

易倍思工作室 编著



# 老板速成

## 网上当

你想在业余时间赚钱吗？

你想做投资少风险小的创业吗？

本书教你——

**轻轻松松在家里创业** **快快乐乐做网上老板**

——揭开网上成功创业的神秘面纱

上海科学技术出版社

# 网上当老板速成

易倍思工作室 编著

上海科学技术出版社

## 内容提要

本书主要介绍开办和经营网络店铺的详细过程,以淘宝网为例,包括了网络创业的现状分析,如何注册淘宝,以及注册和开通支付宝账号,如何购买商品,如何通过支付宝认证并出售商品,如何开店并管理店铺,以及增加销售量的经验等。全书深入浅出,图文并茂,适合广大对网络购物或网上开店感兴趣的读者阅读。

## 图书在版编目(CIP)数据

网上当老板速成/易倍思工作室编著. —上海:上海  
科学技术出版社,2007. 1

ISBN 978-7-5323-8725-0

I. 网... II. 易... III. 电子商务—基本知识  
IV. F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 138196 号

上海世纪出版股份有限公司 出版、发行  
上海科学技术出版社

(上海钦州南路 71 号 邮政编码 200235)

苏州望电印刷有限公司印刷

新华书店上海发行所经销

开本 787×1092 1/16 印张 15 字数 350 000

2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

定价: 24.00 元

本书如有缺页、错装或坏损等严重质量问题,  
请向工厂联系调换

# 前言

作为一个想要在网上开店创业的人，需要掌握哪些技能才能成功呢？有人回答要会用电脑上网、会摄影、会处理照片、会制作简单动画，当然，还有最重要的，要有生意头脑……

有这么复杂吗？其实没有，想要开店其实很简单，只要一项技能就足够纵横网络了，那就是掌握学习的方法。不会用电脑上网、不会用聊天软件、不会摄影、不会处理照片、不会制作动画……统统没有关系，都能快速学会。就算是最难的开店经验，也能通过学习获得。

事实上，笔者当初亦是在几乎什么都不懂的情况下开始网络创业之旅，通过阅读大量书籍，掌握了各项技能，并创业成功，尽管没有发财，但零花钱挣了不少。在笔者学习的过程中发现，目前市场上尽管与之相关的书籍很多，可要么纯粹介绍网络商店开设步骤、网店成功经验，要么单独谈摄影技术、Photoshop 修改图片、动画制作，缺少将这几项技能综合在一起、适合网络创业人士阅读的教程，于是萌发了编写一本综合性网络开店教材的愿望，教材对涉及到的各种技能的教学方法做了调整，不求专业化、深入化学习，而以讲解开网店所需的那部分知识为主，结合实例，力求使读者最快掌握最实用的技能，相信本教程的出炉，对想要在网上开店或者已经在网上开店的用户会有很大帮助。

本书语言通俗易懂、实例翔实细致，讲述了一个对网络交易一窍不通的普通人（阿龙）在经验丰富的老淘宝掌柜（一哥）带领下开店的经历，着重描述了其思考、学习、成长、进步的过程，是一本不可多得的淘宝创业宝典。全书分为五章：

第一章介绍了网络购物的特点、优点、目前状况、将来趋势，同时也介绍了几个主要的网络购物平台。

第二章先介绍了注册淘宝账号，实际操作一次淘宝购物流程，以克服对网络购物的陌生感，达到熟悉淘宝的目的，在该章的最后，还介绍了购物的各种小秘籍，别以为这些秘籍只对买家有用，卖家仔细揣摩后，收获会更大。

第三章主要讲解开店前的准备工作、开店流程，并介绍了如何拍摄商品照片，以及用 Photoshop 处理照片。其中开店前对店铺经营品种的定位以及成本如何控制是全书重点之一，前期没有根据自己的优势找好店铺经营的商品，后期再怎么努力都不太可能成功。

第四章介绍如何维护商店，如何用 Photoshop 加 ImageReady 制作动态模板装饰店铺。

第五章是前辈掌柜们用血汗得来的宝贵经验，掌握了这些，就相当于掌握了成功之匙。

本书由易倍思工作室的宋建龙、姜一、芮峰等编写。在本书的写作过程中，得到了许多朋友的帮助，在这里表示由衷的感谢。由于笔者水平有限，书中难免有不足之处，敬请读者朋友批评指正。

编 者

2006 年 11 月

## 目 录

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第一章 网络时代创业潮 .....          | 1  |
| 1.1 网络时代的创业潮 .....         | 1  |
| 1.1.1 网络购物的现状和未来 .....     | 1  |
| 1.1.2 创业，从网络开始 .....       | 3  |
| 1.2 淘宝和易趣（eBay）比拼 .....    | 5  |
| 第二章 实战淘宝 .....             | 6  |
| 2.1 创业的萌动 .....            | 6  |
| 2.1.1 注册淘宝账号 .....         | 7  |
| 2.1.2 激活支付宝账号 .....        | 9  |
| 2.2 寻找商品 .....             | 12 |
| 2.2.1 按类目寻找商品 .....        | 12 |
| 2.2.2 高级搜索 .....           | 16 |
| 2.2.3 商品搜索技巧 .....         | 17 |
| 2.3 购买商品 .....             | 20 |
| 2.3.1 出价和付款 .....          | 20 |
| 2.3.2 确认收货和评价 .....        | 25 |
| 2.4 买家秘籍 .....             | 29 |
| 2.4.1 如何从商品介绍中获得有用信息 ..... | 29 |
| 2.4.2 与卖家交谈砍价 .....        | 32 |
| 2.4.3 如何选择商品配送方式 .....     | 36 |
| 2.4.4 戳穿卖家好评的内幕 .....      | 37 |
| 第三章 我要开店 .....             | 40 |
| 3.1 开店前的准备 .....           | 40 |
| 3.1.1 经营品种定位 .....         | 40 |
| 3.1.2 成本控制 .....           | 45 |
| 3.1.3 心理准备 .....           | 48 |
| 3.2 商家认证 .....             | 48 |
| 3.2.1 提交认证申请 .....         | 49 |
| 3.2.2 认证过程 .....           | 52 |
| 3.2.3 数字证书 .....           | 56 |
| 3.3 商品的拍摄 .....            | 61 |
| 3.3.1 拍好商品照 .....          | 62 |
| 3.3.2 制作 LOGO .....        | 70 |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 3.3.3 处理照片 .....          | 80         |
| 3.4 新店开张 .....            | 103        |
| 3.4.1 登录商品 .....          | 103        |
| 3.4.2 申请店铺 .....          | 107        |
| <b>第四章 店铺维护 .....</b>     | <b>110</b> |
| 4.1 交易管理 .....            | 110        |
| 4.1.1 修改交易价格 .....        | 110        |
| 4.1.2 发货和评价 .....         | 113        |
| 4.1.3 提现 .....            | 115        |
| 4.1.4 投诉 .....            | 118        |
| 4.2 店铺管理 .....            | 120        |
| 4.2.1 商品分类 .....          | 120        |
| 4.2.2 装饰店铺 .....          | 123        |
| 4.2.3 店标和公告 .....         | 123        |
| 4.2.4 推荐商品 .....          | 124        |
| 4.2.5 店铺风格模板 .....        | 125        |
| 4.3 店铺高级装饰 .....          | 125        |
| 4.3.1 制作精美店标 .....        | 126        |
| 4.3.2 打造动态公告 .....        | 137        |
| 4.3.3 商品分类栏 .....         | 150        |
| 4.3.4 店铺介绍 .....          | 156        |
| 4.3.5 商品描述模板 .....        | 158        |
| 4.4 淘宝助理 .....            | 171        |
| 4.4.1 新建模板 .....          | 172        |
| 4.4.2 给商品建立销售页面 .....     | 176        |
| 4.4.3 上传商品销售页面 .....      | 179        |
| 4.4.4 编辑已经发布的商品 .....     | 182        |
| <b>第五章 店家不传之秘籍 .....</b>  | <b>186</b> |
| 5.1 宣传秘籍 .....            | 186        |
| 5.1.1 宣传的最好阵地——淘宝社区 ..... | 186        |
| 5.1.2 制作论坛签名 .....        | 192        |
| 5.1.3 花银币买广告 .....        | 207        |
| 5.1.4 利用友情链接宣传店铺 .....    | 212        |
| 5.1.5 淘宝网外宣传店铺 .....      | 215        |
| 5.2 细节决定成败 .....          | 218        |
| 5.2.1 店铺和商品命名细节 .....     | 218        |
| 5.2.2 商品定价上架细节 .....      | 219        |
| 5.2.3 适当的一元拍 .....        | 220        |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 5.2.4 不要轻易免运费 .....    | 221 |
| 5.2.5 进销存数据记录 .....    | 221 |
| 5.3 物流秘籍 .....         | 225 |
| 5.3.1 在邮局省钱 .....      | 225 |
| 5.3.2 快递也能砍价 .....     | 227 |
| 5.3.3 邮寄包装要点 .....     | 228 |
| 5.3.4 如何防止货物路上丢失 ..... | 228 |
| 5.4 服务秘籍 .....         | 229 |

# 第一章 网络时代创业潮

由于网上开店具有成本低廉(甚至零成本)、不受场地人员的限制、所占时间少等优点,吸引了越来越多要创业的人参与其中,在网上实现自己的商业梦想已经逐渐成为一种趋势。远低于传统门店的启动资金门槛,超低的亏损风险,丰厚的市场空间,让网络交易成为了创业的乐土,而新鲜血液源源不断地进入,又促进了电子商务的发展,形成了良性循环。

## 1.1 网络时代的创业潮

2006年7月19日发布的《第十八次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2006年6月30日,我国网民人数达到了12300万人,与去年同期相比增长了19.4%,其中宽带上网网民人数为7700万人,在所有网民中的比例接近2/3。我国网站总数达到了788400个,与去年同期相比增长率为159.2%,而经常上网购物的人数达到了3000万人,占网民总数的26%,与2005年同期相比,经常购物的网民增长50%,显示出这一新兴购物方式良好的潜力和前景。

### 1.1.1 网络购物的现状和未来

不知不觉中,互联网已经渗透进了我们每一个生活细节,在冲击全球经济、影响世界市场的同时,悄悄改变着人们的生活。我们逐渐习惯了在互联网上寻觅心灵的寄托,放松自己的灵魂。更重要的是,它使电子商务这种全新的消费理念深入人心。轻点鼠标,敲击键盘,购物于千里之外,惬意地等待快递公司送货上门,这是前人从来没有想到的购物方式,那么与传统的购物方式相比,它到底有何魅力呢?

对消费者来说,在家就可以逛商场,直接送货上门,省时省力;购物时还能避开拥挤的人群,节省交通费用,订货不受时间和空间的制约;在网上可以很方便地进行货比三家;可以单独浏览不同网店的同一类商品,从容对价格、款式、性能等进行比较(如图1.1所示);可以买到当地没有的商品;网上商店则省去了租店面、雇店员及储存保管等一系列费用,价格更有优势。

对商家来说,网上销售没有库存压力、经营成本低、经营规模不受场地限制(如图1.2所示的网上商店页面)、转行也更加灵活。



图 1.1





图 1.2

然而，网络购物也并不是全是优点，现阶段的网络购物还存在不少问题，最突出的就是付款安全性和网络商家的诚信度问题。

网上付款的安全性是购物者较为担心的一点，尽管网上银行已经具备种种防御手段，但网上付款的安全性问题还是网上购物者最为担心的一点（如图 1.3 所示的是网上银行页面）。由于网络上病毒木马横行，很多人担心个人资料信息被泄漏或网上银行账号被盗，因此对于网上支付心存疑虑。对买家而言，一手交钱、一手交货的传统交易方式是最为放心的。如果商家有货到付款的方式，他们还是会更乐于选择网络购物。



图 1.3

另外,网络商家的诚信度问题也比较引人关注,包括货物与商家描述不符、发货延迟、售后不完善、退货困难等。与传统购物方式能看到、摸到真实立体的商品,并有售货员向顾客对照实物详细介绍商品的基本情况不同,网络购物的消费者只能通过商家提供的一张或几张关于商品的平面照片以及文字介绍来获取商品信息,这使得网上购物的消费者一般对商品信息的了解都有所缺失。由于不是一手交钱一手交货,成交付款后不能按期收到货物的事情屡见不鲜,付款后收不到货物的情况也可能会发生。就算收到了货物,退换、维修等售后事宜也由于网络监管难度大、隐蔽性强等特点而难以有效实施。

据第十八次互联网统计报告表明,导致网民不进行网上交易的原因中(多选),61.5%的网民选择了交易安全性得不到保障,而对产品质量、售后服务得不到保障,送货不及时等网络商家诚信度问题的担忧高达56.4%。但报告又显示,全部网民中,只有8.0%的人肯定未来半年内不会进行网上交易。从报告中可以看出,尽管网络购物的缺点切实存在,但人心所向,网络购物发展的步伐是无法阻挡的,这一点从以下数据可以看出:从2001~2006年,我国的网民总数已经从2650万飙升到1.23亿(如图1.4所示),网络银行安全性的进步和相关管理法规的完善必可慢慢解除网民网上购物的顾虑。

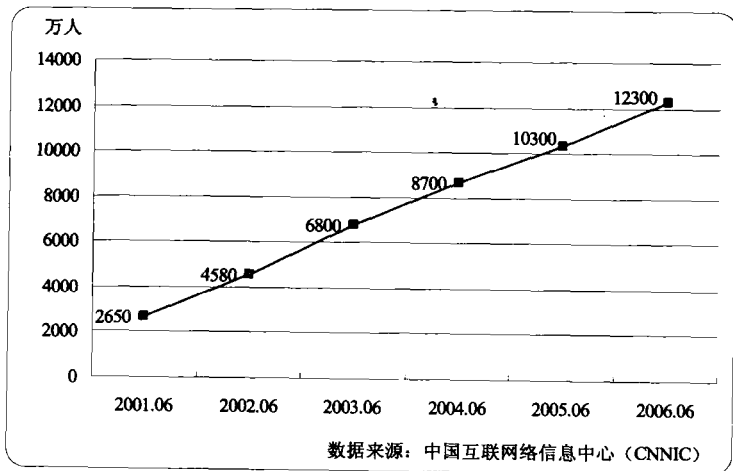


图 1.4

另外,还有调查显示,目前网络购物的人群以18~30岁之间拥有大专或以上的高学历人口为主,他们能够在未来数年内成为消费的主力,且具有改变周围其他人消费习惯的影响力。在上网用户高速发展、网络硬件设施逐步完善的背景下,中国网络购物市场必将拥有一个美好的未来。

### 1.1.2 创业,从网络开始

据调查统计,2006年第一季度,C2C(消费者对消费者)电子商务市场总成交额达到53.9亿元,成交商品数达到2452万件。2006年第一季度淘宝网的成交金额为30.8亿元,eBay易趣的成交金额为15.1亿。2006年5月26日,淘宝网宣布了最新成交数据,其一季度的成交总额达到30亿元,5月份以来单天成交额高达4700万元,以此类推,2006年全年,淘宝有望突破140亿元的总成交额,超过2005年整个中国市场C2C的总体成交额,比2005年淘宝自身80.2亿元的成交额增长75%。

不少人都有过创业的梦想，但付诸行动的却寥寥无几，原因要么是凑不齐所需的资金，要么是找不到合适的项目，总算前两者都齐备了，却发现自己承受不了失败的风险，犹犹豫豫间过去了一年又一年，可创业依然只是梦想，直到有一天，网络购物横空出世，犹豫的梦想者才发现 C2C 模式是自己一直寻觅的那种理想创业选择，它几乎能够去除掉所有以前阻止自己裹足不前的路上荆棘。

不需要店面、不需要雇佣店员、货物存储压力小等优点汇聚一身的个人网络商店，具有极大的成本优势；而且其摆脱了传统店面顾客覆盖范围狭小的天然弱点，拥有全世界网民这个让人垂涎三尺的庞大市场，让网店拥有了取之不尽的市场空间；再加上简单方便的手续，在网络上开店吸引了越来越多要创业的人参与其中（如图 1.5 所示的是网络商店的页面），除了专业的全职卖家外，还有很多兼职卖家。

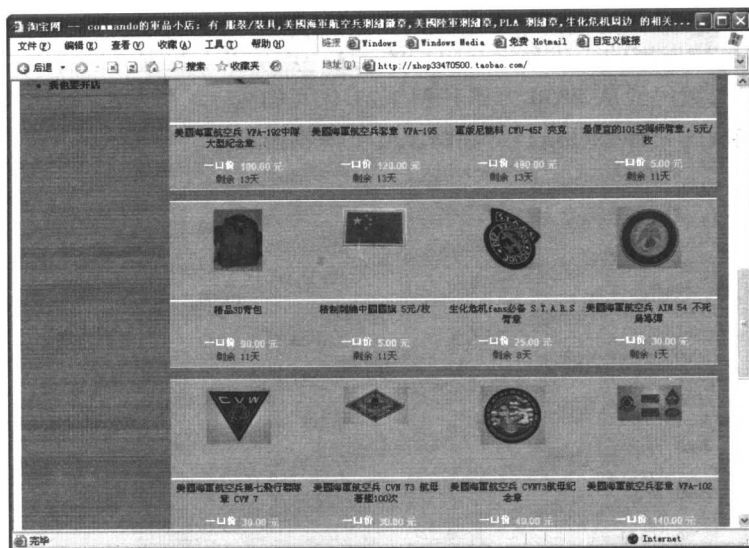


图 1.5

对于卖家来说，只需把想卖的商品图片、介绍和价格放在网上，不需要专人守候在商品旁，等着为随时可能出现的顾客讲解，而买家只需进入网络商铺，就能看到所卖的商品，只要对它满意，买卖双方不需要直接接触就能成交，并不影响卖家的其他工作。这就摒弃了想要创业却不愿影响本职工作的人的最后一丝顾虑，网络商店，兼职卖家同样能够开好。

在如此多便利条件的刺激下，网上经营自己的商业梦想已经成为一种趋势。无数创业者涌进了 C2C 网络商店之林，而新鲜血液源源不断地进入，又促进了电子商务的发展，形成了良性循环。

网上开店主要分为两种经营形式，一种是自己设立专门的网站作为销售平台，在扮演网站经营者角色的同时又扮演商店经营者，从域名申请、空间开通、网站维护、更新，到宣传、销售都必须动手包办，这种方式需要一定的技术水平和大量成本、精力投入，且具有网站人气不足，宣传困难等劣势，只适合于专业人士；而另一种是利用其他网站提供的平台来销售自己的商品，如现在比较流行的易趣、淘宝、拍拍等网站就为人们提供了销售的平台，省去了设计网站的时间和申请域名、网络空间的成本，减少了宣传费用，而大型网站的知名度也有助于增加自己店铺的点击率，是普通人创业的理想选择。

目前国内主要的 C2C 网站有淘宝、易趣和拍拍。其中，拍拍作为后来者，尽管依托于数以亿计的 QQ 会员之上，但短时间内还是难以动摇淘宝和易趣双雄争霸的局面，下面，我们将对淘宝和 eBay 易趣的特点进行简要分析。

#### TIPS: 网络交易的四种类型



按照惯例，目前网上交易主要分为四类：企业间交易（Business to Business，简称 B2B）、企业和消费者间交易（Business to Consumer，简称 B2C）、消费者间交易（Consumer to Consumer，简称 C2C），以及政府和企业间交易（Government to Business，简称 G2B）。

## 1.2 淘宝和易趣（eBay）比拼

中国互联网络信息中心 2006 年 5 月发布的《2006 年中国 C2C 网上购物调查报告》显示，淘宝网买家相对最满意的地方是：支付系统、网站通讯工具、网站商品品种、网站用户界面；而淘宝网买家相对最不满意的方面是：买卖纠纷处理、网站赔付担保承诺、信用评估机制、卖家信誉。

2006 年中国 C2C 网上购物调查报告采集的数据表明：淘宝的经营者几乎都是兼职卖家和中小卖家，其中非营利的占 20% 左右，兼职经营者占 50% 左右，全职经营者占 30% 左右，大卖家只有很小的比例。而 eBay 易趣则更受大卖家的青睐，5% 的卖家成交额就占了 eBay 易趣整个网站的 25%。真实的不加修饰的数据最能忠实反映事实原本的真相，从以上数据我们不难看出两个网站之间最大的区别。

eBay 易趣买家相对最满意的地方是：网站商品搜索功能、网站功能稳定性、网站商品品种、支付系统；eBay 易趣买家相对最不满意的方面是：网站收费、网站通讯工具、网站用户社区、买卖纠纷处理。

目前，淘宝已占据国内 C2C 市场的霸主地位，那么，曾经独霸天下的 eBay 易趣有反败为胜的机会吗？有！瘦死的骆驼都比马大，何况是有着雄厚的资金、品牌、技术实力的 eBay 易趣。只要战略调整正确，战术执行有效，eBay 易趣有着很大的机会重现昔日辉煌。未来的 C2C 舞台上，淘宝和 eBay 易趣这双雄将会演绎更多的精彩，让我们拭目以待吧！

## 第二章 实战淘宝

俗话说：万事开头难，在了解了淘宝和易趣的各自优势之后，我们就要开始我们的商业旅途了。不过各位读者可千万不要认为这条旅途会充满荆棘，只要你跟随我们的脚步，一定会感觉到惬意和方便，而不会有任何障碍。

现在，就让我们开始吧！

### 2.1 创业的萌动

我，朋友们都叫我阿龙，大学毕业后就在一家小企业工作，每天按部就班地上班下班，每月按时领着一份不多不少的工资度日。三年过去了，在这没有太多前途的生活中，我的希望和梦想在慢慢消失，期间虽然也有过数次辞职创业的冲动，但父辈们却以踏实为由将我的冲动打压绞杀在萌芽阶段。直到有一天，我惊奇地发现，周围很多朋友不知从什么时候开始利用业余时间在网上开起了商店做起了老板，仔细一打听，其中不少收益还不错，每月的进项都超过了工资。于是沉寂的心又死灰复燃：这次咱也玩兼职，以前反对的人总没有反对的理由了吧。

说干就干。不过，干之前要先制定创业计划，不打无准备之仗，要干必求有把握，这对第一次创业的我尤为重要，因为一旦失败，失去的不仅仅是金钱，更重要的是，创业的雄心和信心也可能付诸东流。可真正动手规划创业计划时，才感觉无从下手。总结后，发现自己有个最大不足：以前没有创业经验，且对网络销售一窍不通。

好在经验这个东西并非一定要亲自体验才具备的，听取前人的总结，吸取前人的教训同样能得到经验，让自己少走弯路。于是，在周围的网店老板中，我选定一个同我关系较好且销售业绩不错的朋友，摆下一桌鸿门宴，哦，不对，应该是拜师宴，酒肉攻势下，我找到了理想的师父，别人都叫他一哥。

一哥：要想在网上购买东西，首先就要找一个人气活跃且网络交易安全等各方面都比较好大型正规交易网站，并拥有该网站一个账号，这是必要的条件，账号就相当于是在交易网站的购买证。

阿龙：师父，错了错了，我是要向你学习卖东西和当老板，不是买东西。

一哥：没错没错，要卖东西当老板，最重要的是先了解消费者的需求和消费心理，把自己当成消费者，才能真正了解和掌握当老板所需的知识。更何况，你现在对网络交易一无所知，先从买东西学起，实际操作一遍购买流程，这是熟悉网络交易的捷径。

阿龙：哦，原来是这样，我还以为你喝多了呢。

一哥：那我就以最近几年比较红火的网络交易网站之一——淘宝网为例，来教你怎么注册账号吧。

### 2.1.1 注册淘宝账号

目前,要成为淘宝网的普通会员,注册程序非常简单,而且完全免费。

#### Step1

在浏览器地址栏中输入“www.taobao.com”,登录淘宝网,然后在如图 2.1 所示界面中点击“免费注册”按钮进入注册页面。



图 2.1

#### Step2

进入注册信息填写页面,这里最重要的就是选择会员名(简称 ID),淘宝的 ID 一经注册成功就不能更改,如果要换其他 ID 就只能重新注册一个,所以,注册前一定要考虑清楚。

在输入会员名后,可以点击“检查会员名是否可用”按钮,来验证这个 ID 是否已经有人使用。如果检测后出现“该会员名可用”的绿色提示,就说明可以选用此会员名继续注册;如果出现“该会员名已经存在,请重新输入”的红色提示,说明这个会员名已被注册,需要重新选择一个,如图 2.2 所示。

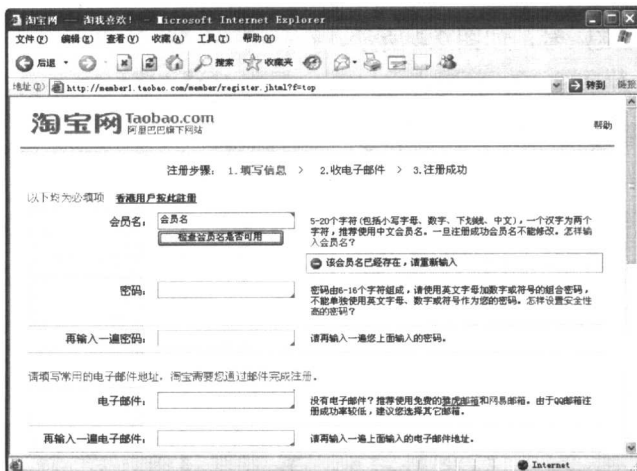


图 2.2

### Step3

选择好合适的用户名后，需要再输入登录密码和电子邮箱地址，这里输入的电子邮箱必须是能正常使用的邮箱，因为淘宝会向这个邮箱发送你在淘宝网上的相关信息。最后按照图片显示的字符输入校验码，最后按下“同意以下服务条款，提交注册信息”按钮，即可完成操作，如图 2.3 所示。

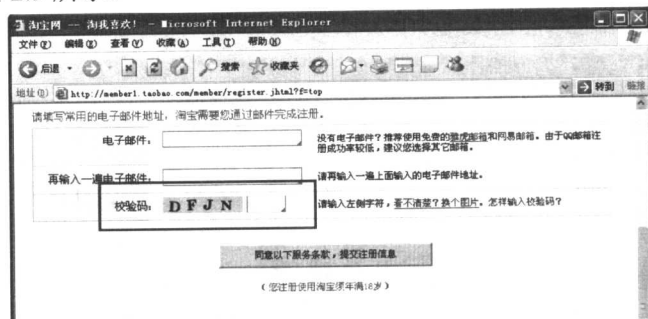


图 2.3

#### TIPS: 关于邮箱的小经验



淘宝网会将你在网络交易中行为用邮件的形式发到你注册时设定的邮箱里。为了方便及时地收取来自淘宝网的信息提示，建议申请一个专门的邮箱，专用于接收淘宝邮件。注意，邮箱密码最好不要同淘宝或支付宝的密码一样，以增强淘宝账号的安全性。

### Step4

淘宝收到注册账号申请后，就会向你设置的电子邮箱发送一封激活邮件，在 24 小时内点击邮件中的激活链接，即可激活账号。

### Step5

登录刚才注册时填写的邮箱，在收件箱中打开来自淘宝网的激活邮件，点击“确认”按钮，激活自己的淘宝账号，如图 2.4 所示。

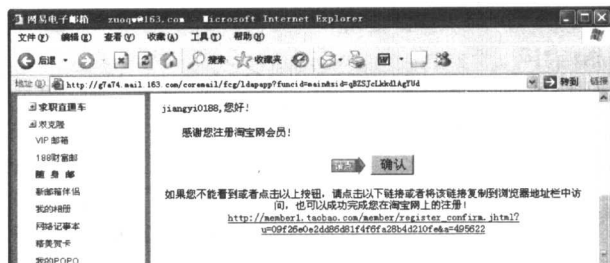


图 2.4

### Step6

页面上醒目的“注册成功啦!”五个大字标志着你已经成功取得了在淘宝网上“淘宝”的权利。注意，这个页面先不要关闭，因为等下还有工作要完成，如图 2.5 所示。

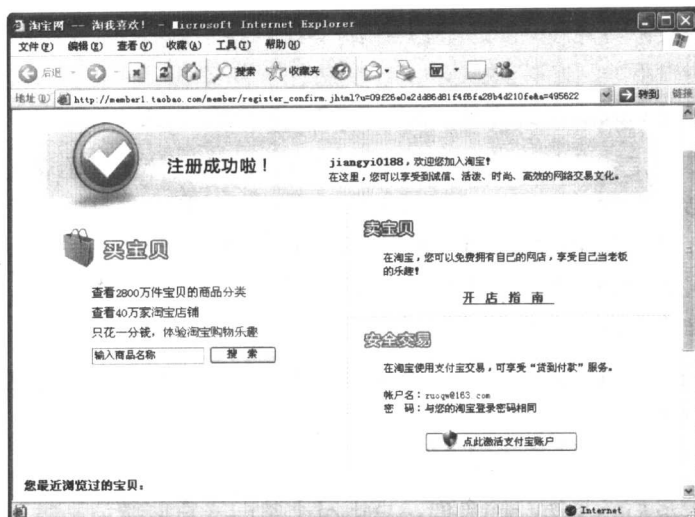


图 2.5

### 2.1.2 激活支付宝账号

一哥: 如果你够细心的话, 刚才就会发现淘宝注册条款中同意的服务协议里不但有淘宝网的协议, 还有支付宝的协议, 这意味着, 在你成功注册了淘宝会员的同时, 也成为了支付宝会员, 但此时支付宝还没有被激活。

阿龙: 什么是支付宝啊? 这和在淘宝上买卖有关系吗?

一哥: 关系可大了, 如果没有它, 你可能在网上买东西时受骗, 也可能在卖东西时一件商品都卖不出去。对于网上一般的交易流程来说, 支付宝就是起到风险担保作用的第三方, 当买家看中别人所卖的东西后, 首先把钱转入支付宝, 支付宝收款后通知卖家发货。卖家发货后会通知支付宝已经发货, 支付宝就会通知买家在一定期限内收货验货, 当买家收到商品并确认无误后, 就通知支付宝商品已确认查收, 支付宝最后就把钱转到卖家的账号上, 支付宝使用的流程如图 2.6 所示。

买家拍下商品 → 付款给支付宝 → 支付宝通知卖家发货 → 卖家发货并通知支付宝已发货 → 支付宝通知买家

货已发出 → 买家在收到商品后验收 →  $\left\{ \begin{array}{l} \text{(商品合格)} \rightarrow \text{通知支付宝付款给卖家} \rightarrow \text{交易成功} \\ \text{(商品不合格)} \rightarrow \text{请求支付宝退款} \rightarrow \text{处理协商 (交易失败)} \end{array} \right.$

图 2.6

阿龙: 哦, 原来是这样, 看来支付宝的作用还不小呢, 不过, 为什么支付宝的网站域名同淘宝的不一样呢?

一哥: 因为支付宝不隶属于淘宝网啊。尽管支付宝最初是淘宝推出的网上安全支付工具, 但很快, 支付宝就脱离淘宝, 成为一个独立的支付工具, 支付宝不单纯是淘宝网的支付工具, 它定位于整个国内电子商务中的支付解决方案, 所以只有脱离淘宝, 支付宝才可能成为一个真正的第三方支付平台。支付宝这个平台建立后, 在网络交易中的确起到了信



用中介的作用，通过支付宝交易，能同时兼顾“货到付款”与“款到发货”，降低了交易双方的风险！

阿龙：那是不是必须激活支付宝才能在淘宝上买卖东西啊？

一哥：也倒不一定，尽管在淘宝网上卖东西必须激活支付宝并通过支付宝验证，但买东西是可以不激活支付宝，而直接通过网上银行来进行付款。不过，对于想经常在淘宝上购物的用户来说，我还是建议将支付宝激活，因为首先它是免费的，且激活操作并不复杂；其次，如果购物发生问题，在买卖双方协商降低购买价格或交易取消时，支付宝公司就必须通过你的支付宝账号向你退款。

阿龙：哦，原来退款必须有支付宝账号啊，看来对买家来说，它也还是很有用的，那我还是赶紧激活它吧！

## Step1

回到上一节中最后一步所在的页面，点击右下角的“点此激活支付宝账户”按钮，如图 2.7 所示。

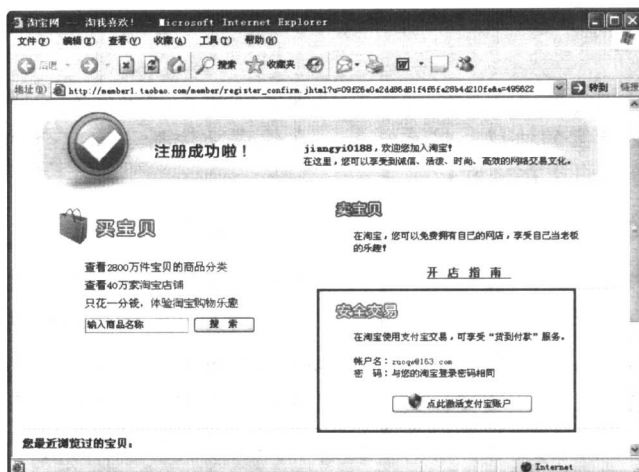


图 2.7

## Step2

进入支付宝登录页面，在窗口右侧输入注册淘宝时使用邮箱地址和淘宝网密码，并输入校验码，按下“登录”按钮，如图 2.8 所示。

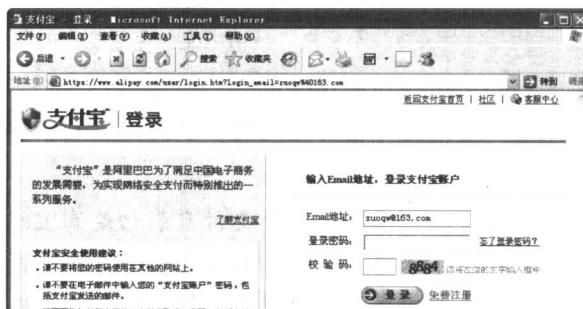


图 2.8