为客户提供服务,要满足客户的需求,这就要求创业者学会包容,包容他人的不同喜好,包容他人的挑剔。创业者离不开创业伙伴,离不开工作团队,同事的喜好、习惯和做事风格可能与自己不同,创业者应该去包容。正所谓“君子和而不同”,创业者需要站在对方的立场设身处地地思考,需要接纳差异、包容差异。

(4) 自信、自强、自主、自立的创业精神。自信就是对自己充满信心。自信心能赋予人主动积极的人生态度和进取精神,不依赖、不等待。要成为一名成功的创业者,必须坚持信仰如一,拥有使命感和责任感,信念坚定,顽强拼搏,直到成功。信念是创立事业之本,是创业的原动力。要相信自己有能力、有条件去开创自己未来的事业,成为创业的成功者。自强就是在自信的基础上,不贪图眼前的利益,敢于实践,不断增长自己各方面的能力与才干,勇于使自己成为生活与事业的强者。自主就是具有独立的人格和独立的思维能力,不受传统和世俗偏见的束缚,不受舆论和环境的影响,能正确选择自己的道路,善于设计和规划自己的未来,并采取相应的行动。自主还要有远见、有敢为人先的胆略和实事求是的科学态度,能把握住自己的航向,直至成功的彼岸。自立就是凭自己的头脑和双手、智慧和才能、努力和奋斗,建立起自己生活和事业的基础。

(5) 强烈的竞争意识。竞争是市场经济最重要的特征之一,是企业赖以生存和发展的基础,也是一个人立足社会不可缺少的一种精神。随着我国社会主义市场经济从低级向高级发展,竞争越来越激烈。从小规模的分散竞争发展到大集团的集中竞争,从国内竞争发展到国际竞争,从单纯产品竞争发展到综合实力的竞争。因此,创业者如果缺乏竞争意识,实际上就等于放弃了自己的生存权利。创业者只有敢于竞争、善于竞争,才能取得成功。创业者创业之初面临的是一个充满竞争的市场,如果缺乏面对竞争的心理准备,甚至害怕竞争,就只能是一事无成。

项目实训

实训目标

- (1) 了解创业前期市场调研的全过程。
- (2) 掌握市场调研以及创业计划书的撰写等环节的具体程序、技巧和方法。

实训内容与要求

第一步:由教师介绍实训的目的、方式、要求,调动学生参与实训的积极性。

第二步:对学生进行分组,3~5名学生为一组,设组长1人、记录员1人,确定各小组的组长和人员分工。各小组自主制订小组计划,了解团队要做什么,该怎么做,要达到什么目的。

第三步:由教师介绍市场调研的步骤、调研工作细则,要求学生写出完整的创业计划书文案。

第四步:各小组对教师布置的内容进行讨论,并记录小组成员的发言。

第五步:根据小组讨论记录撰写讨论小结,实施市场调研(市场调研报告的形式可以参考附录A)并撰写创业计划书(参考附录B)。

第六步:对各组提交的市场调研报告和创业计划书进行相互评议,最后教师点评、总结。

成果要求

(1) 提交讨论记录:每组必须有小组讨论、工作分工的详细记录,以作为考核成绩的依据。

(2)能够在规定的时间内完成相关的实训,学习团队合作方式,撰写文字小结。

评价标准

- (1)上课时积极与教师配合,积极思考、发言。
- (2)认真完成实训,积极参加小组讨论,分析问题思路较宽,分析基本完整。
- (3)团队配合较好,分工合作较好。

思考与练习

1. 名词解释

- (1)创业。
- (2)独立创业。
- (3)脱离母体创业。
- (4)企业内创业。
- (5)初始创业。
- (6)二次创业。
- (7)网上创业。
- (8)电子商务。

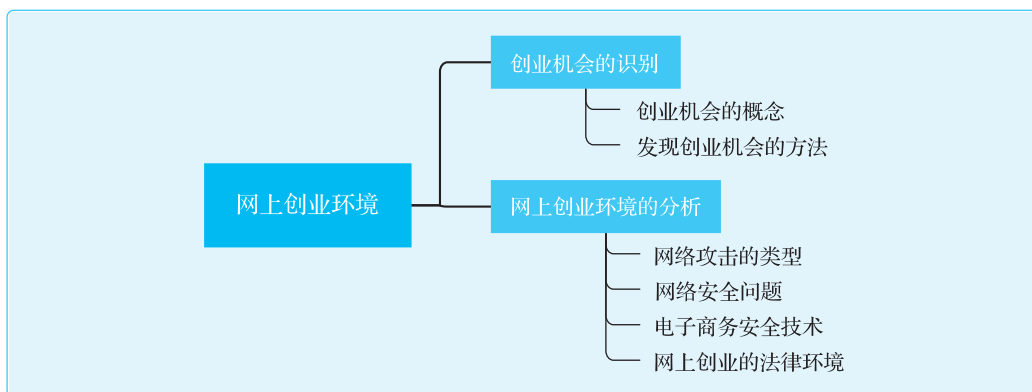
2. 简答题

- (1)简述第三方电子商务平台的概念。
- (2)简述第三方电子商务平台的特点。
- (3)网上创业面临的挑战表现在哪几个方面?
- (4)简述电子商务的框架。
- (5)创业者应具有的优秀品质有哪些?

项目2 网上创业环境



本项目知识结构图



知识目标

- (1) 了解创业机会。
- (2) 掌握发现创业机会的方法。
- (3) 了解网络安全的相关知识。

技能目标

- (1) 能够根据电子商务安全技术的相关知识采取相关手段维护电子商务交易安全。
- (2) 能够清晰认知并掌握网上创业的法律环境。



案例导入

互联网创业环境好,想成功有什么条件?

许多人都知道互联网创业的成本很低,那么,互联网创业的成本到底有多低呢?

互联网社交兴起之初,用户只要申请一个社交网站的账号,就能靠博客、QQ空间之类的个人页面赚钱;互联网电子商务兴起后,用户只要在相应平台申请开一个网店,就能靠代销、直销来赚钱;随着移动互联网的兴起和智能手机的普及,人们只需要在手机的App应用上注册一个账号,只要这个App具有社交性质,就能靠这样的账号赚钱。

互联网项目能赚钱,是因为互联网有廉价易得的流量和虚拟商品的“低成本、可无限复制”这两大优势。廉价易得的流量却具有巨大的价值,虚拟商品成本低还可以无限复制,卖得越多,赚得自然就越多。

互联网上的钱真的那么好赚吗?即使做同一件事,也会出现有的人做能赚钱,有的人做反而会亏本。能不能赚钱的关键是人:有的人走在正确的道路上却坚持不下去;有的人面对机会,思维转变不过来;有的人有了好的想法,却不愿意行动或者下不了行动的决心。

互联网上有许多项目可以赚钱,互联网上创业成功的机会也数不胜数,互联网创业的成本很低,这些都是毋庸置疑的。能不能赚钱,看的不是事业,而是人。只要你能在互联网的众多机遇中抓住一个,为自己的梦想而行动,为自己的创意而实践,在正确的道路上披荆斩棘、坚持到底,你终将成功。

举个例子,现在人人都知道几年前虚拟货币的投资很赚钱,如果你“穿越”到几年前,你会怎么做?肯定是大量买入虚拟货币,然后靠着先知先觉获取巨大的利润,在政府对虚拟货币的监管日趋严格前抽身而去,转投其他赚钱的项目。

那么,幻想中的“重生穿越”能带来成功的原因是什么?因为信息的不对称,你知道未来的正确方向,你知道这样能赚钱,你愿意为这个方向行动(买入、卖出),愿意为这个方向坚持。

即使在“穿越重生”这种小说的情节中,想要成功,也离不开正确的方向、相应的行动和应有的坚持,那么,是不是至少可以说这三点是成功的必要条件?这些可能不是成功的充要条件,但没有这些,必然不可能成功。

我们想要成功、想要实现梦想,就要靠智慧找出正确的方向,靠勇气为梦想而行动,靠毅力坚持到成功的终点。

资料来源:https://www.sohu.com/a/244522172_100108303,有改动。

2.1 创业机会的识别

2.1.1 创业机会的概念

“机会”一词在汉语词典中的解释是“恰好的时候；时机”。创业的恰好时机对于每个人来说是不同的，因为每个人的兴趣爱好、技能专长、资源条件等不同，生活经历和目标设定不一样，从而对机会的认知也是不一样的。虽然对机会的识别和开发利用依赖创业者的主观判断，但机会实际上也是一种客观存在。所谓创业机会，是指有吸引力的、适时的一种商业活动空间，并最终能表现在为客户创造价值的产品或服务之中。

2.1.2 发现创业机会的方法

成功的创业者白手起家取得非凡业绩，使得人们常以为创业者具有某种特别敏锐的洞察力，使他能看到别人看不到的机会，并有特别的能力知道如何来开发、利用这个机会。事实上，在发现机会的过程中，灵感和创造力确实很重要，但在发现和评价创业机会的过程中所采用的正确方法与艰苦努力也同样重要。其中有些方法简单易懂，以至于创业者都没有意识到自己在使用它们，而另一些方法则复杂难懂，要想正确、有效地使用，需要专家的帮助。掌握分析市场以发现创业机会的方法，以及在这个过程中起支持作用的工具和技术是十分重要的。

1. 启发式方法

启发式方法与创业者的创造能力联系最为密切。首先是分析，即选取特定的市场或产品领域，并弄清楚相关概念；其次是综合，即将这些概念以一种新视角归纳起来。这个过程是相互作用、相互启发的，每一次分析、综合的循环都增进了对机会的观察认识并使之更加清晰。

2. 问题分析法

问题分析法起始于个人或组织的需求及所面临的问题。这些需求和问题可能明显或不太明显，可能被认识到或未被认识到。这种方法的应用，首先是询问：“什么事情可以做得更好？”接下来的问题是：“怎样才能做得更好？”一个有效的解决方案往往就是创业者创业的基础。

3. 重视顾客建议

一个创业机会也可能是顾客基于自己需求的建议而产生的。如果顾客认为自己的需求没有得到满足或没有很好地得到满足，则意味着存在潜在的市场机会。顾客可以采取各种方式基于自己的认识来提出建议，最简单的方式可能是非正式的交谈：“如果……岂不是更好吗？”如果顾客是一个组织群体，这种建议往往对组织有重大影响，如涉及组织的大笔支

出,那么这种建议可能是正式而具体的,并有详尽的资料说明来佐证。某些组织会积极主动地向供应商“逆向营销”自己的需求,要求其设法满足。无论顾客采取什么方式来提出请求和建议,创业者都应当认真听取并做出相应反应,因为这往往是一个商业机会。

4. 组建创造性团体

创业者不一定要完全依赖自己的创造力,也可以积极地发现、利用和支持其他人的创造力。在一个创造性团体中,要有少量经营专家或产品专家,他们寻找某一特定市场领域的需求,并思考如何更好地去满足这些需求。如果要创造性团体提供建议,就需要对其进行领导和控制,并对其建议进行认真分析。

5. 利用市场坐标图

根据产品的价格、质量和功能等参数来定义某一产品种类的维度,将顾客的特性参数作为另一个维度,这两个维度构成一种市场坐标图。产品基于在坐标图中的位置被定位于不同的组,即坐标图中不同的象限。制作市场坐标图的前提是有效地确定产品和顾客的维度,有充分的市场信息和有关统计技术来处理这些信息。利用这种二维的市场坐标图不仅可以分析产品在市场中所处的位置,还能发现产品之间的相互关系及留下的市场空缺。

6. 特性延伸法

特性延伸法是指确定一种产品或服务的基本特性,然后去考察如果它们以某种方式发生变化,会发生什么事情。应用特性延伸法的技巧是,以一系列适当的形容词来试验每个特性,如“更大”“更强”“更快”“更方便”“更多乐趣”等。例如,“傻瓜”相机是为使用者“更方便”而制造的,计算机的更新换代是以芯片运行速度“更快”为标志的。特性延伸法也可以采取更加复杂的、混合的方式,它不只是改变一个产品的特性,还将来自不同产品的特性混合起来创造新产品。在产品的特性延伸上,孕育着巨大的商机。

以上各种方法不是孤立的和相互排斥的,它们可以单独使用,也可以结合起来使用。而这些方法的有效使用不仅依赖创业者本身的知识 and 创造力,也依赖其他人(如员工、顾客等)的知识和创造力。不同的人在不同的环境中采用不同的方法,可以发现不同的创业机会。

知识扩展



教你如何发现创业机会

创业需要机会,机会靠发现,如何在茫茫的市场经济大潮中找到合适的创业机会?创业机会可以说是无时不在、无处不在。如果想知道发现和把握创业机会的简便方法,不妨关注以下几个方面。

1. 变化就是机会

环境的变化会给各行各业带来良机,透过这些变化就会发现新的前景。变化可以包括以下几个方面。

- (1) 产业结构的变化。
- (2) 科技进步。

- (3)通信革新。
- (4)政府放松管制。
- (5)经济信息化、服务化。
- (6)价值观与生活形态变化。
- (7)人口结构变化。

2. 从“低科技”中把握创业机会

随着科技的发展,开发高科技领域成为时下的热门课题。但是,创业机会并不只属于高科技领域。在运输、保健、饮食等这些所谓的“低科技领域”也有机会,关键在于开发。

3. 盯住某些顾客的需求就会有创业机会

机会不能从全部顾客身上去找,因为共同需求容易识别,基本上已很难再找到突破口。而实际上每个人的需求都是有差异的,如果时常关注某些人的日常生活和工作,就会从中发现某些创业机会。因此,在寻找机会时,应习惯将顾客分类,如政府职员、菜农、大学教师、杂志编辑、小学生、退休职工等,认真研究细分群体的需求特点,创业机会自见。

4. 追求“负面”就会找到创业机会

所谓追求“负面”,就是着眼于那些大家“苦恼的事”和“困扰的事”。因为对于苦恼和困扰,人们总是迫切希望摆脱和解决,如果能提供解决的办法,实际上就是找到了创业机会。例如,双职工家庭没有时间照顾小孩,于是有了家庭托儿所;没有时间买菜,就产生了送菜到家这一服务。这些都是从“负面”寻找创业机会的例子。

资料来源:<http://www.qncy.com/ruhe/zhidao/041333038.html>,有删改。

2.2 网上创业环境分析

2.2.1 网络攻击的类型

网络系统的硬件、软件和数据受到保护,不因偶然的或者恶意的因素而遭到破坏、更改或泄露,系统能够持续、可靠地运行,网络服务不中断,这是理想的网络环境。从本质上来说,网络安全就是保证网络上信息的安全。网络作为信息的载体,是为信息服务的,网络安全的内容集中在信息本身的安全和作为信息载体的网络系统的安全两大方面。目前常见的网络攻击有口令入侵、放置特洛伊木马程序、Web 欺骗、电子邮件攻击、通过一个节点来攻击其他节点、网络监听、安全漏洞攻击、端口扫描攻击等。

1. 口令入侵

所谓口令入侵,就是指使用某些合法用户的账号和口令登录到目的主机,然后实施攻击活动。这种网络攻击的前提是必须先得到该主机上的某个合法用户的账号,然后进行合法

用户口令的破译。

2. 放置特洛伊木马程序

特洛伊木马程序可以直接侵入用户的计算机并进行破坏,它常被伪装成工具程序或者游戏等,诱使用户打开带有特洛伊木马程序的邮件附件或从网上直接下载,一旦用户打开了这些邮件的附件或者执行了这些程序之后,它们就会像古希腊人在特洛伊城外留下的藏满士兵的木马一样留在用户的计算机中,并在用户的计算机系统中隐藏一个在系统启动时可以悄悄执行的程序。

3. Web 欺骗

在网上,用户可以利用浏览器进行各种各样的 Web 站点的访问,如阅读新闻、咨询产品价格、订阅报纸、电子商务等。然而一般用户恐怕想不到有这样的存在问题:正在访问的网页已经被黑客篡改过,网页上的信息是虚假的。一般,Web 欺骗使用两种技术手段,即 URL 地址重写技术和相关信息掩盖技术。

4. 电子邮件攻击

电子邮件是互联网上运用得十分广泛的一种通信方式。攻击者可以使用一些邮件炸弹软件或公共网关接口(common gateway interface,CGI)程序向目的邮箱发送大量内容重复、无用的垃圾邮件,从而使目的邮箱被撑爆而无法使用。当垃圾邮件的发送流量特别大时,还有可能造成邮件系统对正常的工作反应缓慢,甚至瘫痪。相对于其他的攻击手段来说,电子邮件攻击具有简单、见效快等特点。

电子邮件攻击主要表现为以下两种方式。

(1)电子邮件轰炸和电子邮件“滚雪球”。电子邮件轰炸和电子邮件“滚雪球”也就是通常所说的“邮件炸弹”,是指用伪造的 IP 地址和电子邮件地址向同一邮箱发送数以千万计的内容相同的垃圾邮件,致使受害人的邮箱被“炸”,严重者可能会给电子邮件服务器操作系统带来危险,甚至导致其瘫痪。

(2)电子邮件欺骗。攻击者佯称自己为系统管理员(邮件地址和系统管理员地址完全相同),给用户发送邮件,要求用户修改口令(口令可能为指定字符串)或在看似正常的附件中加载病毒或其他木马程序。

5. 通过一个节点来攻击其他节点

攻击者在突破一台主机后,往往以此主机作为根据地攻击其他主机(以隐蔽其入侵路径,避免留下蛛丝马迹)。攻击者常使用网络监听的方法,尝试攻破同一网络内的其他主机;也可以通过 IP 地址欺骗和主机信任关系,攻击其他主机。

6. 网络监听

网络监听是主机的一种工作模式,在这种模式下,主机可以接收本网段在同一条物理通道上传输的所有信息,而不管这些信息的发送方和接收方是谁。

7. 安全漏洞攻击

许多系统都有这样或那样的安全漏洞,其中一些是操作系统或应用软件本身具有的,如缓冲区溢出攻击。由于很多系统在不检查程序与缓冲之间变化的情况下就接受任意长度的

数据输入,把溢出的数据放在堆栈里,结果系统还照常执行命令。

8. 端口扫描攻击

所谓端口扫描,就是利用 Socket 编程与目标主机的某些端口建立 TCP 连接、进行传输协议的验证等,从而得知目标主机的扫描端口是否处于激活状态、主机提供了哪些服务、提供的服务中是否含有某些缺陷等。常用的扫描方式有 Connect 扫描和 Fragmentation 扫描。

2.2.2 网络安全问题

1. 电子商务存在的安全问题

(1)存在潜在的安全隐患。存在潜在的安全隐患的原因是未进行操作系统相关的安全配置。不论采用什么操作系统,在缺省安装的条件下都会存在一些安全问题,只有专门针对操作系统安全性进行相关的、严格的安全配置,才能使操作系统达到一定的安全程度。

(2)未进行 CGI 程序代码审计。网站或软件供应商专门开发的一些 CGI 程序,很多存在严重的问题,对于电子商务站点来说,会出现恶意攻击者冒用他人账号进行网上购物等严重后果。

知识扩展



CGI

CGI 是 WWW 技术中最重要的技术之一,是外部应用程序(CGI 程序)与 Web 服务器之间的接口标准,负责在 CGI 程序和 Web 服务器之间传递信息。CGI 是 Web 服务器运行时,调用外部应用程序(CGI 程序,如 nginx fast-cgi)的规范,CGI 规范允许 Web 服务器执行外部程序,并将它们的输出发送给 Web 浏览器。CGI 将 Web 的一组简单的静态超媒体文档变成一个完整的、新的交互式媒体,按照 CGI 编写的程序可以扩展 Web 服务器功能。

CGI 应用程序能通过 Web 服务器与浏览器进行交互,还可以通过数据库 API 与数据库服务器等外部数据源进行通信,从数据库服务器中获取数据,将数据格式化为 HTML 文档后,发送给浏览器,也可以将从浏览器获得的数据放到数据库中。

所有 Web 服务器都支持 CGI,我们可用多种语言编写 CGI(包括流行的 C、C++ 等),只要这种语言具有标准输入、输出和环境变量。

资料来源:https://blog.csdn.net/z_ruitao/article/details/103348150,有改动。

(3)安全产品使用不当。由于一些网络安全设备本身的问题或使用问题,这些产品并没有起到应有的作用。很多厂商的安全产品对配置人员的技术要求很高,超出对普通网管人员的技术要求,就算厂家在最初给用户做了正确的安装、配置,但系统改动相关安全产品的设置时,很容易出现许多安全问题。

(4)缺少严格的网络安全管理制度。网络安全最重要的还是要在思想上高度重视,网站或局域网内部的安全,需要用完备的安全制度来保障。建立和实施严密的计算机网络安全

制度与策略是真正实现网络安全的基础。

2. 商务交易存在的安全问题

(1) 窃取信息。由于未采用加密措施,信息在网络上以明文形式传送,攻击者可以在数据包经过的网关或路由器上截获传送的信息。通过多次窃取和分析,可以找到信息的规律和格式,进而得到传输信息的内容,造成网上传输信息泄密。

(2) 篡改信息。当攻击者掌握了信息的规律和格式后,通过各种技术手段和方法,对网上传送的信息数据在中途进行修改,然后再发向目的地。

(3) 假冒身份。由于掌握了信息的格式,并可以篡改信息,攻击者可以冒充合法用户发送假冒信息或者主动获取信息,而远端用户通常很难分辨。

(4) 恶意破坏。由于攻击者可以接入网络,可对网络中的信息进行修改,掌握网上的重要信息,甚至可以潜入网络内部,其后果是非常严重的。

2.2.3 电子商务安全技术

1. 加密技术

(1) 对称加密/对称密钥加密/专用密钥加密。对称加密是指贸易双方对信息的加密和解密使用相同的密钥。使用对称加密方法,将简化对加密的处理,每个贸易方都不必研究和交换专用的加密算法,而是采用相同的加密算法并只交换共享的专用密钥。如果进行通信的贸易方能够确保专用密钥在密钥交换阶段未曾泄露,那么,机密性和报文完整性就可以通过对称加密方法加密机密信息和随报文一起发送报文摘要或报文散列值来实现。

(2) 非对称加密/公开密钥加密。非对称加密/公开密钥加密体系中,密钥被分解为一对,这对密钥中的任何一个都可作为公开密钥通过非保密方式向他人公开,而另一个则作为专用密钥加以保存。公开密钥用于对机密信息的加密,专用密钥则用于对加密信息的解密。专用密钥只能由生成密钥对的贸易方掌握,公开密钥可广泛发布,但它只对应生成该密钥的贸易方。

(3) 数字摘要。数字摘要也称消息摘要算法,采用单向 Hash 函数将需加密的明文“摘要”成一串 128 bit 的密文,即数字指纹,它有固定的长度,且不同的明文摘要成密文,其结果总是不同的,而同样的明文,其摘要必定一致。摘要便可成为验证明文是否是“真身”的“指纹”了。

知识扩展



Hash 函数

Hash 一般翻译作散列、杂凑,或音译为哈希,是把任意长度的输入(又称为预映射)通过散列算法变换成固定长度的输出,该输出就是散列值。这种转换是一种压缩映射,也就是说,散列值的空间通常远小于输入的空间,不同的输入可能会散列成相同的输出,所以不可能从散列值来确定唯一的输入值。简单地说,Hash 函数就是一种将任意长度的消息压缩到某一固定长度的消息摘要的函数。

(4)数字签名。信息是由签名者发送的,信息在传输过程中未曾做过任何修改。数字签名可用来防止电子信息因易被修改而有人作伪,或冒用别人名义发送信息,或发出(收到)信件后又加以否认等情况发生。

(5)数字时间戳(digital time-stamp,DTS)。数字时间戳是一个经加密后形成的凭证文档,包括三个部分:需加时间戳的文件的摘要,数字时间戳收到文件的日期和时间,数字时间戳的数字签名。

(6)数字凭证。数字凭证又称数字证书,是指在因特网上用来标识和证明网络通信双方身份的数字信息文件。在网上的电子交易中,若双方出示了各自的数字凭证,并用它来进行交易操作,那么,双方都可不必为对方身份的真伪担心。数字凭证包含以下内容。

- ①凭证拥有者的姓名。
- ②凭证拥有者的公共密钥。
- ③公共密钥的有效期。
- ④颁发数字凭证的单位。
- ⑤数字凭证的序列号。
- ⑥颁发数字凭证单位的数字签名。

数字凭证有三种类型,即个人凭证、企业(服务器)凭证和软件(开发者)凭证。

2. 因特网电子邮件的安全协议

(1)保密增强邮件(privacy enhanced mail,PEM)协议。保密增强邮件协议是指为电子邮件提供加密和认证功能的一个协议。它对证书实施严格的分层结构,在因特网电子邮件的标准格式上增加了加密、鉴别和密钥管理的功能,允许使用公开密钥和专用密钥的加密方式,并能够支持多种加密工具。对于每个电子邮件报文,可以在报文头中规定特定的加密算法、数字鉴别算法、散列功能等安全措施。

(2)安全多用途互联网邮件扩展(secure multipurpose internet mail extensions,S/MIME)协议。安全多用途互联网邮件扩展协议是指对 MIME 数据做公开密钥加密和数字签名的标准,是在 MIME 上定义安全服务措施的实施方式。

(3)PEM-MIME 协议。PEM-MIME 协议将 PEM 协议和 MIME 协议两者的特性进行了结合。

3. 因特网主要的安全协议

(1)安全套接字协议(secure sockets layer,SSL)。安全套接字协议是一个用于在因特网上传输保密文档的协议。它使用具有公开和私有两个密钥的非对称加密系统,是传输层安全协议(transport layer security,TLS)的前身。SSL 向基于 TCP/P 协议的客户端/服务器应用程序提供客户端和服务器的鉴别、数据完整性及信息机密性审查等安全措施。该协议通过在应用程序进行数据交换前交换 SSL 初始握手信息来实现有关安全特性的审查。在 SSL 握手信息中采用了 DES、MD5 等加密技术来实现机密性和数据完整性,并采用 X.509 的数字证书实现鉴别。

(2)安全超文本传输协议(secure hypertext transfer protocol,S-HTTP)。安全超文本传输协议是一种结合 HTTP(超文本传输协议)而设计的消息安全通信协议。它是万维网上

使用的超文本传输协议的安全增强版本。它提供了文件级的安全机制,用于加密及签名的算法可以由参与通信的收发双方协商。S-HTTP 相对于 HTTP,扩充了安全特性,增加了报文的安全性。

(3)安全交易技术(secure transaction technology,STT)协议。安全交易技术协议将认证和解密在浏览器中分离开,用以提高安全控制能力。

(4)安全电子交易(secure electronic transactions,SET)协议。安全电子交易协议是指实现电子商务交易的机密性、认证性、数据完整性、不可抵赖性等安全功能的协议。SET 1.0 版已经公布并可应用于任何银行支付服务。它涵盖了信用卡在电子商务交易中的交易协定、信息保密、资料完整,以及数据认证、数据签名等,主要文件是 SET 业务描述、SET 程序员指南和 SET 协议描述。

4. 联合国行政、商业、运输电子数据交换规则的安全

联合国行政、商业、运输电子数据交换规则(United Nations Electronic Data Interchange for Administration Commerce and Transport,UN/EDIFACT)是唯一的国际通用的电子数据交换标准。利用因特网进行电子数据交换已成为人们日益关注的领域,保证电子数据交换的安全成为主要的问题。

5. 虚拟专用网

虚拟专用网(virtual private network,VPN)可以在两个系统之间建立安全的信道(或隧道)用于电子数据交换。它与信用卡交易和客户发送订单交易不同,因为在 VPN 中,双方的数据通信量要大得多,而且通信的双方彼此都很熟悉。这意味着可以使用复杂的专用加密和认证技术,只要通信的双方默认即可,没有必要为所有的 VPN 进行统一的加密和认证。

6. 数字认证

数字认证是指用电子方式证明信息发送者和接收者的身份、文件的完整性(如一张发票未被修改过),甚至数据媒体的有效性(如录音、照片等)。目前,数字认证一般都通过单向 Hash 函数来实现,它可以验证交易双方数据的完整性。

7. 认证中心

认证中心(certificate authority,CA)的基本功能是生成和保管符合安全认证协议要求的公共和私有密钥、数字证书及其数字签名。

8. 防火墙技术

防火墙具有以下五大基本功能。

- (1)能过滤进/出网络的数据。
- (2)管理进/出网络的访问行为。
- (3)封堵某些禁止行为。
- (4)记录通过防火墙的信息内容和活动。
- (5)对网络攻击进行检测和警告。

目前的防火墙主要有两种类型:一种是过滤型防火墙,另一种是应用级防火墙。

9. 入侵检测

入侵检测技术是防火墙技术的合理补充,其主要内容包括入侵手段与技术、分布式入侵

检测技术、智能入侵检测技术以及集成安全防御方案等。

2.2.4 网上创业的法律环境

电子商务不仅为全球经济发展营造了良好的氛围,同时也对社会各领域提出了新的挑战。电子商务的发展面临新的问题与障碍,迫切要求政府制定相应的法律制度进行管理,法律建设必须不断地适应社会发展的需要。因此,制定新的法律规范,调整电子商务中产生的社会关系,规范人们相应的权利与义务,对于保障电子商务的健康发展是十分必要的。

1. 电子商务法律阐述

电子商务法律是指以电子交易和电子服务为核心的相关法律。电子商务活动发生的社会关系主要有—般商业活动普遍存在的共有的社会关系和电子商务所特有的社会关系两个方面。

2. 我国电子商务法律现状

要使我国电子商务快速稳健地发展,除了完备的技术支持和良好的经济环境外,与之相匹配的法律制度更是必不可少。

(1)我国电子商务法律的立法原则。

①安全性原则。电子商务法律要把维护电子商务的安全放在重要位置。

②兼容性原则。电子商务的基础是因特网,因特网开放性的特点决定了电子商务本质上是全球性的商务活动,这也必然要求法律的兼容性。

③动态性原则。电子商务发展迅猛,且目前仍处在高速发展阶段,新的法律问题还将随着电子商务的发展不断出现,因而要能就目前已成熟或已经达成共识的法律问题制定相应的法规,并随着电子商务的发展而不断修改和完善。

④指导性原则。由于电子商务的主要活动是电子交易,而商业交易的主要特征是平等、自愿,因此,电子商务立法应充分体现指导性原则,明确政府在发展电子商务中的地位。

⑤协调性原则。电子商务立法在解决问题的同时,还要注意与其他层面解决方案的协调,避免法出多门和因立法权与管理权冲突导致整个电子商务法律环境的无序。

(2)我国电子商务法的发展。《中华人民共和国合同法》首次明确了电子合同的合法地位,为我国电子商务的发展奠定了法律基础。随之,《首都电子商城电子商务规则》由首都电子商城起草并主持修订,经北京仲裁委员及相关法律界专家的多次研讨,不断修改完善。《中华人民共和国电子签名法》(以下简称《电子签名法》)的颁布和实施扫除了电子签名在电子商务、电子政务和其他领域中应用的法律障碍,极大地改善了我国电子签名应用的法制环境,从而大力推动我国信息化的发展。《电子签名法》的起草,经历了征求意见稿、草案和最终稿三个阶段,整个起草过程也是对电子签名这一新型核证技术的认识逐步深化的过程。2018年8月31日,第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过了我国首部电商领域的综合性法律《中华人民共和国电子商务法》(简称《电子商务法》),该法于2019年1月1日实施。

(3)电子商务环境中的税收问题。随着电子商务的发展,建立在国际互联网基础上的这种与传统的有形贸易完全不同的“虚拟”贸易形式已不能被现有的税制所涵盖。电子商务的流动性、隐匿性及交易本身的数字化又与税务机关获取信息的能力和税收征管水平不相适应,使之成为优良的“国际避税地”,导致传统贸易主体与网络贸易主体之间税负不公,给传统税收体制及税收管理模式带来了巨大冲击。

①国家税收管辖权的重新确认。随着电子商务的出现,对跨国营业所得征税就不仅仅局限于国家税收管辖权的划分与两国间的协调问题了,更多的是电子商务交易的数字化、虚拟化、隐匿化和支付方式的电子化所带来的对交易场所、提供服务的地点和产品的使用地难以判断的问题,从而也就使收入来源地税收管辖权失去了应有的效益。因此,对税收管辖权的重新确认问题已成为加强电子商务环境下税收管理的一个关键性问题。

②常设机构概念不清。在国际税收中,一国通常以外国企业是否在该国设有机构作为对非居民营业所得是否征税的界定依据。但电子商务完全建立在一个虚拟的市场上,打破了空间界限,使传统意义上的固定营业场所的界限变得更加模糊。因此,电子商务导致常设机构概念不清,成为税收的又一障碍。

③课税对象的性质模糊不清。网络贸易发展速度最快的领域是数字化资讯。电子商务中,许多产品或劳务是以数字化的形式通过电子传递来实现的,传统的计税依据在这里已失去了基础。由于数字化信息具有易被复制和下载的特性,改变了产品固有的存在形式,模糊了有形商品、无形劳务和特许权之间的界限,使得有关税务部门很难确认一项所得究竟是商品收入所得、提供劳务所得还是特许权使用费,这导致税务处理混乱,使课税对象的性质变得模糊不清。

④按目的地原则征税难。增值税通常都是按目的地原则征收的。在互联网上,由于联机计算机IP地址可以动态分配,同一台计算机可以同时拥有不同的网址,不同的计算机也可以拥有相同的网址,而且用户可以利用匿名电子信箱掩藏身份。因此,就销售者而言,不知客户的所在地,不知其服务是否输往国外,也就不知是否应申请出口退税;就消费者而言,不知所收到的商品和服务是来源于国内还是国外,也就无法确定自己是否应缴增值税。

⑤国际避税。任何国家都有权就发生在其境内的运输或支付行为征税。任何一个公司只要拥有一台计算机、一台调制解调器和一部电话,就可设立一个网站与国外企业进行商务洽谈和贸易。所以,有些纳税人为了避税,多选择在避税港建立虚拟公司,而仅把经营地作为一个存货仓库,利用避税港的税收优惠政策避税,造成许多公司在经营地微利或亏损生存,而在避税港利润却居高不下,使得税收漏洞越来越大、税款流失现象越来越严重,极大地削弱了国家的宏观调控能力。

(4)电子商务税收法律体系的构建。

①构建电子商务税收法律体系的基本原则——税法公平原则。按照税法公平原则的要求,电子商务与传统贸易应该适用相同的税法,负担相同的税负。因为从交易的本质来看,电子商务和传统交易是一致的。确定这一原则的目的主要是鼓励和支持电子商务的发展,但并不强制推行这种交易。同时,这一原则的确立,也意味着没有必要对电子商务立法开征新税,而只需修改完善现行税法,将电子商务纳入现行税法的内容中来。其他方面的原则包

括以现行税制为基础的原则、中性原则、维护国家税收主权的原则、财政收入与优惠原则、效率和便利原则以及整体性和前瞻性原则等,在电子商务税收立法中也要充分予以考虑。

②明确我国目前电子商务税收立法的基本内容。我国目前电子商务税收立法的基本内容如下:首先,在税法中重新界定有关电子商务税收的基本概念,具体包括“居民”“常设机构”“所得来源”“商品”“劳务”“特许权”等电子商务相关的税收概念的内涵和外延;其次,在税法中界定电子商务经营行为的征税范围,根据国情和阶段性原则,对电子商务征税按不同时期分步考虑和实施;再次,在税法中明确电子商务经营行为的课税对象,根据购买者取得何种权利(产品所有权、无形资产的所有权或使用权),决定交易产品属于何种课税对象;最后,在税法中规范电子商务经营行为的纳税环节、期限和地点等。

③修改税收实体法。在明确立法原则和立法基本内容的基础上,根据电子商务的发展,适时调整我国税收实体法。我国税收实体法主要包括流转税法、所得税法及其他税法。在电子商务税收立法中,要根据税收实体法受到电子商务影响的不同情况,具体考虑对它们的修订、改动、补充和完善。

④完善电子商务的相关法律。

a. 完善金融和商贸立法。制定电子货币法,规范电子货币的流通过程和国际金融结算的规程,为电子支付提供相应的法律保证。

b. 完善计算机和网络安全立法,防止网上银行金融风险、金融诈骗和金融黑客等网络犯罪的发生。

c. 完善会计法等相关法规,针对电子商务的隐匿化、数字化等特点导致的计税依据难以确定的问题,可在立法中考虑从数字化发票入手,完善会计法及其他相关法律。

⑤在立法过程中加强国际税收协调与合作。在电子商务税收立法过程中,只有进行充分的国际协调,才能最大限度地保证税收法律的有效性。国际税收协调与合作,不仅可以消除关税壁垒、避免对跨国所得重复征税,而且可以促进各国互相交换有关信息,携手解决国际税收方面存在的共同性问题,逐步实现国际税收原则、立法、征管、稽查等诸方面的紧密配合,以及各国在税制总体上的协调一致。

(5)电子合同。电子商务的出现带动产生了新的合同形式。

①电子合同的含义。电子合同是随着现代电子计算机和网络技术以及电子商务的出现而产生的一个新概念。电子合同有广义和狭义之分:广义的电子合同是指所有通过电子计算机网络形成的合同,包括以电子邮件、电报、电传及传真等传输手段订立的合同和通过电子数据交换系统形成的合同;狭义的电子合同专指以交易为目的,通过计算机网络形式订立的明确相互权利、义务关系的协议。

②电子合同的特征。

a. 电子文本。电子合同是指以一定的计算机程序为基础生成的电子文本,非经显示器显示或打印,不具有可读性。这一特点是电子合同与传统合同的本质区别。

b. 网上运作。订立合同的双方或多方在网络上运作,可以互不见面。由于电子合同的超时空特点,合同内容等信息记录在计算机或磁盘等中介载体中,其修改、流转、储存等过程均在计算机内进行。这也使合同双方的身份和性质不易确定。

c. 电子签名。在电子合同中,人们不可能也不需要通过电子方式亲笔签名或签字,它只需要每一方采用电子密码“签名”即可。这种电子“签名”越来越获得社会的广泛认可。

d. 易受反击。电子合同所依赖的电子数据具有易消失性和易改动性。由于电子数据的传播以程序的分解、转让为基础,因而,在传播的路径上易被截取、修改,并重新传播。

③电子合同的法律承认。电子商务的发展促使各国均要考虑以电子形式订立的合同在成立和生效方面是否给予法律承认的问题。联合国国际贸易法委员会第29届年会通过了《电子商务示范法》,为实现国际贸易的“无纸操作”提供了法律保障。

(6)《电子商务法》介绍。《电子商务法》的出台进一步明确了电子商务经营者,平台经营者,消费者、支付、物流等第三方机构各自的权利、义务,对于个人信息保护、平台监管职责、知识产权保护等内容都有了明确规定,同时,对支付、进出口监管、物流、跨境电子商务、农村电子商务等具体问题也做出了规定,有利于进一步促进电子商务的健康发展。

①《电子商务法》的立法目的。首先是保障各方权益,同时规范电子商务行为和维护市场秩序,其中最重要的是保护电子商务消费者的各种权益,因为电子商务在很多方面与传统零售和服务存在较大差异。例如,商家可以通过服务获取很多个人信息,如何限制商家获取不必要的个人信息以及如何限制个人信息被滥用都是亟待解决的问题。

②《电子商务法》的适用范围。《电子商务法》限于通过网络销售商品和服务,金融、文化类产品、服务不适用。

③《电子商务法》的作用。《电子商务法》的实施充分肯定了电子商务在经济发展中的作用,将继续支持其发展。综合来看,《电子商务法》主要有以下一些作用。

a. 将微商、代购、网络直播等纳入范畴。《电子商务法》明确规定,微商、代购、网络直播也纳入电子商务经营者范畴,受该法制约。

b. 电商平台不得删除消费者评价。很多消费者购买了质量有问题的产品,而真实的评价却在评论区“消失”了……《电子商务法》明确规定,经营者不得删除消费者的评价。

c. 制约大数据“杀熟”。互联网的计算能力强大,它可以根据不同人的购买喜好、习惯,做出“千人千面”的页面。《电子商务法》实施后,电商平台理应推出允许用户关闭“个性化推荐”的选项。

d. 禁止“默认勾选”,应显著提示搭售。默认同意获取个人信息、买机票搭个“专车”接送……这样的消费场景曾无数次上演。这些互联网平台的猫腻——“默认勾选”将成为历史,消费页面应让消费者知情,并主动勾选“同意”。

e. 押金退还不得设置不合理条件。经营者应明示押金退还方式和程序,不得设置不合理条件,符合规定的押金退还要及时等。《电子商务法》实施后,押金退还的程序更加明确,消费者的权益得到了更好的保障。

f. 规范电子商务合同的订立与履行中的难点问题。《电子商务法》规范了各类合同订立与履行的难点问题,对于快递、支付等各个环节,都有相应的规范。

g. 平台不能强制商家“二选一”。为在电商促销季获得更大的流量,有的平台会强制商家“二选一”,《电子商务法》实施后,这一行为被禁止。

h. 平台经营者自营应显著标记。在天猫、京东等电商平台上,消费者经常会看到“自营”

的标示。今后,这些标记必须更加明显。

i. 平台经营者未尽义务应依法担责。若经营者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,平台需要依法担责。

项目实训

实训目标

- (1) 了解并掌握市场考察的程序、方法。
- (2) 确立自身创业项目的定位。

实训内容与要求

第一步:由教师介绍实训的目的、方式、要求,调动学生参与实训的积极性。

第二步:对学生进行分组,3~5名学生为一组,设组长1人、记录员1人,确定各小组的组长和人员分工。各小组自主制订小组计划,了解团队要做什么,该怎么做,要达到什么目的。

第三步:由教师介绍市场考察的程序、步骤,市场细分与店铺定位方案设计方法。

第四步:各小组对教师介绍的知识进行讨论,并记录小组成员的发言。

第五步:根据小组讨论实施实训步骤,对创业目标市场环境进行考察,并最终使用SWOT分析方法确定店铺的定位。

第六步:设计目标市场进入策略和市场定位方案,对各组最终形成的方案和考察结果进行相互评议,教师点评、总结。

成果要求

(1) 提交实训讨论记录:每组必须有小组讨论、工作分工的详细记录,以作为考核成绩的依据。

(2) 能够在规定的时间内完成相关实训,学习团队合作方式,撰写文字小结。

评价标准

(1) 上课时积极与教师配合,积极思考、发言。

(2) 认真完成实训,积极参加小组讨论,分析问题思路较宽,分析基本完整,能结合所学理论知识解答问题。

(3) 团队配合较好,分工合作较好。

思考与练习

1. 名词解释

(1) 特性延伸法。

(2) 口令入侵。

2. 简答题

- (1) 什么是电子邮件攻击?
- (2) 电子商务存在哪些安全问题?
- (3) 简述因特网电子邮件的安全协议。
- (4) 什么是虚拟专用网(VPN)?
- (5) 我国电子商务法的立法原则是什么?