

# K

后东升 编

kaiyijia zhuanqian de wangluoshangdian

# 开一家赚钱的 网络商店



- ★ 背景
- ★ 新手上路
- ★ 选址
- ★ 货源
- ★ 自我特色
- ★ 网上支付
- ★ 客户服务
- ★ 营销
- ★ 成功
- ★ 国际贸易

湖北人民出版社



# 开一家赚钱的 网络商店



- 开网店
- 开网店入门
- 开店
- 网店
- 网店推广
- 网店运营
- 网店营销
- 网店管理
- 网店安全
- 网店维权

# K

后东升 编

kaifajia zhuanqian de wangluoshangdian

# 开一家赚钱的 网络商店

湖北人民出版社



**鄂新登字 01 号**

**图书在版编目(CIP)数据**

开一家赚钱的网络商店/后东升编.  
武汉:湖北人民出版社,2006.1

ISBN 7 - 216 - 04349 - 9

I. 开…

II. 后…

III. 电子商务—网络—基本知识

IV. ①F713.36②TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 089690 号

**开一家赚钱的网络商店**

后东升 编

出版: 湖北人民出版社  
发行:

地址:武汉市雄楚大街 268 号  
邮编:430070

印刷:枝江市新华印刷有限公司

经销:湖北省新华书店

开本:787 毫米×980 毫米 1/16

印张:8.375

字数:187 千字

插页:1

版次:2006 年 1 月第 1 版

印次:2006 年 1 月第 1 次印刷

印数:1 - 6 000

定价:18.00 元

书号:ISBN 7 - 216 - 04349 - 9/F · 790

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

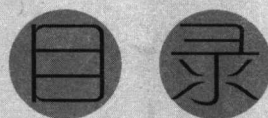
# MULU

- 第一节 网络创业之开一家网络商店 /2
- 第二节 开网络商店的风险 /7

- 第一节 网络商店——新手的必要准备 /12
- 第二节 数码相机的选购和使用 /17
- 第三节 图片的处理 /20
- 第四节 构建自己的网络商店 /25

- 第一节 电子商务的交易模式 /30
- 第二节 网络商城平台的特点 /32
- 第三节 网络商店的模式 /36
- 第四节 在国内网络商城开店的方法 /40

## 第一章



### 网络商店——背景篇 /1

## 第二章

### 网络商店——新手上路篇 /11

## 第三章

### 网络商店——选址篇 /29



# 开一家赚钱的网络商店

- 第一节 网络商店之择业篇 /47
- 第二节 好的批发商是货源的保障 /49
- 第三节 物美价廉的商品  
——吸引买家的好手段 /34

- 第一节 用特色吸引眼球 /58
- 第二节 扩大网上经营的规模 /63

- 第一节 电子商务推动网上支付 /67
- 第二节 网络支付的资金结算方式 /68
- 第三节 网络支付的安全性 /72
- 第四节 国内的付款方式 /73
- 第五节 商品包装与资费 /76

## 第四章

### 网络商店——货源篇 /46

## 第五章

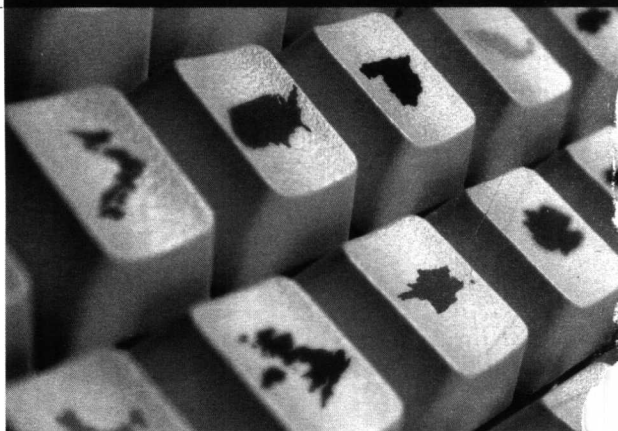
### 网络商店——自我特色篇 /57

## 第六章

### 网络商店——网上支付篇 /66



# MULU



# MULU

第一节 客户关系服务篇 /80

第二节 客户关系管理篇 /82

第三节 客户关系营销篇 /87

第一节 网络消费群体的心理动机 /92

第二节 网络商品的定价 /94

第三节 互联网广告 /96

第四节 网络营销的基本策略 /98

第一节 收藏作品网上卖  
——世界范围去淘宝 /102

第二节 创意 *DIY*——成功网络店 /104

第三节 诚信  
——让女孩成功涉足网络贸易 /106

第四节 网络商店——带动网下实体商店 /109

第五节 网络寻商机——独辟蹊径做后勤 /111

第六节 大学毕业即失业  
——网上练摊闯事业 /112

第一节 网络购物在国际贸易中的位置 /115

第二节 在 *eBay* 上做国际贸易 /117

第三节 国际汇款 /122

第四节 国际配送业务 /127

## 第七章

网络商店——客户服务篇 /79

## 第八章

网络商店——营销篇 /91

## 第九章

网络商店——成功篇 /101

## 第十章

网络商店——国际贸易篇 /114

# 第一章

# 网络商店

背景篇

WangLuo  
ShangDian

# 第一节 网络创业之开一家网络商店

## 一、网络消费者的特征

消费者行为以及购买行为永远是营销者关注的一个热点问题,对于网络营销者也是如此。网络用户是网络营销的主要个体消费者,也是推动网络营销发展的主要动力,它的现状决定了今后网络营销的发展趋势和道路。我们要搞好网络市场营销工作,就必须对网络消费者的群体特征进行分析以便采取相应的对策。网络消费者群体主要具备以下四个方面的特征:

### (一)注重自我

由于目前网络用户多以年轻、高学历用户为主,他们拥有不同于他人的思想和喜好,有自己独立的见解和想法,对自己的判断能力也比较自负。所以他们的具体要求越来越独特,而且变化多端,个性化越来越明显。因此,从事网络营销的企业应想办法满足其独特的需求,尊重用户的意见和建议,而不是用大众化的标准来寻找大批的消费者。

### (二)头脑冷静,擅长理性分析

由于网络用户是以大城市、高学历的年轻人为主,不会轻易受舆论左右,对各种产品宣传有较强的分析判断能力,因此从事网络营销的企业应该加强信息的组织和管理,加强企业自身文化的建设,以诚信待人。

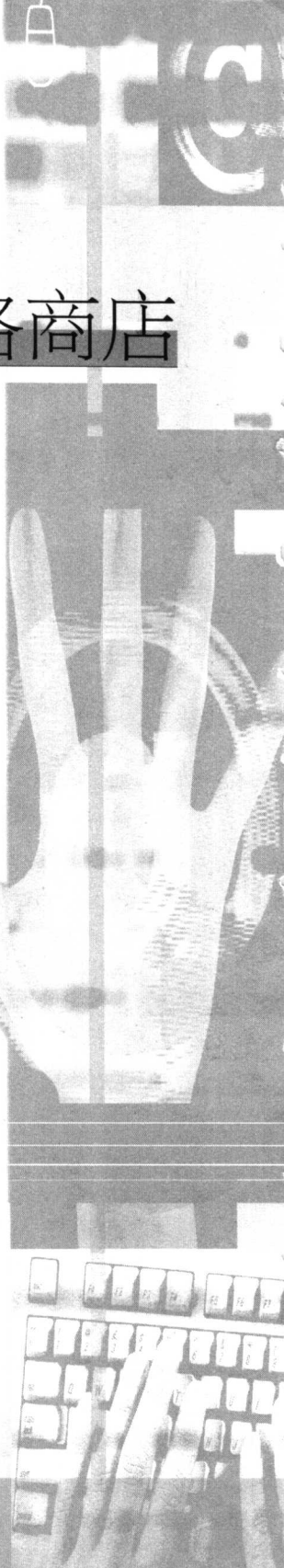
### (三)喜好新鲜事物,有强烈的求知欲

这些网络用户爱好广泛,无论是对新闻、股票市场还是网上娱乐都具有浓厚的兴趣,对未知的领域报以永不疲倦的好奇心。

### (四)好胜,但缺乏耐心

因为这些用户以年轻人为主,因而比较缺乏耐心,当他们搜索信息时,经常比较注重搜索所花费的时间,如果连接、传输的速度比较慢的话,他们一般会马上离开这个站点。

网络用户的这些特点,对于企业加入网络营销的决策和实施过程都是十分



重要的。营销商要想吸引顾客,保持持续的竞争力,就必须对本地区、本国以及全世界的网络用户情况进行分析,了解他们的特点,制定相应的对策。

## 二、开办网络商店比传统商店的优势

网络购物作为一种新兴的商业模式,与传统购物模式有很大差别。而每一种新的商业模式,在其出现和发展过程中,都需要具备相应的环境,网络购物也不例外。近年来网络的快速发展,人们对网络更多的需求,都为网络商店的发展提供了发展的环境和空间。网络商店和传统商业模式的差别也十分明显,更有许多传统商业模式无法比拟的优点。

正是这些优点吸引了越来越多的有一定传统资源的人,也加入到网络商店的队伍中来,也有的人正计划或已经在网络上开拓一片自己的天地,建立自己的网络商店。那么网上开店都有哪些优势?

### (一)网络商店与传统商店的比较

1. 投资小。网络商店成本相对较低,这就决定了投资少,而相对来说回收却很快。一项针对中国中小企业的情况调查显示,个人在网下启动销售公司的平均费用至少 5 万元。而网络商店建店成本非常小,筹办一家网上的商店所需资金不过 1500 元,不用去办营业执照,不用去租门面,不用囤积货品。

目前专门有公司为企业提供搭建网络购物平台的服务,他们的目标是使有意开网络商店的人们,以最快的速度、最低的成本、最少的技术投入帮助开展网上交易。因此,网络购物服务的成本很低,有的甚至为零。这对于传统商业是无论如何也无法想象和达到的。

2. 网络商店库存小,资金积压少。开一家

网络商店基本不需要占压资金,传统商店的进货资金少则几千元,多则数万元,而网络商店则不需要积压资金,网络商店中很多商品一般是在客户下单后再进行商品调配,不需要很多库存,从而减少资金的积压。这样,一方面可以减少不必要的损失,另一方面也会减少资金的积压。

(1) 网络商店进退自如。没有大量的库存使得网络商店进退自如。当传统商店如果不想继续经营时,需要先把原来积压的货物处理掉,而网络商店因为存货很少,也就没有这个包袱,随时都可以更换品种,或者改行经营别的生意。

(2) 于是,有许多网络商店的经营者采取的就是这种销售方式,他们有固定的供货商,而且商品不属于很容易断货的产品,因此在实际交易中不需存货,只需在供货商处拿到少量的样品,回家拍好图片放到网上,待有顾客下单时再去供货商处补货。

(3) 这一优势使得网上店家可以把租金、货款等方面的节省划到商品的单价上,网上商品的价格因而比传统店铺要低得多。例如,在网上售价 200 多元的银项链,在网络商店里只要 100 多元甚至几十元就可以买到,这种价格优势成为网上店铺竞争中的重要砝码。

3. 营业时间长。24 小时都可以“大开门”。网络商店延长了商店的营业时间,一天 24 小时、一年 365 天不停地运作,无须专人值班看店,都可照常营业。只要买家在需要的时间登陆网站,就可以挑选自己需要的商品。

(1) 而传统店铺的营业时间一般为 8 ~ 12 小时,遇上坏天气或者老板、店员有急事也不得不暂时休息。对于所有的商家来说,时间永远都是金钱。有些店主为了生意不受影响,往往吃住在店里,牺牲了不少的个人生活。

(2) 网络商店的店主完全可以在享受生活的同时,把自家的网上小店打理得井井有条;还避免了因为来不及照看店铺而带来的损失。同

时,由于营业时间不受限制,消费者可以在任何时间登陆、购物。交易时间上的全天性和全年性,使得交易成功的机会大大提高。

4.销售规模不受地理位置限制,网络商店服务的范围广。网络的无地域、无国界的特点,使网络商店的服务范围不仅仅限定在某个固定的区域内,买家可以通过网络商店买到世界各地的商品。也可以说,一个网络商店就好比是一个世界范围内的流动的货车。

(1)传统商店固定在一个特定的地理环境中,受制于地理环境所带来的客流量和经营范围,生意大小常常被小店面积限制。

(2)而在网上,即便在地面上只有一个小商店,或者干脆就没有门面,开店的生意却可以照样做得很大。网络商店所面向的是全国乃至全球的消费者,商店从面向的客流量上来说,甚至是大型商场都无法相提并论的。只要商品有特色,经营得法,网络商店每天将带来成千上万的客流量,大大增加销售收入。

5.不受店面空间的限制。哪怕只是街边小店,在网上却可以拥有百货大楼那么大的店面,只要投资者愿意,可以摆上成千上万种商品。目前国内最大的专业拍卖网站同时在线的商品超过10万件——已超过一些大超市。

6.商品信息更新快,而且容易。只要将新商品的图片、介绍资料上传到网上,或者对商品信息、价格进行修改,购买者就可以看到最新的商品信息了,而且立刻在全球范围内统一更新。而在传统商业中,购买者要看到新的商品,就要等到商家拿到商品,放置到货架后才能够看到。在修改商品信息或调整价格,特别是在较大地域范围内统一修改时,在时效性上传统商店就更处下风了。

7.商品容易查找。网络商店中基本都具有店内商品的分类、搜索功能,通过搜索,购买者可以很方便地找到需要的商品。而在传统商店中,购买者寻找商品就需要用更多的时间和精力。

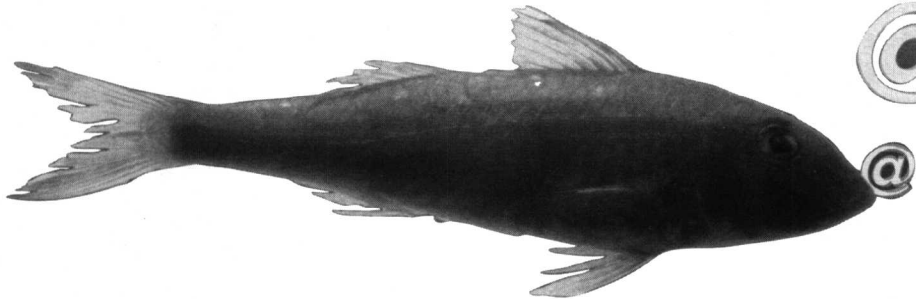
8.方便了个人交易。不少网络商店的经营者,都是从卖自己的旧物品走上网络卖家这条路的。一些网友手上常常会有一些闲置或淘汰下来的二手物品,以往只有到旧货市场卖掉,费时又费力,而现在就简单得多了,可以在网上的交易区发帖销售,留下联系方式,有需要的网友就能直接联系。

(1)这种交易方式在本站的二手交易论坛上很常见,网友将出售物品和联系方式贴出来,其他网友感兴趣的话,就可以直接与他联系交易。

(2)网上二手物品的流通有利于充分挖掘物品的价值,在某些网友看来毫无用处的物品,也许正是其他网友迫切需要的。因此可以说网上交易也避免了浪费,节约了资源。

## (二)网络商店与传统商店的类比关系

有不少成功的网络卖家,在经营网络商店的过程中,总结出网络商店与传统店铺的类比关系。分析一下这些总结规律,可以从中发现经营网络商店与传统的实体店铺到底区别在



哪里,或许对新入行的网络商店的经营者们,将会有很多有意的借鉴作用。

1.当把自己的网络店铺构建在一个网络商城平台之后,自己的网络商店就相当于一个地区性市场中的一个店铺,而里面的某一分类就相当于地区里的一个专卖市场。

2.在分类中的细分类里,比如包包分类里面有皮革的,就相当于市场包包皮革一条街,你的网店就是这条街中的一家小店。

3.网络商店里面的商品分类,就相当于你如何将自己店中不同的商品摆放在不同的位置,使顾客进门就有一个整体美观,又好找的感觉。

4.网络商店的公告就相当于你在店门前放的广告牌,让它吸引路过你店铺的顾客。

5.论坛就是电视广告,传单广告等等,让你一方面及时了解行情,一方面可以不断为自己的店铺打知名度。也相当于市场管理员。

6.信用度相当于你的营业执照及其他市场部发给你的表彰。

当然其他还有更多可以比较的,如果你想知道如何才能做好网络商店,那么就想像一下,如果你开的是实物店,你现在会如何去打理它呢?

## 三、适宜做网络商店老板的人

几年前,人们见面会问,你上网了吗?而现在最流行的问候语是:你网上开店了吗?开一家网络商店,是真正时尚前卫的工作。很多朋友会问,我能不能网上开店呢?我究竟不适合网上开店呢?其实也的确并非是每个人都适合网上开店的!究竟把网上开店作为自己的第一职业,还是第二职业呢?也要根据具体情况而定吧!

### (一)具有产品货源的小商户

开网络商店的一个必要因素就是货源,有货源的小商户网上开店是一种很有眼光的选择,也是最适宜在网上开店的人。我有货,那就是资源,现在需要更好的销售推广,那就可以网上开店。一次的投资,专业的推广,自己的产品,马上就可以得到立竿见影的效果。

### (二)整天迷恋于网络的人

网上开店并不需要整天活动在網上,作为网上店主,也许每天只需要1个小时就完全可以照顾好自己的商店。假如你是一个绝对的网虫,有时间又勤奋,那么恭喜你,这也是一种绝对的资源,开一家网络商店吧,一定会有收获!

迷恋网络的人,开店的好处有:

1.经常活动在網上,可以找到更多的网上客户资源,可以在客户服务上尽可能的做到尽善尽美!

2.经常活动在網上,可以学习到更先进的技术,可以把自己的网络商店调理得很好!经常活动在網上,花费时间来照顾推广自己的网络商店是很轻而易举的事情,在网上开店的店主里面,有一部分朋友就是当初地道的网虫,现在也有了自己的事业!

### (三)企业管理者

对于小型企业,网上销售,网上开店无可厚非的是一种必然需要的选择,过去,那些名不见经传的中小企业,要想把产品送进大百货店的大门简直比登天还难,可如今网络店铺给他们提供了一个广阔的天地,解开了中小企业产品“销售难”的死结。不受地理位置、经营规模、项目等因素制约,只要上网就能资源共享,中小企业在网络店铺上与知名大品牌实现了平等,而且还可以开展以前想都不敢想的全球经营。

#### (四)大学生

他们有知识、有技术、年轻、容易接受新鲜事物,这些都是作为一个网络商店的经营者的优势。有很多淘宝和易趣的店主,都是大学生。

据了解,有很多大学生朋友在上大学时,就选择了网上销售。他们的这种边学边玩边创业的快乐的生活,一定会成为一段佳话,大学生创业,它并非不可行。大学生平时的学习生活比较清闲,对网络的应用得心应手,上网开店唾手可得。

#### (五)自由职业者

不少自由职业者喜欢上网冲浪,他们开设网络店铺并不在意自己的东西能卖多少钱。而是希望那些平时逛街所觅来的东西同样会有人欣赏和喜爱,其目的是通过开店来充实生活,寻找一些志趣相投的朋友。因此这类人投资风险较小,还可以以此为契机,拓宽社会圈子,为今后的发展作铺垫。

#### (六)初创业者

开一家网络商店投资少,创业风险小,只要

能有一点的收入,就会有很大的成就感。

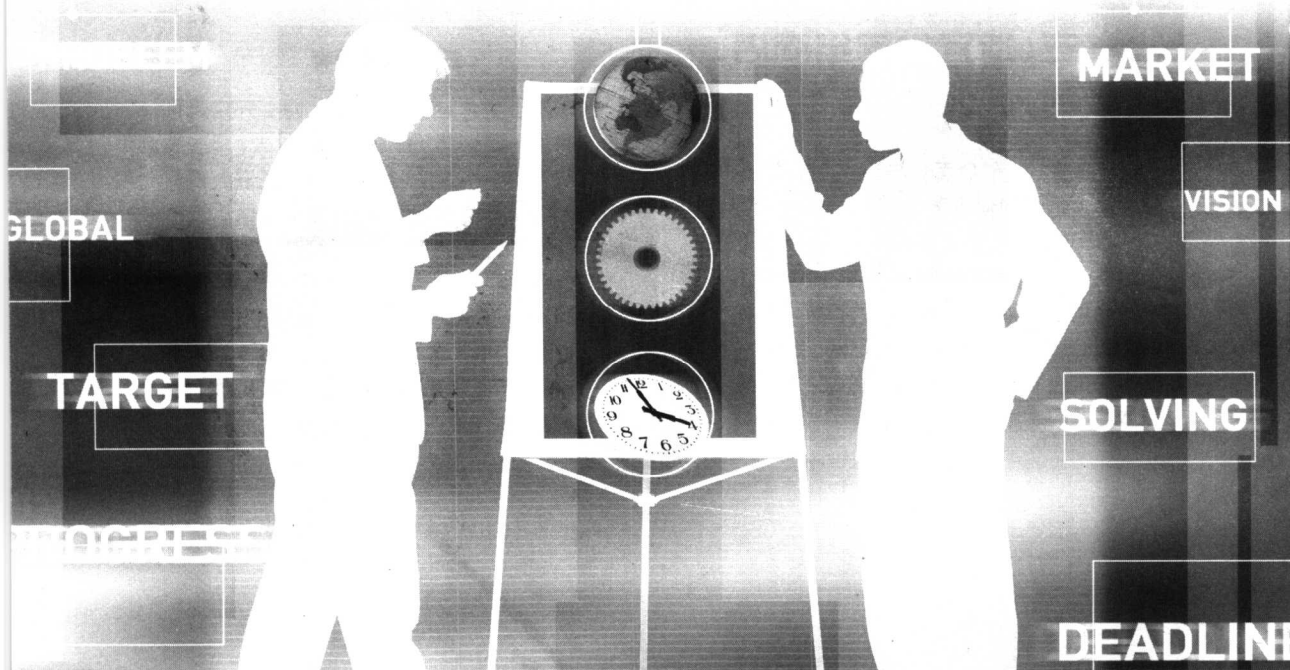
创业者在公司建立的初期,知名度低,没有人知道自然就没有生意,开个网络店铺让客户知道有这么一个店铺,网民也可以用搜索引擎找到店铺的链接,建立起知名度就迈出了创业的第一步。

初创业者心里最需要的成功并非是现钞,而是那第一笔订单的喜悦,是对自己选择的肯定。是对自己能力的认可!那种开心是常人无法体会的。

#### (七)整天忙碌的企业白领

企业白领,整天忙碌,月薪不菲!适合开网络商店吗?答案是肯定的,因为白天工作是接触网络的,紧张而又有节奏。

开一家自己的网上小店,是一件非常有品味的事情,店子虽小,但是意义却不同,在这里可以体会到自己做老板的感觉,在这里可以结识更多的朋友,并且本身就是客户不断电话不停的白领们,与人交流,与买家沟通,正是他们的特长。



## 第二节 开网络商店的风险

### 一、网络的安全与诚信问题

电子商务发展的核心和关键问题是交易的安全性。由于 Internet 本身的开放性,使网上交易面临了种种危险,也由此提出了相应的安全控制要求。

1. 有效性。电子商务以电子形式取代了纸张,要对网络故障、操作错误、应用程序错误、硬件故障、系统软件错误及计算机病毒所产生的潜在威胁加以控制和预防,以保证贸易数据在确定的时间、确定的地点是有效的。

2. 机密性。作为贸易的一种手段,电子商务的信息直接代表着个人、企业或国家的商业机密。电子商务是建立在一个较为开放的网络环境上的(尤其是 Internet),维护商业机密是电子商务全面推广应用的重要保障。因此,要预防非法的信息存取和信息在传输过程中被非法窃取。

3. 完整性。电子商务简化了贸易过程,减少了人为的干预,同时也带来维护贸易各方商业信息的完整、统一的问题。贸易各方信息的完整性将影响到贸易各方的交易和经营策略,保持贸易各方信息的完整性是电子商务应用的基础。因此,要预防对信息的随意生成、修改和删除,同时要防止数据传送过程中信息的丢失和重复。

4. 真实性和不可抵赖性的鉴别。电子商务可能直接关系到贸易双方的商业交易,如何

确定要进行交易的贸易方,正是进行交易所期望的贸易方,这一问题是保证电子商务顺利进行的关键。在无纸化的电子商务方式下,通过手写签名和印章进行贸易方的鉴别已是不可能的了。因此,要在交易信息的传输过程中为参与交易的个人、企业或国家提供可靠的标识。

### 二、电子商务交易带来的安全威胁

在传统交易过程中,买卖双方是面对面的,因此很容易保证交易过程的安全性和建立起信任关系。但在电子商务过程中,买卖双方是通过网络来联系的,而且彼此远隔千山万水。由于因特网既不安全,也不可信,因而建立交易双方的安全和信任关系相当困难。电子商务交易双方(销售者和购买者)都面临不同的安全威胁。

#### 1. 销售者面临威胁

对销售者而言,他面临的安全威胁主要有:

(1) 中央系统安全性被破坏。入侵者假冒成合法用户来改变用户数据(如商品送达地址)、解除用户订单或生成虚假订单。

(2) 竞争者检索商品递送状况:恶意竞争者以他人的名义来订购商品,从而了解有关商品的递送状况和货物的库存情况。

(3) 客户资料被竞争者获悉。

(4) 被他人假冒而损害公司的信誉。不诚实的人建立与销售者服务器名字相同的另一个



服务器来假冒销售者。

(5) 消费者提交订单后不付款。

(6) 虚假订单。

(7) 获取他人的机密数据。比如,某人想要了解另一人在销售商处的信誉时,他以另一人的名字向销售商订购昂贵的商品,然后观察销售商的行动。假如销售商认可该订单,则说明被观察者的信誉高,否则,则说明被观察者的信誉不高。

## 2. 购买者面临威胁

对购买者而言,他面临的安全威胁主要有:

(1) 虚假订单。一个假冒者可能会以客户的名字来订购商品,而且有可能收到商品,而此时客户却被要求付款或返还商品。

(2) 付款后不能收到商品:在要求客户付款后,销售商中的内部人员不将订单和钱转发给执行部门,因而使客户不能收到商品。

(3) 机密性丧失:客户有可能将秘密的个人数据或自己的身份数据(如账号、口令等)发送给冒充销售商的机构,这些信息也可能在传递过程中被窃取。

(4) 拒绝服务:攻击者可能向销售商的服务器发送大量的虚假订单来穷竭它的资源,从而使合法用户不能得到正常的服务。

# 三、网络购物相对传统购物模式的劣势

目前,网络购物虽然有种种方便之处,也渐渐为广大的网民所接受,但不可否认的是,网上购物与传统购物相比,还存在很多有待解决的问题。这种新兴的商业模式,同样也存在不容忽视的不足之处。

## (一) 信誉与安全问题

1. 信誉度问题。信誉度问题是网络购物中最突出的问题。无论是买家还是卖家,信誉度都被看成是交易过程中最大的问题。作为买家,商家提供的商品信息、商品质量保证、商品售后服务是否和传统商场一样,购买商品后,是否能够如期拿到商品等等,都是购买者所担忧的问题。

2. 银行卡网上支付安全问题。我国网上支付服务目前已得到较大改善,并为网络购物提供了极大便利。但业内专家认为,目前银行卡支付仍在一定程度上制约着网络购物的发展。这主要体现在商家和网上支付者两个方面:

(1) 一方面,通过网络进行购物的网民中,很多人看中它的便利,愿意选择银行卡支付的方式。但由于提供银行卡支付的商家要向银行支付一定的费用,所以对于利润很低的商品,商家就有可能无利可图,而目前网络购物已经不再是以前无利也经营的状态,因此,商家就不愿意或者禁止让客户在网上通过银行卡支付方式来购买这些商品。

(2) 另一方面,网上消费者在初次开通网上支付业务时,有些银行必须要求本人亲自到银行营业场所凭相关证件开通这项业务,这在无形中就增加了一道网上交易的手续。这在一定程度上阻碍



# 开一家赚钱的网络商店

了网络购物的进一步发展。但是,随着网络购物的发展和银行在服务体系上的竞争,银行卡网上支付必将进一步改进、完善,以适应网络经济的发展。

3. 网络安全问题。从网络进入人们的生活开始,网络安全问题就一直存在。在网络购物中,网民对网络安全也有很大担忧,诸如用户的个人信息、交易过程中银行账户密码、转账过程中资金的安全等问题。这些顾虑无疑给网络购物蒙上了一层阴影。

## (二)物流与配送

1. 商品信息虽然发布快,但商品不能及时到位。互联网信息是无国界的,但是很多商品信息上网后,购买者能够看到,却无法立刻购买到,主要是因为信息在网上发布,而供货商仍然是传统企业。传统企业的商品配送无法和互联网信息同步,所以会产生信息快于商品的现象。

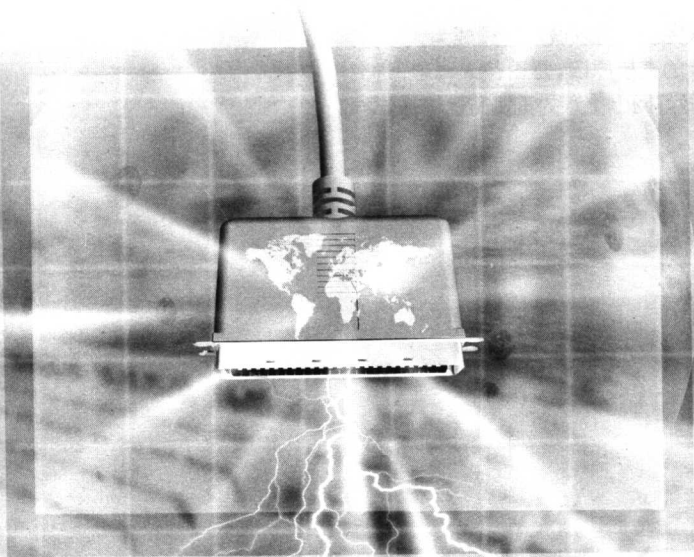
2. 配送问题。传统购物一般是在选好后,就可以直接付费拿走,而网络购物就需要一个

订货后的等待过程。目前出现了很多物流公司,他们在为网络购物者送货上起到了很大的作用。在目前的商品配送上,就同城配送而言,最快的一般需要1个小时,最长的则需要2天时间。如果购买者需要的东西很急,网络购物一般就不适合。

## (三)网络购物规模

1. 网络购物者的数量远远低于传统购买者数量。对于网络购物来说,他主要的客户是上网的网民,而网民仅仅占到中国人口总数的6%,从数量上明显会少于传统商店的购物客户。目前网络购物占整个购物的比例很低,只有1%左右。因此网络购物的发展还依赖于网民的发展与普及。

2. 网络商店比传统商店数量少。虽然网络购物的消费者比传统购物的群体少,但是相比之下,在数量上网络商店与传统商店的差距更大。这将减少人们购物时比较和选择的余地,网络购物需要更多的网络商店来丰富商品的种类。



#### (四)网络购物的体验感

1.网络购物者缺少直接购物体验。从商品交换开始,人们就一直体验着交易完成后获得商品后的满足感。但是在网络购物上,购买者却不能体验到在网络交易完成后,立刻拿到商品的满足感,这种满足感的到来往往要滞后1~2天。

在某种程度上,网络购物在方便的同时,也减少了购物带来的快乐。

2.商品信息描述不清。由于购买者对网络上的商品的了解只能通过图片和文字描述来完成,而有些商品的描述语言模棱两可,容易使人对商品的认知产生歧义。当购买者根据自己的理解完成网络购物交易,拿到商品后,会投诉商品与自己订购的不一致。

通常商家的做法是收回所卖商品。相对于传统购物,网络购物退还商品是一件相对麻烦和有风险的事情。

3.商家进行商品描述时,尽量做到描述语言准确,减少购买者对商品的误解,但是,这还是很难以避免双方理解差异的产生。这也就是为什么规格、标准统一的商品更适宜作为网络商品进行销售的另一个重要原因。

#### (五)网络卖家遇到的问题

店主进行网上交易的弱势也自不待言。

1.如时间不固定。网上小店都要依附于大的交易平台,因而很多平台的规定就不得不遵守。例如,有些网站规定:广告位的购买只能在深夜1点左右及早晨7点左右进行,为了让商品卖一个好价格,店主就必须熬夜或者早起购买广告。

2.相应的法规不完善。中国的电子商务法规和支付体系还不是很完善,所以诚信问题成为大多数网上顾客望而却步的直接原因,是否待人诚恳,讲究诚信,是能否做好网上生意的重要衡量指标。