



面向21世纪创新型电子商务专业系列



# 网店实务

WANGDIANSHIWU

主 编 曹振华

副主编 马瑞学 李 琴 王 浏



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

面向 21 世纪创新型电子商务专业系列

# 网店实务

主 编 曹振华

副主编 马瑞学 李 琴 王 浏



中国水利水电出版社  
[www.waterpub.com.cn](http://www.waterpub.com.cn)

## 内 容 提 要

本书系统阐述了网店实务的原理、方法、策略和技巧,按照项目驱动模式编写,共有九个项目,具体包括:选取网店宝贝、产品拍摄、网店美工、网店开设、微博营销、软文营销、QQ推广、淘宝客推广和网店客服。

本书强调项目的具体实施,各项任务均安排了案例导入、任务描述、任务实践、任务实训、知识拓展。全书内容新颖,通俗生动,突出知识的系统性和连贯性,强调实践能力的培养。

本书既可以作为本科、高职高专、成人教育院校、中职电子商务专业的教材,也可以作为职业技能培训和电子商务领域相关从业者的自学读本。

## 图书在版编目(CIP)数据

网店实务 / 曹振华主编. -- 北京: 中国水利水电出版社, 2015. 8

面向21世纪创新型电子商务专业系列  
ISBN 978-7-5170-3503-9

I. ①网… II. ①曹… III. ①电子商务—商业经营—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第186068号

策划编辑: 石永峰 责任编辑: 杨庆川 加工编辑: 高双春 封面设计: 李 佳

书 名	面向21世纪创新型电子商务专业系列 网店实务
作 者	主 编 曹振华 副主编 马瑞学 李 琴 王 浏
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (发行部)、82562819 (万水) 北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京兴湘印务有限公司
规 格	184mm×260mm 16开本 13.5印张 328千字
版 次	2015年8月第1版 2015年8月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	28.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换  
版权所有·侵权必究

# 序 言

电子商务作为基于信息技术和互联网的新型商务活动，近年来在全球范围内以前所未有的速度迅猛发展，并逐步向研发、生产、流通、消费等实体经济活动渗透，成为生产生活方式变革的重要推动力。中国电子商务研究中心统计数据显示，2014年我国电子商务市场交易规模达13.4万亿元，同比增长31.4%，电子商务服务企业直接从业人员超过250万人，间接带动的就业人数超过1800万人。

河南地处中原，是重要的人口大省、经济大省和新兴工业大省，电子商务发展具有明显的区域优势、良好的产业基础和广阔的市场空间。打造中西部区域性电子商务中心，是省委、省政府根据河南经济和社会发展实际作出的重大决策，而人才培育则是实现这一战略目标的关键保障。

为贯彻《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发〔2014〕19号）、《河南省人民政府关于印发河南省职业教育校企合作促进办法（试行）的通知》（豫政〔2012〕48号）和《河南省人民政府关于创新机制体制进一步加快职业教育发展的若干意见》（豫政〔2012〕49号）要求，建立政府推动、行业协会协调、企业与职业院校共同参与的多元化校企合作机制，推动课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接，由河南省工业和信息化委员会、河南省教育厅、河南省电子商务行业职业教育校企合作指导委员会组织职业院校专家和电子商务行业专家共同编写了面向21世纪创新型电子商务专业系列教材。教材以行业需求为导向，旨在发挥职业院校和行业专家的各自优势，促进电子商务职业教育培养模式优化，加快电子商务专业型、实用型和复合型人才培养，提高服务产业发展的能力。由于时间仓促和学识限制，教材编写难免有所疏漏或不足之处，希望广大读者提出宝贵意见和建议。

最后，谨向教材出版过程中付出辛勤劳动的中国水利水电出版社致以真诚的感谢！

河南省工业和信息化委员会副主任、河南省电子商务  
行业职业教育校企合作指导委员会主任 孟西林  
2015年6月

# 前 言

电子商务已在中国拉开序幕，有着十分广阔的前景。一方面，政府十分重视电子商务专业的建设；另一方面，随着互联网的普及，几乎所有的传统产业都开始重视电子商务的架构运用，这使电子商务专业毕业生成为最抢手的专业人员之一。

在此背景下，本书以淘宝网为平台，以电子商务创业为主线，包括选定网店宝贝、产品拍摄、网店美工、网店开设、微博营销、软文营销、QQ推广、淘宝客推广和网店客服等内容。让读者对电子商务的掌握由浅入深，承上启下，一气呵成。

本书按照项目教学方式编写，每个项目进行精心的设计，强调基本知识和技能的融合，目标明确，实践实用，知识前沿。另外，本书通过对电子商务企业的调查，总结出了常见工作岗位的能力要求，以便学生明确自己的能力目标。

本书由曹振华担任主编，马瑞学、李琴、王浏担任副主编，曹振华制定全书的内容体系和整体框架，参编人员有范永艳、王智博和翟佳春。此外，本书在编写过程中得到了很多知名电子商务人士的支持和帮助，同时本书还参考了相关的网店实务类教材和研究成果，在此对所有人员一并致谢。

由于电子商务技术发展很快，再加上编者水平有限，书中难免有疏漏之处，望广大教师和读者批评指正。

编 者  
2015年5月

# 目 录

序言

前言

项目一 选定网店宝贝	1	任务4 宝贝描述模板的制作	90
任务1 要开店 先定位	2	项目四 网店开设	95
任务1.1 市场调研	2	任务1 淘宝探索	95
任务1.2 市场定位	5	任务1.1 国内最大的C2C模式购物平台： 淘宝网	96
任务1.3 货品选择	7	任务1.2 网上开店需要具备的前提	98
任务2 批发市场淘货源	12	任务2 网上银行的申请与淘宝网的实名认证	99
任务2.1 了解批发市场	13	任务2.1 网上银行简介	100
任务2.2 如何淘到好货源	16	任务2.2 网上银行的特点	100
任务2.3 与批发商打交道	21	任务2.3 网上银行的服务功能	101
任务3 做代理轻松挣钱	23	任务2.4 网上银行个人认证介质	101
任务3.1 网店代理的利与弊	23	任务2.5 网上银行的开通	104
任务3.2 正确挑选代理公司	26	任务2.6 淘宝注册会员与实名认证	108
任务3.3 网店代销的整体流程	31	任务3 淘宝店铺装修	115
项目二 产品拍摄	36	任务3.1 店铺装修的必要性	116
任务1 摄影器材选购	37	任务3.2 设置店名、公告和店标	116
任务1.1 数码相机的选购	37	任务3.3 美化宝贝分类	117
任务1.2 摄影辅助器材选购	39	任务3.4 淘宝店铺整体页面的装修	119
任务2 认识摄影器材	43	任务3.5 淘宝店铺装修的要点	121
任务2.1 相机的基本操作	43	任务4 商品的上传与淘助理的使用	122
任务2.2 相机的参数含义及设定方式	43	任务4.1 上传商品	123
任务2.3 辅助摄影器材的使用	45	任务4.2 淘助理的使用	124
任务3 拍出一张好照片	47	任务4.3 商品标题优化	127
项目三 网店美工	53	任务5 商品销售技巧与物流的设置	129
任务1 静态店标的制作	53	任务5.1 旺旺沟通技巧	130
任务1.1 静态店标的制作	54	任务5.2 学会选择合适的赠品	132
任务1.2 图像尺寸的调整	58	任务5.3 节日促销	132
任务1.3 使用辅助工具	62	任务5.4 选择合适的快递公司	133
任务2 图片美化	63	任务5.5 运费模版的设置	137
任务2.1 调整图片	63	项目五 微博营销	143
任务2.2 美化图片	67	任务1 认识微博	144
任务2.3 水印处理	79	任务1.1 什么是微博营销	144
任务3 动态店标的制作	86		

任务 1.2 微博营销的特点和作用·····	145	任务 2.4 如何查找目标群·····	175
任务 2 如何增加粉丝·····	147	<b>项目八 淘宝客推广</b> ·····	177
任务 2.1 如何增加粉丝·····	147	任务 1 认识淘宝客·····	178
任务 2.2 微博营销操作要点·····	149	任务 1.1 淘宝客是什么·····	178
<b>项目六 软文营销</b> ·····	151	任务 1.2 淘宝客推广的优势·····	179
任务 1 什么是软文营销·····	151	任务 1.3 如何做好淘宝客推广·····	180
任务 1.1 什么是软文营销·····	152	任务 2 淘宝客佣金的设置·····	183
任务 1.2 软文营销的特点·····	156	任务 2.1 选择合适的主推商品·····	183
任务 2 软文营销策略·····	158	任务 2.2 设置合适的佣金比率·····	184
任务 2.1 如何做好软文营销·····	158	任务 2.3 充分利用佣金计划及推广资源·····	184
任务 2.2 如何写好软文·····	159	任务 3 不同阶段店铺淘宝客推广方法·····	185
任务 2.3 软文营销实施时的注意事项·····	160	任务 3.1 淘宝客流量结构·····	186
<b>项目七 IM 推广 (QQ 推广)</b> ·····	163	任务 3.2 推广的直接受众或者直接对象·····	188
任务 1 QQ 推广应用·····	163	任务 3.3 不同级别店铺的推广策略·····	189
任务 1.1 什么是 IM 推广·····	164	<b>项目九 网店客服</b> ·····	194
任务 1.2 QQ 推广的特点·····	164	任务 1 售前的知识储备·····	194
任务 1.3 QQ 适合什么样的推广·····	165	任务 1.1 客服的职业价值观·····	195
任务 1.4 QQ 空间推广·····	166	任务 1.2 淘宝客服需要的基本技能·····	196
任务 1.5 QQ 设置技巧·····	167	任务 1.3 了解淘宝规则·····	200
任务 1.6 QQ 沟通技巧·····	168	任务 2 售中的客户沟通技巧和售后的	
任务 2 QQ 群的应用·····	170	纠纷处理·····	201
任务 2.1 加群注意事项·····	171	任务 2.1 沟通技巧·····	202
任务 2.2 建群注意事项·····	174	任务 2.2 售后的纠纷处理·····	203
任务 2.3 QQ 群推广技巧·····	174	<b>参考文献</b> ·····	206

# 项目一 选定网店宝贝

## 【案例导入】

### 网上开店有前途

小华是通过朋友的介绍认识淘宝的，那时正赶上联想 3110 打印机新年贴钱卖，抱着试试的心理汇款过去了。第三天就接到电话向他确认地址。一个星期之内东西就到了，有发票，而那次的淘宝体验也让小华对电子商务产生了巨大的兴趣！

在之后的寒假那一个半月的时间里，小华决定开始他的淘宝之旅——卖女装鞋(如图 1-1)。小华进的是广州货，一双鞋进价要花 25~40 元。但由于一些以次充好的江浙货，他们的价格标的很低，导致恶性竞争，小华不能把价格抬到合理水平。



图 1-1 绚丽的网店页面

“一双时装鞋只能赚到 5 元钱，但是没有办法，我还是得继续做，只能自己送货，千方百计地省成本。”

虽然赚不了什么钱，但小华依然很满足在淘宝开店的生活。“如果没有淘宝，我或许还在做着平庸的学生会干部；如果没有淘宝，或许我的大部分空闲时间还是用看碟来打发；如果没有淘宝，我不会体会到生活的艰辛；如果没有淘宝，我不会认识这么多来自五湖四海的朋友。”

现在小华已开始尝试高端品牌鞋市场，最近设立了香港某品牌牛皮女鞋专柜，美国某名



牌牛皮男鞋专柜等等，并通过自己的一些社会关系找到了正规的进货渠道，货源充足。“我相信在淘宝经营店铺是有前途的。”小华表示，如果经营情况良好，会考虑毕业后把网上开店做为主业。

思考一下：为什么说网上开店有前途？

## 任务1 要开店 先定位

### 【任务描述】

网上店铺这种独特的商业模式充满了无限商机。开网店，作为时下最热门也是前景最为看好的职业之一，近几年备受关注。越来越多的人把开网店作为一种全职职业来经营，也涌现出了大批杰出网商，将网上开店玩转得有模有样，俨然发展成一个中小企业。网店——低门槛起步，只要有一台能上网的电脑，有一定的货源就可以开店，实现自己的创业梦。正是由于有这样的成功例子在前，不少人便萌生了开网店的想法，可是应该从何开始，到底如何开网店呢？

网上开店的第一步就是：分析定位。定位是淘宝开店的第一步，没有定位就没有章法可循。磨刀不误砍柴工，这句老话是有经验根据的。所以，作为新手，不要急于冒进，先做好基础的工作，做个市场调研，给自己的网店定位吧。

### 【任务学习目标】

#### 1. 知识目标

- 了解市场调研与市场定位的含义
- 明确市场调研与市场定位对网店经营的重要性
- 熟悉网店前期进行市场调研和定位的方法

#### 2. 能力目标

- 掌握网店经营前期进行市场调研和定位的方法
- 通过任务学习和任务实训，提高学生分析市场的能力，初步具备为自己的网店进行合理定位的能力

#### 3. 态度目标

- 通过学习为自己的网店做定位，培养学生树立人生目标，进行生涯规划的意识
- 通过任务实训，锻炼和提高学生的工作实践能力

### 【任务实践】

#### 任务 1.1 市场调研

网上店铺要有竞争力，不但在于商品本身的质量，还与卖家的运作、商品的价格有很大的关系。同样的商品，价格低的自然就更有竞争力；相同价格的商品，如果质量相差无几，那么包装、小装饰就能拉开商品档次。

作为一个专业的网上店铺，首先必须给自己一个合理的定位！你所面临的顾客是什么样的人？他们的兴趣爱好是什么？他们对商品有什么样的需求？他们对商品的心理价位是多少？对于这些问题，即使在开店之初，不能做到全部心里有数，也应该是八九不离十的。店铺定位准确之后，才能针对当前和潜在的顾客需求，开展适当的营销活动。

店铺定位是针对商品展开的，其核心是要指明商品是为谁服务的。其次，要进一步进行

网店商品定位。比如商品价格定位,商品的品质定位等。你知道自己销售的产品价格定位是属于高档、中档,还是最低价格吗?不同的价格定位,就要选择不同质地的产品。不同质地的产品就会适合不同的消费人群,这一点十分关键。

### 想一想:开店之前你准备做什么?

是没有计划,随心所欲的盲目开店;还是缺乏创意,人云亦云的跟风模仿?

显然,聪明的你是绝不会选择以上两种做法的。“凡事预则立,不预则废。”就是告诉我们:不论做什么事,事先有准备,就能得到成功,不然就会失败。我们身处在当今这个充满创新的时代,大家都希望能展示出与众不同的自我,当然不能跟风做事。要成功地开一家有特色的网店,第一步就是要做市场调研,摸准市场的脉搏。想要摸准市场的脉搏,我们应该做好以下几项:

#### 1. 自身定位——认清自己的优势和劣势

创业开网店,选择经营销售的商品是关键。卖什么商品并不是看到网上什么东西卖的火就做什么,在开网店前需要做好详细的市场调查才行。

在做市场调研时,可以从两个方面进行。

一是调查本地商品市场,充分了解哪些商品是本地产的,或者货源比较丰富、价格适宜。这样可以降低商品的成本,获得价格优势。

二是调查网上商品市场,主要是了解哪些商品适合在网上销售,哪些商品的市场需求量大,以及哪些商品在网上有货源等。

商品的选择也要做调查。商品种类选择的好坏,是关系到网店能否生存下去的关键因素。可以依据市场调研的结果,结合自身的条件,如资金、时间等,还要考虑当地的物流系统。

选择商品一定不能选择那些到处都能买到的商品,那些商品既然到处都能买到,为什么还要来买你的,再加上邮寄费,肯定比别处的贵。即使能卖出去,也赚不了钱。你要找少见的商品,那样自然就有人花大价钱来买你的商品了!

其次就是考虑商品的地区差异。许多商品在不同的地区,价格相差很多,要从本地着手,找找自己身边盛产而其他地方没有的商品,这样才能有市场!

尽量不要涉足你不熟悉、不擅长的领域。网上的商品不同于现实中的商品,消费者不能亲眼所见,只能看到商品的图片,商品的许多属性不能看出来,因此在销售的过程中,消费者需要全方位的了解,作为卖家应该非常熟悉自己商品的所有特征功能等,以利于商品的销售。

此外,在选择经营商品的时候,要注意尽量选择体积小、好储存、易运输的商品,由于网店特殊的性质,经营此类商品的网店更有竞争力一点。

### 议一议:作为在校学生,在开网店之初,我们可以从哪些商品入手?

#### 2. 在哪里调研

当然是淘宝啦!首先,淘宝网是亚洲最大网络零售商圈,致力于打造全球首选网络零售商圈,由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办。淘宝网目前业务跨越C2C(个人对个人)、B2C(商家对个人)两大部分。截至2008年一季度,淘宝网注册会员超6200万人,覆盖了中国绝大部分网购人群;2008年一季度,淘宝网交易额突破188亿;2007年全年成交额突破433亿。根据2007年第三方权威机构调研,淘宝网占据中国网购市场70%以上市场份额,C2C市场占据80%以上市场份额。淘宝网的优势主要集中在成熟的市场及较大的知名度,是目前大多数网络购物者的首选(如图1-2)。

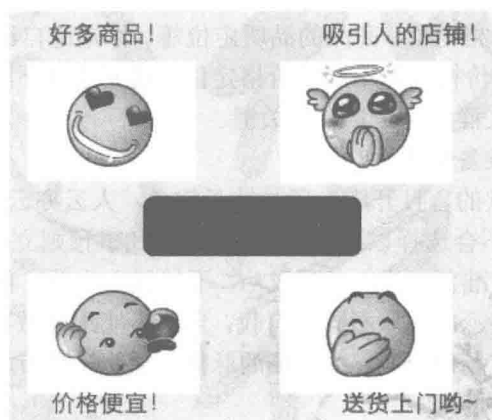


图 1-2 淘宝特色

第二，淘宝网是亚洲最大的购物网站，截止到去年6月，淘宝网的注册会员已经超过了750万，在线商品数超过800万件，网页日浏览量超过9000，今年二季度成交额更是达到了16.5亿元人民币。

第三，据报告显示，2007年我国网上购物发展迅速，以京沪穗深为代表的中心城市网上购物消费者在网民中的渗透率已经达到42.5%，而大部分网民都是选择C2C的网络购物方式。从交易额上看，作为C2C网络购物领域领头羊的淘宝，2007年销售额就高达433亿元，已超过家乐福的248亿元，跃居中国第二大综合卖场。可见网络购物市场已经成为一个相当庞大的“超级航母”。这组数据让我们看到了淘宝的前景。

**做一做：**上网搜索一些关于淘宝网的介绍和评价，并登录淘宝网进行一次网上购物，体会网购的特点。

### 3. 调研什么，如何调研

调研的目的是为自己的网店寻找畅销的商品。因此，我们的调研就从寻找有畅销潜质的商品开始。畅销商品是网店生存与发展的真正法宝。所谓的畅销商品就是销路好，并被广大的消费者所欢迎的商品。可是，每种商品在投入市场之后，都会经历投入期、成长期、成熟期、衰退期四个阶段，就是说无论哪种商品都不可能得到社会永久的承认。因此，经营者应该学习并掌握商品的发展规律，从而不断地挖掘出有畅销潜力的商品。

#### 议一议：怎样为网店选择具有畅销潜力的商品？

具有网店畅销潜质的商品应具备以下必要的因素：

第一，消费者对这种商品的功能非常满意并具有独特的依赖性，该商品往往不能被同类性质的商品所替代。

第二，从商品质量以及价格来讲，在同类商品中该商品在质量上占有绝对的优势，是佼佼者。同时，在高质量的前提下，出售时其价格不仅公道，而且还让消费者有物美价廉的感觉，乐于购买此种商品。

第三，品牌与售后。随着市场技术的不断发展，同类商品之间的差别随之缩小。再加上广告宣传力度的加大，同类商品在市场出现了不同的品牌，商标知名度左右着消费者的购买行为，而名牌商品则成为了商品销售中的“领军人物”。优质的售后服务则成为商品销售的延续，免去了消费者的各种后顾之忧。

**悟一悟：**哪些商品符合上面列出的因素特点？请写出 5 种符合条件的产品。

不同的商品都有它不同的消费市场和消费人群。你应该对你要卖的商品市场进行了解，要了解他的市场占有率和市场范围以及市场需求量和现有供货状况。如果一件商品现在在市场上很稀少，那他的市场就很大，你就可以去深刻的研究，如果市场都已经饱和的不能再饱和了你再去就就很难了，所以要对你的商品的前景有适当的预期。

## 任务 1.2 市场定位

网店的**市场定位**就是**网店定位**。网店定位是指一个网店重点针对某一些客户群体销售产品。

### 1. 店铺定位

店铺只能有一个定位，不能风格多变，不能奢求所有人都喜欢。如果什么都想获得，最终只会表现平平。店铺的风格定位是一种取舍，为了获得一部分客户，就必须果断的放弃另一部分客户。风格就是一种**残疾**，一种**缺憾的美丽**——我们的缺点太多，难以全部完善，所以只能尽力发挥我们的长处，而不是费时费力的补充短处。扬长永远比避短有效（如图 1-3）。



图 1-3 店铺定位

店铺定位还体现在产品的定位，它主要包括功能，质量，品牌等方面的定位。对于你所销售的产品，你要先对他的质量，功能，品牌等各方面进行全方位的考虑。功能怎么样，是否能吸引很多人购买，他的质量有多好，性价比有多高，品牌的影响力有多大，这都是开店前要先定位好的。

总之，店铺定位要以个人的兴趣爱好为中心，进行深入地挖掘。以商品为导向的同时还应该以消费者为导向对所售商品进行适当调整。

### 2. 价格定位

一个相同的东西在不同的地方可以卖不同的价格，当我们的消费群已经固定之后，我们还要想，我们的价格定在怎样的范围？尤其是网上销售的产品其价格已经相当透明，消费者想要了解某种产品的价格是轻而易举的事情。就拿充电宝来讲，充电宝又称移动电源，有很多的款式质量相差也很悬殊，价格是肯定不同的。那么我们要思考是走高档路线，还是中低端路线呢？消费群的接受范围如何？还有一点，一个定价 30 的充电宝和定价 29 的充电宝给人的感觉是不一样的，虽然他们只相差 1 元。

悟一悟：图 1-4 的商品是如何进行价格定位的？

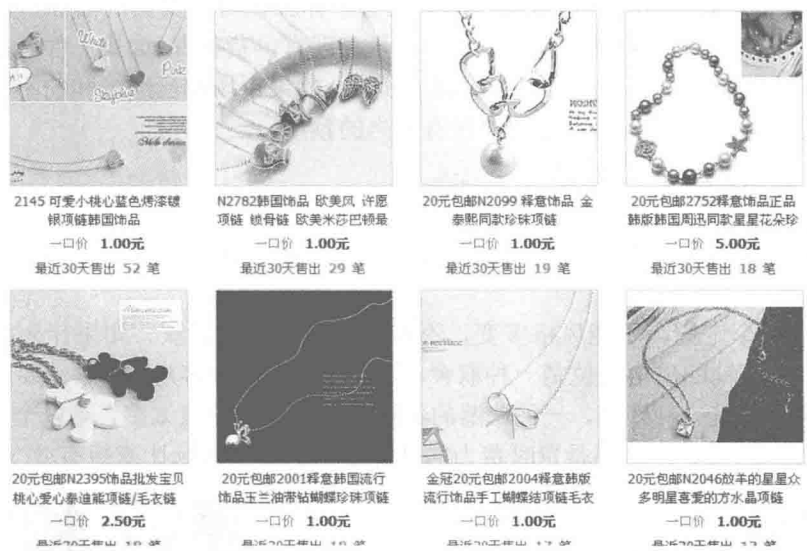


图 1-4 价格定位

根据顾客定位确定价格定位。这二者是相辅相成的。

想一想：高价位、中价位和低价位分别主要针对哪些收入和购买类型的人群？

### 3. 顾客定位

顾客定位就是说你要对你所销售的消费人群有个定位，主要消费人群是男、女、老、少等都要有个清晰的定位。尤其是在网上更要有个清晰的定位，在这些人群中又有哪些人群是不会上网的或者是不喜欢在网上购物的，都要有定位。有了很好的定位，你就对这个市场有了很好的分析，接下来你就会做到更好。

传统企业开展电商，首先要明确我们的目标在哪里？哪些人群是我们要针对的？二八定律大家应该都知道，我们20%的产品占据了80%的销售额，20%的客户的消费额是总金额的80%，所以我们就更需要明确这20%的客户是谁，他们的性别、年龄段、喜好、需求、购物习惯……了解了他们的特点才能精准营销、对症下药。

议一议：图 1-5 至图 1-7 三幅图中展示的商品分别是针对哪些顾客群体进行销售的？什么职业的人适合销售这些商品？



图 1-5 淘宝商品——玩具



图 1-6 淘宝商品——服装



图 1-7 淘宝商品——虚拟产品

总之，开店时要进行各方面的考虑和定位，要有个清晰的思路，不能盲目跟风，要做自己喜欢的，做自己擅擅长的，这样才能做的更好。还要做的专业，不要什么都做，那样是做不好的，先要专业然后再慢慢扩大范围。

### 任务 1.3 货品选择

#### 1. 产品选择标准：销量大、利润大

越来越多的人开网店，网店之所以赚钱就是因为利润较高，成本较低，开淘宝店高利润的货源哪里找？掌握了一些物美价廉的商品就能赚到钱，但是物美价廉的商品哪里能找到呢？

##### (1) A 货是宠儿

A 货就是指外贸公司一般生产的尾货，定单退货或是临时取消定单所造成的库存，因其质量、款式、价格等优势，一直是网上销售的宠儿。很多在国外售价上百美元的名牌商品，网上售价仅几百元人民币，众多买家对此情有独钟。北京的的李小姐从 2005 年开始做 A 货，由于渠道畅通加上产品紧跟潮流，几年来赚了上百万。要找到 A 货，最直接的方式是去广州、上

海、杭州找外贸公司，这类厂家一般都有外贸退单货，跟紧这些退单货，往往就能找出背后的A货，然后直接找相关负责人沟通，沟通好了你的货源自然不愁。

### (2) 品牌库存货是香饽饽

有些品牌商品的库存积压很多，一些商家干脆把库存全部卖给专职网络销售卖家。品牌商品在网上是备受关注的分类之一，很多消费者都通过搜索的方式直接寻找自己喜欢的品牌商品。而且不少品牌虽然在某一地域属于积压品，但网络覆盖面广的特性，完全可使其在其他地域成为畅销品。如果你有足够的砍价本领，能以低廉的价格把库存吃下来，一定能获得丰厚的利润。

### (3) 外国货带来高额利润

国外的世界一线品牌在换季或节日前夕，价格非常便宜。如果卖家在国外有亲戚或朋友，可请他们帮忙，拿到诱人的折扣在网上销售，即使售价是传统商场的4~7折，也还有10%至40%的利润空间。这种销售方式正被一些留学生关注。目前在淘宝和易趣都有店铺。因为其化妆品新鲜，而且比国内专柜上市更快、更便宜，因而受到追捧。此外，一些美国、欧洲的留学生也在网上出售维多利亚的秘密、LV等顶级品牌服饰和箱包，利润均在30%以上。

### (4) 大型批发城不可忽视

一般说来，在大城市开网上商城更有优势，如果能和一些批发商建立良好的供求关系，就能够拿到第一手的流行货品，保证网上销售的低价位。

找到货源后，可先进少量的货试卖一下，如果销量好，再考虑增大进货量。在网上，有些卖家和供货商关系很好，往往是商品卖出去后才进货，这样既不会占资金又不会造成商品的积压。总之，不管是通过何种渠道寻找货源，低廉的价格是关键。找到了物美价廉的货源，你的网上商店就有了成功的基础。

### (5) 专业的货源网站

例如315货源网www.315hyw.comd(如图1-8)，53货源网www.53shop.com(如图1-9)等。由于这类的网站是针对淘宝开店的货源，所以还是比较齐全和专业的。特别适合新手开店，可以找免费的网店代理货源，省去库存的风险。

The screenshot shows the homepage of 315货源网. At the top, there's a navigation bar with icons for '在线问答', '网店代理', and 'VIP货源'. Below this is a search bar and a grid of promotional banners. The banners advertise services like '一件代发' (one-piece dropshipping), '诚招代理' (hiring agents), and '知名香水' (famous perfumes). The bottom part of the page features three columns of product listings under the headings '热销单品', '最新产品', and '热卖货源', each with a list of specific product categories and suppliers.

图 1-8 315 货源网



图 1-9 53 货源网

## 2. 网上销售禁区

常听人们说：“网上的产品，只有你想不到的，没有你买不到的。”的确，现在电子商务发达，有很多东西都可以在网上买到，但实际情况真的是这样的吗？难道真的是任何东西都可以在网上出售吗？答案当然是否定的。有些商品是不适合网上销售的。

### (1) 体积太大或重量太重的商品

网店中的商品交易，一般都是通过物流交付到买家手中的，而物流的运输费用都是按照商品的体积与重量来收取的。如果商品太重，就需要支付更多的运费。同样，如果商品体积太大，不但运费会增加，而且物流运输也比较麻烦。

### (2) 附加值低的商品

交易的商品是通过物流交付给买家的，物流过程中会产生相应的运费。如果一件商品的运费高于商品本身的价格，那么买家购买的可能性就非常小，在网上开店把这称为商品的附加值。目前物流运输多以重量计算，一般每公斤 6~10 元。以 1 公斤商品为例，如果商品价格只有 10 元，运费同样也需要 10 元，那么这类商品就不适合通过网店销售。

### (3) 没有特色的商品

网店选择商品最好具备特色。不同的商品，特色也不同。如服装类商品的时尚性、个性；数码类商品的独特性等。如果销售的商品在现实中随处可见，那么买家也就没必要通过网上购买了。

### (4) 价格优势不明显的商品

买家在网上购物的主要就是为了省钱。同样，对于卖家来说，由于网店没有很多额外的开支，因此其销售价格会低于市面商品的销售价格。如果销售的商品没有明显的价格优势，那么就很难吸引买家来购买，因而也不适合在网店销售。

### (5) 法律法规禁止销售的商品

这类商品是绝对不可以在网店中销售的，包括武器弹药、管制刀具、文物、淫秽品、毒品、伪劣商品等。

### (6) 其他不宜网上销售的商品

如医疗器械、药品、股票、债券和抵押品、偷盗品、走私品或者其他非法来源获得的商品。



### 3. 货源选择

开店之初,自己打算卖什么产品?这些产品自己了解吗?有没有好的货源?货源的选择问题一直是新加入淘宝的卖家最关心的问题。货源的重要性不用多说,开店的卖家朋友都知道。有句话说的好,好的货源是生意兴隆的根本。

那么如何选择货源呢?其实选择货源的渠道、平台还是很多的,关键是寻找适合自己的供货商。质量好的货不一定就能成为好货源。淘宝买家不是简单的追求产品的质量而是性价比。只有性价比高的淘宝货源才更能赢得买家的喜欢。因此,在淘宝,成功的关键一环就是货源。

#### 【任务小结】

网店市场定位的起点是网民的消费心理,只要把握了网民的消费心理,并借助恰当的手段把这一定位传递给目标网民即可。准确的市场定位是要掌握已存在于顾客心中的想法,打开顾客的联想之门,使自己提供的商品在顾客心目中占据有利地位。在掌握消费心理的同时,也要琢磨自己准备经营的产品,使顾客对你所经营品牌的心理定位与相应产品的功能和利益相匹配,定位才能准确。

#### 【任务实训】

##### 1-1 网店定位

##### 实训目标:

运用所学知识,给自己的网店进行定位。

##### 实训步骤和要求:

- 1) 进行自身定位,并据此确定网店所售商品的种类。
- 2) 针对备选商品的种类对网店的顾客及价格进行初步定位。

##### 实训成果与考核:

通过实际调查及实践操作,掌握网店前期的调研及定位技能,并为自己的网店进行定位。学生需要独立完成本实训内容,并上交实训报告,由老师进行评价。对于不能完成任务的学生,应进行指导并要求重做,直到能基本完成任务为止。

##### 实训报告应包含以下内容:

- 1) 自身定位——我的优势和劣势。
- 2) 我选择的准备出售的产品。
- 3) 我对该产品的顾客的定位,针对顾客我进行的价格定位。
- 4) 准备寻求该货源的渠道。

##### 实训评价标准:

学生根据所学内容,能够具体明确的列出以上内容的为优秀;基本能够列出以上内容的为良好;对个别项目不能说明清楚的为及格;不能完成任务的为不合格,需重做。

#### 【知识拓展】

### 可供选择货源的渠道

#### 1. 淘宝平台

淘宝网是全国最大的网络零售商圈,拥有中国绝大多数网购用户,覆盖了中国绝大部分网购人群。淘宝平台是新一代专业的网络批发服务网站。用强大的全球化集约采购优势,丰富的