

传统企业怎么做电商

运营 · 模式 · 案例

陈鹏全 卢俊成 主编

这是一个传统企业被“互联网+”席卷的时代！

不管是零售、电器，还是汽车、金融，抑或是酒店、旅游、教育和出版等，谁都难以幸免。



本书通过术语解析、运营模式以及经典案例分享等几大模块指引传统企业如何破局。内容包括互联网对传统企业营销的影响、电子商务经营模式、传统企业向电子商务转型、从PC电商到移动电商、技术应用与电子商务共发展、全网营销新生代、不同传统企业的电商化转型、电商业界趋势等。

SPV
南方出版传媒
广东经济出版社

传统企业怎么做电商

运营 · 模式 · 案例

陈鹏全 卢俊成 主编



SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

传统企业怎么做电商：运营·模式·案例 / 陈鹏全，卢俊成主编. —广州：广东经济出版社，2015. 4

ISBN 978 - 7 - 5454 - 3956 - 4

I. ①传… II. ①陈… ②卢… III. ①企业管理 - 电子商务 - 研究 IV. ①F274 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 061390 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司 (广东省佛山市南海区狮山科技工业园 A 区)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	14.75 2 插页
字数	240 千字
版次	2015 年 4 月第 1 版
印次	2015 年 4 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 3956 - 4
定价	36.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 38306055 37601950 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601980 邮政编码：510075

营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

近年来，中国的电子商务呈现出了快速增长的势头。“十二五”期间，电子商务被列入战略性新兴产业的重要组成部分，作为新一代信息技术的分支成为信息化建设的重心。尤其是2010年之后，中国的电子商务进入了大发展与大跨越的时代，各类电商企业百花齐放，百家争鸣，电商带领企业进入了历史的新纪元。

由于电商与传统业务的差异性，使得电商很神秘。其实，电商的本质和传统行业并无不同。电商是通过互联网在线的方式进行推广和交易的，它改变了人们的交易方式和生活方式；它让消费者和企业有更多的选择；它拉近了企业和消费者的距离。产品和服务是一家企业的根本，无论是传统模式还是如今流行的电子商务模式，都以这两点为基础。因此，传统企业不应该认为电商很神秘，而应该努力发掘自己更有做电商的优势。

现在越来越多的传统企业已经进入电商行业，在进入电子商务领域的过程中，出现了许多成功的企业，如国美电器、苏宁电器、海尔、宝洁、百丽、罗莱家纺等。同时也有相当多的失败案例，许多传统企业花巨资投入电商，收效甚微，甚至无功而返。传统企业要不要做电商？怎样才能做好电商？

答案是肯定的，传统企业完全可以做电商业务。传统企业的商业经验已经非常丰富，只要坚持原有的经营之道，并快速学习电商的经营之术，一定可以做好电商。

那传统企业应该怎么做电商呢？首先要转变思路，树立全新的经营管理理念；其次，选择适合自己企业发展的模式；再次，建立信息化平台和网络销售渠道；最后，多借鉴已经运作成功的电商企业经验。



基于此，我在开设“传统企业如何做电子商务”培训课程的过程中，搜集了大量的实战案例，并结合已经成熟进入电子商务领域企业的经验，编写了《传统企业怎么做电商：运营·模式·案例》一书。

《传统企业怎么做电商：运营·模式·案例》一书对于互联网下的传统企业如何发展给出了一些建议和参考，全书通过术语的解析、运作的模式、经典的案例、发展的趋势对传统企业如何进行电子商务运作做了很好的诠释，由浅入深，从理论到实践。具体内容包括：互联网对传统企业营销的影响、电子商务经营模式、传统企业向电子商务转型、从PC电商到移动电商、技术应用与电子商务共发展、全网营销新生代、不同传统企业的电商化转型、电商业界趋势等。

全书所选案例均为经过事实证明的成功个案。同时，为了便于读者有更深入的了解，还配有案例介绍、创意解读及相关图片，不仅使每个案例看起来更生动形象，也便于读者更直观地了解各种运营方式和运作模式。

微购物品牌创始人
知名电商营销专家

跨界互生，互联共赢。互联网以及移动互联网时代最严重的问题之一是什么？不是对手比你强，而是你根本连对手是谁都不知道。新的更强大的对手已经用互联网思维在布局跨界打劫你的市场，但你却浑然不知，等你醒悟过来的时候，已经来不及了……

看看以下实例，你是否面临类似的情景：

- 1. 淘宝电子商务1年1万亿元以上的销量，逼得苏宁、国美这些传统零售巨头不得不转型，逼得李宁服装关掉了全国1800多家专卖店，连天上发了卫星的沃尔玛都难以招架！
 - 2. 余额宝的出台，18天狂收57亿元存款，开始抢夺银行的饭碗。
 - 3. 腾讯微信的出台，6个亿的用户还在增加，直接打劫了移动、电信和联通的饭碗。
 - 4. 小米手机运用互联网思维，短短几年就达到上百亿元的营业额，手机发货量在中国市场超过三星。
 - 5. 腾讯的微信把移动、联通和电信的收费业务变免费了，你还经常发短信吗？
- 今天的企业家赢在学习，胜在改变！参加《跨界互联》实操研习会，你会学到：
- 1. 未来5~10年的商业模式到底是什么？颠覆传统行业的跨界互联模式。
 - 2. 如何把手机变成财富的入口？如何让产品一夜之间成为畅销品之王？如何用微信吸引成千上万个粉丝？
 - 3. 科通芯城如何跨界互联在3年内做到100亿元的业绩，并在香港成功上市？凯迪拉克如何通过30天的微信推广活动吸引近37万精准粉丝，轻轻松松省去传统的1000万元推广费？
 - 4. 86岁的老人如何能够运用微营销月入200万元？90后女孩如何通过微营销1个月卖掉4架商用直升机？每月为你带来超过100万人次的销售机会，1年积累1000万精准客户！
 - 5. 如何建立跨界互联平台，实现自动化赚钱的方法和工具？

坦白地说，我可以罗列更多……

【主讲老师】陈鹏全（见作者简介）

跨界互联实操分享平台、绝对干货、100%实战案例解剖、思路的碰撞、企业家格局的突破、跨界互联的未来布局在这里为你揭晓……

未来5~10年拼的就是跨界互联，你能整合多少资源、互联多少渠道，你将来就会得到多少财富。造船过河，不如借船过河！趋势，无法阻挡！抉择，要有智慧！

在这个跨界大洗牌的年代，所有企业必须要跨界和颠覆，如果你错过了，就不是错过1年，而是错过了10年的商机，是一个时代！你还在等什么？

【史无前例的跨界互联盛会】可以开始报名啦！

【活动时间】每月1期

【活动费用】29 800.00元（购书者仅1折即可参加）

【报名热线】400-300-440 【微信公众号】chenpengquan111



营销实战课程报名表

姓 名		性 别		微信号	
学 历		专 业		职 位	
所在机构部门					
电 话			手 机		
E-mail			公众号		
经常去的网站				QQ	

Chuantong Qiye Zenme Zuo Dianshang

这是一个传统企业被“互联网+”席卷的时代！

不管是零售、电器，还是汽车、金融，抑或是酒店、旅游、教育和出版等，谁都难以幸免。

本书通过术语解析、运营模式以及经典案例分享等几大模块指引传统企业如何破局。内容包括互联网对传统企业营销的影响、电子商务经营模式、传统企业向电子商务转型、从PC电商到移动电商、技术应用与电子商务共发展、全网营销新生代、不同传统企业的电商化转型、电商业界趋势等。

第一章 互联网对传统企业营销的影响 / 1

互联网作为一种工具大大地提高了传统营销渠道的运作效率。互联网技术改变了人与人、物与物、人与物之间的沟通与联系方式，在便利营销渠道功能发挥和加速流程方面，互联网具有明显的技术优势。互联网的发展使得传统营销方式发生了革命性的变化。它将导致大众市场的终结，并逐步体现市场个性化。

第一节 传统企业的营销模式 / 2

内容01：传统营销模式 / 2

内容02：传统企业在互联网时代的处境 / 3

内容03：传统企业电商化转型的原则 / 5

内容04：传统营销模式向网络营销模式的转变 / 6

相关链接：网络营销六大定位 / 7

第二节 传统企业营销模式的转型 / 9

内容01：传统企业的互联网转型 / 9

内容02：电子商务运作下的营销管理创新 / 10

内容03：传统企业发展电子商务应从哪些方面入手 / 13

第三节 互联网营销方法 / 15

要点01：搜索引擎营销 / 15

【案例】“陈欧体”——一个成功的SEM营销 / 17

相关链接：搜索引擎营销的主要模式 / 18

要点02：即时通信营销 / 20



- 要点03: 病毒式营销 / 20
- 要点04: BBS营销 / 21
- 要点05: 博客营销 / 21
- 要点06: 聊天群组营销 / 21
- 要点07: 产品知识性营销 / 22
- 要点08: 网络事件营销 / 22
- 要点09: 网络口碑营销 / 22
- 要点10: 网络直复营销 / 23
- 要点11: 网络视频营销 / 23
- 要点12: 网络图片营销 / 23
- 要点13: 网络软文营销 / 23
- 要点14: RSS营销 / 23
- 要点15: SNS营销 / 24

第四节 传统企业面临电商化的状况 / 24

- 要点01: 传统企业转型电商需要做的准备 / 24
- 要点02: 传统企业转型电商面临的问题 / 25

第二章 电子商务经营模式 / 29

当今的商业模式日益多元化,电子商务对传统商业模式产生了极大的冲击和影响。电子商务由以往传统商业的发展到带动内需的一种经济模式时,传统商业必须进行改造升级,只有将传统的商业模式与电子商务有机结合起来,才能促进商业企业的持续健康发展。

第一节 了解电子商务经营模式 / 30

- 知识01: 电子商务的概念 / 30



知识02: 电子商务的内容 / 30

知识03: 电子商务模式 / 32

第二节 了解电子商务模式 / 34

要点01: 电商B2C模式 / 34

相关链接: 无形商品和服务的B2C电商模式 / 35

【案例】传统零售商自建B2C网站——苏宁易购 / 39

要点02: 电商B2B模式 / 40

【案例】阿里巴巴——全球采购市场 / 42

【案例】慧聪网——专注于B2B电子商务 / 43

相关链接: B2B电子商务模式的种类 / 45

要点03: C2B电商模式 / 46

【案例】采到宝网——IT垂直领域的电子商务C2B网站平台 / 48

要点04: C2C电商模式 / 49

【案例】淘宝网——中国最大的网购零售平台 / 50

【案例】拍拍网——卖家和买家互联互通的C2C平台 / 51

要点05: O2O电商模式 / 53

【案例】美乐乐家居网——中国最大的家居电子商务平台 / 56

【案例】大众点评——最早建立的独立第三方消费点评网站 / 57

【案例】美团网——本地化服务类电子商务企业 / 58

要点06: 移动电商模式 / 60

【案例】车泡网手机APP ——全面汽车后市场移动电商
服务平台 / 61

要点07: C2B+O2O模式 / 62

第三节 了解网上商城的电商模式 / 62

知识01: 了解网上商城 / 62



相关链接：建立网上商店的要素 / 63

知识02：网上商城的定位 / 64

知识03：电子商城的盈利模式 / 65

知识04：B2C电子商城系统 / 66

知识05：B2B电子商城 / 66

知识06：O2O电子商城 / 67

第三章 传统企业向电子商务转型 / 69

电子商务潮流不可逆转。但与这些欣欣向荣的数字形成反差的是，传统企业转型电商遇阻。对传统企业而言，电子商务平台不仅仅是增加订单的渠道，而且是品牌建设必不可少的关键一环。而电子商务的营销方式多种多样，例如有移动电子商务、O2O……如何建立适合自己的营销模式？传统企业往往不知所措。

第一节 电子商务的渠道 / 70

内容01：电子商务渠道的认识 / 70

内容02：电子商务渠道的种类 / 70

第二节 传统企业进入电商 / 73

要点01：传统企业进入电商的要点 / 73

要点02：传统企业面临的问题 / 75

要点03：传统企业电商化转型的误区 / 79

第四章 从PC电商到移动电商 / 83

目前，移动互联网已经大行其道。移动互联网最大的特点是创造了很多PC互联网不存在的消费场景，并且消费场景可以实现及时转化。在移动互联网时代，消费者无时无刻不在网络上。传统企业一旦搭上了移动互联网的班车，发展前景将不可估量。而移动电商不是传统电商的延伸，而是重构。认识不到这种趋势的传统电商很可能会被淘汰。



第一节 PC电商 / 84

- 术语01: 电子商务 / 84
- 术语02: 物流 / 89
- 术语03: 支付系统 / 89
- 术语04: 电子账户 / 89
- 术语05: 电子商城 / 90
- 术语06: 网站流量 / 92
- 术语07: 网站流量分析 / 94
- 术语08: 手机流量 / 94

第二节 移动电商 / 95

- 内容01: 移动电商的概念 / 95
- 内容02: 移动电子商务的应用领域 / 95
- 内容03: 移动互联网的发展趋势 / 97
- 内容04: 移动互联网与大数据 / 98
- 相关链接:** 大数据实用案例 / 98
- 内容05: 移动电商O2O模式 / 100
- 内容06: 移动支付 / 101
- 内容07: 支付宝钱包 / 103
- 内容08: 微信支付 / 104
- 相关链接:** 移动支付浪潮引爆电商金融 / 105

第三节 传统企业在移动互联网时代的转型 / 105

- 内容01: 移动互联网发展快速 / 105
- 内容02: 传统企业如何顺应移动互联网 / 106
- 内容03: 传统企业向移动互联网化转型需避免的问题 / 108



第五章 技术应用与电子商务共发展 / 111

电子商务是在信息时代流行起来的商务发展模式,电子商务的发展离不开技术应用的发展,两者互生互融。物联网的全面发展将带动电子商务的进一步发展和成熟。

第一节 物联网与电子商务 / 112

内容01: 认识物联网 / 112

内容02: 物联网在各领域的应用 / 113

第二节 二维码与电子商务 / 118

内容01: 认识二维码 / 118

内容02: 如何自己制作二维码 / 119

内容03: 二维码应用市场分析 / 122

内容04: 二维码的应用 / 125

相关链接: 二维码的20种商业应用模式 / 126

第六章 全网营销新生代 / 131

全网整合营销的优势在于提升品牌形象、规范销售市场、促进整体销量、解决线下销售瓶颈、完善客服体系、梳理分销渠道,等等。社交化电子商务是指将关注、分享、沟通、讨论、互动等社交化的元素应用于电子商务交易过程的现象。全网营销将带领传统企业走进新的营销时代。

第一节 了解网络营销 / 132

内容01: 全网营销的定义 / 132

内容02: 全网营销的涵盖范围 / 132

第二节 社交网络与电子商务 / 134

内容01: 社交网络的概念 / 134



内容02: 社交网络的作用 / 134
内容03: 社交网络存在的问题 / 134
内容04: 社交网络对人们的影响 / 135
内容05: 商务社交网站的概念 / 137
内容06: 商务社交网站的发展现状 / 137
内容07: 商务社交网站的特点 / 137
内容08: 商务社交网站的功能 / 137
【案例】若邻网——国内领先商务社交网站 / 139
内容09: 社交网络转变销售的力量 / 140
内容10: 社交网络与电子商务的结合 / 141
内容11: 认识社交化电子商务 / 141
内容12: 社交网站发展电子商务的优势 / 143
内容13: 社交网站发展电子商务的劣势 / 144
内容14: 社交网站发展电子商务的机会 / 144
内容15: 社交网站发展电子商务的挑战 / 145
内容16: 社交网站发展电子商务的模式 / 146

第三节 博客营销 / 148

内容01: 博客的定义 / 148
内容02: 博客营销的定义 / 148
内容03: 博客营销的六种常见形式 / 148
内容04: 博客营销的模式 / 149
内容05: 博客营销文章的写作技巧 / 150

第四节 微博营销 / 151

内容01: 微博的定义 / 151



内容02: 微博营销的定义 / 152

内容03: 微博营销的特点 / 152

内容04: 微博营销的操作流程 / 152

内容05: 微博营销整合 / 153

第五节 论坛营销 / 154

内容01: 论坛的定义 / 154

内容02: 论坛的特点 / 155

内容03: 论坛营销的定义 / 155

内容04: 论坛营销的方法 / 156

内容05: 论坛营销的技巧 / 157

内容06: 论坛营销的操作方法 / 158

第七章 不同传统企业的电商化转型 / 161

目前, 绝大部分企业都还处在电商爬山的艰难道路上, 还有一些企业甚至跌下了悬崖。然而一些嗅觉灵敏的企业早已学会了在互联网中游泳, 率先享受着互联网的红利。而另外一些受制于体制或反应迟钝的企业却没能跟上整个消费需求的快速变化, 懵然不知自己的未来。借鉴已在享受互联网电商带来的福利的企业的经验, 也许可以加快电商爬坡的速度。

第一节 传统农业电商化 / 162

内容01: 传统农业电商化价值巨大 / 162

内容02: 农产品电商化现状 / 162

内容03: 互联网对传统农业的流通价值 / 163

内容04: 农业电商化转型要点 / 164

【案例】褚橙——“励志橙”的电商路 / 166



相关链接：褚时健人物简介 / 167

第二节 服装业电商化 / 168

内容01：服装业陷入关店潮 / 168

内容02：传统服装企业做电商 / 168

相关链接：传统服装企业电子商务化的五种模式 / 169

【案例】骆驼服饰——四年连夺天猫服饰品牌销售冠军 / 171

第三节 餐饮业电商化 / 173

内容01：餐饮连锁企业电商O2O模式 / 173

内容02：O2O电商模式在餐饮连锁企业上的应用 / 173

相关链接：餐饮连锁企业电商O2O运营模式推广 / 174

内容03：餐饮连锁企业O2O商业模式出现的问题 / 175

内容04：餐饮连锁企业电商O2O商业模式各类问题的解决方法 / 176

【案例】海底捞——积极推进互联网进程 / 177

第四节 珠宝首饰行业电商化 / 180

内容01：珠宝首饰行业的电子商务分析 / 180

内容02：国际珠宝巨头纷纷入驻我国购物网站 / 181

内容03：中国珠宝电商化行情 / 181

相关链接：国内主要珠宝电商企业的简介 / 182

内容04：珠宝电商化存在的问题 / 183

内容05：珠宝电商化一些问题的解决办法 / 185

【案例】钻石小鸟——飞扬在网络上的奢侈 / 186

相关链接：钻石小鸟的电商成功之道 / 189

【案例】珂兰钻石——“线上+线下”打造钻石世界 / 191



【案例】欧宝丽珠宝——开创中国F2C珠宝电子商务模式 / 193

第五节 家电业电商化 / 195

内容01：传统家电企业电商化情况 / 195

内容02：家电行业电商化案例 / 198

【案例】苏宁易购——线上线下无限延伸客户体验 / 198

【案例】海尔集团——借助电子商务实现国际化战略 / 201

第六节 其他传统行业电商化 / 203

行业01：百货行业电商化 / 203

【案例】宝洁公司——日化巨头的电商转型 / 203

行业02：家纺行业电商化 / 205

【案例】罗莱家纺——顺应电商化趋势创建新品牌LOVO / 205

第八章 电商业界趋势 / 209

未来电商将从低价高频电商向高价低频电商延伸，而垂直电商式微；标品实物电商向个性服务电商延伸，互联网金融蓬勃发展……未来电商有无限的可能，谁将立于不败之地在电商世界里挥斥方遒？谁又将成为新的电商弄潮儿？

第一节 电商的发展趋势 / 210

趋势01：从低价高频电商向高价低频电商延伸 / 210

趋势02：垂直电商式微 / 210

趋势03：从标品实物电商向个性服务电商延伸 / 211

第二节 互联网金融 / 212

内容01：认识互联网金融 / 212

内容02：金融互联网的发展模式 / 212

相关链接：国内十大常见的第三方支付平台 / 215