

高职高专“十二五”规划教材  
校企合作 - 工学结合一体化教材

# 网店 经营与管理

WANGDIAN  
JINGYING  
YU GUANLI

朱志辉 董丽雅 主编



化学工业出版社

高职高专“十二五”规划教材

校企合作-工学结合一体化教材

# 网店经营与管理

朱志辉 董丽雅 主编

丁昭巧 胡现玲 郭红卫 副主编



化学工业出版社

·北京·

随着信息时代的到来,电子商务正在蓬勃发展,经营网店成为了不少年轻人和大学生创业的梦想,网上店铺凭借其独有的经验成本低、经营方式灵活、地域限制小等显著优势,吸引了很多年轻人加入网店经营大军中来。本书以网上开店为线索,全面介绍了网店经营的相关知识,既包括开店前的店铺定位、注册开店等准备内容,也包括店铺装饰、商品发布、店铺推广、售后服务等实战方法与技巧,帮助读者在最短的时间内掌握网店经营管理的方法与技巧,具备实战操作能力。

本书最大的特点就是所有的知识都是通过实例操作来演练的,力求让读者体会更深刻,并能融会贯通。

本书可作为电子商务专业的教学用书,也适用于商务类相关专业,并可作为社会从业人士的业务参考书及培训用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

网店经营与管理/朱志辉,董丽雅主编. —北京:化学工业出版社,2011.12

ISBN 978-7-122-12957-4

I. 网… II. ①朱…②董… III. 电子商务-商业经营  
IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第254703号

---

责任编辑:旷英姿  
责任校对:王素芹

文字编辑:颜克俭  
装帧设计:史利平

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)  
印刷:北京云浩印刷有限责任公司  
装订:三河市宇新装订厂  
710mm×1000mm 1/16 印张14½ 字数197千字 2012年2月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899  
网 址: <http://www.cip.com.cn>  
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价:25.00元

版权所有 违者必究

# 前言

## Preface

全球经济发展已进入信息经济时代，知识经济初见端倪。这是一个处处充满不确定因素的经济时代，也是一个产业转型的时代，同时是一个商务模式变革的时代。作为 21 世纪经济增长主要方式的电子商务给世界经济带来巨大变革，产生深远影响，迫切要求人们进一步认识和理解电子商务。企业如何把握机遇、迎接挑战、开创新的事业？如何利用电子商务拓展业务、提升竞争力？

电子商务是信息技术高速发展的一个综合结果，因此，电子商务对企业的影响也就是现代信息技术对企业的影响。信息流在社会经济系统中始终起着至关重要的作用，尤其在控制、预测人类认识和心理等方面极大地影响着系统的运转。信息处理手段的进步更是直接关系到上述各个方面。信息技术不仅影响这些系统的状态，更重要的是它不断地改变着系统的结构和运行规则。企业商务应用方式在电子商务时代发生了巨大的变革，电子商务为消费者和企业开辟了新的天地，同时也要求企业采用新的商务方式。

本书正是出于以上考虑，从流程应用的角度去剖析电子商务，试图揭示企业电子商务的本质，及企业网络商城运营的流程基础，为企业在电子商务时代把握先机、赢得客户、获取竞争优势并最终获取利润打下坚实的基础。

### 1. 本书组织结构

本书共有八个学习情景。主要内容包括店铺定位、注册店铺、发布商品、装饰店铺、店铺推广、线上管理、线下管理、售后服务等。

### 2. 本书特色

(1) 设计新颖。本课程设计的理念是“立足网络商务，实施项目教学，提升实战技能”。即与行业、企业共同确定以网络商城应用作为切入点整合

课程内容，按照项目导向、任务驱动的思路重构课程内容体系，课程采取理论与实践一体化教学，实现教、学、做的有机结合。

(2) 内容聚焦。“三分技术，七分商务，商务是本质。”本书避开了目前大多数同类教材试图从技术层面或者技术和管理两个层面对电子商务阐述的内容编排模式，直接定位在网络商城运营流程应用上，内容统一，自成体系。

(3) 案例翔实。本书在每章都用案例操作来演练知识点，有利于读者较好地理解每个章节的理论知识，也体现了理论与实践的统一。并在每章每节都配有技能操作题，加深读者对知识点的掌握与巩固。

### 3. 教材定位

本书直接定位于高职院校经济管理类：电子商务专业、国际贸易专业、国际商务专业、物流管理专业的学生使用的《网店经营与管理》课程教材。

本书由朱志辉、董丽雅担任主编，丁昭巧、胡现玲、郭红卫担任副主编，编写人员均为高职院校电子商务教学一线教师，电子商务企业提供相应素材。本书第一章和第二章由朱志辉、郭红卫编写；胡现玲编写第三章；董丽雅和陈金玲编写第四章和第七章；丁昭巧编写第五章和第八章；李巧丹编写第六章；全书由朱志辉进行统稿。本书为校企合作-工学结合一体化教材，合作企业为中山中交电子商务有限公司。在此感谢中山中交电子商务有限公司在本书编写过程中给予的支持和提出的宝贵意见！

电子商务是一门新兴学科，编写一本适合高等职业教育的教材虽是一次有意义的改革尝试，但也是一种巨大的挑战。由于时间仓促和作者水平有限，书中不妥和疏漏之处敬请读者指正。

编者  
2011年11月

# 目录

## Contents

### 学习情景一

## 店铺定位

1

### 工作任务一 选产品

[ 2 ]

一、网店平台选择

[ 2 ]

二、根据市场调查分析

[ 4 ]

三、筛选产品

[ 7 ]

### 工作任务二 选择进货渠道

[ 8 ]

一、网店货源渠道

[ 8 ]

二、寻找代销货源

[ 19 ]

三、辨别真假货源信息

[ 20 ]

### 工作任务三 制定价格

[ 21 ]

一、了解产品定价技巧

[ 21 ]

二、根据市场制定产品价格

[ 23 ]

小结

[ 24 ]

### 学习情景二

## 注册店铺

25

### 工作任务一 开通网上银行

[ 26 ]

一、开通网上银行

[ 26 ]

二、网银安全

[ 29 ]

### 工作任务二 网店起名

[ 31 ]

一、网店起名的原则

[ 31 ]

二、网店起名的方法和技巧

[ 33 ]

### 工作任务三 网店注册

[ 35 ]

小结

[ 42 ]

### 学习情景三

## 发布商品

43

<b>工作任务一 商品图片美化</b>	[ 44 ]
一、商品图片美化的意义	[ 44 ]
二、图片处理的基本工具	[ 45 ]
<b>工作任务二 商品标题确定</b>	[ 59 ]
一、标题构成要素	[ 59 ]
二、利用关键词给宝贝取个好名字	[ 60 ]
三、撰写商品标题应注意的问题	[ 64 ]
四、宝贝取名技巧	[ 67 ]
<b>工作任务三 商品描述</b>	[ 68 ]
一、商品描述注意事项	[ 68 ]
二、常见的商品描述形式	[ 69 ]
三、商品描述模板	[ 74 ]
<b>工作任务四 分类商品发布</b>	[ 77 ]
一、商品发布流程	[ 77 ]
二、以一口价的方式发布商品	[ 78 ]
三、以拍卖的方式发布商品	[ 81 ]
四、以团购的方式发布商品	[ 82 ]
五、使用淘宝助理发布商品	[ 82 ]
<b>小结</b>	[ 87 ]

## 学习情景四

# 装饰店铺 89

<b>工作任务一 店铺版面设置</b>	[ 90 ]
一、色彩配置	[ 90 ]
二、店铺布局	[ 97 ]
<b>工作任务二 个性动态店标</b>	[ 99 ]
<b>工作任务三 店铺签名档及个人头像设置</b>	[ 105 ]
一、签名档的制作	[ 106 ]
二、个人头像的设置	[ 111 ]
<b>工作任务四 店铺公告</b>	[ 112 ]
一、制作店铺公告	[ 112 ]
二、制作店铺促销公告动画	[ 115 ]
<b>小结</b>	[ 119 ]

## 学习情景五

# 店铺推广 120

工作任务一	BBS 及搜索引擎推广	[121]
一、	BBS 及 BBS 推广	[121]
二、	搜索引擎推广	[125]
工作任务二	邮件群发和博客推广	[131]
一、	邮件群发	[131]
二、	博客推广	[137]
工作任务三	人脉推广和友情链接	[139]
一、	人脉推广	[139]
二、	友情链接	[144]
工作任务四	买广告位	[147]
工作任务五	赠品和节日促销	[149]
一、	满就送	[150]
二、	限时打折	[153]
三、	搭配套餐	[157]
小结		[161]

## 学习情景六

## 线上管理

162

工作任务一	下载交流软件	[163]
一、	选择合适的交流工具	[163]
二、	阿里旺旺的特有功能	[165]
三、	下载安装阿里旺旺	[167]
工作任务二	顾客沟通技巧	[169]
一、	与客户沟通的技巧	[169]
二、	运用沟通技巧	[172]
工作任务三	处理店铺留言	[174]
一、	巧妙设置店铺留言	[174]
二、	店铺留言的功能	[175]
三、	留言回复技巧	[176]
工作任务四	卖出商品及评价	[177]
一、	掌握信用评价定义及操作方法	[178]
二、	店铺评分的规则及流程	[181]
工作任务五	商品定时发布设置	[183]
一、	认识淘宝助理	[183]
二、	下载安装淘宝助理	[184]
三、	登录淘宝助理	[185]



四、淘宝网中设置定时自动发布商品	[185]
小结	[186]

## 学习情景七

# 线下管理 187

工作任务一 如何备货	[188]
一、供应商、货源的选择与维护	[188]
二、预备合格的货品	[194]
三、管理货品库存	[195]
工作任务二 各种商品包装方法	[198]
一、包装的原则	[198]
二、包装材料的选择	[199]
三、不同商品的包装方式	[201]
四、巧用商品包装提升人气小技巧	[203]
工作任务三 发货应注意的问题	[204]
一、物流的类别	[205]
二、选择适合自己的物流公司	[207]
三、发货时的注意事项	[208]
小结	[209]

## 学习情景八

# 售后服务 210

工作任务一 投诉及处理	[211]
一、客户产生投诉的原因	[211]
二、处理客户抱怨的原则	[212]
三、客户投诉的处理方式	[212]
四、平息投诉的沟通技巧	[214]
五、淘宝各类投诉维权发起时间条件	[216]
六、卖家处理维权流程示意	[216]
工作任务二 处理商品纠纷	[217]
一、消费者保障服务	[217]
二、处理原则	[219]
工作任务三 处理物流纠纷	[219]
小结	[221]

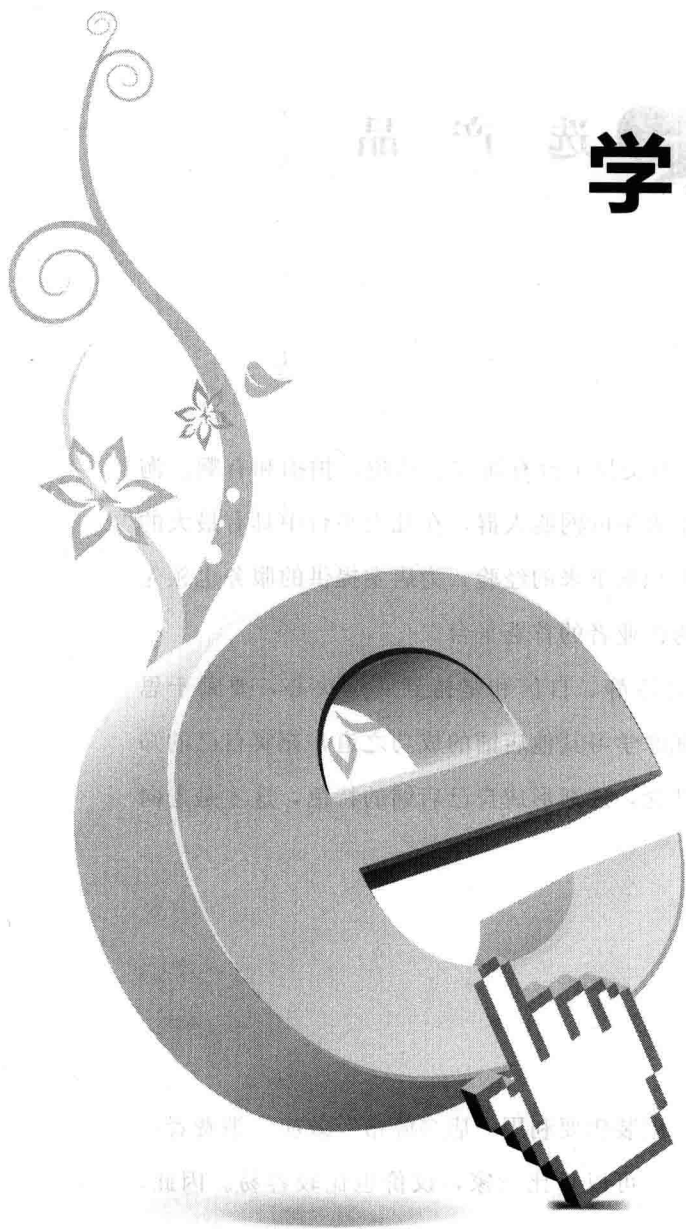
## 参考文献

品牌  
管理  
与  
设计

品牌管理

# 学习情景一

## 品牌设计 店铺定位



21 世纪是网商的时代。顺应时代潮流，尚某，某学院大二学生，通过专业课程学习希望成为网商一族，仔细分析后，决定通过经营网店来实现自己的追求，于是开始在网上着手准备。网上众多网店，经营着变化万千的产品。尚某首先遇到的门槛是选择经营什么产品比较适合呢？怎样联系网店货源呢？产品价格定多少呢？

## 工作任务一 选 产 品

### 任务描述

- (1) 平台选择；
- (2) 市场分析；
- (3) 筛选产品。

“目前国内大型的 C2C 第三方交易平台有淘宝、易趣、拍拍和有啊。淘宝凭借良好的宣传和服务吸引了大量的网购人群，在几大平台中具有最大的客流量，另外淘宝凭借长期以来积累下来的经验，为店主提供的服务也领先于其他几个平台，因此淘宝成为创业者的首选平台。

一个成功的网店最需要的是冷静、自信和坚持到底的决心，要勤于思考，善于创新、寻找突破点。观摩学习其他店铺的成功之道，充实自己的知识水平，不断改进店铺的经营理念，逐渐形成自己店铺的特色，这才是走向成功的心态。

## 一、网店平台选择

### 1. 淘宝：大而全

开过实体店的人都知道，开服装店要利用“店多隆市”效应。消费者一般会认为店多除了款式多之外，还可以货比三家，议价也比较容易。因此，

一旦同行商店越开越多，就会产生聚集效应，生意反而比单枪匹马更容易做。在淘宝上开店有异曲同工之妙。

**优点：** 淘宝人气高、流量高、功能强大，俗话说，“大树底下好乘凉”嘛！

**缺点：** 淘宝上相关产品的基本上都是数十条，甚至几千条，让人目不暇接。商品多了，自己被发现的机会就小。这就需要店主具备一定的推广能力，并相当熟悉并合理运用淘宝的各项功能，才能使自己的小店脱颖而出。

另外，还有一个问题就是，商场大了，不了解的情况也就更多，所以在淘宝交易的时候总有那么一点的不安全感。

## 2. 拍拍：时尚流行社

年轻的腾讯拍拍网经过这两年发展，商品也突破上千万种了。到了这样一个量级，网站的流量和人气已经不是问题了。为了能与淘宝展开竞争，拍拍一面利用 QQ 平台的优势，一面抓紧打造“时尚购物”的理念。比较适合经营前卫、时尚、新潮、产品年龄定位较低的服装。

**优点：** 拍拍和 QQ 的结合令你能与买家更便捷地交流。20 世纪 70 年代、80 年代人的成长伴随着对 QQ 的使用，对 QQ 都有一种无法割舍的依赖。有了沟通，就很易消除由陌生感带来的不信任因素。同时，在拍拍网支付时用的财付通也是用 QQ 号码注册的，三者密切的联系让人感觉便捷而安全。

**缺点：** 毋庸置疑，相比淘宝而言，拍拍网的受关注度相对低得多。

## 3. 易趣：出口导向型

易趣比较注重出口导向，鼓励卖家向国外销售，如果你想卖东西到国外去，那肯定上易趣。但是怎么能够解决对外付款呢？如果你被外国卖家骗了，你找谁解决呢？易趣不管销售以后的是非的。另外，易趣要收费的，虽然最近店铺租金免了，其他费用还是比较高。

**优点：** 易趣网运营时间长，各方面都很完善，给买家一种沉稳的感

觉。易趣比淘宝、拍拍更遵循商品竞争的规律，易趣充分体现了商业竞争中“商场无父子”的规律，一切按市场规范来操作。

**缺点：**正如上面提到的收费和被騙的问题。另外，易趣互动性不是很好，买卖双发不能有效沟通。

## 二、根据市场调查分析

### 1. 适合销售的商品

要在网上交易首先要分析网络销售的商品，并非所有适宜网上销售的商品都是和个人开店销售。

根据业内人士的建议，适合网上开店销售的商品一般具备下面的条件，适合网店销售商品条件见表 1-1 所列。

表 1-1 适合网店销售商品条件

具备条件	具体解释
体积较小	主要是方便运输,降低运输的成本
附加值较高	价值低过运费的单件商品不适合网上销售的
具备独特性和时尚性	网销销售不错的商品往往是独具特色或者十分时尚的
价格较合理	如果网下可以用相同的价格买到,就不会有人在网上购买了
通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲	如果这件商品必须要亲自见到才可以达到购买所需要的信任,那么就不适合在网上开店销售
网下没有	只有网上才能买到,比如外贸产品或者直接从国外带回来的产品

### 2. 网上开店需要的个人能力

要开一家赚钱的网店，需要经营者具有以下能力。

(1) 要具有良好的网络推广能力，可以通过各种方式让更多的浏览者进入自己的网店，增加网店的人气。

(2) 要具备敏锐的市场观察力，可以随时把握市场的而变化，据此调整自己的经营商品与经营方式。

(3) 具有良好的市场判断能力，可以选择消费者喜欢的商品来销售。

(4) 具备良好的价格分析能力,既要进到价格更低的商品,又要将商品标出一个适宜的出售的价格。

(5) 具备熟练的服务技能,可以通过周到的售后服务培养起自己的忠实客户群体。

### 3. 网上开店的投入准备

主要包括以下几个方面。

(1) 硬件和软件部分 硬件包括可以上网的电脑、扫描仪、数码相机、联系电话等,不一定非要全部配置,但是应尽量配齐,以方便经营。电脑和宽带是必备的;还要通过一个数码相机拍下商品的照片上传到网上网店;扫描仪的作用是把一些文件扫描上传,如身份证、营业执照等信息。而软件包括安全稳定的电子邮箱、有效的网下通信地址、网上即时通信工具(如MSN、QQ)等。

(2) 寻找合适的货源 最重要的因素就是货源。货源的好坏直接威胁到你的竞争对手,最好的货源是出自于厂家、总批发商或者总代理商,这些直接影响到你网店的利润和销售量。

(3) 了解产品 要了解你自己的所出售的产品。现在网店销售中,活跃度最高的应该是在100~300元之间的产品。价格太高了,就不适合网店。价格太低的如10~30元的小饰品和小玩具也不大适合以网店形式销售,因为有时候邮费都占了货值的一半或者等于货值了。

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。表1-2为国内网上热卖商品和服务调查统计表。总结通过三大竞争策略帮助你选好产品。

表 1-2 国内网上热卖商品和服务调查统计表 单位:%

序号	商品和服务种类	用户最近半年在网上购买过的产品和服务所占比例	用户认为网上商品和服务还不能提供满足的所占比例
1	图书、报纸、杂志及其他	48.1	17.4
2	音像制品	36.7	14.2

续表

序号	商品和服务种类	用户最近半年在网上购买过的产品和服务所占比例	用户认为网上商品和服务还不能提供满足的所占比例
3	电脑及其配件	28.5	19.0
4	服装	15.8	12.9
5	网络游戏用品	15.7	6.1
6	生活、家居用品及服务	15.7	9.3
7	MP3 播放机	15.0	9.7
8	手机	14.5	14.9
9	电脑软件	13.7	13.1
10	化妆用品	11.8	5.2
11	IP 电话卡、手机充值卡及其他	8.9	6.8
12	数码电子产品	8.2	9.3
13	数码相机	7.9	10.8
14	体育用品	7.3	6.6
15	旅行票务与旅店预订服务	6.9	12.0
16	付费订阅与付费会员服务	6.8	7.6
17	家电产品	5.5	13.3
18	办公用品	5.0	6.4
19	鲜花、蛋糕及其他礼品服务	4.8	7.5
20	医药、医疗保健用品及服务	4.3	9.2
21	教育学习服务	4.1	11.9
22	食品	2.6	10.3
23	理财、保险产品及服务	1.1	7.5
24	其他	2.3	1.8

第一，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，那些商品既然到处都能买到，买家为什么还要来买你的，你再加上邮寄费，肯定比别处的贵了。即使能卖出去，也赚不了钱。你要找些少见的商品，那样自然有人花大价钱来买你的商品了。这里也就应用了差异化的竞争策略。

第二，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）又比沿海便宜得多，所以各位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！这里也就应用了成本领先策略。

第三，做熟不做生，尽量不要涉足你不熟悉，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。主动回答会员的问题，提供会员你售卖商品的相关知识。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的。任何时候，学会淋漓尽致地发挥自己的特长很重要，不要拿自己的短处去拼别人的长处。这里也就应用了专业化的相对创新策略。

### 三、筛选产品

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。

**【技能训练】** 针对自己的调研分析与市场情况，结合所在城市产业结构分布，请你为自己的网店选择好经营的产品种类，并提交详细的网店经营方案。



## 工作任务二 选择进货渠道

### 任务描述

- (1) 了解网上开店的货源渠道；
- (2) 寻找代销货源；
- (3) 辨别真假货源信息。

### 一、网店货源渠道

网上创业已成为一种全新的商业模式被应用，很多创业者想通过网上开店实现自己的创业梦，确定卖什么之后，就要开始找货源了。网上开店，大致可以从以下八大渠道找到货源（图 1-1）。

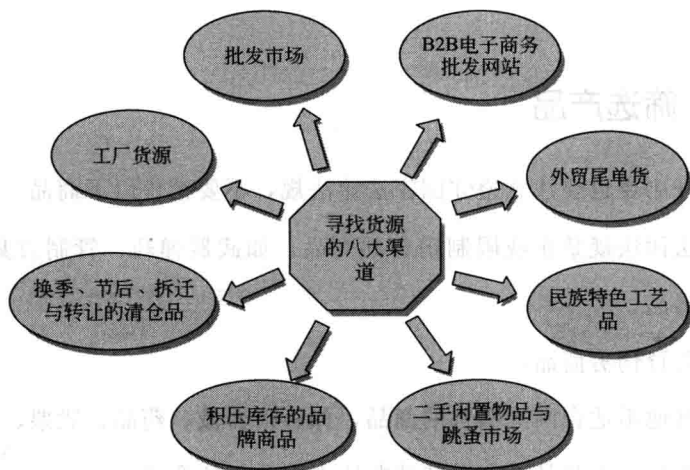


图 1-1 寻找货源的八大渠道

#### （一）渠道批发市场

不管是实体店铺还是网店，大多数的卖家都是从批发市场进货的。虽然