

随着国内网络购物的用户规模不断上升，80% 网民都曾经有过网络购物经验。网络购物的出现为企业和个人提供了一个很好的机会与平台，传统企业和个人通过借助第三方平台与建立自有平台纷纷试水网络购物，通过合理的网络购物平台和整合渠道，为企业和个人未来发展提供良好的发展方向。

本书从网店基础开始讲起，介绍了在网上开店、运营和推广方面的知识，全书结构清晰、内容丰富，共分为 12 章，主要包括 3 方面的内容。

1. 开网店前的准备工作

第 1、2 章介绍了开设网店前期准备方面的知识，包括做好网上开店的准备、开通淘宝店与寻找货源方面的知识。

2. 新手经营网店的技能

第 3～8 章介绍了初步经营网店的基础，包括发布与管理商品、拍摄商品照片、修饰商品照片、网店的设计与装修、商品的包装和发货以及手机淘宝运营方面的知识。

3. 网店推广及营销方案

第 9～12 章介绍了推广商品的各种技巧与策略，包括淘宝网店内推广与促销、对网店进行全网宣传与推广、网店大数据分析、网店客服与售后服务方面的知识。

本书作者在淘宝开店与营销领域有着丰富的经验和独到的见解。在本书的编写过程中，作者通过对知识点的归纳总结，拓展读者的视野，鼓励读者多尝试、多思考，以此提高读者的实践能力。希望通过本书，能激发读者灵活运用淘宝的潜力，成为一名成功的淘宝卖家。

本书由李岩松编著，参与编写工作的还有许媛媛、朱恩棣、丁维英等。

由于能力和学识有限，书中难免有错误和不妥之处，敬请读者提出宝贵意见和建议。

编 者

目录

CONTENTS

第 1 章 做好网上开店准备	001
1.1 网上开店概述	001
1.1.1 网上开店的前景	001
1.1.2 网店与实体店的比较	002
1.1.3 为什么要在网上开店	003
1.1.4 网上开店的方式	003
1.2 常见的网上开店平台	005
1.2.1 常见的电子商务网站类型	005
1.2.2 网上开店的平台	007
1.2.3 淘宝网中的店铺类型	008
1.3 开网店的必要准备	009
1.3.1 做好开店的心理准备	009
1.3.2 必要硬件缺一不可	009
1.3.3 善用软件事半功倍	010
1.3.4 准备好相关证件	011
1.3.5 申请开通网上银行	011
1.4 熟悉网上开店的流程	011
1.4.1 网店的定位	011
1.4.2 选择开店的平台	011
1.4.3 申请网上店铺	011
1.4.4 上架商品	012
1.4.5 设置产品价格	012
1.4.6 网上店铺营销推广	012
1.4.7 网上店铺售中服务	012
1.4.8 网上店铺交易完成	012
1.4.9 发货	012

1.4.10 处理评价或投诉	012
1.4.11 售后服务	012
1.5 开店经验与技巧	012
1.5.1 网上开店技巧	012
1.5.2 网上开店必备的心理	014
1.5.3 网上开店失败的主要原因	014
1.5.4 网上开店的经营方式	015
1.5.5 网上开店怎样才能火	015
1.6 案例分享——从2万元到千万元的传奇	016
第2章 开通淘宝店与寻找货源	018
2.1 注册淘宝与开店	018
2.1.1 注册淘宝会员	018
2.1.2 登录淘宝	019
2.2 开通网上店铺	019
2.2.1 淘宝身份信息认证	020
2.2.2 支付宝认证	022
2.2.3 申请淘宝店铺	024
2.2.4 为店铺添加 Logo	025
2.3 下载并安装淘宝工具软件	026
2.3.1 下载并安装《千牛》	026
2.3.2 下载并安装《淘宝助理》	026
2.4 店铺的设置与优化	027
2.4.1 选择店铺风格	027
2.4.2 添加商品分类	028
2.4.3 店铺的基本设置	029
2.4.4 设置店铺公告	029
2.5 揭秘进货渠道	031
2.5.1 在批发市场批发	031
2.5.2 厂家直接进货	031
2.5.3 大批发商	031
2.5.4 品牌代理	032
2.5.5 外贸尾单货	032
2.5.6 寻找品牌积压的库存	032
2.5.7 海外代购	032
2.5.8 网络代销商品	033
2.5.9 B2B 电子商务批发网站	033
2.6 在阿里巴巴网站批发	033

2.6.1	注册阿里巴巴账号	034
2.6.2	在阿里巴巴批发进货	034
2.7	在淘宝供销平台进货	036
2.7.1	分销商加入供销平台的好处	036
2.7.2	在分销平台搜索货源	036
2.7.3	如何选择供应商	037
2.8	开店经验与技巧	038
2.8.1	为店铺取个好名字	038
2.8.2	设计美观的店标	038
2.8.3	如何制作商品标题	039
2.8.4	在标题中突出卖点	039
2.8.5	如何进行商品定价	040
2.8.6	影响商品定价的因素	040
2.8.7	选择商品发布的最佳时间	040
2.8.8	使用真人模特增加商品的直观效果	041
2.9	案例分享——不惧失败，实现月入 30 万元	041
第 3 章	发布与管理商品	043
3.1	发布商品	043
3.1.1	准备图文资料	043
3.1.2	发布并设置类别	043
3.1.3	设置商品属性	044
3.1.4	填写商品标题	045
3.1.5	制定商品价格	045
3.1.6	设置商品规格	046
3.1.7	上传主图、视频和详情页	046
3.1.8	设置物流信息	047
3.1.9	成功发布商品	048
3.1.10	以拍卖方式发布	048
3.2	使用《千牛工作台》与买家交流	049
3.2.1	了解和设置《千牛工作台》	049
3.2.2	联系人管理	051
3.2.3	与买家进行交流	052
3.3	商品交易管理	053
3.3.1	商品上下架	053
3.3.2	商品信息修改	053
3.3.3	订单发货	054
3.3.4	退款处理	054

3.4	用《千牛工作台》管理店铺数据	055
3.4.1	工作台的功能	055
3.4.2	查看店铺数据	056
3.5	开店经验与技巧	056
3.5.1	不同的顾客心理	056
3.5.2	与买家交流的禁忌	057
3.5.3	如何有技巧地向买家推荐商品	057
3.5.4	如何消除买家在价格方面的顾虑	058
3.5.5	如何消除买家在质量方面的顾虑	058
3.5.6	如何消除买家在售后方面的顾虑	058
3.5.7	使用推荐物流的好处	058
3.5.8	店铺评分与信用评价的区别	059
3.6	案例分享——夫妻辞职开网店创传奇	059
第4章	拍摄商品照片	061
4.1	拍摄商品照片的基础知识	061
4.1.1	选购适宜的摄影器材	061
4.1.2	摄影常用术语介绍	062
4.1.3	拍摄方法	063
4.2	在室内拍摄商品	064
4.2.1	室内摄影	064
4.2.2	不同角度的光线变化	065
4.2.3	商品的摆放和组合	066
4.3	在户外拍摄商品	067
4.3.1	室外拍摄	067
4.3.2	布置拍摄场景	067
4.3.3	室外拍摄技巧	068
4.4	商品图片的标准与处理	068
4.4.1	什么样的图片吸引人	069
4.4.2	快速复制照片到电脑	069
4.4.3	选择合适的图像优化软件	070
4.5	开店经验与技巧	072
4.5.1	怎样用普通数码相机拍出好照片	072
4.5.2	如何准备好辅助拍摄器材	072
4.5.3	如何拍摄化妆品类商品	073
4.5.4	如何拍摄饰品类商品	073
4.5.5	淘宝店商品图片的标准	073
4.5.6	拍摄图片为什么会模糊不清	074

4.5.7	平铺服装拍摄的注意事项	074
4.5.8	服装挂拍技巧	075
4.5.9	模特拍摄技巧	075
4.5.10	服装模特拍摄地点	076
4.6	案例分享——农村小伙开网店	077
第5章	修饰商品照片	078
5.1	认识图像处理软件	078
5.1.1	选择合适的图像处理软件	078
5.1.2	后期处理辅助软件介绍	079
5.2	快速处理图片	079
5.2.1	调整拍歪的照片	079
5.2.2	放大与缩小图片	080
5.2.3	裁剪照片	082
5.2.4	把照片中的产品抠出来	082
5.2.5	调整图片符合淘宝发布的要求	083
5.3	调整照片效果	084
5.3.1	调整曝光不足的照片	084
5.3.2	调整曝光过度的照片	084
5.3.3	调整模糊的照片	085
5.3.4	调整对比度突出照片主题	086
5.4	美化照片效果	087
5.4.1	为照片添加水印防止盗用	087
5.4.2	为照片添加相框	087
5.4.3	调整图片色调	088
5.4.4	给图片加圆角	089
5.4.5	制作闪闪发亮的图片	090
5.5	开店经验与技巧	094
5.5.1	主图创意设计需要注意的细节	094
5.5.2	如何将拍大的照片调小	095
5.5.3	怎样压缩图片	095
5.5.4	商品水印和边框模板是否可以同时使用	096
5.5.5	添加水印是否会影响商品的效果	096
5.5.6	淘宝宝贝图片处理技巧	096
5.5.7	去除模特脸上的斑点	097
5.5.8	为图片添加文字说明	098
5.5.9	制作背景虚化照片效果	099
5.6	案例分享——退伍军人开网店	099

第6章 网店的设计与装修	101
6.1 店铺装修前期准备	101
6.1.1 确定店铺类型和风格	101
6.1.2 搜集装修素材	101
6.1.3 文案的策划与写作	102
6.1.4 网店装修常用工具	105
6.2 淘宝图片空间的使用	105
6.2.1 关于淘宝图片空间	105
6.2.2 打开图片空间	106
6.2.3 上传图片	107
6.3 设计店标	108
6.3.1 店标设计原则	108
6.3.2 店标制作的基本方法	109
6.3.3 将店标发布到店铺	110
6.4 制作宝贝分类导航	110
6.4.1 分类导航制作规范	110
6.4.2 制作宝贝分类图片	111
6.4.3 设置分类导航按钮	112
6.5 描述模板	113
6.5.1 描述模板的设计要求	113
6.5.2 描述模板的设计	114
6.6 设计商品详情页	115
6.6.1 商品详情页制作规范	115
6.6.2 制作商品详情页	116
6.7 店铺装修模块布局	116
6.7.1 添加人群商品榜单模块	116
6.7.2 使用轮播图功能	117
6.7.3 添加店铺客服	118
6.7.4 添加店铺收藏模块	119
6.7.5 添加宝贝排行榜	121
6.7.6 增加店铺导航分类	121
6.8 开店经验与技巧	122
6.8.1 网店审美的通用原则	123
6.8.2 网店装修带来的收益	123
6.8.3 设置店铺公告的位置	123
6.8.4 店铺主色调的选择	123
6.8.5 提高网店店主的电子商务技能	124

6.8.6 提高网店店主的审美情趣	124
6.8.7 如何创建子分类	124
6.9 案例分享——大学生卖婴儿用品，月销额百万元	124
第7章 商品的包装和发货	127
7.1 发货方式	127
7.1.1 网上商品的主要发货方式	127
7.1.2 选择适合自己的物流	128
7.2 商品的包装	129
7.2.1 常见的商品包装方法	129
7.2.2 商品包装时的注意事项	130
7.3 库存管理	131
7.3.1 商品入库	131
7.3.2 商品包装	132
7.3.3 商品出库	134
7.3.4 物流跟踪	134
7.3.5 货物维护	135
7.4 开店经验与技巧	135
7.4.1 如何让我们的包装更有价值	135
7.4.2 如何利用包装赢得买家好感	136
7.4.3 如何利用包装提高销量	136
7.4.4 如何选择好的快递公司	137
7.4.5 如何省快递费	137
7.4.6 如何避免物流纠纷	138
7.5 案例分享——海归夫妇裸辞，淘宝卖螃蟹	138
第8章 手机淘宝运营	140
8.1 手机淘宝概述	140
8.2 提高手机淘宝转化率	141
8.2.1 标题关键词	141
8.2.2 宝贝主图	141
8.2.3 宝贝描述	141
8.3 淘宝直播	141
8.3.1 淘宝直播概述	142
8.3.2 淘宝直播的入口	143
8.3.3 淘宝店铺直播	144
8.3.4 淘宝达人直播	144
8.4 淘宝主播的赚钱方式	144

8.4.1	帮卖家卖货收取佣金	144
8.4.2	专场直播	145
8.5	开店经验与技巧	145
8.5.1	手机端淘宝首页排版的特点	145
8.5.2	手机端宝贝图片的最佳尺寸	145
8.5.3	淘宝主播的定位	145
8.5.4	如何提高淘宝直播排名	146
8.5.5	淘宝主播怎样吸粉	146
8.5.6	淘宝直播间人气较低的原因	147
8.5.7	找好爆款选题的原则	148
8.5.8	直播互动的技巧	148
8.5.9	与粉丝互动需要注意的问题	148
8.5.10	淘宝直播怎样介绍商品	148
8.6	案例分享——淘宝代理创千万财富	148
第9章	淘宝网店内推广与促销	150
9.1	促销活动准备工作	150
9.1.1	促销的优势	150
9.1.2	促销的误区	151
9.2	店内促销活动	151
9.2.1	包邮	151
9.2.2	特价	151
9.2.3	赠送礼品	152
9.2.4	赠送优惠券	152
9.2.5	会员积分	153
9.2.6	抢购	153
9.3	淘宝网促销策略	153
9.3.1	免费试用	153
9.3.2	加入淘宝直通车	155
9.3.3	钻石展位	156
9.3.4	淘宝“天天特价”	158
9.3.5	聚划算	159
9.3.6	淘宝客推广	160
9.4	开店经验与技巧	162
9.4.1	印刷并散发广告传单	162
9.4.2	网络团购是网店推广的助推器	163
9.4.3	网店节日促销如何巧妙营造氛围	163
9.4.4	借助卖点推广	164

9.4.5	让淡季变旺季	164
9.4.6	包邮促销的技巧	165
9.4.7	哪类产品和店铺适合做淘宝直通车推广	165
9.4.8	淘宝客推广的策略	166
9.4.9	直通车与钻石展位的区别	166
9.4.10	怎样做好代销	166
9.5	案例分享——从零到皇冠店铺的奋斗史	167
第 10 章	对网店进行全网宣传与推广	169
10.1	在淘宝论坛中宣传店铺	169
10.1.1	发帖与回帖	169
10.1.2	精华帖题材	170
10.2	运用网络资源宣传店铺	171
10.2.1	微博推广	171
10.2.2	微信推广	172
10.2.3	电子邮件推广	173
10.2.4	博客营销	174
10.3	运用站外平台宣传店铺	175
10.3.1	折 800	175
10.3.2	返利网	176
10.3.3	卷皮网	176
10.3.4	团购	177
10.4	开店经验与技巧	177
10.4.1	投放网络广告，带来可观的流量	177
10.4.2	回帖顶帖的技巧	177
10.4.3	买家喜欢光顾什么样的店铺	177
10.4.4	买家收藏宝贝 / 店铺的考虑因素	178
10.4.5	影响宝贝搜索排名的因素	178
10.4.6	影响人气宝贝排名的因素	179
10.4.7	网店推广要明确分析目标人群	179
10.4.8	怎样防止客户流失	180
10.4.9	利用百度增加店铺浏览量	180
10.4.10	在分类信息网站推广	181
10.5	案例分享——从服装女工到皇冠店主	182
第 11 章	网店大数据分析	184
11.1	网店经营现状分析	184
11.1.1	基本流量分析	184

11.1.2 基本运营数据分析	185
11.2 常用数据分析工具	185
11.2.1 使用工具进行实时流量分析	186
11.2.2 使用工具进行实时商品分析	186
11.2.3 使用工具进行实时交易分析	187
11.3 网店商品分析	187
11.3.1 商品销量分析	187
11.3.2 商品关联分析	187
11.3.3 单品流量分析	188
11.4 客户行为分析	189
11.4.1 客户购物体验分析	189
11.4.2 客户数据分析	190
11.4.3 客户特征分析	190
11.4.4 客户行为分析	191
11.5 开店经验与技巧	192
11.5.1 如何进行店铺健康诊断	192
11.5.2 店铺动态评分低有哪些影响	192
11.5.3 提高 DSR 评分的技巧	193
11.5.4 网店美工的招聘要求	193
11.5.5 网店配送人员的招聘要求	193
11.5.6 网店的主动营销与被动营销	194
11.5.7 如何提高网店的工作效率	194
11.5.8 留住老顾客的策略	194
11.5.9 中小卖家的网店库存管理	195
11.5.10 网络营销的四大要点	195
11.6 案例分享——辞职创业成女老板	196
第 12 章 网店客服与售后服务	197
12.1 了解客户服务	197
12.1.1 客服服务的意义	197
12.1.2 客服服务的沟通原则	198
12.1.3 客服服务流程	198
12.2 售前服务	198
12.2.1 介绍商品	198
12.2.2 商品推荐	199
12.2.3 巧妙应对不同类型的顾客	199
12.3 售中和售后服务	200
12.3.1 售中服务	200

12.3.2	售后服务注意事项	200
12.3.3	应对买家的中评和差评	201
12.3.4	退换货处理	202
12.3.5	回应投诉与抱怨	202
12.3.6	避免与顾客发生争论	202
12.4	客服必备的知识 and 能力	203
12.4.1	网站交易知识	203
12.4.2	付款知识	203
12.4.3	计算机网络知识	203
12.5	客户关系管理	203
12.5.1	新客户的寻找和邀请	204
12.5.2	影响客户回头率的因素	204
12.5.3	老客户的发展与维护	204
12.5.4	客户关系管理工具	205
12.6	客服人员管理	205
12.6.1	客服人员的招聘和选择	205
12.6.2	客服人员必备心理素质要求	206
12.6.3	客服人员激励方法	206
12.6.4	客服人员绩效考核	207
12.7	开店经验与技巧	207
12.7.1	一个好的客服要有耐心	207
12.7.2	如何应对顾客的刁难	207
12.7.3	处理顾客退货的办法	207
12.7.4	网店经营对客服品格素质的要求	208
12.7.5	客服要坚持自己的原则	208
12.7.6	客服如何向顾客销售商品	208
12.7.7	客服如何解决发货问题	208
12.7.8	客服的售后技巧	209
12.8	案例分享——人民教师辞职做手工艺品，用服务创网店传奇	209

第1章

做好网上开店准备

本章要点

- 网上开店概述
- 常见的网上开店平台
- 开网店的必要准备
- 熟悉网上开店的流程
- 开店经验与技巧
- 案例分享

本章主要内容

本章内容主要介绍常见的网上开店平台、开网店的必要流程、熟悉网上开店的流程与开店经验与技巧方面的知识，同时还为大家提供了淘宝开店案例分析。通过本章的学习，读者可以掌握网上开店方面的知识，为深入学习淘宝精准运营、策略运营与客户服务知识奠定基础。

1.1 网上开店概述

现如今，很多人都想自主网上开店，因为与实体店铺相比，网上开店不仅节约了成本，而且在商品进货、出售、管理等诸多方面都明显优于实体店铺。不过，对于初涉网上开店的创业者来说，一些网上开店的基础知识还是要先了解清楚。

1.1.1 网上开店的前景

网上开店是一种风险比较小却大有前途的创业方式。据中国互联网络信息中心统计，我国的网民规模增长迅猛，互联网规模稳居世界第一。在这个庞大的群体中，有超过一半的人在最近一年中通过互联网购买过商品或服务。而在欧美和韩国等互联网普及率较高的国家，每3个网民中就有2个人在网上购物。中国网络购物的潜力还远远未被释放。可以想象，在这个大背景下投身网上开店，真可谓“赶早不如赶巧”。

随着中国网络科技高速发展，以及中国居民可支配收入稳定增长，线上购物成为中国网民不可或缺的消费渠道之一，而网购用户对于线上购物所花费的金额也越来越多。

截至2020年3月，中国网民规模为9.04亿，较2018年年底增长7508万，互联网普及率达64.5%；手机网民规模达8.97亿，网民使用手机上网的比例高达99.3%。

从年龄段看，截至2020年3月，网民中20~29岁、30~39岁占比分别为21.5%、20.8%，高于其他年龄群体；40~49岁网民群体占比为17.6%；50岁及以上网民群体占比为16.9%，互联网向中高年龄人群渗透。

在学历方面，截至2020年3月，网民中初中、高中/中专/技校学历的网民群体占比分别为41.1%、22.2%，受过大学专科及以上教育的网民群体占比为19.5%。

在收入方面，月收入2001元~5000元的网民群体合计占比为33.4%，月收入在5000元以上的网民群体占比为27.6%，有收入但月收入在1000元以下的网民群体占比为20.8%。

报告还显示，同期中国非网民规模为 4.96 亿，非网民仍以农村地区人群为主。使用技能缺乏、文化程度限制和年龄因素是非网民不上网的主要原因。

截至 2020 年 3 月，中国网民的人均每周上网时长为 30.8 个小时，较 2018 年年底增加 3.2 个小时。受 2020 年年初新冠肺炎疫情影响，网民上网时长有明显增长。

截至 2020 年 3 月，我国网络购物用户规模达 7.10 亿，较 2018 年年底增长 16.4%，占网民整体的 78.6%。增长主要是两大块：一是电商大力度下沉，拼多多、京东的京喜、淘宝的淘宝特价版，这些软件持续下沉渗透到小城镇和农村，带来增量；二是这些电商的邀请补贴机制，带来的一个家庭中非必须网购成员薅羊毛的增量。

2019 年，全国网上零售额达 10.63 万亿元，其中实物商品网上零售额达 8.52 万亿元，占社会消费品零售总额的比重为 20.7%。这个数据计算一下可以得出，2019 年社会消费品零售总额是 41 万亿元，还是有大量零售额靠线下来完成。预计未来 5 ~ 10 年内，这个占比会从 20% 上升到 50%，当超过 50% 的时候，意味着网购真正达到顶峰。

根据上述数据显示，越来越多的用户都将选择在网络平台上开设网店创业，为个人就业与致富提供了非常好的契机和条件。

1.1.2 网店与实体店的比较

网上购物的流行催生了一批批创业者将实体店铺搬到互联网上。与实体店铺相比，网上开店不仅节约成本，而且在商品进货、出售、管理等诸多方面也要明显优于实体店铺。那么，相对于实体店铺而言，开网店究竟有哪些优势呢？下面就来详细地分析一下。

1. 开店成本极低

网上开店与网下开店相比综合成本较低。许多大型开店平台免费提供店铺，只收取少量推广费用；网店经营主要通过网络进行，基本不需要水、电、管理费等方面的支出；网店不需要专人时时看守，节省了人力方面的投资。这样初期投资成本自然就非常低。只需准备一台联网用的电脑，商品摆放在家中就可以了，当然，具备一定规模的网店，可能会需要聘用员工，从而支出一定的员工工资费用，但一般的网店只要自己利用空闲时间经营即可，基本不需要投入太多的人力。

2. 无营业时间、地点与面积的限制

网店营业时间比较灵活，全职经营和兼职经营皆可，不受营业地点、营业面积等因素限制，可以在任意地方开网店，可以在网上橱窗中摆满成千上万种商品。网上开店营业时间不受限制，可时时刻刻营业。网上商店无限延迟营业时间，一天 24 小时、一年 365 天不停运作，无论刮风下雨或白天晚上，都可照常营业。而传统店铺的营业时间一般为 8 ~ 12 小时，遇上坏天气或老板、店员有急事也不得不暂时停业。

3. 范围广

如果说一个实体店铺的购买群体仅限于店铺周边的人群，那么网店就完全没有地域限制，网店中所针对的购买群体，可以是自己所在城市之外、省外、全国甚至全世界的人。由于无地域限制与购买群体分布广泛，因此卖家可以将自己所在地的特色商品、小吃等在网店里销售，这样其他地区的人就能够方便地买到卖家所在地的各种特产了。

4. 网上开店进退自如

在创业初期，实体店面临的风险很大，进货少则几千元，多则数万元，不仅会占用大量资金，而且占用了创业者大量的时间和精力。网上开店则不需要占用大量资金，完全可以有了订单后再去进货，进退自如，没有包袱，而且如果是做商品代理的话，甚至可以做到零库存。

5. 实现多品种经营

开实体店需要等级营业范围，同时还要考虑店铺面积和商品摆放位置，一般情况下，实体店都是专营或增加一些有关联的商品，例如，化妆品专卖店就专营化妆品，服装店就专营服装、服装配饰。所以，选择经营种类一定要慎重。

网上开店经营商品的种类可以按个人的实际情况来确定，范围非常灵活。空间大，不会存在东西不够摆放的问题。只要你愿意，可以在网店经营很多商品，不限种类。可以同时经营化妆品、电子产品、创意品等。在经营过程中，如果发现某类商品销售业绩良好，可以加大营销力度，也可以专卖；如果发现其他销售好的商品，可以马上引入店中进行销售。在网上开店限制相对较少。

6. 开店方便快捷

网上开店一般只需要简单地在网站注册即可，在网上耐心地花费几分钟时间就可以拥有一家属于自己的店铺了。经营者不用花费大量的时间奔波于工商局和税务局之间办理各种手续。

1.1.3 为什么要在网上开店

1. 投资少，回收快

网店开店成本及经营成本都不高，店主可以根据市场调查的结果选择客户喜欢的订单进货，不会有积压的货物占用大量资金，同时，网店是虚拟经营方式，无需大量员工看守，这样即可省下大量房租、员工工资和水电费等各种费用。使得店主初期经营没有资金流通压力。

在后期发展的过程中，由于出货量的增长，店主的成本可以快速回收，从而达到快速赚钱的目的。

2. 不用担心收到假钱

随着网络监管力度的增加，网店所有的交易款项都是通过第三方中介进行操作的，而且流通的都是不可仿制的电子货币，在交易完成后，交易款项再由第三方中介转账到店主的银行卡中，这样就没有收到假钱的可能。极大降低店主经营的风险。

当然，选择安全的第三方中介也是非常必要的，因为安全的第三方中介可以降低交易款项被第三方中介私吞的风险。

3. 基本不需要占压资金

传统实体经营模式，店主投入成本少则几千元，多则几十万元，甚至上百万元，而网络经营则无需占压资金，经营者完全可以根据客户的订单再进货发售，因此没有资金流通的压力。

同时，传统实体经营模式在不想继续经营时，经营者需要将未销售的货品甩卖处理，甚至赔本销售，压力很大。而网上销售则因为存货很少，轻装上阵，随时可以变更商品种类，没有过大的压力。

4. 经营方式灵活

网店的经营方式非常灵活，全职经营和兼职经营皆可。经营时间也比较灵活，没有营业地点、营业方式等因素的限制，只需在网购平台上注册账户即可在网上橱窗页面中销售各类商品，与实体经营需要严格的审查和登记各类手续相比，网店营业方式风险很小。

5. 营业时间不限

网店经营时间不设时长限制，可实现 365 天 24 小时全天营业，也没有天气、昼夜温差等限制，而传统实体经营方式只能经营 8 ~ 12 小时。受节假日休息等因素影响，网店经营的店主可以根据自己的生活需要随时安排经营时间，在赚钱的同时也可以享受生活。

6. 地域限制小

传统经营模式，店址的选择是非常重要的，因为根据销售的商品种类需要选择相应的店面地址，来吸引更多的客户，但经营者就要考虑经营的成本。同时实体经营因为人流量大，每天都要与各种客户交流，员工培训和上岗费用也很高；相比之下，网店经营地域限制小，销售范围则可遍布全球，潜在客户数量庞大，极大增加销售数量，从而达到良好的收入。

1.1.4 网上开店的方式

1. 自助式开店

自助式网上商店主要是采用自助式网站模架建立自己的网店，是一种独立的网上商店。就个性化网店而言，网店内容模块化，其内容只能在既定的模式内选取，通常价格较低，网站的应用功能