电商分成几种15972284201

（1）B2C：business to customer，企业对用户，天猫、京东，我们比如说在天猫和京东上买东西，都是直接从一个企业中购买的，比如说优衣库，天猫旗舰店，直接跟优衣库这个公司买的

（2）C2C：customer to customer，中小型个体户，针对用户的一种售卖过程，淘宝。普通人，无力去自己创建一个所谓的品牌，无力去创建一个企业出来，在淘宝上开一个小店，类似于个体户，类似于在街边摆了煎饼摊子。淘宝上比如开一个衣服店，但是呢货是从亲戚家的一个厂房里批发来的，我们可以去买衣服，买了以后，店主可以通过快递，寄过来。

（3）O2O：online to offline，美团，58到家，滴滴。除了购物以外的日常生活，比如说去饭店里吃饭，打车，叫保洁阿姨。以前可能就是纯offline，自己去找对应的餐厅，打出租车，自己去找小广告，找保洁阿姨。现在呢，可以通过一些手机app去预定一些服务，买团购券，打车，58到家上叫一个保洁阿姨，或者是保姆。

我这里，要讲解的是最普通最通用的电商，B2C

B2C又分成了两种：

（1）电商网站，仅仅提供一个平台，然后呢实际卖东西的是第三方的一些公司和厂商，天猫，主要还是提供一个平台，让各种厂商入驻，在里面去卖东西

（2）电商网站，自己去采购一些商品，然后呢自己对外售卖

（3）实际上来说，现在大部分的B2C都是两者结合。京东，京东有自营，自己去采购商品，放到自己的仓库里面去，自己物流，去出售这个商品，一件衣服的采购价（100块钱），销售价（150块钱），50块钱差价；京东，也可以支持第三方厂商入驻的，在京东里面开店，京东是不管采购，不管库存，不管物流，最后那些第三方厂商将自己的商品拿出来售卖，客户付钱购买之后，第三方厂商负责发货，京东在里面抽成，拿一些服务费。

我们这里讲解的电商的模式，是类似京东自营的这种B2C

类京东自营的B2C电商，自己去采购商品，然后商品上架在网站里售卖，用户可以下单支付，网站自己从自己的仓库里发货，走物流商发货

大型电商系统组成结构

16个中心+32个服务

01 权限中心

文本, 信件

描述已自动生成

1. 权限管理服务

RBAC模型（Role-Base Access Control），基于角色的一个权限模型

多种岗位，不同的角色可以操作不同的模块与功能的权限。

复杂的系统，可能还包括：黑名单服务、操作日志服务

1. 操作日志服务

记录每个账号每天进行了什么操作。

对账号的异常行为进行审计。

02 商品中心

文本, 信件

描述已自动生成

1. 商品管理服务

计划售卖的东西，库存数量。供应商采购。

显示商品到网上买，商品信息审核、上架

1. 商品基础数据服务

属于什么品牌，属于哪个分类，一些商品属性

03 WMS（Warehouse Management System，仓储管理服务）

图片包含 图示

描述已自动生成

（1）基础数据服务：仓库信息、货拉信息

（2）仓储管理服务

。。。 。。。

1、完整的电商业务流程

2、足够真实的电商业务场景

3、足够复杂度的电商业务

图示

描述已自动生成

=> 我们讲解所有的技术和架构，足够了

整体而言，电商后台系统分成3大块：

1、管理后台：给公司内部各个部门使用的

包含的部门包括：运营、采购、招商、财务、客服，等等

包含的子系统包括：系统管理、采购管理、销售管理、库存管理、会员管理、商品管理、订单管理、客服管理、商家管理、财务管理、数据统计、供应商管理，等等

2、商家后台：给入驻电商网站的商家使用的

如果网站是自营商品，自行采购和售卖的话，是不存在入驻商家这一说法的，那么此时这块指的就不是商家，可能就是公司自己的商品售卖部门

包含的子系统包括：店铺管理、商品管理、订单管理、营销管理、财务管理、客户管理、数据统计，等等

3、WMS（仓储系统）

因为一般公司的仓储工作人员，跟其他部门的工作人员，办公地点不是在一个地方的。公司总部一般在办公楼里面，而仓储工作人员一般在仓库里面。所以这个WMS系统可以单独拉出来

4、8大核心模块

商品、促销、购物车、订单、库存、物流、支付、会员

1、管理后台

1.1 系统管理

这块主要是用来创建后台账号，分配权限，监控操作日志等操作的，一般只有整个电商后台系统的少数几个管理员，才有权限使用

1.2 采购管理

一般如果是自营的电商网站，都需要自己进行采购管理，核心是采购单，包含了采购计划、智能采购、供应商、仓库等信息，同时有采购入库和采购退货等核心流程，属于进销存中的“进”

1.3 销售管理

主要是针对网站中商品的销售设置的模块，包含了网站前台页面的CMS系统、专题页面、促销特卖活动、优惠券等等，都在这里，主要是针对如何让商品更好的售卖出去，属于进销存中的“销”

1.4 库存管理

主要是对商品的库存进行管理的，属于进销存中的“存”

1.5 会员管理

主要是进行会员体系的管理，同时针对用户进行数据收集、打标签、筛选，然后针对用户进行精准营销

1.6 商品管理

商品基本信息，包括了分类和品牌，等等；商品来源包括了网站自营和第三方商家

包含了商品的新建/编辑，第三方商品审查，商品上下架，商品查询，商品管理（组合、定价、库存，等等）

商品基础数据管理：类目、属性与品牌的管理

1.7 订单管理

主要是管理用户下的订单，包括订单流转，订单查询

1.8 客服管理

系统涵盖售前、售中、售后，售前是IM工具，售中是企业知识库，售后是工单系统

1.9 商家管理

商家入驻，商家信息管理，同时对商家店铺进行管理

1.10 财务管理

退款、与第三方商家结算、与供应商结算、往来现金和账款的管理

1.11 评价管理

管理所有商品的评价数据

1.12 数据统计

看到流量、转化、交易、商品、用户、商家等各个维度的数据

1.13 供应商管理

2、WMS（仓储系统）

2.1 系统设置

设置仓库的基础信息，包括了商品、库位和设备，仓库人员账号、操作权限以及操作日志

2.2 入库管理

包括采购入库、调拨入库、退货入库、生产入库，有入库流程和入库单

2.3 出库管理

包括销售出库、调拨出库、采购退货出库，出库流程包括了出库单、捡货、验货、称重、出库

2.4 库存管理

管理商品库存数量，包括库存查询、库存盘点、库存预警、库存调整、库存同步，等等，库存数据和出库单和入库单关联在一起

2.5 单据管理

包括打印快递单、捡货单、发货单、小票、盘点单、调拨单

3、商家后台

3.1 店铺管理

店铺信息设置、店铺装修、店铺子账号管理

3.2 商品管理

商家后台的商品管理和管理后台的商品管理，是关联起来的

商家可以在这里发布商品、审查商品、商品分组、设置商品状态

3.3 订单管理

用户在电商网站支付之后，订单就会推送到商家后台，商家可以在这里看到订单信息，然后进行发货

3.4 营销管理

基于电商网站提供的营销渠道，比如搜索关键词竞价排名，可以推销自己的商品

3.5 财务管理

与电商网站进行财务结算相关的模块

3.6 用户管理

包括这个店铺的用户信息，以及售后问题处理，都在这里

3.7 数据统计

店铺的经营数据统计，都可以在这里看到