

# 电商项目计划书（精选11篇）

日子如同白驹过隙，很快就要开展新的工作了，为此需要好好地写一份计划了。那么计划怎么拟定才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的电商项目计划书，欢迎阅读与收藏。

## 电商项目计划书 篇1

### （一）项目综述

#### 1.1项目背景

现在电子商务有三种模式，B2B，B2C，C2C，B2B阿里巴巴、慧聪、买麦、三足鼎立，C2C淘宝一家独大，B2C这种企业与消费者之间的电商模式由于先天的成本节约，必将成为本世纪最主要的贸易方式之一，但是在2001年开始兴起的电子商务，出收、价格战、物流、支付和C2C的多重夹击下，B2C却一直无法振作！但是2006年以后，B2C在疯狂的增长，却是不争的事实了，从淘宝商城，凡客，京东等可以看出。

据调查，以B2C模式的电子商务的增值幅度可达到1：50左右。目前，随着我国区域经济的快速发展，特别是以地域、地缘、区域经济的迅速崛起，从而使用户对本地信息需求的增加的到了空前。这就促使了区域性B2C电子商务商业价值的快速释放。

随着郑州市政府的大力支持和龙子湖各高校的积极响应与配合，龙子湖大学城的建设正在火热的进行着，集聚好十多万人口的大学城仿佛在暗

示着一个巨大的商机，特别是大学城的各种配套设施的不健全，更加验证了这种可能。

但是网络宽带的接入率相当高，以及达到了“宿宿通网，一室全孔”，网络覆盖率达98%，这就为上网营造了良好客观因素。更重要的是，随着电脑硬件的价格不断走低，学生购买电脑的几率不断的攀升。

据调查，未来一两年内大学生个人电脑拥有率为39.7%以上，而这个数据将在以每年3%~6%的速度快速增长。这样就大学生网上购物创造了先决条件。

当代大学生不一样的生活和思想，追求的不同，享受生活的方式自然也不同，科技不断的进步，生活水平的不断提高，网上购物并不是什么新鲜和稀奇的事情，它却成为日益影响我们日常生活的一部分，成为生活中不可缺少的一个分支。

而将传统零销售业与传统的物流结合起来形成地域性强劲的B2C模式的电子商务。这也将一定程度上弥补了大型购物网站在区域上的不足继而产生了优势的竞争力。

### 1.2项目总体目标

在近几年内，“为你来”将以龙子湖大学城为依托，立足大学城，建立一个以学生为主，涵盖周边地区的大型综合电子商务平台。

### 1.3项目商业模式

b2c的商业模式：网站和实体店相结合攻占整个龙子湖大学城市场。

## (二)、目标市场

### 2.1市场描述

“为你来”电子商务立足龙子湖大学城，致力于龙子湖大学城的综合性电子商务。目标市场是那些电脑拥有率较高的各个高校，以及附近周边地区的居民。如祭城的居民。

## 2.2 市场大小和发展趋势

龙子湖大学城是一个正在快速发展的大学城，市场潜力大就目前来说这边的同类电子商务几乎空白，是一个未开发的处女地。入住师生将达十几万的人口。而在大学城的崛起中，响应的配套实施并不齐全，更重要的是相应的零售商，以及大型商场几乎少之甚少，不能满足用户的需求。

那么，以区域经济为依托的电子商务的发展将正好可以弥补这一市场空白。

## 电商项目计划书 篇2

### 一、项目内容

本项目主要针对某某县农业发展及民族手工业产品的现状，运用日趋完善的电子商务，为农产品及民族手工产品买卖建立网络信息服务，意在解决我县农产品业及民族手工产品信息基础设施落后、网络化程度较低、信息的交流与共享不通畅而导致农产品及民族手工产品交易困难的现状。通过网络技术，让农产品及民族手工产品销售摆脱中间商盘剥与市场信息不通畅的问题。此项目主要结合某某县农业发展现状，借助电子商务平台，为农产品买卖建立网络信息服务。旨在帮助某某县农产品走出去，提升某某县农产品影响力，加快某某县经济发展。

### 二、项目背景

随着我国经济的快速发展，城市化进程的加快，人们越来越追求高品质的生活。民以食为天，而当今食品安全令人担忧，市场上的农产品品质良莠不齐，没有统一的管理与规范，在此社会大背景下，原生态特色农产品越来越受到人们的青睐。目前某某县农产品的销售仅局限于线下，没有统一的电子商务销售平台，急需建设一个统一规范的电子商务台帮助某某县农产品走出去，提高销售额，加快某某县经济发展。

### 三、项目发展前景

#### 1、有利的外部宏观环境

国家对“三农”问题的重视，以及信息技术和电子商务的越来越深入人民生活，电子商务在我国农业得到了越来越广泛的应用：国家发改委农产品批发市场信息化、农业部对农业信息化重视和积极扶持政策，如今农业的发展可以让我国现有的经济发展水平有一个新突破；经济全球化的外力推动，更有利于农产品的出口。

#### 2、农产品市场的自我创新需求驱动

产业发展的基础是生产，但市场和流通是决定产业发展的关键环节。农产品流通不畅已经成为阻碍农业和农村经济健康发展、影响农民增收乃至农村稳定的重要因素之一。农产品的交易难及农产品的结构性、季节性、区域性过剩，从流通环节看，主要存在两个问题：一是信息不畅，盲目跟风。市场信息的形成机制和信息传播手段落后使农户缺少市场信息的指导。二是农产品交易手段单一，交易市场管理不规范。所以当务之急便是如何解决信息畅通问题，以及市场预测，尽可能避免不必要的损失。这

需要创建一个平台去解决这个问题。创建一个平台去提高信息流通率，信息匹配率，商务交易率，方便这个产业的发展和扩大。

#### 四、供应产品

1、民族手工艺类：排倒莫蜡染、苗族手工银饰、石桥古法造纸。

2、民间特产类：排调米酒、民间自制香肠、土酒、酸、糟辣椒黑毛猪香猪肉。

3、精装礼品类：黔丹硒米、硒茶、俊建公司红酸、糟辣椒、腊肉、香肠、喜湘聚豆腐干、浙丹林芝粉、金海公司韭菜根、茅台生态农业公司酒品。

#### 五、目标市场分析

当下中国，电子商务正处在一个飞速发展的阶段，电子商务覆盖的领域涉及了我们生活中的方方面面，例如图书、家电、电子产品、服装纺织等。可以说各行各业都开始融入电子商务这个广阔的平台。那么，电子商务何以会受到如此青睐，为越来越广泛的人群所接受呢？我们认为原因有三：

一是拓宽了买卖双方的地理空间。通过电子商务提供的交易平台，买卖双方可以在互不见面的情况下进行相关的谈判及交易，大大节省了交易的成本和时间。同时，交易的范围也不再仅仅局限在一市或一省之内，而是扩大到了全国甚而世界，由此带来的交易数量的增长也是极其可观的；

二是理清了市场基本状况。通过将各类商品的价格、数量、及基本介绍在网站上统一显示，使得买家能够对整个市场情况有比较

清晰的了解，能够以较合理的价格买到自己需要的物品；对于卖家来说，他们能够即时了解买家的需求状况及个性化的要求并据此调整自己的经营策略，能够风险降至最低；

三是缩短了中间环节。由于电子商务的交易直接发生在买卖双方之间，而略去了中间的若干环节，所以使得交易成本、交易价格大幅降低，达到了双赢的目标。

由于以上三点存在，参与电子商务交易的人们得到了大量的便利和实惠，得到了大家的认同。

由此，结合我们对电子商务特点的分析，若能将电子商务引入农产品交易中，使得农民与商贩直接进行对话、

### **电商项目计划书 篇3**

#### **一、项目简介：**

校园水果店的建立：在校学生达到2000名的学院建立水果店。

#### **二、市场分析**

中国的水果市场巨大，与国外人均年消费水果相比，国内人均消费才刚到其一半。通过对大多在校生的调查，80%的在校生每月消费水果的金额在30元以上。15%的在校生消费水果在20—30元之间。只有5%的在校生消费水果在20元以下。

随着生活水平的提高，对水果的消费需求呈增长趋势。我国目前人均果品占有量约为45kg，与健康标准要求(70kg)还有不小的差距，与发

达国家人年均消费水果(80kg)的水平相比差距更大。若考虑到未来人口增长因素，按照健康标准计算，全国水果消费量比20xx年生产总量高出70%

### **三、选择理由：**

1、行业的需要：学校周围没有比较正规的水果店。

2、创业者的需要：资本投入小。

3、新颖的销售方式：开放式的自选。

4、多样的服务项目：提供清洗，提供组合包装，及在店内介绍各种水果的特征和适合食用的人群，引导健康消费。

5、水果的购买状况和消费者的心理：时间忙，没有多余的时间用来购买水果。超市因为以食品为主，所以不会购买很多的水果。

6、庞大的市场：大学生作为社会中最特殊的消费群体，具有广泛的代表性，他们有着巨大的消费需求，但同时他们又未获得经济上的独立，消费观念的超前和消费能力的不足使他们的消费受到了很大的制约。故经济又健康的水果成为了大学生休闲食品的最佳选择。

### **四、特色服务：**

1. 水果行业是发展最大的行业。并且该行业没有什么大的销售巨头。市场空间非常大，是最多的投资者首选的创业方式。校园水果店的存在首先方便了在校生消费水果。因为水果店的选址一般在距离学生较近的地方。在这以前，人们购买水果的场所一般为：超市、农贸市场、其它（游商和街头水果摊）。我们学校附近没有比较正规的水果店，下雨天出去买

水果不方便。在学校开设水果店，可以让消费者购买水果更方便，增加水果的消费量。

2. 给顾客全新的、放心、保证质量和便宜的放心消费地点。更多的顾客选择去超市购买水果，除了是在购买其他商品的时候见到有水果销售，顺便购买外，剩下的最大原因就是超市的水果不管是从产品外观、产品质量、分量上都可以让消费者很放心。并且开放的自选方式可以让顾客有更多的挑选余地。对于我们的水果店，我们可以每天进货保证水果的新鲜，价格便宜，完全可以给予顾客以上心理的满足。

3. 独特的引导消费。现在的人购买水果，完全是凭借自己的口味和喜好来选择水果消费，而忽视了水果本身的特性和适合食用的人群。通过对众多的消费者的调查，发现很少有人了解水果。这就说明大家都是在盲目的消费水果。作为一个水果零售商、我们的责任就是要教会大家如何合理的消费、食用水果。在这方面，我会在店面张贴每种水果特性的海报及适合食用的人群，和好坏等级的鉴别方法，引导大家健康的消费。

4. 提供多种多样的服务来针对不同的消费群。水果消费者一般会分为自己食用和送礼2种。针对送礼人群的心理及包装需要，我们会进行一些包装，有偿提供给消费者。也就是说，顾客可以随意组合、购买水果。购买完后如果需要包装，只需要交纳一定的包装费，就可以得到店内的包装，并可以得到贺卡一张。这样，既让消费者明白消费，免去了在游商或其他商家处购买的昂贵礼品装水果，又可以保证质量。针对消费者的需求，顾客在购买完水果后，可以自助的免费使用水源清洗水果。

## **五、竞争对手：**

### 1、超市：

一般超市都是以生活用品，零食为主，对于水果，一般都很少，而我们学校周围超市没有卖水果的。

#### 我们的优势：

我们把店面开在学校，成本较低，并且我们的购物环境好，信誉度高和价格便宜。并且我们会提供水果的宣传介绍、礼品的包装等服务相信都是我们学校周围所没有的。

### 2、农贸市场：

一般是以露天的形式出现。由于摊位租金便宜，所以其价格可能会有点优势。但其购物环境、产品服务都没有，顾客也没有什么挑选余地，并且在质量和份量上都不很牢靠。

#### 我们的优势：

一般人们去农贸市场都是去买些日常食用的粮食和蔬菜，所以在购买了大量的其它产品后，一般不会在购买很多水果，因为购买东西太多和太重都会对其行动形成不便。而我们的水果店开在学校里，这样方便了在校学生购买水果。相信谁也不愿意走10多分钟去买个西瓜在抱回家，大家购买这类水果更愿意在离家较进的地点购买，而且我们提供冰水果，夏天比较凉爽。

### 3、游商小贩：

其特点是流动行强，能把水果车推到学校，由于没有租金成本，所以其价格可能会更低。其缺点是游商小贩所售水果经常有缺斤少两、以次充好的现象。

我们的优势：

我们保证不会缺斤少两，诚信经营。

## 六、问题与风险：

### （一）、如何降低成本：

1、采购成本：采购成本和销售量有直接的联系。但创业开始我们不会有太大的销售量，如何降低采购成本呢？其实我们只要找到合适的合作伙伴，相信这个问题就迎刃而解了。创业开始，我们会与水果批发商合作。

2、运营成本：这直接关系到产品的销售价格。我们除了店租便宜外，会降低水果的价格。

### （二）、如何吸引消费者的关注：

开业初期，可以通过发放宣传单还有一些优惠的海报发放给在校学生。并可以推出购买一定数量推出优惠活动。这样可以增加水果的消费量。

### （三）、如何让消费者选择我们提供的商品：

1、良好的形象

2、良好购物环境

3、有竞争力的价格

4、多重的促销活动5、多种多样的便利服务措施。

#### （四）、损耗问题：

水果的损耗是最难控制的。因为其关系到产品的采购、仓储、运输等各个环节。并且水果是不太容易量化的产品，只能按金来计算其价格，而没有单个产品的单价。所以控制起来要比其它商品有点难度。在这方面，降低这一层面的风险。

#### （五）、气候条件：

气候条件是决定水果价格的主要因素，好在现在可以从某些机构了解到明年的气候预测，这也可以根据气候条件来判断水果的收购价格。

### 七、市场营销：

#### （一）、销售：

##### 1. 单店推广：

（1）开业之初在水果店周围发放宣传工作单吸引顾客。

（2）推出优惠活动，吸引在校生前来消费。并可以推出购买一定数量优惠的活动。这样可以增加水果的消费量。

##### 2. 水果的推广：

每天介绍水果的特性，推广水果对健康的知识。

#### （二）、产品、市场、利润分析

##### 1. 产品定位：

水果店的开设在目标人群为2000名在校生的学院。

2. 利润分析：

（1）目标为2000名在校生的学院。80%的在校生每月消费水果的金额在30元以上。15%的在校生消费水果在20—30元之间。只有5%的在校生消费水果在20元以下。

（2）水果店的开设，会大大方便在校生的水果购买以及一些工作繁忙的老师的水果消费，相信水果消费市场的巨大。

（3）赢利分析：

市场份额分析：

消费人群：主要定位在学校中的学生。由于时间限制，决定了他们不可能去很远的地方，并购买很多很重的水果，所以在学校里开水果店最方便其购买水果。

## 电商项目计划书 篇4

### 一、项目背景

中国互联网统计报告显示，我国全国各地在校大学生也已达到2300万以上，他们是时尚、电子、数码、影像、文化等产品的强大消费群体。他们的前卫意识、创新精神、强大的购买力、消费示范效应，决定了他们必然是中国现在及未来网上购物的主要消费群体。随着互联网在中国的普及，必将成为未来最重要的商务模式之一，市场发展前景广阔。因此开拓高校消费市场不仅有着良好的发展前景、经济利益，也抓住了未来的网上购物的主力消费群体。与此同时国家每年都会有一些政策倾向大学校园，校园也越来越显现注意力经济效益，开拓这块市场有巨大潜在的经济效益，还非常有利于树立良好的企业形象，带来一定的社会效益。

而目前尚未有专注校园领域的电子商务公司，原因：

1、中国电子商务市场还属于粗犷发展阶段，市场细分还没有达到绝对明确的地步，很多公司尚未顾及到；

2、电子商务起点较高，有些公司看到发展前景，但有心无力去发展这块市场；

3、校园市场相对复杂，难以逾越的的校园壁垒，使得很多公司望而却步，缺少有效开拓市场的营销模式。

## 二、项目介绍

校园地带是专业定位于中国大学生校园电子商务门户平台，校园地带可通过整合厂家资源，全国配送体系，立体式渗透型的营销模式，打造中国最有活力、最具特色、最有竞争力的校园电子商务第一品牌。

网站定位：高校电子商务门户网站，校园商务第一品牌。

产品线定位：图书、音像、礼品、数码、手机时尚。

消费群体定位：大学生、白领等具有活力的年轻消费群体。

项目特点：

1、校园消费市场潜力巨大，大学生是网上购物的主要消费群体，他们对于未来的电子商务市场的发展起决定性作用。

2、大学生消费前卫性、易诱导性、示范效应是这块市场与众不同之处

。

3、国家对高校的政策倾向，有利于树立企业形象，产生良好的社会效益。

4、校园市场人力成本相对较低。

项目创新分析：

1、注重差异定位和不可复制性，针对大学生市场，以人为本，人性营销，人与人的沟通，心与心的碰撞，这是任何广告宣传都难以达到的效果。

2、模式创新，网上和网下真正互动起来，相互促进相互推动发展。

3、推广品牌文化，大学生创新创业精神，在中国电子商务群雄乱世的年代，创造第一个让品牌文化深入人心的校园电子商务品牌。

4、务实的优质服务，把我们的优质的服务扎根于大学校园，让我们的服务成为电子商务领域中的“佼佼者”。

### 三、商业模式（略）

1、厂商资源整合

2、物流体系整合

3、支付系统整合

4、手机电子商务平台

5、N位立体式的营销模式

平媒、网媒、实体、会员、互动、直销、文化。

#### 四、收益

项目第一年总投资为1250万。其中，设备购置房产租金150万，技术研发费用100万，管理费用60万，财务费用15万，营销费用725万，流动资金200万。

收益来源主要为广告业务、网络信息服务和产品销售利润。

项目运作的可行性

校园电子商务市场前景非常的好，将从以下几点分析：

第一目前网络购物的消费群体大专和本科学历占67%，年龄在18—24岁之间比例为41.9%，在校学生购物比例为31%由此可见校园电子商务发展空间极其广阔；

第二学生消费时尚、折扣心理、易诱导性、示范效应等消费特点适合校园电子商务的发展；

第三目前我国正在开展高校上网计划，实现网络化的校园模式，随着数字校园时代的到来，电子商务逐渐成为信息时代便利生活的一部分，其发展前景十分广阔，并且日趋成熟、完善；

第四大学校园是一个相对封闭的空间，消费群体相对集中，针对性更强，市场推广效果要远远比其它市场效果好，同时市场运营费用也相对低廉。

第五目前尚未有专业针对校园市场的电子商务公司，这也是目前中国电子商务粗放化发展的结果，随着市场化的细分，校园市场定为商家必争之地，提早进入市场将获得不可取代的竞争优势。

消费群体概况

大学生是潜力人群。无可否认，大学生的现实消费力并不强，但同样不可忽视，他们代表的是不久的将来的实力阶层——较高的教育经历决定了他们未来在社会上的中坚与引导地位以及不菲的收入。从最功利的角度来看，大学生具有潜在的强消费欲望——现实的经济实力虽然可以限制他们的消费表现，但无法扭曲其所拥有的高品质价值取向，仅仅从其现有的消费行为和愿望，我们就能预见到他们的欲望轮廓。

在调查中，发现大学生具有“低价值产品高层化、高价值产品低层化”消费特点。也就是说，为了能够达到消费的目的，他们可以在高价值产品上降低某些附加需求以达到核心需求的满足，但是在低价值产品上，他们则会追求完全的需求满足，享受痛快淋漓的消费体验。可以想见，这样一群消费者，一旦他们的社会地位和经济能力提升，他们所蕴涵的市场价值与商机无可估量。

### 群体规模和消费水平

中国互联网络信息中心发布的第十五次中国互联网络发展状况统计报告显示：网络购物的消费群体大专和本科学历占67%，年龄在18—24岁之间比例为41.9%，在校学生购物比例为31%，通过以上数据可以看出，大中专院校学生为目前中国网络购物的主要消费群体。20xx年，中国目前大中专院校学生已经有2000万人左右。大学生每学期的消费支出高达4819元，这意味着大学生的人均年消费超过了城镇居民人均年纯收入（8472.2元）。20xx年这些数字还要增加。

### 消费者行为特点

- (1) 强大的消费能力和潜在的消费巨大空间
- (2) 个性独特带来普遍消费
- (3) 实惠消费心理
- (4) 情感消费
- (5) 潮汐性消费
- (6) 消费行为易诱导

#### 消费群体信息传播空间

21世纪大学生生活在一个资讯异常丰富的时代，多元化的媒体渠道、丰富的信息类型与多元化的接触特征是21世界大学生信息世界的典型特色。在众多的信息渠道中，互联网已经成为大学生获得信息来源的首要渠道56.4%，同样同学/朋友的介绍传播53.1%，代表传统媒体的报纸55.1%、电视49.8%、杂志27.8%也是重要的信息渠道，对当代大学生有着极为重要的影响，特别在互联网广告真正发展起来之前，这些媒体依旧是企业、产品和品牌广告的最主要传播载体，尤其需要得到关注。

## 电商项目计划书 篇5

### 一、宗旨及商业模式

宗旨：成为行业领先的专业箱包类批发网站；

我们销售的不仅仅是一件件包包，更是一种感性和时尚；一种积极乐观的现代生活方式；

商业模式：BTOC的商业模式；

网站和实体相结合。

## 二、产品概述

布包、皮包、竹子工艺包、草包等等。

## 三、市场分析

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重时尚元素的把握和追求个性魅力的张扬。尤其作为女性日常装扮必不可少的一部分，包包已成为众多女性在着装中考虑的热点。越来越多的女性已经意识到，包包在整体衣着搭配上会带来不同凡响的效果。巧妙的搭配不仅可以提升个人的气质和品味，更是日常工作和生活中的随身好伴侣。一个时尚的都市女性拥有几款不同款式和不同材质的包包早已不足为奇。

而据相关统计显示，中国市场皮具消费需求近年来每年可达数百亿元，总消费量占世界总消费量近五成，皮具文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

全球产业结构的调整和信息技术的迅猛发展都为女性的就业和创业活动提供了全新的基础和空间。她们在参与经济建设的同时，日益显现出自身的价值和优势。那些拥有良好教育背景的知识女性已不甘于程式化朝九晚五的工作，越来越多人投身于自主创业，这其中有很大比例是从事服饰销售等行业，她们一般都具备电子商务的基本技能，这为寻找货源增添了便利，因而网络批发商应运而生。而网络批发一般具有零库存，不用租门面房等低成本优势，具有极强的竞争力和发展潜力。

## xx箱包城--

是经xx市批准的奉贤区政府的重点项目，奉城镇政府经济园区控股重点开发建设，控制规划2800亩，其中商贸用地860亩，投资10亿元人民币，是集产业、商贸、信息、物流、展示、研发为一体的大型箱包、皮具专业市场。临近的江浙两省有多达三万家的箱包企业，而奉城及其附近地区就有几百家，从而形成了强有力的产业支撑。建成后的xx箱包城将包容一个规模庞大、链条完整的工贸产业群，能吸纳2000多家厂商进城置业发展，可安排4万人就业。市场投入运营后，预计年成交额可达60-100亿元。

## 四、竞争分析

目前发展势头最为迅猛，但地处山东东营，地理、信息优势无法和xx相比，但他们目前已经走出山东，在广东设有办事处。

地处宁波，处于发展初期，规模还比较小。

地处广东，网络推广不是很成功，但正在赶上。

## 五、财务预测

初期1年的营运费用大致在6万元（实际初期投入约3万元），2006年12月之前达到收支平衡，同时在xx开出2~3家实体店。

## 六、营销组合策略

因为我们是创业初期的电子商务型企业，所以采用以网络推广为主的营销方式。

传统媒体：考虑到创业初期的成本及效果，暂不考虑；

网络推广：在google、baidu上买关键词、网络排名，购买网络实名（3721），在淘宝、易趣上开店，成为阿里巴巴“诚信通”会员，并争取早点加入阿里巴巴“中国供应商”，同时在天涯、瑞丽、无忧团购、等知名论坛发贴，贴图，以增强宣传力度。

促销手段：通过QQ群发，论坛发贴等方法，新会员入会或在某个特定时间段（比如10月1号到10月7号）注册会员并发贴者均有机会免费获得网站提供的时尚包包，以提高人气指数，比如论坛同时最高在线人数。还有在免费的网络开店平台做一个特价销售的推荐，比如选择的是一个小布包。应该说，登陆这个开店平台的人都会看到，这对店铺而言，是很好的宣传。这样的宣传还是很吸引人的，很多买家会关注你的店，看看你的下一期优惠活动是什么，这样人气就聚起来了。

情报收集：根据本人观察，现在同类网站的信息保护意识不强，导致客户信息公开，现我已经收集到批发类准客户基本资料300条左右，主要联系方式为QQ、E-MAIL及电话等；在淘包、易趣、一拍、拍拍、网易相册上也能找到潜在客户的联系方式；如果能争取到20%的客户，我们短期内的客户就可以达到60家，降低了投资风险；

校园推广：高校飘浮着商务气息：据调查，全国各地在校大学生已达1700万以上，他们是时尚品的强大消费者和潜在消费群体。大学生是未来消费时尚和方向的领导者，尤其在中高档商品的消费上。根据调查了解到现在大学生常接触的媒体，网络占87%，电视占50%，杂志占50%，报纸占53%，电台占3%，其他占10%。可见，网络宣传和电视广告对大学生而言是比较

可取的宣传媒体；大学生的课余生活应该是丰富多彩的，上网占70%，所以可以通过箱包设计大赛、招聘样衣模特等方式来吸引她们的眼球；同时还可发展外省大学生开拓本地市场，让她们成为事业合伙人。开拓大学生市场并不仅仅是获得了目前这一个市场空间，对企业的长远发展也很有意义；

社会形象：力所能及的支持国家希望工程，逐年增加资助名额，培养企业员工的社会责任感，树立企业良好的社会形象。

## 七、资金需求及筹措方法

资金需求：初期1年的营运费用大致在6万元，通过《创业家园》、《创智赢家》等吸引投资入股，但投资方占有股权不得超过49%，具体面议。

合作方式：投资方出资，实行财务监督，不参加网站具体运营。

## 八、团队概述

发起人：重返xx滩

3年多的销售经验，业务一直在公司名列前茅；

在XX电机（xx）有限公司工作期间，在产品知名度不高、市场竞争激烈的情况下率先在10个人中完成第一笔13.8万的业务；

在xx电子有限公司工作期间，在公司新开发的业务xx区长期没有进展、3年间没有样板工程的情况下，率先签单43.8万，在公司有一定的影响。

## 电商项目计划书 篇6

### 一、培养目标

本专业培养与我国社会主义现代化建设要求相适应的，德、智、体、美等方面全面发展的，掌握必需的科学文化知识的，具有扎实的电子商务专业基础知识和基本技能，适应网络经济的快速发展，能满足电子商务相关行业实际工作要求的中等专业人才。在大中型工矿企业、商品流通企业、物流运输公司、外贸公司、海关、电子信息等单位的电子商务及内部信息系统的操作策划、商品营销、商务信息管理、物流配送工作，中小企业商务网站开发与营运工作，企事业单位的电子商务教学或培训工作。

## 二、课程设置

1.公共课：语文、数学、英语、计算机应用、体育与健康、职业道德与法律、职业生涯规划、经济政治与社会、哲学与人生、音乐、美术。

2.专业基础课：经济学、市场营销学、基础会计、电商概论、物流概论、SQL、基本技能（项目）。

3.专业主干课程：营销策划、网络营销、电商模拟平台、ASP、电商网站开发、物流信息管理。

4.选修课：普通话、商务礼仪、国际贸易理论与实务、商务谈判、商品知识、经济法、电商案例分析。

## 三、专业主干课程(项目)简介

营销策划：通过学习，使学生了解市场营销的概念，能分析案例中的市场营销环境，判断消费者市场和消费者行为，会使用市场营销调研的基本方法，会细分市场及对市场进行正确定位，能够分析常用产品的特色、

品牌、包装及其定价策略，会使用常用的促销策略，能够进行策划方案的设计。借助市场营销教学平台进行项目教学。

网络营销：通过学习，使学生了解网络营销的概念，会使用Email、邮件列表、网站等形式与客户沟通及树立公司形象、会设计网上调查表、会注册域名及上传网站，会通过贸易平台发布商务信息，会定义合适的“关键词”，利用搜索引擎来进行网站推广，会进行网上市场和用户信息调研，知道常见网站的广告定价和发布方法。借助网络营销教学平台进行项目教学。

ASP基础：本课程包括的主要内容：讲述数据库基本概念，数据库结构，数据类型，建立数据库、查询、修改与统计数据。与ASP非常相关的VBScript代码格式、变量、过程和函数、数据类型、语句，ASP基础知识：ASP文件结构、基本语法、变量、脚本语言、ASP对象，ADO访问数据库，RecordSet访问数据库。以及三个实例：零售商网站、制造业网站、网上书城。

物流信息管理：使学生掌握第三方物流管理软件的一般原理和业务流程，包括运输、仓储、物流配送等模块，完成企业物流信息单证和业务的计算机处理。借助第三方物流管理平台进行项目教学。

电子商务模拟平台：本课程的主要内容：介绍模拟平台系统基础，B2C和B2B系统的'基本流程、功能和特点，介绍网上商店和网上支付、物流配送等功能模块，B2B系统分出口贸易和进口贸易流程。借助电子商务教学平台进行项目教学。

电子商务网站开发：本课程的主要内容是：计算机网络的概述，数据通信的基础知识，计算机网络技术基础，包括拓扑结构，OSI参考模型，网络类型、传输协议，结构化布线系统，网络设备，互联网，网络安全与电

子商务面临的威胁，网络新技术，局域网的建立。借助电子商务开发平台进行项目教学。

#### **四、学时分配教学总学时2220学时。**

其中公共课840学时，占总学时的37.8%，大类专业基础课456学时，占总学时的20.5%，专业主干课（项目）510课时，占总学时的23.0%，选修课414课时，占总学时的18.6%。校外教学实践教学环节2-4周。

#### **五、执行此计划对实验、实习、作业等教学环节的要求本计划拟两年半完成。**

一年分为两个学期，每学期18周为教学周，第五学期为6周。必修课程23门，1806学时，占总学时的81.4%；选修课程8门，414学时，占总学时的18.6%。

#### **六、毕业条件**

- 1、基本技能证书：普通话、计算机等级证。
- 2、专业技能证书：助理电子商务师或助理网络营销经理、助理物流信息管理师等职业技能证书。

#### **七、毕业说明**

取得普通话合格证、计算机等级证、助理电子商务师或助理网络营销经理或助理物流信息管理师技能证书，全部科目成绩合格，才能取得毕业证书。

时间总是在悄无声息的流逝，20xx年渐渐离我们远去，为了20xx年工作开展有条不紊，现特做如下工作计划：

## 一、公司网站的日常维护和更新

公司网站后台信息和产品图片的及时更新，管理和更新公司网站的内容，使之处于不断更新的状态中，每天大概抽出一个小时的时间对公司网站后台上的产品的关键词，产品简介进行更新，

## 二、网络推广

1. 关注产品信息在百度的排名情况，有针对性的注册各种B2B平台，论坛，贴吧等(注册电子商务网站信息时，内容要详细，详细的公司资料，详细的产品供应信息)

2. 利用比较知名的网站发布我司的信息及产品，扩大我司产品的知名度，比如，好喇叭，一呼百应，灯火，环球经贸，环球厨卫等。

3. 因季节不同，有针对性的发布产品

1) 2到4月份主要以促销品为主，广告笔到笔类，广告军刀，修容组，钥匙扣，收纳袋，杯子，摆件，广告鼠标垫，调味瓶等。

2) 5到7月份，主要以，广告瓶起子，扇子，野餐包，野餐垫，沙滩休闲椅，户外餐具，防暑降温礼盒等为主。

3) 8到10月份乐扣杯子，保鲜盒，旅行餐具，花瓶摆件，丝绸画，钢化玻璃碗等。11月到明年1月，被子，羊绒围巾，效率手册，笔记本，健身用品，干货礼盒等

4) 针对特殊的节日，有针对性的发一些帖子

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/655341301201011331>