网上开店大赢家

女装服饰店怎样开

王礼龙　编著

- 网上开店什么最赚钱？女装服饰店怎样才能在网上脱颖而出？
- 女人的衣柜永远缺少一件衣服，让你的女装服饰店消除女人衣柜中的遗憾。
- 本书全面介绍网上开女装服饰店的流程，从开店到进货渠道、店铺装修及完善的营销策略，书中都为读者介绍了全面、操作性强的知识点，是网上开女装服饰店人员的理想读物。



清华大学出版社

为什么要在网上选择开女装服饰店？在网上开女装服饰店能有光明的前景吗？本书通过对中国女装行业市场进行详细的分析，让你更全面、系统地了解开网上女装服饰店的知识，并且教你如何获得客户群，为你的网上女装服饰店建立一个良好的营销系统。

为方便阅读，本书设置了“技巧点拨”、“网店学堂”、“温馨提示”和“皇冠支招”四个特色栏目，让你对各章节的要点有进一步的理解。

网上开店大赢家
——女装服饰店怎样开

王礼龙　编著

清华大学出版社
北　京

内 容 简 介

网络购物的兴盛带动了网上开店的热潮，越来越多的人加入到网上开店行列中，网上开店已经成为当今社会流行的趋势。

本书根据网上开女装服饰店的整体流程，循序渐进地介绍了网上开女装服饰店的理由、寻找女装服饰的货源、进军网上女装店的准备工作、美化女装服饰图片、打造个性女装店铺、着手进行第一笔交易、与买家建立良好的关系、女装服饰店营销攻略以及向女装店成功卖家“取经”等全方位知识。

本书适合想在网上开店创业的大学生，想要赚取外快的兼职人员，喜欢在家赚钱的宅男、宅女以及想要开始网商生涯的人员等学习和使用，同时也可以作为高校或培训机构电子商务相关专业的实践参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701 121933

图书在版编目(CIP)数据

网上开店大赢家——女装服饰店怎样开/王礼龙编著. --北京：清华大学出版社，2011.2
ISBN 978-7-302-24579-7

Ⅰ. ①网… Ⅱ. ①王… Ⅲ. ①电子商务—服装—商店—商业经营—基本知识
Ⅳ. ①F713.36 ②F715.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 254575 号

责任编辑：邹 杰
装帧设计：山鹰工作室
责任校对：周剑云
责任印制：

出版发行：清华大学出版社 **地 址：**北京清华大学学研大厦 A 座
http://www.tup.com.cn **邮 编：**100084
社 总 机：010-62770175 **邮 购：**010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 刷 者：
装 订 者：
经 销：全国新华书店
开 本：170×240 **印 张：**15.5 **字 数：**219 千字
版 次：2011 年 2 月第 1 版 **印 次：**2011 年 2 月第 1 次印刷
印 数：1~4000
定 价：32.00 元

产品编号：

前 言

随着互联网的发展，网络安全正在逐步完善，人们的消费观念也在不断转变，国内电子商务进入了一个快速发展的阶段。电子商务已经逐步成为国民经济发展中的亮点之一。网络已经深入到社会生活的各个方面，给人们的生产、生活带来了巨大的影响。

在各种类型的购物网站中，提供网上开店服务的 C2C、B2C 网站不仅逐渐得到了网民的认可，而且以低成本、较少的启动资金和快捷的交易方式等优势，得到创业者的青睐，越来越多的网民加入到网上开店的队伍中。

本书主要内容

本书精心安排了 10 章和两个附录，主要内容如下表所示。

全书章目	主要内容
第一章　选择网上开女装服饰店的理由	介绍中国女装行业市场现状，分析中国女装业的三大缺憾和女装服饰在网上受欢迎的原因，还介绍网上女装店的顾客群分类、前景较好的女装市场、什么种类的女装销量最好以及适合网上开女装店的人
第二章　寻找女装服饰的货源	介绍寻找好的货源、借鉴进货经验以及降低货源成本相关内容
第三章　进军网上女装店的准备工作	介绍淘宝网、易趣网、拍拍网和百度有啊 4 个网店平台，还介绍开女装店的硬件和软件准备，选择要开通的网上银行以及选择开店的模式
第四章　美化女装服饰图片	介绍获取图片的方法和拍摄技巧，还介绍图片的后期修饰及美化技巧
第五章　开家网上女装服饰店	介绍淘宝网、易趣网和拍拍网的注册、认证、开通店铺流程以及使用相关软件的方法
第六章　打造个性女装店铺	介绍女装服饰店怎样取名、店铺设计和装修技巧
第七章　着手进行第一笔交易	介绍如何迎接第一笔生意、支付宝交易管理以及处理买家退款申请

续表

全书章目	主要内容
第八章　与买家建立良好的关系	介绍如何留住买家，使用阿里旺旺管理买家，主动寻找买家以及买家心理与沟通技巧
第九章　女装服饰店营销攻略	介绍网店常见营销模式、做好网店宣传以及网上促销
第十章　向女装服饰店成功卖家“取经”	介绍女装店成功卖家的“生意经”和卖家必学的“穿衣经”，学习成功卖家的经营方式和处理问题的方法，取长补短，提高卖家自己开网店的技能和水平
附录	介绍中国主流快递公司联系方式和中国各大专业批发市场

本书特色栏目

本书在编写过程中，每章都穿插了“技巧点拨”、“网店学堂”、“温馨提示”和“皇冠支招”等栏目，可以让读者更加高效地学习、更加轻松地掌握。

名　称	主要内容
技巧点拨	将一些实用的技巧穿插在正文中，让读者能够快速掌握这些简便方法或操作技巧
网店学堂	介绍高手在开店过程中积累的经验、心得、教训等，让你快速上手，少走弯路
温馨提示	提醒读者需要掌握的重要知识、操作要点及注意事项，从而达到巩固知识，融会贯通的目的
皇冠支招	以皇冠卖家开店成功的技巧展示给读者，对读者进行专家级指导与经验传授，使其快速掌握

本书内容翔实、思路清晰、讲解全面、案例生动，具有通俗易懂、可操作性强的特点，力求指导读者在了解网上交易的整体流程的基础上将网店越做越好。

本书在编写过程中力求精益求精，但由于编者水平有限，以及网络和软件版本升级速度较快，书中难免存在疏漏和不足之处，恳请广大读者不吝批评指正，提出宝贵意见，以便我们以后作进一步改进。

目 录

第一章 选择网上开女装服饰店的理由 1

一、中国女装行业市场现状分析 2

(一)女装市场销售的特点 3

(二)女装市场品牌发展的状况 4

二、中国女装业的三大缺憾 4

(一)设计理念 4

(二)品牌理念 4

(三)文化内涵 5

三、女装服饰在网上受欢迎的原因 6

(一)价格优势 6

(二)视觉冲击 6

(三)可选择性广 6

(四)宅女当道 7

四、网上女装店的顾客群分类 7

(一)主要消费阶层 7

(二)主要消费年龄层 7

五、前景较好的女装市场 8

(一)都市女装市场较广 8

(二)农村市场潜力较大 9

(三)中老年女装发展空间较广 ... 10

(四)休闲女装销量旺 10

(五)个性化女装商机多 11

六、什么种类的女装销量最好 13

七、适合网上开女装店的人群 14

(一)网上开女装店应具备的条件 14

(二)适合开女装店的人群 15

第二章 寻找女装服饰的货源 .. 19

一、寻找好的货源 20

(一)寻找身边的生产厂家 21

(二)与实体女装店合作 21

(三)寻找外贸尾货 21

(四)到阿里巴巴寻找货源 22

(五)寻找网络经销商做代销 22

(六)到实体批发市场批发 23

二、借鉴进货经验 24

(一)进货前的准备 24

(二)选对货品 25

(三)进货时应把握的原则 26

三、降低货源成本 28

(一)利用快递业务 28

(二)其他物流方式 34

第三章 进军网上女装店的准备工作 35

一、认识淘宝网 36

(一)淘宝网简介 37

(二)淘宝网店铺的分类 38

(三)淘宝网信用等级的评定标准 39

(四)淘宝网商品保证金 40

二、认识易趣网 41

(一)易趣网简介 41

(二)易趣网店铺的分类 42

(三)易趣网信用等级的评定标准 42
三、认识拍拍网 44
(一)拍拍网简介 45
(二)拍拍网信用等级的评定标准 46
四、认识百度有啊 48
(一)百度有啊简介 48
(二)百度有啊信用等级的评定标准 48
五、开女装店的硬件准备 51
(一)与网络相通的电脑 51
(二)数码相机 51
(三)移动电话或座机 52
(四)传真机 52
(五)打印机 53
六、开女装店的软件准备 53
(一)网上通信工具 53
(二)固定的电子邮箱 55
(三)图像处理软件 55
(四)FTP 网站上传软件 56
七、选择要开通的网上银行 57
(一)中国工商银行 58
(二)中国建设银行 58
(三)中国农业银行 58
(四)交通银行 59
(五)中国民生银行 59
(六)兴业银行 60
(七)中国光大银行 60
(八)上海浦东发展银行 60
(九)广东发展银行 61
(十)深圳发展银行 61
(十一)中信银行 62
八、选择开店的模式 62
(一)自立门户型网店 63
(二)在相关的电子商务网站上开网店 63
(三)建立网站与自助式网店相结合 63

第四章 美化女装服饰图片 65

一、获取图片 66
(一)服饰图片的获取途径 67
(二)图片拍摄前的准备 67
(三)简易摄影棚的制作 70
(四)图片拍摄技巧 72
二、图片的后期修饰及美化 73
(一)使用 Photoshop 修饰图片 75
(二)使用光影魔术手修饰图片 78

第五章 开家网上女装服饰店 85

一、淘宝网开店 86
(一)淘宝网注册流程 87
(二)支付宝实名认证 90
(三)发布商品，开通店铺 92
(四)安装阿里旺旺 96
二、易趣网开店 101
(一)易趣网注册流程 101
(二)卖家实名认证 101
(三)使用安付通 102

(四)开通易趣店铺 103
(五)装修店铺 104
(六)易趣商品发布流程 105
(七)使用易趣助理 107
三、拍拍网开店 112
(一)拍拍网注册及认证 112
(二)拍拍网发布商品 115
(三)拍拍店铺设置 117
(四)使用财付通 122

第六章 打造个性女装店铺 127
一、女装服饰店怎样取名 128
(一)网店取名的原则 129
(二)网店取名的方法 129
(三)品牌女装服饰店的命名 130
(四)饰品店的取名 132
二、网店设计及装修 132
(一)女装店铺流行的风格 132
(二)女装店铺的装修 136
(三)使用橱窗推荐优势宝贝 149

第七章 着手进行第一笔交易 153
一、迎接第一笔生意 154
(一)确认买家付款 155
(二)修改交易价格 155
(三)选择物流发货 156
(四)为买家做出评价 157
二、支付宝交易管理 158
(一)支付宝数字证书 158
(二)管理支付宝 162
三、处理买家退款申请 168
(一)同意买家退款 168
(二)拒绝买家退款 170

第八章 与买家建立良好的关系 173
一、如何留住买家 174
(一)在店铺中使用欢迎词 175
(二)做好网店客服 175
(三)做好导购的小技巧 177
(四)制定好商品价格 179
(五)应对还价的技巧 180
(六)派送礼金回馈买家 181
二、使用阿里旺旺管理买家 183
(一)做好买家备注 183
(二)做好买家分类 185
三、主动寻找买家 186
(一)留言栏里找买家 186
(二)利用各大搜索引擎找买家 187
四、买家心理与沟通技巧 189
(一)买家的购物心理 189
(二)与不同类型的客户沟通 191

第九章 女装服饰店营销攻略 193
一、网店常见营销模式 194
(一)E-mail 营销 195
(二)口碑营销 196
(三)搜索引擎营销 197
二、做好网店宣传 198
(一)在淘宝社区中宣传 199
(二)利用广告服务 200

(三)在阿里旺旺中宣传 201
(四)互换友情链接 203
(五)利用 QQ 进行宣传 204
(六)开设博客 205
(七)其他传统宣传方式 206
三、网上促销 207
(一)网上折价促销 208
(二)网上变相折价促销 209
(三)网上赠品促销 210
(四)网上抽奖促销 210
(五)网上积分促销 210
(六)网上联合促销 210

第十章 向女装服饰店成功卖家"取经" 213

一、女装店成功卖家的"生意经" 214
(一)开店经验技巧谈 215
(二)怎样成为一个出色的卖家 217
(三)吸引顾客的方法 219
(四)网上开店的注意事项 220
(五)淘宝网开店的"戒律" 222
(六)好店铺的经营原则 224
(七)快速升钻学几招 225
(八)减少库存的方法 226
(九)谨防网上交易骗术 227
二、卖家必学的"穿衣经" 229
(一)雪纺印花连衣裙的搭配 230
(二)细肩吊带衫的搭配 231
(三)渐变色蛋糕连衣裙的搭配 232
(四)哈伦裤的搭配 232

附录 235

附录 1：中国主流快递公司联系方式 235
附录 2：中国各大专业批发市场 236



第一章 选择网上开女装服饰店的理由

“佛靠金装，人靠衣装。”服饰不仅反映一个人的个性品位，也体现着一个人的文化修养。

随着人们生活水平的不断提高，对服饰的要求不仅停留在舒适得体之上，更体现在追求时尚个性。

本章主要内容如下。

- 中国女装行业市场现状分析
- 中国女装业的三大缺憾
- 女装服饰在网上受欢迎的原因
- 网上女装店的顾客群分类
- 前景较好的女装市场
- 适合网上开女装店的人群
- 案例 1：小英和她的十字绣
- 案例 2：孙阿姨网上开服饰店的经历
- 案例 3：小玲的淘宝心得

女装服饰店怎样开

案例 1：小英和她的十字绣

小英在网上经营着一家名叫“小英十字绣”的店铺，而且每天有 1000 次以上的点击率，每月平均 3000 元以上的盈余。对于一个 25 岁的女孩来说这样的成就着实不容易。

第一次接触十字绣小英就对它爱不释手，但当时经营十字绣的小店还很少，她就一直在网上的十字绣社区买合适的绣线。渐渐地，小英萌生出了在网上卖十字绣线的想法。于是，她试着在网上挂出一些帖子，称自己有很多颜色的绣线。没想到，不久就有买家主动找上门来买货。

后来，她又在网上找到一家绣线批发商，但那边只能接受 1 万元以上的大额订单。于是，小英亲自去批发商那边了解情况，然后拎着价值 1 万元左右的绣线回家。这 1 万元的绣线在 3 个月内被全部卖完。小英算了一下，扣除成本 1 万元，一共盈利 1000 多元。2004 年春，她就在淘宝网上开了家“小英十字绣”的店铺。自从在网上开了十字绣店铺后，小英的生活也更加忙碌了。白天，她要赶到公司上班，利用空闲之时上网，关心一下订单情况。晚上，她又要忙着上传商品的图片，整理货物填写邮寄单，生活紧张而快乐。



一、中国女装行业市场现状分析

中国是拥有 13 亿人的人口大国，不仅拥有庞大的服装消费群体，也是全世界最大的服饰生产加工基地。

据环球咨询 2009 年 12 月 23 日发布的信息显示，由于前些年商场促销力度不断加大，女装销售日益火爆，品牌集中度有所提高，更多的香港品牌开始进入国内市场，但国内仍缺乏领军品牌。2004 年的 1～9 月全国 100 家重点大型零售企业服装类商品销售总额达 224 亿元，同比增长 23.4%。而所

监测的十余种服装商品销量均比前几年有所增长，其中女装销量增长 21%。

(一)女装市场销售的特点

女装在服装类商品中销售最为活跃，其销售主要有以下特点。

1．打折返利促销盛行

对于服装类商品而言，女装的打折时间较长，而且降价幅度较大，有的品牌甚至刚上市就采取打折的手段来提高销量。除此之外，返利促销形式也很普及，有很多经销商都会使用买几百元送几百元的方法进行促销。

如今，打折已成为商家促销的首选方式，这在一定程度上使得女装服饰的竞争愈加激烈。



温馨提示：打折有例外

对于一些知名品牌而言，在不参加打折的基础上，销售仍然保持良好的势头。

2．职业女装时尚化

现在有越来越多的品牌从以前纯粹的职业套装，发展到如今休闲、时尚的高级职业女装，其中渗透了服装设计者的敏锐触觉和时尚理念。其灵活、大胆地运用色彩、局部的变化和搭配，使女装透露出一种高雅的气质和时尚的风格。

3．健康就是时尚

人们对自身及家人的健康越来越重视，对健康、安全的需求更加强烈，特别是对女士的内衣、羊毛羊绒制品等贴身衣物的要求也越来越高。

4．中老年服装短缺

目前，从市场情况来看，年轻化、时尚化的服装引领着国内服装市场。其中适合 30 岁以下的年轻女性的服装在市场上占有很大比例，而适合 45 岁以上中老年女性的服装，无论是在货源、款式，还是规格型号上都相对较少，难以满足需求。

(二)女装市场品牌发展的状况

自从我国加入 WTO 后，国外一些知名品牌陆续进入我国市场，有一部分已经在市场占据了一定的份额。尽管目前国产女装还没有驰名商标，但很多品牌已经深入人心。

如今，服装市场的品牌趋势越来越明显，不少消费者在购买服饰时会倾向于品牌。据我国商业信息中心的监测显示，女装市场销量前十名的品牌大都为知名品牌。

二、中国女装业的三大缺憾

> 中国女装业发展至今，虽然已经取得了显著的成就，但和国际先进水平的女装相比还存在着较大的差距。

中国女装业和国际领先水平的女装业相比，其中的差异主要集中体现在设计理念、品牌理念和文化内涵 3 个方面。

(一)设计理念

由于国内的服装设计人才严重匮乏，导致各大服装企业之间互挖设计人才的现象屡见不鲜，使得各大服装企业设计出来的产品同质化现象颇为严重，服饰缺乏新意和品牌魅力，无法给消费者带来独特的吸引力。服装设计是服装的灵魂，若设计理念停滞不前，就无法做到与国际最新的时尚流行同步，这将会给国内的服装外贸出口产业带来一定影响。

针对这一现象，提醒各大企业，有必要根据自己的实力培养一支专业的服装设计团队，加强设计人员的技能培训，学习国际品牌的设计理念，打造自我品牌特有的设计风格。

(二)品牌理念

我国的品牌理念之所以存在问题，主要有以下两个原因。

- 由于我国的女装品牌集中地区分布比较广泛，而且区域性分布较为

明显，所以真正能够响遍全国的品牌可以说相当缺乏。

- 由于我国国内的服装企业大部分都走中低端路线，使得一些高端品牌一直被国际的知名品牌所占据。

据最新的经济数据信息显示，现在我国的奢侈品消费量正呈直线趋势上升，未来我国有望取代日本成为最大的奢侈品消费国。

然而，对于服装企业来说，这既是一个机遇同时也是一个挑战。如果企业想要在服装市场拥有一席之地，就要充分了解市场，树立品牌意识，丰富企业自身文化内涵，建设属于中国本土的高端品牌形象。

(三)文化内涵

我国的服装企业在文化内涵方面略显薄弱。国内大部分服装企业只是一味地跟随国际流行趋势走，没有自己独特的企业文化，也没有理想的品牌主张，无法告知消费者自己的设计理念，产品附加值低，缺乏竞争力。

针对这一情况，服装企业需要进行一些改进，将其自己特有的文化内涵体现在服装的设计、标志、店面形象、宣传手册、包装袋以及吊饰等上面。



温馨提示：国内女装的竞争态势

(1) 品牌消费渐渐成为一种趋势，而区域特点也越加明显：越来越多的消费者开始信赖品牌钟情于品牌，也逐渐形成了杭派、汉派、闽派和粤派等众多服装派系。

(2) 由于中外品牌合作步伐正在加快，使国内女装市场也越来越趋向于国际化。中国女装业逐渐将眼光瞄准国际市场，希望有朝一日可以走出国门。与此同时，也有很多企业开始大量接受国际品牌的代加工贸易，壮大了我国的服装加工贸易产业。

(3) 在市场发展日趋完善的情况下，有些问题是不容忽视的。正如我国绝大部分女装品牌走中低端路线，走量不走价，利润率低；很多产品在品质方面都达不到国际上要求的水平，影响其国际市场的开拓；高级面料绝大多数依赖进口，导致高端产品的开发滞后。

(4) 各大服装企业“上下游”联系紧密，同时专业分工也更加细化。

(5) 质量不过关，导致存货类的打折促销等销售手段盛行。

(6) 只有把握时尚潮流，才有机会争创中国知名品牌。

三、女装服饰在网上受欢迎的原因

“佛靠金装，人靠衣装”，服饰的经营相比其他商品来说更具有普遍性。对于开网店来说，这就大大降低了经营的风险。

网上开店选对商品很重要。由于网上购物的众多消费者是女性，女装服饰的销售有着较好的市场前景。女装服饰之所以在网上受欢迎，主要有以下几个方面。

(一)价格优势

人们是否会购买一件商品，很大一部分取决于这件商品的价格。网上的女装服饰由于省去了很多交易的中间环节，它的价格相对于比实体店价格较低。

因此，价格优势成为很多人选择网上购物的主要原因。

(二)视觉冲击

如果经常逛网店，就会发现有的卖家会请一些长相甜美，身材骨感的模特来为他们的服饰拍摄写真，并使用 Photoshop 软件对图片进行处理，制成一张张精美的照片，上传店铺。天使的面孔，魔鬼的身材，一件很普通的衣服穿在她们身上立刻就会成为许多女性顾客热捧的对象，十分具有诱惑力。

女装的款式千变万化，花样繁多，并且更新速度快。这些特点都使它成为所有服装之中最具卖点和市场潜力的服装品种。一件面料质朴，设计简单的衣服，只要经过卖家精心的搭配和点缀，就会变得十分靓丽。

(三)可选择性广

由于女装的购买人群大都是女性消费者，现代社会繁忙的工作和琐碎的家务使得她们没有更多的时间和体力去逛街“血拼”。上网“淘衣”不受时间、地点、环境和交通的制约，衣服种类广而全，买家完全可根据自己的喜好浏览店铺，选择性价比最高的商品。

(四)宅女当道

依赖电脑和网络，不喜欢与人接触，很少出门，这是所有“宅女”的共性。网购成为许多现代“宅女”首选的购物方式。足不出户，就可以把自己喜爱的衣服买回家。因此，“宅女”的盛行，也促进了女装在网上的旺销。

四、网上女装店的顾客群分类

> 经过许多年的发展，国内女装已经基本满足了女性衣着需要，但由于不同年龄、经济地位以及文化背景的女性消费者的需求有所不同，使女装市场进一步分化。

女装店的顾客群分类主要分为以下几类。

(一)主要消费阶层

根据每位女性的经济条件的不同，其消费阶层也会不同。

1．名牌女装消费群

名牌女装消费群体主要包括外企工作人员、演艺界名人、个体经营者、农民企业家、涉外机构高级人员以及金融界人士等，这些消费群的人数约占总人数的 0.61%，但消费量却占了总消费量的 3%。

2．中档服装消费群

中档服装消费群体主要包括城市中的工薪阶层和农村的富裕户，分别占城市人口的 60%和农村人口的 20%。

3．低档服装消费群

低档服装消费群体主要包括城镇中的低收入者、失业人员和农村主要人口，约占城镇人口的 25%、农村人口的 60%。

(二)主要消费年龄层

根据每位女性的年龄段的不同，其消费阶层也会不同。