



谁说小卖家已经没有机会了？
从零开始一样可以创业成功！

最新版

新手开网店

——一本就够了

张发凌◎编著

新手开淘宝网店、开微店，看这一本书就够了！

开店常识

NO. ①

开店流程

NO. ②

淘宝营销

NO. ③

淘宝推广

NO. ④

微信开店

NO. ⑤

微信营销

NO. ⑥

拍摄修图

NO. ⑦

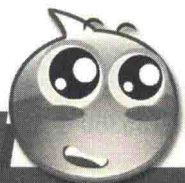
物流包装

NO. ⑧



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

拥抱互联网之电子商务系列



最新版

新手开网店

一本就够了

张发凌◎编著

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

新手开网店一本就够：最新版 / 张发凌编著. --
北京：人民邮电出版社，2014.8 (2015.4 重印)
(拥抱互联网之电子商务系列)
ISBN 978-7-115-36188-2

I. ①新… II. ①张… III. ①电子商务—商业经营
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第135380号

内 容 提 要

本书结合淘宝网最新的运营规则和微信公众平台的最新功能，系统、全面地讲解了在淘宝网上开店的准备工作与具体流程、网店推广与经营的技巧与方法、微信开店流程、微信营销等内容。本书所提供的内容能够让读者在最短的时间内学会在淘宝网和微信上开店，轻松晋级为优秀卖家。

本书适合淘宝网店铺和微店新手卖家阅读，也可作为职业院校相关专业、淘宝网店铺营销和微信营销培训班的参考用书。

◆ 编 著 张发凌

责任编辑 王莹舟

执行编辑 陈 宏

责任印制 焦志炜

◆ 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>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：15

2014年8月第1版

字数：100千字

2015年4月河北第7次印刷

定价：39.00元

读者服务热线：(010)81055656 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

前言

随着网上购物和手机购物的普及，网上开店和微信营销已经成为许多人实现创业梦想的捷径。无论是自主创业的新人，还是利用闲暇时间做兼职的上班族，在网上开店都是他们实现梦想、提高收入的切实可行的手段。

然而，不管是在网上开店还是使用微信做营销，都需要一定的经验和技巧。本书正是针对那些准备在网上开店做生意的新手（或者已经在网上开店但缺少经营技巧与经验的用户），按照淘宝网开店的流程和微信的功能，精心安排了几个模块的内容，并结合淘宝网最新运营规则和微信的最新功能，系统而全面地讲解了在淘宝网上开店的方法与流程、网店推广与经营技巧、微信开店、微信营销等内容。

本书共分为八章，分别介绍了开网店的常识、淘宝开店、淘宝营销、淘宝推广、微信开店、微信营销、商品拍摄与图片处理、包装与物流等方面的知识。另外，本书还收集了很多优秀卖家的宝贵经验，并以“提示”“注意”等方式呈现，对初学者在开店过程中可能会遇到的问题进行了专家级的指导。

如果你厌倦了打工的生活，想要做一些兼职工作提高收入，或者全职自主网上创业，你可以从本书中学到如何开网店、如何做营销和如何推广网店商品。另外，无论你是创业者还是企业员工，都可以从本书学到如何利用微信做营销、开微店，进而提升业绩。

在此要特别说明的是，本书是团队合作的成果，吴祖珍参与编写了本书的第1章，杨红会、陈伟参与编写了本书的第2章，曹正松、陈媛参与编写了本书的第3章，汪洋慧、周倩

倩参与编写了本书的第4章，沈燕、朱梦婷参与编写了本书的第5章，姜楠、王正波参与编写了本书的第6章，张铁军、王涛参与编写了本书的第7章，杨进晋参与编写了本书的第8章，全书由张发凌统撰定稿。

由于作者水平有限，书中难免存在疏漏之处。如果您在阅读的过程中发现了问题，或者有一些好的建议，请发邮件到 witren@sohu.com 与我交流。

目 录

第1章 了解网上开店的 常识 //1

- 1.1 淘宝开店那些事儿 //2
 - 1.1.1 适合当卖家的人群 //2
 - 1.1.2 选择什么样的产品 //3
 - 1.1.3 淘宝网店现状分析 //4
 - 1.1.4 必要的经营理念 //8
- 1.2 微信开店那些事儿 //8
 - 1.2.1 低成本、高利润成为微信优势 //8
 - 1.2.2 建立信任是成功的关键 //9
 - 1.2.3 多用有人情味儿的沟通方式 //9
 - 1.2.4 搜索和支付功能的增加 //10
- 1.3 网店 PK 实体店 //10
- 1.4 了解网上开店的几种方式 //13

- 1.4.1 选择合适的网店平台 //13
- 1.4.2 选择合适的营销方式 //16
- 1.5 网店的定位与规划 //16
 - 1.5.1 网店的定位原则 //16
 - 1.5.2 新手卖家对于网店的规划 //17

第2章 淘宝开店 //19

- 2.1 注册成为淘宝网会员 //20
 - 2.1.1 通过手机号码申请并激活淘宝网账户 //20
 - 2.1.2 通过邮箱申请并激活淘宝网账户 //21
- 2.2 下载与安装淘宝工具 //22
- 2.3 开通网上银行与支付宝 //24
 - 2.3.1 开通网上银行 //25
 - 2.3.2 开通支付宝 //27
- 2.4 支付宝充值与余额查询 //30

- 2.4.1 支付宝充值 //31
- 2.4.2 余额查询 //32
- 2.5 开通淘宝店铺 //32
- 2.6 店铺简装修——旺铺基础版 //35
- 2.7 发布有吸引力的商品，准备开张 //39
- 2.8 推荐宝贝 //41
- 2.9 宝贝交易流程 //43
- 2.10 用支付宝管理账目 //43
- 2.11 开通微淘 //45
 - 2.11.1 使用淘宝网账户开通微淘 //45
 - 2.11.2 将微淘添加到店铺导航 //47

第3章 淘宝营销 //51

- 3.1 与好友店铺进行友情链接 //52
- 3.2 参加免费试用宣传 //54
- 3.3 店铺红包 //58
- 3.4 店铺优惠券 //60
- 3.5 赠送彩票拉回头客 //64
- 3.6 使用旺铺“满就送” //68
- 3.7 购物车营销 //71
 - 3.7.1 订购购物车营销服务 //71
 - 3.7.2 创建购物车活动 //73

第4章 淘宝推广 //77

- 4.1 参加天天特价活动 //78

- 4.2 参加聚划算团购活动 //82
- 4.3 签到送淘金币 //85
 - 4.3.1 申请淘金币账户 //85
 - 4.3.2 设置赚淘金币活动 //86
 - 4.3.3 创建签到送淘金币活动 //89
- 4.4 加入供销平台 //92
- 4.5 利用淘宝客推广 //94
 - 4.5.1 设置淘宝客推广 //94
 - 4.5.2 在阿里妈妈中绑定卖家信息 //97
 - 4.5.3 推广商品 //99
- 4.6 利用搜索引擎推广 //103
- 4.7 利用导航网站推广 //104
- 4.8 利用微淘推广 //106

第5章 微信开店 //109

- 5.1 微信公众平台的注册与使用 //110
 - 5.1.1 注册微信订阅号 //110
 - 5.1.2 设置账号信息 //115
 - 5.1.3 常用功能模块的使用 //119
- 5.2 微订平台的注册与使用 //125
 - 5.2.1 在微订平台注册账号 //125
 - 5.2.2 在微订上开通店铺 //127

- 5.2.3 微订商家客户端
下载 //133
- 5.3 手机微店的注册 //136
- 5.4 微店基本设置与优化 //139
 - 5.4.1 添加商品 //139
 - 5.4.2 使用淘宝助手快速
添加商品 //141
 - 5.4.3 绑定银行卡 //143

第 6 章 微信营销 //145

- 6.1 了解微信营销的基本常识与
误区 //146
 - 6.1.1 微信营销的基本常识 //146
 - 6.1.2 微信营销的误区 //147
- 6.2 微信五大功能的商业价值 //149
 - 6.2.1 附近的人 //150
 - 6.2.2 漂流瓶 //151
 - 6.2.3 摇一摇 //153
 - 6.2.4 扫一扫 //154
 - 6.2.5 购物 //156
- 6.3 学会利用消息发送获得商业
价值 //158
 - 6.3.1 发送单图文消息 //158
 - 6.3.2 发送多图文消息 //162
- 6.4 充分发挥语音和视频信息的
超能量 //166
- 6.5 利用粉丝的推动力与
影响力 //169

- 6.6 微信大数据营销 //173
- 6.7 微信营销实战案例 //177

第 7 章 商品拍摄与图片 处理 //181

- 7.1 使用普通数码相机拍摄 //182
 - 7.1.1 使用相机功能 //182
 - 7.1.2 使用普通数码相机拍摄
高清照片的窍门 //184
- 7.2 使用单反数码相机拍摄
照片 //185
 - 7.2.1 使用正确的拍照
姿势 //186
 - 7.2.2 淘宝卖家必备拍摄
技巧 //188
- 7.3 拍摄清晰照片的方法 //190
 - 7.3.1 拍摄服装照片 //190
 - 7.3.2 拍摄漂亮小饰品 //194
 - 7.3.3 拍摄皮革制品 //195
 - 7.3.4 拍摄玻璃制品 //196
- 7.4 使用 Photoshop 处理与美化
图片 //196
 - 7.4.1 处理变形图片 //196
 - 7.4.2 提高图片清晰度 //201
 - 7.4.3 调整图片的亮度 //203
 - 7.4.4 除去图片中的杂物 //205
 - 7.4.5 组合图片 //208
 - 7.4.6 为图片添加水印 //212

第 8 章 精打细算降成本—— 包装与物流 //217

8.1 商品包装有讲究 //218

8.1.1 淘宝包装为什么 重要 //218

8.1.2 卖家必知的特殊商品快递 包装技巧 //219

8.2 使用平邮发货更省钱 //223

8.3 使用快递发货更快捷 //223

8.3.1 邮政 EMS 快递 //223

8.3.2 快递公司 //224

8.4 货到付款需谨慎 //224

8.4.1 货到付款的优点 //224

8.4.2 货到付款业务流程 //225

8.4.3 货到付款收费标准 //225

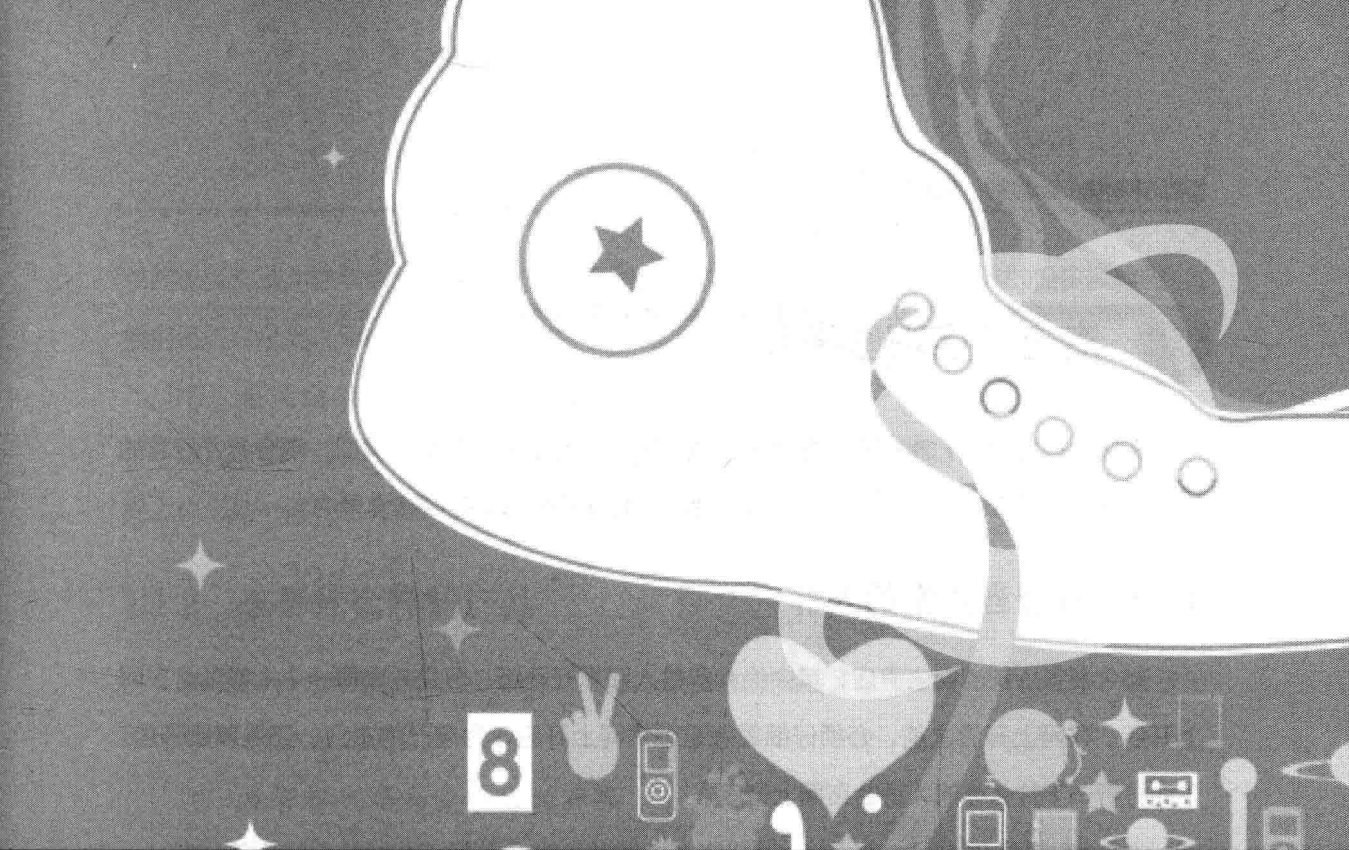
8.4.4 货到付款拒签险 //226

8.5 物流托运需注意 //227

8.5.1 货运方式 //227

8.5.2 大件打包 //228

8.5.3 防止货物丢失的方法 //228



第 1 章 了解网上开店的常识



1 淘宝开店那些事儿

在网上开店之前，卖家应做好市场调查，根据市场和个人的实际情况，精心选择经营的商品，然后再选择一个好的电商平台进入到这个充满无限商机的网络世界中。

1.1.1 适合当卖家的人群

如今很多人都想自主开店，其中绝大多数人都想开网店，但是并非每一个人都适合在网上开店。在网上开店之前，必须仔细思考是想将网上开店作为自己的主业，还是兼职开店。下面分析一下什么样的人适合在网上开店。

1. 拥有货源的人

网上开店需要考虑的一个重要因素就是货源。对于拥有货源的人来说，到网上开店可以使自身资源得到充分利用。

2. 开实体店的人

许多实体店的经营者都有一家自己的网店，在网上拓展潜在客户能增加一个销售渠道。网店为这一类人群提供了一个广阔的天地，网店不受地理位置、经营规模、经营项目等因素制约，经营方式更加灵活。

3. 大学生

大学生一般有充足的业余时间上网，但是大学生的经营能力比较欠缺。不过，作为一种人生阅历，开网店对大学生来说也是有意义的，因为开网店可以丰富大学生的求学生活，同时还能使他们获得经营、管理以及沟通上的很多经验和感悟。

4. 首次创业者

完成求学之路并进入社会后，很多人都想自己创业，但面对各种各样的压力和风险，往往又望而却步。对于这类人群而言，通过网上开店开始自己的创业生涯，无疑是一个很好的选择。

5. 自由职业者

不少自由职业者有大把时间上网，他们在网上开店的目的是希望那些平时逛街淘回来的

东西能得到别人的欣赏和喜爱，同时能够找到一群志趣相同的朋友。这类人的投资风险较小，他们还可以以此为契机拓宽社交圈，为今后的发展做好铺垫。

6. 企业白领

企业白领一般都会有大块的业余时间，因此企业白领很适合在网上开店。开一家自己的网上小店是一件非常有趣的事情，同时还可以结识更多的朋友。

1.1.2 选择什么样的产品

确定要开一家网店后，“卖什么”就成为最关键的问题了。在决定卖什么之前，需要对市场有个大致的了解。

1. 经营有市场和竞争力的产品

在决定卖什么的时候，要综合自己的财力、商品属性以及物流运输的便捷性进行考虑。目前，网上交易量比较大的商品包括服装服饰、化妆品、珠宝饰品、手机、家居饰品等。在这方面，网上开店与传统实体店并无太大的区别，寻找有市场和竞争力的产品是成功的关键因素（见图 1-1）。

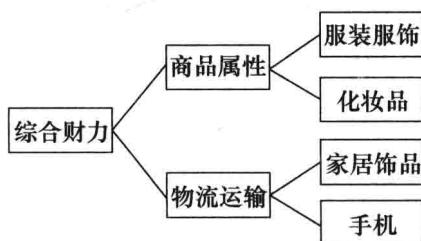


图 1-1 对“卖什么”进行综合考量

2. 了解主流网民特征

在考虑卖什么的时候，一定要根据自己的兴趣和能力而定。要尽量避免涉足不熟悉、不擅长的领域，同时要锁定目标买家，从他们的需求出发选择商品。目前主流网民有两大群体：一是学生群体，他们以游戏为主要上网目的，在网民中占有相当的比重；其次是上班族，他们基本是白领或者准白领（见图 1-2）。了解主流网民的基本特征，可以根据自己的资源、条件甚至是爱好来确定自己的店铺是主打主流产品，还是独辟蹊径经营时尚又独特的商品。

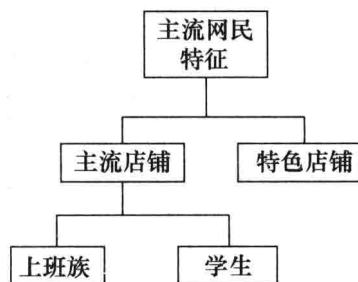


图 1-2 根据主流网民特征选择店铺

3. 商品自身属性

商品自身的属性对于店铺的经营也有制约作用。一般而言，商品的价值高，营业额就

高，投入自然较大。这对于既无销售经验又缺乏启动资金的创业者来讲，的确是一个不小的负担。网上交易地域范围广，有些体积较大、较重而又价格偏低的商品是不适合在网上销售的，因为邮寄商品时的物流费用太高，如果将这笔费用转嫁到买家头上，势必会降低买家的购物欲望。

4. 热门搜索关键词

网上什么商品最热门？哪些商品是人们最喜欢在网上购买的？最新统计数据显示，水晶、纯银项链、彩屏手机、床上用品、牛仔裤（见图 1-3）等是人们搜索最多的关键词。这些关键词一方面显示了大众的购物潮流，另一方面也为想要开店的卖家提供了参考依据。

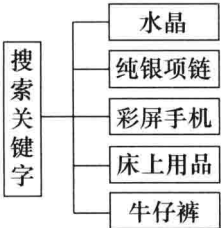


图 1-3 关键字搜索

1.1.3 淘宝网店铺现状分析

目前很多网民都看到了网店蕴含的巨大商机和广阔前景，都想早日跻身于网商行列，成就自己的财富梦想。但是淘宝网目前有多少家店铺？各个级别店铺的生存情况如何？淘宝网近年来交易情况如何？很多人对此都不太清楚。经各种渠道的不完全统计，现在对淘宝网店铺做如下统计，为创业者思考在淘宝网上经营什么网店提供一些参考。

1. 淘宝网店铺分布情况

淘宝网目前拥有近 5 亿多注册用户，淘宝和天猫卖家达到了 600 万（天猫上的店铺有 7 万家），每天有超过 6000 万的固定访客，每天在线商品数已经超过了 10 亿件，平均每分钟售出 6.9 万件商品。2013 年“双十一”期间，淘宝网支付宝交易达到了 350.19 亿元。截至 2013 年 12 月 31 日，包括天猫、淘宝和聚划算在内的全年商品交易总额为 15 420 亿元，全年共产生 50 亿个包裹，占中国总包裹量的 54%。在阿里巴巴平台上，有超过 2.31 亿活跃买家，年交易笔数近 110 亿笔。

2. 淘宝网 2014 年 3 月销售额 TOP10 商品

超级数据官方微博显示：2014 年 3 月，淘宝网销售额前三位分别为女装、男装和手机；家装主材在 3 月跻身前十位，而玩具、模型、动漫则跌出前十位。

2014 年 3 月淘宝网销售额前十位的商品如图 1-4 所示。

女装 1 成交金额 成交笔数 185亿 16322万	代客装修 6 成交金额 成交笔数 41亿 651万
男装 2 成交金额 成交笔数 67亿 5002万	箱包配饰 7 成交金额 成交笔数 35亿 2235万
手机 3 成交金额 成交笔数 48亿 394万	3C数码配件 8 成交金额 成交笔数 33亿 5665万
鞋靴 4 成交金额 成交笔数 48亿 3623万	家装建材 9 成交金额 成交笔数 32亿 1132万
美容护肤 5 成交金额 成交笔数 46亿 3780万	汽车用品/配件 10 成交金额 成交笔数 30亿 1887万

图 1-4 淘宝网销售额排名前十位的商品

3. 淘宝交易情况

根据近年来网商的销售情况分析,可以看出淘宝网交易量呈上升趋势,网上购物越来越成为主流的购物方式,下面是 2013 年年底淘宝网交易情况分析。

(1) 交易规模

截至 2013 年年底,中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿元,同比增长 29.9%。其中,B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元,同比增长 31.2%。网络零售市场交易规模达 18 851 亿元,同比增长 42.8%(见图 1-5)。

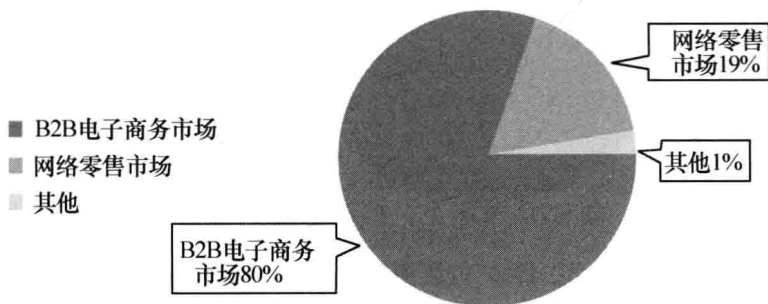


图 1-5 电子商务市场交易规模比例

(2) 区域

交易额排名前十的省(直辖市)包括广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建省、四川省和湖南省。

(3) 从业人员

截至 2013 年 12 月,电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。目前,由电子商务间接带动的就业人数已经超过 1680 万人。

(4) 细分领域

2013 年电子商务市场细分行业结构中,B2B 电子商务占 80.4%;网络零售交易占 17.6%;网络团购占 0.6%;其他占 1.4%(见图 1-6)。

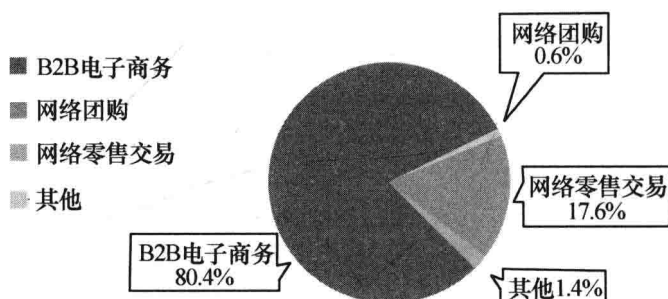


图 1-6 电子商务市场细分行业结构

(5) 市场

截至 2013 年 12 月,中国网络零售市场交易规模达 18 851 亿元,较 2012 年的 13 205 亿元增长了 42.8%。

(6) 企业

截至 2013 年 12 月底,国内 B2C、C2C 及其他电商模式企业数已达 29 303 家,较前一年增长 17.8%,预计 2014 年将达到 34 314 家。

(7) B2C

截至 2013 年 12 月,在 B2C 市场上,市场份额排名第一的依旧是天猫商城,占 50.1%;京东名列第二,占 22.4%;位居第三位的是苏宁易购,占 4.9%,四至十位依次为腾讯电商(3.1%)、亚马逊中国(2.7%)、1 号店(2.6%)、唯品会(2.3%)、当当网(1.4%)、国美在线(0.4%)和凡客诚品(0.2%)(见图 1-7)。

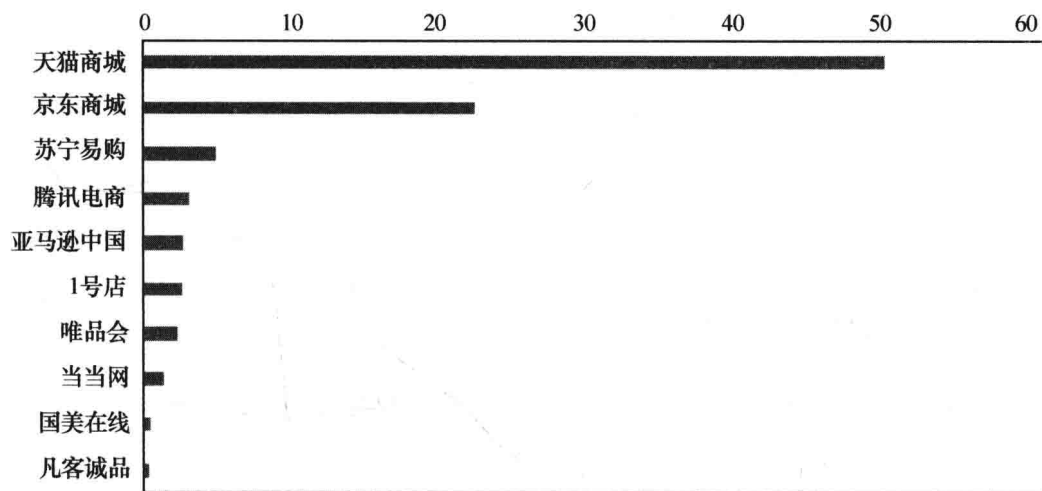


图 1-7 B2C 市场各电商市场占有率情况

(8) C2C

淘宝集市地位依旧稳固,截至 2013 年 12 月,淘宝集市的市场份额为 96.5%。拍拍网为 3.4%,易趣网为 0.1%,具体如图 1-8 所示。

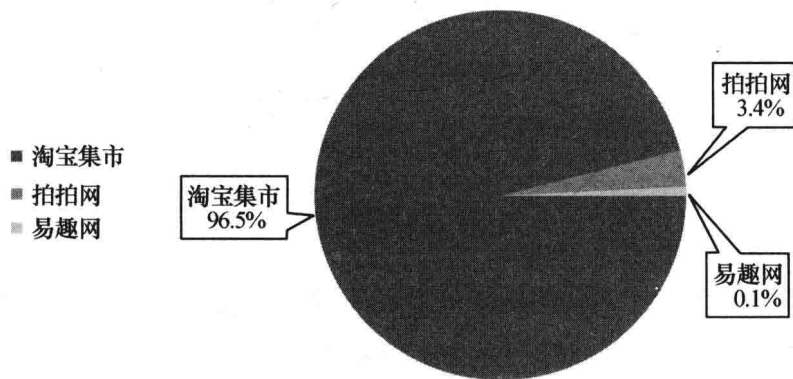


图 1-8 C2C 市场情况

(9) 用户

截至 2013 年 12 月,中国网购用户规模达 3.02 亿人,较 2012 年增长了 26.3%。

(10) 移动电子商务

截至 2013 年 12 月,中国移动电子商务市场交易规模达到了 2325 亿元,较前一年增

长了 141%，依然保持快速增长的趋势。到 2014 年，这一数字将达到 4124 亿元。

（11）海外代购

2013 年，中国海外代购市场交易规模达到了 767 亿元，较 2012 年增长了 58.8%。

通过上面的分析可以看出，数量庞大的网购用户促进了淘宝网以及各家电商的发展。

1.1.4 必要的经营理念

经营理念是指对组织环境、组织特殊使命以及完成组织使命的核心竞争力的基本认识。经营理念的表示方法及用语并没有一定的模式，东方国家的经营理念比较抽象，重视精神层面，比如“永续经营、永续服务、放眼天下、与您携手共创未来”等。

对于淘宝卖家来说，经营理念包括诚信交易、顺畅沟通、及时解决售后问题等。

1.2 微信开店那些事儿

每一个新媒体的出现都会带来营销方式的变革，微信也不例外，它已经拥有了近四亿用户，而且提供了公众平台，企业和个人都可以在微信上完成市场调研、客户管理、客户服务、销售支付、老客户维护、新客户挖掘等工作。

1.2.1 低成本、高利润成为微信优势

在微信上开店十分简单，只须注册一个微信账号即可，不需要像在淘宝上开店一样需要通过支付宝实名认证、发布 10 件以上的商品、通过开店考试等。

1. 淘宝开店流程（见图 1-9）

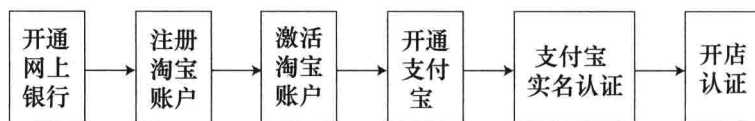


图 1-9 淘宝开店流程