

零售业市场调研与策划 (工作手册)

专业: _____
班级: _____
学号: _____
姓名: _____

南宁鑫物商务服务有限公司 出品
广西物资学校电子商务专业组

目 录

第一章 B2C 案例	3
单元一 综合购物网上商城.....	3
单元二 电脑数码通讯家电网上商城.....	16
单元三 服装服饰化妆美容类网上商城.....	28
单元四 日用珠宝家居婴儿类网上商城.....	40
单元五 旅游商务网.....	54
单元六 B2C 购物相关平台	66
单元七 国外 B2C 网上商城.....	82
第二章 零售业态.....	95
单元一 走进零售业.....	95
单元二 我们去超市工作.....	100
单元三 我们去百货商店工作.....	104
单元四 网上零售.....	108
单元五 中外零售业态的发展与对比.....	112
第三章 市场调查.....	117
单元一 走进市场调查.....	117
单元二 网络市场调研.....	121
单元三 学会撰写调查报告.....	126
单元四 完成市场调研.....	129
第四章 策划.....	132
单元一 B2C 商城策划方案与格式	132

B2C校本教材工作手册样本

第一章 B2C 电子商务案例

单元一 综合购物网上商城

【体验报告】——认识卓越亚马逊

请你在导师的指导下，认真浏览卓越亚马逊网后，完成下表的填写。

考核的目标	卓越亚马逊网站																				
网址																					
网站 LOGO																					
经营的产品种类																					
图书产品数量																					
其他产品数量																					
网站注册所属地																					
主要功能（服务）																					
加载网页的速度	快 ☐ 一般 ☐ 慢 ☐ 不能忍受 ☐ 。估计：【 】秒																				
首页头条内容的吸引力	首页头条的标题：_____ 吸引力：很强 ☐ 一般 ☐ 很久才发现 ☐ 根本没看到 ☐																				
广告链接	<table border="0"> <tr> <td>广告链接形式</td><td>很多</td><td>有一些</td><td>很少</td><td>没有</td></tr> <tr> <td>图像广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr> <td>文字广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr> <td>其他广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> </table>	广告链接形式	很多	有一些	很少	没有	图像广告链接	☐	☐	☐	☐	文字广告链接	☐	☐	☐	☐	其他广告链接	☐	☐	☐	☐
广告链接形式	很多	有一些	很少	没有																	
图像广告链接	☐	☐	☐	☐																	
文字广告链接	☐	☐	☐	☐																	
其他广告链接	☐	☐	☐	☐																	
产品页面包含的内容列表																					

支付方式	
配送方式	
可信度分析结论：	具体的办公地址：
根据我的分析，我认为该网	ICP 许可经营证号：
上商城可信度：	公开电话情况： 400 电话 ☐ 固话 ☐ 传真 ☐
☐ 高	无效链接： 有 ☐ 无 ☐
☐ 一般	是否有人气： 旺 ☐ 一般 ☐ 少 ☐
☐ 低	是否和大公司合作： 很多合作 ☐ 少 ☐ 无 ☐
☐ 很值得怀疑	有无专业的在线客服： 有 ☐ 无 ☐
☐ 不可信	有无企业文化介绍： 有 ☐ 无 ☐
☐ 不可确认	支付是否方便： 是 ☐ 一般 ☐ 不 ☐
	物流费用合理： 很便宜 ☐ 一般 ☐ 贵 ☐
	页面信息是否太乱： 是 ☐ 否 ☐
不足的地方	

【实战记录】——剖析本土 B2C 网站——当当网

请你在充分了解当当网的基础上，独立完成下表的填写。

考核的目标	当当网																				
网址																					
网站 LOGO																					
经营的产品种类																					
图书产品数量																					
其他产品数量																					
网站注册所在地																					
主要功能（服务）																					
加载网页的速度	快 ☐ 一般 ☐ 慢 ☐ 不能忍受 ☐ 。估计：【 】秒																				
首页头条内容的吸引力	首页头条的标题：_____ 吸引力：很强 ☐ 一般 ☐ 很久才发现 ☐ 根本没看到 ☐																				
广告链接	<table border="0"> <tr> <td>广告链接形式</td><td>很多</td><td>有一些</td><td>很少</td><td>没有</td></tr> <tr> <td>图像广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr> <td>文字广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> <tr> <td>其他广告链接</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr> </table>	广告链接形式	很多	有一些	很少	没有	图像广告链接	☐	☐	☐	☐	文字广告链接	☐	☐	☐	☐	其他广告链接	☐	☐	☐	☐
广告链接形式	很多	有一些	很少	没有																	
图像广告链接	☐	☐	☐	☐																	
文字广告链接	☐	☐	☐	☐																	
其他广告链接	☐	☐	☐	☐																	
产品搜索功能	搜索结果准确度：高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 找不到 ☐ 搜索结果排列：合理 ☐ 一般 ☐ 不合理 ☐																				
产品页面包含的内容列表																					
购物流程和购物车	你注册的会员 ID：_____																				

易用性	注册会员流程：容易 ☐ 一般 ☐ 麻烦 ☐
	会员账户功能：全 ☐ 方便 ☐ 简单 ☐
	购物车使用：可编辑 ☐ 容易使用 ☐ 麻烦 ☐
会员管理功能列表	
支付方式	
配送方式	
可信度分析结论： 根据我的分析，我认为该网上商城可信度： ☐ 高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 很值得怀疑 ☐ 不可信 ☐ 不可确认	具体的办公地址：
	ICP 许可经营证号：
	公开电话情况：400 电话 ☐ 固话 ☐ 传真 ☐
	无效链接：有 ☐ 无 ☐
	是否有人气：旺 ☐ 一般 ☐ 少 ☐
	是否和大公司合作：很多合作 ☐ 少 ☐ 无 ☐
	有无专业的在线客服：有 ☐ 无 ☐
	有无企业文化介绍：有 ☐ 无 ☐
	支付是否方便：是 ☐ 一般 ☐ 不 ☐
	物流费用合理：很便宜 ☐ 一般 ☐ 贵 ☐
	页面信息是否太乱：是 ☐ 否 ☐
不足的地方	

请你浏览各种综合购物网站后，选择其中两个网站，填写《综合购物网站实战分析表》：

《综合购物网站实战分析表》

考核的目标	网站一：（名称）_____
网址	
网站 LOGO	
经营的产品种类	
图书产品数量	
其他产品数量	
网站注册所属地	
主要功能（服务）	
加载网页的速度	快 ☐ 一般 ☐ 慢 ☐ 不能忍受 ☐ 。估计：【 】秒
首页头条内容的吸引力	首页头条的标题：_____ 吸引力：很强 ☐ 一般 ☐ 很久才发现 ☐ 根本没看到 ☐
广告链接	广告链接形式 很多 有一些 很少 没有 图像广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐ 文字广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐ 其他广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐
产品搜索功能	搜索结果准确度：高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 找不到 ☐ 搜索结果排列：合理 ☐ 一般 ☐ 不合理 ☐
产品页面包含的内容列表	
购物流程和购物车	你注册的会员 ID：_____

易用性	注册会员流程：容易 ☐ 一般 ☐ 麻烦 ☐
	会员账户功能：全 ☐ 方便 ☐ 简单 ☐
	购物车使用：可编辑 ☐ 容易使用 ☐ 麻烦 ☐
会员管理功能列表	
支付方式	
配送方式	
可信度分析结论： 根据我的分析，我认为该网上商城可信度： ☐ 高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 很值得怀疑 ☐ 不可信 ☐ 不可确认	具体的办公地址：
	ICP 许可经营证号：
	公开电话情况：400 电话 ☐ 固话 ☐ 传真 ☐
	无效链接：有 ☐ 无 ☐
	是否有人气：旺 ☐ 一般 ☐ 少 ☐
	是否和大公司合作：很多合作 ☐ 少 ☐ 无 ☐
	有无专业的在线客服：有 ☐ 无 ☐
	有无企业文化介绍：有 ☐ 无 ☐
	支付是否方便：是 ☐ 一般 ☐ 不 ☐
	物流费用合理：很便宜 ☐ 一般 ☐ 贵 ☐
	页面信息是否太乱：是 ☐ 否 ☐
不足的地方	
选择分析此网站案例的理由	

《综合购物网站实战分析表》

考核的目标	网站二：(名称) _____
网址	
网站 LOGO	
经营的产品种类	
图书产品数量	
其他产品数量	
网站注册所属地	
主要功能(服务)	
加载网页的速度	快 ☐ 一般 ☐ 慢 ☐ 不能忍受 ☐ 。估计：【 】秒
首页头条内容的吸引力	首页头条的标题：_____ 吸引力：很强 ☐ 一般 ☐ 很久才发现 ☐ 根本没看到 ☐
广告链接	广告链接形式 很多 有一些 很少 没有 图像广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐ 文字广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐ 其他广告链接 ☐ ☐ ☐ ☐
产品搜索功能	搜索结果准确度：高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 找不到 ☐ 搜索结果排列：合理 ☐ 一般 ☐ 不合理 ☐
产品页面包含的内容列表	
购物流程和购物车易用性	你注册的会员 ID：_____ 注册会员流程：容易 ☐ 一般 ☐ 麻烦 ☐

	会员账户功能：全 ☐ 方便 ☐ 简单 ☐
	购物车使用：可编辑 ☐ 容易使用 ☐ 麻烦 ☐
会员管理功能列表	
支付方式	
配送方式	
可信度分析结论： 根据我的分析，我认为该网上商城可信度： ☐ 高 ☐ 一般 ☐ 低 ☐ 很值得怀疑 ☐ 不可信 ☐ 不可确认	具体的办公地址：
	ICP 许可经营证号：
	公开电话情况：400 电话 ☐ 固话 ☐ 传真 ☐
	无效链接：有 ☐ 无 ☐
	是否有人气：旺 ☐ 一般 ☐ 少 ☐
	是否和大公司合作：很多合作 ☐ 少 ☐ 无 ☐
	有无专业的在线客服：有 ☐ 无 ☐
	有无企业文化介绍：有 ☐ 无 ☐
	支付是否方便：是 ☐ 一般 ☐ 不 ☐
	物流费用合理：很便宜 ☐ 一般 ☐ 贵 ☐
	页面信息是否太乱：是 ☐ 否 ☐
不足的地方	
选择分析此网站案例的理由	

【进阶感悟】——深度比较卓越亚马逊和当当

请在对比当当网和卓越亚马逊网站后，完成下表的填写。

比较的目标		当当网	卓越亚马逊
网站历史	1、网站域名注册时间		
	2、网站域名注册机构		
	3、网站首页 pr 值		
	4、IP 地址		
	5、服务器占用情况		
搜索引擎收录的情况	1、在百度收录数量		
	2、在 google 收录的数量		
	3、关键字“图书”在百度的搜索排名结果		
	4、关键字“图书”在 google 的搜索排名结果		
	5、在百度的快照最新时间		
	6、在 google 的收录最新时间		
结论			

【天天向上】——综合零售网站练习

一、分析比较网站实力

比较的目标		亿家家 www.ejaja.cn	联华 OK 网 www.lhok.com
网站历史	1、网站域名注册时间		
	2、网站域名注册机构		
	3、网站首页 pr 值		
	4、IP 地址		
	5、服务器占用情况		
搜索引擎收录的情况	1、在百度收录数量		
	2、在 google 收录的数量		
	3、关键字“图书”在百度的搜索排名结果		
	4、关键字“图书”在 google 的搜索排名结果		
	5、在百度的快照最新时间		
	6、在 google 的收录最新时间		
结论			

二、综合购物商城总汇

序号	网站名	域名	销售的商品范围	PR 值	评价 (A-E)
1	当当网				
2	卓越亚马逊				
3	百度有啊				
4	新浪商城				
5	亿家家				
6	6688				
7	百联巴士				
8	联华 OK 网				
9	西单爱购物				
10	王府井百货				
11	1 号店				
12	秀购商城				
13	e 家网				
14	麦网				
15					

三、列出你最喜欢的五个综合购物网站，说明原因

序号	网站名	域名	喜欢的理由
1			
2			
3			
4			
5			

四、填空

1、B2C 电子商务是按_____划分的一种电子商务模式，它是以_____为主要手段，由商家或企业通过_____向消费者提供_____和_____的一种商务模式。

2、B2C 电子商务一般以_____为主，主要借助于 Internet 开展在线销售活动。借助网上交易平台，可以大大节省客户和企业双方的时间和空间，提高_____。

3、按照为消费者提供的服务内容不同，B2C 模式的电子商务可以分为电子经纪、_____、_____、远程教育、网上娱乐、_____、网上发行、网上金融类型。

4、由于_____，因此我国的 B2C 市场非常大，这是 B2C 发展的群众基

5、然而与国外相比，我国的 B2C 电子商务发展速度_____。电子商务 B2C 发展的关键是_____。

6、我国电子商务 B2C 道路上的障碍与瓶颈：_____、_____、_____等。

7、B2C 不仅仅是一个网站，它是整合了_____、_____、_____的多媒体平台

8、B2C 应该以_____为中心去发展各种新技术、新功能，不能盲目地投资与建设。

9、B2C 能够也必须能够快速反映_____的需求，在_____、_____、_____等方面必须可以灵活地适应多变的市场网络环境。

【评价指标】

评价指标		分值	自我评价	部门经理评价	值班经理评价	得分	总分
工作态度	在岗纪律情况	5					
	学习态度	5					
	交流、团队合作	5					
	清理场所	5					
工作方法	学习能力	15					
	创新能力	15					
工作能力	工作任务理解能力及完成能力	30					
	工作手册完成情况	20					