

财 富 宝 典 系 列

陈 飞 彭文芳◎编著

网上开店 与创业

- 金融危机来袭，工资缩水，企业裁员，**网上开店赚钱**，如何在网上赚自己的第一桶金？
- 本书帮助你熟悉网上**开店操作流程**，让你掌握更多的网络营销知识，让你博得**盆满钵盈**。

在今后的三四年中，中国电子商务的增长速度将会是全球平均速度的4倍。

——eBay公司CEO 惠特曼



清华大学出版社



财 富 宝 典 系 列

陈 飞 彭文芳◎编著

网上开店 与创业

- 金融危机来袭，工资缩水，企业裁员，网上开店赚钱，如何在网上赚自己的第一桶金？
- 本书帮助您熟悉网上开店操作流程，让您掌握更多的网络营销知识，让您博得盆满钵盈。

在今后的三四年中，中国电子商务的增长速度将会是全球平均速度的4倍。

——eBay公司CEO 惠特曼



清华大学出版社
北 京



内 容 简 介

本书以网上开店的实际操作流程为主线,同时穿插了最新的创业知识、网络营销、物流和金融知识,总结了很多卖家在实际经营中遇到的问题,并给出了现在最为可行的解决方法。

本书共分8章、3个附录,主要内容包括:什么是网上购物、网上开店如何寻找货源、成功经营网店、给网店做营销、商品配送渠道、如何与顾客有效沟通、网上开店平台、如何在外国网上平台开店、中国主流快递公司联系方式、网上开店大卖家店铺展示、网上开店实用工具软件网址等。

本书非常适合想在网上开店创业的读者,同时也适合已经开办网店,但想进一步把网店生意做大做强的读者使用,也可以作为网络交易初级学者的参考书。

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 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网上开店与创业/陈飞,彭文芳编著. —北京:清华大学出版社,2009.7

(财富宝典系列)

ISBN 978-7-302-20463-3

I. 网… II. ①陈… ②彭… III. 电子商务—商业经营—基本知识 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第107412号

责任编辑:邹杰

装帧设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:何芊

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:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:169×230 印 张:21 插 页:1 字 数:296千字

版 次:2009年7月第1版 印 次:2009年7月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:32.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:032835-01

前 言

自 1998 年“电子商务年”以来，电子商务在全球发展迅猛，大约每 9 个月其交易额就翻一番，是全球最热门、最活跃的网络交易活动。目前，世界各国纷纷看好电子商务这块“新大陆”，它已成为各个产业部门最为关注的领域。

电子商务代表着未来贸易的发展方向，其应用和推广将给社会和经济带来极大的促进，具有强大生命力的现代电子交易手段已越来越被人们所认识。

1994 年全球电子商务销售额为 12 亿美元，1997 年达到 26 亿美元，增长了一倍多，1998 年销售额达 500 亿美元，比 1997 年增长近 20 倍。联合国发表的《2002 年电子商务和发展报告》预测，2010 年全球电子商务销售额可达 1 万亿美元，在未来 10 年将将有三分之一的国际贸易以网络贸易的形式来完成。

艾瑞咨询和淘宝网联合发布的《2008 年度网购市场发展报告》显示，2008 年中国网购市场的年交易额第一次突破千亿元大关，达到 1200 亿元，同比增长 128.5%；增幅也同比上升近 40%。由此可见，电子商务有着巨大的市场和无限的商业机遇，蕴含着现实和潜在的丰厚商业利润。

本书从网店的“钱”景谈起，并从实际应用的角度详细介绍网上开店与创业过程中各个环节的具体操作方法。

本书包括以下内容，具体章节介绍如下。

第一章介绍并分析网上购物现状，指出适合开网店的人群，以及开网店需要具备的硬件和软件条件。

第二章介绍了中国电子商务的发展趋势，解析网上开店商品种类组合以及热卖商品，讲解一些关于进货的知识和技巧。

第三章介绍网上开店平台的相关知识，以及装修自己店铺和构建网店的方法。

第四章介绍网上开店过程中关于商品描述、商品定价、宣传策略和沟通



技巧。

第五章分析网上购物顾客的心理和行为，介绍网店营销的手段和推广形式。

第六章介绍网店销售中物流、资金流和信息流的相关知识。

第七章介绍如何与顾客进行有效沟通并向顾客提供五星级的服务。

第八章介绍电子商务在国际贸易中的作用，如何在外国网上平台开店，以及国际汇款和配送业务的知识。

本书内容翔实，讲解全面，具有较强的可操作性，力求指导读者在了解网络交易的基础上，全面提升其操作技能。



目 录

第一章 今天——你开网店了吗？.....1	
一、网上开店与创业的发展	
“钱”景.....2	
(一) 什么是网上购物.....2	
(二) 我国网上购物现状分析.....4	
(三) 网上开店的优势.....9	
(四) 我国现阶段网上购物存在的 问题.....12	
二、网上开店与创业其实很简单.....15	
三、什么人适合开网店.....17	
(一) 哪种职业的人适合开网店.....18	
(二) 哪种类型的人适合开网店.....19	
四、开网店需要具备的硬件和软件 条件.....20	
(一) 网上开店所要具备的硬件 条件.....20	
(二) 网上开店所要具备的软件 条件.....22	
五、做好网上开店的准备.....27	
(一) 熟悉网上开店的流程.....27	
(二) 了解网上开店的经营方式.....30	
(三) 明确网店经营者的几种 身份.....30	
(四) 把握网店经营者的心态.....34	
案例 1：3 万元能开什么网店.....36	
案例 2：5 万元能开什么网店.....38	
第二章 开网店——我该卖什么 商品？.....41	
一、中国电子商务的发展趋势.....42	
二、开一家什么样的网络商店.....44	
三、网上开店卖什么商品最火.....46	
(一) 国际网络市场热卖商品.....47	
(二) 国内网络市场热卖商品.....49	
四、网上开店商品种类组合解析.....53	
(一) 主力商品解析.....53	
(二) 辅助商品解析.....54	
(三) 附属品解析.....54	
(四) 刺激性商品解析.....55	
五、网上开店之寻觅货源.....55	
(一) 寻找进货渠道.....56	
(二) 进货渠道利弊分析.....60	
(三) 防备货源骗子.....62	
案例 1：开一家婴幼儿用品店的 秘诀.....63	
案例 2：开一家女性服装店的秘诀.....65	
第三章 给你的网店安个家.....69	
一、网上开店创业的形式.....70	
二、网上开店平台.....72	
(一) 拍卖性质平台的特点.....73	
(二) 网上商城性质平台的特点.....81	
(三) 选择网上开店平台的标准.....82	
三、常见的网上开店平台全攻略.....84	
(一) 淘宝网开店攻略.....85	
(二) eBay 易趣网开店攻略.....89	
(三) 百度有啊开店攻略.....93	
四、装饰自己的小店.....96	
(一) 网店的取名原则.....97	



(二) 网店的模板下载	99
(三) 网店的店标制作	101
(四) 网店的其它细节布置	103
五、自己构建网站	104
(一) 网站的域名和空间	105
(二) 网站建设的原则	107
(三) 网站的建网工具	109
(四) 构建网站的六大优势	112
案例 1: 女大学生的网上赚钱攻略	113
案例 2: 男性饰品时尚网店赚钱 攻略	115
第四章 成功经营网店	119
一、网上开店之商品描述	120
(一) 商品名称	120
(二) 商品图片	124
(三) 商品描述	128
二、网上开店之商品定价	132
(一) 网上商品定价的几种形式 和特点	132
(二) 网上商品定价的原则	134
(三) 网上商品定价的技巧	135
三、网店经营的宣传策略	138
(一) 利用广告效应	139
(二) 行之有效的促销活动	144
(三) 互换友情链接	147
四、网店经营的沟通技巧	148
(一) 如何与供应商沟通	148
(二) 如何与访问者沟通	149
(三) 如何与竞争者沟通	151
(四) 如何面对买家的差评	151
五、扩大网上开店的规模	153

(一) 如何为店铺进行市场 定位	153
(二) 发展连锁分店	156
(三) 网上销售连锁	157
案例 1: 小红的化妆品店何以成功	158
案例 2: 小兰的银饰品店何以红火	159
第五章 给你的网店做营销	161
一、网上购物顾客的心理和行为 分析	162
(一) 多层次分析顾客消费 行为	162
(二) 全面掌握顾客十大消费 心理	166
二、网店营销的几种常见手段	171
(一) 应用广泛的 Email 营销	171
(二) 零成本的口碑营销	179
(三) 获取最有价值流量的搜索 引擎营销	185
(四) E 时代魅力无限的博客 营销	192
三、网络店铺的推广形式	198
(一) 网店在国内的推广营销	199
(二) 网店在国外的推广营销	201
四、传统营销与网络营销手段的 结合	203
(一) 传统营销与网络营销的 区别	204
(二) 传统营销与网络营销的 整合	205
案例 1: 游戏点卡营销经验	207
案例 2: 小店升钻营销秘籍	208



第六章 物流、资金流、信息流一个不能少

- 一、物流是电子商务的重要组成部分
- (一) 国内物流现状
- (二) 现代物流与电子商务
- (三) 电子商务物流配送
- (四) 第三方物流
- 二、网店销售的物流攻略
- (一) 商品物流的准则
- (二) 按商品类型包装
- (三) 商品的配送渠道
- 三、网上开店资金流要充裕
- (一) 资金流的重要性
- (二) 开网店需要充裕的资金
- (三) 办理网上银行
- (四) 第三方网上支付
- 四、网上开店信息流要及时统计与分析
- (一) 流量数据分析和优化
- (二) 销售数据分析和策略改进
- (三) 市场状况分析及策略
- (四) 行业数据分析及应用
- 案例 1: 小李不足 5 元的平邮故事
- 案例 2: 为何高信誉货源还让他栽跟头?

第七章 五星级服务你的客户

- 一、为你的网店引入五星级的服务理念
- (一) 为什么要研究消费者行为

(二) 有哪些因素影响消费者行为

(三) 有效影响买家的消费心理

二、如何与顾客有效沟通

(一) 与顾客主要沟通哪些问题

(二) 处理顾客咨询和投诉的方法

(三) 怎样处理顾客换货和退货

(四) 如何防止顾客流失

三、客户关系管理和客户服务

(一) 客户关系管理和客户服务基本知识

(二) 客户关系管理带给企业的价值

(三) 运用软件进行客户关系管理

案例 1: 海尔集团的诱惑源自何处

案例 2: 麦当劳的服务理念

第八章 生意做到国外去

一、为什么要把生意做到国外去

(一) 电子商务在国际贸易中的作用

(二) 选择网上开店平台做海外贸易

二、国外网上开店之商品选择

(一) 外国人网上购物习惯

(二) 我国在国外开店的热销商品



三、如何在国外网上平台开店	287	案例 1: 张小姐浅谈美国与中国两地	
(一) 在 eBay 上注册并认证	287	差异	316
(二) 开店前的准备工作	289	案例 2: 在网上做“老外”的生意	317
(三) 刊登策略	292	附录	319
四、国际汇款和配送业务	299	附录 1 中国主流快递公司	
(一) 常用的国际支付方式	299	联系方式	320
(二) PayPal 注册与认证	300	附录 2 网上开店大卖家店铺	
(三) 用 PayPal 收钱和提款	307	展示	321
(四) 跨国配送业务政策	309	附录 3 网上开店实用工具	
(五) 选择合适的货运方式	311	软件网址	323
(六) 中国邮政的跨国配送			
业务	313		
五、网上开店的未来展望	316		

第一章

今天——你开网店了吗？

网上开店与创业的发展“钱”景
网上开店与创业其实很简单
什么人适合开网店
开网店需要具备的硬件和软件条件
做好网上开店的准备





一、网上开店与创业的发展“钱”景

随着网络技术的发展，作为一种前卫创业模式的网店已经逐渐发展起来，其优势明显、前景广阔，更是众多无本创业者的绝佳机会。

网上购物，购销双方无需直接接触，只要轻点鼠标，便可下购物订单，不需要多长时间便可收到现货。目前，这种简单方便的网上购物方式正成为越来越多人的选择。无论在国内还是在国外，网上购物都已进入了快速成长期，网站繁荣的基础已经十分坚固，这也给许多没有钱，但又想过一把老板瘾的人提供了机会。

下面我们从几个方面进行分析，对上述结论进行阐述。

（一）什么是网上购物

网上购物已经被越来越多的人所接受，全新的购物体验 and 便捷的消费模式也正在更大范围内取代或扩展传统模式的购物方式，成为越来越多追求时尚的人的首选。

1. 网上购物的概念

只要一台电脑、一根网线就可以享受不一样的“逛街”带来的乐趣。足不出户，琳琅满目的商品就能尽收眼底。轻轻点击鼠标，从“逛街”到购物再到付款，全都轻松搞定，而你所要做的只是等待商品上门。即逛街、挑选、购买、议价、付款等购物环节，全部通过网络实现，最终达成买卖交易，这就是快捷便利的网上购物。



简单地说，网上购物就是改变传统的购物方式，利用网络直接购买自己需要的商品或是享受某种服务。从专业上讲，它是交易双方从洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易流程都通过 Internet、Web 和购物界面完成的一种新型购物方式(属于 B2C 模式)，是电子商务的一个重要组成部分。



专家坐堂 专业用语解释

B2B 是 Business to Business 的缩写，是企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。

C2C 是 Consumer to Consumer 的缩写，是消费者与消费者之间的电子商务。

B2C 是 Business to Consumer 的缩写，是企业与消费者之间的电子商务。

2. 网店经营的两种形态

一般来说，网上物品的经营大致可以分为两种形态：一种是电子商店，即提供网上购物或网上服务的营业者通过自己的网站，直接对网络使用者出售商品或者提供服务；另一种是电子商场，即由许多提供不同商品或者服务的营业者集中在一个网站中，网络使用者可以在同一个网站购买不同公司所提供的商品或者服务。一般而言，在前一种情况下，网站经营者同时又是商店经营者；而在后一种情况中，网站经营者则同时扮演着商店经营者与消费者中介的角色。

3. 网上购物的组成元素

必要元素：电脑、网络、商品、买家、卖家、购物/拍卖网站。

补充元素：物流/邮局、网上银行。

4. 网上购物的特征

便利性：无需花交通费，避免挤公车、晒太阳等情况；可以在家“逛商店”，不再受时间限制；从订货、买货到货物上门都无需亲临现场，既省时又省力。

及时性：网店与一般的实体商店最大的一点区别就是“永不打烊”。没有

时间的限制，无论是晴天还是阴天，白天还是黑夜，你都可以在这里淘到喜爱的商品。

无限性：打破地域限制，网上商店提供了琳琅满目的商品，超低的价格，还能从中淘到很多特殊稀少的珍贵商品，并获得大量的商品信息。通过网络购物还能方便结识更多全国各地乃至世界各国的朋友。总而言之，在网上购物可以说是只有想不到的，没有找不到的。

安全性：不用担心出门钱包被盗、被抢。只需要开通财付通、支付宝等在线支付工具就可放心购物。买得放心，用得自然就更开心。腾讯财付通注册界面如图 1-1 所示。

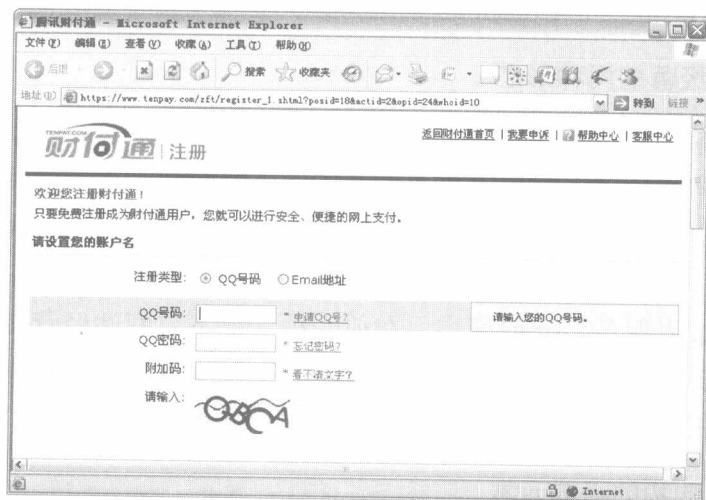


图 1-1 腾讯财付通注册界面

(二) 我国网上购物现状分析

随着电子商务的普及，网上购物以其便捷、省时、省钱和安全等特点为人们所青睐。CNNIC 在其发布的《中国互联网络热点调查报告》中显示：在我国有 17.9%的网民在半年内有过网络购物经历，在浏览过购物网站的网民中，有 29.6%的人在半年内有过网络购物经历，有过网络购物经历的被访者



中有超过 90%的人今后会继续进行网络购物；有 63.7%没有购物经历的网民表示今后会尝试网络购物。这些数据表明了我国网上购物市场的巨大潜力。

在购物平台上闲逛已逐渐成为很多人的新爱好，网上闲逛就像日常的逛街一样，既可以打发时间，又可以淘到喜欢的商品，而且还可以结识一群兴趣爱好相同的朋友。根据艾瑞咨询(iResearch)访谈数据显示，上半年访问淘宝网但未购物的用户当中，无明确购物需求、只是随便闲逛的用户比重无论是在淘宝网会员，还是非会员当中的比例都较高。

据艾瑞咨询分析显示，网上闲逛已逐渐成为一种新的时尚，这一方面说明网购在网民中的渗透不断加深，另一方面网购也对企业进一步提升购物平台服务水平提出了更高要求，这部分闲逛的用户作为潜在的消费群体，如果加以引导和培育，必将会成为网购增长的新动力。

由上述可见，网络购物已经成为消费者的生活习惯，广泛渗透到用户的日常生活和工作当中，成为人们日常消费的重要渠道。

根据艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统 iUserTracker(以下简称艾瑞 iUserTracker)监测数据显示，2008 年上半年网上购物网站的月度覆盖人数持续上升，越来越多的网民加入到网络购物的行列。同时根据淘宝网数据显示，其注册用户规模也呈现直线上升趋势，截至 2008 年 6 月份，已达 7200 万人。这些数据都说明了网上购物逐渐向越来越广的人群渗透。随着渗透的加深，网购已开始逐步影响更多人的生活。具体数据如图 1-2 所示。

网上购物突破了传统购物的障碍，无论对消费者、企业还是市场都有着巨大的吸引力和影响力。总之，越多的人热衷于网上消费，就越能给我国电子商务市场带来更多的活力。

1. 网上购物群体

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现之一，随着中国整体网上购物环境的改善，网上购物市场的增长趋势日益明显，经济发达城市的网上购物普及率与其他城市相比更高。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2008 年 7 月份发布的统计报告，上海网民中，有网上购物经历的比



例达到了 45.2%，是网上购物最为普及的城市。其次是北京，网民中有网上购物经历的比例为 38.9%。

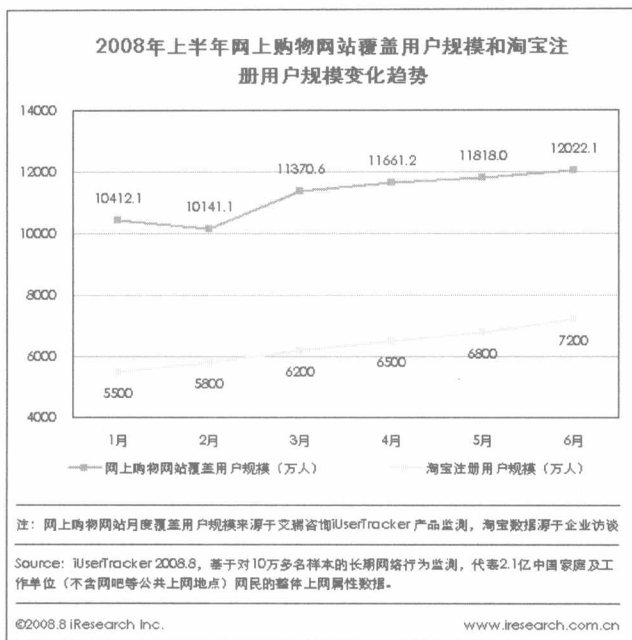


图 1-2 艾瑞 iUserTracker 监测数据

目前，国内网民群体呈现以下趋势。

- 仍以年轻人为主。
- 性别趋于平衡。
- 学历稳中有降。
- 学生和企事业单位员工仍然是主体。



知识拓展 国外网民购物情况

在网络经济发达的西方国家，网上购物已具规模。据法国电子商务及远程销售联合会 2008 年 1 月 24 日公布的数据，2007 年法国网上购物继续保持强劲上涨势头，网上购物总额大幅增加。数据显示，法国 2007 年网上购物交



易总额达 161 亿欧元，增长了 35%，而 2004 年网上购物总额还只有 57 亿欧元。该联合会预计，到 2010 年，法国网上购物交易总额将达到 314 亿欧元。而其他国家，如美国、德国、英国等国的网上购物同样方兴未艾，销售数据快速增加，已成为网络经济的重要增长点。

2. 网上购物的优势

网上购物如此受欢迎，那么网上购物的优势具体体现在哪里呢？下面就分别从消费者、商家以及市场的角度来进行分析。

(1) 从消费者角度来说：

第一，可以在家“逛商店”，订货不受时间的限制。

第二，可以获得大量的商品信息，可以买到市场没有的商品。

第三，与传统的现金支付相比，在做好安全防范的情况下，网上支付更加安全，可以避免现金丢失或遭到抢劫等意外事故的发生。

第四，从订货、买货到货物上门，整个流程消费者无须亲临现场，既省时又省力。

第五，由于网上商品省去租店面、雇员工及储存保管等一系列费用，所以成本较低，其商品价格较一般商场的同类商品相比更便宜。

(2) 从商家角度来说：

第一，由于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。

第二，通过互联网对市场信息的及时反馈，适时调整经营战略，可以提高企业的经济效益和参与国际竞争的能力。

(3) 对于整个市场经济来说：

网上购物这种新型的购物模式可在更大的范围内、更多的层面上以更高的效率实现资源配置。

现在我们再通过数据图表来说明为什么消费者越来越青睐网上购物这种新方式，如图 1-3 所示。

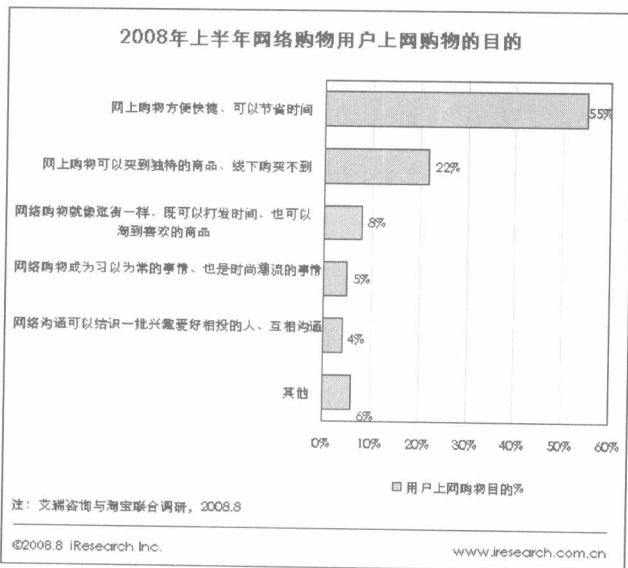


图 1-3 2008 年上半年网络购物用户上网购物的目的

综上所述可以看出，网上购物突破了传统商务的障碍，无论对消费者、企业还是市场都有着巨大的吸引力和影响力，“钱”景十分可观，“钱”途无量！

3. 网上购物安全性分析

网上购物虽然从各个角度看都是有强大而独特的优势。但是，通过网络进行交易，还是存在一些或大或小的不安全因素。以下通过两种卖家对象来进行简单分析，并在总结了一些购物人群的经验教训后，提出一些看法和建议。

(1) 卖家为一个独立的个体。若卖家是一个独立的个体，那么就需要看他的信誉度，没有好的信誉度的卖家是很难让人信任的。当然并不是所有的网上商店都是骗人的，但也不能排除其可能性。建议大家去一些大型的网站去购买。

(2) 卖家为一家公司。一个集体的信誉度一般要比个体的信誉度高。若卖家是一家公司，主要看的就是这个公司网站是否真实。可以在网上查阅相关网站的资料以分辨真假。因为一个公司的注册是要有一些程序的，不能凭空出现。如果你觉得上了当，可以直接去工商管理部门对该公司进行投诉。