



新型职业农民培育系列教材

网店运营

理论与实操

曲永栋 邢金山 朱付长 主编

手把手教您开淘宝网店



中国农业科学技术出版社



新型职业农民培育系列教材

网店运营

理论与实操

曲永栋 邢金山 朱付长 主编

手把手教您开淘宝网店



中国农业科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

网店运营理论与实操 / 曲永栋, 邢金山, 朱付长主编.
— 北京: 中国农业科学技术出版社, 2016.8
ISBN 978-7-5116-2676-9

I. ①网… II. ①曲… ②邢… ③朱… 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 167258 号

责任编辑 崔改泵
责任校对 贾海霞

出 版 者 中国农业科学技术出版社
北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081
电 话 (010) 82109194 (编辑室) (010) 82109702 (发行部)
(010) 82106629 (读者服务部)
传 真 (010) 82106650
网 址 <http://www.castp.cn>
经 销 者 各地新华书店
印 刷 者 北京富泰印刷有限责任公司
开 本 850mm × 1 168mm 1/32
印 张 7
字 数 170 千字
版 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷
定 价 28.00 元

《网店运营理论与实操》

编 委 会

主 编 曲永栋 邢金山 朱付长

副主编 陈启峰 娄 婷 刘俊涛

编 委 (按姓氏笔画为序)

邢金山 曲永栋 朱付长

刘俊涛 陈 江 陈启峰

武建军 娄 婷

目 录

第一章 电子商务	1
第一节 简介	1
第二节 历程	6
第三节 范围	11
第四节 功能	17
第五节 模式	19
第六节 管理	24
第二章 网络营销	25
第一节 简介	25
第二节 发展	27
第三节 方式	28
第四节 优势	31
第三章 网上开店	33
第一节 概述	33
第二节 方式	34
第三节 优势	35
第四节 注意事项	37
第五节 选择经营	38
第六节 开店条件	39
第四章 开店入门	43
第一节 最新淘宝开店流程	43
第二节 开店准备工作	54
第三节 开店基础知识	56
第四节 开店注意事项	61

第五节	常见骗局,教你防范.....	64
第六节	淘宝认证新规则	69
第五章	网店装修	74
第一节	ps 基础	74
第二节	宝贝页面设计	89
第三节	店招制作	95
第六章	网店运营	99
第一节	宝贝上下架规则	99
第二节	宝贝上下架优化	101
第三节	影响宝贝排名因素	108
第四节	卖家心理剖析	116
第五节	打造爆款计划	122
第六节	活动编辑	128
第七节	重复铺货	141
第八节	网店直通车	142
第九节	无线运营	165
第七章	网店客服	168
第一节	网店客服入门	168
第二节	招聘客服要求	170
第三节	客服基本素质	172
第四节	客服的分类	175
第五节	客服专业知识	176
第六节	客户心理分析	179
第七节	客服工作模式	183
第八节	客服沟通的基本原则	204
第九节	客服沟通及销售技巧	207
第十节	客服心态	209
第十一节	常见问题及处理	213
	主要参考文献	218

第一章 电子商务

第一节 简介

一、定义

电子商务是利用微电脑技术和网络通信技术进行的商务活动。各国政府、学者、企业界人士根据自己所处的地位和对电子商务参与的角度和程度的不同,给出了许多不同的定义。但是,电子商务不等同于商务电子化。

电子商务是以信息技术为手段,以商品交换为中心的商务活动;也可理解为在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(VAN, Value Added Network)上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动,是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在因特网开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。电子商务分为:ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A(即B2G)、C2A(即C2G)、O2O等。同时,

网络营销也是电子商务的一种产物，而且对于网络营销来说，在做之前要先做好网络营销方案，那样才有利于计划的实施。

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，以电子化方式的手段，在法律许可范围内所进行的商务活动交易过程；电子商务是运用数字信息技术，对企业的各项活动进行持续优化的过程。

电子商务即使在各国或不同的领域有不同的定义，但其关键依然是依靠着电子设备和网络技术进行的商业模式，随着电子商务的高速发展，它已不仅仅包括其购物的主要内涵，还包括了物流配送等附带服务。电子商务包括电子货币交换、供应链管理、电子交易市场、网络营销、在线事务处理、电子数据交换（EDI）、存货管理和自动数据收集系统。在此过程中，利用到的信息技术包括：互联网、外联网、电子邮件、数据库、电子目录和移动电话。

首先将电子商务划分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务活动；狭义电子商务定义为，主要利用 Internet 从事商务或活动。无论是广义的还是狭义的电子商务的概念，电子商务都涵盖了两个方面：一是离不开互联网这个平台，没有了网络，就称不上为电子商务；二是通过互联网完成的是一种商务活动。

狭义上讲，电子商务（Electronic Commerce，简称 EC）是指：

通过使用互联网等电子工具（这些工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络、移动通信等）在全球范围内进行的商务贸易活动。是以计算机网络为基础所进行的各种商务活动，包括商品和服务的提供者、广告商、消费者、中介商等有关各方行为的总和。人们一般理解的电子商务是指狭义上的电子商务。

广义上讲，电子商务一词源自于 Electronic Business，就是通过电子手段进行的商业事务活动。通过使用互联网等电子工具，使公司内部、供应商、客户和合作伙伴之间，利用电子业务共享信息，实现企业间业务流程的电子化，配合企业内部的电子化生产管理系统，提高企业的生产、库存、流通和资金等各个环节的效率。

联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义是：采用电子形式开展商务活动，它包括在供应商、客户、政府及其他参与方之间通过任何电子工具。如 EDI、Web 技术、电子邮件等共享非结构化商务信息，并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。

二、要素

四要素：商城、产品、消费者、物流。

要素整合方式：

买卖 各大网络平台为消费者提供质优价廉的商品，吸引消费者购买的同时促使更多商家的入驻。

合作 与物流公司建立合作关系，为消费者的购买行为提

供最终保障，这是电商运营的硬性条件之一。

服务 电商四要素之一的物流主要是为消费者提供购买服务，从而实现再一次的交易。

三、对 象

电子商务的形成与交易离不开以下 4 个对象。

（一）交易平台

第三方电子商务平台（以下简称第三方交易平台）是指在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

（二）支付系统

支付系统（Payment System）是由提供支付清算服务的中介机构和实现支付指令传送及资金清算的专业技术手段共同组成，用以实现债权债务清偿及资金转移的一种金融安排，有时也称为清算系统（Clear System）。

（三）站内经营者

第三方交易平台站内经营者（以下简称站内经营者）是指在电子商务交易平台上从事交易及有关服务活动的自然人、法人和其他组织。

（四）平台经营者

第三方交易平台经营者（以下简称平台经营者）是指在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，从事第三方交易平

台运营并为交易双方提供服务的自然人、法人和其他组织。

四、价 值

电子商务存在价值就是让消费者通过网络在网上购物、网上支付,节省了客户与企业的时间和空间,大大提高了交易效率,特别对于工作忙碌的上班族,也大量节省了其宝贵时间。在消费者信息多元化的 21 世纪,可以通过足不出户的网络渠道,如百度微购、淘宝、新蛋等网上商城,了解本地商场的商品信息,然后再到商场现场购物,也已经成为消费习惯。

五、移动电商

移动电子商务就是利用手机、PDA 及掌上电脑等无线终端进行的 B2B、B2C 或 C2C 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他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。

移动电子商务是在无线传输技术高度发达的情况下产生的,比如经常提到的 3G 技术,技术移动电子商务的载体。除此之外,WiFi 和 Wapi 技术,也是无线电子商务的选项之一。及时利用手机快速召开电话会议的移动电话会议解决方案。借助 3G/WiFi 网络体验全新概念的移动会议,在会议的同时随时利用手机来管理会议,最大限度地提高工作效率。

第二节 历程

一、发展史

起步期：1990—1993年，电子数据交换时代，成为中国电子商务的起步期。

雏形期：1993—1997年，政府领导组织开展“三金工程”阶段，为电子商务发展期打下坚实基础。1993年成立了以时任国务院副总理邹家华为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室，相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”，取得了重大进展。1996年1月成立国务院国家信息化工作领导小组，由副总理任组长，20多个部委参加，统一领导组织中国信息化建设。1996年，金桥网与因特网正式开通。1997年，信息办组织有关部门起草编制中国信息化规划。1997年4月在深圳召开全国信息化工作会议，各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室，各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。1997年，广告主开始使用网络广告。1997年4月以来，中国商品订货系统（CGOS）开始运行。

发展期：1998—2000年，互联网电子商务发展阶段。1998年3月，中国第一笔互联网网上交易成功。1998年10月，国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”，它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程。1999年3月8848网站等B2C网站正式开通，网上购物进入实际应用阶段。1999年兴

起政府上网、企业上网，电子政务（政府上网工程）、网上纳税、网上教育（湖南大学、浙江大学网上大学）、远程诊断（北京、上海的大医院）等广义电子商务开始启动，并进入实际试用阶段。

稳定期：2000—2009 年，电子商务逐渐以从传统产业 B2B 为主体，标志着电子商务已经进入可持续性发展的稳定期。

成熟期：3G 的蓬勃发展促使全网全程的电子商务 V5 时代成形，电子商务已经受到国家高层的重视，并提升到国家战略层面。

第一阶段

电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从 20 世纪 70 年代开始，平均的通信量以每年几倍的速度增长。

第二阶段

信息发布阶段。从 1995 年起，以 Web 技术为代表的信息发布系统，爆炸式地成长起来，成为 Internet 的主要应用。中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段

EC(Electronic Commerce)，即电子商务阶段。EC 在美国也才刚刚开始，之所以把 EC 列为一个划时代的东西，是因为 Internet 的最终主要商业用途，就是电子商务。同时反过来也可以说，若干年后的商业信息，主要是通过 Internet 传递。Internet 即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997 年

年底，在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织非正式首脑会议（APEC）上，美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案，其引起了全球首脑的关注，IBM、HP 和 Sun 等国际著名的信息技术厂商已经宣布 1998 年为电子商务年。

第四阶段

全程电子商务阶段。随着 SaaS（Software as a Service）软件服务模式的出现，软件纷纷登录互联网，延长了电子商务链条，形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段

智慧阶段。2011 年，互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟，主动互联网营销模式出现，I-Commerce（Individual Commerce）顺势而出，电子商务摆脱传统销售模式生搬上互联网的现状，以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以 IZP 科技集团提出的 ICE 最具有代表性。

发展趋势

更广阔的环境：人们不受时间的限制，不受空间的限制，不受传统购物的诸多限制，可以随时随地在网上交易。

更广阔的市场：在网上这个世界将会变得很小，一个商家可以面对全球的消费者，而一个消费者可以在全球的任何一家商家购物。

更快速的流通和低廉的价格：电子商务减少了商品流通的中间环节，节省了大量的开支，从而也大大降低了商品流通和交易的成本。

更符合时代的要求：如今人们越来越追求时尚、讲究个性，注重购物的环境，网上购物更能体现个性化的购物过程。

二、前 景

“十二五”时期，我国电子商务行业发展迅猛，产业规模迅速扩大，电子商务信息、交易和技术等服务企业不断涌现。2010 年中国电子商务市场交易额已达 4.5 万亿元，同比增长 22%。2011 年我国电子商务交易总额再创新高，达到 5.88 万亿元，其中，中小企业电子商务交易额达到 3.21 万亿元。

2012 年第一季度，中国电子商务市场整体交易规模 1.76 万亿元，同比增长 25.8%，环比下降 4.2%。2012 年第二季度，我国电子商务市场整体交易规模 1.88 万亿元，同比增长 25.0%，环比增长 7.3%。

截至 2013 年年底，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿元，同比增长 29.9%。其中，B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元，同比增长 31.2%。网络零售市场交易规模达 18 851 亿元，同比增长 42.8%。排在前十的省份（含直辖市）分别为：广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建省、四川省、湖南省。

截至 2013 年 12 月，电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。由电子商务间接带动的就业人数，已超过 1 680 万人。

2013 年电子商务市场细分行业结构中，B2B 电子商务占比 80.4%；网络零售交易规模市场份额达到 17.6%；网络团购占比 0.6%；其他占 1.4%。

国家发展改革委 2013 年 5 月 28 日表示, 13 个部门将出台系列政策措施, 从可信交易、移动支付、网络电子发票、商贸流通和物流配送共 5 个方面支持电子商务发展。产业洞察网发布的《中国电子商务行业调研》报告显示, 2011 年中国内地电子商务持续快速增长, 交易额突破 8 万亿元, 同比增长 31.7%。

国家发展改革委 2013 年 5 月 28 日表示, 在可信交易方面, 国家工商总局正在会同有关部门, 推进电子商务交易主体、客体和交易过程中基础信息的规范管理和服 务; 质检总局也在着力研究建立电子商务交易产品基础信息的规范化管理制度, 建立基于统一产品编码体系的质量公开制度; 商务部着力推进信用监测体系的建设。

在移动支付方面, 中国人民银行正在针对当前移动支付快速发展的需求, 研究制定移动支付发展的具体政策, 引导商业银行、各类支付机构实施移动的金融行业标准。

在网络电子发票方面, 国家税务总局正在进一步研究推进网络电子发票试点, 完善电子发票的管理制度和标准规范; 财政部研究完善电子快捷档案的管理制度等一系列的规章制度。

在商贸流通领域, 商务部会同有关部门进一步完善交易、物流配送、网络拍卖领域的电子商务应用的政策、管理制度和标准规范。

在物流配送方面, 国家邮政局正在重点研究建立重点地区快递准时通报机制, 健全电子商务配送系列保障措施, 同时创新电子商务快递服务机制。

第三节 范 围

电子商务,涵盖的范围很广,一般可分为代理商、商家和消费者 (Agent、Business、Consumer, 即 ABC), 企业对企业 (Business-to-Business, 即 B2B), 企业对消费者 (Business-to-Consumer, 即 B2C), 个人对消费者 (Consumer-to-Consumer, 即 C2C), 企业对政府 (Business-to-Government), 线上对线下 (Online-to-Offline, O2O), 商业机构对家庭 (Business-to-Family), 供给方对需求方 (Provide-to-Demand), 门店在线 (Online-to-Partner, O2P) 等 8 种模式, 其中, 主要的有企业对企业 (Business-to-Business), 企业对消费者 (Business-to-Consumer) 2 种模式。消费者对企业 (Consumer-to-Business, 即 C2B) 也开始兴起, 并被马云等认为是电子商务的未来。随着国内 Internet 使用人数的增加, 利用 Internet 进行网络购物并以银行卡付款的消费方式已日渐流行, 市场份额也在迅速增长, 电子商务网站也层出不穷。电子商务最常见之安全机制有 SSL (安全套接层协议) 及 SET (安全电子交易协议) 两种。

电子商务是一个不断发展的概念。IBM 公司于 1996 年提出了 Electronic Commerce (E-Commerce) 的概念, 到了 1997 年, 该公司又提出了 Electronic Business (E-Business) 的概念。但中国在引进这些概念的时候都翻译成电子商务, 很多人对这两者的概念产生了混淆。事实上这两个概念及内容是有区别的, E-Commerce 应翻译成电子商业, 有人将 E-Commerce 称为狭