



淘宝大学

从平凡到神奇



张卫忠 主编

—— 淘宝 开店入门



<http://www.phei.com.cn>



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY



淘宝大学

从平凡到神奇——淘宝 开店入门

张卫忠 主 编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

本书结合多年的开店经验,全面地讲解了在淘宝网开设店铺的相关知识,为准备在淘宝网创业的卖家及刚刚创建店铺的店主,提供全面的开店和经营方面的指导。本书按照淘宝开店的流程安排内容,侧重每个步骤中的实际技巧。本书分3个部分:如何在淘宝开店、如何开好店、如何做强做大店铺。前3章介绍了在淘宝网开设店铺的基础知识,指导读者在开设店铺前做好准备工作,以及建立起自己的店铺,并且完成店铺的第一笔交易;第4章至第7章主要介绍了网店装修和推广的方法,以及网店的物流经验和技巧;第8章着重介绍了将网店做大做强的方法,帮助卖家在开店和经营中树立品牌意识,做大做强自己的店铺。

本书内容全面实用,讲解清晰明了,各种技巧简单易行。通过本书的学习,可以让你快速地掌握淘宝开店的方法,并能够迅速地脱颖而出,成为淘宝创业大军的佼佼者。本书是广大淘宝创业者的首选参考书,同时也是新手店主迅速打开局面的必备用书,也可以为对网络交易感兴趣的读者提供有益的借鉴。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

从平凡到神奇:淘宝开店入门 / 张卫忠主编. —北京:电子工业出版社, 2010.1
ISBN 978-7-121-10122-9

I. 从… II. 张… III. 电子商务—商业经营—中国 IV. F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第236166号

策划编辑:刘宪兰

责任编辑:雷洪勤

文字编辑:韩玉宏

印 刷:北京机工印刷厂

装 订:三河市鹏成印业有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本:720×1000 1/16 印张:26 字数:360千字

印 次:2010年1月第1次印刷

印 数:5000册 定价:45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

前言

中国电子商务已经走过 10 年的发展历程。在经历了多年的风风雨雨后，如今的电子商务，不管是从用户参与度和市场交易额方面来说，还是从相关企业在资本市场的表现来说，都拥有了非常醒目的数字和表现。在电子商务圈中，阿里巴巴集团旗下的淘宝网绝对是其中耀眼夺目的明星，它已经成为亚洲最大的网络零售商圈，C2C（个人对个人的交易）市场的领军人物。

据统计，在 2008 年，通过淘宝网完成的交易额达到 999.6 亿元，占到国内社会零售总额的 1.2%；在 2009 年，这一数字将突破 2 000 亿元。这就意味着淘宝网在 2009 年会开辟出 1 000 亿元的新增内销市场，市场空间巨大。

为什么会有本书？

在电子商务井喷发展的背景下，越来越多的人加入网络创业大军。“淘宝”这个品牌越来越为人们所熟知。从年轻的学生群体到退休人士，从下岗工人到自由职业者，从全职创业者到兼职经营者，淘宝网已经成为网络交易的大熔炉，在一定程度上改变了人们的消费习惯和生活方式。

本书充分考虑到新手卖家在开店过程中可能会遇到的问题，以在淘宝网开设店铺为线索，全面介绍了网店经营的相关知识。既有开店前的准备等概括性的内容，也有注册账户和保护密码的





细节介绍；既有一般性的操作方法介绍，也有各种实战经验和技巧的说明，因而本书是一本不可多得的网上创业指导手册。

本书的主要内容

本书由一位有多年淘宝经验的淘宝网“皇冠”网店的店主倾力打造完成。本书既有技术上的正确指导，又有卖家基于成功实践的宝贵经验，为卖家节约开店成本及快速掌握经营方法和技巧提供了保证。无论是开店的前期准备工作，还是注册淘宝网和支付宝账户，或者是开通网上银行，通过实名认证；又或者是发布商品，申请店铺，完成第一笔交易，甚至是装修、推广、物流等交易环节，读者都可以在本书中找到相应的解决问题的答案。

全书包括以下内容。

第1章主要介绍在淘宝网开店前所需要做的一系列准备工作，包括如何选择经营项目及如何购置硬件设备。

第2章主要介绍注册淘宝网和支付宝账户、开通网上银行、如何提升安全性能及保护账户密码的方法和技巧。

第3章以第一笔交易为例，全面介绍与买家交流、确定交易价格、发货、用支付宝提现，以及处理退款的完整交易流程。

第4章主要介绍网络店铺装修的全过程，包括图片处理和店标、公告模板、商品描述模板的设计制作与发布等技巧，同时对美化店铺作了系统介绍。

第5章主要介绍宣传和推广网络店铺的一系列知识和方法，为卖家提高经营效益提供指导。

第6章全面介绍了网店物流的形式，以及选择物流形式的方法和技巧，使卖家在交易过程中节约成本，提高利润。

第7章主要介绍店铺的辅助经营工具，包括淘宝助理、红包、消费者保障服务3个工具，它们分别从辅助管理、帮助促销、保



障诚信3个角度帮助卖家积累信用,不断晋级。

第8章主要介绍做大做强网店的方法和技巧,从重视售后服务到强化客服管理,从发掘潜在顾客到加入淘宝商城,每一个步骤和细节都为卖家打造经营品牌服务。

本书的特色

同目前市场上相关书籍比较,本书有以下五大特色。

1. 紧随淘宝网发展趋势,切合网站最新版本

淘宝网发展至今,改版在所难免。有读者反映目前市场上相关书籍大多与淘宝网最新版本不相符合,因而本书应大多数读者的要求,切合淘宝网最新版本而作,从而保证内容讲解与实际操作最大程度上的统一。

2. 循序渐进的梳理过程,便于卖家逐步成长

本书整体上分为8章,全面介绍开设和经营店铺的方法和技巧;但是本书的讲解从总体上还可以分为3个阶段——开设店铺、管理店铺、做大做强店铺,帮助卖家从易到难地逐步成长。因此,可以将本书看做卖家“成长三部曲”,每经历一个篇章,卖家都能收获颇丰。

3. 图文并茂展示操作步骤,适合多数卖家阅读

卖家的计算机操作水平参差不齐,本书充分考虑到卖家实践操作的需要,在最大程度上保证讲解过程的通俗易懂,几乎对每一个步骤都配以实际图片加以说明。因此,阅读本书,会让读者有置身于实际操作过程之中的感觉。

4. 实践为主、理论辅助的架构,体现“授之以渔”的思想

本书总体上以具体的操作步骤讲解为主,但在部分操作方法和技巧的讲解中穿插了理论说明,便于卖家举一反三,深度理解。





因此，本书既可以作为卖家开店经营的实用“工具书”，同时也具有一定的理论研究价值。

5. 独树一帜又不失联系，全心全意为读者服务

本书可以作为卖家入驻淘宝网、开设店铺的入门书籍，具有很强的参考价值，同时本书又是电子工业出版社淘宝网系列丛书中的一员。卖家在掌握入门的技巧之后，可以根据需求，继续选择丛书中的其他成员，掌握开店经营的“金钥匙”，深入更加神奇的淘宝世界。

编者



目 录

第1章 开店前的准备——不打无准备之仗	1
1.1 初识网络交易	1
1.1.1 有多少人在网上购物	2
1.1.2 大家都在卖什么	4
1.1.3 网店能赚钱吗	9
1.1.4 虚拟的世界安全吗	11
1.2 基本的硬件设备	13
1.2.1 计算机	13
1.2.2 数码相机	16
1.2.3 打印机和扫描仪	17
第2章 开设网店——千里之行始于足下	21
2.1 注册会员，融入网络大商城	21
2.1.1 淘宝网免费注册流程	21
2.1.2 注册过程注意事项	24
2.1.3 登录淘宝网	26
2.2 支付宝的注册、激活与认证	28
2.2.1 什么是支付宝	28



2.2.2	支付宝的注册与激活	29
2.2.3	什么是支付宝实名认证	33
2.2.4	支付宝实名认证的分类	34
2.2.5	支付宝实名认证操作流程	34
2.3	网络银行与支付宝充值	40
2.3.1	什么是网络银行	40
2.3.2	开通网络银行	42
2.3.3	给支付宝充值	45
2.4	新店开张	49
2.4.1	准备商品图片	49
2.4.2	发布商品	52
2.4.3	申请店铺	57
2.5	提升安全性能的武器	59
2.5.1	安全控件的作用及安装	60
2.5.2	支付宝信使	61
2.5.3	数字证书	64
2.6	账户密码管理必读	71
2.6.1	淘宝网密码的管理	72
2.6.2	支付宝密码的管理	79
2.6.3	其他相关密码的管理	92
第3章	第一单生意——一个美好的开始	95
3.1	与买家交流	95
3.1.1	阿里旺旺聊天工具	95
3.1.2	收发站内信	101
3.1.3	留言管理	104
3.2	修改交易价格	108
3.3	发货	111
3.4	为买家作出评价	114



3.5	从支付宝账户中提现	116
3.6	处理退款和部分退款	121
第4章	网络店铺个性化——看上去很美	129
4.1	店铺装修前期准备	129
4.1.1	了解装修的一般流程	130
4.1.2	确定销售商品的类型	131
4.1.3	收集装修素材	132
4.1.4	建立网络相册	135
4.2	商品图片的处理和美化	139
4.2.1	处理曝光不足或曝光过度的图片	140
4.2.2	调整色彩使图片变得鲜艳	147
4.2.3	提高图片清晰度	154
4.2.4	为图片更换背景	160
4.3	制作店标	171
4.3.1	店标动画的基本制作方法	171
4.3.2	发布店标	176
4.4	设计公告模板	178
4.4.1	编辑公告文字	178
4.4.2	制作美观的图片公告	181
4.4.3	在店铺中应用图片公告	183
4.5	商品描述模板设计	186
4.5.1	在 Photoshop 中设计描述模板	187
4.5.2	使用 ImageReady 制作闪光动画	189
4.5.3	使用免费的商品描述模板	193
4.5.4	编辑并发布商品描述模板	197
4.6	使用 HTML 美化页面	200
4.6.1	HTML 编辑器的基本功能	201
4.6.2	个性鼠标指针的生成	202



4.6.3	插入图片	205
4.6.4	插入超级链接	208
4.6.5	添加网店挂件	210
4.6.6	插入背景音乐	212

第5章 推广店铺——酒好还怕巷子深 215

5.1	店内宣传技巧	215
5.1.1	善用掌柜推荐	216
5.1.2	交换友情链接	219
5.1.3	利用个人空间做宣传	221
5.2	利用阿里旺旺进行宣传	229
5.2.1	利用旺旺群宣传	230
5.2.2	利用自动回复发布广告	233
5.2.3	设置联系信息	235
5.2.4	向组员群发信息	237
5.3	消费者社区商机旺	241
5.3.1	登录淘宝网消费者社区	242
5.3.2	发表及回复帖子	243
5.3.3	加入“淘帮派”	249
5.3.4	社区广告位的申请	253
5.4	利用多种方法宣传店铺	255
5.4.1	利用网站的论坛进行宣传	255
5.4.2	利用搜索引擎进行推广	258
5.4.3	利用QQ进行推广	262
5.4.4	其他宣传店铺方法简介	266

第6章 网店物流全攻略——节省你的每一分钱 269

6.1	进货的技巧	269
6.1.1	从批发市场进货	270
6.1.2	寻找商家余货	276





6.1.3	从网络批发商品	279
6.2	从阿里巴巴网站进货	282
6.2.1	注册阿里巴巴会员	282
6.2.2	在阿里巴巴批发进货	285
6.3	发布商品, 网店老板诞生记	291
6.3.1	发布“一口价”商品	291
6.3.2	发布“拍卖”商品	297
6.4	网店物流形式简介及比较	301
6.4.1	邮局平邮与普通快递	301
6.4.2	EMS 与 e 邮宝	306
6.4.3	主要民营快递公司	310
6.4.4	选择物流形式的标准与方法	314
第 7 章	辅助经营工具——卖家晋级必备利器	317
7.1	管理工具——淘宝助理	317
7.1.1	什么是淘宝助理	318
7.1.2	下载和安装淘宝助理	320
7.1.3	登录淘宝助理	323
7.1.4	新建并上传宝贝	325
7.1.5	批量编辑宝贝	328
7.1.6	备份宝贝数据	330
7.1.7	导入宝贝数据	331
7.1.8	淘宝助理使用技巧	333
7.2	促销工具——红包	337
7.2.1	红包的特点和种类	338
7.2.2	红包的创建和发送	341
7.3	诚信工具——消费者保障服务	346
7.3.1	消费者保障服务的含义及项目	346
7.3.2	申请加入消费者保障服务	350



第8章 做大网店实用技巧——心有多大未来就有多大..... 355

8.1 重视售后服务..... 356

8.1.1 善用信用评价..... 356

8.1.2 及时跟踪服务..... 359

8.1.3 合理处理矛盾和冲突..... 361

8.1.4 引导买家修改中评和差评..... 365

8.1.5 回应买家的投诉..... 369

8.1.6 维护良好关系..... 371

8.2 强化客服管理..... 373

8.2.1 卖家从客服起步..... 373

8.2.2 招聘客服人员..... 378

8.2.3 树立服务品牌..... 381

8.3 发掘潜在顾客..... 384

8.3.1 潜在顾客在哪里..... 384

8.3.2 赢得潜在顾客的技巧..... 387

8.4 加入淘宝商城..... 396

8.4.1 揭开淘宝商城的神秘面纱..... 396

8.4.2 申请加入淘宝商城..... 399

第 1 章

开店前的准备——不打无准备之仗

淘宝网通过打造免费服务平台，建立诚信服务体系，吸引了国内众多的电子商务卖家与买家，在业内拥有良好的口碑。“淘宝”作为一个品牌，一个符号，已经被越来越多的人接受和认可，越来越多的人加入到淘宝网的创业大军中一展身手。网络交易减少了传统经营中一些必需的手续和开销，为网络经营者提供了更加便捷的创业通道。但是，要想在淘宝网开设自己的店铺，必须做好相应的准备，比如，认识网络交易市场，了解网络销售商品，选择经营商品，了解竞争对手和投资风险，以及准备相应的网络硬件设备等，这些都是淘宝网“准店主”必修的第一课。



1.1 初识网络交易

随着淘宝网在国内的影响力不断增强，市场份额不断增加，很多人都认为网络交易就是在淘宝网购物，或者更简单地说就是在淘宝网卖东西、买东西。的确，淘宝网在众多网络卖家和买家心目中的地位已经根深蒂固，但是严格意义上的网络交易并非如



很多人认为的那么简单。

网络交易有其自身发展演变的过程。传统意义上的网络交易是指通过电话、电报、电传、电视等形式进行的交易。如今，新型的网络交易已经发展为利用电子信息技术、借助于各种计算机网络（其中主要是指因特网）而进行的交易活动，这种交易活动可以是以赢利为目的，也可以是消费者为了自身的需要而进行的商品或服务的买卖活动。目前，淘宝网的交易模式就属于新型的网络交易。

网络交易具有一切商品交易的共性，比如，商家以赢利为目的，消费者为生活需要进行购买；网络交易也同样体现了商品与服务在商家与消费者之间的流转，是价值的相互交换。同时，新型的网络交易由于技术进步带来的方式与手段的差异，也彰显出自己的特性，主要体现在：

- （1）突破了时间和空间的限制，大大拓宽了交易领域。
- （2）创建了虚拟的商业环境，对传统交易市场形成新的冲击。
- （3）实现了从“纸面交易”到“无纸化交易”的转变，简化了交易流程，节约交易成本。
- （4）促成了开放性交易的产生，方便买家“货比多家”，催生众多“知识型”买家和卖家。

1.1.1 有多少人在网上购物

根据相关统计显示，中国的网络购物市场在 2007 年取得了爆发式增长，在 2008 年则延续了高增长态势，网络购物交易额突破千亿元。网络购物又称网上购物，指的是借助网络实现商品或服务从网络商家（卖家）转移到网络消费者（网络买家）的过程。下面引用一组艾瑞咨询网《2008 年中国网络购物市场发展数据报告》中的调查统计数据，来说明网络购物“鼎盛时代”已经到来。



1. 网络交易额：1 281.8 亿元

艾瑞咨询统计数据显示，在 2008 年网络购物交易额突破千亿元大关，达到 1 281.8 亿元，比 2007 年增长近 130%（实际统计数据为 128.5%）。众所周知，在 2008 年传统行业受到地震灾害、金融危机等因素的影响较大，但是电子商务依旧兴盛，网络购物正在成为网民常态的网络行为，并且影响着更多的潜在网购用户和普通网民。网购已步入快速上升期，受突发事件的影响很小，消费群体比较稳定。

2. 网购用户规模：8 000 万

《2008 年中国网络购物市场发展数据报告》中指出，网购用户（在过去一年中至少有过一次网络购物经历的用户总数）规模已经达到 8 000 万。按照中国互联网络信息中心发布的数据，按 2008 年中国网民数量接近 3 亿来计算，“8 000 万”意味着近三成的网民成为网络购物用户。网络购物已经成为传统零售市场的重要补充。据悉，2008 年网络购物消费总额占社会消费品零售总额的比重也首次突破 1%，因此，网络作为企业零售渠道的重要性也逐步被越来越多的企业认识到。种种迹象都表明，网络购物市场将会吸引更多的企业用户和个人用户加入，也会吸引资本市场更多的关注。

3. 预期网购用户比例：40%

综观 2009 年，全球面临金融危机的考验，但是金融危机对网络购物形成推力，将促使更多用户加入网络购物大军。金融危机蔓延时期，网络购物的优势更加凸显，其低廉的价格和便捷性可以满足人们在消费理念趋于节俭情况下保证生活质量的需求。预计随着网络购物的快速增长，网购将在更多网民中普及，到 2010 年网购用户占因特网用户的比重有望达到 40%以上，网络购物将会覆盖更广的消费群体（如表 1.1 所示）。



表 1.1 2007—2012 年中国网络购物市场用户规模

年份(年)	2007	2008	2009	2010	2011	2012
规模(万人)	5 500	8 000	11 000	15 500	21 000	26 250
增长率(%)	27.6	45.5	37.5	40.9	35.5	25.0

数据来源:《2008—2009 年中国网络购物行业发展报告简版》

此外,从网购用户的地域分布来看,2008 年上海的网络消费突破了百亿元,广东、浙江、北京、江苏的网络消费数额可观。从总体来看,2008 年在一线城市网购数额稳定增长的同时,很多二、三线城市的网络交易量均有提升,二、三线区域网购发展迅速,成为网购增长的新动力。

1.1.2 大家都在卖什么

如今,因特网上已经兴起一句行话:“网购催生第三百六十一行。”开设网络店铺已经成为众多创业者的梦想与选择。个人在网上开店作为低门槛低风险的创业方式受到青睐,尤其是在全球金融危机的影响下,在就业压力增大的情况下,开网店成为流行。据悉,淘宝网平均每天新开网店 5 000 家。要加入网络创业大军,选择经营商品和经营项目成为首当其冲需要解决的问题,此时,了解众多的店主都在卖什么商品,可以给网络创业提供有益参考。先来看一份关于淘宝网 2008 年商品销售排行情况的数据,如表 1.2 所示。

表 1.2 淘宝网 2008 年商品销售排行

排 名	上 半 年	全 年
1	服饰	服饰
2	手机	手机
3	家居日用	化妆品
4	PC 及配件	家居日用
5	笔记本电脑	户外运动
6	化妆品	PC 及配件
7	充值卡	珠宝首饰