

# 网络营销

## ——网商成功之道

周宁 李鹏 著



- \$ 一本唤醒企业家营销灵感的书
- \$ 一本指导创业者造就神话的书
- \$ 一本打破知识垄断，剖析理论、传达经验的书
- \$ 一本启发商业灵感、树立良好网络商业价值观的书



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

## 网络营销

## 一、网商成功之道

# 网络营销

## ——网商成功之道

周宁 李鹏 著



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING



## 内 容 简 介

当今是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越环境的形成让人们发现现在正是创业的好时光。在网络经济面前，大家站在同一条起跑线上，不论你是大型企业，还是简单的创业者，都将面对同样的网络规则，同样地去找寻或创造商机，并发展壮大。本书分为5篇15章，讲述了互联网发展给传统行业、网商和创业者都带来了革命性的发展机遇；阐述了搜索引擎营销（SEM）这一网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式；并帮助你制定你自己的互联网商业计划，让你一步一步地构建自己的商业版图走向成功；帮助你顺利开展电子商务，经营自己的企业；最后通过两个典型的案例来带给读者感性的认识，让读者更切实地理解网络营销和电子商务，成为一位成功的网商。

本书是网络营销和电子商务的实际运营经验和智慧的总结，适合目前正奋战在网络市场第一线的网商；国内的企业家、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等；网站运营商、网络营销专业人士、网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务操作者和网站站主，以及梦想通过互联网创业成功的年轻人和知识型猎奇白领，同时也适合大学教师，营销、管理和商务等专业的本科生和研究生作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

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

网络营销：网商成功之道 / 周宁，李鹏著. —北京：电子工业出版社，2008.5  
ISBN 978-7-121-06283-4

I. 网… II. ①周…②李… III. 电子商务—市场营销学 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 040109 号

责任编辑：孙学瑛

印 刷：北京智力达印刷有限公司

装 订：北京中新伟业印刷有限公司

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：21.25 字数：310 千字

印 次：2008 年 5 月第 1 次印刷

印 数：5000 册 定价：49.80 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。

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)。

服务热线：（010）88258888。





## 专家推荐

互联网这些年的飞速发展已经给中国带来了翻天覆地的变化，网络营销和电子商务的大环境正在成熟，不久以后企业都将面临网上销售。这本书在这个时间，按照网络营销和电子商务的主线，以有用的经验和前瞻的眼光写出来，对中国的企业适应互联网时代的市场竞争来说确实是非常有价值的。

陈小兵

美的日用电器集团 IT 部负责人

互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给年轻人提供了数不尽的创业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，互联网市场给梦想创业的年轻人提供了与大企业大资本同台竞技的机会。这本书作者之一李鹏，具备深厚的文笔功底，让这本书极具趣味性和可读性。对于年轻人来说是一本开拓视野、启发灵感、鼓励创新的好书。

丁秋林

英国剑桥世界名人录传记人物(IBC Cambridge the 27th Edition)

国际 Ellis Horwood 科技出版社专著作者

此书不同于技术性书籍，讲的都是网上推广和网上销售的经验，更贴近于平民化。在国内，现在是在互联网上创业的好时机，是造就中国网商的时代。这本书给目前正在奋战在网络销售市场第一线的网商们带来国际和国内市场的一流的网络营销和电子商务的技术和经验，是一本雪中送炭的好书。

赵金熙

“高等学校计算数学学报”编委

美国“Mathematics Review”特邀评论员

这本书对 SEM 实施方面的内容阐述得很精辟，搜索引擎营销作为网络营



销的一种重要手段对“网商”和进军网络销售市场的中小企业来说是非常必要的。本书在这方面的内容特别适合商业网站运营者们阅读，我相信这本书能够给读者带来很多有用的东西。

刘焕斌

全球搜索引擎战略(SES)大会中国区执行委员会成员 点石互动创始人之一

国内已经出版了不少网络营销和电子商务的书籍，但绝大多数是理论教科书或者软件技术类书籍，也有一些翻译过来的书，但是国内的网络市场与国外大相径庭，参考价值很低。这本书能够写出来就是对我国的网络销售填补了一块空白，是我国唯一一本以网络运营实战经验为基础的电子商务指导书。

谢强

南京航空航天大学 计算机应用研究所主任

这本书非常重视宏观的互联网市场的研究和微观的市场演变，用了大量篇幅描述互联网市场发展、网络营销、网上商机发掘。互联网的发展在很大程度上将改变传统市场的格局，所以传统行业的企业家和管理层都应该重视这种变化，来面对未来的风险。

王大祥

万科集团南京分公司 IT 负责人

这本书按照教科书的组织形式，数据完备，编写严谨，极具教学参考价值，可以作为电子商务专业的教科书和教学参考书。本书是一本凝聚实战经验总结的书籍，书中配有大量的网络营销和电子商务操作的案例和操作知识，可以作为读者的网络营销的指南、电子商务的操作手册；是一本以网商运营实战经验为基础的电子商务小型百科全书。

谢俊元

南京大学 计算机科学与技术系 教授 博导



## 总序

本书的两位作者自 2003 年就从事网络营销和电子商务，亲身体验了互联网市场的变化。2003 年，马云一手缔造了“网商”这个新名词，不知不觉之间，笔者作为一个“网商”已经有 5 年了。5 年之间，网商的数量从 400 万人发展到如今的 3000 万人。很多中国的中小企业依靠阿里巴巴的交易平台寻找国际买家，进行海外贸易。同时，在淘宝网，数以万计的散户通过网上开店，获得不少工作外的收入，其中不少人甚至干脆辞掉工作做起了全职网商。中国互联网市场与国外发达国家相比还很不成熟，除了基础环境以外，针对“网商”的网络营销和电子商务方面的资源都很匮乏。笔者经过多年的互联网市场摸爬滚打，积累了丰富的经验智慧，希望能够将这些有价值的东西传播给广大国内的网商，这也是写作本书的初衷。

本书的内容以网络营销和电子商务实战步骤为主线，依次解读：网络营销现状、长尾市场、搜索引擎、搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、网络营销管理、网络商机发掘、网络营销策划、电子商务网站建设、网站运营、网上交易、电子支付、信用卡防欺诈和电子商务的物流。本书以实战经验为主，结合经典理论，按照由浅入深、先战略后实战的顺序通盘讲解了网络营销策划和操作的全过程。

本书是网络营销和电子商务的实际运营经验和智慧的总结，本书的读者对象有以下几类：

### 1. 网商，目前正奋战在网络市场第一线的人

不论你是独立运作电子商务网站，还是借助阿里巴巴、淘宝和 eBay 等平





台进行网上销售，本书都能够为你带来国际和国内市场的第一流的网络营销及电子商务的技术和经验。

## 2. 我国的企业家、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等

本书非常重视宏观的互联网市场研究和微观的市场演变研究，用了大量篇幅描述互联网市场发展、网络营销、网上商机发掘。由于互联网的发展在很大程度上将改变传统市场的格局，所以传统行业的企业家和公司管理层都应该重视这种变化，以面对未来的风险。

## 3. 网站运营商、网络营销专业人士、网络技术专业人士、网上交易操作者、电子商务操作者和网站站主

本书是一本以实战经验总结的书，其中配有大量的网络营销和电子商务操作的案例和操作知识，可以作为读者的网络营销的指南、电子商务的操作手册。

## 4. 梦想通过互联网创业成功的年轻人

互联网为世界带来了翻天覆地的变化，同时也给年轻人提供了数不尽的创业机会。随着商业壁垒的瓦解、市场进入门槛的降低，互联网市场给梦想创业的年轻人提供了与大企业大资本同台竞技的机会。

## 5. 大学教师，营销、管理和商务等专业的本科生和研究生

本书按照教科书的组织形式，力求严谨和完备，可以作为以网商运营实战经验为基础的电子商务百科全书，极具教学参考价值，同时也适合作为电子商务专业的教科书或教学参考书。

## 6. 知识型猎奇白领

本书作者之一李鹏，具备深厚的文字功底，让本书脉络清晰、理论精干、以操作步骤贯穿全书，并且结合实际案例，极具趣味性和可读性，是一本开阔视野、启发灵感和鼓励创新的好书。



中国电子商务的核心是网上销售。在中国，由于网络市场的基础设施还不完善，尤其网络诚信、信息技术、在线支付和物流等都不发达，所以企业难以独立在网上开展销售。在这种情况下，中国网商就成为了电子商务的主力军，成为企业的网络销售商，并逐步形成企业的销售渠道。本书给你提供成为一个网商思路，教你一步一步地深入了解如何在网络市场上成就自己的事业，这正是本书的价值所在。本书尤其适合创业者和企业转型者，希望读者通过阅读本书能学会互联网上的商务技能，为自己的事业开拓市场、赚取利润。



## 作者介绍



**周宁** 英文名 Neil Zhou, 性格乐天, 爱好交友、演讲, 成功运营过多个电子商务网站, 积累了丰富的 B2B/B2C 行业运营和管理经验。其市场涵盖欧美、日韩和中国地区, 行业涉及软件、IT 培训、艺术品、珠宝、眼镜和保健品等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司总经理。周宁作为网络营销、电子商务和商业投资方面很有影响力的专家和演讲者, 经常组织召开或参与

顶尖的网络营销和电子商务峰会, 欢迎听众和读者分享自己的经验。作为知名 IT 培训师的周宁, 拥有 MCT、CCNP、CCDP 和 OCI 等多个全球知名 IT 厂商认证讲师头衔, 并长期从事网络营销和数据库技术的高端认证培训。本科和硕士阶段就读于南京大学数学系的他, 目前在南京大学攻读计算机博士学位。



**李鹏** 英文名 David Lee, 性格乐天, 爱好交友、写作, 成功运营过多个电子商务网站, 其市场涵盖欧美、日韩和中国地区, 行业涉及软件、IT 培训、艺术品、珠宝、眼镜和保健品等多个行业。现为南京科泰信息科技有限公司商业策划, 为网络营销、电子商务和企业创新管理方面影响力的演讲者和培训师。李鹏曾就职于国际贸易公司和 ERP 软件公司, 历任出口业务经理、海外

合作监理人、软件开发工程师、ERP 咨询顾问和总经理助理等职位。他曾就读于河海大学力学系、南京航空航天大学计算机系, 曾在南京航空航天大学计算机应用研究所任研究员, 期间在核心期刊发表数十篇学术论文, 范围涵盖信息技术、软件工程、电子商务和语义网络。



## 网络营销——互联网市场竞争的法宝

---

互联网使得生产成本和流通成本前所未有地降低，这一点直接打破了大企业的规模垄断，创造了个人和中小企业商业的繁盛。在所有人面前，互联网为个人和中小企业提供了一个平等的平台。我们也许没有钱租赁门面开店，没有实力和人力在海外设分支机构，但可以建立网店，通过第三方物流将产品销售到全球。我们也可以通过网络承接全球范围内的外包工作，这在以前都是难以克服的。当新经济环境使得创业者进入门槛降低的时候，那些有梦想和创业精神的人就都会投入其中了。

现在是一个“虚拟扩张的时代”，网络经济优越环境的形成让人们发现现在正是创业的好时光。商业门槛的降低让我们有了参与商业竞争的机会，我们不仅能以很少的成本开展自己的商业活动，还可以方便地获得各个方面的帮助和投资。只要你有足够的企业家精神和针对网络商业的智慧，你就能像那些巨大企业一样开展商业活动。在网络经济面前，大家站在同一条起跑线上，不论你是大型企业，还是简单的创业者，都将面对同样的网络规则。大家同样地去寻找或创造商机，并发展壮大。

全球商业大环境的变化已经冲击了很多的领域，互联网的发展已经改变了大部分的贸易格局，对企业来说，必须适应这些改变。下面几点内容是企业需要重视的：

(1) 互联网环境下网络营销的力量远远超过传统营销手段，传统广告作





## 网络营销——网商成功之道

用日渐衰弱，网络广告兴起，企业必须根据市场建全新的网络营销和电子商务渠道，并积极利用 SEO 搜索引擎优化、SEM 搜索引擎营销、互联网展示广告等方式来迎合国内外客户通过互联网寻找供应商的习惯。

(2) 流通渠道的长度在变短变快，企业需要尽可能地靠近终端消费者。企业必须学会通过电子商务渠道减少分销环节，直接供货给零售商尤其是 B2C 网络零售商，甚至自己建立直销渠道通过 B2C 零售直接将产品卖给消费者。

(3) 信息技术的发展降低了在全球展开经商的门槛，企业应该善于利用这些技术，大胆走出去。通过技术手段，延伸外贸企业的触角，挺进长尾市场。通过个性化小众市场的经营来赚取高附加值利润。

(4) 全球化和互联网的发展使得依靠传统买卖差价套利的机会快速减少，企业应该勇于创新，通过整合资源和赋予产品更多的附加价值来进行经营。不然的话，就必然的面临利润下降、竞争残酷的局面。

网络营销不同于传统的营销渠道，它具有独特的优势，比如突破地域的限制。比如，国内企业想在美国做电视或报纸广告，一没有那么多的资金，二也不方便，但可以方便地购买 Google 的竞价排名和 AdSense，然后将精准的潜在客户的流量引入到自己的网站上，这样就足不出户地把自己推广出去。网络营销不是去瓜分原有的营销市场，而是打开了一种崭新的营销市场，这个营销市场正在飞速发展，已成为仅次于电视与报纸之后的第三大营销市场。

本书开篇的题目就是“互联网营销革命”，讲述了互联网发展给传统行业、网商和创业者都带来了革命性的发展机遇。本书的第 1 篇通过 3 章篇幅详尽论述了三个方面的内容：互联网的发展所带来的变革；互联网市场的发展趋势；网络营销的力量。

## 搜索营销——快速增加销量的好方法

搜索引擎营销 (Search Engine Marketing) 简称 SEM，是一种新的网络营销形式。搜索引擎营销所做的就是全面而有效地利用搜索引擎来进行网络营销和推广。搜索引擎营销追求最高的性价比，即以最小的投入，最大地获取来自搜索引擎的访问量，并产生商业价值。搜索引擎营销 (SEM) 是搜索与营销的整合，是在互联网上利用搜索引擎开展营销活动的一系列的方法。搜



引擎简单的功能创造了巨大的商业价值。这些价值很快就被人们发现，并加以利用，最终，与搜索引擎相关的网络广告成为了最大的在线广告市场。

在搜索引擎上进行网络营销的时候，广告的方式产生了完全的改变。这种改变就是把推式的广告变成了一种拉式的广告。这些消费者不需要被别人劝说来购买什么东西，事实上搜索引擎的用户已经有购买意愿的消费者，因为只有他们想购买某种产品，才会到搜索引擎上进行相关的搜索。而他们所查找的对象，就是那些能够满足他们需求的商家。因此，作为一个进行搜索引擎网络营销的商家来说，关键是要知道如何使自己所提供的产品正好符合消费者的意愿。

SEM 普及所带来的价值就是让更多的用户能够以更快的速度享用到互联网及搜索引擎带来的价值，以最高的性价比、最低的投入、最小的总拥有成本，获取这种先进的互联网推广手段。中国有数以百万计的中小企业，他们渴望使用现代化的网络营销手段，正是 SEM 给予了他们最实惠的进入门槛。

搜索引擎营销是个持续的过程，是带来源源不断新客户的过程。搜索引擎营销技术会受到各方面的变动的影 响，需要持续维护。制定一个搜索引擎营销的维护规范能够在很大程度上减少搜索引擎营销的不稳定性。除此之外还要建立搜索引擎营销的应急措施，采用其他的网络营销手段进行互补。体验现实计划未来，需要定期进行搜索引擎营销的效果评估。如果在 SEM 进行过程中碰到问题，要深入思考，进行各方面的调整。

本书第 2 篇的题目是“搜索引擎营销”，搜索引擎营销（SEM）是网络营销中最核心、应用最广泛的网络营销方式。本书的第 2 篇通过三章篇幅详尽论述了 3 个方面的内容：搜索营销的基础搜索引擎优化（SEO）；搜索引擎营销（SEM）概述；如何成功进行 SEM。

## 互联网商业计划——成为网商、进行创业的最佳途径

“让天下没有难做的生意！”这句话不仅是马云对阿里巴巴的定义，也道出了网络营销和电子商务的真谛。以前，企业普遍接触互联网较少，能够利用的推广手段只有借助电子商务平台，这种局限造就了阿里巴巴的成功。随着互联网的普及，企业自身的成熟与壮大，可获得的推广手段越来越丰富，



企业正逐渐走向网络营销自主化之路。技术门槛和费用都在降低，企业能够自己建设电子商务网站，SEO 搜索优化、Adwords 竞价排名、Adsense 联盟广告、门户广告和视频广告等网络推广途径的增多，企业能够独立地进行网络营销选择。

不论是国际性大企业还是区域性小企业，他们都将目光投到互联网上，企业借助网络营销突破商业垄断、延伸营销范围和展开营销互动。网络营销为企业增加了一种营销选择权，为企业拓展业务打开了一片蓝天。2007 年，网络销售市场的全线飘红就是网络营销与电子商务相结合所创造的奇迹。几乎所有产品都能在网上销售，哈利波特系列最后一本《哈利·波特与死亡圣器》在亚马逊的预订量高达 160 万册，远远超过了线下销售。不论是高端的汽车、钻石还是简单的图书、音乐在线销售量都在持续上升。

面对互联网，我们怎样才能找到赢利的商机？回答这个问题的第一步是你要有互联网的商业视角。用网络营销的角度来审视商业活动，这是评估一种商机的很好的方法。如果一个商业模式在网络营销上就不具备可行性，那么可能进入网络市场的机会不大。企业进入互联网这个全新的领域需要最大地发挥自己的创新能力，这是因为，互联网毕竟与线下营销存在很大的差距，当已有的商业流程如果在互联网上进行复制，必然面对很多不适应的问题，解决问题本身就是一种创造能力。互联网所带来的技术和沟通方式的改变可能对已有的商业流程产生跨时代的改变，也可能毁灭掉以往的很多线下产业和涌现出崭新的商业模式。

电子商务网站的建设经过国外多年的实践已经发展成了一门很深的学问，其中购物引导性的网站设计是让网站亲和消费者和提高商家销售的核心。购物引导性网站设计就是按照潜在消费者的购物习惯，引导消费者一步步地在网站上展开购物的网站设计思路。这种思路会应用到网站建设的各个方面，最集中地体现在网站的购物流程中。

本书的第 3 篇的题目是“互联网商业计划”，这一篇的内容将帮助你制定你自己的互联网商业计划，让你一步一步地构建自己的商业版图，走向成功。本书的第 3 篇通过四章篇幅详尽地论述了 4 个方面的内容：互联网市场商机的发掘；网络营销战略策划；电子商务网站建设；电子商务运营知识。



## 电子商务，为你在互联网上带来源源不断的利润

随着世界经济一体化、全球化进程的加快，信息技术正越来越广泛地应用于经济贸易领域。互联网的迅速发展及普及衍生了一种全新的贸易方式和商业模式，那就是我们现在熟知的电子商务。电子商务作为计算机应用技术与现代经济贸易活动结合的产物，既是未来贸易的发展方向，也是人类跨入知识经济新纪元的重要标志之一。近年来，电子商务得到迅速发展，一些世界著名公司如 Intel、IBM、HP 和 Microsoft 等纷纷推出了电子商务总体解决方案。在发达国家，甚至一些发展中国家，人们在正利用电子商务技术改变传统的经济模式和贸易方式，并因此而受益匪浅。电子商务正越来越显示出其在扩大企业贸易机会，提高贸易效率，降低贸易成本和增加企业竞争力等方面的巨大优越性。

网络营销是在互联网上良好运行的一种商业模式，这种模式不论是在网上推销产品还是在网上推销服务或建立品牌，最终都会形成一个良性的循环，为企业或个人创造源源不断的利润。所以网络营销并不是一个独立的实体，而是一个持续不断的过程，它的载体就是能够在网络上生存的一种赢利模式，而实现这种赢利模式的手段就是电子商务。创建持续经营的电子商务实体，将为你带来源源不断的利润。

不管是传统的商业模式还是电子商务，最终的结果都是以成败论英雄的游戏。企业进行营销就是要达成交易，没有成功交易，再好的营销过程也只能是镜花水月。开展电子商务应该先锁定你的销售对象，再寻求最佳销售方法。电子商务网站依托销售程序来实现绝大部分的销售工作，所以，建立完善、快速的购买程序是至关重要的。

客户的购买冲动是建立在对产品的需求、厂商的产品质量和售后服务、用户对产品感觉和体验的冲击力之上的。互联网的销售商应该如何利用电子商务这个平台来迎合客户的胃口、满足客户的需求而引起客户的购买呢？这里有很多的知识，市场定位、客户分析、电子商务网站开发、在线客服、网上支付和物流等等，这些知识都是网商永续经营的看家本领。



本书第4篇的题目是“决胜电子商务”，这一篇的内容将帮助你顺利开展电子商务，经营自己的企业，通过“电子”和“商务”的两个方面：一是信息技术的“电子”技能；二是网上交易的“商务”技能，来帮助你在互联网上获得源源不断的利润。本书的第4篇通过三章篇幅详尽地论述了3个方面的内容：网上交易电子商务的处理；在线支付的实现和防欺诈；电子商务的物流解决方案。

## 实战讲解，讲述网商的成功历程

---

那么一个企业应该如何通过网络营销的力量来提升业绩和推动企业的成长？又应该如何利用电子商务这个利器使自己在国内乃至国际贸易中占据更为有利的位置？回答这个问题要与具体的实际情况相联系，不同的情况下采取不同的措施。

与传统商务相比，电子商务在三个方面有了新的内涵与突破：首先，交易的内容不同，信息流(数据流)绝大部分地取代了物流、货币流；其次，交易的场景不同，屏幕虚拟交易取代了面对面交易；最后，交易的设施不同，电脑、通讯设备的无纸交易取代了手工纸面交易。

网络营销和电子商务也不是一成不变的，商场如战场，在互联网市场中孙子兵法同样适用，能够综合运用各种知识和手段才是一个网商的智慧体现。

本书的第5篇的内容以案例为主，通过两个典型的案例来带给读者感性的认识，让读者更切实地理解网络营销和电子商务。本书的第4篇通过两章内容详尽论述了三个方面的内容：两个网络营销和电子商务的案例，读者运用本书的建议，本书相关的一些资源的地址。

## 感谢

---

为了这本书的出版，本书的两位作者周宁和李鹏用了大半年的时间，现在终于完成了。将近十年的网络营销和电子商务的经验进行总结是一个艰巨的工作，除此之外也加入了最前沿的管理思想和实用技术。这一切成果并不仅仅是笔者周宁和李鹏两个人的贡献，也要感谢很多人无私的帮助。





在这里要感谢为本书的撰写贡献不少章节的毛从任先生和王悦先生。

毛从任，英文名 Moore Mao，为本书贡献了电子商务网站运营部分的很多经验，帮助编辑了本书的第 10 章“怎样做网站运营”、第 11 章“网上交易电子商务”、第 12 章“电子支付信用安全”等的部分内容。

毛从任现任南京科泰信息科技有限公司营运总监（COO），辅助 CEO 周宁进行综合管理。个人乐善好施，涉猎广泛，思维理性清晰，性格务实稳重，具备娴熟的沟通协调技巧和敏锐的分析判断能力，拥有丰富的电子商务网站运营经验，在搜索营销、搜索优化、在线支持、支付安全审核等方面都具有扎实的实战和理论经验。

王悦，英文名 Ray Wang，为本书贡献了电子商务网站运营部分的很多经验，帮助编辑了本书的第 7 章关于网络商业策划方面的部分内容。

王悦现任南京科泰信息科技有限公司营销总监，曾就职于省级政府机关单位和外资企业。曾在 2003 年的中国国际电子信息技术博览会暨世界电子信息产业精英论坛的组织工作中担当重要角色，具备了组织策划大型外事活动的的能力。同时，通过对市场的不断调研和实践，逐步具备了敏锐的市场分析能力和独立操控能力，也积累了较为丰富的外贸销售经验。

在写作本书的过程中，有很多公司为笔者提供了很多他们的研究、技巧和经验。这里需要感谢百度公司、Google 公司、阿里巴巴、淘宝网、亚马逊公司等。还需要感谢中国的网商们，他们一个又一个感人的成功故事是周宁、李鹏写作本书的动力，是我们值得借鉴的经验。除此之外我们还要感谢很多人，这里周宁和李鹏对以下人员表示诚挚的谢意。

**李莹：**搜索引擎营销（SEM）专家，搜索引擎优化（SEO）高级技术人员，帮助本书收集了大量的 SEO 资料。

**谢芸：**金融业界人士，在写作过程中参与本书的很多讨论，提出了很多意见和建议。

**曹艳华：**搜索引擎营销（SEM）专家，搜索引擎优化（SEO）专家，在