

教材成果

1. 省“十四五”规划教材 2022 年 1 月《商务数据分析与应用》1
2. 省“十四五”规划教材 2024 年 5 月《电子商务基础与实战》18
3. 高等职业教育“十四五”规划教材 2022 年 1 月《财务报表编制与分析》19
4. 《新媒体营销应用实战》 人民邮电出版社 2024 年 6 月 21
5. 《Photoshop CC 网店美工视觉设计实战》 人民邮电出版社，2022 年 11 月 29
6. 《基础会计》 中国商业出版社 2020 年 12 月 6 日 36

教材成果

1. 省“十四五”规划教材 2022 年 1 月《商务数据分析与应用》



“十四五”职业教育河南省规划教材
互联网+教育改革新理念教材

商务数据分析与应用

主审 杨俊峰 主编 张璐 宋佳珍

- 素质教育，立德树人
- 校企合作，互补互融
- 精美微课，扫码即得
- 资源丰富，学习无忧

综合在线平台 / 全方位教学支持

配套资源: 微课、课件、教案、题库等

教师工具: 线上考试、布置作业、签到考勤等

教学管理: 课程管理、学生管理、成绩管理等

江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS



关于“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单及 “十四五”首批职业教育国家规划教材推荐名单的公示

根据《教育部办公厅关于组织“十四五”首批职业教育国家规划教材遴选工作的通知》（教职成厅〔2021〕25号）和《河南省教育厅办公室关于开展“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设暨“十四五”首批职业教育国家规划教材遴选推荐工作的通知》（教办职成〔2021〕364号）要求，经各有关单位申报、资格审查、网络评审、会议评审，拟确定720种教材为“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设项目，其中231种教材为“十四五”首批职业教育国家规划教材推荐项目。根据教育部相关要求，我厅还对全国行业职业教育教学指导委员会、教育部职业院校教学（教育）指导委员会等单位推荐的22种教材进行了复核。现予以公示（具体名单见附件）。

自公布之日起5日内，对结果持有异议的，请单位以书面形式反馈，并在异议材料上加盖本单位公章，写明联系人、工作单位、通讯地址和电话。不符合上述要求的异议，不予受理。

地 址：郑州市郑东新区正光路11号D822房间

电 话：0371-69691983

邮 箱：zjc@haedu.gov.cn

附 件：1. [“十四五”首批职业教育国家规划教材推荐名单](#)

2. [“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单](#)

3. [经复核的行指委、教指委推荐教材名单](#)

2022年1月24日

B	C	D	E	F	G	H	I
“十四五”首批职业教育河南省规划教材建设名单							
序号	教育层次	申报教材名称	ISBN号	第一主编 (作者)	申报单位	出版单位	教材类别
112	高职专科	建筑工程计量与计价	9787534999819	冯桂云	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
116	高职专科	建筑供配电与照明	9787519839178	戴绍基	河南工业职业技术学院	中国电力出版社有限公司	修订
136	高职专科	数字电子技术	9787568534512	王 娜	河南工业职业技术学院	大连理工大学出版社有限公司	修订
153	高职专科	液压与气压控制技术	9787572500221	张季萌	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
159	高职专科	数控机床控制技术	9787534997419	彭二宝	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
163	高职专科	3D打印应用技术与创新	9787111654827	苏 静	河南工业职业技术学院	机械工业出版社	修订
168	高职专科	现代电气控制系统安装与调试	9787534998591	杜建根	河南工业职业技术学院	河南科学技术出版社有限公司	修订
234	高职专科	边做边学—Animate 动漫制案例教程	9787115582744	杜 恒	河南工业职业技术学院	人民邮电出版社有限公司	修订
251	高职专科	信息技术	9787313262851	李 奎	河南工业职业技术学院	上海交通大学出版社有限公司	修订
335	高职专科	商务数据分析与应用	9787568417006	张 璐	河南工业职业技术学院	江苏大学出版社有限公司	修订
338	高职专科	财务会计实务	9787300240411	姬海莉	河南工业职业技术学院	中国人民大学出版社有限公司	修订
339	高职专科	财务报表编制与分析(微课版)	9787113274399	李 峰	河南工业职业技术学院	中国铁道出版社有限公司	修订

校企合作财经商贸专业精品教材
课程思政+互联网+教育改革新理念教材

商务数据分析与应用



主审 杨俊峰
主编 张璐 宋佳珍

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS
镇江

内 容 提 要

本书采用任务驱动教学方式,全面系统地阐述了商务数据分析与应用的相关知识。全书分为7个项目,内容包括商务数据分析基础、商务数据可视化、行业数据分析、客户数据分析、店铺运营数据分析、商品数据分析、商务数据分析报告。

本书内容全面、理实一体、知识新颖、实用性强,既可作为电子商务、市场营销、物流管理等专业的教材,也可供广大数据分析师、运营数据分析专员、市场数据分析专员、客户数据分析专员、产品数据分析专员等参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

商务数据分析与应用 / 张璐, 宋佳珍主编. -- 镇江:
江苏大学出版社, 2021.11
ISBN 978-7-5684-1700-6

I. ①商… II. ①张… ②宋… III. ①商业统计—统
计数据—统计分析—职业教育—教材 IV. ①F712.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第222166号

商务数据分析与应用

Shangwu Shuju Fenxi Yu Yingyong

主 编 / 张 璐 宋佳珍

责任编辑 / 李经晶

出版发行 / 江苏大学出版社

地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷30号(邮编:212003)

电 话 / 0511-84446464(传真)

网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>

排 版 / 北京谊兴印刷有限公司

印 刷 / 北京谊兴印刷有限公司

开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 / 13.5

字 数 / 312千字

版 次 / 2021年11月第1版

印 次 / 2021年11月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5684-1700-6

定 价 / 45.00元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话:0511-84440882)



前言

PREFACE

近年来,随着大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的高速发展,越来越多的商家都乘着这股东风,由传统运营步入了数据化运营。在这个过程中会产生大量商务数据,这些数据往往蕴藏着巨大的价值。通过对这些数据进行分析,商家可制定更加合理的运营决策,不断优化市场调研、客户管理、店铺运营和商品销售等诸多业务流程,从而在激烈的市场竞争中立足于不败之地。

商务数据分析的作用正得到越来越多商家的认可,尤其是在电子商务应用领域,数据分析甚至已成为店铺运营管理人员的基本工作内容,部分商家还会专门设置数据分析岗位,这使得数据分析人才供不应求。鉴于此,我们立足于商务数据分析岗位的实际需求,邀请业界专家编写了本书。

本书特色

一、课政融合,协同前行

本书以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,秉承能力教育与思想政治教育同向同行的理念,尽可能选取既对应相关知识点,又能够体现职业素养并与实际应用紧密相关的案例;同时在正文中穿插了“源远流长”“大爱接力”“薪火相传”“明镜高悬”等栏目,将知识技能教育和思想政治教育完美融合,力求培养高素质、高水准的专业型人才。

二、校企合作,互补互融

本书邀请相关企业专家参与和指导编写,结合企业对商务数据分析相关人才的实际要求,将重心落在职业需要和岗位的实际应用上,充分发挥学校和企业人才培养方面各自的优势,实现读者职业能力与企业岗位要求之间的无缝对接。

三、全新形态,全新理念

本书秉承“实例教学,讲练结合”的教学理念,采用“项目+任务”的体例形式,对标“1+X”电子商务数据分析职业技能等级标准,将重点知识内容按岗位需求模块



化，突出职业能力培养目标，形成了集课、岗、赛、训一体化的新形态教材。

四、数字资源，丰富多样

本书紧跟时代步伐，融入“互联网+”思维，构建多层次、立体化、线上线下一体化的教学资源。读者可通过扫描二维码随时访问和观看微课视频，辅助教学。此外，本书还配有课件、素材与实例和综合教育平台等丰富的数字化教学资源，读者可登录文旌综合教育平台“文旌课堂”（www.wenjingtang.com）查看并下载。如果读者在学习过程中有什么疑问，也可登录该网站寻求帮助。

五、图解详细，实用性强

本书内容全面，既包含商务数据分析的完整知识体系，又包含常用数据分析工具的相关操作，并对实际应用中的操作步骤进行了详细图解。同时，还对案例实施过程中难以理解的概念和方法加以解释，让读者一目了然，有效提升读者的学习效率。

本书创作队伍

本书由杨俊峰担任主审，张璐、宋佳珍担任主编，谢玲、王弥、张惠、刘英俊、李超、黄伟增担任副主编。

由于编者水平有限，书中存在的疏漏及不足之处，恳请各位专家、广大师生及同仁批评指正，以便再版时修订、完善。



本书编委会

主 审 杨俊峰

主 编 张 璐 宋佳珍

副主编 谢 玲 王 弥 张 惠

刘英俊 李 超 黄伟增

CONTENTS

目录

项目一 商务数据分析基础	1
任务一 了解商务数据分析	2
任务导入	2
相关知识	2
一、什么是商务数据分析	2
二、商务数据分析的意义	2
三、商务数据分析流程	4
任务实施——调研数据分析行业现状	6
任务二 熟悉商务数据分析方法	8
任务导入	8
相关知识	8
一、对比分析法	8
二、分组分析法	10
三、漏斗分析法	10
四、关联分析法	11
五、矩阵分析法	11
任务实施——使用商务数据分析方法分析数据	12
任务三 熟悉商务数据分析工具	14
任务导入	14
相关知识	14
一、本地数据分析工具	14
二、在线数据分析工具	17
任务实施——体验生意参谋	18
项目实训——体验 Excel 的数据分析功能	24



项目二 商务数据可视化 29

任务一 认识数据可视化	30
任务导入	30
相关知识	30
一、什么是数据可视化	30
二、数据可视化的优势	30
三、数据可视化的方法	32
任务实施——数据可视化方法分析与应用	35
任务二 熟悉数据可视化图表类型	36
任务导入	36
相关知识	37
一、折线图	37
二、条形图	38
三、饼图	40
四、散点图	41
五、气泡图	42
六、面积图	42
七、雷达图	43
任务实施——分析数据可视化场景并制作数据可视化图表	43
一、销售情况数据可视化	43
二、访问量统计数据可视化	46
三、各年营收数据可视化	49
任务三 了解商务数据可视化分析方法	51
任务导入	51
相关知识	51
一、图表的主要元素	51
二、常用的识图方法	52
任务实施——分析可视化图表	56
一、销售情况数据可视化图表分析	56
二、访问量统计数据可视化图表分析	58
三、各年营收数据可视化图表分析	58
项目实训——制作并分析 Excel 数据可视化图表	59





项目三 行业数据分析 61

任务一 市场数据分析 62

 任务导入 62

 相关知识 62

 一、市场数据分析的意义 62

 二、市场数据采集 63

 三、市场数据分析方法 65

 任务实施——分析女装市场数据 65

 一、采集市场数据 65

 二、分析市场数据 69

任务二 竞争对手分析 79

 任务导入 79

 相关知识 79

 一、竞争对手分析的概念 79

 二、竞争对手分析的步骤 80

 三、竞争对手分析的方法 81

 任务实施——分析女装店铺竞争对手 83

 一、确定竞争对手 83

 二、分析竞争对手 84

 项目实训——箱包行业数据分析 87

项目四 客户数据分析 91

任务一 构建客户画像 92

 任务导入 92

 相关知识 92

 一、什么是客户画像 92

 二、客户画像的作用 93

 三、构建客户画像的步骤 94

 任务实施——构建伊蔓坊女装店铺客户画像 96

 一、分析客户特征数据 96

 二、分析客户行为数据 104

 三、展现客户画像 107





任务二 客户价值分析	108
任务导入	108
相关知识	108
一、什么是客户价值分析	108
二、客户价值分析方法	109
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺客户价值	111
一、新老客户分析	111
二、客户 RFM 模型分析	113
项目实训——体验生意参谋的“客群洞察”模块	117

项目五 店铺运营数据分析 123

任务一 店铺流量分析	124
任务导入	124
相关知识	124
一、店铺流量的分类	124
二、店铺流量分析指标	126
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺流量	127
一、店铺流量结构分析	127
二、店铺流量转化分析	131
任务二 店铺销售数据分析	135
任务导入	135
相关知识	135
一、店铺销售数据指标	135
二、店铺销售数据分析方法	135
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺销售数据	137
一、店铺品类分析	137
二、店铺销售策略分析	139
任务三 店铺营销推广分析	142
任务导入	142
相关知识	142
一、店铺营销推广分析的意义	142
二、店铺营销推广分析方法	143
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺营销推广数据	144
一、店铺获客分析	144





二、店铺 ROI 分析	146
项目实训——某箱包店铺流量及营销推广分析	147

项目六 商品数据分析

任务一 商品价格分析	154
任务导入	154
相关知识	154
一、商品价格分析的意义	154
二、商品价格分析的内容	154
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺商品价格	157
一、商品价格与成交量分析	157
二、商品价格与销售额、采购成本分析	161
任务二 商品生命周期分析	165
任务导入	165
相关知识	165
一、什么是商品生命周期	165
二、商品生命周期的阶段	166
三、商品生命周期各阶段的营销策略	167
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺商品生命周期	169
任务三 商品库存分析	171
任务导入	171
相关知识	171
一、商品库存统计与查询	171
二、商品库存占比情况分析	172
三、商品库存周转情况分析	173
任务实施——分析伊蔓坊女装店铺商品库存	174
一、商品库存统计与查询	174
二、分析商品库存占比情况	177
三、分析商品库存周转情况	178
项目实训——箱包类商品价格与库存分析	181

项目七 商务数据分析报告

相关知识	186
一、什么是商务数据分析报告	186



二、商务数据分析报告的作用	186
三、商务数据分析报告的类型	187
四、商务数据分析报告的结构	188
项目实战——为伊蔓坊店铺撰写商务数据分析报告	192
一、实战背景	192
二、实战目标	192
三、实战步骤	192
项目实训——为箱包类店铺撰写商务数据分析报告	200

参考文献	201
------	-----



项目一

商务数据分析基础

项目导读

在信息社会中，任何商务活动都会产生大量数据，如果商家能充分利用和分析这些数据，挖掘其背后的规律，就能找出影响商务活动发展的要素及其相互之间的逻辑关系。

因此，对如今的商务领域从业人员而言，分析与应用商务数据是其入行的必备技能之一。通过对商务数据进行分析，商家不仅可以弥补店铺经营、客户体验、商品营销手段等的不足，还可以深入了解客户的内在需求，规划未来的经营和销售策略。

学习目标

知识目标：理解商务数据分析的概念和意义；熟悉商务数据分析流程；了解常用的商务数据分析模型；熟悉常用的商务数据分析方法；熟悉常见的商务数据分析工具。

能力目标：能分辨各种商务数据分析方法适用的场景；能熟练使用一到两款常用的商务数据分析工具处理和分析商务数据。

思政目标：认同国家大数据战略，树立大数据思维和时代意识，自觉遵守职业道德和法律法规；树立远大理想和正确的职业观。



任务一 了解商务数据分析

任务导入

在信息化的时代背景下，商务数据呈爆炸式增长。这些数据蕴含着巨大的商业价值，可为经营者带来大市场、大利润和大发展。但是，这些数据规模庞大、种类繁多、更新周期快、价值密度低，因此，必须对商务数据进行有效的整理和分析，从而最大限度地挖掘数据的价值。本任务就带领大家了解商务数据分析。

相关知识

一、什么是商务数据分析

商务数据分析是指有目的地对商务活动交易过程中产生的数据进行采集、处理、分析、可视化等一系列操作，从而提炼有价值的信息，帮助商家制定决策、改进经营策略、实现数据化运营与管理。

二、商务数据分析的意义

对于商家而言，在实际经营的过程中，无论是市场调研、客户管理，还是店铺运营、商品管理，都需要依靠商务数据分析的结果。因此，商务数据分析具有非常重要的意义，如图 1-1 所示。

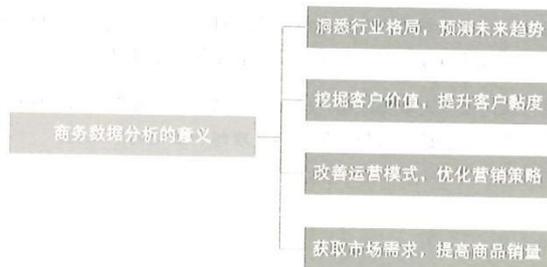


图 1-1 商务数据分析的意义



（一）洞悉行业格局，预测未来趋势

商家要想发展壮大，不仅要不断打磨商品、积累品牌口碑和影响力，还要善于把握机遇。但行业中的机遇稍纵即逝，为此，商家可对市场需求和竞争对手的相关数据进行分析，帮助自身洞悉当下的行业现状和竞争格局，并据此及时制定和调整经营与推广策略，从而在激烈的市场竞争中立于不败之地。此外，商务数据分析还可帮助商家预测市场未来的发展趋势，规划商家的未来发展战略，从而在瞬息万变的行业格局中占据先机。

（二）挖掘客户价值，提升客户黏度

客户是商家生存和发展的基石。只有充分了解客户，商家才能制定出合适的营销策略，提高客户的满意度和忠诚度。为此，可通过对客户基本特征、购买行为等数据进行分析，挖掘客户的消费偏好、消费能力等价值数据，并据此开展个性化营销和客户反馈活动，从而提升获客率和老客户忠诚度，改善客户关系。

明镜高悬

在分析客户数据时，商家不能只顾攫取商业利益，而对客户的隐私和信息安全不闻不问。也就是说，商家在分析客户数据时，绝不能侵犯客户的个人隐私，更不能滥用、误用和泄露这些数据。

我国高度重视和保护公民的隐私与信息安全。2021年8月20日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过了《中华人民共和国个人信息保护法》，旨在保护个人信息权益，规范和促进个人信息的合理处理及利用。该法明确了个人信息处理和跨境提供的规则、个人信息处理者的义务等内容，规定任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或公开他人个人信息。此外，该法还针对人们高度关注的“大数据杀熟”“App 过度收集信息”等问题作出了明确规定。

（三）改善运营模式，优化营销策略

商家的运营模式是指其在生产、销售、售后等环节中对资源、成本、销售渠道等的计划、组织、实施和控制。运营模式能够体现商家的管理水平和运行效率，对商家而言至关重要。为此，商家可对流量数据、销售数据和营销推广数据等运营数据进行分析，并据此改善运营模式，进行精细化、数据化运营。

此外，近年来电子商务日益兴起，各种店铺林林总总、遍地开花，让消费者应接不暇。而营销推广的成功与否也成了商家能否做大做强关键。为此，商家可通过商务数据分析探索更加有效、投入产出比更高的营销推广方案，进一步优化自身的营销推广策略。

2. 省“十四五”规划教材 2024 年 5 月《电子商务基础与实战》



3. 高等职业教育“十四五”规划教材 2022年1月《财务报表编制与分析》

● 高等职业教育“十四五”规划教材 ●

财务报表 编制与分析

微课版

李峰 杨俊峰 郝虹 主编



高等职业教育“十四五”规划教材

财务报表编制与分析 (微课版)

主 编 李 峰 杨俊峰 郝 虹
副主编 杨启浩 王聪珊 赵 霞

II | 财务报表编制与分析 (微课版)

本书由李峰、杨俊峰、郝虹任主编，负责拟定全书的编写提纲，杨启浩、王聪珊、赵霞任副主编。全书具体编写分工如下：模块一由河南工业职业技术学院王聪珊编写，模块二由河南工业职业技术学院李峰编写，模块三由哈尔滨幼儿师范高等专科学校郝虹编写，模块四由河南工业职业技术学院杨俊峰编写，模块五由河南工业职业技术学院赵

4. 《新媒体营销应用实战》 人民邮电出版社 2024 年 6 月

 新媒体·新传播·新运营 系列丛书
人邮教育



新媒体 营销应用实战

| 微课版 |

徐征 张璐◎主编
吕梁 颜康亢◎副主编

N e w M e d i a



微信、抖音、H5、今日头条、小红书、微博、App、O2O 等营销方式全面介绍
理论与实践并重，知识讲解 + 技能实训 + 思考与练习
配套 PPT、教案、教学大纲、参考答案、视频等教学资源

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新媒体营销应用实战：微课版 / 徐征, 张璐主编
— 北京：人民邮电出版社, 2024.6
(新媒体·新传播·新运营系列丛书)
ISBN 978-7-115-63751-2

I. ①新… II. ①徐… ②张… III. ①网络营销
IV. ①F713.365.2

中国国家版本馆CIP数据核字(2024)第035265号

内 容 提 要

本书突出“以应用为主线，以实战技能为核心”的编写特点，系统阐述了新媒体营销的基础知识、应用技巧和实战方法。

本书共10章，具体内容包括认识新媒体营销、微信朋友圈营销、微信公众号营销、社群营销、短视频营销、直播营销、H5营销、内容营销、其他新媒体营销方式、新媒体数据分析与应用。全书涵盖社交平台、短视频平台、直播平台、内容平台、O2O平台等新媒体平台的营销方法与技巧，旨在培养读者新媒体营销的系统性思维与实践能力。

本书可以作为高等院校、职业院校市场营销、电子商务、网络与新媒体等相关专业新媒体营销课程的教材，也可以作为新媒体营销行业从业人员的自学用书。

◆ 主 编 徐 征 张 璐
副 主 编 吕 梁 颜康亢
责任编辑 侯潇雨
责任印制 王 郁 彭志环

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <https://www.ptpress.com.cn>
三河市兴达印务有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16
印张：12.75 2024年6月第1版
字数：321千字 2024年6月河北第1次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东市监广登字20170147号

前言

党的二十大报告指出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”电子商务、新媒体等新业态在数字经济中占据重要地位，发挥重要作用。随着互联网行业的不断发展，微信、抖音、小红书、今日头条、微博等新媒体平台的功能不再局限于信息传播与社会交往，其附加的商业价值也日益显现。新媒体平台低门槛的优势使得人人可以利用其宣传商品、展示线下活动等。新媒体平台被越来越多的企业和个人作为营销活动的重要载体，市场前景广阔。社会对新媒体营销技能人才的需求量巨大，对能及时反映新媒体营销新技术、新方法、新标准的教材的需求日益迫切。因此，为了培养更多的新媒体营销人才，我们组织并编写了本书。

本书主要内容

本书基于企业新媒体营销相关岗位能力的要求，将新媒体营销过程中所使用到的平台、工具、知识和技能以图文并茂的形式进行讲解，具有很强的可读性。本书共 10 章，主要内容如下。

第 1 章为认识新媒体营销，包括新媒体营销概述、新媒体营销策略、新媒体平台。

第 2 章为微信朋友圈营销，包括认识微信、在微信增加用户的方法、微信朋友圈营销实战。

第 3 章为微信公众号营销，包括微信公众号的商业价值、微信公众号的注册与设置、微信公众号的设计、微信公众号营销文案写作、微信公众号文案排版、微信公众号的营销策略。

第 4 章为社群营销，包括认识社群营销、创建和管理社群、社群营销活动、社群变现的常见模式。

第 5 章为短视频营销，包括短视频营销概述、短视频拍摄与制作流程、拍摄与制作抖音短视频、使用剪映剪辑短视频。

第 6 章为直播营销，包括直播营销入门、直播预热、直播中营销、直播后二次营销。

第 7 章为 H5 营销，包括 H5 营销的基础知识、H5 营销的内容制作、H5 营销的推广。

第 8 章为内容营销，包括内容营销概述、今日头条营销、小红书营销、微博营销。

目录

CONTENTS

第1章 认识新媒体营销

1.1 新媒体营销概述	2	1.2.6 社群营销	11
1.1.1 新媒体的定义	2	1.2.7 会员营销	12
1.1.2 新媒体营销的定义与特征	3	1.3 新媒体平台	14
1.1.3 新媒体营销的核心理论	4	1.3.1 微信	14
1.2 新媒体营销策略	5	1.3.2 短视频平台	15
1.2.1 口碑营销	5	1.3.3 直播平台	15
1.2.2 情感营销	7	1.3.4 今日头条	16
1.2.3 事件营销	8	1.3.5 小红书	17
1.2.4 借势营销	9	技能实训——新媒体营销策略	18
1.2.5 IP营销	10	思考与练习	18

第2章 微信朋友圈营销

2.1 认识微信	20	2.3.1 朋友圈的定位	28
2.1.1 微信生态	20	2.3.2 为新朋友改备注	28
2.1.2 微信生态的营销趋势	23	2.3.3 朋友圈的营销技巧	30
2.2 在微信增加用户的方法	24	2.3.4 朋友圈的互动技巧	30
2.2.1 用丰富的内容吸引用户	24	2.3.5 朋友圈的商品成交技巧	32
2.2.2 通过手机通讯录导入用户	24	2.3.6 不要只点赞，要多评论	33
2.2.3 通过微信二维码宣传应用	26	2.3.7 朋友圈的广告植入技巧	33
2.2.4 微信活动引流	27	技能实训——巧用分组打造朋友圈	34
2.3 微信朋友圈营销实战	28	思考与练习	35

第1章

认识新媒体营销



随着移动互联网的发展，各种新媒体平台如雨后春笋般涌现。新媒体以相对较低的推广成本、用户年轻且付费意愿强、与用户面对面沟通的机制等优势，成为企业青睐的营销平台。很多知名品牌都充分利用了各种新媒体渠道开展营销推广，提高了品牌知名度，增加了忠实粉丝的数量，可见新媒体营销是非常有效的。因此，为了更有效地开展新媒体营销，营销人员应当对新媒体营销的知识有所了解。

- 了解新媒体的定义
- 了解新媒体营销的定义
- 掌握新媒体营销的核心理论
- 熟练应用新媒体营销策略
- 熟练使用常见的新媒体平台
- 培养顽强拼搏、无私奉献、自强不息、为国争光的精神



1.1 新媒体营销概述

新媒体可以被理解为“新兴媒体”，即通过技术手段改变信息传送的通道，形成的一种新的信息载体。

1.1.1 新媒体的定义

媒体一词是拉丁语 Medius 的音译，也常被翻译为媒介。广义的媒体，泛指人们用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。传播学家马歇尔·麦克卢汉的观点是：“从社会意义上看，媒介即信息。”媒体是人感官的延伸，如文字也是媒体，文字和印刷媒体的结合便是人视觉能力的延伸。

狭义的媒体，则指的是传统的四大媒体，包括电视、广播、报纸和杂志，它们是人类社会产生的早期媒体形式。新媒体是相对于传统媒体而言的，指随着计算机网络及数字技术的发展而兴起的媒体，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。

“新媒体”的概念是动态的，如互联网门户网站、应用论坛、电子邮件等在 20 世纪 90 年代刚兴起时曾被称为新媒体，但随着时间的推移，PC 端的内容逐渐被归类到传统媒体中，近年来被称为新媒体的则是随着移动互联网技术的发展而兴起的媒体。通俗地说，新媒体可以简单地理解为数字化时代的各种媒体形态，其在不断发展、不断变化。

(1) 社交应用类新媒体：QQ、微信、微博等。图 1-1 所示为微博。

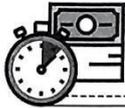


图1-1 微博

(2) 新闻资讯类新媒体：新浪新闻、今日头条等。图 1-2 所示为今日头条。

(3) 视频娱乐类新媒体：哔哩哔哩、抖音、快手、小红书等。图 1-3 所示为抖音。

新媒体的本质：人人都可以是传播者，人人也都可以是生产者。传统媒体的生产者大多比较专业，如编辑、制片人、主播、作者等，而普通大众在其中充当的角色只是传播者。新媒体出现之后，每个人都可能是生产者，都可以通过各类新媒体平台，如微博、微信、今日头条、抖音、快手等发出自己的声音。



思考与练习

一、填空题

1. _____ 就是收集数据后加以详细研究，提取有用信息，并形成结论的过程。
2. _____ 即根据数据分析的需要收集相关的数据，它是新媒体营销团队开展数据分析的一个必要环节。
3. _____ 指标主要包括页面浏览量、新增关注人数、累计关注人数等。
4. _____ 指标包括内容点赞量、内容评论量、内容转发量等。
5. _____ 指的是非平台自带的、需要平台授权后才可以使用的数据分析工具。

二、简答题

1. 新媒体数据分析的意义有哪些？
2. 新媒体数据分析的流程是怎样的？
3. 新媒体数据分析指标有哪些？
4. 常用的新媒体数据分析工具有哪些？
5. 如何通过抖音平台分析短视频数据？



新媒体·新传播·新运营 系列丛书·书目

- ◆ 新媒体营销应用实战（微课版）
- ◆ 新媒体运营
- ◆ 新媒体运营（微课版 第2版）
- ◆ 新媒体运营实战
- ◆ 直播电商策划与运营
- ◆ 新媒体技术：基础案例应用（第2版）
- ◆ 短视频运营与案例分析（第2版）
- ◆ 微电影创作（微课版）
- ◆ 新媒体营销与策划（第2版）
- ◆ 手机短视频 策划 拍摄 剪辑 发布（第2版）
- ◆ 剪映专业版：PC端短视频制作
- ◆ 剪映：手机短视频制作案例教程
- ◆ 新媒体广告与文案写作（第2版）
- ◆ 新媒体广告设计（第2版）
- ◆ 新媒体运营技术与应用（第2版 视频指导版）

N e w M e d i a



向教师免费提供
PPT等教学相关资料

人邮教育
www.rjiaoyu.com

教材服务热线：010-81055256
反馈 / 投稿 / 推荐信箱：315@ptpress.com.cn
人民邮电出版社教育服务与资源下载社区：www.rjiaoyu.com

ISBN 978-7-115-63751-2



9 787115 637512 >

定价：49.80元

5. 《Photoshop CC 网店美工视觉设计实战》人民邮电出版社，2022 年 11 月



前言

FOREWORD

伴随着线上购物、线上产业的发展，网店的页面设计越来越受到重视，美观的网店页面不仅可以快速吸引消费者的注意力，引导消费者在网店中进行购物，还能提高网店的销售业绩，使网店获得更大的竞争优势。因此，电子商务行业对网店美工的需求越来越大。为此，编者特地组织并编写了本书。

本书旨在结合网店美工的职业素养、技能素养，融合营销思维和设计思维，详细讲解网店页面的设计与制作方法，从而培养并提高读者对网店页面的设计能力，帮助读者胜任网店美工这一岗位。

本书特色如下。

（1）内容丰富，结构合理

本书首先明确了网店美工的工作范畴和技能要求，其次介绍了各项设计的基础知识和 Photoshop 图像处理软件，然后按照网店美工的工作内容，一步步地介绍商品图片的基本处理和后期处理、网店页面的设计与装修、推广图的设计与制作、视频的设计与制作、移动端网店视觉设计与制作等知识，内容全面、讲解清晰。同时，全书基本按照“设计知识 + 案例实操”的结构进行编写，理论联系实际，便于读者快速掌握网店美工的工作技能。

（2）案例丰富，实践性强

本书结合网店美工岗位的实际需求进行设计，知识讲解与实例分析同步进行，案例丰富、实用；1~9 章还设计了“实战演练”和“课后练习”模块，以加强读者对知识的理解与运用。

（3）立德树人，提升个人素养

本书本着立德树人的目标，在正文中设置了“设计素养”模块，力争培养读者的正确设计理念，进而提升他们的个人素养。

（4）教学资源丰富

本书配有二维码，这些二维码的内容是对书中知识的说明、补充和扩展，可以帮助读者进一步理解网店美工视觉设计的相关知识。读者扫描二维码便可以直接查看。

本书还提供了配套的教学视频、素材和效果文件、PPT 课件、教学大纲、网店设计常用素材、网店装修精美案例、网店装修代码等资源，用书教师可登录人邮教育社区（www.ryjiaoyu.com）免费下载。

本书由张璐、王婷婷担任主编，郭利民、胡一波、陈玫担任副主编。在编写本书的过程中，编者得到了众多皇冠店主的支持，在此表示衷心的感谢。由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，欢迎广大读者批评指正。

编者

2022年5月



第1章 网店美工基础知识...1	第2章 商品图片基本处理...21
1.1 网店美工概述2	2.1 修改与校正商品图片.....22
1.1.1 网店美工的工作范畴.....2	2.1.1 修改商品图片尺寸.....22
1.1.2 网店美工视觉设计注意问题.....4	2.1.2 校正变形的商品图片.....23
1.1.3 网店美工的技能要求.....4	2.2 调整商品图片色调.....24
1.2 网店美工必须掌握的设计要点5	2.2.1 了解图片调色24
1.2.1 认识点、线、面三大设计元素...5	2.2.2 调整曝光不足的商品图片25
1.2.2 色彩的搭配.....6	2.2.3 调整曝光过度的商品图片27
1.2.3 文字的字体与布局.....7	2.2.4 调整有色差的商品图片28
1.2.4 构图与布局.....10	2.3 商品图片特殊效果处理.....30
1.3 熟悉Photoshop图像处理软件.....12	2.3.1 调整模糊的商品图片.....30
1.3.1 认识Photoshop工作界面12	2.3.2 虚化商品图片背景.....32
1.3.2 设置和填充图像颜色.....13	2.4 实战演练.....33
1.3.3 图层的基本操作14	2.4.1 修饰女包商品图片.....33
1.3.4 批处理商品图片15	2.4.2 调整休闲鞋商品图片色调36
1.4 实战演练——制作促销标签17	课后练习38
课后练习20	

1.1 网店美工概述

只有充分认识网店美工，了解网店美工的工作范畴、视觉设计注意问题和技能要求等知识，读者才能为后面学习网店美工视觉设计奠定基础。

1.1.1 网店美工的工作范畴

网店美工的工作范畴比较广泛，主要包括美化图片、设计页面、装修网店、设计推广图、制作视频等。

- 美化图片：图片是网店商品的主要展现形式，拍摄的商品图片可能因为各种问题不能直接上架，需要网店美工对图片进行处理和美化，具体包括改变尺寸大小、调整颜色、输入文本、绘制形状等，从而提高图片的视觉效果，增强对消费者的吸引力。图1-1所示为调整图片颜色的前后效果。

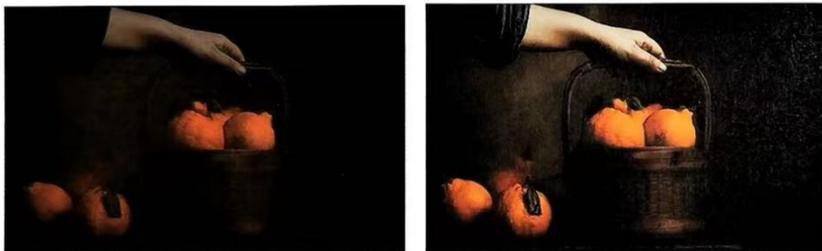


图1-1 调整图片颜色的前后效果

- 设计页面：设计页面需要网店美工具备页面布局、色彩搭配、创意输出等能力，以及良好的审美观与扎实的美术功底，能独立完成网店首页、商品详情页的设计。网店美工设计出具有视觉吸引力的页面，可以吸引消费者的注意力，增加网店商品的销量。图1-2所示为两家灯具网店的首页对比，左侧首页从色彩搭配、文字展示上体现了网店的风格，而右侧首页只是在展现商品，缺少设计感，与左侧首页相比吸引力不足。



图1-2 两家灯具网店的首页对比

- 装修网店：页面设计完成后，网店美工需要对设计的店铺页面进行装修。网店美工在装修时应先在店铺中添加图片轮播、全屏轮播、宝贝推荐、自定义区等模块，然后编辑模块，从而快速完成网店店招、导航条、轮播海报等的装修。但是由于模块的尺寸较为固定，为了增加美观性，网店美工还可采用模块与代码相结合的方法进行装修。图1-3所示为网店的模块和网店首页的部分装修效果。



图1-3 网店的模块和网店首页的部分装修效果

- 设计推广图：推广就是企业通过各种媒体让更多的消费者了解、接受自己的商品、服务、技术等内容，从而达到宣传的目的。对网店美工来说，推广主要是通过图片将店铺的商品、品牌、服务等传达给消费者，加深网店在他们心中的印象，从而获得认同感。而由于企业的推广活动、推广手段不同，推广图的制作要求不同，图片的尺寸大小有很多限制，因此，网店美工需要在现有的标准下及时有效地向消费者表达设计的意图，体现商品的价值。同时，商品文案的编写也需要言之有据，让消费者能够快速理解，并使其产生深刻的印象。图1-4所示为淘宝直通车推广图。



图1-4 淘宝直通车推广图

- 制作视频：视频是网店美工视觉设计中不可或缺的一部分。网店美工可通过视频在

全国电子商务类人才培养系列教材

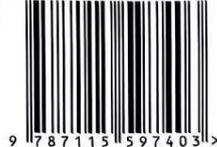
- | | | |
|-----------------------------------|-----|-------------------|
| ◆ Photoshop CC 网店美工视觉设计实战 (全彩微课版) | 张璐 | 978-7-115-59740-3 |
| ◆ Photoshop CC 网店美工全能一本通 (微课版) | 李军 | 978-7-115-59221-7 |
| ◆ Photoshop CS6 图像处理应用教程 (全彩微课版) | 刘婕 | 978-7-115-58797-8 |
| ◆ 网店美工视觉设计实战教程 (全彩微课版 第2版) | 王莎 | 978-7-115-53373-9 |
| ◆ 网店美工实战教程 (全彩微课版 第2版) | 蔡雪梅 | 978-7-115-53443-9 |
| ◆ 淘宝天猫网店美工实战 | | |
| ——视觉设计 + 店铺装修 + 移动端店铺 (微课版) | 江玉珍 | 978-7-115-53073-8 |
| ◆ 网店商品图片与视频的拍摄及处理: | | |
| 修图、设计、视频编辑全流程 (全彩微课版 第2版) | 唐智鑫 | 978-7-115-53840-6 |

向教师免费提供
PPT等教学相关资料

 人邮教育
www.rjiaoyu.com

教材服务热线: 010-81055256
反馈 / 投稿 / 推荐信箱: 315@ptpress.com.cn
人民邮电出版社教育服务与资源下载社区: www.rjiaoyu.com
人邮新电商QQ交流群: 734916328 (仅限教师身份)

ISBN 978-7-115-59740-3



定价: 69.80 元

6. 《基础会计》 中国商业出版社 2020 年 12 月 6 日





互联网+教育——新形态立体化规划系列教材
全国普通高等职业教育“十三五”规划教材 会计系列



基础会计

Basic Accounting



崔琼 宗绍君 吴芳 主编
李乐 李西蒙 李薇 谷丽娜 梁秀娟 副主编
解元元 参编



中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

初级会计 / 崔琼, 宗绍君, 吴芳主编. -- 北京:
中国商业出版社, 2020.12
ISBN 978-7-5208-1339-6

I. ①基… II. ①崔… ②宗… ③吴… III. ①会计学
— 高等职业教育—教材 IV. ①F230

中国版本图书馆CIP数据核字(2020)第224888号

责任编辑: 王 静

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店经销

吉安市天利彩印有限公司印刷

*

787毫米×1092毫米 16开 16印张 410千字

2020年12月第1版 2021年1月第1次印刷

定价: 48.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)