

项目三

货源寻找

项目导言

找到适宜的商品,是经营网店的一大重点。相比实体店,网店的商品范围更为广泛。本章从网店商品的特点出发,介绍选择商品类目、选品的技巧及网店热销商品。同时,也介绍大型批发市场、厂家、外贸尾单等实体货物进货渠道、虚拟货物进货渠道及电子商务批发网站进货等内容。

学习要点

- 网店商品的特点。
- 多种进货渠道。

任务1 网店商品的特点

在网上开店,首先要从自身实际情况出发,去选择商品类目和选品,了解热销商品的相关信息,杜绝禁售的商品,从而找到适合自己网店销售的商品。

目标1 选择商品类目

网上开店,类目选择是一个很重要的因素。选对类目有利于整个流程的发展,若没有选好则可能费尽心心也是枉然。根据经营者的特点,在选择商品类目时,应注意以下几点。

1. 找一个定位清晰的市场

市场定位主要分析受众群体的特征,例如年龄、性别、职业状况、受教育程度、收入水平等。如果某商品的受众群体是孕妇,她们最为看重的是质量,那降价对她们而言不是最敏感的,在今后的营销策略中,不能利用价格战作为主要营销策略。

2. 看清平台小圈子

当宏观的市场大环境考察完毕之后,就要分析平台的小圈子了。例如,在淘宝中近几年手机的更新换代比较热门,市场很大;同时,在淘宝上有各大手机品牌店,其质量和价格都无可挑剔,再开店卖杂牌手机就不具优势了。

3. 看清趋势很重要

很多类目具有一定的季节性,为了合理安排运营工作流程(合理上架、推广、甩单等),可借助阿里指数、生意参谋等工具来查看市场的趋势。

4. 自身现状也能影响类目

简单而言,可从启动资金、人脉、资源等方面去分析适合自己的类目。例如,自己正好是家具行业中的一把手,对家具市场了解且有货源,那么,相比其他行业,家具这个行业就更适合自己。

目标2 选品的学问

新手开店很容易遇到棘手问题,例如太注重流量、专选爆款,实则竞争更大。因此,选品是开网店的一大重心。选品,也就是选款。要选出店铺能够在这个季节或者这段时间打造很好销量的商品。

因此,卖家首要考虑的不是流量,而是商品。用心选择商品,给店铺做好定位。对于选品,有以下几个建议。

- 选择自己喜欢、了解的商品。首先肯定是卖家自己喜欢的商品,才能全身心地投入时间、精力去经营;继而才有兴趣去了解这个商品的属性,才能推广给更多的人。
- 全面认识商品的优缺点。很多卖家在选品时,都奔着流量、销量去,只看到了该商品的热门程度,却忽略了热门商品的强大竞争力。故卖家在选品时,一定要全面地分析商品的优缺点,再与同行比较有什么优缺点。
- 了解开网店的平台是否喜欢该商品。一些卖家会剑走偏锋,在淘宝平台售卖违法商品。由于其商品的特殊性,销量可能会不错,但随之而来的是淘宝平台的惩罚和法律的制裁。相反,如果售卖淘宝平台喜欢的商品,它才会推荐。
- 放弃热门商品。对于刚起步的小卖家而言,可完全不考虑热门商品,因为热门商品竞争大,若实力不足,很难脱颖而出。一些冷门商品不仅竞争小,搜索量也高。

部分新手卖家,在选品方面犹豫不决,最后把店铺发展为杂货铺,类目多、商品杂。针对这样鱼龙混杂的店铺,网店平台是不会给予免费流量支持的;卖家也不会买账。所以,店铺的定位也十分重要。无论选择什么商品,都要做到“三专”:专一、专注、专业。

提 示

很多卖家在选品时会纠结客单价。从表面上看,淘宝比价严重,应走低客单价商品。但纵观淘宝不难发现,客单价较高的商品销量也位居榜首。由此可见,客单价的高低,不是选品的要点,只要突出其特点和优势,自然不缺买家。

目标3 热销商品的选择

选品是网店经营的基石,虽然按理说任何不违法的商品都可以在网店中进行销售,但选对了商品,不仅进货方便,在以后的销售中也更有可能成为热销商品。总体来说,在选择类目时,需要考虑以下因素。

1. 商品体积与重量

网店销售的实体商品通常需要通过物流送达买家手中,在选择销售商品时,首先要考虑商品的体积问题。网店销售的商品体积不宜太大且要易于包装,从而方便快递运输,以及节约运输费用。

如果是一些异形商品,就要根据形状和性质来进行特殊包装。图 3-1 所示的沐浴桶就是这样的商品,由于其长度较长,普通的纸盒是无法包装的,需要定制特别的包装,这些也是额外的投入,要计算在成本之中。



图 3-1

提 示

一般商品的体积与重量是成正比的,而快递运输计费会将商品重量核算到其中。这里涉及一个公式:网店商品总价=商品实际售价+运费,如果商品太重运费过高,导致商品总价与买家在网下购买差别不大的话,那么很多买家就不想在网上购买了。

2. 商品价格和附加值

用户在淘宝上购物,图的就是便宜和方便。同一双鞋子,不能别人卖 80 元,你卖 120 元。为了平衡定价,在选货时一定要选择利润率高的商品,以便把利润让给买家,把商品的售价降下来。

3. 商品的独特与时尚性

纵观网上销量较好的商品,基本都具有各自的独特性与时尚性。

- 独特性:就是用商品本身的特色和亮点来吸引买家的注意。如果商品太过普通或大众化,或者现实中随处可见,那么其在网上销售的价值就很低了。
- 时尚性:就是商品能跟上时代主流,是当前所热门追捧的类型,如服装类的商品很流行、数码类商品配置为当前主流等。很多买家在网上购买商品时,也都会对商品的时尚性非常关注,尤其是一些具备很强时尚性的商品,如服装等。

广大卖家在选择商品时,必须分析所选择商品是否具备一定的独特性与时尚性,如果商品太过平庸,则应分析网上买家的需求,该商品在网上是否有销路。

4. 吸引买家购买欲望

网上交易过程中,买家都是通过卖家所提供的商品图片和描述来选择与确定购买商品的,这就要求卖家,必须通过图片与描述就能让买家对商品产生一定的了解,并引起买家的购买欲望。如果指定商品必须买家亲自见到实物并进行检测才会购买,那么就不太适合在网上销售。

5. 只能在网上买到的商品

如果具备条件的话,尽可能选择网下没有,而只能在网上才能买到的商品,如外贸订单商品,或者从国外带回来的商品等。这类商品首先购买者只有网上才能买到,其次竞争相对较小,更容易销售。

6. 列举热销类目

严格来说,热销商品和冷门商品做好了都能赚钱,不过相对来说热销商品的循环比较快,客户群很大,相对来说要好做一些。目前,网上的热销商品如表 3-1 所示,主要包括服装类、美容护肤品、箱包类商品等。

表 3-1

类 目 名 称	热 销 原 因
服装类	在众多从事开店的个体户中,赚钱最快的当属服装店。五彩缤纷的时装在给人们生活带来美和享受的同时,也给店主带来了不菲的收入。中国网购品类市场份额报告显示,服装是网上最畅销的商品
美容护肤品	女人天性爱漂亮,喜欢使用各种化妆品,因此,化妆品市场的前景非常广阔。越是富有的女性越是想要留住青春年华,越是舍得消费化妆品;对普通女性来说,化妆品也是天天要用的东西,所以会常常买。一般来说,女性一旦觉得某个店里的一款化妆品比较好用,会重复在该店购买。据了解,网上化妆品店“80%的利润来自于 20%的老客户”,因此,在经营时应该努力去抓住每一个买家,让买家踏踏实实地做个回头客
箱包类商品	箱包类商品也是淘宝上非常热销的商品。每个女孩至少有两三个包包,如上课上班用的大包包、逛街用的斜挎包包、约会用的精致小包等。箱包运输方便,不会过期,优势差不多和服装一样,而且箱包作为礼物的也很多,这也是其优势所在
数码家电产品	在网上购买数码家电及相关配件的人也越来越多,因为此类产品一般都具备一定的品牌因素,所以大家只要选好品牌后参考价格就可以选择是不是要购买,而不需要去考虑其他的生产日期和尺寸大小之类的问题。一般买家在网上购买此类产品时都很谨慎,比较以后才去购买,同样品牌的商品,价格是很重要的因素
电脑整机及配件	很多人认为电脑价值不菲,邮寄也不方便,应该不适合网上销售。这样想就错了,事实上,电脑(包括台式电脑、笔记本电脑以及平板电脑)的销量一直都在各 C2C 平台上排在前列,其相关配件和外设的销量也非常可观
流行饰品	流行饰品的市场非常大,女性的饰物数量是数不胜数。在女性自己购买的同时,男性也会购买来作为礼物,也有少许男性喜欢佩戴。打算做饰品网店的卖家,一定要紧跟时尚的步伐,不可脱离最新、最流行的字眼。只要商品款式够新颖,够时尚,买家一般只要看上就会念念不忘,最终掏钱购买

热销产品不仅客户很多,而且货源也能轻易找到,相对来说是一个比较好的选择。但是电脑产品的进入门槛相对较高,需要具备一定的专业知识,如了解产品的功能特点、辨别产品的优劣,以及帮助买家排除一些小故障。

目标 4 网店中禁售商品

网店中,有明令禁止交易的商品,如枪支弹药、盗版游戏、罂粟种子之类。也有很多商品虽然国家不禁止在实体店售卖,但禁止在网店中出售,如卫星电视接收设备、刀剑匕首等冷兵器以及食用盐等。还有一些商品虽然能够在淘宝店售卖,但需要申请特别执照,如书籍、印刷品以及药品等。

如果不能确认自己出售的商品是否违规,可到淘宝网上搜索同样商品,如果没有符合的结果,那么就要仔细考虑了。如搜索“卫星电视接收器”,结果中全是各类遥控器,此时就应该引起注意了。

任务2 多种进货渠道

在网上做生意,货源渠道多种多样,如大型批发市场、厂家进货、外贸尾单、特产商品和代销商品、官方代销处、电子商务批发网站等。卖家应该根据自己商品类目的实际情况,多方对比进货渠道,最终找到物美价廉且收货方便的进货渠道。

目标1 实体货物

网上售卖的商品中,实体货物占比较重,故而实体货物的进货渠道也很多,如大型批发市场、厂家进货、外贸尾单、国外打折商品等。

1. 大型批发市场

批发市场产品多样,地域分布广泛,能够小额批发,适合以零售为主的小店。批发市场的商品价格一般比较便宜,这也是经营者选择最多的货源地。图3-2所示为北京大红门服装城。



图 3-2

从批发市场进货一般有以下特点。

- 进货时间、数量自由度很大。
- 品种繁多、数量充足,便于卖家挑选。
- 价格低,有利于薄利多销。

批发市场是最主要的进货渠道之一,和批发商建立起长久的供应关系,有助于网店的稳定运转。有的批发商货物进出量很大,对于一些少量进货的零售买家,态度上可能就有些冷淡。其实这是正常的,买家不要有过于敏感的想法,要主动和批发商搞好关系,多次来往以后,甚至可以和批发商达成先拿货再付款的协议,这样会省下不少周转资金,用于购买别的货物,这对扩大网店经营规模是非常有利的。

2. 厂家进货

一件商品从生产厂家到买家手中,要经过许多环节,其基本流程如图3-3所示。

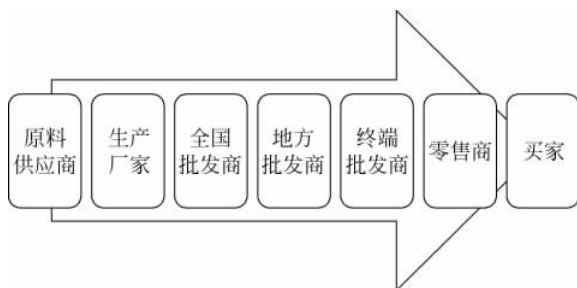


图 3-3

经过如此多环节、多层次的流通组织和多次重复运输过程,自然就会产生额外的附加费用。这些费用都被分摊到每一件商品上,所以,对于一件出厂价格为 50 元的商品,买家往往需要花 200~300 元才能买得到。

如果可以直接从厂家进货,且有稳定的进货量,无疑可以拿到理想的价格。而且正规的厂家货源充足,信誉度高,如果长期合作的话,一般都能争取产品调换和退货还款。但是,一般能从厂家拿到的货源商品并不多,因为多数厂家不屑与小规模的卖家打交道,但有些网下不算热销的商品是可以从源头进货的。一般来说,厂家要求的起批量非常大。以外贸服装为例,厂家要求的批发量至少要在近百件或上千件,达不到要求是很难争取到合作的。

3. 外贸尾单

外贸尾单就是正式外贸订单的多余货品。众所周知,外商在国内工厂下订单时,一般工厂会按 5%~10% 的比例多生产一些,这样做是为了万一在实际生产过程中有次品,就可以拿多生产的货品来替补,这些多出来的货品就是常说的外贸尾单货了。这些外贸尾单货价格十分低廉,通常为市场价格的两三折,品质做工绝对保证,这是一个不错的进货渠道。

外贸尾单货的优点就是性价比高,出口后都是几十美金或是更高的价格,但在国内却只卖几十或上百元。但要注意的是,尾单货的颜色和尺码有的不成比例,不像内销厂家的货品那样齐码齐色。

4. 国外打折商品

无论是国内还是国外,在换季或节假日前夕都可能开展打折销售活动。如果在国外有亲戚朋友,可以让他们趁这些时候买进一些打折商品,由自己放到国内网站上的网店来卖,即便这些商品仍然有着较高的价格,仍然能够吸引大量国内喜欢国外品牌的买家,毕竟按折扣价拿到的这些商品在国内同类商品中还是会有一定的优势。因而,经营该类商品也会有较大的利润空间。不过,网店开起来之后,要保证能够从国外源源不断地供货,否则会给买家货源不稳定的印象。

在国外,一些日用品牌都有所谓的“工厂店”,英文叫作 Outlet,这些店铺是厂方直接开设的,省去了很多中间环节,因此价格上要比商场优惠不少,款式也更加丰富一些。在国外生活过的人,很多都知道工厂店,也很乐意去购买,特别是打折商品,价格上更是非常优惠。如果把这些打折商品批量购买运回国内销售,利润也是非常大的。

5. 库存商品与清仓商品

随着经济和物质生产高速发展,新技术、新产品层出不穷,更新速度加快,库存商品及闲

置物资越来越多,而地区间、国际间的经济发展不平衡为库存积压商品的发展提供了广阔的市场,“旧货”“库存货”市场得以迅速发展。当前传统意义的“旧货”概念正在被打破,很多崭新的商品在市场的更新换代中积压下来,但仍具有完善的使用价值,“旧货”成为多品种、多层次、数量巨大的各类库存商品及闲置物资的代名词,其交易额已占到各旧货市场交易额的60%以上。

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。不少品牌虽然在某一地域属于积压品,但网络覆盖面广的特性,完全可使其在其他地域成为畅销品。如果能经常淘到积压的品牌服饰、鞋等货物,拿到网上来销售,一定能获得丰厚的利润。这是因为品牌积压库存有其自身优势,具体如下。

- 质量好,竞争力强。
- 需求量大,市场前景看好。
- 利用网络的地域性差异提高价格。

6. 本地特产和民族特色商品

近年来,具有个性特色的商品显示出热销倾向,其中土特产是最为显著的行业之一。特产行业以自身商品的特性在需求大环境下脱颖而出,很多卖家都看准了网络营销,陆续在网上卖特产。

民族工艺品价值很高,其民族特色足以使其在琳琅满目的商品中鹤立鸡群。网络店主之所以愿意让这类产品来充实自己的店铺,不仅是因为它们稀有、能吸引人的眼球,而且还拥有其他产品无法取代的特点,具体如下。

- 具有很强的个性。
- 具有丰富的文化底蕴。
- 富含淳朴气息。
- 具有奇特的特点。
- 富有民族特色和地域特色。

图 3-4 所示的云南特产鲜花饼和图 3-5 所示的民族特色工艺品,销售状况就很好。



图 3-4



图 3-5

对于这类地方特产,可以多走访当地独有特产,多查询网络,找到大众喜欢的商品元素,再根据商品特性,去当地市场寻找货源。

7. 代销商品

网上代销也就是在代销者自己的店里展示其他商家的产品,但代销者并不进货。当买家下单后,代销者扣下差价部分,剩余货款转给商家,商家即向买家发货。在整个过程中,代销者没有接触到货物实体,货物也不从代销者手里流转,而是直接从商家发送到买家。代销者实际上赚的就是一个广告宣传费用。

代销这种形式有以下特点。

- 几乎没有什么资金投入,适合新卖家和小卖家。
- 由于商品不经过代销者转手,因此代销者无须准备仓库、物流,也无须承担售后的责任,相对来说比较轻松。
- 代销者直接使用商家提供的商品照片和描述,因此省去了自己拍照写描述的麻烦,而且商家提供的照片与描述一般都比较精美精致,比起新手卖家的作品来,更能够吸引买家的目光。
- 由于代销者不能接触商品实物,因此对商品的细节和质量其实不是很了解,因此常常在买家询问细节时,只能含糊其辞,往往不能让买家满意。
- 由于代销的投入小,因此利润也很微薄,需要把量做大,才能有较好的收入。

对于缺乏流动资金的卖家,或者纯粹是“玩票”性质的卖家,可以考虑代销的方式。

目标2 虚拟商品

从广义上来讲,没有实物的商品都可以算是虚拟商品。这样的商品在淘宝上还有很多,不少归为生活服务类,如网店装修、室内设计、同城电脑维修等。其实,具有各种技能的人也可以在淘宝上开店提供服务,赚取劳务费。另外各种电子资料也可以出售,如电子书、学习教程等,当然前提是不能侵犯版权。

游戏点卡、各种充值卡以及Q币等,是虚拟商品的重要组成部分。这些商品都有各自的进货货源。游戏点卡可以找游戏官方联系代销;电话充值卡或在线充值代理可以找当地的移动、联通和电信营业厅协商;Q币、泡币、微币等虚拟货币也可以找各自的官方客服联系代销。

目标3 电子商务批发网站

全国最大的批发市场主要集中在几个城市里,而且很多卖家没有条件千里迢迢地去这几个批发市场,即使去购买,加上差旅费,导致商品成本也很高。所以,阿里巴巴、生意宝等作为网络贸易批发的平台,充分显示了其优越性,为很多小地方的卖家提供了很大的选择空间。它们不仅查找信息方便,也专门为小卖家提供相应的服务,并且起批量很小。图3-6所示是阿里巴巴1688批发网站。

网上批发是近几年开始兴起的新事物,发展还不成熟,但网络进货相比传统渠道进货的优势已经很明显,主要有以下几点。



图 3-6

- 成本优势。可以省去来回批发市场的时间成本、交通成本、住宿费、物流费用等。
- 时间优势。选购的紧迫性减少,亲自去批发市场选购由于时间所限,不可能长时间慢慢挑选,有些商品也许并未相中但迫于进货压力不得不赶快选购,网上进货则可以慢慢挑选。
- 批发数量限制优势。一般的网上批发基本上都是 10 件起批,有的甚至是 1 件起批,这样在一定程度上增大了选择余地。
- 其他优势。网络进货不但能减少库存压力,还具有批发价格透明、款式更新快等优势。

拓展阅读

1. 淘宝货源中心

淘宝平台为方便卖家快速找到货源,提供“货源中心”版块。如图 3-7 所示,在淘宝卖家中心的后台可看到“货源中心”分类。单击更多按钮,可看到淘工厂、找货神器、阿里进货管理、品牌货源、批发进货、分销管理几个小类目。卖家可针对各类目的作用,选择性使用。

淘工厂：链接淘宝卖家与工厂的平台,解决淘宝卖家找工厂难、试单难、翻单难、新款开发难的问题。淘工厂是阿里巴巴旗下 1688 事业部新上线的一个平台,其最大的特点在于生产上将更加符合淘宝卖家的需求,卖家可尝试小批量试单,快速翻单。淘工厂能提供最低起订量、打样周期、生产周期,适用于小卖家



图 3-7

订货。

找货神器：帮助淘宝卖家查找淘宝和天猫商品的同款、相似款商品的货源。换言之，卖家可通过该功能，找到当前热卖商品的进货渠道。找货神器还有两个亮点功能：展示店铺商品的同款、相似款货源，为卖家找到更好的货源；提供淘宝两百多个类目下的热卖商品排行，并提供 1688 的同款货源。

阿里进货管理：查看近三个月的订单信息，包括订单号、货物名称、成交时间等。

品牌货源和批发进货等类目，都可以帮着卖家快速找到货源。

分销管理：有分销和代销两个模式。卖家可通过该平台，找到货源并与供应商建立合作关系。

2. 网络进货防骗招数

网络毕竟存在着一定的虚拟性，所以选择商家时一定要谨慎小心，选择比较可靠的商家进行交易。在网络上批发进货时注意如下事项。

- 注意批发商提供的地址：按理说，批发商会有一个固定地址。订货之前可以先在百度或其他搜索网站搜索一下批发商的地址，找到更多信息，仔细看看有没有漏洞，如是否和供应商提供的公司名称相符等。
- 观察网站的营业资格：骗子网站很难有营业执照，所以可以要求他们出示营业执照等证明。另外，一些比较高明的骗子网站也会用图片处理软件伪造一份营业执照，在观察营业执照时需要仔细辨认，查看是否有涂改痕迹。
- 注意批发商提供的网址：仔细查看供应商的销售网站，如多研究店铺里面的商品，然后对供应商提问题。
- 注意批发商提供的汇款途径：网络进货一定会涉及汇款问题。从汇款方式来看，也是可以查到很多疑点的。正规实体公司进行网络批发时，一般会提供公司账号，而非个人账号。另外，多和供应商谈，有的供应商也是同意通过支付宝汇款的。还有一种办法，就是选择快递公司的货到付款服务。
- 看网站的发货速度：部分网站的发货速度非常慢，下单后两三天甚至五六天才发货，严重影响了买家对卖家的信任，造成了客户资源的流失。所以在选择批发网站时，一定要看网站对发货速度的承诺。发货以后还要看网站是否支持退换货，有些网站以次充好或者在产品发生质量问题时以各种理由搪塞并拒绝退换货。这一点也需要加以注意。

3. 根据顾客心理来选品

如果卖家经销的商品能满足买家的需求，那么成交的概率就会大增；而要想满足买家的需求，就需要将买家的心理摸透，选择正确的商品，如此才能“对症下药”，提高销售的业绩。是什么东西促使买家进行购买？从其购买动机表现来看，如表 3-2 所示，可以归纳为两大类：理智动机和感情动机。

仔细分析买家的心理需求，察觉到买家想要什么，然后投其所好地选择商品和制定出售策略，便能大大激发买家的购买欲望。

表 3-2

动机 分类	动机 名称	具 体 内 容
理智 动机	实用	即求实心理,是理智动机的基本点,即立足于商品的最基本效用。买家在选购商品时不过分强调商品的美观悦目,而以朴实耐用为主,在适用动机的驱使下,买家偏重产品的技术性能,而对其外观、价格、品牌等的考虑则在其次
	经济	即求廉心理,在其他条件大体相同的情况下,价格往往成为左右买家取舍某种商品的关键因素。折扣券、拍卖之所以能牵动千万人的心,就是因为“求廉”心理
	可靠	买家总是希望商品在规定的时间内能正常发挥其使用价值,可靠实质上是“经济”的延伸。名牌商品在激烈的市场竞争中具有优势,就是因为具有上乘的质量。所以,具有远见的卖家总是在保证质量的前提下打开产品销路
	安全	随着科学知识的普及、经济条件的改善,买家对自我保护和环境保护的意识增强,对产品安全性的考虑越来越多地成为买家选购某一商品的动机。“绿色产品”具有十分广阔的前景,适合这一购买动机来促进销售
	美感	爱美之心人皆有之,美性能也是产品的使用价值之一。买家在选购商品时不以使用价值为宗旨,而是注重商品的品格和个性,强调商品的艺术美
	使用方便	省力省事无疑是人们的一种自然需求。商品尤其是技术复杂的商品,使用快捷方便,将会更多地受到买家的青睐。带遥控的电视机、只需按一下的“傻瓜”照相机以及许多使用方便的商品走俏市场,正是迎合了买家的这一购买动机
	售后服务	产品质量好,是一个整体形象。有无良好的售后服务往往成为左右买家购买行为的砝码。为此,提供详尽的说明书进行指导、及时提供免费维修、实行产品质量保险等都成为争夺买家的手段
感情 动机	好奇心理	所谓好奇心理,是对新奇事物和现象产生注意和爱好的心理倾向,或称之为好奇心。古今中外的买家,在好奇心理的驱使下,大多喜欢新的消费品,寻求商品新的质量、新的功能、新的花样、新的款式
	求新心理	买家在选购商品时尤其重视商品的款式和眼下的流行样式,追逐新潮。对于商品是否经久耐用、价格是否合理则不大考虑
	炫耀心理	买家在选购商品时,特别重视商品的威望和象征意义。商品要名贵,牌子要响亮,以此来显示自己地位的特殊,或炫耀自己的能力非凡。这多见于功成名就、收入丰盛的高收入阶层,也见于其他收入阶层中的少数人。他们是买家中的尖端消费群,购买倾向于高档化、名贵化、复古化,几十万乃至上百万美元的轿车、上万美元的手表等的生产正迎合了这一心理
	攀比心理	买家在选购商品时,不是由于急需或必要,而是仅凭感情的冲动,存在着偶然性的因素,总想比别人强,要超过别人,以求得心理上的满足。人家有了大屏幕彩色电视机、摄像机、金首饰,自家没有,就不管是否需要,是否划算,也要购买
	从众心理	女性在购物时最容易受别人的影响,例如许多人正在抢购某种商品,她们也极可能加入抢购者的行列,或者平常就特别留心观察别人的穿着打扮,别人说好的,她们很可能就下定决心购买,别人若说不好,则很可能就放弃
	尊重心理	买家是卖家的争夺对象,理应被奉为“上帝”。如果服务质量差,即使产品本身质量好,买家往往也会弃之不顾,因为谁也不愿花钱买气受。因此,卖家应该真诚地尊重买家,如此一来,尽管有的商品价格高一点,或者质量偶尔有不尽如人意之处,买家感到盛情难却,也乐于购买,甚至产生再光顾的动机

思 考 题

1. 结合自身条件,思考自己适合什么类目的商品。
2. 通过收集、对比网络资料,列举更多热销类目商品。
3. 对比实体货物和虚拟货物进货渠道,分析得出最合适自己的进货渠道。

实 战 演 练

1. 走访附近的大型品批发城,对比商品价格,查看批发商商品的价格、质量。
2. 分析本地销量较好的特产有哪些,并找到相应的进货渠道。
3. 登录 1688 网站,对比同类商品在批发市场的价格。