

电子商务报告书

第一篇：电子商务报告书

三、腾讯公司的网络营销和管理分析

网络营销是从传统营销中分离出来的，借助于国际互联网、计算机通信、数字交互式媒体的一种全新的营销形式。企业通过网络平台推销自己的产品和服务，确实为一种一务实之举。网络营销为企业掌握市场需求、开拓全球市场、参与国际竞争、减少中间环节、降低营销成本等等都提供了现代化的信息手段。腾讯公司于 1998 年 11 月在深圳成立，是中国较早也是目前中国市场上较大的互联网即时通信软件开发商。腾讯的业务涵盖了 B2B、B2C、C2C，已经形成了即时通讯业务、网络媒体、无线和移动增值业务、互动娱乐业务、互联网增值业务、电子商务和广告业务七大业务体系，并初步形成了“一站式”在线生活的战略布局。我们小组现在以腾讯公司为例，从不同方面对网络营销和管理进行具体分析。

1、网上消费者的特点

要成功得运用网络这个平台将自己的产品和服务推销出去，首先就要详细了解网上消费群体的特点，再采取相对应的有效对策。网络消费者其实不外乎以下六大类：

1) 简单型。简单型顾客需要的是方便直接的网上购物。满足此类消费者的需要首先要保证订货付款系统的安全、方便。另外提供一个易于搜索的产品数据库可以有效保持顾客的忠诚度。

2) 冲浪型。冲浪型顾客对常更新、具有创新设计特征的网站很感兴趣。

3) 接入型。接入型网民是刚触网的新手，他们喜欢网上聊天和发送免费问候卡，更愿意相信生活中他们所熟悉的品牌。这类消费者上网经验并不丰富，一般对于网页中的简介、常见问题的解答、名词解释、站点结构之类的链接会更感兴趣。

4) 议价者。议价者消费群体有种趋向购买便宜商品的本能，喜欢讨价还价而且渴望在交易中获胜。在自己的网站中打出“大减

价”“清仓处理”之类的字能很容易吸引到这类消费者。

5) 定期型和运动型的网络使用者通常都被网站的内容所吸引。定期网民常访问新闻和商务网站,而运动型网民喜欢运动和娱乐网站。对这类型消费者

网站必须保证自己的站点包含他们所需要和感兴趣的信息。

网上消费者市场包括不同的类型,分别是:中青年消费者市场、具有较高文化水准的职业层市场、中低收入阶层市场、不愿意面对销售员的顾客市场、女性将占主导地位的市场。针对不同市场企业必须有不同的营销策略和方式。腾讯公司针对不同的消费群体就有不同的营销方式和策略,例如对于青少年,就开发出了腾讯 QQ 这一方便快捷的聊天软件,目前腾讯 QQ 的网民已经占据了巨大的网络市场。

2、网上销售产品的种类和特点

借助网络我们可以开展纯粹的在线交易,也可以对传统的离线产品或服务做必要的补充和支持,以提高原有产品或服务的价值。因此企业也要熟知网上销售产品的种类及特点。根据产品本身的存在形态和性质,可以把网络产品分为以下两大类:

1) 实体(有形)产品。它是指具有物理形态的物质产品,其网络营销主要表现为对传统产品进行在线零售或分销。通过网络进行该产品的销售好处在于:网络能聚集来自各地的需求,这有助于使产品的库存量维持在最低水平。

2) 虚体(无形)产品。虚体产品一般不具形态或有一定形态但需通过其他载体才能表现出来,一般可以分为在线数字化产品、在线交互式服务、在线增强产品。

充分了解了网络营销产品的种类和特点,有利于公司更好得推广自己的营销产品,扩大企业的网络消费者市场。腾讯公司就充分利用了这些信息,开推广了本公司的各类产品,例如腾讯的 QQ 音乐、QQlive 影像软件等都是腾讯的在线数字化产品。

3、网络营销采用的主要技术、模式和策略

腾讯公司经过多年的发展壮大,在吸取前人经验的基础上,结合自身的具体情况,已经拥有了一套成熟的网络营销模式,这也是腾讯

公司经营成功的关键。

1) 网络多元化发展。随着互联网在人们工作和生活中的不断渗透,腾讯进行了在线生活的多元化战略布局。这个多元化平台包括了以QQ.com 新闻门户为代表的资讯、以QQgame 为代表的娱乐、以拍拍网为代表的电子商务,它将超越单纯的即时通讯服务而为用户提供从资讯到沟通、娱乐和商务在内的一站式在线服务。

2) 建立粘性化的用户群。腾讯抓住时机率先进入即时通讯领域,形成了自己庞大又有粘性的用户群,取得了难以撼动的市场地位。据资料显示,腾讯注册用户数达5.3亿,庞大而活跃的用户群可以说是腾讯成功的最重要因素,不但为用户提供了一个可透过即时通信及其他增值业务而互相交流的社区,而且腾讯拥有可以进入互联网任何领域的潜力,使其他竞争对手难以与之抗衡。

3) 体验式在线营销模式。

A.腾讯较准得把准了网络时尚脉搏,攥住了主流消费者的心。QQ即时抓住了即时通讯产品的发展契机,推出展现个性的QQ秀和QQ表情等,可以通过Q币换取不同类型的衣服和造型,这些都迅速抓住了消费者的心。

B.腾讯以“健康休闲快乐的模式”作为独特的发展理念,给用户更多体验。

如QQ游戏,QQ游戏之所以成功就在于,它率先将健康快乐模式植入了其生存的根基,特别是棋牌、益智等以休闲为主的游戏在具有较强的趣味性、可玩性的同时,内容和形式也比较健康益智,从而在源头上大大降低了网络游戏带来的负面影响,更容易为广大家长所接受。

C.腾讯QQ群实现了全新的多人交互模式。QQ群的出现,很好地解决了信息的传播一般只能在单个网友之间进行的问题,让多人聊天成为现实,改变了聊天室中刷屏和信息无法保存、人员不固定等缺点。

4、企业网站推广的方法和网络广告的形式及其效果评价

通过不同的途径推广企业的网站,其中网络广告就是典型的推广方式,通过网络广告宣传公司的产品和服务,可以提高企业知名度,

在广告效应带动下更快地促进企业的发展，当然除了广告也还有其他各种推广方法。我们所调查的腾讯公司的网络营销推广方法主要有：搜索引擎营销，网站资源合作，病毒性营销，网络广告，许可 email 营销。

1) 搜索引擎营销。它主要用于网站推广、网络品牌建设、产品促销等方面。

腾讯 soso 搜网为更多的 qq 用户提供了便捷的搜索途径，soso 以 google 为依托将其作为主要搜索服务器，搜索的信息更具有系统化。虽然 soso 的使用者并不多，但它同样以软件为媒介，为 qq 用户提供更便捷的搜索方式。

2) 网站资源合作。每个企业网站均可以拥有自己的资源，这种资源可以表现

为一定的访问量注册用户信息、有价值的内容和功能、网络广告空间等，利用网站的资源与合作伙伴开展合作，实现资源共享、共同扩大收益的目的。在这些资源合作形式中交换链接是最简单的一种合作方式，调查表明也是新闻网站推广的有效方法之一。腾讯公司与全球著名消费用品制造商联合利华达成战略合作协议。腾讯公司是联合利华 2011 年国内“数字营销”战略合作伙伴，联合利华将在 2011 年依托腾讯公司旗下六大主流平台，发力并加速在日化、快消领域的数字化营销进程。

3) 病毒性营销。它常用来进行网站和品牌的推广，它利用的是用户口碑传播的原理，这种传播可以像病毒一样迅速蔓延，因此是一种高效的信息传播方式。腾讯 qq 就像病毒一样蔓延了整个中国。

4) 网络广告。网络广告营销是配合企业整体营销战略，发挥网络互动性、及时性、多

媒体、跨时空等特征优势，策划吸引客户参与的网络广告形式，选择适当网络媒体进行网络广告投放。同时网络广告还具有报纸、电视的各种优点，更加吸引受众。腾讯公司利用网络广告采用文字介绍、声音、影像、图像、颜色、音乐等于一体的丰富表现手段这一优点，对自己进行宣传。

5) 许可 email 营销。在腾讯 email 营销方面，腾讯采用账号与信箱同时存在的方式进行营销，只要注册了 qq 就可以获得属于自己的 email 地址，并且在使用与注册 email 的同时征求注册人的相关信息，同时寻问是否订购相关的服务，包括软件信息，新闻，动漫，女性等方面的新闻，当用户每次登陆软件时，同时通知用户邮箱中收到的最新信息，可以同时软件中轻松登陆自己的邮箱，更为重要的是 qq 邮箱出现后，为 qq 用户提供更为方便的信息传送，文件，电影贺卡等，便捷而且又使用。与其他邮箱相比，可以省去登入邮箱主页这个复杂的过程。

6) 除了以上这些网络营销推广方式之外，腾讯还拥有一套独特的营销方式。

其一，腾讯开展送红包等活动，可以用红包当网上钞票购买网上的产品，qq 即时通讯软件为买卖双方提供了很好的买卖平台，而且中国 qq 软件的广泛使用也为网上商店提供了更为广阔的平台。

其二，它与众多的网上商店一样，提供了网上银行这个服务，每个 qq 用户可以开通自己的网上银行账户，为自己在网上买卖提供了很好的保障，在安全方面，网上银行采用的是间接付款的形式，为买卖的安全性提供了更为安全的屏障。

其三，网上银行的相关信息也可以通过即时通讯软件向各个 qq 用户提供相关网上商店更新物品的相关信息，为网上商店的成交率大幅度的提高，也为腾讯网上营销更为前卫化。

总结：

在互联网蓬勃发展的今天，腾讯公司作为中国最大的网络公司之一，他的一举一动都影响到广大网民的在线上网方式和生活习惯。通过以上对腾讯公司的网络营销和管理的具体分析，我们看到腾讯虽然处于绝对优势地位，仍然需要不断努力和完善，提供更加丰富多彩的在线服务，满足最广大中国网民的需要。

第二篇：电子商务报告书

中小企业原材料团购网站可行性报告

一、环境分析

据调查，目前中国 90% 以上的企业是中小企业，而随着互联网和电子商务的发展，一些进行原材料网上销售的公司应运而生。与传统销售方式相比，团购具有以下优势：团购一般都是在一定区域范围内进行，所以团购网站最大的特点就是具有区域（本地）性。所以不论从区域、购买消费需求上都相对聚合，使得团购网站的商业价值一般高于当地其他类型的网站。所以，团购网站是一个市场需求旺盛、盈利模式清晰，简单易操作的可行性很高的电子商务网站项目。此外团购网站因为它拥有非常强烈的“区域特性”、“商业盈利特性”，即使在同一城市，同一地区已经有了多家团购网站，仍然能够很好的避开正面的竞争，例如各自在具体地理位置上的不同，在商品类别上有自己的侧重点、价格优势、服务优势、商家合作模式上等。因为对于参加团购的消费者来说首先要满足在地理位置上的方便；二是对商品的需求比较集中并且价格便宜。团购网站由于区域性强，所以对于网站管理者来说操作方便、推广的目标群体和方式明确。所以在推广难度上也相对较小，并且往往会产生以一传十，十传百的效应。

团购= 大量购买，可以直接给商家带来大规模的客户，是实实在在的、最直接的效益改观。在如今市场竞争激烈的环境下，团购无疑是给商家带来了新的契机，让他们有机会开辟新的营销战场，打破传统销售模式的限制。

二、可行性分析

（一）经济可行性分析，中小企业原材料团购网站制作最起码需要以下五项成本：

第一：国际域名成本，因为目前注册国内域名非常麻烦，所以我们这里暂时只分析国际域名的成本，目前国内注册国际域名以新网与万网两家公司为主，新网的国际域名市场价格为 128 元，万网的是 139 元，价格可去新网或万网的官方网站查询。不过有些域名提供商对域名的国内报价只几十元，不过只以成本价出售给你的，那域名相关的服务质量怎么样？以后会不会经常出现解析故障？会不会输入你的域名却指向了别人的网站等？同时成本价的域名你们没有管理权限，他们不会给你域名的管理密码，以后如果你们需要转移域名根本就是

不太可能的事情。

第二：网站空间的成本，网站申请好域名之后，找一个地方放网站的数据，那么放网站的数据的地方就是网站空间，一般情况下，网站空间有大陆的空间与香港空间之分，大陆空间价格普遍比香港空间便宜，200M 成本价一般在 200 元左右（市场价格 350 元左右），香港空间 200M 一般是 300 元左右（市场价格在 450 元左右），当然你可能也听说过有免费的空间，不过免费的空间速度非常慢或者空间经常打不开。

第三：网页设计人工成本，包括美工的效果图制作与网页排版，一般情况下，网络公司的美工的工资平均是 4000 元左右，如果一个美工每个月平均做 8 个网站的话，那么每个网站的人工成本就是 500 元。

第四：后台制作人工成本：美工将页面制作好之后，还不能算是真正的网站，只能叫网页，真正的网站是具有后台管理功能的，一般情况下，网站的后台都是交给程序员来做的，程序员目前在深圳比较保守的工资也在 5000 左右，如果一个程序员每月也做 8 个网站的后台的话，那么程序员的人工成本也至少在 600 元以上

第五：业务员的人工成本：现在大部分的网络公司的工资制度都是底薪加提成的方式，提成至少在 15-30% 左右，如果做一个网站模块只有 2500 元的话，那么业务员的提成也至少是 450 元左右（业务员的底薪还未包括在内）。

（二）技术可行性分析

技术方面的可行性分析，就是根据现有的技术条件，分析规划所提出的目的、要求能否达到，所选用的技术方案是否具有一定的先进性。信息系统技术上的可行性可以从硬件，包括外围设备的性能要求，软件的性能要求，能源和环境条件，辅助设备和配件条件等几个方面去考虑。

第一：分析规划所提出的目标技术上能否达到。可行性分析是建立在系统初步规划所制定的总体方案基础上的，这时必须有一个经过各方基本认可的系统目标。从技术上分析这些目标是否能实现，并分析技术的先进性。在分析技术可行性时要考虑网站以下一些技术指标

的实现问题。网站要有好的导航能力，网页要有可读性，网页的下载速度要快，网站要能让客户到其专门的使用目的。

第二：网站的互动性。互动性的网站是网站以后发展的趋势，网站的交互有人对机，人对人两种，该网站设计提供了足够的交互渠道。

第三：网站性能和其可扩展性。该网站用户代表的是一个以几何级数膨胀的群体，如何保证在网站高性能的前提下，不断满足越来越多用户的需求，将涉及到网站内部结构的规划、设计、开展和系统维护。从网络实现的技术角度，网站的主要性能指标包括了：响应时间，处理时间，用户平均等待时间，系统输出量。

综上所述网站系统开发既不能采用先进但不成熟、不稳定的技术，也不能用过时的技术。信息技术发展的摩尔定律表明其变化和淘汰的快速，也许在开发之初还是主流、先进的技术，但当需要实现时，该项技术已经过时。所以为了保护所开发的系统有尽可能长的生命周期，我们网站在选用技术时根据企业自身的实力，选择市场上比主流技术稍微超前一些，稳定可靠、性能价格比较的技术和设备。同时考虑系统开发过程中，前期的系统分析设计工作本身会需要一段时间，这段时间中技术，包括设备的价格、可靠性等还会发生变化。

（三）该网站的盈利模式主要有以下几种：

第一：销售返点。团购=大量购买，我们从网络概念分析团购属于电子商务运作模式，从商业交易行为分析团购属于大宗采购，所以团购网以“采购”（团购）的名义与商家洽谈，直接在团购网站上放置商品信息团购，商家一方面降价让利给中小企业，另一方面给团购网站一部分回佣，在这个过程，团购网就是一个代销平台，中小企业通过团购平台购买物美价廉的商品，这是团购网站运作中传统的盈利方式。在市场激烈的环境下，团购(大量购买或者说批发价)让商家有机会开辟新的营销战场，无疑是给商家带来了新的商机，中小企业也以批发价购买到了商品。

第二：现场团购。商家展会的团购形式，团购网作为商家与中小企业的中间桥梁，商家与团购网共同策划一起网络集中团购，再通过线下举办商家展览交流会，这种团购模式比较适合电器、建材、汽车

等大类产品。通过线下的产品团购活动让消费者在团购本产品的同时，还可以顺带购买其它关联产品，消费者感觉到经济实惠又方便；商家采取这样的团购促销方式，团购产品的团购价和线下团购的促销价，利润回报十几万甚至更多；网不但能从线上团购得到“回佣”线下活动也能从中抽取丰厚的“回扣”。这种线上团购配合线下开展交会促销商品的形式，让商家与团购网合作更紧密，团购网与客户(注册会员)亲密接触。

第三：商品直销。以“团购”的名义直接在网站上登陆商品信息进行直接销售，这里的货源也可以是自己进货、或跟商家合作代销，直接获得商品销售利润。商品直销是在网站运作中实现基本盈利的传统方式。

第四：广告服务。团购类网站除了具有区域性特征外、他的受众一般都是具备消费、购买能力、欲购买的人群，对于商家来说定位精准、目标明确，成本低廉，故必将成为商家广告宣传的最佳平台。

三、中小企业原材料团购网站的功能

第一：广告宣传。企业可以通过自己的 Web 服务器、网络主页(Home Page) 和电子邮件(E-mail) 在全球范围内做广告宣传，在 Internet 上宣传企业形象和发布各种商品信息，客户用网络浏览器可以迅速找到所需的商品信息。

第二：咨询洽谈。企业可借助非实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息、洽谈交易事务。在网上的咨询和洽谈能超越人们面对面洽谈的限制、提供多种方便的异地交谈形式。

第三：网上订购。企业的网上订购系统通常都是在商品介绍的页面上提供十分友好的订购信息和订购交互表格，当客户填完订购单后，系统回复确认信息单表示订购信息已收悉。客户订购信息采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄露。

第四：网上支付。网上支付是电子商务交易过程中的重要环节，商家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，采用电子支付的方式可以节省交易的开销。对于网上支付的安全问题现在已有实用的技术来保证信息传输

第五：电子账户。网上支付是指由银行、信用卡公司及保险公司等金融单位提供包含电子账户管理在内的金融服务，客户的信用卡号或银行账号是电子账户的标志，它是客户所拥有金融资产的标识代码。电子账户通过客户认证、数字签名、数据加密等技术措施的应用保证电子账户操作的安全性。

第六：服务传递。服务传递系统将客户所订购的商品尽快地传递到已订货并付款的客户手中。对于有形的商品，服务传递系统可以通过网络对在本地或异地的仓库或配送中心进行物流的调配，并通过物流服务部门完成商品的传送。

第七：意见征询。系统可以采用网页上的“选择”、“填空”等形式及时收集客户对商品和销售服务的反馈意见，这些反馈意见能提高网上、网下交易的售后服务水平，使企业获得改进产品、发现新市场的商业机会，使企业的市场运作形成一个良性的封闭回路。

第八：交易管理。交易管理系统可以借助网络快速、准确地收集大量的数据信息，利用计算机系统强大的处理能力，针对与网上交易活动相关的人、财、物、客户及本企业内部事务等各方面进行及时、科学、合理的协调和管理。

四、数据库的基本信息

1 创建商品表

字段信息：

原材料标号 ISBN

原材料名称 name

原材料价格 price

原材料简介 summary 创建订单表

字段信息：

订单标号 order ID

用户名 user ID

订单总价 total price

订单日期 date 创建订单明细表

订单项标号 ID

订单标号 order ID

原材料标号 ISBN

原材料数量 number

五、网站实施难点

管理难题主要有：

(1)网站栏目和产品分类设置不合理的综合问题。团购网站结构看起来简单，无非是供应信息、求购信息、产品库、企业库等主要栏目，以及每个栏目下对不同行业、不同产品类别的分类，将相应的信息发布到相应的分类中。但实际上，**B2B** 网站分类方法对于网站的整体优化状况是至关重要的，因分类目录不合理将造成用户难以获取网站信息、搜索引擎忽略二级栏目及二级栏目中的信息，以及网站 **PR** 值低等综合问题。

(2)大量新发布的信息无法被搜索引擎收录。随着供求信息发布量的增加，大量新发布的信息在不断滚动更新，但很多新的信息还为等到搜索引擎收录就已经滚动到多层次目录之下，而由于网站结构层次设计不合理的原因，即使全部网页都转化为静态网页，仍有可能造成信息无法被搜索引擎收录。

(3)网页标题设计及网页内容的相关性问题。在一般由网站维护人员编辑内容的网站中，网页标题的设计以及网页标题与网页内容的相关性问题可以得到比较好的控制，但在用户自行发布信息的行业网站网页标题设计不专业以及与网页内容相关性不高的问题比较突出，其后果是不仅供求信息内容网页在搜索引擎中没有竞争优势，甚至可能影响整个网站的表现。

运营难点：如何扩大团购业务区域规模以及如何做好消费者、商户两端的服

(1) 扩大团购业务的区域规模

当前主要的团购网已经完成了早期的用户积累。团购网站规模化方面更大的难点在于业务范围的区域扩展。中国市场不同地域的消费

团购网站运营的难点之一。

由于中国不同地区市场差异加大，团购网站必须安排部分人员常驻当地市场，形成团购网站业务地区扩展的同时，员工规模同步增加的状况。如何管理庞大的人员队伍，也是对团购网站运营能力的考验。目前，国内各家团购网站，在业务区域扩展方面仍在探索。

2、如何同时服务好消费者与商户

团购网站的服务，不仅指团购网站为消费者提供的服务，而且包括为商户提供的服务。因为团购网站是联系商户和消费者的桥梁。对于消费者而言，团购网站不仅需要保证在参与团购时购物流程的通畅，而且要保证实地消费时商户服务的水平。

对于商户而言，团购的主要作用在于商户的品牌的宣传，但通常伴随着商户短期内的亏损。如何帮忙商户实现短期营销与长期受益的最大化是团购网站需要考虑的问题

中小企业原材料团购网站

一、前言

大部分传统企业一方面面临着高通胀时代的成本剧增压力和现代化管理人才匮乏瓶颈；另一方面，传统被动式“开门等客”和粗放式“折扣营销”模式已不能支撑传统企业持续收益和良性发展的需要。据调查，目前中国 90% 以上的企业是中小企业，而随着互联网和电子商务的发展，一些进行原材料网上销售的公司应运而生。逼迫传统企业走上电子商务革新之路，传统企业对付电子商务企业要么肉搏，要么吸纳“团购”等电商模式成为自己的一种新渠道。

二、可行性分析

（1）需求

与传统销售方式相比，团购具有以下优势：团购一般都是在一定区域范围内进行，所以团购网站最大的特点就是具有区域（本地）性。所以不论从区域、购买消费需求上都相对聚合，使得团购网站的商业价值一般高于当地其他类型的网站。所以，团购网站是一个市场

项目。

此外团购网站因为它拥有非常强烈的“区域特性”、“商业盈利特性”，即使在同一城市，同一地区已经有了多家团购网站，仍然能够很好的避开正面的竞争，例如各自在具体地理位置上的不同，在商品类别上有自己的侧重点、价格优势、服务优势、商家合作模式上等。因为对于参加团购的消费者来说首先要满足在地理位置上的方便；二是对商品的需求比较集中并且价格便宜。团购网站由于区域性强，所以对于网站管理者来说操作方便、推广的目标群体和方式明确。所以在推广难度上也相对较小，并且往往会产生以一传十，十传百的效应。

团购=大量购买，可以直接给商家带来大规模的客户，是实实在在的、最直接的效益改观。在如今市场竞争激烈的环境下，团购无疑是给商家带来了新的契机，让他们有机会开辟新的营销战场，打破传统销售模式的限制。

（2）技术

技术方面的可行性分析，就是根据现有的技术条件，分析规划所提出的目的、要求能否达到，所选用的技术方案是否具有一定的先进性。信息系统技术上的可行性可以从硬件，包括外围设备的性能要求，软件的性能要求，能源和环境条件，辅助设备和配件条件等几个方面去考虑。第一：分析规划所提出的目标技术上能否达到。可行性分析是建立在系统初步规划所制定的总体方案基础上的，这时必须有一个经过各方基本认可的系统目标。从技术上分析这些目标是否能实现，并分析技术的先进性。在分析技术可行性时要考虑网站以下一些技术指标的实现问题。网站要有好的导航能力，网页要有可读性，网页的下载速度要快，网站要能让客户到其专门的使用目的。第二：网站的互动性。互动性的网站是网站以后发展的趋势，网站的交互有人对机，人对人两种，该网站设计提供了足够的交互渠道。

第三：网站性能和其可扩展性。该网站用户代表的是一个以几何级数膨胀的群体，如何保证在网站高性能的前提下，不断满足越来越多用户的需求，将涉及到网站内部结构的规划、设计、开展和系统维

处理时间，用户平均等待时间，系统输出量。综上所述网站系统开发既不能采用先进但不成熟、不稳定的技术，也不能用过时的技术。信息技术发展的摩尔定律表明其变化和淘汰的快速，也许在开发之初还是主流、先进的技术，但当需要实现时，该项技术已经过时。所以为了保护所开发的系统有尽可能长的生命周期，我们网站在选用技术时根据企业自身的实力，选择市场上比主流技术稍微超前一些，稳定可靠、性能价格比较的技术和设备。同时考虑系统开发过程中，前期的系统分析设计工作本身会需要一段时间，这段时间中技术，包括设备的价格、可靠性等还会发生变化。

(3) 该网站的盈利模式主要有以下几种：

1、销售返点。团购=大量购买，我们从网络概念分析团购属于电子商务运作模式，从商业交易行为分析团购属于大宗采购，所以团购网以“采购”(团购)的名义与商家洽谈，直接在团购网站上放置商品信息团购，商家一方面降价让利给中小企业，另一方面给团购网站一部分回佣，在这个过程，团购网就是一个代销平台，中小企业通过团购平台购买物美价廉的商品，这是团购网站运作中传统的盈利方式。在市场激烈的环境下，团购(大量购买或者说批发价)让商家有机会开辟新的营销战场，无疑是给商家带来了新的商机，中小企业也以批发价购买到了商品。

2、现场团购。商家展会的团购形式，团购网作为商家与中小企业的中间桥梁，商家与团购网共同策划一起网络集中团购，再通过线下举办商家展览交流会，这种团购模式比较适合电器、建材、汽车等大类产品。通过线下的产品团购活动让消费者在团购本产品的同时，还可以顺带购买其它关联产品，消费者感觉到经济实惠又方便;商家采取这样的团购促销方式，团购产品的团购价和线下团购的促销价，利润回报十几万甚至更多;网不但能从线上团购得到“回佣”线下活动也能从中抽取丰厚的“回扣”。这种线上团购配合线下开展交会促销商品的形式，让商家与团购网合作更紧密，团购网与客户(注册会员)亲密接触。

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/396043203212011012>