



电子
商务
运营
实务

■ 王淑华 万亮 ◎ 主编

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

电子商务运营实务

主 编 王淑华 万 亮

副主编 刘 萍 王 彪 谢 昆

内 容 简 介

本书是一部系统的电子商务运营教程，以实践应用为导向，以现代教学理念为指导，从故事引导开始，通过任务驱动展开，从企业岗位需求出发，进行反向设计。本书较详细地介绍了电子商务运营的基础理论、操作方法和一般规律，并提供相应的实践引导，反映了当前从事电子商务运营所需的最核心知识与技能。本书主要内容包括电子商务运营基础、电子商务运营前的准备、电子商务平台的选择与开店、店铺设置与装修、电子商务营销、电子商务数据化管理、电子商务客服管理、电子商务物流管理。本书根据电子商务专业的特点安排大量同步案例、相关拓展知识和课后习题，旨在培养学生分析问题和解决问题的能力，提升学生的理论知识水平和实践技能。

本书可作为职业本科院校和高职高专院校电子商务、工商管理等专业教材或参考书，也可供相关从业人员报考电子商务师职业资格证书或入职、就业培训时参考。

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务运营实务 / 王淑华, 万亮主编. -- 北京 : 北京理工大学出版社, 2022. 2

ISBN 978 - 7 - 5763 - 0908 - 9

I. ①电… II. ①王… ②万… III. ①电子商务 - 运营管理 IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 015329 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 涿州市新华印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 12.75

彩 插 / 3

字 数 / 304 千字

版 次 / 2022 年 2 月第 1 版 2022 年 2 月第 1 次印刷

定 价 / 48.00 元

责任编辑 / 申玉琴

文案编辑 / 申玉琴

责任校对 / 刘亚男

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换



图 2-1 中国化工信息网



图 2-2 2018Q2—2020Q2e 中国网购市场交易规模



图 4-1 三只松鼠店铺首页

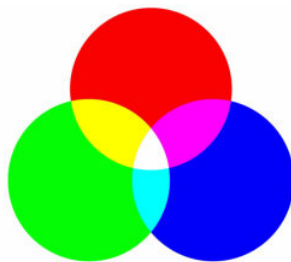


图 4-55 三原色



图 4-56 色相

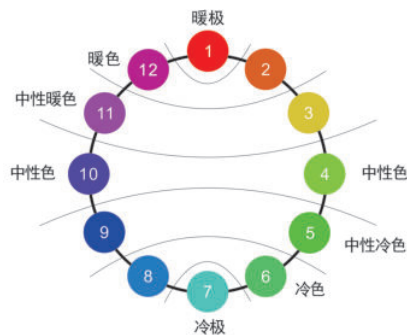


图 4-57 冷暖色



图 4-26 店招

色相 色彩感受

红色	血气、热情、主动、节庆、愤怒
橙色	欢乐、信任、活力、新鲜
黄色	温暖、透明、快乐、希望、智慧、辉煌
绿色	健康、生命、和平、宁静、安全感
蓝色	可靠、力量、冷静、信用、永恒、清爽、专业
紫色	智慧、想象、神秘、高尚、优雅
黑色	深沉、黑暗、现代感
白色	朴素、纯洁、清爽、干净
灰色	冷静、中立

图 4-58 色彩感受



图 4-59 三只松鼠产品海报



图 4-60 明度变化



图 4-61 明暗程度对比



图 4-62 纯度（饱和度）



图 4-63 白色示例



图 4-64 黑色示例



图 4-65 绿色示例



图 4-66 蓝色示例



图 4-67 红色示例



图 4-68 宋体类示例

华文宋体
Spring
静谧时光
华文仿宋
Spring
静谧时光



图 4-69 黑体类示例

思源黑体 CN
FRESH DELICIOUS
热带芒果
方正黑体
FRESH DELICIOUS
热带芒果



图 4-70 书法体类示例

方正隶书简体
方正魏碑简体
中秋团圆
中秋团圆



图 4-71 艺术体类示例



图 4-72 主、副标题的搭配示例



图 4-73 详情页的文字描述示例



图 4-74 文字的装饰示例



图 4-75 中心构图示例



图 4-76 左文右图示例



图 4-77 韵律式构图示例



图 4-78 简单切割示例



图 4-79 对称切割示例

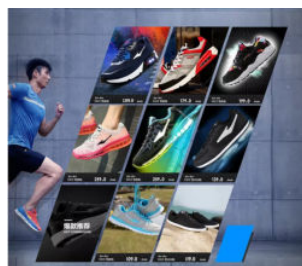


图 4-80 组合切割示例



图 4-81 多重切割示例



图 4-83 流程图图示例



图 4-82 主体轮廓示例



图 4-85 京东经典的大红色示例



图 4-86 京东视觉符号



图 4-87 蕉内视觉符号



图 4-88 三只松鼠视觉符号



图 4-89 科技类商品字体示例



图 4-90 女性类商品字体示例



图 4-91 小米的极简风

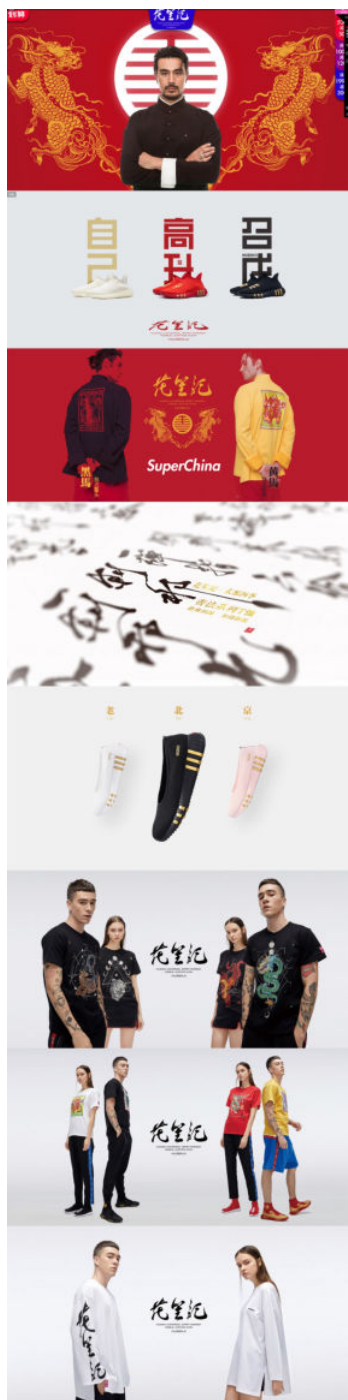


图 4-92 花笙记的中国风



图 4-93 三只松鼠的“卖萌”风

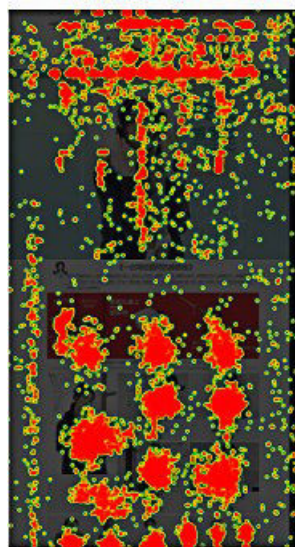


图 6-17 热力图

前 言

电子商务（简称电商）是传统产业转型升级的重要手段之一，由此引发的商业形态变革极大地促进了传统产业的发展。新零售、新营销、新金融将撼动未来商业生态圈，新的商业形态将以更低的成本带来更激烈的竞争，电子商务运营人才培养的模式要顺应这一趋势。

国内电子商务运营实务相关课程的教学内容分化较大，有的侧重网店运营，有的侧重电子商务平台建设。多年的行业接触，让我们对国内外电子商务培训市场和电子商务企业的人才需求有了更清晰的认知。电子商务运营已经成为电子商务等企业开展电商活动的必备环节，同时也是最重要的环节。

在这一趋势下，电商企业要在日益激烈的竞争中脱颖而出，势必要组建优质的运营团队，制定更佳的运营策略。运营人员不仅要了解电商运营的环境和准备，还要掌握具体平台的工作方法、使用技巧、数据分析与运营优化等方面的知识。

本书体系科学，结构严谨，脉络清晰，层次分明，内容新颖，重点突出，主要由电子商务运营基础、电子商务运营前的准备、电子商务平台的选择与开店、店铺设置与装修、电子商务营销、电子商务数据化管理、电子商务客服管理、电子商务物流管理八个项目组成。本书反映了当前从事电子商务运营活动所需的知识与技能，较好地体现了科学性、先进性与前瞻性，每个项目随附的复习题应用性强，有利于学生对知识的理解、掌握和运用，达到知行合一的效果。

为适应教育强国要求，教育在注重大学生专业课程学习的同时，也应重视学生的思想政治教育工作。为此，编写团队努力将思想政治教育元素巧妙融入各知识点，以期达到“润物细无声”的效果。

电商发展日新月异，本书涉及很多实操内容均为目前最新数据与后台展示，感谢整个编委会成员的大力支持与协调，感谢在此过程中所有帮助过此书编写的朋友们以及提出中肯建议的电商从业人员。本书也是不断成长的作品，欢迎有识之士指正。

编 者

目 录

项目一 电子商务运营基础	(001)
【情景描述】	(001)
任务一 认识电子商务企业组织架构	(001)
一、什么是企业组织架构	(002)
二、电子商务企业组织架构常见类型	(003)
任务二 了解电子商务企业工作岗位	(004)
一、电商总监岗位主要职责	(004)
二、运营部岗位主要职责	(005)
三、客服部岗位主要职责	(005)
四、企划部岗位主要职责	(006)
五、供应链部岗位主要职责	(006)
任务三 分析电子商务运营常见问题	(007)
一、低价误区	(007)
二、不正当营销	(007)
三、物流两极分化	(008)
四、同质化严重，缺乏创新	(008)
五、过度营销推广	(008)
【效果评价】	(009)
项目二 电子商务运营前的准备	(011)
【情景描述】	(011)
任务一 分析网购市场	(012)
一、网购市场发展历程	(012)
二、市场规模	(016)
三、未来趋势	(019)
任务二 选择合适的商品	(021)
一、是否熟悉该商品	(022)
二、是否有稳定的货源	(022)
三、商品客单价是否合适	(022)
四、产品利润是否高	(022)



五、产品质量是否够好·····	(022)
六、复购率高低·····	(023)
七、慎选季节性明显、更新换代快的商品·····	(023)
八、商品是否适合物流·····	(023)
任务三 寻找进货渠道·····	(023)
一、大型批发市场·····	(024)
二、厂家货源·····	(024)
三、外贸尾货·····	(024)
四、品牌库存·····	(024)
五、特色产品·····	(025)
六、清仓商品·····	(025)
七、二手市场·····	(025)
八、批发网站·····	(025)
【效果评价】·····	(026)
项目三 电子商务平台的选择与开店·····	(028)
【情景描述】·····	(028)
任务一 如何在淘宝开店·····	(028)
一、淘宝网的特点·····	(029)
二、店铺类型·····	(029)
三、入驻流程·····	(029)
任务二 如何在京东开店·····	(031)
一、京东的特点·····	(031)
二、店铺类型·····	(033)
三、入驻流程·····	(034)
任务三 如何在拼多多开店·····	(042)
一、拼多多的特点·····	(042)
二、资质要求·····	(042)
【效果评价】·····	(045)
项目四 店铺设置与装修·····	(046)
【情景描述】·····	(046)
任务一 掌握店铺的基本设置·····	(047)
一、店铺基本信息管理·····	(047)
二、店铺设置·····	(052)
任务二 了解店铺装修模板的使用·····	(056)
一、店铺装修·····	(057)
二、店铺装修模块·····	(057)
三、使用店铺装修模板完成店铺装修·····	(066)



任务三 学习店铺个性化设计·····	(068)
一、店铺设计的前期准备·····	(068)
二、影响店铺视觉效果的因素·····	(069)
三、如何做店铺的个性化设计·····	(083)
【效果评价】·····	(089)
项目五 电子商务营销 ·····	(091)
【情景描述】·····	(091)
任务一 官方平台营销·····	(092)
一、官方平台的营销优势·····	(092)
二、官方平台的营销形式·····	(093)
任务二 社交网络营销·····	(099)
一、社交网络营销的特点和优势·····	(099)
二、社交网络营销的应用分类·····	(100)
任务三 新媒体营销·····	(101)
一、新媒体营销特点·····	(101)
二、新媒体营销渠道·····	(101)
三、新媒体营销形式·····	(102)
【效果评价】·····	(104)
项目六 电子商务数据化管理 ·····	(105)
【情景描述】·····	(105)
任务一 京东数据分析工具平台——京东商智·····	(105)
一、京东商智平台概述·····	(106)
二、首页和实时数据分析·····	(108)
三、经营分析·····	(111)
四、行业大盘分析·····	(123)
五、竞争分析·····	(128)
六、报表分析·····	(129)
任务二 淘宝数据分析平台——生意参谋·····	(129)
一、生意参谋平台·····	(130)
二、生意参谋实时数据·····	(130)
三、生意参谋流量纵横·····	(132)
四、生意参谋交易分析·····	(134)
任务三 拼多多后台数据中心·····	(136)
一、拼多多商家后台数据中心·····	(136)
二、经营总览·····	(136)
三、商品数据·····	(137)
四、交易数据·····	(139)



五、服务数据·····	(140)
六、流量数据·····	(141)
七、第三方平台——多多情报通·····	(143)
【效果评价】·····	(148)
项目七 电子商务客服管理 ·····	(149)
【情景描述】·····	(149)
任务一 电商客服的基本素养·····	(150)
一、电商客服职业素养·····	(150)
二、电商客服专业素养·····	(151)
三、电商客服考核标准·····	(154)
任务二 售前咨询服务·····	(155)
一、售前客服·····	(155)
二、售前客服的作用·····	(156)
三、售前客服必备的技能·····	(157)
任务三 售后纠纷处理·····	(163)
一、售后物流问题·····	(163)
二、售后退换货问题·····	(164)
三、消费者投诉·····	(170)
【效果评价】·····	(174)
项目八 电子商务物流管理 ·····	(176)
【情景描述】·····	(176)
任务一 电商物流的仓储·····	(176)
一、仓库的种类与设施·····	(177)
二、仓库的选址·····	(178)
三、仓储布局·····	(180)
任务二 仓储信息系统的管理·····	(183)
一、条形码技术·····	(184)
二、无线通信技术·····	(185)
三、仓储管理信息系统·····	(189)
【效果评价】·····	(192)
参考文献 ·····	(194)

项目一

电子商务运营基础

情景描述

某世界知名男装品牌，涉及多个领域，推出了许多充满个性魅力的男士服饰系列，在国内受到许多人的欢迎。但是品牌方缺乏电子商务运营经验，网销业务量一直不温不火，主要问题有：主推款商品的转化率不高；店铺只有免费流量，没有任何付费流量；老客户转化弱；店铺的推广渠道太窄。

公司经过研究组建了新的运营团队，运营团队认真分析了行业和自身品牌特点后，在众多同行店铺中不断寻找差异化，利用品牌知名度和稳定的工厂货源等优势条件，大力拓宽了推广渠道；通过精细化推广运营，提升了老客户的活跃度；通过参加官方活动，大大增加了曝光率，在2018年“双十一”活动期间，创出销售额1346万元的佳绩。

思考：

1. 此男装公司为什么要组建新的运营团队？
2. 运营团队的岗位职责有哪些？

任务一 认识电子商务企业组织架构

任务描述

电子商务企业组织架构要积极响应市场和客户的需求。企业战略不同，组织架构的模式和职能也不同。在一定程度上体现了目标管理的组织架构要快速响应市场和客户的需求，组织内部要分工明确，沟通协调信息传递要顺畅、及时，尽量避免多部门同时接触同一个客户。



相关知识

电子商务企业组织架构可分为横向和纵向。横向指的是不同部门之间的组织架构，纵向指的是不同管理级别之间的组织架构。无论是横向还是纵向，沟通交流都是一项必需的工作内容。同级部门之间需要配合和交流，如果没有沟通就无法完成系统内的工作；不同管理级别之间需要对工作内容进行传达、贯彻和执行，如果没有高效的沟通，企业将无法正常运转。

一、什么是企业组织架构

(一) 企业组织架构的定义

企业组织架构是一种决策权的划分体系及各部门的分工协作体系。企业组织架构需要根据企业总目标，把企业管理要素配置在一定的方位上，确定其活动条件，规定其活动范围，形成相对稳定的、科学的管理体系。

组织架构是企业流程运转、部门设置及职能规划等最基本的结构依据。没有组织架构的企业将是一盘散沙，组织架构不合理会严重阻碍企业的正常运作，甚至导致企业经营失败；相反，适宜、高效的组织架构能够最大限度地释放企业的能量，使组织更好地发挥协同效应，达到“1+1>2”的合理运营状态。

电子商务企业组织架构是指电商企业、组织或团队的整体结构形式，具体来讲，则是指企业、组织或团队在管理要求、管控定位、管理模式及业务需求等因素的影响下，根据内部资源、业务流程等形成的职能部门。电商企业要想长久地发展，在激烈的竞争中站稳脚跟，首先要有一个与企业发展相符的组织架构。

(二) 电子商务企业组织架构的特点

1. 组织架构扁平化

组织架构扁平化意味着企业打破部门之间的界限，能够把相关人员集合起来，按照市场机制去组织跨职能的工作。组织架构扁平化会大量减少企业的管理层次和管理人员的数量，通过高效率、高速度提高企业的管理水平，降低管理费用。企业组织架构扁平化的趋势一方面是由于企业网络的应用，使企业内外的信息传递更为方便、直接、高效，显著减少了企业不必要的管理层次；另一方面是由于电子商务的应用，使企业的相关部门都能更直接、有效地与客户接触、沟通，减少了决策与行动之间的延迟，使组织的能力变得柔性化，加快了对市场和竞争动态变化的反应。

2. 组织决策的分散化

电子商务的发展，使企业过去高度集中的决策中心组织转变为分散的多中心决策组织。高度集中的决策中心容易造成官僚主义、低效率、结构僵化、沟通壁垒等问题，这些问题在分散的多中心决策组织模式下逐渐消失，企业决策由跨部门、跨职能的多功能型的组织单元来制定。决策的分散化增强了员工的参与感和责任感，从而提高了决策的科学性



和可操作性。管理大师彼得·德鲁克认为，未来的典型企业将是一个以知识为基础的，根据大量来自同事、客户和上级的反馈信息进行自主决策、自我管理的各类专家构成的组织。

3. 运作虚拟化

在电子商务的模式下，企业的经营活动打破了时间和空间的界限，出现了一种类似无边界的新型企业，即虚拟企业，它打破了企业之间、产业之间、地域之间和所有制之间的各种界限，把现有资源整合成为一种超越时空、利用电子手段传输信息的经营实体。虚拟企业可以是企业内部几个要素的组合，也可以是不同企业之间的要素组合，参与方可以充分发挥各自的资源优势，围绕市场需求组织生产经营，做到资源共享、风险共担、利益共享。电子商务将使虚拟企业的运作效率越来越高，优势也会越来越明显。

二、电子商务企业组织架构常见类型

电子商务企业组织架构一般分为三种类型，即生产型、贸易型、网商型，如图 1-1、图 1-2、图 1-3 所示。

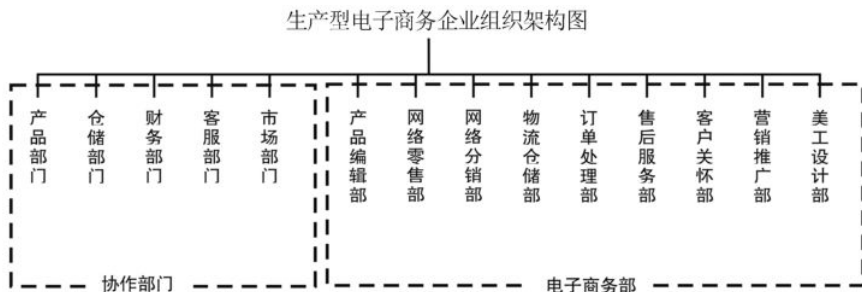


图 1-1 生产型电子商务企业组织架构

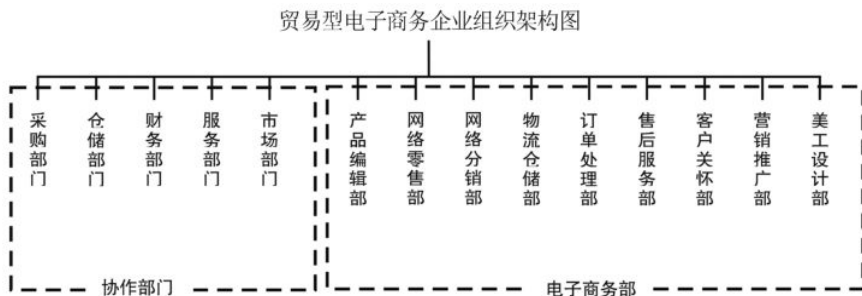


图 1-2 贸易型电子商务企业组织架构

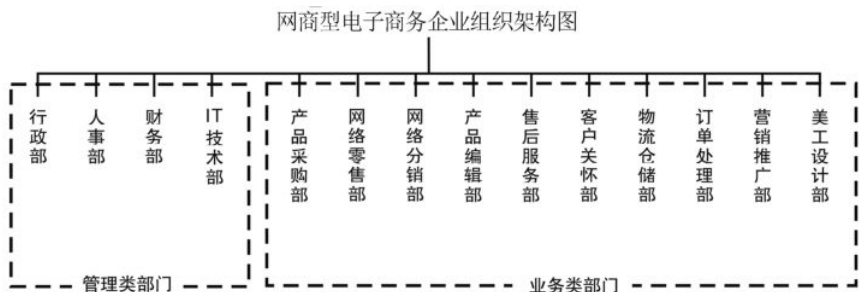


图 1-3 网商型电子商务企业组织架构