

教材成果：

序号	教材名称	出版社	出版时间	印刷册数
1	《新媒体营销应用实战》	人民邮电出版社	2024-06-01	1200
2	《财税基础》	中国铁道出版社	2023-12-01	1000
3	《商务数据分析与应用》	江苏大学出版社	2021-11-01	1000

1.徐征、张璐主编《新媒体营销应用实战》（人民邮电出版社）



图书在版编目(CIP)数据

新媒体营销应用实战：微课版 / 徐征, 张璐主编.
— 北京: 人民邮电出版社, 2024.6
(新媒体·新传播·新运营系列丛书)
ISBN 978-7-115-63751-2

I. ①新… II. ①徐… ②张… III. ①网络营销
IV. ①F713.365.2

中国国家版本馆CIP数据核字(2024)第035265号

内 容 提 要

本书突出“以应用为主线, 以实战技能为核心”的编写特点, 系统阐述了新媒体营销的基础知识、应用技巧和实战方法。

本书共10章, 具体内容包括认识新媒体营销, 微信朋友圈营销, 微信公众号营销, 社群营销, 短视频营销, 直播营销, H5营销, 内容营销, 其他新媒体营销方式, 新媒体数据分析与应用。全书涵盖社交平台、短视频平台、直播平台、内容平台、O2O平台等新媒体平台的营销方法与技巧, 旨在培养读者新媒体营销的系统性思维与实践能力。

本书可以作为高等院校、职业院校市场营销、电子商务, 网络与新媒体等相关专业新媒体营销课程的教材, 也可以作为新媒体营销行业从业人员的自学用书。

-
- ◆ 主 编 徐 征 张 璐
副 主 编 吕 梁 熊继亢
责任编辑 侯潇雨
责任印制 王 彬 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 312@ptpress.com.cn
网址 <https://www.ptpress.com.cn>
三河市兴达印务有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 12.75 2024年6月第1版
字数: 321千字 2024年6月河北第1次印刷
-

定价: 49.80 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东市监广登字 20170147 号



目录 CONTENTS

第1章 认识新媒体营销

1.1 新媒体营销概述	2	1.2.6 社群营销	11
1.1.1 新媒体的定义	2	1.2.7 会员营销	12
1.1.2 新媒体营销的定义与特征	3	1.3 新媒体平台	14
1.1.3 新媒体营销的核心理论	4	1.3.1 微信	14
1.2 新媒体营销策略	5	1.3.2 短视频平台	15
1.2.1 口碑营销	5	1.3.3 直播平台	15
1.2.2 情感营销	7	1.3.4 今日头条	16
1.2.3 事件营销	8	1.3.5 小红书	17
1.2.4 借贷营销	9	技能实训——新媒体营销策略	18
1.2.5 IP营销	10	思考与练习	18

第2章 微信朋友圈营销

2.1 认识微信	20	2.3.1 朋友圈的定位	28
2.1.1 微信生态	20	2.3.2 为新朋友设置备注	28
2.1.2 微信生态的营销趋势	23	2.3.3 朋友圈的营销技巧	30
2.2 在微信增加用户的方法	24	2.3.4 朋友圈的互动技巧	30
2.2.1 用丰富的内容吸引用户	24	2.3.5 朋友圈的商品成交技巧	32
2.2.2 通过手机通讯录导入用户	24	2.3.6 不要只点赞，要多评论	33
2.2.3 通过微信二维码宣传应用	26	2.3.7 朋友圈的广告植入技巧	33
2.2.4 微信活动引流	27	技能实训——巧用分组打造朋友圈	34
2.3 微信朋友圈营销实战	28	思考与练习	35



第3章 微信公众号营销

3.1 微信公众号的商业价值	37	3.4.4 文案正文	49
3.2 微信公众号的注册与设置	39	3.5 微信公众号文案排版	51
3.2.1 微信公众号的作用	39	3.6 微信公众号的营销策略	52
3.2.2 微信公众号注册流程	41	3.6.1 互动营销	52
3.2.3 用户管理	44	3.6.2 活动营销	52
3.3 微信公众号的设计	45	3.6.3 赠送礼品营销	54
3.3.1 设置微信公众号名称	45	3.6.4 体验营销	54
3.3.2 微信公众号官方认证	46	3.6.5 “大V”推荐	54
3.4 微信公众号营销文案写作	46	技能实训——利用微信公众号进行	
3.4.1 文案标题	46	女包营销	55
3.4.2 文案封面和正文配图	47	思考与练习	57
3.4.3 文案摘要	48		

第4章 社群营销

4.1 认识社群营销	59	4.3.4 社群打卡活动	69
4.1.1 社群的定义和特征	59	4.3.5 社群线下活动	69
4.1.2 社群营销的定义与特点	59	4.3.6 社群福利活动	70
4.1.3 社群营销的策略	61	4.4 社群变现的常见模式	71
4.2 创建和管理社群	61	4.4.1 销售商品变现	71
4.2.1 创建社群名称	61	4.4.2 付费课程	72
4.2.2 设计社群Logo	62	4.4.3 增值服务	73
4.2.3 设置社群规则	63	4.4.4 社群分销变现	73
4.2.4 明确社群结构	65	4.4.5 社群广告变现	74
4.3 社群营销活动	66	4.4.6 社群咨询变现	74
4.3.1 社群积分活动	67	技能实训——设置微信群二维码	75
4.3.2 社群分享活动	67	思考与练习	76
4.3.3 社群红包活动	67		

第1章

认识新媒体营销

随着移动互联网的发展,各种新媒体平台如雨后春笋般涌现。新媒体以相对较低的推广成本、用户年轻且付费意愿强、与用户面对面沟通的机制等优势,成为企业青睐的营销平台。很多知名品牌都充分利用了各种新媒体渠道开展营销推广,提高了品牌知名度,增加了忠实粉丝的数量,可见新媒体营销是非常有效的。因此,为了更有效地开展新媒体营销,营销人员应当对新媒体营销的知识有所了解。

- 了解新媒体的定义
- 了解新媒体营销的定义
- 掌握新媒体营销的核心理论
- 熟练应用新媒体营销策略
- 熟练使用常见的新媒体平台
- 培养顽强拼搏、无私奉献、自强不息、为国争光的精神



1.1 新媒体营销概述

新媒体可以被理解为“新兴媒体”，即通过技术手段改变信息传达的通道，形成的一种新的信息载体。

1.1.1 新媒体的定义

媒体一词是拉丁语 *Medius* 的音译，也常被翻译为媒介。广义的媒体，泛指人们用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。传播学家马歇尔·麦克卢汉的观点是：“从社会意义上看，媒介即信息。”媒体是人感官的延伸，如文字也是媒体，文字和印刷媒体的结合便是人视觉能力的延伸。

狭义的媒体，则指的是传统的四大媒体，包括电视、广播、报纸和杂志，它们是人类社会产生的早期媒体形式。新媒体是相对于传统媒体而言的，指随着计算机网络及数字技术的发展而兴起的媒体，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。

“新媒体”的概念是动态的，如互联网门户网站、应用论坛、电子邮件等在 20 世纪 90 年代刚兴起时曾被称为新媒体，但随着时间的推移，PC 端的内容逐渐被归类到传统媒体中，近年来被称为新媒体的则是随着移动互联网技术的发展而兴起的媒体。通俗地说，新媒体可以简单地理解为数字化时代的各种媒体形态，其在不断发展、不断变化。

(1) 社交应用类新媒体：QQ、微信、微博等。图 1-1 所示为微博。



图 1-1 微博

(2) 新闻资讯类新媒体：新浪新闻、今日头条等。图 1-2 所示为今日头条。

(3) 视频娱乐类新媒体：哔哩哔哩、抖音、快手、小红书等。图 1-3 所示为抖音。

新媒体的本质：人人都可以是传播者，人人也都可以是生产者。传统媒体的生产者大多比较专业，如编辑、制片人、主播、作者等，而普通大众在其中充当的角色只是传播者。新媒体出现之后，每个人都可能是生产者，都可以通过各类新媒体平台，如微博、微信、今日头条、抖音、快手等发出自己的声音。

2.姬海莉主编《财税基础》（中国铁道出版社）“十四五”
高等职业教育财经商贸类系列教材

 “十四五”高等职业教育财经商贸类系列教材
全国电子商务职业教育教学指导委员会创新课程配套教材

财税基础

姬海莉 李 峰◎主编



中国铁道出版社有限公司
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE CO., LTD.

内 容 简 介

本书在进行充分市场调研的基础上,对接职业标准,精心融入思政教育,以电商行业就业岗位需求为导向,以学生的职业能力培养为主线,以实际电商企业的典型财税工作任务为载体,将财务和税法等基础知识重新架构,并加入电商特色,利用典型案例引入,将财税专业知识和电子商务密切结合起来。本书分为六大项目 24 个学习型工作任务,以满足学生学习财经法规知识、掌握纳税申报流程、理解财务报表信息、强化资金管理理念的需要。

本书适合作为高等职业教育电子商务、市场营销、跨境电子商务、网络营销与直播电商等非会计类经管专业教材,也可供电商企业经营者、电商平台经营者学习参考,还可作为电商培训用书。

图书在版编目 (CIP)

财税基础/姬海莉,李峰主编. —北京:中国铁道出版社有限公司,2023.12

“十四五”高等职业教育财经商贸类系列教材 全国电子商务职业教育教学指导委员会创新课程配套教材

ISBN 978-7-113-30749-3

I. ①财… II. ①姬… ②李… III. ①财税-高等职业教育-教材 IV. ①F810

中国国家版本馆 CIP 数据核字 (2023) 第 219975 号

书 名: 财税基础
作 者: 姬海莉 李 峰

策 划: 潘星泉
责任编辑: 潘星泉 贾淑媛
封面设计: 刘 颖
责任校对: 安海燕
责任印制: 樊启鹏

编辑部电话: (010) 51873090

出版发行: 中国铁道出版社有限公司 (100054, 北京市西城区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com/51eds/>

印 刷: 三河市国英印务有限公司

版 次: 2023 年 12 月第 1 版 2023 年 12 月第 4 次印刷

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16 印张: 18.5 字数: 447 千

书 号: ISBN 978-7-113-30749-3

定 价: 56.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社教材图书营销部联系调换。电话: (010) 63550836

打击盗版举报电话: (010) 63549461

前言

在开展人才需求调研过程中,通过对毕业生的就业、创业以及实际从业活动情况和部分企业管理层对人才需求内容的分析看,电子商务等商贸运营类专业毕业生,将来不论处于何种事业发展层次,一般都需要用到财税知识,但目前经管类专业常用的“初级会计”类教材,对于非会计类专业的学生而言存在偏重会计核算基础,但税务知识缺乏的问题。因此,亟需一本更加适合非会计类专业学生学习财务和税务基础知识,实用性更强,更加通俗易懂的书。《财税基础》就是以电商行业就业岗位需求为导向,以学生的职业能力培养为主线,以实际电商企业的典型财税工作任务为载体,将财务和税法等基础知识重新架构,并加入电商特色,利用典型案例引入,将财税专业知识和电商业务密切结合。本书分为六大项目23个学习型工作任务,以满足电子商务专业群学生学会使用会计工具,掌握纳税申报流程,理解财务报表信息,强化资金管理理念的需要。

通过学习本书,学生可了解并掌握未来从事电子商务工作所必需的财税基础知识和技能,包括电商企业设立期的财税管理,经营期的财务核算、账务处理、纳税申报和报表阅读,以及电商企业资金管理认知。一方面,从财务视角学习电子商务核心流程;另一方面,从电子商务角度体会财务的专业知识和技能,将专业知识传授与电商企业实务有机融合,使学生既具有扎实的理论基础,又具有一定的业务素养,培养并强化学生的自信自立意识、团队合作精神和诚信服务理念 and 创新发展思维。在本书的编写过程中,我们注意到了以下几个方面:

一是对接职业标准。通过调研,梳理电商从业人员所在的岗位对财税、资金管理知识方面的需求,以从事电子商务领域应当具备的认知能力、学习能力、执行能力为主线,对本书内容进行重组整合。通过工作任务和职业能力分析,明确该书的“项目—学习型工作任务—典型工作环节”教学内容体系。

二是注重立体化资源建设。基于“互联网+”教育对教学媒介的升级改造,本书着重建设立体化配套资源。本书配套建设了大量的微课、题库、课件、电商典型案例、课

II | 财税基础

程思政资源、拓展资源等，真正建成了可听、可视、可练、可互动的数字化资源，有利于教师的翻转课堂、学生的即时化学习和社会人士的培训自学。

三是精心融入思政教育。每个项目都设定素质目标，并以典型案例引入，通过学习，培养学生细心、责任、担当等良好的职业素养，同时认识到依法纳税的重要性，切实提高学生的专业技能和职业道德，规避企业财税风险。

本书由河南省职业教育教学专家、省级课程思政示范课名师姬海莉、李峰主编，河南工业职业技术学院张延泰、赵霞、李西蒙为副主编，并聘请河南民生生物科技股份有限公司财务经理文雅、金冠电气股份有限公司财务总监贾娜为本书的企业专家、顾问。全书的体系策划和设计由全体主编和企业专家共同完成，统稿工作由主编完成，企业案例等资源由企业专业贾娜、文雅提供。具体编写分工如下：项目一和项目五由李峰负责；项目二由李西蒙负责；项目三由姬海莉负责；项目四由赵霞负责；项目六由张延泰负责。

本书适合电子商务、市场营销、跨境电子商务、网络营销与直播电商等非会计类经管专业学生，以及电商企业经营者、电商平台经营者阅读和学习，还可作为电商培训班的财税知识辅导书使用。

编者
2023年6月

目 录

项目一 新设电商企业财税准备	1
学习型工作任务一 认识企业组织形式	1
典型工作环节一 选择公司的组织形式	1
拓展案例	6
典型工作环节二 注册公司的流程	7
拓展案例	8
学有所思	12
学习型工作任务二 了解纳税人身份	12
典型工作环节一 认知税务登记	12
典型工作环节二 纳税人身份的选择	17
拓展案例	21
学有所思	22
学习型工作任务三 开立公司银行存款账户	22
典型工作环节一 公司银行存款账户种类	22
典型工作环节二 公司银行存款账户开立流程	25
学有所思	28
技能训练一 新办电商企业财税准备	28
小结	31
项目二 企业财务核算	32
学习型工作任务一 认知企业财务组成	32
典型工作环节一 会计概述	32
典型工作环节二 电商会计工作岗位职责	36
典型工作环节三 会计职业道德	37
学有所思	38
学习型工作任务二 认识会计六大要素	38
典型工作环节一 资产的定义及确认	38
典型工作环节二 负债的定义及确认	39
典型工作环节三 所有者权益的定义及确认	40
典型工作环节四 收入的定义及确认	41

II | 财税基础

典型工作环节五	费用的定义及确认	42
典型工作环节六	利润的定义及确认	42
学有所思		43
学习型工作任务三	辨析会计科目与账户	43
典型工作环节一	会计科目和会计等式	43
典型工作环节二	会计账户	45
典型工作环节三	会计科目与账户的联系和区别	46
学有所思		47
学习型工作任务四	看懂会计账务处理程序	47
典型工作环节一	审核原始凭证	47
典型工作环节二	编制记账凭证	50
典型工作环节三	登记会计账簿	52
学有所思		55
学习型工作任务五	精通财务期末业务处理	56
典型工作环节一	对账与结账	56
典型工作环节二	生成财务报告	57
典型工作环节三	财产清查	58
学有所思		59
技能训练二	电商企业财务处理综合设计训练	59
技能训练要求		66
小结		66
项目三	电商企业资金循环过程账务处理	67
学习型工作任务一	认知电商企业进入资本市场的财税问题	68
典型工作环节一	不同筹资方式的账务处理	68
典型工作环节二	解读与分析电商企业的内部控制	70
典型工作环节三	电商企业财务制度制定	75
学有所思		80
学习型工作任务二	认知电商企业主要经济业务的账务处理	80
典型工作环节	日常经济业务的账务处理	82
知识拓展		83
知识拓展		85
学习型工作任务三	学会典型模式的账务处理	86
典型工作环节一	B2C模式的核算特点与账务处理	86
知识拓展		87
典型工作环节二	B2B模式的核算特点与账务处理	88
典型工作环节三	O2O模式的核算特点与账务处理	89
学有所思		90

学习型工作任务四	学会特殊销售业务账务处理	90
典型工作环节一	电商促销——优惠券的账务处理	90
典型工作环节二	电商促销——红包与赠送的账务处理	91
典型工作环节三	电商促销——试用商品的账务处理	92
典型工作环节四	电商促销——积分的账务处理	92
典型工作环节五	电商团购的账务处理	94
学有所思		95
学习型工作任务五	认知电商企业采购成本和其他成本	95
典型工作环节一	电商企业采购成本账务处理	99
典型工作环节二	电商企业其他成本的账务处理	102
学有所思		103
学习型工作任务六	学会进行经营成果的核算和分配	103
典型工作环节一	利润的核算	103
典型工作环节二	公司的利润分配	105
学有所思		106
技能训练三	电商企业运营过程会计处理训练	106
小结		107
项目四 企业纳税申报		108
学习型工作任务一	认知税种和发票	111
典型工作环节一	认知税种	111
拓展案例		113
知识拓展		113
典型工作环节二	认知发票申领和填制	114
拓展案例		115
知识拓展		118
知识拓展		119
拓展案例		119
学有所思		120
学习型工作任务二	增值税纳税申报实务	120
典型工作环节一	解读增值税法规	121
典型工作环节二	增值税应纳税额的计算及增值税税收优惠	124
典型工作环节三	增值税专用发票使用与管理	127
典型工作环节四	增值税纳税申报	131
典型工作环节五	电商企业经营中常见增值税问题处理	136
拓展案例		137
学有所思		138
学习型工作任务三	企业所得税纳税申报实务	138

IV | 财税基础

典型工作环节一	解读企业所得税法规	139
典型工作环节二	确定企业所得税应纳税所得额	141
典型工作环节三	企业所得税应纳税额的计算及企业所得税税收优惠	147
典型工作环节四	企业所得税纳税申报	150
典型工作环节五	电商企业企业所得税常见问题处理	155
拓展案例		156
学有所思		157
学习型工作任务五	个人所得税纳税申报实务	157
典型工作环节一	解读个人所得税法规	159
典型工作环节二	个人所得税的计算	162
典型工作环节三	个人所得税纳税申报	167
典型工作环节四	电商企业个人所得税常见问题处理	170
拓展案例		173
学有所思		173
技能训练四	电商企业增值税纳税申报模拟训练	174
技能训练五	电商企业企业所得税汇算清缴模拟训练	178
小结		180

项目五 财务报表阅读与分析 181

学习型工作任务一	认识财务报表	182
典型工作环节一	财务报表的含义和种类	182
典型工作环节二	财务报表的作用	184
学有所思		184
学习型工作任务二	阅读与分析资产负债表	184
典型工作环节一	资产负债表概述	184
典型工作环节二	资产负债表分析	187
学有所思		200
学习型工作任务二	利润表的阅读与分析	200
典型工作环节一	利润表概述	200
典型工作环节二	利润表分析	202
学有所思		209
学习型工作任务三	阅读与分析财务报告	209
典型工作环节一	企业分项能力分析	209
拓展案例		222
典型工作环节二	企业综合分析	223
学有所思		226
技能训练六	电商企业报表阅读与分析	226
小结		234

项目六 资金管理认知	235
学习型工作任务一 认知权益资金与企业上市	237
典型工作环节一 权益的含义和分类	237
典型工作环节二 认知企业上市	238
典型工作环节三 筹集权益资金的方式	243
典型工作环节四 股利政策与股权激励	257
学有所思	262
学习型工作任务二 债务资金的认知与决策	262
典型工作环节一 债务资金的含义及分类	262
典型工作环节二 筹集债务资金的方式	264
典型工作环节三 资本结构决策	281
学有所思	283
技能训练七 电商企业债务资金筹集案例分析	283
小结	284
参考文献	285

项目一 新设电商企业财税准备

知识目标

1. 了解企业的组织形式，并确定新设电商企业的组织形式。
2. 了解电商企业创设的相关流程和资料的准备。
3. 理解并掌握电商企业纳税登记和账户开设流程。

能力目标

能按照规定程序创设一个电商企业；会依序办理工商登记、银行开户、税务登记等事宜。

素质目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，培养学生的理想信念、社会主义核心价值观，提高大学生缘事析理、明辨是非的能力，增强学生的事业心和责任感。

案例引入

某市的小 M 看中了某大街上的街边商铺，准备开一家生活超市。他把铺位租下来之后就忙不迭地开始装修。但是，商铺并不是装修好了就能直接用来开店的。众所周知，在线下开店还需要办理营业执照。如果涉及食品经营，除了要办理营业执照以外，还要办理食品经营许可证。这一照和一证，就是开店的基础，小 M 需要早日去市场监督管理部门办理。同样的场景在线上是不是一样呢？小 M 想在电商平台上开设一个网店，是不是也需要办理营业执照？如果涉及食品，小 M 是不是也需要办理食品经营许可证呢？

在 2018 年颁布的《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）中都有明确规定：电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。《电子商务法》明确了开网店要办理营业执照，同时也规定了豁免办理营业执照的几种情形。下面就介绍一下，电子商务经营者有哪些，市场主体登记是怎么回事，电子商务经营者如何办理市场主体登记，以及哪些情形是可以不办理市场主体登记的。

学习型工作任务一 认识企业组织形式

典型工作环节一 选择公司的组织形式

创业者在进行投资、创业之前，应当充分了解我国现行的各种企业组织形式，并结合所投资项目的特点、投资者的数量、自身的风险承担能力等选择最合适的企业组织形式。

一、企业组织形式的比较

企业组织形式反映了企业的性质、地位、作用，它表明一个企业的财产构成、内部关系以及外部经济组织之间的联系方式。随着我国市场经济体制的不断完善，我国企业组织形式也呈现多元化发展的趋势。就目前而言，较为常见的企业组织形式有公司制企业、合伙企业、个人独资企业三个大的类别，而公司制企业又细分为有限责任公司与股份有限公司两种类型。为了使创业者能够清晰地了解前述几种企业组织形式的不同之处，表 1-1 将从法律地位、责任形式、投资者要求、注册资本、出资方式等多个方面对其进行对比分析。

表 1-1 企业组织形式对比表

项 目	公司制企业		合伙企业	个人独资企业
	有限责任公司	股份有限公司		
法律依据	《中华人民共和国公司法》		《中华人民共和国合伙企业法》	《中华人民共和国个人独资企业法》
法律基础	公司章程		合伙协议	无章程或协议
法律地位	企业法人		非法人营利性组织	非法人经营主体
责任形式	股东以其认缴的出资额对公司承担有限责任	股东以其认购的股份为限对公司承担有限责任	普通合伙人承担无限连带责任，特殊的普通合伙人因故意或重大过失造成的合伙企业债务，按照约定承担赔偿责任，有限合伙人承担有限责任	无限责任
投资者要求	无特别要求，法人、自然人皆可（法律、行政法规禁止从事营利性活动的人除外，此外，境内自然人不能与外商及港、澳、台的居民、企业设立合资公司）	发起人须半数以上在中国境内有住所（法律、行政法规禁止从事营利性活动的人，不能作为发起人）	自然人、法人和其他组织，但是国有独资公司、国有企业、上市公司以及公益性的事业单位、社会团体不得成为普通合伙人（法律、行政法规禁止从事营利性活动的人，不能作为合伙人）	完全民事行为能力的自然人（法律、行政法规禁止从事营利性活动的人除外）
投资者人数	由五十个以下股东出资设立	应当有二人以上、两百人以下的发起人，股东人数无限制	二人以上	一人
注册资本	参见《中华人民共和国公司法》相关规字	参见《中华人民共和国公司法》相关规字	协议约定	投资者申报
出资方式	法定：货币以及实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产		约定：货币、实物、土地使用权、知识产权或者其他财产权利、劳务（但有限合伙人不得以劳务出资）	投资者决定
出资评估	对作为出资的非货币财产，应当评估作价		以实物、土地使用权、知识产权或者其他财产权利出资，可由全体合伙人协商确定或评估，也可由全体合伙人委托法定评估机构评估；以劳务出资，由全体合伙人协商确定或评估	投资者决定

续表

项 目	公司制企业		合伙企业	个人独资企业
	有限责任公司	股份有限公司		
成立日期	营业执照签发日期			
章程或协议生效条件	公司成立,但对创始股东或发起人而言,自章程签署时生效		合伙人签章	无
财产权性质	法人财产权(即公司所有)		合伙人共有	投资者个人所有
财产管理使用	公司机关		全体合伙人或执行合伙人	投资者
出资转让	股东之间可以相互转让其全部或者部分股权;股东向股东以外的人转让股权,应当经其他股东过半数同意。经股东同意转让的股权,在同等条件下,其他股东有优先购买权。两个以上股东主张行使优先购买权的,协商确定各自的购买比例;协商不成的,按照转让时各自的出资比例行使优先购买权	股东可以依法转让其股份,但应在证券交易所进行或通过其他合法方式进行。发起人持有的本公司股份,自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份,自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让	除合伙协议另有约定外,合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的财产份额时,须经其他合伙人一致同意。合伙人之间转让在合伙企业中的财产份额时,应当通知其他合伙人;普通合伙中合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的财产份额的,在同等条件下,其他合伙人有优先购买权;但是,合伙协议另有约定的除外;有限合伙人可以按照合伙协议的约定向合伙人以外的人转让其在有限合伙企业中的财产份额,但应当提前三十日通知其他合伙人	投资人对本企业财产所享有的财产权可以转让和继承
经营主体	股东不一定参加经营		普通合伙人共同经营或者委托执行合伙人经营	投资者及其委托人
事务决定权	股东会	股东大会、董事会	有约定按约定;未约定或约定不明确,除法定须由全体合伙人一致同意的义务外,实行合伙人一人一票并经全体合伙人过半数通过决定	投资者个人
事务执行	董事会、总经理等公司机关		普通合伙人权利同等,可委托一个或数个普通合伙人执行事务;作为合伙人的法人、其他组织执行合伙事务的,由其委派的代表执行;有限合伙人无权执行事务;不执行事务的合伙人有权监督执行	投资者或其委托人
盈亏分担	按投资比例,但有约定从约定	按股东认购的股份比例分配	有约定从约定;未约定协商决定;协商不成按实缴出资比例分配、分担;无法确定比例则平均分配、分担;除另有约定,有限合伙企业不得将全部利润分配给部分合伙人	投资者个人

续表

项 目	公司制企业		合伙企业	个人独资企业
	有限责任公司	股份有限公司		
解散程序	清算、注销并公告		清算、注销	注销
解散后义务	无		原普通合伙人对合伙企业存续期间的债务仍承担无限连带责任	原投资人对个人独资企业存续期间的债务仍应承担偿还责任,但债权人在五年内未向债务人提出的除外

通过上面的比较可以看出, 有限责任公司、股份有限公司与合伙企业及个人独资企业最本质的区别就是公司制企业(包括有限责任公司以及股份有限公司)的股东承担有限责任, 而合伙企业及个人独资企业的投资者须承担无限责任(有限合伙人除外)。

所谓有限责任, 即股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任, 只要股东向公司实际缴纳了其认缴的全部出资, 并且没有抽逃出资, 股东就不需要再对公司经营过程中形成的债务承担责任, 公司的债权人不能追究股东的责任。与有限责任制度相对应的, 就是公司的独立人格制度, 即公司是企业法人, 有独立的法人财产, 享有法人财产权, 公司以其全部财产对公司的债务承担责任, 而相对应的, 股东缴纳出资后, 其缴纳的出资也不再属于股东, 而应当属于公司, 股东对其缴纳的出资不再享有占有、使用、收益和处分的权利, 但如果股东滥用其权利, 严重损害公司债权人利益的, 此时仍应当对公司债务承担连带清偿责任。

二、企业组织形式的优劣分析

对于公司制企业而言, 最大的优势在于股东的有限责任, 即使公司日后运营出现困难, 无法偿还所有债务, 债权人通常情况下也不能向投资人主张偿还责任。

合伙企业的优点表现在以下几个方面: ①合伙企业无须缴纳企业所得税, 而是由其合伙人缴纳个人所得税, 而公司在缴纳企业所得税后向股东分配利润, 股东还需缴纳个人所得税, 因此投资合伙企业的税赋明显低于投资公司制企业; ②创办费用较低; ③合伙人人数没有限制, 可以从众多的合伙人处筹集资本; ④合伙人对企业盈亏负有完全责任, 有助于提高企业的信誉。

当然, 合伙企业也存在着不少的缺点, 例如: ①普通合伙人都对企业债务负有无限连带清偿责任; ②权利比较分散, 决策效率较低, 如果合伙人之间在决策方面发生矛盾, 非常容易影响企业经营; ③外部筹资比较困难。

个人独资企业的优点表现在: ①创立容易, 结构简单, 无最低注册资本要求; ②不需要缴纳企业所得税, 投资者只需要按照盈余缴纳个人所得税。

个人独资企业的缺点主要有: ①投资者需要对投资的企业承担无限责任; ②企业的存续年限受限于投资者的寿命, 若投资者死亡且无继承人或者继承人决定放弃继承, 则企业必须注销, 无法实现企业的延续发展; ③由于规模较小, 很难从外部获得大量资金发展企业。

三、选择企业组织形式需要考虑的因素

创业伊始,创业者不但需要了解我国现有企业制度中可以选择的各种投资、创业形式,而且应当了解每一种形式的优劣,从而选择一种合适的企业组织形式。通常而言,决定企业组织形式时应考虑以下几个方面的因素:

1. 拟投资的行业

对于一些特殊的行业,法律规定只能采用特殊的组织形式,比如律师事务所只能采用合伙形式而不能采用公司制企业形式,而对于银行、保险等金融事业,法律则要求必须采用公司制形式。因此,根据拟投资的行业确定可以采取的企业组织形式是应当首先考虑的因素。对于法律有强制性规定的行业,只能按照法律的要求办理,对于法律没有强制性要求的,则需要根据实务中通常的做法以及创业者的特殊要求来确定组织形式。例如,近几年间在创业投资领域内非常热门的私募股权基金(private equity, PE),法律允许采用的组织形式包括公司制和合伙制,但随着《中华人民共和国合伙企业法》(以下简称《合伙企业法》)的修改,越来越多的私募股权基金采取了有限合伙制的组织形式。

2. 创业者的风险承担能力

对于创业者而言,其风险承担能力是其创业前必须考虑的重要因素之一。商业环境中存在各式各样的经营风险,而企业组织形式与创业者日后所需要承担的责任大小息息相关。正如前文所述,公司制企业的股东仅以其出资额为限对公司承担责任,公司以其全部资产对公司的债务承担责任,因此公司制企业的有限责任制度对于风险控制具有重要的意义;而对于普通合伙企业以及个人独资企业,合伙人或者投资人则需要对于企业承担无限责任,如果选择这两种组织形式,则创业者所必须承担的风险不仅限于目前的投资额度,还包括全部个人财产。因此,采用后两种组织形式进行创业的风险相对较大。

3. 税务因素

由于不同的企业组织形式所缴纳的税不同,因此选择企业组织形式,必须考虑税赋的问题。根据我国相关税法的规定,对个人独资企业和合伙企业的生产经营所得计征个人所得税,其中,合伙企业的投资者将全部生产经营所得按合伙协议约定的分配比例,确定各自的应纳税所得额,分别缴纳个人所得税。而对于公司制企业,既要就经营所得缴纳企业所得税,又要在向股东分配利润时为股东代扣代缴个人所得税,即按照20%的税率缴纳个人所得税。因此,从税赋筹划的角度而言,选择合伙企业以及个人独资企业,通常所需要缴纳的税赋较公司制企业更低。但是这并不能一概而论,对于一些特殊的行业,例如高新技术企业和小微企业,由于我国政府对其采取税收优惠政策,在享受到税收优惠政策的情况下,公司制企业或许更加节税。

4. 未来融资的需要

企业组织形式对于未来的融资也具有较大的影响。如果创业者自身资本充足,拟投资的事业所需资金要求也不大,则采用合伙制或者有限责任公司的形式均可;但是如果日后发展业务所需要的资金规模非常大,则建议设立股份有限公司。

5. 关于经营期间的考量

对于个人独资企业,一旦投资人死亡且无继承人或者继承人决定放弃继承,则企业必须

解散；合伙企业由合伙人组成，一旦合伙人死亡，除非不断吸收新合伙人，否则合伙企业的寿命也是有限的。因此，无论是合伙企业还是个人独资企业，通常的经营期限都不会很长，很难持续发展下去。但公司制企业却完全不同，除出现法定解散事由或者股东决议解散外，原则上公司制企业是可能永远存在的。因此，创业时可以根据拟经营的期限来选择企业组织形式，若希望将该企业不断经营下去，则更建议采取公司制企业形式。

当然，除了上述因素之外，还可以从投资权益的自由流通度、经营管理的需要等多个方面就企业组织形式的优劣进行分析与比较。总之，企业组织形式没有最好的，只有最适合的，创业者只有对自己的实际需要有充分的了解，才能选择最合适的企业组织形式。

四、有限合伙

我国在 2006 年修订《合伙企业法》时增加了有限合伙制度，该制度规定部分合伙人可以承担有限责任，对于发展我国的风险投资等特殊行业起到了促进作用，因而受到投资者的重视和青睐。

有限合伙企业是指由普通合伙人和有限合伙人共同组成，普通合伙人对合伙债务承担无限连带责任，有限合伙人以其出资额为限对合伙债务承担有限责任的营利性组织。通常而言，创业者往往是拥有投资管理能力或者技术研发能力之人，但是他们缺乏创业资金，而风险投资者是拥有大量资金，专业从事投资的企业或个人，他们不愿意或者没有精力参与企业经营，在此情况下，有限合伙制度契合了市场需求，能调动各方面的投资创业热情，实现了风险投资人与创业者之间的最佳结合。

拓展案例

张某选择企业组织形式案

张某经营有一家化工厂，多年来，张某一直坚持独资经营，身兼所有者与经营者两重角色。但是由于年事已高，他想从管理岗位上退下来，并将事业留给自己的儿孙们。

他首先考虑将该独资企业转为公司制经营，并将公司的股份分配给自己的儿孙，他同时也在考虑将该独资企业转变为合伙经营企业，由儿孙合伙经营。为了选择正确的企业组织形式，张某提出了以下目标：

(1) 权益结构：他希望他的两个儿子各拥有 30% 的股份（或份额），四个孙子各分配 10% 股权（或份额）。

(2) 管理：由于化工产品生产经营管理要求较高，而自己的子孙没有经营管理能力，他希望将企业交给原来的副厂长李某经营管理。

(3) 所得税：他希望拟采用的组织形式对所得税影响不大。

(4) 风险承担：由于经营化工厂风险较高，一旦发生事故，赔偿额度无法估量。故张某希望发生意外风险的时候，他的儿孙的财产有保障。

在此情况下，张某寻求了某律师的帮助，律师作出了如下分析：

假设将该化工厂转为公司制经营，成立一家有限责任公司，在权益结构、管理以及风险承担方面均能够满足张某的要求，然而由于公司经营过程中需要缴纳企业所得税，在分配利

润时,各股东还需要缴纳个人所得税。

假设将该化工厂转为合伙企业经营,在权益结构方面没有任何问题,同时税负也比公司制企业低,然而在风险承担方面,则需要各合伙人承担连带责任;另外,经营管理方面,按照法律规定,合伙人对执行合伙事务享有同等的权利,故通常而言,合伙人需要参与合伙企业的事务管理,这一点与张某的要求也不相符合。

律师建议采用有限合伙形式,但必须以副厂长李某同意作为普通合伙人继续经营为前提条件。张某因此征求副厂长李某的意见,李某跟随张某多年,对该化工厂的经营管理非常熟悉,愿意继续经营下去,但是,他表示作为普通合伙人,须承担无限责任,应当有对应的激励机制。为此,律师根据双方的意图拟定了注销个人独资企业、成立有限合伙企业的方案。

典型工作环节二 注册公司的流程

一、确定类型主体

要在网上开店,有很多选择,而首先要选择的是,找一个电商平台申请开店,在平台上注册账号,开通电子支付,接着向平台传递一系列资料,电商平台审核通过后就可以正式在网上开店了。而更大规模的企业可能并不想依附于电商平台,往往也会投入资金,独自设立官方网站,吸引消费者直接在其官网上下单购买,例如苹果公司就是如此。还有一种常见的选择,就是通过微信及其他类似的社交软件或 App,通过朋友圈宣传商品和销售商品。以上几种模式都在《电子商务法》规定的范围之内,根据电子商务经营的不同渠道和不同方式,《电子商务法》确立了四种电子商务经营者,分别是电子商务平台经营者、平台内经营者、自建网站电子商务经营者和基于其他网络服务的电子商务经营者。《电子商务法》第九条第二款、第三款分别对电子商务平台经营者和平台内经营者的含义做了进一步规定。这两个法律概念指向平台和平台内的商家,平台经济目前仍然是电子商务活动最主要的形态之一,这两类市场主体在电子商务活动中占据了很高的比例。

1. 电子商务平台经营者

根据《电子商务法》第九条第二款的内容,电子商务平台经营者包括四个显著的服务内容:提供场所、交易撮合、信息发布、实现交易。其中,提供场所、信息发布和实现交易是电子商务平台的基础功能。提供场所指的是平台能够为进驻商家提供独立的网店网址,商家以这个网址作为网络经营场所开展电子商务活动;信息发布指的是平台为商家提供各种渠道发布商品和服务的信息,既包括在商家店铺内发布的信息,也包括商家通过平台在更大范围内发布的信息;实现交易指的是商家可以通过平台与买家之间完成整个交易,包括形成订单、电子支付、物流记录等环节。在基础功能的基础上,交易撮合是平台更重要的特征。平台作为第三方,不参与商家和买家之间的具体交易过程,但平台需要在供给和需求之间撮合交易达成。平台会整合商家信息、对商品进行分类、组织大型促销活动、推送更好的商品等,这些都是平台撮合交易的具体动作。

2. 平台内经营者

进驻到平台上的商家就是平台内经营者,其借助平台开展电子商务活动。

3. 自建网站电子商务经营者

在信息网络上，企业自行搭建网站，可以在网站上实现整个交易过程。自建网站，一类是品牌知名度很高的企业自行设立的官方销售渠道；另一类是大型电商平台的自营商品部分，例如京东商城、当当网、网易严选等的自营商品。这类电商平台可以说是“混业”经营，既有作为第三方平台提供服务的内容，也有自身销售商品的内容。《电子商务法》明确区分了电子商务平台经营者和自建网站电子商务经营者，平台经营者必然是不参与具体交易的。因此针对“混业”经营的平台，就有上述两种属性。

4. 基于其他网络服务的电子商务经营者

基于其他网络服务的电子商务经营者，是指除了前述三种类别之外的其他电子商务经营者都在其中。目前最常见的就是朋友圈微商，其借助微信这一网络社交系统销售商品。未来可能会有更多新形态的电子商务经营者，难以归类到前三种类别的，都纳入基于其他网络服务的电子商务经营者中。

拓展案例

D 公司提供各种身体保健的教学视频课程，用户可通过链接进入微信小程序，在小程序中购买课程，观看视频；小 E 主要销售茶叶，经常会在朋友圈发布最新的茶叶信息，包括图片、价格，还会附上购买链接，买家点击链接后，页面会跳转到小 E 在淘宝网上的店铺，然后买家可下单购买；域名服务商 F 主要提供域名服务，根据用户的需求出具网络经营场所的证明。D 公司和小 E 属于哪一类电子商务经营者？域名服务商 F 是否属于电子商务平台经营者？

D 公司属于自建网站电子商务经营者。根据微信对小程序的说明：小程序是“一种全新的连接用户与服务的方式，它可以在微信内被便捷地获取和传播，同时具有出色的使用体验”。D 公司的教学视频课程是其自身开发的程序，搭建在其本地或云端服务器，通过小程序的接口连接到微信平台。

小 E 属于平台内经营者。虽然小 E 在微信朋友圈发布商品信息，但最终交易是在淘宝网上的店铺内完成的。小 E 在微信端所做的是商品宣传，这部分行为不属于电子商务活动。链接跳转后，在淘宝店铺内形成订单，意味着交易形成。因此小 E 是通过淘宝平台的店铺销售茶叶的，是淘宝平台的平台内经营者。

域名服务商 F 不是电子商务平台经营者。域名服务商仅提供域名解析服务，域名本身仅仅是网址，没有信息发布功能，靠域名也无法实现交易功能。进一步来说，域名服务商的服务仅限于域名，并不能吸引买家，更加不可能实现撮合交易的功能。综合《电子商务法》规定的四类电子商务经营者，域名服务商并不符合相应的要求。

二、电子商务经营者的主体登记

电子商务经营者应当办理市场主体登记，经营活动涉及行政许可的需要取得有关部门许可。这意味着在网上开店就需要办理营业执照，无论是在各大电商平台上开店，还是在微信类的社交平台上开展电子商务活动，都要办理营业执照。同时，如果销售商品还涉及许可，

3.张璐主编河南省十四五职业教育规划教材《商务数据分析与应用》





“十四五”职业教育河南省规划教材

商务数据分析与应用

主审 杨俊峰

主编 张 璐 宋佳珍



教·学
资 源

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS
镇 江

内 容 提 要

本书采用任务驱动型教学方式,全面系统地阐述了商务数据分析与应用的相关知识。全书共7个项目,内容包括商务数据分析基础、商务数据可视化、行业数据分析、客户数据分析、店铺运营数据分析、商品数据分析和商务数据分析报告。

本书内容全面、理实一体、知识新颖、实用性强,既可作为电子商务、市场营销、物流管理等专业的教材,也可供广大数据分析师、运营数据分析专员、市场数据分析专员、客户数据分析专员、产品数据分析专员等参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

商务数据分析与应用 / 张璐, 宋佳珍主编. — 镇江:
江苏大学出版社, 2021.11 (2024.8 重印)
ISBN 978-7-5684-1700-6

I. ①商… II. ①张… ②宋… III. ①商业统计—统计数据—统计分析—职业教育—教材 IV. ①F712.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第222166号

商务数据分析与应用

Shangwu Shuju Fenxi Yu Yingyong

主 编 / 张 璐 宋佳珍

责任编辑 / 李经品

出版发行 / 江苏大学出版社

地 址 / 江苏省镇江市京口区学府路301号(邮编:212013)

电 话 / 0511-84446464(传真)

网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>

排 版 / 北京时代华都印刷有限公司

印 刷 / 北京时代华都印刷有限公司

开 本 / 787mm×1092mm 1/16

印 张 / 13.5

字 数 / 312千字

版 次 / 2021年11月第1版

印 次 / 2024年8月第3次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5684-1700-6

定 价 / 45.00元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)

CONTENTS

目录

项目一 商务数据分析基础

任务一 了解商务数据分析	2
任务导入	2
相关知识	2
一、商务数据分析的概念	2
二、商务数据分析的意义	2
三、商务数据分析流程	4
任务实施——调研数据分析行业现状	6
任务二 熟悉商务数据分析方法	8
任务导入	8
相关知识	8
一、对比分析法	8
二、分组分析法	10
三、漏斗分析法	10
四、关联分析法	11
五、矩阵分析法	11
任务实施——采用商务数据分析方法分析数据	12
任务三 熟悉商务数据分析工具	14
任务导入	14
相关知识	14
一、本地数据分析工具	14
二、在线数据分析工具	17
任务实施——体验生意参谋	18
项目实训——体验 Excel 的数据分析功能	24

**项目二 商务数据可视化** 29

任务一 认识数据可视化	30
任务导入	30
相关知识	30
一、数据可视化的概念	30
二、数据可视化的优势	30
三、数据可视化的方法	32
任务实施——数据可视化方法分析与应用	35
任务二 熟悉数据可视化图表类型	36
任务导入	36
相关知识	37
一、折线图	37
二、条形图	38
三、饼图	40
四、散点图	41
五、气泡图	42
六、面积图	42
七、雷达图	43
任务实施——分析数据可视化场景并制作数据可视化图表	43
一、销售数据可视化	43
二、访问量统计数据可视化	46
三、各年营收数据可视化	49
任务三 了解商务数据可视化分析方法	51
任务导入	51
相关知识	51
一、图表的主要元素	51
二、常用的识图方法	52
任务实施——分析可视化图表	56
一、销售数据可视化图表分析	56
二、访问量统计数据可视化图表分析	58
三、各年营收数据可视化图表分析	58
项目实训——制作并分析 Excel 数据可视化图表	59





项目一

商务数据分析基础

项目导读

在信息社会中,任何商务活动都会产生大量数据。如果商家能仔细分析和充分利用这些数据,挖掘其背后的规律,就能找出影响商务活动发展的要素及其相互之间的逻辑关系。

因此,对如今的商务领域从业人员而言,分析与应用商务数据是其入行的必备技能之一。通过对商务数据进行分析,商家不仅可以弥补店铺经营、客户体验、商品营销手段等的不足,还可以深入了解客户的内在需求,规划未来的经营和销售策略。

学习目标

知识目标: 理解商务数据分析的概念和意义;熟悉商务数据分析流程;了解常用的商务数据分析模型;熟悉常用的商务数据分析方法;熟悉常见的商务数据分析工具。

能力目标: 能分辨各种商务数据分析方法适用的场景;能熟练使用一到两款常用的商务数据分析工具处理和分析商务数据。

素质目标: 认同国家大数据战略,树立大数据思维和时代意识,自觉遵守职业道德和法律法规;树立远大理想和正确的职业观。



任务一 了解商务数据分析

任务导入

在信息化的时代背景下，商务数据呈爆炸式增长。这些数据蕴含着巨大的商业价值，可为经营者带来大市场、大利润和大发展。但是，这些数据规模庞大、种类繁多，更新周期快、价值密度低，因此，必须对商务数据进行有效的整理和分析，从而最大限度地挖掘数据的价值。本任务就带领大家了解商务数据分析。

相关知识

一、商务数据分析的概念

商务数据分析是指有目的地对商务活动交易过程中产生的数据进行采集、处理、分析、可视化等一系列操作，从而提炼有价值的信息，帮助商家制定决策、改进经营策略、实现数据化运营与管理。

二、商务数据分析的意义

对于商家而言，在实际经营的过程中，无论是市场调研、客户管理，还是店铺运营、商品管理，都需要依靠商务数据分析的结果。因此，商务数据分析具有非常重要的意义，如图 1-1 所示。

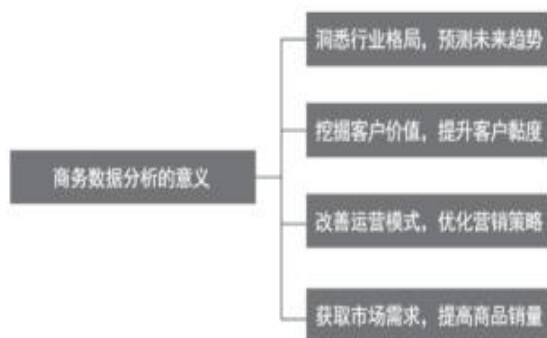


图 1-1 商务数据分析的意义

关于“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单及 “十四五”首批职业教育国家规划教材推荐名单的公示

根据《教育部办公厅关于组织“十四五”首批职业教育国家规划教材遴选工作的通知》（教职成厅〔2021〕25号）和《河南省教育厅办公室关于开展“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设暨“十四五”首批职业教育国家规划教材遴选推荐工作的通知》（教办职成〔2021〕364号）要求，经各有关单位申报、资格审查、网络评审、会议评审，拟确定720种教材为“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设项目，其中231种教材为“十四五”首批职业教育国家规划教材推荐项目。根据教育部相关要求，我厅还对全国行业职业教育教学指导委员会、教育部职业院校教学（教育）指导委员会等单位推荐的22种教材进行了复核。现予以公示（具体名单见附件）。

自公布之日起5日内，对结果持有异议的，请单位以书面形式反馈，并在异议材料上加盖本单位公章，写明联系人、工作单位、通讯地址和电话。不符合上述要求的异议，不予受理。

地 址：郑州市郑东新区正光路11号D822房间

电 话：0371-69691983

邮 箱：zcjc@haedu.gov.cn

附 件：1. “十四五”首批职业教育国家规划教材推荐名单

2. “十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单

3. 经复核的行指委、教指委推荐教材名单

2022年1月24日

B	C	D	E	F	G	H	I
“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单							
序号	教育层次	申报教材名称	ISBN号	第一主编 (作者)	申报单位	出版单位	教材类别
112	高职专科	建筑工程计量与计价	9787534999819	冯桂云	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
116	高职专科	建筑供配电与照明	9787519839178	戴绍基	河南工业职业技术学院	中国电力出版社有限公司	修订
136	高职专科	数字电子技术	9787568534512	王 娜	河南工业职业技术学院	大连理工大学出版社有限公司	修订
153	高职专科	液压与气压控制技术	9787572500221	张季萌	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
159	高职专科	数控机床控制技术	9787534997419	彭二宝	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
163	高职专科	3D打印应用技术与创新	9787111654827	苏 静	河南工业职业技术学院	机械工业出版社	修订
168	高职专科	现代电气控制系统安装与调试	9787534998591	杜建根	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
234	高职专科	边做边学—Animate 动漫制作案例教程	9787115582744	杜 恒	河南工业职业技术学院	人民邮电出版社有限公司	修订
251	高职专科	信息技术	9787313262851	李 垒	河南工业职业技术学院	上海交通大学出版社有限公司	修订
335	高职专科	商务数据分析与应用	9787568417006	张 璐	河南工业职业技术学院	江苏大学出版社有限公司	修订
338	高职专科	财务会计实务	9787300240411	姬海莉	河南工业职业技术学院	中国人民大学出版社有限公司	修订
339	高职专科	财务报表编制与分析（微课版）	9787113274399	李 峰	河南工业职业技术学院	中国铁道出版社有限公司	修订