

电商运营年度总结三篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/278033.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

电子商务，简称电商，是指在互联网（Internet）、内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务活动，使传统商业活动各环节的电子化、网络化。下面是为大家带来的电商运营年度总结三篇，希望能帮助到大家！

电商运营年度总结一篇

20xx年，全县上下认真贯彻落实县委、县政府决策部署，积极依托我县的生态、产业等资源优势，优化发展环境，完善功能支撑，大力推动电子商务与传统行业渗透融合，电子商务呈现快速发展的良好态势。预计到12月底，全县累计实现电子商务交易额xxx亿元，增幅29.8%，其中网络零售交易额xxx亿元，增幅31.5%。

> 一、20xx年工作总结

(一)电商载体建设成效显著

坚持把园区作为集聚电商企业、培育电商人才、链接电商平台的首要载体，根据要素集聚、企业集中、发展集约的目标要求，加快完善临朐电商众创家园载体功能，目前已入驻电商经营主体77家。围绕打造有色金属电商产业带，依托xxxx建材城，规划建设了占地500多亩的跨境电商产业园，集平台搭建、营销推广、电商孵化、报关结算、仓储物流等功能为一体，积极开展B2B2C跨境电子商务，全力打造跨境电子商务产业聚集区。目前，电商综合服务楼交付使用，智联众益合、广贸天下、中国焦点科技等电商企业已正式入驻。

(二)公共服务体系建设加快推进

县级层面，依托临朐电商众创家园，积极对接各类电商服务资源，引进整体运营服务商，建立县级电子商务公共服务中心。镇级层面，在各镇(街、园、区)成立电子商务服务站，推进农村基础设施建设，提高农村宽带普及率，改善农村电子商务发展环境。大力推广“服务站+合作社+农户”模式，调动返乡高校毕业生、大学生村官等参与农村电子商务的积极性。村级层面，按照“多点合一，服务同网”的思路，利用邮政、供销、银座华兴等现有农村渠道资源，布局建设中心村(社区)E站，将物流快递业务下沉到村，解决工业品下乡“最后一公里”和农产品进城“最初一公里”的问题。通过淘宝、京东、买卖惠、农商1号、村小二等电商平台，为村民提供代买代卖服务，在网上帮农民把农产品卖出去，把需要的消费品买进来，目前全县日均单量已超过2万单。

(三)电商资源整合取得一定成效。

一是与“大众创业、万众创新”相结合。颐和生态农业合作社、相亮山楂合作社、聚泽农产品合作社等30多家农业合作组织通过xx、xxx、xx及“xxxx”等平台开展网上营销，相亮山楂、九山仟果、馋嘴狐狸等10余款农产品成为网络热销品牌。寺头镇建成艺术护栏展示交易中心，进一步打响艺术护栏电商地域品牌。龙山苗木合作社通过互联网平台收集市场数据，带动了当地苗木行业向精准种植发展。

二是与发展特色产业相结合。坚持走“一镇一业、一村一品”的特色发展之路，引导农业龙头企业、农民专业合作社、家庭农场通过第三方平台、自建平台、地方特色馆等渠道开展网络营销，促进农业“小生产”与电商“大市场”有效对接。九山镇依托“村小二”电子商务平台，量身打造“大小平台结合，线上线下同步”的农村电商发展模式。寺头镇高标准建成红香椿电商体验式展示交易中心，精心打造“前馆后农”发展模式，初步形成可持续发展的销售产业链。

三是与精准扶贫相结合。引导支持贫困村、贫困户与合作社、种养大户建立直采直供关系，借力电商平台拓展农产品营销渠道。嵩山风景区依托“乡邻小站”在10个社区建立微店，开通社区政务通，对303户贫困户实行“点对点”帮扶，帮助贫困户销售农副产品。龙山产业园依托十字路村苗木种植基地，积极规划打造“互联网+苗木”电商村。柳山镇搭建农产品“互联网+”销售平台，设立电商服务中心，建设社区电商服务站7个、村级电商服务点21个，形成电商助力扶贫的星火燎原之势。

(四)电商应用的广度深度不断提升

一是引导工业企业发展电子商务。支持xx铝业、xx胶业等行业龙头企业发展行业性专业性电商平台，整合上下游资源，带动关联企业发展。支持xx铝业、xx重工、xx数码等传统企业用好第三方电商平台，拓展网络销售渠道。支持企业发展跨境电商，xx实业公司在非洲乌干达、莫桑比克设立“海外仓”，一期工程已交付使用。

二是推进传统商贸企业电子商务应用。支持xx元、xx家等商贸企业开通“翼支付”，加快培育线上竞争优势，发展全渠道营销模式。鼓励建材、奇石专业市场依托自建平台、第三方平台开展网上销售。本土平台“萃艺林工艺礼品商城”的商户、商品、客户和流量不断集聚，品牌知名度、影响力日益增强。

三是推动电子商务向物流、会展、旅游、教育、医疗、文化、社区服务等领域拓展。我县自主搭建的综合平台“骈邑商城”上线试运行，初步实现便民服务、政务、物流配送的互联互通。

(五)电商人才培训工程扎实推进

采取“走出去+引进来”的形式，多次赴xx义乌、xx等地考察学习，与xxxx、xx互联、经贸职业学院等专业机构、高等院校建立互动。依托县技工学校载体，组织实施千名青年电商人才培训活动，持续举办“退伍军人自主创业”“网店实操”“巾帼创业”“青年创业”“电商助残”等特色培训班，分门别类地开展电子商务基础、操作及能力提升培训，让参训学员认识电子商务、开展电子商务、增强运用电子商务创业增收的本领，加快培养一支实际操作能力强的电商带头人队伍。先后组织电子商务培训班22期，培训学员3100多人次，新培养电商创业人员950人。强化舆论宣传，利用电视、网络、报刊等媒体，及时总结推广农村电商工作的好经验、好做法，为发展农村电子商务营造良好氛围。

在取得一定成绩的同时，也存在一些问题和不足，主要有：各类市场主体对电子商务发展认识不充分，电子商务服务体系建设滞后，物流配送服务延伸不够，电子商务专业人才缺乏等。

> 二、20xx工作计划

20xx年电子商务工作将重点抓好以下五个方面：

一是加强电商众创家园载体建设。进一步优化临朐电商众创家园载体环境，大力开展招商工作，吸引产业链上下游的电子商务平台企业、应用企业、运营企业、专业服务机构入驻发展，力争入驻实体发展到120家以上。积极与县人社、妇联、团委、智建中心等部门单位搞好工作对接，加快完善园区的聚集、带动、孵化、培训等功能，将众创家园打造为集聚度高、规模效应明显的创业创新孵化器、电子商务示范园，积极争创“省级电子商务示范县(基地)”。

二是加快推进县镇村三级电子商务公共服务体系建设。县级层面，加强与运营服务商合作，完善县电子商务公共服务中心的功能，面向重点行业 and 产业集群，在支付、认证、数据、软件、信用，以及平台运营、设计、咨询、网店管理等业务环节，提供定制化、专业化服务，全面提高产业发展和行业应用保障能力。镇村层面，进一步加快镇、村电商服务站的布局建设，推进“村小二”等电商站点的建设，在每个镇(街、园、区)设立电商服务站，80%以上中心村建成电商服务点，每个镇(街、园、区)至少建成1个电商示范点。

三是大力推进跨境电子商务发展。加快临朐跨境电商产业园建设步伐，积极打造集平台搭建、营销推广、电商孵化

、报关结算等功能为一体的跨境电商服务平台。积极对接xxxx“xxx”、xxx网、xxxx、xxxx等跨境电商平台，引导企业开展B2B2C跨境电子商务业务，培育外贸竞争新动力，打造跨境电子商务产业聚集区。

四是大力拓展电子商务应用领域。工业领域，支持行业龙头企业发展垂直自营电商平台，支持传统制造企业通过电商实现产供销一体化，鼓励中小企业应用第三方电商平台拓展发展空间。农业领域，引导颐康农业、康宝蜂业、山河食品等农业龙头企业、农民专业合作社等经营组织，借助地方特色馆或自建平台开展网上营销。服务业领域，支持传统商贸流通企业结合实体店面和物流配送体系，积极发展区域特色网上商城，促进线上线下互动，满足不同层次消费需求;支持建材、奇石等传统市场转型升级，应用互联网技术建设协同平台，实现网上购销。

五是积极实施电子商务育才工程。创新电子商务人才培养机制，推进实施“千名青年电商人才培养”等工程，建立分级分层培训体系，面向企业经营管理者、创业群体、电商从业人员，有针对性地开展理念培训、入门培训、技能提升等培训。加强农村电商精准扶贫培训，积极帮助贫困村、贫困户开设网上店铺，开展电商创业。鼓励企业积极引进应用型、技能型电子商务人才，支持有条件的电子商务企业与科研院所、高校等开展产学研合作，建立创业实践基地、教育实践基地和培训基地。

电商运营年度总结二篇

20__年，是中国电子商务市场的飞速发展的一年。数据显示，仅前三季度，我国电子商务整体交易规模已达到5万亿，预计全年交易规模将达7万亿。20__年也是中国电子商务市场的开始转型的一年，其中B2C领域发展最为迅速，京东、凡客、当当、卓越等巨头的规模效应也更加的明显，而中小电商企业的生存却更加的困难;团购市场则是从“百团大战”，进入寒冬期，倒闭、裁员大量出现。不过，热闹的中国电子商务背后，却是电商企业激烈的价格竞争导致的高投入、低盈利现状的出现。20__年的电子商务市场出现了以下几种情况：

1、传统企业纷纷介入电子商务

苏宁、国美等传统企业纷纷加大了对电子商务领域的拓展力度。不得不说，现在“火爆”的电商市场状况，是绝大多数传统企业没有预料到的，虽然他们错过了主导电子商务市场的良好时机，但是凭借他们自身雄厚的实力，在未来的电商市场分一杯羹，是没有任何问题的。在即将到来的20__年传统企业在电商领域拓展趋势也一定会更加明显起来。

2、电商企业业务扩张

过去的20__年里京东、凡客、卓越等电商巨头都纷纷转向多元化经营策略。以起家于电子产品的京东来说，其业务范围已经从电子产品，拓展到图书、服装、鞋类、箱包等等各种渠道，各个领域，其产品也越来越丰富起来。而卓越亚马逊也从单纯的图书销售，转向尝试销售各种产品。以服装类著名的凡客诚品，也开始拓展到更多品类的商品销售。当当就跟不用说了。不仅如此，各大电商巨头更是极力拓展自己的业务覆盖范围。

3、价格大战持续高涨

“便宜才是硬道理”，现在电子商务市场正印证着这句话的正确性。无论是B2C还是B2B、C2C领域，也不管是垂直电商还是综合平台，价格优势才是目前确定其生存的最大优势。20__年电商领域的价格大战可谓是激烈异常，但是即使到了20__年这种趋势也还是无法避免的。

4、中小企业及个人的经营更加困难

随着，淘宝商城宣布涨价，激烈的市场竞争，导致了电商市场运营成本的上升，中小企业及个人的电子商务道路更加地难以前行。各大电商巨头的融资的纷纷成功，进一步增强了他们的实力和市场竞争力，越来越疯狂的价格战，让资金本就紧张的中小型电商企业和个人企业根本就难以参与竞争，处于越来越恶劣的境地中。

从中国电子商务发展趋势看，20__年的电商企业想要在激烈的竞争中获得一份优势地位，首先必须做好产品和服务的质量，其中物流不畅则成为一大难关。物流不畅带来的巨大问题，在以往的交易活动中已经有了充分的体现。解决了物流问题的企业，必定能在未来的竞争中握有更大的优势。未来电商行业也必将向着专业型和细分型发展。专业性更强的企业能够针对所在行业类型领域，提高服务能力和质量，并能够降低交易成本，因此在获得更好利润的同时，也能够给消费者带来可观的回报。

例如，针对箱包行业实行专业运作的麦包包，就取得了很大的成功。再如，定位于服务家居行业的居品氏商城，针对家居领域提供时尚、有创意的专业家居用品服务，其引领的行业规范性和先进性，一定能够在未来的电商领域赢得很大的影响力。麦包包和居品氏等的出现，正说明了中国的电子商务市场开始向着理性和规范的方向发展。

相信中国未来的电子商务市场一定能够向着更加规范和良性的方向发展。

电商运营年度总结三篇

电商扶贫是国家“精准扶贫”十大工程之一，为深入贯彻落实省、市、县《关于深入推进精准扶贫工作的实施意见》，加快电子商务扶贫步伐，探索精准扶贫新路径新模式，结合我局实际情况，现将电子商务扶贫工作情况总结如下：

> 一、积极推进农村电子商务发展情况

（一）电商扶贫指标情况

培训电商人员数量2300人；电商服务网点数量：县级服务中心5个、乡镇服务站26个、村级服务点1166个、其中贫困村点11个；村级服务点建设主体：京东集团300个，邮政系统709个，乐村淘116个，爱心淘41个；效益指标：电商村数量：12个，网店数量：9500个，网店销售额：32500万元，带动贫困村20个，带动贫困户：900个，贫困户平均增收：3600元。

（二）电子商务创业孵化

县着力把电子商务产业园打造成“电商促进创业、创业带动就业”的新型创业孵化基地，在房租、资金扶持等方面出台了一系列零负担经营政策，吸引更多的群众了解电商、参与电商、发展电商。

同时，县委、县政府着力完善县乡村三级电商服务体系，电商扶贫综合服务中心、电商扶贫示范网店相继投入运营，水落坡镇民俗文化电子商务示范园成立于20xx年2月，规划占地4680亩，总投资17.5亿元，已完成投资7.2亿元，现有规模企业8家、商户216家，古玩收藏店648家，全镇活跃微商达2800余人，以B2C（商对客）模式运营模式为主。微商古玩交易微信群400余个，定时发布各类古玩产品，实时交流中意产品，方便交易。现如今园区每天交易额达120多万元以上，市场旺季月销售额可达6000多万元。

街道办事处依托电子商务发展起来的“知同百货九块九”商品批发市场，带动就业达2万余人，贫困人口20xx余人，今年截至到现在销售额1000万元，“互联网+小商品”成就了一个脱贫致富的大产业。

镇村农客来电子商务平台已经形成了自己完善的运营体系，微信公众平台累计销售5000余件商品，销售额突破十万元，所售商品深受广大群众欢迎；与此同时，本地的特产细毛山药、传统小磨香油、毛绒玩具、手工布鞋等通过农客来电商平台开始销往全国各地。现在电商平台的基础之上增加了便民服务中心，与农村信用社、电信公司、供电公司等合作，让村民就近就可以办理存、取款业务、电费缴纳、通信费用缴纳等业务。

智慧民生服务平台是我县一家综合民生服务类平台，通过互联网技术打造线上各种服务项目，包括各类政策信息发布、农业技术指导、生活超市及农资商城等，将农资、农具、生活用品带进村，农产品收进城，促进农产品的流通和资源优化配置，自九月份运用以来开局良好，意向入驻商家已有十余家，线上营业额达30余万元，仅润丰公司一家就实现业务收入近25万元，约占智慧商城销售总额的80%，目前我县已组织了二期智慧商城电商服务站站长培训班。

（三）农村淘宝推进情况

以国家实施“互联网”战略为契机，把发展农村电子商务作为商务部门实施精准扶贫、促进贫困地区群众脱贫致富的重要路径来抓，3月份县政府与阿里巴巴签订了县阿里巴巴农村电子商务合作协议，现因阿里大区经理人选未定，没有专门的人后续跟进，所以此项工作暂时还没有进展。

（四）开展电商扶贫培训

今年为推动“电商+精准扶贫”，促进我县农村电子商务发展，帮助贫困群众应用电子商务发展经济，实现脱贫致

富，我们县6月6日-6月12日分别在电商产业园和妇女创业中心分别举办了第一期初级和第二期中级电商扶贫培训，8月1日和8月8日在电商产业园分别举办了第三期高级、第四期综合电商扶贫培训班，培训时间共22天，培训人数80人。

（五）村级服务站点覆盖情况和物流配送情况

京东现有300个联络员，推广员可以帮助村民进行代购，减少村民买到假货的风险。目前主要推广新通路业务，让超市进到物美价廉的商品，现有100多家超市从京东进行进货，从京东进货并能代理快递等其他多种业务，计划每个村都开通新通路业务，让每个村都能买到物美价廉的产品；京东服务店开辟新模式实现转型，同实体零售店合作建成京东便利店，目我县报名8家，通过2家，这2家正在准备门头悬挂和店面装修，京东物流配送方面能做到县全覆盖，每个村民都可以享受送货上门的服务。

邮政公司截止到目前共计建设“买卖惠”商家600家及便民服务站平台709家，8月份到9月份，邮政利用电商平台帮助销售鸭梨1500余斤，全力推动县域农村电商发展。

> 二、下一步开展电商扶贫工作打算

（一）加强学习。一是积极学取外地先进经验。通过赴外取经和邀请电商专家开展讲习班等方式，指导我们开拓思路，寻找合适发展路径。二是切实转变观念。电子商务是新生事物，我们可以盘点自身资源优势、创新发展模式，走出一条具有自身特色的新路子。从典型引路入手，通过以点。

（二）加强政府引导，加大政策扶持。建议政府将发展电子商务纳入县域经济社会发展总体规划，加大对电子商务的扶持力度。

（三）搞好配套服务，增加基础设施。扩大网络覆盖面。农村开网店，网络是前提。建议政府与通信企业合作，支持网络运营商加快农村网络建设步伐，推动电子商务向农村覆盖。

（四）加大宣传和培训力度，营造电子商务发展氛围。一是利用传统媒体和网络媒体等形式，特别是微信等新兴媒体宣传电子商务知识，提高电子商务意识，灌输电子商务理念，在全县掀起学习电子商务热潮。要求各单位、各乡镇干部职工，特别是领导干部不但要知道电子商务，更要通晓电子商务，参与电子商务，帮助群众推销当地土特产品。

更多 总结范文 请访问 <https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发