



B2C 电子商务系列教程



南宁鑫物商务服务有限公司
广西物资学校电子商务专业组 出品

目 录

第一章 商品经营管理.....	3
单元一 商品的选择.....	6
单元二 商品的分类.....	18
单元三 商品的描述.....	30
单元四 商品的展示.....	44
单元五 管理商品的工具.....	58
第二章 B2C 商城推广	67
单元一 通过论坛推广网上商城.....	72
单元二 通过网络广告推广网上商城.....	80
单元三 通过博客推广网上商城.....	90
单元四 通过网络促销推广网上商城.....	98
单元五 通过搜索引擎竞价排名推广网上商城.....	107
单元六 通过搜索引擎优化推广网上商城.....	115
单元七 通过电子商务平台推广网上商城.....	125
单元八 通过线下媒体推广网上商城.....	131
单元九 网上商城推广效果监测.....	142
单元十 网络危机公关.....	152
第三章 网络广告设计	159
单元一 网幅广告	166
单元二 飘浮广告	180
单元三 链接式广告	191
单元四 自动弹出式广告	198
单元五 电子邮件广告	207
单元六 网页广告	213
单元七 其他网络广告	221
单元八 网络广告发布	227

B2C校本教材样本

第一章 商品经营管理

第一章 商品经营管理

单元一 商品的选择

体验：

主营各式商品的 B2C 商城介绍

实战：

各种商品可以在商城上卖的原因

进阶：

1. 2008 年国内 B2C 网购商品种类
2. 举例思考南宁的区域优势
3. 核查自己的产品目前是否属于热卖商品

宝典：

1. 适于网上销售的产品的几种特征
2. 国外的一些服务性网站

单元二 商品的分类

体验：

举例查看即尚网的分类

实战：

国美的网上商城分类

进阶：

导购网站爱比网的强大分类

宝典：

1. 商品分类的概念
2. 我国商品分类的类别

单元三 商品的描述

体验：

1. 当当网的图书描述
2. 逛街网中的服装描述

实战：

1. 麦包包的商品描述
2. 比较绿帽子网与天天购物网对化妆品的描述

进阶：

1. 对比三个网站中相机的不同处
2. 对比三个网站中床品套件的不同处
3. 为教科书作商品描述
4. 为商城的商品描述

宝典：

1. 商品描述的作用
2. 商品描述的构成结构
3. 商品的描述注意的细节
4. 部分商品描述的内容

单元四 商品的展示

体验：

Vanc1 服装城的商品展示

实战：

99 网上书城

进阶：

1. DaHong 网站商品展示
2. 麦包包网包包的展示
3. 卓越网书的展示

宝典：

1. B2C 商品的展示应考虑的因素
2. 举例商品展示

单元五 管理商品的工具

体验：

衣服照片的对比

实战：

1. 相机拍摄的技巧
2. 室内模特摄影的准备工作

进阶：

photoshop 处理商品细节图的基本技巧

宝典：

1. 体验
2. 商品拍摄要点
3. 商品拍摄主要需要还原出商品的特点
4. 其他功能

单元一 商品的选择

巧利用特产优势 农民网上卖石头

现在，古城南京郊区的六合县许多农民通过互联网发布信息，将当地盛产的雨花石卖到全国各地。雨花石，是玛瑙的别支，亦称“雨花玛瑙”。雨花玛瑙，色彩艳丽，晶莹斑斓，纹理维妙维肖，是石中精品。古都南京的雨花台素以产石著称，所以这种玛瑙就俗称雨花石。雨花石是由长江将上游的玛瑙石经过长时间的冲击磨擦而逐渐形成的，而南京的六合县横梁镇是长江的转弯之处，堆集了大量的鹅卵石，其中就有不少雨花石，是南京雨花石的主产区。横梁镇的徐营村的多数农民靠卖雨花石赚钱，如今已经成为远近闻名的雨花石村。徐营人经营雨花石始于 70 年代，最初村民徐维国去南京雨花台游玩，发现有人卖雨花石，回到村里一说，不久就有村民进城时顺带些雨花石去卖，他们惊讶地发现，一枚雨花石竟能卖出一只鸡蛋的价钱，于是兴致大增，参与的人也越来越多。后来，村民从单一的经营雨花石发展到产量较大的五彩石、园林石，销售地也拓展到苏州、杭州、上海、无锡、广州等地。如今，徐营村成立了雨花石销售联合体，有的农民开采，有的农民挑选，有的农民专营销售，许多农民家庭中还新增了电脑和传真机，在互联网上发布信息，通过传真确认买卖合同。目前，这个村的 400 户农民中有 300 户从事雨花石的开采、加工和销售，收入高的一年可达 5 万元，少的也能赚到 1 万元。雨花石已经成为这里农民的主要收入来源。

由此，创建 B2C 商城的你，联想到了什么？

【体验】

央视《对话》栏目邀请到了亚马逊的杰夫贝索斯，想用一个问题难倒这位电子商务之父：想一个没有办法在网络上销售的消费品。结果贝索斯和现场观众想了两个半小时没有想出来。结论是其实所有的消费品都适合在网络上卖。

IT 数码商城——新蛋中国（<http://www.newegg.cn/>）

The screenshot shows the Newegg.com.cn homepage. At the top, there are banners for '小家宅特卖' (Small Home Special Sale) and '立减25' (Instantly off 25). Below these, there's a navigation bar with links like '首页' (Home), '品牌专卖' (Brand Special), '限时抢购' (Limited Time Offer), and '寻宝专区' (Treasure Zone). The main content area features a large '特价! 最高优惠900元' (Special Price! Up to 900 Yuan off) banner for laptops. Below this, there are several product listings with images and prices, including MSI, Sony, and ASUS products. On the right side, there's a '套餐! 最高省330元' (Meal Deal! Up to 330 Yuan off) banner and a 'Targus' backpack. The bottom right corner has a '新蛋公告' (Newegg Announcement) section with news about a new air conditioning service and a '资讯导购' (Information Guide) section with links to various product categories.

中国新蛋网是依托著名的美国新蛋网而创立的新一代专业电子商务消费服务网站。中国新蛋网秉承集团“让购物成为享受”的宗旨，致力于为用户提供丰富的商品、便捷的购物方式和完善的售后服务，打造世界一流网上购物体验。另外，新蛋网还采用多种便捷的支付方式和安全快速的配送体系，通过先进的互联网技术进行订单的实时跟踪，并保证每一位客户资料的安全与保密。

服装服饰商城——逛街网 (<http://www.togj.com/>)

The screenshot shows the togj.com website. At the top, there's a navigation bar with links like 'HOME', 'CHINA', 'JAPAN', 'KOREA', and 'FRANCE'. Below this, there's a '商品' (Products) section with a search bar. The main content area features a large '时尚风格 Fashion Style' banner with the text 'T恤 骷髅·卡通·字母' (T-shirt Skull·Cartoon·Letter) and '惹眼度100%图案Tee' (Eye-catching 100% Pattern Tee). Below this, there are several product listings with images and prices, including '潮流搭配 Only For You' (Fashionable Combination Only For You) and '最新最靓搭配术' (Latest and Most Beautiful Combination Art). On the right side, there's a '流行大事件 Special Event' section with news about fashion trends and a '编辑在线 Editor Online' section with a '订造新式组合' (Order New Style Combination) button. The bottom right corner has a '逛街网时尚排行 TOP 10' (Togj Fashion Ranking TOP 10) section with links to various product categories.

逛街网是中国第一个全球品牌服装服饰直营电子商务网站。致力于打造中国最优秀的专

业全球品牌服装流通渠道，专注于城市青年的流行消费导向，通过全新的互联网及新媒体购物模式，为追求时尚的年轻人开创新鲜的生活休闲方式。

图书音像商城——当当网 ([http:// www.dangdang.com /](http://www.dangdang.com/))

当当网自 1999 年 11 月开通，目前是全球最大的中文网上图书音像商城，面向全世界中文读者提供近 30 多万种中文图书和音像商品，每天为成千上万的消费者提供方便、快捷的服务，给网上购物者带来极大的方便和实惠。当当网的使命是以世界上最全的中文图书使所有中文读者获得启迪，得到教育，享受娱乐！已有全球 3756 万的顾客在当当网上选购过自己喜爱的商品。

母婴儿童商城——红孩子(www.redbaby.com.cn)

疯狂省一周！活动时间：8月10日-8月14日 全场购物满500元立减60元！ [查看详情>>>](#)

红孩子 商城 Redbaby.com.cn 北京 [切换城市](#) [\[登录\]](#) [\[注册\]](#) [快速购物通道](#) [红币充值](#) [索取目录](#) [网站联盟](#) [帮助中心](#)

[首页](#) [母婴](#) [名品化妆](#) [个人护理](#) [居家生活](#) [营养保健](#) [健康美食](#) [消费电子](#) [测试版](#)

[购物车中有 0 件商品](#) [去结算](#)

商品分类

- 母婴用品
 - 奶粉 辅食 婴儿营养品
 - 尿裤 洗护 日常护理
 - 喂养用品 保温消毒 服饰
 - 寝居 车床 桌椅 玩具
 - 图书 妈妈专区 家庭保险
- 名品化妆
 - 兰蔻 雅诗兰黛 倩碧
 - 贝佳斯 欧舒丹 碧欧泉
 - 欧珀莱 欧莱雅 玉兰油
 - FANCL 欧美彩妆
 - 台湾、日韩彩妆 彩妆
 - 人气香水 流行彩妆
 - 进口洗护 男士专区
 - 生活家 宝洁旗舰店
- 个人护理
 - 洁面 去角质 爽肤 乳液
 - 精华 眼霜 防晒霜 眼霜
 - 原液 喷雾 防晒品 面膜/贴膜
 - 彩妆工具 头发护理
 - 塑身美体 沐浴用品
 - 手足护理 口腔护理
 - 卫生护理 日用清洁
 - 男士专区 人气香氛
- 健康美食
 - 休闲零食 地方特产
 - 进口食品 健康粮油
 - 有机食品 中厨食品
 - 饼干糕点 酒水饮料

FANCL 果味饮料 (含朝鲜蓟提取物)
肌肤「深」美白

暂停 1 2 3 4 Fancl新一代美容饮料！日本新上市！强势推荐！

福施福60粒钙尔奇 韩国神奇猪油膏重新到货 惊喜！手机短信不要钱

鞋帽服装大清仓¥17元起 养生堂维生素套装送精美伞 点击消费放心实惠注册有礼

源自海洋生物的胶原蛋白粉 网友热推和团有机寒99三袋 格兰仕电磁炉仅¥179再赠

我的redbaby

[我的帐户](#) [订单查询](#) [我的社区](#) [客服中心](#)

【限时特价】

18:00-9:00
母婴儿止痒凝露30g
进口原料 不添加香精和色素

原价¥15
限时价¥11.9

免费短信，随时发送
注册即送100元购物红币

[免费下载体验](#)

满350元立减50元 奶粉尿裤不超过220元 特价除外 [go](#)

母婴用品

Huggies 好奇纸尿裤
直降17元
再送超值礼品
奶粉/图书促销

亨氏甜糯玉米泥(整箱 12瓶便携装)113
¥66 ¥59

迪士尼儿童乒乓球台 D05001-A
¥368 ¥298

美赞臣 安儿宝A+全新3 袋装(1200克)
¥195 ¥195

本周销售排行

- 雅培金装喜康力智护100(6-18个月) 热销价 ¥198
- 好奇成长裤-男宝用XXL ¥52
- 伊威高蛋白肝粉3盒 ¥90
- 强生婴儿无香湿巾240片 ¥49
- 亨氏金装纯牛奶粉 ¥328
- NIUK宝纸巾80片×3包 ¥46.9
- 贝亲防溢乳垫 T2+12片 ¥79
- 洪恩幼儿英语套装特价 ¥949

水上玩具和沙滩玩具 清仓大甩卖
满¥100减¥40

红孩子成立于2004年3月，在线销售以母婴、化妆、食品、家居、保健、厨电等品类为主的，共5万多种商品。是中国最大的孕婴妈妈安心购物网站，为孕婴妈妈和宝宝们提供专业、安全的商品与服务。2012年09月25日，苏宁电器正式宣布以6600万美金收购母婴电商品牌红孩子。

化妆美容商城——玫丽网(www.cosme-de.com)

ENGLISH 繁體 简体 [登录](#) [输入邮箱](#) [密码](#) [注册](#) [我的购物车](#) [订单追踪](#) [帮助](#)

COSME-DE.COM

[面部保养](#) [魅力彩妆](#) [芬芳香水](#) [身体沐浴](#) [头发护理](#) [男士保养](#) [礼物套装](#) [旅游小样](#) [精选促销](#) [新到货品](#)

[输入关键词 或 商品编号](#) [所有品牌](#) [搜索](#) [产品相片秀](#)

优惠推广 [查看详情](#)

LANCOME Blanc Expert
全方位瞬白亮肌 挑战美白极限
2009 全新包装
亲身体验只需 USD28.00

新到货品 马上看

最新销货品 值得一试！

精选促销 精明消费可省钱

编辑分享 - 美容搜记
我的新 BB Cream

Bobbi Brown 波比布朗
温和专业水凝眼霜
USD 46.00
节省 10%

NUXE 美侬便携小包组合
USD 19.00

Christian Dior 迪奥
Dior Jazzclub 男士女伶
眼妆盘 (限量珍藏版)
USD 66.00
节省 6%

Clinique 倩碧
Skin Supplies For Men
男士清爽剃须乳霜
USD 22.00
节省 10%

LANCÔME 兰蔻
柔颜净肤组合 (干性皮肤)
USD 45.00
节省 6%

JILLSTUART

DKNY

502 Super Adhesive Gel

COSME-DE.COM 是中国及国际网上护肤美容产品零售网站,同时也是 Cosme De Net 围绕其核心业务所增拓的网站,以从事世界名牌化妆及护肤品贸易及批发服务为主。经营地域包括有中国香港、法国巴黎、意大利罗马、美国纽约、日本东京、韩国首尔及台湾台北市,经营范围涵概来自世界各地的护肤美容产品,汇集香奈儿、SK-II、兰蔻、雅诗兰黛、娇兰、倩碧、碧欧泉等多个化妆品牌。

食品礼品商城——1 号店(www.yhd.com)

The screenshot shows the 1st Store (www.yihaodian.com) website. The top navigation bar includes links for '购物车' (Shopping Cart), '帮助' (Help), '登录' (Login), '注册' (Register), '设为首页' (Set Home Page), '收藏' (Bookmark), '购物工会' (Shopping Union), '便民中心' (Convenient Center), '新品' (New Products), '促销' (Promotion), '邀请好友' (Invite Friends), '清仓' (Clearance), and '游戏' (Games). The main banner features a large image of a woman and the text '【茶米油盐酱醋】1站搞定 今日特惠' (Tea, Rice, Oil, Salt, Sauce, Vinegar - 1-click搞定 Today's Special). Below the banner are several promotional sections: '食品饮料热销专区' (Food & Beverage Hot Sales Zone), '美容护理热销专区' (Beauty Care Hot Sales Zone), '家用电器热销专区' (Home Appliances Hot Sales Zone), and a '每日2款 天天5折' (Daily 2 items 5% off) promotion. The bottom section displays a '食品饮料排行榜' (Food & Beverage Ranking) with products like '乐事 美国经典原味 80g/袋' (Le Shi American Classic Original Flavor 80g/bag) and '阿明 蜂蜜桃仁 138g/...' (Amoy Honey Peach Kernel 138g/...). The page also includes a '1号店动态' (1st Store Dynamic) section on the right and a '1号店友情推荐' (1st Store Recommendation) section at the bottom right.

调查显示,上海地区近 60%的客户是通过口碑相传认识和使用 1 号店。

1 号店曾多次获得政府颁发的电子商务行业的各种荣誉奖项。2010 年 1 号店荣获网友自发投票选出的“电子商务行业最佳售后服务奖”。“全力满足顾客需求,追求最完美的顾客体验”一直是 1 号店的核心经营理念。“1 号店”为客户提供了直观清晰的商品展示,最大程度模拟真实超市的购物体验,充分体现“逛”的乐趣。我们还为客户提供消费查询、购物工会等多种线上服务。1 号店保持其商品的价格比线上和线下的商家都具有竞争力,使得购物

不仅不再受时间、地域的限制，还获得实惠。

1 号店在上海仓储中心的基础上陆续在北京、广州、深圳等地建立仓储物流中心。现可辐射全国各城市。1 号店不仅为用户提供预约送货、货到付款、移动 POS 刷卡、正规发票等服务，针对不同商品更提供了不同期限的无条件退货等保障服务。

综合——天猫/淘宝商城（www.tmall.com）



“天猫”（英文：Tmall，亦称淘宝商城、天猫商城）原名淘宝商城，是一个综合性购物网站。2012 年 1 月 11 日上午，淘宝商城正式宣布更名为“天猫”。2012 年 3 月 29 日天猫发布全新 Logo 形象。2012 年 11 月 11 日，天猫借光棍节大赚一笔，宣称 13 小时卖 100 亿，创世界纪录。天猫是马云淘宝网全新打造的 B2C。其整合数千家品牌商、生产商，为商家和消费者之间提供一站式解决方案。提供 100%品质保证的商品，7 天无理由退货的售后服务，以及购物积分返现等优质服务。

2013 年 11 月 11 日，天猫 11.11 购物狂欢节“疯狂”开启，支付宝成交额第 1 分钟过 1 亿元，第 6 分钟破 10 亿元，5 时 49 分破百亿元，至 8 时 42 分，天猫 11.11 购物狂欢节支付宝成交额突破 121 亿元，再次超过 2012 年美国最大的网上购物节“网络星期一”成交额（120.8 亿元人民币）。13 点 04 分，天猫“双 11”购物狂欢节成交额突破 191 亿，仅用 13

小时就完成 2012 年全天交易额。截至 11 日 21 点 19 分，天猫官方微博公布的最新交易数据称，21 时 19 分 45 秒，天猫 1111 购物狂欢节支付宝交易额超 300 亿。最终交易额以 350.19 亿收官。

【实战】

服装为什么能在网上销售？

由于不可以试穿，无法验证服装上身的实际效果，服装曾被认为是最不适合在网上销售的产品，然而实际却成为了网上最畅销的商品。网上服装销售以速度取胜，用更新的款式、更多的风格和内涵来吸引顾客，同时在 B2C 的品牌信誉下提供更低的价格，借着新产业兴起而建设服装产业的快速发展之道。

“服装电子商务将是一个趋势，没有区域和门店的限制，比连锁门店可以做得更广，更大。网上购买服装将来会成为大部分人的一种习惯。”——浙江至品电子商务公司 CEO 张海峰。

图书音像为什么能在网上销售？

这一类型的产品，由于内部品种繁多，传统的商业形态无法全部罗列或展示穷尽。国内数百家出版社和音像制品公司，一年出版的产品好几十万种，不可能在传统书店和音像店摆放所有的品种，而且图书、音像制品的销售范围是特定的，什么人喜欢什么，什么人不喜欢什么也是不一样的。摆放的种类越多，消费者在查找的时候也就越麻烦，不容易找到自己想要的类型。而网络则恰好提供了信息展示的无限可能，且搜索、查询的效率极高，因此图书、音像制品等品种繁多的产品在网络上的销量一直持高。

化妆品为什么能在网上销售？

爱美之心人皆有之，莎士比亚曾说过：“上帝创造女人一张脸，女人又给自己一张脸。”作为情感型商品，化妆品一直深受女性喜爱。虽说多数女性是通过百货专柜和专卖店自身的宣传来了解化妆品，但由于大部分女性对所用化妆品的品牌忠诚度比较高，且随着 B2C 电子商务模式的兴起，以及网购相关的法律法规的完善，网购的安全性和可信度得到了很大的提高。化妆品网购正发挥其舒适方便和低成本的优势而受到广大爱美女性的青睐。

为什么服务性等无形产品可以在网上销售？

这类产品包括旅馆预订、鲜花预订、文艺演出票的订购、旅游线路的挑选、储蓄业务和

各类咨询服务等等。借助于网络，这类服务显得更加方便、快捷、有效，也更加人性化。当你休假想出门走走时，为你提供多套线路方案，甚至请你自己设计旅游路线，并在电脑屏幕上为你展现一路的民俗风情，使你如身临其境，你一定会感觉这一趟不虚此行。

为什么食品礼品可以在网上销售？

对当代中国的白领来说，去超市购物逐渐成为令人头痛的事情，交通堵塞、排队结账使面临工作压力的年轻上班族越来越不愿意去超市。网上超市带给顾客全新的生活方式：只要点击几下鼠标或者拿起电话，日常所需便送到顾客的手中。新的方便快捷的消费方式和观念给消费者带来全新的感受。

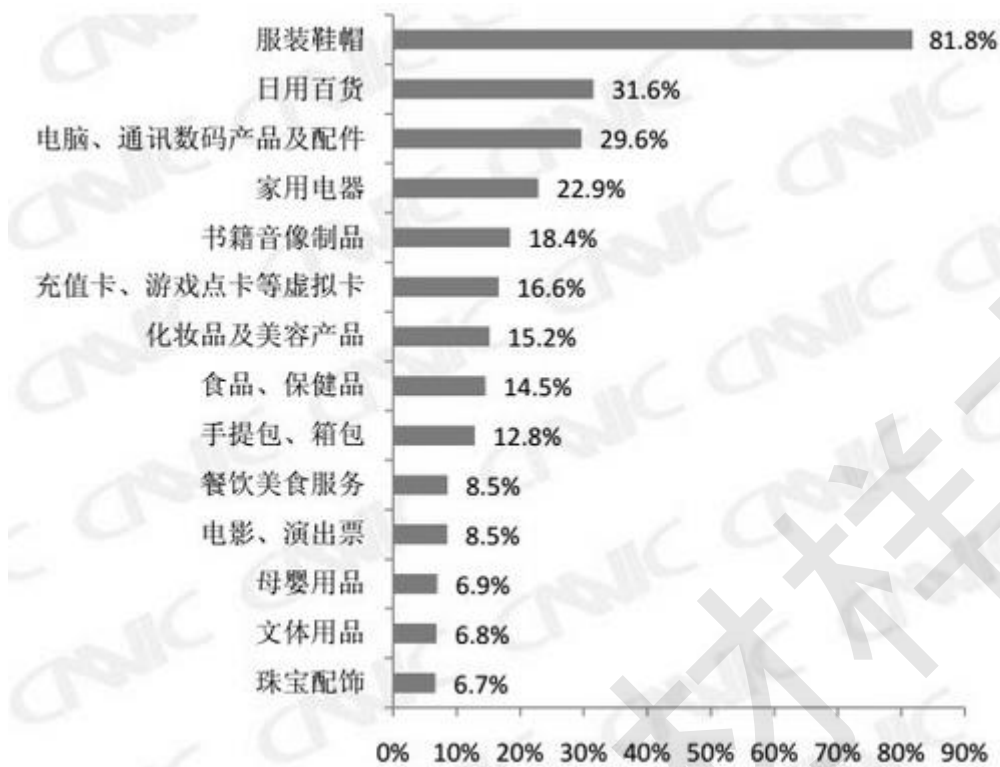
Internet 上的零售正在迅速成为与“传统零售”平行的一大零售分支，并再现实体零售渠道的各种业态。对于网络销售的认识，人们最容易产生的想法就是：“这类商品适合在网上卖吗”，这种想法其实是一种对网络生活陌生的、概念式的想法，实际的发展已经超出人们的概念思维。消费者对于商品的价格越加敏感，而 B2C 电子商务的高效率和低成本可以充分体现其优越性。

【进阶】

一、网购排行榜

2012 年国内 B2C 网购商品种类

中国的 B2C 电子商务市场已经慢慢步入轨道，转接对 2012 年电子商务网购商品种类进行了分析统计，得出下图



从上表得知：购买最多的是服装鞋帽，大部分的网购用户都在网上买过，日用百货和通讯数码类分列用户购买数量的第二三位。

书籍和音像制品是传统的网络购物商品，在目前的电子商务产品种类中仍旧占据着重要地位。

此外，热销产品除了以上几种商品，其他最多的商品还有：化妆品、食品、箱包、服务、票务、母婴用品、文体用品、珠宝配饰。

根据以上案例，回答问题：

1. 在调查中，顾客在网购中购买最多的商品分别是服装鞋帽和日用百货类，那是否代表销售服装鞋帽和日用百货类的商城的业绩就最好呢？
2. 在南宁建立 B2C 商城，销售服装鞋帽和日用百货有什么劣势？
3. 作为中国—东盟博览会的举办地，南宁商城销售什么产品具有较大的优势？

二、查找 3 个南宁的 B2C 商城，分析其销售商品的优势及劣势。

三、列出 5 样你认为适合在自己的商城销售的商品，然后检查是否会遇到以下问题：

- (1) 是不是准必须品？
- (2) 是不是大众商品？
- (3) 是不是可产生重复持续购买商品？
- (4) 是不是标准化商品？
- (5) 是不是比线下价格有优势又有利润商品？
- (6) 是否严重受水货假货冲击？
- (7) 售后是否麻烦？
- (8) 单价是否过高？
- (9) 运输是否便利？
- (10) 是不是市场变化快容易贬值的商品？
- (11) 是不是非阶段性需求商品？

【宝典】

理论上讲，网络只是人们从事商务与社会活动的一种工具，任何产品都可以在网上销售。但在市场实践中，部分产品因为涉及到市场环境的发育程度、商品用户的消费心理与消费习惯等，使得在目前的市场环境中并不畅销。在目前的市场环境条件下，适于网上销售的产品一般应具有以下一种或几种特征。

一、知识型产品。即属于智力密集型的产品。较典型的如：各种电脑软件、图书等。分析家们认为，电子商务将在计算机、软件、目录和图书等领域占有 20%~60%的份额。这是因为想要上网购物，首先你必须上网，而无论国内还是国外的网络用户都主要集中于知识层次较高的人群，知识型产品是他们首要的消费对象。并且，知识型产品具有投入资本的有机构成高、利润率高的特点。目前网上销售的产品即以软件、图书等知识型产品居多。

二、受众（用户）范围较为宽泛，不特定的产品。假如你销售的产品是属于市场容量很小，受众特定、单一的产品，那么网上销售很难给你带来盈利，反而会使你的营销成本上升。因为网络的特征之一，就是打破了时空限制，能让更多的人在更多的时间内获取对已有用的信息和产品。而你的产品的信息受众范围狭小，在网上只会受到极少量的用户关注，因而形成资源浪费，反而得不偿失。反之，受众范围广、不特定，则能够充分利用网络的优势，让自己的产品为更多的用户所知晓，将最大可能地把潜在用户的注意力吸引过来，创造更多实际的消费需求，从而获得更高的收益回报。

三、能被普遍接受的标准化产品。这类产品的特点在于，产品质量、性能易于鉴别，具有较高的可靠性。即使发生产品质量纠纷，也易于解决。而且，此类产品的售后服务工作也易于开展，对厂家和消费者都较为有利。

此外服务等无形产品也正在兴起，不仅电子商务需要有完善的服务，其实服务本身就是独立的网络产业。电子服务的要旨是：对现有的资源进行整合，变成网上的信息流。

国外的一些服务性网站

购物辅导站

想知道哪些在线购物网站的服务质量高？想节省购物时间？**BizRate.com** 是个很好的购物站点的评价和统计网站。不同的地方在于，即使你没有寻找到合意的商品，他仍然会继续提供服务。只要你告诉这个网站他想要什么样的商品和他的出价，它会不停地在整个 Web 上搜索，直到找到为止。然后，它将自动通知你进行交易。

消费情报站

商家经常有一些打折住处、免费信息、新产品赠送信息，可是消费者知道吗？目前有一些站点专门提供这些信息。如：**Hidden-money.com**

电信服务站

TelSave.com 的长途电话公司计划把地方、长途、移动电话和互连网的接入都放在一张

帐单上以简化客户的生活。如果新的客户在该公司的网上注册，在网上开帐单，用信用卡付费，就能节省送帐单和兑现支票的费用，而且在网上推销也更省钱。

私人信用服务站

目前每个机构和个人都有许多号码和代码：身份证号、银行卡号、家庭地址等等，如果你搬家了，一些信件还会寄到老地址；更有可能的是，你的密码忘了，哪里也未找到。目前专门有网站为私人信息提供存储服务。如：Zcentral.com

约会服务站

有朋自远方来，不亦乐乎？不过邀请朋友也是一件麻烦的事，要十个八个电话，可能当时还没有人在家。Evite.com 这个网站能帮助你自动处理邀请程式。你到该网站上填写一张描述某一事件所有的表格，所有受邀请者都会接到一封指引他们到该网站上来的电子邮件。这些受邀请者会在网上给你你留言，彼此提醒相关注意事项等。所有邀请者和被邀请者都能在网上随意留言。

当然，这只是对网上销售产品特征的简单总结。随着市场环境的发展完善、消费者的消费观念更新，网上销售产品也会不断产生新的内容，表现出新的形式。但每个企业在介入电子商务之前，都应该问自己一个问题，即“我的产品如何适于网上销售？”