

吴伟定 姚金刚 周振兴 郑琰◎著

# 电商运营

策略、方法与实践

# 之道



机械工业出版社  
China Machine Press

吴伟定 姚金刚 周振兴 郑琰◎著

策略、方法与实践

# 电商运营之道



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电商运营之道：策略、方法与实践 / 吴伟定等著. —北京：机械工业出版社，2015.8

ISBN 978-7-111-51414-5

I. 电… II. 吴… III. 电子商务-商业经营-中国 IV. F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 206229 号



## 电商运营之道：策略、方法与实践

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码：100037）

责任编辑：秦 健

责任校对：殷 虹

印 刷：北京诚信伟业印刷有限公司

版 次：2015 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开 本：170mm×242mm 1/16

印 张：15

书 号：ISBN 978-7-111-51414-5

定 价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379426 88361066

投稿热线：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

## 本书赞誉

时隔一年又见伟定的新作，从上一本《网络整合营销》延伸到运营，可见伟定准备做系列图书了。这些书是伟定本人的经验总结，让我颇为意外的是《电商运营之道》里面的内容，如此细腻丰富，涉及人才、运营策略、解决方法、案例等多个方面，并道出了案例里面的关键节点。这对互联网人士、即将进入电商行业的传统行业人士，都具有指导意义。正如本书前言所说的，这是一本电商的运营指南，适合所有电商从业人员阅读，也适合打算进入或打算在电商行业创业的读者朋友阅读。通过阅读本书，读者可以更为全面地了解电商运营的整体流程和方法，以达到提升综合电商运营能力的目标。

蔡文胜 美图秀秀董事长

暴风科技（股票代码 300431.SZ）、网际快车、58 同城（股票代码 NYSE:WUBA）、优化大师、4399 游戏、CNZZ 数据统计（阿里巴巴已收购）、中国站长站、易名中国等  
诸多公司投资人及董事会成员

看完伟定的书籍，让我联想到 2015 年“两会”李克强总理提出的“互联网+”，电商再也不是大众陌生的领域，它已成为不可缺少的经济领域之一。我们需要考虑更多的是如何去运营，或者说精细运营。而伟定的《电商运营之道》却富含这个领域的精髓。每一章不能说可以提升你多少能力，但却可以帮助你少走弯路。至少这个领域已出现的不少失败案例，或者已经产生不错成果的案例，本书都非常详细地有所涉及。推荐大家慢慢细读，相信你们能获取其中的精髓。

薛蛮子 著名天使投资人

PCPOP、李想的汽车之家（股票代码 NYSE:ATHM）、方三文的雪球财经以及  
杜子健的华艺百创等公司投资人及董事会成员

我算是伟定书中的常客，伟定的第二本和第三本书我都做了阅读客，每本书籍都让我感到意外。这些书的内容越来越精，越来越让我感觉伟定是在总结自己的工作经验。真心总结经验的书籍在市面上几乎看不到，这也是我会做他的书籍常态的阅读客

的原因之一。每本书都能给我带来意外的惊喜。此外，本书除了讲到 PC 端的模式，更让我关注的其实是微商这个环节。讲述内容并非很广泛，但却每页都是干货。此书除了可以指导常规的电商之外，即将进入移动微商的电商朋友也可阅读此书。

汪东风

云游控股 Forgame (股票代码 00484.HK) 董事会主席兼 CEO

我除了是个游戏经营者同时也是电商的兴趣者，对电商运营的思路、技巧都有自己的指导方向。而看完本书却深为感叹。本书不但可以给我这种对电商行业不太了解的人一定的指导性，而且其中涉及的各方面的经过和解说非常精彩，这是我推荐此书的原因。

姚剑军 (阿飞)

中国站长站创始人，飞鱼科技 (股票代码 01022.HK) 董事会主席、执行董事兼 CEO

作为与伟定共事的上司，我深知伟定的做事风格和处理方式，却没有细细地了解伟定的做事细节，然而细看《电商运营之道》后，才知道伟定在中酒网应用的所有方法都在本书中有所体现。同时也可以看出中酒网的快速发展与《电商运营之道》的内容不可分离。此书非常适合发展阶段或者即将进入电商领域的朋友细细解读。

赖劲宇

中酒网董事长

虽然认识伟定时间不长，但伟定在介绍有关项目时，他对电商的讲解让我感觉这位年轻人虽然是 80 后，但拥有丰富的电商实战经验，而在邀请我写书评的时候，因为我对电商了解不深起初有些犹豫，但看了伟定的《电商运营之道》后，深感此书不同于教科书，他对电商的理解深入透彻，无论是投资界、电商界还是传统行业，伟定的《电商运营之道》都值得一看。祝伟定的职业生涯越来越丰满与成功！

张望

中信证券旗下中信金石投资，董事总经理

《电商运营之道》是一本真正全面的系统化的实战运营书籍，受伟定邀请阅读后，我隆重推荐从事电商者或者即将从业电商者认真阅读，也建议所有希望利用电商开拓生意的中小企业主能够阅读。

王岱宗

CVC 资本 (大型 PE 并购基金) 董事总经理

《电商运营之道》汇聚了伟定多年电商运营的实践经验，具有系统性、逻辑性和实用性的特点，对电商运营学习、研究及实践均有独到的参考价值。尤其对于传统企业转型电商，可作为电商经营管理的专业教材和运营实操人员的岗位指南。

党书国

Time2U 时间由你国际控股 (股票代码 01327.HK) 执行董事

从市面上看电商运营的书籍以讲理论的居多，干燥的理论很难让读者理解电商运营的内部精髓和实操手法，很多作者其实没有一线的战斗实战经验，全盘实操的更是凤毛麟角。伟定的书先简单讲述电商的运营理论，然后深入浅出地呈现给大家作者的实操经过和经验，个人非常推荐大家阅读此书的相关细节。

瞿伟

世纪佳缘 (股票代码 NASDAQ:DATE) 联合创始人、高级副总裁

电子商务成为新经济的主要领域后，从最早期的流量占领延伸到精细化运营。这本《电商运营之道》全方位地解析关于运营的细节、人员的分配、售前售后的准备等，是伟定花了不少心血写的自己的经验总结，值得一看。

马晓辉

唯品会 (股票代码 NYSE:VIPS) 高级副总裁

电商运营重要的是思路、技巧，更重要的是实战。在实战中决策、把握，当然最重要的是坚持。《电商运营之道》的一些经典案例能给读者亲身的感受，并且能把每章中的小案例进行分解以帮助大家理解，这是最难能可贵的。

周宏刚

当当网 (纽交所股票代码 :DANG) 事业部总经理

《电商运营之道》告诉我们电商的经营更多需要精细化营运，以及如何协调其他部门之间的协作，而且更需要有一定的计划、执行、分配。此书对初学者来说非常容易理解，对有经验者来说更是具备实战手册的功能。尤其是书中的案例更极具参考意义，所以建议读者在读此书的时候多思考。初学者可小尝试，有经验者则可多对比，看是否与自己的运营有不同之处。

袁晓晶

奇虎 360 (股票代码 NYSE:QIHU) 电商总经理

《电商运营之道》内容包含目标设定、项目总结、环节解析、方案制定，实际上是一份由数个小案例和一个大案例组成的方案总结报告。无可否认《电商运营之道》肯定又是电商类型的经典读物。极力推荐大家慢慢细读，相信你能从书中获取到相关知识。

刘兴亮

CCTV 财经频道特约评论员，DCCI 互联网研究院院长，闪聚创始人，  
新媒体天使会创始人兼合伙人

电商在人们的生活中已经成为不可缺少的一部分，本人曾经也是一名电商从业者，深知电商运营产生的重大影响。本书阐述了电商运营的每个环节，非常符合电商初入者与电商从业者采纳，推荐大家阅读。

陈拥军

阳光财产保险股份有限公司互联网事业部副总

电商是江湖也是武林，武林中比拼最多的内功便是电商运营了。《电商运营之道》的内容如同内功深厚如风清扬讲解独孤九剑或乔峰比划太祖长拳般娓娓道来。财务、物流仓储、客服、推广、选品、备货面面俱到。枯燥细节处，自会豁然开朗。

吴声

商务部电商委执行秘书长、罗辑思维总顾问

现在研究电商运营的人不少。尤其在移动领域盛行的今天涌现出不少专家，他们将各自擅长的运营模式说得天花乱坠，却不清楚每一种运营模式都有自己固有的长处和短处，在不同运营环节下有效的方法在另外一种模式下未必有效。更何况在电商行业竞争厉害的当下。运营更需要每个环节、每个阶段都要结合使用不一样的运营模式和办法。《电商运营之道》告诉我们每个阶段都有不一样的运营方法。

韩啸

乐友集团战略副总裁，原奇虎 360 电商总经理

身为休闲餐饮行业的代表，很荣幸受伟定提前邀请阅读《电商运营之道》书稿。备受此书内容的感染。尤其是书中提到的 O2O 模式，颇让人为之所动。书中案例的流程、执行、总结都让我感受到作者在执行中的力度。更赞的是能把这些经验蜕变成书本内容。推荐大家细读本书。

谭浩

很久以前只是一家串店 CEO

内幕揭示、经验总结、环节分解、制订方案，全套的详细讲解成就了《电商运营之道》。不得不承认，《电商运营之道》注定会成为国内运营行业的又一经典书籍。

牛君杰

百度联盟理事、烟荷投资公司创始人、菏泽商会会长

从伟定的第一本到第三本可以看到他的成长历程，对此我衷心感到开心。尤其是第三本更为贴近我们广东省网商协会的相关企业成员。而伟定作为广东省网商协会秘书长助理，协会也希望通过此书能给协会会员更多的辅导。在伟定邀请阅读《电商运营之道》时，不少协会会员也参与了阅读，大家对书中的内容做了高度认可。

黄子荣

广东省网商协会执行副会长兼秘书长

《电商运营之道》是为数不多的运营理论和实操结合的书籍，让真正需要的人理解电商运营的本质并能快速应用到实际工作中。

肖晓

万表网 CEO

《电商运营之道》是我所见过的最实用的电商运营书籍，作者拥有丰富的实战经验。书中结合了伟定本人的实战经验及众多经典案例，还包括了许多领先的、优秀的数据报表设计、策划方案、计算模式、预测模式、总结逻辑。使互联网中最为复杂的运营方式变得浅显易懂，相当值得一读！

柯细兴

亿玛公司 CEO

《电商运营之道》中的方法不仅具有可操作性，而且大多数经过书中作者的实践检验，具有较强的说服力。学习或者从事电子商务专业的相关师生、企业运营相关人员均能从本书中发现感兴趣的内容，也相信本书能对提升传统行业转型电商行业的应用水平发挥一定的作用。

周小川

星外星音乐公司 CEO

作为老同事，这么多年，总是看到伟定在拼命奔跑。好像前面永远有个理想中的伟定，而现实中的这位永远不满足。其实伟定在推广、营销领域早已是“一匹特立独



行的狼”。这两年，他又在努力做一个高超的运营者。《电商运营之道》是他的所思和所得。永远在路上的伟定同学，加油！

赵鹏

看准网创始人、CEO

当网络上营销和推广入口越来越集中的时候，获取流量也不在以往热门话题之下。而精细化运营的技巧也成为当前最为热门的功课。本书阐释了电商各个运营环节、技巧、流程、总结，并且指出相关的问题以及效果。相信无论是目前从业者还是传统行业的初入者，都可以从《电商运营之道》中获取更多的惊喜。

鞠传国

天天网董事长兼 CEO

建议所有电子商务人士仔细阅读《电商运营之道》。电商运营是电商非常关键的环节，也是电商企业成功的不二法门，精细化、改造、变革、随性、创新、总结都是电商运营中每个执行的要门。而《电商运营之道》将每个环节都描述得非常细，非常有指导性。

苏桂强

PBA 化妆品创始人兼董事长、CEO

当电商运营在营销中寻找突破、亮点的时候，电商在运营中却无精细化管理、流程规范、选品精准化，相当多的企业等同于功夫全废！《电商运营之道》引导你实现以上所说的内容，同时它也是一位很好的导师。本人阅读完后还想继续阅读，所以极力推荐给大家。

徐立峰

三九养生堂创始人、CEO

都在说精细化运营，可是很多电商从业者往往却不知道什么是精细化运营。而《电商运营之道》的内容丰富实用，集文字、图表、数据、预测、分析、总结、案例于一身，非常适合电子商务从业人员作为指导工具书，能帮助读者建立基础的运营模式，同时也是电子商务的辅导书籍。

涂洪标

淘鞋网 CEO

电商与传统零售差异最大的地方是运营方法，这点早已经成为共识。但电商的运营怎么做？似乎在运营的认知上有着较大的差异，很多人一提到电商运营就是拿出一大堆名词，甚至连推广上的名词也拿出来混着说。当然，要这么说也没错，只是资深的运营人员听到后会哭笑不得；此外 B2C、开放平台、微商运营都有着一定的差异。而《电商运营之道》却能清楚地告诉你，它们的差异在哪里。

**梁志坚**

深圳蓝领移动网络科技有限公司董事长

电子商务在国内已经存在很长一段时间了，我们能看到多种多样的营销方式，但是在运营方面据本人所知，大多数做不到精细化。除了几大平台已有的云系统和成熟的运营体系外，在市面几乎很难见到《电商运营之道》这种详细介绍精细化管理和运营体系的书籍，我有些吃惊。此书果真值得拥有。

**刘时豪**

淘旅游（上海密域网络科技有限公司）CEO，前钻石小鸟 COO

# 前 言

从1997年12月中国第一家电商网站中国化工网上线，到现在中国的电商行业已经发展了17年，在这17年的发展历程中，电商不断地影响着中国网民的生活，这种影响还将一直持续。

从中国电子商务研究中心的研究数据可以了解到，截至2014年6月，电子商务服务企业直接从业人员超过250万人，由电子商务间接带动的就业人数已超过1720万人。

另据中国IT研究中心所发布的研究数据显示，截至2014年第1季度，中国的PC端网络购物人群已达到3.1亿人，且网络购物正从PC端不断向移动端渗透，预计未来几年中国移动购物将继续保持高速增长态势，到2015年中国移动购物市场规模会超过3500亿元，用户规模有望超过5.2亿人。这些数据表明，电商对中国的影响已经非常深入，电商的从业者也越来越多。

这两年电商发展甚为迅猛，每年中国都有超过5亿人通过PC或手机的方式进行购物。随着电商行业的快速发展，电商的人才需求非常巨大，特别是运营人才。好的电商运营主管年薪30万都难以招到。另外，很多电商企业也缺乏一些基本的运营策略和方向，这使电商企业的发展受到了制约。

在这些背景下，我们撰写了这本《电商运营之道》，希望从运营的角度对电商行业进行较为详细的解剖，从而帮助电商从业者提升综合能力，对电商中层管理人员可以激发其策略思维，对电商执行人员可以激发其技巧思维，对电商高层管理或CEO可以激发其战略思维。

全书共20章，内容由浅入深，由点到线，由线到面，循序渐进，希望能带给读者尽量多的电商思考和运营指导。

第1章和第2章主要介绍电商及电商运营的背景和概念性内容，同时对全书进行一些总体说明，通过这部分内容，读者可以对电商运营有一个基础认识。

第3~6章主要侧重讲解电商运营的相关方法，这些方法有助于读者熟悉常见的电商运营技巧，可以通过这部分内容结合实际运营进行应用。

第7~14章是本书非常重要的一部分，这部分内容讲述在电商运营过程中的主要执行策略，各个策略都会结合各种小案例进行详细阐述与说明，对实际的运营工作也会起到非常大的指导作用。

第15章和第16章主要讲解电商运营的相关机制和体系建设，这对提升电商运营的综合效率具有很大的帮助，我们发现，凡是电商运营做得高效的企业都具有非常独特而且成熟的电商运营和管理体系。

第17章和第18章涉及当前流行的微商与移动电商的运营，可以帮助读者转变思维方式，紧跟时代流行趋势，抓住热点。

第19章讲述当前电子商务最重要的主题——安全，帮助读者树立正确的互联网交易观念，同时介绍了当前比较热门的防御技术及解决方案。

第20章讲述由本书作者亲自操盘的大型电商运营案例，通过对电商运营案例的详细讲解，希望对读者全面理解本书理论起到很好的促进作用。

这是一本电商的运营指南，适合所有的电商从业人员阅读，也适合打算进入或在电商行业创业的读者朋友阅读，通过这本书，可以更为全面地了解电商运营的整体流程和方法，以达到提升电商综合运营能力的目标。

# 目 录

本书赞誉  
前言

## 第1章 电商运营概述 // 1

- 1.1 电商不是网上销售 // 2
- 1.2 电商运营发展历程 // 4
- 1.3 电商运营是不是很简单 // 5
- 1.4 中国电商运营市场概述 // 6
- 1.5 运营概念简介 // 8

## 第2章 电商运营的魔力 // 11

- 2.1 降低仓储成本 // 11
- 2.2 提高产品转化 // 13
- 2.3 提升营销效率 // 16
- 2.4 提升用户口碑 // 18
- 2.5 提高综合竞争力 // 19

## 第3章 电商运营的实施 // 21

- 3.1 运营方向达成共识 // 21
- 3.2 运营体系及策略的制定 // 22
- 3.3 运营计划是实施基础 // 27
- 3.4 建立数据支撑体系 // 29
- 3.5 市场分析及用户需求调研 // 32
- 3.6 采购及仓储策略 // 34
- 3.7 营销活动配合 // 44

- 3.8 营销渠道布局 // 45
- 3.9 产品服务机制 // 50
- 3.10 电商运营技巧 // 51

#### 第4章 优秀的电商运营策略 // 54

- 4.1 数据导向的电商运营 // 54
- 4.2 产品导向的电商运营 // 56
- 4.3 用户导向的电商运营 // 57
- 4.4 市场导向的电商运营 // 59
- 4.5 营销导向的电商运营 // 60
- 4.6 综合导向的电商运营 // 61

#### 第5章 电商运营流程建设 // 63

- 5.1 建立流程的意义 // 63
- 5.2 如何建立运营流程 // 64
- 5.3 后续落实是重点 // 65

#### 第6章 电商运营与外围资源 // 68

- 6.1 外围资源的定义 // 68
- 6.2 拓展外围资源 // 68
- 6.3 让资源可持续发展 // 70

#### 第7章 电商运营定价策略 // 72

- 7.1 定价的常见方式 // 72
- 7.2 定价所需要的策略 // 73
- 7.3 定价与活动促销 // 75

#### 第8章 电商运营产品管理策略 // 81

- 8.1 产品组合策略 // 81
- 8.2 空间管理策略 // 84
- 8.3 产品数据策略 // 85
- 8.4 产品渠道策略 // 89

**第9章 电商运营活动策略 // 91**

- 9.1 常规运营活动策略 // 91
- 9.2 节日活动策略 // 95
- 9.3 事件活动策略 // 97
- 9.4 其他活动主题 // 98

**第10章 电商运营促销策略 // 101**

- 10.1 制定促销主题 // 101
- 10.2 分析目标用户 // 102
- 10.3 制定促销价格 // 103
- 10.4 制定促销方法 // 104
- 10.5 促销案例详解 // 109

**第11章 电商运营品牌策略 // 115**

- 11.1 电商品牌的策略 // 115
- 11.2 让品牌独特 // 118
- 11.3 构造品牌价值 // 119
- 11.4 电商品牌包装 // 119
- 11.5 品牌理念认可 // 120
- 11.6 品牌危机处理 // 120

**第12章 电商运营媒体策略 // 124**

- 12.1 认识媒体的价值 // 124
- 12.2 整合线下线上媒体 // 125
- 12.3 如何与媒体打交道 // 127
- 12.4 新媒体运营策略 // 129

**第13章 电商运营口碑策略 // 133**

- 13.1 电商口碑营销的意义 // 133
- 13.2 如何建立良好口碑 // 135
- 13.3 优秀口碑营销思维 // 137

## 第 14 章 电商营销策略实施 // 140

- 14.1 设定营销角色 // 140
- 14.2 营销策略操作流程 // 142
- 14.3 营销策略总结优化 // 144

## 第 15 章 电商营销管理机制 // 148

- 15.1 效果评估机制 // 148
- 15.2 营销方向与定位 // 150
- 15.3 确认资源方向与执行 // 153
- 15.4 试错与全面测试 // 157

## 第 16 章 建立电商运营体系 // 159

- 16.1 建立电商运营体系 // 159
- 16.2 提升电商优质用户 // 162
- 16.3 常见电商模式与运营特点 // 163

## 第 17 章 微商模式运营 // 167

- 17.1 微商简介 // 168
- 17.2 微信营销 // 175
- 17.3 广告联盟 // 177
- 17.4 O2O 结合模式 // 181
- 17.5 微商与 HTML5 技术 // 188

## 第 18 章 移动电商运营 // 193

- 18.1 移动电商运营内容 // 194
- 18.2 移动电商运营指标 // 197
- 18.3 App 推广资源 // 198
- 18.4 App 市场的入口 // 202
- 18.5 移动 Wap 网站与 App // 204



**第 19 章 电子商务安全 // 206**

- 19.1 交易安全 // 206
- 19.2 网络安全 // 207
- 19.3 电商企业信息安全现状 // 208
- 19.4 个人用户安全现状 // 210
- 19.5 黑客入侵流程 // 210
- 19.6 传统电商防御技术 // 211
- 19.7 新型电商防御技术 // 212
- 19.8 终极安全解决方案 // 213

**第 20 章 中酒网整合运营案例 // 214**

- 20.1 行业背景 // 214
- 20.2 关于中酒 // 215
- 20.3 “双十一”活动 // 216
- 20.4 全品类全渠道领跑酒类市场 // 222