

一根网线、轻点鼠标，你就可以享受逛街“淘宝”的乐趣

淘宝网

新手扫货必读

易网灵杰科技 吕洋波 楼京京 编写

注册**淘宝会员**、下载安装工具，**去淘宝寻宝**、与卖家交流、使用阿里旺旺、安全支付与验货技巧、交易纠纷处理技巧、**搜索宝贝+货比三家+砍价绝招**、手机淘宝、淘宝打听、宝贝传奇…手把手教你**淘宝网购物全过程**，让你瞬间变身**淘宝达人**。



1张DVD

本书重点操作的语音视频教学



 科学出版社
www.sciencep.com



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

淘宝网 新手扫货必读

易网灵杰科技 吕洋波 楼京京 编写



 科学出版社
www.sciencep.com



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

内 容 简 介

知识,包括购物前的准备工作,注册淘宝会员、开通支付宝、下载和安装各种工具;第2篇介绍淘宝购物实战,淘宝购物的整个过程和涉及的各种技巧,包括寻找宝贝、与卖家交流、使用阿里旺旺、支付与验货、处理交易纠纷等;第3篇介绍淘宝周边知识,讲述手机淘宝、淘宝打听、宝贝传奇等淘宝网的其他组成部分。

本书定位明确、分类清晰、技巧实用、案例讲解清晰。适合想在淘宝购物的新手买家以及想了解网购的消费者阅读。

本书配套光盘包含了书中的重点操作的视频讲解等。

需要本书或技术支持的读者,请与北京清河6号信箱(邮编:100085)发行部联系,电话:010-62978181(总机)转发行部、010-82702675(邮购),传真:010-82702698,E-mail:tbd@bhp.com.cn。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网新手扫货必读/易网灵杰科技,吕海波,楼京京编写. —北京:科学出版社,2010.10

ISBN 978-7-03-028415-0

I. ①淘… II. ①易… ②吕… ③楼… 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(2010)第144880号

责任编辑:周凤明 / 责任校对:周 玉

责任印刷:密 东 / 封面设计:青青果园

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市密东印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010年10月第 1 版 开本:700mm×1000mm 1/16

2010年10月第1次印刷 印张:11

印数:1-4 000 字数:344千字

定价:25.00元(配1张DVD)

前 言

网络交易已经逐步走进人们的生活，越来越多的人感受到了网上购物的便捷和好处，网上购物作为一种新的消费方式已经逐渐成为人们生活中的一个不可或缺的部分。在诸多的网络交易平台中，淘宝网无疑是人气最旺的平台之一。淘宝网做为最大的 C2C 网络交易平台，不但提供了便捷的服务，还提供了交易上的保证，让广大消费者可以更加放心地在网络上购买各种货物。

本书由杭州易网灵杰科技有限公司的吕洋波和楼京京编写，其中吕洋波拥有两家皇冠店铺，并最先提出了“云商务”的概念，让电子商务的理念更上一层楼。楼京京为义乌工商职业技术学院的讲师，也是淘宝的资深买家，对淘宝购物有丰富的经验。由于淘宝网中交易的双方一般都是个人，所以不可避免地会出现产品质量以及店家服务等问题。本书旨在指导新手买家更好地使用淘宝网的各种资源和服务，帮助新手通过店主的各种信息判断货物的优劣，同时了解处理交易的纠纷的方法，以及更好地与店主进行交流的技巧等，力求帮助广大消费者更好地完成网络购物的流程，并能够避免各种不必要的麻烦。

本书特点

本书基本涵盖了在网上购物的各个环节，从购物的准备阶段开始，逐步讲解了搜索宝贝、与卖家交流、使用淘宝相关工具、支付和验货、处理交易纠纷等方面的技巧，以及各种使交易更加顺利的高级应用技巧。本书的特点主要体现在以下几个方面。

- ❑ 从实践出发，以交易的流程作为主线。让读者可以方便的进入淘宝购物的大门，并逐渐做到尽善尽美。
- ❑ 各个环节描述详实，图文并茂，非常容易理解，对于没有任何基础的用户来说具有很好的操作性。
- ❑ 由于网络交易的品种千差万别，所以在讲解的时候注重了原理的讲解，从最根本的地方解决了购物者的疑惑，培养读者举一反三、灵活运用能力。
- ❑ 注重实用性，偏重各种实际应用技巧，以更好的消费为中心，详细讲解了购物的每个环节中需要注意的细节，同时每个方法都经过了作者的实际检验，确保切实可行性。
- ❑ 不但讲解了通常的互联网交易，同时还讲解了淘宝网提供的各种其他服务。以及最新的网络交易方法，例如手机交易等。

本书主要内容

全书分为三个篇章，共 13 个章节，内容为整个淘宝网购物流程的各个细节，以及具体的淘宝店铺的购物实例等，本书内容全面、技巧实用、讲解透彻。

第一篇（第 1 章～第 2 章）淘宝购物入门

本篇介绍淘宝网的基本知识，以及在淘宝网购物前需要做的各种准备，例如会员的注册、支付宝的开通、各种工具的下载和安装等。主要目的是为完成淘宝交易做好充分的心理和流程上的准备。

第二篇（第 3 章～第 10 章）淘宝购物实战

讲述了淘宝购物的整个过程和其中会涉及的各种技巧，包括寻找需要的宝贝、学会与卖家交流、学会使用阿里旺旺、支付与验货、处理交易纠纷等，为消费者的整个购物流程做一个全方位的指导。

第三篇（第 11 章～第 13 章）淘宝购物周边

讲述了手机淘宝，淘宝打听，宝贝传奇等淘宝网的其他组成部分，让消费者可以通过更多的途径完成淘宝购物，并能够做到尽善尽美。

适合阅读本书的读者

- 希望在淘宝网购物的新手。
- 经常在淘宝网购物的消费者。

本书由浅入深、注重技巧、知识全面，尤其适合初级读者学习网络交易，同时也可以满足有一定经验的消费者阅读。

本书由杭州易网灵杰科技、吕洋波、楼京京编写，其他参与编写和资料整理的人员有杨辉丽、陶籽木、黄靖、马东莹、吴锦全、何涛、黄帝蓉、王楠、卢娜、席杰、蒋福玲、郭琳、张义芳、陶丽娜、赵蕊等。在此表示感谢。

编著者

目 录

第 1 篇 淘宝购物入门

第 1 章 走进网购世界——淘宝网	1
1.1 你知道淘宝网吗	1
1.2 淘宝网的优势	2
1.2.1 简单人性化的设计	2
1.2.2 便宜的商品	3
1.2.3 高质量的商品	3
1.2.4 优质的服务	4
1.2.5 优秀的评价系统	4
1.2.6 便捷的服务	5
1.3 到品质更有保证的淘宝商城淘货	6
第 2 章 网购前奏——做好买东西的准备	8
2.1 在淘宝网购物的基本流程	8
2.2 成为淘宝会员的流程和注意事项	9
2.2.1 注册电子邮箱	9
2.2.2 注册淘宝会员	11
2.3 编辑个人基本信息和便捷设置的技巧	14
2.3.1 登录淘宝	14
2.3.2 编辑淘宝个人信息	15
2.3.3 设置密码保护非常重要	15
2.3.4 便捷的网站提醒设置	16
2.3.5 方便快捷的收货地址设置	17
2.4 使用淘宝软件让购物更方便	18
2.4.1 下载阿里旺旺	18
2.4.2 安装阿里旺旺	19
2.5 成为支付宝会员让购物更有保证	20
2.5.1 开通支付宝账户	20
2.5.2 办理网上银行	21
2.5.3 银行卡、网上银行和支付宝账户之间的关系	23
2.5.4 给支付宝账户充值	24
2.5.5 查询支付宝账户余额	25

2.6 拥有一个淘宝的身份证——支付宝实名认证.....	25
2.6.1 通过支付宝个人实名认证.....	26
2.6.2 支付宝实名认证失败的原因	27

第2篇 淘宝购物实战

第3章 如何做好第一笔交易——第一件宝贝的购买技巧	28
3.1 寻找宝贝的技巧	28
3.2 与卖家沟通	30
3.3 确定交易信息	32
3.4 付款到支付宝	32
3.5 确认到货.....	33
3.6 填写评价.....	35
第4章 火眼金睛——寻找宝贝的技巧	36
4.1 使用关键字搜索的技巧	36
4.1.1 用搜索框搜索.....	36
4.1.2 利用排序进行选择.....	37
4.1.3 高级搜索.....	37
4.1.4 搜索技巧.....	39
4.2 利用产品分类寻找产品的技巧.....	39
4.3 在店铺内寻找宝贝的方法	40
4.4 寻找宝贝的便捷技巧	41
4.4.1 寻找新店铺.....	41
4.4.2 跟随高级卖家.....	42
4.5 确认宝贝质量的技巧	43
4.5.1 细看图片和“宝贝详情”	43
4.5.2 仔细阅读卖家规则.....	44
4.6 管理宝贝的技巧	44
4.6.1 收藏宝贝	44
4.6.2 收藏店铺.....	46
4.7 让淘宝淘友帮忙的技巧	46
4.8 最后一招——直接询问卖家.....	48
第5章 明明白白的购物和沟通——与卖家交流的技巧	49
5.1 确定商品的交易方式很重要	49
5.1.1 “一口价”商品	50
5.1.2 拍卖商品	51
5.2 旺旺以外的沟通技巧	53

5.2.1 发送站内信件	53
5.2.2 留言	55
第6章 选择最便捷的沟通方式——使用阿里旺旺的技巧	57
6.1 阿里旺旺的登录	57
6.2 阿里旺旺的使用方法	58
6.2.1 添加好友	59
6.2.2 添加分组	60
6.2.3 添加个性签名	61
6.2.4 加入黑名单	62
6.2.5 给联系人发短信	62
6.2.6 使用表情	63
6.2.7 旺旺的群组功能	63
6.3 旺旺的实用功能和小技巧	64
6.3.1 添加音乐	64
6.3.2 系统设置	66
6.3.3 查看名片	67
6.3.4 指定发送	68
6.3.5 移动旺旺	69
6.3.6 我的淘宝窗口	74
6.3.7 阿里旺旺群	75
6.3.8 管理组	76
6.4 重要聊天记录的处理技巧	79
第7章 放心地付款，严格地验货——支付与验货的技巧	83
7.1 了解淘宝网的支付方式	83
7.2 学会使用支付宝	84
7.2.1 管理数字证书	84
7.2.2 支付宝基本操作	87
7.3 验货的技巧	90
7.4 及时回复和确认很重要	91
7.5 做好评论的技巧	92
7.6 处理不合格的产品的技巧	93
第8章 有理有据地维护自己的权益——处理交易纠纷的技巧	95
8.1 常见的淘宝纠纷	95
8.1.1 商品纠纷	95
8.1.2 物流纠纷	95
8.1.3 服务纠纷	95

8.2	做一个聪明讲理的客户	96
8.3	学会交易投诉的流程	96
8.3.1	收款不发货	96
8.3.2	成交不卖	97
8.3.3	恶意评价	98
8.4	预防交易纠纷的小窍门	99
8.4.1	诱骗买家使用支付宝即时到账交易	99
8.4.2	看清模仿网站	99
8.4.3	有过交易记录的人也要提防	99
8.4.4	欺诈电话	100
8.4.5	虚假中奖信息	100
8.4.6	警惕盗号木马	100
第9章	瞬间让你变成扫货达人——成为超级买家的技巧	102
9.1	搜索宝贝，货比三家的技巧	102
9.2	砍价的技巧	104
9.3	辨别真假信用度的技巧	104
9.3.1	卖家信用度	104
9.3.2	第一个好评	106
9.3.3	好评的频率	106
9.3.4	每一个好评的时间	107
9.3.5	注意好评的商品	107
9.3.6	注意给予好评的买家	107
9.3.7	买家的评价	107
9.3.8	中评和差评	108
9.3.9	卖家做出的评价	108
9.4	辨别货物的技巧	108
9.4.1	各种物品的验货方法	108
9.4.2	提交到专业的第三方验货	108
9.5	保障交易安全的技巧	109
9.5.1	举报	109
9.5.2	如何举报	109
9.5.3	如何投诉	109
9.5.4	如何提醒	110
9.5.5	如何申请退款	110
第10章	实践才是购物关键——淘宝网购物实战技巧	111
10.1	确定自己要买的产品	111

10.2	按照条件进行搜索并初步判断	111
10.3	货比三家精细地挑选商品	113
10.4	如何判断店主的信誉和商品质量	114
10.5	与店主进行交流的技巧	116
10.5.1	同时和几个店主交流的好处	116
10.5.2	最终确定卖家	116
10.6	货运的跟踪方法	117
10.7	了解快运公司让货单查询更方便	118

第3篇 淘宝购物周边

第11章	随时随地都能进行网购——手机淘宝	122
11.1	注册和使用手机淘宝	123
11.1.1	注册手机淘宝	124
11.1.2	登录手机淘宝	124
11.1.3	手机淘宝的基本功能	125
11.2	更安全的手机支付宝	127
11.2.1	开通手机支付功能	127
11.2.2	如何实现手机支付	128
11.2.3	手机版支付宝的使用	129
11.3	手机淘宝购物的流程	131
11.4	手机淘宝的实用功能和使用技巧	132
11.4.1	下载支付宝手机客户端	133
11.4.2	UCWEB 手机浏览器下载	133
11.4.3	淘1站实体店查询	134
11.4.4	存书签	134
11.5	手机淘宝的相关问题	135
第12章	了解淘宝的所有工具——玩转淘宝	136
12.1	站内互动的淘宝打听	136
12.1.1	了解淘宝打听	136
12.2	方便的淘宝购物车	140
12.3	能虚拟现实的试衣间	141
12.4	淘宝消费者社区	143
12.5	淘宝工具条	145
12.5.1	下载安装工具条	145
12.5.2	淘宝工具条的使用	147
12.6	在淘江湖中交友	148

12.6.1	修改头像	149
12.6.2	修改基本资料	150
12.6.3	结交朋友	151
12.7	不可不知的消费者保障服务	153
12.7.1	淘宝的消费者保障服务关	153
12.7.2	消费者保障服务有什么优势	154
12.7.3	如何找到带有消保服务的商品	154
第 13 章	登峰造极——淘宝高级应用	156
13.1	宝贝传奇	156
13.2	促销宝贝	157
13.3	购物指南	158
13.3.1	查看别人的购物指南	159
13.3.2	撰写购物指南	159
13.4	淘宝	160
13.5	买卖安全	161
13.6	质量报告	162
13.7	淘宝大学	164

第1篇 淘宝购物入门

本篇介绍淘宝网的基本知识,以及在淘宝网购物前需要做的各种准备,例如会员的注册、支付宝的开通、各种工具的下载和安装等。主要目的是为完成淘宝交易做好充分的心理和流程上的准备。

第1章 走进网购世界——淘宝网

淘宝网的出现,才短短的6年时间,现在已经成为亚洲C2C市场中的第一名。淘宝网的注册会员已超过六千万人,年交易额已达几百亿元人民币。可以说淘宝网不仅仅改变了一种购物方式,而且正成为一种主流的购物方式。

1.1 你知道淘宝网吗

淘宝网是亚洲最大网络零售商,致力于打造全球首选网络零售商圈,由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办。淘宝网目前业务包括C2C(个人对个人)和B2C(商家对个人)两大部分。根据2008年第三方权威机构调研,淘宝网占据中国网购市场70%以上市场份额,C2C市场占据80%以上市场份额。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化,坚持“宝可不淘,信不能弃”(金庸)。

在为淘宝会员打造更安全高效的网络交易平台的同时,淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围。每位在淘宝网上进行交易的人,不但交易更迅速高效,而且可以交到更多的朋友。

目前,淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选。2005年10月,淘宝网宣布:在未来5年,为社会创造100万就业机会,帮助更多的网民在淘宝网上就业,甚至创业。截至2009年,淘宝已经为社会提供了超过50万的直接就业岗位。

淘宝网的网站主页地址是



图 1.1 淘宝网首页

1.2 淘宝网的优势

作为 C2C 领域的佼佼者, 淘宝网已经改变了越来越多人的生活方式, 也吸引了越来越多的人投入其中进行创业, 是什么力量或者优势做到这一点的呢? 可以简单的总结如下。

1.2.1 简单人性化的设计

淘宝网的设计完全是针对于普通大众的, 非常简单和人性化, 用户只要稍加摸索就能顺利的学会使用。在淘宝网上, 每一个板块都是围绕着客户进行设计的, 能为客户提供最好服务的东西才会不断出现在淘宝网上, 如阿里软件的出现。

淘宝网的更新非常快, 不论是商品的更新、店铺的更新, 还是淘宝网本身功能的升级更新都是非常及时的, 如淘宝网的后台管理, 就越来越人性化, 功能越来越多, 最主要的是使用起来越来越方便。如图 1.2 所示为淘宝后台管理的老版本与新版本, 其中 A 图为老版本, B 图为新版本。从图中可以看出, 新版与老版相比, 网页页面更加美观, 板块布局设置更加合理性, 功能也更加全面, 这体现了淘宝一切为了客户, 一切简单人性化的理念。



图 1.2 淘宝网后台管理的新旧版本

1.2.2 便宜的商品

目前,在淘宝网上有超过 3.5 亿件商品在线销售,这是一个巨大的系统,而且在淘宝网上销售的商品价格都非常便宜。比如一些品牌手表,网上的价格可能只有专柜售价的一半左右。为什么在淘宝网上的商品能以这么低的价格出售呢?这里需要做一个比较,实体店的商品售价构成一般包括固定投资成本分摊(店面租金+装修维护费)、人力成本、税收、较高的利润目标,而在淘宝网上出售的商品一不需要分摊固定投资成本,二不会有额外的人力成本,更没有税收(这是目前的状态,将来肯定会要收税的),而且也不需要更高的利润目标。在线销售的费用主要来自于每年几百块钱的网络维护费用以及电脑费用。

表 1.1 为传统店铺和网店的成本对比,从中可以非常直观地看出网店成本与传统店铺的成本比是 1:11。这里设计的传统实体店铺是一个店铺面积小于 50 平方米的小店铺。

表 1.1 网店与传统店铺的成本比较(按年计算)

项目	传统店铺的成本(元)	网店的成本(元)
店面租金	30000	0
店面装修	15000	0
税金	4000	0
水电费用	2000	0
人工管理费用	15000	0
电脑、网络、相机	0	6000
合计	66000	6000

按照一年收入加投资成本的方法计算,实体店如果一年售出 2 千件商品,则每件商品需要平摊 33 元的成本费用,而网店则只需要平摊 3 元的成本费用。

1.2.3 高质量的商品

淘宝网通过各种方法与措施为在线商品的质量提供保障。比如,不断完善的评价系统,给了买卖双方有力的制约。针对买家挑剔的目光,为了避免买家对卖家的“中评”和“差评”,卖家必须对商品质量严格把关,否则卖家在淘宝网的生意就很难做得下去。

淘宝网推出的消费者保障计划也是保证高质量商品的措施之一。尽管这是一项增值服务，但备受大多数买家认可。消费者保障计划规定了所售商品与商品描述相符保证（如实描述），7天无条件退换货、正品保障等，严格限制了卖家的商品门槛，让劣质商品无处遁形。

因此，淘宝网能提供高质量的商品，是基于这些方法与措施而来的，而非单凭商家的良心达到的，这才是持久的质量保障。

1.2.4 优质的服务

对于服务而言，不论是实体店还是网店都是必须做好的。网店能提供优质的服务，主要是从制度上进行了制约。实体店的交易通常都是当面交易，一手交钱一手交货，因此交易记录可能非常简单粗糙，也无法做到具体针对每一个顾客进行详细记录，售后服务往往也很难保证。网络交易平台在一开始设计时就充分考虑了这些情况，并针对此制定了相应的制度。

在网上交易，不但每一笔交易会有交易的记录，而且对每一笔交易都会有来自买卖双方的评价。建立了很好的买卖信用档案，凸显了信用无比重要的作用。而良好的信用既是优质服务的积累，又是优质服务的保证。

目前，在网络上开店的必要前提就是通过实名认证，而实名认证和服务质量是紧密相连的。例如，某人在淘宝上开有几个网店，如果其中某一个店的信用记录不是很好，那么这些不良信用记录也会殃及其他几个店的生意。据统计，网络上的绝大多数交易问题都来自于商品质量的问题，而由此带来的差评会严重影响卖家的生意，所以，网店卖家会更注重商品的质量和服务。

1.2.5 优秀的评价系统

淘宝网提供了一个优秀的信用评价系统。买卖双方在完成一笔交易后，都有机会对对方进行评价，这个评价关系到买卖双方的信用指数。评价分为三等：“好评”、“中评”和“差评”。好评在信用指数里加一分，中评不加分，差评减一分。所以当差评比较多时，好评率就会下降，而这个数据是所有在淘宝网上进行交易的人最关注的一个数据，所以不论是给人评价还是被人评价，都不希望被评为“差评”。

淘宝网会员的信用指数几乎在淘宝网的每个页面都能看得到，最常见的地方就是店铺页面和商品描述页面，会见到如图 1.3 所示的“掌柜档案”信息。一般分为四个部分，会员积累信用、店铺动态评分、店铺信息和附加信息。好评率的计算方法是指好评个数除以所有成功交易的次数。

在“卖家信用”的右面，可以看到如皇冠形状的图标，这在淘宝网上指的是信用等级为皇冠级。而在“买家信用”的右面可以看到钻石形状的图标，这也是信用等级的符号。如图 1.4 所示为淘宝网信用等级图标，分数表示好评分数。

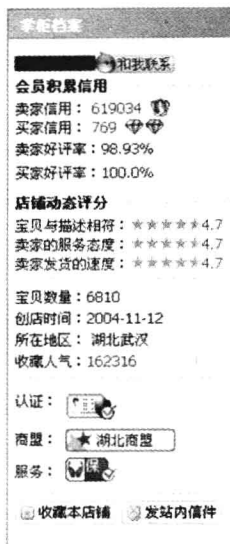


图 1.3 掌柜档案

4分-10分	♥	一心级	心级
11分-40分	♥♥	二心级	
41分-90分	♥♥♥	三心级	
91分-150分	♥♥♥♥	四心级	
151分-250分	♥♥♥♥♥	五心级	
251分-500分	♦	一钻级	钻石级
501分-1000分	♦♦	二钻级	
1001分-2000分	♦♦♦	三钻级	
2001分-5000分	♦♦♦♦	四钻级	
5001分-10000分	♦♦♦♦♦	五钻级	
10001分-20000分	♠	一皇冠	皇冠级
20001分-50000分	♠♠	二皇冠	
50001分-100000分	♠♠♠	三皇冠	
100001分-200000分	♠♠♠♠	四皇冠	
200001分-500000分	♠♠♠♠♠	五皇冠	

图 1.4 淘宝网信用等级图标

1.2.6 便捷的服务

淘宝网为买家购物营造了一种非常轻松的环境。因为网络是全天候的，所以网店也可以是全天候营业的，买家可以想什么时候买就什么时候买，而不必担心下班后商家关门的情况。淘宝便捷的服务主要体现在如下几个方面。

1. 全天候在线

从时间角度来说，网店比实体店有优势，实体店最长的营业时间一般也在 12~16 个小时，能做到全天 24 小时服务的实体店很少。而网店的最大优势首先来自于其可以提供全天 24 小时的在线服务。网店完美地发挥了网络的这一优势，可以提供全年无间断在线服务。就算人不在电脑旁也不会耽误生意，因为网店能与移动终端（如手机）很好地结合起来，真正做到不落下一单生意。

淘宝网与中国移动服务提供商合作，推出了网络短信服务。当有买家在网店留言咨询时，淘宝网可以通过中国移动的短信服务及时地送达给卖家。这种优质的服务大大方便了买家购物。

据网络调查显示，每天的上网高峰主要集中在上午的 9~10 点和下班后的 17~21 点，上午的这个高峰期不太可能形成购物高峰，因为这大多是上班族在网上处理工作的时间。而晚上的高峰期才是买家光顾网店的黄金时间段。此时也是网店老板最繁忙的时间。网络为买卖双方提供了充足的购物空间和时间。这种优势也为兼职开店提供了很好的机会。

2. 节省时间和金钱

去商场购物的经验告诉我们，一次购物一般会花上几个小时，甚至是一天时间，

这其中要包括购物路途上的时间,以及等待缴费的时间等,而且往往是当你想去买一件衣服时,最后回家发现捎带着买回了一堆其他的东西,特别是看到那些打折商品,总是会被超低的折扣所吸引,买回一些自己实际并不需要的商品。

在淘宝网上买东西省去了购物来回路途上的时间以及等待的时间,也避免了沿途捎带一些不必要商品的可能,再加上网店的商品通常比实体店便宜,因此,完全可以做到既节省时间,又节省金钱。

3. 方便的物流

与网络购物配套的物流服务已经相当完善,只要不是居住得太偏远,买家在网上购买的商品快递公司都是能够直接帮你送到手中的。这也有效地推进了网购的发展。随着物流业务的增加,物流费用也越来越低了,低廉的运费有时就相当于在城市里坐两趟公交车的价格。

1.3 到品质更有保证的淘宝商城淘货

淘宝商城是淘宝 C2C 模式之后开发的 B2C 模式,即企业对个人的电子商务。在淘宝商城中,卖家主体都是企业的法人,而不是自然人。淘宝商城一方面填补了淘宝在 B2C 领域的空白,另一方面也是对 C2C 的卖家的激励,促使他们需要不断地做好服务,提供高质量的商品,避免在激烈的竞争中被淘汰掉。

打开淘宝网首页,在淘宝搜索条里就有商城的选择,当选择好商城后,再输入关键词进行搜索时,搜索到的商品就是商城内的商品了。例如,在搜索框内输入“手表”,单击【搜索】按钮后,出现了如图 1.5 所示的搜索结果页。



图 1.5 商城搜索

在淘宝商城的商品搜索结果页内,可以看见整个商城的页面分布为上下两栏,上栏部分主要是功能区域,如分类下拉菜单、搜索区域,而下栏部分主要是商品展示区域。