

开一家赚钱的小店系列丛书

# 开一家赚钱的 网店

www

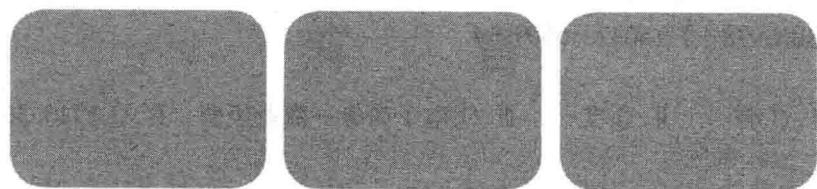


艾雅雅◎编著

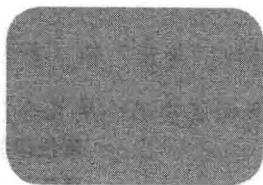
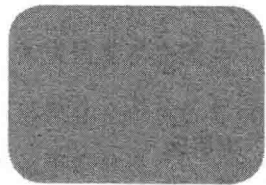


中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

开一家赚钱的小店 系列丛书



# 开一家赚钱的 网店



艾雅雅◎编著

中国财富出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

开一家赚钱的网店/艾雅雅编著. —北京: 中国财富出版社, 2015. 2  
(开一家赚钱的小店系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5509 - 4

I. ①开… II. ①艾… 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 (2014) 第 293231 号

策划编辑 姜莉君

责任印制 方朋远

责任编辑 苏佳斌 姜莉君

责任校对 梁 凡

---

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5509 - 4/F · 2290

开 本 710mm × 1000mm 1/16

版 次 2015 年 2 月第 1 版

印 张 15

印 次 2015 年 2 月第 1 次印刷

字 数 215 千字

定 价 29.80 元

---

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

# 前 言

2014年1月16日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布第33次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至2013年12月，中国网民规模达6.18亿，全年新增网民5358万人。互联网普及率为45.8%，较2012年年底提升3.7个百分点。其中，手机网民规模达5亿，继续保持稳定增长。手机网民规模的持续增长促进了手机端各类应用的发展，成为2013年中国互联网发展的一大亮点。

综合近年来网民规模数据及其他相关统计，中国互联网普及率逐渐饱和，互联网发展主题从“数量”向“质量”转换，具备互联网在经济社会中地位提升、与传统经济结合紧密、各类互联网应用对网民生活形态影响力加深等特点。

《报告》还显示，2013年以网络购物、团购为主的商务类应用保持较高的发展速度。2013年，中国网络购物用户规模达3.02亿，使用率达到48.9%，相比2012年增长6.0个百分点。在商务类应用中，团购市场的增长最为迅猛：2013年团购用户规模达1.41亿，团购的使用率为22.8%，相比2012年增长了8.0个百分点，使用率年增速达54.3%，成为商务类应用的最大亮点。

看到以上这些数字，的确很令人激动，特别是对想在网上创业的年轻人来说，更是一剂强心剂。网络创造财富已经不是什么秘密，网络里不断出现的大佬也是确确实实的。因此，创业者如同浪潮一般，纷纷在网上开店，有的懂网络技巧赚了个盆满钵满，有的根本一点也不懂，结果经营的网店无人问津……



网上开店的确门槛很低，投资也很小，风险也小，几乎是全民都可以参与的一种创业方式。但是，看似容易得到的东西，往往不是那么好经营的。很多人满怀热情地开网店，结果发现真的经营起来要困难很多，没有订单，赚不到钱，最后网店没有继续开下去的动力，不了了之。

很多人纷纷问专业人士：开网店做什么好，卖什么比较赚钱？现在开网店，你做什么都是赚钱的，做什么也都是赚不了钱的。很多人开了网店，但是更多人选择退出了开网店，因为竞争太激烈。上淘宝网随便搜一个东西，出现的宝贝都是上百页的，有成千上万的店铺在卖。所以，不管做哪一行，赚钱都不是那么容易的。不管做哪一行，都是需要方法和技巧的，绝不会是你坐在那儿，别人就主动上来找你的。怎样才能开一家赚钱的网店呢？需要先解决哪些问题呢？

**你懂什么是网店吗？**如果你连什么是网店，网店和实体店有什么区别都不清楚的话，最好先做网民一年再说。

**你到底想卖什么宝贝？**经营一个网店，如果是自己的兴趣所在或者自己所擅长的领域，往往比较容易坚持。在互联网上可以卖的东西很多，衣服、饰品、食品、五金、电器等都可以，看看自己身边有些什么好资源，再与自己的兴趣和擅长的领域相整合，最后确定卖什么样的产品。

**你知道你的网店需要什么特色吗？**有特色的店是有自己的目标市场的，并且针对目标市场进行专业的策划营销。例如，可以利用地域优势专门经营家乡的土特产，可以利用货源优势专营某种风格的服装，也可以经营一种概念，比如创意家居、创意生日礼物等。把店面做得越有特色，就越能吸引特定的客户群。

**你会提升网店的信誉度吗？**开网店必须注重信誉度，没有信誉度就没有客户回头率，因此初期信誉度的提升很重要。网店刚起步时，无人问津是正常的现象，这时可以发动自己的亲友购买指定品种的产品，将网店的某种或者某两种你觉得最讨喜的产品的信誉度刷上去。这个时候可能会耗



费你或者亲友的一些资金，应该不会太多，但要相信这是值得的。

**你懂得推广宣传自己的网店吗？**宣传网店可以去与产品相关的一些论坛及大论坛的子门类发帖，也可以通过一些社区交友网站进行宣传。宣传产品不宜太过直白，因为一般论坛都会对广告帖进行删除。你可以注册账号，丰富自己的个人信息，将自己的论坛签名档挂上自己的淘宝店链接，多发一些与自己产品相关的专业帖子，建立自己在这方面的权威，多与论坛的网友发帖互动，发掘潜在客户。

**你会装修自己的网店吗？**网店的装修风格必须清新且一目了然。货品种类不需要过分繁多，应该考虑目标客户群精挑细选最有特色的十几种或者几十种，且做到不断更新新货，下架旧货。

**你知道网店的促销手段吗？**拥有一定信誉度后可以采取合理促销手段。在网店经营已经初步成型时，可以采用价格促销和赠送小礼物等方式巩固回头客。

**你懂得如何通过服务赢得客户吗？**对于来店询问的顾客应该礼貌对待，及时为拍下产品的顾客发货，如果因为特殊原因不能及时发货，应该尽早同顾客沟通，请求其谅解，避免顾客评价打分不高。货品打包时，可以夹带一张本店的优惠券，如果顾客为本次购物打全5分，即可在下次购物时使用优惠券。

以上只是开网店时碰到的最基本的几个问题，要想一一解惑，就得认真学习本书中的技巧。希望本书能给大家带来财富，让你成功开一家赚钱的网店！

在此，对参与本书编写的张志军、吴强、杜延起、王振伟、张萍、刘芳、张志勇、任翠云、闫博、吴九、宁敏、赵静、李绍玲等人表示感谢！

作者

2014年7月8日于北京

# 目 录

<b>第一章 开家网店，轻轻松松把钱赚</b> .....	1
第一节 你了解网店吗 .....	3
第二节 网上开店优势多 .....	8
第三节 开一家赚钱的网店，你准备好了吗 .....	11
第四节 选择最适合自己的开店方式 .....	15
第五节 选择适合自己的开店平台 .....	18
网店成功案例 网店催生出的学生小老板 .....	22
<b>第二章 质量有保证，宝贝有人要</b> .....	25
第一节 什么商品适合在网上销售 .....	27
第二节 组织货源有讲究 .....	31
第三节 必须要学会商品管理 .....	55
网店成功案例 吸取经验，严把进货关 .....	68
<b>第三章 网店想赚钱，装修必为先</b> .....	71
第一节 先给你的网店起个好名字 .....	73
第二节 网店的装饰和布局细节 .....	78
第三节 网店装修必须注意的事项 .....	88
网店成功案例 巧用靓照美化店铺 .....	91



<b>第四章 想赚钱就得练好摄影技巧</b> .....	95
第一节 好图出自好器材 .....	97
第二节 塑造适合宝贝的摄影环境 .....	102
第三节 好图片的拍摄技巧 .....	105
第四节 拍照误区与照片处理注意事项 .....	116
网店成功案例 名副其实的“美丽生活坊” .....	119
<b>第五章 一家赚钱的网店离不开宣传推广</b> .....	123
第一节 借题发挥,运用网络平台做推广 .....	125
第二节 网店的传统宣传方法 .....	139
第三节 从买家需求出发进行宣传推广 .....	142
<b>第六章 网上交易,如何安全支付</b> .....	145
第一节 网上银行支付方式 .....	147
第二节 第三方网上支付方式 .....	149
第三节 货到付款 .....	155
第四节 银行汇款 .....	158
第五节 其他网上交易支付方式 .....	160
网店成功案例 曾经的小白领,如今的淘宝店主 .....	163
<b>第七章 如何与合作伙伴——物流公司搞好关系</b> .....	167
第一节 发货前的注意事项 .....	169
第二节 EMS——中国邮政配送 .....	173
第三节 如何寻找适合自己的快递公司 .....	177
第四节 开网店联系快递有秘籍 .....	181

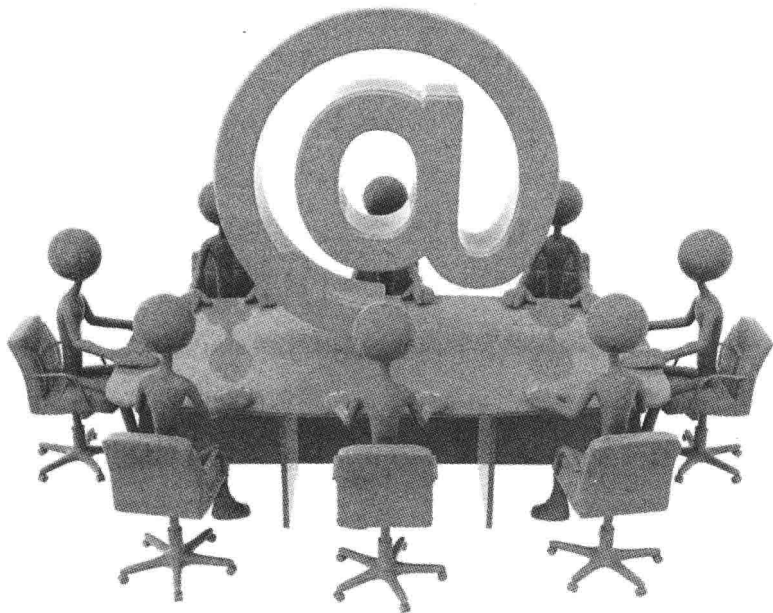


第五节 其他物流配送方式 .....	183
第六节 货运省钱方式大PK .....	187
第七节 防止货物丢失的方法 .....	192
网店成功案例 货真价实的“小老板” .....	195
<b>第八章 网上想赚钱，服务先过关 .....</b>	<b>199</b>
第一节 虚拟服务，专业素质 .....	201
第二节 开网店更需要沟通能力 .....	204
第三节 用出色的服务赢取回头客 .....	215
第四节 不容忽视的售后服务 .....	221
第五节 售后特殊情况应对措施 .....	223
网店成功案例 做个“有心”的网店老板 .....	227

# 第一章

## 开家网店，轻轻松松把钱赚

随着互联网越来越普及，网上购物也逐渐成为流行行为之一。网络最大的优点就是互动性强，在购物的同时，也可以上网开店出售物品。开网店拥有众多优势：启动资金低，投入少，交易快捷方便。网上开店与经营实体店铺相比可大大节省开店成本，而且网店也可以根据顾客的订单进货，不会因为积货占用大量资金。此外，网店经营主要是通过网络进行，可以省下房租、雇工费、水电气等各类杂费，这样初期投资成本自然就非常低。网上开店的天然优势迅速吸引了创业者的眼光，越来越多的人开始上网开店出售物品，加入到“网上创业者”这一群体中。







## 第一节 你了解网店吗

如今，网络时代早已到来，电子商务日渐成熟，阿里巴巴的创始人马云曾这样指出：“21世纪是电子商务时代，要么电子商务，要么无商可务……中国互联网将从‘网民时代’‘网友时代’提升到‘网商时代’！五年后人们都将上网做生意。”在这种趋势下，作为电子商务商业模式之一的个人网上开店也得到了飞速发展，网上开店在变得越来越成熟的同时，也被越来越多的人所接受。

### 一、何谓网店

网店，顾名思义就是网上开店，是一种在互联网时代的背景下诞生的新销售方式，区别于网下的传统销售模式，与大规模的网上商城及零星的个人物品网上拍卖相比，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，成为许多人的创业途径。

说起网上开店，不得不提电子商务。电子商务是通过电子手段来完成商业活动的一种交易方式。通常来说，电子商务的运作模式有三种：B2B（Business to Business），是指企业与企业之间的商业交易活动；B2C（Business to Customer），即指企业与个人之间的商业交易活动；C2C（Customer to Customer），也就是个人与个人之间的商业交易活动。

在电子商务发展的早期阶段，扮演主要角色的是B2B模式（代表网站有阿里巴巴、慧聪商务网等）与B2C模式（如天猫商城、当当网、红孩子等）。但是，随着电子商务网站的不断完善、物流体系的飞速发展、个人网上交易诚信体系的构建以及网民的日渐成熟，那些一度限制着C2C商业模式发展的因素都被逐一消除掉，C2C模式进而也得到了井喷式的发展，



比如淘宝网现在的业务跨越了 B2C 和 C2C 两大部分。有了淘宝网这一平台,个人网上开店随之也成了一种新时尚,各种各样的个人网店如雨后春笋般涌现了出来。网上开店可以说是在互联网及电子商务时代背景下诞生的一种全新的销售方式,具体来说就是卖家在相应网络平台上注册一个虚拟网上商店并借以出售商品的行为。卖家将待售商品的信息以图片和文字的形式发布到自己的网上商店,对商品感兴趣的浏览者在订货后,通过网上或网下的支付方式向卖家付款,卖家通过邮寄、快递等方式将商品实物发送给购买者。相对于传统的实体商店,网上开店投资不大,经营方式灵活,如果经营得当,同样能够带来可观的利润。正是网上开店所具备的诸多优势与便利条件,使得越来越多的人开始选择这种全新的经营方式。

## 二、我国网上购物的现状

2014年1月16日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布第33次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,截至2013年12月,中国网民规模达6.18亿,全年新增网民5358万人。互联网普及率为45.8%,较2012年年底提升3.7个百分点。其中,手机网民规模达5亿,年增长率为19.1%,继续保持上网第一大终端的地位。网民中使用手机上网的人群比例由2012年年底的74.5%提升至81.0%,远高于其他设备上网的网民比例,手机依然是中国网民增长的主要驱动力。手机网民规模的持续增长促进了手机端各类应用的发展,成为2013年中国互联网发展的一大亮点。

综合近年来网民规模数据及其他相关统计,中国互联网普及率逐渐饱和,互联网发展主题从“数量”向“质量”转换,具备互联网在经济社会中地位提升、与传统经济结合紧密、各类互联网应用对网民生活形态影响力加深等特点。

在3G网络进一步普及、智能手机和无线网络持续发展的背景下,视



频、音乐等高流量手机应用拥有越来越多的用户。截至2013年12月，我国手机端在线收看或下载视频的用户数为2.47亿，与2012年年底相比增长了1.12亿，增长率高达83.8%，在手机类应用用户规模增长幅度统计中排名第一。用户上网设备向手机端转移、使用基础环境的改善和上网成本的下降是手机端高流量应用使用率激增的主要原因。

《报告》显示，2013年微博、社交网站、论坛等互联网应用的使用率较2012年有所下降。类似即时通信等以社交元素为基础的平台应用则发展稳定：在2013年，整体即时通信用户规模在移动端的推动下提升至5.32亿，较2012年年底增长6440万，使用率达86.2%。与传统及时通信工具、社交网站相比，以社交为基础的综合平台不仅拥有更强的通信功能，还增加了信息分享等社交类应用，并为用户提供了诸如支付、金融等内容的综合服务，最大限度地增加了用户黏度，保证了用户规模的持续增长。

与之相比，2013年中国网络游戏用户增长速度明显放缓。《报告》显示，网络游戏使用率从2012年的59.5%降至54.7%。网络游戏用户规模为3.38亿，增长数量仅为234万。与网络游戏市场整体增长乏力现状形成鲜明对比的是，手机网络游戏用户的增长十分迅速：截至2013年12月，我国手机网络游戏用户数为2.15亿，较2012年年底增长了7594万，年增长率达到54.5%。传统的PC端网络游戏增长乏力，面临手机网络游戏高速增长挑战。

《报告》表明，2013年以网络购物、团购为主的商务类应用保持较高的发展速度。2013年，中国网络购物用户规模达3.02亿，使用率达到48.9%，相比2012年增长6.0个百分点。在商务类应用中，团购市场的增长最为迅猛：2013年团购用户规模达1.41亿，团购的使用率为22.8%，相比2012年增长了8.0个百分点，使用率年增速达54.3%，成为商务类应用的最大亮点。

对比高速增长的网络购物和团购类商务应用，企业电子商务应用仍然



存在提升空间。2013年，中国企业在线采购和在线销售的比例分别为23.5%和26.8%，利用互联网开展营销推广活动的企业比例为20.9%。不同行业的电子商务应用普及率差距较大，其中制造业、批发零售业电子商务应用化较为普遍。在企业电子商务应用的规模方面，与大中型企业相比，微型企业对电子商务的应用普及还需要进一步加强。

### 三、网上购物的发展趋势

#### 1. “淘宝”成了网上购物代名词

近年来，淘宝网对中国网上购物的发展起到了强劲的推动作用。在2007年的网购新用户中，其中有64.5%的用户首次购物都选择淘宝，其中淘宝在北京、上海、广州、深圳四地吸引的网购新用户比例为63.1%，而在武汉、成都吸引的网购新用户比例更高，达67.0%。

在淘宝的网购用户虽然其中仅有3.4%和3.8%在2007年度也分别在拍拍和易趣上购物，但他们却各占了拍拍和易趣2007年度网购用户数的30.7%和22.2%。此外，淘宝也为B2C购物网站输送了占其总用户人数17.8%的网购用户，因此，可以毫不夸张地说，淘宝网对中国B2C网购的发展起着重要的启蒙、教育和推动作用。

而且，除了吸引新增网上购物用户以外，“淘宝”也逐渐有了成为网上购物代名词的趋势。在2010年的网购调查中显示，淘宝网作为中国电子商务的领头羊，其影响力依然独大，有88.7%的网民表示未来半年内愿意选择在淘宝网购物，而作为淘宝打造的B2C平台——淘宝商城，也以其强大的影响力占据第二的位置。从购物习惯看，有一半左右的用户想到网上购物时往往会选择直接去淘宝网，而淘宝网在受访者中的第一提及率在各地购物用户中高达60%~80%。

#### 2. 网上购物呈现集中化趋势

截至2013年12月，中国网络购物市场上排名第一的是天猫商城，占



50.1%；京东名列第二，占据 22.4%；位于第三位的是苏宁易购，达到 4.9%；后续 4 ~ 10 位排名依次为腾讯电商（3.1%）、亚马逊中国（2.7%）、1 号店（2.6%）、唯品会（2.3%）、当当网（1.4%）、国美在线（0.4%）、凡客诚品（0.2%）。

截至 2013 年 12 月，中国网络零售市场交易规模达 18851 亿元，较 2012 年的 13205 亿元同比增长 42.8%。截至 2013 年 12 月，中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 8.04%，而该值在 2012 年仅为 6.3%。

截至 2013 年 12 月，国内 B2C、C2C 与其他电商模式企业数已达 29303 家，较 2012 年增幅达 17.8%，预计 2014 年达到 34314 家。

淘宝集市地位依旧稳固，截至 2013 年 12 月，淘宝在 C2C 网络零售市场的占有率为 96.5%。拍拍网占 3.4%，易趣网占 0.1%。

截至 2013 年 12 月，实际运营的个人网店数量下降到 1122 万家，较 2012 年同比减少 17.8%。

截至 2013 年 12 月，中国网购的用户规模达 3.12 亿人，较 2012 年的 2.47 亿人同比增长 26.3%。

截至 2013 年 12 月，中国移动电子商务市场交易规模达到 2325 亿元，同比增长 141%，依然保持快速增长的趋势。到 2014 年这一数字将达到 4124 亿元。

2013 年中国海外代购市场交易规模达 767 亿元，较 2012 年的 483 亿元涨幅为 58.8%。

截至 2013 年年底，中国电子商务市场交易规模达 10.2 万亿元，较 2012 年同比增长 29.9%。其中，B2B 电子商务市场交易额达 8.2 万亿元，较 2012 年同比增长 31.2%。网络零售市场交易规模达 18851 亿元，较 2012 年同比增长 42.8%。其中交易规模排在前十的省份（含直辖市）分别为广东省、江苏省、北京市、上海市、浙江省、山东省、湖北省、福建





省、四川省、湖南省。

截至2013年12月，电子商务服务企业直接从业人员超过235万人。目前由电子商务间接带动的就业人数，已超过1680万人。

2013年电子商务市场细分行业结构中，B2B电子商务占比80.4%，网络零售交易规模市场份额达到17.6%，网络团购占比0.6%，其他占1.4%。

## 第二节 网上开店优势多

足不出户，轻轻敲击几下键盘、点击几下鼠标，通过网络轻轻松松就能将生意做到五湖四海。可以说，网上开店正以其得天独厚的优势，吸引着越来越多的时尚一族借此来实现自己的淘金梦想。

在网上开店的优势是明显的，通常来说有以下几大优点。

### 一、方便又快捷

相对于实体店，在网上开店的手续及流程方便又快捷。卖家不用花费大量时间奔波于工商局和税务局之间，也不用花费大量时间排队去办理让人头疼的各种手续，只需在网上花费几分钟，按照网站的具体要求进行注册，就可以拥有一家独具个性的网上小铺了。

萧然是一个典型的网虫，大学毕业后一直没有找到合适的工作，也不想为了一个饭碗而屈居人下、失去自由，于是她就有了自主创业打算。然而，想法单纯的萧然并不了解烦琐的开店注册程序，又苦于没有懂行的人引导，久而久之，这一计划也就不得不搁浅了。

后来，一个偶然的的机会，她看到很多朋友都热衷于在网上购物，网上