

电商逆袭

移动端电商设计

高金山 编著

全面剖析 移动端店铺设计要点

深度解析 移动端店铺布局技巧

设计优化 移动端店铺用户体验



DVD-ROM
240分钟



电商逆袭

移动端电商设计

高金山 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

本书是一本使用Photoshop进行移动电商设计制作的案例教程，语言浅显易懂，配合大量精美的移动电商设计案例，讲解了有关移动电商设计的相关知识和使用Photoshop进行移动电商设计制作的方法和技巧，使读者在掌握移动电商设计各方面知识的同时，能够在移动电商设计制作基础上做到活学活用。

本书配套的光盘中提供了本书所有案例的源文件、素材及视频教程，方便读者借鉴和使用。

本书适合有一定Photoshop软件操作基础的设计初学者以及设计爱好者阅读，也可以为一些设计制作人员以及相关专业的学习者提供参考。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

电商逆袭：移动端电商设计 / 高金山编著. -- 北京：电子工业出版社，2016.5

ISBN 978-7-121-28609-4

I. ①电… II. ①高… III. ①电子商务-商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第081352号

责任编辑：田 蕾

文字编辑：赵英华

印 刷：北京天宇星印刷厂

装 订：北京天宇星印刷厂

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印 张：20 字 数：512千字

版 次：2016年5月第1版

印 次：2016年5月第1次印刷

定 价：79.80元（含光盘1张）

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

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

服务热线：(010) 88254161 ~ 88254167 转 1897。

前言

互联网发展速度之快，令人叹为观止。我们知道电子商务是指不需要见面就可以进行的商贸活动，而移动电子商务与它的区别仅仅是商贸活动进行的方式不一样。传统的电子商务是通过PC进行沟通，而移动电子商务，顾名思义就体现在“移动”两字上，它的主要传播途径是手机、PAD、掌上电脑等手持移动终端。与传统的电商相比，移动电商在商贸谈判中又更上一层楼。

本书从移动电商设计的理念为出发点，配以专业的图形处理软件Photoshop做讲解，重点向读者介绍了Photoshop在移动电商设计方面的理论知识和相关应用。通过大量移动电商设计案例的制作和分析，让读者掌握实实在在的设计思想。

本书章节安排

本书内容浅显易懂，简明扼要，从移动电商的设计思想出发，向读者传达一种新的设计理念，专业的理论知识讲解与精美案例制作完美结合，循序渐进地讲解移动电商设计中的有关知识，让读者在学习欣赏的过程中丰富自己的设计创意并提高动手制作能力。本书内容章节安排如下。

Chapter 01 认识移动电商，介绍了关于移动电商的相关基础知识，包括什么是移动电商、移动电商的优势、各移动终端的设计规范，以及移动电商的应用形式等，使读者对移动电商有更加深入的认识和理解。

Chapter 02 移动端电商图标，主要介绍了移动电商界面中图标设计的相关知识及其设计表现方法，包括设计风格、应用类型、图标特点和设计要点等，并通过讲解移动电商界面中不同类型的图标制作，使读者快速掌握移动端电商图标的设计和表现方法。

Chapter 03 移动端电商基本元素，主要讲解了有关移动电商设计基本元素的相关知识，主要讲解了导航和工具栏的设计方法，通过讲解不同类别移动电商基本元素的设计制作，使读者掌握移动电商基本元素设计的技巧及表现形式。

Chapter 04 移动端电商广告，主要讲解了移动端电商广告的特点、类型、设计元素和要点等知识，为读者详细介绍了移动电商广告排版布局的技巧，最后通过对不同移动端电商广告界面制作过程的讲解提高读者对移动电商设计的认识。

Chapter 05 移动端电商APP，主要介绍了移动端电商APP的设计要求和设计方法，还普及了有关电商APP的基础知识，也向读者介绍了电商APP的设计原则和注意事项，通过对多种不同APP页面的设计讲解，让读者明了电商APP在移动电商设计中所遵循的设计原则和要求。

Chapter 06 移动端电商页面，主要介绍了移动电商页面布局设计的要点和设计趋势，并且依次介绍了对启动页、引导页、商品详情页、活动页的布局设计，通过讲解多种典型的移动电商界面的设计制作，使读者掌握移动电商界面的设计方法，并认识到移动电商界面的多种设计特点和风格。

本书特点

全书内容丰富、条理清晰，通过6章的内容，为读者全面、系统地介绍了各种移动电商的设计知识，以及使用Photoshop进行移动电商界面设计的方法和技巧，采用理论知识和案例相结合的方法，使知识融会贯通。

- 语言通俗易懂，精美案例图文同步，涉及大量移动电商设计的知识讲解，帮助读者深入了解移

动电商设计。

● 实例涉及面广，几乎涵盖了移动电商设计中的各个领域，通过大量的设计讲解和案例制作帮助读者掌握各个领域的专业知识点。

● 注重设计知识点和案例制作技巧的归纳总结，知识点和案例的讲解过程中穿插了大量的软件操作技巧提示等，使读者更好地对知识点进行归纳吸收。

● 每一个案例的制作过程，都配有相关视频教程和素材，步骤详细，使读者轻松掌握。

参与本书编写的有高金山、张艳飞、鲁莎莎、吴濛超、田晓玉、余秀芳、王俊萍、陈利欢、冯彤、刘明秀、解晓丽、孙慧、陈燕、胡丹丹、王明佳。书中难免有错误和疏漏之处，希望广大读者朋友批评、指正。

目 录

Chapter 01 认识移动电商	001	2.2 移动端图标应用类型	025
1.1 了解移动电商	002	2.2.1 应用图标	025
1.1.1 什么是移动电商	002	案例分析 天猫购物APP图标设计分析	027
1.1.2 移动电商与传统电商的区别	003	实战案例 设计运动品牌电商应用图标	028
1.1.3 移动电商的现状	004	2.2.2 功能图标	039
1.1.4 了解移动电商的4种模式	005	案例分析 食品电商图标设计分析	040
1.1.5 移动电商的应用形式	005	实战案例 设计功能性图标	041
1.2 移动电商的特点	007	2.2.3 修饰图标	047
1.2.1 全天候	007	案例分析 女性购物简约图标设计分析	049
1.2.2 个性化	008	实战案例 设计简约图标	050
1.2.3 精准性	008	案例分析 餐饮电商线框图标设计分析	054
1.2.4 安全性	008	实战案例 设计线框象形图标	055
1.2.5 定位性	008	2.3 iOS和Android系统图标的	
1.2.6 便利性	008	特点	059
1.2.7 辨识性	009	2.3.1 iOS系统图标的特​​点	059
1.2.8 即时性	009	2.3.2 iOS系统图标的尺寸	060
1.3 移动电商与传统电商比较	009	2.3.3 Android系统图标的特​​点	060
1.3.1 移动电商对传统电商的影响	009	2.3.4 绘制图标时需要注意的问题	061
1.3.2 传统电商企业需要做什么?	010	案例分析 男装电商APP图标分析	061
1.4 移动电商与传统电商设计的		实战案例 设计时尚风格电商APP图标	062
差异化	010	2.4 电商应用图标视觉设计	
1.4.1 使用场景的差异	011	要点	069
1.4.2 交互方式的差异	011	2.4.1 符合设计规范性	069
1.4.3 屏幕容量的差异	011	2.4.2 分析定位, 突出特点	070
1.4.4 信息组织的差异	012	2.4.3 设计完整性	070
1.4.5 导航系统的差异	014	2.4.4 统一性	070
1.5 移动端电商视觉设计原则	015	2.4.5 连续性	071
1.5.1 功能性原则	015	案例分析 电影票电商APP图标设计	
1.5.2 可视性原则	016	分析	072
1.5.3 统一性原则	019	实战案例 设计简约风格电商APP启动	
1.6 本章小结	020	图标	073
Chapter 02 移动端电商图标	021	2.5 本章小结	079
2.1 图标设计风格	022	Chapter 03 移动端电商基本元素	081
2.1.1 拟物化图标	022	3.1 关于移动端网店设计	082
2.1.2 扁平化图标	023	3.1.1 什么是网店设计	082
2.1.3 简约图标	024	3.1.2 移动端网店设计前的准备	082
2.1.4 线框图标	025	3.1.3 移动端网店特点	083
		3.1.4 提高手机端店铺转化率	084
		案例分析 咖啡饮品店标设计分析	085

实战案例 设计男装店铺店标	086	分析	148
3.2 移动端常见的导航表现		实战案例 设计移动电商Banner广告	149
形式	092	4.4 移动端电商广告设计要点	158
3.2.1 顶部导航	092	4.4.1 走心的文案	158
3.2.2 底部导航	093	4.4.2 均衡的构图	159
3.2.3 列表式导航	094	4.4.3 合适的字体	161
3.2.4 平铺式导航	095	案例分析 “小米商城”闪屏广告设计	
3.2.5 矩阵/网格导航	095	分析	163
案例分析 商品分类列表导航设计分析	097	实战案例 设计移动电商闪屏广告	164
实战案例 设计矩阵式移动电商导航	098	4.5 电商广告设计技巧	170
3.2.6 悬浮icon导航	104	4.5.1 排版布局	170
3.2.7 侧边式导航	104	4.5.2 颜色搭配	172
案例分析 弹出式导航设计分析	106	4.5.3 文字处理	174
实战案例 设计移动电商侧边导航	107	案例分析 双12店铺活动广告设计分析	177
3.3 工具栏设计	111	实战案例 设计手机端店铺活动广告	178
3.3.1 工具栏的重要性	111	4.6 本章小结	186
3.3.2 工具栏的作用	112	Chapter 05 移动端电商APP	187
案例分析 餐饮电商工具栏	113	5.1 什么是电商APP	188
实战案例 设计电商工具栏	114	5.2 电商APP设计基本要求	189
3.4 本章小结	120	5.2.1 以实用为基础	189
Chapter 04 移动端电商广告	121	5.2.2 色彩与风格需要统一	189
4.1 移动端电商广告与PC端		5.2.3 合理的配色	190
电商广告的不同	122	5.2.4 规范的视觉流程	190
4.1.1 使用场景	122	5.2.5 视觉元素规范	191
4.1.2 地理位置	122	案例分析 Dior购物APP设计分析	192
4.1.3 身份识别	122	实战案例 设计奢侈品购物APP	193
4.1.4 显示方式	122	5.3 如何设计电商APP	198
4.2 移动端广告类型	122	5.3.1 清晰的定位	199
4.2.1 Banner广告	122	5.3.2 交易按钮非常重要	199
4.2.2 开屏广告	124	5.3.3 使用户能快速找到需要的商品	200
4.2.3 弹窗广告	125	5.3.4 提供即时沟通方式	200
4.2.4 视频广告	125	5.3.5 电商APP设计流程	201
4.2.5 富媒体广告	126	案例分析 综合购物商城APP设计分析	202
案例分析 天猫开屏广告设计分析	127	实战案例 设计时尚男装电商APP	203
实战案例 设计电商APP开屏广告	128	5.4 电商APP设计原则	214
案例分析 活动促销弹窗广告设计分析	134	5.4.1 清晰的视觉效果	214
实战案例 设计移动电商弹窗广告	135	5.4.2 巧妙地应用关键色	215
4.3 移动电商广告的设计元素	145	5.4.3 高效的商品搜索	215
4.3.1 广告背景	145	5.4.4 商品收藏和分享	216
4.3.2 产品	146	5.4.5 个性化的购物体验	217
4.3.3 主题文案	147	5.4.6 流畅的支付流程	217
4.3.4 装饰图形	147	案例分析 “风尚”购物APP设计分析	218
案例分析 儿童节促销活动广告设计		实战案例 设计时尚女装购物APP	219

5.5 电商APP设计注意事项	227
5.5.1 视觉设计规范	227
5.5.2 APP设计的用户体验	228
案例分析 文艺风格电商APP设计分析	229
实战案例 设计餐饮电商APP	230
5.6 本章小结	239
Chapter 06 移动端电商页面	241
6.1 了解启动页	242
6.1.1 什么是电商启动页	242
6.1.2 电商启动页的作用是什么	242
6.1.3 电商启动页的设计要求	243
案例分析 天猫APP启动页设计分析	244
实战案例 设计餐饮类电商APP启动页	245
6.2 电商APP引导页的类型	255
6.2.1 活动推广类	256
6.2.2 品牌推广类	256
6.2.3 特点说明类	257
案例分析 京东商城APP引导页设计分析	258
实战案例 设计电商APP引导页	259
6.3 电商活动页面设计原则	265
6.3.1 优秀的活动文案	265
6.3.2 根据节日特点进行配色和素材选择	266
6.3.3 活动页面设计技巧	267
案例分析 节日促销活动页面设计分析	270
实战案例 设计化妆品促销活动页面	271
案例分析 数码产品促销页面设计分析	281
实战案例 设计手表促销活动页面	282
6.4 商品详情页设计	287
6.4.1 展示商品细节图片	287
6.4.2 有效地引导用户操作	287
6.4.3 商品评价功能	288
6.4.4 连贯的商品介绍	289
6.4.5 跟随性导航	289
6.4.6 商品详情页面不要过长	290
案例分析 手机端家电商品详情页设计分析	291
实战案例 设计手机端商品详情页面	292
6.5 移动端电商网页设计趋势	302
6.5.1 分析移动购物用户	302
6.5.2 移动端电商网页转化率	303
6.5.3 移动端电商网页设计要点	303
案例分析 小家电店铺首页设计分析	306
实战案例 设计淘宝女装店铺首页	307
6.6 本章小结	312

01

Chapter

认识移动电商

移动互联网时代，各行各业的侵入和发展，都不可阻挡的将人们带入了移动互联的大潮中。近年来移动设备及移动互联网的发展和普及速度令人惊讶，随之也带来了全新的用户习惯和消费模式，电商在移动领域的应用也得到了很大的发展。在本章中将向读者介绍有关移动电商的相关知识，使读者对移动电商有更深入的了解和认识。

1.1 了解移动电商

在移动互联网时代，随时随地浏览和操作成为用户体验最直接的要求，这也是电商模式发展的趋势之一。移动电子商务的深入开发和成熟应该早已成为可能，这大大增强了用户的体验效果。

1.1.1 什么是移动电商

电子商务是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现电子化、数字化和网络化、商务化的整个商务过程。电子商务是以商务活动为主体、以计算机网络为基础、以电子化方式手段，在法律许可范围内所进行的商务活动交易过程。电子商务中传统商业活动各环节的电子化、网络化，其最典型、最常见的代表就是淘宝网、京东商城等各大电商企业，如图1-1所示为淘宝网和京东商城的网站页面。



图1-1

移动电商是指使用智能手机、平板电脑等无线终端设备进行B2B、B2C、C2C各O2O的电子商务。移动电商将因特网、移动通信技术、短距离通信技术及其他信息处理技术的完美结合,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。如图1-2所示为移动端淘宝、京东商城和支付宝。

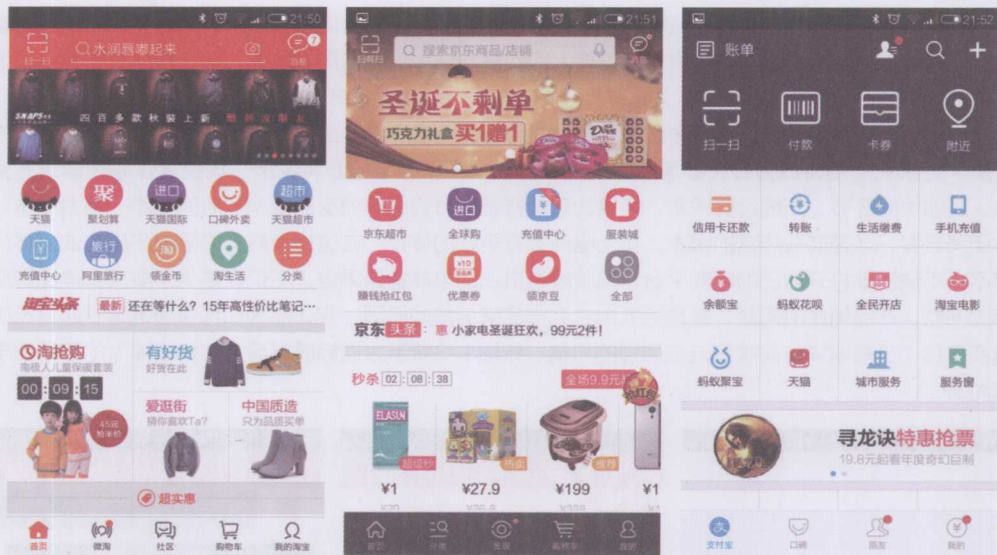


图1-2

用户的需求决定了市场的走向。移动电商市场从用户体验上打破了传统的模式,给人以耳目一新的感觉,恰如其分地契合人们的体验需求,优秀的用户体验使之逐渐渗透到人们的生活之中。无须复杂的平台,不受时间的束缚,只需轻松触控,随时随地地完成操作,将使其成为生活中一个不可或缺的消费方式。

1.1.2 移动电商与传统电商的区别

电子商务包括了移动电子商务,只是我们平常狭义理解的电子商务就是在电脑上买卖东西,或者其他商务活动,但是随着移动技术的发展,很多需要在电脑上完成的工作,现在通过手机一样可以完成,这个就属于移动电子商务。

IDC (International Data Corporation, 国际数据公司)认为,移动电子商务市场的发展不会是简单地由PC端向移动端迁移的过程,而将是一场以个人消费者为中心的产业模式重构。

移动电商市场吸引了许多竞争者,如PC互联网时代的电子商务巨头淘宝、京东等,跃跃欲试借助O2O转型的苏宁、国美、万达等传统零售巨头,甚至有海尔、联想等品牌厂商。在移动电商模式下,对个人消费者本身的争夺将逐步替代流量入口之争,成为产业各方获取竞争优势的关键。

各大企业需要注意的是,由于基于固定PC互联网的电子商务与移动电子商务拥有不同特征,移动电子商务不可能完全替代传统电子商务,两者是相互补充、相辅相成的。移动通信具有灵活、便捷的特点,决定了移动电子商务应该定位于大众化的个人消费领域,应该提供大众化的商务应用。

1.1.3 移动电商的现状

近年来,我国移动通信业务发展迅速,无论是通信设备、基础设施还是用户规模都保持着较快的发展速度。随着移动通信业务的发展,移动互联网的商业价值正逐渐展现,得益于智能终端的普及和移动网络环境的改善,网民使用的服务从即时通信、手机阅读等相对简单的应用,拓展到移动办公、电子商务等对终端性能和无线网络环境要求较高的应用。

移动互联网因其可以为用户随时随地提供所需的服务、应用、信息和娱乐,同时满足用户及商家从众、安全、社交及自我实现的需求,使得人们对移动性和信息的需求急速上升,移动互联网已经渗透到人们生活、工作的各个领域,为移动电子商务的发展奠定了很好的基础。

传统零售业升级改造已经成为必然的发展趋势,体验式消费、生活中增加线上体验,大数据的搜集、分析和应用将成为传统零售业新的经营利器。未来的市场必将经历一场经营体制和模式的变革,压缩中间环节,压缩经营成本,直接让利消费者,节约顾客的交通成本、时间成本、精力成本,方便消费者,才是商业经营的根本。移动电商会有更好的体现,在这样大趋势的驱使下所有的实体品牌不得不快速地打开自己的电商平台,现阶段有自己的电商销售渠道,不仅仅是为了解决实体品牌库存的问题、产品销量的问题,更是完善树立完整品牌形象的问题,实体品牌如何快速地建立起自己的电商平台,是每家实体品牌商迫在眉睫的事情。如图1-3所示为连锁服装品牌“优衣库”的移动端电商APP。



图1-3

店商与电商完美结合,实现O2O最新经营模式是未来企业的首选经营之道;现在的电子商务不仅仅是某个品牌在天猫或京东上架一些产品,开个旗舰店这么简单的事情。

移动电商已经成为未来发展的必然趋势,线上线下相结合的O2O模式也将成为近期电商的主流发展方向。随着移动互联网的发展,不久的将来,移动互联网电商将逐步取代PC电商,成为电商的主流平台。

1.1.4 了解移动电商的4种模式

现阶段根据移动电子商务产业链中主导者的不同,移动电商主要包括以下4种商业模式:电信运营商主导的移动电子商务、传统电子商务提供商主导的移动电子商务、设备提供商主导的电子商务,以及新兴移动电子商务提供商主导的移动电子商务。

以电信运营商为主导(如移动、电信、联通)的移动电子商务模式,拥有庞大的潜在消费用户群体这一明显的优势。

以传统电子商务提供商为主导的模式,则以品牌为导向,如淘宝网、京东商城、当当网、阿里巴巴等广为人知的传统电子商务品牌。

以设备提供商为主导的模式,其中一个成功的例子就是苹果的App Store。

而最后一种模式,相对于其他三种模式来说,优势在于利用各种新技术结合各式各样的奇思妙想,提出完全区别于传统电子商务的“创新应用”,通过应用来吸引用户,引导用户的消费模式。

1.1.5 移动电商的应用形式

移动电商除了我们通常理解的购物外,还有许多不同的应用形式,概括起来主要包括银行业务、交易、订票、购物、娱乐、无线医疗等。

1. 银行业务

移动电子商务使用户能随时随地在网上安全地进行个人财务管理,进一步完善因特网银行体系。用户可以使用其移动终端核查其账户、支付账单、进行转账以及接收付款通知等。如图1-4所示为交通银行的手机银行。

2. 交易

移动电子商务具有即时性,因此非常适用于股票等交易应用。移动设备可用于接收实时财务新闻和信息,也可确认订单并安全地在线管理股票交易。如图1-5所示为移动端股票交易应用软件。



图1-4

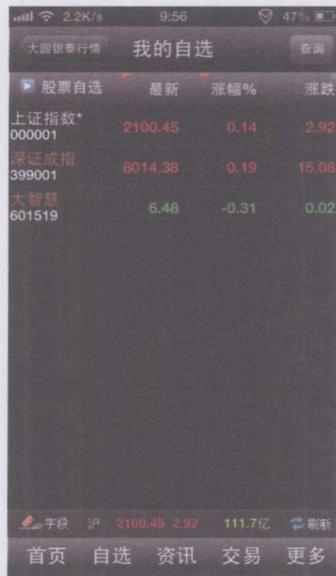


图1-5

3. 订票

通过因特网预定机票、车票或入场券已经发展成为一项主要业务，其规模还在继续扩大。因特网有助于方便核查票证的有无，并进行购票和确认。移动电子商务使用户能在票价优惠或航班取消时立即得到通知，也可支付票费或在旅行途中临时更改航班或车次。借助移动设备，用户可以浏览电影剪辑、阅读评论，然后订购邻近电影院的电影票。如图1-6所示为用于预定机票和酒店的“去哪儿”手机应用。

4. 购物

借助移动电子商务，用户能够通过其移动通信设备进行网上购物。即兴购物会是一大增长点，如订购鲜花、礼物、食品或快餐等。传统购物也可通过移动电子商务得到改进。例如，用户可以使用“无线电子钱包”等具有安全支付功能的移动设备，在商店里或自动售货机上进行购物。如图1-7所示为团购电商“百度糯米”手机应用。



图1-6



图1-7

5. 娱乐

移动电子商务将带来一系列娱乐服务。用户不仅可以从他们的移动设备上收听音乐，还可以订购、下载或支付特定的曲目，并且可以在网上与朋友们玩交互式游戏，还可以为游戏付费，并进行快速、安全的博彩和游戏。如图1-8所示为“网易云音乐”手机应用。

6. 无线医疗

医疗产业的显著特点是每一秒钟对病人都非常关键，在这一行业十分适合于移动电子商务的开展。在紧急情况下，救护车可以作为进行治疗的场所，而借助无线技术，救护车可以在移动的情况下同医疗中心和病人家属建立快速、动态、实时的数据交换，这对每一秒钟都很宝贵的紧急情况

况来说至关重要。在无线医疗的商业模式中，病人、医生、保险公司都可以获益，也会愿意为这项服务付费。这种服务是在时间紧迫的情形下，向专业医疗人员提供关键的医疗信息。由于医疗市场的空间非常巨大，并且提供这种服务的公司为社会创造了价值，同时，这项服务又非常容易扩展到全国乃至世界，我们相信在整个流程中，存在着巨大的商机。如图1-9所示为无线医疗手机应用。



图1-8



图1-9

1.2 移动电商的特点

与传统电子商务相比，移动电子商务具有许多优点。例如，移动交易不受时间和地点的限制，移动交易效率高，大大节省客户的交易时间，而且移动终端的身份固定，能够向用户提供个性化移动交易服务，并且可以提供与位置相关的交易服务。移动电商将用户和商家紧密联系起来，而且这种联系将不受计算机或连接线的限制，使电子商务走向了个人。通过移动电商，用户可以随时随地获取所需要的服务、应用、信息和娱乐。

1.2.1 全天候

移动交易不受时间和地点的限制，因而移动电商具有无处不在的特点，移动终端便于人们携带，可随时与人们相伴。这将使得用户能够更有效地利用空余时间来从事商业活动。移动用户可以在旅途中利用移动设备来从事商业交互活动，如商务洽谈、下订单等，这已经成为电子商务发展的新方向。移动电商市场从长远看具有超越传统电商的潜力，这是因为移动电商具有一些无可匹敌的优势，因为只有移动电商才能在任何地方、任何时间真正解决交易的问题。

1.2.2 个性化

移动电商可以通过包含大量活跃和潜在用户信息的数据库（在该数据库中通常包含了用户的个人信息，如喜爱的体育活动、喜欢听的歌曲、生日信息、社会地位、收入状况、前期购买行为等），能够完全根据消费者的个性化需求和喜好来定制服务。因为移动终端用户的身份比较固定，所以能够为移动终端用户提供更加个性化的交易服务。移动电子商务的主要特点是灵活、简单、方便，移动设备的选择以及需要移动电商提供的服务与信息方式完全可以由用户自己控制。

1.2.3 精准性

由于智能手机具有比微型计算机更高的贯穿力，因此移动电商的开发者可以更好地发挥主动性，为不同顾客提供精准化的服务。利用无线服务提供商提供的入口统计信息和基于移动用户当前位置的信息，商家营销可以通过具有精准化的短信服务活动进行更有针对性的广告宣传，从而满足客户的需求。要提供精准化服务，其内容传送模式的关键之处在于准确的个人信息，如用户的前期交易和偏好，与交互的时间及地点相关的当前选择。促进一位顾客进行在线预订餐厅的也可能是一个移动引导地图或吃饭前的一件事，所有这些都基于顾客的前期行为。然而，精准化将意味着顾客暴露自己的偏好及行为。如果对他们自己有利，顾客是十分愿意向公司提供个人信息的。

1.2.4 安全性

尊重消费者隐私是移动电商的优势，由于智能手机具有内置的ID，在增加交易安全性的同时，也增加了消费者对隐私保护问题的关注。为了防止宣传活动在第一声手机铃声响起之前就被搞砸，商家必须强调保护消费者的隐私，要有配套的、详尽的自愿选择加入邮件列表计划。同时，为了发送定制化的信息，商家需要收集数据，这也会涉及消费者的隐私问题。因此，商家要在实现个性化和尊重消费者隐私之间进行权衡。定制化战略可以用于缓解移动交易中对安全及隐私问题的担忧。如消费者可以通过改变安全及隐私的设置来满足他们的个人需求。

1.2.5 定位性

位置敏感的服务可以充分体现出移动电商的特有价值，移动电商可以提供与位置相关的交易服务，从而为用户提供相应的个性化服务。知道互联网用户的地理位置，给移动电子商务带来传统电子商务无可比拟的优势。利用这项技术，移动电商将能够更好地与特定地理位置上的用户进行信息的交互，将是今后移动电商领域比较有前途的产业化方向。当然，有的服务位置敏感，但是时间不紧迫，比如旅游景点移动广告地、自我定位服务等。这些移动电商的服务内容，根据其所处的环境不同，也都能体现出移动电商的价值。

1.2.6 便利性

人们在接入电子商务活动时，不再受时间及地理位置的限制。然而，移动电商的接入方式更具便利性，使人们免受日常烦琐事务的困扰。例如，消费者在排队或陷于交通阻塞时，可以进行网上娱乐或通过移动电子商务来处理一些日常事务。消费者的舒适体验将带来生活质量的提高。移动服务的便利性使顾客更忠诚。为了使消费者享受方便快捷的服务，体验移动交易的魅力，移动电商可以从以下方面努力：提供友好的用户界面，只设定肯定及否定选项；为顾客自动地提供无处不在的计费交易服务；利用小额支付技术；提供实时的无处不在的在线拍卖活动；在任何时间、任何地点提供实时交易的便利性。

1.2.7 辨识性

移动电商就是利用手机与差别化的个体进行“一对一”的沟通,以识别不同消费者之间的个性需求,以及同一消费者在不同地点、不同时间段的特定需求。例如,企业通过微信群组区分不同的消费群体。

1.2.8 即时性

移动终端的便利性使得移动电商平台可以及时地与目标消费者进行沟通。要强调的是移动电商的即时性对于企业来说意味着广告发布是可以定时的。另一方面也要求在识别用户地理位置后即时触发商业行为,主动推送营销信息。如图1-10所示为商家通过手机APP主动推送信息给潜在用户。

移动电商主动向用户推送最新的促销活动以及商品折扣信息。



用户单击某一条推送的信息后,会自动在手机端打开该移动电商应用,并自动跳转到该活动页面中,显示相关的活动详情。

图1-10

1.3 移动电商与传统电商比较

移动通信技术的飞速发展、智能设备的快速普及,以及不同类型APP的迅猛增长,使互联网快速进入了双屏时代。对个人消费者而言,PC端的潜力几乎发掘殆尽,移动端已经成为了电子商务行业的下一个主战场。

1.3.1 移动电商对传统电商的影响

移动端对电子商务行业的影响,主要体现在以下几个方面。

1. 影响企业对多屏营销资源的投入决策

移动端和PC端有各自的优势和劣势,例如,在视频浏览方面,大屏的PC端优于移动端,而