

总论

2022年11月22日 8:38

电子商务的概念

定义：电子商务是利用计算机技术和网络通信技术进行的商务活动

广义的电商：利用信息技术将整个商务活动电子化

狭义的电商：人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的各种商务活动

企业电子商务：是基于计算机的软硬件、网络通信等电子技术基础上的企业经济活动

以互联网为载体，使企业有效地完成自身内部的各项经营活动，并解决企业之间的商业贸易和合作关系，发展和密切个体消费者与企业之间的联系，降低成本等形成的一种新商业机制

基本特征：利用互联网、web网站实现业务

概念模型：

是对现实世界中电子商务活动的一般抽象描述，它由电子商务实体、电子市场、交易事物和信息流、物流、资金流、商流等基本要素组成

“四流”的关系：以信息流为依据，通过资金流实现商品的价值，通过物流实现商品的使用价值，从而完整整个电子商务的交易活动

信息流对资金流和物流起指导和控制作用，并未资金流和物流提供决策的依据；商流是交易的核心，也是交易的最终目的

电商的构成：

构成主体：电子商务实体、交易事物、电子市场

基本要素：计算机网络、商家、用户、认证中心（发放电子证书）、物流配送中心、网上银行

传统商务的要素：商家、用户、银行、运输公司

电商和传统商务区别：最重要的是信息流的流动，电商能通过网络实现实时沟通和信息共享

电商的特点：

- 1、数字化经济
- 2、突破时空限制
- 3、全球化趋势
- 4、信息高效传输

电商的模式和功能

模式：

- 1、B2B：企业之间
- 2、B2C：企业和消费者（电子化零售）
- 3、B2G：企业和政府
- 4、C2C：消费者之间（个人网上开店）
- 5、O2O：网上订票、线下消费，让互联网成为线下交易的前台，如美团、饿了么等

- 6、C2B：消费者和企业，让用户享受到批发的价格，如拼多多
- 7、ABC：代理商、商家、消费者一体
- 8、C2B2S：结合了C2B和B2S，以消费者价值为导向，线下商务和互联网结合，多方共赢

电商的功能：

- 1、广告宣传
- 2、咨询洽谈
- 3、网上订购
- 4、网上支付
- 5、电子账户
- 6、服务传递
- 7、意见征询
- 8、交易管理

其他概念：

渗透定价：在产品进入市场初期时将价格定低来吸引最多消费者的营销策略

马太效应：强者更强、弱者更弱的现象，在经济学中表示为贫富差距加大、赢者通吃的现象

吉尔德定律：主干网带宽每6个月增长一倍，并预言未来上网将免费

新型电商

2022年11月22日 9:08

新型电子商务理念

新型电商模式：

1、社交电商

借助社交网站、社交媒介等传播途径，通过社交互动、用户自生内容等手段来辅助商品的购买和销售行为，是电子商务和社交媒体的融合，以信任为核心的社交型交易模式

2、直播电商

代表：抖音和快手（个人型）、淘宝（平台型）

四要素：主播、用户（需求侧）、货品（供给侧）、剧本

3、社区团购、社群团购

起源于简单的生活生鲜类产品，如水果、蔬菜等，以生活刚需品为主

产生原因：销售渠道扁平化、购物体验佳

4、智慧零售

运用大数据、云计算等技术，实现零售核心要素“人货场”数字化及采购、销售、服务等零售运营智能化，以更高效率和更好体验提供服务
是我国第三次零售革命

新型电子商务的特点

1、平台算法推荐：货找人、搜索的竞价排名

2、以内容为主：制作短视频、写文章等进行引流

3、以打造IP为主：IP为某一行业的“关键意见领袖”，持续输出内容，形成粉丝群体

新型电子商务的发展趋势

1、场景化

设身处地为用户着想，站在用户的角度去思考用户的需求

打造需求场景，激发用户的购买需求

2、分享经济

将社会海量、分散、闲置资源，平台化、协同化地集聚复用与供需匹配，从而实现积极与社会价值的创新的新形态

3、新零售

企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进手段，对商品的生产、流通和销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式

新零售模式打破了之前线上线下各自封闭的状态，将其逐步融合、取长补短且相互依赖，线上更多履行交易和支付职能，现象通常作为筛选和体验的平台，高效的物流则连接起线上线下，并与其共同作用形成商业闭环

电商技术基础

2022年11月22日 9:37

互联网技术基础

互联网的基本概念及特点

定义：互联网又称网际网络，是由分布在全世界的计算机遵循一定的通信协议并通过各种设备相互连接而成的网络

特点：成本低、使用者多、不受空间限制、信息储量大、能存储不同类型的信息（图片文本等）等

互联网的组成

1、硬件组成

终端设备：手机、电脑等

网络设备：网线、网卡、路由器等

主机设备：IDC机房、服务器、工作站等

2、软件组成

网络协议类：TCP/IP协议等

操作系统类：Windows、Linux等

平台中间类：MySQL、WenServer

应用类：浏览器、微信等

互联网的应用模式

电子政务

电子商务

网络娱乐

网络信息获取

网络交流互动

IP地址和域名

IP地址

Internet Protocal的缩写，即“网络之间的互连协议”

IP地址为逻辑地址，为每个电脑主机分配一个全球范围内唯一的编号，互联网中通过IP地址识别主机

构成：32比特，即32个0和1组成，分为4段，每段8位

分类：A、B、C、D（多播地址）、E（特殊地址）类地址

域名

IP地址和域名一一对应，通过域名解析系统将便于记忆的域名转换为IP地址，然后再继续搜索服务器

域名称系统DNS，是因特网的一项核心服务，是一个IP地址和域名相互映射的一个分布式数据库，是进行域名和IP地址转换的系统

网站建设与运营

2022年11月22日 9:56

网站建设步骤

- 1、注册域名
- 2、购买和租赁虚拟主机空间
- 3、网站布局和功能设置
- 4、网站设计制作
- 5、网站上线前测试发布
- 6、网站维护推广

网站建设方式分类（按主机空间不同）

1、虚拟空间

把一台运行在互联网的服务器划分成多个“虚拟”的服务器，每一个虚拟主机都有独立的域名和完整的互联网服务器功能。不用自己维护且价格低廉，但安全性无法保障

2、合租空间

合租虚拟主机，特点介于独立主机和虚拟空间之间

3、独立主机

网络主机商出租并且让用户付费肚子使用包括网络服务器、相关软件和互联网连接在内的计算机服务。一旦使用独立主机，则你的网站就是这个主机上的唯一一个网站，安全性最高、用户流量承载大但价格昂贵且需要自己维护

网站运营的步骤

1、网站系统优化

搜索优化：关键词优化、商品上架时间优化

前端页面优化：首页优化、商品页优化

2、促销活动策划

3、运营数据分析

基本流量分析

基础运营数据分析

网店运营中的重点指标

用户购买行为分析

产品分析

促销效果分析

4、客户关系管理

网络营销

2022年11月22日 10:39

网络营销概述

定义

基于互联网及社会关系网络连接企业、用户和公众，向用户及公众传递有价值的信息和服务，为实现顾客价值及企业营销目标所进行的规划、实施及运营管理活动

特点

- 1、全球性
- 2、交互性
- 3、整合性
- 4、经济性

主要职能

- 1、信息发布
- 2、网上调研
- 3、销售促销
- 4、网站推广
- 5、顾客服务
- 6、品牌建设
- 7、网上销售
- 8、顾客关系

网络营销理论

4P理论——产品导向

4P：产品、价格、促销、渠道

强调如何以企业产品质量、品质为核心来营销

企业在自身盈利的条件下，指定合适的价格、选择合适的时机和投放地点，并根据需求进行促销

该理论为营销学中的基本理论，首次将企业营销要素划分成4个基本营销策略组合，将复杂营销活动进行了抽象

4C理论——顾客导向

4C：消费者、成本、便利、沟通

一切以满足消费者需求为导向，要求企业应当把追求顾客满意放在第一位

4I理论——用户需求导向

4I（四大原则）：趣味原则、利益原则、互动原则、个性原则

4R理论——顾客忠诚导向

4R：关联、反应、关系、回报

网络消费者心理及行为

网络消费者行为分析：影响消费者购买意向的因素

- 1、环境因素
- 2、商品因素
- 3、消费者个人及心理因素

网络消费者决策过程：消费者购买行为和实现的过程

- 1、诱发需求
- 2、收集信息
- 3、比较选择
- 4、购买
- 5、评价

网络营销模式

传统网络营销模式

- 1、搜索引擎营销：基于搜索引擎，竞价排名
- 2、核爆式营销：利用口碑人人相传（或其他易于传播的信息）
- 3、会员制营销：注册某企业会员，并在自己的渠道（网站、平台账号等）进行宣传，企业按流量分发佣金
- 4、电子邮件营销：在用户事先许可的情况下发相关邮件

新型网络营销模式

- 1、网红营销：基于网红和互联网生产内容，营销固定粉丝群体
- 2、APP无线营销：通过APP汇聚用户实现营销
- 3、直播营销：深入共鸣、抓住用户心理
- 4、社群营销：IP+社群+场景+电商

电子支付与网络金融

2022年11月23日 8:27

电子支付的类型：按电子支付指令发起方式

网上支付：以互联网为基础，利用银行所支持的某种数字金融工具进行支付

电话支付：是电子支付的一种线下实现形式

移动支付：使用手机、平板等移动设备无线支付

电子支付系统的构成

- 1、Internet：电子支付的基础，是商务信息、支付信息传送的载体
- 2、客户：与商家有交易关系，并存在未清偿债权债务的一方（一般是债务）
- 3、商家：拥有债权和商品交易的另一方
- 4、客户开户行：客户在其中拥有账户的银行
- 5、商家开户行：商家在其中开设账户的银行
- 6、支付网关：公用网和银行专用金融网络间的接口，支付信息必须通过支付网关才能进入银行支付系统
- 7、银行网络：为金融专用网络，是银行内部及银行之间进行通信的网络，安全性很高
- 8、CA：即认证中心，是数字证书授权中心，负责发放数字证书，进行身份验证

第三方支付

基本含义

定义

指平台提供商通过通信、计算机和信息安全技术，在商家和银行之间建立连接，从而实现消费者、金融机构及商家之间的货币支付、资金流转的一个平台

原理

以第三方公司为信用中介，以此降低交易中的风险，并对交易双方进行约束和监督

“第三方”的含义：这些平台不涉及资金的所有权而只是起到中转的作用

运行模式

- 1、消费者在电商网站决定购买，买卖双方达成交易意向
- 2、消费者选择利用第三方支付平台作为交易中介，用借记卡或信用卡将货款划到第三方账户，并设定发货期限
- 3、第三方支付平台通知商家，消费者的货款已到账，要求商家尽快发货
- 4、商家发货，并在网站上做相应记录，消费者可在网站上查看商品状态
- 5、消费者收货，表示满意，通知第三方平台
- 6、第三方平台将货款划到商家账户，交易完成

支付模式类型

1、支付网关型模式

一些具有较强银行技术的第三方支付公司以中介的形式分别连接商家和银行

从而完成支付

2、自建支付平台模式

拥有庞大用户群体的大型电子商务公司为主创建或它们自己创建支付平台

3、第三方垫付模式

第三方支付公司为买家垫付资金或设立虚拟账户的模式

4、多种支付手段结合模式

第三方电子支付公司利用电话支付、移动支付和网上支付等多种方式提供支付平台的模式

第三方支付在我国的发展

1、初步发展期

2、自由发展期

3、持牌发展期

4、规范发展期

移动支付

基本概念

支付种类

按支付金额的大小：小额支付、大额支付

按支付时双方是否在同一现场：远程支付、现场支付

按实现方式：通过短信、WAP等远程控制完成支付；通过近距离非接触完成支付，如NFC

特点

时空限制小

方便管理

便携性

我国移动支付主流平台

1、支付宝

2、微信支付

3、拉卡拉：适合给公司、企业等单位使用

移动支付应用场景

1、购物方面

2、饮食方面

3、生活方面

4、出行方面

网络金融

基本概念

网络金融又称电子金融，指基于金融电子化建设成果在国际互联网上实现的金融活动

与传统金融相比的新特征：金融业务、管理、市场、监督创新

网络金融风险：信息技术和网络金融的特征，导致风险存在

- 1、流动性风险
- 2、信用风险
- 3、声誉风险
- 4、信息泄露风险
- 5、技术安全风险

网络证券：是电子商务条件下证券业务的创新

定义：证券业以因特网等信息网络为媒介，为客户提供的一种全新商业服务

网络保险

是新兴的一种以计算机互联网为媒介的保险营销模式，有别于传统的保险代理人营销模式

两大模式：保险公司自建渠道、借助现有第三方网上保险平台

特点

相比传统保险推销方式，网络保险能让顾客自主选择产品

服务方面更加便捷

理赔更轻松

包相似在网络保险中同样能获益非常多

其他网络金融：众筹等

电子商务物流

2022年11月23日 9:15

基本概念

定义

在电子商务环境下，依靠计算机技术、互联网技术等，所进行的物流活动

- 1、物流是电子商务的重要组成部分
- 2、物流是电子商务概念模型的基本要素
- 3、物流是实现电子商务的保证
- 4、电子商务改变人们传统的物流理念
- 5、电子商务改变物流运作方式
- 6、电子商务改变物流企业的经营形态
- 7、电子商务将改变物流企业之间的竞争状态

电商物流的新特点

- 1、信息化
- 2、自动化：基础是信息化
- 3、网络化：基础是信息化
- 4、物流中心化：仓库数目减少，库存集中

电子商务和现代物流的关系

- 1、电子商务是现代化物流和信息技术发展的产物
- 2、电子商务离不开物流
- 3、物流是电子商务的保证

物流和供应链的关系

物流强调实物流通，供应链强调由供应商、制造商、分销商等形成的链状或网状结构

物流智能技术

自动识别技术

人工智能技术

地理信息系统GIS

电子商务物流模式与发展

典型的电商物流模式

自营物流：企业自身经营物流业务，建设全资或控股的物流子公司

物流联盟

第三方物流

第四方物流：为前三方提供物流规划，自身不参加物流

电商物流发展趋势

- 1、以服务为中心
- 2、信息化

3、全球化

新型物流类型

- 1、冷链物流
- 2、跨境物流
- 3、逆向物流：与传统供应链相反，是回收商品、客户退货等组成的物流
- 4、云物流：基于云计算应用模式的物流服务平台

社群电商

2022年11月23日 9:29

基本概念

定义

通过社交网络平台，或电商平台的社交功能，将关注、分享、讨论等社交化元素应用到电子商务的购买服务中，以更好地完成交易

特点

- 1、准确识别，用户细分
- 2、深度互动，社交导向
- 3、快捷传播，人群裂变

社群电商的组成和本质

社群电商组成的核心要素

- 1、用户：是社群电商的核心价值，以人为中心
- 2、产品：连接社群电商成员关系的媒介
- 3、内容：社群的引流、留存、传播等都需要有价值的内容
- 4、场景：场景化消费需求，促成交易
- 5、互动关系：是保持社群电商运行和发展的基本条件

社群电商的本质：信任感

社群电商的主要类型

基于内容的社群电商

- 1、产品型社群电商：以产品为基础，附加兴趣培养和感情链接
代表：创客公社
- 2、知识型社群电商：出于学习兴趣，为了获取和分享知识
代表：樊登读书
- 3、兴趣型社群电商：以兴趣为导向，吸引相同兴趣的一批人
代表：同道文化
- 4、相互交融的社群电商：自身定位和顾客不是很明确，能融合前三者的特点
代表：逻辑思维

基于群体特征的社群电商

- 1、粉丝型社群电商——小米
- 2、圈子型社群电商——正和岛
- 3、性别向社群电商——青山老农

其他电商和大数据

2022年11月23日 9:52

农村电商

定义

指利用因特网、计算机等现代信息技术，为从事涉农领域的生产经营主体提供在网上完成产品或服务销售、购买和电子支付等业务交易的过程

农村电商的服务内容

- 1、网上农贸市场
- 2、特色旅游
- 3、特色经济
- 4、数字农家乐
- 5、招商引资

县域电商典型五大模式

- 1、陕西武功模式——政府驱动型
- 2、吉林通榆模式——服务商驱动型
- 3、江苏睢宁“沙集”模式——网商驱动型
- 4、云南元阳模式——产业驱动型
- 5、浙江遂昌模式——综合发展型

移动电商

定义：移动电子商务是利用智能手机、平板电脑等无线终端进行的B2B、B2C、C2C的电子商务

使用角度上看仅仅是一项技术和工具，但实际上是一种全新思维方式

移动电商平台形式

- 1、传统企业自建的移动商城APP：苏宁、国美
- 2、零售电商平台的移动端APP：京东和阿里
- 3、第三方移动网店APP：微信小店

跨境电商

定义

指分属不同环境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，从而完成交易

分类

- 1、B2B跨境电商：跨境企业之间交易

2、B2C跨境电商：跨境企业和消费者之间的交易

还可细分为：B2B2C、B2B2B2C、C2B等

物流模式

1、直邮方式：下单后直接邮寄

2、海外仓模式：建立在海外的仓储设施

3、保税区模式：企业提前将部分可报税产品运到国内保税区，下单后直接发货

大数据

基本概念

定义

一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和低价值密度

特征

1、数据量庞大

2、产生速度快

3、形式多样（数据类型多）

4、具有价值（必须先经过处理）

大数据在电子商务中的应用

1、用户画像：抽象并标签化用户

2、精准营销：在精准定位的基础上，为每位顾客提供个性化服务