

项目一

谋定后动,运筹帷幄的制胜法宝 ——网店规划

电子商务的普及给予了年轻人更多的工作机会,全职或兼职开网店成为越来越多年轻人的全新选择。在正式开设网店之前,卖家首先需要对如何运营网店有清晰的规划,了解网店运营的流程和模式,明确行业市场潜力、洞察客户需求、分析竞争态势,进而对网店的风格、产品进行定位,确定自己所服务的目标人群。只有做好这些规划,卖家才能有明确的方向,稳步开展网店运营推广工作。



知识目标

- 了解网店运营的概念和流程。
- 了解网店运营的模式。
- 了解市场分析的原理。
- 掌握网店定位的方法。



动画:大学生创业三人行



能力目标

- 能够区分网店运营不同模式的适用场景。
- 能够对市场进行合理的分析。
- 能够对网店进行准确的定位。

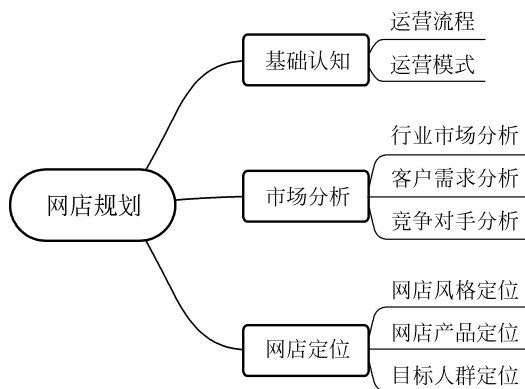


素养目标

- 培养创新意识与创新精神。
- 增强民族自信心和自豪感。
- 工欲善其事,必先利其器,做好市场分析,做足前期准备。
- 培养敏锐洞察力,了解消费者需求,做正确的事。



思维导图



任务一 基础认知



案例引入

湖北深山“淘宝村”的脱贫致富路

湖北十堰市郧西县涧池乡下营村,“勤奋+诚实+沟通=成功”的巨大标语,醒目挂在电商服务中心大楼外。2019年,下营村有139户近700人从事电子商务活动,开设网店500余家,全村销售额突破2亿元。

地处鄂西北秦巴山区深处的郧西县,是全国14个集中连片特困地区贫困县,也是国家新阶段扶贫开发工作重点县、全省9个深度贫困县之一,建档立卡初期,贫困发生率为32.7%。下营村地处偏僻,交通不便,一度是全县重点贫困村之一。

下营村迈上电商之路始于2008年,当地个别村民通过开淘宝店,将十堰绿松石外销到全国各地。2014年,下营村网络销售绿松石突破3000万元,网店达66家,被称为“湖北淘宝第一村”。2015年,郧西县被确定为全国电子商务进农村综合示范县。

当地不断强化农村电商网络基础设施建设和农村电商人员培训,加快推进电子商务进农村示范工程、农村电商物流配送、地方农特产品品牌培育和网络销售、地方农特产品质量溯源体系建设等,全县电商应用与发展走上“快车道”,成为当地农业增效、农民增收、产业扶贫新途径。

一直以来,“淘宝村”的主营产品为绿松石。但是,绿松石资源毕竟有限。郧西是典型的农业大县,富有特色的种植业和养殖业,为下营村电商发展提供了新路径。他们打造农产品网售联盟,采取“农户散养加工,电商统一销售”的模式,将当地土鸡、土猪肉、马头羊、茶叶、蜂蜜、红薯粉等农特产品销往全国各地。2019年,“淘宝村”2亿元电商收入中,农特产品销售额占比30%以上,带动贫困户62户245人,人均年增收3000元以上。2017年,下营村整村脱贫出列。

2021年,下营村启动美丽乡村建设,就势造景、就地取材,曾经的猪圈变成金牛广场,以前的臭水塘成为荷塘,泥巴路改造成石板巷。为保护绿水青山,当地已禁止私人开采绿松石矿。村里连续3年举办“七夕荷塘音乐节”“莲藕美食文化节”“旅游年货节”等旅游文化活动,吸引游客超过130余万人次,旅游收入达到6600多万元。

“淘宝村”仍在发展,通过创建电商创业园、淘宝协会、电子商务培训基地等平台,不断延伸产业链条,村子形成了“以电商产业为主导,乡村旅游为辅助,创业孵化为补充”的发展模式。

资料来源: <https://cnews.chinadaily.com.cn/a/202011/27/WS5fc08e03a3101e7ce9732064.html>.

案例分析:党的二十大报告提出:“坚持高水平对外开放,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。”电商经济已成为连接企业生产端和居民消费端、畅通国内国际双循环的重要力量。下营村之所以能够整村脱贫出列,除得益于各级政府的重点帮扶、村干部的率先垂范之外,更是与家家户户用于尝试开设并运营网店,钻研店铺开设和运营之道,实现网销商品迭代更新密不可分。可以说,下营村多数农户已经将运营网店作为谋生致富的重要手段。



价值领航

- (1) 培养创新意识与创新精神。
- (2) 增强民族自信心和自豪感。

一、运营流程

网店运营推广是一种基于互联网大发展背景的新型销售方式,是指卖家利用互联网建立一个虚拟的网上店铺,并通过该店铺向买家出售商品。在网上店铺中,买家无法直接接触商品,只能通过卖家发布的商品描述、商品图片及其他买家的评价等途径了解商品。买家下单并支付货款后,卖家通过邮寄等方式将商品寄给买家。

一般来说,卖家可以通过在电子商务平台上自助注册店铺的形式开设网店,然后完成商品的销售。网店运营的基本流程如图 1-1 所示。

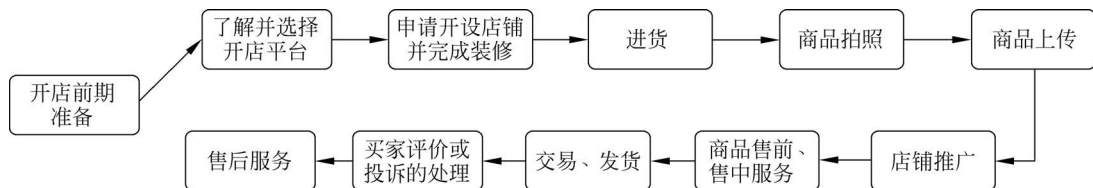


图 1-1 网店运营的基本流程

课堂讨论: 以下流程是否适用于所有的电商平台店铺?

(一) 开店前期准备

1. 准备开店所必需的硬件设备和软件设备

硬件设备主要包括计算机、网络、固定电话或手机、数码相机等。对规模较大的全职卖家来说,其硬件设备还包括办公场所、传真机和打印机。软件设备主要包括开通网银、申请电子邮箱、安装图片处理软件(如 Photoshop、光影魔术手、美图秀秀)等。



微课: 网店运营流程

2. 对网店运营进行科学、合理的规划

卖家要开展市场分析,根据调查分析结果选择并确定适合自己在网上销售的商品,然后选择合适的供货商,以保证自己有充足的货源。此外,卖家还要选择并确定合适的物流公司,以保证商品配送的快速、准确。

（二）了解并选择开店平台

卖家可以通过自主创建独立网站和在电子商务平台上自助注册店铺的形式开设网店。大多数卖家选择在淘宝网、天猫商城、京东商城、唯品会等大型电子商务平台上注册开店,所以需要对各个平台的入驻要求有所了解,并提前准备好注册店铺需要的相关资料。

（三）申请开设店铺并完成装修

卖家在电子商务平台成功申请开设店铺后,即可拥有自己的网店,然后需要对店铺进行装修和管理,包括设置店铺名称、选择商品类目、设置店铺招牌、管理商品图片、设置商品导航、物流管理、网店运营岗位管理等。其中,设置店铺名称和选择商品类目是比较关键的环节。为店铺起一个响亮的名字可以加深买家对店铺的印象,而商品类目的选择会影响日后店铺的运营效果。

（四）进货

对进货来说,控制成本和保证商品品质是关键。要想做好这两点,卖家需要选择较好的进货渠道,并与供应商建立良好的供应合作关系。

（五）商品拍照

网上购物过程中,由于买家无法直接接触商品,因此可能会对商品存在某些顾虑。为了打消买家对商品的疑虑,卖家需要向买家展示真实、清晰的商品图片。商品图片必须是商品实拍,且要保证图片清晰,否则容易产生售后问题。

（六）商品上传

卖家需要在网店中添加每件商品的详细信息,包括商品的名称、数量、图片、价格、规格、产地、所在地、性质、外观、交易方式、交易时限等,并且要设置详细、精美的商品详情页,对商品进行全面的介绍。

在上传商品的过程中,商品名称的设置非常关键,它会对商品和店铺的点击率、转化率造成直接影响。此外,商品详情页的制作及商品价格的设置也会对商品的转化率产生重要影响。

（七）店铺推广

为了提升店铺的人气,在店铺运营过程中,卖家需要开展营销推广活动。网店的营销推广活动主要是通过网络渠道进行的,如通过平台自身的营销工具进行推广,通过网络社交媒体进行推广等。

（八）商品售前、售中服务

买家在浏览商品和店铺时,会与卖家进行一些必要的沟通,此时卖家要能及时、妥善、耐心地回复买家提出的各种问题,为买家提供高品质的客户服务。

（九）交易、发货

当买家确认购买并完成支付后,卖家要在自己设定的时间内完成商品的寄送,包括通知快递公司揽件、完成发货、更新物流信息等。

物流的快慢也是买家购物时非常关心的问题。在产生订单后,卖家应当尽快发货,及时更新物流信息,选择正规的快递公司,保证商品能够快速、安全地送到买家手中。

（十）买家评价或投诉的处理

当交易完成后,买卖双方需要对对方做出评价。买家对卖家做出的评价是影响网店运营表现的重要因素,同时还会影响其他买家的购买行为。如果遇到买家给予差评或投诉,卖家要

尽快联系买家,帮助其解决问题。如果遭受恶意差评,卖家可以向电子商务平台进行投诉,以减少自己的损失。

(十一) 售后服务

售后服务包括退换货服务、商品使用指导和商品售后保障等。完善、周到的售后服务是网店保持经久不衰的重要筹码,它能为网店吸引更多的回头客,扩大店铺的影响力。



商法同行 根据《网络交易监督管理办法》第八条规定,网络交易经营者不得违反法律、法规、国务院决定的规定,从事无证无照经营。除《中华人民共和国电子商务法》第十条规定的不需要进行登记的情形外,网络交易经营者应当依法办理市场主体登记。

个人通过网络从事保洁、洗涤、缝纫、理发、搬家、配制钥匙、管道疏通、家电家具修理修配等依法无须取得许可的便民劳务活动,依照《中华人民共和国电子商务法》第十条的规定不需要进行登记。

个人从事网络交易活动,年交易额累计不超过10万元的,依照《中华人民共和国电子商务法》第十条的规定不需要进行登记。同一经营者在同一平台或者不同平台开设多家网店的,各网店交易额合并计算。

个人从事的零星小额交易须依法取得行政许可的,应当依法办理市场主体登记。

资料来源: https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5602020.htm?eqid=93fda63a000.

二、运营模式

在开设网店之前,卖家要想清楚是全职开网店,还是兼职开网店;是在电子商务平台上自助式开网店,还是自己创建一个独立的网站;是自己进货,还是采取网络代销的形式代理销售其他商家的商品。

(一) 全职开网店与兼职开网店

卖家可以选择全职开网店,也可以选择兼职开网店,不同的方式具有不同的特点。

1. 全职开网店

全职开网店相当于投资创业,这种经营方式的特点是卖家将全部精力都放在网店的经营上,将网上开店作为自己的全部工作,将网店的收入作为个人收入的主要来源。全职开网店的经营重点与难点在于网店的推广,需要有一套符合自己的宣传和营销战术。

2. 兼职开网店

兼职开网店是指卖家将网店生意作为自己的一项副业进行经营,其主要人群为业余时间比较充裕的大学生及利用职场之便的办公人员。他们开网店是为了增加一定的收入来源,但并不以此作为全部收入来源。

课堂讨论: 你支持大学生兼职开网店吗?

兼职开网店具备全职开网店的所有特点,而且经营成本较低,所要承担的风险也相对较小。此外,由于兼职开网店利用的是业余时间,所以经营者在时间的安排上比较自由,不会影响正常的工作和学习,是一种比较自由的经营方式。

(二) 自助式开店与创建独立网站

网上开店的方式主要有两种:一种是自助式开店,即在电子商务平台上开设店铺;另一种是创建独立网站。

1. 自助式开店

自助式开店是指在淘宝网、天猫商城、京东商城等电子商务平台上申请注册店铺。这种开店方式类似于在商场租赁柜台销售商品。电子商务平台会为卖家提供自助申请开店服务,符合要求的卖家可以简单、快捷地在电子商务平台上创建自己的店铺。各个电子商务平台都拥有一定的用户基础,而且具有系统的营销推广、数据统计、物流体系,所以在电子商务平台上自助式开店,卖家可以借助这些平台自身带有的人气和完善的店铺服务体系,在一定程度上降低开店的难度。因此,在电子商务平台上自助式开店成为一种主流的开店方式。

2. 创建独立网站

创建独立网站是指卖家根据自身的情况,自己设计或委托专业人士制作独立的网站来销售商品。由于自助式开店依附于第三方电子商务平台,店铺会受到电子商务平台模板的限制,而独立网站不依附于其他电子商务网站,拥有独立的域名,卖家可以按照自己的想法自主设计网站,更好地体现自己独特的设计风格。创建独立网站一般需要完成以下几个步骤:购买服务器,选择域名和空间,设计页面,开发程序,推广网站,管理与维护网站等。与自助式开店相比,创建独立网站更加困难,最好由一个运作团队维护网站的正常运行。

此外,由于独立网站是新创建的,缺少用户基础,因此不太容易获得买家的信任。同时,由于独立网站不依附于其他电子商务网站,虽然不需要缴纳店铺保证金,但是独立网站后期的推广与维护往往需要花费更多的资金。

(三) 自己进货与网络代销

对于网店货品的来源,卖家既可以选择自己进货,也可以选择网络代销。自己进货和网络代销分别具有自己的优点和缺点。

1. 自己进货

自己进货就是自己寻找货源并进货,这种方式的优点主要表现在以下三个方面。

(1) 卖家可以控制商品成本,即在保证商品质量的前提下,可以寻找价格较低的商品,进而增加自己销售的利润。

(2) 卖家可以准确地掌握实际的库存量,保证有货可售。

(3) 卖家可以自己掌握发货时间,保证商品能够被快速地送达买家。

与网络代销相比,自己进货存在一定的缺点,表现在以下三个方面。

(1) 卖家需要投入一定的资金进行囤货,如果销量不佳,容易造成商品积压。

(2) 卖家需要掌握一定的进货、发货流程,这会涉及仓储、物流等问题。

(3) 卖家耗费的时间与精力较多,需要自己寻找货源、拍摄商品图片、上传商品等。

2. 网络代销

网络代销是指卖家在网上展示供货商提供的图片、商品介绍等资料,买家下单付款后,卖家再让供货商发货。

网络代销的优点主要体现以下三个方面。

(1) 卖家没有进货风险,不用囤货,可以做到零库存。

(2) 供货商可以一件代发,省去卖家发货的麻烦。

(3) 卖家有了订单再向上家下单,省去了自己拍摄商品图片、处理图片等麻烦。

采取网络代销的模式开网店,最关键的是找到信誉有保障的代销货源提供商,也就是所谓



链接: 如何做好网络代销

的“上家”,因为供货商的商品质量、发货速度、服务质量会直接影响自己网店的销量和信誉。

由于商品是直接从上家发到买家手中的,卖家其实没有见过商品实物,可能不能准确地了解商品的情况,这就很容易导致售后问题。此外,采取网络代销的模式,卖家难以控制商品的实际库存情况,可能会出现缺货的情况,而且难以控制发货的时间和速度。



商法同行 根据我国的相关法律、法规,没有明确规定以网络代销无货源的方式开设网店是否合法。尽管无货源开店在法律上没有明确规定,但仍然需要遵守一些基本的法律要求。例如,卖家需要按照实际情况提供准确的商品信息、价格和售后服务等,不得进行虚假宣传或欺骗行为。此外,卖家还需要保护消费者的权益,如履行退换货政策、提供真实的联系方式等。

任务二 市场分析



案例引入

“00后”淘宝开店,成就一份自己的事业

2021年,刚入读义乌某职业技术学院创业班的雷同学,向家里要了3000元,在学校的支持下开了淘宝店,主营幼教产品,包括教具、玩具等,由学校的项目组承担货源、仓库和打包发货。

创业初期是很艰难的,项目组人手不够,雷同学只能和几个学长一起住在仓库,每天早上七八点醒来就开始打包,一直打包到凌晨,草草找块地方打地铺睡觉。第一年,雷同学的利润总共才1万元。

第二年,在经历了3月和9月的教育产品旺季后,依靠自然流量积累,雷同学的店铺做出了几款爆品,一年的交易额达到60多万元。赚了钱,雷同学的胆子也逐渐变大,开始大量投入推广成本,给店铺引流。

“3000块钱在线下租一个月店面可能都不够,但在淘宝却能撬动一份自己的事业。”雷同学感慨,年轻人在淘宝创业的最大优势就是启动成本低。现在,他的淘宝店铺每月交易额在8万~10万元。

相比雷同学3000元的启动资金,黄同学几乎是零成本创业。

由于父母也在做生意,黄同学自小家境就不错,但父母考虑到他还在读大学,所以零花钱控制得十分严格。为了赚点零花钱,黄同学找到姐姐商量,想开个淘宝店,顺便锻炼一下商业头脑。

因为没有多少启动资金,黄同学希望成本越低越好。2021年3月,淘宝开放免费开店,连1000元的押金都不需要,黄同学一头就扎了进去。决定做潮流饰品后,他又去1688上找能够一件代发的工厂货源,进货压力也大大减轻。

黄同学一边上课,一边做选款、上新、客服等,姐姐在工作之余,也会帮黄同学运营店铺,母亲有时也会帮忙打包发货,一个小商业体就这么运行起来。

2022年天猫“双11”店铺爆发增长后,赚到第一桶金的黄同学,逐渐摸索到一些押中爆款的逻辑。例如,他会提前测款,在一款首饰有走红趋势但其他店铺还未上新时,快速去1688上找工厂闪电定制,利用效率来捕捉爆款。

黄同学父母做的是传统的实体生意,认为进货就是要亲自跑工厂、看实体货源,再决定是

否批量进货。去 1688 上用极低价格找工厂一件代发、闪电定制,在他们看来有些不可思议。

原本只是想赚点零花钱,没想到店铺越做越好,黄同学现在一年净收入就达到 20 多万元。一些过去只把他的生意当作“小孩子过家家”的长辈,也来向他讨教如何做线上生意。母亲也开始筹备淘宝店,想把线下服装店拓展到线上。

资料来源: https://business.sohu.com/a/605617180_208299.

案例分析:雷同学和黄同学只是淘宝百万“00 后”创业者中的一员。根据国家统计局数据,2000—2004 年,每年出生人口平均在 1600 万左右,照此计算,已成年的“00 后”大概 8000 万。而淘宝的数据显示,2022 年平台上“00 后”创业者已接近 100 万,这意味着,每 80 个年满 18 岁的“00 后”,就有 1 个在淘宝创业。他们当中,有的因为兴趣而创业;也有特种兵在退伍后选择“入淘”,回到了“战斗”的状态;有的从什么都不懂的“小白”,自己摸索成为头部商家;还有的则是“创二代”,帮家里的生意触网运营,翻倍增长。



价值领航 工欲善其事,必先利其器,做好市场分析,做足前期准备。

一、行业市场分析

行业市场分析是指卖家为了实现销售目的,通过科学的方法,对行业市场的规模、结构、周期及消费者进行经济分析的行为。



微课:行业市场分析

(一) 行业市场分析要点

1. 分析目的

市场分析必须要围绕销售这一目的,只有这样才能让市场分析有的放矢、更加高效。这就要求卖家在进行市场分析之前构建好分析模型,然后根据分析模型进行数据采集。

课堂讨论:市场分析如果偏离了销售目的会出现什么结果?

2. 分析方法

市场分析需要借助系统、科学的数据统计分析方法,在采集数据时要注意数据来源的准确性。

(二) 行业市场分析内容

一般针对网店,可以从以下几个方面展开市场分析。

1. 分析市场规模的大小及其变化

市场规模的大小决定了行业的天花板,一切商业行为都有一定的目标,而制定目标的第一步是了解市场规模的大小。同时,因为市场的发展是动态的,所以必须实时地监控市场的变化。

2. 分析品类的发展方向

品类的发展方向受三个方面的影响。

(1) 消费者的需求。在进行市场分析时,会发现随着行业的发展,消费者的需求会发生结构性的变化,有的需求会增长,有的需求会衰退。

(2) 电商平台的引导。电商平台在发展时,会基于市场竞争的考虑,或者是从规范市场的角度出发,对部分品类进行引导,这时可能会造成某些类目的需求出现增长。

(3) 商家的商业竞争。商家为了利润及长远的发展,可能会重点投资某些类目,特别是某些依赖新品研发的品类,新品往往会加速整个行业的发展。

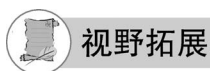
3. 寻找行业发展的周期规律

行业发展具有一定的周期性,有的是围绕季节而变化,如服装类目;有的是围绕节日在变化,如一些儿童用品;还有的则是在大促销中变化非常大,所以卖家需要对行业的发展周期进行分析,这有利于卖家安排全年的经营计划及营销节奏。

二、客户需求分析

一般情况下,在进行市场规划和商品规划的细分市场中,商家可以从多个维度、不同权重来分析市场的需求,进而确保商品的精准化营销。

通常,主要以马斯洛需求层次理论作为用户需求分析的理论指导,它是行为科学的理论之一。该理论将人类的需求分为五个层次,分别是生理需求、安全需求、归属需求、尊重需求和自我实现。



视野拓展

马斯洛需求层次理论

美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛(Abraham H. Maslow)从人类动机的角度提出需求层次理论,该理论强调人的动机是由人的需求决定的,而且人在每一个时期,都会有一种需求占主导地位,而其他需求处于从属地位。人的需求分成生理需求、安全需求、归属需求、尊重需求和自我实现五个层次。需求是由低到高逐级形成并得到满足的,如图 1-2 所示。



图 1-2 马斯洛提出的五个需求层次



链接: 马斯洛需求层次理论

资料来源: https://wiki.mbalib.com/wiki/Maslow%27s_Hierarchy_of_Needs.

课堂讨论: 试用马斯洛需求层次理论分析自己处于哪个需求层次?

怎样才能明确用户的需求呢? 发现用户需求的方式主要有以下几种。

1. 问卷调查

问卷调查作为常见的调查方法,主要通过制定一系列详细、严密的问卷,要求被调查者进行回答,以此帮助调查者收集资料。随着互联网的普及,借助互联网来发放及回收网络调查问卷已经越来越普遍。主要的在线问卷调查平台包括腾讯问卷、问卷星等。

2. 深度访谈

深度访谈是指由专业访谈人士发起的,在某一较长的时间内和被调查者针对某一个话题

展开的一对一谈话。由于访谈的深度、细节和丰富程度是其他方法无法企及的,所以深度访谈能够获取高质量的数据。在营销领域,深度访谈常常被用于了解个人是如何认识品牌及选购商品的等。

3. 百度数据分析工具

百度数据分析工具主要是指百度指数和百度关键词分析工具。之所以提到这两类工具,是因为大多数网民遇到问题时都会习惯性地使用百度搜索答案,而这些需求都被百度记录了下来。百度指数是以海量网民的行为数据为基础的数据分析平台,通过这个工具可以研究关键词搜索趋势,洞察网民兴趣和需求、监测舆情动向、定位受众特征等。使用百度关键词分析工具能看出网民对哪些关键词的查询次数多,对哪些长尾关键词感兴趣。

4. 电商分析工具

电商分析工具主要是指以淘宝生意参谋为代表的电商平台分析工具。生意参谋作为阿里巴巴商家端统一数据商品平台,其提供的市场行情模块具有五大功能,即市场监控、供给洞察、搜索洞察、客群洞察、机会洞察。借助平台提供的数据,网店运营者能够很快地找到用户的需求点,尽快地实现引流变现。

5. 爬虫工具

如果要单独地了解某细分领域的用户需求,网店运营者还可以使用爬虫工具,如八爪鱼采集器、火车头采集器等。网店运营者使用这些工具能够抓取指定网页指定栏目中的内容,并且导出内容。



商法同行 进行问卷调查时要注意保护被调查者隐私,否则违反民法典的规定。

《中华人民共和国民法典》相关规定如下。

第一千零三十二条 自然人享有隐私权。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。

隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。

第一千零三十四条 自然人的个人信息受法律保护。

个人信息是以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别特定自然人的各种信息,包括自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、生物识别信息、住址、电话号码、电子邮箱、健康信息、行踪信息等。

个人信息中的私密信息,适用有关隐私权的规定;没有规定的,适用有关个人信息保护的规定。

资料来源: https://www.gov.cn/xinwen/2020-06/01/content_5516649.htm。

三、竞争对手分析

竞争对手分析是战略分析的内容之一,是指对竞争网店或品牌的现状和未来进行分析,包括识别现有的直接竞争者和潜在竞争者,收集与竞争者相关的数据并建立数据库,对竞争者的战略意图和各层面的战略进行分析,识别竞争者的优势和劣势,洞察竞争者在未来可能采用的战略和为应对竞争做出的反应。通过对竞争网店和品牌的分析,可以找到品牌、产品、服务或营销的切入点,有重点地进行差异化营销。

课堂讨论: 如何识别潜在竞争者?

(一) 竞店分析

商家可以使用电商平台后台数据分析模块进行竞店对比,图 1-3 所示为淘宝网生意参谋