

移动电商专家，手机淘宝第一人  
近水思鱼倾力打造

# 淘 手机宝 运营攻略

开店 装修 管理 推广 实战

近水思鱼（黄明国）著

中国第一电商自媒体人

龚文祥

《天下网商》总经理

叶挺

淘宝天下《卖家》  
杂志执行主编

恩雅

百草味总经理

王强

诚意推荐

三只松鼠创始人兼CEO

章燎原

亲笔作序

手机淘宝，不管你玩还是不玩，都是电商人不得不面对的话题。



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 淘 手机宝



## 运营攻略

开店 装修 管理 推广 实战

近水思鱼（黄明国）著

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

手机淘宝运营攻略：开店 装修 管理 推广实战 / 近水思鱼著. — 北京：人民邮电出版社，2015.7  
ISBN 978-7-115-39543-6

I. ①手… II. ①近… III. ①移动电话机—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(2015)第111318号

## 内 容 提 要

本书是国内首本手机淘宝运营实战宝典，汇集了众多淘宝店主、创业成功者和营销推广专家的宝贵经验。

书中深度讲解了手机淘宝的开店步骤、交易流程、店铺装修、客服平台、运营方法和推广策略。书中既有详细、全面的实际操作方法，又有皇冠级店家分享的干货技巧。

本书共分为8章，具体章节内容包括：手机淘宝发展现状、手机淘宝的发展趋势、做好手机淘宝开店准备、店铺基本交易流程、特色精美店铺装修、手机淘宝的客户服务平台、手机淘宝的宣传与推广、手机淘宝的运营与管理。

本书结构清晰、案例丰富、实战性强，适合于淘宝卖家、淘宝运营、互联网与移动互联网营销人员等。本书也可以作为培训机构、大中专院校的教材。

- 
- ◆ 著 近水思鱼（黄明国）  
责任编辑 恭竟平  
责任印制 周昇亮
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号  
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷
- ◆ 开本：720×960 1/16  
印张：17.5 2015年7月第1版  
字数：337千字 2015年7月北京第1次印刷
- 

定价：59.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号



## 序言

在进入互联网之前，我一直在线下做销售，专注于做坚果销售九年。在线下销售产品更加直面客户，所以我积累了丰富的销售经验，也积累了品牌营销经验。在成为互联网电商之后，有了更多的操作空间。互联网是一个渊博的大海，给了很多人和品牌以机会，但我只是专注互联网食品。我和其他人不同，他们很聪明，可以谈很多，我只做只说食品，这就是我的专注。

“没有成功的企业，只有时代的企业；没有英雄能够造时势，只有时势成就英雄”。所有的企业都不要说自己成功了，那只不过是如果你踏准了时代的节拍；所有的人都不要觉得自己牛了，你只是运气加点努力罢了！所以，没有永远的成功与牛，我们唯一要做的就是改变自己。企业不可能改变时代，你也不可能改变时代。顺应时代的步伐，抓住当前的机会，是互联网创业必备的眼光；而务实、创新和聚焦，能够让我们去完成我们的目标，做一个有影响力的互联网品牌！

务实。现在移动互联网瞬息万变，每天都诞生大量的创意、想法、概念。每一个互联网创业者都在不断地受到它们的侵袭。我们在创业中一定要知道自己想要做什么，我们的理想到底是什么。不要理想化地去标榜自己，更不要以理想化去炫耀自己，甚至是以理想化给自己理由。理想化是结果，理想才是我们追求的过程！所以我们要务实避虚，把我们的创意、理想去一步步完成。现在社会不缺乏理想，而缺乏去脚踏实地完成的人。每天空喊口号，学习只学到皮毛就谈战略，这样在互联网中是站不住脚的。

创新。在互联网中，创新是必不可少的。互联网以其高速的发展，时时都在变化，要想在这个高速路上取得成就，我们要做的就是随着它的变化而变化！就如我们“三只松鼠”做坚果和花茶，都是普通的商品，但是我们的创意，我们的思维，我们的包装，以及企业管理、店铺运作、客服服务都是最有新意的，并且我们的创新是本质的创新，是为了做一个百年品牌，具有内在的深度和力

度，而不是像现在市场上模仿我们的品牌的，只是做了一个表面的创新，换一个包装，学习我们的一个客服称呼，那是学不到我们的本质的！我们的创新意味着我们放弃了很多别的想法，只是坚持我们对产品、对客户、对电商的极致新概念、新追求、新服务！

聚焦。放弃成千上百的好点子，把点子集中在一个焦点上！就像我们一直做一个萌萌的互联网坚果。我遇到很多人给我们提建议：你可以这样做坚果，也可以去投资做一点别的，很多对于别人来说很好的创意，我们都否决了，坚持做一个“三只松鼠”，做一个我们熟悉的领域和产品！

说了上面几个点，希望更多的人能真正认识到这些，特别是浮躁的互联网创业者能去好好地体会！现在说说无线吧，我们公司的小团队也在研究无线，其实要把这个逻辑搞通，就是首先跳出无线、O2O 这些固有的思维模式，聚集于如何改善服务体验，并利用无线解决一些客户的体验、客户的互动以及我们给客户提供的服务的操作方式。这是一套有别于 PC 的操作，可能比我们以前在 PC 端更难，但是也更有机会。更多的移动场景，客户的即时需求，以及较快的品牌传播和转化，将会让我们和客户的距离更近，更容易让产品和服务深入到客户中！

所以，学习好移动互联网是一个新的征程。手机淘宝我看好它，不光是现在阿里在推广它，而是更多的客户需要它，客户的消费习惯已经在手机上了。近水思鱼（黄明国）从 2013 年开始研究手机淘宝，有“手机淘宝实操第一人”的称号，《手机淘宝运营攻略》一书是他结合自身 2 年的实战经验总结出来的成果。本书顺应了移动电商的大势，并给已涉足手机淘宝或即将涉足手机淘宝的企业（个人）以指导。

推荐这本关于手机淘宝的书，因为它很务实，也很实操，像教科书一样供一些电商从业者全面地学习手机淘宝知识。作为一本实操指导的工具书，你肯定不会束之高阁的！

三只松鼠 CEO 章燎原

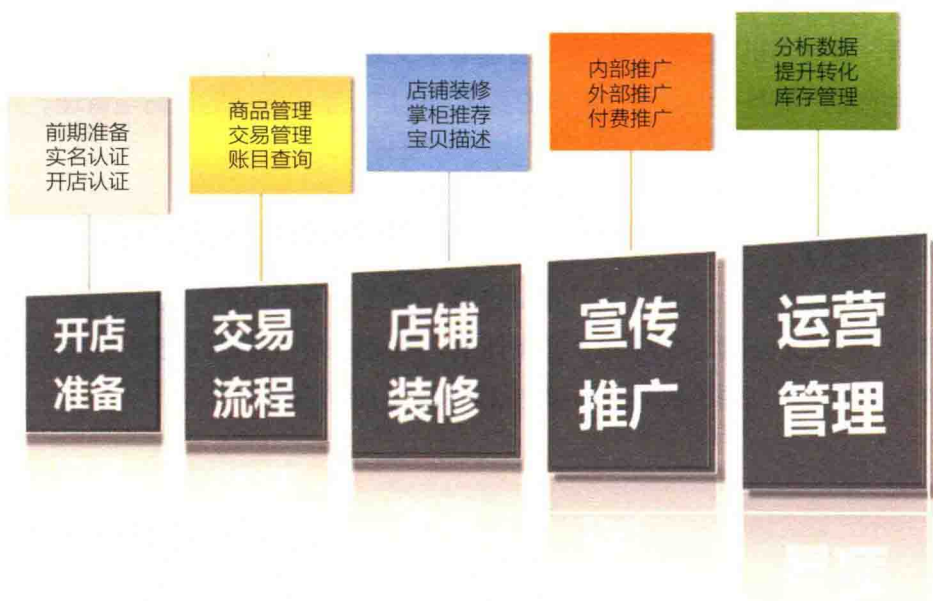
# 前言

## ● 写作驱动

据统计，截至 2014 年 12 月，中国网民的规模达到 6.49 亿，其中，手机网民规模为 5.57 亿，互联网普及率达到 47.9%。在网民的上网设备中，手机的使用率达 85.8%，首次超越传统 PC 整体 80.9% 的使用率，手机作为第一大上网终端的地位更加巩固。

2014 年，中国电子商务市场的交易规模达 12.3 万亿元，且移动智能终端用户的规模达 10.6 亿。移动互联网的飞速发展，使得移动电商“钱”途无量。而移动电商行业覆盖率最高的就是手机淘宝了。手机淘宝作为淘宝网的延伸，不仅体现了移动电商的发展趋势，更体现了其作为第一个敢吃螃蟹的领军者在市场中不可撼动的主导地位。

本书是国内首本手机淘宝实战宝典，内容涉及从开店到营销的全过程，可以帮助想要在手机淘宝中寻求商机的读者快速掌握开店和推广营销的秘诀，通过手机淘宝进一步优化淘宝店铺。



## ●本书特色

**图文结合，全程实战操作。**笔者亲身实践，深入手机淘宝开店前线，通过图表+步骤的方式，详解手机淘宝开店运营的实战操作。

**应用全面，策略技巧分享。**总结淘宝店家的第一手经验，分享商品管理、店铺推广、营销运营等技巧策略。

**内容丰富，手机淘宝专题讲解。**8章手机淘宝讲解、500多张实战操作图片，帮助读者看透手机淘宝，玩转手机淘宝。

## ●本书内容

本书共分为8章，具体章节内容包括：手机淘宝发展现状、手机淘宝的未来发展、做好手机淘宝开店准备、店铺基本交易流程、特色精美店铺装修、手机淘宝的客户服务平台、手机淘宝的宣传与推广、手机淘宝的运营与管理。

## ●适合读者

本书结构清晰，案例丰富，实战性强，适合于淘宝卖家、网店客服、网店销售人员、在职白领、大学生、工薪阶层、家庭主妇、互联网与移动互联网营销的从业者，以及对手机淘宝与移动互联网营销感兴趣的人士。



## ●作者售后

本书由近水思鱼著，感谢谭贤、柏松、杨侃滢、袁淑敏、龚政、徐茜、杨端阳、贺琴等人在书稿编写中给予的支持。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评指正，联系微信 @ 近水思鱼交流。





# 目录

# 1

## Chapter

# 手机淘宝发展现状

<b>1.1 手机“淘宝”，梦想与现实</b> .....	2
1.1.1 手机“淘宝”的梦想 .....	2
1.1.2 “淘”不出手心的特色路 .....	4
<b>1.2 淘宝无线，困境与障碍</b> .....	8
1.2.1 移动电子商务的固有困境 .....	9
1.2.2 淘宝模式的天然障碍 .....	10
<b>1.3 想淘就淘，破局与使命</b> .....	13
1.3.1 打破移动电商的顽疾 .....	13
1.3.2 提高手机淘宝转化率 .....	15
1.3.3 推出千牛卖家客户端 .....	16
1.3.4 提出“千人千面”理念 .....	17
1.3.5 手机淘宝展现新面貌 .....	18

# 2

## Chapter

# 手机淘宝的未来发展

<b>2.1 无线电子商务的新大陆</b> .....	22
2.1.1 O2O的崛起 .....	22

2.1.2 O2O的优势 .....	24
<b>2.2 手机淘宝的O2O登陆 .....</b>	<b>26</b>
2.2.1 是购物还是消费 .....	26
2.2.2 从服务到生活 .....	28
2.2.3 困境与问题 .....	31
<b>2.3 手机淘宝，在路上 .....</b>	<b>33</b>
2.3.1 阿里的战略“移动” .....	33
2.3.2 电商们的移动未来 .....	36

# 3

## Chapter

# 做好手机淘宝开店准备

<b>3.1 为什么在手机上开店 .....</b>	<b>40</b>
3.1.1 手机开店的优势 .....	40
3.1.2 消费者购物行为的深刻变化 .....	41
3.1.3 未来电商的团队组织形态 .....	42
<b>3.2 淘宝开店的前期准备 .....</b>	<b>44</b>
3.2.1 开淘宝店前做好心理准备 .....	44
3.2.2 开淘宝店前的硬件准备 .....	46
3.2.3 开淘宝店前的软件准备 .....	49
3.2.4 为淘宝店做市场定位准备 .....	52
3.2.5 淘宝店市场定位的原则 .....	55
3.2.6 移动消费者的消费特点 .....	56
<b>3.3 淘宝开店的前提条件 .....</b>	<b>58</b>
3.3.1 支付宝实名认证 .....	59
3.3.2 将支付宝绑定淘宝账户 .....	61
3.3.3 淘宝开店认证 .....	62
3.3.4 创建店铺 .....	64

# 4

## Chapter

# 店铺基本交易流程

<b>4.1 店铺的设置与优化</b> .....	67
4.1.1 选择店铺风格.....	67
4.1.2 店铺的基本设置.....	69
4.1.3 添加商品分类.....	71
4.1.4 为店铺添加背景音乐.....	74
4.1.5 给店铺添加计数器.....	77
<b>4.2 商品的批量发布</b> .....	80
4.2.1 创建上传宝贝.....	80
4.2.2 批量编辑宝贝.....	82
4.2.3 备份宝贝.....	84
<b>4.3 商品管理</b> .....	84
4.3.1 发布商品.....	84
4.3.2 修改商品信息.....	86
4.3.3 修改商品销售属性.....	88
4.3.4 修改商品物流费用.....	91
4.3.5 商品上下架.....	93
4.3.6 橱窗推荐.....	96
<b>4.4 交易管理</b> .....	98
4.4.1 订单改价.....	98
4.4.2 扫描发货.....	100
4.4.3 物流查询.....	101
<b>4.5 给买家评价</b> .....	106
4.5.1 评价买家.....	106
4.5.2 查看买家评价.....	107

<b>4.6 用支付宝管理收支账目</b> .....	108
4.6.1 从支付宝中提现 .....	108
4.6.2 查询支付宝账户明细 .....	113

# 5

## Chapter

# 特色精美店铺装修

<b>5.1 店铺装修常识</b> .....	118
5.1.1 店铺装修的好处 .....	118
5.1.2 装修内容 .....	119
<b>5.2 设置店铺招牌</b> .....	122
5.2.1 设置淘宝店铺电脑端店招 .....	122
5.2.2 设置淘宝店铺手机端店招 .....	124
<b>5.3 设置掌柜推荐</b> .....	128
5.3.1 在“店铺管理”中设置 .....	128
5.3.2 在“营销中心”中设置 .....	129
<b>5.4 设置自定义内容模块</b> .....	132
5.4.1 编辑自定义内容区 .....	132
5.4.2 设置店铺动态 .....	134
5.4.3 设置店铺收藏 .....	137
<b>5.5 布局模块管理</b> .....	141
5.5.1 使用图片轮播功能 .....	141
5.5.2 添加搜索店内宝贝 .....	144
5.5.3 添加Flash模块区 .....	146
5.5.4 删除不需要的模块 .....	147
<b>5.6 编辑宝贝详情页</b> .....	148
5.6.1 编辑电脑版宝贝详情页 .....	148

5.6.2 编辑手机版宝贝详情页 .....	151
5.6.3 使用淘宝神笔编辑宝贝详情页.....	155

# 6

## Chapter

# 手机淘宝的客户服务平台

<b>6.1 千牛客户端的操作</b> .....	160
6.1.1 账号登录.....	160
6.1.2 商品名称、价格修改.....	161
6.1.3 商品下架和上架.....	163
6.1.4 物流费用修改.....	164
6.1.5 与客户交流.....	165
6.1.6 发货处理.....	167
6.1.7 物流查询.....	169
6.1.8 交易成功后进行评价.....	170
6.1.9 神笔装修店铺.....	171
6.1.10 店铺流量查看.....	173
6.1.11 账户退出.....	174
6.1.12 千牛客户端的手机分流.....	175
<b>6.2 阿里旺旺让网店生意旺起来</b> .....	178
6.2.1 登录和设置阿里旺旺.....	178
6.2.2 设置店铺的个性签名.....	179
6.2.3 创建买家交流群.....	180
6.2.4 利用旺旺表情拉近距离.....	181
<b>6.3 客服必备的知识 and 能力</b> .....	182
6.3.1 客服的作用和意义.....	183
6.3.2 客服需具备的相关知识.....	184
6.3.3 客服应有的服务态度.....	185

6.3.4 客服促成交易的技巧.....	186
----------------------	-----

# 7

## Chapter

# 手机淘宝的宣传与推广

<b>7.1 手机淘宝内部推广</b> .....	189
7.1.1 手机专享价.....	189
7.1.2 店铺活动.....	193
7.1.3 店铺收藏.....	196
7.1.4 淘小铺.....	197
<b>7.2 手机淘宝外部推广</b> .....	200
7.2.1 贴吧推广.....	200
7.2.2 QQ推广.....	202
7.2.3 博客推广.....	206
7.2.4 微博推广.....	207
7.2.5 微信推广.....	208
<b>7.3 手机淘宝付费推广</b> .....	209
7.3.1 钻石展位.....	209
7.3.2 淘宝SEO宣传.....	212
7.3.3 “淘宝客”营销.....	222
<b>7.4 淘宝直通车营销</b> .....	224
7.4.1 直通车推广的好处.....	225
7.4.2 申请直通车.....	226
7.4.3 无线直通车的位置.....	227
7.4.4 质量得分影响因素.....	229
7.4.5 创意标题更加重要.....	230
7.4.6 匹配方式重新认识.....	231
7.4.7 无线直通车出价技巧.....	231

7.4.8 无线直通车选词技巧 .....	232
7.4.9 无线直通车优化技巧 .....	234
7.4.10 无线直通车投放设置 .....	235

# 8

## Chapter

# 手机淘宝的运营与管理

<b>8.1 数据的采集和分析</b> .....	238
8.1.1 数据采集 .....	238
8.1.2 数据分析 .....	239
<b>8.2 数据分析推广工具</b> .....	240
8.2.1 生意参谋 .....	240
8.2.2 淘宝指数 .....	246
<b>8.3 提升手机淘宝转化方法</b> .....	249
8.3.1 标题关键词 .....	249
8.3.2 橱窗图片 .....	250
8.3.3 宝贝描述 .....	251
8.3.4 转化利器音频 .....	251
8.3.5 商品的评价 .....	252
8.3.6 产品的活动 .....	253
8.3.7 产品的销量 .....	253
<b>8.4 淘宝网店的库存管理</b> .....	254
8.4.1 淘宝网店商品编码技巧 .....	254
8.4.2 淘宝商品仓储管理技巧 .....	255
8.4.3 电商大促时期的库存管理 .....	258
<b>8.5 维护老客户远胜开发新客户</b> .....	259
8.5.1 老客户在店铺营销中的重要性 .....	259
8.5.2 如何做好老客户营销 .....	260

Chapter

# 1

## 手机淘宝发展现状

学  
前  
提  
示

目前，中国网民规模达**6.49**亿，其中，手机网民规模为**5.57**亿，未来**5**年中国将成为智能手机用户增加量最大的国家。随着电子技术的不断升级，手机已不再是单一的通信工具，其功能已经覆盖到生活、娱乐、工作、通信等多个层面，手机淘宝将有更大的突破。

要  
点  
展  
示

- 手机“淘宝”，梦想与现实
- 淘宝无线，困境与障碍
- 想淘就淘，破局与使命



## 1.1

## 手机“淘宝”，梦想与现实

2008年，当网购已经成为人们的生活方式时，有人提出：要是“网购瘾”犯了，有没有能替代电脑的网上购物工具？于是，当年淘宝网和国内最大的独立第三方支付平台支付宝共同宣布，手机版淘宝正式上线测试。

### 1.1.1 手机“淘宝”的梦想

手机“淘宝”？没错，马云宣称：今后，买家只要用手机登录淘宝，就可以在上面下单、成交。人们可以把传统购物和PC网购延伸到手机上，哪怕刚在商场里挑中一件衣服，也可以立刻到手机上看一看网络上的行情。这不只是一个很值得期待的事情，而且标志着极具市场震撼力的移动电子商务新时代的到来！

于是在6年之后，当我们再来审视中国的网络购物市场时，中国移动电子商务市场的交易规模正在以几何倍数急速扩大。据中国电子商务研究中心监测数据显示，2014年上半年中国移动电子商务市场交易规模达到6324亿元，而2013年上半年为2325亿元，同比增长378%，如图1-1所示。

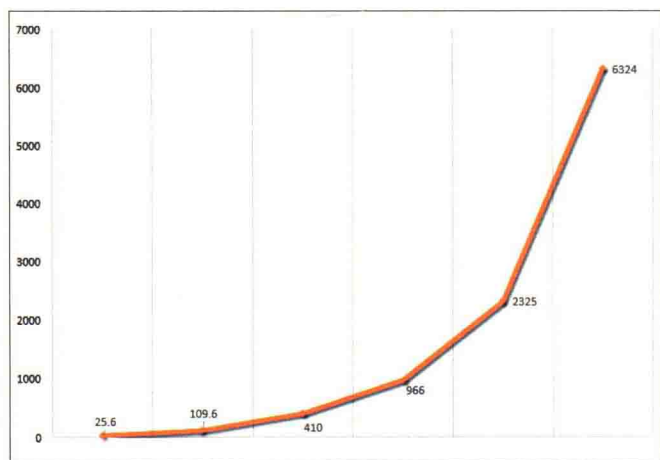


图1-1 2009~2014年中国移动电子商务市场规模增长图

同时，更加值得注意的是，据艾瑞咨询统计数据，2013年中国网络购物市场规模为18924.9亿元，其中移动端占比为14.5%；而2014年中国移动购物市场交易规模将超8000亿元，移动端交易占比达30%，如图1-2所示。

此外，随着阿里巴巴、京东、唯品会、苏宁、当当、亚马逊等核心企业移动端布局力度进一