

TMAIL 天猫

玩转天猫 系列宝典

赢在天猫

全链路 运营解析

天 猫◎编著

TMAIL 天猫

品牌运营必读宝典 行业及营销玩法解读

◎ 店铺运营实战详解 ◎ 行业业务方向及策略 ◎ 品牌营销案例精选

天猫
·出品·



清华大学出版社

海外倍



玩转天猫 系列宝典

全链路 运营解析

天 猫◎编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书由天猫运营中心联合天猫各行业、各职能部门小二和一流资深运营实操团队共同编写完成。本书属于“玩转天猫系列宝典”丛书中的运营提升系列，是一本为各大天猫店铺运营总监、天猫店铺运营实操人员系统提升店铺运营策略思路的参考用书。

本书分为通用运营篇和行业发展篇。通用运营篇共6章，以解决在运营过程当中遇到的问题为出发点，包括数据分析、品类规划、流量的获取、活动运营技巧、内容运营、视觉呈现等方面的内容。行业发展篇共9章，介绍天猫各行业的发展状况、趋势玩法，同时通过优秀的行业案例帮助商家加深对行业趋势和自身营销玩法结合的理解。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

全链路运营解析 / 天猫编著. — 北京：清华大学出版社，2017

（玩转天猫系列宝典）

ISBN 978-7-302-47511-8

I. ①全… II. ①天… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 117975 号

责任编辑：张 敏 战晓雷

封面设计：杨玉兰

责任校对：徐俊伟

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：26 字 数：572 千字

版 次：2017 年 10 月第 1 版 印 次：2017 年 10 月第 1 次印刷

定 价：79.00 元

产品编号：073991-01

编委会

主 编：天 猫

编委人员：（以下人员排名不分先后）

刘治军 裘铭龙 杨 佳 李乐然 周楷杰

刘文育 老 米 徐 云 李 轲 吴 晓

夏曾奇 李雅婷 鹏 然 陈兆磊 张勤燕

徐佳杰 林雪强 周翊林 李中妹 王 科

天猫各行业小二及职能部门小二

序 PREFACE

天猫自成立之日起始终以阿里巴巴“让天下没有难做的生意”这一使命作为初心而奋力前行，一路走来，全球商家以及阿里生态系统中的合作伙伴不离不弃、风雨同舟，与天猫一起创造了一个又一个奇迹，打破了一个又一个纪录。

今天的天猫已经成为新零售领域中万众瞩目的首选平台。天猫也持续地从商家经营全链路赋能的各个方面完善商业基础设施建设，不断在商家经营生态环境的范畴进行调整、创新、改革，在2016年推出了天猫直播、内容运营、天合计划等一系列新玩法、新形态及运营策略，为商家“立足天猫平台，玩转阿里生态，赢在全球市场”打下了坚实的基础。

在这个充满变革和挑战的时期，众多天猫商家迫切需要全面且深入地了解平台规则及运营方法论。与此同时，全球商家也正在加速进入天猫这个大家庭。虽然各国生意环境及运营方式存在着多样性，但对于正在快速进入平台的商家，平台期望他们能及时适应平台的商业环境，快速进入常态化的运营，实现业绩的飞跃式增长。

在这一背景下，天猫运营中心编写了“玩转天猫系列宝典”丛书，从商家需求出发让商家全面了解天猫、认识天猫、玩转天猫；为商家入驻、经营提供全方位运营指导，帮助商家有针对性地制定运营和推广策略，提升运营效能，优化全盘生意。

本丛书包含三个系列共九本，具体如下。

“走进天猫”系列共两本，包含《天猫规则宝典》（电子书）和《天猫工具大全》。《天猫规则宝典》主要围绕开店、运营、续签、退出的各个环节，将天猫经营全链路中涉及的规则、所需资质、流程进行了系统性、全方位的深入解读。《天猫工具大全》则详细解读了天猫商家经营过程中使用的天猫出品的工具产品知识。本系列旨在为帮助商家更快、更好地走进天猫提供规则解读和工具使用查询。

“立足天猫”系列包含《高效打造全能运营》《巧妙玩转精准引流》《轻松搞定店铺视觉》《快速养成金牌客服》四本。从运营、流量、视觉、客服四个角度阐述立足天

猫需要具备的各种技能，如店铺运营体系如何搭建，如何获得免费流量，推广直通车怎么开，店铺粉丝如何运营，如何运用视觉营销和客服技巧提升转化率和客户服务体验等，为商家运营天猫店铺提供系统完整的知识，为立足天猫打下坚实基础。

“赢在天猫”系列包含《全链路运营解析》《营销实战解密》《进阶引流揭秘》三本，既有从商家精细化运营思路角度的深入阐述，也有各类目运营关键点及玩法介绍，更有商家经营过程中的精彩案例深入剖析解读，为店铺进阶提效指明运营方向，提供借鉴参考。

“玩转天猫系列宝典”丛书是天猫为商家提供的一整套平台经营链路玩法指南，将从系统性角度为天猫商家运营提供落地执行全方位的指引。新入驻及入驻时间尚短的商家不仅可以通过本丛书深入浅出地了解到专业的运营知识，更能深切体会到电商团队组建的核心要义。而入驻天猫时间较长、有一定体量的商家则能更好地通过本书梳理团队的运营节奏、玩法，并通过对书中行业有建设性内容的理解，更好地推动企业电商业务在本行业中的迅速发展与崛起。本丛书不仅可作为天猫商家经营指导丛书，对电商从业者而言更是一套科学的建构电商思维的实用学习手册，将助力电商从业人员迅速构建对电商的体系化认知，夯实电商从业人员的运营知识基础，促进电商从业人员整体电商运营能力的提升。另外，本丛书对于电子商务专业的院校学生而言，则摒除了以往电商书籍中空洞的理论知识内容，更多地融入实操性、实战性内容，更好地将理论与实践、学校与社会相衔接，让大学生学有所得、学有所用、学以致用，是一本真材实料、干货满满的实践教科书。

天猫作为全球品牌运营主阵地，将充分与商家进行更多深度、生动且良好的合作与互动，不断通过诸如“玩转天猫系列宝典”丛书的赋能方式及商家成长赋能方法论，帮助商家更快速地融入天猫生态体系，从而使商家获得最佳商业收益，并将与商家一道将天猫打造成为全球消费者挚爱的品质购物之城！

靖建

阿里巴巴集团副总裁

2017年6月



前言 FOREWORD

近年来，伴随着人们生活水平的提高和消费观念的变化，中国正迎来新一轮消费升级的浪潮，消费者需求正从满足基本生活向经营生活、享受生活升级转变，也正由传统的生存型、物质型消费开始转向发展型、服务型等新型消费。

天猫是品牌首选的零售平台，伴随电子商务快速发展正逐步成为品牌营销主阵地、品牌与消费者互动体验的首选阵地。在过去一年里，很多新的消费趋势在天猫平台上不断涌现。面对这些新消费趋势，天猫已经不仅满足于作为消费者基础购买需求承接的平台，而是希望成为更优质的、引领消费升级的互联网新零售平台。天猫商家如何把握这一波趋势，找到自己的机会呢？

天猫商家希望在上得以长期健康发展，势必需要从以往卖货的运营模式向新零售下的消费升级服务模式转变，并紧跟行业发展方向，注重提升品牌化运营思维，进行运营服务升级。在新的转型升级趋势下，尚未有一套既阐述天猫各行业发展规划、运营策略又涵盖天猫运营操作技能的资料书籍。天猫运营中心以提升商家实操运营能力，赋能天猫品牌商家为初心，联合天猫各行业、各职能部门小二和一流资深运营实操团队，以各行业未来趋势和发展规划为核心，结合实际运营店铺的经验 and 思路，有针对性地编写了“玩转天猫系列宝典”丛书之《全链路运营解析》这本书。

本书主要受众为天猫各大店铺运营总监、天猫店铺运营实操人员；主旨是以系统提升店铺运营策略思路为核心，帮助商家从运营策略提升的角度详细了解实操运营及天猫各行业的发展状况、趋势和玩法。同时通过杰出的行业案例参考，帮助商家加深行业趋势和自身营销玩法结合的理解。

本书分为上、下两篇章。前6章为通用运营篇，系统阐述了运营店铺的核心与要点内容。后9章为行业发展篇，着重介绍了天猫各行业的发展情况与未来规划，并配有丰富的行业优秀品牌案例来为运营升级提供参考。

第1章详细介绍了市场分析、竞品分析、人群分析等数据化运营的运用思路以及结

合真实案例介绍了商品处于不同阶段的运营策略。

第2章重点介绍了如何以数据为依据做好店铺定位和品类规划。

第3章讲述了店铺免费流量的获取方案，并详细讲解了直通车、钻石展位、淘宝客等付费流量工具的操作技能。

第4章讲解了玩转平台活动与商家自建活动的核心要点，并以单品参加官方活动为例总结了活动运营技巧。

第5章从有好货、淘宝直播、必买清单、淘宝头条、微淘等方面介绍了内容运营的思路 and 要点。

第6章详细介绍了PC端和无线端的首页装修思路，并根据无线设备特点讲述了主图和详情页的规划思路。

下篇为第7~14章，主要介绍了天猫服装服饰、天猫电器美家（天猫白电行业、天猫黑电行业、天猫小家电、天猫3C数码行业、天猫家居家纺行业、天猫装修建材行业、天猫家具灯具行业、天猫图书音像行业）、天猫手机行业、天猫营业厅、阿里汽车、天猫快速消费品（快速消费品运营模式、天猫美妆洗护行业、天猫母婴行业、天猫食品行业、天猫生鲜行业、天猫医药馆）、天猫超市、天猫国际的行业情况、发展趋势以及品牌案例解读。

本书各章编写情况如下：第1章由刘治军编写，第2章由裘铭龙编写，第3章由杨佳、李乐然、周楷杰、老米编写，第4、5章由刘文育编写，第6章由李轲编写，第7~14章由天猫各大行业小二编写，其中陈兆磊、夏曾奇、李雅婷、鹏然、张勤燕参与行业案例编写。后期参与文稿修改的有徐云、吴晓、徐佳杰、林雪强、周翊林、李中妹、王科。

需要提醒各位读者的是：本书涉及的付费工具使用仅供参考，商家读者可以根据实际情况自行选择是否需要购买或使用。书中二维码请用手机淘宝、天猫客户端扫码查看。电商环境瞬息万变，本书部分内容以及页面截图可能在读者阅读时已发生变化，但是并不影响对本书核心内容的解读，请读者知悉并谅解。商家后台工具的更新内容请于天猫商家成长平台查询了解，网址：<https://zhiku.tmall.com/>。

另外，本书部分图片来自互联网，有出处的均已注明，无法找到出处的图片，如果您发现，请及时联系我们，邮箱地址：tmallbaodian@list.alibaba-inc.com，我们将在下一版及时注明或者更正，谢谢理解！

鸣谢 THANKS

本书的涉及行业商家案例内容均由商家及品牌投稿，特别鸣谢以下品牌及店铺对本书提供的内容支持：

aza旗舰店、科尔沁食品旗舰店、鲜农乐食品专营店、喜临门官方旗舰店、海尔官方旗舰店、南极人阿罗专卖店、索乐旗舰店、家国鞋类专营店、融创居家日用专营店、中街1946旗舰店、乐町官方旗舰店、裂帛服饰旗舰店、奥康鞋业旗舰店、巴黎欧莱雅旗舰店、百雀羚旗舰店、威露士官方旗舰店、滋源旗舰店、启赋官方旗舰店、笛莎旗舰店、moony旗舰店、五常大米官方旗舰店、百事食品官方旗舰店、知味观官方旗舰店、良品铺子旗舰店、老板电器旗舰店、微鲸官方旗舰店、buydeem旗舰店、罗莱家纺官方旗舰店、大自然家具官方旗舰店、百安居旗舰店、慕思旗舰店、荣耀官方旗舰店、努比亚官方旗舰店、vivo官方旗舰店、玛莎拉蒂官方旗舰店、上汽荣威官方旗舰店、米其林驰加官方旗舰店、广州电信旗舰店、缘聚数码专营店、maxicosi海外旗舰店、ISDIN官方海外旗舰店、北京同仁堂健康旗舰店、durex杜蕾斯官方旗舰店、鱼跃官方旗舰店、维达商贸有限公司、威莱（天津）贸易有限公司等。

注：以上品牌、店铺、公司排名不分先后。

目录 CONTENTS

上篇 通用运营篇



第1章 数据运营

1.1 数据运营的概念.....	3
1.2 数据运营的重要步骤.....	3
1.2.1 市场分析	3
1.2.2 竞品分析	6
1.3 商品不同阶段策略案例.....	12
1.3.1 初始阶段标题设置策略	12
1.3.2 新品时期付费推广配合	12
1.3.3 上升期活动配合	13
1.3.4 商品成熟期注重服务	15



第2章 店铺规划

2.1 店铺定位.....	17
2.1.1 店铺（品牌）定位	17
2.1.2 店铺定位建议	18
2.2 品类规划.....	19
2.2.1 如何进行品类规划	19
2.2.2 品类生命周期与相互关联性	21
2.3 年度运营规划.....	24

2.3.1 年度运营规划制定原则	24
2.3.2 年度运营规划内容	24



第3章 流量推广

3.1 免费流量.....	27
3.1.1 免费流量来源	27
3.1.2 淘宝/天猫搜索引擎优化	27
3.2 直通车推广流量.....	33
3.2.1 直通车的概念和原理	33
3.2.2 准入条件	34
3.2.3 扣费原理	34
3.2.4 质量得分	35
3.2.5 直通车推广优化	36
3.3 钻石展位推广流量.....	47
3.3.1 钻石展位是什么	47
3.3.2 如何找到最优质的展位	48
3.3.3 如何选择投放时间及地域	51
3.3.4 如何通过钻展素材审核	53
3.3.5 如何获得较高产出	53
3.3.6 如何制作高点击率的创意图	54
3.3.7 如何利用钻展打造热销产品	56
3.4 淘宝客流量.....	57
3.4.1 淘宝客基础篇	57
3.4.2 淘宝客运营篇	66
3.4.3 淘宝客维护篇	74



第4章 活动运营

4.1 活动分类.....	77
4.2 活动设置要点与活动运营案例.....	78



第5章 内容运营

5.1 淘系的内容运营入口.....	88
--------------------	----

5.1.1	有好货单品	88
5.1.2	淘宝/天猫直播	89
5.1.3	必买清单	89
5.1.4	淘宝头条	90
5.2	品牌粉丝运营要点	92
5.3	微淘内容要求	92
5.3.1	商品类内容	92
5.3.2	资讯类内容	92
5.3.3	导购类内容	93
5.3.4	互动类内容	93
5.4	内容运营的要点	93



第6章 店铺视觉设计

6.1	PC端店铺视觉设计	95
6.1.1	店铺视觉定位	95
6.1.2	店铺装修内容	95
6.1.3	PC端宝贝详情页	99
6.1.4	PC端商品主图	101
6.2	无线端店铺视觉设计	103
6.2.1	首页广告图	104
6.2.2	分类导航	104
6.2.3	产品布局	105
6.2.4	营销活动	105
6.2.5	无线端宝贝详情页	106
6.2.6	无线端商品主图	108

下篇 行业发展篇



第7章 天猫服装服饰

7.1	商品、品牌结构优化	114
7.2	好商品浮现	114
7.3	品牌服饰案例	115



第8章 天猫电器美家

8.1 天猫白电行业.....	128
8.1.1 白电细分行业现状解析	129
8.1.2 天猫白电行业品牌案例	133
8.2 天猫黑电行业.....	135
8.2.1 黑电行业发展趋势	135
8.2.2 黑电行业现状解析	135
8.2.3 天猫黑电行业规划及玩法	137
8.2.4 天猫黑电行业品牌案例	138
8.3 天猫小家电.....	143
8.3.1 小家电电商模式升级	144
8.3.2 天猫小家电行业重点玩法	144
8.3.3 天猫小家电品牌案例	144
8.4 天猫3C数码行业.....	152
8.4.1 天猫3C数码行业发展方向.....	152
8.4.2 天猫3C数码行业品牌运营介绍.....	153
8.4.3 天猫3C数码行业运营重点业务规划.....	154
8.5 天猫家居家纺行业.....	157
8.5.1 家居家纺行业发展趋势	157
8.5.2 家居家纺行业现状解析	158
8.5.3 未来家居家纺行业机会点	159
8.5.4 天猫家居家纺行业规划	159
8.5.5 家居家纺行业重点项目解读	160
8.5.6 天猫家居家纺品牌案例	161
8.6 天猫装修建材行业.....	166
8.6.1 中国家装建材行业整体互联网消费趋势	166
8.6.2 天猫家装建材重点运营方向	168
8.6.3 天猫装修建材品牌案例	171
8.7 天猫家具灯具行业.....	182
8.7.1 家具传统行业分析	182
8.7.2 天猫家具行业现状	182
8.7.3 家具行业生态环境	183
8.7.4 天猫家具运营策略	184

8.7.5 天猫家具灯具品牌案例	185
8.8 天猫图书音像行业.....	187
8.8.1 行业总览以及平台现状	187
8.8.2 天猫图书行业市场规则管控	189
8.8.3 天猫图书行业运营策略	189



第9章 天猫手机行业

9.1 手机行业认知及预判.....	192
9.1.1 2016年行业发展态势分析	192
9.1.2 2017年度预测	193
9.2 天猫手机行业2017年业务发展规划.....	193
9.2.1 业务目标及规划	193
9.2.2 营销规划	193
9.3 服务提升.....	194
9.3.1 物流配送运营	194
9.3.2 无忧退换运营	196
9.3.3 增值服务运营	197
9.4 天猫手机品牌案例.....	198



第10章 天猫营业厅

10.1 天猫营业厅行业概述和展望.....	208
10.1.1 产品的创新	208
10.1.2 线上的数字红利	209
10.2 天猫营业厅各行业规划与玩法.....	210
10.2.1 合约机业务	210
10.2.2 宽带业务	212
10.2.3 号卡业务	213
10.2.4 话费业务	220
10.2.5 流量充值业务	222
10.3 天猫营业厅特色玩法.....	224
10.3.1 “5·17”通信狂欢节——通信行业的“双11”	224
10.3.2 阿里天机平台——通信行业特有的供销平台	225
10.3.3 天机厅——通信与阿里大生态的融合	226

10.3.4 实人认证——刷脸开户，通信业务开户的互联网解决方案	227
10.4 数字服务先行者们——天猫营业厅品牌案例.....	229



第11章 阿里汽车

11.1 大数据时代下的汽车电商.....	235
11.1.1 未来汽车电商行业发展趋势.....	235
11.1.2 天猫汽车整车品牌案例.....	237
11.2 新车行业.....	244
11.2.1 新车行业现状.....	244
11.2.2 新车行业情况.....	245
11.2.3 新车行业定位与规划.....	246
11.2.4 商家应该怎么玩转天猫汽车.....	246
11.3 中国汽车后市场行业基本现状.....	246
11.3.1 天猫汽车用品配件类目简介.....	247
11.3.2 汽车用品配件类目运营基础建设.....	248
11.3.3 类目重点玩法及品牌营销案例.....	252
11.3.4 汽车用品配件品牌案例.....	254



第12章 天猫快速消费品

12.1 快速消费品运营模式.....	259
12.2 天猫美妆洗护行业.....	261
12.2.1 天猫美妆洗护行业发展方向和运营策略	261
12.2.2 天猫美妆洗护品牌案例	272
12.2.3 个护家清行业	281
12.2.4 天猫个护品牌案例	283
12.3 天猫母婴行业.....	289
12.3.1 天猫母婴行业认知及预判	290
12.3.2 天猫母婴行业运营思考	291
12.3.3 母婴行业服务提升	292
12.3.4 天猫母婴品牌案例	293
12.4 天猫食品行业.....	302
12.4.1 食品电商的发展概况	302
12.4.2 天猫食品发展趋势及品牌案例	303

12.5 天猫生鲜行业.....	312
12.5.1 天猫生鲜行业年度发展规划	312
12.5.2 天猫生鲜的精细化运营思考	313
12.5.3 社会消费升级推动生鲜电商发展	317
12.5.4 天猫生鲜品牌案例	320
12.6 天猫医药馆.....	345
12.6.1 天猫医药健康战略布局	345
12.6.2 医疗健康行业发展现状及趋势	348
12.6.3 医药健康品牌案例	349



第13章 天猫超市

13.1 天猫超市发展方向和运营策略.....	370
13.1.1 网上超市发展态势分析	370
13.1.2 天猫超市年度业务发展规划	371
13.2 商家在天猫超市上的运营.....	372
13.2.1 天猫超市栏目	372
13.2.2 天猫超市营销玩法	375
13.2.3 玩转天猫超市供应链运营	376
13.3 天猫超市品牌合作案例.....	379
13.3.1 维达电商品牌营销	379
13.3.2 维达电商联合营销	381
13.3.3 维达电商运营	382
13.3.4 供应链管理	383



第14章 天猫国际

14.1 天猫国际业务及运营策略.....	388
14.1.1 中国跨境电商发展	388
14.1.2 天猫国际业务介绍与发展历程	388
14.1.3 商家如何在天猫国际开展业务	389
14.2 天猫国际品牌案例.....	390



上篇 通用运营篇

本篇邀请多位资深一线实操运营人员，结合其实际运营场景及经验，通过对品牌及店铺的规模化、常态化、正规化运营的理论剖析和案例详解，梳理出数据分析、品类规划、流量获得、活动运营、内容运营、视觉呈现等环节组成的一条完整的店铺运营链路，并采用实际操作案例的步骤详解及理论剖析相结合的形式展现给读者。

一千个人心中有一千种运营思路，如果商家自己的店铺也正面临书中所提到的类似问题，希望本篇中所提出的方法论可以提供参考借鉴，帮助商家扩展思路，提高运营能力。