
C2C校本教材样本

	前言.....	7
第一单元	开启店铺.....	8
项目 1	了解平台.....	10
(1)	淘宝网介绍	
(2)	拍拍网介绍	
(3)	易趣网介绍	
(4)	uu 联平台介绍	
项目 1	课后练习	
项目 2	走进网店.....	20
(1)	走进淘宝店铺	
(2)	走进拍拍店铺	
(3)	走进 uu 联店铺	
项目 2	课后练习	
项目 3	注册会员.....	28
(1)	注册店铺会员	
(2)	设置会员个人资料	
项目 3	课后练习	
项目 4	购物体验.....	34
(1)	搜索商品的技巧	
(2)	选购商品	
(3)	结算与支付	
(4)	确认收货及评价	
(5)	收藏店铺及商品	
项目 4	课后练习	
项目 5	开店体验.....	46
(1)	撰写网店策划书	
(2)	准备开店材料	
(3)	申请开店	
(4)	设置店铺基本信息	
(5)	发布商品	
(6)	进行商品分类设置	
(7)	设置支付方式	
(8)	进行订单管理	
(9)	编辑配送方式	
(10)	在 uu 联系统平台进货	
(11)	寻找其他货源	
项目 5	课后练习	
第二单元	商品展示.....	76
项目 1	了解商品.....	78
(1)	商品分类技巧	

(2)	运动服类商品常识	
(3)	运动鞋类商品常识	
(4)	手表类商品常识	
(5)	箱包类商品常识	
项目 1	课后练习	
项目 2	描述商品	90
(1)	撰写商品标题	
(2)	撰写商品参数	
(3)	描述商品细节	
项目 2	课后练习	
项目 3	拍摄商品	98
(1)	构建摄影环境	
(2)	了解相机功能	
(3)	了解相机光圈	
(4)	了解相机快门	
(5)	了解相机 ISO	
(6)	使用九宫格构图拍摄商品	
(7)	使用三角形构图拍摄商品	
(8)	使用对角线构图拍摄商品	
(9)	使用曲线构图拍摄商品	
(10)	拍摄衣服	
(11)	拍摄鞋子	
(12)	拍摄饰品	
(13)	拍摄皮带	
(14)	拍摄箱包	
项目 3	课后练习	
项目 4	美化商品图片	128
(1)	调整图片大小	
(2)	按尺寸裁剪图片	
(3)	自由变换图片	
(4)	调整图片色差	
(5)	更换图片中商品颜色	
(6)	使模糊的图片清晰	
(7)	去除图片中商品的瑕疵	
(8)	去掉服装拍摄背景一	
(9)	更换服饰拍摄背景二	
(10)	合成两张商品图片	
(11)	添加水印	
(12)	制作倒影效果的主图背景	
(13)	制作放射效果的主图背景	
项目 4	课后练习	
项目 5	装修网店	156
(1)	选择网店整体风格一	
(2)	选择网店整体风格二	

(3)	设置商品展示区	
(4)	分析店标	
(5)	制作店标	
(6)	分析店招	
(7)	制作店招	
(8)	分析商品分类图片	
(9)	制作商品分类图片	
(10)	分析广告区	
(11)	制作广告区	
(12)	分析商品详情页	
(13)	制作商品详情页	
项目 5	课后练习	
第三单元	销售商品	184
项目 1	售前准备	186
(1)	了解不同类型客户心理	
(2)	撰写 FAQ	
(3)	设计商品促销形式	
项目 1	课后练习	
项目 2	售中应对	194
(1)	向客户推荐商品	
(2)	为客户解答疑惑	
(3)	应对客户砍价	
(4)	促使交易成功	
项目 2	课后练习	
项目 3	售后服务	204
(1)	防止客户差评	
(2)	处理客户纠纷	
(3)	处理退换货	
(4)	统计销售数据	
(5)	建立客户档案	
(6)	关怀客户	
项目 3	课后练习	
第四单元	商品交付	218
项目 1	物流配送	220
(1)	寻找合适的物流	
(2)	使用快递小助手	
(3)	包装商品	
(4)	填写快递单据	
(5)	跟踪快递信息	
项目 1	课后作业	

C2C校本教材样本

前言

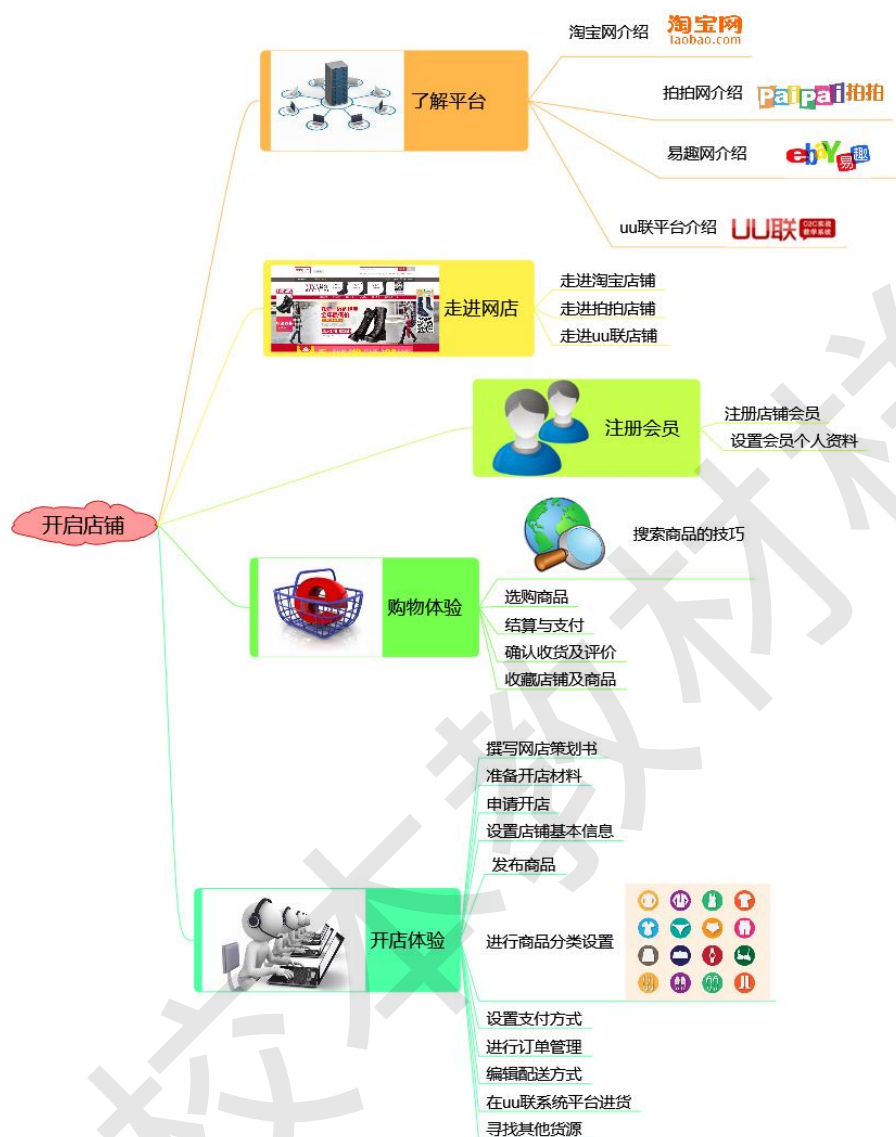
网络以超乎人们想象的速度走进了我们的生活，改变了我们的很多习惯。几年前，我们还习惯于“人头攒动”、“熙熙攘攘”来形容商场的热闹景象，并且享受着逛街带来的欣喜与疲惫。网络购物这个新鲜的概念，从悄悄侵袭我们的头脑到流行于时尚人士的消费理念中，仅仅用了几年时间。买家通过上网浏览、搜索、了解、购买商品，然后用网络银行完成支付。这就是网上购物的基本流程。本单元将对网上购物流程的每一个步骤进行详细的介绍，为您铺就一条网上购物的便捷之路。 淘宝、易趣、UU 联.....在这些网络交易乐园中，越来越多的人已经不满足于买到心爱的宝贝，而学着在网上开店，自己当上了老板。全心全力的专职卖家也好，小打小闹的兴趣爱好也好，如果你想改变自己的生活，不妨尝试当一当网店老板，用自己的理念开创一片新天地，我的地盘我做主。



单元一 开启店铺



进入 21 世纪以来，电子商务悄悄来到了我们身边，把我们一起带入了电子商务的时代，人们的生活发生了翻天覆地的变化，越来越多的人加入了“网上购物”的大军。网上形形色色的商品吸引了一波又一波的人们投身网购热潮，而我们也一次又一次高质量的网购活动中享受着电子商务给我们带来的各种便利。与此同时，也有些网购买家开始在想，除了在网上买东西以外，我能不能也在网上卖东西呢？为此，本章将从教大家了解各种平台、走进网店、会员注册、购物体验、以及开店体验等方面，通过详实的案例分析，按照网店开启的具体流程，教大家如何开启店铺。通过本章的学习，相信你也可以像别的超级卖家一样，一步步打造出属于自己的个性化店铺。



【学习任务】

通过本单元的学习，要求能完成以下几个任务：

1. 了解 C2C 平台，能够说出淘宝、拍拍、易趣、UU 联各个平台的特色；
2. 能够独立完成在 UU 联上注册会员，并完善个人资料设置；
3. 能够在 UU 联上成功开启自己的网店；
4. 撰写一份网店策划书；
5. 成功在网店发布 10 件以上的商品；
6. 找到适合自己的货源。

淘宝网介绍

据统计,淘宝网在中国 C2C 市场的份额超过 60%。毫无疑问,淘宝网在国内 C2C 领域占据着领先地位,是中国最大的网购零售平台。随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加,淘宝从单一的 C2C 网络集市变成了综合性的零售商圈,目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。我们想要开启 C2C 网店,首先就要了解国内最知名的 C2C 平台——淘宝网。

淘宝网简介

淘宝网(图 1),亚洲最大的网络零售商圈,致力于打造全球领先的网络零售商圈,由阿里巴巴集团在 2003 年 5 月 10 日投资成立。淘宝网现拥有近 5 亿的注册用户数,每天有超过 6000 万的固定访客,同时每天的在线商品数已经超过了 8 亿件,平均每分钟售出 4.8 万件商品。淘宝网的口号是:“没有淘不到的宝贝,没有卖不出的宝贝。”自成立以来,淘宝网基于诚信为本的准则,在短短半年的时间,迅速占据了国内个人交易市场的领先地位,创造了互联网企业的一个发展奇迹。

2006 年起,淘宝网在中国 C2C 平台网上零售市场一家独大的局面已形成,2007 年至 2008 年里,淘宝网的领先优势逐步扩大,2009 年淘宝网交易额份额达到 83.8%。截至 2010 年年底淘宝网注册用户已达 3.7 亿,单日最高访问人数超过 6000 万人覆盖了中国绝大部分网购人群;2010 年交易额达 4000 亿元,单日交易额峰值达到 19.5 亿元。2012 年 11 月 11 日,淘宝单日交易额 191 亿元。截止 2013 年 3 月 31 日的年度,淘宝网和天猫平台的交易额合计突破人民币 10,000 亿元。从 2003 年成立至今,淘宝搭建的电子商务生态圈,使得超过一百万的网络卖家感受着中国网络购物用户的急速增加。

淘宝网站功能架构

1、频道。淘宝网作为超大的网上商城,商品云集,因此将产品分类列了如下频道:淘宝集市、品牌商城、二手闲置、促销、全球购、手机数码、女人、男人、运动、居家、母婴、影视书籍、游戏、彩票、机票等。

2、我要买。在我要买里面可以淘自己喜欢的宝贝,简单方便。将所有宝贝按虚拟、数码、护肤、服饰、家居、文体、收藏和其他的类别进行了详细的分类陈列展示。

3、我要卖。我要卖是在淘宝上体验开设店铺,这是免费的。①发布方式。可以选择一口价、拍卖和团购。②开设店铺。发布 10 件宝贝况就可以开店了。包括个人认证、开店铺、店铺管理。

4、淘宝社区。淘宝社区是为所有买家卖家在网上进行交友、分享、交流、娱乐、学习、讨论的大型网上生活圈。社区归类为美人时尚社区、全球购物社区、生活娱乐休闲社区、运动数码游戏社区、卖家会所等社区论坛。

5、我的淘宝。这是淘宝会员,即买卖家的信息和店铺管理。

6、特色专区和聚宝盆。在这里是惊喜活动发布的专区:限时抢购、抵价券专区、商城 VIP 专区等。

我想知道...

淘宝网创始人——马云(图 2)

马云,男,(1964 年 10 月 15 日——),祖籍浙江嵊州谷来镇,中国著名企业家,阿里巴巴集团、淘宝网、支付宝创始人。

2013 年 5 月 10 日,马云卸任阿里巴巴集团 CEO,但兼任阿里巴巴集团董事局主席、中国雅虎董事局主席、杭州师范大学阿里巴巴商学院院长、华谊兄弟传媒集团董事、菜鸟网络董事长等职务,是中国 IT 企业的代表性人物。^[2]

2014 年 10 月 27 日,在福布斯中文网发布的 2014 中国富豪榜中,阿里巴巴马云以 195 亿美元身家名列第一。



图 1-1-1 淘宝网首页



图 1-1-2 淘宝创始人马云

马云语录

- *您能用一句话概括您认为员工应该具备的基本素质吗？今天阿里巴巴的员工我们要求诚信，学习能力，乐观精神，和拥抱变化的态度！
- *在别人抱怨的时候才是你的机会，只有变化的时代才是每一个人看清自己有什么要什么该放弃什么的时候。
- *赚钱不是目标，而是一种结果。
- *今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但绝大部分人死在明天晚上，看不到后天的太阳。
- *不做电子商务，五年后你会后悔。
- *十年后，你要是再不做电子商务的话，那么你将无商可务！

拍拍网介绍

拍拍网是国内知名的网络零售商圈，是京东战略收购的腾讯电子商务旗下业务。拍拍网的目标是打造一个买家与卖家互联互通的 C2C 平台，通过提供食品、服装服饰、家居家电等产品满足消费者的需求。每个 C2C 平台都有自己的特色，在拍拍网开网店并收益可观的店主也是大有人在，了解 C2C 平台，对拍拍网的认识是必不可少的。

拍拍网简介

拍拍网是腾讯公司在 2005 年 9 月上线发布，与 2006 年 3 月正式运营，是腾讯旗下的电子商务平台；拍拍网依托腾讯在即时通讯的庞大用户群，具备良好的发展基础，拍拍网的出现给 C2C 市场带来了很大的冲击，在流量、交易、用户数等方面取得了更全面的飞速成长，经过两年的上线发展，成为了与淘宝、易趣相竞争的三大 C2C 平台。拍拍是腾讯打造“在线生活”的业务的重要组成部分，但拍拍网在 2007 年至 2014 年的发展并不是很顺利，在 2014 年拍拍网被并入京东。目前拍拍网的注册卖家超过了 3000 万，在线商品数 1200 万，总用户数 9000 万。2013 年占中国电子商务 C2C 企业市场份额的 3.40%。

京东对拍拍网的收编，给拍拍网带来了新的力量，不仅加大了对商家的广告投放和补贴，也为网站带来了更多客户沟通渠道，实现拍拍店铺与微信店铺的互通。在经营理念、产品技术提出了很多创新，实现了“边买边聊”、“买家与卖家信用分离制度”。拍拍网为第三方卖家提供数据集成分析等增值服务，帮助卖家对消费者和市场做出精准分析，为其产品规划和营销提供支持。扶持大学生、中小商家、农民等广泛的电子商务创业者，简历公平透明的生态商圈，保障中小卖家的权益，帮助中小卖家的健康成长，服务好消费者。为广大用户提供一个安全健康的一站式在线交易平台。不断降低中国电子商务的门槛，增加用户的交易体验，做中国电子商务的创新者和普及者。

拍拍网的功能构架

1. 特色频道。拍拍网将产品分为：爱美丽、数码人生、美食天下、海外购、拍拍拍、聚精品、优品闪购、风尚男装、美妆护肤、母婴玩具、家居汇、户外运动等。
2. 拍出惊喜。在拍出惊喜里面可以找到自己喜欢的宝贝，简单方便。将所有宝贝按服装配饰、鞋靴箱包、珠宝名表、美妆护肤、母婴玩具、家居家装、日用百货、美食美酒、手机数码、电脑家电、文娱书宠、运动户外、整车配件、生活本地、旅游出行、二手闲置进行了详细的分类陈列展示。
3. 个人中心。拍拍网会员中心，提供综合工具包、我是买家数据，我是卖家数据，管理店铺等
4. 财付通。拍拍网的在线支付平台。

我知道...

拍拍网创始人——马化腾（图2）

马化腾，男，广东 潮阳县人。1971年10月29日出生。腾讯主要创办人之一，现担任腾讯公司控股董事会主席兼首席执行官。1998年和好友张志东注册成立“深圳市腾讯计算机系统有限公司”。

2009年，腾讯入选《财富》“全球最受尊敬50家公司”。马化腾以334.2亿元的身家位列第五名。在2014年3000中国家族财富榜中马化腾以财富1007亿元荣登榜首，相比于2013年，财富增长了540亿元。

京东——京东是中国最大的自营式电商企业，2013年，活跃用户数达到4,740万人，完成订单量达到 3,233亿。京东创始人刘强东将担任京东集团CEO。

2014年5月22日，京东在纳斯达克挂牌。是成为仅次于阿里、腾讯、百度的中国第四大互联网公司。

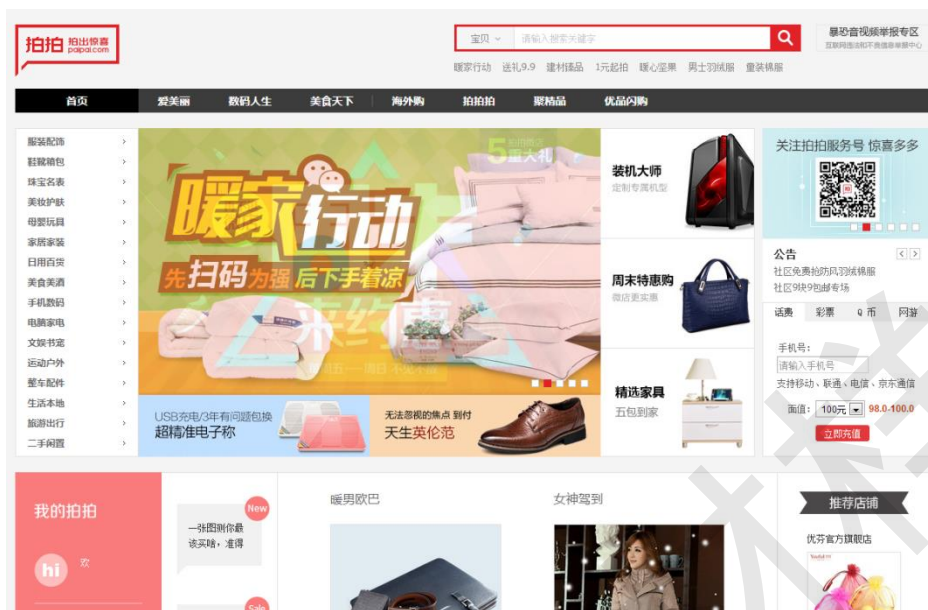


图 1 拍拍网首页



图 2 拍拍创始人马化腾

马化腾语录

- 1、要取得事业成功，必须花心思预测未来几个月甚至几年的事情。
- 2、很多机遇是外界赋予的，这方面我们自己觉得很幸运，所以更加不能浪费这个机会，应该想得更多。而不能说你现在得到的是自然的，别人打不赢你，我们从来都会很担心，不会觉得自己很强
- 3、我觉得有危机感。但是这个危机感只要早点发现、早点应对，那还是有胜算。起码要往前走一步，看清楚情况，你才会下一步决定哪方面加大、哪方面放，但是会尽量低成本。

易趣网介绍

易趣网是中国大陆第一家 C2C 电子商务平台，它的出现改变了人们对消费的认识，也促进了中国电子商务乃至互联网的发展。现在让我们了解下易趣的发展史。

易趣网简介

易趣网是 1999 年 8 月由邵亦波和谭海音在上海创办，是打开中国电子商务的发展的重要一页，填补了中国电子商务 C2C 的空白。经过半年的发展，易趣网获得了“国内拍卖网站之冠”。易趣给当时中国苍白的互联网增添了不少亮点。然而，好景不长，随着市场竞争的激烈，特别是 2003 年淘宝网的诞生，易趣网的经营一直止步不前。2004 年 eBay 对易趣进行 100% 控股。但这强强联合并没有给易趣带来生机，更显易趣的水土不服，国内市场份额一路下滑至 29.1%。2006 年国内门户网站 TOM 接手易趣，易趣进行了二次创业，但 TOM 也没对易趣产生力挽狂澜的效果。到 2007 年，加上腾讯拍拍网的夹击，市场份额更是跌至 7.02%。虽然近几年我国 C2C 交易额一直在稳步增长，然而淘宝网一家独大，占领市场份额的 83.9%，其他的 C2C 网站经营状况让人担忧。根据 TOM 的构想，TOM 易趣将会淡化在国内 C2C 的形象，强调其海外特色，易趣将会发展呈一个国内用户购买海外商品的平台，成为一个将中国商品推向海外的 C2C 平台。

2006 年 eBay 易趣和国内领先的门户网站、无线互联网公司 TOM 在线携手组建成一家合资公司，就是我们现在看到的 TOM-易趣（图 1）。在易趣平台上，所有的交易将通过易趣，收取登录和交易服务费。易趣网上以竞价、一口价及定价形式，为个人以及大小商家提供了低成本高流量的销售渠道，为消费者提供物美价廉的商品。用户可以通过在线交易平台买卖各种各样商品。

易趣的收费主要分两种：一是商品登陆费用，易趣向卖家收取商品登陆费，登陆费用 1 元到 8 元不等，一商品最低成交价为计费基数；二是在每次交易成功后，收取相应的交易服务费，价格按每件商品在网上成交额额的 0.25% 到 2% 收取，如果为实际成交，则不收取。

易趣的付款方式：易趣用户付款主要安付通，安付通是易趣网上购物提供的第三方支付系统，可以支持 16 种货币交易。

易趣网的功能构架

1. 全球集市：分为中国馆、美国馆、加拿大馆，点击可以进入相应国家集市。大致发分类为：收藏爱好、文体娱乐服饰居家三大类。
2. 买东西：在这里可以从物品分类中找到需要的产品，也可以通过搜索物品进行检索，找不到的，自助代购中发布求购信息。
3. 卖东西：在这里可以开设店铺，发布商品、管理发布物品，使用卖家工具，了解店铺数据，做出营销方案。
4. 社区：买卖家沟通交流平台，发布求购信息。

我想知道...

易趣的优势：

1. 易趣虽然经过三次品牌更替，流失很多客户，但是易趣仍然是许多老网民的熟知的品牌，本身具备无可代替的价值。
2. 易趣和网易、TOM 等网站合作，充分发挥强势联合、资源互补的优势，极大丰富了网络消费服务的内容、充分拓展了易趣竞标的交易空间。
3. 易趣开辟了“网上代购”服务，意味着网民可以通过易趣买到海外商品。易趣代购的海外商品较国内购买有较大的价格优势。



图 1 易趣网首页

易趣事件

- | | |
|-----------------|--------------------------------|
| 1999 年 8 月 18 日 | 邵亦波和谭海音在上海创立易趣 |
| 2002 年 3 月 | eBay 获取易趣 33%的股份 |
| 2004 年 9 月 17 日 | 易趣与美国 eBay 平台成功整合 |
| 2005 年 | eBay 易趣市场占有率从 02 年的 79%下滑到 29% |
| 2006 年 12 月 | TOM-易趣成立 |
| 2007 年 8 月 30 日 | 易趣宣布重新回归市场 |



UU 联平台介绍

uu 联 C2C 平台是由厦门优优汇联信息科技有限公司的子公司厦门亿储信息科技有限公司开发的电子商务平台。厦门亿储信息科技有限公司拥有强大的软件开发和实验教学研究团队,所研发的电子商务实战教学系列软件多次获得国家级软件设计大奖,其中 C2C 电子商务实战教学软件代表厦门参加全国职业教育成果展;拥有阿里巴巴中文站、天猫供销、苏宁、1 号店、亚马逊、速卖通等平台的实际电商运营业务。公司通过多年的应用实践,与特步、七匹狼、木林森、荣事达等知名公司建立了良好的合作伙伴关系,并承办了“特步杯”全国电子商务实战技能大赛;与厦门大学、厦门理工学院、厦门电子职业中等专业学校进行了深度的教学合作,在电子商务教学领域积累了极其丰富的经验,拥有完善的知识体系和科学的方法论系统。

UU 联系统平台简介

UU 联 C2C 实战教学系统是以学校电子商务专业建设为契机,协同学校电子商务专业师资团队,通过企业调研,分析网店运营岗位的工作职责与工作技能,经过专业建设指导委员会论证,最终确定出系统的功能需求。以培养优秀网店运营实战经验优秀人才为宗旨的首创、仿真、实战、零对接的实训平台。

系统作用

让每个学生都可以管理一个店铺,模拟完整的电子商务交易流程,例如支付环节、售前咨询服务、售后咨询服务、物流发货与退货处理流程等;

解决学生在淘宝网、拍拍网等社会性第三方平台开店受到的多种限制,例如同一个 IP 下注册多个店容易被查封、需要年满 18 周岁才能开店、相同产品的店铺权重互相影响不利于网络营销优化推广等;

系统提供多种营销工具例如钻石展位、聚划算、天天特价、直通车、满就送、限时打折、优惠券等,解决学生在淘宝网、拍拍网等社会性第三方平台开店进行店铺促销活动需要付费;

系统可以对学生的店铺装修、营销工具使用情况进行智能评分,教师还可以在系统评分的基础上进行补充评分;

该系统可以对接淘宝数据包。

核心功能

C2C 实战教学平台拥有网店运营实训模块、班级管理模块、智能评测模块、在线学习模块、在线交流模块、营销分享模块。包含如下具体功能:前台功能、买家用户中心、买家订单管理、卖家(学生)用户商品管理、卖家(学生)订单管理、卖家(学生)店铺后台管理、卖家(学生)店铺前台管理、管理员后台设置、平台商品管理、平台店铺管理、平台交易管理、平台管理数据分析、文章分类管理功能、多种支付手段、网站报表统计功能、在线客服功能等。

我知道...

教学创新

- 1、**实训功能**:真实的电子商务交易平台,满足学生从购物到网店运营各个环节实训要求。
- 2、**教学功能**:以网店运营的工作岗位进行教学设计,转换相应的学习情境,符合教学规律和工作规律。
- 3、**智能评分**:通过系统检测评分、教学评分、系统排名等方式对学生实训成果进行智能评价,营造了竞争性的学习氛围、激发学生学习兴趣和积极性。
- 4、**互动功能**:通过短信息、教师建议、学生投票、分享等功能,增强师生互动、生生互动、网络互动,突破了交流的时空限制。

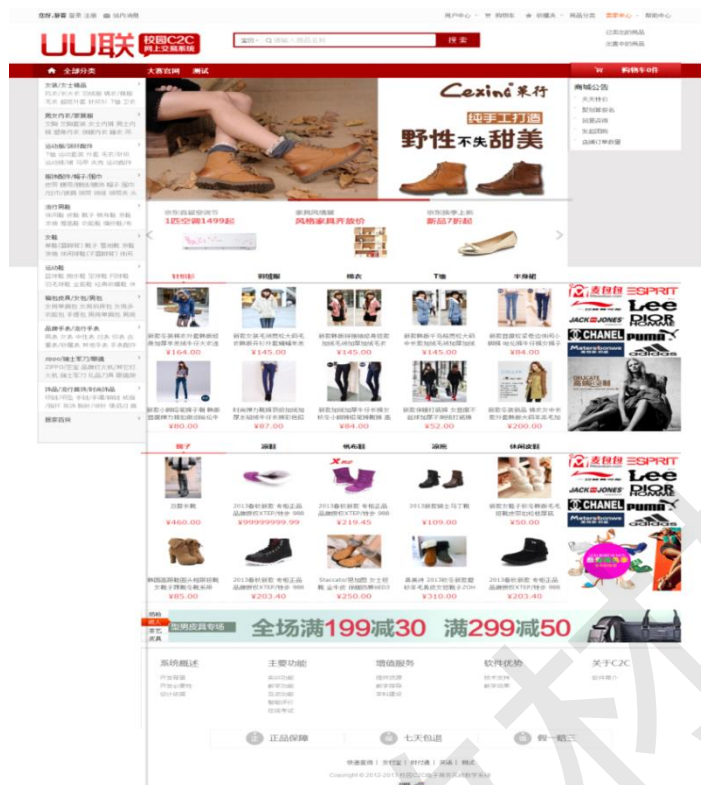


图1 UU联首页



图2 C2C 平台实训流程

课后作业

一、填空题

1. 淘宝网的网址是：()
2. 拍拍网的网址是：()
3. 淘宝网的创始人是：()
4. 拍拍网的创始人是：()
5. 易趣网的创始人是：()
6. UU 联的开发公司是：()

二、体验题。

1. 逛逛以下网站，完成下表内容：

平台名称	网站商品类型	您感兴趣的物品	您对该网站的感受
淘宝网			
拍拍网			
易趣网			
UU 联			

三、简单题。

1. 除了以上的 C2C 平台，您还知道其它的 C2C 平台吗？

2. 除了 C2C 还有哪些电子商务模式？

3. 您在生活中是否接触过电子商务？有哪些？他们是否属于 C2C 业务？

4. 请您根据淘宝、拍拍、易趣网的创立时间，按照时间的先后为这三个网站排序。

5. UU 联的平台特色是什么？

6. 您最喜欢哪位网站创始人？为什么？您能列举这些创始人的名人名句吗？

走进淘宝店铺

当前，低门槛的网络交易平台吸引了大量的卖家开店创业，在淘宝网开店创业成功的店主不胜枚举，这些店主们为自己的网店倾注了大量的心血，打造出一个个与众不同的特色网店。俗话说“知己知彼，百战百胜”，在开启网店前，让我们一起走进淘宝网，观赏小店风貌，品读店主创业故事。

淘宝店铺案例——妖精的口袋

妖精的口袋，是一个与时尚紧密接轨的年轻女装品牌，在淘宝立足不久即登上了电子商务大舞台，并获得过淘宝网最受欢迎女装评选第一名。妖精的口袋专注于打造独立、自信、优雅、小资以及小暧昧的品牌形象，销售群体为 18-30 岁追求时尚敏感度的品味女性。街头、淑女、另类、休闲，各自精彩，满足客户所有的完美情节。

打开“妖精的口袋”（<http://shop33756187.taobao.com>）首页（图 1），我们可以看到店铺招牌上醒目的 LOGO，是一枚圆形的狐狸头像（图 2），带着皎洁且坚定的眼神，秀美在外、智慧其中；恰如现代女性不仅拥有独立自主的内心、更不失精致秀美的外在的完美形象。

在店铺装修上，店主把店铺装修得非常具有青春气息，“欧美田园风”、“文艺风”等风格的女装引入眼帘，首页广告区轮番播放的每一张服装海报上都有一个动听的服装主题，如“青柠檬之味”、“古兰朵的谜语”、“青春是什么”，让人印象深刻，一眼就能找到自己喜爱的服装主题，进入到商品选购页面。

在商品描述上，店主为店里的每一件衣服都撰写了一段唯美的文字描述（图 3），配上店主精心搭配好的服装拍成的美图，让你在看每一件衣服时都充满惊喜和想象，如店铺中一件“印花撞色田园衬衫”，店主将其标题描述为“像糖果一样~秋装童话棒冰梦印花撞色田园衬衫”，充满了童话梦幻色彩，很是符合衣服的特色，商品详情描述为“打开的门窗，穿堂而过的风；躺在麻将凉席上昏昏欲睡的小女孩，心随着窗外的树影慢慢地摇；醒来的时候，欢喜莫明”。通过这些文字的诠释，赋予了每款服装不同的个性和生命，并辅以成篇的文章去解析，满眼的复古文艺范儿，又不落俗套。估计没有多少姑娘能抵挡得住诱惑吧。

这个店铺之所以深受年轻女性的喜欢，除了服装设计上的与众不同外，还有赖于店主对店铺整体风格的定位精准，店铺装修小而精美，文字描述生动富有情趣，这个小店的时尚，需要你读着小文，看着模特身上的衣服和眼神，慢慢去享受。

我想知道...

店主创业故事

2006 年，店主 24 岁，是个 English teacher，她是全校最奇怪的老师，留金棕色的小卷发，从不按老校长的喜好穿衣服。2006 年 6 月 25 日，她做了一件事，把堆成山的衣服裙子鞋子包给转卖掉，再去换些新衣。于是，一家叫做“妖精的口袋”的闲置淘宝店开张了。2007 年 5 月，她花 300 元叫了一辆小货车，带上十几箱子书和货，义无反顾地离开了家走上了创业之路。2008 年，她有了一支团队，兄弟般不分彼此地跟着她打拼。她说，“梦想是最强大的镇静剂，能挺过任何事情，值得努力。”直至 2013 年 6 月，妖精的口袋经过店主 7 年的打拼，获得“淘宝网快速成长女装店铺”“淘宝网最受欢迎女装评选第一名”等荣誉，并成为淘宝女装类目官方合作伙伴。



图 1 妖精的口袋店铺首页



图 2 店铺 LOGO



图 3 店铺商品描述

为什么店铺叫做“妖精的口袋”?

因为，我们一直相信无论什么样的女孩子，心里都藏着一块地方，这块地方不会因为年岁或经历被磨平和改变，因为那里住着一个妖精，天真、热情、多变、敏感、却又情绪化、孩子气、古灵精怪、叫人捉摸不透，那是原本真实的你的影子，美好的你，永远不会消失。

走进拍拍店铺

毅雅女鞋从 08 年开始就一直致力于电商行业，并于 2011 年 8 月，入驻拍拍平台，目前拍拍店团队运营和设计一共 15 人。整个拍拍 PC 端加移动端的年成交额在 4000 万-6000 万之间。当我们看到这个惊人的数字，不禁会伸出大拇指，可想而知辉煌的背后，一定承载着无数的努力和汗水，那就让我们去探究毅雅的经营秘笈。

拍拍店铺案例——毅雅女鞋旗舰店

毅雅女鞋旗舰店，一家专营女士休闲皮鞋、皮靴的网店，从 2011 年在拍拍网开店至今，店主一共售出近 100 万双女鞋，也积累了相当多的老顾客，该店在 2011 年 6 月大促活动中，一举冲入 Top 商家排名，一鼓作气光 6 月成交额就达 55 万，7 月又突破 100 万，经过努力，9 月份成交额突破 300 万。同时，店主又顺势开了两个新的品牌店铺。随着拍拍的团队慢慢壮大，在高涨的战斗热情下，两家新店铺都在一个月时间内迅速挤进 Top 商家排名。整个第四季度，毅雅稳坐头把交椅。2013 年毅雅自己建厂，仓库与工厂占地面积达 3 万平方米，日产量也达到 10000 双，开始走上了自产自销之路。三年的坚持与努力，毅雅已经为 100 万位女士提供过优质产品和服务，并获得高度好评。

打开“毅雅女鞋旗舰店”首页 (<http://shop.paipai.com/855006738>)，店铺装修风格简洁时尚（图 1），主要以突显产品为主，热卖的单品被放置在店铺广告区域，第一时间引起消费者的关注。进入到商品详情页，可以看到该店的链接主图简洁、清晰、大方，模特试穿效果图也突出了产品的特色（图 2）。与淘宝网不同的是，拍拍网店中，与客户沟通的即时聊天是腾讯 QQ，而淘宝店铺中，则是用阿里旺旺与客户沟通。

眼看双 12 马上临近了，店主认为这是商家与客户一次感情沟通的盛大宴会，于是在网店推出了限时抢购（图 3）、互动抽奖、有奖竞答等活动，答对的都有赠品，老顾客分享店铺，截图分享到微信朋友圈，也都会有赠品和现金补贴；店主同时也让客户提些建议和想法，好的建议会被店主采纳，赠予客户礼品，这样的做法虽然简单，但是在前不久的双 11 的活动中，就有明显的效果，确实能引来很多流量。这使我们更期待毅雅双 12 的开门红。

我想知道...

店主创业故事

“心存梦想，永远不要说放弃”，这也是毅雅女鞋旗舰店陈先生经常挂在嘴边的话，时刻激励着自己。可以说每一个卖家成功的背后，总有些许不同的心路历程，这也是征途路上的宝贵财富。当谈及为什么选择拍拍店，店主陈先生这样回答：“拍拍做了好多年，对拍拍有着很深的感情，而且拍拍平台技术比较成熟，发展速度也快，市场前景开阔，也是一个对商家非常负责任的平台。在拍拍，毅雅从一个不出众的小店成长为鞋靴类目 Top 商家，也是拍拍见证了我的成长轨迹。”

近期，陈先生准备开启毅雅女鞋微店的时候，首先就想到，要把 100 万的优质顾客导入到微店，成为毅雅忠实的粉丝，毅雅也可以为顾客提供更多元化的优质服务。提到引流，先生说其实里面还是有很多窍门的。经过三年的苦心经营，陈先生的拍拍毅雅团队已经对拍拍的广告营销系统非常熟悉。引流广告，里面算法很复杂，但是原理又很简单，作为一个推广必须要了解清楚这个引流工具是怎么运作的，要注意哪些事项。另外一方面，就是维护已有的粉群体。陈先生认为，在充满新奇事物互联网的时代，怎样调动客户的兴趣是他们想的最多的话题，同时客户在面临选择的时候也会做各类的比较，那么怎样吸引顾客过来，这个时候各个商家都会推出不同打折促销或者是和一些客户互动的活动，同时定期推出红包和优惠券，在一定程度上满足老客户，激发老客户的购买力，让老顾客觉得很有意思，对毅雅持续关注老客户。



图1 店铺首页



图2 店铺商品展示

走进 UU 联店铺

UU 联是厦门优优汇联信息科技有限公司研发的 C2C 实战教学系统,是一个用于职校电商专业的 C2C 实战教学平台。学生可在平台上申请开店,教师审核后,学生就拥有了自己的网店。学生可利用软件提供的商品管理功能逐个上传商品或通过淘宝助理批量导入商品,也可以通过店铺装修功能美化自己的店铺。现在使用 UU 联进行教学的有好几所学校,学生们在老师们的指导下开启了属于自己的特色店铺,下面我们就一起来看看 UU 联的店铺吧。

UU 联店铺介绍——“拾点拾分”手表店

“拾点拾分”手表店是由福建厦门某校比赛特训班的学生搭建的,主要以销售“Time2U”的系列手表为主,想要进入该店铺,首先要登录 UU 联首页(<http://test-c2c.uulian.com.cn/>),在首页的店铺搜索框中输入“拾点拾分”店铺名称,即可进入店铺列表页面(图 1),再点击进入店铺首页查看即可。

进入到店铺首页,我们可以看到 UU 联店铺的整体布局(图 2),与淘宝网、拍拍网的店铺很相似,顶端是店铺的招牌,接着是广告促销区,最后是商品陈列区,店铺的右边为店铺基本信息、店铺搜索栏,以及店铺分类。“拾点拾分”整体装修风格,时尚简约,符合产品风格,广告区的产品海报设计也比较有创意。点击某款手表,进入商品详情页面,可以看到商品展示图片较为清晰,文字描述与产品图片都经过了美化处理。此外,在店铺的导航功能设计上,学生为店铺添加了“品牌故事”这一功能分页,点击进去可以看到“Time2U”的品牌介绍:

时间由你,时尚有你

Time2U 是英文“Time To You”的缩写,中文意为“时间由你”。名如其物,Time2U 倡导一种现代、时尚、豁达和积极的时间观。

千百年来,人们对时间不断前进的步伐,对时间不为任何个人而停留片刻的无情和无私,从来就有积极和消极两种时间观。在 Time2U,时间和时尚不期而遇,赋予了时间全新的创意和时尚概念。Time2U 提倡积极向上的自信精神,不被时间左右,而是主动掌握时间,这是一种现代时尚的时间观。掌握时间,即能掌握自己,在 Time2U 里你能找到追求、简约、潮流、经典、自我、自信、创意与时尚,你能拥有浪漫、活力、雅致、奢华、个性与品味。

Time2U 是时尚的装饰、流行的符号、个性的代表,是中国乃至全世界新一代年轻人的时尚装备。

总体来说,学生搭建的整个店铺不管是整体,还是产品的细节展示都是相对较为完整的。可以作为我们今后在 UU 联开店的参照店铺,也可以在此基础上进行完善与创新。

我想知道...

UU 联系统介绍

每个学生都可以在整个平台申请店铺和管理自己的店铺,平台系统模拟完整的电子商务交易流程,例如支付环节、售前咨询服务、售后咨询服务、物流发货与退货处理流程等;系统提供多种营销工具例如钻石展位、聚划算、天天特价、直通车、满就送、限时打折、优惠券等,解决学生在淘宝网、拍拍网等社会性第三方平台开店进行店铺促销活动需要付费;平台系统可以对学生的店铺装修、营销工具使用情况进行智能评分,教师还可以在系统评分的基础上进行补充评分;该系统可对接淘宝数据包。

首页 商品分类

店铺名称: 拾点拾分

店主:

所在地: 所在地

店铺等级: 店铺等级

店铺	商品数量	店主	信用度	店铺等级	所在地
 拾点拾分	20	jybgay 注册时间		比赛特训班	中国 福建省 厦门市

1 1 下一页

图 1 店铺列表页面



Time2U 店铺首页展示。顶部有品牌标识和宣传语。中间部分是一个大型促销横幅，内容为“真情钜献，感恩送礼，全场满200立减20”，并配有“FAMILY LOVE FRIENDS”的英文标语。下方是一张展示多人奔跑的图片，传达积极向上的品牌理念。底部区域包含“店内搜索”、“热门推荐”和“全部商品”三个主要板块。热门推荐板块展示了四款不同设计的智能手表，每款都附有详细的产品描述、型号和一口价。

真情钜献，感恩送礼
全场满200立减20

FAMILY LOVE FRIENDS

Time2U 时间由你

热门推荐

- TIME2U 时尚真皮水钻创意彩色表带手表 29045 一口价: ¥759.00
- TIME2U 大表盘户外设计户外运动手表 29038 一口价: ¥179.00
- TIME2U 卡通时尚防水可爱卡通女手表 30059 一口价: ¥59.00
- TIME2U 创意防水变色表盘手表 29040 一口价: ¥599.00

全部商品

图 2 店铺首页



课后练习

一、问答题。

1. 课本上几个店主的网店，您更喜欢哪个？为什么？
2. 走进店铺，您觉得妖精的口袋的店铺特色是什么？
3. 阅读店主的案例后，请您总结成功店主的素质和修养？
4. 您觉得自己具备哪些素质是和成功店主相同或相近的？
5. 请您对自身的优势与不足作出分析？

优势	不足

二、体验题。

请您登录各大 C2C 平台的店铺，完成下列表格。

在各个网站查找以下商品：	平台名称	店铺名称	商品价格	商品评价
XTEP/ 特 步 988119110603 	易趣网			
	拍拍网			
	淘宝网			
	UU 联			

注册店铺会员

了解了各大 C2C 平台的基本情况以后,你是否更加跃跃欲试、迫不及待要开起属于自己的网络店铺了呢?不管是在网上开店还是网上购物,都要注册成为会员,才能使用网站提供的各种服务。本节将以 UU 联为例,详细讲解会员的注册和登录方式。

注册会员

打开 UU 联 C2C 实战教学系统平台的主页 (<http://test-c2c.uulian.com.cn>), 网站 logo 的正上方可以看到“免费注册”的字样, 点击进入填写自己的注册信息(图 1)。

在注册页面填写个人信息

填写用户名, 填写密码, 再次输入同一密码, 点击同意协议并注册(图 2), 提交后页面出现注册成功字样。最后, 看到页面刷新为“注册成功”提示页面, 说明会员免费注册成功, 这时, 你就是 UU 联网站的会员了。

登录会员

在注册会员成功 3 秒钟后, 页面会自动跳转到首页, 这时可在商业的左上方看到“您好, XXX”, 则为正常登录状态, 如果不小心关闭网页, 则重新再输入 UU 联主页网址, 直接点击“请登录”, 输入已经注册成功的会员名和密码, 点击“登录”即可。

我想知道...

注册过程注意事项:

在淘宝网的注册过程中, 为了注册的顺利进行, 有以下几点需要注意:

(1) 会员名: 即用户名, 用户名可填写中文, 要求 5-20 个字符(一个汉字为两个字符), 只允许中英文和下划线。填写申请的会员名时要慎重, 因为一旦注册成功以后, 会员名就不能修改了。

(2) 密码: 密码由 6~16 个字符组成, 一定要同时包含英文字母、数字和符号中的至少两种。输入密码时, 使用英文字母加数字或符号的组合密码, 可增加密码安全性。注册成功后, 可以修改初始密码。

(3) 电子邮件: 输入常用的电子邮箱地址, 以后网站很多事宜都会通过电子邮件和会员联系, 包括找回密码、交替提醒等。



图 1 注册入口

您好,游客 请登录 免费注册 消息

UU联 C2C实战教学系统

用户名:

电子邮箱:

登录密码: 弱 中 强

确认密码:

同意协议并注册

用户服务协议

图 2 注册表单

设置会员个人资料

成功登录会员账号后，可以完善会员个人的具体信息，如可以设置个人头像、性别，填写具体地址、联系电话，还可以添加网站的其他会员为好友，与好友互发短信息，这些功能都可以在“用户中心”中实现。具体如何操作，请阅读本小节内容。

设置会员个人资料信息

点击进入网站登录页面，成功登录后进入“用户中心”分栏（图 1），进行账户常用信息设置：

（1）个人资料

如（图 2）所示，个人资料中的真实姓名、性别、生日、QQ、手机、头像可以完善，如需修改账户登录密码和注册时用的电子邮箱，也只需在“个人资料”板块中的“修改密码”和“修改电子邮箱”中进行操作。

上传会员头像，大小最好在 120 像素*120 像素以内，图片的格式可以是 JPG/GIF，静态或者动态图片都可以显示。

（2）我的地址

在个人资料中“我的地址”里，点击“新增地址”，在生成订单时系统会自动读取默认的收货地址（图 3），无需重复填写。最多能保存 20 个收货地址，可以一次性填入多个常用地址。在填写地址时，要填写收货人姓名、所在地区、详细地址、邮政编码、电话号码、手机号码。

（3）我的好友

这一功能模块主要有以下两大内容：

- ① 在“好友”里添加网站其他会员为好友，一次性添加多个好友时，多个用户名请用逗号隔开，添加好友后，好友列表才显示添加的用户名单
- ② 在“短信息”：添加好友后，显示好友列表，可以选择单个或批量给好友短消息或删除好友（图 4）。短消息模块主要包括“未读消息、私人消息、系统消息、公共消息”这 4 方面的内容，买家还可以自动“发送短消息”。

（4）我的咨询

进入咨询管理界面，包括“全部咨询”、“未回复咨询”和“已回复咨询”三个管理项。在“全部咨询”中我们可以看到所有回复和未回复的咨询。

我想知道...

设置会员个人信息注意事项

在填写个人资料时，真实姓名要填写完成，方便教师在管理系统后台可以快速找到学生的店铺进行评价。

在填写我的地址时，收货人的电话号码可以写固定电话，电话号码和手机号码一栏，两个中至少要填写一个。

短信息的功能，需要在添加好友后才能使用发送信息，删除好友等功能。

我的咨询这个页面，可以看到客户对店铺商品提出的疑问和咨询，我们可以选择一一回复客户咨询的问题。



图 1 用户中心

当前位置: 首页 > 用户中心 > 基本信息

基本信息 | 修改密码 | 修改电子邮箱



用户名: 啦啦陈

电子邮箱: 815517480@qq.com

真实姓名:

更换头像

性别: ☒ 保密 ☐ 男 ☐ 女

生日:

QQ:

手机:

保存修改

我的交易

- 我的购物车
- 已买到的商品
- 我的收藏
- 我的积分
- 我的优惠信息

个人资料

- 个人资料
- 我的地址
- 短消息
- 好友
- 我的咨询

图 2 个人资料

地址列表 新增地址

收货人姓名	所在地区	详细地址	邮政编码	电话/手机	操作
方琳	中国 福建省 厦门市	思明区软件园二期望海路41号408	361000	/ 13959206666	编辑 删除

图 3 我的地址

好友列表 添加好友

☐ 全选 [短消息](#) [删除](#)

	nice43	短消息 删除
	admin	短消息 删除

☐ 全选 [短消息](#) [删除](#)

图 4 好友列表

全部咨询 | 未回复咨询 | 已回复咨询

全选	删除	咨询内容	回复	删除
☐	删除	斜纹布低跟TPR底防滑拖鞋 人字拖 拖鞋 (商品咨询)	xevs1314王	删除 回复
咨询内容: 请问, 发货速度快吗?				
2013-10-08 15:02:29				
☐	删除	罗马风格碎花中跟EVA拖鞋 波跟女士人字拖 厚底拖鞋 (商品咨询)	游客	删除 回复
咨询内容: 请问, 发货速度快吗?				
2013-10-08 14:56:44				
☐	删除	亚麻帆布鞋 休闲女鞋 透气透气女款单鞋懒人鞋 (商品咨询)	xevs1314王	删除 回复
咨询内容: 请问, 发货速度快吗?				

图 5 站内信息

课后练习

一、填空题。

1. 您的 UU 联会员名为 ()
2. 您所绑定的邮箱为 ()
3. 您添加的地址为 ()
5. 您所绑定的 QQ 为 ()

二、问答题。

1. 注册会员的步骤是？
2. 如何设置个人的真实信息？
3. 如何添加站内好友？
4. 如何向站内好友发送信息？
5. 如何参看自己的“全部咨询”？

三、体验题。

请您登录会员账户，在用户中心添加 20 位站内好友，并向他们发送问候信息。

站内好友截图：

搜索商品技巧

琳琅满目的各类商品、争奇斗艳的各路店铺，无不利用各种资源吸引买家的眼球，让买家一下子在网络市场中“迷路”了。如何熟悉网络市场的“街道”、“门牌号”，找到满意的商品呢？

商品搜索技巧

(1) 关键词搜索

在 C2C 实战教学系统首页搜索栏(图 1)，输入要查找的商品的名称或描述性词语，也称为“关键词”，然后单击“搜索按钮”查看搜索结果。

(2) 使用分类查找

如果要找的商品没有特殊限制，可以通过商品分类进行查找。在 C2C 实战教学系统平台首页的左侧分栏中有“商品全部分类”目录(图 2)，点击分类查看该分类下的所有商品关键词，选择即可。

(3) 店铺搜索

平台首页搜索栏的左侧提供“宝贝”和“店铺”切换，可直接输入店铺名称或名称中的部分关键词进行搜索。

(4) 高级搜索

单击搜索框右侧的“搜索”，进入高级搜索页面，页面中提供更多的搜索条件，方便买家同时有多个搜索条件时更快捷的找到指定的一件或几件相关的商品，也可以找到指定的店铺（图 3）。

我想知道...

搜索商品关键词填写技巧

第一招：明确搜索词

搜索词的选择很重要，核心关键词的选择要有技巧。

例：假如你想买件韩版流行短袖棉 T 恤：

A、输入“韩版 流行 棉 短袖 T 恤”只有少数记录；

B、输入“韩版 T 恤”，则显示更多相关记录，都是韩版 T 恤；

第二招：搜索词&空格的妙用

在搜索框中“兰寇 眼霜”比“兰寇眼霜”只多了空格，但显示的搜索结果数量却完全不同。你可以试试。

第三招：用好分类

不知道您是否注意到，搜索框里有 2 个下拉菜单（在我们输入要搜索的商品并点击“搜索”按钮进入下一页时，会看到搜索栏有 2 个下拉菜单），有宝贝的分类及搜索的内容。

比如：您搜索宝贝“火柴盒”，会发现有很多汽车模型，原来它们都是“火柴盒”牌的。但当您搜索时选择了“居家日用”分类，就会大大简化了搜索工作量。

第四招：使用“-”号

使用“-”号，可以避免搜索减号后面的那个词。如搜索“佳能 打印机 -喷墨”。查找出来的商品就是佳能打印机，而其中的喷墨打印机就不会再来麻烦你了。

第五招：不必担心大小写

淘宝的搜索功能不区分英文字母大小写。无论您输入大写还是小写字母都可以得到相同的搜索结果。输入“nike”，或“NIKE”，结果都是一样的，因此你可以放心搜索。

图1 首页搜索栏



图2 首页商品分类



图3 店铺搜索栏

选购商品

当我们学会了搜索商品的技巧，接着便可以在网上寻找自己需要的商品，将其购买下来了，具体应该操作呢？完整的购物流程是选购商品——拍下商品并支付——收货并评价。本小节主要讲解如何选购商品。

选购商品

- (1) 搜索商品。通过关键词搜索、商品分类或主题活动找到想要购买的商品。
- (2) 咨询卖家。购买前对商品有任何疑问，可以通过即时通讯工具阿里旺旺和 QQ 与卖家交流。（图 1/图 2）
- (3) 加入购物车。在商品的详情页面上方，可以填写购买该件商品的数量，确定购买后，点击“加入购物车”，添加成功后，可以选择查看购物车中的商品，或者选择继续挑选其它商品（图 3）。

管理购物车

点击网页上方的“购物车”，进入到购物车编辑页面（图 4），可以对购物车中的商品增加或减少购买数量，也可以删除购物车中的商品，重新回到网店中挑选。

我想知道...

选购商品注意事项：

网上购物本该是件开心的事情，但是由于交易过程中的一些疏忽，难免会发生一些纠纷，下面总结了一些经验，与大家分享，避免交易中的不愉快。

1. 图片

对于不是实物拍摄的图片，大家多少要警惕一些。如果你是对质量有很高要求的话，建议谨慎选择非实物拍摄的商品。

2. 看卖家的信用等级

卖家的信用好，等级高，说明卖家的店铺销量不错，好评率也较高，可以考虑在其店里选购喜欢的商品。

3. 看看卖家的评价

重点看一下店铺里的中评和差评的交易是怎么形成的，如果有大量对于产品质量、服务质量的投诉，就要警惕一下喽。如果在一个诸多差评的钻石卖家和一个 100%好评心级卖家中，我肯定会选择后者的。

4. 了解自己的情况

饰品类买家要了解自己对各类材质是否过敏。服装类买家要了解自己的穿衣尺寸。在购物的过程中告知卖家。减少因材质、尺寸等问题造成的不必要的纠纷

5. 买前多多询问

不要怕麻烦哦，因为如果买到不合适的商品将会更麻烦的。有些卖家因为商品种类繁多，难免会在物品页面上写的不详细、出现错误、或者缺货。所以购买前最好把自己很注重的问题，如尺寸、颜色等等，先跟卖家确认清楚。

6. 保留聊天记录

在与卖家沟通的聊天记录保存好，如果不幸遇到不认帐的卖家，可以作为投诉证据。



图 1 客服列表



图 2 旺旺联系页面



图 3 加入购物车



图 4 购物车编辑页面

结算与支付

不管在哪个网站购物，都少不了的操作就是结算与支付。往往在下单完成支付后，卖家们才会给我们发货，本小节将讲解如何结算与支付已经选购的商品。

如何结算

登录会员账户后，点击首页顶端的“购物车”，进入到购物车里的商品列表页面，确认所买的商品的信息与结算金额无误后，点击页面右下方的“结算”（图 1）。这时，页面会跳转到提交该笔订单的页面（图 2）。如之前没有设置好在用户中心的“个人资料-我的地址”，则在此处还需要填写收货地址，填写完成后系统会勾选“自动保存收货地址”，选择后该地址将会保存到您的收货地址列表。您还可以点击“管理收货地址”转入到用户中心的“个人资料-我的地址”页面，添加多个收货地址，或是更改地址。

地址填写完整后，需要选择卖家提供的物流配送方式，每笔订单只能选择一种配送方式，当该笔订单有多件商品并且需要分开配送，需要在旺旺或是 QQ 上与卖家说明。

接着，在确认订单信息一栏，对购买的该件商品有特别的要求，可以在“补充说明”一栏留言给卖家，如填写“我选择的这双鞋子要 37 码，请给我礼品盒子包装好，谢谢。”这样一来，卖家在发货时，会根据您的要求给您发货。

所有订单页面信息完善后，点击页面下方“提交订单”。

如何支付

订单提交成功后进入到支付页面，该平台支持网银、支付宝、线下支付、货到付款等多种方式（图 3）。如果选择线下支付，则需要输入相关支付信息（图 4）。支付成功后可进入“用户中心”——“已买到宝贝”查看商品的发货及物流状态。已经支付成功的订单状态会由“待付款”变成“待发货”。

我想知道...

选择支付宝支付，账户中的资金足够，可无法付款？

情况 1：您购买商品的支付宝账户绑定了快捷支付（含卡通）服务，银行卡里有资金，而支付宝账户没有余额，这种情况下您可以使用快捷支付（含卡通）服务付款。

情况 2：如您是支付宝数字证书用户，若换了电脑操作，数字证书没有安装，也无法使用余额付款。建议您在“安全检测”中查看您的证书，看是否需要安装证书，安装成功之后可以用账户余额付款。



图 1 结算页面



图 2 提交订单



图 3 选择支付方式



图 4 输入支付信息

确认收货及评价

网上购物的最后一步就是在网上确认收货及评价。在我们收到包裹后，检查买到的宝贝有无运输过程破损，或是质量、色差等问题，如有问题可以及时与卖家沟通，如确定不需要退换，可以在确认收货后给卖家相应的评价。

等待卖家发货：

卖家看到买家付款到支付宝后会发货，发货后也会到支付宝系统确认发货，此时买家看到的商品交易状态为“卖家已发货”。

确认收货

买家收到商品后，如果对商品表示满意，那么就要进行收货确认：

- (1) 点击“用户中心--已买到的商品”，在需要确认收货的商品右边点击“确认收货（图1）”；
- (2) 在弹出窗口页面，点击“确认”（图2）。

评价卖家

在确认收货后，方可进入评价卖家页面（图3），这时可以选择对卖家的评价，评价等级分为好评、中评、差评。如果对商品的质量或是对卖家的服务态度有何建议、感受，可以直接填写在评价框里，并点击提交。这时，整个交易完成，支付宝公司将商品的钱转到卖家支付宝账户中，而买家的该件商品的交易状态也显示为“已完成，已评价”。

会员在网上的每一笔交易成功后，双方都会对对方交易的情况作一个评价，这个评价就是信用评价，它是公平，公正的，是建立网络诚信制度的基础。卖家在网上的信用度就是建立在信用评价的基础上。

一般购物网站评价的有效期是交易成功后的15天内。如果过了评价有效期，将不能进行评价。如果在评价前已完成了支付宝全额退款，就不能操作评价了。只有交易成功的评价才能计分。

我知道...

货物签收注意事项：

1. 在签收前先检查货物外包装是否完好，箱子封口是否完好，重量是否有明显差别。
2. 无论是否发现外包装有明显破损或者撕开过的痕迹，签收前都要在快递员面前验货，并在运单上做出备注再进行签收
3. 发现货物破损、丢失等情况请准备好货物发票，实物照片等信息，通知网店客服人员安排后续赔偿工作。
4. 货物的正常签收标志着转运全程的终结，正常签收后货物出现的任何情况，物流公司将不承担责任
5. 包裹签收后，如有任何问题请在签收72小时内反馈给网店客户。

订单号: 1433613313

店铺名: 足下之星

订单状态: 已发货

T库 5色2013特步正品 男女款情侣跑鞋987119119358/987118119358

价格: ¥156.00

数量: 1

下单时间: 2014-12-03 21:48:30

支付方式: 支付宝

订单总价: **¥166.00**

查看物流

确认收货

查看订单

图 1 选择确认收货商品

确认收货

您是否确已经收到以下订单的货品?

订单号: **1433601071**

注意: 如果你尚未收到货品请不要点击“确认”。大部分被骗案件都是由于提前确认付款被骗的, 请谨慎操作!

确认

取消

图 2 确认收货

评价商品

店铺名: 足下之星

T库 5色2013特步正品 男女款情侣跑鞋987119119358/987118119358

数量: 1

价格: ¥156.00

我的评价

☒好评(加一分)

☐中评(不加分)

☐差评(扣一分)

店主的服务态度好, 鞋子质量也很不错, 好评!

注意:
请您根据本次交易, 给予真实、客观、仔细地评价。
您的评价将是其他会员的参考, 也将影响卖家的信用。
累积信用和计分规则:
中评不计分, 但会影响卖家的好评率, 请慎重给予。

提交

以后再评

图 3 给卖家评价

收藏店铺及商品

网络市场里的商品琳琅满目，我们在购物的时候都免不了精挑细选，货比三家，但是如何将自己找到的商品页面保存下来，方便我们在挑选完毕后进行比较呢？本节我们将讲解如何收藏店铺以及收藏店铺里的商品。

收藏店铺

在浏览 UU 联的店铺时，当你发现某家店铺特别物美价廉，想收藏起来，方便与其他家的产品进行比较，或是方便今后继续在该店铺选购商品，这时你不妨把这家店铺收藏起来，具体操作方法如下：

（1）在店铺首页的左侧，找到店铺的基本信息栏，点击客服下方的“收藏该店铺”（图 1），这时候会弹出一个“收藏店铺成功”的文本框，说明你已经成功收藏店铺。

（2）参看已经收藏的店铺，请点击页面上方的“用户中心”，进入用户中心页面后，点击页面左侧的我的交易下的“我的收藏”，即可参看已经收藏的所有店铺列表。

（3）在每个收藏的店铺右侧都会有“发站内信”的按钮，点击进去即可发站内短信息给该店的店主，询问店主问题（图 2），店主看到你的疑问后会及时作出回复。

收藏商品

在浏览店铺时，发现心仪的商品，但是又不能决定是否立即购买，这时你可以把该商品收藏起来，方便继续选购。具体的操作方法如下：

（1）在商品详情页面上方，点击商品图的下面“收藏商品”的字样（图 3），当弹出“收藏商品成功”的文本框时，说明你已经成功收藏商品。

（2）参看已经收藏的商品，请点击页面上方的“用户中心”，进入用户中心页面后，点击页面左侧的我的交易下的“我的收藏”，即可参看已经收藏的所有商品列表。

（3）在每个收藏的商品右侧都会有“发站内信”的按钮，点击进去即可发站内短信息给该店的店主，询问店主关于该商品的问题（图 4），店主看到你的疑问后会及时作出回复。

我知道...

在淘宝网里如何收藏店铺和商品？

（1）收藏店铺。你可以点击淘宝网任一宝贝页面上方淘宝掌柜会员名处，会自动显示店铺档案，选择“收藏本店铺”按钮收卖家的店：然后在跳出的页面输入个性标签，非必填；如你的收藏愿意公开给他人，可勾选“公开收藏”；最后点击“确定”按钮即可。在你把卖家店铺加入收藏夹后，保存是没有期限的，只要你在管理收藏夹时不操作删除，收藏的宝贝和店铺一直都会在。

（2）收藏商品。若当前你是未登录状态，再点击“收藏宝贝”按钮后，系统会先提示你登录账号，输入会员名和密码登录成功后即可进入下一步收藏环节；若你已是登录状态，点击宝贝图片下方的“收藏宝贝”按钮即可。收藏成功会弹出提示页面，你可点击页面中的“查看收藏夹”去查看你收藏的宝贝。



图 1 收藏店铺



图 2 向店主发站内信息

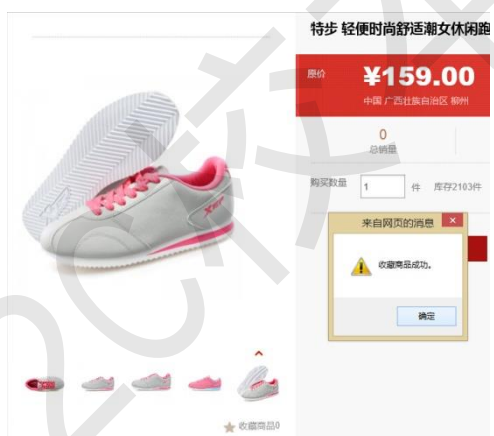


图 3 收藏商品



图 4 向店主询问商品信息

课后练习

一、填空题。

1. 搜索商品的四种方式：

- (1) _____
- (2) _____
- (3) _____
- (4) _____

二、问答题。

1. 列举选购商品的注意事项。

2. 如何收藏商品以及收藏店铺？

3. 如何向收藏店铺的店主发送咨询？

4. 列举货物签收的注意事项？

5. 如何评价卖家？评价卖家有几个等级？每个等级评价对卖家有何影响？

三、体验题。

请您登录会员账户，在 UU 联尝试购买一件商品，完成下列表格

您找到该店铺的搜索方式：		
您找到的店铺截图：		
您购买的商品截图	店铺名称	
	商品名称	
	商品价格	
	商品特色	
	商品销量	
	商品评价	
	是否结算完成	
	是否确认收货 以及您的评价	