



工业和信息化部  
“十三五”规划教材立项项目

21世纪高等院校  
电子商务系列规划教材



扫一扫  
观看微课视频

ELECTRONIC  
E C OMMERCE

# 电商创业

创业思维+实战方法+案例解析

黄罡 曹志斌 ◎ 主编

贾玲杰 叶敏 ◎ 副主编



中国工信出版集团

人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化部  
“十三五”规划教材立项项目

21世纪高等院校  
电子商务系列规划教材

ISBN 978-7-113-48888-8

黄罡、曹志斌主编  
人民邮电出版社  
北京  
2018年9月第1版  
2018年9月第1次印刷

1. ①电... ②曹... ③黄... ④... ⑤... ⑥... ⑦... ⑧... ⑨... ⑩... ⑪... ⑫... ⑬... ⑭... ⑮... ⑯... ⑰... ⑱... ⑲... ⑳... ㉑... ㉒... ㉓... ㉔... ㉕... ㉖... ㉗... ㉘... ㉙... ㉚... ㉛... ㉜... ㉝... ㉞... ㉟... ㊱... ㊲... ㊳... ㊴... ㊵... ㊶... ㊷... ㊸... ㊹... ㊺... ㊻... ㊼... ㊽... ㊾... ㊿... 一、二、三、四、五、六、七、八、九、十、十一、十二、十三、十四、十五、十六、十七、十八、十九、二十、二十一、二十二、二十三、二十四、二十五、二十六、二十七、二十八、二十九、三十、三十一、三十二、三十三、三十四、三十五、三十六、三十七、三十八、三十九、四十、四十一、四十二、四十三、四十四、四十五、四十六、四十七、四十八、四十九、五十、五十一、五十二、五十三、五十四、五十五、五十六、五十七、五十八、五十九、六十、六十一、六十二、六十三、六十四、六十五、六十六、六十七、六十八、六十九、七十、七十一、七十二、七十三、七十四、七十五、七十六、七十七、七十八、七十九、八十、八十一、八十二、八十三、八十四、八十五、八十六、八十七、八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三、九十四、九十五、九十六、九十七、九十八、九十九、一百

号128881(8)字对册费CIP图并图本册国中

# ELECTRONIC ECOMMERCE

# 电商创业

## 创业思维+实战方法+案例解析

黄罡 曹志斌 主编

贾玲杰 叶敏 副主编

人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

电商创业：创业思维+实战方法+案例解析 / 黄罡，曹志斌主编. — 北京：人民邮电出版社，2018.9 (2019.1重印)  
21世纪高等院校电子商务系列规划教材  
ISBN 978-7-115-48888-6

I. ①电… II. ①黄… ②曹… III. ①电子商务—商业经营—高等学校—教材 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第158851号

## 内 容 提 要

本书基于淘宝平台，全面讲述电商创业各方面的知识。本书以电商创业的理论基础为切入点，全面介绍了电商创业的基本理论；接着讲解淘宝开店的相关知识，包括选品、进货、会员注册、开设并装修店铺、发布商品、客户沟通、商品交易管理等，详细介绍了电商创业的基本流程；然后讲解移动端开店、视觉营销、淘宝推广、社交媒体渠道推广等内容，最后讲解创业融资的方法。本书每章均以案例导入，在有效地解决电商创业相关问题的基础上，引导读者完成电商创业的基本操作。

本书内容全面，将创业理论与操作实例紧密结合，既可作为高等院校电子商务专业、各类电商培训机构的教材，也可作为企业初创者、电商从业人员的参考用书。

---

◆ 主 编 黄 罡 曹志斌

副 主 编 贾玲杰 叶 敏

责任编辑 许金霞

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京天宇星印刷厂印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：14.75

2018年9月第1版

字数：422千字

2019年1月北京第2次印刷

---

定价：45.00元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号

# 前言

# P R E F A C E

电子商务作为现代服务业中的重要产业，在生活中处处可见，小到网上购物，大到跨国公司的网上商务洽谈等。而随着电子商务产业的蓬勃发展，越来越多的人开始进入电子商务领域进行创业，如淘宝自主开店、入驻天猫和京东等大型综合网上商城、入驻微商等。以淘宝为例，据不完全统计，2017年淘宝网商家突破1000万家，其中真正有成交量的商家大概只占1/3，其余的一些商家甚至无法维持正常经营，由此可见，淘宝网创业早已不是轻而易举的事。

为了更好地帮助读者了解电商创业，掌握电商创业的方法，为电商创业的成功打下基础，我们着手编写了本书。本书从电商创业准备入手，以淘宝网创业为例详细介绍了网上开店准备、开店步骤、客户沟通、商品管理、流量引进等知识，帮助创业者在淘宝网上进行创业。书中还介绍了营销推广和创业融资的相关知识。其中，营销推广包括移动端店铺、微店、微信、微博、公众号的推广；创业融资则可以帮助创业者获得创业资金支持，使创业变得更加简单。

全书共10章，分为以下4个部分进行介绍，学习重点和主要内容如下表所示。

## 学习重点和主要内容

章	学习重点	主要内容
第1章	1. 电商创业概述 2. 电商创业准备	主要讲解电商创业前期的准备工作，以对电商创业有基本的了解
第2~5章	1. 淘宝开店准备 2. 开设并装修店铺 3. 客户沟通 4. 图片与商品交易管理	主要讲解淘宝店铺的开设知识及日常经营操作，包括商品的进货、图片的处理与发布、与客户沟通、订单发货、退款处理、商品上下架等操作
第6~9章	1. 抢占移动端 2. 视觉营销策略 3. 淘宝活动推广与淘宝付费推广 4. 借助社交媒体	主要讲解抢占流量、提高商品销量的一些推广与营销技巧，包括移动端店铺的开设与二维码推广、视觉营销设计、店内推广与促销、新媒体营销渠道与方式
第10章	1. 常见的融资方式 2. 银行、P2P平台、众筹融资	主要讲解常见的融资渠道，详细掌握银行、P2P、众筹融资的具体方法

本书内容主要有以下特点。

- **知识系统，结构合理：**本书针对电商创业的准备、平台选择、店铺开设、客户沟通、网站与商品推广的全过程，逐步深入地介绍了电商创业所涉及的全部知识，由浅入深，层层深入。与此同时，本书按照“案例导入+知识讲解+知识拓展+课堂实训+课后练习”的结构进行编号，让读者在学习基础知识的同时，进行实战练习，从而加强对知识的理解与运用。
- **案例实用性强：**本书中的案例与电商创业遇到的真实案例密切相关，完全符合电商创业的真实需求，因此具有很强的可读性和实用性，可以帮助读者快速理解并迅速掌握相关知识。
- **可操作性强：**本书知识讲解与实际操作同步进行，以步骤加配图的方式快速引导读者完成相关操作，降低了读者学习的难度，因此可操作性强。
- **知识拓展性强：**书中的“经验之谈”小栏目是与电商创业相关的经验、技巧与提示，可帮助读者更好地梳理相关知识。
- **教学资源丰富：**本书通过二维码的方式给读者提供了配套的视频教学资料，读者直接扫描二维码即可观看。同时本书还提供了PPT课件，教学教案等配套教学资源，读者可通过登录人邮教育社区（[www.ryjiaoyu.com](http://www.ryjiaoyu.com)）进行下载。

本书由黄罡、曹志斌担任主编，贾玲杰、叶敏担任副主编，同时也得到了众多皇冠店铺店主的支持，在此表示衷心的感谢。由于时间仓促，编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，欢迎广大读者批评指正。

编者  
2018年6月

<p>本书由黄罡、曹志斌担任主编，贾玲杰、叶敏担任副主编，同时也得到了众多皇冠店铺店主的支持，在此表示衷心的感谢。由于时间仓促，编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，欢迎广大读者批评指正。</p>	<p>编者 2018年6月</p>
--	-----------------------

# 目录

# CONTENTS

## 第1章 了解电商创业， 做好创业准备 ..... 1

### 1.1 电商创业概述 ..... 2

1.1.1 了解电商创业的经营形式 ..... 3

1.1.2 了解电商的经营模式 ..... 3

1.1.3 电商创业发展瓶颈问题 ..... 6

1.1.4 电商发展趋势 ..... 6

### 1.2 电商创业的准备 ..... 9

1.2.1 电商创业的基本准备 ..... 9

1.2.2 创业者的素质要求 ..... 10

1.2.3 电商创业的SWOT分析 ..... 11

1.2.4 以互联网思维做电商 ..... 12

1.2.5 创业行业的选择 ..... 14

1.2.6 电商创业的路径选择 ..... 15

1.2.7 电商创业实现方式 ..... 16

### 1.3 知识拓展 ..... 16

### 1.4 课堂实训 ..... 17

1.4.1 实训一：讨论电商创业的  
流程 ..... 17

1.4.2 实训二：讨论用互联网思维  
做电商的方法 ..... 18

### 1.5 课后练习 ..... 18

## 第2章 做好淘宝开店准备， 开始电商创业 ..... 19

### 2.1 优选商品，奠定基础 ..... 20

2.1.1 电商商品的共同特征 ..... 20

2.1.2 选择商品前的分析准备 ..... 21

2.1.3 商品的选择策略 ..... 23

### 2.2 选择进货渠道，做好货 源控制 ..... 24

2.2.1 在阿里巴巴批发进货 ..... 24

2.2.2 通过分销网站进货 ..... 27

2.2.3 通过供销平台进货 ..... 27

2.2.4 通过线下批发厂家进货 ..... 28

2.2.5 其他进货渠道 ..... 28

2.2.6 进货的技巧 ..... 29

### 2.3 注册、设置淘宝会员和 支付宝 ..... 29

2.3.1 注册成为淘宝会员 ..... 29

2.3.2 登录淘宝账户 ..... 31

2.3.3 开通支付宝认证 ..... 32

2.3.4 修改淘宝账户密码 ..... 33

2.3.5 修改支付宝密码 ..... 34

2.3.6 绑定银行卡 ..... 36

2.3.7 支付宝账目查询 ..... 38

### 2.4 知识拓展 ..... 38

### 2.5 课堂实训 ..... 40

2.5.1 实训一：在阿里巴巴上采购  
韩版加厚毛衫 ..... 40

2.5.2 实训二：重置淘宝与支付宝  
密码 ..... 41

### 2.6 课后练习 ..... 41

## 第3章 开设并装修店铺， 发布高品质商品 ..... 42

### 3.1 开设并装修店铺 ..... 43

3.1.1	申请网上店铺 .....	44
3.1.2	设置店铺基本信息 .....	47
3.1.3	应用店铺模板 .....	48
3.1.4	设置店铺风格 .....	49
3.1.5	设置店铺招牌 .....	50
3.1.6	设置分类并添加导航 .....	58
3.1.7	设置店铺全屏海报 .....	59
<b>3.2</b>	<b>发布商品 .....</b>	<b>63</b>
3.2.1	选择宝贝类目 .....	63
3.2.2	填写宝贝基本信息 .....	63
3.2.3	填写宝贝物流信息 .....	67
3.2.4	填写其他发布信息 .....	68
<b>3.3</b>	<b>知识拓展 .....</b>	<b>69</b>
<b>3.4</b>	<b>课堂实训 .....</b>	<b>70</b>
3.4.1	实训一：装修淘宝店铺 .....	70
3.4.2	实训二：发布宝贝 .....	71
<b>3.5</b>	<b>课后练习 .....</b>	<b>71</b>

## 第4章 良好的客户沟通，成功 赚取第一桶金 .....

<b>4.1</b>	<b>与客户沟通的技巧 .....</b>	<b>73</b>
4.1.1	热情礼貌 .....	73
4.1.2	耐心倾听客户心声 .....	74
4.1.3	坦诚介绍商品的优缺点 .....	75
4.1.4	解决客户对商品质量的 疑问 .....	75
4.1.5	解决客户对价格的质疑 .....	75
4.1.6	解决客户对售后的担心 .....	76
<b>4.2</b>	<b>操作“千牛”工作台，快速服务 客户 .....</b>	<b>77</b>
4.2.1	设置自动回复 .....	77
4.2.2	友好交流 .....	79

4.2.3	修改订单价格 .....	80
4.2.4	修改收货地址 .....	81
4.2.5	退款处理 .....	82

<b>4.3</b>	<b>知识拓展 .....</b>	<b>83</b>
<b>4.4</b>	<b>课堂实训 .....</b>	<b>85</b>
4.4.1	实训一：在“千牛”工作台 中设置快捷回复 .....	85
4.4.2	实训二：使用“千牛”工作台 与买家交流并修改订单 .....	86
<b>4.5</b>	<b>课后练习 .....</b>	<b>86</b>

## 第5章 图片与商品交易管理， 助力淘宝创收 .....

<b>5.1</b>	<b>商品图片的基本处理 .....</b>	<b>88</b>
5.1.1	调整图片大小与角度 .....	88
5.1.2	裁剪图片 .....	90
5.1.3	抠取商品图片并换背景 .....	92
5.1.4	添加防盗水印 .....	97
<b>5.2</b>	<b>提升商品图片质量 .....</b>	<b>99</b>
5.2.1	调整照片的光影结构 .....	99
5.2.2	调整偏色的照片 .....	101
5.2.3	调整照片清晰度 .....	103
<b>5.3</b>	<b>商品交易管理 .....</b>	<b>104</b>
5.3.1	商品上下架 .....	104
5.3.2	订单发货 .....	105
5.3.3	关闭交易 .....	107
<b>5.4</b>	<b>知识拓展 .....</b>	<b>107</b>
<b>5.5</b>	<b>课堂实训 .....</b>	<b>108</b>
5.5.1	实训一：抠图并更换背景 ...	108
5.5.2	实训二：为衣服换颜色 .....	109
<b>5.6</b>	<b>课后练习 .....</b>	<b>110</b>

## 第6章 抢占移动端, 最大的流量来源 ..... 111

- 6.1 认识移动端店铺 ..... 112
  - 6.1.1 移动端淘宝的优势 ..... 113
  - 6.1.2 移动端淘宝店分析 ..... 113
- 6.2 移动端页面的装修 ..... 113
  - 6.2.1 设置移动端店铺的店标和店招 ..... 113
  - 6.2.2 设置移动端宝贝模块 ..... 115
  - 6.2.3 移动端宝贝详情页发布 ..... 116
- 6.3 移动端店铺运营推广 ..... 118
  - 6.3.1 利用“码上淘”进行推广 ... 118
  - 6.3.2 利用微淘达人推广店铺 ..... 120
- 6.4 知识拓展 ..... 121
- 6.5 课堂实训 ..... 122
  - 6.5.1 实训一: 设置移动端店铺的店招与店标 ..... 122
  - 6.5.2 实训二: 生成移动端店铺的二维码 ..... 123
- 6.6 课后练习 ..... 123

## 第7章 视觉营销策略, 电商创业的核心技术力 ... 124

- 7.1 电商中的视觉营销 ..... 125
  - 7.1.1 视觉营销对电商的影响 ..... 126
  - 7.1.2 视觉营销的要点 ..... 127
- 7.2 电商中的文案撰写 ..... 129
  - 7.2.1 电商广告文案 ..... 129
  - 7.2.2 商品主图文案 ..... 131
  - 7.2.3 网店详情页文案 ..... 134
  - 7.2.4 电商品牌文案 ..... 134
  - 7.2.5 网络推广文案 ..... 138

## 7.3 电商中的图片引导 ..... 141

- 7.3.1 网店商品图片的要求 ..... 141
- 7.3.2 网店图片的使用策略 ..... 142
- 7.3.3 电商新宠——动图营销 ..... 143

## 7.4 电商中的短视频引导 ..... 143

- 7.4.1 电商短视频类型 ..... 144
- 7.4.2 电商短视频攻略 ..... 145
- 7.4.3 电商短视频的要求 ..... 146

## 7.5 知识拓展 ..... 147

## 7.6 课堂实训 ..... 150

- 7.6.1 实训一: 设计化妆品视觉海报 ..... 150
- 7.6.2 实训二: 设计家纺详情页面 ..... 151

## 7.7 课后练习 ..... 151

## 第8章 流量之争, 电商创业的核心竞争力 ..... 152

## 8.1 淘宝活动推广 ..... 153

- 8.1.1 单品宝 ..... 153
- 8.1.2 优惠券 ..... 156
- 8.1.3 搭配套餐 ..... 157
- 8.1.4 聚划算 ..... 158
- 8.1.5 淘金币 ..... 160

## 8.2 淘宝付费推广 ..... 164

- 8.2.1 淘宝直通车 ..... 164
- 8.2.2 智钻 ..... 171
- 8.2.3 淘宝客 ..... 177

## 8.3 知识拓展 ..... 179

## 8.4 课堂实训 ..... 180

- 8.4.1 实训一: 设置店铺优惠券 ... 180
- 8.4.2 实训二: 使用直通车推广商品 ..... 181



8.5 课后练习..... 181

第9章 借助社交媒体，打通  
电商创业闭环..... 182

9.1 常见新媒体营销渠道和方式.. 183

9.1.1 筛选合适的新媒体营销  
渠道..... 183

9.1.2 新媒体多元化营销内容..... 184

9.1.3 新媒体营销方式..... 185

9.2 朋友圈内容传播..... 187

9.2.1 发布朋友圈信息..... 188

9.2.2 朋友圈内容运营策略..... 188

9.2.3 朋友圈广告植入策略..... 189

9.2.4 朋友圈活动运营策略..... 191

9.2.5 客户关系维护策略..... 192

9.3 组建社群，打造粉丝力量..... 192

9.3.1 创建社群营销的必要条件... 192

9.3.2 创建微信群..... 193

9.3.3 组织社群推广活动..... 194

9.4 打造电商公众号..... 195

9.4.1 公众号对于电商的价值..... 195

9.4.2 申请微信公众号..... 195

9.4.3 发布消息..... 197

9.4.4 自定义菜单..... 201

9.4.5 公众号吸粉大法..... 201

9.5 开启微店模式..... 203

9.5.1 创建自己的微店..... 203

9.5.2 在微店中发布商品..... 204

9.5.3 设置微店促销..... 206

9.6 知识拓展..... 207

9.7 课堂实训..... 209

9.7.1 实训一：微信营销..... 209

9.7.2 实训二：在微店中发布商品

并设置促销方式..... 210

9.8 课后练习..... 210

第10章 电商创业融资，  
拓宽资金来源.... 211

10.1 融资方式..... 212

10.1.1 亲友融资..... 212

10.1.2 银行贷款..... 213

10.1.3 政策创业基金..... 213

10.1.4 风险投资..... 214

10.1.5 合伙融资..... 214

10.1.6 网络贷款..... 214

10.1.7 众筹融资..... 216

10.2 银行贷款..... 217

10.2.1 如何成功获得贷款..... 217

10.2.2 利用信用卡获得免息  
资金..... 217

10.3 P2P网络贷款..... 218

10.3.1 P2P网络贷款的模式..... 218

10.3.2 P2P借款的流程..... 221

10.4 众筹融资..... 222

10.4.1 众筹的类型..... 223

10.4.2 如何选择众筹平台..... 223

10.4.3 如何加大众筹成功的  
概率..... 224

10.5 知识拓展..... 225

10.6 课堂实训..... 227

10.6.1 实训一：获得网商银行的  
贷款..... 227

10.6.2 实训二：在淘宝众筹平台上  
发起众筹..... 228

10.7 课后练习..... 228

# 第1章

## 了解电商创业， 做好创业准备

互联网经济下，新一轮科技革命的快速演变，推动了电子商务的高速发展，电商创业成为当下创业的热潮。但要想创业成功，创业者就需要精心做好电商创业的相关准备。本章将对电商创业的经营模式、时下电商发展趋势、电商创业瓶颈问题、电商创业的准备、制订电商创业计划等知识进行讲解，使读者了解电商创业相关的基本知识。



- 电商创业概述
- 电商创业的准备



本章要点



## 大学生辞去项目经理职位，在淘宝上实现创业梦

几年前，小王大学毕业，与大部分同学一样，他选择了专业对口的一份工作，到电力公司的下属企业担任项目经理，常年在外从事工程基础建设，工作很辛苦，但是很稳定。然而一次公司聚餐，彻底改变了小王的生活。

公司准备自购食材组织全体同事去野外烧烤，让小王负责食材和调料的采购。小王不知道什么调料适合烧烤，就去网上搜索查询，结果查询到一家公司在生产和销售各种口味的调料，小王就试着购买了一些，结果同事们对调料的味道赞不绝口。

回家之后，小王又上网了解了一下淘宝开店的知识，发现利用业余时间可以在淘宝开店；抱着利用闲暇时间赚点“零花钱”的心思，小王申请了一家自己的淘宝店铺，然后打电话联系到调料厂家，购买了少量的调料包，在自己的淘宝小店中开始销售。使小王出乎意料的是，仅仅两天时间，从调料厂家购买的调料包就已售罄。调料包的热卖让小王看到了淘宝开店的商机。

在仔细考虑两天时间后，小王毅然从公司辞职，一个人、一台计算机，开始了自己的淘宝创业梦。半年时间，小王靠着在淘宝店销售调味料赚到了4万元。销售额的不断提升，让小王的淘宝店规模越来越大，口碑越来越好，客户类型也越来越丰富，不仅有个人买家搜索到店铺购买调料包，还有一些商家也选择通过小王的店铺购买调料包。

在销售调料包的过程中，小王非常关注买家的使用体验，有些买家也会对店铺商品提出一些建议和要求，如觉得调料包的种类不够多，建议掌柜丰富商品类型等。小王将买家建议反馈到生产厂家，厂家内部商量后，决定扩大产品种类。随着新产品的推出，越来越多的买家可以在店铺中买到想要的商品，使得店铺的生意也越来越红火。

从国企辞职开始自主创业，一路成长为年入几十万元的淘宝商家，小王说：“年轻人头脑活、知识面广，对新事物的接受度高，就要有敢闯敢拼的精神。不努力一下，怎么知道自己的梦想是什么，未来的方向在哪里。”

### 【案例思考】

有创业想法的人不在少数，由于怯于失败，在发现商机后，勇敢迈出创业步伐的人却不是很多。小王在挖掘市场需求后就大胆地去尝试，毅然辞去专业对口的项目经理的工作，踏上追逐创业梦想之路。但是网上的店铺很多，经营的商品也是五花八门，其盈利状况也不尽相同，新手由于经验不足，应该做好哪些准备，才能实现成功创业呢？



案例解析参考

## 1.1 电商创业概述

电商创业是指通过互联网等电子工具在全球范围内进行的商务贸易活动，以实现盈利、创造价值、开创事业的目的。电商创业的形式、模式都是丰富多样的，了解电商创业，需要先了解电商创业的基础知识，这样才能让后期的操作变得简单。

## 1.1.1 了解电商创业的经营形式

电商创业的开放性和自由性, 使其适应人群广泛, 如实体企业、供应商、创业者、自由职业者和大学生等, 都可以通过电商平台来开创自己的事业。不同人群选择的经营形式有所不同。总体来说, 电商的经营形式不外乎虚拟柜台、虚拟柜台与实体店结合经营、无形商品3种类型。下面分别进行具体介绍。

- **虚拟柜台:** 虚拟柜台是指无实体店铺的电商形式, 主要经营有形商品。有形商品是指具有实物形态、通过交换能够带来经济效益的商品。有形商品的电商创业形式包括批发电子商务、零售电子商务和网上拍卖电子商务3种。阿里巴巴、慧聪、中国制造网等主要从事批发电子商务, 淘宝、天猫、京东、1号店、亚马逊等主要从事零售电子商务, eBay、咸鱼等主要做网上拍卖电子商务。其中, 零售电子商务中的淘宝创业是当前门槛最低、最为大众化的创业方式, 图1-1所示为淘宝平台。



图1-1 淘宝平台

- **虚拟柜台与实体店结合经营:** 当经营者拥有实体店并在经营经验、销售技巧、商品价格设置等方面都有一定的基础时, 开设网上店铺也会具有一定的优势, 该经营形式即虚拟柜台与实体店结合经营, 又称O2O经营(线上到线下结合经营)。例如, 星巴克利用该模式吸引用户网上下单, 到实体店领取商品, 而不用排队等候, 以此提高店铺销量。
- **无形商品:** 无形商品是指对一切有形资源通过物化和非物化的方式, 使其具有价值和使用价值属性的非物质的劳动产品或有偿经济言行等。无形商品包括软件、电影、音乐、信息服务等。无形商品的电商创业形式包括网上订阅、付费浏览、广告支持、网上赠予、专业服务5种形式。其中, 专业服务是指为他人提供相关的劳务服务, 如58同城、赶集网、携程、淘宝客等。无形商品往往不需要物流支持。

## 1.1.2 了解电商的经营模式

电商创业的主要经营方式就是在线销售。根据交易对象的不同, 电商创业有以下几种常用的经营模式。

### 1. B2B (Business to Business) ——企业与企业之间的电子商务

B2B是指以企业为主体, 在企业之间进行的电子商务活动。该模式具体指进行电子商务交易的供需双方都是商家(或企业、公司), 通过互联网技术或各种商务网络平台, 完成商务交易的过程。B2B的代表是马云的阿里巴巴电子商务模式。B2B主要是针对企业内部及企业与上下游协力厂商之间的资讯整合, 并在互联

网上进行的企业与企业间的交易。B2B将会为企业带来更低的价格和劳动成本、更高的生产率，以及更多的商业机会。图1-2所示为B2B中的阿里巴巴平台。



图1-2 阿里巴巴平台

## 2. B2C ( Business to Consumer ) ——企业与消费者之间的电子商务

B2C就是企业通过网络销售商品或服务给个人消费者。这是消费者利用互联网直接参与经济活动的形式，等同于商业电子化的零售商务，即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物、支付，从而节省了消费者和企业的时间及空间，大大提高了交易效率。如今的B2C网站非常多，比较大型的有天猫、京东商城、1号店、亚马逊、苏宁易购和唯品会等。图1-3所示为京东商城平台。



图1-3 京东商城平台

## 3. C2C ( Consumer to Consumer ) ——消费者与消费者之间的电子商务

C2C是指消费者与消费者之间的互动交易行为，这种交易方式是多变的。C2C商务平台就是通过为买卖

双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品在网上拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。此外，网上的二手商品交易，以及以物易物的行为都可以归入C2C模式，常见的C2C网站平台有淘宝网、易趣网、1拍网、雅宝网等，图1-4所示为人人车平台。




图1-4 人人车平台

#### 4. O2O (Online to Offline) ——线上对线下的电子商务

O2O是一种新兴起的电子商务模式，将线下商务的机会与互联网结合在一起，让互联网成为线下交易的前台。例如，饿了么、美团外卖等通过搜索引擎和社交平台建立海量网站入口，将网络上的美食消费者吸引到自己的网站，进而引流到当地的实体店中，线下的实体店则承担商品展示与体验的功能，图1-5所示为饿了么网上平台。



图1-5 饿了么网上平台



## 技巧秒杀

B2G、B2Q 也是常见的电商模式。其中 B2G (Business to Government, 企业对政府) 是企业与政府管理部门之间的电子商务, 如政府采购、海关报税的平台、国税局和地税局报税的平台等。B2Q (Business to Business and ensure the Quality) 是指将质量控制引入企业网购, 交易双方网上先签意向交易合同, 签单后根据买方需要可引进第三方(验货、验厂、设备调试工程师)进行商品品质检验。这种模式将质量问题截留在了发货之前, 免去了收货后因质量问题产生的退换货烦恼。

### 1.1.3 电商创业发展瓶颈问题

电子商务正在快速改变着人们的经济模式和生活方式。但对于目前的电子商务创业来说, 电商创业者要想在电商行业有所作为, 不得不重视下面影响电商创业成功的瓶颈问题。

- **收入不高难坚持:** 由于电商创业资金门槛低, 导致创业者众多, 竞争激烈, 因此大部分电商创业者的收入都较低, 甚至一部分电商创业者开始放弃创业。
- **法律风险:** 为了在激烈的竞争中获取高额利润, 一些A货、精仿、水货充斥着电商市场, 使部分消费者对电商商品产生质疑, 很难轻易下单。部分商家没有某品牌授权, 销售该品牌商品属于违法行为。
- **渠道与物流制约:** 平台、支付和物流等渠道不可控也成为电商创业者最为担心的问题。在当前情况下, 电商创业者多选择淘宝、当当等来合作; 在支付方面, 支付宝、微信等第三方支付平台成为主流的电商支付方式; 在物流方面, 圆通、申通、顺丰等第三方物流服务商成为主要物流手段。
- **推广费用高:** 近几年电商行业的各大网站一方面纷纷通过降价、促销等方式来吸引用户, 另一方面加大推广成本, 推广费用甚至成为电商的大头开支, 推广获得的流量能否成功地转换为销量成为电商创业者必须考虑的风险, 如淘宝中的直通车、智钻等, 其推广费用都较昂贵。
- **人工成本持续上涨:** 除了产品、库存、推广、仓库成本外, 人工成本也是电商成本中的重要组成部分, 因此在电商运营的过程中, 电商创业者应尽量采用软件自动处理, 减少人工成本。但在电商实际运营过程中, 货源寻找、包装、发货、填单等均需要人工完成, 由于工资的持续上涨, 人工成本在不断上涨。

### 1.1.4 电商发展趋势

电商发展至今, 可以说是相当鼎盛。随着互联网的普及和物流的下沉, 全国网民规模和网购用户数量逐年攀升, 例如2017年天猫“双十一”总成交额已超过1682亿元, 相较于2016年的1207亿元仍然呈上升趋势, 因此, 目前进行电商创业仍然有美好前景。除此之外, 在“大众创业”“万众创新”等大好形势及“互联网+”环境下, 国家制定了发展电子商务的系列措施, 并逐步减少束缚电子商务发展的机制体制障碍。例如, 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支付的金融行业标准; 在网络电子发票方面, 国家税务总局不断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; 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政策/管理制度和标准规范。因此, 时下电商迎来了好的创业环境。电商创业者需要注意的是, 除了分析电商发展现状, 还需要预测电商未来发展趋势, 如新零售电商一跃而起、农村电商迎来全面优化等, 以帮助电商创业者及时调整并优化电商运营策略, 谋得生存与发展。

## 1. 新零售电商一跃而起, 融合线下成必然

传统零售是指商家去批发市场批发商品来销售, 市场上什么商品有前景就销售什么商品, 经常会出现跟风的情况。而新零售则是基于大数据、用户、多平台合作, 通过各种网络渠道把消费者、商家和零售场所连接起来, 将线上线下相融合, 能够更容易满足用户对商品和服务的需求, 如三只松鼠和良品铺子等网络品牌都开设了实体店。

随着移动互联网时代的到来, 电商从传统的PC端转移到移动端, 这种以移动端为载体的电商模式, 就是移动电商。随着3G、4G网络技术的成熟, 智能手机已相当普遍, 手机已成为网民接入互联网的主要方式。便捷性、手机支付安全性的不断完善、支付方式的多样化, 包括二维码、NFC、指纹支付等, 让更多消费者体验到不一样的购物乐趣, 使移动电商处于持续增长的状态, 移动端流量成为众多商家的必争之地。

## 2. 农村电商迎来全面优化

农村电子商务是指利用互联网、计算机等现代的科学信息技术, 为从事涉农领域的生产经营提供网上销售商品、购买商品和电子支付等业务交易的商业活动。2017年以来, 电子商务在政府的扶持、服务型企业的引导和支援下, 在农村迅速掀起热潮, 它不仅能推动农业的生产和销售, 提高农商品的知名度和竞争力, 更是新农村建设的催化剂。可以说, 2017年是农村电商优化的一年, 不仅会对产品的生产、包装、推广和营销进行标准化改造, 而且也会进行手工艺上的创新等。

## 3. 跨境电商迎来全面发展

跨境电商是指分属不同关境的交易主体, 通过电子商务平台达成交易、进行支付结算, 并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种跨境商业活动。随着互联网时代的不断发展, 消费者的需求不再满足于国内, 这就使跨境电商迎来了发展的契机。其实, 现在很多的电商平台, 如亚马逊、天猫国际、洋码头、网易旗下考拉海购、蜜芽、香江商城旗下的香江海购等, 都已经成功地把电商模式推广到国外。由于每个国家的国情不同, 能否被国外消费者所接受, 是当前跨境电商需要攻克的难点。图1-6所示为跨境电商平台亚马逊的首页。



图1-6 亚马逊平台首页

## 4. 自媒体电商是大势所趋

自媒体电商主要通过微博、微信、直播等社交平台, 个人或依靠背后运作团队发布原创性、高质量内容用来吸收粉丝, 再利用电商将流量变现。自媒体电商中, 网红利用自身优势, 如时尚品位、专业能力等,



顺应大众潮流，持续发布网民感兴趣的内容或直播吸引千万数量的粉丝，并与粉丝互动，宣传其他店铺的商品来赚取广告费或直接经营网店将粉丝流量变现，网红已是自媒体电商中的重要角色，网红经济也是大势所趋，但是随着网红的增多，用户品位的提高，用户对网红的要求越来越高。所以自媒体电商必须要有自身的特色和核心竞争力，必须要有好的内容，不然就很容易在竞争激烈的市场中被淘汰。图1-7所示为美拍直播与微信朋友圈推广。



图1-7 美拍直播与微信朋友圈推广

### 5. 社交电商逐渐成型

社交电商平台包括专业的垂直信息分享社交电商，大多由美丽说、蘑菇街等流量庞大的成熟社区转型而来，具有深厚的用户根基，也包括综合性大型电商为了抢占社交电商市场而新设的板块，如淘宝直播、京东直播等，以及购物平台手机端App的相关模块，如手机淘宝中微淘页面中的上新、视屏直播、特别关注、达人等。目前社交电商以服装、美妆、鞋帽、食品为主，未来将向摄影、母婴、旅游、电子竞技、视觉素材用品等品类扩展。例如，达人发布诸如服装搭配等实用技巧，配以相关淘宝商品和点评，引导淘宝消费者的购买选择，达人也通过与粉丝交流，及时推送粉丝希望了解的内容，如果由专业的服装搭配师推荐的商品针对性更强，可以达到更高的浏览购买转化率。图1-8所示为京东直播与微淘中的直播。对于社交电商而言，其重点不仅要持续输出好的内容，还要有自己的核心竞争力，这样才会有真的粉丝随之而来，社群才会变得电商化。只有这样，真正的社交电商才会成形。



图1-8 京东直播与微淘中的直播