

淘宝网
Taobao.com

天猫 TMALL.COM

淘宝天猫

开店、装修、管理、运营与推广

凤凰高新教育◎ 编著

从入门到精通

(PC端+手机端)



本书**同步视频教程**，全套开店操作演示
PPT课件，全程再现皇冠店家开店经验
新手开店**快速促成交易**的10种技能
你不能不知道的**100个**卖家经验与赢利技巧
网店**卖家必知**的12大促销策略
超人气网店设计素材库
皇冠店家**装修特训**视频教程
淘宝与天猫开店**的重要区别**视频教程
10招搞定双11、双12
手把手教你把新品打造成**爆款**视频教程
不要让差评毁了你的店铺——**应对差评**的10种方案

手把手教你
零基础 零成本
开店



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝网
Taobao.com

天猫 TMALL.COM

淘宝天猫

开店、装修、管理、运营与推广
从入门到精通

(PC端+手机端)

凤凰高新教育◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

为了帮助还没有开店或缺少经验的新手卖家掌握在淘宝天猫网上开店,作者根据自己多年网上开店心得,并结合众多淘宝皇冠店主和天猫旗舰店卖家的经验,精心策划了本书。

本书全面、系统地讲解了在淘宝网和手机淘宝上开店、装修、运营、管理和推广的基本方法和技巧。全书紧紧围绕“新手开店准备→寻找货源→宝贝拍摄→网店注册与开通→网店设计与装修→网店的营销与推广→手机淘宝”这条线索展开内容,采用图解及案例的方式详细地讲解了全套开店流程。需要指出的是,虽然淘宝、天猫店两者的开店流程基本相同,本书也是以淘宝为主线来进行讲解,但是还是有重要不同,针对这些不同的地方,本书特别在光盘中录制了视频录像,从申请与入驻、装修及运营、售后服务及客户权益 3 个维度全面介绍了淘宝与天猫开店的区别,让读者既精通淘宝开店,又精通天猫开店。

本书不仅适合想要全面了解淘宝天猫店铺经营各个细节的读者自学,还可作为各类院校或培训机构电子商务相关专业的教材。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝天猫开店、装修、管理、运营与推广从入门到精通(PC端+手机端)/
凤凰高新教育编著. —北京:北京大学出版社, 2016.9

ISBN 978-7-301-27345-6

I. ①淘… II. ①凤… III. ①电子商务-商业经营-中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第181044号

- | | |
|-------|--|
| 书 名 | 淘宝天猫开店、装修、管理、运营与推广从入门到精通(PC端+手机端) |
| | TAOBAO TIANMAO KAIJIAN, ZHUANGXIU, GUANLI, YUNYING YU TUIGUANG CONG RUMEN DAO JINGTONG |
| 著作责任者 | 凤凰高新教育 编著 |
| 责任编辑 | 尹 毅 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-27345-6 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路 205 号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pup7@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653 |
| 印 刷 者 | 三河市博文印刷有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 20.25 印张 彩插 2 482 千字 |
| | 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷 |
| 印 数 | 1-4000 册 |
| 定 价 | 49.00 元 |

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系。电话: 010-62756370

Foreword

前言

21 世纪，要么电子商务，要么无商可务。

——比尔·盖茨

中国互联网将从“网名时代”“网友时代”提升到“网商时代”，五年后人们都将上网做生意。

——马云

目前，电子商务已经成为推动中国经济发展的一项重要产业，国家已在多领域、多层面推动和促进互联网电子商务产业的发展。而在中国推动电子商务成为现实的主要平台，当属淘宝天猫平台，人们只需动一动手指，就可以轻松成为新时代的“网商”，也正如此，每年踊跃加入淘宝天猫创业的新人络绎不绝！

网上开店与经营看似简单，其实这个过程涉及了许多知识。想经营好网店，成为优秀卖家，不仅需要经营者的一腔热情，而且需要熟悉开网店的整个流程，掌握科学的管理方法，懂得有效的营销技巧。只有做好充分的准备，才能让自己的网店从众多的网店中脱颖而出，赢得顾客和市场，最终走向成功！

为了帮助还没有开店或缺少经验的新手卖家掌握在淘宝天猫网上开店，作者根据自己多年网上开店心得，并结合众多淘宝皇冠店主和天猫旗舰店卖家的经验，精心策划了本书。书中不仅全面、系统地讲解了在淘宝网和手机淘宝上开店、装修、运营、管理和推广的基本方法和技巧，还将目前前沿、流行的营销理念运用到淘宝天猫网平台上，所有技术都在实际应用中获得显著效果，并且还在持续创造着惊人的效益！

◆ 本书特色

本书语言简洁、条理清晰，特别适合想在网上开店创业的初学者全面了解店铺经营的各个细节，是一本零基础、零成本开店的实战宝典。

● 手把手教你开店的全过程和营销的方方面面，真正做到只需这一本就可以解决开店的所有问题，从此网上开店不用愁。

● 压箱底的秘籍传授，包括 39 个“皇冠支招”实战经验和 13 个“经典案例分享”，

让你一开始就站在巨人的肩膀上。

● 汇总成功卖家的经验心得，精取成功卖家的方法，并将他们之所以成功的宝贵技巧加以总结和提炼，帮助你提高产品的销售量，赚取更多的利润，让你少走弯路。

◆ 超值光盘

本书配套光盘内容丰富、实用，不仅有与书中同步的操作视频录像，还有皇冠卖家运营实战经验的 PPT 演示等超值内容，能有效帮助淘宝卖家，尤其是新手卖家快速掌握如何在淘宝网与手机淘宝上开店运营，下列所示为配套光盘中赠送的部分内容。

- (1) 37 分钟的同步视频教程，全方位演示开店操作。
- (2) PPT 课件，全程再现皇冠店家开店经验。
- (3) 6 小时的 Photoshop 照片处理视频教程。
- (4) 15 个网店宝贝优化必备技能视频教程。
- (5) 超人气网店设计素材库。
- (6) 《网店卖家必知的 12 大促销策略》电子书。
- (7) 《你不能不知道的 100 个卖家经验与赢利技巧》电子书。
- (8) 《新手开店快速促成交易的 10 种技能》电子书。
- (9) 淘宝与天猫开店的重要区别视频教程。
- (10) 手把手教你把新品打造成爆款视频教程。
- (11) 《10 招搞定“双 11”“双 12”》电子书。

◆ 本书适合读者

- 对网店一无所知的新人。
- 跟淘宝、天猫刚刚接触的新人。
- 想低成本或零成本创业的新人。
- 已有网店，但经营不好的人。
- 已有网店，想扩大经营范围、提升销量的人。

本书由凤凰高新教育策划并组织开店经验丰富的网店店主编写，同时也得到了众多淘宝天猫店主的支持，在此表示衷心的感谢。同时，由于互联网技术发展非常迅速，网上开店的相关规则也在不断地变化，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请广大读者及专家指正。

读者信箱：2751801073@qq.com

投稿信箱：pup7@pup.cn

Contents

目录

第1章 新手开店, 做好充分准备

- 1.1 认识电子商务 / 2
 - 1.1.1 了解电子商务的起源 / 2
 - 1.1.2 电子商务的分类 / 2
 - 1.1.3 电子商务的发展 / 3
 - 1.1.4 电子商务的特点 / 4
- 1.2 为什么在网上开店 / 5
 - 1.2.1 认识网上开店 / 5
 - 1.2.2 开网店的好处 / 7
 - 1.2.3 开网店的风险 / 8
 - 1.2.4 对网民的消费现状进行分析 / 9
- 1.3 常见网上开店平台 / 12
 - 1.3.1 淘宝 / 12
 - 1.3.2 天猫 / 13
 - 1.3.3 京东商城 / 14
 - 1.3.4 微店 / 15
- 1.4 做好网上开店的准备 / 16
 - 1.4.1 硬件准备 / 16
 - 1.4.2 软件准备 / 16
 - 1.4.3 做好网络畅通的准备 / 18
 - 1.4.4 准备好自己的相关开店证件 / 19
 - 1.4.5 申请开通自己的网上银行 / 19

皇冠支招

- 招式 01: 什么样的人适合开网店 / 20
- 招式 02: 掌握网店有哪些经营方式 / 21
- 招式 03: 现在开网店是否还有机会 / 23

案例分享 给自己一次创业的机会 / 23

第2章 开网店, 货源准备最重要

- 2.1 网上卖什么东西最火 / 26
 - 2.1.1 哪些东西适合网上销售 / 26
 - 2.1.2 当前网上热卖的宝贝 / 27
- 2.2 热销商品种类分析 / 27
 - 2.2.1 女装 / 27
 - 2.2.2 手机 / 28
 - 2.2.3 美容护肤 / 28
 - 2.2.4 数码配件 / 29
 - 2.2.5 男装 / 30
- 2.3 在哪里寻找货源 / 30
 - 2.3.1 批发市场 / 30
 - 2.3.2 B2B 电子商务批发网站 / 31
 - 2.3.3 外贸尾单货 / 32
 - 2.3.4 民族特色工艺品 / 32
 - 2.3.5 库存积压的品牌商品 / 33

2.3.6 换季、节后、拆迁与转让的

清仓品 / 33

2.3.7 厂家直接进货 / 34

2.3.8 二手闲置与“跳蚤”市场 / 34

2.4 足不出户找好货源 / 34

2.4.1 注册阿里巴巴 / 35

2.4.2 在阿里巴巴批发进货 / 37

皇冠支招

招式 01：分析自己销售商品的优势 / 39

招式 02：防范进货陷阱和骗局 / 40

招式 03：进货的要领与诀窍 / 41

案例分享 一款宝贝撑起一个店铺 / 43

第3章

拍好宝贝图片，做好产品展示

3.1 拍好宝贝图片的必备知识 / 46

3.1.1 选购适宜的摄影器材 / 46

3.1.2 摄影常用术语介绍 / 47

3.1.3 搭建自己的摄影棚 / 48

3.1.4 不同类型的商品拍摄 / 50

3.2 宝贝图片的标准与处理方式 / 53

3.2.1 什么样的宝贝图片吸引人 / 53

3.2.2 快速复制照片到电脑 / 54

3.2.3 选择合适的图像优化软件 / 56

3.3 使用光影魔术手处理宝贝图片 / 57

3.3.1 调整图片的宽度大小 / 57

3.3.2 调整曝光不足的照片 / 57

3.3.3 制作背景虚化照片效果 / 59

3.3.4 给图片添加美观的边框 / 60

3.3.5 添加图片防盗水印 / 61

3.4 使用 Photoshop 优化宝贝图片 / 62

3.4.1 为图片添加效果辅助线 / 62

3.4.2 为图片添加文字说明 / 63

3.4.3 调整模特身材，提升服装宝贝效果 / 65

皇冠支招

招式 01：相机的维护与保养技巧 / 66

招式 02：拍照时合理使用光线 / 67

招式 03：使用手机给商品拍照的技巧 / 68

案例分享 宝贝这样拍，不美都不行！ / 068

第4章

开通店铺，注册并申请淘宝店

4.1 轻松注册淘宝开店平台 / 71

4.1.1 申请淘宝账号 / 71

4.1.2 登录淘宝账号 / 73

4.1.3 激活支付宝账号 / 74

4.2 顺利开通第一个网上店铺 / 76

4.2.1 支付宝实名认证 / 76

4.2.2 淘宝身份信息认证 / 78

4.2.3 填写店铺相关资料 / 80

4.3 设置店铺的基本信息 / 81

4.3.1 为店铺添加 Logo / 81

4.3.2 为店铺添加详细介绍 / 83

皇冠支招

招式 01：熟知店铺定位的常见误区 / 84

招式 02：熟知淘宝网的开店流程 / 84

招式 03：免费设置独家店铺地址 / 85

案例分享 移动互联网与 PC 互联网的思维区别 / 086

第5章

好网店，一定做好宝贝上下架工作

5.1 普通商品发布技巧 / 90

5.1.1 准备宝贝的图文资料 / 90

5.1.2 发布并设置宝贝的类别 / 91

- 5.1.3 设置商品属性 / 91
- 5.1.4 填写宝贝标题 / 92
- 5.1.5 制定合理的商品价格 / 93
- 5.1.6 设置商品规格 / 93
- 5.1.7 上传宝贝主图和详情页面 / 94
- 5.1.8 设置物流信息 / 94
- 5.1.9 设置其他信息并成功发布宝贝 / 95
- 5.1.10 以拍卖方式发布宝贝 / 95
- 5.2 使用淘宝助理批量发布宝贝 / 96
 - 5.2.1 认识淘宝助理 / 96
 - 5.2.2 登录淘宝助理 / 96
 - 5.2.3 创建并上传自家宝贝 / 97
 - 5.2.4 代销商获取商品信息 / 99
 - 5.2.5 批量上传代销宝贝 / 101
- 5.3 宝贝编辑技巧 / 102
 - 5.3.1 批量编辑宝贝信息 / 102
 - 5.3.2 管理店铺中的宝贝 / 103
- 5.4 宝贝展示技巧 / 105
 - 5.4.1 让店铺动态展示宝贝 / 105
 - 5.4.2 设置掌柜推荐商品 / 108
 - 5.4.3 设置橱窗推荐 / 109

皇冠支招

招式 01：合理设置橱窗宝贝的显示方式 / 109

招式 02：合理安排好宝贝上架时间，让流量翻倍 / 110

招式 03：宝贝定价的方法与技巧 / 111

案例分享 宝贝上架的黄金法则 / 115

第 6 章 用好支付宝，保障交易安全

- 6.1 开通网上银行 / 118
 - 6.1.1 银行卡、网上银行和支付宝账户之间的关系 / 118

- 6.1.2 办理网上银行 / 119
- 6.2 支付宝充值、余额查询与转账 / 120
 - 6.2.1 登录支付宝账户 / 120
 - 6.2.2 往支付宝中充值 / 121
 - 6.2.3 查询支付宝账户余额 / 122
 - 6.2.4 使用支付宝转账 / 123

皇冠支招

招式 01：提高安全保障意识，开通短信校验服务 / 125

招式 02：设置和修改支付宝账户密码 / 125

招式 03：开通支付宝的手机版宝令 / 126

案例分享 手机丢了，支付宝钱包的安全补救方法 / 128

第 7 章 视觉营销，网店装修最关键

- 7.1 淘宝图片空间的使用 / 130
 - 7.1.1 关于淘宝图片空间 / 130
 - 7.1.2 打开淘宝图片空间 / 132
 - 7.1.3 上传图片到图片空间 / 132
- 7.2 认识与订购淘宝旺铺 / 133
 - 7.2.1 认识淘宝旺铺 / 133
 - 7.2.2 旺铺的特点优势 / 134
 - 7.2.3 订购淘宝旺铺 / 135
- 7.3 淘宝店铺页面装修技巧 / 137
 - 7.3.1 设置店铺的招牌 / 137
 - 7.3.2 设置店铺的色彩风格 / 140
 - 7.3.3 宝贝分类设计 / 141
 - 7.3.4 增加店铺导航分类 / 143
 - 7.3.5 添加店铺客服 / 145
 - 7.3.6 添加店铺收藏模块 / 148
 - 7.3.7 添加店铺友情链接 / 151
 - 7.3.8 添加宝贝排行榜 / 152

皇冠支招

- 招式 01：设计出好店招的技巧 / 153
- 招式 02：店铺装修的技巧与误区 / 153
- 招式 03：不同网店的装修建议 / 155

案例分享 让流量直线上升的美感店铺 / 155

第8章 卖产品，客服也是重要的一环

- 8.1 售前客服应掌握的流程与技巧 / 159
 - 8.1.1 客服沟通的基本心态 / 159
 - 8.1.2 售前知识储备 / 160
 - 8.1.3 售前成交过程 / 161
 - 8.1.4 应对各种类型的顾客 / 162
- 8.2 为客户提供最好的售后服务 / 164
 - 8.2.1 制定合理的退货和换货政策 / 164
 - 8.2.2 特殊售后处理 / 166
 - 8.2.3 有效降低产品退换率 / 167

皇冠支招

- 招式 01：客服与顾客沟通的技巧 / 168
- 招式 02：分析询单转化率的影响因素 / 169
- 招式 03：机智应对不同性格的顾客 / 170

案例分享 搞定中差评的几大方法 / 173

第9章 谈生意，用千牛来搞定

- 9.1 安装好千牛平台 / 176
 - 9.1.1 下载并安装千牛 / 176
 - 9.1.2 设置千牛头像 / 176
 - 9.1.3 查找并添加好友 / 178
 - 9.1.4 加入别人建立的千牛群 / 179
 - 9.1.5 建立自己的买家群 / 180
- 9.2 用千牛沟通促成生意 / 182
 - 9.2.1 及时与买家沟通，促成订单 / 182
 - 9.2.2 设置自动回复，不让客户

久等 / 183

9.2.3 设置快捷短语，迅速回复客户 / 184

9.2.4 妥善保存聊天记录 / 185

9.3 成交第一笔生意 / 186

9.3.1 修改交易价格 / 187

9.3.2 根据订单发货 / 188

9.3.3 给买家评价 / 188

9.3.4 系自动回款 / 189

皇冠支招

招式 01：不同类型的客户用不同的沟通方式 / 190

招式 02：让千牛自动拦截骚扰信息 / 191

招式 03：使用其他方式与买家交流 / 191

案例分享 一个成功卖家的淘宝玩转法 / 193

第10章 快递发货，包装与物流不可忽视

- 10.1 宝贝的包装方法 / 197
 - 10.1.1 宝贝包装的重要性 / 197
 - 10.1.2 常见的宝贝包装方法 / 197
- 10.2 选择合适的送货方式 / 202
 - 10.2.1 快递公司 / 202
 - 10.2.2 邮政 / 202
 - 10.2.3 托运公司 / 203
- 10.3 国内常用的主流快递公司 / 204
 - 10.3.1 申通快递 / 204
 - 10.3.2 圆通速递 / 205
 - 10.3.3 中通快递 / 205
 - 10.3.4 顺丰速运 / 205
 - 10.3.5 韵达快递 / 206

皇冠支招

招式 01：宝贝的包装技巧 / 206

招式 02：快递省钱3招就好 / 207

招式 03：同城交易处理技巧 / 208

 案例分享 宝贝破损少件的处理方法 / 208

第11章 营销与推广，店内店外都要做

- 11.1 淘宝官方活动 / 211
 - 11.1.1 报名淘金币营销 / 211
 - 11.1.2 报名淘宝天天特价 / 213
 - 11.1.3 报名试用中心 / 215
 - 11.1.4 参加聚划算活动 / 217
- 11.2 店内活动团团转 / 219
 - 11.2.1 使用宝贝限时打折 / 219
 - 11.2.2 使用宝贝搭配套餐 / 223
 - 11.2.3 使用店铺优惠券 / 226
 - 11.2.4 使用店铺红包 / 227
 - 11.2.5 设置VIP会员卡，提高销量 / 229
- 11.3 淘宝网内免费推广技巧 / 230
 - 11.3.1 使用淘宝帮派拓展圈子 / 230
 - 11.3.2 加入淘宝商盟，分享店铺流量 / 233
 - 11.3.3 通过分类信息网站搞宣传 / 233
- 11.4 淘宝网外营销技巧 / 235
 - 11.4.1 在论坛写出精华帖吸引人气 / 235
 - 11.4.2 使用阿里妈妈网外推广 / 236
 - 11.4.3 通过微信推广店铺 / 237
 - 11.4.4 通过QQ软件推广店铺 / 238
 - 11.4.5 利用百度推广店铺 / 239

皇冠支招

- 招式 01：产品推广中套餐的搭配技巧 / 241
- 招式 02：精华帖题材的选用技巧 / 241
- 招式 03：店铺推广中的8大误区 / 242

 案例分享 打造爆款的4个步骤 / 243

第12章 推广三大宝，直通车 / 淘宝客 / 钻石展位不能少

- 12.1 淘宝直通车基本技巧 / 247
 - 12.1.1 选择什么宝贝参加直通车 / 247
 - 12.1.2 加入直通车推广 / 247
 - 12.1.3 直通车的计费方式 / 249
 - 12.1.4 新建推广计划 / 249
 - 12.1.5 怎么分配推广计划 / 250
 - 12.1.6 推广新宝贝 / 250
 - 12.1.7 管理推广中的宝贝 / 252
 - 12.1.8 设置投放计划 / 252
- 12.2 淘宝直通车高级技巧 / 254
 - 12.2.1 关键词的高级找词方法 / 254
 - 12.2.2 添加关键词的技巧 / 254
 - 12.2.3 直通车综合优化技巧 / 255
 - 12.2.4 优化直通车展现和点击量 / 257
- 12.3 淘宝客推广技巧 / 257
 - 12.3.1 淘宝客的推广优势 / 258
 - 12.3.2 轻松参加淘宝客推广 / 258
 - 12.3.3 主动寻找淘宝客帮助自己推广 / 260
 - 12.3.4 通过店铺活动推广自己吸引淘客 / 261
 - 12.3.5 通过社区活动增加曝光率 / 261
 - 12.3.6 让产品吸引更多淘宝客推广 / 262
- 12.4 利用钻石展位打开销售局面 / 264
 - 12.4.1 利用钻石展位扩大品牌效应 / 264
 - 12.4.2 用钻石展位打造爆款商品 / 265

- 12.4.3 用钻石展位进行活动
引流 / 265
- 12.4.4 进行钻石展位的定位 / 266
- 12.4.5 用最少的钱购买最合适的钻石
展位 / 267

皇冠支招

- 招式 01: 选择直通车合适的投放
时间 / 268
- 招式 02: 巧用 SEO 结合淘宝客推广
店铺 / 269
- 招式 03: 决定钻石展位效果好坏的
因素 / 269

案例分享 节假日的促销策略 / 270

- 策略 1: 错觉折扣, 给顾客不一样的
感觉 / 270
- 策略 2: 限时抢购, 让顾客蜂拥
而至 / 270
- 策略 3: 超值一元, 舍小取大 / 271
- 策略 4: 临界价格, 顾客的视觉
错误 / 271
- 策略 5: 阶梯价格, 让顾客有紧
迫感 / 271
- 策略 6: 降价加打折, 给顾客双重
实惠 / 271

第13章 手机淘宝, 商机不容 错过

- 13.1 关于手机端淘宝店 / 273
 - 13.1.1 分析手机端淘宝店 / 273
 - 13.1.2 手机店铺店标与店招的
设置 / 274
- 13.2 手机端页面的装修 / 274
 - 13.2.1 手机店铺店标与店招的
设置 / 274

- 13.2.2 手机宝贝模块展示与
设置 / 276
- 13.2.3 手机宝贝详情页发布 / 280
- 13.3 手机端的运营推广 / 282
 - 13.3.1 利用“码上淘”进行手机店铺
推广 / 282
 - 13.3.2 设置“手机专享价” / 284
 - 13.3.3 无线直通车 / 287
- 13.4 无线端淘宝工具的使用 / 290
 - 13.4.1 支付宝的使用 / 290
 - 13.4.2 手机千牛的使用 / 293
 - 13.4.3 淘宝助理的使用 / 295

皇冠支招

- 招式 01: 手机淘宝营销的推广权重 / 296
- 招式 02: 手机端修改交易价格 / 297
- 招式 03: 用好手机直通车推广 / 298

案例分享 简述手机淘宝的发展与 未来 / 299

附录 淘宝与天猫开店的区别

主题一: 淘宝、天猫开店申请与入驻 区别 / 303

- 1. 淘宝、天猫店铺的基本区别 / 303
- 2. 淘宝、天猫入驻流程区别 / 305

主题二: 淘宝、天猫店铺装修及运营 区别 / 308

- 1. 淘宝、天猫装修区别 / 308
- 2. 淘宝、天猫运营推广区别 / 310

主题三: 淘宝、天猫店铺售后服务及客户权 益区别 / 312

第1章

新手开店，做好充分准备

本章导读



现今，很多人都想自主网上开店，因为与实体店铺相比，网上开店不仅节约了成本，而且在商品进货、出售、管理等诸多方面都明显优于实体店铺。不过，对于初涉网上开店的创业者来说，一些基础知识还是要先了解清楚。本章将会详细介绍这方面的内容。

知识要点



通过本章内容的学习，读者能够学习到网上开店的一些基础入门知识，包括对电子商务的认识、网上开店的方式及其经营优势等。学完后需要掌握的相关知识要点如下。

- 认识电子商务
- 了解网店的开店平台与方式
- 认识网上开店的优势
- 掌握网上开店的条件与流程



¥12.80 607人付款
二份包邮批发500g新疆和田大枣三星
超五星和田大枣特产免洗王枣
三 壹食臻里 新疆 乌鲁木齐
12.80元/500g



¥19.90 1934人付款
山东特产鱿鱼丝500g包邮海鲜零食即
食鱿鱼条日式烧烤手撕鱿鱼片
三 四喜旗舰店 吉林
19.90元/500g



¥31.00 170人付款
东北土特产鲜活黄皮蚕蛹2015年活蚕
蛹活蛹空运红皮蛹3斤包邮空运
三 东北农家食品店 辽宁 鞍山
31.00元/500g



¥7.30 423人付款
满5袋减2元 牛肉干四川特产蜀道香天
椒麻辣牛肉干零食麻辣零食88g
三 乐味思蜀食品专营店 四川 眉山
41.48元/500g



1.1 认识电子商务

电子商务是指在全球各地广泛的商业贸易活动中，在互联网开放的网络环境下，通过网络，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

1.1.1 了解电子商务的起源

美国是世界上最早发展电子商务的国家，同时也是电子商务发展最为成熟的国家，一直引领全球电子商务的发展，是全球电子商务相对成熟发达的地区。自 2005 年以来，我国电子商务市场交易额稳定增长，企业的应用成效以及对经济、社会发展的推动作用日益明显。

在早期，以“易趣”“当当网”等网站为代表的电子商务服务商在国外风险资本的介入下，成为中国电子商务最早的应用者，成为这一阶段中国电子商务的主体。而随着电子商务应用与发展的深化，目前，中国提供网上开店服务的大型购物网站有上百家，真正有一定影响力的则数量不多，例如，淘宝、天猫、京东、苏宁易购、唯品会等。



小二开店经验分享——电子商务与购物网站的关系

购物网站是为买卖双方交易提供的互联网平台，卖家可以在网站上登出自己出售商品的信息，买家可以从中选择购买自己需要的物品。可以这么说，购物网站是电子商务的一种主要类型。

1.1.2 电子商务的分类

电子商务分为 ABC、B2B、B2C、C2C、B2M、M2C、B2A (即 B2G)、C2A (即 C2G)、O2O 等模式。

ABC，英文全称为 Agents to Business to Consumer。ABC 模式是新型电子商务模式的一种，被誉为继阿里巴巴 B2B 模式、京东商城 B2C 模式、淘宝 C2C 模式之后电子商务

界的第四大模式。是由代理商 (Agents)、商家 (Business) 和消费者 (Consumer) 共同搭建的集生产、经营、消费为一体的电子商务平台。三者之间可以相互转化。大家相互服务, 相互支持, 你中有我, 我中有你, 真正形成一个利益共同体。

B2B, 英文全称为 Business to Business。B2B 是商家 (泛指企业) 对商家的电子商务, 即企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。通俗的说法是指进行电子商务交易的供需双方都是商家 (或企业、公司), 他们使用了 Internet 的技术或各种商务网络平台, 完成商务交易的过程。这些过程包括: 发布供求信息, 订货及确认订货, 支付过程及票据的签发、传送和接收, 确定配送方案并监控配送过程等。

B2C, 英文全称为 Business to Customer。B2C 模式是商家对消费者的模式, 也是我国最早产生的电子商务模式, 以 8848 网上商城正式运营为标志, 如今的 B2C 电子商务网站非常多, 比较大型的有京东商城、哈妹网等。

C2C, 英文全称为 Consumer to Consumer。C2C 是用户对用户的模式, C2C 商务平台就是通过为买卖双方提供一个在线交易平台, 使卖方可以主动提供商品上网拍卖, 而买方可以自行选择商品进行竞价。

B2M, 英文全称为 Business to Manager。B2M 相对于 B2B、B2C、C2C 的电子商务模式而言, 是一种全新的电子商务模式。而这种电子商务相对于以上三种有着本质的不同, 其根本区别在于目标客户群的性质不同, 前三者的目标客户群都是以消费者的身份出现, 而 B2M 的客户群是该企业或者该产品的销售者或者企业的工作者, 而不是最终消费者。

M2C, 英文全称为 Manager to Consumer。M2C 是针对 B2M 的电子商务模式而出现的延伸概念。B2M 环节中, 企业通过网络平台发布该企业的产品或者服务, 职业经理人通过网络获取该企业的产品或者服务信息, 并且为该企业提供产品销售或者企业服务, 企业通过经理人的服务达到销售产品或者获得服务的目的。

O2O, 英文全称为 Online to Offline。O2O 是近年来新兴起的一种电子商务新模式, 即将线下商务的机会与互联网结合在了一起, 让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客, 消费者可以在线上筛选服务, 另外成交后可以在线结算, 很快达到规模。该模式最大的特点是“推广效果可查, 每笔交易可跟踪”。

1.1.3 电子商务的发展

微软创始者比尔·盖茨曾经说过:“21 世纪, 要么电子商务, 要么无商可务。”也就是未来的商务模式, 不管做什么类型的生意, 都涉及电子商务, 不然很难有较大的发展。

目前国外的电子商务发展程度已经有相当高的水平, 而中国还处在平稳上升阶段, 还很大的发展前途。打个比方, 前几年做传统行业的, 很难想象通过网络能够为自己的生意带来很大帮助, 但近年来, 各种大型本地生活站点开始频频发展, 诸多做餐饮、电影票等行业的卖家, 也通过在网上提供折扣信息进行推广, 大大提高了其品牌的知名度并扩展了客源, 真正做到了提升名气和赚钱两不误, 如图 1-1 所示。



图 1-1

1.1.4 电子商务的特点

从电子商务的含义及发展历程可以看出电子商务具有如下基本特征。

普遍性，电子商务作为一种新型的交易方式，将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

方便性，在电子商务环境中，人们不再受地域的限制，客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动，如通过网银能够全天任意时间存取账户资金、查询信息等，同时使企业对客户的服务质量得以大大提高。

整体性，电子商务能够规范事务处理的工作流程，将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体，这样不仅能提高人力和物力的利用率，也可以提高系统运行的严密性。

安全性，在电子商务中，安全性是一个至关重要的核心问题，它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案，如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等，这与传统的商务活动有着很大的不同。

协调性，商务活动本身是一种协调过程，它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商之间的协调，在电子商务环境中，它更要求银行、配送中心、通信部门、技术服务等多个部门的通力协作，电子商务的全过程往往是一气呵成的。

集成性，电子商务以计算机网络为主线，对商务活动的各种功能进行了高度的集成，同时也对参加商务活动的商务主体各方面进行了高度的集成。高度的集成性使电子商务进一步提高了效率。

1.2 为什么在网上开店

网上开店是一种在互联网时代背景下诞生的销售方式，区别于传统商业模式，与大规模的网上商城及零星的个人网上拍卖相比，网上开店投入不大、经营方式灵活，可以为经营者提供不错的利润空间，因而成为许多人的创业途径。

1.2.1 认识网上开店

网上开店是一种风险很小却大有前途的创业方式。据中国互联网络信息中心统计，我国的网民规模增长迅猛，互联网规模稳居世界第一位。在这个庞大的群体中，有超过一半的人在最近一年中通过互联网购买过商品或服务。而在欧美和韩国等互联网普及率较高的国家，每3个网民中就有2个人在网上购物。中国网络购物的潜力还远未被释放。可以想象，在这个大背景下投身网上开店，真可谓“赶早不如赶巧”。

据统计数据显示，2014年中国网络购物市场交易规模达6914.1亿元，同比增长49.8%，2014年我国社会消费品零售总额达到6.5万亿元，网络购物在社会消费品零售总额中的占比为10.6%，如图1-2所示为网络购物市场交易规模的发展。2014年中国网络购物市场中B2C市场交易规模为3053.8亿元，在中国整体网络购物市场交易规模中的占比达到44.2%，较2013年同期的38.8%提高了5.4个百分点，环比略降；从增速来看，2014年B2C网络购物市场同比增长70.4%，远超C2C市场36.6%的增速，如图1-3所示。



图 1-2



图 1-3

从交易规模来看，在B2C市场中，天猫依然保持近六成的市场份额，京东占比达到19.3%，其余B2C企业中苏宁易购、国美在线、1号店、聚美优品的环比增速均高于B2C行业整体增速，唯品会、1号店和国美在线同比增速均高于B2C行业整体增速。从自主销售为主的B2C市场来看，京东占比超过五成，苏宁易购占比达到10.6%，唯品会及国美在线占比均超过5%，市场集中度依然较高，如图1-4所示。

随着京东及阿里的上市，两家企业的绝对优势在网络购物行业中已经确立，其他电商企业也纷纷在行业内寻找自己的生存空间，苏宁易购、国美在线及1号店稳步推进电商战略，

2014Q3中国B2C购物网站交易规模市场份额

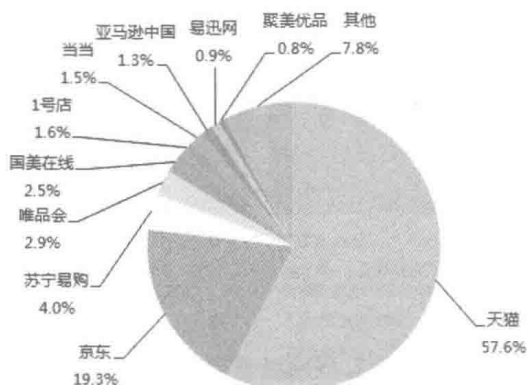


图 1-4

2014Q3中国自主销售为主B2C网站交易规模市场份额

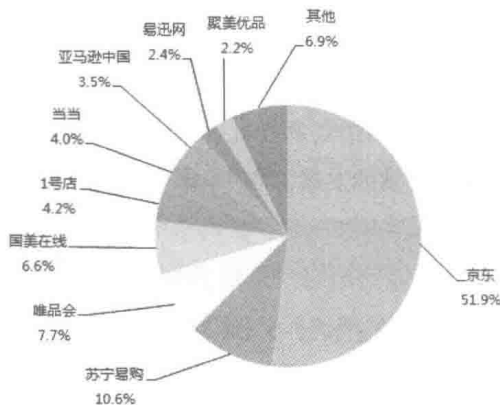


图 1-5

当当积极转型,唯品会及聚美优品等在垂直领域持续深耕壮大,网络购物行业竞争态势将持续演进,如图 1-5 所示。

在互联网时代,越来越多的人离不开网络,于是在网上开店做“掌柜”便成了很多年轻人的创业选择。在网上开个小店不用辞掉现有的工作,也不用花费太多的时间,最重要的就是投资少而且风险小,这对于那些刚刚毕业走上工作岗位的大学生或是有很多闲暇时间的上班族来说不失为一个好的选择。网上开店作为一种时髦的创业模式已经逐渐发展起来,其优势明显、前景广阔,更是众多无本创业者的绝佳创业机会。

所谓网上开店,简单来说就是经营者自己搭建或在相关网站平台上(如淘宝网)注册一个虚拟的网上商店(以下简称网店),然后将待售商品的信息发布到网页上,如图 1-6 所示的网上鞋店。而其他对商品感兴趣的浏览者通过浏览这些商品信息进行查阅,然后通过网上或网下的支付方式向经营者付款,最后经营者通过邮寄等方式,将商品发送至购买者。



图 1-6

网上购物的商品范围越来越广泛,甚至超越了传统购物方式,为越来越多的人尤其是年青一代所接受和喜爱。一方面网购人群不断发展、壮大,另一方面越来越多的人想利用这个机会实现自己的创业梦想,所以,近年来网上开店形势十分火爆。淘宝商从最早的集市卖家一天几单、几十单发展到现如今动辄几千单甚至上万单的规模。