

电子商务赢家宝典系列图书



淘宝开店赢家宝典

主编 宋东霞

- ★ 两家淘宝店铺，八年开店经验，网店达人成功秘籍专享
- ★ 内容全部源自淘宝一线开店实践，实战演练，不走弯路
- ★ 从开店流程、店铺装修到物流售后、手机开店，内容循序渐进
- ★ 最丰富的图片展示，最直观的步骤讲解，双管齐下，一目了然
- ★ 网站功能、辅助软件、营销平台、物流渠道，从零到专，一书搞定



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

电子商务赢家宝典系列图书

淘宝开店赢家宝典

主 编 宋东霞

副主编 郑伟银 马丽群

韩 雪 刘润华



上海交通大学出版社

SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以通俗易懂的语言、翔实生动的实例,全面介绍了淘宝开店的相关知识和技巧,在讲解上采用“图解操作+步骤引导”的全新编写模式,并融合大量的实例;同时以“新手开店”为导向在章节结构上合理安排,科学设计。全书共分九章,内容涵盖:淘宝开店、货源选择、发布宝贝、店铺装修、网店物流、店铺日常管理、客户服务、店铺推广技巧、手机淘宝店。

本书可作为大中专院校电子商务相关专业的教材,也可供培训机构以及想要网上创业的人士使用。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝开店赢家宝典 / 宋东霞主编. — 上海: 上海交通大学出版社, 2016
ISBN 978-7-313-14730-1

I. ①淘… II. ①宋… III. ①电子商务—商业经营—基本知识—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第062975号

淘宝开店赢家宝典

主 编: 宋东霞

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 韩建民

印 制: 三河市祥达印刷包装有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2016年9月第1版

书 号: ISBN 978-7-313-14730-1/F

定 价: 68.00元

地 址: 上海市番禺路951号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 26.5 字 数: 455千字

印 次: 2016年9月第1次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与发行部联系

联系电话: 010-62137141



网络购物已经成为中国网民的一种普遍行为。据权威机构预计,2016年中国网购规模将达3.6万亿元人民币,占全社会消费品零售额的10.8%。淘宝网作为C2C市场的龙头老大,为广大创业者提供了免费的网上开店平台。同时,众多的大中专院校也在各个专业纷纷开设了网络营销相关课程,淘宝网被作为学生的实训操作平台。淘宝开店已经成为在校大学生、在职人员、再就业人员实现创业梦想,有效增加个人收入的一个有效途径。

基于此,我们编写了这本《淘宝开店赢家宝典》。全书共分九章,内容涵盖:淘宝开店、货源选择、发布宝贝、店铺装修、网店物流、店铺日常管理、客户服务、店铺推广技巧、手机淘宝店。

本书特色

- 内容最新,全面实用。本书由奋斗在教学一线的教师编写,同时借鉴了众多淘宝一线店主的实战经验,在内容上力求做到全面、实用。淘宝开店知识和技术更新很快,因此在编写的过程中,我们力求做到内容最新,符合淘宝开店实际。
- 真正图解,一看即会。全书在内容讲解上采用“图解操作+步骤引导”的全新编写模式,尽量避免枯燥、笼统的文字描述,真正做到简单明了,一看即会。
- 科学设计,实例操作。本书以“新手开店”为导向,科学安排了各个章节的先后顺序及内容。在每个章节中都有大量的实例,可以用于实训操作。实例素材可从网站(<http://www.bjjqe.com>)下载。

本书创作队伍

本书由宋东霞任主编,郑伟银、马丽群、韩雪、刘润华任副主编。其中,第三、四、六、八、九章由辽宁轻工职业学院宋东霞编写,第一章由辽宁轻工职业学院马丽群编写,第二章由辽宁轻工职业学院韩雪编写,第七章由辽宁轻工职业学院刘润华编写,第五章由广州华夏职业学院郑伟银编写。

在此向帮助本书出版和编写的朋友们,以及辽宁轻工职业学院网络营销工作室的同学

们表示衷心的感谢！

最后，真诚感谢读者阅读本书。本书不但适合作为大中专院校和相关培训机构的教材，而且适合网上创业者使用。您的支持就是我们最大的动力，我们会倍加努力为您奉献出知识更全面、更符合您需求的淘宝开店书籍。

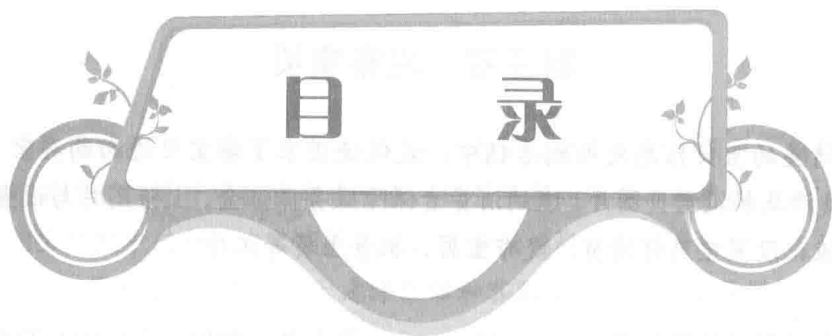
由于淘宝开店的知识和技术更新非常迅速，加之编者水平有限，时间仓促，书中难免存在不妥之处，恳请广大读者和同行批评指正。

为了使您更好地学习本书，我们特别创建了读者学习与技术指导 QQ 群：138973772，欢迎读者来这里交流学习经验，同时也祝福您早日成为淘宝开店的大赢家！

本书同时配有精美的教学课件，读者可以登录网站（<http://www.bjjqe.com>）下载。

编 者

2016 年 8 月



第一章 淘宝开店

网上开店千头万绪,准备工作必不可少。“软件”筹备方面,我们需要开阔眼界,丰富专业知识,了解网络店铺的相关概念、电子商务的基本模式、要用到的第三方支付平台等;“硬件”筹备方面,我们需要准备电脑与相关电子设备、辅助网店经营的工具软件。准备工作完成后,就可以到淘宝网正式申请建立自己的网络店铺了。

第一节 网上开店基础知识..... 1

一、什么是网络店铺..... 1

二、网络店铺的电子商务模式..... 1

三、网络店铺的第三方支付平台..... 2

第二节 淘宝开店必备硬件和软件..... 3

一、网上开店的硬件准备..... 3

二、网上开店的软件准备..... 7

第三节 淘宝个人开店流程..... 10

一、注册淘宝账户..... 11

二、绑定支付宝账户..... 18

三、淘宝开店认证..... 23

四、创建店铺..... 29

第二章 货源选择

货源是淘宝开店的基石,选择好的货源是淘宝开店最重要的工作之一。可供淘宝卖家选择的货源渠道十分广泛,在选择货源时,我们要结合自身情况有技巧地进行挑选。

第一节 网店的货源渠道..... 31

一、从厂家进货..... 31

二、从批发市场进货..... 32

三、从特别的进货渠道进货..... 33

四、从批发网站上进货..... 33

五、从品牌代理商进货..... 34

六、从外贸或代工工厂进货..... 34

七、买入库存积压或清仓处理商品..... 34

八、选择代销与一件代发..... 35

第二节 代理货源的选择技巧..... 35

一、网店代销货源平台..... 36

二、代销平台货源选货技巧..... 36

三、综合衡量确定代销货源..... 41

第三章 发布宝贝

将制作精美的宝贝信息发布到店铺中，是促使买家了解宝贝进而购买宝贝的有力保障。发布宝贝涉及拍摄宝贝图片、缴纳消费者保障服务保证金、上传图片与设置宝贝分类、制作运费模板、设置宝贝详情页、发布宝贝、批量上货等工作。

第一节 宝贝图片拍摄技巧·····42

- 一、选择合适的相机·····42
- 二、选择合适的背景·····43
- 三、利用合适的光线·····43
- 四、各类宝贝的拍摄技巧·····45

第二节 消费者保障服务与 保证金·····47

- 一、消费者保障服务·····47
- 二、消保保证金·····48
- 三、保证金计划·····51

第三节 图片空间·····52

- 一、淘宝图片空间概述·····52
- 二、图片空间的操作技巧·····52

第四节 设置宝贝分类·····61

- 一、宝贝分类概述·····61
- 二、宝贝手工分类的操作流程·····62
- 三、宝贝自动分类的操作流程·····69

第五节 宝贝运费模板制作方法·····72

- 一、运费模板概述·····72
- 二、设置运费模板·····72

第六节 设置精美的宝贝详情 页面·····77

- 一、宝贝详情页概述·····77
- 二、宝贝详情模块的构成·····78
- 三、宝贝详情模块的制作技巧·····84
- 四、宝贝详情模板的制作·····86

第七节 如何在卖家中心发布 宝贝·····89

- 一、卖家中心发布宝贝的流程·····89
- 二、正确选择宝贝的发布类目·····91
- 三、准确设置宝贝属性的信息·····93

第八节 如何使用淘宝助理发布 宝贝·····102

- 一、在淘宝助理中发布宝贝·····102
- 二、在淘宝助理中使用宝贝模板发布
宝贝·····109
- 三、在淘宝助理中批量编辑宝贝·····111
- 四、在淘宝助理中使用同步宝贝、
更新类目功能·····112

第九节 使用淘宝助理实现批量 上货——导入 CSV 数据包·····112

- 一、批量上货操作流程·····113
- 二、批量上货过程中出现的问题·····120

第十节 代理货源的上货·····122

- 一、抓取代理商宝贝详情页上货的操作
流程·····122
- 二、完善代理商数据包上货的
操作流程·····130

第十一节 使用淘宝助理制作 CSV 数据包——导出 CSV·····134

第四章 店铺装修

淘宝店铺就像我们身边商场中的实体门店,它除了要有优质的商品,精致的装修也必不可少。通过装修可以提升店铺的外观形象,吸引买家的注意,刺激购买欲。淘宝店铺装修主要是在淘宝旺铺中进行,淘宝网提供了很多基础模板,以供卖家设计店铺风格与基本布局,制作店招、导航条、图片轮播、悬浮旺旺和客服中心、宝贝推荐模块、友情链接等。

第一节 店铺基础设置 137

一、店铺基础设置操作流程 137

二、店铺基础设置说明 138

第二节 开通淘宝旺铺专业版 141

一、什么是淘宝旺铺 141

二、开通旺铺专业版操作流程 141

第三节 店铺装修(以旺铺专业版

为例)流程 142

一、选择淘宝旺铺模板 143

二、选择系统自带模板配色 146

三、设置淘宝旺铺背景 147

四、页面装修 151

第四节 店铺风格与基本布局

设计 157

一、店铺风格定位 157

二、店铺基本布局设计(以专业版 为例) 160

第五节 旺铺店招的制作 164

一、旺铺店招简介 164

二、旺铺店招装修操作流程 165

三、制作店招的注意事项 171

第六节 店铺导航条的制作 173

一、导航条简介 173

二、导航条栏目编辑操作流程 173

三、编辑导航颜色和样式 177

四、制作通栏导航条 183

第七节 图片轮播制作技巧 185

一、图片轮播简介 185

二、图片轮播模块制作操作流程 185

三、通栏【图片轮播】的制作方法 191

第八节 悬浮旺旺及客服中心的

设置方法 195

一、悬浮旺旺和客服中心模块简介 195

二、子账号设置 195

三、编辑悬浮旺旺模块的操作流程 204

四、编辑客服中心模块的操作流程 206

第九节 特价区的制作 208

一、特价模块简介 208

二、编辑特价模块的操作步骤 208

第十节 宝贝推荐模块的制作

方法 211

一、宝贝推荐模块简介 211

二、编辑宝贝推荐模块的操作步骤 212

第十一节 友情链接模块的添加和

设置 215

一、友情链接模块简介 215

二、编辑友情链接模块的操作步骤 215

第十二节 旺铺装修备份与还原 221

一、备份与还原功能简介 221

二、旺铺备份与还原操作技巧 221

第五章 网店物流

在网络购物过程中,卖家和买家的交易过程不是面对面的,这就要涉及通过物流将商品送到买家手上这一重要环节。选择适合自己店铺的物流,不仅可以减少运营成本,还可以增加买家对店铺的好感,提高成交率。

第一节 物流业务及快递公司

介绍 224

一、常用物流业务介绍 224

二、常用快递公司介绍 226

三、常用快递公司特点介绍 229

第二节 快递公司的选择技巧 230

第六章 店铺日常管理

与实体店一样,网络店铺的日常运营也涉及一系列的管理工作,包括宝贝管理、交易流程及操作、退款管理、售后管理、财务管理等。要想做到忙而不乱,就要熟练掌握本章内容。

第一节 宝贝管理 233

一、宝贝的上下架、删除和编辑 233

二、橱窗推荐与取消推荐 237

三、店铺体检中心 240

第二节 交易流程及操作

(千牛工作台) 247

一、核实并确定订单信息 247

二、发货 253

三、提供物流信息 255

四、交易成功给买家评价 255

第三节 卖家中心交易管理实操 257

一、修改宝贝价格 257

二、查看订单信息 258

三、修改买家地址 259

四、修改宝贝信息 260

五、在卖家中心发货 262

六、在卖家中心完成交易评价 262

第四节 退款管理 263

一、退款及纠纷退款笔数 263

二、确认或拒绝退款的时间期限 264

三、退款流程示意图 265

四、卖家同意退款的操作流程 266

五、拒绝退款流程操作 271

第五节 售后管理 274

一、自主解决售后问题 274

二、卖家处理售后问题的操作流程 275

第六节 财务管理 278

一、进入支付宝中心 279

二、支付宝充值 279

三、支付宝提现 281

四、查看账户信息 283

五、使用工具管理账户 287

第七章 客户服务

由于网上交易的特殊性,卖家和买家之间需要搭建一座友好互信的桥梁,才能让交易顺利达成,而这座桥梁就是客户服务。淘宝客户服务的工作内容主要是通过千牛工作台,对买家在交易前后遇到的问题快捷、周全地进行解答和处理,以打消买家的顾虑,让买家满意。

第一节 客户服务技巧	288
一、积极做好售前服务	288
二、提供优质的售后服务	292
三、发货	294
四、投诉处理	294
五、客户关系管理	294

第二节 千牛基本设置及快捷 回复	295
一、登录千牛工作台	295
二、修改千牛个性签名	296
三、设置千牛自动回复	296
四、设置千牛快捷短语	299

第八章 店铺推广技巧

淘宝网为卖家提供了非常丰富的营销推广工具,以方便卖家在淘宝网中更好地向买家展示自己的商品和店铺。合理挑选和使用这些营销工具,是淘宝店铺增加流量和提高转化率的有效手段。

第一节 淘宝直通车推广	307
一、淘宝直通车	307
二、直通车的好处	307
三、加入直通车所需要的费用	308
四、直通车的展示位置	308
五、直通车主要产品介绍	310
六、开通淘宝直通车	312
七、设置直通车宝贝推广	313
第二节 淘宝客推广	322
一、淘宝客推广定义	322
二、淘宝客推广优势	322
三、准入要求	322
四、开通淘宝客	323
五、设置淘宝客推广	323

第三节 淘宝促销及第三方工具 的使用	326
一、淘宝促销及第三方工具概述	327
二、订购“优惠券”“满就送”“限时 打折”“搭配套餐”服务	328
三、优惠券活动的创建、修改和删除	330
四、满就送活动的创建、修改和取消	334
五、限时打折活动的创建和修改	338
六、搭配套餐活动的创建、修改和 删除	345
第四节 参加聚划算活动	353
一、聚划算概述	353
二、入驻聚划算	354
三、报名参加聚划算活动	355

第五节 参加天天特价活动	357
一、天天特价概述	357
二、参加天天特价活动	358
第六节 参加淘金币营销	361
一、淘金币工具	362
二、参加淘金币活动	364

第七节 淘宝站外的免费推广	367
一、淘宝论坛推广	367
二、淘宝帮派推广	369
三、腾讯 QQ 推广	369
四、微信推广	370
五、博客推广	370

第九章 手机淘宝店

据最新数据显示,移动购物的发展速度已经大大超越了 PC 网络购物,未来移动端将成为网购的新阵地。因此,卖家应与时俱进,了解手机淘宝和二维码的使用,手淘店铺中店标、店招和首页的设置与装修,手机端运营推广技巧等内容,打造出自己的手机淘宝店铺。

第一节 手机淘宝的概述	371
第二节 手机端宝贝详情的制作	371
一、在卖家中心生成手机端宝贝详情	372
二、淘宝助理“一键适配”手机端 宝贝详情页	373
第三节 手淘店铺装修入口	376
第四节 手淘店铺店标和店招的 设置	378
一、进入店铺头模块编辑页面	378
二、店招的设置	379
三、店标的设置	381

第五节 手淘店铺首页装修	383
一、首屏海报专区	384
二、产品分类专区	388
三、营销活动专区	393
四、宝贝推荐专区	397
第六节 手机端运营推广	401
一、利用“码上淘”进行店铺推广	402
二、利用手机海报进行店铺推广	408
三、利用手机宝贝推广位进行店铺 推广	412

参考文献	414
------------	-----

第一章 淘宝开店

第一节

网上开店基础知识

一、什么是网络店铺

网络店铺就是网上开设的店铺，一般简称为网店。作为电子商务形式之一，它是一种能够让人们在浏览商品的同时并进行实际购买，且通过各种支付手段进行支付来完成交易全过程的网站。

二、网络店铺的电子商务模式

常见的网络店铺电子商务模式有以下 5 类。

（一）B2B（Business to Business）

B2B 是指商家对商家的电子商务模式。实际表现为商家与商家之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。商家们建立商业伙伴的关系是希望通过大家所提供的东西来达成一个互补的发展机会，形成水平或垂直形式的业务整合，以更大的规模、更强的实力、更经济的运作来面对市场竞争。如在 1688.com、慧聪网、中国制造交易网、made-in-china 等网络平台上开设的网络店铺。

（二）B2C（Business to Consumer）

B2C 是指商家对个人的电子商务模式。也就是通常说的直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动。如在京东商城、亚马逊中国、亲民商城、凡客诚品等网络平台上开设的网络店铺。

（三）C2C（Consumer to Consumer）

C2C 是指个人对个人的电子商务模式。类似于零售市场，交易的双方都是个人。如在淘宝网、拍拍网、易趣网等平台上开设的网络店铺都属于该电子商务模式。

（四）B2F（Business to Family）

B2F 是指商家对家庭的电子商务模式。它实质是 B2C 模式的一种延伸拓展模式，只是 B2F 模式所针对的主要是特定的顾客群体——家庭消费者。在这种模式的设计中商家把消费者以家庭为单位进行划分，提供一站式服务和高效的物流配送。其销售模式借助于“目录销售”（DM）和“电子商务”展开。如在今合网、吾家网等网络平台上开设的网络店铺。

（五）O2O（Online to Offline）

O2O 是指线上到线下的电子商务模式。在线支付然后线下消费是它区别于传统电子商务模式的最主要特点。O2O 模式可以把线上的消费者带到线下（现实）的商店中去：在线支付（或预订）线上商品、服务，再到线下去享受服务。在线商店通过打折、团购（如 GroupOn）、预定（如 Opentable）等方式，把线下商店的消息推送给互联网用户，从而将他们转换为自己的线下客户。这样，线下商店就可以通过线上进行营销揽客，而消费者也可以选择更为便捷地支付结算方式。如在拉手网、美团网等网络平台上开设的网络店铺。

三、网络店铺的第三方支付平台

（一）第三方支付平台概述

第三方支付平台是指与银行（通常是多家银行）签约，并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。它是买卖双方在交易过程中的资金“中间平台”，是在银行监管下保障交易双方利益的独立机构。作为网络交易的监督人和主要支付渠道，第三方支付平台提供了丰富的支付手段和可靠的服务保证。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行货款支付；支付完成后，由第三方通知卖方货款到达可以进行发货；买方接受并检验商品后，通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。

在我国常用的第三方支付平台分为免费的、收费的和政府的这 3 种类型。第一种免费的，有支付宝、财富通、贝宝；第二种收费的，有网银在线、快钱、环迅 IPS、首信易、云网支付、易宝支付；第三种政府的，有银联支付。

(二) 常见第三方支付平台介绍

1. 支付宝

支付宝成立于 2004 年, 是阿里巴巴集团的关联公司。最初, 支付宝用于淘宝网的交易安全保障, 是第三方支付平台, 随着用户的增多及功能的需求, 2004 年, 支付宝独立为浙江支付宝网络技术有限公司。到了 2010 年, 用户已有 5 亿多。支付宝致力于为中国电子商务提供“简单、安全、快速”的在线支付解决方案。同时与众多银行保持着良好的合作关系。目前, 支付宝是国内最大、最知名的第三方支付平台。



2. 财付通

腾讯于 2005 年 9 月正式推出专业在线支付平台财付通, 财付通主要应用于腾讯的拍拍网, 腾讯 QQ 等, 因为腾讯有着中国用户群最多的优势, 所以通过财付通所进行的交易量也是非常可观的, 仅次于支付宝。



3. PayPal

PayPal(贝宝)是一款受很多用户喜爱的国际交易支付工具, 在欧美普及率极高, 是全球在线支付的代名词。PayPal 公司成立于 1998 年 12 月, 其母公司为全球最大的电商在线交易平台。在跨国交易中, 有超过 85% 的用户都认可 PayPal 作为支付工具, 其具有全球用户广、品牌效应强、资金周转快、安全保障高、使用成本低等优点。但是通过 PayPal 做转账时, 会收取一笔费用作为佣金。



PayPal 公司面向不同用户群有两种账户类型: “PayPal” 和 “PayPal 贝宝”。“PayPal” 就是通常说的 “PayPal 国际” 账户, 是针对具有国际收付款需求用户所设计的账户类型。“PayPal 贝宝” 账户就是通常说的 “贝宝” 账户, 是 PayPal 专为中国用户推出的本土化产品, 帮助用户在贝宝账户和银行账户之间进行人民币转账。

第二节

淘宝开店必备硬件和软件

一、网上开店的硬件准备

无论是个人开店还是企业开店, 一些硬件设备必不可少。淘宝开店的硬件包括电脑、数码摄影设备、打印机、智能手机、扫描仪、传真机等。

（一）电脑

能够快速上网的电脑是开网店必配的硬件设备。台式电脑和笔记本电脑均可，如图 1-1 所示。由于开网店的电脑主要用于宝贝图片的处理、宝贝的上下架操作、完成交易流程、线上聊天、简单的文案处理等，因此显卡的配置一定要好，内存以及硬盘的存储空间要足够大，不然处理速度太慢影响网店销售和经营。一家网店可以配备一台电脑，也可多台，数量根据网店规模和销售业绩来定。

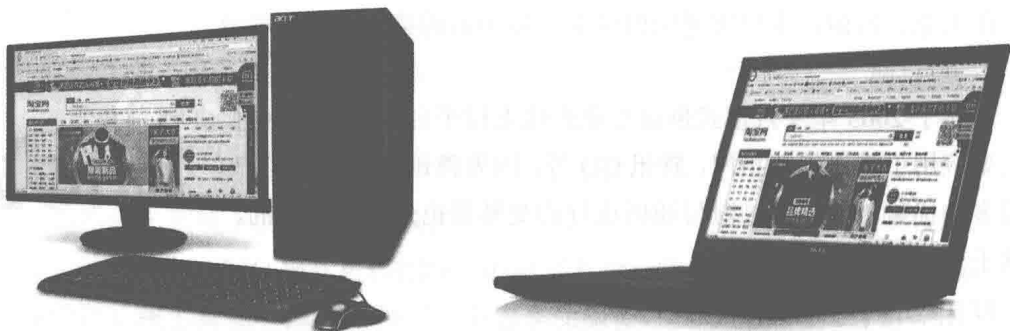


图 1-1 台式电脑和笔记本电脑

（二）数码摄影设备

对于从事实物商品交易的网店卖家而言，一般都需要对宝贝进行拍照并上传宝贝图片到店铺上，宝贝图片能够让买家对商品有更加直观的感受和了解，也让商品更受关注。要想得到一款足够吸引眼球的宝贝图片，前期的拍摄非常重要。因此，配有一款合适的数码相机以及相应的拍摄器材（如特效镜头、三脚架、闪光灯、反光板等）是很有必要的。

1. 数码相机

目前，在市场上普通数码相机的像素在 800 万~1 600 万之间，数码单反在 1 000 万~2 400 万之间。任何一款数码相机都能满足网店宝贝图片的拍摄，但对于需要优化商品细节，追求更好画面效果的用户，则最好购买单反数码相机。购买数码相机时不要盲目追求高像素，800 万像素已经足够家用，超过 1 200 万像素的画质不会太差。

此外，针对不同类别的宝贝图片的拍摄，可以购买相应品牌的数码相机。如衣服、裤子等服饰类宝贝图片的拍摄，可购买索尼数码相机，如图 1-2 所示，因为索尼数码相机成像颜色鲜艳；饰品类宝贝图片的拍摄，可购买尼康相机，如图 1-3 所示，因为它在微距方面是镜头之王。



图 1-2 索尼数码相机



图 1-3 尼康数码相机

2. 特效镜头

大多数的数码相机的镜头是固定的，如果购买可换镜头的数码相机，通过与特效镜头的配合可以拍摄出奇妙的、无与伦比的照片，且不需后期美化便可直接使用。特效镜头价格较贵，可以购买也可以租用。

3. 三脚架

技巧拍摄往往都离不开三脚架（见图 1-4）的帮助，如夜景拍摄、微距拍摄等。三脚架的主要作用就是稳定照相机，以达到某些摄影效果。最常见的是在长曝光中使用三脚架。用户如果要拍摄夜景或者带涌动轨迹的图片，曝光时间需要加大，这个时候数码相机不能抖动，则需要三脚架的帮助。



图 1-4 三脚架

4. 闪光灯

闪光灯分为内置闪光灯和外置闪光灯。

内置闪光灯是相机自带的闪光灯，和相机安装于一体，每当需要的时候，打开旁边的按钮即可，然后通过相机自动测光功能，相机自动调节闪光灯的输出，用起来简单方便。缺点是光线只能从正面打光，拍出来的图片没有立体感，比较呆板，只能满足简单的补光，

无法达到更高要求的布光，也没办法自由移动灯光方向的位置。

外置闪光灯是指离开相机闪光，可以自由布光不受相机角度和位置的限制，通过无线引闪器即可让闪光灯和相机同步闪光。外置闪光灯种类很多，可分为机顶闪光灯（见图 1-5），外拍灯（见图 1-6），影视闪光灯（见图 1-7）等。影室闪光灯一般都带光控功能，同时引闪多个闪光灯。

闪光灯如果是家庭使用，一般用相机自带的闪光灯即可；如果要求比较高，需要用专业的闪光灯。室外拍摄需要用到机顶闪光灯和外拍灯；如果是室内，可用影视闪光灯。



图 1-5 机顶闪光灯



图 1-6 外拍灯



图 1-7 影视闪光灯

5. 反光板

反光板是用锡箔纸、白布、白色聚乙酯发泡板等材料制成的（见图 1-8），是摄影中控制光线的辅助工具。

反光板作为拍摄中的辅助设备，通常与支架、灯光同时使用，其主要功能有：① 让平淡的画面更加饱满，有立体感，体现良好的质感；② 可以折射部分光线，让需要突出的细节部分拍摄得更清晰；③ 补光柔和，不会造成闪光灯补光带来的尖锐感。常用的四种类型反光板有白色、银色、金色和黑色。

（三）打印机

如果网店刚开业，每天的订单少于 10 个，可以手写快递单。如果每天的订单超过了 10 单，手写快递单就比较辛苦，这时需要一台针式打印机，选择一台任意品牌普通的针式打印机即可，如图 1-9 所示。如果每天的订单超过了 1 000 单，建议购买高速打印机。

注 意

由于快递单通常由好几联组成，不能使用激光打印机来打印，必须使用针式打印机。