



“十四五”职业教育国家规划教材



icve
智慧职教

高等职业教育在线开放课程
新形态一体化教材



国家职业教育市场营销专业教学资源库配套教材

商品学基础

(第六版)

主编 窦志铭

中国教育出版传媒集团
高等教育出版社

内容提要

本书是“十四五”职业教育国家规划教材，也是国家职业教育市场营销专业教学资源库“商品学基础”课程的配套教材。

为解决企业日常经营中与商品质量相关的问题，本书以商品学研究的中心——商品质量问题为主线，以商品学基础理论、常用方法和主要技能为重点，构建了全书的知识体系和内容框架。本书主要介绍了商品学概述、商品分类、商品质量、商品标准、商品检验与监督、商品包装和商品科学养护共七章的内容。本次修订注重体现商品学核心知识点的科学性、先进性和时代性，对全书内容进行了系统性的更新，设计了“商品观察”“行业前沿”“工具方法”等新栏目，力求反映商品学发展的新技术、新动态、新规范，突出理论和实践相结合的职业教育类型特色。

本书既可以作为高等职业教育专科、本科院校市场营销、电子商务、国际贸易、工商企业管理、连锁经营、物流管理等财经商贸类专业的教材，也可供五年制高职及中职相关专业学生使用，还可以作为商品流通企业相关业务人员的自学参考用书。

本书在“智慧职教”平台上建有数字课程，配有微课、动画、课件、图片、题库等类型丰富的数字化教学资源，并选取其中的优质资源通过二维码在书中展示。具体学习方式详见本书的“智慧职教”服务指南和“郑重声明”页的资源服务提示。

图书在版编目(CIP)数据

商品学基础 / 窦志铭主编. -- 6版. -- 北京 : 高等教育出版社, 2023.4 (2024.1 重印)
ISBN 978-7-04-059743-1

I. ①商… II. ①窦… III. ①商品学-高等职业教育-教材 IV. ①F76

中国国家版本馆CIP数据核字(2023)第009354号

商品学基础(第六版)
SHANGPINXUE JICHU

策划编辑 贾若曦
责任绘图 李沛蓉

责任编辑 贾若曦
责任校对 窦丽娜

封面设计 贺雅馨
责任印制 刘思涵

版式设计 王艳红

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 天津画中画印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 13
字 数 240千字
插 页 1
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.hepmall.com.cn>
<http://www.hepmall.com>
<http://www.hepmall.cn>

版 次 2005年3月第1版
2023年4月第6版
印 次 2024年1月第2次印刷
定 价 47.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 59743-A0

2. 以最新的职业教育专业目录和简介为凭依，体现技术变革和产业升级推动的专业升级的新要求

《职业教育专业目录（2021年）》和《职业教育专业简介（2022年）》的发布推动了财经商贸类专业的数字化改造升级，编者持续跟踪了与商品学相关的市场营销、电子商务、物流管理、连锁经营管理等专业的新变化，充分考虑了商品学作为专业基础课程的定位，在本次修订中突出了商品分类及管理的基本知识和方法，商品特性的分析和把握能力以及商品质量监督管理能力的培养要求。在商品分类、商品质量、商品检验与监督等相应的章节中，补充、调整了相关知识内容，使教材能够更好地契合新形势下专业升级的新要求。

3. 调整、优化、更新了知识内容和框架结构

本次修订时，编者在更新全书内容及案例的基础上，着重修改了商品标准、商品检验与监督这两章。同时对本书的框架结构进行了调整和优化，重新设置了商品观察、行业前沿、工具方法、课堂讨论、课堂训练等栏目，旨在拓宽学生的商品学视野，培养其解决商品学相关工作典型问题的综合能力；也为教师组织教学活动提供了便利。新版教材既注重学生综合素质与职业技能的培养，也注重教师教学改革需要的满足，增强了教材的适用性。

本书由深圳职业技术学院窦志铭教授主编。天虹数科商业股份有限公司何洋参与第1-4章，庄莉参与第2、6、7章，王学芳参与第3-5章的修订工作。广州华南商贸职业技术学院邹小焱参与第4、6章的修订工作。高等教育出版社贾若曦编辑为本次修订提出了很多建设性的建议。中国商品学会、中国连锁经营协会、深圳零售行业协会、百丽国际、深圳真迈生物科技有限公司、深圳商祺企业管理咨询有限公司等行业企业单位也为此次修订提供了大量的帮助和支持。在修订中，编者还参考了很多专家学者的研究成果和相关论著，在此一并表示感谢！

由于编者水平和时间有限，书中难免存在疏漏之处，敬请广大专家、读者批评指正，以使本书日臻完善。

编者
2023年7月

目录 <<<<<<<<

第1章 商品学概述 / 001

- 1.1 商品学的研究对象和内容 / 003
- 1.2 商品学的产生与发展 / 005
- 1.3 商品学的研究方法 / 006

第2章 商品分类 / 011

- 2.1 商品分类的概念与原则 / 013
- 2.2 商品分类标志与分类方法 / 016
- 2.3 商品编码与编码方法 / 023
- 2.4 商品条形码 / 025
- 2.5 常见的商品目录和商品分类体系 / 031

第3章 商品质量 / 043

- 3.1 质量与商品质量 / 045
- 3.2 商品质量特性与评价 / 051
- 3.3 质量影响因素与管理 / 055

第4章 商品标准 / 069

- 4.1 标准与商品标准 / 071
- 4.2 商品标准的级别 / 078
- 4.3 我国商品标准的基本结构和内容 / 084
- 4.4 标准化和商品标准的制定 / 087

第5章 商品检验与监督 / 095

- 5.1 商品检验概述 / 097
- 5.2 商品抽样与检验 / 101
- 5.3 商品质量监督 / 112

第6章 商品包装 / 131

- 6.1 商品包装认知 / 133
- 6.2 商品包装技术 / 139
- 6.3 商品包装标识 / 145



“十四五”职业教育国家规划教材



icve
智慧职教

高等职业教育在线开放课程
新形态一体化教材



国家职业教育市场营销专业教学资源库配套教材

现代市场营销（第四版）

► 商品学基础（第六版）

商务礼仪（第三版）

营销策划（第二版）

市场调查与分析（第三版）

消费心理学（第二版）

商务谈判（第二版）

推销技术（第三版）

广告原理与实务（第二版）

智能客户服务实务（第三版）

渠道管理（第二版）

公共关系（第二版）

商业文化与素养（第二版）

肖洞松

冀志铭

徐汉文 张云河

章金萍 方志坚

夏学文 周惠娟

崔平

杨群祥

毕思勇

郑承志

王鑫 赵雨

王方

邢伟 徐盈群

孙参运 范方舟

智慧职教助力智慧课堂



新形态一体化教材



开放共享学习

信息化教学深度应用



ISBN 978-7-04-059743-1



9 787040 597431 >

定价 47.00 元



高等职业教育“十三五”规划教材

计算机系列

网络检索与SEO

主编 ◎ 吴红光 王林霞 吴丽红



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

网络检索与 SEO / 吴红光, 王林霞, 吴丽红主编. --
青岛: 中国海洋大学出版社, 2019.1
ISBN 978-7-5670-2099-3

I. ①网… II. ①吴… ②王… ③吴… III. ①网络营销
IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 022412 号

出版发行 中国海洋大学出版社
社 址 青岛市香港东路 23 号
出 版 人 杨立敏
网 址 <http://www.ouc-press.com>
电子信箱 sjyybook@163.com
订购电话 010-69733826
责任编辑 王积庆
印 制 大厂回族自治县彩虹印刷有限公司
版 次 2019 年 1 月第 1 版
印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷
成品尺寸 185mm × 260mm
印 张 16
字 数 421 千
定 价 48.00 元

邮政编码 266071

电 话 0532-85902349

责任编辑：王积庆

封面设计：史利娟

终审：韩玉堂

高等职业教育计算机系列精品教材

- ☆ JSP 程序设计
- ☆ 计算机网络技术基础
- ☆ 计算机组装与维护
- ☆ Photoshop 图形图像处理
- ☆ Flash 动画制作
- ☆ 数据库基础及应用 SQL Server
- ☆ 计算机办公应用
- ☆ Dreamweaver 网页设计实用教程
- ☆ JAVA 程序设计
- ☆ 局域网组网技术
- ☆ 3ds Max 实用教程
- ☆ 多媒体技术与应用
- ☆ 单片机原理与应用
- ☆ C 语言程序设计
- ☆ 网页设计与制作
- ☆ Illustrator 中文版图形图像绘制
- ☆ CorelDRAW 应用教程
- ☆ 网络检索与 SEO



ISBN 978-7-5670-2099-3



9 787567 020993 >

定价：48.00元



网店开设与管理实训



冯子川 ◎ 主 编
李浩明 李 剑 黄菲菲 ◎ 副主编
何文生 江学斌 ◎ 主 审

中国工信出版集团

电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

电子商务人才培养系列教材·服务岗位群

网店开设 与管理实训

冯子川 ◎ 主 编

李浩明 李 剑 黄菲菲 ◎ 副主编

何文生 江学斌 ◎ 主 审

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

活动 37 参与优惠券及限时打折活动 / 130
任务 3 利用站外活动推广 / 135
活动 38 论坛推广 / 135
活动 39 视频推广 / 139
活动 40 朋友圈推广 / 142
项目总结 / 144
项目检测 / 144

项目六 管理评价与客户服务 / 147

任务 1 管理评价和分析交易数据 / 148
活动 41 管理评价 / 148
活动 42 分析交易数据 / 150
任务 2 管理订单及客服 / 154
活动 43 售前服务 / 154
活动 44 售中服务 / 156
活动 45 售后服务 / 157
项目总结 / 158
项目检测 / 158

项目七 理货入库和打包配送 / 160

任务 1 理货入库 / 161
活动 46 验收理货 / 161
活动 47 编号入库 / 168
任务 2 商品配送 / 174
活动 48 商品包装 / 174
活动 49 发货处理 / 178
项目总结 / 189
项目检测 / 190

网店开设与管理实训

项目三 商品图片处理 / 063

任务1 美化商品图片 / 064

活动16 裁剪、调整图片 / 064

活动17 修补图片污点 / 068

活动18 调整图片的曝光度、亮度和色差 / 072

活动19 更换图片背景 / 076

活动20 批量添加图片水印 / 078

任务2 管理图片空间 / 083

活动21 给商品图片命名 / 084

活动22 了解图片空间的管理功能 / 085

项目总结 / 090

项目检测 / 090

项目四 装饰店铺 / 091

任务1 确定店铺风格与设计店标 / 092

活动23 确定店铺风格 / 092

活动24 设计店标 / 093

任务2 装修美化店铺 / 095

活动25 设计店铺布局 / 095

活动26 制作并上传店招 / 098

活动27 制作通栏广告海报 / 100

任务3 设计商品描述模板 / 103

活动28 设计商品描述页的整体布局 / 103

活动29 设计商品信息描述模块 / 104

活动30 设计商品卖点图 / 105

活动31 设计商品细节图 / 107

任务4 发布宝贝 / 109

活动32 上传商品描述页并发布宝贝 / 109

项目总结 / 114

项目检测 / 114

项目五 推广店铺和商品 / 116

任务1 店铺和商品的优化 / 117

活动33 优化店铺的基本设置 / 117

活动34 优化商品标题 / 119

活动35 设计商品文案 / 123

任务2 利用站内活动推广 / 126

活动36 参与聚划算及直通车活动 / 126



目 录

CONTENTS

项目一 筹划开设网店 / 001

任务 1 数据分析以做店铺定位 / 002

活动 1 分析买家消费行为 / 002

活动 2 目标市场定位 / 006

任务 2 确定销售产品并寻找货源 / 009

活动 3 确定销售产品 / 009

活动 4 寻找优质货源 / 014

任务 3 选择运营平台 / 018

活动 5 了解电商平台 / 018

活动 6 选择运营模式 / 022

任务 4 注册淘宝网店 / 024

活动 7 开通支付宝 / 024

活动 8 注册网店 / 028

项目总结 / 035

项目检测 / 035

项目二 拍摄商品图片 / 037

任务 1 选用拍摄器材 / 038

活动 9 选用相机 / 038

活动 10 选用灯光 / 040

活动 11 选用辅助器材及饰品 / 043

任务 2 拍摄不同种类的商品图片 / 045

活动 12 拍摄灯饰 / 045

活动 13 拍摄玩具 / 048

活动 14 拍摄小家电 / 055

活动 15 拍摄服饰 / 058

项目总结 / 062

项目检测 / 062

电子商务人才培养系列教材·服务岗位群

编审委员会名单

主 编 冯子川 中山市沙溪理工学校

副主编 李浩明 中山市沙溪理工学校

李 剑 佛山市顺德区勒流职业技术学校

黄菲菲 广东省贸易职业技术学校

编 委 李 芳 中山市沙溪理工学校

苏伟丽 佛山市顺德区陈村职业技术学校

曹景屏 广东广雅中学

林东泳 广州大洋教育科技股份有限公司

周黄宁 广州大洋教育科技股份有限公司

黄兴富 佛山市顺德区郑敬诒职业技术学校

王海清 佛山市顺德区勒流职业技术学校

吴锡燕 中山市中等专业学校

汤秋婷 广州华南商贸职业学院

毕明霞 青岛西海岸新区中德应用技术学校

内 容 简 介

本书共有7个项目,分别是筹划开设网店、拍摄商品图片、商品图片处理、装饰店铺、推广店铺与商品、管理评价与客户服务及理货入库和打包配送。本书以网店开设与管理的工作过程为导向,以技术实践知识为重点引导学生完成项目中的各项任务。在内容安排上,本书采用“项目—任务—活动”的结构模式,每个项目设有项目简介、项目目标、项目任务、项目总结和项目检测等栏目。

本书具有指导性、趣味性和实用性,既可作为中等职业院校电子商务、计算机及工艺美术专业初学者的教材,也可作为农村和社区普及电子商务知识应用的培训教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网店开设与管理实训 / 冯子川主编. —北京: 电子工业出版社, 2021.2

ISBN 978-7-121-40384-2

I. ①网… II. ①冯… III. ①网店—管理—中等专业学校—教材 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第007563号

责任编辑: 罗美娜

印 刷: 天津千鹤文化传播有限公司

装 订: 天津千鹤文化传播有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 12.5 字数: 320千字

版 次: 2021年2月第1版

印 次: 2021年2月第1次印刷

定 价: 45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:(010) 88254617, luomn@phei.com.cn。



欢迎登录 **免费** 获取本书教学资源
http://www.hxedu.com.cn



优质课程 智慧教学 尽在华信SPOC
http://www.hxspoc.cn

电子商务人才培养系列教材 服务岗位群

专业核心课程

电子商务基础与应用
移动电子商务实务
电子商务物流管理
商品拍摄与图片处理
网络支付安全
电子商务法律法规
电子商务文案写作
网店美工与管理

专业方向（技能）课程

农村电商

商品采编与农产品认知
农村电子商务运营管理
供应链管理

电商运营

网络营销实务
新媒体运营
营销数据分析
▶ 网店开设与管理实训

网站设计与建设

电子商务网站建设
电商运营管理

跨境电商

商务英语函电基础
跨境电商平台运营
国际贸易基础实务
外贸单证
跨境电商物流



责任编辑：罗美娜
封面设计：徐海燕



在线学习优质课程

ISBN 978-7-121-40384-2



9 787121 403842 >

定价：45.00 元



电子商务概论

● 冯之坦 金 俊 邹中才 主 编

 郑州大学出版社

教育部《912》推荐书目

电子商务概论 冯之坦 金俊 邹中才 主编

郑州大学出版社

ISBN 7-5641-1111-1

电子商务概论

主 编 冯之坦 金 俊 邹中才

副主编 汤秋婷

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论 / 冯之坦, 金俊, 邹中才主编. — 郑州: 郑州大学出版社, 2022. 1
ISBN 978-7-5645-8441-2

I. ①电… II. ①冯… ②金… ③邹… III. ①电子商务—概论 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第008073号

电子商务概论

作 者 冯之坦 金 俊 邹中才

责任编辑 陈文静

封面设计 曾宪春

开 本 787mm×1092mm 1/16

字 数 400千字

印 张 18.00

版 次 2022年1月第1版

印 次 2022年1月第1次印刷

出版发行 郑州大学出版社

印 刷 北京荣玉印刷有限公司

书 号 ISBN 978-7-5645-8441-2

定 价 49.00元

版权所有 侵权必究

前 言

电子商务在我国虽然只经历了短短几十年的发展,但是已经历经 B2B、B2C 两次大起大落。第一次始于上世纪九十年代中期,张树新的瀛海威、丁磊的网易、马化腾的 PONYSOFT、马云的中国黄页等如井喷般出现,让许多外贸工厂、进出口贸易公司得以迅速扩张。1999 年“中国电子商务第一人”王峻涛创办了“8848”,这标志着国内第一家 B2C 电子商务网站的诞生,之后邵亦波创办“易趣网”,马云创办“淘宝”越来越多的针对 C 端用户的电子商务网站蓬勃而出,淘宝、天猫等等平台历经十年的发展,到了今天已经日趋成熟,潜移默化之间渗透到我们的生活之中。

电子商务概论课程主要包含电子商务交易模式、电子商务安全管理、电子商务网络营销、电子支付、移动电商、电子商务物流管理、网站建设以及电子商务法律法规等基础内容,同时紧跟电子商务学科发展前沿、电子商务新方向、新模式,吸收国内外电子商务的研究成果,选取典型电子商务案例,将理论和实践结合起来、将工作实际和社会需求紧密联系起来,以典型电子商务类企业一线的岗位任务和职业能力要求为依据,以项目任务为载体,以工作过程为导向,构建应用型能力培养体系的教材内容。

本书是广州华南商贸职业学院“质量工程”校级建设项目—京东物流-电子商务专业大学生校外实践教学基地(编号:2020HMZLGC30)项目成果。

本书由上海理工大学冯之坦、四川商务职业学院金俊、山东商务职业学院邹中才担任主编;由广州华南商贸职业学院汤秋婷担任副主编。具体编写分工如下:冯之坦编写了第一章、第九章和第十章的内容(共计11.7万字);金俊编写了第五章和第二章的内容(共计11万字);邹中才编写了第三章和第四章的内容(共计9万字);汤秋婷编写了第六章至第八章的内容(共计8.3万字)。全书由冯之坦、金俊、邹中才负责统稿工作。

本书在编写过程中,曾参阅了相关的文献资料,在此谨向作者表示衷心的感谢。由于水平有限,书中内容难免存在不妥、疏漏之处,敬请广大读者批评指正,以便进一步修订和完善。

目 录

第一章 电子商务认知	(1)
学习目标	(1)
导入案例	(1)
第一节 电子商务发展的时代背景、政策扶持及技术支持	(3)
一、电子商务发展的时代背景	(3)
二、电子商务发展的政策扶持	(5)
三、电子商务发展的技术支持	(8)
第二节 电子商务领域的发展动态	(9)
一、通过中国互联网络信息中心了解中国互联网发展状况	(10)
二、通过艾瑞网了解电子商务领域的前沿发展动态	(12)
三、通过中国电子商务研究中心获取电子商务资讯和数据报告	(12)
第三节 电子商务的基础知识	(14)
一、电子商务的定义	(14)
二、电子商务的特点	(14)
三、电子商务的分类	(15)
四、电子商务中的“四流”	(16)
五、电子商务发展的三大瓶颈	(17)
六、电子商务的基本组成要素	(20)
七、电子商务为企业带来的益处	(20)
八、电子商务人才需求状况	(21)
第四节 电子商务模式	(21)
一、企业对企业的电子商务模式	(21)
二、企业对消费者的电子商务模式	(23)
三、消费者对消费者的电子商务模式	(24)
四、企业对政府的电子商务模式	(27)

五、政府对企业的电子商务模式	(27)
六、消费者对企业的电子商务模式	(27)
七、个人对个人的电子商务模式	(28)
八、线上对线下的电子商务模式	(28)
九、ABC 电子商务模式	(29)
本章小结	(30)
关键术语	(30)
配套实训	(30)
课后习题	(31)
讨论案例	(32)
第二章 电子商务技术	(35)
学习目标	(35)
导入案例	(35)
第一节 互联网基础	(36)
一、互联网的产生和发展	(36)
二、互联网协议	(37)
三、IP 地址、域名、DNS	(38)
四、企业内部网和企业外部网	(39)
五、ISP、ICP、IAP	(41)
六、电信业重组、3G、4G、5G	(41)
七、移动互联网	(44)
第二节 EDI 技术	(47)
一、EDI 的定义	(47)
二、EDI 的发展概况	(47)
三、EDI 标准	(48)
四、EDI 的工作过程	(49)
五、EDI 系统的三要素	(50)
六、EDI 的特点	(51)
七、EDI 与 E-mail、FAX 的比较	(51)
第三节 大数据与数据挖掘技术	(52)
一、大数据的基本概念	(52)
二、大数据的特性	(52)
三、大数据的关键技术	(52)
四、大数据的发展趋势	(53)
五、大数据的应用	(54)
本章小结	(56)
关键术语	(56)
配套实训	(56)

课后习题	(56)
讨论案例	(57)
第三章 电子商务安全	(58)
学习目标	(58)
导入案例	(58)
第一节 电子商务安全概述	(59)
一、电子商务安全基础	(59)
二、电子商务面临的安全威胁	(60)
三、电子商务的安全需求	(63)
四、电子商务的安全对策	(64)
第二节 网络安全技术	(66)
一、防火墙技术	(66)
二、病毒防范技术	(68)
三、入侵检测技术	(70)
四、漏洞扫描技术	(70)
五、虚拟专用网络技术	(71)
第三节 数据加密技术	(71)
一、密码学概述	(72)
二、对称密钥加密技术	(72)
三、非对称密钥加密技术	(72)
四、混合加密技术	(73)
第四节 认证技术	(73)
一、数字签名技术	(73)
二、数字证书	(74)
三、CA 认证	(76)
四、身份认证技术	(76)
第五节 电子商务安全交易标准	(77)
一、安全套接层协议 (SSL 协议)	(77)
二、安全电子交易协议 (SET 协议)	(78)
本章小结	(78)
关键术语	(79)
配套实训	(79)
课后习题	(79)
讨论案例	(80)
第四章 电子商务支付	(81)
学习目标	(81)
导入案例	(81)

第一节 电子支付	(82)
一、电子支付的定义	(82)
二、电子支付的特点	(83)
三、电子支付系统的定义及其构成	(83)
第二节 常用的电子支付工具	(84)
一、银行卡	(84)
二、智能卡	(86)
三、电子钱包	(87)
四、微支付	(89)
五、代币	(89)
第三节 第三方支付	(90)
一、第三方支付的定义	(90)
二、常用的第三方支付平台	(90)
第四节 移动支付	(92)
一、移动支付的定义	(92)
二、移动支付的分类	(93)
三、通信运营商移动支付	(93)
四、银联云闪付	(93)
五、我国第三方移动支付市场发展状况	(94)
第五节 网上银行	(94)
一、网上银行的定义	(94)
二、网上银行的类型	(95)
三、网上银行的特点	(95)
四、网上银行的优势	(96)
五、网上银行的业务品种	(96)
六、网上银行支付常用的安全技术	(98)
第六节 电话银行、手机银行与微银行	(99)
一、电话银行	(99)
二、手机银行	(100)
三、微银行	(100)
四、银行开通的新型业务	(101)
第七节 流行的支付方式	(103)
一、条码支付	(103)
二、扫码支付	(103)
三、声波支付	(104)
四、空付	(104)
五、指纹支付	(105)
六、掌纹支付	(105)

七、声纹支付	(106)
八、刷脸支付	(107)
九、虹膜支付	(107)
十、无感支付	(107)
第八节 海淘的支付方式	(107)
一、海淘	(107)
二、海淘的支付方式	(108)
第九节 互联网金融	(109)
一、第三方移动支付	(110)
二、P2P 借贷	(111)
三、众筹	(112)
本章小结	(114)
关键术语	(114)
配套实训	(114)
课后习题	(115)
讨论案例	(116)
第五章 网络营销概述	(119)
学习目标	(119)
导入案例	(119)
第一节 网络营销概述	(120)
一、网络营销的定义和特点	(120)
二、网络营销的任务和层次	(122)
三、网络营销与传统营销的联系与区别	(123)
四、网络营销与传统营销的整合	(124)
五、网络营销的理论基础	(124)
第二节 网络消费者的购买动机及购买行为	(125)
一、我国网民的特征	(125)
二、我国网络消费者的规模	(128)
三、网络消费者的购买行为类型	(128)
四、网络消费者的购买动机	(129)
五、网络消费需求的特点	(130)
六、网络消费者的购买过程	(132)
七、影响网络消费者购买行为的因素	(133)
第三节 网络市场调研	(134)
一、网络市场调研的定义和特点	(134)
二、网络市场调研的步骤和方法	(135)
三、网络市场调研抽样方法	(139)
第四节 网络营销策略	(140)

一、网络营销产品策略	(140)
二、网络营销服务策略	(143)
三、网络营销价格策略	(147)
四、网络营销渠道策略	(154)
五、网络营销促销策略	(156)
第五节 网络营销方法	(159)
一、搜索引擎营销	(159)
二、电子邮件营销	(160)
三、病毒营销	(162)
四、微博营销	(163)
五、微信营销	(163)
六、网络事件营销	(166)
七、网络会员制营销	(167)
本章小结	(168)
关键术语	(169)
配套实训	(169)
课后习题	(170)
讨论案例	(171)
第六章 客户关系管理	(173)
学习目标	(173)
导入案例	(173)
第一节 客户关系管理	(174)
一、客户及客户关系	(174)
二、客户关系管理	(176)
三、电子商务客户关系管理的优势	(177)
第二节 客户终生价值	(178)
一、客户终生价值	(178)
二、客户终生价值的分析步骤	(179)
第三节 客户关系管理的三个层次	(180)
一、建立客户关系	(180)
二、维护客户关系	(182)
三、挽回客户关系	(183)
第四节 客户满意度和忠诚度	(184)
一、客户满意度	(184)
二、客户忠诚度	(186)
三、提升客户忠诚度	(187)
第五节 客户服务策略	(191)
一、客户服务的意义	(191)

二、客户服务的策略	(192)
本章小结	(193)
关键术语	(194)
配套实训	(194)
课后习题	(196)
讨论案例	(197)
第七章 物流与供应链	(198)
学习目标	(198)
导入案例	(198)
第一节 电子商务物流基础	(199)
一、物流的概念	(199)
二、物流的分类	(201)
三、电子商务与物流的关系	(203)
第二节 物流模式	(204)
一、企业自营物流	(204)
二、第三方物流	(204)
三、第四方物流	(205)
四、绿色物流	(206)
五、冷链物流	(206)
六、新零售模式下的新物流	(207)
七、电子商务企业物流模式选择	(208)
第三节 电子商务与供应链管理	(209)
一、供应链概述	(209)
二、供应链管理	(210)
三、电子商务对供应链管理的影响	(211)
第四节 电子商务与物流信息管理	(212)
一、物流信息与物流信息系统	(212)
二、物流信息技术	(214)
本章小结	(217)
关键术语	(218)
配套实训	(218)
课后习题	(218)
讨论案例	(219)
第八章 电子商务法律	(220)
学习目标	(220)
导入案例	(220)
第一节 电子商务法律概述	(222)

一、电子商务法律概念与建设电子商务法律的现实意义	(222)
二、我国电子商务法律的建设	(223)
第二节 电子商务法律责任	(224)
一、电子商务民事责任	(224)
二、电子商务行政责任	(225)
三、电子商务刑事责任	(225)
第三节 电子商务法律体系框架	(225)
一、电子商务参与主体的法律关系	(225)
二、电子合同的法律问题	(226)
三、电子支付中的法律问题	(228)
四、电子商务中的知识产权保护	(230)
五、网上个人隐私保护问题	(231)
本章小结	(234)
关键术语	(235)
配套实训	(235)
课后习题	(235)
讨论案例	(236)
第九章 移动电子商务	(237)
学习目标	(237)
导入案例	(237)
第一节 移动电子商务概论	(239)
一、移动电子商务概述	(239)
二、移动电子商务的特点	(239)
三、我国移动电子商务的发展历史与现状	(241)
第二节 移动电子商务基础技术	(241)
一、无线应用协议 (WAP)	(242)
二、通用分组无线业务 (GPRS)	(242)
三、移动 IP 技术	(243)
四、蓝牙技术	(243)
五、近场通信 (NFC) 技术	(244)
六、移动定位系统	(244)
七、3G、4G 与 5G	(246)
八、移动操作系统	(248)
第三节 移动电子商务的分类与商业模式	(248)
一、移动电子商务的分类	(248)
二、移动电子商务的商业模式	(249)
第四节 移动电子商务的主要应用	(250)
一、移动营销	(250)

二、移动购物	(251)
三、移动金融	(251)
四、移动社交	(252)
五、移动出行	(252)
六、移动娱乐	(252)
七、移动教育	(253)
八、移动招聘	(254)
九、移动云盘	(255)
十、移动应用商店	(256)
第五节 移动电子商务的实施问题	(256)
一、安全问题	(256)
二、隐私问题	(258)
三、移动电子商务面临的障碍	(259)
本章小结	(261)
关键术语	(262)
配套实训	(262)
课后习题	(262)
讨论案例	(263)
第十章 跨境电子商务	(264)
学习目标	(264)
导入案例	(264)
第一节 跨境电子商务概述	(265)
一、跨境电子商务的定义	(265)
二、跨境电子商务的意义	(266)
三、跨境电子商务流程	(266)
四、跨境电子商务的特征	(267)
五、跨境电子商务的优势	(270)
六、跨境电子商务的模式	(271)
第二节 跨境电子商务的运作平台	(272)
一、全球速卖通	(272)
二、亚马逊	(273)
三、eBay	(274)
四、Wish	(276)
五、兰亭集势	(276)
六、敦煌网	(277)
第三节 跨境支付	(278)
一、跨境电子商务支付	(278)
二、主要支付工具介绍	(279)

第四节 跨境物流	(282)
一、跨境电子商务物流模式	(282)
二、影响跨境电子商务物流模式选择的主要因素	(284)
三、企业选择跨境电子商务物流模式时应考虑的要素	(284)
本章小结	(285)
关键术语	(286)
配套实训	(286)
课后习题	(286)
参考文献	(287)

参 考 文 献

- [1] 马莉婷, 辛琦. 电子商务物流理论与创业实践 [M]. 北京: 中央广播电视大学出版社, 2013.
- [2] 古贞, 王瑜, 李德强, 姜启波. 电子商务概论 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2015.
- [3] 张莹, 王洪艳, 高飞, 康丹. 电子商务概论 [M]. 北京: 中国电力出版社, 2013.
- [4] 董志良, 丁超, 陆刚. 电子商务概论 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [5] 曹一兵. 移动支付实战攻略——指尖上的移动互联网商业革命 (卖家版) [M]. 北京: 化学工业出版社, 2015.
- [6] 刘瑞娟. 网络营销 [M]. 长春: 吉林大学出版社, 2015.
- [7] 蒋杰. 新手海淘一本通 [M]. 北京: 中国铁道出版社, 2015.
- [8] 迈克尔·坎宁安. 客户关系管理 [M]. 北京: 华夏出版社, 2004.
- [9] 李仇辉. 客户关系管理 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2013.
- [10] 林那夫, 贝里. 数据挖掘技术: 应用于市场营销、销售与客户关系管理 [M]. 3 版. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [11] 吕廷杰. 移动电子商务 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2011.
- [12] 张国文. 移动电商: 商业分析 + 模式案例 + 应用实战 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2015.
- [13] 容湘萍, 肖学华. 移动电子商务 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2016.
- [14] 施志君. 电子客户关系管理与实训 [M]. 北京: 化学工业出版社, 2009.
- [15] 唐先锋. 电子商务法律实务 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2014.
- [16] 洪友红. 电子商务法律服务指引 [M]. 北京: 法律出版社, 2015.
- [17] 覃征. 电子商务概论 [M]. 4 版. 北京: 高等教育出版社, 2015.
- [18] 高富平. 从电子商务法到网络商务法——关于我国电子商务立法定位的思考 [J]. 法学, 2014 (10): 138-148.
- [19] 彭志强, 王佩玉, 谭凡. 电子商务中知识产权的侵权分析与保护对策 [C]//中国知识产权法学研究会 2015 年年会论文集. 2015.
- [20] 史建颖. 论电子商务中的消费者隐私权保护 [J]. 电子商务, 2014 (8): 54-55.
- [21] 卢晶. 我国电子商务的各方法律责任研究 [J]. 知识经济, 2013 (15): 27-27.
- [22] 张维芝. 电子商务合同订立中的法律问题研究 [D]. 苏州: 苏州大学, 2011.
- [23] 梅宇. 论电子商务环境下网上支付的法律问题 [D]. 北京: 对外经济贸易大

- 学, 2004.
- [24] 刘一平. 论网上交易平台服务提供者的民事责任 [D]. 昆明: 云南大学, 2012.
- [25] 邓翠薇. 网上支付的法律问题研究 [D]. 成都: 西南财经大学, 2004.
- [26] 李一岚. 我国电子商务法律制度构建研究 [D]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2014.
- [27] 武亮, 王跃进. 一本书搞懂跨境电商 [M]. 北京: 化学工业出版社, 2016.
- [28] 鲁丹萍. 跨境电子商务 [M]. 北京: 中国商务出版社, 2015.



ISBN 978-7-5645-8441-2



9 787564 584412 >

定价：49.00元



跨境电子商务背景下 国际贸易实务研究

王甘重 游晴英 李雨佳 著

北京工业大学出版社

目 录

第一章 绪论	1
第一节 跨境电子商务概述	1
第二节 跨境电子商务的兴起	13
第三节 国际贸易的产生与发展	18
第四节 跨境电子商务对传统外贸企业的影响	24
第二章 跨境电子商务的发展现状	27
第一节 全球电子商务发展现状与特点	27
第二节 我国电子商务发展现状与特点	33
第三节 我国跨境电子商务发展现状与特点	38
第三章 国际经济贸易的发展现状	50
第一节 新时期国际经济贸易的发展现状	50
第二节 我国国际经济贸易的现状与问题	57
第三节 新时期国际经济贸易发展变化与特点	62
第四节 我国国际经济贸易面临的机遇与挑战	67
第四章 国际贸易的相关理论综述	71
第一节 西方国家贸易理论	71
第二节 自由贸易理论	75
第三节 保护贸易理论	84
第四节 贸易保护	92
第五章 电子商务在国际贸易中的运用	97
第一节 国际电子商务	97

第二节 国际结算.....	114
第三节 外贸函电.....	124
第六章 国际商务与国际贸易的协同发展.....	127
第一节 全球化与国际商务.....	127
第二节 国际商务环境分析.....	137
第三节 国际商务的实施.....	145
第四节 全球营销.....	149
第七章 跨境电子商务背景下的国际贸易创新.....	163
第一节 国际贸易理论创新.....	163
第二节 国际贸易政策创新.....	165
第三节 国际贸易营销创新.....	167
第四节 国际贸易运行机制创新.....	169
第五节 国际贸易交易方式创新.....	170
第六节 国际贸易宏观管理创新.....	172
参考文献.....	175

跨境电子商务背景下国际 贸易实务研究

王甘重 游晴英 李雨佳 著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务背景下国际贸易实务研究 / 王廿重,
李雨佳著. — 北京: 北京工业大学出版社, 2019. 11
ISBN 978-7-5639-7198-5

I. ①跨… II. ①王… ②李… III. ①国际贸易—研
究 IV. ①F74

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第273294号

跨境电子商务背景下国际贸易实务研究

著 者: 王廿重 游晴英 李雨佳

责任编辑: 张 贤

封面设计: 晟 熙

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

承印单位: 北京玥实印刷有限公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 11.25

字 数: 250 千字

版 次: 2021年6月第1版

印 次: 2021年6月第1次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-7198-5

定 价: 52.00 元

版权所有 翻印必究

前言

随着经济全球化的不断推进、信息技术产业的迅速崛起以及在国际贸易中的广泛应用，中国的跨境电子商务取得了长足的发展。跨境电子商务的迅速发展，使得以关税为代表的传统贸易障碍对国际贸易的影响力不断减退。而跨境电子商务在国际贸易所占比例的不断攀升，则意味着中国跨境电子商务对贸易便利化的影响力也越来越大。在如此疲软的经济环境下，跨境电子商务以其效率高、速度快、数额小、次数多等优势迅速发展起来并不断壮大，正由萌芽期走向快速成长期，贸易形式突破了传统贸易的约束，成为中国新型的贸易增长点和贸易发展新动力，表现出极强的生命力。

全书共分成七章内容。第一章为绪论，主要阐述了跨境电子商务概述、跨境电子商务的兴起、国际贸易的产生与发展以及跨境电子商务对传统外贸企业的影响等内容；第二章为跨境电子商务的发展现状，主要阐述了全球电子商务发展现状与特点、我国电子商务发展现状与特点以及我国跨境电子商务发展现状与特点等内容；第三章为国际经济贸易的发展现状，主要阐述了新时期国际经济贸易的发展现状、我国国际经济贸易的现状与问题、新时期国际经济贸易发展变化与特点以及我国国际经济贸易面临的机遇与挑战等内容；第四章为国际贸易的相关理论综述，主要阐述了西方国家贸易理论、自由贸易理论、保护贸易理论和贸易保护等内容；第五章为电子商务在国际贸易中的运用，主要阐述了国际电子商务、国际结算和外贸函电等内容；第六章为国际商务与国际贸易的协同发展，主要阐述了全球化与国际商务、国际商务环境分析、国际商务的实施和全球营销等内容；第七章为跨境电子商务背景下的国际贸易创新，主要阐述了国际贸易理论创新、国际贸易政策创新、国际贸易营销创新以及国际贸易运行机制创新和国际贸易交易方式创新、国际贸易宏观管理创新等内容。

为了确保研究内容的丰富性和多样性，在写作过程中参考了大量理论与研究文献，在此向涉及的专家学者们表示衷心的感谢。

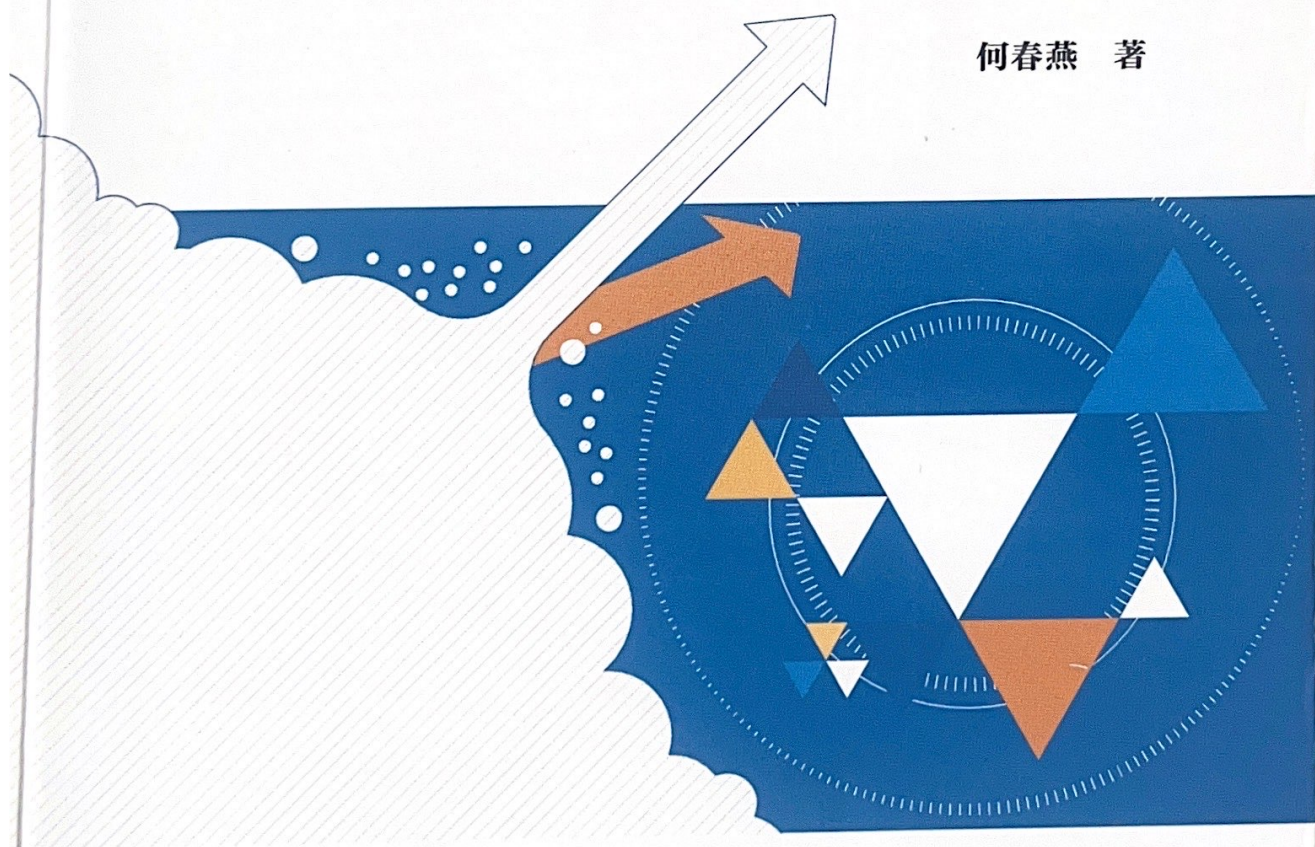
本书由湖南理工学院王甘重、广州华南商贸职业学院游晴英、西安交通大学李雨佳共同撰写完成。具体撰写分工如下：王甘重撰写了第三章和第四章（共计6.9万字）；游晴英撰写了第一章、第二章和第六章的内容（共计12.1万字）；李雨佳撰写了第五章和第七章（共计6万字）。全书由王甘重统稿完成。

最后，由于作者水平有限，加之时间仓促，本书难免存在疏漏与不足，在此，恳请同行专家和读者朋友批评指正！

互联网时代

大学生创业教育与价值观培育研究

何春燕 著



 中国商业出版社

互联网时代

大学生创业教育与价值观培育研究



定价：68.00 元

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网时代大学生创业教育与价值观培育研究 / 何
春燕著. -- 北京 : 中国商业出版社, 2022.11
ISBN 978-7-5208-2290-9

I. ①互… II. ①何… III. ①大学生 - 创业 - 研究②
大学生 - 社会主义核心价值观 - 研究 - 中国 IV.
①G647.38②G641

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第207270号

责任编辑: 陈 皓
策划编辑: 常 松

中国商业出版社出版发行

(www.zgsycb.com 100053 北京广安门内报国寺1号)

定州启航印刷有限公司印刷

*

710 毫米 × 1000 毫米 16 开 11.25 印张 210 千字

2023 年 6 月第 1 版 2023 年 6 月第 1 次印刷

定价: 68.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

Preface 前言

大学生的就业问题一直是国家和社会关注的焦点。大学生的就业对国家安全、家庭生活和谐非常重要,因而国家适时提出了对大学生进行创业教育,鼓励大学生自主创业。社会主义核心价值观强调的不仅是对大学生意识形态方面的教育,也包括对大学生实践层面的教育。

本书共分为七章。第一章为互联网时代概述,主要讲述了互联网的概念及发展历程,论述了互联网的内涵与特征。第二章为大学生创业教育的理论基础,主要论述了大学生创业教育的内容、方法和发展历程。第三章、第四章分别为互联网时代高校创业教育课程体系与实践教学体系,主要对高校创业教育课程的目标设置、体系建设策略、学科化发展趋向、体系构建等展开论述。第五章为互联网时代高校创新创业教育师资建设研究,主要论述了高校创新创业师资队伍的建设、建设策略与保障体系的构建。第六章为大学生社会主义核心价值观培育,主要从大学生核心价值观培育的目标、内容和意义三个方面展开论述。第七章为互联网时代创业价值观教育研究,主要论述了“互联网+”时代下社会主义核心价值观教育的创新与发展,以及社会主义核心价值观与大学生创新创业教育之间的融合。

本书由北京信息科技大学何春燕、广州华南商贸职业学院马俊共同撰写完成。具体撰写分工如下:何春燕撰写了第一章、第二章、第七章的内容(共计11万字);马俊撰写了第三章至第六章的内容(共计10万字)。全书由何春燕负责统稿工作。

本书逻辑框架清楚分明,内容新颖,语言精练,结构布局合理,语言通俗易懂。但鉴于著者水平和经验的限制,书中出现错误或不当之处在所难免,恳请同行专家、学者予以批评指正,以便今后进一步修改和完善。

Contents 目 录

第一章 互联网时代概述.....	001
第一节 互联网的概念及发展历程.....	001
第二节 互联网的内涵与特征	009
第三节 互联网与创业.....	010
第二章 大学生创业教育的理论基础	014
第一节 大学生创业教育	014
第二节 大学生创业教育的内容及方法	040
第三节 我国大学生创业教育的发展历程.....	044
第四节 大学生创新创业教育的理念及意义.....	051
第三章 互联网时代高校创业教育课程体系.....	058
第一节 高校创新创业教育课程的目标设置.....	058
第二节 高校创新创业教育课程体系建设策略	063
第三节 高校创新创业教育的学科化发展趋向	075
第四章 互联网时代高校创新创业教育实践教学体系.....	079
第一节 高校创新创业教育实践教学体系分析	079
第二节 高校创新创业教育实践教学体系建设策略	085
第三节 “互联网+”时代大学生创新创业支持体系构建.....	087
第五章 互联网时代高校创新创业教育师资建设研究.....	099
第一节 高校创新创业师资队伍的建设探析.....	099
第二节 高校创新创业师资建设策略	103

第三节 大学生创业教育师资保障体系的构建	113
第六章 大学生社会主义核心价值观培育	122
第一节 大学生核心价值观培育的目标	122
第二节 大学生核心价值观培育的内容	125
第三节 大学生核心价值观培育的意义	133
第七章 互联网时代创业价值观教育研究	138
第一节 “互联网+”时代下社会主义核心价值观教育的创新与 发展	138
第二节 “互联网+”时代下社会主义核心价值观融入大学生创新 创业教育	156
参考文献	170



精品课程新形态教材

“双创”型人才培养优秀教材



团队建设与管理

主编 / 陈 苡 梁丽君 梁瑞明

TUANDUI JIANSHE YU GUANLI



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

4 内容提要

全书共 10 章, 主要包括团队认知、团队建设、团队激励、团队沟通、团队领导、团队压力与冲突、团队绩效与测评、团队创新与发展、创业团队管理、电商团队管理。书中内容的选择、编写及章节设计遵循学习者的学习规律, 结合了团队建设与管理实践的运行规律, 适用于财经管理类、商贸类专业等相关专业, 也可以作为企事业单位开展团队建设与管理的教学实践与实际应用的培训参考资料。

图书在版编目 (CIP) 数据

团队建设与管理 / 陈苡, 梁丽君, 梁瑞明主编. —
上海: 上海交通大学出版社, 2023. 5
ISBN 978-7-313-28398-6

I. ①团… II. ①陈… ②梁… ③梁… III. ①组织管
理学 IV. ①C936

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2023) 第 050068 号

团队建设与管理

TUANDUI JIANSHE YU GUANLI

主 编: 陈 苡 梁丽君 梁瑞明

出版发行: 上海交通大学出版社

印 制: 三河市鑫鑫科达彩色印刷包装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 415 千字

版 次: 2023 年 5 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-28398-6

定 价: 49.60 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

经 销: 全国新华书店

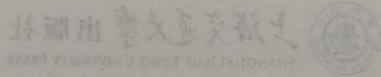
印 张: 18

印 次: 2023 年 5 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告 读 者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 0316-3457776



《团队建设与管理》编委会

主 编：陈 苡 梁丽君 梁瑞明

副主编：肖 洁 李炜铮 何芷君 黄小娟 李志文

贺嘉琳 夏 韩 刘 佳 胡 铭 陈炳生

现代企业、一个国家的发展离不开团队的努力，正因如此，团队建设与管理逐渐成为现代社会经济管理实践的重要内容，也是管理理论发展演变的重要研究领域，越来越受到高校、企事业单位的重视。

本书的编写主要立足于讲述与职业相关的必要的基础理论知识，根据“应知、够用”的原则，对国内外管理理论中的团队建设和管理知识进行了梳理，结合社会实际和管理学发展的最新成果，对团队建设和管理知识体系进行了适当的整合，在坚持教材内容全面和严谨的前提下，大量使用案例、测量表、团队管理寓言故事、团队建设小游戏等形式，更好地提高学生主动参与学习的积极性，达到强化教学的效果，加深学生对理论内容的理解。

本书内容深入浅出，做到取材新颖、讲述生动、案例及实训资源丰富，使读者能够感受到该书的实用性，阅读后能从概念到技能、从理论到实践都有所收获。本书具有如下特点：

第一，将党的二十大精神融入教材，推动二十大精神进课堂、进头脑。十九大以来，党中央团结带领全党全军全国各族人民有效应对严峻复杂的国际形势和接踵而至的巨大风险挑战，以奋发有为的精神把新时代中国特色社会主义不断推向前进。这是任何个人都无法完成的，只有在党的领导下，依靠团队的力量才能实现。通过课本知识的学习，也让学生更深刻地认识到，将来全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴，必须依靠全国人民的团结和奋斗，进一步提升学生的爱国精神和艰苦奋斗作风。

第二，目标明确，落实思政于教学内容。“课程思政”是围绕“培养什么样的人、如何培养人以及为谁培养人”的教育根本问题，围绕立德树人的中心环节而提出的。本书结合课程思政的要求，充分挖掘团队建设与管理中的思政教育元素，将价值塑造、知识传授、能力培养融为一体，既让学生了解理论知识，又不断提高学生的团队合作意识和团队精神。

目 录

C O N T E N T S

第一章 团队认知	1
第一节 团队的含义及特点	2
第二节 团队的作用及构成	9
第三节 团队的类型及发展历程	16
第二章 团队建设	31
第一节 团队建设的要素	32
第二节 团队建设的方法	36
第三节 团队成员的选拔和分工	40
第三章 团队激励	53
第一节 团队激励概述	54
第二节 团队激励的方法	61
第三节 团队激励的应用	66
第四章 团队沟通	79
第一节 团队沟通概述	80
第二节 团队沟通的障碍	88
第三节 团队沟通的方法与技巧	95
第五章 团队领导	105
第一节 团队领导概述	106

第二节 团队领导者应具备的品质	111
第三节 团队领导的方式与技巧	116

第六章 团队压力与冲突

127

第一节 压力与冲突对团队的影响	128
第二节 团队压力及化解	132
第三节 团队冲突及处理	137

第七章 团队绩效与测评

155

第一节 团队绩效测评流程	156
第二节 团队绩效测评指标	169
第三节 团队绩效提升方法	173

第八章 团队创新与发展

188

第一节 团队创新与发展概述	189
第二节 团队创造力培养	199
第三节 团队职业发展管理	210

第九章 创业团队管理

222

第一节 创业团队特质	223
第二节 创业团队培养	230
第三节 创业团队管理	238

第十章 电商团队管理

251

第一节 电商团队的特点	252
第二节 电商团队的运营模式	260
第三节 电商团队的管理	265

参考文献

278

巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



责任编辑：蒋 敏 赵斌玮
封面设计：尤岛设计



精品课程新形态教材
“双创”型人才培养优秀教材

项目管理概论
公共人力资源开发与管理
组织行为学
人力资源管理
薪酬管理
团队建设与管理

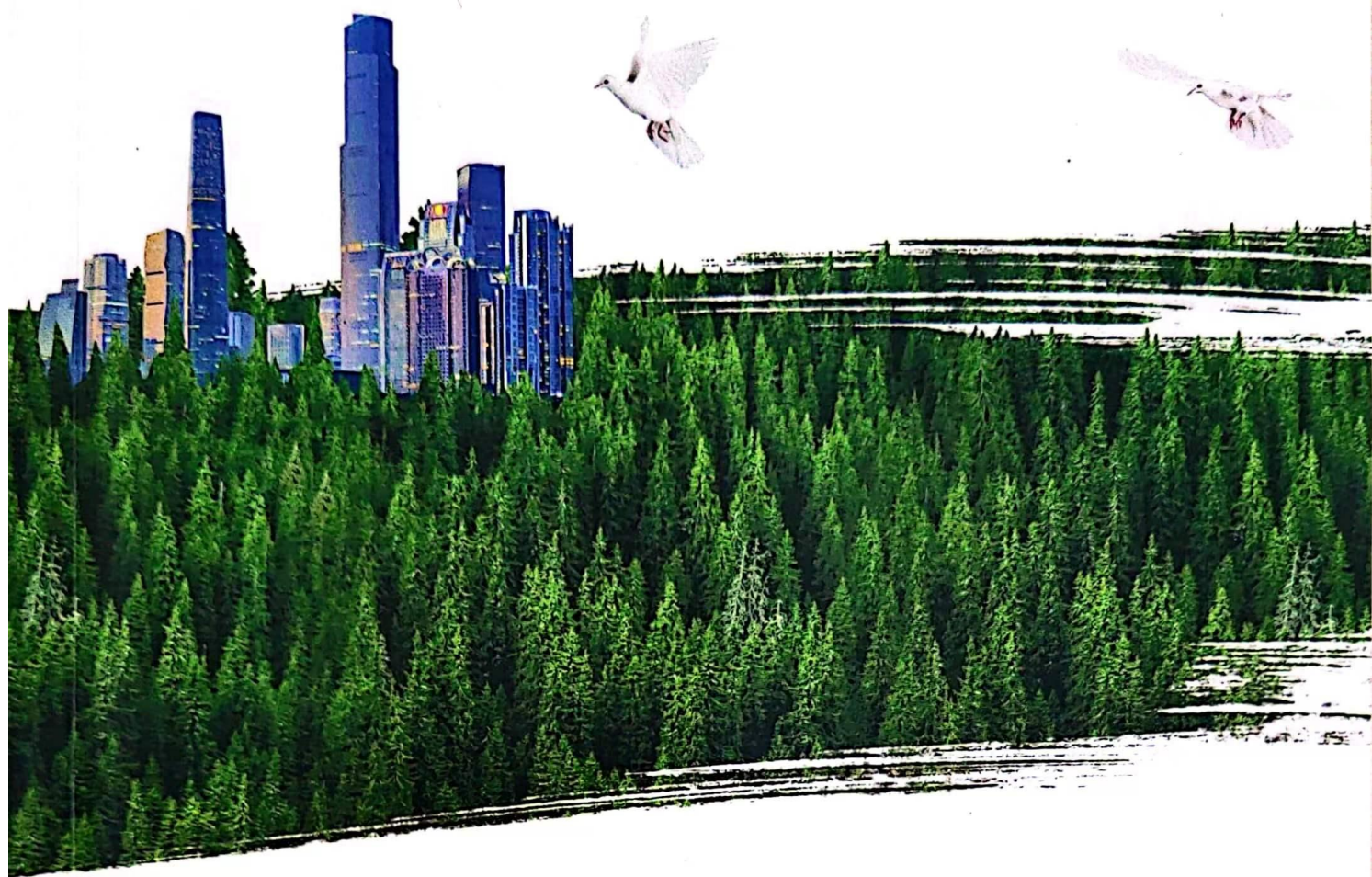


ISBN 978-7-313-28398-6



9 787313 283986 >

定价：49.60元



生态文明建设 与经济发展研究

—— 孙伟立 © 著 ——



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS



定价：63.00元

生态文明建设与经济发展研究

孙伟立 邹小焱 著



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

生态文明建设与经济发展研究 / 孙伟立著. -- 北京:
中国商务出版社, 2022. 9
ISBN 978-7-5103-4428-2

I. ①生… II. ①孙… III. ①生态环境建设—研究—
中国②中国经济—经济发展—研究 IV. ①X321.2
②F124

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第167221号

生态文明建设与经济发展研究

SHENGTAI WENMING JIANSHE YU JINGJI FAZHAN YANJIU

出版发行: 中国商务出版社

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号 邮编: 100710

责任编辑: 刘玉洁

排 版: 李 宝

印 刷: 北京宝莲鸿图科技有限公司

开 本: 700 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张: 9.5

版 次: 2023 年 6 月第 1 版

印 次: 2023 年 6 月第 1 次印刷

字 数: 210 千字

定 价: 63.00 元



版权所有 侵权必究

前言

生态文明建设与转变经济发展已经成为我国全面深化改革的两大主题，生态文明建设有利于促进社会科技的进步与创新，促进社会经济的发展。想要促进自然生态环境和人类经济社会的和谐持续发展，就必须增强人民的生态意识和环保意识，保护生态环境，建立一套以经济为生态的子系统、实现科学合理的经济发展，以生态资本为核心的经济理念，从而实现可持续经济发展战略，走向社会主义生态文明新时代。

所谓生态文明建设就是实现人与自然之间、人与人之间、人与社会之间和谐共处，打造一个良性循环的生态环境，它是人类文明存在和发展环境的基础，是实现经济可持续发展的基础。但是伴随着我国城市人口的增加，生活垃圾也随之呈现不断增长趋势，我国生态环境问题不断恶化，工业污染、煤炭污染和资源过度开发等，使得生态环境与社会经济出现了不协调的发展局面，我们需要转变经济发展观念，建立一个环境友好型、生态环保型的社会，最终实现可持续健康发展的道路。本书主要针对经济发展方式的转变与生态文明建设之间的关系进行了分析探讨，并针两者之间存在的关系和现状采取了一定的措施，以便能更好地在保护生态环境的条件下大力发展循环经济。

社会发展的过程是生态、政治、经济、文化等因素协调统一的过程，面对我国环境问题的现状，我们要将生态文明建设思想与经济发展方式的转变相结合起来，构建一个人与自然、人与人之间、社会与经济、的和谐均衡发展的社会，使其达到社会效益、生态效益的统一，走出一条生态良好的文明发展之路 [4]。而构建和谐社会，就必须要求全民行动起来，提高公民对生态环境的保护意识，树立可持续科学发展观，加大建立生态化的制度，那么，实现生态文明建设与经济可持续发展是很有可能性的。

本书由广西科技师范学院孙伟立、广州华南商贸职业学院邹小焱共同撰写完成。具体撰写分工如下：孙伟立撰写了第一章、第二章、第六章、第七章的内容（共计10.8万字）；邹小焱撰写了第三章至第五章的内容（共计10.2万字）。全书由孙伟立负责统稿完成。

为了提升本书的学术性与严谨性，在撰写过程中，笔者参阅了大量的文献资料，引用了诸多专家学者的研究成果，因篇幅有限，不能一一列举，在此一并表示最诚挚的感谢。由于时间仓促，加之笔者水平有限，在撰写过程中难免出现不足的地方，希望各位读者不吝赐教，提出宝贵的意见，以便笔者在今后的学习中加以改进。

决策制定能力。在构建市场营销课程内容体系时,需要遵循一系列原则。首先,课程内容应符合专业培养目标,确保学生毕业后能胜任市场营销领域的工作。其次,课程内容需要贴合行业实践,关注市场的最新趋势和技术,以培养具备市场洞察力的学生。最重要的是,课程应关注学生的知识结构,从基础知识到高级应用,逐步深化学生的理解和提高其技能。构建市场营销课程内容体系需要明晰的课程内容模块。这包括市场营销基础、市场调研与分析、产品和品牌管理、市场传播和推广、销售管理、国际市场营销、伦理与社会责任、市场营销案例分析等单元。这些模块应该被细化为具体的教学单元,确保学生逐步深入学习市场营销的各个方面,包括理论知识、实践技能和伦理观念。市场营销课程应保持与市场营销领域的最新趋势和变化同步,通过案例研究和实际项目,将学生的知识与实际应用相结合。通过这一系统性的内容构建,市场营销课程有助于提高专业的教育质量,培养更具竞争力的市场营销从业人员,为他们的职业成功奠定坚实的基础。

(二) 优化知识体系内在逻辑

市场营销课程的内容应该按照难易程度和复杂性递进排列,确保学生可以逐步加深对市场营销领域的理解。从基础概念和原则出发,逐渐引导学生进入更深层次的内容,包括市场研究、策略规划、市场传播和销售管理等领域。市场营销是一个多学科综合性的领域,不同的知识领域之间存在密切的关联。在构建课程内容体系时,需要强调各个单元之间的关联性,以帮助学生建立全面的知识体系。例如,市场调研和分析与市场传播和推广之间存在紧密联系,学生应该能够理解如何运用市场调研结果来指导广告策略。案例教学是市场营销课程中的重要教学方法,有助于学生将理论知识应用到实际情境中。通过将案例教学融入不同的单元,可以帮助学生更好地理解 and 运用所学知识。同时,案例也可以用来突出知识的互相关联性,通过解决综合性案例,学生可以综合运用各个领域的知识。为了优化知识体系内在逻辑,实践性任务的设计至关重要。这些任务可以结合不同单元的知识,要求学生解决真实的市场营销问题。通过这些任务,学生不仅能将理论知识与实践相结合,还能够深入了解不同领域之间的关联性。市场营销领域的知识不断演进和更新,因此,知识体系的内在逻辑也需要不断改进和调整。定期审查和更新课程内容,确保其仍然反映最新的市场趋势和行业要求,有助于保持知识体系的完整性和连贯性。

(三) 组织内容提纲

市场营销课程内容提纲的构建是设计一门成功的

市场营销课程的关键步骤。这一提纲应该以清晰的主题和子主题为基础,明确定义每个主题的内容范围,有助于确保课程内容的连贯性和完整性。关于内容提纲的构建,确定主题和子主题,确保它们充分反映市场营销领域的核心知识。主题可以包括市场研究、市场策略、市场传播、销售管理等,而每个主题下可以包含多个子主题,如市场调查、数据分析、广告策略等。安排主题和子主题的次序,确保逻辑性,一般应从基础概念和原则开始,然后逐渐深入更高级别的主题。划定每个主题的内容范围,明确关注重点,以确保每个主题都得到适当的覆盖,而不会过于冗杂或遗漏关键概念。制定明确的学习目标和相关的评估标准,确保它们与内容范围相匹配,以便学生和教师可以评估学习成果。选择适当的教学方法和教材资源,考虑到不同主题的性质,确保它们与学习目标和内容范围相一致。将实际市场营销案例和案例研究融入内容提纲,以提升课程的实用性和应用性。定期审查和更新内容提纲,以确保课程内容与市场趋势和行业发展相适应^[3]。

结语

通过合理的课程设计,学生可以系统学习市场营销领域的知识和技能,有助于提高他们在未来就业市场中的竞争力。同时,市场营销课程的质量和实用性也直接关系到教育质量,因此,教师在教学过程中需要注重内容提纲的完善和课程的不断更新,以跟上市场的发展和变化。最终,通过构建科学的市场营销课程内容体系,我们可以为市场营销专业的学生提供更具价值的教育,为他们未来的职业成功打下坚实的基础。

参考文献:

- [1] 苍英美,弓萍.高校《市场营销学》课程混合式教学评价体系构建研究[J].老字号品牌营销,2023(4):170-172.
- [2] 陈双双,徐金虎.基于CIPP模型的高职院校市场营销专业课程思政评价指标体系构建[J].中文科技期刊数据库(全文版)教育科学,2023(5):20-23.
- [3] 陈伟,杜俊荣.试论高职院校市场营销专业创新创业教育体系的模式构建[J].广东教育:职教,2023(6):66-68.

基金项目:本文系2023年广东省教育厅普通高校特色创新类项目:乡村振兴背景下农产品新媒体营销管理研究(项目编号:2023WTSCX317);2021年广州华南商贸职业学院全面深化课程教育教学改革项目:推销技巧(项目编号:HMKG202115)的阶段性研究成果。

作者简介:邹小焱,男,汉族,江西九江人,硕士,讲师,研究方向:市场营销理论与实务。

目 录

第一章 中国特色生态文明建设的内涵和基本框架	1
第一节 中国生态文明建设道路的历史特点	1
第二节 中国特色生态文明发展道路的时代特征	5
第三节 中国特色生态文明建设道路的基本框架	8
第二章 中国生态文明建设的现状与未来	18
第一节 “生态文明”理念提出的背景	18
第二节 中国建设生态文明的意义及现实作用	20
第三节 中国生态环境现状分析	25
第四节 对十八大“生态文明”理念若干经济学问题思考	27
第五节 加快中国生态文明建设的对策建议	30
第三章 中国生态文明建设的思想文化基础	34
第一节 中国古代生态思想文化中的因素	34
第二节 马克思主义生态思想文化	39
第三节 中国当代生态思想文化	46
第四节 当代中国生态文化的缺失与重建对策	52
第四章 中国生态文明建设的制度基石	59
第一节 现行制度与生态文明建设的总体要求	59
第二节 生态制度创新的基本原则	64
第三节 生态化生产制度创新	70
第五章 生态文明与低碳经济	86
第一节 理论链接——学术创新生长点	86
第二节 生态文明与低碳经济的价值同构	87

第三节 低碳经济与生态文明的互动与支持	91
第四节 低碳经济制度设计与生态文明理念实现	96
第六章 生态文明建设与循环经济	105
第一节 循环经济	105
第二节 循环经济国内实践	112
第三节 我国促进循环经济发展的管理制度与措施	122
第七章 生态文明建设与绿色经济	126
第一节 绿色经济	126
第二节 绿色经济国内实践	132
第三节 探索中国绿色经济发展道路	137
参考文献	146