

新型职业农民培养“农产品电子商务”培训读本

# 移动电子商务基础知识

李明晨 编写

河北商贸学校

# 新型职业农民培养“农产品电子商务” 培训包项目组成员

项目主持人 刘林忠 刘合香

项目组成员 张燕琴 李少华 马巍巍 焦艳宁

韩明刚 刘建文 李明晨

# 前 言

为认真落实河北省委组织部、河北省农村工作办公室、河北省教育厅《关于推进送教下乡加快培养农村实用人才的意见》（2009年7月），有效实施省教育厅等五部门《关于推进教育脱贫行动的实施方案》，加快我省新型职业农民培养步伐，我校从2009年开展涉农专业送教下乡工作至今已八个年头。特别是2016年省教育厅重新启动新型职业农民培养试点工作以来，河北商贸学校作为全省20所试点学校之一，积极开展工作，创新培养模式，组织优质教育资源，始终坚持高标准办学，紧紧围绕提升“广大农民学员发家致富本领”这一工作目标，投入大量人力、物力，确保培训收到实实在在效果。

在培训过程中，坚持以农民需求为出发点，教学设计以促进农业增效、农民增收、农村发展为目标，教学组织坚持以任务驱动、项目教学为导向，培训课程以农产品电子商务法律知识、农产品营销技能、网店开设、网店装修、农产品网上发布、农产品拍摄、图片处理与视觉营销、网店营销推广渠道、在线客服技巧、订单处理等实用操作技能及农产品网络营销就业创业案例与实训实践等内容为重点，收到了良好的培训效果，受到了广大农民学员的欢迎和好评。使受训农民“既富了钱袋，也富了脑袋”，为农民脱贫致富，为新农村建设和农村“两个文明”建设做出了应有的贡献。

为更好地将培训工作规范有序、做实做好，我们组织具有较高教学水平和培训经验的教师，对“农产品电子商务”专业技能培训包项目进行开发和研究。培训包包括：培养方案、培养制度、培训计划及内容（包括农村法律基础知识、农产品市场营销知识、农产品电子商务基础知识、农产品电子商务操作技能、移动电子商务基础知识、计算机基础等六个模块）、培训教材、导学案、课件、微课、教学实施、师资及实训实践条件、考核标准、培训资料档案等。其中：“新型职业农民”解读由刘林忠编写；农村法律基础知识模块由马巍巍编写；农产品市场营销知识模块由焦艳宁编写；农产品电子商务基础知识模块由李少华编写；农产品电子商务操作技能模块由李少华编写；移动电子商务基础知识模块由李明晨编写；培训资料档案由刘建文编写；培养方案和培养制度由刘林忠、刘合香编写，最后由刘林忠、刘合香审核修改并定稿。韩明刚负责学校网络学习平台的开发与维护并对全书进行编辑排版。

“农产品电子商务”培训包是按照省教育厅对新型职业农民培养工作

的要求，结合农产品电子商务工作实际，采取项目教学体例，培训包中安排了大量涉及农产品生产经营的案例资料，增加了可读性和实用性，非常适合现代农民的培训学习。我们在项目开发过程中，遵循“贴近农民，贴近农业生产、贴近生活”的原则，内容力求规范完整，通俗易懂，将专业学习同岗位要求相结合，注重对新型农民学员职业技能的培养，突出了农产品电子商务培训的特点。

本读本是新型职业农民培养“农产品电子商务”培训包教材的“移动电子商务基础知识”部分，由于时间和水平的限制，不足之处在所难免，恳请广大使用者批评指正。

“农产品电子商务”培训包项目组

2018年9月1日

# 目 录

项目一 移动电子商务概述	(1)
任务一 了解我国移动电子商务的应用背景	(1)
任务二 认识移动电子商务	(4)
项目二 移动电子商务技术基础	(9)
任务一 认识移动电子商务的基础技术	(9)
任务二 认识移动电子商务的应用技术	(17)
项目三 移动银行与移动支付	(31)
任务一 使用移动银行	(32)
任务二 使用移动支付	(39)
项目四 移动营销基础知识与微信营销	(48)
任务一 了解移动营销	(49)
任务二 微信朋友圈	(58)
任务三 微信公众号营销	(64)
项目五 移动电子商务安全管理	(78)
任务一 了解移动电子商务面临的安全威胁	(79)
任务二 了解手机病毒的危害和防治	(85)

# 项目一 移动电子商务概述

## 任务概述

本任务以移动电子商务概貌为中心，从移动电子商务在人们生活中的应用入手，使人们能系统的了解移动电子商务的概念、特点及发展前景，从而使人们在生活中能更好的利用它给我们带来的便利。

## 任务一 了解我国移动电子商务的应用背景

当我们走进城市的街头、快餐店、餐厅、商场时，就会发现很多人拿着移动设备，如：手机、iPad 等。人们通过这些移动终端查看新闻、聊 QQ 和微信、玩游戏、进行网上购物等。移动通讯和互联网的结合应用，正在迅速的改变人们的日常生活。现在，人们越来越依赖移动互联网，已经进入了一个移动互联时代。

### 一、移动互联网的概念

移动互联网(Mobile Internet)是一种使用智能移动终端(如智能手机、iPad)，通过移动无线通信方式连接上互联网并获取服务的新兴互联网模式，它是互联网技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并实践的所有活动的总称，如图 1-1 所示。



图 1-1 移动互联网

移动互联网既继承了 PC 互联网的开放性等特点，又继承了移动网络的隐私性、便携性、准确性、可定位性等特点，如图 1-2 所示。

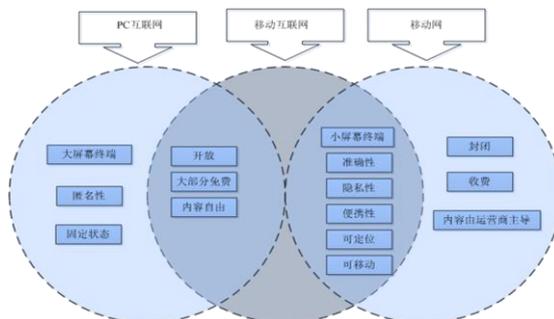


图 1-2 移动互联网的特点

## 二、我国移动互联网的特点

随着硬件性能的不断丰富，应用的不断丰富，智能手机逐渐摆脱了单一通讯工具的范围，演变为购物、支付、游戏等业务的用户入口，由此造就了一个庞大的移动互联网产业。随着参与者和技术的不断成熟，移动互联网已经发展成为技术发展最快、市场潜力最大、前景最广阔的新兴产业。目前我国移动互联网产业有以下几个特点。

1、移动网民规模巨大：我国拥有全球数量最多的移动网民。有关数据显示，截至 2018 年 6 月，我国手机网民规模达 7.88 亿，上半年新增手机网民 3509 万人，较 2017 年末增加 4.7%。网民中使用手机上网人群的占比由 2017 年的 97.5% 提升至 98.3%，网民手机上网比例继续攀升。移动互联网的发展依然是带动网民增长的首要因素。具体数据如图 1-3 所示。



图 1-3 中国手机网民规模及其占整体网民比例

2、移动支付全面普及：调查数据显示，截至 2018 年 6 月，我国网络支付用户规模达到 5.69 亿，较 2017 年末增加 3783 万人，半年增长率为 7.1%。网络支付已成为我国网民使用比例较高的应用之一。其中，手机支付用户规模增长迅速，达到 5.66 亿，半年增长率为 7.4%，在手机网民中的使用比例由 70.0% 提升至 71.9%。网民在线下消费时使用手机网络支付的比例由 2017 年 12 月的 65.5% 提升至 68.0%，如图 1-4 所示。



图 1-4 2017.12—2018.6 网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

3、社交应用广受追捧：调查数据显示，截至 2018 年 6 月，微信朋友圈、QQ 空间的使用率分别为 86.9%、64.7%，基本保持稳定；随着短视频和 MCN8 机构的兴盛，微博在粉丝互动和内容分发等方面的价值进一步强化，用户使用率为 42.1%，较 2017 年末增长 1.2 个百分点，用户规模半年增长 6.8%。2018 年，社交应用移动化、全民化趋势进一步增强，是网民消费碎片化时间的主要渠道，如图 1-5 所示。



图 1-5 主流社交应用使用率

4、移动购物占据主流：截至 2018 年 6 月，我国网络购物用户规模达到 5.69 亿，相较 2017 年末增长 6.7%，占网民总体比例达到 71.0%。手机网络购物用户规模达到 5.57 亿，相较 2017 年末增长 10.2%，使用比例达到 70.7%。2018 年上

半年，我国网上零售交易额达到 40810 亿元，同比增长 30.1%，继续保持稳健增长势头，如图 1-6 所示。

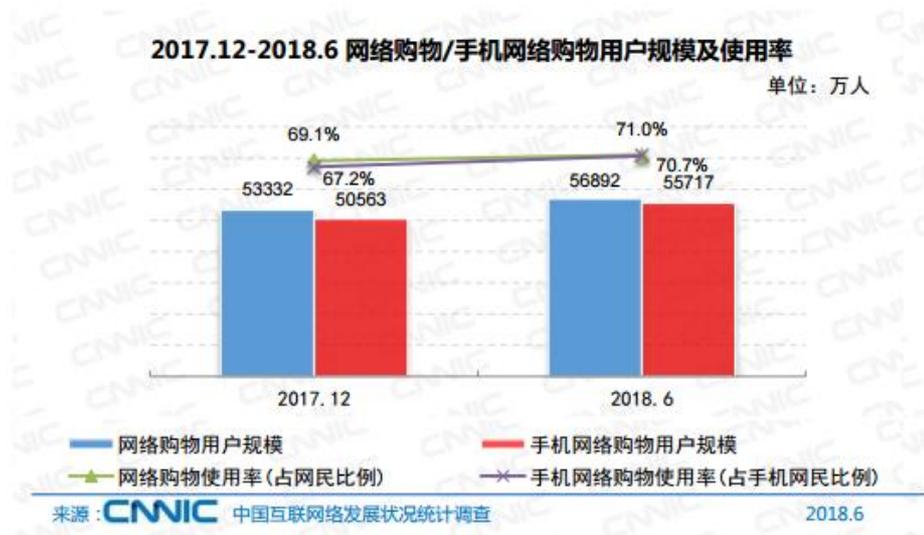


图 1-6 2017.12—2018.6 网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

## 任务二 认识移动电子商务

### 一、移动电子商务的概念

移动电子商务就是利用手机、PDA 及掌上电脑等移动终端进行的 B2B、B2C、C2C 或 O2O 模式的电子商务。它将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其它信息处理技术完美的结合，使人们可以在任何时间、任何地点进行各种商贸活动，实现随时随地、线上线下的购物与交易、在线电子支付以及各种交易活动、商务活动、金融活动和相关的综合服务活动等。

### 二、移动电子商务的特点

相对于基于 PC 互联网的电子商务而言，移动电子商务主要具有以下几个特点。

1、不受时空控制性：移动电子商务的最大特点是“自由”和“个性化”。传统电子商务已经使人们感受到了网络所带来的便利和快乐，但它的局限在于它必须有线接入。而移动电子商务则可以弥补传统电子商务的这种缺憾，可以让人们随时随地结账、订票或者购物，感受独特的商务体验；

2、相关性：利用 GPS 全球定位技术和 LBS 基于位置服务技术，可以更准确地识别用户所在位置，从而向用户提供与其位置相关的信息和服务，如：附近的旅游景点、饭店、商场和宾馆等相关信息。

3、能较好确认用户身份：对传统的电子商务而言，用户的消费信用问题一直是影响其发展的一大问题，而移动电子商务在这方而显然拥有一定的优势。这是因为手机号码具有唯一性，手机 SIM 卡片上存贮的用户信息可以确定一个用户的身份，而随着手机实名制的推行，这种身份确认将越来越容易。对于移动商务而言，这就有了信用认证的基础。

4、开放性、包容性：移动电子商务因为接入方式无线化，使得任何人都更容易进入网络世界，从而使网络范围延伸更广阔、更开放；同时，使网络虚拟功能更带有现实性，因而更具有包容性。

5、潜在用户规模大：目前我国移动电话用户已接近 8 亿，是全球之最。显然，从电脑和移动电话的普及程度来看，移动电话远远超过了电脑。而从消费用户群体来看，手机用户中基本包含了消费能力强的中高端用户，而传统的上网用户中以缺乏支付能力的年轻人为主。由此不难看出，以移动电话为载体的移动电子商务不论在用户规模上，还是在用户消费能力上，都优于传统的电子商务。

6、易于推广使用：移动通信所具有的灵活、便捷的特点，决定了移动电子商务更适合大众化的个人消费领域，比如：自动支付系统，包括自动售货机、停车场计时器等；半自动支付系统，包括商店的收银柜机、出租车计费器等；日常费用收缴系统，包括水、电、煤气等费用的收缴等；移动互联网接入支付系统，包括登录商家的 WAP 站点购物等。

7、移动电子商务领域更易于技术创新：移动电子商务领域因涉及 IT、无线通讯、无线接入、软件等技术，并且商务方式更具多元化、复杂化，因而在此领域内很容易产生新的技术。随着我国 4G 网络的普及及 5G 网络的兴起，这些新兴技术将转化成更好的产品或服务。因此移动电子商务领域将是下一个即将技术创新的高产地。

### **课堂讨论：**

结合大家的现实生活体验，谈一谈移动电子商务为我们的生活、购物、商务、金融等活动带来了哪些变化，对自己有哪些影响，最后比较一下移动电子电商与传统电子商务的优缺点。

### **三、移动电子商务的分类**

移动电子商务是电子商务在移动互联网的延伸，两者的业务类型基本一致，参照电子商务，可以将移动电子划为以下几种类型。

### （一）按服务类型分类

1、推式服务。移动电子商务的推式服务，就是根据用户的消费习惯、爱好，推送用户所需要的各种活动，主要用于公共信息发布。应用领域包括时事新闻、天气预报、股票行情、彩票中奖公布、交通路况信息、招聘信息和广告等等。

2、拉式服务。是一种被动的服务，用户自主进行信息的查询和服务的选择，主要用于信息的个人定制接收。应用领域包括服务账单、电话号码、旅游信息、航班信息、影院节目安排、列车时刻表、行业产品信息等等。

3、交互式服务。交互式服务是电子商务中最常用的服务方式，包括电子购物、博彩、游戏、证券交易、在线竞拍、咨询等等。交互式的移动电子商务营销类型让移动电子商务用户能够与商家进行互动，并且在互动的过程中还能够完成在线的电子商务交易。

### （二）按照交易方式分类

按照交易方式移动电子商务可以分为线上完成交易和通过线上线下结合完成交易两种类型。

1、线上完成交易。存在两种情况，一种是没有物流只有资金流和信息流，或只有信息流。这种类型的移动电子商务表现为手机在线充值、阅读、玩游戏、看视频或听音乐等；另一种是有物流，如利用移动终端在京东、淘宝或天猫上购买实物产品。

2、线上线下结合完成交易。通过线上线下（O2O）结合完成交易，如线上支付、线下实现实物或服务交易，如：美团、饿了么等等。目前，二维码已成为线上线下融合的一个关键切入点，为移动电子商务的发展提供了接口和路径。

#### 课堂讨论：

请讨论下述手机应用场景分别属于何种移动电子(按服务类型和交易方式)：通过美团购买旅游景点门票或预订酒店；使用共享单车；在淘宝上购买首饰；在京东上买手机；在饭店吃饭时利用支付宝付款。

### 四、移动电子商务的应用

移动电子商务应用形式多样，除从传统 PC 电子商务中扩展而来的一些应用外，其还有许多新的应用正被逐渐被开发出来。下面介绍目前较为成熟的移动电子商务应用。

1、移动信息服务。移动信息服务包括短信、移动即时通信、移动新闻、移动信息搜索等服务，如：微信、手机微博、手机 QQ、今日头条等。

2、移动支付和转账。移动支付（Mobile Payment）也称手机支付，即允许用户使用手机对所消费的商品和服务进行账务支付的一种方式；移动转账是指利用手机进行转账。移动支付和转账的实现形式包括第三方平台（支付宝、微信、云闪付）、手机银行等。

3、移动购物或预定。消费者可以利用手机在京东 APP、微商城、手机淘宝和美团等平台购买商品和服务；也可以利用手机在携程旅游、马蜂窝旅游等预定机票、火车票、酒店、旅游线路等。移动购物和预定目前已经融入了人们的日常生活中。

4、移动娱乐。移动娱乐分为内容类移动娱乐和应用类移动娱乐。

（1）内容类移动娱乐：通过获取内容达到娱乐的目的，包含了移动阅读、移动音乐、移动电视等。

（2）应用类移动娱乐：通过应用的具体功能达到娱乐目的，包含移动游戏、移动 SNS、移动 QQ 等。

5、移动交通。移动交通包括在手机端利用百度地图、高德地图进行导航和定位；利用滴滴出行；使用共享单车、汽车、电动车等。

6、移动学习。移动学习是利用移动设备在任何时间、任何地点都可以进行网络学习的平台。例如，可以利用移动校园、微课等进行学习。

7、移动企业应用。包括面向企事业单位的移动客户服务、移动办公、移动物流和移动后勤管理等。特别是移动客户关系管理、移动供应链管理等，对移动电子商务企业有极其重要的意义。

### 课堂讨论：

结合平时的所见所闻，谈谈除了以上几种应用类型，移动电子商务还有哪些应用？未来有哪些行业极有可能“移动电子商务化”？

### 项目小结：

移动电子商务的发展与移动互联网的发展密不可分，移动互联网行业的繁荣为移动电子商务提供了广阔天地，了解当前移动互联网行业的发展现状，对于理解移动电子商务的诞生和发展有着重要的作用。

移动电子商务虽然由传统电子商务发展而来，但又重新定义了电子商务的形式

与内涵，其在移动信息服务、移动支付、移动购物、移动娱乐、移动学习、移动企业应用等方面的巨大发展改变了电子商务当前的面貌，引领着电子商务未来发展的方向。

移动互联网时代是一个全新的技术变革时代，企业应该转变思维，充分理解和吸纳移动互联网思维，打造企业的移动电子商务竞争力。

## 项目二 移动电子商务技术基础

### 项目概述

电子商务得以摆脱“有线”的束缚，进而自由“移动”，主要依托移动通信技术和无线网络技术的成熟与发展。移动通信技术的更新换代，也正对应着移动电子商务的不同发展阶段。互联网、移动通信技术和其他技术的完美结合催生了丰富多彩的移动电子商务形态，本项目针对实现移动电子商务有关技术进行简单介绍。

### 任务一 认识移动电子商务的基础技术

#### 任务情景

老张出差的途中，突然接到公司电话要一份重要的电子文件。这时，手机突然欠费停机了，而火车上又不提供 Wi-Fi，他为此心急如焚。旁边座位的小伙子了解情况后，在自己的手机上开启了“个人热点”功能，老李连接个人热点后，顺利地将合同发到了客户的邮箱。

老张心里大为感慨，以前在火车上连接互联网几乎是不可想象的，而现在则依靠手机和无线通信技术变为了现实。

#### 知识链接

无线通信技术包括移动通信技术和无线网络技术。无线通信技术与互联网技术的结合为移动电子商务的诞生提供了基础条件，移动电子商务实际上也正是依托于无线通信网络而存在的商业活动，移动电子商务的发展进程与无线通信技术的发展息息相关。

#### 一、移动通信技术

##### （一）移动通信技术的基本概念

移动通信（Mobile Communications）简单来说就是指通信双方或至少有一方在移动中进行信息的交换。例如，固定点与移动体（汽车、轮船、飞机）之间，移动体与移动体之间、人与人或人与移动体之间的通信，这些都属于移动通信。

近十年来，我国移动通信高速发展，移动网络也已实现从模拟网（语言传输服务）向数字网（包括语言、数据和多媒体传输服务）的转换。

移动通信网主要由两个特征来描述：数据速率和覆盖范围。移动通信网的数据速率已由几比特每秒（bps）的窄带低速率发展到 1 Gbps 甚至更高宽带高速率；覆盖范围由户内、城区向高速移动拓展。各种移动终端可以在不同的地点和运动状态下实现无线网络接入，获得各种网络信息与网络服务。

## （二）移动通信技术主要发展

移动通信技术共经历 1G、2G、2.5G、3G、4G 等几个主要发展阶段（见表 2-1），目前 5G 技术已经研发成功，2018 上海世界移动大会上，中国联通、中国移动和中国电信三大运营商亮出了时间表：计划到 2020 年，实现 5G 网络正式商用。事实上，三大运营商均已进入“5G 时间”。

表 2-1 移动通信技术主要发展阶段

移动通信技术	主要制式	最高数据传输速率	主要应用
1G	AMPS/NMT/TACS	——	语音
2G	GSM/TDMA/CDMA	9.6 Kbps	语音、短信
2.5G	GPRS	115 Kbps	通信、娱乐
3G	CDMA2000/WCDMA/TD-SCDMA	2 Mbps	通信、娱乐、商务
4G	TD-LTE/FDD-LTE	100 Mbps	通信、娱乐、商务

### 1、1G

1G 是在 20 世纪 80 年代初提出的，它完成于 20 世纪 90 年代初，第一代移动通信系统是基于模拟传输的，只能用于语音传输，且语音品质低、安全性差、没有加密和速度低。第一代移动通信技术在我国典型应用为 20 世纪 90 年代前后风靡一时的“大哥大”。

### 2、2G

2G 即第二代移动通信技术。我国从 1995 年开始正式挥别 1G，进入 2G 移动通信时代。2G 移动通信以数字语音传输技术为核心，同时比 1G 多了数据传输业务，因此从这一代开始手机就可以上网了。

2G 使用的网络制式包括 GSM、TDMA 和 CDMA。其中，GSM 是全球移动通信系统（Global System for Mobile Communication）的简称，是 2G 移动通信时代使用最为广泛的移动通信网络制式，其数据传输速率约为 9Kbps。

尽管 2G 技术在发展中不断得到完善，但随着用户规模和网络规模的不断扩大，频率资源已接近枯竭，语音质量不能达到用户满意的标准，数据通信速率太低，无法在真正意义上满足移动多媒体业务的需求。

### 小提示:

前几年使用手机上网时经常遇到的一个术语是 GPRS，它是通用分组无线服务技术（General Packet Radio Service）的简称，也被称为 2.5G 技术。GPRS 在原 GSM 网络的基础上叠加了支持高速分组数据的网络，向用户提供 WAP 浏览（在移动终端上浏览因特网页面）发送 E-mail 等功能，其数据传输速率可达到 56Kbps 甚至 114Kbps。

### 3、3G

第三代移动通信系统 **3G**，也称 **IMT 2000**，其最基本的特征是智能信号处理技术，智能信号处理单元将成为基本功能模块，支持语音和多媒体数据通信，它可以提供前两代产品不能提供的各种宽带信息业务，例如高速数据、慢速图像与电视图像等。如 **WCDMA** 的传输速率在用户静止时最大为 **2Mbps**，在用户高速移动是最大支持 **144Kbps**，说占频带宽度 **5MHz** 左右。

3G 主要有 3 种网络制式：**WCDMA**（欧洲版）、**CDMA**（美国版）和 **TD-CDMA**（中国版）。我国于 2009 年 1 月 7 日颁发了 3 张 3G 的牌照，分别是中国移动的 **TD-SCDMA**，中国联通的 **WCDMA** 和中国电信 **CDMA2000**。

### 4、4G

4G 即第四代移动通信技术，它是 3G 与 **WLAN**（无线局域网）于一体并能够传输高质量视频图像以及图像传输质量与高清晰度电视不相上下的技术产品。能以高达 **100Mbps** 的速率下载数据，比拨号上网快 2000 倍，上传的速度也能达到 **20Mbps**。4G 技术包括 **TD-LTE** 和 **FDD-LTE** 两种制式。**TD-LTE** 作为我国具有自主知识产权的 3G 后续技术，被列为第四代移动通信两大国际主流技术标准之一。

2013 年 12 月，我国工信部在其官网上宣布向中国移动、中国电信、中国联通颁发“**LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务（TD-LTE）**”经营许可，也就是 4G 牌照。至此，我国移动互联网的网速达到了一个全新的高度。

### 5、5G

5G 网络作为第五代移动通信网络，其峰值理论传输速度可达每秒数十 Gb，这比 4G 网络的传输速度快数百倍，整部超高画质电影可在 1 秒之内下载完成。随着 5G 技术的诞生，用智能终端分享 3D 电影、游戏以及超高画质（**UHD**）节目的时代已向我们走来。

## 延伸阅读

严格意义上说，目前我们使用的 4G 智能手机已不能简单划归为“电话机”的范畴，而是一台多功能的移动终端，用户可以使用它在网上买东西、订票、玩游戏、看电影等。除智能手机和平板电脑外，眼镜、手表等都有可能成为 4G 终



图 2-2 各种 4G 终端（智能手表、智能眼镜）

## 二、无线网络技术

无线通信网络是采用无线通信技术实现的网络。无线网络既包括允许用户建立远距离无线连接的全球语音和数据网络（如 GPRS、3G 或 4G），也包括近距离无线连接服务的无线局域网和无线个域网，与有线网络的用途十分类似，最大的不同在于传输媒介的不同，利用无线电技术取代网线，可以和有线网络互为备份。

### （一）无线局域网

无线局域网的英文全称为 Wireless Local Area Networks (WLAN)，简写为：WLAN。它是相当便利的数据传输系统，它利用射频的技术，使用电磁波，取代旧式碍手碍脚的双绞铜线 (Coaxial) 所构成的局域网络，在空中进行通信连接，使得无线局域网能利用简单的存取架构让用户透过它，达到“信息随身化、便利走天下”的理想境界。

无线局域网的典型应用场景有：楼宇之间的网络连接；餐饮、零售及医疗场景中的网络服务；企业办公地、家庭、仓储、会展等场所中的网络接入；监视系统的网络连接等。

要组建简单的无线局域网，通常只需要一台无线宽带路由器即可：首先将无线宽带路由器通过 ADSL、小区宽带等方式接入 Internet，然后将手机、平板电脑、笔记本电脑等终端设备连接上无线宽带路由器（无线热点）即可，如图 2-3 所示。



图 2-3 无线局域网连接示意图

### 课堂讨论

如今，许多家庭，商家、学校都组建了无线局域网，提供 Wi-Fi 热点，方便用户将手机接入 Internet。请问，使用 Wi-Fi 方式和 4G 方式将手机接入 Internet 的区别是什么？组建家庭无线局域网需要哪些硬件设备？

### (二) 无线个域网与蓝牙

无线个域网 (Wireless Personal Area Network, WPAN) 覆盖范围较小，用于实现同一地点终端与终端间的连接，如连接手机和蓝牙耳机等，如图 2-4 和图 2-5 所示。



图 2-4 手机蓝牙传输信息



图 2-5 蓝牙耳机和蓝牙音箱

蓝牙是大家熟知的无线联网技术，蓝牙技术为固定设备或移动设备之间的通信环境建立通用的无线空中接口，将通信技术与计算机技术进一步结合起来，使各种 3G 设备（通信产品、电脑产品和消费类电子产品）在没有电缆相互连接的情况下，也能在近距离范围内实现相互通信。蓝牙可以提高 720Kbps 数据传输速率和 10m 的传输距离。

### 三、移动操作系统

移动操作系统是对智能手机、平板电脑等移动终端设备的硬件和 App 进行控制和管理的系统，它是用户与移动终端设备之间的接口。目前主要有两大移动操作系统：谷歌的 Android 和苹果的 iOS，其中 Android 操作系统的市场占有率较大。

#### 小提示

App 是指安装在手机上的各类应用软件。需要注意的是，Android 和 iOS 系统支持的 App 不能兼容，如 Android 版的微信不能安装在 iOS 系统中。

#### （一）Android 操作系统

Android 是一种基于 Linux 的开放源代码开发的操作系统，中文名被国内用户俗称为“安卓”，主要用于智能手机及平板电脑等便携设备。

Android 操作系统最初由 Andy Rubin 开发，于 2005 年被 Google（谷歌）收购。2007 年 11 月，Google 与 84 家硬件制造商、软件开发商及电信运营商组建开放手机联盟，共同研发改良 Android 系统。随后，Google 以 Apache 免费开源许可证的授权方式发布了 Android 的源代码。第一步 Android 智能手机发布于 2008 年 10 月，此后 Android 的应用领域逐渐扩展到平板电脑及电视、数码相机、游戏机等设备。

#### （二）iOS 操作系统

iOS 是由苹果公司开发的移动设备操作系统，于 2007 年 7 月发布第一版。iOS 最初是设计给 iPhone 手机使用的，后来陆续应用到 iPod touch、iPad 以及 Apple TV 等苹果产品上。iOS 与苹果的 Mac OS 操作系统（主要应用于苹果电脑）一样，都是基于 UNIX 的操作系统，因此属于类 UNIX 的商业操作系统。

由于 iOS 主要是针对苹果公司的产品进行开发的，因此不支持其他公司的移动终端。

#### 课堂讨论

目前大家都有手机，请讨论一下苹果手机和安卓手机的优缺点。此外，你认为选购一款手机时需要注意哪些参数？

步骤 1 以华为荣耀 9 为例（其他手机设置过程类似），点击”设置“功能按钮，进入手机设置界面，在该界面中点击“无线和网络”，点击该选项，进入其设置界面，可看到移动网络共享，如图 2-6 和 2-7 所示。



图 2-6 手机设置页面



图 2-7 无线和网络设置界面

步骤 2 点击“移动网络共享”选项进入其设置界面。点击“便携式 WLAN 热点”，进入设置页面；如需蓝牙共享网络可点击按钮。如图 2-8 所示。

步骤 3 进入“便携式 WLAN 热点”设置界面，如图 2-9 所示。点击“配置 WLAN 热点”，进入“配置 WLAN 热点”设置“网络名称”、“加密类型”、“密码”，点击高级设置可以对 AP 频段、广播信道、最大连接数进行设置，如图 2-10 所示。点击保存返回到图 2-9。

步骤 4 返回到图 2-9 以后，点击按钮，即成功开启了个人热点，如图 2-11 所示。

步骤 5 此时，使用另外一部手机搜索无线局域网，即可发现该热点的网络连接名称，如图 2-12 所示。点击该网络连接名称并输入密码，即可使用分享个人热点的手机的流量上网。

## 任务实施



图 2-8 移动共享设置界面



图 2-9 便携式 WLAN 热点设置界面

(注意：由于开启个人热点后使用的是分享个人热点的手机的流量，所以需要注意流量的使用情况，以免产生不必要的费用。同学们也可通过蓝牙方式分享和连接个人热点)



图 2-10 WLAN 热点设置



图 2-11 个人热点开启



图 2-12 个人热点显示在无线局域网

## 任务二 认识移动电子商务的应用技术

### 任务情景

许熠是一名在校大学生，闲暇时间在微信上开了一家叫做“优鲜果妮”的水果店，主要出售一些水果。在对微信店铺进行宣传推广时，很多同学因为不想加一些陌生人为好友或不想收到垃圾信息，拒绝扫描他的微信名片二维码。

几次碰壁之后，他改变策略，不在出示添加微信好友的二维码，而是将产品链接、微店地址、联系方式等信息制作成二维码，再配以个性、生动的广告贴画，大大提升了微店推广的效率。

二维码技术在移动电子商务中的应用非常广泛，是连通线上线下的一个重要工具，本任务就是学习移动电子商务中的二维码和定位服务（LBS）技术等。

### 知识链接

#### 一、二维码技术

二维码（2-Dimensional Bar Code）是利用构成计算机内部逻辑基础的“0”“1”二进制编码原理，使用若干个与二进制相对应的几何图形来表示信息，当用户使用微信、支付宝等带有二维码扫描功能的 App 扫描二维码图形，就可以识别出二维码

的内容。

二维码可以分为堆叠式（行排式）二维码和矩阵式二维码两类。堆叠式二维码形态上有各行短截的一维码堆叠而成，目前国内常用的有 PDF417 码，如图 2-12（a）所示。矩阵式二维码以矩阵的形式组成，在相应位置上用深色模块（方点、圆点或其他形状的模块）表示二进制的“1”、浅色模块表示二进制的“0”，模块的排列组合确定了矩阵码所代表的意义。目前国内常见的矩阵式二维码有 QR Code、Data Matrix、Maxi Code、汉信码等，如图 2-13（b）-（e）所示，其中 QR Code 码在移动电子商务领域最为常用。



(a) PDF417 条形码 (b) QR Code (c) Data Matrix (d) Maxi Code (e) 汉信码

图 2-13 常用二维码

### （一）二维码制作

打开网页浏览器，输入网址 <http://cli.im/>，进入联图网网站。在网页中可以对文本、网址、名片、文件、图片、APP 等内容生成二维码。

#### 1、制作文本二维码

打开网页浏览器，输入网址 <http://www.liantu.com/>，进入联图网网站。

在左侧导航栏点击图标 ，在文本框中输入自己想要生成二维码的内容，例如：此处输入：“新农民—电子商务网培训”。输入完成后，将自动在右侧产生相应文本的二维码。如果对二维码图片的显示效果不满意，还可以在图片下方的设置区域进行参数设置，设计个性化的二维码图片。最后点击“保存图片”按钮保存二维码图片以备使用，图 2-14 所示。



图 2-14 制作文本二维码

制作完成后，可以用微信、QQ 的“扫一扫”功能扫描该二维码，如图 2-15 所示。



图 2-15 手机扫描后还原的文本信息

## 2、制作名片功能二维码

返回联图网首页，在左侧导航栏点击  图标，然后在“输入联系人信息”区域按照格式要求输入相应的个人信息，输入完成后将自动在右侧产生个人名片信息的二维码。

对生成的二维码进行个性化设置，然后点击“保存图片”按钮保存二维码图片以备用（如可将该二维码发送给别人），如图 2-16 所示。



2-16 制作名片二维码

用微信、QQ的“扫一扫”功能扫描该二维码。最后点击“保存”按钮保存该名片信息到手机通讯录中，如图2-17所示。



图 2-17 手机扫描后还原的名片信息

### 3、制作网址二维码

返回联图网首页，在左侧导航栏点击  图标，然后在“输入 URL 网址”区域按照要求输入一个网址（如企业网站首页或者产品链接网址），例如：输入“淘宝网首页的网址”，输入完成后将自动在右侧产生网址二维码，如图 2-18 所示。



图 2-18 制作网址二维码

用微信、QQ 的“扫一扫”功能扫描该二维码，扫描后将直接跳转到淘宝网首页，如图 2-19 所示。



图 2-19 手机扫描后直接跳转到链接页面

#### 4、制作地图信息二维码

返回联图网首页，在左侧导航栏点击图标 ，然后在“选择地理位置”区域找到需要标注的地点进行标注，例如：选中“石家庄红星美凯龙家具店”，标注完成后讲自动在右侧产生地图信息的二维码。

如果需要在二维码图片中嵌入 logo，需要首先准备一张高质量的 logo 图片，然后点击右侧二维码图片下方的“嵌入 logo”选项卡，再点击  按钮，在打开的界面中选择准备好的 logo 图片即可，如图 2-20 所示。



2-20 嵌入 Logo 图片

用微信、QQ 的“扫一扫”功能扫描该二维码，扫描后将自动跳转到百度地图链接并图 2-20 标识的位置。

联图网还可以生成短信二维码、WiFi 二维码、电话号码二维码、电子邮箱地址二维码，其操作步骤大同小异。

上面介绍的只是一些简单的二维码制作过程，如果想要进行更专业的二维码设计或者服务，那么就需要付费请专门的公司进行制作。

#### 知识赏析

#### 二维码营销

##### 1、移动电子商务营销与二维码的结合

移动电子商务营销中，利用二维码进行营销的活动已经司空见惯了，如扫一扫加好友、扫一扫支付、扫一扫下载 APP、扫一扫消息推送等，移动电子商务与二维

码的结合形式越来越多种多样，那是因为二维码的使用非常简单，几乎任何材料和地方都可以展示二维码；手机的二维码扫描功能也让移动端用户可以随时随地的对二维码进行扫描，图 2-21 所示。



图 2-21 二维码扫描

基于这样的原因，移动电子商务与二维码就被紧密的结合起来。腾讯总裁马化腾说：“二维码将成为线上线下的关键入口。”他是这么说，也是这么做的，在新产品微信上线的时候，就积极引入扫一扫功能。同年，广州移动在广州地铁开办“移动闪拍站”就利用了二维码对移动业务进行营销。移动用户通过对二维码的扫描，在移动端打开了丰富多彩的应用、页面，然后，进入到移动电子商务中的任何一个环节，从了解、挑选，到预定、支付，二维码依然成为了人们最为便捷的移动世界入口。

## 2、利用二维码营销的优势

### (1) 运营成本低、效果好

二维码营销相比较于传统的广告、传单广告等，在成本上有着绝对的优势，如图 2-22 所示。



图 2-22 二维码应用

## (2) 创意广告，实现精准营销

二维码营销属于比较新型的营销方式，容易被消费者所接受。而且有意愿扫描的人群都是对商家营销内容比较感兴趣的，这样就可以实现精准投放。现在，二维码已经不仅仅只是黑白的色块了，里面也会加入很多的创意元素，用这些创意元素去吸引用户，增强了用户对其的关注度，如图 2-23 所示。



图 2-23 创意二维码

## (3) 跨越线上线下空间的立体营销

二维码的扫描能够立刻将用户带到线上，而通过流量转化，将其中一批人转变成线下的消费者。

## (4) 能够与传统的广告、企业活动宣传完美的结合

现在很多广告或者电视节目都会将二维码结合进去，来吸引客户对二维码进行扫描。在举办活动时，可以把二维码印在宣传单、小礼物等物品上，也可以将印有二维码的海报展示在明显的地方。这样二维码就与传统的广告、企业活动宣传完美的结合起来，如图 2-24 所示。



图 2-24 广告展示

## 3、案例学习

“实惠”APP，是由易居中国联合新浪网、新浪微博、分众传媒、申通快递共同推出的基于移动端应用软件，已覆盖中国 40 个城市，旨在为社区居民提供一站式生活服务。“实惠”是一款用来聚集有相同爱好用户的 APP，可以让自己和同事、邻

居、共同爱好者交流，同时还可以查看身边各种消息、小百科等。通过前期的免费派送、发放福利、摇一摇午餐等优惠活动，以及微博、APP 上的活动，让关注和没有关注的人都迅速了解“实惠”APP 这款应用。而将营销与实际紧密结合的就是二维码，基本上大家都是通过各种营销载体上的二维码来下载“实惠”APP 应用的。可以看出在“实惠”APP 的营销中，二维码占据一个重要位置。“实惠”APP 如图 2-25 所示。

可以说，“实惠”APP 从上线到现在的火爆与他们对 APP 营销有着密切的关系，而他们之所以会成功有以下三点。



图 2-25 “实惠”APP

### (1) 将比较难以直接营销的 APP 转化为二维码进行营销

在实际营销活动中，直接邀请别人安装某个 APP，很容易引起不信任、不想安装的想法。而将 APP 转化为二维码进行营销，那么，扫描二维码的主动行为就成了下载这个应用的最便捷的方式。因为是自己主动去扫描的，那么主动下载的意愿占主导地位，这样在 APP 下载完毕后，自然留下的使用用户也就越来越多，网络上载体如图 2-26 所示。



图 2-26 网络上载体

### (2) 将二维码展示在不同的载体上进行营销

二维码本身比较灵活，传统的广告、网络广告、网页页面、网络社区都可以对

二维码进行展示。在“实惠”APP的二维码营销中，它采用了多种形式的展现方式：宣传彩页、官方微博、网页软文中嵌入二维码等，如图 2-27 所示。



图 2-27 传统广告的载体

### (3) 利用优惠来吸引用户对二维码进行扫描

在一个 APP 运营初期，如何营销自己的二维码，自然需要各种各样的噱头，当然光噱头是不行的，也需要让用户真正的享受到扫描二维码、下载 APP 能够切实得到实惠，当他们得到实惠后，自然也会不自觉地对身边的人进行宣传，从而使更多人安装这个 APP。

### 延伸阅读

QR Code 是由日本 Denso（点装）公司于 1994 年研制的一种矩阵二维码，QR 是英文 Quick Response 的缩写，即快速反应的意思。QR Code 二维码用特定的数据压缩模式表示中国汉字和日本汉字，仅用 13 位即可表示一个汉字，比其他二维码表示汉字的效率提高了 20%。

QR 图有 40 个版本号，分别为 1~40。QR 码的最大容量取决于选择的版本号、纠错级别和编码模式。版本 1 就是一个 21X21 的矩阵（见图 2-28 所示），可以存储 27 个纯数字或 17 个字母、数字混合字符或 11 个 8 位字节数据，如果想要储存更多的数据，必须采用更高的版本，QR 码每增加一个版本号，矩阵的大小就增加 4 个模块，因此，版本 40 就是一个 177X177 的矩阵，如图 2-29 所示为 QR 码的版本 2。

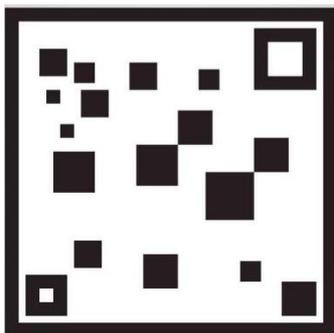


图 2-28 QR 码的版本 1



图 2-29 QR 码的版本 2

二维码是移动电子商务中一个非常重要的技术应用，下面列举其一些典型应用：

信息获取：用户扫码，即可获得如名片、地图、Wi-Fi 密码等资料。

网站跳转：用户扫码，即可跳转到微博、微信、手机网站或其它 App 上。

广告推送：用户扫码，可直接浏览商家推送的视频、音频等。

手机电商：用户扫码，可直接购物下单。

防伪溯源：用户扫码，可查看商品的生产地、加工、运输和销售等信息。

优惠促销：用户扫码，可抽奖或下载电子优惠券等。

会员管理：用户扫码，可获取电子会员信息，享受 VIP 服务。

手机支付：用户扫码，可利用移动支付功能对现实交易进行结算。

随着我国移动互联网的爆发式发展，我国二维码的应用率在全球遥遥领先。目前，实际上 90% 的二维码个人用户在中国。其中，二维码的移动支付方面的应用在我国尤为普及。

### 课堂讨论

2017 年 6 月 29 日，南山警方接事主谢某报警称，其店铺用来收款的二维码被人更换，导致当天营业额全部损失。接报后，民警立即开展案件侦查工作，调取案发地周边监控录像锁定嫌疑人，发现犯罪嫌疑人趁店主忙碌期间，将事先准备好的收款二维码黏贴覆盖在店主收款二维码之上。

7 月 3 日，警方在南山区南头街道某新村门口将涉嫌诈骗的嫌疑人刘某伟抓获。经审讯，嫌疑人刘某伟对其更换二维码的行为供认不讳。

大家讨论一下，使用二维码付款和收款涉及哪些安全问题？

## 二、基于位置服务（LBS）技术

基于位置服务（LBS）技术，也是移动电子商务的一项重要技术，下面首先认识

一下该技术，然后介绍手机导航功能。

### (一) 认识基于位置的服务

基于位置服务 (Location Based Services LBS) 又称定位服务, LBS 是基于地理信息技术将物理位置在电子地图上定位, 并以此为基础而提供的空间信息服务。

LBS 提供位置数据给用户本人或他人, 实现各种与位置相关的业务。

目前, LBS 可以说是手机 App 的必备功能, 大部分 App 都会提供相应的定位服务。特别是在地图产品中, 当客户以当前所在位置为中心, 对周边的饮食、酒店、银行、团购优惠等信息进行搜索时, 手机中的地图工具就能详细地列出相应的商家地址。以高德地图搜索身边服务为例, 其步骤如下:

步骤 1 登录手机高德地图, 点击屏幕底部“搜索附近”, 进入搜索周边服务界面。

步骤 2 在界面中的醒目位置显示有“美食”、“酒店”“景点”等选项按钮, 如果仍不能满足搜索需求, 可以点击“更多”按钮继续进行搜索, 如图 2-30 所示。



图 2-30 搜索周边服务

### (二) 手机导航

利用手机导航 (Mobile Navigation) 功能可以把用户从当前所在地导航到目的地, 它能在用户当前位置和目的地之间选择最佳路线, 并在行进过程中提示用户是左转还是右转等。

现在市面上的手机导航技术分为 3 类: 第一类是通过太空站的卫星进行 GPS 导航, 精度在 3~5m; 第二类是通过基站网络进行粗略导航, 称为 CELLID 导航, 这种导航一般定位误差为 100m, 如中国移动手机在室内定位时使用的就是该技术; 第三

类是 AGPS+CELLID+GPS 定位，这种导航最为精确，在室内默认是 CELLID 定位，在室外先利用 AGPS 搜到星图，达到快速定位的目的，然后自动切换到 GPS 高精度定位并进行导航。

目前国内知名的手机地图有高德、百度和腾讯 3 家，它们使用的都是上述导航技术的第三类。以高德地图为例，使用它为汽车进行导航、查看实时路况的具体操作步骤如下。

步骤 1 登录手机高德地图 App，点击路线，在屏幕顶部搜索栏输入目的地的地址。

步骤 2 在底部出现的目的地操作区域中点击“导航”按钮，进入导航页面，如图 2-31 所示。

步骤 3 点击导航页面右下角的设置按钮进入设置页面，可以对导航进行相关设置，并且可以搜索沿途的商家和服务设置，如图 2-32 所示。

步骤 4 在手机高德地图中点击屏幕，再点击实时路况按钮，当图标被点亮时，即可在地图上显示实时路况信息。

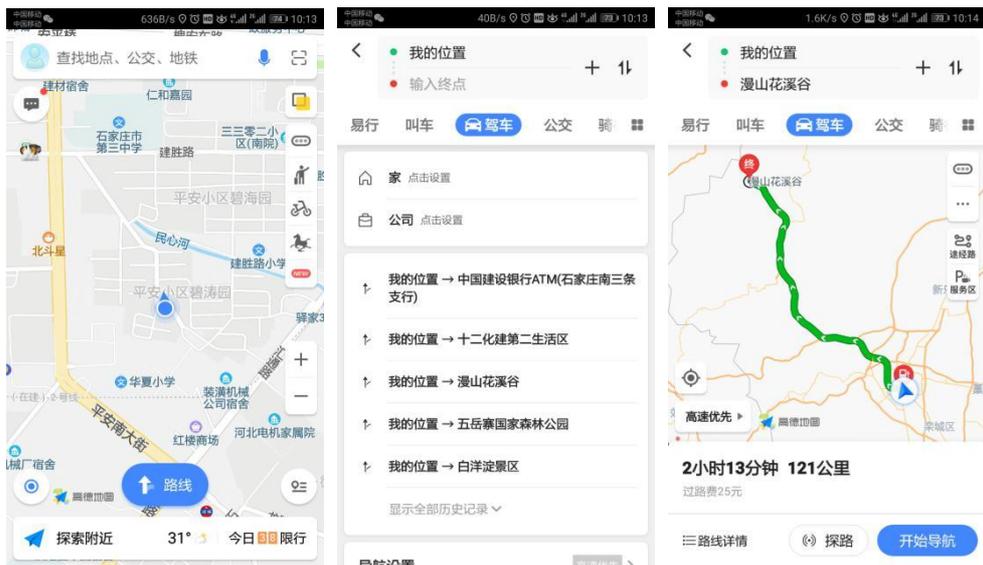


图 2-31 进入导航页面



图 2-32 设置导航偏好

## 课堂讨论

利用手机地图，企业可以进行哪些商业活动？

## 项目小结

本章介绍了与移动电子商务相关的一些基础技术，包括移动通讯技术和无线互联网技术、移动操作系统等。还简单的了解了移动电子商务在移动端上的几个主要应用技术，包括二维码技术及营销、定位服务技术，旨在让学生从技术层面对移动电子商务有全面升入的了解。

## 项目三 移动银行与移动支付

### 项目概述

随着移动支付的便利性不断提升，大众消费行为逐渐向移动端迁移，消费者对移动支付的使用度、信任度、接收度日益增强，可以说，移动支付已经深入到各个消费场景之中，成为移动电子商务的重要支柱。

当前大部分移动支付活动主要由银行和第三方支付机构主导，本项目就带领大家简单了解移动银行和移动支付相关知识。

### 引导案例

#### 海南航空接入支付宝 万米高空实现“移动支付”

新浪科技讯 2017年3月8日上午，支付宝、喜乐航、海南航空三方共同宣布，在海航首批15架飞机上正式开通空中移动支付服务，用户可以在万米高空消费购物和付费升舱，预计今年年底将覆盖129架飞机。

乘客乘坐海南航空互联网航班时，连接由喜乐航提供的机上Wi-Fi，点击弹出页面即可浏览喜乐航空中商城，选择好折扣商品并填写收货信息，在结算时会自动跳转至支付宝页面。

不过需要注意的是，由于国内法律规定，飞机上严禁开启手机，因此乘客目前可以使用平板电脑或笔记本电脑连接Wi-Fi购物，还不能像在芬兰航空飞机接入支付宝上那样，直接打开手机用支付宝扫码付款。

此外，根据支付宝风控规则，在新的网络环境或者新设备等特殊情况下支付，都需要通过手机接收短信验证码进行验证。针对高空飞行这一特殊场景，支付宝方面对新浪科技表示，三方采取了新型安全系统和流程，配置了无需短信验证的新风控方案，解决了这一难点，不开手机也可以实现支付。并且在整个支付流程中，即便用户使用飞机上的公用平板电脑，其数据也是完全封闭，即用即清，不会造成数据泄露。

喜乐航CEO潘运滨表示，空中移动支付将伴随着互联网客机改装计划推进铺开。预计至2017年底，互联网客机改装规模将达到129架，包括海南航空、首都航空及扬子江航空等多家航空公司在内，每周将覆盖60余万乘客。

移动支付首次覆盖国内航空的万米高空，也标志着“无现金社会”正在加速到来。

请思考：

移动支付是移动电子商务的重要环节，也是移动电子商务得以顺利发展的基础条件。目前，中国是移动支付普及率最高的国家。那么，你了解移动支付、移动银行吗？它涉及哪些技术？有哪些类型？具体如何操作？

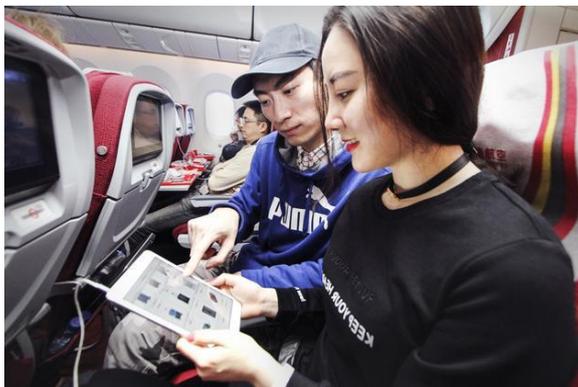


图 3-1 移动支付覆盖国内瓦米高空

## 任务一 使用移动银行

### 任务场景

相信大家都有这样的体会，在银行排队办理业务时一等就是很长时间，这是一件极其浪费时间的事情。在效率至上，时间等同金钱的互联网时代，手机银行提供了随时、随地、随心的便捷服务，为广大用户带来了福音。

本任务是带领大家学习移动银行的相关知识，并使用交通银行 APP 进行一次转账，体验手机银行的便捷。

### 知识链接

#### 一、移动银行概述

移动银行简单地说就是以手机、PDA 等移动终端作为银行业务平台中的客户端来完成某些银行业务。移动银行是典型的移动商务应用。它的开通大大加强了移动通讯公司及银行的竞争实力。现在消费者能够随时、随地的通过移动终端以安全的方式进行转账、交



图 3-2 某手机银行首

费等业务，而不需要亲自到银行或向银行打电话咨询。如图 3-2 所示为某手机银行首页。

当前，在互联网金融和利率市场化改革的双重压力下，商业银行的传统业务的盈利空间和发展前景变得越来越窄，为了适应互联网时代的市场需求，各银行在传统业务之外开展电子银行业务（包括网上银行、电话银行、手机银行、自助银行，以及其他离柜业务），而手机银行凭借其成本低、不受时间、地点限制等优势，受到银行和客户的青睐。

## 二、移动银行的主要应用分类

作为与用户手机号关联的银行账户的管理者，银行的角色十分重要。一方面银行可以自己进行移动端应用开发；另一方面还可以与流量平台合作。

### （一）手机银行客户端

说到手机银行，必须先讲一下客户端软件的功能，现在各大银行都推出了自己的客户端应用，提供给所有智能手机用户免费使用。

各大银行推出的手机银行客户端功能虽然各不相同，但大体上有四大主要功能。

**基础业务：**除现金业务外，手机银行基本可以满足日常金融生活的大部分需求，包括查询、转账、汇款、缴费等基础业务。而且手机银行一个很大的吸引力是手机银行转账汇款手续费全免。

**理财投资：**手机银行也可以适用于基金、黄金、外汇、银行理财产品等投资理财产品的选购。

**增值服务：**用户可以通过手机银行进行预订机票、话费充值、购买电影票、商城购物、水电煤缴费等增值服务。

**扫码支付：**用户可通过手机银行 App 生成二维码，在有扫码枪等设备或提供相应收付款二维码的商场可针对个人和商户进行扫码支付。

### （二）与微信合作

由于互联网公司在平台、流量和大数据获取等方面具有天然优势，客户群庞大，因此许多银行选择与其化竞争为合作，共同开展移动金融业务。其中具有代表性的便是“微信银行”

**微信公众号：**2013 年招商银行就升级了微信公众平台号，推出全新概念的首家“微信银行”，如图 3-3 所示。



图 3-3 招商银行微信银行

服务范围从单一信用卡服务拓展为集借记卡、信用卡业务为一体的全客群综合服务平台，可以实现转账汇款、手机充值、预约办理等一系列服务。

微信小程序：自 2017 年以来，多家银行又陆续上线微信小程序，包括浦发银行、招商银行和中信

银行等银行的信用卡小程序纷纷亮相，为消费者提供一些具有特色的银行业务。

银行公众号及其信用卡微信公众号推出的小程序，更多的是提供了一个新的业务渠道，和手机银行 APP 大而全的功能相比，微信小程序走的是灵活、轻量的路线，主推某一项或几项服务。银行推出小程序，主要是以特色的服务来吸引新客服。

### 三、移动银行的优势

#### 1、手机缴费不排队

银行排队难一直是让消费者头痛的问题，其实完全可以通过手机银行这个电子渠道帮你免受排队之苦。

以中行为例，要想实现手机银行代缴公用事业费，我们只需要拥有一部智能手机，安装中行 APP 并注册开通即可。手机银行缴费过程十分简单：用手机上网进入“代缴费页面”，输入账单条形码和金额，点击确认便可完成账单支付，十分方便。中行手机银行可以支付水费、电费、煤气费、电话费以及移动、电信和联通的手机费。此外，手机银行还可对过去的缴费情况进行查询。

#### 2、手机银行确保及时交易

当消费者无法上网或遭遇银行座机占线时，开通了手机银行的你就能真正感受到开通了手机银行后的方便与快捷。

何女士是手机银行的忠实粉丝，她曾经利用手机银行在出租车上进行了一次成功炒汇的经历。面对瞬息万变的外汇市场，何小姐在不能及时上网的情况下，先使用手机查询需要买卖的外汇行情，了解价格后，进行挂单委托交易，最后，利用手机银行中的委托查询功能，确认交易是否成功。前后几分钟便完成了整个操作过程。

#### 3、全天候服务 短信操控账户

短信服务已经成为了手机用户间最常用的沟通方式，手机银行同样具有短信功能，发了多少薪水、汇款是否到账、还款是否成功等账户信息，银行都会通过短信方式主动通知用户。

以中国工商银行为例，其手机银行服务适用于各种厂商和型号的手机，只要编辑发送指定格式的短信，工行手机银行客户就能获得 7 天 24 小时全天候的服务，用户可以进行自由查询账户，转账、汇款资金瞬间到账，进行捐款、缴纳电话费和手

机话费等操作；同时因电子商务的迅速发展，工行手机银行还为客户提供了网上消费实时支付的服务。

#### 4、全程加密保障安全

相对于网上银行，手机银行不易受到黑客攻击，私密性更强，更安全。

建行的手机银行采用通信专线连接技术，从手机端到银行端全程加密，同时还采用了数字签名机制、手机与卡的绑定机制，保证了客户交易和账户资金的安全。

客户使用手机银行时浏览到的信息在退出后都会立即删除，不会留在手机里。所有的信息实际上都是存在银行一端。所以就算手机遗失，即使有人捡到了手机，不知道账号密码，也进不了手机银行。

### 四、手机银行的缺点

1、手机私密性保管不当带来风险。缺点在于现在国内人们对于自己的手机私密性保管不当，可能给有企图的人可乘之机，但是只要是保管好自己的手机就没有这种问题。

2、换号需要重新签约。就是换了手机号码要和银行重新签约才能使用！



## 任务实施

### 使用工商银行手机银行进行转账和缴费

#### 一、登陆交通银行手机银行界面

步骤 1 以 Android 操作系统的手机为例，进入手机“应用市场”，搜索中国工商银行客户端，将其下载并安装到手机中。进入工商银行手机银行 App，点击首页右下角的“我的”图标，进行自助注册，如图 3-4 所示。注册成功后点击“现在登录”按钮登录手机银行。



图 3-4 自助注册手机银行账号

### 小提示

各大银行的 APP 客户端在服务形式和内容上有一定区别。例如：在各大银行的 APP 注册和开通账号的流程虽然大同小异，但开通对外转账权限的方式却不尽统一。工商银行实现对外转账需要在注册手机银行的账户后，携带有效身份证件到全国任意营业网点开通手机以后的对外转账权限；而交通银行则可自行在 APP 中开通对外转账权限。个人可根据需要选择相应的银行客户端 APP。

相对于支付室和微信转账，银行 APP 转账可设定更高的手机转账限额。例如交通银行，如果采用短信动态密码认证方式，日最高转账限额为 5 万元；如果采用智慧网盾认证方式，则日最高转账限额为 100 万元。用户可在交通手机银行 APP 中点击“我的”>“设置”>“安全工具”进入认证工具管理，对已有的认证形式进行管理。

步骤 2 在中国工商银行手机银行的首页中，点击“最爱”按钮，可显示自己添加的服务；点击“智服务”按钮，可显示金融理财服务，如：基金和理财产品的购买；点击“惠生活”按钮，可显示生活服务，如：“水电燃气”的缴纳；如图 3-5 所示。

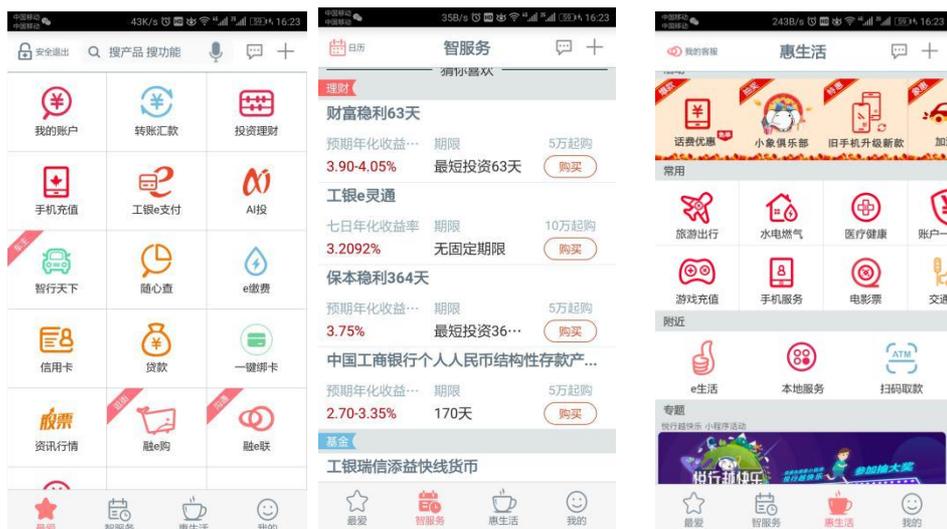


图 3-5 中国工商银行手机银行的基本服务

## 二、使用中国工商银行手机转账

步骤 1 在中国工商银行手机银行首页中，点击“转账汇款”按钮，选择“境内汇款”，进入转账汇款页面。在页面中填写收款方的姓名、收卡号、收款银行、转账金额、汇款时间及付款卡号，然后点击“确认转账”按钮，如图 3-6 所示。

步骤 2 进入短信密码验证环节，如图 3-7 所示。短信密码由系统即时发送到银行卡预留的手机号上，用户需要正确填写短信密码。输入完成后，点击“确定”按钮。

### 小提示

由于无论是手机系统自带的输入法还是安装的输入法，都能轻易地探知我们输入过的信息，因此大家在使用输入法时应注意相关的安全问题，而银行 APP 的密码输入键盘采取了安全保护措施，进一步杜绝了安全风险。

步骤 3 转账成功后将转到提示页面，如图 3-8 所示，点击“返回”按钮。



图 3-6 填写收款方的信息



图 3-7 输入验证码



图 3-8 转账成功

### 三、使用中国工商银行手机银行缴费

使用手机银行还可以进行手机充值、生活交费（如缴纳水费、电费、宽带费等）、缴交通罚款等许多缴费功能

步骤 1 在中国工商银行手机银行的首页中，点击底部的“惠生活”按钮，进入生活服务功能页面。继续点击“生活缴费”，如图 3-9 所示。

步骤 2 进入生活缴费页面，手机银行会自动定位用户所在城市，并提供“手机充值、固话费、交通罚款、党费、燃气、水费、暖气费等费用的缴纳功能，如图 3-10 所示。

步骤 3 在生活缴费页面中，点击“交通罚款”按钮，可输入车辆信息进行违章查询并缴纳交通罚款，如图 3-11 所示。



图 3-9 “生活”页面



图 3-10 “生活缴费”页面



图 3-11 “交通罚款”页面

## 任务二 使用移动支付

### 任务情景

小张是一家蔬菜店的老板，最近半年，来店里的顾客经常会询问能不能使用微信或者支付宝支付。当顾客得到否定回答时，会露出失望的表情。随着这种情况越来越多，小华意识到提供移动支付方式的重要性。

作为近几年来新兴起的一种支付方式，移动支付正处于飞速发展阶段，它极大地改变了人们的消费习惯和商业形式。本任务的目的是学习移动支付的相关知识，并为小张的店铺开通移动支付功能。

### 知识链接

#### 一、移动支付概述

如果将移动电商比作一只展翅翱翔的雄鹰，那么移动支付就是托起雄鹰羽翼的气流。每一次移动商务的最终实现，都要经过移动支付这道关卡。显然，移动支付是支撑移动电子商务发展的重要保障平台与必要后盾。



图 3-12 移动支付

移动支付（见图 3-12）也称为手机支付，就是允许用户使用其移动终端（通常是手机）对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。单位或个人通过移动设备、互联网或者近距离传感直接或间接向银行金融机构发送支付指令产生货币支付与资金转移行为，从而实现移动支付功能。

移动支付是电子支付的一种支付方式，但具有便捷性、及时性、移动性、独立性等不同于其他电子支付形式的特点。移动支付在我国的发展时间虽短，但成长势头却非常迅猛。

在移动支付市场上，第三方支付占据着主要的市场份额，近 90%的用户使用第三方支付形式进行移动购物。与前两年相比，中国第三方移动支付市场进入成熟期，支付宝、财付通双寡头市场格局已经形成，如图 3-13 所示。

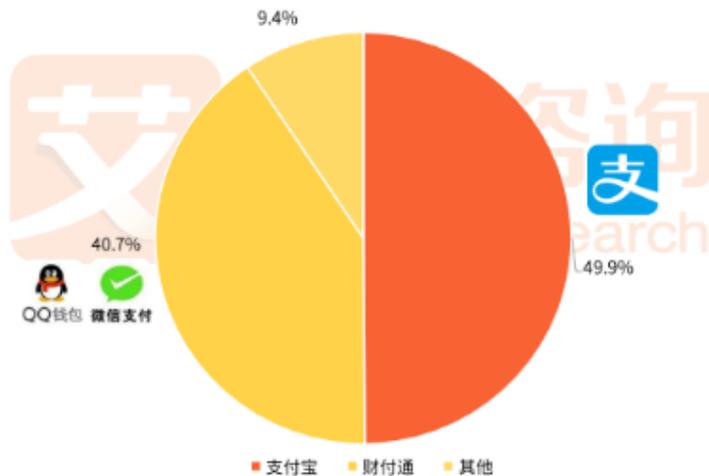


图 3-13 2018 年中国第三方移动支付交易规模市场份额

## 二、移动支付的支付模式及其流程

在按支付账户性质的分类中可以看出，移动支付有银行、第三方支付机构和移动运营商这三种不同主导核心的支付模式。其中以银行和第三方支付机构为主导核心的支付模式最为常见，下面对这两类支付模式流程进行简单介绍。

### （一）以银行为主导

以银行为主导的移动支付实际上是传统支付是延伸，在这种模式下，银行独立提供移动支付服务，消费者和银行之间利用手机借助移动运营商的通信网络传递支付消息。在众多支付产品中，由中国银联联合各商业银行推出的“云闪付”就是这一模式的代表。

云闪付（见图 3-14）即以智能手机为基础，在具有银联“QuickPass”标识的场景中进行线上、线下支付，同时也支持远程在线支付。

使用“云闪付”进行移动支付的流程如下：

首先：需要下载“云闪付”APP；安装“云闪付”APP 以后，登录“云闪付”点击首页右下角的“卡管理”图标，进入“云闪付”注册页面，点击“新用户注册”，进行手机注册，注册完成后登录“云闪付”，如图 3-15 所示。



图 3-14 云闪付

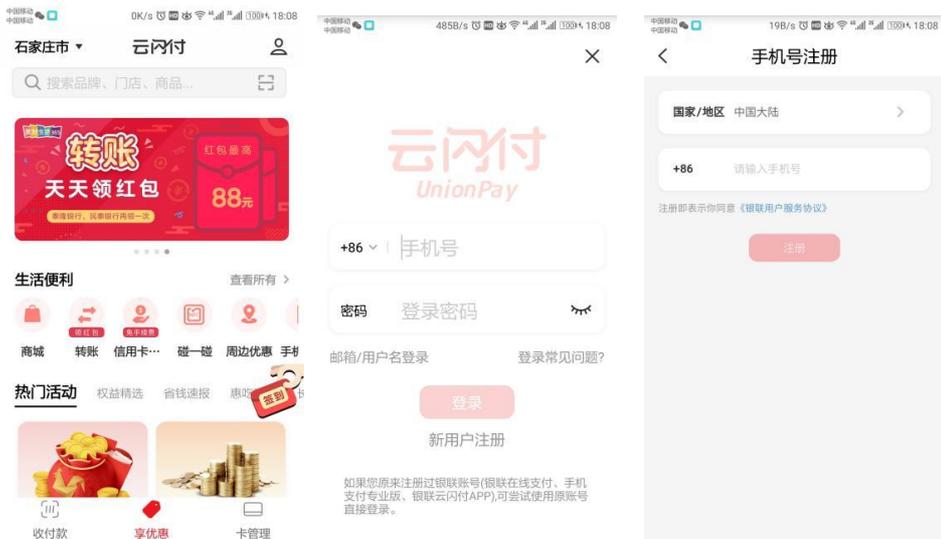


图 3-15 云闪付注册

其次：登录“云闪付”点击首页右下角的“卡管理的”图标，点击“+”图标进入添加银行卡页面，添加银行卡号，注册完成，如图 3-16 所示。

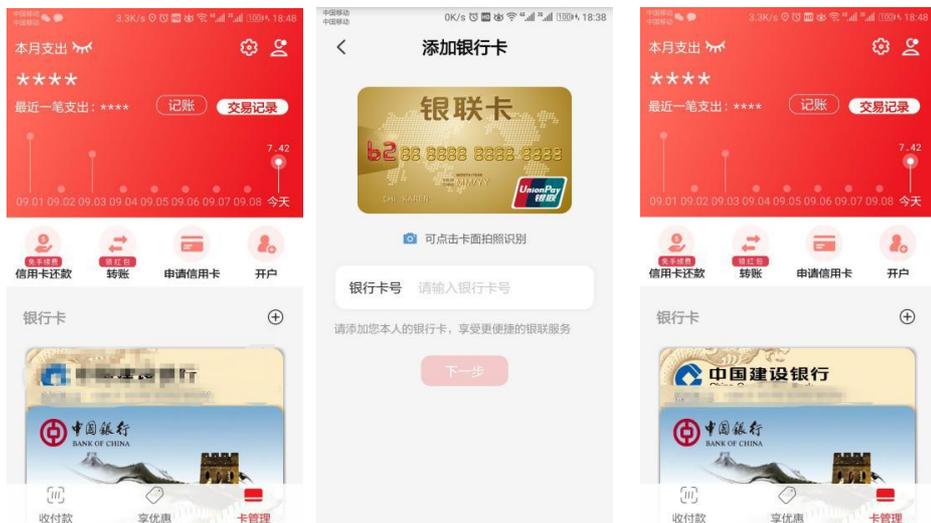


图 3-16 添加银行卡

最后：在超市、商场收银台出具付款码或扫描收款方的二维码，输入密码，就完成了整个支付过程。

## 延伸阅读

银联云闪付是银联专为移动互联网打造的统一品牌，围绕云闪付，银联建立了完整的产品体系，为四方模式生态系统下的发卡、收单、商户以及持卡人提供全方位的服务。2017年12月11日，中国银联携手商业银行、支付机构等产业各方共同发布银行业统一APP“云闪付”。

“云闪付”系列产品采用了云计算技术，银行卡关键信息的生成、验证、交易监控都在云端完成。云闪付汇聚科技智能、无缝连接等特点，它便捷安全，覆盖生活每个角落，也因此将让您的支付方式更加智能高效、畅通无阻。

云闪付包括了与银行、国内外手机厂商、通讯运营商等合作方联合开发的各类移动支付产品。云闪付旗下产品包括银联云闪付 HCE、银联云闪付 ApplePay、银联云闪付 SamsungPay、银联云闪付 HUAWEI Pay、银联云闪付 XIAOMI Pay、银联钱包等。

### （二）以第三方支付机构为主导

第三方支付是指具备一定实力和信誉保障的独立机构，通过与银行支付结算系统对接而促成交易双方进行交易的网络支付模式。

第三方支付机构是第三方支付这种支付方式得以实现所必需的媒介，是买卖双方在交易中的资金“中间平台”，其作用是在银行监管下保障交易双方的利益。2017年，第三方支付机构共处理移动支付业务2390亿笔，总金额达到105多万亿元，同比分别增长146.53%和106.06%。

目前国内最主要的第三方支付平台是支付宝和财付通。其中，支付宝是全球领先的第三方支付平台，成立于2004年12月，致力于为用户提供“简单、安全、快速”的支付解决方案。旗下有“支付宝”（针对电脑端）与“支付宝钱包（针对手机端）如图3-17所示”

（支付宝App版）两个独立品牌。

### 小提示

2018年中国的第三方移动支付领域，支付宝和财付通分别占49.9%和40.7%的市场份额。我们所熟悉的微信钱包、QQ钱包，它们的功能都是基于财付通实现的。微信支付、QQ钱包是前端产品，而财付通则是它们背后的平台支撑。



图 3-17 支付宝钱包

在进入移动支付领域后，支付宝迅速成为全球最大的移动支付厂商，为零售百货、电影院、连锁商超和出租车等多个行业提供移动支付服务。使用支付宝钱包等第三方移动支付平台进行移动支付的流程如下（见图 3-18）。

(1) 消费者在手机电子商务平台、现实商场、超市或者出租车等消费场景选购商品或服务。

(2) 支付时使用支付宝钱包支付（使用手机上的支付宝钱包扫码支付，或由电子商务 App 内跳转至支付宝 App 进行支付）。消费者在支付宝钱包上选择支付的银行卡（此卡已绑定支付宝账号，开通快捷支付功能），输入支付密码确认支付。

(3) 支付宝钱包将用户信息和支付请求转发到相关银行系统。

(4) 相关银行系统处理支付请求，从消费者银行账号扣款，并发送短信到消费者手机通知账户资金变动信息，同时将处理结果发送给支付宝钱包。

(5) 支付宝钱包收到支付成功的处理结果后向商户的支付宝账户转账。

(6) 商家支付宝账户资金到账后，便为消费者提供产品或服务。至此，消费者和商家之间的交易过程完成。

(7) 后续，银行会就消费者的支付行为、商家的提现行为等与支付宝钱包进行清算。

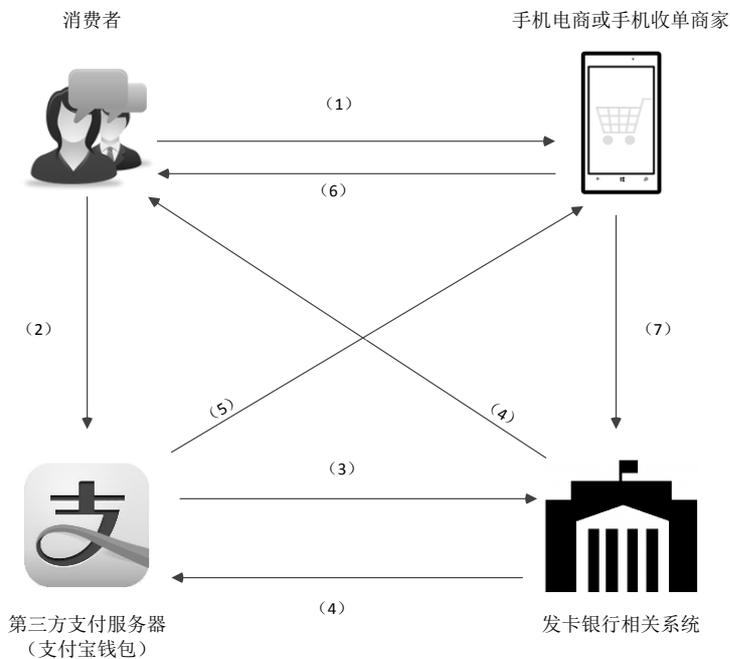


图 3-18 第三方移动支付交易流程图

### 三、移动支付使用的技术

中国移动支付常用的支付技术包括扫码支付、NFC 支付、虹膜支付、光子支付、声波支付 5 种方式。

#### （一）扫码支付

扫码支付就是扫描二维码进行交易支付（见图 3-19），这是当前应用最广泛的移动支付方式。扫码支付主要是第三方支付企业使用，如支付宝、微信支付等。目前，扫码支付已经渐渐成为移动电子商务的标配和基本。



图 3-19 扫码支付

#### （二）NFC 近场支付

NFC 近场支付（见图 3-20）是当前最安全的支付方式，是手机制造商切入移动支付的重要入口。NFC 近场支付的全过程不需要使用移动网络，也无须输入银行卡号和密码，因此被视为当前最安全的支付方式。但是应用 NFC 近场支付需要手机具有 NFC 功能。此外，还存在 NFC 成本高、手机厂商与线下实体门店存在弱关联，推广难等问题。



图 3-20 NFC 近场支

#### （三）虹膜支付

虹膜在人体中具有唯一性、稳定性、非接触性等特点，虹膜识别技术通过对比虹膜纹理特征之间的相似性，可有效确定人的身份，准确性和稳定性高于指纹和人脸识别，因此是目前世界上最精准、最安全的生物识别技术之一。目前第三方支付企业和商业银行都在积极尝试推广虹膜支付方式。



图 3-21 虹膜支付

2017 年 5 月，民生银行推出“虹膜支付”（见图 3-21），将虹膜识别技术应用于移动支付等多种支付场景，实现“眼神秒付”。本次民生银行的支付推广，是虹膜识别技术在中国支付领域的首次推广。

#### （四）光子支付

光子支付（见图 3-22）对硬件的要求较高，市场普及率较低。光子支付需通过手机闪光灯照射 POS 机上



图 3-22 光子支付

安装的光子感应器，进行交易信息的传输、识别和验证。这种支付方式无须网络和其他设备，因此安全性也比较高。但是光子支付对硬件要求高，需要手机具备闪光灯功能。除此之外，还需要收款方配备相应的光子感应器，目前此技术仅在个别城市试点运行。

#### （五）声波支付

声波支付（见图 3-23）是利用声波的传输，完成两个设备的近场识别。其具体过程是，在第三方支付产品的手机客户端里，内置有“声波支付”功能，用户打开此功能，用手机麦克风对准收款方的麦克风，手机会播放一段“咻咻咻”的声音，售货机听到这段声音之后就会自动处理，用户在自己手机上输入密码，售货机就会“吐出”商品。



图 3-23 声波支付

## 任务实施

### 为商店开通移动支付功能

在所有的交易中，商家都是与消费者发生交易的主体，没有商家的积极响应，很难想象移动支付会大范围的普及。商家愿意接受移动支付，主要是因为它可以降低交易成本、提高服务质量，从而促进销售额增长。

在商家应用移动支付时，通常有两种支付路径，一种是个人对个人的转账；另一种则是以商家的身份向消费者收款。下面以支付宝为例进行说明（微信支付的过程也大致相同）。

#### 一、个人对个人的转账

在线下的一部分支付场景当中（特别是路边摊或者小商贩），移动支付往往表现为消费者通过扫描商家的个人二维码所进行的个人转账。

步骤 1 在手机上进入支付宝钱包 App，其首页如图 3-24 所示。点击“收钱”按钮，进入收钱功能界面，图 3-25 所示。

步骤 2 获取收钱二维码图片。点击“保存图片”将收钱二维码图片保存到手机上。将图片从手机上传到电脑上，然后将其打印出来，张贴在收钱处即可。

步骤 3 设置固定金额的转账。“设置金额”功能可省去顾客输入金额的过程，方便顾客快捷转账。与顾客确认好交易金额后，商家可点击“设置金额”按钮输入交易的金额，顾客直接点击转账即可，如图 3-26 所示。



图 3-24 支付宝 App 首页



图 3-25 收钱功能界面



图 3-26 设置固定金额的转账

## 二、以商家的身份向消费者收款

除了个人转账外，商家还可以申请支付宝收钱码（需向支付宝付款 3 元钱）。通过收钱码功能，商家可管理和查看每天的收入清单；并且收钱和提现都不需要手续费；顾客在扫码支付时还可以获得由支付宝提供的奖励金，为商家带来更多销售额。

步骤 1 在收钱功能页面，点击“商家收钱”按钮，进入申请收钱码页面，如图 3-27 所示。填写好联系方式和邮寄地址后，点击“立即申请”按钮即可。

步骤 2 支付宝公司会向商家邮寄收钱码贴纸。此时，商家收钱功能区域出现“收钱码账单”和“更多服务”两个按钮。点击“收钱码账单”可查看通过收钱码进行的所有交易账单；点击“更多服务”可查看更多管理功能，如图 3-28 所示。



图 3-27 申请收钱码页面



图 3-28 “商家收钱”管理页面



步骤 3 在管理页面中，开通信用卡与花呗收款是一项较为重要的服务。点击“信用卡与花呗收款”按钮可进入开通此功能的页面，商家需上传营业执照和店铺门头照片。上传完成后点击“确认提交”即可，如图 3-29 所示。

#### 项目小结

本项目在第一个任务中主要介绍了移动银行的概念、类型及商业银行 APP 客户端的发展情况。在第二个任务中主要介绍了移动支付的相关概念，包括移动支付的含义、移动支付的类型、移动支付的主要支付模式及支付流程、移动支付的主要支付技术。

随着移动设备的普及和移动互联网技术的提升，移动支付以其便利性、快捷性优势覆盖了人们生活的各个场景，涵盖网络购物、公交缴费、转账汇款、商场购物的诸多领域。

移动支付的核心价值在于连接商户和消费者，以及积累商业数据。因此，移动支付的消费场景越全面，搜索的消费数据越多，对客户的画像就越精准，产生的商业价值就越高。

未来无论是商业银行，还是第三方支付，都会不遗余力地推进无现金社会的进程，通过提供便捷的支付服务将用户纳入自己营造的支付生态体系之中。在这种形势下，移动支付必将为移动电子商务提供更好的支持，为消费者提供更加良好的消费体验。

## 项目四 移动营销基础知识与微信营销

### 项目概述

对广大的企业而言，营销可称得上一个永远不变的话题了。不管是什么样的企业，或大或小，也无论是在哪个时代，是以前的纸媒时代，还是之后的互联网时代，都离不开营销的存在。而随着智能移动端的不断普及以及无线网络的不断成熟，带来了全新的移动互联网时代，移动营销自然也就开始进入企业的视线中，成为企业营销的新宠。

首先要知道的是，移动互联网时代的一大特征就是厂商信息能被轻易查询，用户的查询行为也可被追踪，从而可使厂商针对消费需求进行有效干预，并最终促使消费达成，而这也是移动营销给我们描述的未来。

随时随地的双向信息沟通的重点在于双向，即文章开始所说的“厂商信息能被轻易查询，用户的查询行为也可被追踪”，也就意味着广告界那个著名的论断：“我知道我的广告费有一半是浪费的，但我不知道是哪一半”在移动营销领域并不成立。因此移动营销是最容易衡量的营销形式。



### 引导案例

#### 陌陌：视频直播背后的移动营销潜力

陌陌近几年的视频直播业务（见图 5-1）为公司带来了巨大的收益，其移动营销业务似乎已被外界所忽视。事实上，陌陌在启动视频社交战略之后，增加了用户黏性的同时也为原生视频广告提供了优质土壤。2017 年一季度，陌陌移动营销业务营收 1790 万美元，去年同期为 1240 万美元，同比增长了 45%，陌陌的移动营销潜力正在逐渐被开发出来。

陌陌对移动营销的运用还处于初级探索阶段，但已经吸引了包括去哪儿、华为荣耀、阿里、腾讯等诸多品牌广告主，以及超过 5000 家的中小广告主。目前陌陌在移动营销上的玩法可以总结为“一绑三拖”模式：“一绑”是说绑定陌陌的社交基因，“三拖”则是指靠直播、视频和社交信息流的拖动。

陌陌在确定了移动社交营销的大方向后，利用直播、视频和社交信息流催生了更多场景化营销空间。例如，在与去哪儿和华为荣耀的合作中，陌陌就利用了 AR 表情、直播的互动弹幕功能，以及基于强社交关系的曝光传播。这些都是陌陌在直播、视频等业务上为移动营销开辟的利润中心。

网络直播广告的价值目前在陌陌上已经崭露头角，其“广告即内容”的表现形式贴近陌陌影响的主流年轻用户群，用户也喜欢这种有价值品牌和产品信息的推送。而且，陌陌直播的互动性非常强，实时性也非常高，用户与主播互动的过程也就是“内容即广告”的最佳曝光时机。例如，在锤子科技 CEO 罗永浩的直播中，陌陌就定制了坚果手机的礼品，用户送出的坚果手机会瞬间占满屏幕，达到一个视觉和信息覆盖上的双重效果。网络直播广告比传统展示广告更直接，也更让人记忆犹新。

移动营销活动能做到的最好结果就是用户在玩的过程中，品牌主实现了品牌曝光，而用户也从中收获了乐趣。



请思考：陌陌是一款手机社交 App，其视频社交战略大获成功的同时，还激活了以网络直播为载体的移动营销的潜力。那么，移动营销还包含哪些内容？与陌陌类似的微信是当前最为火爆的社交平台，在微信上又该如何进行移动营销？

## 任务一 了解移动营销

### 任务情景

陈默是一家杂志社的营销策划，近几年随着移动电子商务的兴起，他们公司已经在移动营销上开展了大量的工作，例如，开发了杂志社的手机网站、开通了手机订阅店铺、建设了杂志的手机 App 等。在接触移动营销的过程中，陈默不断听人提及大数据、社交媒体、网络直播等新概念，这使得陈默脑海中的移动营销概念不断丰富同时也更加复杂。为了适应新的营销场景，陈默觉得借鉴“今日头条”的移动营销成功案例，对移动营销进行细致的分析与学习，为更好地开展移动营销打下基础。

本任务就是来和陈默一起了解“今日头条”的移动营销特点，学习有关于移动营销的基础知识。

### 知识链接

随着移动互联网的发展及智能手机等移动设备的普及，消费者能随时随地访问互联网并进行购物活动，且在购物时还能使用移动设备搜索商品信息，以及与商家进行互动。对于企业来说，移动营销不仅即时、快捷、便利，而且有助于企业与消费者建立一对一的关系，为企业创造了建立或转变消费者品牌态度的崭新机会。

## 一、移动营销概述

移动营销(mobilemarketing)指面向移动终端(手机或平板电脑)用户,在移动终端上直接向细分目标受众定向(受众定向是指按人群来划分对广告的售卖和优化,它是在线广告中最核心的部分。受众定向是在线广告区别于线下广告最本质的部分。)和精确地传递个性化即时信息,通过与消费者的信息互动达到市场营销目标的行为。



图 4-2 移动营销

移动营销(如图 4-3 所示。)早期称作手机互动营销或无线营销。移动营销是在强大的云端服务支持下,利用移动终端获取云端营销内容,实现把个性化即时信息精确有效地传递给消费者个人,达到“一对一”的互动营销目的,从而最大限度地达成传播目标。

## 二、移动营销的模式

移动营销的模式,可以用“4I 模型”来概括,即: Individual identification (分众识别)、 Instant message (即时信息)、 Interactive communication (互动沟通)和 I (我的个性化)。

分众识别:即移动营销基于手机进行一对一的沟通。由于每一部手机及其使用者的身份都具有唯一对应的关系,并且可以利用技术手段进行识别,所以能与消费者建立确切的互动关系,能够确认消费者是谁、在哪里等问题。

即时信息:移动营销传递信息的即时性,为企业获得动态反馈和互动跟踪提供了可能。当企业对消费者的消费习惯有所觉察时,可以在消费者最有可能产生购买行为的时间发布产品信息。

互动沟通: 移动营销“一对一”的互动特性,可以使企业与消费者形成一种互动、互求、互需的关系。这种互动特性可以甄别关系营销的深度和层次,针对不同需求识别出不同的分众,使企业的营销资源有的放矢。

我的个性化:手机的属性是个性化、私人化、功能复合化和时尚化的,人们对于个性化的需求比以往任何时候都更加强烈。利用手机进行移动营销也具有



图 4-3 个性化营销

强烈的个性化色彩，所传递的信息也具有鲜明的个性化，如图 4-3 所示。

从移动营销的 4 个特征可以看出，“互动”是移动营销的核心；“一对一”是移动营销的最大特点，它使得客户关系管理与维护变得更加精细化了；“个性化”和“及时性”则是移动营销的外在显著表现，资讯、社交、游戏、工具、金融等手机应用均因个体的选择而极具个性化色彩，使得移动营销的表现出类拔萃。

### 经典案例

#### 微信卖水果月入 4 万

在创业大军里现在出现了很多大学生的身影，许熠就是其中一个。许熠观察到日常生活中很多女生每个月至少会花 50 元买水果，所以他在微信上开了一家叫做“优鲜果妮”的水果店。



一开始许熠的“优鲜果妮”一天只有一笔订单，这么惨淡的业绩让许熠和同学开始研究微营销的做法。他们了解到微营销最基本的条件就是要有一定数量的好友，于是他们将二维码打印出来做成海报，去宿舍楼、食堂还有教学楼分发；利用课间休息的时间在各个教室播放 10 分钟的“优鲜果妮”宣传短片。经过 3 个月的推广，许熠的店铺吸引到了快 5000 个忠实粉丝。

这些粉丝大多数是校内学生，所以许熠针对这个群体的特点，推出了“考研套餐”、“情侣套餐”、“土豪套餐”等个性化的产品来吸引粉丝的注意。此外，他还在自己的微信公众号上增设了其他生活服务功能，比如添加天气预报和失物招领等，这样在一定程度上增加了粉丝粘度。现在，许熠的“优鲜果妮”已经达到月入 4 万的业绩。

### 三、移动营销的载体

在移动营销的发展过程中，传播营销信息的载体也随着网络技术的发展而变化。

从最开始的短信、彩信广告，到后来的手机 APP，再到微博、微信，直到当今网络直播平台上的移动营销也正在悄然兴起。

### （一）手机短信、彩信

手机短信、彩信广告是移动营销最原始的传播载体。这种传播方式从新奇到被厌恶再到习以为常，已渐渐地被很多手机用户所接受。因为其具有一对一、成本低、覆盖率高等特点，仍然被一部分广告主所青睐。手机短信、彩信广告以临时活动或者商品信息为主。

### （二）App

App（见图 4-4）就是指安装在智能手机上的应用软件，是手机用户连接移动互联和使用智能手机的各种应用的重要助手。广告主既可以在 App 上发布营销信息，也可以建设一个功能性的 App 来为消费者服务，以达到树立企业品牌形象的目的。



图 4-4 APP 营销

### （三）手机网站

手机网站是指用 WAP（无线应用协议）、HTML5 技术和 WML（无线标记语言）编写的专门用于手机浏览网页的网站，通常以文字信息和简单的图片信息为主。随着技术的发展，手机网页浏览器和 PC 电脑网页浏览器越来越类同，使用手机网站营销可以达到和 PC 电脑网站营销一样的效果。从发展潜力米说，手机网站的传播力度更大、成本更低、客户针对性也更强，有着十分明显的优势。

要注意的是，由于移动设备的屏幕尺寸明显小于标准台式计算机，同时移动网络速度并不稳定，因此，确保向移动用户提供良好的访问体验对于手机网站营销来说非常重要。

### （四）二维码

二维码当前已经应用得十分广泛，并渗透到餐饮、购物、超市、汽车、IT、传媒和旅游等多个行业，用户只要用手机扫描二维码（见图 4-5）



图 4-5 二维码营销

就可以轻松地与商家建立联系。企业也可以通过二维码向自己的特定目标客户群传递商务信息，为移动营销的实现提供了非常便利的条件。可以说，二维码是移动营销最重要的技术手段之一。

### （五）微信

微信是一款兼具强关系交流和弱关系信息发布功能的多体交流平台，具有实时沟通、企业宣传、群发消息、自动回复等功能，是针对多层次用户的必备交流工具之一。目前微信营销发展势头迅猛，配合微信支付，已经成为最主要的移动营销信息传播载体。本项目后续的任务将对微信营销进行详细说明。

### （六）网络互动直播

网络互动直播由视频营销发展而来。早期的视营销成本居高不下，许多人无力承担创意到拍摄再到后期处理的巨大成本。随着智能手机性能的不不断提升，任意一部智能手机都可以提供较为清晰的摄像功能，因此网络互动直播开始获得迅速发展。

直播互动营销由于能与观众即时互动，从而打消观众对产品的疑虑，使产品在观众心目中建立良好形象，再配合适时放出的商品购买途径，观众很有可能即时买单。例如图 4-6 中的直播博主如果适时曝光某美食产品，再适时推出店铺链接，那么她的粉丝就有很大的可能点击链接并下单。

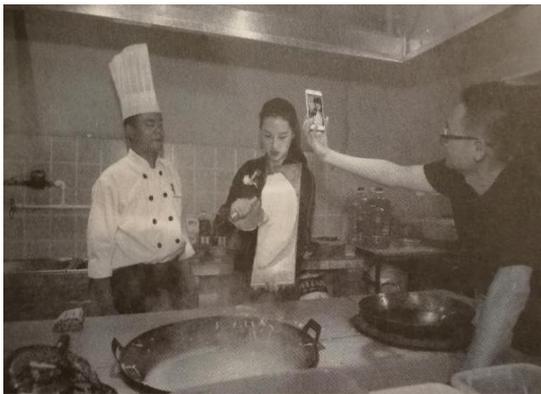


图 4-6 网络互动直播

## 任务实施

### 分析今日头条的移动营销

今日头条是一款基于数据挖掘的消息推送 APP，它为用户推荐有价值的、个性化的信息，是国内移动互联网领域成长最快的应用之一。今日头条于 2012 年 8 月发布第一个版，截至 2016 年 10 月底，今日头条激活用户数已经超过 6 亿，月活跃用户数超过 1.4 亿，日活跃用户数超过 6600 万，单用户日均使用时长超过 76 分钟、日均启动次数的 9 次。另外，截至 2016 年 11 月底，已有超过 39 万个个人、组织开设头条号。下面分析一下今日头条的移营销。

步骤 1 使用手机登录应用商店下载今日头条 APP 并安装，打开今日头条 APP 后的界面如图 4-7 所示。

步骤 2 点击页面底部的“未登录”按钮，进入今日头条账号设置页面，如图 4-8 所示。继续点击“更多登录方式”按钮可见到有手机号直接注册（见图 4-9）、微信账号登录、QQ 账号登录、微博账号登录、天翼账号登录、邮箱登录等多种登录形式。

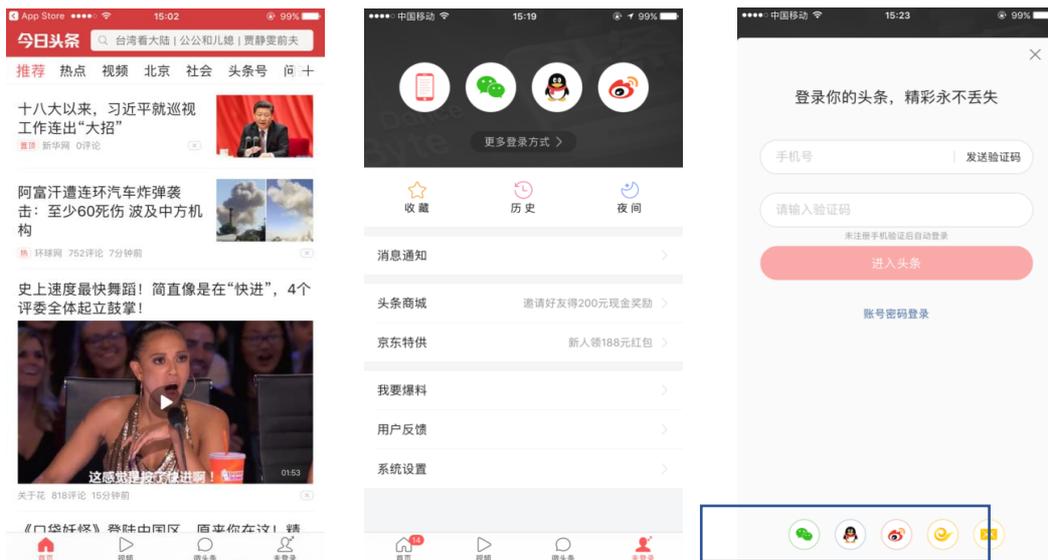


图 4-7 今日头条首页 图 4-8 今日头条账号设置界面 图 4-9 今日头条账号登录界面

【分析】今日头条的多平台登录机制使得今日头条 App 可以轻易获取用户关联信息。

作为一个刊物类的手机应用，应该以多渠道的宽松注册和用户体验为原则，因为用户并没有阅读新闻还要注册登录的习惯。宽松的注册和用户体验能够让更多的人有意愿注册账户并登录，App 就能够获得更多的用户信息并尽可能与用户的社交账号产生关联。

步骤 3 本例选择使用微博账号登录。今日头条 App 会要求打开微博并授予授权。登录账号后，账号设置页面即显示与微博账号名称、头像一致的头条账号，如图 4-10 所示。

步骤 4 在账号设置页面中，可以看到“头条商城”和“京东特供”，其后还显示了促销活动的广告词。“头条商城”为今日头条平台自建的微商城，点击栏目名称进入头条商城页面，如图 4-11 所示。

步骤 5 点击“京东特供”可进入“京东网上商城”，如图 4-12 所示。



图 4-10 账号设置页面 图 4-11 “头条商城”页面 图 4-12 “京东特供”

【分析】植入在线购物，为网上商城引流。

在刊物类 App 中植入在线购物链接，既可以为 App 增加购物功能，丰富用户的使用体验；还可以开拓手机在线销售渠道，为自建或合作方的网上商城引入流量，实现流量的价值转化。

步骤 6 返回今日头条首页，可以自由进入相关新闻频道寻找自己感兴趣的新闻。也可以通过刷新“推荐”栏目，阅读由今日头条系统推荐的新闻。今日头条会对用户的行为进行分析，然后精确推荐用户感兴趣的新闻。

【分析】用户行为分析，精确新闻推荐，增加客户对今日头条的黏性。

今日头条（见图 4-13）共有八大推荐方式：

(1) 基于文章主题相似性的推荐：通过获取与用户阅读过的文章相识的文章进行推荐。

(2) 基于相同城市的新闻：对于拥有相同地理信息的用户，会推荐与之相匹配的城市的热门文章

(3) 基于文章关键词的推荐：对于每篇文章，提取关键词，作为描述文章内容的一种特征，然后与用户阅读或搜索历史的文章关键词进行匹配推荐。

(4) 基于站内热门文章的普适性推荐：根据站内用户阅读习惯，找出热门文章，对所有没有阅读过该文章的用户进行推荐。

(5) 基于社交好友关系的阅读习惯推荐：根据用户的站外好友，获取站外好友转发评论或发表过的文章进行推荐。

(6) 基于用户长期兴趣关键词的推荐：通过比较用户短期和长期的阅读兴趣主题和关键词进行推荐。

(7) 基于相似用户阅读习惯的列表推荐：计算一定时期内的用户阅读或搜索动作的相似性，进行阅读内容的交叉性推荐。

(8) 基于站点分布来源的内容推荐：通过用户阅读的文章来源分布为用户计算出 20 个用户喜欢的新闻来源进行推荐。

可以看出，今日头条采用多种的用户行为及用户状态分析，对用户推荐最合适的新闻。能够让用户及时阅读到最新的、感兴趣的、对用户有用的新闻，从而增加客户对今日头条的黏性。

步骤 7 在阅读新闻的同时，今日头条的用户还可以对新闻发表评论，如图 4-14 所示或者将新闻分享至社交网络，如图 4-15 所示。撰写过评论后，将会在今日头条账号中生成一条动态。返回今日头条账号设置页面，点击账号区域的“动态”按钮可以查看自己发表过的评论，点击“粉丝”按钮可以查看关注自己的粉丝信息，如果对某个头条号感兴趣，还可以通过点击图 4-14 中页面上方的“关注”按钮，进行关注，如图 4-16 所示。

**【分析】** 社交因素引入。

作为新闻推送类型的 App。今日头条也大胆引入了社交因素，让读者能够在阅读完新闻后对新闻本身或者阅读感受进行评论和转发。

步骤 8 在阅读新闻的过程中，不经意间还可以发现在新闻条目中添加了广告位，如图 4-17 所示。

**【分析】** 合理的广告位设计。



图 4-13 今日头条



图 4-14 为新闻写评论 图 4-15 利用社交平台转发新闻图 4-16 添加好友



图 4-17 新闻条目中的广告

在移动营销中，如何巧妙地推出自己要推出的内容也是有很多技巧的。在新闻条目中添加广告位，通过简单的标题和图片展示商品的内容，然后通过“广告”标识指明这是一条广告。这种设计即给用户一种提示，获得了用户的理解，并且对用户新闻阅读也不会造成障碍，用户不会反感。

## 任务二 微信朋友圈

### 任务情景

蒋怡然是一名时尚达人，她非常喜欢时装和美食，经常在微信朋友圈发布一些自己的生活照片。在蒋怡然的微信好友当中，有很多人都将其视为时尚的“风向标”，当她的某一件衣服或者某一款化妆品被展示在朋友圈，都会引来别人的关注。

最近蒋怡然开了一家微店，她发现利用微信朋友圈推广商品的效果非常好。这几天，她精心挑选了微店中的一款洗面奶商品，通过微信朋友圈进行推广后，立即就将其打造成了店铺的爆款商品。

本任务就是来和蒋怡然一起完成这款洗面奶的微信朋友圈推广活动，同时了解微信的部分功能及微信朋友圈营销的先关知识。

### 知识链接

微信营销是伴随着微信的火热而兴起的一种适合企业或个人的移动营销方式。使用微信的双方不存在距离的限制，用户注册微信后，可以与任何同样注册为微信用户的“朋友”形成一种联系，并从朋友那里获取自己所需的信息。在这个过程中，商家通过为用户提供需要的信息，同时推广自己的产品，从而实现一对一的营销。

#### 一、微信的功能与营销应用

微信（见图 4-18）是由腾讯公司于 2011 年 1 月 21 日推出的一款为智能终端提供即时通信服务的免费应用程序。微信支持跨通讯运营商、操作系统平台，通过网络快速

发送免费（要消耗少量网络流量）语音、视频、图片和文字，同时，也可以使用通过共享和流媒体内容的资料和基于位置的社交插件“朋友圈”、“扫一扫”、“摇一摇”、“附近的人”等服务插件。

据腾讯公布的 2016 年年度业绩报告显示，微信月活跃用户数已达 8.89 亿；腾讯移动的月活跃及日均支付交易笔数均超过 6 亿；年轻人平均有 128 个好友，工作后的好友数量则会增加 20%。这些数据充分展现了利用微信进行营销活动的巨大前景。

##### （一）微信的功能

在微信的主界面有“微信”“通讯录”“发现”“我”4 个模块。通过右上角的“加号”按钮可进行快捷添加好友等常用操作，如图 4-19 所示。

微信：在“微信”中会显示接收到的信息。



图 4-18 微信

通讯录：在“通讯录”中可以使用“添加朋友”功能，并可以搜索已添加的好友、公众号、群聊等联系地址。

发现：在“发现”中主要有朋友圈、扫一扫、摇一摇、附近的人、漂流瓶、购物、游戏等社交、网购、娱乐功能，如图 4-20 所示

我：在“我”中主要是账号信息、相册、收藏、钱包、卡包、表情、设置等个人账号管理功能。在设置里还可以从“通用”栏目下查看“功能”选项，添加或停用系统配置的基本功能，如图 4-21 所示



图 4-19 添加朋友



图 4-20 “发现”功能



图 4-21 “我”功能

## (二) 微信的营销应用

微信中可以用来进行营销活动的功能大部分集中在微信“发现”模块与微信公众平台两个区域。其中，微信公众平台是微信为企业或个人营销专门建立的互动平台。

(1) 微信朋友圈。通过朋友圈推广品牌或产品是微商创业的主要形式。由于只对熟人社交链展示广告，朋友圈营销具有较高的信任度，商品销售因此变得更加简单直接。

(2) 扫一扫。扫一扫功能是微信创业中 O2O 商业模式落地的重要接口。通过扫一扫功能，微信用户可进行付款、加好友、获得商品链接等操作。

(3) 附近的人。通过附近的人的功能，商家可以将自己的产品或优惠信息通过名称或签

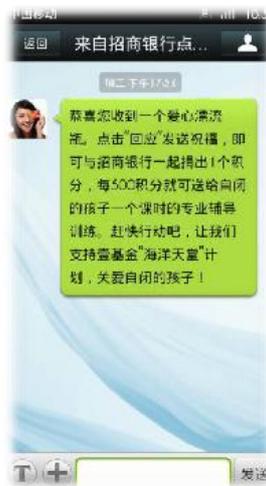


图 4-22 招商银行“爱心漂流瓶”

名展示出来，当客户通过附近的人查看这些营销信息时，就有可能吸引客户到店消费。

(4) 微信漂流瓶。微信漂流瓶是把营销信息放进漂流瓶里扔出去，用户主动捞起来就得到营销信息，微信漂流瓶采用随机方式来推送消息，简单且易用，适用于已有较大知名度的产品或品牌进行营销，以漂流瓶作为媒介来与客户进行互动。例如，招商银行就曾利用“爱心漂流瓶”与微信用户开展互动活动，取得了不错的效果，如图 4-22 所示。

(5) 微信公众平台。在微信公众平台上，每个用户都可以打造一个属于自身的微信公众账号，并在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音等的全方位沟通和互动。公众平台是企业进行微信营销的绝佳营销工具和互动平台。微信公众平台营销将在后续任务详细介绍。

### 三、微信朋友圈营销

腾讯曾经公布数据，微信中流量的 80%来自朋友圈，利用微信朋友圈进行商品营销已是微信生活中的一道日常“风景线”。

实际上，微信朋友圈营销是一种很典型的强关系营销。强关系营销中的“强关系”一词是指个人的社会网路同质性较强（即交往的人群从事的工作、掌握的信息都是趋同的），人与人的关系紧密，有很强的情感因素维系着人际关系。在强关系营销中，营销活动能够使用户免去购买环节中“考虑”与“比较”的环节。而直接进入“体验”与“购买”的环节，从而大大减少营销的传播时间，能够更好地达到营销的目的。

在朋友圈中进行营销信息发布时，对于发布的营销信息的内容必须谨慎，如果不进行思考就随意发送内容，只会引起朋友的反感而造成不好的效果。

信息内容不宜过长：在朋友圈中，发布的信息内容如果太长，朋友圈默认会将多余的字自动收起，而且移动端用户在看朋友圈内容的时候，也懒得点开查看黑压压一片的文字内容。所以在发送内容的时候，需要考虑好发送内容的字数。

内容表达尽量图文并茂：网络上常有一句话：“有图有真相”。在朋友圈进行营销活动，图片是极为重要的“道具”。在朋友圈中发送的内容最好配合使用

产品图片或者其他相关图片，这样可以增加信服感，并且好的图片也可以对营销内容进行更好地说明。

信息发送不宜太频繁：持续发送朋友圈营销信息会为朋友带来一些阅读上的影响。如果发送信息的频率过高。那么往往会因为信息太过冗杂而被直接忽略，更有

甚者，会选择直接屏蔽这些朋友圈信息或举报。一般，发送营销消息一天不要超过4次，再多就会给别人留下不好的印象。

产品种类不宜过多：如果在朋友圈中发送的产品种类过多，就没办法给用户留下主体印象，很难产生记忆点。最好发送几个精品商品，并且处于同一类别的商品分类中。

## 任务实施

使用微信朋友圈推广一款洗面奶产品，产品信息等素材可在网上自行搜索。

### 一、编辑好个人信息

开展微信朋友圈营销活动之前，首先要做的是编辑好个人信息。完善的资料信息和一个清晰的产品诉求，是任何一种营销方式必备的基础。做微信朋友圈营销，至少让添加的朋友看到你的头像、名称和签名等能直接反映出你是做什么的，然后才会看你朋友圈发送的内容对他们有没有帮助。微信个人信息的设置方法如下：

头像：具有自己的特色，最重要的是具有信任感，所以尽量用自己的真人头像。

名字：微信通讯录排序规则是：星标好友，然后是根据首字拼音排序。名字排在越前面，越方便客户快速寻找到你；也可以用真实名字，显得更加具有信任感。

个性签名：让好友能清晰地了解你的业务范畴。

步骤1 登录微信，点击“我”模块，然后点击如图4-23所示的个人信息设置栏。

步骤2 在个人信息设置页面中，将头像替换成一张女生生活照（照片素材可从网上自己搜索图片）。然后依次设置名字、性别、地区和个性签名等项目，设置内容如图4-24所示。



图 4-23 点击个人信息栏      4-24 设置合适的个人信息

## 二、添加好友

虽然微信的用户很多，但是如果不将别人添加为自己好友，那么再高的人气也与你无关。因此在编辑好个人信息之后，还要添加尽可能多的好友，这些好友就是营销的对象。

步骤 1 使用“添加朋友”功能。可点击“通讯录”模块，然后点击屏幕右上角的“添加好友”按钮打开，也可采用“微信”模块右上角的快捷方式打开（见 4-19）。

步骤 2 进入“添加朋友”页面，可以在文字框中输入账号直接进行账号查找。除此之外，还可以通过“雷达加好友”“面对面建群”“扫一扫”“手机联系人”来获取微信好友。最后还可以通过点击“公众号”按钮来搜索想要关注的公众平台账号。

步骤 3 在搜索框中输入朋友的账号或手机号码以后，点击下方的“搜索”按钮，打开“详细资料”页面，页面中会显示好友的基本资料，点击“添加到通讯录”按钮。

步骤 4 进入“朋友验证”页面，在此页面中可添加问候语和设置查看朋友圈的权限。设置完成后，点击“发送”按钮。对方同意后，可在“微信”模块接收到对方消息，点击“消息”按钮进入对话框，确认添加好友即可。

## 三、撰写信息内容

在利用朋友圈营销宣传的时候，首先要搞清楚微信好友普遍的喜好，或者自己要达到什么样的宣传目的，再来定位发布内容。

信息内容应该主要是和商品相关，也可以偶尔发布一些无关的（一些段子或生活情景）内容最好是你的目标好友感兴趣的东西，或者是能够给他们带来一定帮助的话题。尽量将自己塑造成一个积极向上的、幽默的、鲜活的、有个性的人，而不是一个消极、负面的、低级趣味的一个人。一般在发布内容时，有自己编写内容和转发内容两种形式。

步骤 1 点击“发现”模块，进入朋友圈。点击右上角的“相机”按钮后，点击选择“从手机相册选择”按钮，从手机相册中选择准备好的广告素材图片，然后编写如下广告词：**【露姬婷】摩洛哥黏土洗面奶——“肌肤污垢吸尘器”**。“泥”的三大功效：① 泥的吸附能力，能去除肌肤表面污垢，净化毛孔，清理角质垃圾。② 强力泡沫，平衡肌肤油脂分泌，调节油脂分泌过剩，肌肤清爽透气。③ 补充肌肤微量元素，如图 4-25 所示。最后点击“发送”按钮。信息发布在朋友圈的效果，如图 4-26 所示。

步骤 2 发布一条与商品无关的信息及“洗面小知识.jpg”，如图 4-27 所示。



图 4-25 编辑营销信息



图 4-26 显示在朋友圈的信息



图 4-27 发布一条小知识信息

#### 四、规划信息发布时间

信息发送的时间选择上也有技巧。发送信息需要利用不同的时间段，不能同时发送六、七条信息。信息发送的时间见表 4-28 中所示的内容。

对于自己编写的内容每天都可发送，转发链接文章则控制在一条，毕竟没有人喜欢一个拼命刷屏的微信好友。

发送时间	选择理由
早上 8 点左右	新的一天的开始，很多用户醒来很期待朋友圈更新的内容，更重要的是很多人上班的路上可以浏览
中午 11 点半到 12 点半	这段时间为用户午餐或准备午休的时段，也是忙碌一上午后的休息时间，很多用户会选择用这段时间收发信息，在朋友圈和粉丝互动
晚上 7 点到 9 点	此时间段很多用户已经吃完饭、散完步回到家里躺在沙发或床上看电视，也是一天中最放松和最无聊的时间段，朋友圈也是打发时间的地方

表 4-28 信息发布的适宜时间

#### 五、信息的群发

当我们需要推送一些需要很多好友知道，但又不方便推送到朋友圈的消息时，一个一个通知好友会非常浪费时间，这时就可以用到微信的群发消息功能。

步骤 1 在“我”模块中，依次点击“设置”>“通用”>“功能”，在已启用的功能区域中点击“群发助手”栏目，然后点击“开始群发”按钮，进入群发助手页面。

步骤 2 在群发助手页面底部，点击“新建群发”按钮，进入选择收信人页面，

选中需要发送消息的联系人，然后点击“下一步”按钮。

步骤 3 在群发编辑页面中的文字输入框中输入消息内容，点击“发送”按钮即可。

## 任务三 微信公众号营销

### 任务情景

微信公众号是企业移动互联网环境下进行互动营销最重要的营销工具之一。建设微信公众号对于企业的意义类似于网络营销中的企业官网，是微信营销的必备内容。

小张是一个经济新闻网站的推广专员，他所在的营销部门也准备推出具有大众化、易读性等特点，偏重电子商务资讯和交易内容的订阅号。王博的部门经理把建设微信公众账号的任务交给了他，同时让他学习微信公众号营销的方法。

本任务就来和王博一起建立一个微信订阅号，撰写并发送一篇推送文章，在此过程中学习微信公众号营销的相关知识。

### 知识链接

#### 一、微信公众号的概述

微信公众平台简称公众号，相对于微信来说，微信公众平台更类似于微博，大量的粉丝可以单向关注一个企业账号，这个企业账号相当于一个“广播站”，具有弱关系信息发布功能。微信公众平台可以说是一个移动的专业化营销平台，它综合了品牌宣传 and 产品销售两大功能。

微信用户可以申请适合自己的微信公众号，通过各种途径吸引粉丝，然后与粉丝积极互动或展开营销活动以达到宣传产品、树立品牌形象等推广目的；除此之外，企业用户还可以通过直接在微信公众平台上开设微店，增加网上销售渠道。

目前，微信公众平台有 4 种账号分类，分别是服务号、订阅号、企业号和小程序。其中前三者在微信营销中被应用得最为广泛。

##### （一）微信服务号

根据微信公众平台官网的说明，微信服务号主要侧重于服务交互（类似 114，提供服务查询），认证前后都是每个月可群发 4 条消息。例如，“北京移动”服务号，如图 4-28 所示。

微信服务号多适用于大企业和商户，利用服务号的展现能力和功能、开发优势来进行企业所需要的在线客服、在线商城、在线支付等服务。在服务号中开通微信支付权限后可开设微店。

## （二）微信订阅号

微信订阅号主要侧重于为用户传达资讯（类似报纸杂志），认证前后都是每天可以群发一条消息，如图 4-29 所示。

## （三）微信企业号

微信企业号主要用于公司内部通信使用，需要先进行通信信息验证才可以成功关注企业号，如图 4-30 所示。

选择公众平台账号之初，企业需要将自身需求与账号类型进行匹配，比如，如果想简单地发送消息，达到宣传效果，建议选择订阅号；如果想进行商品销售，进行商品售卖，建议申请服务号；如果想用来管理内部企业员工、团队，对内使用，建议申请企业号。

目前，选择账号类型之后，订阅号通过微信认证资质审核通过后有一次升级为服务号的入口，升级成功后类型不可再变：服务号则不能变更为订阅号，3 种账号的功能区别如图 4-31 所示。



图 4-28 “北京移动”服务号 图 4-29 “一条”订阅号 图 4-30 某公司企业号

订阅号、服务号、企业号功能区别介绍						
帐号类型	订阅号		服务号		企业号	
业务介绍	为媒体和个人提供一种新的信息传播方式，构建与读者之间更好的沟通与管理模式。		给企业和组织提供更强大的服务与用户管理能力，帮助企业实现全新的公众号服务平台。		帮助企业和组织内部建立员工、上下游合作伙伴与企业IT系统间的连接。	
适用人群	适用于个人和组织		不适用于个人		企业、政府、事业单位或其他组织	
功能权限	普通订阅号	微信认证订阅号	普通服务号	微信认证服务号	普通企业号	微信认证企业号
消息直接显示在好友对话列表中			✓	✓	✓	✓
消息显示在“订阅号”文件夹中	✓	✓				
每天可以群发1条消息	✓	✓				
每个月可以群发4条消息			✓	✓		
无限制群发						
保密消息禁止转发					✓	✓
关注时验证身份					✓	✓
基本的消息接收/回复接口	✓	✓	✓	✓	✓	✓
聊天界面底部，自定义菜单	✓	✓	✓	✓	✓	✓
定制应用					✓	✓
高级接口能力		部分支持		✓		部分支持
微信支付——商户功能		部分支持		✓		✓

图 4-31 微信公众平台账号的区别

## 二、微信公众账号的管理

注册并登录微信公众平台账号后，就可以进入微信公众平台的后台。微信公众平台管理及营销都在后台进行。微信公众平台的后台很简洁，主要的管理功能有消息管理、用户管理和素材管理（左下角），如图 4-32 所示。



图 4-32 微信公众平台

### （一）消息管理

关注公众平台的粉丝在聊天对话框中发送的对话信息将被收录到消息管理中，方便运营者进行即时的在线服务。

### （二）素材管理

微信公众平台可以通过后台的用户分组和地域控制，实现精准的消息推送。公众账号可以群发文字、图片和语音 3 个类别的内容。发送过的或者保存的推送内容会出现在素材管理当中，运营者可以进行相应的操作。

### （三）用户管理

用户关注公众账号就会出现在用户管理当中，运营者可用进行相应的管理。微信用户管理下默认有“星标用户”的分类。运营者可以通过点击如图 4-33 中的“新建标签”按钮新建其他分类，然后就可以将用户添加至相应分类或者为用户修改备注。

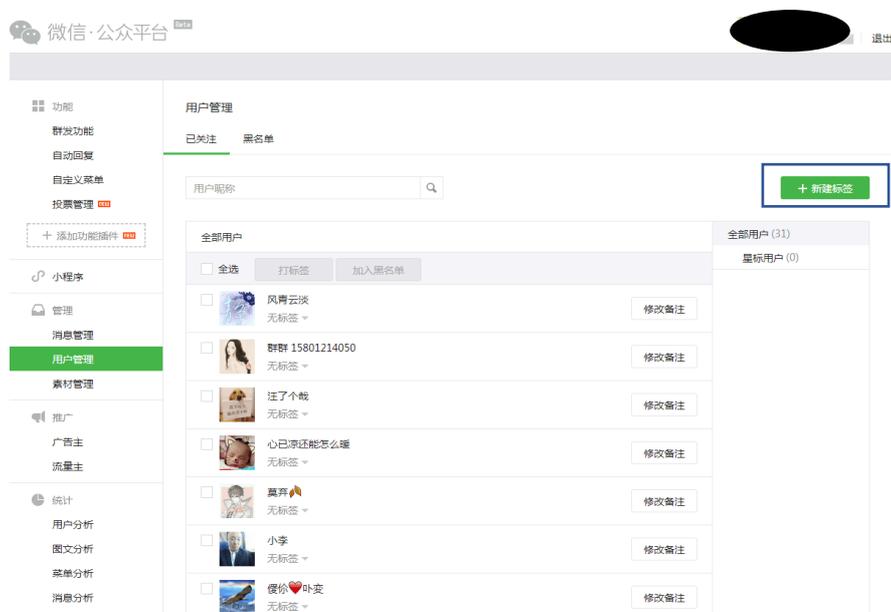


图 4-33 用户管理平台

## 三、微信公众号的商务服务

在创建微信订阅号和微信服务号以后，可以获得以下商务功能：个人品牌营销宣传、首次关注图文推送、自动回复、在线客服、在线支付、微信开店、数据统计、客户管理等。其中，最常用的就是微信开店、在线服务和在线宣传功能。

### （一）微信开店

微信公众号获得微信开店功能的前提是需要具备 3 点：账号类型必须是服务号；

必须通过微信认证；必须获得微信支付功能。因此，微信订阅号和企业号无法获得微信开店的功能，在这种情况下，个人开店者多数会选择微商城等途径开店。

### （三）微信公众号的在线服务功能

（四）微信公众号在线服务功能的应用有两种形式，一种是使用自定义菜单设置一个超链接，在微信公众号中镶嵌一个普通的在线客服，如图 4-34 所示；另一种是和微信本身输入框实现对接的微客服（前提是账号已经通过微信认证），如图 4-35 所示。

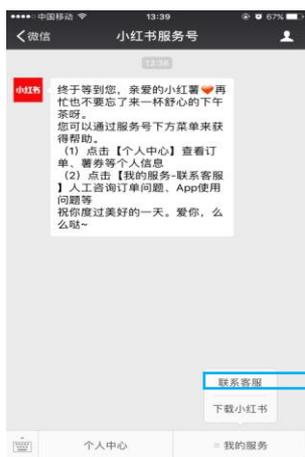
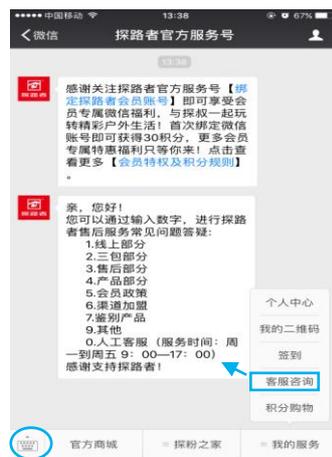


图 4-34 小红书服务号在线客服



图 4-35 探路者微信在线客服



### （三）微信公众号的在线宣传功能

微信公众号目前能够应用的广告形式多种多样，除了传统的软文广告、硬广文章之外，还有广点通、Banner 广告、视频广告等。

**广点通：**微信为广告主开通了关注公众号系统的广告位，也就是微信公众号末尾 Banner。号主称之为流量主，品牌主称之为广告主。

**软文广告：**这是目前公众号的主流广告形式，常见于顾爷、深夜发媧、广告狂人、王中左右、咪蒙、文摇和故宫淘宝等优质公众号中。其最大优点是广告易于被粉丝接受，甚至会形成一种期待感，观众们或许也有兴趣想一探究竟，看看广告会以什么形式出现在文章的什么地方。

**硬广文章：**这类广告的优点就是“简单粗暴”，坏处是阅读体验和转发率差，而且容易掉粉。

**视频广告：**此种广告较为少见，通常出现在视频推送内容中，通常是制作一个短片，融入品牌文化或者介绍产品优点。因为是口播+品牌露出，所以效果相对好于

banner 广告，但要这种广告形式要考虑到成本问题。此广告类型仅适应于视频类公众号，比如一条、二更等。

昵称评论：就是将自己的昵称变成广告语，然后对热门微信文章进行评论。稍不留神可能就进入了精选评论中被置顶到评论区的上方，免费搭了一把“顺风车”。当然，若想提高入选率，需要对相关文章有深刻的理解和独到的见解。

## 任务实施

### 创建微信公众号并推送图文

创建订阅号，经营订阅号来吸引粉丝关注，从而进行相关的营销活动。

#### 一、创建微信公众平台订阅号账号

步骤 1 在浏览器中登录微信公众平台官网：<https://mp.weixin.qq.co> 在页面顶部点击“立即注册”超链接，进入微信公众平台注册页面。

步骤 2 进入订阅号创建流程第 1 步，填写基本信息，输入邮箱、密码、验证码等信息后，勾选“我同意并遵守《微信公众平台服务协议》”右侧的单选框。然后点击“注册”按钮。

步骤 3 进入订阅号创建流程第 2 步，邮箱激活。登录注册邮箱后，按新邮件中的提示激活账号。

步骤 4 进入订阅号创建流程第 3 步，选择类型。这里点击选中订阅号区域，然后点击“选择并继续”按钮，如图 4-36 所示。最后，在提示窗口中点击“确定”按钮。



图 4-36 选择公众平台账号类型

步骤 5 进入订阅号创建流程第 4 步，信息登记。用户可根据自身条件选择账号的类型，本例点击选择“个人”类型，如图 4-37 所示。然后根据提示在下方“主体信息登记”和“运营者信息登记”区域中填写个人资料，如图 4-38 和 4-39 所示。最后点击“继续”按钮，在弹出的提示窗口中点击“确定”按钮。



图 4-37 用户信息登记

步骤 6 进入订阅号创建流程第 5 步，填写公众号信息。主要是为公众号设置账号名称，并撰写功能介绍，如图 4-40 所示。最后点击“完成”按钮，注册账号完毕。



图 4-38 主体信息登记



图 4-39 运营者信息登记

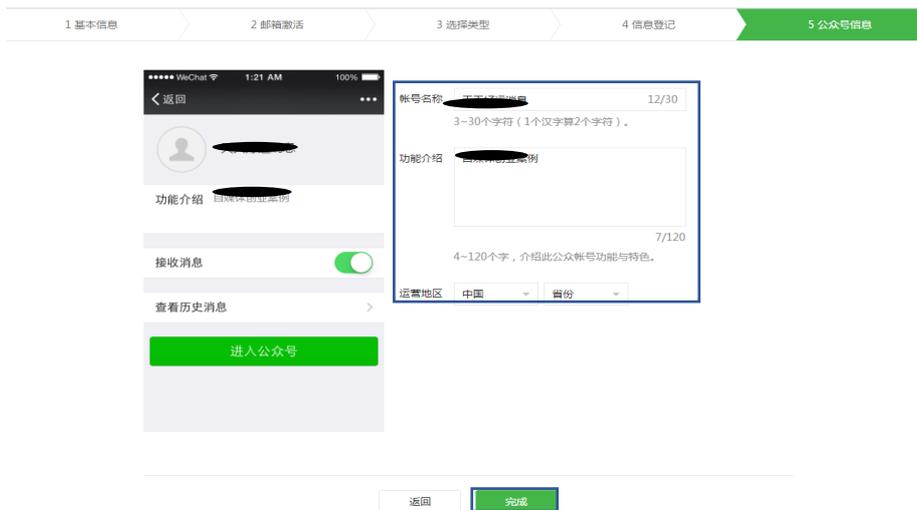


图 4-40 填写公众号信息

## 二、推送图文消息

步骤 1 登录申请好的微信订阅号账号，进入微信订阅号后台。点击“群发功能”按钮，进入群发界面，如图 4-41 所示。



图 4-41 微信订阅号后台管理页面

步骤 2 在“新建群发消息”区域中，可以设置“群发对象”“性别”“群发地区”等对消息推送的对象进行选择。在“群发对象”设置栏的下方是编辑对话框，可以选择信息的类型，如果选择发送图文消息，则点击右侧的“新建图文消息”按钮。新建图文消息按钮可以选择“自建图文”和“分享图文”，如图 4-42 所示。



图 4-42 群发功能页面

步骤 3 点击“自建图文”进入图文消息编辑区，如图 4-43 所示。

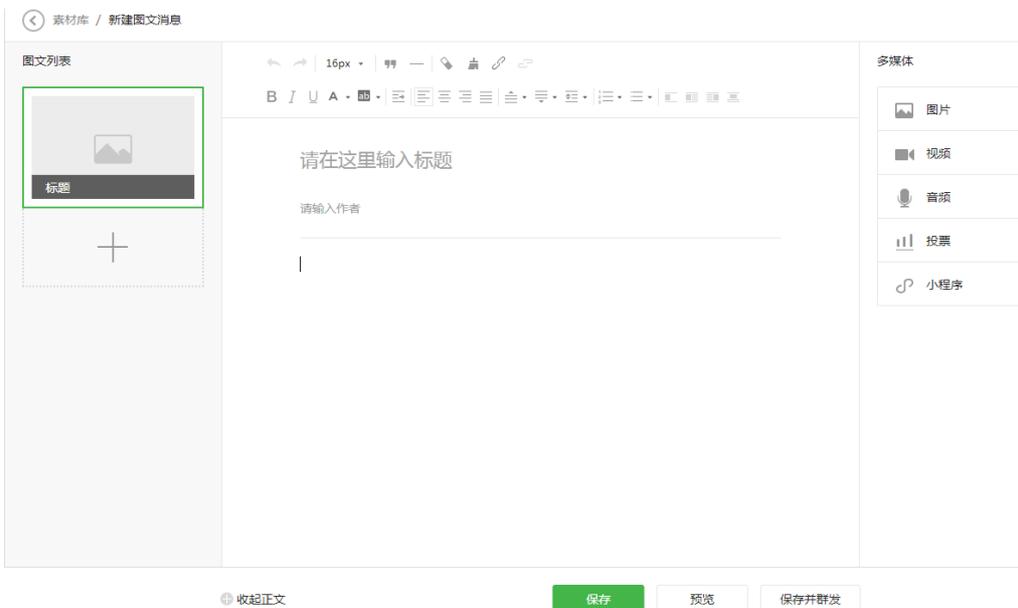


图 4-43 自建图文消息编辑区

步骤 4 对图文消息的标题、作者、正文内容等进行编辑。根据经济新闻网站订阅号的定位，此处以推送一篇名为《2017 年 Q1 中国厂商占印度手机市场份额近 50%》的文章为例，在标题栏输入此标题，作者一栏输入“小张”。

步骤 5 编辑消息正文可以借助一些微信编辑器工具。一个合格的新媒体编辑必须掌握多种微信编辑器的常规操作，如图 4-44 所示。

微信编辑器名称	网址
135 编辑器	http://www.135editor.com
易点编辑器	http://www.wxeditor.com
非找你编辑器	http://editor.fzn.cc/
96 编辑器	http://bj.96weixin.com

图 4-44 常用微信编辑器

各编辑器的使用方法可以阅读网站新手教程，本例暂不详细说。

步骤 6 通过微信编辑器可以为标题、正文文字、关注引导、图文布局等添加丰富的样式和特效，以 135 编辑器为例，其可添加的样式如图 4-45 所示。将推送文章内容经过微信编辑器加工后再复制到编辑框中。

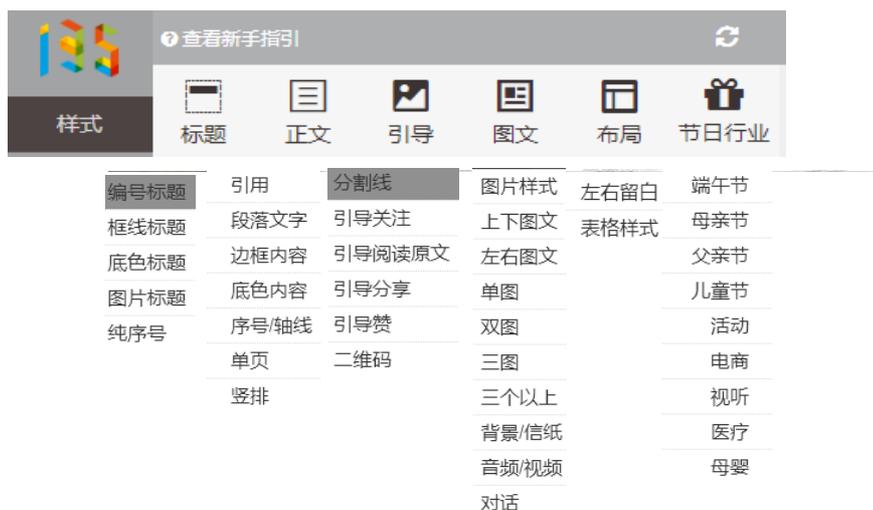


图 4-45 135 编辑器的样式

步骤 7 在图文消息中插入诸如图片、视频等多媒体素材时，需要先将图片素材上传到图片素材库中。本例点击 4-43 中右侧多媒体区域的“图片”按钮，在“选择图片”对话框中点击“本地上传”按钮。将本书下载好的图片上传到图片素材库后点击“确定”按钮即可。编辑效果如图 4-46 所示。



## 2017年Q1中国厂商占印度手机市场份额近50%

王博

新朋友点击上方蓝字“经济新闻网”快速关注

“ 根据CMR的“2017年第一季度印度手机市场回顾”，第一季度印度手机行业收入3462.95印度卢比，和前一季度比下降8%。 ”



图 4-46 经过编辑器加工后的文字效果

步骤 8 信息正文编辑完成后，还需要对留言权限、原创声明、封面、摘要等进行设置，如图 4-47 所示。设置完成后可点击“预览”按钮将图文信息发送给指定的微信账号进行手机端的预览，如图 4-48 所示。确定内容无误、排版无差错、是否美观等，如果不满意可继续重新编辑，最后点击“保存并群发”按钮即可。



图 4-47 设置留言权限、封面和摘要等内容 图 4-48 发送到手机进行预览

### 三、设置自动回复的内容

订阅号自动回复功能可以通过添加自动回复的内容及关键词来达到自助服务用户的目的，一定程度上能够减少人工回复的工作量，提高服务的效率。目前微信订阅号的自动回复包括了3个方面：被添加自动回复、消息自动回复和关键词自动回复。

步骤1 在微信订阅号后台点击功能区域下的“自动回复”超链接，进入自动回复设置页面，如图4-49所示。



图4-49 自动回复设置页面

**被添加自动回复：**是用户首次关注订阅号后，系统自动发给用户的图文信息，一般是欢迎类的文字内容，会用拟人的口吻告诉用户自己能给用户提供的帮助。

步骤2 在“被添加自动回复”编辑框下输入“感谢您的关注！”点击“保存”按钮即可。

**消息自动回复：**此功能是在用户发送非关键词的文字时系统发送给用户的消息，一般为希望用户翻阅历史消息或者遇到问题时可以留言及拨打客服电话等提示。

步骤3 点击“消息自动回复”选项卡，在编辑框中输入如图4-50所示的文字，然后点击“保存”按钮即可。

**关键词自动回复：**对于已经建立的关键词，用户只要回复关键词或者包含关键词的相关内容，系统就会自动回复已经设置好的内容。



图 4-50 设置消息自动回复内容

步骤 4 点击“关键词自动回复”选项卡，继续点击“添加规则”按钮，打开关键词自动回复编辑框。在框中填写关键词的规则名、关键词、回复内容，如图 4-51 所示。关键词虽然可以填写多个，但是为了保证回复的准确性，一般只设置一个，至于回复内容，可以是文字、图片、语音、视频，也可以是图文，由运营者视内容而定。填写完毕后点击“保存”按钮即可。



图 4-51 设置关键词自动回复内容

#### 四、进行消息管理

微信公众平台最多为运营者保存最近 5 天客户发送过来的消息，所以一定要对

未回复的消息尽快回复，不然很有可能漏掉用户的消息，造成用户的不满。

步骤 1 回到微信公众号后台，点击功能导航中的“消息管理”超链接，进入消息管理页面，如图 4-52 所示。在消息管理页面可以查看全部消息。



图 4-52 消息管理页面

步骤 2 系统设置了多种查找条件，有“时间排序”“留言总数排序”“精选留言总数排序”等。查看消息时，对于重要的消息可以点击“五角星”按钮  进行收藏；对于需要回复的消息则点击“小箭头”按钮  即可。

### 项目小结

本项目主要介绍了移动营销的定义及其理论，对移动营销的传播载体进行了简单说明；介绍了微信的基本功能和微信的营销应用，详细分解了微信朋友圈营销中需要用到的各种基本功能和发布朋友圈消息的具体操作；还对微信公共平台的账号类型和管理功能进行了简单介绍，重点讲解了微信公众号的创建和发布图文消息的过程和方法。

## 项目五 移动电子商务安全管理

### 项目概述

几年前，手机网络在许多人的印象中还像是一个“世外桃源”可如今，随着移动互联网的普及手机网络已经覆盖了大部分的地区，成为人们上网的主要方式。移动互联网固然方便，但同时也滋生了危险，一方面是各种真伪难辨的消息铺天盖地而来；另一方面是用户的个人信息悄无声息地被泄露。因此，提高移动电子商务的安全性，消除移动用户的安全隐患，是移动电子商务健康稳健发展的基本前提。



### 引导案例

手机网络安全事件呈高发态势“测测前世”竟是钓鱼链接

随着移动互联网的发展，手机网络安全事件正呈高发状态，除了冒充“10086”等伪基站短信发的链接，类似“测一测你的前世”等一些有趣的应用链接，也可能藏有盗取用户个人信息的木马程序。

浙江市民钱先生的手机不久前收到一条显示号码为“10086”发来的信息：“你的手机积分可以换取 270 元钱、可以上网提现”，并附有网址链接。在按提示输入了姓名、电话、农业银行卡号和密码后，钱先生卡里的 7948 元被提走了。

在这起系列案件中，犯罪嫌疑人冒充中国移动客服 10086，在浙江等多地通过伪基站向手机用户发送“10086 积分兑换现金”活动的链接，非法盗取近 200 万元人民币。

除了伪基站短信，利用手机和移动互联网应用程序的漏洞，进而盗取用户信息乃至获利的案件，其手法也在不断翻新。

利用用户猎奇心理，“测测你的前世是什么人”等小应用程序通过微信平台广泛传播，在骗取用户授权后，疯狂盗取个人信息。安全专家认为，正是利用用户的猎奇心理和对微信平台的信任，一些包含木马的钓鱼网页才会具有强大的传播力，一些用户的信息正是通过所谓的授权认证而泄露的。

安全专家还表示，因流量不足而到处寻觅免费 WiF 的手机用户，也要避免接入无须验证的公共 Wi-Fi。一旦连入“黑网”，就有可能因信息泄露而蒙受巨大损失

安全专家最后提醒，手机丢失后，应第一时间冻结与移动支付相关联的银行卡账号、支付宝等，此外，也不要将自己的身份证扫描件存在移动终端上，以免被不法分子利用。

### 请思考

随着移动互联网的普及，我们迎来了一个没有时间、空间乃至硬件限制的网络时代。但就如同曾经的PC互联网时代，黑客、病毒等各类安全威胁也都如约而至。那么移动互联网时代到底面临哪些安全威胁？在电子商务活动过程中，又该如何进行安全管理（见图5-1），从而避免损失？



图 5-1 手机网络安全

## 任务一 了解移动电子商务面临的安全威胁

### 任务场景

周大铭经过不断深入的学习，对移动电子商务的认识逐渐深入。他敏锐地发现，智能手机已经成为第一大上网终端，移动电子商务也已经进入大部分的消费场景，然而移动互联网及智能终端的安全问题也随之大量暴露出来，严重地制约着移动电子商务的发展。

在探讨解决移动电子商务安全问题之前，必须先了解移动电子商务面临哪些安全威胁。周大铭通过统计和浏览最近发生的移动电子商务安全案例对此进行了简单调查。

本任务是在浏览一些移动电子商务安全案例的同时，分析移动电子商务安全面临的主要威胁。

### 知识链接

总体而言，移动电子商务安全面临的主要威胁体现在以下几个方面。

#### 一、无线窃听

在移动通信网络中，所有的网络通信内容（如移动用户的通话信息、身份信息、位置信息、数据信息，以及移动站与网络控制中心之间的信息等）都是通过无线信道传送的。而无线信道是一个开放性的信道，任何拥有适当无线设备的人均可以通过窃听无线信道而截获上述信息（见图5-2）。

无线窃听会导致通信信息和数据的泄漏，而移动用户身份和位置信息的泄漏会导致移动用户被无线追踪。这对无线用户的信息安全、个人安全和



图 5-2 手机窃听

个人隐私都构成了严重威胁。

## 二、漫游安全

在无线网络中，当用户漫游到攻击者所在的一定区域内时，在终端用户不知情的情况下，信息可能被攻击者窃取和篡改，网络服务也可能被拒绝。中断交易后，由于缺少重新认证的机制，通过刷新使连接重新建立会给系统带来风险。没有再认证机制的交易和连接的重新建立是危险的，连接一旦建立，多数站点将不再重新认证和重新检查证书，因此，此漏洞极易被黑客攻击。

## 三、身份冒充

在移动通信网络中，移动站（包括移动用户和移动终端）与网络控制中心，以及其它移动站之间不存在任何固定的物理连接（如网络电缆），移动站必须通过无线信道传送其身份信息，以便网络控制中心及其他移动站能够正确鉴别它的身份。当攻击者截获一个合法用户的身份信息时，他就可以用这个身份信息来假冒该合法用户入网发送诈骗信息。此外，攻击者还可通过冒充网络控制中心，如在移动通信网络中假冒基站以欺骗用户，骗取用户身份信息（见图 5-3）



图 5-3 身份冒充

## 四、完整性侵害

完整性侵害指网络攻击者截取信息，并私自修改、删除、插入、重传合法用户的信息或信息数据的过程。完整性侵害可以通过信息的修改阻止用户双方建立连接，也可以欺骗接收者相信收到的已被修改的信息是由原发送者传出的未经过

修改的信息，还可以通过阻止合法用户的身份信息、控制信息或业务数据传输，从而使合法用户无法享受正常的网络服务。

## 五、物理安全侵害

物理安全侵害是指在使用移动终端的过程中受到人为或自然因素的危害而使信息丢失、泄露和破坏。对终端设备采取的安全技术措施包括受灾防护、区域防护、设备防盗、设备防毁、防止线路截获、抗电磁干扰和电源保护等。

## 六、RFID 被解密

RFID 技术（射频识别）目前应用得越来越广泛，例如手机上安装了此技术后便

可成为电子钱包，在消费时直接通过手机进行付费等。一旦 RFID 被解密，将会对用户资金造成极大威胁，见图 5-4。



图 5-4 RFID 被解密

### 七、软件病毒

软件病毒在这里主要指的是手机病毒（见图 5-5），无论桌面网络系统还是移动网络系统。都不可避免地会面临软件病毒造成的安全威胁。用户被感染软件病毒后，移动终端便会出现这样或那样的问题，进而导致用户信息泄露、资金损失、硬件损毁等严重后果。

### 八、SIM 卡被复制

SIM 卡也被称为用户身份识别卡和智能卡，包括 SIM 卡（标准卡，尺寸 25mm\*15mm\*0.8mm）、Micro SIM 卡（小卡，尺寸 12\*15mm\*0.8mm）和 Nano SIM 卡（小卡，尺寸 12.3\*8.8mm\*0.7mm）。SIM 卡在计算机芯片上存储了移动电话客户的数字信息、加密的密钥，以及用户的电话簿等内容，可供 GSM 网络客户进行身份鉴别。据报道，全球最少有几亿部手机的 SIM 卡存在安全漏洞，导致黑客可以从远端复制 SIM 卡，并盗取 SIM 绑定的银行账号内的资金。



图 5-5 手机病毒

### 九、业务抵赖

业务抵赖是指交易的一方在业务发生后否认业务的发生以逃避责任。在移动电子商务中，这类安全问题包括两个方面：一方面，交易双方的买方收货后否认交易，企图逃避付费；另一方面，卖方收款后否认交易，企图逃避付货。

## 十、移动电子商务平台的运营管理漏洞

移动电子商务平台是买卖双方实现交易的必须场所，如果该平台出现运营管理方面的漏洞，自然会对移动电子商务的开展造成安全上的威胁。移动电子商务平台运营管理漏洞可能导致的安全威胁有：

**服务篡改：**移动商务平台管理方如果因为工作疏忽或人为攻击，造成平台运营管理的服务遭到篡改，导致移动电子商务的某些业务无法开展或错误开展，这样就有可能使交易双方都受到损失。

**账号被盗：**账号是平台交易双方身份认证的有效手段，如果因运营管理不善导致账号被盗，则交易双方将遭到严重的损失。

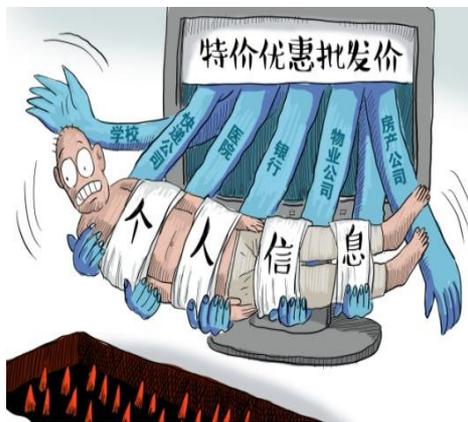


图 5-6 垃圾短信骚扰

**资料泄露：**当平台交易双方不需要公开的信息，由于电商平台管理不善而遭到泄露时，将对交易双方都产生一定的影响。当客户资料被泄露出去后，最直接的表现就是客户会收到垃圾短信的长期骚扰（见图 5-6）；而客户也将不再信任该平台。



### 任务实施

### 分析移动电子商务安全案例

步骤 1 阅读下面几个案例，认识移动电子商务安全面临的各类威胁。

#### 【案例一】滴滴后台车辆信息改“劳斯莱斯”吓跑多名乘客

贾师傅是一名滴滴司机，有一天他在接单时突然发现自己的车辆信息被篡改了，贾师傅的车原本是一辆红色的菲亚特，而在手机上滴滴司机端的车辆信息里，他的车一会变成劳斯莱斯，一会又变成兰博基尼，车牌号却是正确的（见图 5-7）。

劳斯莱斯幻影，市价 700 万左右的豪车做滴滴快车，想想就觉得奇怪。贾师傅说，这一信息让匹配的滴滴乘客十分费解，后来还是他打电话过去跟乘客解释了一番，对方才安心地来坐了他的菲亚特。

无法统计因为车辆信息被篡改而吓跑了多少乘客，但贾师傅觉得，大家肯定会对他的身份产生疑惧，从而不选择乘坐他的车辆。而且

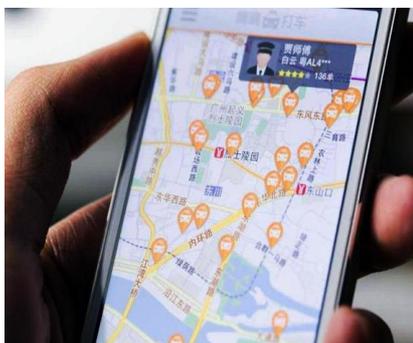


图 5-7 “劳断菜所”

在这期间，贾师傅还收到了疑似“幕后黑手”的短信。

贾师傅说：“有一个陌生号码发短信过来说，厉害呀，还在跑，劳斯莱斯，没人投诉你啊，哈哈，服务分直线下降了吧。今天都跑了一天了，该休息了，注意啊，后台都能看到你工作时长。”

贾师傅说，自己被这样的恶作剧折腾得心情都糟透了，因为这件事情，还严重影响了生意。事后贾师傅找到滴滴公司更正了自己的信息，日常工作这才恢复了正常。

### 【案例二】大学生研究复制手机信息技术 诈骗团伙借此疯狂盗取 500 万元

警在南京市公安局刑侦局反通信网络诈骗大队里，有民警会经常浏览一些网站、论坛，寻找与网络诈骗有关的信息（见图 5-8）。民警在一个网站的论坛上发现了一个十分火爆的帖子，细看之后引起了民警的关注。

发帖人表示，偶然有一天意外发现，其银行卡账户里竟然少了 40 万元。再一查发现，这 40 万元是连续在几个晚上分多笔金额转出的，每笔金额 5 万元。而据发帖人说，自己的银行卡与自己的手机号码绑定，转账的话必须要输入手机收到的短信验证码，可自己的手机就在身边，也没有收到任何验证码短信。

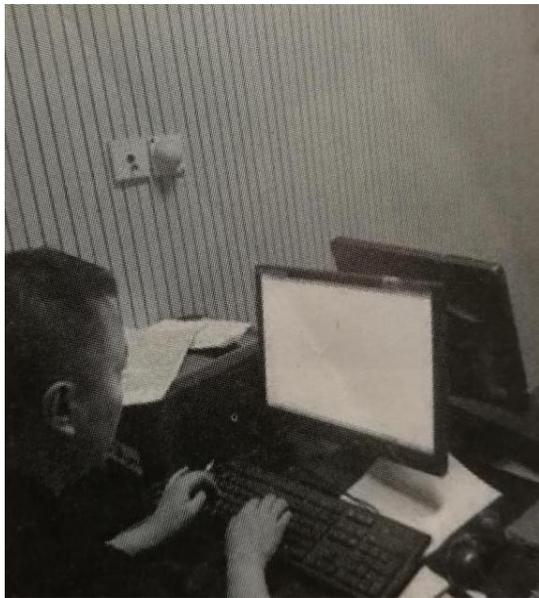


图 5-8 民警寻找与网络诈骗有关的信息

一开始，按照该民警多年的办案经验，认为出现这样的情况，很可能是手机不慎中了木马病毒导致的。但发帖人称自己是某大公司专门搞手机软件的工程师，很肯定地表示自己的手机没有中过任何木马病毒。当民警将这一情况向刑侦局领导汇报后，领导表示，这很可能是一种新型诈骗手法，必须要搞清楚。

几个月后，警方通过侦查锁定修某、廖某为此案的重大嫌疑人，并很快将涉案的修某、廖某抓获。办案民警介绍，经过审查，在此案中的修某以前就是网络诈骗

的惯犯，几年下来，修某觉得这样还是来钱太慢，就在网上、群聊里留言，称自己要寻找能够快速获取他人手机信息的人。不久，正在南京某大学读大二的 22 岁徐州人廖某看到这个留言后，与修某取得了联系，表示自己可以研究这样的技术。很快，修某就为廖某购买了需要的技术研究设备，而廖某也潜心研究，并将研究的进展及时向修某通报。

据办案民警介绍，廖某是个偏才，对手机有着十分浓厚的兴趣，从他 14 岁开始就天天进网吧，上网看与手机相关的信息，甚至到一些国外网站去了解研究。到南京上大学后，父母给他的钱，他几乎都用来买与手机相关的东西。案发后民警将廖某抓获的时候，发现其屋内摆放着一屋子的各式各样的手机。

廖某到案后交代，是他利用自己的计算机技术及对手机的了解，通过不断尝试，在网上获取了一些受害人的手机信息，最终复制了他人的手机卡。而修某手中则有不少公民的个人信息，包括姓名、手机号码、银行卡卡号等，随即修某在南京的高档酒店里，利用廖某获取的信息，在深夜里实施诈骗

首先，修某在网上登录受害人的银行卡，利用短信验证码的形式修改密码，而银行发送来的短信验证码都发到了修某复制的这张手机卡上。修某在修改密码后，这张银行卡俨然就成为他自己的了，想把里面的钱转到哪就能转到哪。

这次诈骗成功后，修某和廖某照葫芦画瓢，连续运用此类手段实施诈骗，涉案总金额高达 500 万元。

### 【案例三】不法分子用“手机分享网址无法直接查看域名”特征实施诈骗

2017 年 6 月，国内首个警民联合的网络诈骗信息举报平台猎网平台发布安全播报称，不法分子诈骗又出新花招，借“用手机分享网址无法直接查看域名”特征实施诈骗。

江西赣州的刘先生最近想在二手网站淘个 iPhone，没想到便宜货没买成反而遭遇钓鱼网站被骗了 999 元。

刘先生反映说，他用手机上网浏览时看中了一款一手 iPhone 手机，商品特别注明了买家要通过 QQ 与卖家进行联系。刘先生添加对方 QQ 后，经历了一番讨价还价最终以 999 元的价格成交。

“价格修改好了，你点这个链接付款就可以了。”由于手机分享的链接无法直接查看域名，好不容易讲好价的刘先生还以为自己捡了个大便宜，根本没察觉到异常，毫无警惕地点开了对方发来的链接并付了款。之后，刘先生发现卖家将自己拉黑。且刚刚的付款页面再也打不开时，刘先生才意识到受了骗。

安全专家分析后发现，骗子巧妙地使用了手机浏览器打开页面再分享后会隐藏网址的特征，一般人很难察觉域名的异常。

他介绍说，以往不法分子行骗时会直接复制钓鱼网址发给用户，但用户根据域名很有可能察觉到网站是假的，如今，骗子又绞尽脑汁地想出了“用手机分享网址无法直接查看域名”的新花招，再加上他们假扮卖家“尽职尽责”的演技，行骗成功率很高。

为避免上当受骗，安全专家提示网民，网购时尽量通过官方渠道联系卖家，支付过程也要选择正规的第三方支付平台，不要轻信陌生人发来的支付链接。

步骤 2 试着以书面形式指出以上 3 个案例分别属于哪一种安全威胁。通过这些案例，总结一些保护移动电子商务安全方面的经验。

## 任务二 了解手机病毒的危害和防治

手机病毒和计算机病毒一样，大多数也是人为制造出来的，“手机黑客”炮制“作品”后，让其在手机之间扩散，对手机产生破坏，有些病毒纯粹是恶作剧，如让手机不断出现某种怪异的铃声，但有些病毒则是以窃取机密资料或银行账号信息为目的。

### （一）病毒的定义

手机病毒（见图 5-9）是在手机上的一种可执行程序，和其他计算机病毒一样具有传染性和破坏性。目前普遍认可的手机病毒定义是参照计算机病毒进行阐述的：以手机为感染对象，以手机网络和计算机网络为平台，通过发送病毒短信、彩信、电子邮件、浏览网站、下载铃声等形式攻击手机，破坏手机功能或者破坏数据，

造成手机状态异常，影响手机正常使用的一种新型病毒。

### （二）手机病毒的危害

#### 1、对手机终端的危害

随着移动宽带网的发展，手机涉及的功能和范围也越来越广，包括各种付费业务及手机银行等安全性要求较高的业务，因此手机病毒一旦爆发，会给人们带来很



图 5-9 手机



图 5-10 手机

大的影响和损失。目前的手机病毒对终端的影响主要包括以下几个方面：

(1) 攻击硬件：消耗手机内存或修改手机系统设置，导致手机无法正常工作。

(2) 窃取信息：窃取手机上保存的机密数据（见图 5-10），或修改、删除和插入移动终端中的数据，破坏数据的真实性和完整性。随着智能手机逐渐普及，越来越多的人把手机作为存储个人信息的重要载体，使其不可避免地成为黑客的攻击对象。

(3) 恶意利用：中毒后的手机登录 QQ 号、微信号、游戏号等，会自动散播一些不良的信息和图片，甚至会乱发病毒给 QQ 好友。黑客盗取 QQ 等社交帐号后还会群发诈骗信息和虚假广告给好友。

## 2. 对移动网络的危害

手机病毒也会像计算机病毒一样，向整个网络发起攻击，攻击类型主要分为以下两种

(1) 攻击和控制通信“网关”：致使手机通信网络运行瘫痪，手机通信网中的“网关”是有线网络与无线网络间的联系纽带，作用就像互联网中的网关和路由器等设备。手机病毒可以利用网关漏洞对手机网络进行攻击，使手机不能正常工作。

(2) 攻击 WAP 服务器：随着移动通信技术的发展，手机病毒会利用各种各样的方式发起对移动网络的攻击，利用通信协议中的漏洞攻击网络，通过发送大量的垃圾数据和消耗无线资源，使正常业务被拒绝。

## (三) 手机病毒的防治

防范手机病毒带来的危害，需要手机用户、移动通信运营商、手机制造商和安全软件生产商多方的共同努力。

### 1、手机用户

作为手机用户要提高安全防范意识，可以从以下几个方面来预防手机病毒：

(1) 留意一些乱码电话、未知短信和彩信等手机异常情况。不要从未知来源的网站下载应用和信息等。

(2) 目前手机交换数据的主要方式包括数据线、（见图 5-11）存储卡、红外线、蓝牙和 Wi-Fi 等，用户使用时需要注意保障数据来源的安全性。

A. 数据线和存储卡：属于接触性传输，需要确保接触源的安全性，不要在不安全的接口使用数据线和存储卡，以免交叉感染。



图 5-11 移动端数据

B 红外线：属于短距离传输，如果不常用这些连接，应尽量保持关闭状态。此外，还需要注意数据来源的可信性，不接受未知的连接请求，不要随意打开未知文件，图片和应用等。

C. 蓝牙和 Wi-Fi：拥有保护措施，可以有效防范未经授权的数据进入手机，如蓝牙可以设置连接认证的 PIN 码，Wi-Fi 可以设置更复杂的访问密码。

(3) 安装手机杀毒软件或手机卫士，及时更新病毒库和诈骗号码数据库，通过手机卫士等 APP 防范手机病毒或诈骗来电。

## 2、移动通信运营商

由于手机病毒的传播必须依靠网络，因此手机的杀毒重点应放在网络层面，最直接有效的办法就是让网络运营商进行网络杀毒。国内反病毒专家认为，手机防病毒应该由网络运营商牵头，如果缺少网络运营商的防御环节，仅有防病毒厂商和手机终端厂商防御，则仍然存在安全隐患，属于治标不治本。

## 3、手机制造商

手机制造商可以做的防御工作主要包括

(1) 可以为用户提供手机固件或操作系统的升级服务，通过对漏洞的修补来提高防范病毒的能力。

(2) 通过系统对第三方软件进行认证的方式来提高安全性。

(3) 手机在出厂之前，在内部捆绑反病毒软件，为用户提供最基本的安全服务。

## 4、安全软件生产商

安全软件生产商可以做的防御工作包括：

(1) 结合手机的特点，推出更有效的手机反病毒软件，能针对手机进行全面快速的病毒扫描和准确的实时监控，保护用户的智能手机及所存储数据的安全

(2) 将存储卡或手机直接与个人计算机相连，利用个人计算机上的杀毒软件进行查杀操作。优点是个人计算机上的杀毒软件功能全面，查杀能力强，可以彻底、完全地清除系统内的病毒；缺点是不能实时查杀。

(3) 提供无线网络在线杀毒，能够较好地做到杀毒能力和实时查杀的兼顾。

对手机病毒应坚持预防、查杀相结合的原则：不随意查看乱码短信，不随意下载手机软件，不



图 5-12 腾讯手机管家

随意浏览危险网站，不随意接受陌生人的红外和蓝牙请求等。一旦手机感染病毒，应尽快选择专业权威的杀毒软件进行查杀（见图 5-12）。

### **项目小结**

本项目介绍了移动电子商务所面临的安全威胁并举例说明如何防止移动电子商务安全威胁的发生。

手机是目前应用最广的移动终端，手机病毒则是严重威胁移动终端安全和网络安全的最大“敌人”。防范手机病毒带来的危害。需要手机用户、移动通信运营商、手机制造商和安全软件生产商多方的共同努力。