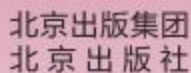


北京出版集团
北京出版社

(第二版)

主 编 刘 康 余 露 陈 灏



图书在版编目 (CIP) 数据

网店经营与管理 / 刘康, 余露, 陈灏主编. — 2 版
— 北京: 北京出版社, 2022.2
ISBN 978-7-200-16996-6

I. ①网… II. ①刘… ②余… ③陈… III. ①网店—
经营管理—高等学校—教材 IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2022) 第 024463 号

网店经营与管理 (第二版)

WANGDIAN JINGYING YU GUANLI (DI-ER BAN)

主 编: 刘 康 余 露 陈 灏

出 版: 北京出版集团

北京出版社

地 址: 北京北三环中路 6 号

邮 编: 100120

网 址: www.bph.com.cn

总 发 行: 北京出版集团

经 销: 新华书店

印 刷: 定州启航印刷有限公司

版 印 次: 2022 年 2 月第 2 版 2023 年 5 月修订 2023 年 7 月第 2 次印刷

成品尺寸: 185 毫米 × 260 毫米

印 张: 15

字 数: 302 千字

书 号: ISBN 978-7-200-16996-6

定 价: 58.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572162 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

质量监督电话: 010-82685218 010-58572162 010-58572393

目 录

模块一 网店开设与定位 / 1

- 学习情境一 网店平台的分析与确定 / 2
- 学习情境二 网店销售产品的选择 / 6
- 学习情境三 进货渠道分析 / 7
- 学习情境四 制定产品价格 / 9
- 学习情境五 网上店铺注册 / 13

模块二 网店商品图片处理 / 31

- 学习情境一 商品构图 / 32
- 学习情境二 商品图片美化 / 40

模块三 网店装修管理 / 59

- 学习情境一 网店店招及海报设计 / 60
- 学习情境二 商品分类及促销区设计 / 72
- 学习情境三 自定义栏目设计 / 79
- 学习情境四 商品详情页设计 / 81
- 学习情境五 手机端网店装修 / 86

模块四 网店商品信息维护 / 98

- 学习情境一 确定商品属性 / 99
- 学习情境二 商品描述合理布局关键词 / 101
- 学习情境三 填写完成商品基本信息 / 109
- 学习情境四 完成商品发布 / 119



模块五 网店推广与营销 / 131

学习情境一 站内推广 / 132

学习情境二 站外推广 / 151

模块六 物流配送与管理 / 176

学习情境一 仓储管理 / 177

学习情境二 货物打包 / 184

学习情境三 物流配送与成本核算 / 189

模块七 网店数据分析 / 200

学习情境一 网店数据获取 / 201

学习情境二 网店数据分析 / 214

北京出版社

模块一

网店开设与定位

知识目标

1. 了解不同平台下网络店铺的区别与特点。
2. 了解网店产品定价原则。
3. 掌握个人和企业网店的注册流程。

技能目标

1. 能够根据行业及网店定位确定销售的产品，并对产品进行分类。
2. 能够分析不同进货渠道的利与弊，并根据自己销售的产品确定最终渠道。
3. 能够完成个人网店的注册，完成网店基本的信息设置。

素养目标

1. 树立正确的网店运营观，树立服务社会的理想信念。
2. 具备团队合作意识。

随着市场经济体制的进一步完善,电子商务行业的迅猛发展,电子商务平台也与日俱增。现在我国电子商务平台的交易量已经在全国经济中占据了举足轻重的份额。2022年1月17日,据国家统计局公布数据显示,2021年,全国网上零售额130 884亿元,比上年增长14.1%。其中,实物商品网上零售额108 042亿元,增长12.0%,占社会消费品零售总额的比重为24.5%;在实物商品网上零售额中,食品、服装和日用商品分别增长17.8%、8.3%和12.5%。因此,在电子商务平台中进行开店对个人和企业拓展自身产品销售渠道有着重要意义。

学习情境

江西特产商贸公司是一家以赣南脐橙、蜂蜜、蜂种、莲子、山珍等农特产品生产、加工为一体的批发公司,公司致力于打造引领县域农村电商新型生态供应链。以弘扬江西文化,传承匠心精神,传播江西乡情,打造江西品牌为宗旨,公司计划开通电子商务营销平台。目前已在阿里巴巴1688平台建立了网上批发店铺,销售情况稳定,公司高层领导为拓展网上业务决定通过C2C电商平台开设公司C店,因此,电子商务运营部门开始着手准备开一家属于自己的C店。

学习情境一

网店平台的分析与确定

分组讨论

平时网购商品都是通过哪些平台?为什么选择该平台?说说你对不同平台的认识。

一、实施的原因与背景

随着互联网的发展,网上开店已经成为这个时代的热门话题,众多企业与个人希望能够通过网上开店的形式来拓展自己的销售渠道。网络给现代商业带来崭新的与传统商业截然不同的运作模式,使得每一个人或企业,只要具备网络环境就能拥有开设店铺的机会。淘宝、天猫、京东、易趣、海淘等电商平台上无数的店铺都说明现代网络店铺的兴旺,而且庞大的网民基础为网上开店提供了巨大的市场潜力。

网上开店因为其投资小,运营费用低,受众面积广,运营不受时间、地域限制,交流方便,物流配送发达等有利条件,给无数想要开店的个人或企业提供了良好的发展机会。

江西特产商贸公司想要在网上开通C店，首先需要选择一个符合自己条件的平台。在平台选择上，江西特产商贸公司需要考虑平台是否有良好的客流量、开店成本是否较低，并且平台特点是否符合自己品牌的特点。

二、平台选择

根据查询到的互联网资料以及调研结果，江西特产商贸公司对不同C2C电子商务平台的使用者进行明确，从而确定平台的主要使用对象。目前，主流的C2C电商平台主要有淘宝（图1-1-1）、京东（图1-1-2）等，下面针对不同平台进行对比分析。



图1-1-1 淘宝网首页

淘宝网现已成为全球几大网络零售电子商务平台之一。淘宝网成立于2003年5月，是阿里巴巴集团下的一个重要的电子商务平台。淘宝刚创立时，主要是以C2C店铺为主。但是，现行的淘宝平台已经发展为C2C与B2C共存的平台。其实说到淘宝，用一个词来形容它很贴切，那就是集市。淘宝像是集市一样，大家把自己手上的货物拿到这里来开店，买家也来到这里，挑选自己喜欢的商品。

淘宝网每天有超过上千万的固定访客，随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合型零售商圈。淘宝网已经发展成为世界范围的电子商务交易平台之一。

相比之下，京东是中国的综合网络零售商，是中国电子商务领域受消费者欢迎和具有影响力的电子商务网站之一，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等大类数万个品牌百万种优质商品。2020年7月27日，京东商城电子商务有限公司名列2020年的《财富》杂志中国500强排行榜第13位。



图1-1-2 京东网首页

表1-1-1 京东、淘宝综合对比

	京东商城	淘宝商城
支付模式	(1) 京东钱包支付、微信钱包支付、京东闪付。 (2) 银联云闪付。 (3) 信用卡支付。 (4) 邮局汇款。 (5) 银行转账。 (6) 其他	(1) 第三方支付支付宝。 (2) 网银直接支付。 (3) 信用卡支付。 (4) 邮局汇款。 (5) 银行转账。 (6) 其他
物流环节	京东物流及与第三方物流公司合作	通过物流合作模式与第三方物流公司协作。采取了“推荐物流”“网货物流推荐指数”等策略
营销策略	(1) 京东 PLUS 会员数量已突破 3000 万人。 (2) 自营和商户销售结合，自营商品用自己公司的快递。 (3) 自营商品在全国各地建立商品仓库及配送中心，因此商品能很快送达消费者手中。 (4) 经营内容为在线销售：电脑、手机及其他数码产品、等等大类数千万种 SKU 的商品	(1) 88VIP 会员共有 2500 万人。 (2) 个性化促销方案，订购满一定数额免费。寄送、订购搭配套餐 (3) 通过淘宝社区宣传自己。 (4) 他免费活动推广。 (5) 免费模式。 (6) 产品多，价格便宜
盈利模式	(1) 网页广告收入。 (2) 虚拟店铺出租费。 (3) 广告收入与关键词竞价。 (4) 软件和服务收费。 (5) 资金沉淀收入	(1) 广告收入。 (2) 增值服务收入。 (3) 淘宝商城只是交易平台，本身并不参与商品的销售和服务。商品的销售、配送和售后服务均由卖家自己负责，从而大大降低了淘宝商城的配送和售后服务成本。 (4) 开通 B2C 业务和网络广告盈利，通过支付宝开展的个人信贷业务增加盈利

在对相关电子商务平台的特点与自身情况进行了充分的了解后，江西特产商贸公司根据平台的特点，结合自身的情况，选择在淘宝上开设自己的C店。因为在淘宝平台上开店成本低，完全可以用来试错，并且平台的客流量很大，能够尽快地让店铺吸引到流量。



知识链接

电商平台介绍

（一）B2B 平台

B2B（Business to Business）平台指的是平台的买卖双方都是企业，是企业与企业进行在线交易的平台。如阿里巴巴、慧聪网等平台。在B2B平台上开店的卖家一定是企业，B2B平台对企业资质的审核相对严格一些。并且，个人身份是无法在平台上进行开店的。相对应的买家也是企业，所以，平台的交易是以企业与企业之间的合作为主要导向的。其中除了商品的交易外，还可以对供求信息进行发布。



第三方电子商务
平台详情

（二）B2C 平台

B2C（Business to Customer）平台指的是平台的买家是个人，卖家是企业，是企业将产品或服务卖给个人的在线交易平台。如天猫、京东、当当等。B2C平台上进行开店的卖家也一定是企业，不过，面对的买家是个人，是卖家进行产品销售的平台。一般情况下，卖家需要有自己的品牌。



C2C 电子商务及其
购物流程

（三）C2C 平台

C2C（Customer to Customer）平台指的是平台的交易是个人与个人之间的交易，是个人将产品或服务卖给个人的在线交易平台，如淘宝。C2C平台上进行开店的卖家一定是个人，个人店主将自己手头的货物卖给个人消费者。这样的平台非常适合个人卖家进行开店，平台入驻的难度较低，当然相应的竞争压力较大。

除了上述主流的三种平台分类外，按照使用者分类的类型还有C2B、B2M、M2C、B2G、C3G等。以上的分类都是以平台使用者对平台进行分类的，当然，还有一些其他方式。电子商务平台经过这些年的发展，已经具备一定的规模。每个电商平台都具备自身的特色。

学习情境二

网店销售产品的选择

分组讨论

网店销售的主推产品根据什么来进行选择呢？有什么选择方法呢？

在已经确定了以淘宝网作为江西特产商贸公司进驻C2C的平台之后，接下来就需要对网店销售产品进行确定，江西特产商贸公司开通C店的主要目的是提高自身产品的销售额及提升品牌的影响力。那么，网店销售产品的甄选对于江西特产商贸公司而言就显得尤为重要。结合江西特产商贸公司所具备的自身优点，江西特产商贸公司（以下简称公司）对目前自己的热销品进行了归类。

目前公司将产品分为新鲜水果、特色农产品、山货干货、养生保健、客家土特产五个类型，根据销量以及产品属性最终确定C店的产品为新鲜水果中的赣南脐橙、南丰蜜橘、安义枇杷，特色农产品中的广昌白莲、××红薯、万年贡米、瑞昌山药；山货干货中的广昌茶树菇、井冈山烟笋；养生保健中的红糖/黑糖、土蜂蜜、婺源绿茶；客家土特产中的客家红米酒。其中赣南脐橙、万年贡米、土蜂蜜三种为网店主打产品（表1-2-1）。



网店产品选择

表1-2-1 江西特产商贸有限公司产品分类

序号	产品分类	产品种类
1	新鲜水果	①赣南脐橙；②安义枇杷；③南丰蜜橘
2	特色农产品	①广昌白莲；②××红薯；③瑞昌山药；④万年贡米
3	山货干货	①广昌茶树菇；②井冈山烟笋
4	养生保健	①红糖/黑糖；②土蜂蜜；③婺源绿茶
5	客家土特产	客家红米酒



知识链接

网店销售产品的选择原则以及注意事项

（一）网店商品的选择原则

开店之初，选择零库存的方式，降低风险；选择熟悉互联网行业的供应商，熟悉行情；网店风格以及网店销售产品最好从一而终。

（二）自备货源的选择原则

质量容易控制的产品；选择销售的新产品；选择手工产品；附加值高的产品；针对特殊人群的产品。

（三）代销货源的选择原则

充当市场猎手；关注外贸产品；买入品牌积压库存；拿到国外打折商品；批发商品。

（四）网店商品选择的注意事项

进货之前要有详细的安排计划；考虑季节以及流行趋势；注意自己网店定位的风格；对店铺的消费群体进行定位。

学习情境三

进货渠道分析

分组讨论

新开的网店一般会选择什么进货渠道方式？如何选择合适的进货渠道呢？

进货一般分为两个渠道，一个是线上，一个是线下。线上包括普通分销网站或供销平台；线下可以从本地寻找优质资源。在众多的货源选择渠道上，如何选择出最经济实惠的进货渠道方式，同时又可以选择出最优质的商品是众多卖家关注的焦点，货品的质量和价格将直接关系到网店的生存与发展。



网店进货渠道的分析与选择

一、在分销网站或供销平台上寻找货源

供销平台一般是买家卖家企业用来发布供求信息的平台，如1688平台、慧聪网等。分销网站一般指能够直接对店铺货物进行分销的网站，如淘宝、天猫等。

在网站上寻找货源的优点是品类齐全，可供挑选的对象多。但是，缺点也很明显，容易上当受骗，对产品的品质监控力度不足。因此，在对分销网站或供销平台的选择上需要注意，挑选大型的分销网站或供销平台。这样平台入驻的商户一般在商品品质上都是比较有保证的。而且，平台也为采购方提供了必要的保障。

在分销网站上近乎95%的商家都提供“一件代发”业务，使得卖家寻找到货源后不用顾虑商品积压、库存等问题。这样不用任何费用就可以代销供应商的产品，还可以赚取商品售价与定价之间的差价，从某种程度上讲，这是一条零成本的进货渠道。当然，这样做的缺点也非常明显，首先是货源无法经过卖家的亲自把控，所以货物质量方面的问题很难把控。其次，整个服务过程自己无法监控。服务过程中如果出现问

题,买家就会将这些问题归咎于卖这件商品的卖家身上。最后,这种方式的货源一般盈利比率都不高。

二、通过本地寻找优质货源

通过本地寻找货源的方法一般出现在店铺销售当地特产或店铺所在地有相应的产业带。一般本地寻找货源是指通过一些线下的市场或者让专业的生产厂家去寻找货源。这种方式寻找的货源优点是对产品的品质和整个服务环节都会有准确的把控以更好地服务消费者,缺点是有一定压货量,资金投入大,风险高。

(一) 线下货源地采购

这种寻找货源的方式,指的是到货物的生产地或者货物的集散地进行货源的采购。这种方式的好处是能够直接看到货源,对产品的质量能够更好地把控。当然,这样的方式也会导致成本的增加,并且要求个人在行业中的熟悉程度高,不推荐刚起步者选择,尤其是刚刚涉足某个行业的时候。

(二) 线下生产厂委托加工

市场上有很多生产厂家,专门为商家提供成品产品供货或者生产加工的服务。这样的好处是对于产品的把控力度可以做到最大化,需要什么样的品质就可以选择什么样的品质。而缺点就是厂家对于产品的生产量有一定的要求,资金占用量较大,不建议初期商家考虑。

对于货源的选择,因为江西特产商贸公司是以地区农产品为主,所以在货物选择上更多的是线下进货,与不同区域的经销商进行合作或与当地农户进行合作,批量采购,再通过自己的工厂进行加工包装,在销售上既能满足B店的需求又能不间断地为C店提供货源。这样的方式使得产品的质量有了相当的保障。江西特产商贸公司拥有很多线下分销商铺,因此不用担心自己货物的库存问题,所以选择线下货源是一个很好的产品渠道解决方式。



知识链接

好货源的标准

(一) 货源稳定不经常断货

一个好货源的必备条件之一就是货源稳定不经常断货。如果货源经常出现断货的情况就会导致店铺活动无法顺利开展,或是买家因为收不到货而投诉。

(二) 货源具备较大的利润空间

一般情况下,50元以下的产品利润最好在30%左右,50元以上的产品利润最好在30%~50%之间,价格越高,利润率需求越高。只有这样的利润空间才能支撑买家对店

铺进行一些宣传及付费推广的活动，从而使店铺进入良性循环中。

（三）品牌产品需有正规的授权

如果找到的是品牌产品，就一定要货源提供商提供品牌授权。因为一旦出现消费者投诉店铺卖的产品是假货时，如果货源跟店主都无法提供品牌授权书，很可能被认定为卖的是假货，需要赔偿客户，甚至会遭到封店处理。

（四）货源具有良好的售后服务保障

在网店销售产品的过程中，售后服务保障也是非常重要的一个标准。买家在进行货品选择的时候，往往会倾向于具有一定售后保障的产品。另外，网店平台也会有相应售后保障的选择，只有选择更高级别的售后保障，才能得到更多买家的信任。

学习情境四

制定产品价格

分组讨论

网店产品的价格一般会怎样制定？有什么参考方法？

江西特产商贸公司在确定商品渠道后，下一步就面临如何制定商品的价格问题，总体来讲有以下三种方法。

一、产品组合定价

把店铺里一组相互关联的产品组合起来一起定价，而组合中的产品属于同一个商品大类别。比如，特色农产品为一个大类，在大类中有广昌白莲、信丰红薯、万年贡米、瑞昌山药等几类产品，可以把这些商品品类群组合在一起定价。组合定价的影响因素有商品的成本差异、顾客对这些产品的不同评价、竞争者的产品价格，这些将决定产品组合的最终定价。

产品组合定价可以细化分为以下几个方面。

（一）不同等级的同种产品构成的产品组合定价策略

如图1-4-1所示，农产品专区可以将黑豆、黄豆、红豆、小米进行组合定价。



图1-4-1 产品组合定价

（二）连带产品定价策略

这类产品定价，要有意识地降低连带产品中购买次数少、顾客对降价比较敏感的产品价格。提高连带产品中消耗较大、需要多次重复购买、顾客对它的价格提高反应不太敏感的产品价格，此类定价策略多见于服装类产品定价。

（三）系列产品定价策略

这是对于既可以单个购买，又能配套购买的系列产品，可实行成套购买价格优惠的做法。由于成套销售可以节省流通费用，而减价优惠又可以扩大销售，这样流通速度和资金周转速度大大加快，有利于提高店铺的经济效益。很多成功卖家都是采取这种定价方法。把同种产品，根据质量和外观上的差别，分成不同的等级，分别定价。这种定价方法一般都是选其中一种产品作为标准品，其他分为低、中、高三档，再分别定价。对于低档产品，可以把它的价格逼近产品成本；对于高档产品，可使其价格较大幅度地超过产品成本。此类定价策略多见于护肤品类产品定价。

二、阶段性定价

阶段性定价就是要根据商品所处市场周期的不同阶段来定价，可以分为以下四种情况。

（一）新上市产品定价

由于产品刚刚投入市场，许多消费者还不熟悉这个产品，因此销量低，也没有竞争者。为了打开新产品的销路，在定价方面，可以根据不同的情况采用高价定价方法、渗透定价方法和中价定价方法。对于一些市场寿命周期短的产品，一般可以采用高价定价方法。

（二）产品成长期定价

产品进入成长期后，店铺生产能力和销售能力不断扩大，表现在销售量迅速增长，利润也随之大大增加。这时候的定价策略应该是选择合适的竞争条件，能保证店铺实现目标利润或目标回报率的目标定价策略。所以店铺的产品价格应该根据销量来定位，也就是说根据具体情况准确定位。

（三）产品成熟期定价

产品进入成熟期后，市场需求已经日趋饱和，销售量也达到顶点，并有开始下降的趋势，表现在市场上就是竞争日趋尖锐激烈，仿制品和替代品日益增多，利润达到顶点。在这个阶段，一般采用将产品价格定得低于同类产品的策略，以排斥竞争者，维持销售额的稳定或进一步提升。

这时，正确掌握降价的依据和降价幅度是非常重要的。一般应该根据具体情况来慎重考虑。如果你的产品有明显的特色，有一批忠诚的顾客，这时就可以维持原价；

如果产品没有什么特色，就要用降价的方法保持竞争力。

（四）产品衰退期定价

在产品衰退期，产品的市场需求和销售量开始大幅度下降，市场已发现了新的替代品，利润也日益缩减。这个时期常采用的定价方法有维持价格和驱逐价格两种。如果卖家希望处于衰退期的产品继续在顾客心中留下好的印象，或是希望能继续获得利润，就要选择维持价格。维持性定价策略能否成功，关键要看新的替代品的供给状况。如果替代品供应充足，顾客肯定会转向替代品，这样就会加快老产品退出市场的速度，这时即使卖家想维持，市场也不会买这个账。对于一些非必需的奢侈品，它们虽然已经处于衰退期，但其需求弹性大，这时可以把价格降低到无利可图的水平，将其他竞争者驱逐出市场，尽量扩大商品的市场占有率，以保证销量、回收投资。

三、薄利多销和折扣定价

网上顾客一般都在各个购物网站查验过同样产品的价格，所以价格是否便宜是顾客下单的重要因素。

（一）薄利多销定价

对于一些社会需求量大、资源有保证的商品，适合采用薄利多销的定价方法。这时卖家要有意识地压低单位利润水平，以相对低廉的价格，增大和提高市场占有率，争取长时间内实现利润目标。如图1-4-2所示，该网店的万年贡米相对于其他店价格要低很多。



图1-4-2 薄利多销定价

（二）数量折扣定价

数量折扣是对购买商品数量达到一定数额的顾客给予折扣，购买的数量越大，折扣也就越多。采用数量折扣定价可以降低产品的单位成本，加速资金周转。数量折扣有累积数量折扣和一次性数量折扣两种形式。累积数量折扣是指在一定时期内购买的累计总额达到一定数量时，按总量给予的一定折扣，比如我们常说的会员价格；一次性折扣是指按一次购买数量的多少而给予的折扣，如图1-4-3所示，根据购买数量进行

折扣销售。



图1-4-3 数量折扣定价

通过对以上定价策略的分析,江西特产商贸公司结合自身产品特点,最终采用了产品组合定价、阶段性定价、薄利多销和折扣定价等策略,在营销过程中不断调整策略,使得江西特产商贸C店获取最大的商业利益。



知识链接

经营者在农产品营销渠道中所处环节对农产品价格形成的影响

(一) 产地批发商

产地批发商对该产地的农产品进行统一收购,形成规模经济优势,甚至垄断市场。由于小农户分散经营的现状,产地批发商在收购每家农户的农产品过程中拥有定价权,甚至形成垄断定价,压低农产品收购价格。产地批发商在农产品市场上扮演着双向交易角色,一方面收购农户农产品,另一方面在农产品收购价格基础上经过必要的商品化处理过程,加上物流费用、经营利润等转售给销地批发商。



网店参加活动时的
产品定价

(二) 销地批发商

销地批发商的农产品价格是由产地批发商的价格基础上加上流通环节的各项费用及经营利润构成。销地批发商对农产品的再处理将导致农产品价格继续上升。流通环节费用可以分为生产性流通费用与非生产性流通费用两类。前者指运输、仓储、配送等费用。后者主要包括管理、销售等费用。销地批发商的经营利润是其经销农产品的总获利,农产品价格越高,经营利润越高。

(三) 零售商

零售环节作为营销渠道的终端,农产品的耗损、市场的租赁及管理费用、经营利润等都将被累加在销地批发商的价格基础上,农产品最终销售价格因为环节的层层叠加

将上升到更高水平。零售商主要由零售商贩与农产品超市构成。零售商贩与消费者之间形成的关系比较松散，两者通常可以在销售现场进行议价。农产品超市与消费者之间通常没有议价空间，价格由超市在销售成本与竞争对手的综合要素下单方面制定。

学习情境五

网上店铺注册

分组讨论

你认为注册网上店铺时需要提供哪些材料？

江西特产商贸公司对平台选择、网店销售产品选择、进货渠道选择、产品定价策略选择后，在开店的准备工作中，还对网上店铺进行了注册。网上店铺注册可分为个人和企业两类，下面分别对其注册流程进行详细分解。

一、个人网上店铺注册

网上开店操作其实很简单，各个电子商务平台略有不同，以淘宝网的注册来说，主要需要以下几个步骤。

第一步：注册店铺账号

登录淘宝网首页点击注册，填写账号，设置密码，设置邮箱等，如图1-5-1所示。

图1-5-1 填写注册信息

第二步：支付宝账户绑定

登录邮箱，激活注册账号和在线支付工具账号，进行支付宝实名认证。然后按照提示信息，输入相关信息，上传身份证扫描件等相关信息，如图1-5-2至图1-5-8所示。



图1-5-2 支付宝实名认证

图1-5-3 填写身份信息

图1-5-4 银行卡身份认证

图1-5-5 填写手机校验码

图1-5-6 填写和上传身份地址信息

图1-5-7 上传完成等待认证结果



图1-5-8 支付宝实名认证成功

第三步：淘宝开店认证

支付宝实名认证成功后, 在开店前, 还需要进行淘宝的身份认证, 如图1-5-9所示。



图1-5-9 淘宝身份认证

认证方式一：手机客户端认证。下载、安装淘宝手机客户端, 根据认证提示, 填入所需信息, 拍摄、上传所需证件和照片, 完成认证, 如图1-5-10至图1-5-15所示。



图1-5-10 手机客户端扫码认证



图1-5-11 认证操作步骤



图1-5-12 验证手机号



图1-5-13 填写收货地址



图1-5-14 根据示例拍照



图1-5-15 等待审核

认证方式二：阿里钱盾认证。在淘宝身份认证页面，扫码下载、安装阿里钱盾，

如图1-5-16所示。



图1-5-16 下载阿里钱盾

进入“阿里钱盾”App，找到“身份认证”按钮，然后扫码进入复核页面，如图1-5-17、图1-5-18所示。

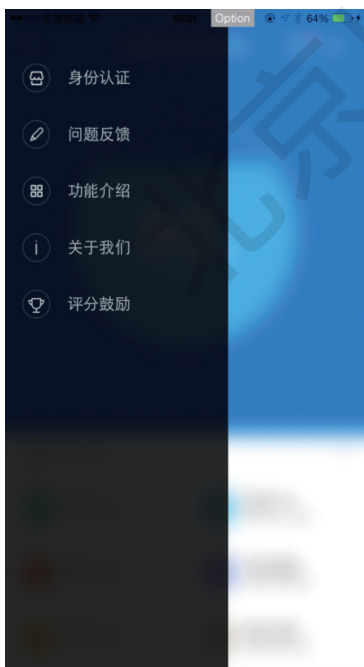


图1-5-17 阿里钱盾认证页



图1-5-18 复核页面

单击“提交复核资料”，会出现操作步骤，然后根据步骤提示，完成身份验证，如图1-5-19至图1-5-24所示。



图1-5-19 身份认证操作步骤



图1-5-20 验证手机号码



图1-5-21 填写收货地址

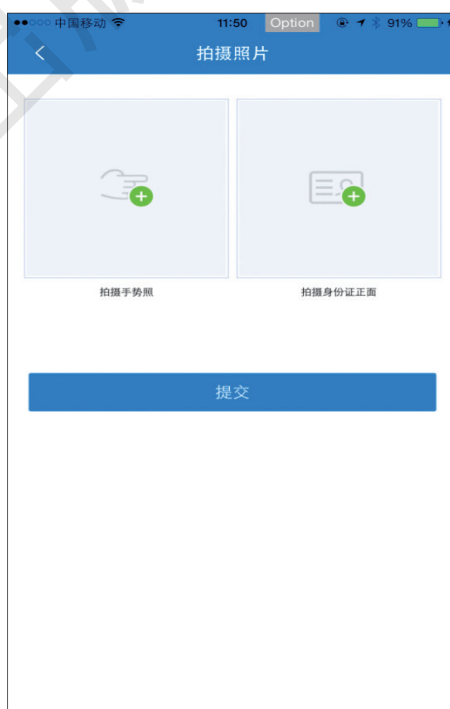


图1-5-22 进入拍摄照片页面

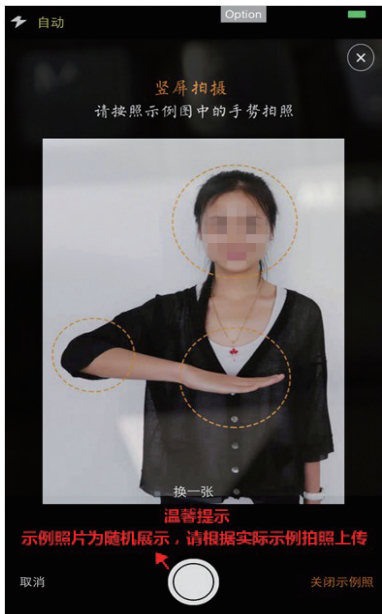


图1-5-23 根据提示拍照

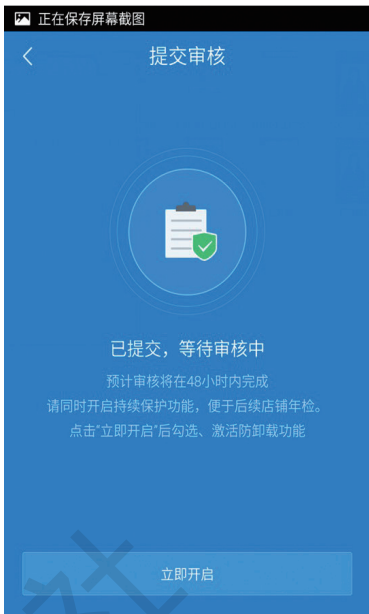


图1-5-24 等待审核

以上两种认证方式，在认证通过后页面均会提示“认证通过”，可在“认证通过”后进行开店操作。

第四步：创建店铺

认证通过后，进入淘宝开店页面点击“免费开店”按钮，就可以完善店铺信息，设置店铺内容了。

二、企业网上店铺注册

企业网上店铺注册时，除了完成以上基本信息以外，还需要以法人名义申请：包括填写企业基本信息、上传营业执照、填写对公银行账户信息、上传法人证件图片等，在平台审核成功后，需要用公司的对公银行账户打款，最后填写对公账户收到的汇入金额即可。

（一）个人店铺升级企业店铺流程

个人店铺升级分为两个阶段，第一阶段由申请人操作，第二阶段由接收人操作。具体操作内容如图1-5-25所示。

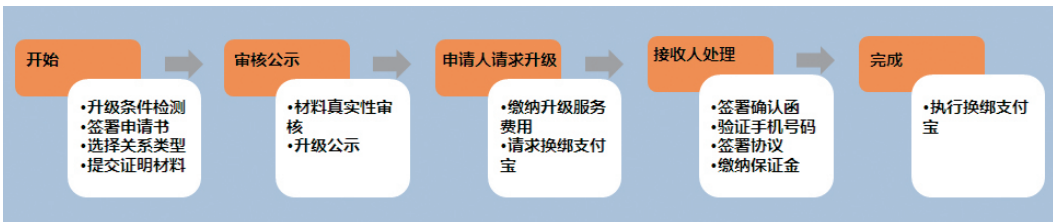


图1-5-25 个人店铺升级为企业店铺的流程

（二）企业网上店铺注册

申请支付宝实名认证（公司类型）服务的用户共有以下两种途径：法人申请和代理人申请，步骤流程和个人申请基本相同，其需要的材料如图1-5-26所示。



图1-5-26 企业网上店铺注册所需相关资料

三、确定店铺名称

店铺名称不仅仅是一家店的代号，更是外观形象的重要组成部分。从一定程度上讲，好的店铺名称能迅速地把店铺的经营理念传递给消费者，增强感染力。

店铺名称与人的取名一样，虽然只是一个符号，但由于它的字形、意义、笔画数、字体等的不一样，对店铺的生意有一种不可言说的影响，这种影响有时可以决定一个店铺的兴衰。

好的店铺名称朗朗上口，给人留下深刻而美好的第一印象，让人一下子记住店铺名字。因此，但凡有远见的开店者，总是费尽心思给店铺起一个既响亮又吉祥还能让人记住的名称。

店铺名称的文字设计日益被经营者所重视，一些以标语口号、隶属关系和数目的组合而成的艺术化、立体化及广告化的店铺名称不断涌现。但在店铺名称文字设计中应注意以下几点。

（一）名称言简意赅

店铺名字要响亮、上口、易记，这样才便于传播。要做到这一点，不仅要讲究语言的韵味与通畅，还要抓住消费者的心理需求与精神需求。凡是能与买家心理产生共鸣的名称，一般都容易被买家记住，人们也乐于传播，特别是一些比较幽默、具有深厚内涵的名称。相反，让人感觉吐字不清晰的名称，人们一般不会向他人介绍。

（二）名称易于传播

有的开店者认为自己做金属方面的生意，便在店铺名字中添加一个“鑫”字，

而做木材生意的就在名称中添加个“懋”字；有的为图吉利，常用繁体字，比如把“丰”字特意写成“豐”字。小店铺面对的是大众消费群体，在命名时尽量通俗易懂，切莫咬文嚼字。繁体字固然新颖，但有很多买家不会辨认繁体字，买家碰上不认识的繁体字，无法叫出店铺名字，会影响店铺在消费者中的口碑传播。当然，店铺名字虽然讲究通俗，但不要过于通俗而成庸俗。

（三）名称与产品特性相辅相成

店铺名字不能含糊，不仅要讲究通俗易懂、朗朗上口这些要点，更重要的是能体现商品的消费特征，包括经营商品、经营风格等方面。“辉煌”与“明亮”都容易让买家联想到“灯”，而“豪杰”就不一定了。所以，店铺名字一定要与产品特性相辅相成。

××服饰注册的店名为××品牌女装，因为结合自身情况，本身就有很多线下店铺名字就是××，所以网店再不适合轻易改名。同时，使用这样的名字也是对品牌的一种宣传。

四、店铺信息的完善

店铺基本信息的完善对于卖家而言十分重要。其不仅能够全面地展现店铺的经营类别，还可以直观地宣传企业店铺的特点。在注册开店成功后，需要进一步对店铺的基本信息进行完善，只有这样才能使店铺有效运营。

首先需要登录淘宝后台，进入“卖家中心”，并在免费开店下完成店铺的基本信息设置，如图1-5-27所示。

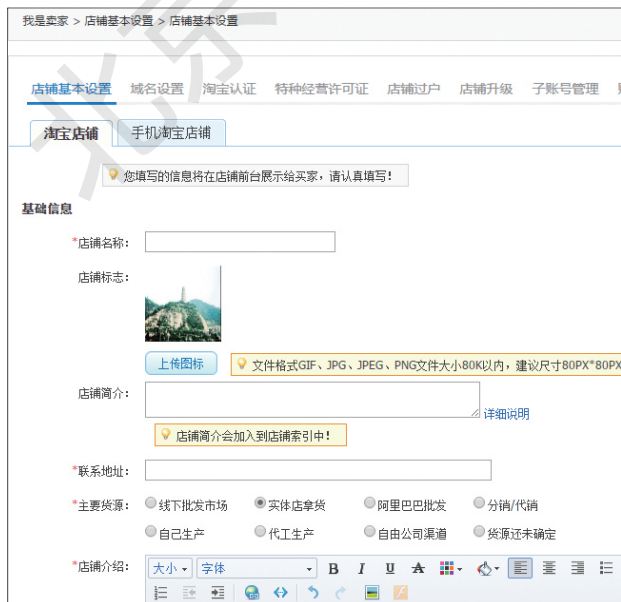


图1-5-27 店铺信息的完善

在店铺标志方面，由于店铺标志代表着店铺的形象，因此，店铺标志设计凸显了企业的经营产品，有视觉冲击力，醒目易识别，彰显了企业的独特性。

江西特产商贸公司在店铺简介里详细地说明了店铺的起源、发展、定位等,使买家能够更好地了解店铺及企业。根据搜索引擎收录规律,将店铺最热门的产品介绍写在里面,便于搜索引擎抓取内容。在填写店铺简介时,需要充分考虑有别于其他店铺的优势,并一一概括出来,彰显重点、言简意赅地说明店铺的经营范围,使网友更加明确地了解店铺的相关信息。



知识链接

一、个人店铺升级到企业店铺的条件

淘宝店铺中个人店铺(C店)在一定条件下是可以升级为企业店铺(B店)的。在个人店铺升级企业店铺时,需要对现有店铺账号进行17项检查,查看是否满足升级条件。

(1) 个人账号下有店铺,且店铺可以正常访问。也就是升级的过程中,店铺必须是在开启状态下的。

(2) 通过淘宝身份认证。通过卖家中心中的淘宝认证对开店卖家的身份进行认证,并且通过认证。

(3) 保证金未欠费。

(4) 淘宝客未欠费。

(5) 无淘宝贷款。

(6) 店铺未处于处罚中。

(7) 无1688.com经营行为。它指的是如果同一淘宝账户在1688网站上有过经营行为(发布过供应产品信息、开通诚信通服务、卖家发起订单报价、下单订购实地认证、开通旺铺、企业账户注册入口注册的企业账户),就不允许店铺升级。

(8) 无进行中的购买行为。申请升级前及升级期间,店铺中买家的订单必须完结或关闭交易。

(9) 未入驻供销平台。如果店铺入驻了供销平台,成为供货商则需要退出平台;如果成为分销商,则需要通知供货商,并解除分销关系。

(10) 退出货到付款服务。货到付款服务的整体支付流程不同于支付宝担保交易,为了避免店铺接收方不必要的麻烦,需要先退出货到付款服务,再申请店铺升级。

(11) 无进行中的分阶段付款交易。

(12) 保险未欠费。

(13) 无冻结中聚划算保证金/淘抢购保底费用。

(14) 未拖欠技术服务费。

(15) 无拍卖保证金。

(16) 无账期延长中的订单。

(17) 开票信息已添加。卖家在店铺升级前需添加开票信息。

以上17项条件都达到的话,卖家就可以在“卖家中心”中的“店铺升级”中进行

店铺升级申请。

二、相关法律

(1) 《网络交易监督管理办法》(2021年3月15日国家市场监督管理总局令第37号公布)

(2) 《中华人民共和国电子商务法》(2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过)

(3) 《中华人民共和国消费者权益保护法》(1993年10月31日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过,根据2009年8月27日第十一届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改部分法律的决定》第一次修正,根据2013年10月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》第二次修正)

(4) 《中华人民共和国反不正当竞争法》(1993年9月2日第八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议通过,2017年11月4日第十二届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议修订,根据2019年4月23日第十三届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改〈中华人民共和国建筑法〉等八部法律的决定》修正)

模块总结

本模块通过具体案例讲解了C店开店的整个过程,分别包括对不同C2C平台进行分析对比,选择最佳的开店平台;在案例背景下选择区域中农产的分类及种类,确定最终的营销产品;分析不同进货渠道的利与弊,最终选择出适合自己的进货渠道;分析不同产品价格策略,根据自己的产品确定最终价格策略;掌握个人和企业网上店铺注册流程,并确定网店基础信息,包括网店名称、简介、产品类型、图片;等等。通过对不同知识点的学习以及各个技能点的训练,学生能够完成网店开设的前期准备以及简单操作。

同步训练

一、实训概述

本实训项目要求学生以网上开店前期的准备工作及店铺的注册为主题,通过平台选择、销售产品选择、产品渠道选择、产品定价策略选择、店铺注册,最终开设一个淘宝店铺。通过本项目的实训,要求学生掌握网上开店前期工作的准备及网上开店的流程,并在博星卓越电子商务运营技能平台中注册一个店铺。

二、实训素材

(一) 博星卓越网上商城系统V1.0

(二) 电脑实训设备

三、实训内容

任务一 网店平台的分析与确定

步骤1: 根据自身及当地的产业情况, 对自己要开店的行业进行选择。

步骤2: 根据所选择行业, 结合自身情况, 对要开店的店铺类型及平台进行选择。

任务二 网店产品选择及渠道选择

步骤1: 根据所选的行业确定销售产品, 并对产品进行分类, 完成表1-5-1。

表1-5-1 产品一览表

序号	产品分类	产品种类
1	新鲜水果	①赣南脐橙; ②赣南血橙; ③安义枇杷; ④南丰蜜橘
2	特色农产品	①广昌白莲; ②××红薯; ③瑞昌山药; ④江西九江鄱阳湖大米; ⑤万年贡米; ⑥九江茶饼
3	山货干货	①广昌茶树菇; ②井冈山烟笋
4	养生保健	①红糖/黑糖; ②土蜂蜜; ③婺源绿茶
5	客家土特产	客家红米酒

步骤2: 根据所选择的行业及平台, 对线上及线下货源进行查找。线上货源摘录下网址, 线下货源对货源加工地及批发地进行查找并记录。

步骤3: 根据自己的选择, 对选择内容进行摘录, 完成1-5-2表。用1-5-2表并结合自身选择的原因, 编写报告。

表1-5-2 选择的销售平台

选择的行业	
选择的平台	
选择的产品渠道	线上渠道:
	线下渠道:

任务三 制定产品定价策略

根据行业及产品属性, 确定产品定价策略。

表1-5-3 定价策略

产品价格策略		选择的原因
	产品组合定价	
	阶段性定价	
	薄利多销	
	折扣定价	
用户群定位	尝试对目标用户群进行描述:	

任务四 店铺注册

步骤1：根据店铺注册步骤，准备网上店铺注册所需资料及店铺名称、简介等内容。

步骤2：将需要准备的文字图片进行整理，形成文档。

步骤3：在博星卓越网上商城系统根据自己准备的内容对店铺进行注册。

根据教师分配的账号登录系统后单击图1页面的“卖家中心”，系统跳转至卖家中心页面，如图1-5-29所示。



图1-5-28 商城系统首页

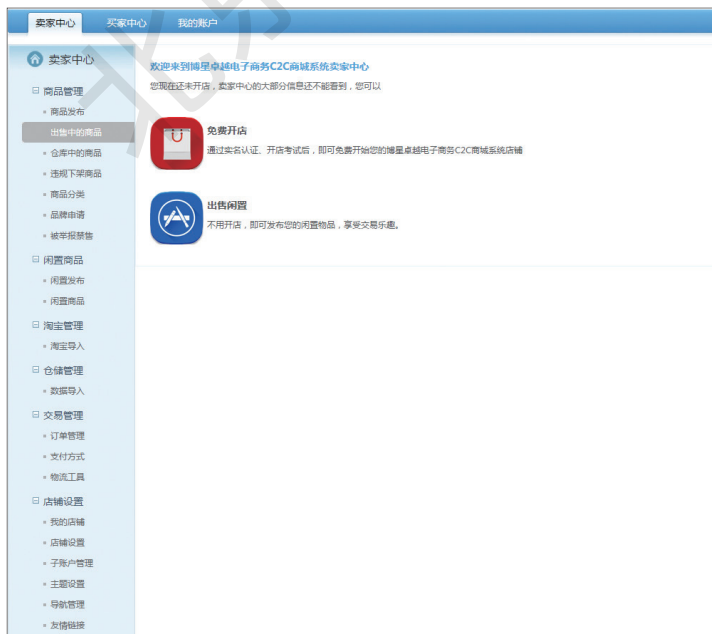


图1-5-29 卖家中心页面

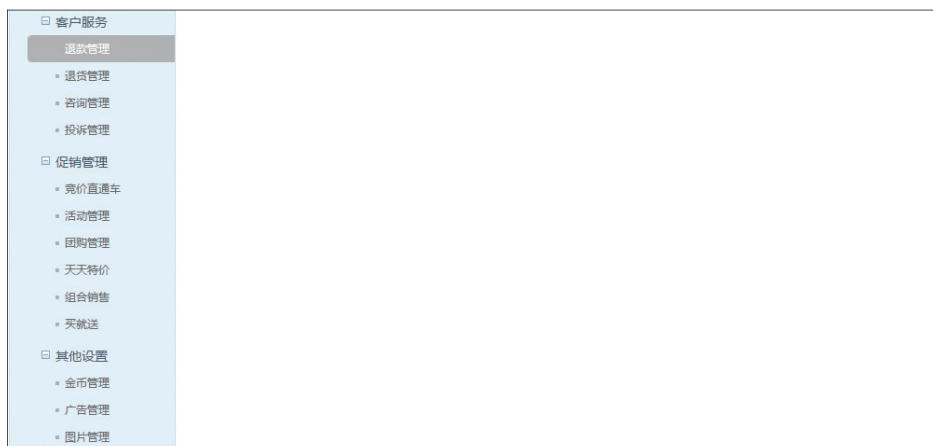


图1-5-29 卖家中心页面(续)

在图1-5-29页面,左边是列表栏,共分为商品管理、闲置商品、淘宝管理、仓储管理、交易管理、店铺设置、客户服务、促销管理和其他设置9大模块。右边是欢迎页面。

在图1-5-29页面中,单击页面右侧的“免费开店”,系统跳转至免费开店页面,如图1-5-30所示。



图1-5-30 免费开店—选择店铺类型页面

在图1-5-30页面,单击默认等级后的“立即开店”,系统跳转至填写店主和店铺信息页面,如图1-5-31所示。

全部商品分类 首页 品牌 热卖商品 积分商城 聚划算 国庆大酬宾 天天特价 买就送 闲置商品

1 选择店铺类型 2 填写店主和店铺信息 3 完成

*店主姓名: 店主姓名必填项

*身份号码: 身份号码必填项

*店铺名称: 名称字数最佳在20字以内

*店铺分类: 店铺种类的选择正确有利于店铺在商城快速搜索

*所在地区: 所在地区必填项

*详细地址: 详细地址必填项

*邮政编码: 邮政编码必填项

*联系电话: 联系电话必填项

上传身份证: 未选择任何文件 什么是实名认证? 支持格式: jpg, jpeg, png, gif, bmp | png | tbi, 请保证图片清晰且文件大小不超过1M

上传执照: 未选择任何文件 什么是实体店认证? 支持格式: jpg, jpeg, png, gif, bmp | png | tbi, 请保证图片清晰且文件大小不超过1M

☐ 我已认真阅读并同意《开店协议》中的所有条款

图1-5-31 免费开店—填写店主和店铺信息页面

在图1-5-31页面中,输入与店主相关的各项内容,单击“立即开店”,页面提示开店成功,系统跳转至卖家中心首页面,如图1-5-32所示。

卖家中心 买家中心 我的账户 设置快捷操作

卖家中心

店铺概况 店铺等级: 默认等级 | 有效期: 无期限 | 商品情况: 169/300

卖家信誉: 店铺名称: 陕西省 西安市 雁塔区

店铺动态评分

描述相符: ☆☆☆☆☆ 0.0分

服务态度: ☆☆☆☆☆ 0.0分

发货速度: ☆☆☆☆☆ 0.0分

您需要关注的店铺情况:

商品提示: 已下架的商品 (0) 违规提示: 被举报禁售商品 (0) 咨询提示: 未回复的咨询 (1)

出售中的商品: (169) 违规下架的商品: (0) 可用金币数: (0)

交易提示

您需要立即处理的交易订单:

近期销售: 交易中的订单 (2) 维权提示: 收到维权投诉 (0)

待买家付款: (1) 待发货: (1) 待买家收货: (0)

待评价: (0)

店铺运营推广

团购活动 天天特价 买就送 组合销售 商城活动

广告服务

商城公告

所有商户必读

官方客服

图1-5-32 卖家中心—开店后的页面

在图1-5-32页面,页面右侧为账户概览,分为店铺概况、交易提示、店铺运营推广、商城公告和官方客服5大块。在这里,店铺的运营情况一目了然。

四、考核评价

各个小组可以通过本实训的展示,本人完成“自我评价”内容,本组组长完成“小组评价”内容,教师完成“教师评价”内容。

(一) 评价表

表1-5-4 自我评价表

评价项目	评价内容	评价标准	评价方式		
			自我评价	小组评价	教师评价
专业能力	任务一:网店平台的分析与确定(23分)	(1)对现有的各大电子商务平台进行特点分析(11分) (2)根据所选商品及自身情况对开店平台进行选择,并说明理由(12分)			
	任务二:网店产品选择及渠道选择(25分)	(1)根据行业及产品类型的选择确定产品种类(8分) (2)根据所选择产品对线上货源进行分析(8分) (3)分析、对比线上线下货源优劣势,确定产品渠道(9分)			
	任务三:制定产品定价策略(20分)	(1)根据产品确定最终的定价策略(10分) (2)能够清楚地阐述每一种策略的优缺点(10分)			
	任务四:店铺注册(22分)	(1)能否完成店铺账号的注册(5分) (2)能否完成支付宝账号的绑定(4分) (3)能够掌握淘宝开店认证的方式(4分) (4)对企业店铺的注册流程是否熟悉(4分) (5)店铺名称、图片等基本信息设置是否醒目、易识别,利于传播品牌形象(5分)			
职业素养		(1)责任意识(4分) (2)学习态度(3分) (3)团结合作(3分)			
总分					
综合得分	教师根据学生的实训表现进行综合打分,其中自我评价占20%,小组评价占30%,教师评价占50%				

(二) 教师根据各组实训进程及成果展示进行评价

- (1)找出各组的优点点评。
- (2)展示过程中各组的缺点点评,提出改进方法。
- (3)整个实训中出现的亮点和不足。