**电子商务术语：新手必备的电商专业术语大全**

整理发布：电子商务门户-E客网      已被浏览：6356次    发布日期：2012-01-15

[**E客网**](http://www.ekesn.com)为了让朋友们更快的了解电子商务，下面我收集总结了一些常用的术语解释，希望对刚学习电子商务的朋友们有一些帮助。

**一．电子商务常用术语解释**

**1.什么是电子商务**

专业定义：以电子及电子技术为手段，以商务为核心，把原来传统的销售、购物渠道移到互联网上来，打破国家与地区有形无形的壁垒，使生产企业达到全球化，网络化，无形化，个性化、一体化。

简单的说，就是利用网络通信形式，达到买卖双方不谋面地进行的各种商业和贸易活动。

**2.什么是网上商城**

       网上商城类似于现实世界当中的商店，简单的理解就是在网上开的一个商店，产品通过图片的形式展示出来，可以用网上支付方式结算货款，送货时用快递进行。

**3．什么是网上支付**

       是指交易双方在结算货款时，通过网上借助于网上第三方平台，实现资金转帐汇款的交易。如银行卡的网上银行功能，是顾客直接在网银确定对方帐号，确认支付密 码，直接将款转到对方帐号实现网上转帐支付。如支付宝、财付通等第三方担保支付平台，顾客是先购买产品，然后确定支付后，将款转到支付宝网站代为保存，等 收到商家货物后，在从支付宝中确认，支付宝将款打给商家完成支付。网上支付有很多种客户和商家之间可采用信用卡、电子钱包、电子支票和电子现金等多种电子 支付方式进行网上支付，这种形式可以节省时间及减少手续费支出。

**4.什么是B2B**

       B2B是英文Business to Business（商家对商家）的缩写，是商家(泛指企业)对商家的电子商务模式，即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。这些过程包 括：发布供求信息，订货及确认订货，支付过程及票据的签发、传送和接收，确定配送方案并监控配送过程等。

国内目前比较知名的B2B网站综合类：阿里巴巴、慧聪网，网盛生意宝、环球资源网、中国制造网、中国网库、敦煌网等；垂直类：中国化工网等。

**5.什么是B2C**

       B2C是英文Business to Consumer（商家对客户）的缩写，就是通常说的商业零售，直接面向消费者销售产品和服务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联 网开展在线销售活动。B2C模式是我国最早产生的电子商务模式，以8848网上商城正式运营为标志。

国内目前比较知名的B2C网站综合类：京东商城、当当网、卓越亚马逊、易迅网、一号店等；垂直类：新蛋、好乐买、凡客诚品、酷运动、左岸女人等。

**6.什么是C2C**

       C2C是英文Consumer to Consumer（个人对个人）的缩写，C2C同B2B、B2C一样，都是电子商务的模式之一。不同的是C2C是个人对个人的电子商务模式，C2C商务平 台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，而买方可以自行选择商品进行竞价。

国内目前比较知名的C2C网站有：淘宝网、易趣网拍拍网、乐酷天等。

**7.什么是B2G**

       B2G模式即企业与政府之间通过网络所进行的交易活动的运作模式，比如电子通关，电子报税等。举例来说，一个提供 B2G 服务的网站可以提供一个单一地方的业务，为一级或多级政府(城市，州或省，国家等等)来定位应用程序和税款格式；提供送出填好表格和付款的能力；更新企业 的信息；请求回答特定的问题等等。 B2G 也可能包括电子采购服务，通过它商家可以了解代理处的购买需求并且代理处请求提议的回应。B2G有时也被称为电子政府。

**8.什么是 Groupon模式**

       可以简单的归纳为是一种多方共赢（消费者，商家）的电子商务和线下消费的模式。消费者、商家、网站运营商各取所需，让资源分配得到最大的优化。国内目前比较知名的Groupon模式网站有：美团、拉手、F团、糯米、满座等。

**二**．**相关术语解释**

**1．门户网站**

       门户网站最初提供搜索引擎、目录服务，后来由于市场竞争日益激烈，门户网站不得不快速地拓展各种新的业务类型，希望通过门类众多的业务来吸引和留住互联网 用户，以至于目前门户网站的业务包罗万象，成为网络世界的“百货商场”或“网络超市”。 从现在的情况来看，门户网站主要提供新闻、搜索引擎、网络接入、聊天室、电子公告牌、免费邮箱、影音资讯、电子商务、网络社区、网络游戏、免费网页空间， 等等。在我国，典型的门户网站有新浪网、网易和搜狐网等。

**2.网站流量**

       通常说的网站流量（traffic）是指网站的访问量，是用来描述访问一个网站的用户数量以及用户所浏览的网页数量等指标，常用的统计指标包括网站的独立 用户数量、总用户数量（含重复访问者）、网页浏览数量、每个用户的页面浏览数量、用户在网站的平均停留时间等。

**3.网络广告**

       网络广告就是在网络上做的广告。利用网站上的广告横幅、文本链接、多媒体的方法，在互联网刊登或发布广告，通过网络传递到互联网用户的一种高科技广告运作 方式。与传统的四大传播媒体（报纸、杂志、电视、广播）广告及近来备受垂青的户外广告相比，网络广告具有得天独厚的优势，是实施现代营销媒体战略的重要一 部分。Internet是一个全新的广告媒体，速度最快效果很理想，是中小企业扩展壮大的很好途径，对于广泛开展国际业务的公司更是如此。

**4.转换率**

       Conversions Rates，又称转化率。在互联网领域里，转化率是指用户进行了相应目标行动的访问次数与总访问次数的比率。要注意，这里所指的相应的行动可以是用户登 录、用户注册、用户订阅、用户下载、用户购买等一些列用户行为，因此网站转化率是一个广义的概念。以用户登录为例，如果每100次访问中，就有10个登录 网站，那么此网站的登录转化率就为10%，而最后有2个用户订阅，则订阅转化率为2%，有一个用户下订单购买，则购买转化率为1%。这里需要注意的是，目 前很多人将网站转化率仅仅定义为注册转化率或者订单转换率，这都是狭义的网站转化率概念。转换率＝进行了相应的动作的访问量／总访问量，衡量网站内容对访 问者的吸引程度以及网站的宣传效果。

**5.跳出率**

       跳出率是指仅浏览了一个页面就离开的用户占一组页面或一个页面访问次数的百分比。跳出次数是指访问者不访问您网站的其他任何一页便从进入页退出的次数。所以跳出率的算法就是：浏览了一个页面就离开网站的次数/进入网站的次数=跳出率。

**6. 二跳率**

       二跳率的概念是当网站页面展开后，用户在页面上产生的首次点击被称为“二跳”，二跳的次数即为“二跳量”。二跳量与浏览量的比值称为页面的二跳率。这是一个衡量外部流量质量的重要指标。

**7.访问页面**

       网络推广的访问者访问 5个页面以上才是有效流量。访问10个页面以上是高质量的流量，访问2个以下页面是垃圾流量。

**8.停留时间**

       超过3分钟才是有效流量；超过6分钟是高质量流量；小于1分钟的是垃圾流量。

**9.二跳率数据**

       推广来主页二跳率70%以上是高质量流量。

**10.转化率数据**

       推广购买转化率为1%以上为高质量流量。

**11. PR值**

       PR值全称为PageRank(网页级别)是Google用于评测一个网页“重要性”的一种方法。

**12. Web1.0**

       web1.0时代是一个群雄并起，逐鹿网络的时代，是第一代互联网应用的统称。Web1.0 的主要特点在于用户通过浏览器获取信息。

**13. Web2.0**

       Web2.0 是相对Web1.0 的新的一类互联网应用的统称。Web2.0 更注重用户的交互作用，用户既是网站内容的浏览者，也是网站内容的制造者。所谓网站内容的制造者是说互联网上的每一个用户不再仅仅是互联网的读者，同时也 成为互联网的作者；不再仅仅是在互联网上冲浪，同时也成为波浪制造者;在模式上由单纯的“读”向“写”以及“共同建设”发展；由被动地接收互联网信息向主 动创造互联网信息发展，从而更加人性化！

**三．电子商务商务常见营销方式**

       1.网络媒体：门户网站广告，客户端软件广告。

       2.SEM：竞价排名，联盟广告。

       3.EDM邮件营销：内部邮件群发，第三方平台，数据库整合营销等方式。

       4.社区营销：BBS推广（发帖和活动）SNS。

       5.CPS代销：销售分成（一起发，成果网，创盟）。

       6.SEO：搜索引擎优化。

       7.积分营销：积分兑换，积分打折，积分购买等。

       8.DM目录：传统单张目录，如麦考林，红孩子，凡客，PPG。

       9.线下活动：会展，体验店等。

       10.传统媒体：电视电台，报刊杂志。

       11.SNS社会化媒体：人人、开心等。

       12.微博：即微博客（MicroBlog）的简称，如新浪，腾讯QQ微博。

**四．淘宝店专业术语说明**

**1. 淘宝旺铺**

       淘宝旺铺是淘宝开辟的一项增值服务和功能,是一种更加个性豪华的店铺界面。使得顾客购物体验更好，更容易产生购买欲望。它实现更加开放的店铺装修方式，支 持可视化编辑、所见即所得的操作方式，可自由添加模块，配合各种增加新功能，定制出完全属于自己的个性化店铺，为买家带来耳目一新的购物体验。使店铺能够 更专业，更个性，并提供了更强大的功能，对塑造店铺形象，打造店铺品牌，推广促销您的商品，起到了至关重要的作用。

**2. 直通车**

       直通车是由阿里巴巴集团下的雅虎中国和淘宝网进行资源整合，推出的一种全新的搜索竞价模式。它的竞价结果不只可以在雅虎搜索引擎上显示，还可以在淘宝网 （以全新的图片+文字的形式显示）上充分展示。每件商品可以设置200个关键字， 卖家可以针对每个竞价词自由定价，并且可以看到在雅虎和淘宝网上的排名位置，并按实际被点击次数付费淘.(每个关键词最低出价0.05元 最高出价是100元，每次加价最低为0.01元)。

**3. 量子统计**

       量子统计前身为雅虎统计，自2007年7月11日Beta版发布以来，一直致力于为个人站长、个人博主、网站管理者、第三方统计等用户提供网站流量监控、 统计、分析等专业服务。2008年9月加入淘宝，于2009年3月正式更名为“量子统计”，成为阿里巴巴旗下一强大精准的网站统计产品。

**4. 超级卖霸**

       超级卖霸是淘宝网重拳推出的宝贝展示集中营，搜集了全网最热卖的宝贝，将其集中展示在全网客流访问量最大的位置，以其超大活动流量、完美主题策划、投入费 用优惠、效果数据监控等突出优势取得了良好的效果。是淘宝网根据不同价值的推广资源，针对不同类型的卖家推广需求，制定不同的主题活动，以促进卖家所参与 活动商品的推广销售服务。

**5. 钻石展位**

       钻石展位，淘宝网为有更高要求的卖家，量身定制的产品。选取最优质的宝贝展示位置，通过竞价排序，按照展现计费。

**6. 淘宝客**

       CPS的其中一种，帮助淘宝卖家推广商品并按照成交效果获得佣金的人（可以是个人或者网站），淘宝客推广是一种按成交计费的推广模式，[淘宝客](http://www.supadmin.com/taobaoke/)只要从淘宝客推广专区获取商品代码，任何买家（包括您自己）经过您的推广（链接，个人网站，博客或者社区发的帖子）进入淘宝卖家店铺完成购买后，就可得到由卖家支付的佣金。

**7. 消费者保障**

       淘宝消保，全程消费者保障服务。是指经用户申请，由淘宝在确认接受其申请后，针对其通过淘宝网这一电子商务平台同其他淘宝用户(下称“买家”)达成交易并 经支付宝服务出售的商品，根据本协议及淘宝网其他公示规则的规定，用户按其选择参加的消费者保障服务项目（以下称“服务项目”），向买家提供相应的售后服 务。除本协议另有规定外，使用者可根据其销售的商品种类及意愿选择参与特定的服务项目。淘宝可在淘宝网不时公示新增的服务项目或服务项目修改。

**8. 爆款**

       爆款是指在服装销售中，供不应求，卖到断货的款式衣服。目前广泛应用于网店，实物店铺。爆款不仅指销量好的服装销售，同时还泛指商品销售好，人气高的商品。

**9. 秒杀**

       网上竞拍的一种新方式。所谓“秒杀”，就是网络卖家发布一些超低价格的商品，所有买家在同一时间网上抢购的一种销售方式。由于商品价格低廉，往往一上架就被抢购一空，有时只用一秒钟。

**10. 满就送**

       满就送（满就减，满就送礼，满就送积分，满就免邮费）基于旺铺，给卖家提供一个店铺营销平台，通过这个营销平台可以给卖家更多的流量。让卖家的店铺促销活 动可以面向全网推广，将便宜，优惠的店铺促销活动推广到买家寻找店铺的购物路径当中，缩减买家购物途径的购物成本。

**11. 搭配套餐**

       搭配套餐是将几种商品组合在一起设置成套餐来销售，通过促销套餐可以让买家一次性购买更多的商品。提升店铺销售业绩，提高店铺购买转化率，提升销售笔数，增加商品曝光力度，节约人力成本。此工具目前不支持虚拟类商品。

**12. 掌柜助手**

       掌柜助手是一款针对中小卖家朋友在线管理商品的软件，是将库存和订单相结合管理的系统，为您提供精准的库存数据和订单状况。掌柜助手也在淘宝订单的基础上添加了更灵活的订单操作，节省卖家时间的发货单批量操作等功能。

**13. 淘宝助理**

       淘宝助理是一款提供给淘宝卖家使用的免费、功能强大的客户端工具软件，它可以使您不登录淘宝网就能直接编辑宝贝信息，快捷批量上传宝贝。其强大的批处理功 能将省去大量卖家上传和修改商品等信息的时间，大大提高开店效率。从而使卖家有更多的时间关注经营和其他工作。

**14. 工商亮照**

       简单地说就是企业卖家将自己企业的营业执照信息公示在自己店铺中供消费者查看。

**15. 会员关系管理工具**

       会员关系管理工具是帮助卖家管理自己会员的工具。通过会员关系管理工具卖家可以充分了解自己会员的信息；针对不同的会员帮助推荐更合理的营销方式；同时卖家还可以通过该工具加强自己店铺和会员之间的联系，提高会员忠诚度。

**16. 限时打折**

       限时打折是淘宝提供给卖家的一种店铺促销工具，订购了此工具的卖家可以在自己店铺中选择一定数量的商品在一定时间内以低于市场价进行促销活动。活动期间， 买家可以在商品搜索页面根据“限时打折”这个筛选条件找到所有正在打折中的商品。限时打折活动商品不支持购物车。该工具目前不支持虚拟类商品。

**17. 店铺优惠券**

       店铺优惠券是虚拟电子现金券，卖家在开通营销套餐或会员关系管理后，额外给卖家开通的一个超强促销工具。店铺优惠券无需充值，虚拟电子现金券，卖家不必担心任何风险。

**五**．**仓储管理方面术语**

**1. QC**

       QC即英文Quality Control的简称，中文意义是品质控制，又称质检，即对产品进行一个初步的检验，排除质量问题。

**2. SKU**

       SKU即英文Stock Keeping Unit的简称，即库存进出计量的单位，可以是以件，盒，托盘等为单位。保存库存控制的最小可用单位。

**3. 3PL**

       第三方物流（Third Party Logistics），电商行业意指快递公司。

**4. PCS**

       计量单位的简写，即pieces一块、件、片、篇、张、条、套。多见于外贸交易中，后为书写方便，延伸到其他行业，可代表个、包、袋等表示数量的产品。

**5. 商品编码**

       商品编码是指用一组阿拉伯数字标识商品的过程，这组数字称为代码。是商品进入仓库中的唯一数字身份证，从正规厂家采购的产品都会有一个全球通用、唯一的商品编码，也可以根据产品特征自己编制一套商品编码。

**6. 商品条码**

       商品条码是由一组按一定规则排列的条、空及对应字符（阿拉伯数字）所组成的用于表示商店自动销售管理系统的信息标记或者对商品分类编码进行表示的标记。

**7. 实际库存**

       实际库存是仓库中的实际库存量。

**8. 虚拟库存**

       虚拟库存又叫前台库存，即网站前台展示的库存数量，是电子商务行业特定属性的产物，日常操作中，经常有消费者在下单后可能不会付款，商品不做实际出库操作，但是前台页面库存数已减少，为了不影响前台页面展现的库存量，因此需要设置一个虚拟库存。

**9** **. 库存预警**

       库存预警是指设置一个库存警戒线，当仓库实际库存到达库存境界线的时候就会提醒你补货。库存警戒线设置可参照该商品平时销售情况考虑。

**10. 库存盘点**

       库存盘点是指对仓库保管的商品进行数量和质量的检查，以清点库存物资的实际数量，做到账、物、卡三相符；查明超过保管期限、长期积压物资的实际品种、规格 和数量，以便处理检查库存物资盈亏数量及原因通过盘点要求做到：库存物资数量清、规格清、质量清、账卡清、盈亏有原因，事故损坏有报告，调整有根据，确保 库存物资的准确。

**11. 商品入库**

       商品入库即把商品放入仓库储存的过程，一般分为采购入库、退货入库、调仓入库和异常入库等。

**12. 商品出库**

       商品出库即仓库根据按其所列商品编号、名称、规格、型号、数量等项目，组织商品出库一系列工作的总称，一般分为销售出库，损坏出库和外借出库等。

**13. 先进先出(FIFO)**

       先进先出即先入库的产品优先发货出库，采用先进先出的管理方式，可防止物料由于长时间堆积而发生变质。

**14. 库存周转率**

       库存周转率，英文为Inventory turn over一般缩写为ITO一种衡量材料在工厂里或是整条价值流中，流动快慢的标准。最常见的计算库存周转的方法，就是把年度销售产品的成本（不计销售的开 支以及管理成本）作为分子，除以年度平均库存价值。因此：库存周转率＝年度销售产品成本/当年平均库存价值。

**六**．**简单介绍**

       ERP(Enterprise Resource Planning)：企业资源计划

       EDP(Electronic Data Processing)：电子数据处理系统

       EOS(Electronic Ordering System)：电子订货系统

       FTP(File Transfer Protocol)：文件传输协议

       FedExpress联邦快递公司

       G2G(Government to Government)：政府及其职能部门之间的业务往来

       G2C (Government to Consumer)：政府机构对消费者的电子商务

       HTTP(Hyper Text Transport Protocol)：超文本传输协议

       IP(Internet Protocol)：互联网协议

       ISP(Internet Service Provider)：互联网服务提供商

       ICP (Internet Content Provider)： 互联网内容提供商

       LAN(Local Area Network)：局域网

       MRP(Material Requirement Planning)：材料需求计划

       MAN (Metropolitan Area Network)：城域网

       WAN (Wide Area Network)：广域网

       OMC(Order Management Cycle)：订货管理循环

       ODBC(Open Database Connectivity)：开放数据库互连

       PDM (Product Development Management)：产品的研发管理

       QR(Quick Response)：快速响应

       SFA (Sales Force Automation)：在线销售自动化

       SCM(Supply Chain Management)：供应链管理

       TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol)：传输控制协议/互联网协议

       VAN (Value-Added Network)：增值网

       WWW (World Wide Web)：万维网