



西昌学院“质量工程”资助出版系列教材

淘宝网

创业实训

主编 李思



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

西昌学院“质量工程”资助出版系列教材

淘宝网创业实训

主 编 李 思

副主编 赵清兰

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书介绍了利用淘宝网创业的基础知识与系列技能。作为一本创业实训教材,本书在相应章节设计了多个实用性强、操作性强的实训项目,内容全面,包括开店入门知识、开店基本流程、购物流程、店铺设置与宝贝发布、旺铺基本装修、店铺日常管理、商品图片的拍摄、图片的美化与处理、店铺运营与推广、店铺安全等方面的基本方法和技巧等。本书特别适合想在网上开店创业的初学者,有助于他们全面了解店铺经营的各个细节,同时也适合已经开办了网店并想进一步掌握网店经营技巧的读者。

本书既可作为高等学校电子商务专业实训教材,也可作为有志于在淘宝开网店的创业者的参考书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网店创业实训 / 李思主编. —北京:北京理工大学出版社, 2014. 3

ISBN 978 - 7 - 5640 - 8038 - 9

I. ①淘… II. ①李… 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 (2013) 第 292619 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市天利华印刷装订有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 10.5

字 数 / 234 千字

版 次 / 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

定 价 / 29.00 元

责任编辑 / 刘 娟

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

序 言

西昌学院校长 夏明忠

为了贯彻落实党中央和国务院关于高等教育要全面坚持科学发展观，切实把重点放在提高质量上的战略部署，经国务院批准，教育部和财政部于2007年1月正式启动“高等学校本科教学质量与教学改革工程”（简称“质量工程”）。2007年2月，教育部又出台了“关于进一步深化本科教学改革全面提高教学质量的若干意见”。从此，拉开了中国高等教育“提高质量，办出特色”的序幕，将中国高等教育从扩大规模正式向“适当控制招生增长的幅度，切实提高教学质量”的方向转变。这是继“211工程”和“985工程”之后，在高等教育领域实施的又一重大工程。

西昌学院在“质量工程”建设过程中，全面落实科学发展观，全面贯彻党的教育方针，全面推进素质教育；坚持“巩固、深化、提高、发展”的方针，遵循高等教育的基本规律，牢固树立人才培养是学校的根本任务，质量是学校的生命线，教学是学校的中心工作的理念；按照分类指导、注重特色的原则，推行“本科学历（学位）+职业技能素养”的人才培养模式，加大教学投入，强化教学管理，深化教学改革，把提高应用型人才培养质量视为学校的永恒主题。先后实施了提高人才培养质量的“十四大举措”和“应用型人才培养质量提升计划20条”，确保本科人才培养质量。

通过7年的努力，学校“质量工程”建设取得了丰硕成果。已建成1个国家级特色专业，6个省级特色专业，2个省级教学示范中心，3位省级教学名师，2个省级卓越工程师人才培养专业，3个省级高等教育“质量工程”专业综合改革建设项目，16门省级精品课程，2门省级精品资源共享课，2个省级重点实验室和1个省级人文社会科学重点研究基地，2个省级实践教学建设项目，1个省级大学生校外农科教合作人才培养实践基地，4个省级优秀教学团队等等。

为了搭建“质量工程”建设项目交流和展示的良好平台，使之在更大范围内发挥作用，取得明显实效；促进青年教师尽快健康成长，建立一支高素质的教学科研队伍，提升学校教学科研整体水平。学校决定借建院十周年之机，利用2013年的“质量工程”建设资金资助实施“百书工程”，即出版优秀教材80本，优秀专著40本。“百书工程”原则上支持学校副高职称的在职教学和科研人员，以及成果极为突出的中级职称或获得博士学位的教师。学校鼓励和支持他们出版具有本土化、特色化、实用性、创新性的专著，结合“本科学历（学位）+职业技能素养人才培养模式”的实践成果，编写实验、实习、实训等实践类的教材。

在“百书工程”实施过程中，教师们积极响应，热情参与，踊跃申报，一大批青年教师更希望借此机会促进和自身的教学科研能力；一批教授甘于奉献，淡泊名利，精心指导青年教师；各二级学院、教务处、科技处、院学术委员会等部门的同志在选题、审稿、修改等方面也做了大量的工作；北京理工大学出版社和四川大学出版社也给予了大力支持。借此机会，向为实施“百书工程”付出艰辛劳动的广大教师、相关职能部门和出版社等表示衷心

的感谢！

我们衷心祝愿此次出版的教材和专著能为提升西昌学院整体办学实力增光添彩，更期待今后有更多更好的代表学校教学科研实力和水平的佳作源源不断地问世，殷切希望同行专家提出宝贵的意见和建议，以利于西昌学院在新的起点上继续前进，为实现第三步发展战略目标而努力。

前 言

随着互联网和信息技术的不断发展,电子商务行业日益发展壮大。通过互联网开放的网络环境,买卖双方在不谋面的情况下能够进行各种商贸活动。电子商务作为一种综合性、实践性较强的学科专业,涵盖了网上购物、网上交易、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全过程。

淘宝网店近年来迅猛发展,成为年轻人创业、就业的主要方式之一。本书以淘宝网为例,介绍了在淘宝网开店创业的基础知识和实用技能。

本书作为西昌学院“质量工程”系列教材,体现了电子商务专业注重实践实训的改革理念。全书共设计了近60个实训项目,建议授课时间为45小时。本书共10章,包括开店入门知识、开店基本流程、购物流程、店铺设置与宝贝发布、旺铺基本装修、店铺日常管理、商品图片的拍摄、图片的美化与处理、店铺运营与推广、店铺安全等方面的内容。为了让学生更好地理解与掌握相关知识,本书在相应章节设计了近60个实用性强、操作性强的实训项目,特别适合想在网上开店创业的初学者,有助于他们全面了解店铺经营的各个细节;同时本书也适合已经开办了网店并想进一步掌握网店经营技巧的读者。

在淘宝,开店容易,坚持下来很难,许多新手卖家不懂经营、不懂推广、没有坚持,从而导致店铺被迫关闭。为此,笔者专门到阿里研究中心,为新手卖家精选了部分优秀卖家的创业故事,为大家提供创业的思路与坚持的动力。真心希望本书能为这些在淘宝创业开店的新手卖家提供实际的帮助。

本书的顺利出版,得到了西昌学院、淘宝大学、阿里研究中心的大力支持和帮助,也参考和借鉴了大量已经出版的文献,在此一并表示感谢。

本书由李思担任主编,赵清兰担任副主编。赵清兰承担了第2章、第10章的编写,其余章节由李思编写,全书由李思统稿。

由于时间仓促,书中难免存在不妥之处,请专家和读者批评指正,并提出宝贵意见。

编 者

目 录

第1章 开店入门	(1)
1.1 电子商务简介	(1)
1.1.1 电子商务的概念	(1)
1.1.2 中国电子商务发展历程	(3)
1.2 淘宝网简介	(3)
1.3 网上开店方式	(4)
1.3.1 兼职网上开店	(5)
1.3.2 全职网上开店	(5)
1.3.3 实体店兼营网上店铺	(5)
1.4 开店准备	(6)
1.4.1 货源准备	(6)
1.4.2 联系物流	(7)
第2章 开店流程	(11)
2.1 开店流程简介	(11)
2.2 开通网银	(11)
2.3 注册免费电子邮箱	(13)
2.4 淘宝网的注册与认证	(14)
第3章 购物流程	(21)
3.1 宝贝搜索	(21)
3.2 我的淘宝——我是买家	(22)
3.3 卖家中心——我是卖家	(24)
3.4 网店定位和消费群体分析	(25)
3.5 网上商品的选购	(27)
第4章 店铺设置与宝贝发布	(31)
4.1 店铺基本信息设置	(31)
4.2 商品发布	(32)
4.3 商品名称	(34)
4.4 商品分类	(36)
4.5 淘宝助理	(38)

第5章 旺铺基本装修	(45)
5.1 旺铺装修入口	(45)
5.2 店铺招牌	(45)
5.3 添加模块	(46)
5.4 图片轮播	(47)
5.5 宝贝推荐	(48)
5.6 自定义内容区	(50)
5.7 友情链接	(51)
5.8 客服中心	(52)
5.9 店铺二维码	(53)
第6章 店铺日常管理	(57)
6.1 在线接待	(57)
6.2 处理各种留言	(59)
6.3 橱窗推荐	(62)
6.4 促销设置	(62)
6.5 修改价格和交易状态	(64)
6.6 退货交易处理	(66)
6.7 评价管理	(67)
6.8 纠纷管理	(70)
6.9 客户管理	(71)
第7章 商品图片的拍摄	(77)
7.1 数码相机基础	(77)
7.1.1 数码相机的选购	(77)
7.1.2 图片分辨率	(80)
7.1.3 相机的功能按钮和基本操作	(81)
7.2 光圈和景深	(84)
7.3 曝光补偿和白平衡调整	(86)
7.3.1 曝光补偿	(86)
7.3.2 白平衡调整	(87)
7.4 取景与构图	(90)
7.4.1 取景	(91)
7.4.2 构图	(91)
7.5 小件商品的拍摄	(94)
7.5.1 商品的摆放	(94)
7.5.2 不同材质表面的拍摄方法	(96)
7.5.3 微距功能与细节展示	(97)
第8章 图片的美化和处理	(102)
8.1 光影魔术手的下载与安装	(102)
8.2 调整色彩和亮度	(103)

8.3	调整图片的清晰度	(106)
8.4	调节图像大小	(107)
8.5	添加图框、文字和水印	(110)
第9章	店铺运营与推广	(118)
9.1	淘宝网流量	(118)
9.1.1	流量入口	(118)
9.1.2	流量解读	(120)
9.2	影响所有宝贝排序的因素	(120)
9.2.1	相关性	(121)
9.2.2	搜索降权	(122)
9.2.3	橱窗推荐的分配	(123)
9.2.4	上下架时间优化	(125)
9.2.5	DSR 动态评分	(126)
9.3	淘宝活动	(127)
9.3.1	活动报名	(127)
9.3.2	活动细分	(130)
9.4	淘宝客推广	(133)
9.5	淘宝站外免费流量推广	(136)
第10章	店铺安全	(143)
10.1	交易安全	(143)
10.2	防骗知识	(144)
10.3	识骗能力	(145)
10.4	商业机密	(148)
参考文献		(154)
后记		(155)

第 1 章

开店入门

本章是学习本书后续内容的必要准备，从电子商务基础的概念、淘宝网简介等基础理论知识入手，重点讲解网上开店方式、开店准备方面的内容，并针对这些内容，设计了 3 个实训项目，建议完成课时为 4 个课堂学时 + 8 个课外学时。

1.1 电子商务简介

1.1.1 电子商务的概念

电子商务分为广义和狭义的电子商务。广义的电子商务概念是指使用各种电子工具从事的商务活动，这些工具不仅包括初级电子工具，如电报、电话、广播、电视、传真、计算机和计算机网络，还包括 NII（国家信息基础结构——信息高速公路）、GII（全球信息基础结构）和 Internet 等现代系统。商务活动是指商品的需求活动，以及商品间合理、合法的消费和交易。狭义的电子商务概念是指主要利用互联网从事的商务活动，将电子工具的内容锁定在了互联网这一种表现媒介和形式上。

电子商务通常是指在互联网开放的网络环境下，世界各地基于服务器应用方式，在买卖双方不谋面的情况下进行的各种商贸活动，以实现消费者的网上购物、企业间的网上交易和在线电子支付，以及完成各种商务活动、交易活动、金融活动和相关综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

从贸易活动的角度来看，电子商务可以在很多个环节里去实现，因此，我们也可以将电子商务分为两个层次。即浅层次的电子商务和深层次的电子商务。

浅层次的电子商务只是通过使用电子工具来完成贸易活动的部分流程和环节，比如：

- (1) 在网页上发布电子商情。
- (2) 采用电子方式取代纸质凭据来做生意的电子贸易。
- (3) 通过电子邮件和电子数据交换来明确合作方之间责、权、利关系的电子合同等。

深层次的电子商务在流程和环节上更加完整，可以利用互联网来进行全部的贸易活动（如图 1-1 所示）。即在互联网上将信息流、商流、资金流和部分物流环节完整地实现，从寻找客户、在线洽谈、下订单、在线支付和收款，到部分商品的在线发货，甚至电子报关和电子纳税，全部贸易环节都通过互联网来完成。

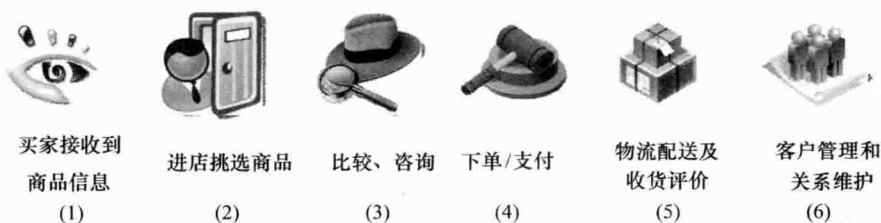


图 1-1 深层次的电子商务流程

要实现深层次的电子商务，除了会涉及买卖双方以外，还需要银行等金融机构、政府部门、认证机构和物流配送中心等环节的支持和配合，企业独立操作及实施的难度很大，而在淘宝网这类交易平台上，则可以通过平台系统、支付宝和推荐物流等配套服务，轻松实现深层次的电子商务拓展。

综上所述，在交易平台上开店来完成贸易活动，不仅属于狭义的电子商务模式，还有一种深层次的电子商务模式，属于难度最小、最具可行性的一种电子商务形式。

★实训项目 1-1:

【实训内容】访问阿里巴巴、京东商城、唯品会、凡客诚品、糯米网、苏宁易购等网站，了解各电子商务平台功能的差异，感知电子商务模式。

【学时要求】2 个学时。

【实训要求】完成自主访问与浏览后，完成表 1-1。

表 1-1 国内主要电子商务平台的比较

序号	网站	网址	功能概述	主营产品	盈利模式简述
1	阿里巴巴				
2	京东商城				
3	唯品会				
4	凡客诚品				
5	糯米网				
6	苏宁易购				

1.1.2 中国电子商务发展历程

如果从广义的概念上讲,中国的电子商务起源于20世纪90年代。20多年来,中国电子商务经历了由起步到逐步发展成熟的过程:

1. 起步期(1990—1993年)

20世纪90年代初,中国政府开始将EDI电子商务在一些大型的内外贸易、交通、银行等部门应用,开启了中国电子数据交换时代,这一时期也成为中国电子商务的起步期。

2. 雏形期(1993—1997年)

20世纪90年代中期,中国政府领导组织开展“三金工程”(金关、金卡、金税),为电子商务发展期打下坚实基础。1996年1月成立国务院国家信息化工作领导小组,由副总理任组长,20多个部委参加,统一领导组织我国信息化建设。

3. 发展期(1998—2000年)

1998年3月,我国第一笔互联网网上交易成功,这标志着我国电子商务进入互联网电子商务发展阶段。1999年,“8848”、阿里巴巴等专门从事电子商务的公司成立,电子商务由理论走入实践阶段。

4. 稳定期(2000—2009年)

在经历了2000年的电子商务低迷调整期后,2003年,电子商务得以快速稳定发展。2004—2006年,大量外资涌入,掀起了电商企业兼并收购的浪潮。到2008年以后,以网购为主流的电子商务取得长足的发展,开始影响到人们生活的各个方面,电子商务进入稳定发展的阶段。

5. 成熟期(2010年至今)

随着3G网络的蓬勃发展,电子商务开始进入成熟期。

1.2 淘宝网简介

淘宝网(www.taobao.com)是亚太地区深受欢迎的网购零售平台,由阿里巴巴集团在2003年5月10日投资创立(如图1-2所示)。目前拥有近5亿的注册用户数,每天有超过6000万的固定访客数,同时每天的在线商品已经超过了8亿件,平均每分钟售出4.8万件商品。截至2011年年底,淘宝网单日交易额峰值达到43.8亿元,创造270.8万个就业机会。2012年11月11日,淘宝网单日交易额更是达到了惊人的191亿元。随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加,淘宝网也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。



图1-2 淘宝网

淘宝网致力于推动“货真价实、物美价廉、按需定制”网货的普及，帮助更多的消费者享用海量且丰富的网货，获得更高的生活品质；通过提供网络销售平台等基础性服务，帮助更多的企业开拓市场、建立品牌，实现产业升级；帮助更多胸怀梦想的人通过网络实现创业就业。

淘宝网不仅是中国深受欢迎的网络零售平台，也是中国的消费者交流社区和全球创意商品的集中地。淘宝网在很大程度上改变了传统的生产方式，也改变了人们的生活消费方式。不做冤大头，崇尚时尚、个性、开放和善于交流的心态，成为淘宝网上崛起的“淘一代”的重要特征。淘宝网多样化的消费体验，让“淘一代”们乐在其中：团设计、玩定制、赶时髦、爱传统。

在中国电子商务的发展中，淘宝网占据着一个重要的位置，它对中国电子商务发展的最大贡献在于解决了发展中遇到的两个瓶颈，即支付和信用，真正大规模地培养了国人的网购习惯。中国目前8 000万的网购消费者，绝大多数都是淘宝培育出来的。现在，支付宝已经成为目前中国网上购物的主流支付工具，而淘宝创建的信用评价制度也成功地建立了商家和消费者之间的信任，为网络购物的普及奠定了坚实基础。目前，淘宝正在致力于解决电子商务发展的三个瓶颈中最后的一环——物流，大力发展和推广淘宝的推荐物流体系，使商家在有效降低物流成本的同时，还能享受到良好、便捷的物流服务。

★实训项目1-2:

【实训内容】访问淘宝网（www.taobao.com），了解、熟悉淘宝网的功能和模块。

【学时要求】2个学时。

【实训要求】完成自主访问与浏览后，完成表1-2。

表1-2 淘宝网功能分析

网站	网址	功能概述	首页模块分区	盈利模式简述
淘宝网				

1.3 网上开店方式

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（简称网店），然后将待售商品的信息发布到网页上。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、快递等方式，将商品发送至购买者。

网上购物的商品范围越来越广泛，使得它甚至超越了传统购物方式，为越来越多的人尤其是年轻一代所接受和喜爱。网购人群的不断发展和壮大，加上越来越多的人想利用这个机

会实现自己创业的梦想,在这两方面因素的共同作用下,网上开店形势十分火爆。

网上开店有多种方式,不同的开店方式需要的开店成本也不同,对销售盈利的结果也会产生一定的影响。要选择适合自己的开店方式,首先需要对各种不同的网上开店方式进行性价比的分析和比较。

1.3.1 兼职网上开店

兼职是最容易实施的一种网店经营方式。经营者将经营网店作为自己的副业,以增加更多的收入来源为目的。比如许多在校学生就喜欢利用课余时间经营网店,也有不少上班族利用业余时间开设网店,增加收入来源。义乌工商学院于2008年开设了淘宝“创业班”,许多在校学生利用课余时间经营淘宝店铺,获得了可观的收益。

1.3.2 全职网上开店

全职网上开店相当于投资创业,经营者要将全部的精力都投入到网店的经营上来,将网上开店作为自己的事业来做,将网店的收入作为个人收入的主要来源。因此,这种经营方式所要付出的精力及财力也较多,网上店铺的经营效果也会更好一些。现在许多在淘宝网经营得不错的店铺,卖家大多数是职业卖家,以网上开店为生,或以网上开店作为自己的事业(如图1-3所示)。

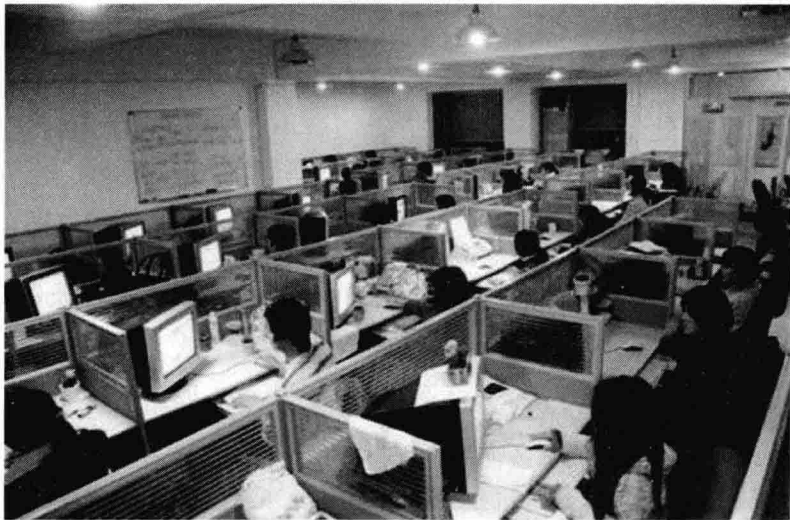


图1-3 淘宝网“柠檬绿茶”网店

1.3.3 实体店兼营网上店铺

已经拥有实体店铺的经营者,为了扩大生意的受益面而兼营网上店铺,这也是比较普遍的一种开店模式。这种网店因为有网下实体店铺的支撑,在商品的价位、销售的技巧方面都更高一筹,也容易取得消费者的认可与信任。2012年,淘宝网官方推出了“两店联动”活动,只要有实体店铺的专家,通过淘宝实体商家认证以后,即可拥有免费推广的机会(如图1-4所示)。

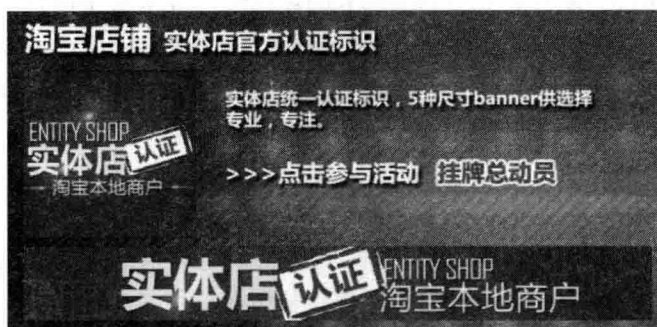


图 1-4 淘宝网“两店联动”官方活动

1.4 开店准备

1.4.1 货源准备

在开店之前,要根据自身的实际情况确定经营方式、主营产品、经营范围。接下来,就要去寻找物美价廉的货源了。当然,也可以随时根据自己发现的货源情况,确定自己的经营方向。在网上开店,大致可以从以下几条渠道准备货源:

1. 虚拟产品进货

如果打算经营虚拟产品(如移动、联通、电信、QQ业务、网游点卡等),可以选择淘宝官方平台或加盟专业软件方式。经营虚拟产品投资小、风险小、无需物流、24小时自动充值。信誉上升很快的同时,新手卖家也可以学习到网店经营的经验。

2. 批发市场

到当地较大的批发市场,或是专业的批发市场进货,这是最常见的进货方式。在批发市场进货需要有较强的议价能力,力争将批发价压到最低,同时要与批发商建立良好的关系,在关于调换货的问题上要要与批发商说清楚,以免日后起纠纷。

3. 厂家进货

厂家进货也是一种常见的渠道,直接去厂家进货,可以拿到更低的进货价,但是一次进货金额通常会要求比较高,增加了经营风险。选择进货的厂家,最好是当地企业,如果有认识在该企业工作的朋友或者本人就是企业的员工,进货就更加有保障了。

4. 地方特色产品

关注当地的特色产品,如杭州的丝绸、新疆的枣子、凉山的苦荞茶等,这些产品在当地有较多的生产企业,极具地方特色,具有货源优势。通过货比三家,结合对当地特产的了解,一定能找到满意的货源。

5. 自创品牌或 OEM 代工

如果自己有某项别人所不具备的特殊才能,并能够转化为产品,可考虑自创品牌。如手绣、绘画等,可将这些艺术手法融入产品设计中,形成自己独特的产品。除此之外,还可以创立自己的品牌,找工厂进行贴牌生产,即 OEM 代工。

6. 网上货源

如果当地没有符合经营需求的产品,可以到“阿里巴巴”平台寻找货源,通过发布求

购信息，很快就会收到很多回馈信息和报价，通过比较、选择最合适的卖家进货即可。

1.4.2 联系物流

物流，是开设淘宝网店前期准备的一个非常重要的流程，直接影响到店铺的运营和收入。选择一家好的物流公司，不仅使运营成本相应降低，还影响到客户对店铺服务的整体印象。常见的物流方式有：

1. 汽车物流

这是较为常见的一种物流方式。区域性的物流公司，有的提供专线运输（如西昌——成都），这种方式的优点是，每天固定班次，时间比较快。

费用方面，汽运公司通常都以自己的利益为准，比如体积较大的东西（如家纺、毛绒玩具等），通常会按体积计费；重量较重的东西，但体积很小（如金属制品），通常会按重量计费；普通物品，会按件计费，大件比小件费用高。一般而言，选择大的公司费用会比小公司更便宜。

2. 铁路物流

铁路运输分为两种，一种是火车快件，一种是中铁快运。后者提供门到门服务，但价格稍贵。费用方面，会比汽车物流便宜些。如果物品体积较大、重量较重，一般选择发火车，时间会比汽车快些，不易丢件。

3. 航空物流

空运是所有运输方式中时间最快的，运费一般是按重量算，根据到货城市不同，价格不一，不同的空运代理价格也不一样。生鲜类的货物，时间要求快，建议发空运，但如遇天气原因取消航班或延误较长时间，对货物会形成损失。

综上所述，不管选择哪家快递公司，通常都会通过上述三种方式送达货物，具体要根据店铺主营产品的特点来选择快递公司。

★实训项目 1-3：

【实训内容】走访当地物流公司、快递公司，比较各物流公司费用、时间差别，为店铺经营做好物流准备。

【学时要求】8个课外学时。

【实训要求】完成走访后，完成表1-3。

表 1-3 不同快递公司的费用比较

序号	公司名称	首重价格	续重价格	国内主要省份 价格差异	备注
1				省内： 北京： 上海： 广州： 西藏： 新疆： 香港：	

续表

序号	公司名称	首重价格	续重价格	国内主要省份 价格差异	备注
2				省内： 北京： 上海： 广州： 西藏： 新疆： 香港：	
3				省内： 北京： 上海： 广州： 西藏： 新疆： 香港：	
4				省内： 北京： 上海： 广州： 西藏： 新疆： 香港：	

比较后得出的结论：
