



零基础学网店装修 (配视频教学)

开店技巧、宝贝采集、店铺配色、图像处理、视觉提升、网店布局全攻略

淘宝天猫 网店美工实战

罗庚 王红蕾 谷鹏 等编著



轻松开网店、用心做设计
打造与众不同的旺铺

全彩印刷
视频、源文件、
素材和PPT课件
一应俱全

从零开始，你的店铺你装修

拍摄吸引眼球的商品图片，对图片快速美化，设计提升流量的视觉图和广告
精心设计60多个与装修网店相关的实例，并配有90节长达3.5小时的教学视频



机械工业出版社
China Machine Press



淘宝网天猫 网店美工实战

罗庚 王红蕾 谷鹏 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

淘宝天猫网店美工实战/罗庚等编著. — 北京: 机械工业出版社, 2017.12

ISBN 978-7-111-58701-9

I. ①淘… II. ①罗… III. ①电子商务—网站—设计 IV. ①F713.361.2②TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第310358号

本书以实例和设计理论相结合的方式逐步体现装修在网店中的重要性。根据装修网店所应了解的各个知识点, 精心设计60多个与装修网店相关的实例, 并配有90多个教学视频。其中, 设计旺铺应该了解的知识、店铺配色、提升店铺流量的视觉图、提升转化率的装修图设计部分为综合性质的实例, 图片空间与Dreamweaver在店铺中的应用和店铺可装修区域的应用部分为淘宝后台装修实战案例。

本书技术实用、讲解清晰, 并提供配套的PPT课件, 既可以作为初次开店想自己装修店铺的初中级读者的学习用书, 也可以作为大中专院校相关专业及电子商务方面培训班的教材。

淘宝天猫网店美工实战

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 夏非彼 迟振春

责任校对: 闫秀华

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2018年1月第1版第1次印刷

开本: 188mm × 260mm 1/16

印张: 17.5

书号: ISBN 978-7-111-58701-9

定价: 69.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379426 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

P 前言 reface

随着网店的不断发展，在网上随便开一间网店就能赚钱的时代已经一去不复返了。现在的网店无论是在布局、色彩及装修格调上都已经发生了翻天覆地的变化，如果想要自己的网店能够吸引流量，就要在店铺的整体及细节上做文章，以此来吸引买家驻足。在网店中能直接引起买家购买欲望的除了价格和产品特色之外，还有整体网店的配色和装修格局。

对于卖家而言，能够产生经济效益的店铺才是好的店铺。在价格与特点都大体相同的情况下，好的网店装修界面绝对是提升卖点的保证。

现在市面上流行的网店装修书籍，大多数是以理论和实例两种形态存在的，本书则是将两者的特点合二为一，使网店经营者不仅可以了解装修的理论，还可以通过书中大量的实例来完成实践操作的过程，使读者在学习时少走弯路。

因为本书凝聚了作者多年丰富的电商教学经验及网店经营与装修的实际设计工作经验，所以通过本书读者可以快速学习网店装修过程中的经验和技巧，解决开店装修中的难题，提高开店水平，快速成为网上销售高手。

本书特点

本书内容由浅入深，每章都很丰富，力争涵盖网上店铺装修中的全部知识点。本书具有以下特点：

- 内容全面，几乎涵盖了网店装修所涉及的图像、配色、视觉细节和整体店铺装修的各个方面。
- 理论与实践相结合，书中实例的运用都是以软件某个重要知识点展开，使读者更加容易理解和掌握，进而能够举一反三。

- 软件与后台相结合，在Photoshop中完成效果图像的编修、在Dreamweaver中进行代码的编辑，最后直接在淘宝网后台中对之前设计制作的模块元素进行运用。
- 书中关键的功能及实例部分都配有相应的视频，可以让读者更快、更轻松地掌握网店装修知识。
- 配套PPT课件，让学习更加轻松。

本书内容

全书共8章，依次讲解了开店前的准备与开店、店铺宝贝的采集、设计旺铺应该了解的知识、店铺配色、提升店铺流量的视觉图、提升转化率的装修图设计、图片空间与Dreamweaver在店铺中的应用和店铺可装修区域的应用。

作者在编写本书时，希望能够将自己实际授课和设计装修制作过程中积累下来的宝贵经验与技巧展现出来，使读者在体会网上店铺装修的同时，把设计思想和设计创意通过装修软件反映到店铺整体界面制作的视觉效果上。

云下载

本书的视频、素材、源文件和PPT课件的下载地址为：

<http://pan.baidu.com/s/1gePxBDh>（注意区分数字和英文字母之间的大小写）。

若下载有问题，请发送电子邮件到booksaga@126.com，邮件主题为“淘宝天猫网店美工实战”。

本书主要由罗庚、王红蕾和谷鹏编著，同时参与编写工作的还有陆沁、时延辉、戴时影、潘磊、刘冬美、尚彤、刘绍婕、陈美荣、吴国新、葛久平、孙倩、殷晓峰、谷鹏、赵頔、张猛、齐新、王海鹏、刘爱华、王君赫、张杰、胡渤、张凝、张希、周荣、周莉、陆鑫、刘智梅、黄友良、蒋立军、沈桂军、关向东、刘丹、王凤展、卜彦波、袁震寰、田秀云、霍红等。

由于作者水平有限，书中疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

编者

2017年10月

前言

第1章 开店前的准备与开店..... 1

- 1.1 网上浏览行业旺铺 1
 - 1.1.1 通过店铺数量选择行业旺铺 1
 - 1.1.2 通过店铺的等级研究 3
 - 1.1.3 通过店铺的装修分析 3
- 1.2 批发城实地调研 4
- 1.3 客户群定位 4
- 1.4 选择经营商品 5
- 1.5 网上开店 7
 - 1.5.1 淘宝开设店铺的特点 7
 - 1.5.2 淘宝网开店的基本流程 8

第2章 店铺宝贝的采集..... 13

- 2.1 通过拍摄采集宝贝 13
 - 2.1.1 相机所需具备的基本功能 13
 - 2.1.2 拍摄所需的辅助器材 19
 - 2.1.3 宝贝拍摄的要求与技巧 21
 - 2.1.4 基本构图与商品摆放 25
 - 2.1.5 为宝贝拍摄主图视频 27
- 2.2 视频的简单编辑 27
 - 2.2.1 视频软件介绍 27
 - 2.2.2 生成视频 33
 - 2.2.3 使用Camtasia Studio剪辑视频 35
- 2.3 厂家图片下载 39

第3章 设计旺铺应该了解的知识40

- 3.1 为什么要装修店铺40
 - 3.1.1 美化各个元素的意义41
 - 3.1.2 设计各个元素需要掌握的知识41
- 3.2 宝贝图片处理48
 - 3.2.1 剪裁与倾斜校正48
 - 3.2.2 修饰宝贝图像52
 - 3.2.3 商品宝贝瑕疵修复57
 - 3.2.4 商品宝贝调色处理64
- 3.3 网店图片多种抠图技巧70
 - 3.3.1 规则形状抠图71
 - 3.3.2 简单背景抠图73
 - 3.3.3 复杂图形抠图75
 - 3.3.4 毛发抠图82
 - 3.3.5 图层关系替换背景83
 - 3.3.6 透明宝贝的抠图方法86
 - 3.3.7 综合抠图方法88
- 3.4 文案在网店美工中的作用90
 - 3.4.1 为什么要做文案90
 - 3.4.2 文案怎样写90
 - 3.4.3 文案的布局91
 - 3.4.4 活动文案95

第4章 店铺配色96

- 4.1 认识网店色彩97
- 4.2 网页安全色97
- 4.3 网店配色99
 - 4.3.1 自定义页面的主色与辅助色99
 - 4.3.2 网店色调与配色101
 - 4.3.3 色彩采集114
 - 4.3.4 色彩推移116
- 4.4 色彩与网店页面117
 - 4.4.1 色彩对比117
 - 4.4.2 色彩调和122

4.5 网店页面色彩分类	123
4.5.1 静态与动态色彩	123
4.5.2 强调色彩	124
4.6 商品色调风格调整	124

第5章 提升店铺流量的视觉图

125

5.1 设计店标	125
5.1.1 店标设计的原则	126
5.1.2 店标的作用	126
5.1.3 店标的制作构思	126
5.1.4 店标的制作过程	127
5.1.5 动态旺铺店标设计	131
5.1.6 发布店标	133
5.2 直通车图片设计	135
5.2.1 直通车图片的设计原则	135
5.2.2 直通车在淘宝中的位置	140
5.2.3 设计与制作直通车图片	141
5.3 钻展图片设计	144
5.3.1 钻展图片的设计原则	144
5.3.2 钻展图片主图设计与制作	145
5.3.3 钻展图片右侧小图设计与制作	149

第6章 提升转化率的装修图设计

151

6.1 店招设计	152
6.1.1 店招的设计原则	152
6.1.2 全屏店招的设计与制作	152
6.1.3 标准店招的制作	157
6.1.4 带导航的全屏店招背景制作	158
6.1.5 带导航的标准店招制作	158
6.2 首屏广告或焦点图设计	160
6.2.1 全屏广告图设计与制作	160
6.2.2 标准950广告图制作	168
6.3 其他区域广告制作	169
6.3.1 750广告图设计与制作	169
6.3.2 190广告图设计与制作	171

6.3.3	图像陈列设计与制作	173
6.3.4	项目区图像设计与制作	176
6.4	宝贝分类设计	178
6.4.1	宝贝分类的设计原则	178
6.4.2	宝贝分类图片设计与制作	179
6.4.3	子宝贝分类设计	182
6.5	店铺收藏与客服制作	183
6.5.1	店铺收藏图片设计与制作	184
6.5.2	客服图片设计与制作	187
6.6	店铺公告模板设计与制作	189
6.6.1	750店铺公告模板设计	189
6.6.2	750店铺公告动态模板设计	190
6.6.3	190店铺公告模板设计	192
6.7	详情页设计与制作	193
6.7.1	详情页的设计思路及操作流程	193
6.7.2	详情页的格局构成	194
6.7.3	详情页的设计原则	196
6.7.4	详情页的设计与制作	197
6.8	通过切片工具创建切片	202

第7章 图片空间与Dreamweaver在店铺中的应用 204

7.1	进入图片空间	205
7.2	编辑图片空间	205
7.2.1	新建文件夹管理图片	205
7.2.2	删除图片空间中的文件夹	207
7.2.3	上传优化好的图片	208
7.2.4	图片搬家	209
7.2.5	恢复删除的图片	210
7.2.6	全选图片	212
7.2.7	替换图片	212
7.2.8	编辑图片	212
7.2.9	适配手机	213
7.2.10	为图片添加水印	213
7.3	复制图片空间中的图片链接	214

7.4 Dreamweaver工作界面	215
7.5 创建表格	216
7.6 编辑表格	217
7.6.1 单元格选取技巧	218
7.6.2 重设表格的行列数	218
7.6.3 调整表格宽度	219
7.6.4 调整边距/间距/边框	219
7.6.5 行/列的插入与删除	220
7.6.6 调整列宽/行高	220
7.6.7 单元格的拆分/合并	220
7.6.8 嵌套表格	221
7.6.9 清除表格的宽度/高度	222
7.6.10 单元格的其他设置	222
7.7 插入图片	223
7.8 以背景方式插入图片	224
7.9 粘贴图片空间中的图片链接到Dreamweaver代码区	225

第8章 店铺可装修区域的应用227

8.1 统一店铺的配色	227
8.2 新建店铺自定义页面	228
8.3 替换店招	229
8.3.1 制作通栏店招	229
8.3.2 通过代码制作带导航全屏店招并添加链接	232
8.4 轮播图的应用	235
8.4.1 标准轮播图的应用	235
8.4.2 全屏轮播图的应用	238
8.5 自定义广告的应用	241
8.5.1 标准通栏广告的应用	241
8.5.2 全屏广告的应用	244
8.5.3 750广告与190广告的应用	246
8.6 宝贝分类的使用	250
8.6.1 应用宝贝分类	250
8.6.2 应用子宝贝分类	253

8.7 店铺公告模板的应用	255
8.7.1 在Dreamweaver中插入背景图像并输入内容	255
8.7.2 复制图片空间中链接	256
8.7.3 编辑代码完成公告效果	257
8.8 店铺收藏的应用	258
8.8.1 获取店铺收藏的代码	258
8.8.2 店铺收藏的应用	259
8.9 联系我们的应用	262
8.9.1 为制作的图片创建切片并导出网页	262
8.9.2 在Dreamweaver中生成代码	263
8.9.3 在旺遍天下中获取代码	264
8.9.4 在Dreamweaver中应用代码并替换图片的代码	264
8.9.5 联系我们的应用	266
8.10 详情页广告的应用	267

第1章 开店前的准备与开店

重点提示

- ★ 网上浏览行业旺铺
- ★ 批发城实地调研
- ★ 客户群定位
- ★ 选择经营商品
- ★ 网上开店

网店在开启之前一定要先进行一下策划，包含开店前需要做什么？店铺开起来之后需要做什么？这样才能做到心中有数、有备无患，具体的分工如图1-1所示。

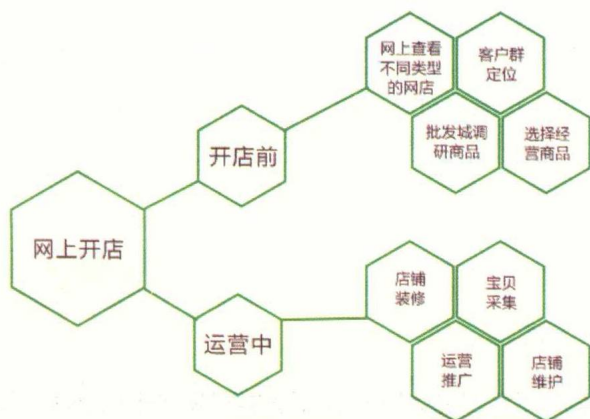


图1-1 开店导图

在确定要开一家网上店铺作为自己创业的一部分时，一定要做好前期的准备，比如店铺卖什么，受众人群的定位等，都需要在店铺运营之前进行解决。

做好充分的准备，可以让投资风险降到很低，本章就按照真实店铺上线之前要做的准备进行详细说明，其中包含网上浏览行业旺铺、批发城实地调研、客户群定位及选择经营商品。

网上浏览行业旺铺

1.1

在网上销售比较好的商品也就是在外面很少见的，比如一些新潮的，让一些年轻人去购买，价格的高低也决定了你的生意好坏，想要低成本，最好选择小精品，时尚的东西，受众人群多的产品。

1.1.1 通过店铺数量选择行业旺铺

从店铺的数量来看，店铺数量最多的是女装/女士精品/童装，为35434家，排在第一位；二

至五位分别为：化妆品/香水/护肤品，18277家；珠宝首饰/手表/眼镜，18182家；日用/家电/食品/物流，11795家；电脑网络及相关设备11057家，这几类商品店铺数量占了总数是53.8%。以上数据说明了这类商品在淘宝是很热门、很有市场的，同时也看出该类商品竞争的激烈程度。

观察下面的数据，网上卖什么最赚钱，什么好做就一目了然了！（数据仅供参考）统计事例选了100个淘宝钻石大卖家，4个五钻，35个四钻，61个三钻。

• 提示 •

淘宝店铺每天都在变化，具体的数据大家可以根据情况自行查看。

我们来看看在淘宝上卖什么这么火，他们为什么做得这么好，能够在上百万家淘宝店中脱颖而出。

- 4个五钻都是点卡卖家，还有16个四钻卖家，4个三钻卖家，占百家钻石的24%。
- 衣服卖家四钻的有3家，三钻的有14家，占百家钻石的17%。
- 化妆品卖家四钻的有8家，三钻的有8家，占百家钻石的16%。
- 饰品卖家四钻的有2家，三钻的有12家，占百家钻石的14%。
- 家用小商品四钻的2家，三钻的有4家，占百家钻石的6%。
- 包包卖家四钻的有2家，三钻的有2家，占百家钻石的4%。

玩具卖家3钻的有3家，卡通用品卖家3钻的有2家，户外野营卖家3钻的有2家，减肥专卖的3钻有2家，CD卖家3钻的有2家，其他特色卖家有四钻的东东小铺的摄影棚，四钻的慈溪蓝天电子配件，三钻的还有汽车用品、婚庆用品、景德镇瓷器、床上用品、东北特产、邮票等，如图1-2所示的店铺为金冠店铺和钻石店铺。

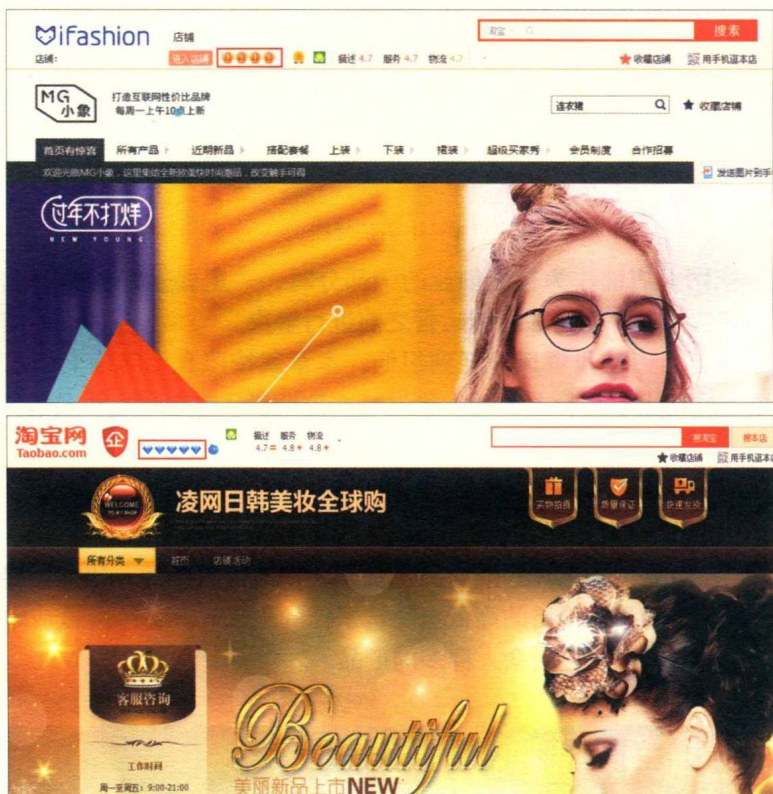


图1-2 皇冠与钻石店铺

1.1.2 通过店铺的等级研究

店铺的等级越高证明卖的东西越多，也就是说属于好卖热卖范畴。

淘宝信用评价是会员在淘宝网交易成功后，在评价有效期内（成交后1~45天），就该笔交易互相做评价的一种行为。只有使用支付宝并且交易成功的交易评价才能计分，非支付宝的交易不能评价。淘宝信用度等级如何递增，淘宝卖家等级淘宝会员在淘宝网每使用支付宝成功交易一次，就可以对交易对象作一次信用评价。评价分为“差评”“中评”“好评”三类，每种评价对应一个信用积分，具体为：“差评”扣一分，“中评”不加分也不减分，“好评”加一分。在交易中作为卖家的角色，其信用度分为以下20个级别，如图1-3所示。淘宝卖家信誉等级表淘宝信誉五金皇冠是最高级别，对应的评分10000001以上。无论你的身份是买家或卖家，淘宝信誉等级划分规则是一样的。

4分-10分	♥
11分-40分	♥♥
41分-90分	♥♥♥
91分-150分	♥♥♥♥
151分-250分	♥♥♥♥♥
251分-500分	♥♥
501分-1000分	♥♥♥
1001分-2000分	♥♥♥♥
2001分-5000分	♥♥♥♥♥
5001分-10000分	♥♥♥♥♥♥
10001分-20000分	♥♥
20001分-50000分	♥♥♥
50001分-100000分	♥♥♥♥
100001分-200000分	♥♥♥♥♥
200001分-500000分	♥♥♥♥♥♥
500001分-1000000分	♥
1000001分-2000000分	♥♥
2000001分-5000000分	♥♥♥♥
5000001分-10000000分	♥♥♥♥♥
10000001分以上	♥♥♥♥♥♥

图1-3 店铺等级

1.1.3 通过店铺的装修分析

一个店铺运用店主是否用心，最直接的就是在他的店铺中看看装修效果，也就是店铺的脸面。

这里我提到的装修，很多朋友会有两个疑问，什么是好的装修，怎么才能有的好的装修？一个来，首先来讲，好的装修是有风格的，让人进去眼前一亮，这个风格可以在人们脑袋中保存很久很久，这就是好的装修，个性！统一！文案适合你的群体！内页优秀！……那么问题来了，如何做到呢，首先来讲去套用一些免费模板是不可取的，你能找到，你的对手也能找到，何况你的对手不止一个。好的装修加上精致的商品图片绝对可以为您带来更多的赚钱机会，如图1-4所示装修店铺。

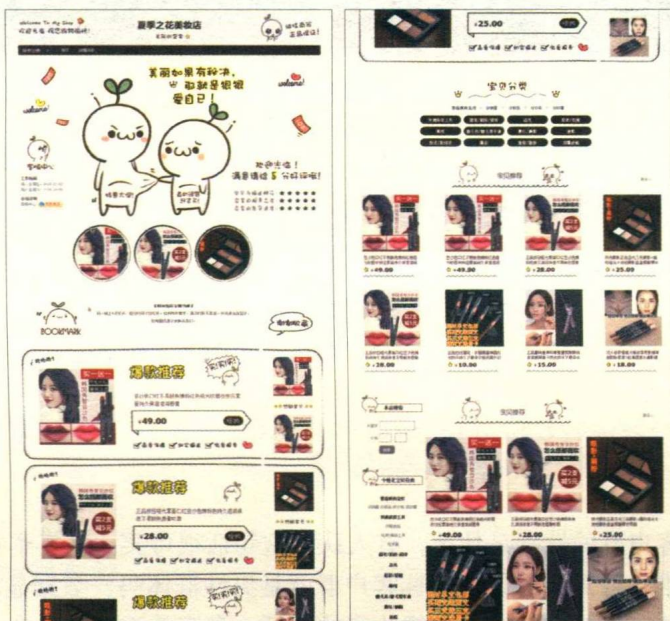


图1-4 店铺装修

1.2

批发城实地调研

在网上查看店铺虽然很方便，但是不能直接感受商品的真实感，这时我们可以到自己比较认可的批发城进行实地调研，好处是可以直接用眼睛看到各式各样的商品，能够让您对所要了解的商品进行直观的比对，还可以非常清楚地看到具体那种甚至哪个商品出货量比较快，最笨的方法就是看哪款商品进货的人比较多，这样就能知道在网上进行销售时的大概出货情况，在批发城中都滞销的商品，放到网上同样也会压货，因为对某种商品来说大多数人的喜好还是差不多的。弊端就是实地考察时会对身体造成很大的疲劳感，如果看得商家少了就不能达到预期的效果。

在批发城进行实地调研，不但可以查看具体商品的出货情况，还能在多种商品中找到自己要在网上买的商品，在网上最好销售的东西也就是在外面很少见的东西，比如一些新潮的，让一些年轻人去购买，价格的高低也决定了你的生意好坏，想要低成本，最好选择小精品，时尚的东西最好，新潮、时尚的商品在批发城也同样是出货量比较大的一部分，只要用心找到一款自己用来网上创业的商品绝对不难，结合网上的浏览选几样自己觉得不错的商品，如图1-5所示的图片为批发城所拍摄的商品照片。

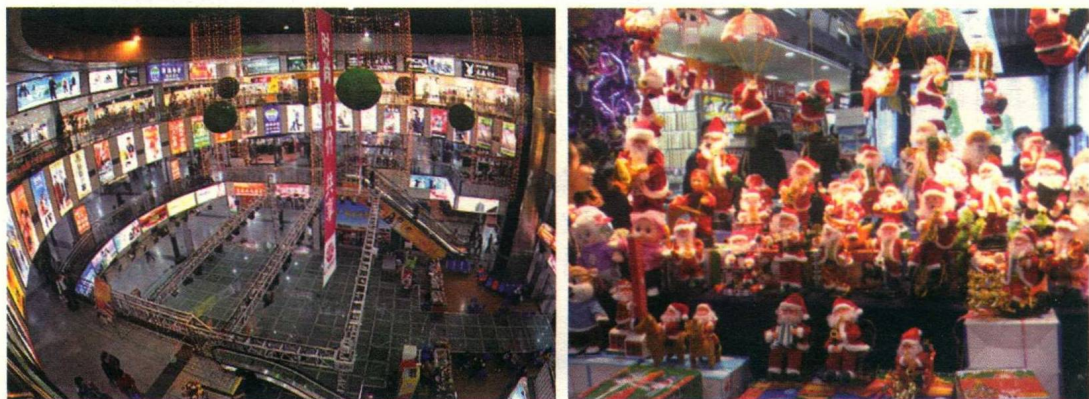


图1-5 批发城商品照片

1.3

客户群定位

开店之前，根据自己产品特点，需要明白你的客户群是谁？目标客户群的定位可以细分为多个维度，例如针对性别的定位除了包括男人、女人、儿童、情侣外，不同组合会有不同的定位。而除了性别还有年龄、职业、生活环境等不同的定位维度。

1. 性别

首先要明确目标客户群的性别是什么，有人认为这句话很可笑。其实本意是想让卖家了解，真正下单购买的人是谁？像男装，他的目标客户群就是男性群体吗？数据显示，有40%左右的男装购买人群是女性群体。而特殊的产品，像儿童的产品，卖家是否明确受众人群是谁呢？显然，在儿童类商品中，受众人群通常是女性。这些都需要大家仔细考虑的。

2. 年龄

不同的年龄段有不同的购物特点，我们需要仔细分析一下目标客户群的年龄段问题，18~23岁消费者大多是在校学生，有一定的消费基础，但是消费的都是父母的钱，所以他们在低价和高性价比上有过分的追求，也有人喜欢比较昂贵的东西。24~29岁的消费者，刚刚走出校门或处于就业上升期的人，往往需要构建家庭，理论上讲是比较有消费实力的，但是迫于家庭的压力，消费能力也略有下滑。30左右的消费者，大多属于领导和管理阶层，在为父母和子女购买商品的时候，偶有大手笔的消费，消费能力呈现上升趋势。

3. 风格

这里说的风格定位，可以说是目标客户群的风格定位，或是产品本身风格定位。现在，对于女装类目下的风格已经出现40多种风格的细分流派，而主流的服装风格也有十几种，例如常见的民族、欧美、百搭、韩版、田园、学院、朋克、街头、简约、淑女等等。

有人说为什么要对目标客户群进行这么精准的定位呢，太麻烦了。通过对客户群的定位，我们可以详细了解客户群的心理需求，这样就可以通过努力满足客户的需求。顾客满意了，店铺的销量也就不担心了。

选择经营商品

1.4

对于生意人来说，商品能否热卖关系到生意的生死存亡。热卖不热卖，就看商品有没有卖点。卖点意味着商品是否有市场，是否能带来利润，是否能引发抢购狂潮。对于网店来说，卖点就是网店的立足点和赢利点。网店里的商品没有卖点，那么这家网店很可能门庭冷落。只有店内商品具备新颖、独特的卖点，才能激发顾客的购买欲望。

如今，网上开店每天都有新店开业，竞争也开始激烈起来，网店要想赢利，必须要有较多的卖点。尤其是新晋卖家，级别低，没有经营经验，没有固定的顾客，想要突破开业初期的经营困境，只有发掘出具有卖点的商品，才能在竞争中站稳脚跟。这是非常关键的一步。从当前的网店销售情况与市场需求来看，热卖的有如下几类商品：

1. 时尚好玩的高科技网店产品

现代科技的发展可谓是一日千里，电脑或数码产品的更新速度更是日新月异，一些时尚的高科技爱好者总想跟上潮流，但好多产品刚买回家没几天就过时了，市场上马上又出现了升级换代的新产品。如果跟着潮流换吧，刚买了没几天的产品就会贬值不少，换成新产品又要花一大笔钱，着实让人心疼；不换吧又落后于时尚，总是心有不甘。于是，不少人选择在商品价格更为低廉的网上购买这类产品。

在网上经营时尚高科技产品，应该具备一定的专业知识，这样就可以辨别产品优劣及帮助买家排除一些小故障等。同时，也要关注潮流，随时留心有什么新产品出现，以保证可以供应质量好、价格优的新品。

2. 统一规格从方便中得利益

图书因其具有标识清晰、规格统一、特征容易描述、同种商品个体之间无差异等特性而成为发展电子商务的最为理想的商品类型，是非常适合网上经营的一个产品，也应该算是最早在网上

销售的一种商品。当前世界上头号电子商务网站“亚马逊”，最初就是靠卖书起家的，国内也有当当网及亚马逊子公司卓越网等大型图书经营网站。

网店卖书主要体现在两个方面：一是购买方便，读者在网上查找到自己所需要的图书后，可立即发出购书信息，几天后就可收到所购图书，不必跑到书店从一大堆书里翻来翻去寻找自己所需图书；二是售价便宜，网上售卖的图书，一般都有比较大的折扣，就算加上邮寄费用，也会比去书店里购买便宜不少。当前，已经有越来越多的网民开始选择在网上购书。

3. 专卖店才买得到的特色商品

随着人们经济水平的提高，生活中开始有越来越多的体育产品爱好者，但这类产品大多只在专卖店才有经营，并且专卖店一般只在大中城市才有，经营网点比较少，而在一些小城市，基本没有这类专卖店，所以，在网上购买便成了不少人的第一选择和唯一选择。如果有合适的渠道，在网上开一家体育用品店，就可以有效弥补这一需求，应该会取得不错的经营效果。

4. 男人的钱不比女人的钱难赚

做生意的人都知道女人的钱好赚，因此，女性用品专卖店比比皆是。但是，我们却很关注男性购物需求。

男人在购物时大多不喜欢讲价，因此，经营男性用品，质量最好有保证、价格最好明码实价，不要含什么水分，因为好多男人购物时看价格能接受才跟店主谈，价格不合适的话他可能连问也不问，所以，不要让虚高的价格把真正的买主吓跑。

• 提示 •

在做男人为主的店铺时，首先应该在内容上先吸引住买家的眼球，大致可以在品质、详情以及价格等方面上做足功夫。

5. 针对女人与孩子的网店商品

说了这么多到底什么是最好卖最容易让店铺快速盈利的呢？直接针对女人和孩子，因为逛淘宝店铺的买家，女性占70%还多，既然买家多那么成交率自然就会增加，针对孩子，现在的家长都不会为了节省那几十或几百而让孩子不高兴，通常孩子们会有一种模仿心理，一个孩子有的东西其他孩子看到就会向大人要，这时为了不让自己孩子比别人差，大人都会问这个东西在哪买的，然后就会去买，关键现在谁都很忙，所以这些东西很大一部分都会选在网上去购买，所以说最好卖的就是与女性和孩子有关的商品，这里女性用品与儿童用品市场是非常巨大的。只要您定位准确的话，你的店铺就已成功了一半！如图1-6所示的店铺为毛绒玩具的店铺，该商品即是女人喜欢的商品又是孩子喜欢的商品。



图1-6 毛绒玩具店铺