# 2024电子商务策划方案

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2025-03-29

*第一篇：2024电子商务策划方案此文由唯实分享提供http://2024电子商务策划方案唯实分享提供http://一、概述现在网络的发展已呈现商业化、全民化、全球化的趋势，以及物流和支付系统的完善，电子商务已经成为互联网普及应用的主流，同...*

**第一篇：2024电子商务策划方案**

此文由唯实分享提供http://

2024电子商务策划方案

唯实分享提供http://

一、概述

现在网络的发展已呈现商业化、全民化、全球化的趋势，以及物流和支付系统的完善，电子商务已经成为互联网普及应用的主流，同时影响着千家万户的生活和经济行为，并日益成为社会商业活动的重要形式。网络已成为企业进行竞争的战略手段。企业经营的多元化拓展，企业规模的进一步扩大，对于企业的管理、业务扩展、企业品牌形象等提供了更高的要求。

网络销售也已经发展成为一个新生的潜力巨大的营销模式。

相对于传统企业的分销渠道而言，除了传统的直销、代理、分销等销售渠道模式，网络销售已经广泛受到传统企业的高度重视。随着传统渠道竞争的白炽化、网上购物环境的成熟、网上购物市场规模的飞速增长。一面是传统渠道竞争的压力，另一面是新兴渠道广阔市场前景诱惑，网络销售已经成为众多传统企业整体营销战略部署中的一粒重要的棋子，而不少企业已经从网络销售中获得极大的收益。因此，网络销售模式建设迫在眉睫。

二、行业数据

自商务部的一组官方数据显示:

2024年中国的电子商务交易额达到3.1万亿元人民币，网络购物交易额1257亿元人民币。2024年中国的电子商务交易额达到3.8万亿元人民币，网络购物交易额2586亿元人民币。2024年中国的电子商务交易额达到4.5万亿元人民币，网络购物交易额5131亿元人民币。2024年中国的电子商务交易额达到6.8万亿元人民币，网络购物交易额7735.6亿元人民币。此外，报告还预计：在未来两年内我国网上零售市场交易规模将会步入全新阶段，全年交易额有望首度突破10000亿元“大关”，约占全年社会商品零售总额将达5%以上。

购物分享http://

三、口号、理念、目标

口号：品质 放心 快捷

理念：优质的网络购物体验

四、解决方案

1、依托于淘宝B2C平台。

为何首选淘宝平台？

消费者认知度：

消费者偏好度：

购物分享http://

综合排行榜

2024年8月（前十五）：

此表可以看出淘宝平台稳居行业第一，也可以看出服饰类B2C平台（凡客诚品、乐淘、麦考林、麦包包）呈上升趋势，3C类B2C网站呈现持平趋势，2024年中国服装类销售额约为700亿人民币，占中国网络零售额的十分之一，此比例将在未来几年内不断呈现上升趋势。

2、在淘宝B2C旗舰店铺发展之际，加盟入住互联网成熟的平台，如京东、当当、拍拍、QQ商城、团购等，以扩大品牌知名度以及销售额。

3、建立独立B2C网站（例：凡客诚品、麦考林）。

平台的建设是资源整合与集团品牌推广的最佳途径，同时拥有自己平台招牌、LOGO标识，能更好的展示企业及企业文化。同时自建B2C平台将不再局限于其他平台，不需要在被不同的平台规则所限制，更利于营销推广。随着品牌推广的深入，集团

购物分享http://

知名度的提升。

建设流程：

① 确定域名（互联网上说：“注册到一个好的域名，就已经成功了一半”）② 网站建设：形象大方：网站应当符合企业形象标准，能够充分展示企业精神和企业文化。能

展现产品的特色和内涵，并和产品风格保持一致；

现代活泼：网站应当是具有活力，看上去美观大方，能够紧跟潮流，运用流行元

素，使网站和产品一样充满现代气息；

简洁实用：网站应当让访问者最快找到他所需要了解的，一目了然，轻松自如；

同时，管理人员能够轻松进行网站内容更新和维护工作。实用、易用能使网站走向良

性循环轨道；

互动交流：访问者是一面镜子，网站应当从访问者那里获取对网站的反馈，能够

捕捉客户的需求，能够双向交流，能够使客户在网站中充分发表见解，并加以吸收。

五、前期人员和工作任务分配

运营1人，策划1人（负责网站和淘宝店铺的策划以及日常活动策划），文案1人，商品编辑1人（负责商品上下架），客服2人，设计2人，开发人员2人（B2C网站开发与维护，服务器日常维护），SEO 2人（负责网站推广及淘宝店铺推广，直通车关键词优化等），SEM 1

人（付费推广计划定制与实施，以及数据分析）。

注：我们坚信团队的力量；我们更相信给我们一个支点，我们可以撼动地球；

我们都是-------活着就是为了改变世界。

购物分享http://

**第二篇：电子商务策划方案**

电子商务策划方案

一、电子商务发展前景

1.电子商务的发展

电子商务是一种新兴的、处于发展过程中的现代商务方式，从95年来得到了迅速发展，显现了巨大的现代商业价值。1997年欧洲、美国、新加坡等许多国家政府发表了电子商务发展纲要，其目的是引导全球电子商务的自由竞争和健康发展，大力推动电子商务的实践。我国政府的发展纲要也将在近期出台，促进我国企业适应国际化的发展、参与国际竞争。有理由相信，在21世纪，电子商务将逐渐成为社会生活的主要方式，也将成为数字化社会的基础。

2.电子商务的内容和实践

电子商务直接涉及到国家法律、贸易、金融、物资、流通、信息交流、基础设施等诸方面。因此，电子商务的推进需要建立良好的电子商务环境。

电子商务实际上是把人们在传统办公室、商场、银行以及管理部门等地地方进行的商务活动搬到一个公共媒体上，即计算机互连网络上进行。

3.电子商务问题

由于电子商务活动无时间和空间的限制，国家的界限也将在某种程度上消失。贸易与金融服务将成为世界范围的活动。世界商务的竞争更加激烈。同时电子商务需要处理好信息流、物流和资金流中的各个环节，才能健康运行和发展。信息的流动必须在可管理性、安全性、及时性、保密性、灵活性以及国际化等方面均达到一定的水平，才能在电子商务中可靠地应用。

4.电子商务展望

21世纪将进入电子商务时代，是社会发展的必然，我们将别无选择地生活在电子商务时代。如何面对电子商务方式、如何适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争，是涉及到每个人、每个企业、部门及国家发展与生存的重大问题，也是国家管理部门现在应该规划、并促进其发展的战略问题。

目前电子商务发展前景在国际上已经得到迅速发展和实践，将在国际商贸和社会生活中占据主导地位。估计到2024年电子化贸易额将有上千亿美圆的交易量，并形成世界性电子商务环境。国内电子商务的研究逐渐深入，实践上已经有所行动。我国的管理部门应密切国际合作、制定相应法律、法规和技术标准，及时营造良好的电子商务环境；商务部门和应充分认识到电子商务的社会、经济和生活等方面的特点、电子商务活动的方式方法、以及电子商务的发展和应用表现，促使管理人员熟悉电子商务环境、逐步进入电子商务的活动方式、进行电子商务管理、最终能参与电子商务时代的国际竞争。

二、网店定位

1.随着互联网的发展，在淘宝网上进行购物的很多都是80后和90后，作为中国青年的主力军，他们在淘宝上的交易具有举足轻重的地位。80后成为职

场主流，90后有的刚刚毕业，有的刚刚迈入大学校门，电子商务的影响力将随着中国年轻一代生活方式的巨大变迁而日益突出。

而现在女性消费品已经接近饱和，主要的网上市场格局已经形成，要想有很大的突破很困难，在这种情况下，我想到了不如进军男士消费品市场，每个人都喜欢美，男士现在对自己的外貌也越来越注重，而具有很大品牌效益的服装品牌就成了我的首先经营产品。面对巨大的消费市场，经过深思熟虑我觉得我的淘宝店铺主要经营男士服装。

2.网店基本情况

1.网店名称：衫加衣品牌折扣店

2.网店地址：

3.网店信誉：消保+七天无理由退换货+五心

4.创店时间：2024.3.6

3.经营模式

混合经营，以男装为主，女装为辅，男装主要经营美特斯邦威和少量其他休闲品牌，女装主要经营日韩系风格的款式

4.主营产品

男女休闲服装，帆布鞋

5.店铺特点

店铺主营经营学生风格的款式，衣服属于百搭款式，并且搭配鞋子一起销售，很好的把握了年轻人的消费心理

6.客户定位

中学生、大学生、上班族

7.价格定位

以中低价位为主，产品价格低廉，一些在实体店购买比较贵的，在本店购买会相对便宜很多

三、营销策略

1、走自己的特色，以较低的价格提供质量较好的衣服，薄利多销，吸引消费者，同时提供高质量的服务，提高成交量，并且维持一定的老客户。不定期的举行打折促销、团购等活动，即使不进行促销活动在买家一再请求优惠的情况下也可以适当的进行价格优惠，店铺经营初期即使零利润也会进行销售，赚取信誉，吸引新老顾客。总之，想要提高成交量就要把握好消费者的心理，提供物美价廉的商品，并且供应商的售后服务也要做到位，能及时处理退换货等问题。店铺初期最好是从自己朋友，同学下手，或者通过虚假交易积累一定的信誉，通过虚假交易打造一个销量好的商品，这样买家更有可能会购买自己店铺的商品。销量不好的时候要薄利多销，积累信誉，销量好的时候可以打造爆款，主推一款或者几款商品，通过跟买家商量五分好评给予店铺优惠券或者是现金返还以提高店铺的动态评分和好评率。

2、店铺装修风格也要与所经营的商品吻合，店铺装修漂亮可以提高宝贝浏览量，增加购买转化率。

3、店铺宣传

a.阿里旺旺

b.QQ群，微博，贴吧、论坛、电子邮件

c、人人网、校园网

d、与相关的网店建立友情链接，实现互利互惠

4、阿里旺旺

阿里旺旺要长时间在线，并且响应速度要快，即使不用电脑在线，也要用手机旺旺，做到随时随地都能进行交易，不放过一个买家

四、手机淘宝

5月31日消息，淘宝无线事业部发布了《淘宝无线2024年Q1电子商务数据报告》，据淘宝无线相关人士透露，手机淘宝在今年第一季度新增用户数达1500万，到今年4月的手机淘宝实现的成交金额已经超过去年全年（118亿），同比保持着500%以上的高速增长率，移动电商成为互联网行业最具活力的板块，并将呈现持续井喷的发展态势。

《报告》显示，2024年3月21日，手机淘宝累计登录用户数突破1亿，据工信部数据显示，截止2024年底，我国智能手机网民已超过1.9亿，也就是说目前每两个智能手机网民中，就有一个是手机淘宝用户。淘宝无线总经理邱昌恒透露，目前移动购物呈现了前所未有的高速增长态势，“照此速度发展下去的话，到今年年底手机淘宝用户总量有望突破2亿。”

“今年1-4月，手机淘宝的成交额已经超过去年全年，目前这个增长态势还在持续。”据淘宝无线工作人员预计，今年移动购物市场还将保持持续、高速、爆发式增长，到2024年底，手机淘宝的全年成交额或将达到500亿元

用户在手机网购的活跃度上也持续提升，据了解，手机淘宝登录会员数占比PC淘宝已经达到1:5。在第一季度，每天超过50%的手机淘宝用户会同时使用手机和PC进行购物，熟练地在手机和PC两个平台间进行跳转和消费，是名符其实的网购达人。

相对于互联网电子商务，移动电商克服了时间、空间上的局限性，更加灵活便捷，报告指出，2024年手机淘宝成交额占比PC淘宝来看，用户在周末进行移动购物的成交额比工作日提高了20%，无线上的周末效应表明，用户在休息日希望摆脱电脑的束缚，更倾向于使用手机和平板等终端进行网购，还给周末更多自由。

报告同时发现，手机淘宝客户端流量和成交额增长速度均要远高于手机淘宝WAP，一季度手机淘宝客户端的成交额环比增长71%，而wap的环比增长38%。手机淘宝客户端正在以其操作更便捷、页面更精美等超值体验赢得更多用户的青睐。

所以做好手机淘宝也是很重要的，设计好手机淘宝店铺店招，不定期的举行促销活动等也可以提高宝贝成交量。

五、总结

做好售前售后服务，采用适合自己店铺的经营策略，信誉很重要，质量是王道，款式和价格是吸引消费者的主要因素，在我精心经营下相信我的店铺会越来越好的！

**第三篇：电子商务策划方案**

电子商务策划方案

一、全球电子商务发展情况

二、我国B2B2C电子商务发展情况

三、项目需求分析 3.1市场环境分析 3.2行业选择分析 3.3货源渠道分析 3.3.1经销商选择

3.4风险分析 3.4.1财务资金

一、全球电子商务的发展情况

20世纪90年代，计算机网络得到飞速发展，信息处理和传递突破时间性和地域性的限制，计算机网络化和经济全球化已经成为不可抵抗的世界潮流，电子商务随之成为全球最热门、最活跃的信息交易活动，也是世界各国争先发展的各个产业部门最为关注的领域。目前电子商务是一个潜力巨大的市场，具有诱人的发展前景，作为一种崭新的商务交易活动，它可以推动整个经济发展的增长，改变交易状态，提高核心竞争力。同时也为消费者提供更多机会，更多选择性机会，从而得到更多实惠。

电子商务基础将得到更好的设施完善，逐步走向规范，企业发展电子商务的深度进一步拓展，个人参与电子商务的深度也将得到拓展。我国电子商务的发展将具备良好的网络平台和运行环境。电子商务的支撑环境逐步趋向规范和完善。个人对电子商务的应用将从目前点对点的直线方式走向多点的智能式发展。

目前电子商务已经得到很多人的认可，整个电子商务发展市场非常广阔。

二、我国B2B2C电子商务的发展状况

B2B2C电子商务平台将企业、个人用户不同需求完全整合在一起，缩短了销售链，从营销学角度上来说，销售链条中环节越少越好，越是成熟的行业，销售链条越短；B2B2C通常没有库存，充分为客户节约了成本（其中成本包括时间、资金、风险等众多因素）；并建立了更完善的物流体系，根据客户需求选择合适的物流公司，加强与物流企业的协作，形成整套的物流解决方案。

随着技术进步，一个企业以后的发展趋势是需要越来越少的生产人员，但企业却永远无法不依赖于消费者而生存和发展。因此，把消费者放在核心地位，让消费者与消费者结合，让消费者与企业结合，这无疑是最具生命力的电子商务模式。在多种电子商务并行的今天，商家与商家(B2B)，消费者与消费者(C2C)，商家与消费者(B2C)，直销与零售；商家、消费者与营销员逐渐融合，形成一个B2B2C联合创收平台。这也就是当今时代最先进的营销模式——B2B2C电子复合。显而易见，这种B2B2C电子商务模式是最具潮流性的，它符合商业发展的趋势，其商业价值不可估量。不仅可以实现商家与商家的直接网上交易，还可以借助其强大的平台特性，让更多的消费者寻找自己想要的交易目标。它改变了人们的生活方式和消费观念，从而利用一个新型商业模式的网站来实现自己的财务自由和时间自由。

三、项目需求分析

就产品分析，市场上种种商品都是从需求角度出发，收集调查资料，对本项目的需求和市场等相关方面展开分析，经过对调查资料的统计和归类，归纳出该市场的竞争与需求的差异化优势，竞争的重点和发展方向等。包括市场环境分析、行业选择分析、货源渠道分析和财务资金分析等等。

3.1市场环境分析

根基调查，大部分从事网上交易的大学生，上班族，网下有实体店的店主，少数40到50岁的人群，就我国现在新形式下，各种购物人群都参与了网络贸易，其中，大学生居主导地位，网购成为市场上所必须的一种商业化形式。随着电子商务的迅速发展，电子商务网络交易市场前景广阔。3.2行业选择分析

有人说女人和小孩的钱最好赚，有人说民以食为天，饮食行业有发展前途，总之“市场是个宝，全靠自己找”。每个行业都有每个行业的特点，就实体与网络对比，网络还是占多大数，数码产品，家电产品，服饰产品，装饰产品，虚拟产品等琳琅满目，完全可以做到足不出户完成电子交易。3.3货源渠道分析

确定卖什么东西之后，就开始寻找货源，比如，沛县特产，韩国化妆品，服饰，各乡镇特有的水果等等，大致概括可包括土特产、儿童用品（童装童鞋等）、家居用品、礼品玩具、宠物用品、装饰品、灯饰家用品等，也可以适当的加入一些品牌产品，选择好货源后，开始着手经销商，对此要跟经销商说明现在中国的经济状况以及网络对现在中国的重要性，对此也要让经销商认识到把商品搬上网络的好处，毕竟网络已经取代了实体店的市场，像很多保守的商家，不愿意把自己的商品推向网络，应多向他们展示一些典型范例，也许会勾起他们的兴趣尝试尝试，从而才能对此提到价格的定位，体现双赢的合作关系。

3.3.1经销商选择

选择好的经销商，可以通过商议，外拓，膜拜等多个模式去寻找，事先谈好，签好合同，具有法律效益之后，就可以安心的合作与实现共赢的合作关系了。3.4风险分析

无论什么行业，创业都有一定的风险，为了能更好的在市场上站稳脚跟，必须对市场作好预期的市场风险分析。把潜在的风险大事化小，小事化无，他可以是来自同行的竞争，也可以是来自市场的主导，也可以是来自消费市场，空间领域的方面的风险，这就要求我们在对市场风险中对物流，信息流，资金流方面的分析，不然可能一进市场就夭折了。从而带来了巨大的损失!主要风险因素：

产品情况：实践经验表明项目风险和产品情况成正比；检验商品，慎重选择项目，不能存在侵犯消费者合法权益

实用环境：适用的开发市场环境不足、不可靠、使用不方便等因素，都会增加风险系数；保证产品质量。

客户因素：表现在客户需求经常矛盾，不了解客户的特殊需要，客户不了解，且双方又难于沟通等。明白客户需要什么。有了市场风险，就要制定相关措施来预防和化解市场风险的方法。3.4.1财务资金

可通过记账的形式发现盈亏并予以注意其中不必要的损失。

**第四篇：茶叶电子商务策划方案**

茶叶业网络直销大环境：

随着我国电子商务基础环境的日益成熟，茶叶网络直销及招商的商业模式已经由最初的构想转化成具有明确的盈利模式的商业形态。

作为世界茶叶生产、加工和销售大国，中国茶叶年总产值达百亿元，但在茶叶电子商务领域却几近空白，如何发展电子商务成为业界关注的话题。

因此，无论是拥有庞大传统茶叶营销渠道的大型企业或是处于起步成长阶段的茶叶商，网络直销是一个市场前景广阔、充满机遇的发展领域。

茶叶行业面临的困难：

市场品牌竞争激烈

利润率下滑

小批量、多品种生产需求增加

成本提升，库存周期缩短的压力不断增大

传统市场准入门槛提升

品牌茶叶不断发展壮大，市场竞争日趋激烈；在竞争和成本的双重挤压下，众多茶叶厂商的平均利润率下滑；终端消费人群需求不断细分，小批量、多品种生产需求增加。与此同时，消费端对质量、品种的要求也在不断提高；原材料、生产资料、渠道成本提升，库存周期缩短在成本控制中成为首要解决的问题之一；市场竞争激烈，规模效应、品牌建设成本等因素进一步提高了传统茶叶行业市场的准入门槛。

在茶叶行业的网站中，针对自己公司网站做推广的很少，而现在很多人利用网络寻找茶叶的时候往往是通过搜索引擎或到行业网站找，虽然现在是电子商务时代，但是人们对于茶叶的质量还是很在意的，往往是到一定的茶叶及代理商那里去购买，但是随着科学的发展，网络已经成为现在通信的一个主流方式，很多消费者或经销商商都是通过网络寻找产品，这样就省去了时间、金钱。

茶叶网络直销及招商电子商务的根本目的：

多年以前，茶叶信息化建设已经为企业主们所关注，ERP、供应链管理系统、各类进销存管理系统在协调企业内外部资源调配、节约企业成本方面起了极为重要的作用。

当互联网发展深入到直接影响我们的生活和日常购买行为时，电子商务蓬勃发展起来。区别于早期信息化建设的目标，茶叶网络直销电子商务的根本目的在于以下四方面： 通过网络渠道实现、提升茶叶产品销售额

加速抢占网络直销及招商市场份额，进而提升传统市场品牌影响力，催化整体市场占有率 建立起极致压缩中间渠道的直销及招商模式，降低渠道成本；加强厂家与经销商和消费端的接触，获得即时市场信息，进而根据反馈在设计生产环节对市场信息做出快速反应，压缩设计、生产、库存周期

绕过庞大的生产资料投入与渠道开发门槛，以低成本短周期电子商务模式切入茶叶领域，几个核心关键点：

如何选择、设计、开发、导入网络直销及招商电子商务平台，迈开网络直销及招商的第一

步？

如何通过有效的信息数据交换，将电子商务平台的销售数据与企业ERP、SCM整合，提高效率、节省成本、整合应用企业资源？

如何通过网络营销提高销售额，实现有效的客户关系管理，塑造企业品牌？

平台主要功能需求与实现：

茶叶网上直销及招商电子商务平台归属B2B和B2C结合电子商务范畴。

网络直销及招商电子商务平台涵盖互联网网络应用技术、网络安全及系统安全技术、数据库及应用集成技术，平台建设必须为企业ERP等后端系统整合预留足够的空间，并为网络营销方面做充分的考量。

需要强调一点：茶叶网络直销及招商电子商务平台是一个整合了产品销售、产品管理、市场与销售信息入口、数据统计分析、营销推广、客户关系管理等功能模块的经营性平台。因此，系统功能的开发与实现应满足企业长期经营运维的需求。

为此需要有一个功能完善、有良好用户体验的一站式网上茶叶导购平台，并有个鲜明的网上品牌形象，力求抓住客户眼球并取得客户信任。使用在线服务系统，可以保证一天24小时有人在线解答，这样能在第一时间消除客户的疑问，为抓住客户做了最好的基础。网站建设好以后，我们产品面向的将是全国的代理商和终端客户，客户担心的是距离远，没有安全保障，我们可以通过多种方式给予技术支持，也可以向客户保证产品不好卖的话！在检验产品包装没有破坏的情况下能给予退货，这样就打消了客户的后顾之忧，当然，产品卖的好的话，在当地的市场自然就打开了，技术支持只是前期的必须环节.。

通过多种方式的网络营销吸引消费者及经销商点击浏览并提高交易成功率，特别是利用搜索引挚营销，使茶叶相关关键词排在搜索结果前面，其效果尤为突出，并到相关行业的网站、论坛、博客及商务网站里面不断发布信息。结合公司新产品促销，不定期发送在线优惠卷；参与行业内的排行评比等活动，以期获得新闻价值；对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。总之：

1、做到服务到位，诚信为本，客户的满意才是我们的成功。

2、充分利用网络，寻找消费者、经销商，推广自己的产品，争取全面打开全国市场。茶叶电子商务开展步骤：

1.定位好代理、直销、代工三合一的网络销售模式，打造最佳网络品牌，完善电子商务功能。

2.对网站进行整站优化，针对各个目标群体分析长尾关键词，实现在搜索引擎推广上进行全方位的覆盖。

3.组成电子商务项目组，全面负责电子商务推广，维护，经营等工作，该项目组成员至少包括网站维护推广员、跟单客户服务员、招商渠道员等。

4.通过软文营销、论坛社区营销、电子邮件营销等营销手段进行全面的网络推广，以达到最大程度争取潜在客户消费者

5.做好客户管理系统、经销商管理系统并与企业ERP系统进行整合，整合应用企业资源，实现企业经营电子化、网络化。

一个茶叶网站的成功与否与建站前的网站策划有着极为重要的关系。在建立茶叶网站前应明确建设茶叶网站的目的，确定茶叶网站的功能，确定茶叶网站规模、投入费用，进行必要的市场分析等。只有详细的策划，才能避免在茶叶网站建设中出现的很多问题，使茶叶网站建设能顺利进行。

茶叶网站策划书出应该尽可能涵盖茶叶网站策划中的各个方面，茶叶网站策划书的写作要科学、认真、实事求是。茶叶网站策划书包含的内容如下：

一、建设茶叶网站前的市场分析（企业自行处理）

1、相关行业的市场是怎样的,市场有什么样的特点，是否能够在互联网上开展公司业务。

2、市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其茶叶网站策划、功能作用。

3、公司自身条件分析、公司概况、市场优势，可以利用茶叶网站提升哪些竞争力，建设茶叶网站的能力（费用、技术、人力等）。

二、建设茶叶网站目的及功能定位（企业自行处理或与专业公司商议）

1、为什么要建立茶叶网站，是为了树立企业形象，宣传产品，进行电子商务，还是建立行业性茶叶网站？是企业的基本需要还是市场开拓的延伸？

2、整合公司资源，确定茶叶网站功能。根据公司的需要和计划，确定茶叶网站的功能类型：企业型茶叶网站、应用型茶叶网站、商业型茶叶网站（行业型茶叶网站）、电子商务型茶叶网站；企业茶叶网站又分为企业形象型、产品宣传型、网上营销型、客户服务型、电子商务型等。

3、根据茶叶网站功能，确定茶叶网站应达到的目的作用。

4、企业内部网（Intranet）的建设情况和茶叶网站的可扩展性。

三、茶叶网站技术解决方案（与专业公司商议）

根据茶叶网站的功能确定茶叶网站技术解决方案。

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用Window2000/NT还是unix,Linux。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用模板自助建站、建站套餐还是个性化开发。

4、茶叶网站安全性措施，防黑、防病毒方案（如果采用虚拟主机，则该项由专业公司代劳）。

5、选择什么样的动态程序及相应数据库。如程序ASP、JSP、PHP；数据库SQL、ACCESS、ORACLE等。

四、茶叶网站内容及实现方式（与专业公司商议）

1、根据茶叶网站的目的确定茶叶网站的结构导航。

一般企业型茶叶网站应包括：公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式、在线留言等基本内容。更多内容如：常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛、英文版等等。

2、根据茶叶网站的目的及内容确定茶叶网站整合功能。

如FLASH引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、信息搜索查询系统、流量统计系统等。

3、确定茶叶网站的结构导航中的每个频道的子栏目。

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户、客户评价等；客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨、服务项目等。

4、电子商务类茶叶网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、定单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等。

5、如果茶叶网站栏目比较多，则考虑采用茶叶网站编程专人负责相关内容。注意：茶叶网站内容是茶叶网站吸引浏览者最重要的因素，无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查，并在茶叶网站发布后调查人们对茶叶网站内容的满意度，以及时调整茶叶网站内容。

6、确定茶叶网站内容的实现方式。如产品中心使用动态程序数据库还是静态页面；营销网络是采用列表方式还是地图展示。

五、网页设计

1、网页设计美术设计要求，网页美术设计一般要与企业整体形象一致，要符合企业CI规范。要注意网页色彩、图片的应用及版面策划，保持网页的整体一致性。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

六、费用预算

1、企业建站费用的初步预算

一般根据企业的规模、建站的目的、上级的批准而定。

2、专业建站公司提供详细的功能描述及报价，企业进行性价比研究。

3、茶叶网站的价格从几千元到十几万元不等。如果排除模板式自助建站（火山动力通常认为企业的茶叶网站无论大小，必须有排他性，如果千篇一律对企业形象的影响极大）和牟取暴利的因素，茶叶网站建设的费用一般与功能要求是成正比的。

七、茶叶网站维护

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是茶叶网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、内容的更新、调整等。

4、制定相关茶叶网站维护的规定，将茶叶网站维护制度化、规范化。

5、说明：动态信息的维护通常由企业安排相应人员进行在线的更新管理；静态信息（即没用动态程序数据库支持）可由专业公司进行维护。

八、茶叶网站测试

茶叶网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、服务器稳定性、安全性

2、程序及数据库测试，网页兼容性测试，如浏览器、显示器。

3、文字、图片、链接是否有错误。

九、茶叶网站发布与推广

1、茶叶网站测试后进行发布的公关，广告活动。

2、搜索引掣登记等。

十、茶叶网站建设日程表

各项策划任务的开始完成时间，负责人等。

以上为茶叶网站策划中的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会在增加或减少。在建设茶叶网站之初一定要进行细致的策划，才能达到预期建站目的。

**第五篇：茶叶电子商务策划方案**

茶叶企划书

随着我国电子商务基础环境的日益成熟，茶叶网络直销及招商的商业模式已经由最初的构想转化成具有明确的盈利模式的商业形态。

作为世界茶叶生产、加工和销售大国，中国茶叶年总产值达百亿元，特别是台湾茶，因其独特品质深受大陆民众喜爱，但在茶叶电子商务领域却几近空白，如何发展电子商务成为业界关注的话题。

因此，无论是拥有庞大传统茶叶营销渠道的大型企业或是处于起步成长阶段的茶叶商，网络直销是一个市场前景广阔、充满机遇的发展领域。

茶叶行业面临的困难：

市场品牌竞争激烈

利润率下滑

小批量、多品种生产需求增加

成本提升，库存周期缩短的压力不断增大

传统市场准入门槛提升

品牌茶叶不断发展壮大，市场竞争日趋激烈；在竞争和成本的双重挤压下，众多茶叶厂商的平均利润率下滑；终端消费人群需求不断细分，小批量、多品种生产需求增加。与此同时，消费端对质量、品种的要求也在不断提高；原材料、生产资料、渠道成本提升，库存周期缩短在成本控制中成为首要解决的问题之一；市场竞争激烈，规模效应、品牌建设成本等因素进一步提高了传统茶叶行业市场的准入门槛。

在茶叶行业的网站中，针对自己公司网站做推广的很少，而现在很多人利用网络寻找茶叶的时候往往是通过搜索引擎或到行业网站找，虽然现在是电子商务时代，但是人们对于茶叶的质量还是很在意的，往往是到一定的茶叶及代理商那里去购买，但是随着科学的发展，网络已经成为现在通信的一个主流方式，很多消费者或经销商商都是通过网络寻找产品，这样就省去了时间、金钱。

茶叶网络直销及招商电子商务的根本目的：

多年以前，茶叶信息化建设已经为企业主们所关注，ER、供应链管理系统、各类进销存管理系统在协调企业内外部资源调配、节约企业成本方面起了极为重要的作用。

当互联网发展深入到直接影响我们的生活和日常购买行为时，电子商务蓬勃发展起来。区别于早期信息化建设的目标，茶叶网络直销电子商务的根本目的在于以下四方面：

通过网络渠道实现、提升茶叶产品销售额

加速抢占网络直销及招商市场份额，进而提升传统市场品牌影响力，催化整体市场占有率

建立起极致压缩中间渠道的直销及招商模式，降低渠道成本；加强厂家与经销商和消费端的接触，获得即时市场信息，进而根据反馈在设计生产环节对市场信息做出快速反应，压缩设计、生产、库存周期

绕过庞大的生产资料投入与渠道开发门槛，以低成本短周期电子商务模式切入茶叶领域，几个核心关键点：

如何选择、设计、开发、导入网络直销及招商电子商务平台，迈开网络直销及招商的第一步？

如何通过有效的信息数据交换，将电子商务平台的销售数据与企业ER、SCM整合，提高效率、节省成本、整合应用企业资源？

如何通过网络营销提高销售额，实现有效的客户关系管理，塑造企业品牌？

平台主要功能需求与实现：

茶叶网上直销及招商电子商务平台归属B2B和B2C结合电子商务范畴。

网络直销及招商电子商务平台涵盖互联网网络应用技术、网络安全及系统安全技术、数据库及应用集成技术，平台建设必须为企业ER 等后端系统整合预留足够的空间，并为网络营销方面做充分的考量。

需要强调一点：茶叶网络直销及招商电子商务平台是一个整合了产品销售、产品管理、市场与销售信息入口、数据统计分析、营销推广、客户关系管理等功能模块的经营性平台。因此，系统功能的开发与实现应满足企业长期经营运维的需求。

为此需要有一个功能完善、有良好用户体验的一站式网上茶叶导购平台，并有个鲜明的网上品牌形象，力求抓住客户眼球并取得客户信任。使用在线服务系统，可以保证一天24小时有人在线解答，这样能在第一时间消除客户的疑问，为抓住客户做了最好的基础。网站建设好以后，我们产品面向的将是全国的代理商和终端客户，客户担心的是距离远，没有安全保障，我们可以通过多种方式给予技术支持，也可以向客户保证产品不好卖的话！在检验产品包装没有破坏的情况下能给予退货，这样就打消了客户的后顾之忧，当然，产品卖的好的话，在当地的市场自然就打开了，技术支持只是前期的必须环节.。

通过多种方式的网络营销吸引消费者及经销商点击浏览并提高交易成功率，特别是利用搜索引挚营销，使茶叶相关关键词排在搜索结果前面，其效果尤为突出，并到相关行业的网站、论坛、博客及商务网站里面不断发布信息。结合公司新产品促销，不定期发送在线优惠卷；参与行业内的排行评比等活动，以期获得新闻价值；对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。

总之：

1、做到服务到位，诚信为本，客户的满意才是我们的成功。

2、充分利用网络，寻找消费者、经销商，推广自己的产品，争取全面打开全国市场。

茶叶电子商务开展步骤：

1.定位好代理、直销、代工三合一的网络销售模式，打造台湾茶最佳网络品牌，完善电子商务功能。

2.对网站进行整站优化，针对各个目标群体分析长尾关键词，实现在搜索引擎推广上进行全方位的覆盖。

3.组成电子商务项目组，全面负责电子商务推广，维护，经营等工作，该项目组成员至少包括网站维护推广员、跟单客户服务员、招商渠道员等。

4.通过软文营销、论坛社区营销、电子邮件营销等营销手段进行全面的网络推广，以达到最大程度争取潜在客户消费者

5.做好客户管理系统、经销商管理系统并与企业ER 系统进行整合，整合应用企业资源，实现企业经营电子化、网络化。

一个茶叶网站的成功与否与建站前的网站策划有着极为重要的关系。在建立茶叶网站前应明确建设茶叶网站的目的，确定茶叶网站的功能，确定茶叶网站规模、投入费用，进行必要的市场分析等。只有详细的策划，才能避免在茶叶网站建设中出现的很多问题，使茶叶网站建设能顺利进行。

茶叶网站策划书出应该尽可能涵盖茶叶网站策划中的各个方面，茶叶网站策划书的写作要科学、认真、实事求是。茶叶网站策划书包含的内容如下：

一、建设茶叶网站前的市场分析（企业自行处理）

1、相关行业的市场是怎样的,市场有什么样的特点，是否能够在互联网上开展公司业务。

2、市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其茶叶网站策划、功能作用。

3、公司自身条件分析、公司概况、市场优势，可以利用茶叶网站提升哪些竞争力，建设茶叶网站的能力（费用、技术、人力等）。

二、建设茶叶网站目的及功能定位（企业自行处理或与专业公司商议）

1、为什么要建立茶叶网站，是为了树立企业形象，宣传产品，进行电子商务，还是建立行业性茶叶网站？是企业的基本需要还是市场开拓的延伸？

2、整合公司资源，确定茶叶网站功能。根据公司的需要和计划，确定茶叶网站的功能类型：企业型茶叶网站、应用型茶叶网站、商业型茶叶网站（行业型茶叶网站）、电子商务型茶叶网站；企业茶叶网站又分为企业形象型、产品宣传型、网上营销型、客户服务型、电子商务型等。

3、根据茶叶网站功能，确定茶叶网站应达到的目的作用。

4、企业内部网（Intranet）的建设情况和茶叶网站的可扩展性。

三、茶叶网站技术解决方案（与专业公司商议）

根据茶叶网站的功能确定茶叶网站技术解决方案。

1、采用自建服务器，还是租用虚拟主机。

2、选择操作系统，用Window2000 NT还是unix,Linux。分析投入成本、功能、开发、稳定性和安全性等。

3、采用模板自助建站、建站套餐还是个性化开发。

4、茶叶网站安全性措施，防黑、防病毒方案（如果采用虚拟主机，则该项由专业公司代劳）。

5、选择什么样的动态程序及相应数据库。如程序AS、JS、H ；数据库SQL、ACCESS、ORACLE等。

四、茶叶网站内容及实现方式（与专业公司商议）

1、根据茶叶网站的目的确定茶叶网站的结构导航。

一般企业型茶叶网站应包括：公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式、在线留言等基本内容。更多内容如：常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛、英文版等等。

2、根据茶叶网站的目的及内容确定茶叶网站整合功能。

如FLASH引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、信息搜索查询系统、流量统计系统等。

3、确定茶叶网站的结构导航中的每个频道的子栏目。

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户、客户评价等；客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨、服务项目等。

4、电子商务类茶叶网站要提供会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、定单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等。

5、如果茶叶网站栏目比较多，则考虑采用茶叶网站编程专人负责相关内容。注意：茶叶网站内容是茶叶网站吸引浏览者最重要的因素，无内容或不实用的信息不会吸引匆匆浏览的访客。可事先对人们希望阅读的信息进行调查，并在茶叶网站发布后调查人们对茶叶网站内容的满意度，以及时调整茶叶网站内容。

6、确定茶叶网站内容的实现方式。如产品中心使用动态程序数据库还是静态页面；营销网络是采用列表方式还是地图展示。

五、网页设计

1、网页设计美术设计要求，网页美术设计一般要与企业整体形象一致，要符合企业CI规范。要注意网页色彩、图片的应用及版面策划，保持网页的整体一致性。

2、在新技术的采用上要考虑主要目标访问群体的分布地域、年龄阶层、网络速度、阅读习惯等。

3、制定网页改版计划，如半年到一年时间进行较大规模改版等。

六、费用预算

1、企业建站费用的初步预算

一般根据企业的规模、建站的目的、上级的批准而定。

2、专业建站公司提供详细的功能描述及报价，企业进行性价比研究。

3、茶叶网站的价格从几千元到十几万元不等。如果排除模板式自助建站（火山动力通常认为企业的茶叶网站无论大小，必须有排他性，如果千篇一律对企业形象的影响极大）和牟取暴利的因素，茶叶网站建设的费用一般与功能要求是成正比的。

七、茶叶网站维护

1、服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是茶叶网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、内容的更新、调整等。

4、制定相关茶叶网站维护的规定，将茶叶网站维护制度化、规范化。

5、说明：动态信息的维护通常由企业安排相应人员进行在线的更新管理；静态信息（即没用动态程序数据库支持）可由专业公司进行维护。

八、茶叶网站测试

茶叶网站发布前要进行细致周密的测试，以保证正常浏览和使用。主要测试内容：

1、服务器稳定性、安全性

2、程序及数据库测试，网页兼容性测试，如浏览器、显示器。

3、文字、图片、链接是否有错误。

九、茶叶网站发布与推广

1、茶叶网站测试后进行发布的公关，广告活动。

2、搜索引掣登记等。

十、茶叶网站建设日程表

各项策划任务的开始完成时间，负责人等。

以上为茶叶网站策划中的主要内容，根据不同的需求和建站目的，内容也会在增加或减少。在建设茶叶网站之初一定要进行细致的策划，才能达到预期建站目的。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！