



中国计算机函授学院



淘宝大学

国家教育部中央电教馆岗位认证培训考试指定教材

# 网店运营专才

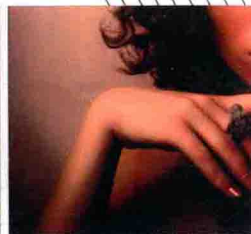
Taobao.com

Taobao.com

Taobao.com

Taobao.com

主编 罗岚



南京大学出版社

中国计算机函授学院

淘宝大学

国家教育部中央电教馆岗位认证培训考试指定教材

# 网店运营专才

主编 罗岚

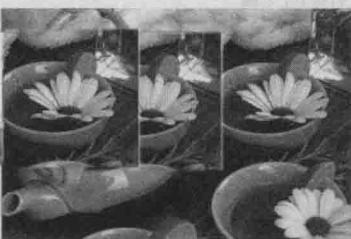
Taobao.com

Taobao.com

常州大学图书馆  
藏书章

o.com

Taobao.com



南京大学出版社

## 内 容 简 介

这是一本专门针对网店运营人才的培训教材,共分八章,内容涵盖职前教育、网店的日常运营和管理、各种辅助工具的使用、商品拍摄及图片处理、网店的推广与营销、网店物流和淘宝商城介绍等,全书用最贴切、最真实、最新鲜的案例,全面阐述了网店运营的工作流程及管理精髓。本书由中国计算机函授学和淘宝大学共同组织编写,是目前国内第一本网店运营人才培训的专业教材,是一本集实用性和系统性于一体的规范化培训教材,也是唯一一本得到阿里巴巴平台认可的培训教材。

本书是国家教育部中央电教馆岗位任职认证考试指定教材,也可作为各类院校电子商务及相关专业的教材,更是网络创业者和网购者的必备参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

网店运营专才/罗岚主编. —南京:南京大学出版社,2010.3

全国高等职业教育规划教材

ISBN 978-7-305-06773-0

I. ①网… II. ①罗… III. ①电子商务-商业经营-高等学校:技术学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 035210 号

出 版 者 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

网 址 <http://www.NjupCo.com>

出 版 人 左 健

丛 书 名 全国高等职业教育规划教材

书 名 网店运营专才

作 者 罗 岚

责任编辑 江春芳

编辑热线 025-83597482

审读编辑 吴宜锴

照 排 中国计算机函授学院照排中心

印 刷 安徽新华印刷股份有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 19.75 字数 480 千

版 次 2010 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 3 次印刷

ISBN 978-7-305-06773-0

定 价 40.00 元

发行热线 0551-5690932

电子邮箱 553101191@qq.com

QQ 553101191

\* 版权所有,侵权必究

\* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购  
图书销售部门联系调换

## 序

阿里巴巴董事局主席马云在阿里巴巴十周年庆典上提出未来十年阿里巴巴的目标:将会创造一千万家中小企业的电子商务平台,要为全世界创造一亿个就业机会,要为全世界 10 亿人提供消费的平台。电子商务所带来了平等、透明、诚信、分享、责任、和谐等新商业文明的特征,而网商、网货和网规成为其重要的元素。

关注网商发展,分担网商困难,与网商共同成长。淘宝大学作为淘宝网创办的网商学府,历经 6 年,在不断的探索与实践逐步形成在线教学、现场授课和培训认证三位一体的教学模式。并自主研发一系列网络零售实战课程,在全国 100 多个城市举办培训课程,培训学员近 20 万人次。出版网商系列丛书 20 多本,100 多所高校的电子商务专业植入淘宝大学网络零售课程。

2008 年始,随着淘宝网交易额逼近 1000 亿,中国迎来了企业网上开店的热潮,2009 年更是达到了高峰,而这一浪潮在未来几年仍将延续甚至更为猛烈。2009 年淘宝大学开始筹建企业卖家课程,并在上海、广州、深圳、杭州、成都等 7 个城市上演,1000 多家企业来听课,满意度超过 96%!

但市场的需求量依然很大,随之而来的人才问题,成了企业网上经营的瓶颈。实战的网络零售人才从哪里来,怎么培养,如何考核等等成了企业主犯难的问题。此次,淘宝大学携手中国最早举办计算机普及教育的中国计算机函授学院联合出品《网店运营专才》一书,本书由淘宝大学资深讲师岚姐姐主编,素材以淘宝网为依托,根据网店岗位职能的需求,详实地讲解了网店运营的每个环节和步骤。本书集培训、考试、认证于一体,被国家教育部中央电教馆指定为全国“网店运营岗位认证培训考试指定用书”,是网店运营专才培养最佳教材。《网店运营专才》一书的出版,揭开了网络零售人才能力标准体系建设序幕。全新的商务规则和方式,必将给您带来无限的创业和就业的机会!

我们一直为培养实战型符合新商业文明特征的电子商务人才而奋斗!

淘宝网 淘宝大学  
2010 年 3 月 12 日

## 编者的话

中国的电子商务发展至今,已经有不少个人和企业卖家从网上崛起,由此带来的人才需求变得越来越迫切,虽然各种经验分享和指导性读物层出不穷,各种围绕着电子商务及网络零售的培训也从未间断,但是,迄今为止还没有形成系统化的教育体系,也没有一个人才选拔和录用的标准。

有鉴于此,淘宝大学和中国计算机函授学院联合推出了网店运营专才培训项目,集合两校最有经验的教师,总结淘宝卖家最实用的操作技能和使用经验,分析企业对网店运营人才的需求,有针对性的制定了这个教学体系,拟通过这种系统化的培训,手把手的上机实训,培养出迎合市场需求的网店管理人才,解决企业的人才瓶颈,提供更多的社会就业机会。

本教材是为配合这个教学体系而编写的,内容完全是针对网店客服工作岗位的需要来进行编撰,因此,本教材的实用性都不同于一般性的网店经验分享类书籍,是目前最符合客服人才培训要求的教学类书籍。

本书共分为八章,全面涵盖对网店的操作型技能和应用型技巧两种能力的培养,由浅入深,由点及面,完整介绍网店日常运营的工作内容,是目前市场上最系统化讲解网店经营的书籍,虽然是针对网店客服人才的读物,但是对网上创业者也有一定的指导意义和启示价值,对准备网上创业的朋友也会有较大的帮助。

第1章:简单介绍了电子商务的发展过程,并对网络零售的现状和发展趋势进行了深入的分析,我们也从新商业文明的诞生看到了网商和网购市场崛起的契机。

第2章:端正学习态度,树立正确的就业观念,介绍淘宝平台及相关规则,为将来走上工作岗位打下良好的基础。

第3章:学习通用客服技能,学会发布商品、店铺设置以及日常管理,掌握一定的网络安全常识,达到网店客服的基本工作要求。

第4章:通过对在线沟通工具、在线支付工具、店铺管理工具和店内营销工具的学习,学会快干加巧干,找到提高工作效率的方式和方法。

第5章:了解拍摄商品照片的数码相机应该如何选择,从最简单的拍摄功能学起,通过学习小件商品和大件商品的拍摄,掌握一定的商品拍摄技能,学会简单的图片处理,可以对图片做一定的美化,能够达到初级网店美工的工作能力和水平。

第6章:网店销量的提升离不开推广和营销,本章从最基础的商品发布三要素切入,深入剖析借力之道,从店内营销到站内营销,再到外部推广,基本上涵盖了所

有常用的推广和营销手段,较为全面的介绍了网店的推广营销应该怎么做。

第7章:物流是商家最贴近顾客的一个环节,也是最容易赢得或失去顾客心的一个环节,通过对物管物流、打包发货、推荐物流等内容的学习,了解网店发货流程需要掌握的内容,再结合前面所学的知识,完全可以独立完成整个交易流程。

第8章:通过对淘宝商城的介绍,让学员了解B店和C店在规则及操作上的区别,为将来转向商城店铺就业打下坚实的基础。

本书在每个章节结束时都设有“本章要点”来对本章的知识点进行总结,并附有一些实用的练习题,配合上机实训,让大家对所学的知识掌握得更牢固。

感谢淘大讲师一品学子百忙中拨冗编写了第8章淘宝商城的内容,让大家能够学习到更加全面的网店运营知识,为将来择业时增加了商城店铺运营方面的经验,再次感谢一品学子的辛勤付出。

由于编者水平有限,编写时间仓促,难免有遗漏或出现失误,如有不妥之处,恳请读者批评指正。

编者

2010年3月

# 目 录

|                            |      |
|----------------------------|------|
| 第1章 电子商务与网络零售概述 .....      | (1)  |
| 1.1 电子商务简介 .....           | (2)  |
| 1.1.1 什么是电子商务 .....        | (3)  |
| 1.1.2 电子商务的特点和应用 .....     | (4)  |
| 1.1.3 电子商务的主要表现形式 .....    | (6)  |
| 1.1.4 电子商务的发展趋势 .....      | (8)  |
| 1.1.5 浅析网上的就业形势 .....      | (10) |
| 1.2 网络零售概论 .....           | (11) |
| 1.2.1 新商业文明 .....          | (12) |
| 1.2.2 网商、网货与网规 .....       | (15) |
| 1.2.3 网络零售与传统零售方式的区别 ..... | (16) |
| 1.2.4 网络零售的优势运用 .....      | (17) |
| 1.3 本章要点 .....             | (18) |
| 1.4 练习题 .....              | (19) |
| 第2章 职前准备 .....             | (20) |
| 2.1 从业心态与工作状态 .....        | (21) |
| 2.1.1 学习态度和就业观念 .....      | (22) |
| 2.1.2 岗位工作与团队配合 .....      | (23) |
| 2.2 了解网络零售平台 .....         | (25) |
| 2.2.1 淘宝首页 .....           | (25) |
| 2.2.2 我的淘宝 .....           | (27) |
| 2.2.3 淘江湖 .....            | (29) |
| 2.2.4 淘帮派 .....            | (30) |
| 2.2.5 支付宝 .....            | (31) |
| 2.2.6 注册及认证流程 .....        | (32) |
| 2.3 网络零售平台规则 .....         | (34) |
| 2.3.1 淘宝网的交易流程 .....       | (34) |
| 2.3.2 淘宝网注册规则 .....        | (36) |
| 2.3.3 支付宝与淘宝账户的绑定规则 .....  | (36) |

|        |                          |      |
|--------|--------------------------|------|
| 2.3.4  | 关于商品发布方面的规则 .....        | (37) |
| 2.3.5  | 橱窗推荐位规则 .....            | (38) |
| 2.3.6  | 店铺状态规则 .....             | (39) |
| 2.3.7  | 店铺名及店铺其他信息规则 .....       | (39) |
| 2.3.8  | 淘宝网用户行为管理规则 .....        | (40) |
| 2.3.9  | 淘宝网评价规则 .....            | (41) |
| 2.3.10 | 信用炒作和侵犯他人知识产权的处罚规则 ..... | (43) |
| 2.3.11 | 阿里旺旺使用规则 .....           | (44) |
| 2.3.12 | 社区发帖规则 .....             | (45) |
| 2.3.13 | 投诉与举报规则 .....            | (45) |
| 2.3.14 | 支付宝交易纠纷处理规则 .....        | (46) |
| 2.4    | 本章要点 .....               | (47) |
| 2.5    | 练习题 .....                | (48) |
| 第3章    | 网店日常运营管理 .....           | (49) |
| 3.1    | 商品资料的学习方法 .....          | (50) |
| 3.1.1  | 商品规格 .....               | (50) |
| 3.1.2  | 商品特性 .....               | (52) |
| 3.1.3  | 使用方法 .....               | (52) |
| 3.1.4  | 商品保养与售后服务 .....          | (54) |
| 3.2    | 商品发布 .....               | (55) |
| 3.2.1  | 商品发布流程 .....             | (56) |
| 3.2.2  | 商品名称 .....               | (57) |
| 3.2.3  | 商品图片 .....               | (61) |
| 3.2.4  | 商品描述 .....               | (63) |
| 3.2.5  | 其他信息 .....               | (68) |
| 3.3    | 店铺设置 .....               | (69) |
| 3.3.1  | 基本设置 .....               | (69) |
| 3.3.2  | 宝贝管理 .....               | (72) |
| 3.3.3  | 店铺美化 .....               | (73) |
| 3.4    | 在线接待 .....               | (76) |
| 3.4.1  | 接待流程与常见问答 .....          | (76) |
| 3.4.2  | 聊天记录存档与交接 .....          | (77) |
| 3.5    | 网店日常管理 .....             | (78) |
| 3.5.1  | 留言管理 .....               | (78) |
| 3.5.2  | 商品管理 .....               | (81) |

|       |           |       |
|-------|-----------|-------|
| 3.5.3 | 交易管理      | (85)  |
| 3.5.4 | 评价管理      | (88)  |
| 3.5.5 | 纠纷管理      | (89)  |
| 3.5.6 | 客户管理      | (90)  |
| 3.6   | 网络安全常识    | (94)  |
| 3.6.1 | 交易安全      | (94)  |
| 3.6.2 | 防骗知识      | (95)  |
| 3.6.3 | 识骗能力      | (95)  |
| 3.6.4 | 商业机密      | (97)  |
| 3.7   | 本章要点      | (98)  |
| 3.8   | 练习题       | (99)  |
| 第4章   | 网店工具的运用   | (100) |
| 4.1   | 在线沟通工具    | (101) |
| 4.1.1 | 旺旺名片      | (102) |
| 4.1.2 | 个性签名      | (103) |
| 4.1.3 | 快捷短语      | (104) |
| 4.1.4 | 联系人信息     | (105) |
| 4.1.5 | 旺旺群       | (106) |
| 4.1.6 | 小工具       | (107) |
| 4.1.7 | E 客服      | (109) |
| 4.1.8 | 网页版       | (111) |
| 4.2   | 在线支付工具    | (112) |
| 4.2.1 | 支付宝       | (113) |
| 4.2.2 | 网上银行      | (114) |
| 4.2.3 | 支付宝卡通     | (116) |
| 4.2.4 | 线下支付      | (117) |
| 4.3   | 店铺管理工具    | (119) |
| 4.3.1 | 淘宝助理      | (119) |
| 4.3.2 | 我的淘宝      | (127) |
| 4.3.3 | 钱掌柜       | (130) |
| 4.4   | 店内营销工具    | (133) |
| 4.4.1 | 淘宝旺铺促销    | (134) |
| 4.4.2 | VIP 卡和抵价券 | (141) |
| 4.4.3 | 搭配套餐工具    | (146) |
| 4.4.4 | 满就送服务     | (147) |

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 4.5 本章要点 .....           | (150) |
| 4.6 练习题 .....            | (151) |
| 第5章 商品拍摄与网店美化 .....      | (152) |
| 5.1 数码相机基础 .....         | (153) |
| 5.1.1 数码相机的选购 .....      | (153) |
| 5.1.2 图片分辨率 .....        | (157) |
| 5.1.3 相机的功能按钮和基本操作 ..... | (157) |
| 5.2 通用拍摄技术 .....         | (161) |
| 5.2.1 光圈、景深与曝光补偿 .....   | (162) |
| 5.2.2 白平衡功能 .....        | (165) |
| 5.2.3 环境与布光 .....        | (168) |
| 5.2.4 取景和构图 .....        | (174) |
| 5.3 小件商品的拍摄 .....        | (179) |
| 5.3.1 商品的摆放 .....        | (179) |
| 5.3.2 不同材质表面的拍摄方法 .....  | (184) |
| 5.3.3 微距功能与细节展示 .....    | (186) |
| 5.4 服装类大件商品的拍摄 .....     | (187) |
| 5.4.1 服装的几种展示方式 .....    | (187) |
| 5.4.2 小道具的搭配效果 .....     | (188) |
| 5.4.3 布光和补光 .....        | (190) |
| 5.4.4 展现外形的拍摄技巧 .....    | (193) |
| 5.4.5 表现质感和细节的摄影技巧 ..... | (195) |
| 5.5 图片处理基础 .....         | (197) |
| 5.5.1 调整色彩和亮度 .....      | (197) |
| 5.5.2 调整图片的清晰度 .....     | (199) |
| 5.5.3 调节图像大小 .....       | (200) |
| 5.5.4 添加图框、文字和水印 .....   | (200) |
| 5.6 网店模板的使用 .....        | (205) |
| 5.6.1 使用html代码 .....     | (206) |
| 5.6.2 插入图片和链接 .....      | (209) |
| 5.6.3 添加旺铺遍天下图标 .....    | (211) |
| 5.7 本章要点 .....           | (212) |
| 5.8 练习题 .....            | (213) |
| 第6章 网店推广与营销 .....        | (214) |
| 6.1 信息传播要素 .....         | (215) |

|       |                       |       |
|-------|-----------------------|-------|
| 6.1.1 | 分析受众需求 .....          | (215) |
| 6.1.2 | 了解传播条件 .....          | (216) |
| 6.2   | 店内推广与营销 .....         | (217) |
| 6.2.1 | 商品发布的三要素 .....        | (218) |
| 6.2.2 | 充分利用旺铺功能 .....        | (228) |
| 6.2.3 | 聊天工具的宣传作用 .....       | (231) |
| 6.2.4 | 消费者保障服务对销售有帮助 .....   | (233) |
| 6.2.5 | 购物车功能可以有效提高客单价 .....  | (234) |
| 6.2.6 | 利用管理工具跟进顾客 .....      | (236) |
| 6.2.7 | VIP 会员制和淘宝的增值服务 ..... | (237) |
| 6.3   | 站内推广与营销 .....         | (240) |
| 6.3.1 | 淘宝的常规促销活动 .....       | (240) |
| 6.3.2 | 直通车的使用 .....          | (241) |
| 6.3.3 | 论坛推荐位与活动赞助 .....      | (243) |
| 6.3.4 | 友情链接和联合推广 .....       | (245) |
| 6.3.5 | 在江湖帮派里增加影响力 .....     | (247) |
| 6.4   | 外部推广与营销 .....         | (248) |
| 6.4.1 | 人脉推广 .....            | (248) |
| 6.4.2 | 淘客推广 .....            | (248) |
| 6.4.3 | 博客推广 .....            | (249) |
| 6.4.4 | 论坛推广 .....            | (250) |
| 6.5   | 本章要点 .....            | (250) |
| 6.6   | 练习题 .....             | (251) |
| 第7章   | 物流与配送 .....           | (252) |
| 7.1   | 仓储管理 .....            | (253) |
| 7.1.1 | 检验商品 .....            | (253) |
| 7.1.2 | 编写货号 .....            | (253) |
| 7.1.3 | 入库登记 .....            | (254) |
| 7.2   | 货物打包 .....            | (255) |
| 7.2.1 | 分类包装 .....            | (255) |
| 7.2.2 | 隔离防震 .....            | (255) |
| 7.2.3 | 打包要点 .....            | (256) |
| 7.3   | 物流配送 .....            | (257) |
| 7.3.1 | 邮局发货 .....            | (257) |
| 7.3.2 | 快递发货 .....            | (258) |

|       |                   |       |
|-------|-------------------|-------|
| 7.3.3 | 货运发货 .....        | (258) |
| 7.3.4 | 工作流程 .....        | (261) |
| 7.4   | 推荐物流 .....        | (262) |
| 7.4.1 | 了解推荐物流 .....      | (263) |
| 7.4.2 | 操作在线下单 .....      | (264) |
| 7.4.3 | 运费计算器和物流跟踪 .....  | (266) |
| 7.5   | 本章要点 .....        | (269) |
| 7.6   | 练习题 .....         | (270) |
| 第8章   | 淘宝商城 .....        | (271) |
| 8.1   | 商城与C店的区别 .....    | (272) |
| 8.2   | 商城平台简介 .....      | (272) |
| 8.2.1 | 商城首页 .....        | (272) |
| 8.2.2 | 商家后台 .....        | (274) |
| 8.2.3 | 商家支付 .....        | (275) |
| 8.3   | 商家平台规则 .....      | (276) |
| 8.3.1 | 商城消费者保障服务规则 ..... | (276) |
| 8.3.2 | 商城用户行为管理规则 .....  | (277) |
| 8.3.3 | 商城虚拟商家规则 .....    | (278) |
| 8.3.4 | 商城商家子账户命名规则 ..... | (278) |
| 8.3.5 | 商城商家销售行为规则 .....  | (278) |
| 8.3.6 | 商城商家店铺规则 .....    | (279) |
| 8.3.7 | 商城商品违规处罚规则 .....  | (279) |
| 8.3.8 | 商城积分规则 .....      | (279) |
| 8.3.9 | 商城发票规则 .....      | (280) |
| 8.4   | 商城店铺设置 .....      | (281) |
| 8.4.1 | 商城店铺营销推广 .....    | (281) |
| 8.4.2 | 商城店铺装修 .....      | (291) |
| 8.4.3 | 商城店铺统计分析 .....    | (291) |
| 8.4.4 | 商城店铺计费服务 .....    | (294) |
| 8.5   | 商城日常管理 .....      | (294) |
| 8.5.1 | 商城商品发布流程 .....    | (295) |
| 8.5.2 | 商城商品交易流程 .....    | (302) |
| 8.5.3 | 商城商品评价体系 .....    | (302) |
| 8.6   | 本章要点 .....        | (303) |
| 8.7   | 练习题 .....         | (303) |

## 第1章 电子商务与网络零售概述

当经济发展到一定程度,为了追求更高的效率,社会的商业模式就必然会发生一些变革。近年来随着网购市场的活跃,大批的网购商城快速发展,使中国的经济发展出现了一个新的亮点,同时,也将网购企业之间的竞争升级到了网购平台的竞争。

“当当网”和“卓越网”作为中国 B2C 电子商务的先行者,给我们总结了不少宝贵的经验,除了在仓储、物流和消费者体验上变得逐步完善以外,他们还进一步推进了网购概念的普及,培养了国人的网购习惯,许多人就是从当当网、卓越网上买书开始来尝试网购的。此外,在中国电子商务的发展中,“淘宝网”也占据着一个重要的位置,它对中国电子商务发展的最大贡献在于解决了发展中遇到的两个瓶颈,即支付和信用。中国目前有 8000 万的网购消费者,绝大多数都是淘宝培育出来的。现在,支付宝已经成为中国网上购物的主流支付工具,而淘宝创建的信用评价制度也成功的建立了商家和消费者之间的信任,为网络购物的普及奠定了坚实的基础。目前,淘宝正在致力于解决电子商务发展的三个瓶颈中最后的一环——物流,大力发展和推广淘宝的推荐物流体系,使商家在有效降低物流成本的同时,还能享受到良好便捷的物流服务。

今天,电子商务的网络零售已经不再是最初的“网络+零售”,在很大程度上,它代表的是“未来的商业”。随着网民对网购认知的不断加深,消费模式的转型已经成为事实,5 年前,我们身边很少有人上网买东西,难得收到快递送货上门的包裹,汇款取款也都只能到银行柜台去排队办理,而如今,我们可以通过互联网来轻松地满足购物需求。

一些在电子商务平台上已经小有成就的商家,也开始利用他们在互联网上形成的市场规模和客户群,把自身的产业链向后延伸,一直延伸到生产厂家,创新出了一种集群、协同的供应链商业模式。与此同时,电子商务平台的商业生态效益也带动了金融、物流、保险等行业的发展,形成一个更大范围、更广阔的商业生态链,提供了更多网上创业和就业的机会。

当我们看到这些商家成功的应用互联网来突破了发展中所面临的困境,我们也仿佛看到了新的希望,那就是互联网、电子商务和网络零售带来的发展契机。



## 1.1 电子商务简介

中国的电子商务从1997年开始起步,主体是一些IT厂商和媒体,他们以各种方式来引导国人逐步接受电子商务这个新生事物,不断挖掘和培养人们的上网习惯及兴趣,激发出网民深层次的需求和对互联网的依赖性。

与美国的“商务推动型”电子商务有所不同,中国的电子商务则更趋向于“技术拉动型”,因此,在发展模式上与美国的电子商务有着很大的区别,如图1-1-1所示。

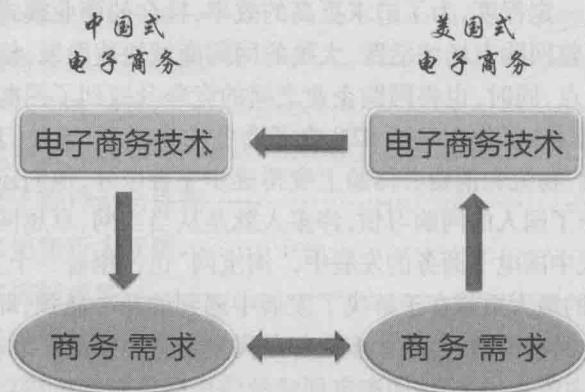


图 1-1-1 中美电子商务发展图示

在美国,电子商务的实践和运用反而早于电子商务概念的形成,是企业的商务需求推动了网络和电子商务技术的进步,并促成电子商务概念的形成,从电子商务发展的角度来看,这是一种被动型的发展模式。但是,在中国,电子商务概念的形成则先于电子商务的应用和发展,是网络和电子商务技术的发展与成熟在不断地拉动企业产生出新的商务需求,这种顺理成章的发展路线从电子商务发展的角度来看,是一种主动型的发展模式。

无论是需求推动了条件的成熟还是条件具备去拉动了需求的产生,从发展的角度来看,在满足需求的过程中,网络和电子商务技术又会得到进一步的发展,而网络和电子商务技术的成熟又会催生出更多的商务需求,电子商务技术在原有的基础上会不断地进步,商务需求也会不断被挖掘和激发出来。所以,不管是美式的被动型发展模式还是中国式的主动型发展模式,对商业的推动和工具技术的完善都起着积极的推动作用。

### 1.1.1 什么是电子商务

电子商务通常是指在因特网开放的网络环境下,世界各地基于服务器应用方式,在买卖双方不谋面的情况下进行的各种商贸活动,以实现消费者的网上购物、企业间的网上交易和在线电子支付,以及完成各种商务活动、交易活动、金融活动和相关综合服务活动的一种新型的商业运营模式,如图1-1-2所示是电子商务概念模型。

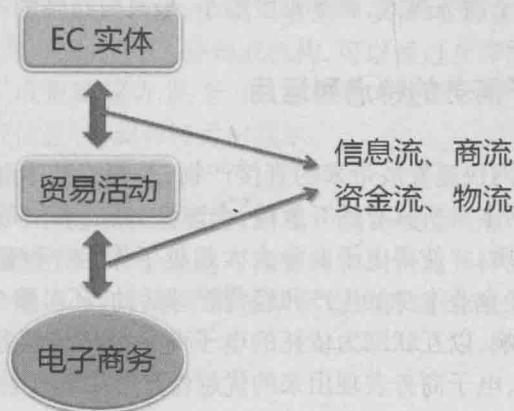


图 1-1-2 电子商务概念模型

电子商务分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务概念是指使用各种电子工具从事的商务或活动,这些工具除了包括初级电子工具,如电报、电话、广播、电视、传真、计算机和计算机网络,还包括 NII(国家信息基础结构——信息高速公路)、GII(全球信息基础结构)和 Internet 等现代系统。商务活动是指商品的需求活动,以及商品间合理、合法的消费和交易。狭义的电子商务概念是指主要利用互联网来从事的商务或活动,将电子工具的内容锁定在了互联网这一种表现媒介和形式上。

网上开店就是一种典型的狭义电子商务模式,但因为其门槛低、操作简便、易接受和推广等特性,在国内反而比广义的电子商务模式拥有更高的认知度,逐渐成为我国电子商务的一种主导形式。

从贸易活动的角度来看,电子商务可以在很多个环节里去实现,因此,我们也可以将电子商务分为深浅两个层次。

浅层次的电子商务只是通过使用电子工具来完成贸易活动的部分流程和环节,比如:在网页上发布电子商情;采用电子方式取代纸质凭据来做生意的电子贸易以及通过电子邮件和电子数据交换来明确合作方之间责权利关系的电子合同等等。

深层次的电子商务在流程和环节上更加完整,可以利用互联网来进行全部的贸易活动,即在互联网上将信息流、商流、资金流和部分的物流环节完整地实现,从寻找



客户、在线洽谈、下订单、在线支付和收款,到部分商品的在线发货甚至电子报关和电子纳税全部贸易环节都通过互联网来完成。

要实现深层次的电子商务除了会涉及到买卖双方以外,还需要银行等金融机构、政府部门、认证机构和物流配送中心等环节的支持和配合,企业独立操作及实施的难度很大,而在淘宝网这类交易平台上,则可以通过平台系统、支付宝和推荐物流等配套服务,轻松实现深层次的电子商务拓展。

综上所述,在交易平台上开店来完成贸易活动,不仅属于狭义的电子商务模式,还是一种深层次的电子商务模式,属于难度最小、最具可行性的一种电子商务形式。



### 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,互联网本身所具有的开放性、全球性、低成本和高效率的特点,这也成为电子商务的内在特质,并使得电子商务大大超越了作为一种新型贸易形势所具有的价值,它不仅会改变企业本身的生产和经营管理活动,还对整个社会的经济运行与结构产生了重大的影响,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媒介手段无法比拟的。

电子商务的整个交易流程中有绝大部分环节是通过在线方式来完成,如图1-1-3所示。在电脑和网络没有普及,支付手段和工具也还不丰富的时候,电子商务的发展是非常缓慢的,运用范围也很狭窄,随着经济的发展,电脑及网络的普及率逐年上升,电子工具和网络媒体形式的发展使电子商务表现出了极大的兼容性,其灵活多变的运作模式也使网络资源得到了充分的利用。

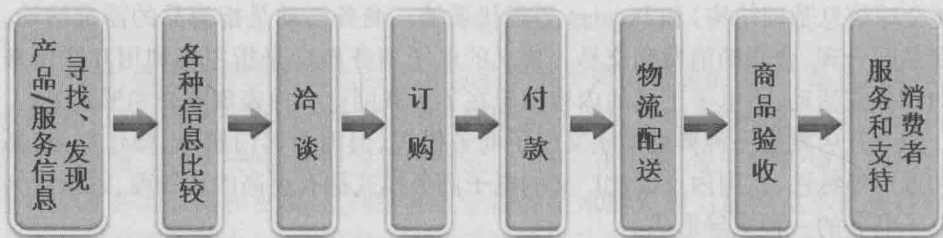


图 1-1-3 电子商务的一般流程

大多数的情况下,买卖双方都是按照上述的流程来实现网上贸易,买方通过网络了解到了商品信息,然后利用沟通工具(在线即时聊天软件、电话、手机和电子邮箱等)和卖方联系,咨询有关商品的信息和问题,再透过第三方支付平台或网银在线支付的方式订购商品,最后通过传统物流方式将商品运输配送到买方手中,卖方因此收到应得的货款,这就是现阶段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 降低成本,提高效率。

电子商务将传统的商务流程电子化、数字化,以电子流代替了实物流,大大降低了经营活动中的人力和物力成本,从而使经营成本得以有效的控制,同时,由于电子商务突破了时间和空间的限制,使贸易活动可以在任何时间和地点来进行,从而大大地提高了工作效率。

② 没有时间和地域的限制。

互联网改变了传统的空间概念,出现了有别于实际地理空间的虚拟空间和虚拟社区,身处于世界任何一处的个人、公司或机构,可以通过互联网紧密地联系在一起,通过虚拟的商场来完成贸易活动,甚至可以远程建立虚拟社区、虚拟公司、虚拟大学或虚拟研究所来实现信息、资源和智力的共享。

③ 公平享用信息资源。

中小企业一直处于信息资源的劣势,而电子商务使企业能够以相近的成本进入全球电子化市场,这就使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源,大大地提高了中小企业的竞争能力,同时,电子商务所具有的开放性和全球性的特点,还能为中小企业创造出更多的贸易机会。

④ 减少了交易的中间环节。

电子商务重新定义了传统的商业流通模式,减少了中间环节,使生产者可以直接面对消费者,减少了交易的中间环节,这不仅大大降低了交易成本,还在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

⑤ 增强了买卖双方之间的互动性。

通过互联网这种电子工具,企业和企业之间可以直接进行交流和谈判,直至签下合作协议,消费者也可以把自己对商品与服务的意见和建议直接反馈到企业或商家的网站,使企业和商家可以尽快根据消费者的反馈来及时调整产品及服务,在合作与买卖双方形成一种良性的互动。

⑥ 快捷的信息传递速度。

电子商务为我们提供了丰富的信息资源,为社会经济要素的重新组合提供了更多可能,也为企业创造了大量的商机。在21世纪,时间就是金钱,信息就是财富,所以信息传递的速度对于商家而言显得更为重要,通过互联网可以使地球这一边发生的事情或出现的需求,在十几分钟、几分钟甚至更短的时间里传到地球的另一边,商机稍纵即逝,因此,互联网快捷的信息传递速度倍受商家的青睐,也使得电子商务的发展如虎添翼。

综合上述特点,电子商务作为一种新的商业模式于20世纪最后的十年出现在我们的面前,与传统的贸易方式相比,电子商务可以轻松地为企 业寻找到一个新的利润增长点,同一批产品可以采用不同的渠道来进行销售。由于电子商务打破地域限制的特点,商品的流通变得更为广泛和便捷,它的快捷、自由和交换的低成本为企业带