

第 1 章 网上开店概述

一、名词解释

1. 电子商务经营者

《电子商务法》所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

2. 达人商家

达人商家一般是抖音、快手、B 站、微博等平台的主播、达人、明星、UP 主（uploader，上传者），其有一定的粉丝基础，通过短视频、直播等内容带货。

3. 人群画像

人群画像指以大量数据为基础，通过收集与分析消费人群的社会属性、生活习惯、消费行为等主要信息数据，对消费人群全貌进行数学建模，以实现消费人群类型的标签化，直观构建出消费市场的“全息画像”，完美地抽象出消费人群的商业全貌。

4. 分销网站

分销网站是能提供批发服务的网站，适合中小卖家选择货源，分销平台上能为网店提供图片或数据包，可以直接上传商品，可以一件代发。

5. 产业带

产业带是一个带状的链条产业集中区域，是相关或相同产业的基地，在此区域内可以形成产业集聚效应，可以更好地壮大产业，如杭州的女装、扬州的毛绒玩具、深圳的 3C 产品、佛山的卫浴产品等。

二、单项选择题

题号	1	2	3	4	5
答案	A	C	A	B	B

三、判断题

题号	1	2	3	4	5	6
答案	√	√	√	×	√	×

四、简答题

1. 常见的网店平台有哪些？各有什么特点？

答：目前，网店平台有很多，根据其经营性质的不同可以划分为不同类型，如 B2B、B2C、C2C 等。个人用户适合在淘宝网等 C2C 平台开设网店，企业用户可以选择在天猫商城、京东商城等 B2C 平台开设网店。其中：淘宝网目前已经成为世界范围的电子商务交易平台，适合个人用户开店。

淘宝网由阿里巴巴集团投资创办，淘宝网从单一的 C2C 网络集市变成了包括 C2C、团购、分销、拍卖、直播等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。淘宝网的店铺类型有个人店铺和企业店铺两种。

天猫商城原名淘宝商城，是中国最大的 B2C 购物网站，属于开放性的平台，主要由第三方商家入驻。天猫店铺主要有旗舰店、专卖店和专营店等三种类型。

京东是 B2C 电子商务平台、自营式电子商务企业。2010 年 12 月，京东开放平台正式运营，开始接受第三方商家入驻，京东企业店包括旗舰店、专卖店和专营店三种类型。京东定位于“以供应链为基础的技术与服务企业”，目前业务涉及零售、科技、物流、健康、保险、产发等领域。

拼多多是专注于 C2B 拼团的第三方社交电商平台。用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格购买优质商品。拼多多通过沟通分享的社交理念，形成了独特的新社交电商思维。拼多多店铺包括个人店铺和企业店铺两种类型。

2. 在淘宝网开店的基本流程是什么？

答：个人开通淘宝网店的流程如下：

(1) 选择开店身份：淘宝网开店身份主要有普通商家、达人商家、品牌商家等。

(2) 选择网店主体类型：淘宝普通商家的网店主体类型有个人商家、个体工商户商家、企业商家。

(3) 完成相关认证和登记主体信息：

支付宝实名认证、登记主体信息（需上传个人证件照片，登记经营地址、姓名、个人证件号等信息）、实人认证。

3. 简述千牛卖家中心的主要栏目。

答：千牛卖家中心是淘宝网的管理后台，千牛卖家中心的栏目主要有“首页”“商品”“交易”“店铺”“营销”“推广”“内容”“用户”“财务”“数据”“服务”等。

(1) “首页”栏目展示店铺基本信息、信用等级、动态评分、保证金缴纳情况等信息。

(2) “商品”栏目包括“商品管理”和“市场发现”两个子栏目。

(3) “交易”栏目包括“订单管理”“物流管理”“投诉与申诉”等子栏目。

(4) “店铺”栏目包括“店铺管理”“店铺装修”“财务管理”等子栏目。

(5) “营销”栏目汇集了淘宝平台的营销活动和营销工具，主要包括“营销活动”“已报管理”“营销工具”“营销素材”“营销费用”等子栏目。

(6) “推广”栏目汇集了淘宝平台的付费推广工具，主要包括“推广中心”“直通车”“引力魔方”“极速推”“万相台”“淘宝联盟”“创意制作”等子栏目。

(7) “内容”栏目汇集了淘宝平台的内容运营工具，包括“内容创作”“内容管理”“内容数据”“店铺直播”“内容采买”等子栏目。

(8) “用户”栏目汇集了淘宝平台客户关系运营的主要工具，包括“用户中心”“用户资产”“用户运营”“社群运营”“运营工具”等子栏目。

(9) “财务”栏目主要包括“对账管理”“发票管理”“基础信息”等子栏目。

(10) “数据”栏目能够直接链接到生意参谋页面，卖家可以在此查看店铺的流量数据、品类数据、直播数据、内容数据、交易数据、营销数据和物流数据等，并以此为依据做出运营决策。

(11) “服务”栏目能够直接链接到淘宝服务市场页面，通过聚合众多优质服务商，为卖家提供经营全链路中所需的专业服务与工具。

4. 网店常见的货源渠道有哪些？

答：选择货源时，一般应重视其稳定性、利润空间等。网店常见的货源渠道有：

（1）阿里巴巴官方平台：阿里 1688：1688 的“淘宝专供”“跨境专供”、产业带工厂等；千牛卖家中心“商品”栏目下的货源：精选货源、淘货源、淘商机、淘分销。

（2）分销网站。除了阿里巴巴官方平台外，还有很多提供批发服务的分销网站适合中小卖家选择货源。

（3）线下批发市场。一些线下批发市场寻找货源，如广州流花服装批发市场、义乌小商品城等。

（4）其他货源。库存积压或清仓处理的商品；外贸商品；国外打折商品；当地的特色农产品。

第 2 章 商品发布与管理

一、名词解释

1. SKU

对一种商品而言，当其品牌、型号、配置、等级、花色、包装容量、单位、生产日期、保质期、用途、价格、产地等属性与其他商品存在不同时，可称为一个单品。通常，将一个单品定义为一个 SKU（Stock Keeping Unit）。

2. 代销分账

淘宝卖家和淘货源供应商开启代销分账后，如果淘宝客户下单，订单会自动同步到阿里巴巴分销管理后台，并由系统自动向供应商发起采购，相应订单会标记“代销分账”。整个流程中，无需淘宝卖家下单及付款，即实现不垫款采购。如果不开启代销分账，淘宝卖家点击下单之后需要核对收货地址并付款。

3. 运费模板

运费设置是商品发布的关键环节，是针对交易成交后卖家需要频繁修改运费而推出的一种运费工具。使用运费模板可以将不同地区的快递价格设置好，之后应用在商品上，当有买家浏览商品时，运费可自动显示在商品页面上；使用运费模板还可以批量修改运费，从而节省时间，提高工作效率。

4. 运单模板

因为不同快递公司的运单格式不同，所以针对不同快递公司需要设置不同的运单模板，校准后，卖家可根据需要添加电话、网址等信息，在打印快递单时可选择相应的信息打印在快递单上。

二、单选题

题号	1	2	3	4	5	6
答案	A	A	B	C	C	D

三、多项选择题

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/096202135113010040>