

第2版


依据网店创业最新政策撰写

网上开店 成功创业 全程指导

马福存 / 编著



- ☆ 解读网上开店最新政策、把脉网络购物行业动态，传授网店风险防范对策
- ☆ 36位网店经营高手为你支招，分享11位网店创业者的成功经验，手把手教会你开一家赚钱的网店
- ☆ 最新、最实用、最全面的网上开店实战指南

 中国纺织出版社


第2版

依据网店创业最新政策撰写

网上开店 成功创业 全程指导



马福存 / 编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

网上零售产业在我国已经进入快速成长期,不断增长的网民数量为网店的繁荣打下了十分坚实的基础。对于希望开店创业而又难以投入太多资金的你,开家网店无疑是较好的选择。网上开店具有很多优势,但是,开一家成功的网店既需要掌握技巧,也需要认真总结经验。

本书是2008年电子商务类畅销书《网上开店成功创业全程指导》的修订版,书中全方位地讲解了网店知识,提炼了网店经营有方者的宝贵经验,并综合介绍了国家关于网店创业的最新政策和行业动态,总之,是一本全面而又生动的网上开店指导手册。

图书在版编目(CIP)数据

网上开店成功创业全程指导/马福存编著. —2版. —北京:中国纺织出版社, 2010. 8
ISBN 978-7-5064-6524-3
I. ①网… II. ①马… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36
中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第103370号

策划编辑:黄磊 责任编辑:高振亚 责任印制:陈涛

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027
邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231
http://www.c-textilep.com
E-mail:faxing@c-textilep.com
北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销
2008年10月第1版 2010年8月第2版
2010年8月第3次印刷
开本:710×1000 1/16 印张:17
字数:268千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

第2版前言

foreword

随着网络技术的进一步发展，网店作为一种新型独特的经营模式越来越成熟，网民的不断增加以及人们生活方式和购物消费习惯的改变也进一步加大了网店经营的市场前景。这个前景被许多人看好，在网上开店经营一家自己的小店，已经成为很多人的一个选择。基于这样的形势和发展的需要，我们在读者的提议下对《网上开店成功创业全程指导》进行进一步的补充和修订。

本书在第一版的基础上，从网店的“钱”景谈起，为将要或已经开店的卖家增添士气，依次具体地讲述了网上开店前需要做的准备工作，网店的申请注册方法和步骤，还涉及如何布置自己的网店，如何选择网络平台，如何经营网店，如何寻找货源和渠道，如何推广，如何提高自己的信用，如何服务，如何做物流包装，如何进行交易支付的知识，同时还提醒了网上开店的朋友如何防范网店风险。在详细介绍了如何成功开一家网店的基础上，添加了最新的统计数据和相关政策法规，介绍了最新的网络平台，帮助开网店的朋友们看清网店发展的宏观趋势，能够顺利成长发展，赢取利润。在原有的基础上，本书全面地解析网店的采购计划和预算、商品定价以及网上开店涉及的商品命名、商城选择、店铺设计、邮寄、收款等多个环节。

随着网上经营的红火进行，网络骗局也是层出不穷，防不胜防，而且行骗的方式也是花样百出，识破骗局成了每一个想要在网上开店的朋友的有一门必修课，本书详尽地介绍了网上各种最新骗术的识别和应对



措施。

在本书每章的最后一节都有一个与之内容相关的具体案例的介绍，把读者放在真实的环境中，手把手地向读者传授成功开店经验，让读者成为能在网上挣到自己的第一桶金的人。

在修订《网上开店成功创业全程指导》这本书的过程中，我们尽量力求内容讲解全面、新颖、实用，但还是难免会有一些错误和遗漏的地方，欢迎读者提出宝贵的意见和建议，以便在以后的编写工作中进一步借鉴。

编著者

2010年6月

第1版前言

foreword

网上开店是一种前卫的创业模式，网上开店的优势明显、前景广阔。对于那些想要自己创业又没有什么本钱，想要在网上开店又没有什么信心，以及那些已经在网上开店但经营效益并不怎么好的卖家们，本书是最好的礼物。

本书详细地介绍了如何成功地开家网店。从网店的“钱”景谈起，依次具体地讲述了网上开店前需要做的准备工作，网店的申请注册方法和步骤，还涉及如何布置自己的网店，如何选择网络平台，如何经营网店，如何寻找货源和渠道，如何推广，如何服务，如何做物流包装，如何进行交易支付的知识，同时还提醒了网上开店的朋友如何防范网店风险。总之，本书全面地解析网店的采购计划和预算、商品定价以及网上开店涉及的商品命名、商城选择、店铺设计、邮寄、收款等多个环节。

本书内容丰富，涉及面广，针对性强。比如，本书特意谈到了网店商品图片拍摄的经验，希望能深入浅出地为正在开店的或者打算开店的朋友们提供参考。我们知道一张好的图片可能会让网店点击率成倍增长，一系列好图片可能会成就一个钻石级卖家。本书就是要教会每一个想开网店但又不知如何操作的朋友开出一家成功的网店，让开网店的朋友财源滚滚而来。

本书还对网店的宣传推广秘技进行了介绍。网店的宣传推广与实体



店铺的广告有很大不同。网上宣传，不仅需要技巧，而且还需要卖家全面深入地了解网络这个平台，如此，才能最大限度地利用宣传工具，让自己的网店脱颖而出。

在本书里，还把物流方面的各种知识和经验向大家作一个详细的说明和介绍，这也是由于许多卖家交了不少“学费”才得到的第一手材料，希望能够对大家有所帮助。成也物流，败也物流，好评、中评、差评与物流有着直接的关系，功亏一篑往往就发生在这个看似不起眼的环节，搞好物流才能成为好评如潮的网商。

总之，通过阅读本书，可以全面学习网上开店的操作方法。它从实际应用的角度出发，较详细地介绍了网上开店创业过程中各个环节的操作方法，包括：入门准备、选择行业、选择店址、业务经营、营销、物流配送、支付、售后服务、客户关系。本书不仅有内容丰富、通俗易懂的特点，而且具有信息量大，前瞻性强，可操作性强的特点。

本书若有不妥之处，敬请各位批评指正！

编著者

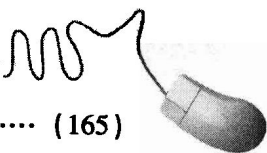
2008年8月



第一章 零起步创业法——开一家赚钱的网店	(1)
第一节 网络创业“钱”景诱人	(1)
第二节 网店 vs 实体店	(7)
第三节 什么人适合开网店	(13)
第四节 网上开店无师也能通	(19)
成功案例分析：白领女性网上开店月入万元	(22)
第二章 网上开店前必知的五件事	(25)
第一节 实名登记合法经营	(25)
第二节 网上开店的投入和准备	(29)
第三节 网上开店平台	(34)
第四节 网上开店易热卖的商品	(40)
第五节 网上开店的经营方式	(44)
成功案例分析：小李开店前的准备事项	(48)
第三章 现在启动你的网店事业	(52)
第一节 开设个人网店的流程与方法	(52)
第二节 为你的网店取个好名	(59)
第三节 美化你的网店	(65)



成功案例分析：淘宝网商王小帮	(74)
第四章 从进货开始赢利	(80)
第一节 进货前的网络市场调研	(80)
第二节 挖掘第一手货源渠道	(84)
第三节 学会与供应商讨价还价	(88)
第四节 防备货源骗子	(92)
成功案例分析：胡小姐的“中间差”利润	(97)
第五章 红红火火经营你的小店	(101)
第一节 拍摄吸引眼球的商品图片	(101)
第二节 恰如其分地描述你的宝贝	(108)
第三节 找准客户群，准确定价商品	(115)
成功案例分析：王小姐的网店“开幕式”	(125)
第六章 让你的网店尽人皆知——网店宣传推广策略	(128)
第一节 广种才能广收——e-mail 营销	(128)
第二节 与客户亲密接触的博客营销	(133)
第三节 比出来的利润——拍卖营销	(140)
第四节 众里“搜”他千百度——搜索引擎营销	(147)
第五节 利用 QQ、MSN、BBS 论坛巧做宣传	(151)
第六节 互换友情链接	(156)
成功案例分析：小李的网上专卖店推广策略	(161)



第七章 打造网店的皇冠信用	(165)
第一节 诚信是网络商店的生命	(165)
第二节 如何快速成为皇冠卖家	(168)
第三节 引导买家修改评价	(175)
成功案例分析：从0信用到皇冠	(178)
第八章 网住客户的心——网店的客户服务技巧	(181)
第一节 让顾客从满意到信任	(181)
第二节 客户咨询与投诉处理	(186)
第三节 用情感拴住你的客户	(195)
成功案例分析：用心留住顾客	(198)
第九章 “包”赢天下——网店销售的物流包装攻略	(201)
第一节 自己DIY，节省包装费	(201)
第二节 物流发货：不选贵的，只选对的	(206)
第三节 如何在配送中节省成本	(211)
成功案例分析：小洁的化妆品包装窍门	(215)
第十章 实现利润的关键一步——交易与支付管理技巧	(221)
第一节 网店的资金流通管理	(221)
第二节 虚拟账户资金提现	(233)
成功案例分析：李先生的网店资金管理技巧	(241)
第十一章 防患于未然——网店风险防范对策	(243)
第一节 电脑安全保护	(243)



网上开店成功创业全程指导

第二节 信用风险	(247)
第三节 网络交易识骗防骗术	(251)
成功案例分析：网络猛于虎	(258)
参考文献	(261)

第一章 零起步创业法

——开一家赚钱的网店

第一节 网络创业“钱”景诱人

目前，网店发展趋势可谓“钱”景诱人。无论在国内还是国外，网上购物都进入了快速成长期，网店繁荣发展的基础已经十分坚实，对于那些希望开店创业又难以投入太多资金的普通人来说，开网店无疑是较好的选择。通过下面的分析，对这一结论将会看得更清楚一些。

一、网上购物分析

广大网民是网上交易繁荣的基础，近年来，中国网民规模持续快速发展。2010年1月15日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布了《第25次中国互联网络发展状况统计报告》，数据显示，截至2009年12月，我国网民规模已达3.84亿，互联网普及率进一步提升，达到28.9%。

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现，随着中国整体网上购物环境的改善，网上购物市场的增长趋势明显。有关网上消费者购物满意度和投诉行为的分析报告显示，2009年我国网上购物持续高速发展，有1.3亿消费者共计在网上购买了2670亿元的商品，较之2008年实现了90.7%的增长。

据淘宝网《2009—2010年度中国网购热门城市报告》显示，中国



网购消费力十大城市分别是上海、北京、深圳、杭州、广州、南京、苏州、天津、温州和宁波，主要集中在以江浙沪为主的长三角地区、以广深为主的珠三角地区和以北京为主的京津地区。但有意思的是，入围2009—2010年度中国网购消费力城市的TOP10均来自中国东部，以一二线城市为主；而网购消费力增速最快的前十大城市中，来自于中西部的二三线城市却唱起了主角。与此同时，中西部地区的网店卖家增速也最快，返乡农民工的创业热情进一步被激发，开网店成为他们创业的主流方式之一。

网购之所以发展如此迅速，主要缘于网上购物环境的逐渐成熟和完善。据统计，2009年，每93.4万笔网上购物交易产生1次工商/消协投诉，与2008年每67.7万笔网上购物交易就会产生1次工商/消协投诉相比，投诉率下降了27.5%。报告还显示，超过90%的当事人通过协商或者向淘宝网等购物平台或购物网站投诉的方式来解决交易纠纷，只有约5%的当事人会选择向工商管理部门或者消费者协会投诉。调查显示，商务交易类应用的用户规模增长最快，平均年增幅达到了68%。其中，网上支付用户年增幅80.9%，在所有应用中排名第一，2009年中国网上购物市场交易规模达到2500亿，2010年网上购物市场将迎来更大规模的发展。

从数据可以看出，中国互联网应用正显出网上消费快速增长的显著趋势。但是和美国相比，中国网民在互联网应用结构上仍存在较大差异：美国互联网在网上消费指数上得分几乎是中国的三倍。这从另外一个方面说明，我们中国的网上消费增长还有更大的空间。

1. 国内购物群体

(1) 以年轻人为主，年龄结构更加均衡

中国网购的消费主体仍旧以30岁以下的年轻群体为主，淘宝报告



显示,在中国网购消费力十大城市中,25~34岁的群体占62.49%,其中,25~29岁的年龄层占36.77%,30~34岁的年龄层占25.72%。与2008、2009年相比,中国网民年龄结构更为优化,网民的年龄结构更加均衡。这部分人群年轻、追求时尚、富有朝气,更为关键的是他们,消费能力较强,是互联网经济发展的重要用户群。

(2) 网民性别趋于均衡

目前中国网民男女性别比例为54.2:45.8,女性网民占比略低于全国人口中女性的比例1:1(《中国统计年鉴2009》),根据淘宝报告显示,中国网购消费力十大城市的消费金额性别来源比例中,男性超过女性,比例达到了53.5%,而女性只占46.5%。不过,在成交人数、成交笔数等关键数据上显示,女性消费者均高于男性。而在客单价这一数据上,则是男性高过于女性,甚至达到1.5:1的水平。这一数据显示,女性更愿意选择多次购买相对便宜些的商品,而男性则显得更为大方,“要么不买,要买,就买贵些的”。

(3) 学历稳中有降

随着网民规模的逐渐扩大,中国网民群体继续向低学历人群渗透,网民的学历结构正逐渐向中国总人口的学历结构靠拢,这是互联网大众化的表现。2009年,初中及以下网民群体增速超过整体网民增速,目前占到网民整体的8.8%,高中学历网民占比也略微提升,大专及以上学历网民占比继续降低,网民学历结构更为均衡。

(4) 学生和企事业单位员工仍然是主力

网民职业结构以学生、企业公司职员、个体户/自由职业者为主,其中,学生所占的比例最大,占到28.8%,但是与2008年相比所占比例已经降低。这一变化显示出中国互联网用户群体更加成熟,商业价值日益提升。同时,无业人员、农民群体等网民比重也小幅增长。



网络在稳步中发展，网购在网民日常生活中的所占比例逐步提高，因此网络创业的市场“钱”景还是十分可观的，网上开店的“钱”途无量！在虚拟世界中开个小店，岂不快哉！

2. 用户网上购物的原因

一般来说，网上购物的网民主要是图方便和节约时间，不同的群体诉求点也不一样，如学生群体一般在意价格，白领则更在意节约时间。

一般来说，网民网上购物的原因主要有以下几种：

- ①节省时间占46.8%。
- ②节约费用占44.9%。
- ③操作方便占41.1%。
- ④寻找稀有产品占33.9%。
- ⑤出于好奇有趣占19.4%。
- ⑥其他2.3%。

根据业内人士分析，国内的购物网站中也存在这样的用户，他们没有明确的消费目标，每天花上大量的时间在网站上游荡，只是为了看看有什么新的商品，有什么特别便宜的，对于他们而言，这是一种很特别的休闲方式。当然，他们看到喜欢的商品时候往往会像平常逛街一样忍不住买下来。

3. 网民购物选择的交易平台

据阿里巴巴掌门人马云分析，中国早期的个人网上交易平台大多复制国外成熟的服务模式，但是其成绩却远没有达到国外的水平。国内网民中，93%的人访问过购物交易网站，却只有33.8%的人在網上购买商品或服务，说明现有的购物及个人交易网站没有完全适合中国个人网上购物习惯和需求，而中国网上购物将进入快速成长期，发展个人网上交易的条件已经成熟。



国内网民选择的购物交易平台有淘宝、当当网、易趣、卓越网等，其中，淘宝网、当当网、卓越网是网民最为熟悉的购物网站，购物成交率和重复购买率高于其他同类网站。

总的来说，网上购物给消费者带来安全、快捷、周到的产品服务的同时，还可以起到提高效率、节省资源、优化配置的作用，随着互联网的发展，网上购物的群体也将不断发展壮大。

二、国内网上开店的动向

在中国，每天大约有几十万甚至上百万人在互联网上进行着交易。这些在网上看货、砍价、成交不见面的买卖所创造的销售额并不亚于国内诸多有名的大商场。以易趣网为例，该网站在 2001 年就已拥有五百多万注册用户，累计登陆商品数 605 万件，线上成功交易总计近 14.8 亿元人民币。

（一）国内网上交易的市场环境

1. 网上开店群体

在网上开店的大都是大学生、下岗职工、SOHO（居家办公）一族、加工贸易型公司的职工、网下有实体店铺的店主、刚起步的小公司等。

2. 网上开店比较集中的区域

网上开店比较集中的区域主要有北京、上海、广州、杭州、南京，这几个城市的生活水平较高，网络建设相对完善，同时电子商务类型公司比较多。如北京的 8848、雅宝网，上海的易趣网，杭州的淘宝网，另外杭州更是准备打造电子商务城市。一些地区外贸比较发达，货源比较充足，网上开店比其他地方更有优势。

（二）国内网店的经营模式

国内网店的经营模式主要是以 eBay 和亚马逊为榜样。其中实行的



C2C 模式最初脱胎于国外的电子商务模式。C2C 最大的特点就是利用专业网站提供的大型电子商务平台，以免费或比较少的费用在网络平台上销售自己的商品，主要特点是可给用户带来便宜的和个性化的商品，无论是外企白领、大学生还是下岗女工都可以在家“营业”。网上开店不需要店铺租金，不受地域、时间的限制，却可以面对来自全国甚至全世界的客户。

（三）网上开店的发展优势

在国内，网上开店的前景非常可观。随着国内电子商务环境的逐渐成熟，低成本优势逐渐显著。网上开店的优势主要体现在以下四点。

①网上开店可以发展为网上零售的个人站点。随着交易量的增加和个人信誉度的增强，网店会逐渐规模化，在积累了一些网上销售经验之后，他们到工商局注册，建立自己的网站，建立链接，销售业绩良好的个人用户很大部分成为一个典型的“小”企业，有利于形成比较好的品牌。

②网上开店可以在网上打造自己的信用店，并注册自己的公司。

③网上交易的大型电子商务平台更主张多吸引中小企业用户。这样产品品质 and 安全性就可以大大加强。在易趣网、淘宝网等网站开店，中小企业用户要有三证：营业执照、工商、税务的登记。

④网上商城对中小企业商家来说，成本低，目标消费群体明确。

熟手支招

不管是国内还是国外，都在传递着一个极为强烈的信号，网上购物的春天已经到来了。如果你意识到还可以利用网络创一番事业、写下人生轨迹时，那么请选择网上开店吧！网上开店是一种风险小却又大有