

北京科海培训中心

新概念网上商店建设教程

胡升腾 编著

北京科海集团公司 出品

2001.5

内 容 提 要

本书从理论到实践，从基础到实例，对网上商店乃至电子商务的开发进行了比较深入的分析 and 介绍。内容主要包括：网上商店的基本概念，制作网上商店前的准备，网上商店的各项功能的实现方法，商品库存问题，商务运营问题；还包括电子商务基础，电子商务的应用，电子商务的开展方法，国内外优秀电子商务网站范例，电子商务中的安全问题和网上融资这些内容。

本书适合于有志于从事电子商务开发的小型团队，对他们有实际的指导意义，对于希望开展电子商务的个人网站以及大型企业也能提供有益的帮助。

本书配套光盘的内容包括：15 讲多媒体教程及相关动态演示，书中实例的源代码，相关辅助工具。详情请双击光盘根目录下的 readme.txt。

书 名：新概念网上商店建设教程
作 者：胡升腾
责任编辑：王超辉
出 品：北京科海集团公司
印 刷 者：北京门头沟胶印厂
发 行：新华书店总店北京科技发行所
开 本：787×1092 1/16 印张：19.625 字数：451 千字
版 次：2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷
印 数：0001~5000
盘 号：ISBN 7-89999-331-8
定 价：32.00 元（1CD）

前 言

现代生活瞬息万变,网络已经成为一种不可或缺的信息交流手段,其信息传递之迅速和信息量之大恐怕是所有人都始料不及的。作为网络持续发展的手段之一,网上商店应运而生,并且迅速成为当今网络中发展最快的领域。

电子商务这一新兴的事物正以惊人的速度在增长,而且必将成为未来社会商品交易的最重要的手段。面对这一市场机遇,任何个人、企业、商家都应该及早把握,在电子商务市场的洪流中站稳脚跟才能向前发展。

本书由浅入深、由易到难面向大众化读者,介绍了一个网上商店从开发到运营的全过程,深入介绍了网上商店运营过程中遇到的各种问题及其解决办法。内容详实,叙述具体。

全书共分 11 章。第 1 章介绍了网上商店的基本概念,帮助读者了解网上商店的一些基础知识。第 2 章讲述了在动手制作网上商店以前你应当准备些什么,包括规划网上商店所需知识、网站建设知识和商务运营知识等等。第 3 章和第 4 章以一个较完整的实例详细讲述了网上商店的各项功能的实现方法与制作技术,第 4 章后半部分还介绍了有关商品库存方面的一些问题和对策。第 5 章是与商务运营有关的内容,即网上商店的宣传,这里详细介绍了如何推广你的网上商店,如何获得成功。

从第 6 章开始,本书的介绍不再局限于网上商店这一个狭小的范围,而是扩大到了电子商务这一更广阔的领域。第 6 章至第 11 章依次讲述了电子商务基础、电子商务的应用、电子商务的开展方法、国内外优秀电子商务网站范例、电子商务中的安全问题和网上融资这些内容。第 6 章介绍了电子商务的概念和历史,描述了现有的对电子商务各方面的讨论情况。第 7 章对为什么开展电子商务作出了解释,详细介绍了电子商务的各项应用。第 8 章面向更广泛的对象讲述了开展电子商务的方法,说明了国内电子商务的现状,并提出了一些警告。第 9 章向大家介绍了 e 国网站、易趣网和亚马逊网上书店,他们都是国内外最著名的电子商务网站,并各有自己的特色与独到之处。第 10 章讲述了影响电子商务广泛应用的首要问题——安全问题的解决方法,介绍了电子商务采用的主要安全技术。第 11 章网上融资包括两部分内容,一是网站的价值分析,介绍了电子商务网站价值分析的方法和依据;二是上市融资的具体操作办法,并介绍了商业计划书的撰写方法。

电子商务领域每天都有新的事物出现,本书不可能囊括所有这一领域的知识,只希望书中的内容对于读者开发网上商店、开展电子商务能起到一定的帮助作用。

由于编者本人水平有限,加之时间仓促,书中难免有不当之处,还请广大专家和读者批评指正。

编 者

2001 年 2 月

目 录

第 1 章 网上商店从零开始	1
1.1 什么是网上商店	1
1.1.1 基本概念	1
1.1.2 国外发展情况	2
1.1.3 我国现状	3
1.2 为什么建立网上商店	3
1.2.1 建立网上商店的动力	3
1.2.2 网上商店的优点	4
1.2.3 网上商店的缺点	5
1.2.4 建立网上商店的前景	5
1.3 建立网上商店需要做些什么	6
1.3.1 首先要考虑的问题	6
1.3.2 选择欲售商品的原则	6
1.3.3 网上购物的客户群	7
1.3.4 进行开店前的规划策略	7
1.3.5 办理登记与申请	10
1.3.6 准备网页制作	10
1.3.7 日常维护	12
1.4 网上商店需要提供哪些内容	12
1.5 好的网站应该具备的条件	14
1.5.1 使用者优先的观念	14
1.5.2 考虑大多数人的连线状况	14
1.5.3 考虑使用者的浏览器	14
1.5.4 内容第一	14
1.5.5 着手规划、确定特色、锁定目标	15
1.5.6 第一页很重要	15
1.5.7 分类	15
1.5.8 互动性	15
1.5.9 图形应用技巧	15
1.5.10 为图形加上说明	16
1.5.11 背景底色	16
1.5.12 HTML 格式的的注意事项	16
1.5.13 避免滥用技术	16
1.5.14 即时更新	17

第 2 章 动手前的准备	18
2.1 规划我的商店	18
2.1.1 我的商店卖什么	18
2.1.2 建多大的商店	19
2.1.3 如何在网上实现业务流程	20
2.1.4 竞争对手分析	23
2.1.5 用户分析	26
2.1.6 网页布局与外观设计	29
2.2 安家	34
2.2.1 安家的形式	34
2.2.2 选择网上虚拟空间的标准	35
2.2.3 在哪儿找虚拟空间	38
2.2.4 如何申请	40
2.3 学习	40
2.3.1 网站建设知识	41
2.3.2 商务运营所需知识	50
第 3 章 动手制作网上商店	56
3.1 首要考虑因素	56
3.2 选择合适的软件	57
3.2.1 浏览器	58
3.2.2 HTML 编辑器	58
3.2.3 数据库程序设计软件	60
3.2.4 其他软件	60
3.3 构建我的商店	63
3.3.1 首页	63
3.3.2 徽标	65
3.3.3 背景图案或者背景色彩	65
3.3.4 框架	66
3.3.5 字体选择	68
3.3.6 使用 CSS	68
3.3.7 使用表格	76
3.3.8 商品分类	79
3.3.9 购物车设计	80
3.3.10 用户注册	92
3.3.11 设计订单	97
3.3.12 处理订单	100
3.3.13 更新	101
3.3.14 搜索引擎	102

3.4	丰富网上商店的内容	110
3.4.1	添加计数器	111
3.4.2	让顾客评论	123
3.4.3	建立留言板	124
3.4.4	增加调查引擎	126
3.4.5	添加邮件列表	134
3.5	让商店运作起来	138
3.5.1	上传的条件	138
3.5.2	上传的方法	139
第 4 章	打理你的商店	143
4.1	网上商店管理系统	143
4.1.1	管理员登录页面	143
4.1.2	管理员页面应当具有的功能	145
4.1.3	管理功能的实现方法	147
4.2	取得商品	157
4.2.1	与生产商、分销商建立联系	158
4.2.2	物流配送	159
4.3	减少库存	162
4.3.1	减少库存的方法	162
4.3.2	采用库存管理系统	164
第 5 章	宣传网上商店	166
5.1	宣传的重要性	166
5.1.1	最大程度地宣传你的站点	166
5.1.2	宣传是网站经营的一部分	167
5.2	网站的推广方式	167
5.2.1	利用搜索引擎推广	167
5.2.2	利用旗帜广告推广	171
5.2.3	利用电子邮件推广	176
5.2.4	利用讨论组发布站点信息	182
5.2.5	利用邮件列表 (Mailing List) 推广	183
5.2.6	利用交换链接推广	183
5.2.7	制造事件吸引浏览者	184
5.2.8	利用传统方式推广	184
第 6 章	从小商店到电子商务	186
6.1	什么是电子商务	186
6.1.1	名人名家的说法	186
6.1.2	一个较为全面的观点	187

6.2	电子商务产生的历程	187
6.2.1	电子商务产生和发展的背景条件	188
6.2.2	电子商务的起源	188
6.2.3	Internet 的出现为企业进行电子商务提供了理想的载体	188
6.2.4	电子商务未来的路还很长	189
6.3	电子商务的讨论	189
6.3.1	电子商务的优势与特性	189
6.3.2	电子商务的分类	191
6.3.3	电子商务的发展对社会的影响	193
第 7 章	电子商务的应用	196
7.1	电子商务的功能	196
7.1.1	广告宣传	196
7.1.2	咨询洽谈	196
7.1.3	网上订购	196
7.1.4	网上支付	197
7.1.5	电子帐户	197
7.1.6	EDI 业务	197
7.1.7	服务传递	197
7.1.8	意见征询	197
7.1.9	交易管理	198
7.2	电子商务的内容	198
7.2.1	电子商务概念模型	198
7.2.2	电子商务的交换模型	199
7.2.3	电子商务的主要参与者	200
7.2.4	电子商务运作的环境	201
7.2.5	传统商务与电子商务的运作模式比较	203
7.3	电子商务应用框架	205
7.3.1	基本系统模型	205
7.3.2	体系结构	207
7.3.3	Web 应用编程模型	209
7.3.4	WebSphere	212
7.4	电子商务应用系统的构成	213
7.4.1	从技术角度看	213
7.4.2	电子商务的三层框架结构	214
7.4.3	电子商务的应用层次	215
7.5	电子商务的交易过程	216
7.5.1	电子钱包	216
7.5.2	电子商务服务器	217

7.5.3	电子商务通用的交易过程	217
7.5.4	电子商务交易的基本程序	218
第 8 章	怎样开展电子商务	220
8.1	中国电子商务发展状况	220
8.1.1	电子商务网站的发展概况	220
8.1.2	网民参与电子商务的状况	222
8.1.3	分析与展望	223
8.2	开展电子商务需要解决的问题	225
8.2.1	网络基础设施建设问题	225
8.2.2	建立电子商务网站的三种形式	225
8.2.3	安全问题	226
8.2.4	网上支付问题	226
8.2.5	电子商务法律问题	226
8.2.6	商家信誉问题	226
8.3	企业如何实施电子商务	227
8.3.1	发展电子商务的需求分析	227
8.3.2	企业实现电子商务的步骤和方法	228
8.3.3	软件和硬件平台的需求	229
8.3.4	确定电子商务技术的可行性	230
8.3.5	电子商务对策	231
8.4	实施电子商务应注意的问题	235
8.4.1	电子商务七戒	235
8.4.2	一个网上零售商的教训	237
第 9 章	电子商务范例	240
9.1	e 国 1 小时网上商城	240
9.1.1	首页	240
9.1.2	e 国导购	241
9.1.3	商品订购	241
9.1.4	免费信箱	242
9.1.5	帮助系统	242
9.1.6	配送服务	243
9.1.7	1 小时的承诺	244
9.2	易趣网	245
9.2.1	首页	245
9.2.2	用户注册	245
9.2.3	卖出商品	247
9.2.4	买入商品	248
9.2.5	帮助中心	249

9.2.6	交易的乐趣	250
9.3	亚马逊商店	250
9.3.1	首页	251
9.3.2	商品分类目录 (DIRECTORY)	251
9.3.3	浏览 (Browse)	251
9.3.4	帮助 (Help)	252
9.3.5	亚马逊的特色	252
第 10 章	电子商务中的安全问题	254
10.1	电子商务中的主要安全要素	254
10.1.1	主要安全要素	254
10.1.2	电子商务的安全体系结构	255
10.2	电子商务采用的主要安全技术	256
10.2.1	加密技术	256
10.2.2	数字签名	260
10.2.3	数字证书	262
10.2.4	数字时间戳 (Digital Time-Stamp)	264
10.2.5	认证中心 (Certification Authority , CA)	264
10.2.6	防火墙技术	266
10.3	电子商务安全认证协议	269
10.3.1	SSL 安全协议	269
10.3.2	SET 协议	270
10.3.3	SET 与 SSL 的比较	271
第 11 章	网上融资	273
11.1	网站价值的分析	275
11.1.1	网站价值的评估依据	276
11.1.2	网络技术和商业运营平台的价值	282
11.2	上市融资	284
11.2.1	中小企业的融资策略	284
11.2.2	电子商务与风险投资	286
11.2.3	风险投资的几大认识误区	288
11.2.4	商业计划书	291
11.2.5	网络公司上市	298

第 1 章 网上商店从零开始

现代生活瞬息万变，网络已经成为多数人不可缺少的一种信息交流手段，其信息传递之迅速和信息量之大，恐怕是所有人都始料不及的。作为网络持续发展的手段之一，网上商店应运而生，并且迅速成为当今网络中发展最快的领域。你不必担忧对网站建设技术的陌生，也不必担心对网上商店的一无所知，本书将为你解答这些难题。其实你也不必掌握复杂的技术，不必投入大量的时间与金钱，本书可以指导你迅速自助的建起你的网上商店。在开始建设之前，必须花点时间了解一些基本的概念。

1.1 什么是网上商店

在本书中，将网上商店与电子商务作为相区别的两个概念，完全是一种故意的行为。严格说来，网上商店与电子商务并无本质的区别，只是网上商店的定义范围更狭小一些。因此，在本书中就将网上商店的定义限定在这样一个范围上：个人或企业搭建的在 Internet 上进行商品交易的小型网站，而不是那种需要大量资金和团体合作才能完成的网站。关于电子商务的讨论，将在后面的章节中见到。

1.1.1 基本概念

网上商店就是两方或多方借助计算机网络(直接连接的网络或 Internet 等等)进行推销和购物的虚拟场所。

网上商店是建立在网络世界中的虚拟商店，它与传统意义上的商店的本质区别，在于选择购物和进行交易时所采用的手段不同。网上商店将产品、服务和信息推销给顾客，而顾客根据自己的需要和喜好选择购买商品。可以看出，在这一点上网上商店与传统商店并无区别，网上商店的关键在于使用了 Web 技术。

到网上商店消费的顾客不必出门，而是在家中通过计算机联机选购。而商店的老板也不用将笨重的商品搬到店铺中等着你上门，而是将商品的目录及影像以多媒体的方式通过因特网呈现在消费者的计算机屏幕前。通过网上商店虚拟环境的逛街购物方式，消费者无须将时间浪费在拥塞的车阵中，即可在家中通过网络选购日常用品等，请快递公司送货上门。

网上商店起源于 1995 年，它的先驱是那些不进行传统零售业的 Internet 公司，如 Amazon，但今天很多企业也建立了自己的网上商店。

1.1.2 国外发展情况

因特网的发展在发达国家创造了一个又一个的神话。近年来，美国在线、美国网景公司、雅虎、亚马逊等先后上市，股价飞速上涨，创造了不少年轻的百万富翁甚至是亿万富翁。

如图 1.1 所示为全球最大的网上零售商店亚马逊的首页（www.amazon.com），亚马逊曾在美国互联网界一度被喻为新经济的明星偶像。



图 1.1 全球最大的网上零售商店亚马逊的首页

在发达国家，你只要拥有一台计算机、一个浏览器、一个 Internet 连接帐号和一张信用卡，马上就可以从网络上购买到图书、CD、鲜花、飞机票、电视机甚至汽车。

美国的大多数企业已经建立了自己的网站来介绍和销售他们的产品。网上商店的销售额在剧烈膨胀，1996 年是 6 亿美元，而 1998 年则达到 24 亿。1999 年参与网上购物的家庭已经超过 700 万，几乎是 1998 年的两倍。销售热点包括计算机软硬件、图书、音乐、鲜花等等。eMarket 市场研究公司（http://emarket.126.com）认为：公司和公司之间的电子商务贸易额，将从 1997 年的 56 亿美元发展到 2002 年的 2680 亿美元；个人网上购物的消费额，将从 1997 年的 18 亿美元发展到 2002 年的 260 亿美元。

1.1.3 我国现状

就目前看来,中国的电子商务尚未成熟。网上商店外部有形市场不完善,企业信用差,缺乏配套的信息系统、物流系统、支付系统和制度保障,使我国网上商店交易额少,网络公司能收到的交易中介费很少。这些客观原因,都阻碍了电子商务的进程。

目前,资本市场对网络公司投资变得越来越严格。这决定了中国网上商店的发展现状,也是网络公司如何生存下去的一个重要因素。虽然亚马逊的毛利是 30% 以上,但依然面临着倒闭的危险。从中国目前的状况来看,投资商要求 20% 的毛利时,很多网站将会难以接受。因此,利润将成为网络公司第一追求的东西,这使网络行业从务虚走向务实。

中国企业通过在网上设立商店,运用电子商务技术开拓市场,不仅可以为企业本身带来巨大的经济效益,在商务运作技术和市场领域方面与发达国家保持同一水平,同时也将为中国自身的电子商务技术和市场的成熟带来帮助。以往的经验证明:对于新的高科技技术,越早介入,收益越大。

1.2 为什么建立网上商店

Gartner 集团总裁 BruceGuptill 曾说:“如果一家公司到 1998 年底还没有制订出一个企业级电子商务战略的话,它在未来 5 年的营销中将不具备丝毫的竞争力。”世界范围的电子商务就如一场竞争激烈的竞技比赛,激战正酣,而对于角逐这场比赛的企业来说,无论多么令人振奋的数字预测都是次要的,重要的是如何在这块巨大的蛋糕中分得一块。网络世界同样是一个现实的世界。从 1996 年开始,一些具有远见的企业家就敏感地意识到网络世界和现实世界同样充满商机,而这些卓识也为他们带来了巨大的经济效益。毫无疑问,电子商务已经成为了最热门的技术,而其热门的原因就源于其所带来的巨大效益。随着计算机技术的发展和网络用户的增加,网络世界也越来越大,越来越丰富。网络技术的日益普及,使越来越多的人沉浸于网络世界。要不了多久,顾客就可以在网络世界上获得在现实世界中可以获得的所有商品和服务。对于商家而言,放弃网络世界,忽视这些日益膨胀的网络用户,就意味着放弃一个新兴的、迅速增长的无限大的市场。这是任何一个有远见的企业家所不能承受的。

1.2.1 建立网上商店的动力

企业上网的全部动力来源于以下 3 方面:

1. 占领市场

目前,全球有上亿的用户联在网上,而且每月还在以 10% 以上的速度在增长,因特网已成为一个全世界亿万人日夜光顾的大市场。也许你企业的竞争对手已经上网了,你还在犹豫吗?抢先一步,上网建站,是你英明的决策。

2. 拥有自己的媒体

一旦建立了自己的网站，便可以向全世界提供 24 小时的全天信息发布。在网站上，你可以让客户非常方便地看到公司的介绍、产品说明、服务方式、联系地址，而且可以为公司的介绍、产品的说明加入声音、图片、动画和影像信息，真正达到声情并茂，而且使客户很快明白与你合作的好处。拥有了自己的网站，就等于拥有了自己的全球性的广播电台、全球性的电视台。

3. 树立企业形象

在自己的网站上，可以将公司介绍、产品说明、服务设施、企业形象向全世界的客户展示。在发达国家，90% 以上的著名企业都在网上建立了自己的站点。就连许多不出名的中小企业在上网建站后，都开始树立起企业形象，使更多的客户了解自己的企业，从而取得了巨大的收获。在全球市场经济日趋一体化的今天，在因特网上设立站点是现代企业的必然选择。

一个企业进入网络世界，从事电子商务运作，一般要经历 3 个阶段：

- (1) 建立企业介绍型网站；
- (2) 建立客户支持型网站；
- (3) 建立产品销售型网站。

虽然目前有些中国企业的网站还仅仅处于进行企业介绍的阶段，但很多企业已经发现，Internet 为他们日常所需要处理的无数客户支持、产品咨询和问题解答提供了最好的解决方案，网络客户支持已经在 20 世纪 90 年代末期被广泛使用。不过在先进企业中，Internet 网站已经全面引入到了企业的产品销售当中，也就是通过建立企业自己的网上商店来直接向客户提供产品和服务。从企业介绍型网站发展到产品销售型网站，是网络深入人们生活的必然趋势。

1.2.2 网上商店的优点

网上商店具有一般商店所无可比拟的优点：

- (1) 永不关门：每天 24 小时，每周 7 天，任何时候都在为客户服务；
- (2) 客户无限：全球的任何人都可以通过 Internet 访问你的商店；
- (3) 服务优质：网上商店不但能完成普通商店可以进行的所有交易，同时它还可以通过多媒体技术为用户提供更加全面的商品信息。

由于是网络虚拟商店，业主无需为租赁商场的房租发愁，无需为水电费发愁，无需为店员的工资发愁，唯一要考虑的就是商品是否真的“货真价实”。

1.2.3 网上商店的缺点

任何事物都有其两面性。对于网上商店的创立者而言，最不利的因素就是其技术含量比较高。网上商店，一半是商务运作，一半是技术。没有高技术专业人才的支撑，将难以获得成功。

另外，必须承认的是，网上商店的运作除了技术本身之外，还与整个商业市场环境有很大的关系，例如客户对网络商店的认可程度、网络的普及程度、信用卡的使用和安全程度、货物投递的快速可靠程度，以及客户对网络邮购的信任程度都直接影响网上商店的发展。在中国大陆，虽然已经有一些网上商店在运行，但短期内难以真正普及开来。在北美和欧洲，电子商务经过 4 年多的发展，网上商店已经被广大网络用户所认可。据统计，已经有近千万家庭通过网络来购买商品，而且人数每年都在成倍地增长。在发达国家，网上商店的技术和市场已经发育成熟。

1.2.4 建立网上商店的前景

在因特网上建立一个拥有独立域名的站点，就等于拥有了一种功能强大的媒体，可以随时地向全世界发布信息了。在美国，90% 以上的企业都把信息放在网上，有没有上网建站已经成为衡量一个企业是否具有实力和信誉的重要标志，美国在线（其首页如图 1.2 所示）更是其中的佼佼者。



图 1.2 美国在线网站的首页

在网站上可以让自己的客户获得必要的商业信息，如你的公司规模、你的营运状况、你的营业时间、你的服务项目、你的联系方式、你的地址、今天的特价品是什么、这周的销售优惠是什么。

一旦你在因特网上建立了自己的网站，便可以提供 24 小时的全天候服务。当你的客户想起你时，就能随时查阅你的各种信息。

在自己的网站上，你可以在一天中的任意时间更新你的信息。所以说“网上信息，每天都是新的。”这句话一点儿也不过分。

在自己的网站上，可以及时得到客户的反馈信息。教科书上说：“想知道你的客户需要什么，你应该不断地与客户联系，最终会找到答案。”但这只有那些有钱、有人力的大公司才做得到。如果你既没钱，又没时间，怎么办？建了自己的网站后，你可以通过电子邮件得到反馈信息，及时获知客户的意见，回答客户所关心的问题。几乎每个公司，每个职员都会告诉你，他们的许多时间被消耗在一遍又一遍回答同一个问题上了。而这些问题，正是现在的用户和潜在的用户都应弄懂的问题。现在，把这些问题的答案放在因特网上，客户想什么时候得到答案都可以，你就轻松多了。

我们正站在新世纪的门槛上，迎接知识经济的到来，而信息化是知识经济的重要特征。并不是那些有钱、有人力的大公司才能上网，中小型企业，只要有胆识，抓住机遇，充分利用因特网这个巨大的信息源，把它化为企业发展的驱动力量，也一定会迎来蓬勃发展的灿烂明天。

1.3 建立网上商店需要做些什么

如果已经决定了要建立自己的网上商店，那么可能的问题是，你不但不知道如何开始，甚至不知道在开始前应该准备些什么，不知道你应该具备哪些知识。没关系，下面就来为你做一些相关的介绍。

1.3.1 首先要考虑的问题

在你做网上商店的初期尝试时，所有的工作都要由你一个人来做。按时间先后顺序，需要回答以下问题：

- (1) 如何选择销售商品；
- (2) 谁会到网上商店购物；
- (3) 如何进行开店前的规划策略；
- (4) 需要办理哪些登记与申请；
- (5) 如何准备网页制作；
- (6) 以后的维护工作还有哪些。

1.3.2 选择欲售商品的原则

在选择合适的网上商店起动方案之前，你必须要确定什么商品在网上有竞争力。

对于网络营销的适用产品问题,不同的国家有不同的答案,不同的人士有不同的见解,但对于在网络上赢得销路还是有一些基本的共识。

在网络上贩卖实体化的商品与传统的购物相似,只是将产品的表达方式改为网络的首页。而数字化的商品则是非常适合通过因特网来行销,因为因特网本身即具有传输多媒体信息的能力。从目前国内外许多报纸与杂志纷纷提供网络版的趋势来看,在未来纸张价格昂贵及出于环保的考虑,数字化的信息将会成为未来的出版主流。

相比之下,国内的网上商店更像传统的百货商店,因为他们在销售除了服装以外的几乎所有在百货商店中都能买到的商品。在一些社区服务类网站中,甚至提供了网上定餐服务。

对于通过因特网提供在线服务的商品(如房屋中介、代订机票或音乐会入场券),则是令许多中介人员寝食难安的应用。因为,未来通过因特网我们几乎再也不需要依靠中介,即可获取所需的信息与服务。

但是,并非所有的网上商店都应该局限于此。你可以选择销售自己感兴趣的任何商品,也许你的选择会创造另一个网上销售的奇迹。

选择欲售商品时,应遵循以下原则:

- (1) 选择那些你比较精通的商品;
- (2) 选择时效性要求不高的商品,除非你确定你能按时将商品交到客户手中;
- (3) 选择普遍适用的商品,那些需要客户试用的商品会给你的销售带来很大麻烦,你也可能因此而失去大量顾客;
- (4) 选择适合网上顾客群的商品。

1.3.3 网上购物的客户群

想上网赚钱,当然得先了解你的客户在哪里,什么样的人会上网购物,这些上网购物的人的购物习性如何。毕竟因特网还是一个相当新的媒体,通过因特网的首页来浏览产品的内容以及在线付款,对于大多数人而言,仍然是一件相当新鲜的事。因此,如果能事先收集国内外相关业者的经营模式及经验等信息,并了解消费者的购物习性,将有助于制订并随时调整经营策略及方向。

就国内目前的发展情况来看,网上购物的客户群都是一些年轻人,而且这种情况在最近10年内也看不出有任何变化的迹象,因此抓住年轻人的爱好和需求是成功的关键。

1.3.4 进行开店前的规划策略

对于企业而言,经营一个成功的网上商店不仅能增加公司的营运收入,提升公司的形象,更能借此掌握新兴的渠道,连结上下游厂商及客户,形成更稳固的伙伴关系及提高客户重复购买率。而通过网站做行销、信息收集与服务信息的提供,亦可掌握客户的最新动态,降低售后服务的成本。因此,做好一个完整的网上商店开店规划,对于经营一个成功的网上商店是非常重要的。

对于已经拥有传统渠道的商家而言,开设网上商店应考虑对传统渠道的影响,并重新拟定整体市场行销策略。网上商店的设立可能引起下游经销商的疑虑,造成传统渠道与新

渠道间互相排斥的现象。因此，开设网上商店时应审慎思考：哪些产品适合销售，是否卖新产品或现有产品，是否与传统渠道冲突等，以避免投资的损失。

1. 规划商品的销售及配送方法

你的商品是否是需由人工递送的实体化商品，如果是，那么网上商店可用作商品的展示、下订单及售后服务的渠道。如果你的商品可以用数字化的方式传送，那么你可直接利用网上商店将数字化的信息（如软件、电子书、图片）传送给你的客户，以节省物流及零售商的费用。

商品的配送应掌握便利与效率的原则才能吸引客户的购买欲望，以美国著名的电子零件经销商 Marshall 公司为例，即是通过与 UPS 快递公司的合作，成功地将产品的配销网络延伸到全球。而号称全世界最大书店的 Amazon.com，在顾客订购时提供快递、空运、海运等多种不同的配送方法，以节省顾客的花销和时间。

2. 设定具体可行的营运目标

如果网上商店是你开设的第一家店，而且是唯一的渠道，那么请暂时先不要将你的营运目标定得太高，因为根据业者的统计：逛街的购买率仅占来客率的 1%（超市的购买率为 24%，邮购的购买率为 3%~4%）。而针对网络的使用者所做的统计，则只有 13% 的使用者有网络购物经验。因此，营运的初期应以拓展渠道及提高网上商店的知名度为目标。

3. 评估你的获利能力

商场上唯一生存之道就是获利，因此经营网上商店的首要考虑就是如何增强获利能力。所以，除了直接从商品销售所带来的利润外，还需要知道开源节流的方法：

（1）热门吗？考虑在网站上刊登广告，增加广告收入。

（2）你的商店会吸引客户再度光临吗？考虑如何吸引未上门的客户光临（如提供预约服务、会员折扣、促销活动）。

（3）经营成本高吗？考虑降低销售成本（如更改广告策略、考虑异业结盟及联合促销），并降低售后服务成本（试着利用 FAQ 与 E-Mail 取代电话服务）。

（4）商店有吸引人的内容吗？考虑提供信息内容并从中收费。

（5）商店可以兼卖其他业者的商品吗？考虑收取手续费或佣金。

4. 考虑经营成本

“天下没有白吃的午餐”，这个简单的道理依然适用于当今的网络世界。正像开设任何一个传统的商店一样，每个网上商店都需要花费一定的成本。直接在因特网上架设自己独立的网上商店，一般要申请专用的线路，配置主机、路由器，配备专业人才，一年至少要花费几十万。这些使普通企业难以承受。或者，寻找合适的网络服务提供商，申请网上主机服务，这就不需要额外的配置。由于多个客户主机共享一台主机的资源，每个客户主机用户所承受的硬件费用、网络维护费用、通信线路的费用均大幅度降低。每年的花费差