

电子商务创业教程

跟着案例学创业

职业教育财经商贸类专业教学用书

主 编	汪 婷		
副主编	金莉萍		
编 者	杨 岚	程颂华	徐玉荣
	黄俊英	王小娟	刘娟娟
	丁一纯	王程龙	朱嘉伊



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电子商务创业教程：跟着案例学创业/汪娟主编. —上海：华东师范大学出版社，2018

ISBN 978 - 7 - 5675 - 7402 - 1

I. ①电… II. ①汪… III. ①电子商务—创业—教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 007583 号

电子商务创业教程

——跟着案例学创业

主 编 汪 娟
项目编辑 孙小帆
特约审读 周雨馨
责任校对 林文君
装帧设计 庄玉侠

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021 - 60821666 行政传真 021 - 62572105
客服电话 021 - 62865537 门市(邮购)电话 021 - 62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 苏州工业园区美柯乐制版印务有限公司
开 本 787 × 1092 16 开
印 张 14
字 数 348 千字
版 次 2018 年 6 月第 1 版
印 次 2018 年 6 月第 1 次
书 号 ISBN 978 - 7 - 5675 - 7402 - 1/F · 405
定 价 39.80 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021 - 62865537 联系)

前言

QIANYAN



让创业思维的方式成为一种习惯

创业的春风已然吹遍全国,吹入课堂,成为学生教育的一门新兴课程。创业教育的主旨是培育学生的创新意识、创新思维、创业素质及创业能力。而这些思维方式的改变、创新意识的增强单靠理论学习是较难深入理解的。编者总结多年实践经验,将创业、创意、创新的理念通过案例的方式导入,使读者在阅读真实创业案例故事的过程中体验创业中所经历的艰辛、分享创业中的收获、了解创业中的危机及应对策略。与市面上主要讲淘宝、Facebook、共享单车、腾讯等高科技、高投入公司的创业类案例中的创业者相比,本书案例中的创业者可谓是无背景、无资金、无经验的“三无”创业者,他们的项目足够“小”,又具有一定的群体代表性及可复制性,对于在校生、初创创业者来说这样的案例更具有借鉴性。

本书的项目一、项目二可以帮助读者了解基于互联网的盈利模式及其中存在的风险;项目三是本书的重点之一,通过学习可以从案例中吸取创业的经验,每个案例后的问答能更进一步地帮助学生掌握案例重点,也可作为教师对学生的考核重点;项目四为准备着手创业的读者提供了各行业数据及报告查询平台、政府提供的各类政策咨询及创业服务形态;项目五、项目六也是本书的重点之一,通过两份完整的创业计划书及现场路演时所需 PPT、演讲稿,手把手地教会学生如何撰写项目计划书,如何在现场路演的几分钟内充分地表达出项目立意,并以此多方位地提升学生的能力,为创业做好准备;项目七作为创业中的风险提示,通过案例故事告诉读者如何防范及更好地控制创业中的风险;项目八



前言

QIANYAN

以《西游记》中师徒四人的性格特点为线索,引导读者找到自己的性格特点,并通过相关测试了解自己在就业创业方面的性格特征。

本书内容分为八个项目,项目一至项目七为汪婷编写;项目八由王程龙编写初稿,汪婷统稿。项目三中案例由汪婷采访,朱嘉伊、王程龙编纂初稿,最后由汪婷统稿。

由于时间仓促和水平有限,本书难免还存在一些不妥之处,还请广大读者批评指正。如果您对本书有着任何的意见或建议,也欢迎发送邮件至 anti_wz@163.com,非常期待与您的互动。

目 录

MULU



项目一 互联网的五大盈利模式	1
一、出售实物商品的模式	1
二、依靠广告的盈利模式	1
三、交易平台模式	5
四、直接向用户收费模式	7
五、免费增值模式	8
六、互联网盈利的关键点	9
项目二 互联网金融的七种类型	10
一、传统金融机构的互联网形态	10
二、第三方支付和移动支付模式	10
三、互联网货币	12
四、基于大数据的征信和网络贷款	13
五、P2P 网络贷款	15
六、众筹融资	18
七、金融产品的网络销售	18
项目三 跟着案例学创业	20
案例一 兴趣爱好铺就的创业之路	20
案例二 比男女朋友更难找的是生意合作伙伴	31
案例三 是当金融白领,还是当淘宝店主	42



目 录

MULU

案例四 机会总是留给敢于尝试的人	50
案例五 从大学兼职走到新媒体老板	58
案例六 “三无”创业者的创业之路	66
项目四 创业中不可缺少的数据源	78
一、行业报告及数据查询平台	78
二、官方创业咨询类平台介绍	82
项目五 如何撰写创业计划书?	86
一、3个W、1个H让你写清楚创业计划书	86
二、创业计划书的结构	87
三、创业计划书示例——《玩美——专业美甲美睫》	89
四、创业计划书示例——《草莓卫士》	122
项目六 项目路演的关键点及范例	149
一、什么是项目路演? 项目路演的目的是什么?	149
二、项目路演中“说”的要素	150
三、项目路演中 PPT 的要素	151

目 录

MULU



四、路演 PPT 及演讲稿展示——《玩美——专业美甲美睫》	152
五、路演 PPT 及演讲稿展示——《草莓卫士》	161

项目七 创业中的风险及控制 171

一、创业中的风险	171
二、创业中风险的控制	173
三、创业中的法律风险及防范	175

项目八 测测你的气质类型与适合的职业 180

一、经典四种气质类型	180
二、测试属于你的气质类型	183
三、你的气质类型性格特点及所适合的工作	185

思考题参考分析答案 195

项目一 思考题参考分析	195
项目二 思考题参考分析	196
项目三 案例讨论参考分析	197
项目五 创业计划书讨论参考分析	206
项目八 案例思考与讨论的参考分析	213

互联网的创业与传统行业最大的区别在商业模式上。传统行业思考的是产品创新,而基于互联网的创业还得思考商业模式创新。

互联网经历了这些年的发展,基本上已经形成了互联网思维下的商业模式。本章节归纳了目前互联网上的五大类商业模式。当然,随着网络的发展,还会有更多的基于互联网的商业模式不断涌出。

一、出售实物商品的模式

出售的商品是某种实体的物品。用户购买后可以使用的物品,也就是传统意义上的商品、货物。这个商业模式有以下四种形式。

(一) 自产自销

用户自己生产、自己搭建网站或在大的电商平台上进行销售。

(二) 外包生产、自己销售

自己规划和设计产品,生产环节外包出去,自己负责销售产品。

(三) 只生产、不销售

自己只负责生产,交给经销商进行销售。

(四) 不生产、只销售

自己作为分销商,或者是作为提供销售商品的交易市场。以前百货商场、超市就是第四种模式,现在电子商务购物平台变成了第四种商业模式。



思考题 1-1

请列举以上四类出售实物商品模式所代表的具体公司或品牌。

二、依靠广告的盈利模式

在互联网上除了销售实物商品获取差价盈利外,还有种盈利方式也是非常普遍的,那就是广告,用户不会直接购买广告,但商家却可以实实在在地通过广告赚钱。自谷歌开创了搜索引擎关键词广告后,广告已经成了互联网行业中首要经济来源。接下来,让我们看看互联网思维下的广告模式吧。

(一) 展示广告

展示广告是一种普遍的按展示付费的广告。展示付费广告相对于点击付费广告来说透明度较高。展示广告是一种按每千次展示计费的图片形式,同时和展出的位置、时间长短有关。可以投放在各种网站页面、博客、微博页面中。这种广告业内通常称作 CPM 广告,一般的展示形式有文字、banner 图片(轮播)、通栏横幅、文本链接、弹窗等。值得一提的是,随着网络视



频的逐渐火爆,视频前和播放中的广告也成了一种重要的展示广告方式。下图网易首页中的网易考拉海购、淘宝商品、苏宁易购、折800APP等产品的广告,都属于展示广告。



图 1-1 展示广告

(二) 广告联盟

广告联盟可以理解为集合了中小网络媒体资源(又称联盟会员,如中小网站、个人网站、WAP 站点等)的联盟,联盟平台帮助广告主实现广告投放,并进行广告投放数据监测统计,广告主则按照网络广告的实际效果向联盟会员支付广告费用的网络广告组织投放形式。广告主在广告联盟上发布广告后联盟再把广告推送到各个渠道,如各网站、APP。百度联盟和 GoogleAdSense 是两个较大的广告联盟。当网站流量还没有到一定程度时,广告主都会选择与广告联盟合作,只有网站做到一定流量后,才会有广告主直接与网站建立合作关系。广告联盟一般是按广告的点击次数收费。



图 1-2 广告联盟



(三) 电商广告

电商广告里做的比较多的是阿里妈妈,京东、一号店、当当也都有自己的电商广告。这些广告一般是按销售额提成付费。很多导购类网站,特别是海淘类导购网站会接入各个海外购物网站的广告,佣金会比国内更高些。



图 1-3 电商广告

(四) 软文广告

软文是现在用户接受程度比较高的广告,它把广告内容和文章内容结合在一起,好似绵里藏针,收而不露。等到你发现这是一篇软文的时候,你已经冷不丁地掉入了被精心设计过的“软文广告”陷阱。微博、微信大号靠软文赚钱已经是非常普遍的现象了。

(五) 虚拟产品换广告效果

商家还可以在网络上为用户提供虚拟产品,但是代价是用户必须接受一定的广告,比如看完一段广告才能注册某个网站的用户、下载某个 APP。下图是在搜狐视频中看剧集时所需要等待的广告。



图 1-4 虚拟产品——网络视频中的广告

(六) 通过文本匹配和用户行为分析组合策略的精准广告投放

这个题目乍看之下有些复杂,其实它是依靠数据分析用户在网站或 APP 上的搜索内容、消费习惯从而推荐相关产品。很多企业都需要这样的用户使用习惯的数据,淘宝数据魔方就提供这样的服务。图 1-5 为数据魔方中母婴类产品的客单价,也就是一个客人一次成交货品的价格,图 1-6 为淘宝上成交量较高的时间分布,图 1-7 是作者在当当搜索“不一样的卡梅拉”时网页左侧出现的相关推荐,而此类推荐正是根据用户搜索内容生成的。



图 1-5 数据魔方中母婴类产品的客单价

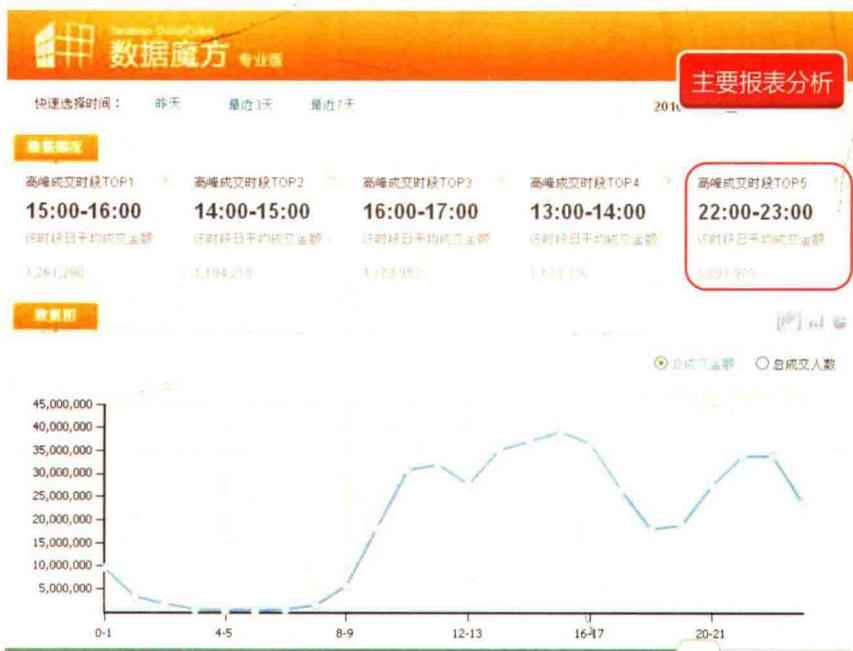


图 1-6 淘宝上成交量较高的时间分布



图 1-7 智能算法的相关推荐



思考题 1-2

请列举出曾经吸引到你“眼球”的软文广告。

三、交易平台模式

这种交易平台模式更适用于资金技术雄厚的、已经有丰富经验的创业者。对于无背景初创业的学生来说,这种模式的技术和资金门槛都过高了。

(一) 实物交易平台

用户在实物交易平台上进行商品交易、支付,平台从中收取佣金。天猫、京东、一号店这种都是非常大的实物交易平台。下图是京东的网站截图。



图 1-8 实物交易平台——京东



(二) 服务交易平台

用户在服务交易平台上提供和接受服务、支付,平台从中收取佣金。像滴滴打车、猪八戒、团购类网站就是这样的平台。最近刚进入国内风头正劲的 Uber 和滴滴打车模式大致相同,也是通过收取司机佣金的方式盈利。下图是团购类拉手网截图。



图 1-9 服务交易平台——拉手网

(三) 沉淀资金模式

资金沉淀最早常见于银行和企业,指的是在日常的资金流入流出过程中,账户中总留有一定数量的资金,这部分资金数量比较稳定。在互联网模式里就是用户在平台上留存有资金,平台可以用这些沉淀的资金投资,从而赚取收益回报。

举个例子,我们在淘宝上买东西的时候打款给支付宝这一第三方支付平台,然后卖家发货,等我们收到快递后再确认收货,确认之后支付宝再把钱给卖家,其间这笔钱在支付宝里停留至少超过 1—2 周。我们想一下,2016 年淘宝年营业额在三万亿,折算下每周的交易额在六百多亿,当第一周的费用到期从支付宝打到卖家账上后,第二周的费用又转到了支付宝,每天都有资金源源不断地打入支付宝,也就是这六百多亿甚至更多的资金永远都在支付宝的账上。在天猫上注册一家店需要质押消费者保证金,根据销售内容保证金在 5—30 万不等。这个保



图 1-10 资金沉淀模式代表——支付宝

证金在退出天猫 3 个月后返还到相应账号。不难想象,支付宝这一平台上的沉淀资金有多少。这也是支付宝等第三方支付平台受到各大银行围攻的原因之一。



思考题 1-3

请分析微信是如何获得沉淀资金的,获得这些资金后可以用来做什么呢?除此之外市场上还有哪些沉淀资金?

四、直接向用户收费模式

除了间接的收费模式外,互联网的另一大类商业模式也不能忽略,那就是直接向用户收费。这些平台一般依靠资源的稀缺性,提供增值服务来收费。诸如“中国知网”,它是用于毕业



图 1-11 直接向用户收费——中国知网



论文抄袭率检测的唯一官方渠道,同时也是科研人员进行理论研究时必须使用到的资源库。像这种不可替代性的、数据渠道是被保护了的一些资源类网站通过直接向用户收费的效果较好。



思考题 1-4

请列举出你所知道的在网络上直接向用户收费提供服务的产品。

五、免费增值模式

免费增值模式是指软件或服务的基础部分是免费让你使用的,但当你想使用其中更高级一些的功能时就需要付费了。像迅雷,迅雷是以断点续传起家的,你不是迅雷会员也可以使用这个软件下载,但这个时候你的速度只有 100 多 k,当你成为迅雷会员后下载速度可以达到 1—2M。QQ 会员、游戏里的付费装备都是这种收费模式——不收费也可以用,但是成为会员付费后你可以拥有更多的权限。下图为迅雷会员加速的截图。

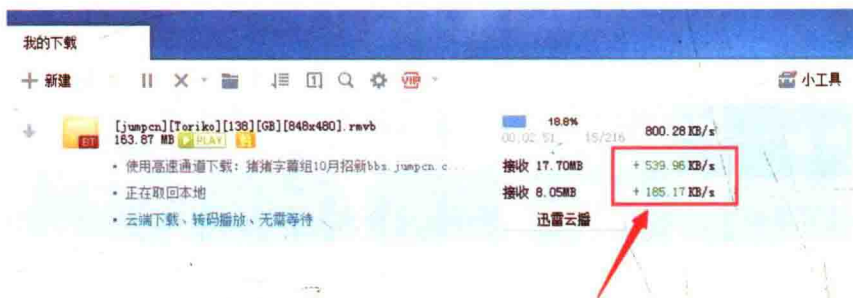


图 1-12 免费增值模式——迅雷会员加速

还有一种免费增值模式就是线上结合线下,通过免费服务聚齐人气,然后组织各种线下活动。这些线下活动可以获得广告或赞助,或者在活动中销售商品或服务。比如,很多媒体通过组织线下行业峰会来赚钱,还有的地方社区会组织线下展销会、推荐会,比如,装修展销会、婚纱摄影秀等,销售商品或服务。下图为自行车展销会现场图。



图 1-13 免费增值模式——展销会



思考题 1-5

你在网络上支付过哪些费用或购买过哪些服务吗？是什么促使了你付费的呢？

六、互联网盈利的关键点

看了那么多基于互联网的盈利模式，我们可以知道，现在想要依靠互联网赚钱最关键的就是有足够多的用户，做好产品的同时努力黏住更多的用户，用户数量达到一定程度了，自然而然就会有相应的赚钱模式。比如：国内的 QQ 刚上线时，大家都还在想 QQ 就是个聊天工具怎么盈利呢？国外的 Facebook 上市之后也没有直截了当的商业模式，但是现在怎么样呢？QQ 和 Facebook 现在都不用为收入发愁，都成了各自国家领域内的“纳税大户”。所以现在互联网拼的是用户的黏性，是离用户的距离，是不是能直接从用户身上赚钱远没有想象中的那么重要。当产品的用户数量积累到一定程度，产品能够吸引到足够多的用户，自然而然就能看到商业模式了。



参考文献

1. 创思者，网址 <http://www.tmtpost.com/user/1010347>.
2. 创业之家，网址 <http://www.cy211.cn>.