

可视化 电子商务

施志君 主编



Visualization of
Electronic Commerce



化学工业出版社

可视化电子商务

施志君 主 编



化学工业出版社

· 北 京 ·

可视化电子商务又称视频电子商务, 视频+电子商务=可视化电子商务。

本书第1章介绍了可视化电子商务的基础知识, 包括概念、市场分析、核心竞争力及可视化电子商务联盟。第2章详细介绍了可视化电子商务常用技能, 如光影魔术手的使用和动画软件 Adobe Flash CS3 的使用, 并辅以生动的实例进行分析讲解。第3~5章分析了如何利用可视化电子商务的3个平台, 即139视频商城、亚洲网视视频传媒平台、企业电视台。分别对各平台的产品, 卖家和买家、企业和客户等的操作流程, 各产品的功能, 平台的特点等进行了详细汇总介绍, 尤其是针对各平台提供了简单、易学、好用的实操流程。第6章介绍了营销推广实战, 既包括线下营销也包括线上的网络营销, 并对新兴的微信、微博营销的技巧进行了详细分解介绍。本书内容新颖, 具有前瞻性和创新性。

本书既适合作为电子商务及相关专业的教学用书或培训教材; 又对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着重要的现实指导作用, 并非常适合电子商务创业人员仔细研读、运用以抢占市场先机。

图书在版编目(CIP)数据

可视化电子商务 / 施志君主编. —北京: 化学工业出版社, 2014.1

ISBN 978-7-122-19185-4

I. ①可… II. ①施… III. ①电子商务-应用
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 286877 号

责任编辑: 宋湘玲

装帧设计: 王晓宇

责任校对: 顾淑云

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 刷: 北京永鑫印刷有限责任公司

装 订: 三河市宇新装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张 8¾ 彩插 2 字数 204 千字 2014 年 2 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686)

售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 36.00 元

版权所有 违者必究

前 言

为了跟上日新月异的电子商务和网络技术的发展,解决人们应用电子商务的操作性及视觉效果,我们编写了本书。本书的特色在于利用校企合作的企业的优势资源,在向读者介绍了基本的应用工具后,给读者提供了真实的可视化操作平台——139 视频商城、亚洲网视视频传媒平台、企业电视台;通过对具体操作技能的分解、各平台的介绍、案例解析、实操训练等,加深对可视化电子商务的认识;并为读者提供了企业实现可视化电子商务的简单、易学、好用、适用的解决方案。

本书编写的思路比较清晰,即让读者清晰可视化的电子商务如何开展。先介绍了可视化电子商务的基本概念及现状;然后讲解了开展可视化电子商务需要用到的基本操作技能;然后重点介绍了企业提供的可操作性强的 3 个平台,即 139 视频商城、亚洲网视视频传媒平台、企业电视台;最后介绍了企业应用了可视化电子商务后,如何去推广企业及产品,用到哪些营销推广方式。

本书不仅告诉读者什么是可视化电子商务、可视化电子商务的特色、价值,还教会读者如何实现可视化电子商务;本书不但告诉读者实现可视化电子商务的技能,而且手把手教会读者各项技能的使用;本书不仅介绍了实现可视化电子商务的平台、特色、产品,还设计了实现可视化电子商务的简单好用的实操流程;本书不但介绍了如何实现可视化电子商务,而且为读者展现了新兴、生动、精准的网络营销策略,尤其对微信的营销利器、微博的营销实例进行了解析。

本书由施志君主编,负责编写提纲和体例的设计,并编写了第 1 章;谢卓鹏编写了第 2、3、6 章;周勇标编写了第 4、5 章。非常感谢亚洲网视 CEO 邓超给予的企业资源,同时也感谢企业的客服经理陈增贤对编写教材的大力协助。

本书可提供立体教案,方便读者深入学习,如有需要请联系 1172741428@qq.com 或者登录 www.cipedu.com.cn 下载。本书内容新颖,具有前瞻性和创新性。本书既可以作为电子商务及相关专业的教学用书或培训教材;又对现代企业的管理人员、市场营销人员、客户服务人员等有着重要的现实指导作用,并非常适合电子商务创业人员仔细研读、运用以抢占市场先机。

主 编
2013 年 11 月



原图



严重白平衡校正



原图



严重白平衡校正

图 2-8 严重白平衡处理效果



图 2-9 雪景原图



图 2-6 自动白平衡效果图



图 2-7 白平衡一指键窗口



图 2-10 “反转片负冲”效果

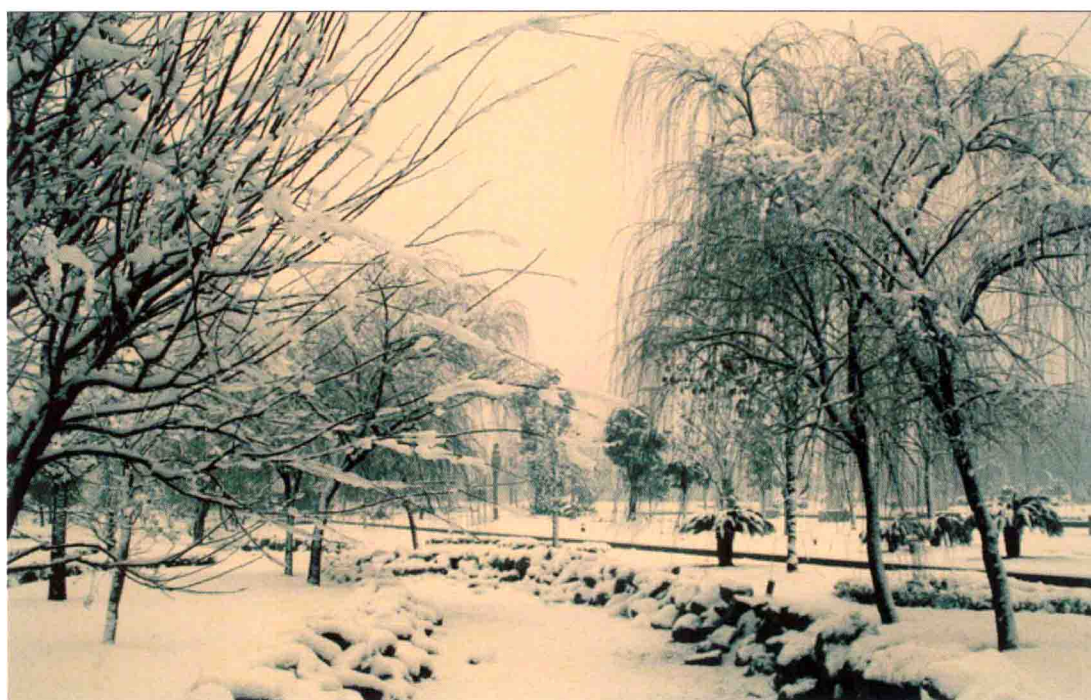


图 2-12 “反转片负冲”处理效果图

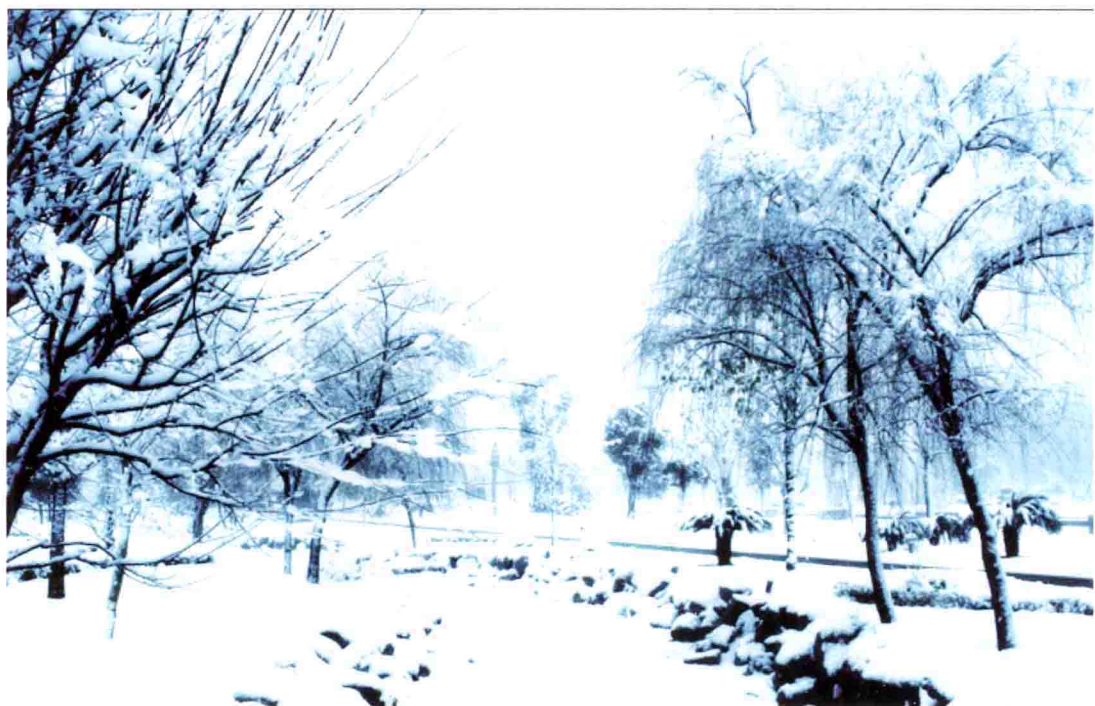


图 2-13 “冷蓝”处理效果图

目 录

第 1 章 项目前准备——基础知识介绍	1
1.1 可视化电子商务理论	1
1.1.1 基本概念	1
1.1.2 市场分析	1
1.1.3 核心竞争力	2
1.2 可视化电子商务联盟	3
第 2 章 上阵磨枪——熟练技能	4
2.1 光影魔术手的使用	4
2.1.1 光影魔术手简介	4
2.1.2 光影魔术手教程	4
2.1.3 实操任务一：光影魔术手 4 的下载及安装	19
2.1.4 实操任务二：熟练掌握右侧栏的“基本调整”功能	19
2.1.5 实操任务三：网店基本操作技能	19
2.2 动画软件 Adobe Flash CS3 的使用	19
2.2.1 Adobe Flash CS3 简介	19
2.2.2 Adobe Flash CS3 简易教程	19
2.2.3 实操任务	36
第 3 章 项目 1——139 视频商城	37
3.1 139 视频商城总体介绍	37
3.1.1 产品介绍	37
3.1.2 视频商铺	38
3.1.3 买家操作流程	38
3.1.4 卖家操作流程	43
3.2 139 视频商城实操	61
3.2.1 实操任务一：注册会员账号	61
3.2.2 实操任务二：139 视频商城网站会员基本操作技能	61
3.2.3 实操任务三：买家操作实训	61
3.2.4 实操任务四：开设商铺，并完善商铺的各项内容	61
3.2.5 实操任务五：买卖角色互换	61
3.2.6 实操任务六：发布供求信息	62

第4章 项目2——亚洲网视视频传媒平台	63
4.1 亚洲网视视频传媒平台总体介绍	63
4.1.1 产品介绍	63
4.1.2 平台特点	64
4.1.3 广告主操作流程	64
4.1.4 管理员操作流程	74
4.2 亚洲网视视频传媒平台实操	85
4.2.1 实操任务一：注册广告主	85
4.2.2 实操任务二：广告主后台管理	86
4.2.3 实操任务三：管理员后台管理	86
4.2.4 实操任务四：平台搜索功能	86
4.2.5 实操任务五：主、分站点对比	86
第5章 项目3——企业电视台	87
5.1 企业电视台总体介绍	87
5.1.1 产品介绍	87
5.1.2 版本简介	87
5.1.3 新商务版前台功能介绍	105
5.1.4 新商务版后台功能介绍	110
5.2 企业电视台实操	115
5.2.1 实操任务一：对比各版本产品	115
5.2.2 实操任务二：企业电视台前台操作	115
5.2.3 实操任务三：企业电视台后台操作	116
5.2.4 实操任务四：体验企业电视台的商业应用	116
第6章 营销推广实践	117
6.1 线下营销推广	117
6.1.1 推广前的准备	117
6.1.2 推广要点技巧	118
6.1.3 营销常见问题及解决方法	120
6.1.4 实操训练：外出实践，分组推广项目，总结	121
6.2 网络营销推广	121
6.2.1 SEO	121
6.2.2 微信、微博营销	125
6.2.3 实操训练	133
参考文献	134

第 1 章

项目前准备——基础知识介绍

1.1 可视化电子商务理论

1.1.1 基本概念

可视化电子商务也就是视频电子商务，是指通过专业的电子商务平台，企业和商家把自己制作的产品视频广告，投放到互联网上，供经销商甚至是消费者观赏、了解，从而达到高效率、低成本、形象化的传播目的，并通过电子商务平台，使供需双方迈出电子商务的第一步。

可视化电子商务模式，以网络视频技术为基础，以宽带提速和移动 3G 应用为契机，切入企业最核心的电子商务需求，为广大企、事业单位搭建在线商务视频云计算平台，实现视频直播、视频交流、视频产品介绍、视频购物、会员管理、视频广告、在线支付、CRM 等功能。可视化电子商务结合电脑、手机、PAD、电视等多种终端，解决了电子商务的“可信度”困局，让电子商务更现实，更普遍，更容易。

简单地说，视频+电子商务=可视化电子商务。

亚洲网视 (<http://www.tv1998.com/>，图 1-1 所示为主页) 作为中国可视化电子商务先行者和领导者，是中国最早一批进入企业视频云计算领域的企业之一。亚洲网视为用户提供操作简单、功能强大、高效实用的且能够充分满足客户个性化需求的视频云计算服务平台；亚洲网视首创的在线主持人、在线交流大厅的模式，一定程度而言已经成为事实上的行业标准。

1.1.2 市场分析

随着互联网进入视频时代，企业、机构、个人的网站也将随着“纯文字”——“图文”——“文字+图片+声音+FLASH 动画”——“视频+商务网站”这一趋势不断发展、进步。作为互联网发展的必然趋势，企业网站必然会走向视

频化。

互联网走入视频时代,90%的互联网流量将来自视频;所有企业走向电子商务,70%的商务都是电子商务。可以说,互联网下一个千亿级的产业将是可视化电子商务。

可视化电子商务的客户包括以下几类。

① 中小企业。目前绝大部分网站还停留在“图片+文字”阶段,单调乏味,访客停留时间短,访客转化率低。少数企业使用免费播放器,然而由于播放时不流畅或者播放前不得不放不可控的广告,造成将客户拱手送人的尴尬局面,严重影响企业形象及品牌。大力发展可视化电子商务已迫在眉睫。



图 1-1 亚洲网视主页

② 传统媒体。为传统媒体如报纸、杂志、电视台、电台、门户网站、户外广告公司建设网络电视台,以实现纸质媒体视频化、平面媒体立体化、传统媒体网络化。

③ 政府机关和大型企业。为政府机关和大型企业提供视频会议、视频直播系统、视频宣传频道、视频信访平台定制开发等服务。

④ 学校、教育系统、医院等专门行业。提供视频培训系统、远程医疗系统、视频招聘、视频面试、视频监考等系统定制开发服务。

1.1.3 核心竞争力

可视化电子商务的核心竞争力在于可信度。

电子商务的本质是商务，用一个形象的比喻，商务就是一个让顾客“找到你——认识你——爱上你——嫁给你”的过程。传统电子商务等于用艺术照征婚，看照片彼此喜欢，但见了面却谁也不认识谁！

可视化电子商务就是“非诚勿扰”，真人面对面，喜欢就喜欢、不喜欢就终止，谁也别“忽悠”谁！讲究的就是效率和诚信！

亚洲网视以云计算的模式，让广大企业不需要技术人员，不需要自己开发软件，不需要购买服务器和带宽，不再依赖阿里巴巴等第三方平台；用户可以在自己的网站上，以每年很少的费用，轻松进入视频时代，让电子商务从此面对面，开始电子商务的新体验。

1.2 可视化电子商务联盟

联盟是指两个或两个以上独立的国家或民族为共同行动而订立盟约所结成的集团，亦指个人或多人与其他人或集体、阶级的联合。联盟的另一种形式是为共同利益而结合的势力。

可视化电子商务联盟（<http://www.cvecu.com/>）是为了共同推动视频电子商务的发展而成立的，网站如图 1-2 所示。

作为互联网发展的必然趋势，企业网站必然走向视频化，电子商务也将作为每一个企业网站的基本功能，这样，可视化电子商务每年 1000 多亿的市场份额将由可视化电子商务联盟的成员分担，共同推动社会的进步。



图 1-2 可视化电子商务联盟网站

第 2 章

上阵磨枪——熟练技能

2.1 光影魔术手的使用

2.1.1 光影魔术手简介

随着数码影像技术的发展和普及，人们对于影像图片的处理和美化有了更多的需求和爱好。在众多的图像处理软件中，一款名为“光影魔术手”的图像处理软件非常受欢迎。它的文件名为 Neo Imaging，可以从网上免费下载和使用。

光影魔术手功能强大，可以对数码照片进行多种画质改善和效果处理等。它的最大特点是操作简单，好学易用，不需要任何专业的图像处理技术知识，每个人都可以制作出艺术照片，创建各种影像效果，添加各种精美的相框等，从而可以创作出各种专业水平的影像作品。熟练掌握这一软件将使我们在开展电子商务商铺时对商品图片优化有极大的帮助。

下面我们将对这个软件的各种功能及其使用方法进行详细的介绍，介绍软件版本为光影魔术手 4。下载地址：<http://soft.hao123.com/soft/appid/6429.html>。

2.1.2 光影魔术手教程

(1) “光影魔术手 4” 的启动及界面

安装完毕后，可在电脑桌面找到光影魔术手 4 的运行图标，双击桌面快捷图标或在程序菜单中找到“启动光影魔术手 4”项目打开即可，如图 2-1 所示。

启动进入软件，我们看到的软件界面如图 2-2 所示，软件界面简化了普通软件上常见的菜单栏，对于初次使用这款软件的用户可能有点不习惯；同时工具栏上还集成了多种工具，用户可以根据需要进行不同的设置，自定义工具栏。

(2) 设置图片的打开方式和浏览方式

光影魔术手 4 的图像编辑区，可以分为编辑和浏览图像两种工作模式。我们可以在软件左上角的浏览图片和返回编辑按钮上进行工作模式的切换。同时为了



图 2-1 光影魔术手 4 的启动方式

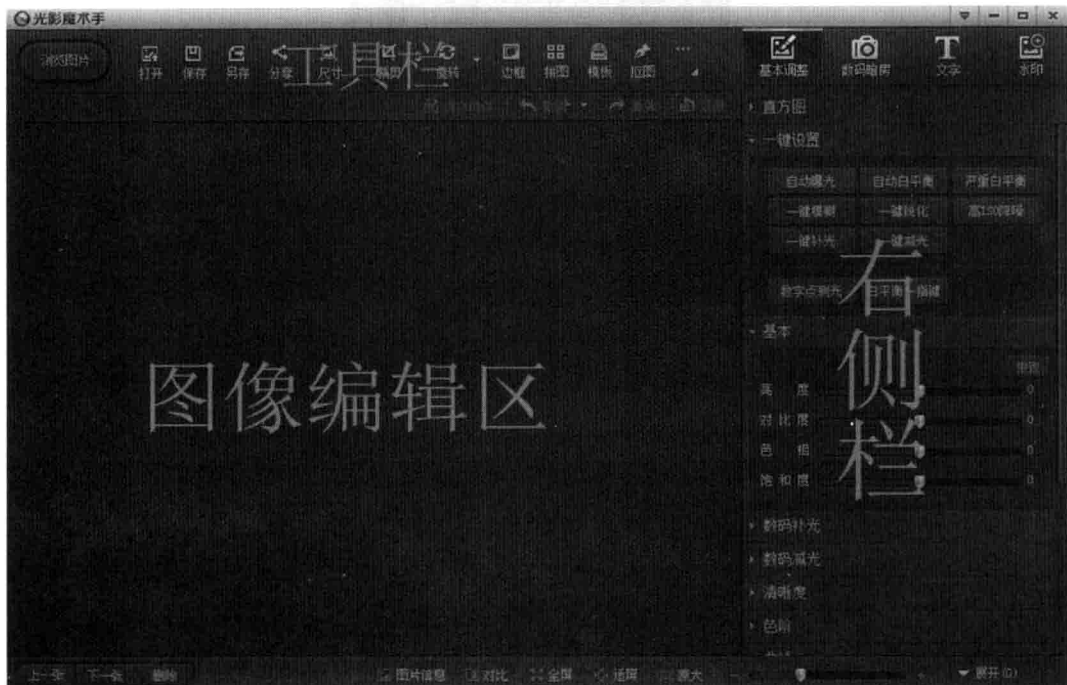


图 2-2 光影魔术手 4 的工作界面

更方便地浏览图片，我们可以在标题栏右方的下拉按钮处找到“设置”选项（图 2-3），点击进入“设置”窗口（图 2-4）。

在此对话框中可以通过“鼠标滚轮响应”这一选项，将功能设置为“鼠标滚轮为缩放图片”或者设置为“鼠标滚轮为切换目录中上一张下一张图片”，这可以更方便使用者的习惯。

（3）解决拍摄通病：白平衡校正

在荧光灯房间里拍摄的照片会显得发绿，而在日光阴影处拍摄到的照片则莫

名其妙地偏蓝。刚玩数码相机的朋友都会遇到这种情况，其原因就在于“白平衡”的设置上。如果我们给商品拍摄时，出现上述情况，会直接影响到商品的展示效果。如何解决这一“通病”呢？

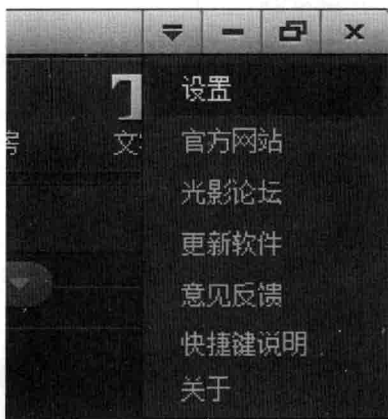


图 2-3 设置选项

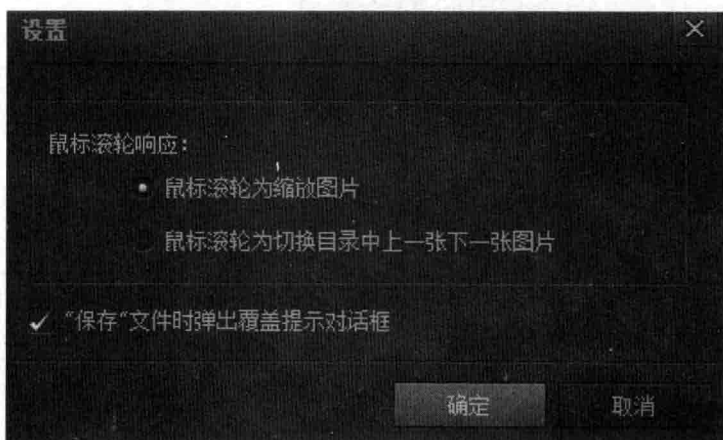


图 2-4 设置窗口

光影魔术手在数码照片后期白平衡校正方面提供比较完整的解决办法。主要有三个功能，可以对付不同情况、不同程度的白平衡失误的照片。

① 自动白平衡。自动白平衡功能对于略微有点偏色的照片，可以进行自动校正，效果比较好。如白天自动档拍摄的照片以及用扫描仪扫的图片，对于这类照片或者图像，都可以用“自动白平衡”功能进行校正。

我们举例说明。如图 2-5 所示，点一下右侧栏的“自动白平衡”按钮就立即完成了自动白平衡操作，不需要设置参数，简单易用，效果图如图 2-6 所示（见书后彩色插页）。

② 白平衡一指键。很多数码相机提供如图 2-5 所示的白平衡一指键来自定义白平衡，所以根据相机的原理，光影魔术手设计了后期的数码“白平衡一指键”功能。

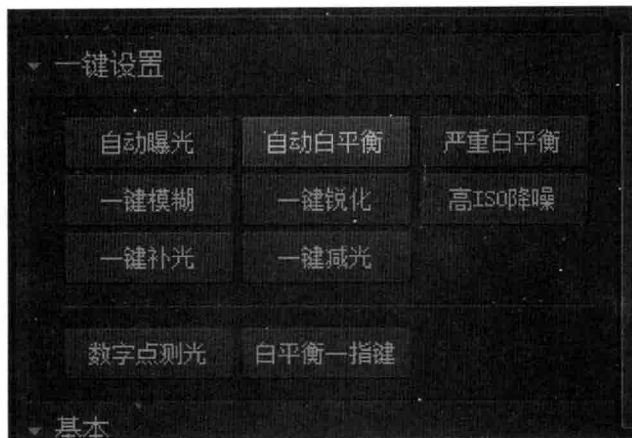


图 2-5 自动白平衡

“白平衡一指键”要求用户在照片中手工指出一个没有颜色的物体。“没有颜色”是什么意思？就是指白色、灰色、黑色。用户只要在照片上用鼠标轻轻一点，软件就明白照片的偏色情况了，就能进行色彩校正。例如，图 2-7 的例子中，人像背后的墙应该是白色的，就是很好的参照物，见书后彩色插页图 2-7。

“白平衡一指键”这个功能很灵活，基本上对于各种普通的偏色情况都能校正，而且操作上比较简单。

③ 严重白平衡错误校正。“严重白平衡”这一功能是专门用来应付那种偏色相对严重的照片的。很多情况下，照片的白平衡可能都会不如人意，比如钨丝灯下拍摄、舞台灯光拍摄、DSLR 室内拍摄等情况。有时候拍摄时间仓促，来不及定制白平衡，就匆匆下手，结果照片严重偏色了，很难挽救。

实际上，严重偏色的照片，某些颜色已经严重溢出了，使用传统的方法补救是比较困难的。不过用户不要着急，可以试试用光影魔术手的“严重白平衡”，一定会得到惊喜的。效果图如图 2-8 所示（见书后彩色插页）。

一些照片的光线条件很复杂，“严重白平衡”也无法有效校正。这时，可以试试用双管齐下的办法：先用“严重白平衡”，然后再用“白平衡一指键”进行人工校正。

（4）调整照片色调

在日常生活中，通常因为光线的原因，拍出来的照片变得很暗，看不清楚，这时就希望通过软件的调整，使光线变明亮；或者我们还想让照片更有味道，