



全国财政职业教育教学指导委员会审定

全国高职高专院校电子商务专业规划教材

C to C 网店经营

李伟舵 付晓燕◎主编



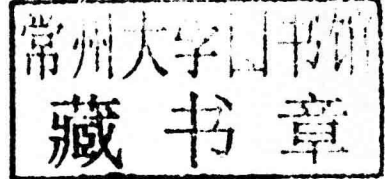
中国财政经济出版社



全国财政职业教育教学指导委员会审定
全国高职院校电子商务专业规划教材

C to C 网店经营

李伟舵 付晓燕 主编



中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

C to C 网店经营/李伟舵, 付晓燕主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2010. 3

全国高职高专院校电子商务专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2016 - 1

I. C… II. ①李…②付… III. 电子商务 - 商业经营 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 022817 号

责任编辑: 李昊民

责任校对: 黄亚青

封面设计: 大盟文化

版式设计: 兰 波

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

涿州市新华印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 11.75 印张 281 000 字

2010 年 3 月第 1 版 2010 年 3 月涿州第 1 次印刷

定价: 21.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2016 - 1/F · 1986

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

前言

在网络不受时间和空间限制的便利条件下，网上销售在全球增长迅速，随着上网人群的部分日常活动从传统的现实空间转移到了虚拟的网络环境中，应运而生的 C to C 个人网上交易也日益成为网络经济发展的主要方式之一。

据中国互联网络信息中心提供的资料显示，目前，我国个人网上购物销售额达到 1320 亿元，约占社会商品零售额的 1%。消费者通过网络购物平台购买的产品范围不断扩大，种类从手机、电脑等高端产品延伸到低端的服装、化妆品、居家用品等，销售规模也迅速扩大，我国网络购物已经进入高速增长期。截至 2009 年 6 月底，我国网民已有 3.3 亿多人，互联网普及率超过 25%。有网民表示，网购最基本的优势是价格相对便宜、方便快捷，省去逛街的时间精力。特别是在金融危机影响加剧的时期，消费会相对压缩，网购可以更加节省开支和精力。

网络购物的发展为众多的个人网店经营者提供了重要的市场机遇，网络创业也同时成为个人发展的一个良好的契机。

在此背景下，本着人才培养要服务于社会经济发展的原则，配合教育部关于全国高职高专教学评估和精品课程的有关精神的倡导，结合职业教育应促进学习者职业能力发展的目标，根据电子商务专业教学计划对培养高技能型专门人才的要求，编写了此教材，旨在加强学生自主创业意识的培养以及积累自主创业经验，为学生的职业生涯提供更多的选择机会。

本教材注重系统培养电子商务专业学生的 C to C 个人网店经营的实践操作技能和实际应用能力，帮助学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、经营能力，强化实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成教材学习的同时便可初步成为一名拥有自己网上店铺的经营者。

本书由湖南信息科学职业学院电子商务教学团队教师编写，可作为高职高专电子商务专业的教材，也可供其他相关专业及社会人士参考使用。

本书由李伟舵、付晓燕任主编，王颖、杨芳、彭金池任副主编，共分 8 个情境 32 个工作任务。其中情境一、情境二和情境三由杨芳、彭金池编写，情境

四和情境五由王颖编写，情境六、情境七和情境八由李伟舵、付晓燕编写，最后由付晓燕总纂定稿。

本书在编写过程中得到了湖南信息科学职业学院领导及广大教师的大力支持，同时本书内容参阅了来自其他出版物及互联网中的大量文献，在此一并致谢。

由于编者水平有限，且网络技术发展迅速，书中难免有疏漏之处，敬请同行专家与广大读者批评指正。

编 者

2010年1月

目 录

学习情境一 店铺定位	(1)
工作任务 1 选产品	(1)
工作任务 2 选择进货渠道	(8)
工作任务 3 制定价格	(13)
学习情境二 注册开店	(17)
工作任务 1 开通网上银行	(17)
工作任务 2 起店名	(25)
工作任务 3 免费注册	(27)
学习情境三 发布商品	(30)
工作任务 1 商品图片美化	(30)
工作任务 2 商品标题确定	(46)
工作任务 3 商品描述	(48)
工作任务 4 分类商品发布	(53)
学习情境四 装饰店铺	(60)
工作任务 1 店铺版面设置	(60)
工作任务 2 个性动态店标	(64)
工作任务 3 店铺签名档及个人头像设置	(69)
工作任务 4 店铺公告	(72)
学习情境五 线上管理	(75)
工作任务 1 下载交流软件	(75)
工作任务 2 顾客沟通技巧	(77)
工作任务 3 处理店铺留言	(79)
工作任务 4 卖出商品及评价	(80)
工作任务 5 商品定时发布设置	(82)

学习情境六 线下管理	(85)
工作任务 1 如何备货	(85)
工作任务 2 各种商品包装方法	(89)
工作任务 3 各种发货方式应注意的问题	(97)
工作任务 4 设置运费	(100)
学习情境七 售后服务	(108)
工作任务 1 投诉及处理	(108)
工作任务 2 处理商品纠纷	(121)
工作任务 3 处理物流纠纷	(127)
工作任务 4 处理服务纠纷	(130)
学习情境八 店铺推广	(135)
工作任务 1 BBS 及搜索引擎推广	(135)
工作任务 2 邮件群发及博客推广	(146)
工作任务 3 人脉推广及友情链接	(159)
工作任务 4 买广告位	(162)
工作任务 5 赠品或节日促销	(173)
参考文献	(180)

学习情境一

店铺定位

实例引入

21 世纪是电子商务的时代，小刘是某高校大学生，想利用假期也成为其中一员，反复思考后，决定通过经营网上店铺来实现自己的愿望。但网上琳琅满目的商品让小刘眼花缭乱，小刘首先遇到的难题是选择经营什么产品比较适合？怎样进货？定多高的价格呢？

学习目标

- ☐ 选择产品
- ☐ 选择进货渠道
- ☐ 制定价格

■ 工作任务 1 选 产 品

任务描述

- 一、硬件和软件的准备
- 二、根据市场调查分析，确定几类产品
- 三、根据自己的兴趣和经验，从几类产品中选择要经营的产品

专项能力

市场分析能力；产品定位能力；网络搜索能力

“工欲善其事，必先利其器。”成功只留给有准备的人。开网店之前，需要做好充分的准备：从硬件到软件；从选择产品、选择进货渠道到制定价格；每一步都对网店经营的未来起着至关重要的作用。

一、硬件和软件的准备

（一）硬件的准备

开店前，我们要准备一个完备的数码环境：包括可以上网的电脑、数码相机、打印机和扫描仪、联系电话等。电脑和宽带上网是必配的，还要一个数码相机将拍下商品的照片上传到网上商店，而扫描仪则是把一些文件扫描上传，如身份证、营业执照等信息。

1. 便捷的电脑网络。首先需要准备的是一台能够正常上网的电脑，网店经营者要用它来上传图片和其他所有商品信息，同时要用电脑和网络与消费者取得联系，进行沟通。

这里要提示大家的是，要选择网速够快的上网方式，如果通过拨号上网或是无线网卡上网，就会由于网速过慢而出现图片传送超时而失败的情况。建议选择网速比较快的 ADSL 上网。

2. 数码相机。网上购物，客户无法看到商品的实物，因此，商品的照片就显得非常重要。商品照片好不好，直接关系到客户是否会点击购买。网上开店主要的一部分工作就是通过图片向自己的客户展示产品，拥有了自己的数码相机，就可以快速地把我们的产品多角度地、细致地反映在客户面前，这样，成交的机会才会大。

网店经营者在选购数码相机的时候，一定根据自己所销售的商品来选择相机。如果你要经营的是手工艺品，或者是其他对照片清晰度要求很高的商品，就要选择像素相对高一些的数码相机，这样才能拍出清晰的照片。

3. 打印机和扫描仪。开网店，最好自备一台打印机和扫描仪。打印机的应用有两个方面：一个是打印包裹单；一个是根据客户的要求为客户打印一些小的贺卡或者一些代表自己商店个性化的标签、名片、优惠卡。扫描仪的用途是扫描厂家提供的彩色宣传页的照片，也可以与 MODEM 配合实现传真功能。

4. 联系电话。需要附上方便联系的电话座机，以及确定能找到你的手机。开网店一定要与客户保持联系，要知道，网上那么多商家，顾客不一定非要从你那里买东西。因此要有联系电话，以便你的客户能够随时找到你，增加成交的机会。

5. 工作地址。如果是规模比较大的网上商店，单独有办公场地，就应该把地址附上去；如果是在家经营网店，也可以把自己的家庭地址写上，这样可以让客户更加信任你。

（二）软件的准备

要成功开网店并经营好，除了硬件的准备外，软件的准备也是非常重要的。开网店首先要具备一些最基本的网络、电脑知识与简单的物流知识，还要懂得一些图片的拍摄技巧。拍摄完照片，要把照片放到自己的店铺里去，所以还需要熟悉如何保存、处理、修改以及上传图片。另外，对自己所销售的产品要了解，如：功能、款式、尺码、色彩、保养、维护、使用等内容。

更重要的是，要调整好自己的心态。开一家网店不难，但是经营好一家网

店却并不容易。

1. 物流知识。网上开店的物流相对比较简单,就是达成交易后,如何把货物安全、稳妥地运送到买家手里的过程。目前网店采用的送货方式主要有以下几种:

(1) 邮局普通包裹,包裹单 0.5 元,泡泡袋 1.8 元,纸盒子 3.5~5 元左右,邮寄费用包裹挂号 3 元,其余按重量计算,一般加起来不超过 10 元,大概 7~14 天到。

(2) 邮政快递包裹,包裹费用同上,运费略高,一般不超过 15 元,大概 7 天内到。

(3) 快递公司,市内 5~6 元,郊区 8~10 元,外地 10 元起,一般在 15 元,如果寄液体有的快递公司不接。

(4) 邮政特快专递 EMS 为 20 元起,单子也是要钱的,是包裹的话,包装费用还要另算。EMS 优点是安全可靠、送货上门、寄达时间快,只是费用较高。

(5) 挂号信,适合比较轻巧的物品,20 克内,寄达需 3~5 天,注意物品要多包几层以免挤压损伤。

2. 选择支付方式。目前网上开店主要有以下几种付款方式:手机支付、网上支付、邮局汇款、银行汇款、货到付款。为了方便顾客付款,应该给出多种选择,不要只接受一种支付方式,这样很可能会因顾客感觉不便而失去成交机会。为了增加顾客的信任度,可使用第三方的付款方式,人民币可使用如支付宝、贝宝、快钱等。申请这些第三方网上支付的方式并不复杂,根据网站要求填写表单,然后进行身份验证,等着通知开通即可。一般 2 个星期左右或者更快就可完成。如果您开的网店想要接受国际买家的订单,建议使用 Paypal、2co.com 等这些支持国际信用卡支付。国际支付的手续费相对比较高,Paypal 根据用户账户性质不同收取不同的手续费,2co.com 除了开通费之外每笔业务还要收取一定的手续费。

3. 专业知识。对于自己所经营的产品,自己应该做到百分之百的了解。同时,还应该掌握该行业的相关知识,才能给客户提供更专业的服务。例如,一个经营化妆品的网店,要了解自己经营的产品、适合人群、使用方法等;同时,还要掌握行业中同类相近产品的状况。

4. 网店经营过程中的常用软件。

(1) 电子邮件。推荐使用一些如 163、126、腾讯、新浪、雅虎之类的大门户网站邮箱,当然其他也是可以的。如果偶尔要跟外国人做生意的话,也建议使用国际流行的 HOTMAIL 邮箱。当然,为了轻松地收发邮件,也可使用 FOXMAIL 等工具。

(2) 聊天软件。聊天工具必不可少,聊天就是跟顾客沟通的手段。现在比较通用的聊天工具主要就是微软 MSN、腾讯 QQ 等工具,或者使用交易平台的沟通软件,比如淘宝旺旺等。

(3) 微软 WORD。这是入门级的文字编辑软件,学会基本的操作以后,就

可以很方便地编写合同,以及编写自己的网站文案。文案编写的好坏在网上销售中有很大的影响。

(4) 作图软件。网上开店除了要编写好的文案,另外一个非常重要的部分就是要有精美的产品图片和宣传图片。现在的作图软件有很多种,但是这里仍然首推 PHOTOSHOP,因为 PHOTOSHOP 一直是平面作图设计编辑领域的佼佼者,是业内普及率最高的工具。所以,为了以后的长远发展,熟悉一下 PHOTOSHOP 是应该的。

(5) 基本的网站设计软件。如果你的网上商店是一家独立店铺,而不是寄附在淘宝网或者拍拍或是易趣网等平台的话,你就需要自己管理和设计自己的小店了。那么,你起码要会一些基本的网站设计软件,这样可以知道网上商城的建设原理,并且还可以为自己的商店设计几个漂亮的宣传广告页面。一个有规模的网上商店再配合几个漂亮的广告页面,效果会更好。

二、根据市场调查分析,确定几类产品

略懂些市场营销的朋友可能会经常听到别人说这样一句话:“有需求就有市场,有需要就有客户”。意思是:做生意,看市场,选产品,只有产品在市场上有需求的时候,我们才会有客户。反过来说,当你的产品不为市场和众人所接受时,你的产品将会滞销。所以产品定位是很重要的,下面来看看我们应该如何定位产品以及如何选对选好产品。其实要将产品恰如其分定位很不容易,这其中包括了很多我们应该了解的和应该掌握的市场营销和其他专业销售知识。像产品的价格,产品的外形,产品对应的文化,产品的品种,产品的市场前景等。这里分析最重要的三点。

(一) 锁定目标消费层

在考虑卖什么的时候,一定要确定目标顾客,从他们的需求出发选择商品。目前主流网民有两大特征,一是年轻化,以游戏为主要上网目的,学生群体占网民很大的比重;其次是上班族,代表了主流网民的另一大基本特征——白领或者准白领化。上网所需的软硬件设备、连接条件、特别是知识门槛等多方面的因素,为这一特征写下了必然的注脚。

网上卖东西与普通商业略有不同。虽然电子商务时下比较流行,但是依然有很多人对网上购物的安全性存在着疑虑,担心上当受骗,因此目前在网上购物消费群体大部分是年轻人。所以,如果我们在网上经营老人用品的效果会远远不如经营年轻人的产品更为有市场和畅销,所以说开店的第一步,必须选好目标消费群体,以年轻人的消费品为目标,优先考虑经营年轻人的用品。这样相对来说生意会好做些。另外如果你愿意花更多的时间,还可以将年轻人的范围进一步缩小,将他们当中各个年龄段进行细分,这样的话,目标消费群会更加明确,为你后面的产品定位工作打下更结实的基础。

(二) 定好产品的价格,从而更有目标性的选择好产品

一般情况下,我们有了怎样的消费群体就会有怎样的产品价格范围。例如,年轻人的服装一般是融合了时尚、流行、多样化等潮流元素。因此对于服

装厂来说,设计师要多花时间和精力在设计上,设计出一些当下流行的衣服,因而成本也会相对老年人的衣服来说要高些。

当然年轻人的用品不仅仅是服装,还有游戏卡、点卡等。我们要根据自己心目中的消费层和大致价格范围将目标产品价格进一步缩小。比如你想经营的产品在50~60元之间,那么我们平时就应该多留心观察那些在50~60元之间比较畅销的产品。具体的做法我们可以这样:经常去业绩好的店铺看看,看看他的产品到底是什么,为何畅销。还可以经常去搜索,输入产品的价格范围和大致名字,看看搜索出来的那些卖家的产品销售如何。当你这样子做过之后,你会发现你心中想要定位的产品越来越清晰,信心也越来越强。

(三) 选好目标产品

其实在我们选好产品之前要做的事情很多,市场信息是非常重要的。它是最为直接地反映你的产品是不是一个好产品的方式。有了以上两点大的筛选之后,我们再来定位产品就会有可行性、目标性、准确性。

三、根据自己的兴趣和经验,从几类产品中选择要经营的产品

在决定开店以前,可以先给自己提几个问题:我最感兴趣的是什么?擅长什么?我的优势有哪些?比如一个很喜欢玩电脑游戏的人,就可以考虑开电子游戏方面的店铺。对于自己感兴趣的东西,在做起来的时候,不知不觉就会投入,这样入门上手也会比较快。

了解主流网民的基本特征,就可以根据自己的资源、条件甚至是爱好来确定接下来要经营的主流商品。不过,有特色的店铺到哪里都是受欢迎的,如果能寻找到切合时尚又独特的商品,将是网上店铺的最佳选择。

另外,商品自身的属性对销售也有制约作用。一般而言,商品的价值高,收入也高,但投入相对较大。对于既无销售经验,又缺原始资金的创业族来讲,确实是不小的负担。网上交易地域范围广,有些体积较大、较重而又价格偏低的商品是不适合网上销售的,因为在邮寄时商品的运费太高,如果将这笔费用分摊在买家头上,势必会降低买家的购买欲望。

根据业内人士的建议,适合在网上开店销售的商品一般具备下面的条件:

1. 体积较小。主要是方便运输,可以降低运输成本。
2. 附加值较高。价值低过运费的单件商品是不适合网上销售的。
3. 具备独特性或时尚性。销售业绩不错的商品往往都是独具特色或者十分时尚的。
4. 价格较合理。如果网下可以用相同的价格买到,就不会有多少人在网上购买。
5. 通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲望。如果这件商品必须要顾客亲自见到才会产生购买欲望,那么就不适合在网上开店销售。
6. 网下没有,只有网上才能买到的。比如外贸定单产品或者直接从国外带回来的产品。

选对产品钓大鱼

要在网上开店,首先就要有适宜通过网络销售的商品,并非所有适宜网上销售的商品都适合个人开店销售。笔者通过三大竞争策略助你选好产品。

物以稀为贵,选择商品一定不能选择那些到处都能买到的商品,要找些少见的商品,那样自然有人来买你的商品。这里也应用了差异化的竞争策略。

其次就是利用地区价格差异来赚钱。许多商品在不同的地区,价格相差很多,例如电器类,广东等沿海城市要比内陆便宜许多,而收藏品在古都城市(北京、西安、洛阳)又比沿海便宜的多,所以要从自己的身边着眼,找找自己身边盛产而其他地方没有的商品,这样才能卖个好价钱!这里应用了成本领先策略。

做熟不做生,尽量不要涉足不熟悉行业。如果你热爱手工,热爱十字绣,热爱手绘,热爱创造性的事情,不妨开个相关的DIY店铺。特色店铺到哪里都是受欢迎的。因为特色的东西少,所以容易吸引人。如果你对摄影非常在行,喜欢数码类产品,不管自己有没有实体店铺,都可以在这方面尝试一下。最重要的是努力成为这个领域的专家。主动回答顾客的问题,向顾客提供商品的相关知识,时间长了,口碑效应好了,大家一想到这方面的购物,就会首先想到你。总之每个人都有自己的特长。任何时候,学会淋漓尽致地发挥自己的特长很重要,这里应用了专业化的相对创新策略。

四、网上开店也要注意遵守国家法律法规,不要销售以下商品

1. 法律法规禁止或限制销售的商品,如武器弹药、管制刀具、文物、淫秽品、毒品。
2. 假冒伪劣商品。
3. 其他不适合网上销售的商品,如医疗器械、药品、股票、债券和抵押品、偷盗品、走私品或者以其他非法来源获得的商品。
4. 用户不具有所有权或支配权的商品。

五、运用SWOT分析法,分析你选择的产品所处的市场环境状况

SWOT分析法又称为态势分析法,SWOT四个英文字母分别代表:优势(Strength)、劣势(Weakness)、机会(Opportunity)、威胁(Threat)。S、W是内部因素,O、T是外部因素。按照企业竞争战略的完整概念,战略应是一个企业“能够做的”(即组织的强项和弱项)和“可能做的”(即环境的机会和威胁)之间的有机组合。SWOT分析法常常被用于制定企业发展战略和分析竞争对手情况,在战略分析中,它是最常用的方法之一。进行SWOT分析时,主要有以下几个方面的内容:

(一) 分析环境因素

运用各种调查研究方法,分析出公司所处的各种环境因素,即外部环境因素和内部能力因素。外部环境因素包括机会因素和威胁因素,它们是外部环境对公司的发展直接有影响的有利和不利因素,属于客观因素;内部环境因素包

括优势因素和弱点因素，它们是公司在其发展中自身存在的积极和消极因素，属主动因素。在调查分析这些因素时，不仅要考虑到历史与现状，而且更要考虑未来发展问题。

优势，是组织机构的内部因素，具体包括：有利的竞争态势；充足的财政来源；良好的企业形象；技术力量；规模经济；产品质量；市场份额；成本优势；广告攻势等。

劣势，也是组织机构的内部因素，具体包括：设备老化；管理混乱；缺少关键技术；研究开发落后；资金短缺；经营不善；产品积压；竞争力差等。

机会，是组织机构的外部因素，具体包括：新产品；新市场；新需求；外国市场壁垒解除；竞争对手失误等。

威胁，也是组织机构的外部因素，具体包括：新的竞争对手；替代产品增多；市场紧缩；行业政策变化；经济衰退；客户偏好改变；突发事件等。

SWOT方法的优点在于考虑问题全面，是一种系统思维，而且可以把对问题的“诊断”和“开处方”紧密结合在一起，条理清楚，便于检验。

（二）构造 SWOT 矩阵

将调查得出的各种因素根据轻重缓急或影响程度等排序方式，构造 SWOT 矩阵。在此过程中，将那些对公司发展有直接的、重要的、大量的、迫切的、久远的影响因素优先排列出来，而将那些间接的、次要的、少许的、不急的、短暂的影响因素排列在后面（见图 1-1）。



图 1-1

（三）制定行动计划

在完成环境因素分析和 SWOT 矩阵的构造后，便可以制定出相应的行动计划。制定计划的基本思路是：发挥优势因素，克服弱点因素，利用机会因素，化解威胁因素；考虑过去，立足当前，着眼未来。运用系统分析的综合分析方法，将排列与考虑的各种环境因素相互匹配起来加以组合，得出一系列公司未来发展的可选择对策。

成功应用 SWOT 分析法的简单规则：

1. 进行 SWOT 分析的时候必须对公司的优势与劣势有客观的认识。
2. 进行 SWOT 分析的时候必须区分公司的现状与前景。
3. 进行 SWOT 分析的时候必须考虑全面。
4. 进行 SWOT 分析的时候必须与竞争对手进行比较，比如优于或是劣于

你的竞争对手。

5. 保持 SWOT 分析法的简洁化，避免复杂化与过度分析。

技能训练

1. 每人到前述网站寻找一款产品。
2. 在校内外（可以在长沙市区任何地方）寻找一家卖同类产品的实体经营店，与老板谈谈他当初为什么要做这个产品，以及经营过程中自己碰到了哪些困难，现在是否达到了自己最初的目标，并让老板说出对现状的分析和对未来的打算。
3. 用 SWOT 分析法对比你打算做的此款产品的市场环境状况。
将这三个方面整理成 word 文档进行实训任务提交。

■ 工作任务 2 选择进货渠道

任务描述

- 一、了解网上开店的一般进货渠道
- 二、分析出价格低廉的进货渠道
- 三、根据自己选定产品的特点以及自己的优势，确定进货渠道

专项能力

信息搜集能力；市场判断能力；商务谈判能力

■ 一、了解网上开店的一般进货渠道

网上创业已成为一种全新的商业模式被应用，创业者在确定卖什么之后，就要开始找货源了。网上开店，大致可以从以下几个渠道找到货源：

（一）批发市场进货

这是最常见的进货渠道，如果你的小店是经营服装，那么你可以去周围一些大型的服装批发市场进货，在批发市场进货需要有强大的议价能力，力争将批发价压到最低。同时要与批发商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后有纠纷。

适合人群：当地有这样的大市场，自己具备一定谈价能力的经营者。

鉴别批发市场

其实,经销商是商品流通中的必要环节,我们没必要避开他。如果厂家在广东,你在北京,难道你要直接跑到广东去进货不成?就算厂家就在家门口,厂家也不可能跟一个零售商直接打交道的。所以,对于零售商来说,进货的最好渠道还是批发市场。那么在庞大的市场中,如何找到最便宜的批发市场呢。这就要区别零售兼批发;批发兼零售及直销点三类不同市场了。

区别零售兼批发和批发兼零售,很容易。拿服装来举个例:零售兼批发的市场,是允许试穿衣服的。而批发兼零售的地方是不允许试穿衣服的。价格当然是批发兼零售的地方便宜了。

区别批发兼零售和直销点。你需要观察周围环境。因为直销点货物的吞吐量比较大,店面之间的走道宽阔,清晨和晚上车子是可以进去装卸货的。还有所有的东西都是打包卖的,不接受零售。这里走的就是量,价格是最低。

所以,有时间呆在电脑前大叫进价贵,还不如去市场好好逛逛。找那些直销点拿货,既便宜,又有质量保证。而且做久了都是可以退换货的。

(二) 厂家直接进货

正规的厂家货源充足,信用度高,如果长期合作的话,一般都能争取到产品调换。但是一般而言,厂家的起批量较高,不适合小批发客户。如果你有足够的资金储备,有分销渠道,并且不怕压货,那就可以去找厂家进货。

适合人群:有一定的经济实力,并有其他分销渠道的经营者。

(三) 批发商处进货

一般用搜索引擎就能找到很多这些贸易批发商,他们一般直接由厂家供货,货源较稳定。不足的是因为他们已经做大了,订单较多,服务难免有时跟不上。而且他们都有自己固定的老客户,你很难和他们谈条件,除非当你成为他们的大客户后,才可能有折扣和其他优惠。在开始合作时就要把发货时间、调换货品等问题讲清楚。

适合人群:有其他分销渠道,销售量较大的经营者。

(四) 购进外贸产品或 OEM 产品

目前许多工厂在外贸订单之外的剩余产品或者为一些知名品牌的贴牌生产之外会有一些剩余产品处理,价格通常十分低廉,通常为市场价格的 2~3 折左右,品质做工绝对保证,这是一个不错的进货渠道。但一般要求进货者全部买下,所以创业者要有经济实力。

适合人群:有一定货源渠道,同时有一定的识别能力的经营者。

(五) 吃进库存或清仓产品

因为商家急于处理,这类商品的价格通常极低,如果你有足够的砍价能力和经济能力,可以用一个极低的价格吃下,然而转到网上销售,利用地域或时间差获得足够的利润。吃进这些产品,你一定要对质量有识别能力,同时能把握发展趋势并要建立良好的分销渠道。

适合人群：适合有一定资金实力，对这个行业比较了解的经营者。

（六）寻找特别的进货渠道

如果你在香港或是海外有亲戚朋友，就可以由他们帮忙，进到一些国内市场上看不到的商品或是价格较高的产品。比如你可以找人从香港进一些化妆品、品牌箱包等，也可以从日本进一些相机等电子产品，还可以从俄罗斯进一些工艺品。如果你工作、生活在边境，就可以办一张通行证，自己亲自出去进货，这样就能具有特色或是价格优势。

适合人群：适合有这样渠道，同时能把握流行趋势的经营者。

二、分析出价格低廉的进货渠道

网上开店之所以有空间，成本较低是重要因素。掌握了物美价廉的货源，就掌握了电子商务经营的关键。以服饰类商品为例，一些知名品牌均为全国统一价，在一般地面店基本不打折，而网上可以卖到七至八折。很多服饰、箱包类商品的价格都是商场的二至七折。那么，如何才能找到价格低廉的货源呢？

（一）充当市场猎手

密切关注市场变化，充分利用商品打折找到价格低廉的货源。拿网上销售非常火的名牌衣物来说，卖家们常常在换季时或特卖场里淘到款式品质上乘的品牌服饰，再转手在网上卖掉，利用地域或时空差价获得足够的利润。网上有一些化妆品卖家，与高档化妆品专柜的主管熟悉之后，可以在新品上市前抢先拿到低至7折的商品，然后在网上按专柜9折的价格卖出，因化妆品售价较高，利润也相应更加丰厚。

（二）关注外贸产品

外贸产品因其质量、款式、面料、价格等优势，一直是网上销售的热门品种。很多在国外售价上百美元的名牌商品，网上的售价仅有几百元人民币，使众多买家趋之若鹜。某网店主张小姐从事外贸工作，由于工作关系积累不少各地的纪念品，送了一部分给亲友后，仍有大量剩余。在朋友的推荐下，张小姐将自己的闲置物品上网销售，没想登出不久就销售一空，现在，她的小店已经有了固定客户200多人。

新的网上创业者如果有熟识的外贸厂商，可以直接从工厂拿货。在外贸订单剩余产品中不少好东西，这部分商品大多只有1~3件，款式常常是明年或现在最流行的，而价格只有商场的4~7折，很有市场。

（三）买入品牌积压库存

有些品牌商品的库存积压很多，一些商家干脆把库存全部卖给专职网络销售卖家。品牌商品在网上是备受关注的分类之一，很多买家都通过搜索的方式直接寻找自己心仪的品牌商品。而且不少品牌虽然在某一地域属于积压品，借助网络覆盖面广的特性，完全可使其在其他地域成为畅销品。如果你有足够的砍价本领，能以低廉的价格把他们手中的库存吃下来，一定能获得丰厚的利润。