

# 新 电商精英系列教程

# 电商运营

阿里巴巴商学院 编著



全新  
升级

70万电商从业者选择阅读

荣获电子工业出版社最佳品牌奖

新 电商精英系列教程

---

# 电商运营

阿里巴巴商学院 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

《电商精英系列教程》自从 2011 年问世以来,深受广大读者的欢迎与好评,伴随电子商务大潮在国内的兴起,成为全国范围内最具影响力的电子商务系列教程。

《新电商精英系列教程》是由阿里巴巴商学院集合淘系优秀电商讲师编写,吸取了旧版《电商精英系列教程》的经验,对于主流电子商务知识进行更加细致合理的规划设计,更加符合移动电商时代读者的知识需求。该系列教程首批更新的五本书包括《网店客服》、《网店美工》、《网店推广》、《数据化营销》和《电商运营》。

《电商运营》面向创业、就业和再就业人群,介绍主流电子商务环境下的平台操作及推广运营工具的使用。《电商运营》内容涵盖电子商务与网络零售概述、电商职业规划、网上开店流程,店铺运营、仓储与物流管理。

本书可作为各类院校电子商务及相关专业的教材,更是网络创业者和电子商务从业人员的必备参考用书。

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

电商运营 / 阿里巴巴商学院编著. —北京: 电子工业出版社, 2016.8

新电商精英系列教程

ISBN 978-7-121-29149-4

I. ①电… II. ①阿… III. ①电子商务—商业经营—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 140336 号

责任编辑: 李云静

印 刷: 北京京师印务有限公司

装 订: 北京京师印务有限公司

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: 787×980 1/16 印张: 15.75 字数: 292 千字

版 次: 2016 年 8 月第 1 版

印 次: 2016 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

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 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式: 010-51260888-819 [faq@phei.com.cn](mailto:faq@phei.com.cn)。

# 《新电商精英系列教程》编写委员会

---

指导单位：教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会

组织单位：阿里巴巴商学院

主 任：章剑林 阿里巴巴商学院 副院长，教授

副 主 任：范志刚 阿里巴巴商学院 副教授

策 划：米 琳 淘宝大学 学习设计中心

委 员：沈千里 阿里巴巴商学院 博士

项杨雪 阿里巴巴商学院 博士

刘 闯 阿里巴巴商学院 博士

潘洪刚 阿里巴巴商学院 博士

# 序

---

1984年，美国未来学家阿尔文·托夫勒发表了他最具影响力的巨著——《第三次浪潮》。这本书以极其伟大的远见和预言揭示了继第一次浪潮（农业时代）、第二次浪潮（工业时代）之后，人类将迎来第三次浪潮——信息时代。其后三十多年天翻地覆的发展特别是互联网的发展堪称完美地印证了并将继续印证托夫勒的伟大远见和预言。我是托夫勒的信徒。毫不夸张地说，正是托夫勒和《第三次浪潮》启蒙了整整一代中国人对未来和信息时代的认识、想象和视野，支撑了整整一代中国人对信息时代及互联网的追求、努力和坚持，持续推动了中国互联网及电子商务走向世界前列。

时至今日，在以互联网为核心的信息技术的推动下，信息生产力正在崛起，信息生产关系正在催生，我国正在从工业社会向信息社会加速转型，一个以新基础设施（云网端）、新生产要素（数据）和新经济结构（大规模协同）为动力和标志的信息经济正在形成。转型所及涵盖经济的各个领域、各个行业和各个业态，网络零售、企业间电子商务、跨境电子商务、网络支付、互联网金融、电子商务服务业等新经济形态，正如雨后春笋般拔地而起，势不可当。如果说互联网发展的前15年的主线是涌现，即从0到1涌现出工业时代闻所未闻的以阿里巴巴、腾讯等为代表的互联网企业、商业模式和经济形态，那么互联网发展的未来15年的主线将是扩展，即基于云网端、数据和大规模协同，将互联网的巨大作用渐次扩展至经济之全部，通过增量崛起、存量变革和全面转型这三个战略性阶段，全面席卷、影响和推动传统经济向信息经济的转型。

随着以电子商务为核心的新经济的快速发展，以工业时代理念、模式、机制和体制培

养人才的一整套传统的教育体系，也越来越不能适应信息时代对人才的巨大且崭新的需求，供需失衡日益突出，人才问题已经成为制约电子商务发展的最大瓶颈。据不完全统计，我国各类电子商务人才缺口达数百万之多。

电子商务人才供需失衡既表现在数量上，更表现在结构上。从需求端看，县域电子商务、跨境电子商务、传统企业电子商务转型等，都面临着电子商务人才严重匮乏的窘境。以乡村淘宝为例，有不少人的电子商务观念还停留在“会上网就能开网店”的非常初级的阶段，对于电子商务经营环节中必然面临的产品策划、质量标准制定、品牌包装和宣传推广，以及销售、物流、售后等各个环节普遍缺乏较为清晰的认识。而专业度要求更高的传统企业电子商务、跨境电子商务等领域，对电子商务人才的需求更为迫切。从供给端看，电子商务发展日新月异，电子商务的格局、模式和规则早已与几年前大不相同，既有教材和培训已经远远不能适应新一代电子商务专业的学生以及从业人员的实际需要。在校电子商务专业的学生虽然掌握一定的电子商务理论知识，但在实际操作和应用层面并无足够的学习平台。而从业人员在实践当中积累的知识往往过于零散化和片段化，缺乏必要的体系和提升。以上种种，导致的结果是电子商务行业的综合性人才供给严重不足，在岗人员的稳定性差，流动性高。

失衡是挑战，也是机会。

多年来，阿里巴巴商学院和淘宝大学立足于不断变化和升级的电子商务需求，在电子商务人才的教育、培训和教材方面做了大量卓有成效的工作，为企业和社会各界输送了成千上万的优质电子商务人才。此次阿里巴巴商学院和淘宝大学集合国内一流专家，面向创业者、就业者和在校大学生群体编写这套教材，是一次非常有意义的电子商务人才培育探索，相信一定会对促进电子商务行业发展发挥积极作用。

是为序。

梁春晓

阿里研究院高级顾问、学术委员会主任

2016年7月6日于北京

# 前 言

---

近年来，随着电子商务应用的不断深入，从对服务的改造渗透到传统制造企业的升级，从发达城市的电商普及下沉到各地县域的电商开发。然而电商人才问题仍然是各地区、各行业面临的重大瓶颈，如何打造一批能适应新技术和新模式快速涌现的实操性人才，是电商龙头企业和相关高等院校的共同课题。

阿里巴巴商学院和淘宝大学联合发起，召集了二十余位淘宝大学的资深讲师、数十位电子商务领域的专家学者，历经近八个月的时间，共同开发此套升级版《电商精英系列教程》。本轮修订体现了以下几个新的特点。

一是在知识选取方面更加聚焦。在多方专家讨论的基础上，升级版教材重点在网店推广、网店美工、网店客服、数据化营销、电商运营五个方面组织了撰写团队，为电商从业人员提供较为系统化的基础知识。

二是在创作团队方面更加多元。除在实操层面有丰富经验的淘宝大学讲师队伍之外，还有多名教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会的教授、高校电子商务专业教师参与共创，提出的相关建议也融合到了书稿内容中，既保证了内容接地气，也使内容的逻辑框架更完整。

三是在应用方面会更加延伸。编写团队在创作初期便充分考虑如何将升级版教材更广泛地应用到高等院校中电商相关专业的全日制大学生群体，内容上除为广大新手卖家量身定做的“实用大全”外，也结合了高校学生培养的特点做了相关设计，如在各章安排了重点总结及习题等。

《电商运营》是本轮升级版教材的重要组成部分，全书共分五章，具体分工如下：第 1 章和第 2 章由杨文雅编写。其中，第 1 章的主要内容为电子商务与网络零售的特点和发展趋势，对 B2B、B2C、C2C、O2O 等常见的电商模式进行了说明，对电子商务的发展方向进行了分析；第 2 章的主要内容为电商职业规划，对电商的就业和创业形势进行解读，对电商常见岗位进行了说明。第 3 章由卢克文编写，主要内容为网上开店流程，对网上开店的准备、开店的具体工作及注意事项进行了详细解读。第 4 章由单烽、曹龙伟、单靖宇、杨文雅联合编写，主要内容为店铺运营，从流量、转化率、客单价等运营主要维度进行了全面的解读和案例说明，对无线端运营进行了重点梳理。第 5 章由单靖宇编写，主要内容为仓储与物流管理，对电商仓库管理和发货流程进行了全面的阐述。

本书凝聚了诸多优秀淘宝商家的智慧与心血，编写工作得到了政产学各界领导、专家、学者的关心和支持，部分素材、数据的来源参考了行业内权威的研究机构及相关网站信息，在此一并表示感谢！

由于电商行业发展日新月异，编写组水平也有所限，书中难免有不当之处，敬请广大读者指正。



# 目 录

---

第 1 章 电子商务与网络零售概述 .....	1
1.1 电子商务概述 .....	2
1.1.1 什么是电子商务 .....	2
1.1.2 电子商务的特点和运用 .....	3
1.1.3 电子商务的主要表现形式 .....	4
1.1.4 电子商务的发展趋势 .....	10
1.1.5 移动电子商务发展趋势 .....	14
1.2 网络零售概论 .....	17
1.2.1 新商业文明 .....	18
1.2.2 传统行业与电商的交互并进 .....	20
1.2.3 网络零售的优势 .....	22
1.3 电商零售平台简介 .....	25
1.3.1 淘宝网 .....	25
1.3.2 天猫商城 .....	29
1.3.3 其他平台 .....	29
1.4 本章要点 .....	30
1.5 本章习题 .....	30

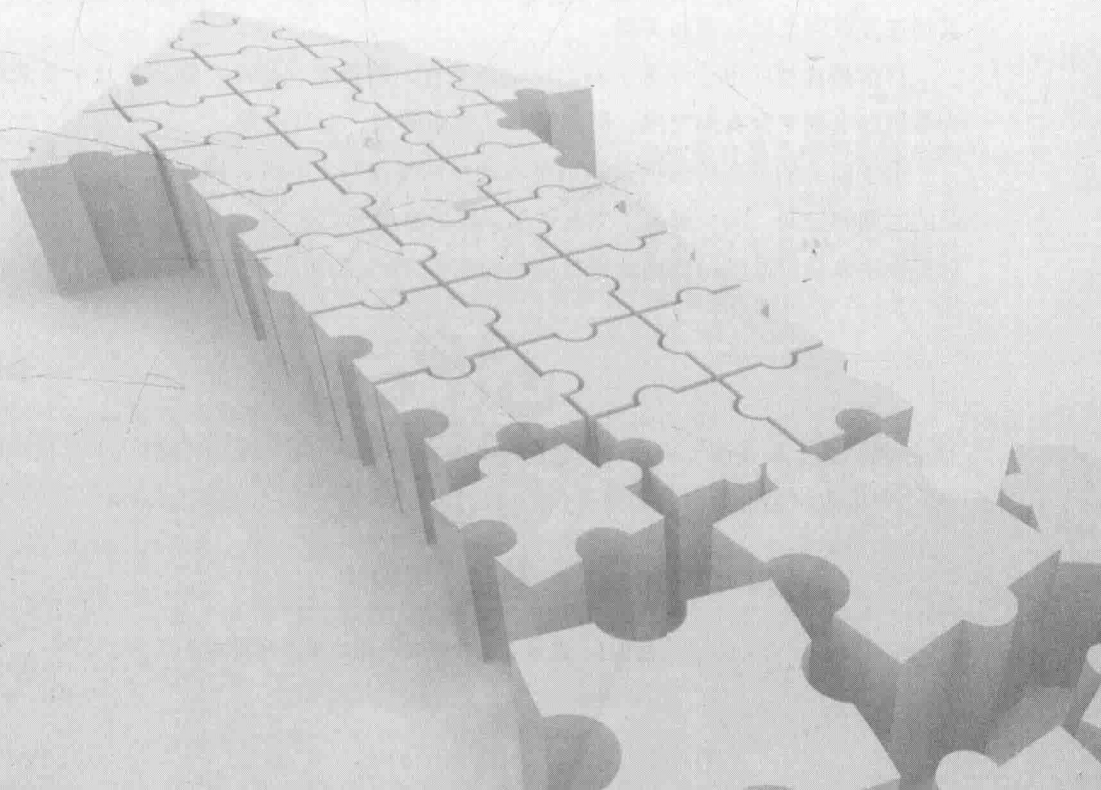
第2章 电商职业规划 .....	31
2.1 电子商务的就业和创业形势 .....	33
2.2 电商行业定位 .....	33
2.2.1 资源匹配 .....	33
2.2.2 行业的选择和切入 .....	34
2.3 岗位工作与团队配合 .....	34
2.3.1 从业心态 .....	34
2.3.2 岗位配置 .....	35
2.3.3 知识与技能储备 .....	37
2.3.4 团队的配合和建设 .....	37
2.3.5 岗位工作的深入和提升 .....	38
2.4 本章要点 .....	39
2.5 本章习题 .....	39
第3章 网上开店流程 .....	40
3.1 分析市场数据 .....	41
3.1.1 分析行业数据 .....	41
3.1.2 分析产品数据 .....	48
3.1.3 确定开店方向 .....	52
3.2 电商零售平台规则 .....	52
3.2.1 基础规则 .....	52
3.2.2 行业市场规则 .....	72
3.2.3 营销活动规则 .....	72
3.3 网店货源准备 .....	73
3.3.1 实体采购 .....	74
3.3.2 网络采购 .....	75
3.4 开店基础操作 .....	76
3.4.1 账号注册 .....	77
3.4.2 开店认证 .....	78

3.4.3	了解交易流程.....	89
3.5	商品发布和管理.....	90
3.5.1	商品发布准备.....	90
3.5.2	商品发布流程.....	96
3.5.3	商品管理.....	100
3.6	店铺设置.....	104
3.6.1	PC 端设置.....	104
3.6.2	手机端设置.....	105
3.7	网络安全常识.....	109
3.7.1	交易安全.....	109
3.7.2	防骗知识.....	109
3.7.3	商业机密.....	110
3.8	本章要点.....	110
3.9	本章习题.....	111
<b>第 4 章</b>	<b>店铺运营.....</b>	<b>112</b>
4.1	店铺流量.....	113
4.1.1	流量来源分析.....	113
4.1.2	流量获取.....	121
4.2	店铺转化.....	142
4.2.1	产品优化.....	142
4.2.2	促销优化.....	146
4.2.3	页面优化.....	158
4.2.4	服务优化.....	161
4.3	店铺客单价.....	164
4.3.1	客单价数据采集及影响维度.....	165
4.3.2	增强关联销售提升客单价.....	166
4.3.3	应用优惠券提升客单价.....	169
4.3.4	增加客件数提升客单价.....	170

4.3.5	做好客户服务提升客单价 .....	173
4.4	老客户营销管理 .....	173
4.4.1	客户分组管理 .....	173
4.4.2	营销工具 .....	178
4.4.3	老客户营销 .....	179
4.5	无线端运营 .....	187
4.5.1	无线运营中心 .....	187
4.5.2	淘小铺 .....	214
4.6	本章要点 .....	222
4.7	本章习题 .....	222
<b>第5章</b>	<b>仓储与物流管理 .....</b>	<b>223</b>
5.1	仓储管理的概念 .....	224
5.1.1	仓储管理的价值 .....	224
5.1.2	仓储成本 .....	224
5.1.3	仓储管理的基本流程 .....	226
5.2	仓储规划 .....	228
5.2.1	仓储的规划与布局 .....	228
5.2.2	库位规划 .....	231
5.2.3	多仓规划设计 .....	232
5.3	入库及分拣作业 .....	233
5.3.1	入库基本流程 .....	233
5.3.2	分拣基本流程 .....	234
5.3.3	如何快速分拣作业 .....	235
5.3.4	分拣方式 .....	235
5.3.5	发货作业 .....	236
5.4	本章要点 .....	237
5.5	本章习题 .....	237

# 第1章

## 电子商务与网 络零售概述



## 1.1 电子商务概述

### 1.1.1 什么是电子商务

电子商务是利用电脑技术和网络通信技术进行的商务活动。随着电子商务的高速发展，如今已不仅仅包括网络购物的主要内涵，还包括了在线旅游、本地生活服务、物流配送等领域。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、电子邮件、数据库、电子目录和移动电话等。

电子商务划分为广义的电子商务和狭义的电子商务。广义的电子商务定义为，使用各种电子工具从事商务活动。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。狭义的电子商务定义为，主要利用互联网从事商务或活动。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，尤其指在互联网上进行商品买卖。

目前最典型的电子商务生态均由电商平台、消费者、商品、物流等几个要素组成。最为典型的电商平台有淘宝网、天猫商城、京东商城、亚马逊等。

电子商务的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。在信息多元化的 21 世纪，消费者可以通过电商平台提供的海量商品随时随地地进行商品的购买，享受到前所未有的购物体验，如图 1-1 所示。



图 1-1 通过互联网随时随地购买各种商品

## 1.1.2 电子商务的特点和运用

电子商务是互联网快速发展带来的直接产物，是网络技术和电子工具应用上的全新发展方向。互联网本身具有极高的开放性、全球性、高效率等特点，这使得电子商务大大超越了作为一种新型贸易形式所具有的价值。它不仅会改变企业本身的生产和经营模式，还会对整个社会的经济运行与结构产生重大影响。以互联网为依托的电子商务为传统商务活动提供了一个广阔的发展空间和契机，电子商务表现出来的优越性是传统商业模式所无法比拟的。

在电子商务的整个交易流程中，选购商品、支付等大多数环节是通过在线方式来实现的。大多数情况下，买卖双方均按照交易流程来实现网上贸易。买方通过网络了解到商品信息进行浏览查看，然后利用沟通工具（在线即时聊天软件、电话、电子邮件等）和卖方联系，咨询相关商品的价格、功能等信息，再通过第三方支付平台或者网银在线支付的方式订购商品，最后通过快递、物流公司将商品运输、配送到买方手中，卖方因此收到应得的货款，这就是完整的电子商务流程。

电子商务有其显著的特点，归纳起来有以下几个方面。

### 1. 信息化

电子商务基于网络信息而产生，电子商务的各个交易环节必须由计算机网络系统来实现信息的交换和传输。正因为如此，电子商务也是高度信息化的，在主流的电商平台，人们能够了解商品的各种信息和参数，选购、支付、物流各个环节体现了信息化。正是信息技术的发展推动了电子商务的高速发展，使电子商务具有信息化的特点。

### 2. 虚拟性

互联网是基于网络的虚拟的链接，通过数字化来模拟现实。电子商务基于互联网的高速发展而产生，它的线上商务活动和交易是数字化的，具有虚拟性。因为这种虚拟性，信息交换不受时间和空间限制，所以电子商务可以跨越时空形成虚拟市场，形成类似实物市场的交易。

### 3. 全球性

互联网具有全球性，理论上只要连上互联网，就可以从世界上的任何一个角落进行访问。电子商务基于互联网而形成，电子商务的开展因此不受地理位置限制。在电子商务平台发布商品销售信息，全球任何国家的人，在任何地方都可以访问和购买此商品，电子商务是全球性的虚拟市场。

### 4. 社会性

电子商务依托的是互联网和信息技术，但进行电子商务交易的是广大社会人群，它是社会性的系统工程。目前，电子商务活动已经涉及了政府、企业、消费者各个社会领域，适应电子虚拟市场的法律法规和竞争规则等也应运而生，电子商务已经成为社会中不可或缺的组成部分，很多社会经济活动通过电子商务来进行。也正因如此，电子商务同时具有很强的社会性。

#### 1.1.3 电子商务的主要表现形式

电子商务涵盖的范围很广，但是，按电子商务的模式可以分为企业对企业（B2B）、企业对个人（B2C）、个人对个人（C2C）、线上到线下（O2O）这四种类型，如图 1-2 所示。



图 1-2 电子商务的四种主要形式



## 1. B2B (Business-to-Business)

B2B 是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），使用互联网的技术或各种商务网络平台，完成商务交易的过程。这些过程包括发布供求信息、订货及确认订货、支付过程及物流配送监控等过程。阿里巴巴、中国供应商、慧聪网等都是 B2B 的电子商务平台。

在商业高度发达的今天，B2B 电子商务的模式也是多种多样的，主要有以下几种模式，如图 1-3 所示。



图 1-3 B2B 的四种主要模式

### （1）综合模式

面向中间交易市场的 B2B。这种交易模式是水平 B2B，它是将各个行业中相近的交易过程集中到一个场所，为企业的采购方和供应方提供了一个交易的机会，这一类网站自己既不是拥有产品的企业，也不是经营商品的商家，它只提供一个平台，在网上将销售商和采购商汇集在一起，采购商可以在其网上查到销售商的有关信息和销售商品的有关信息。目前这是主流的 B2B 模式，阿里巴巴（1688.com）、中国供应商、慧聪网等都是综合模式的主要代表。

### （2）垂直模式

面向制造业或面向某个商业领域的垂直 B2B。生产商或商业零售商建立垂直 B2B，让