

跨境热销书“蓝宝典”火热再版！  
内容全面更新、结构优化、新热点补全！



# 跨境电商 多平台运营 实战基础



易传识网络科技 主编  
丁晖 等编著

第2版  
全新内容  
精炼 补全

阿里速卖通、Amazon、eBay、Wish、Lazada等  
跨境B2C实操干货、运营攻略尽在书中！

· 本书配有PPT课件，详见封底说明。

A Basic Guide for  
Cross-Border E-commerce  
Practice on Multi-Platforms

仰望 / 跋涉 / 印记

一本书就是一次跋涉。  
轻跳高山，  
是开始旅途的勇气来源，  
而行过的脚印，  
则是记载生命进深的记号。



跋涉文化传媒  
THE TRUDGE Media Inc. www.trudge.cn

中国工信出版集团

电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
http://www.phei.com.cn

# 跨境电商

## 多平台运营

### 实战基础

第2版

易传识

易传识网络科技 主编  
丁晖 等编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

《跨境电商多平台运营（第2版）——实战基础》通过实操指导的方式，以最适合新手入门的速卖通为主要讲解平台，由浅入深地介绍了从事跨境电商的知识和速卖通平台运营技巧，并结合 Amazon、eBay、Wish、Lazada 平台的市场状况、客户来源、业务模式、运营规则与要求等特点进行了深入分析，勾画出跨境电商多平台运营的全貌。

本书通过 13 章内容的讲解，与读者分享了我国跨境电商大潮中最精彩的知识与经验，内容包括跨境电商概论、速卖通平台规则、跨境电商选品、市场营销、视觉设计、数据分析、客户服务、跨境物流、收款与支付，以及 Amazon 平台、eBay 平台、Wish 平台和 Lazada 平台的介绍。

跨境电商发展势不可挡！如今国内已形成速卖通平台、Amazon 平台、eBay 平台三分天下的格局，更有后起之秀 Wish 平台、Lazada 平台大放异彩。在这样的现状下，跨境电商的多平台运营如何做，成为所有跨境电商卖家共同关心的问题。

本书适合所有已经从事跨境电商，或有志于此的朋友们阅读，让天下没有难做的跨境生意。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

跨境电商多平台运营：实战基础 / 易传识网络科技主编；丁晖等编著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2017.7

ISBN 978-7-121-31412-4

I. ①跨… II. ①易… ②丁… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 085012 号

策划编辑：张彦红

责任编辑：葛娜

印刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开本：787×1092 1/16 印张：19.25 字数：441 千字

版次：2015 年 7 月第 1 版

2017 年 7 月第 2 版

印次：2017 年 9 月第 3 次印刷

定价：69.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：(010) 88254199, [sjb@phei.com.cn](mailto:sjb@phei.com.cn)。

知识传递更容易

**Knowledge**  
Delivered Easier



echines® Publishing

<http://www.echines.com/publish/>



**跋涉文化传媒**

THE TRUDGE Media Inc. [www.trudge.cn](http://www.trudge.cn)

跋涉™与 The Trudge™是易传识旗下文化传媒事业的品牌。跋涉出版专注于互联网信息产业新技术与商业应用的交叉领域。我们看见越来越丰富的信息技术正在更快、更短地连接商业活动中的各方，基于此，即将产生丰富多彩的商业新形态，跋涉文化传媒致力于将此未来图景逐步呈现在今日读者面前。

## 快乐作者+轻松写作=一本好书

Our Philosophy

专业选题的书籍，写作与阅读都充满了挑战。

**我们想要一些改变。**

我们博览众书，发现一个关于出版的秘密：

快乐的作者、轻松的写作过程，带来一本好书、和一段愉快的阅读体验。

与跋涉一起出一本书、读一本书，

就是一趟追寻这2个秘诀的探索旅程。

## 了解更多

More Details

访问易传识出版事业官网：[www.echines.com/publish/](http://www.echines.com/publish/) 或跋涉文化传媒官网 [www.trudge.cn](http://www.trudge.cn)

联系人：Selah 刘 出版事业经理 [selah.liu@echines.com](mailto:selah.liu@echines.com)

# 再版序

2017年中的今天，跨境电商行业正呈现越来越火热的趋势。距离2015年7月本书第1版出版，已经过去了两年时间，两年前我们看好跨境电商，但政策与环境存在的不确定性同样比今天大很多。这两年里，在中国的国际化进程中发生了很多重大的关键事件：G20峰会、eWTP平台体系、“一带一路”峰会、首趟中英直达铁路货运列车抵达、国产大飞机成功试飞。跨境电商伴随着零售形态、跨境物流的升级，正以不断刷新的姿态加速发展。

电子商务是快速演变的行业，两年时间，在平台规则、营销细节、买家习惯、商家技巧方面发生了翻天覆地的变化。而本书第2版，正是在这样的环境下更新内容后推出的。

本书强化了对多平台对比内容的分布，我们仍然选择了运营工作复杂度最高的速卖通作为示例平台讲解，按照业务环节进行分解剖析。与第1版不同的是，我们将Wish、亚马逊等平台的内容在每一章中进行了横向讲解，本书最后也保留了对这些平台进行完整描述的章节。

从2016年开始，东南亚跨境电商市场异军突起，以Lazada为代表的东南亚电商平台，吸引了大量中国大陆卖家入驻并开拓市场，我们特别组织了一章内容来阐述东南亚跨境电商平台，并邀请了Lazada中国类目排名前三且同时在Q10、Shopyy销售的大卖家郑月云与我们共同撰写这章内容。

本次再版，我们将本书定位在“实战基础”的角度，尽可能确保关于实战的指引更详细和准确，而去掉了第1版中部分联合作者的个人商业观点。另外，考虑到第1版中部分话题内容挖掘过深或涉及规则未完全确定的内容，导致读者难以理解的问题，本次再版我们将这部分过深的内容从书中剔除。读者如对某个知识点有深度了解的需要，可登录易传识官网，在图书出版频道下，进入本书的交流专区，在线提交疑问和对深度内容的需要，我们将通过多种方式给予回答，也欢迎读者向我们提交本书中难免存在的欠妥内容。

跨境电商是整个专业方向的大话题集合，本书聚焦在跨境出口B2C上，而跨境电商不同模



式间具有共性的关于商业部分的内容，我们将在2017年推出的本书姊妹篇中继续与读者探讨。随着易传识2017年上半年面向卖家和高校开放国际零售、跨境进口、跨境B2B课题，本书的内容结构也注重与这三个跨境电商专业方向课题的衔接。易传识的这一系列图书在2017年内都将陆续出版上市，届时，系列图书将形成从国际贸易、跨境B2B出口、跨境B2C出口、跨境进口到国际零售管理这一完整的逻辑。

真挚感谢为再版内容做出极大贡献的编著团队。感谢杭州赢拓电子商务有限公司总经理李文渊、珠海微友电子商务有限公司总经理张皖、温州青芒电子商务有限公司运营总监李易、永康市赛翔进出口有限公司总经理胡杰量，他们都是奋斗在跨境电商前线的战士，在多年行业磨炼中总结了大量经验、教训，并且愿意毫不吝啬地分享出来，让更多的人能够从他们的经验中受益。

作为本书编著团队的领队，我谨代表本书背后的工作人员与内容协作者，向广大读者对第1版的支持表示感谢，也希望本次再版的内容，能够为你提供更新、更及时的跨境电商行业实战指引与技巧。祝愿本书的每一位读者都能在跨境电商的时代机遇中一路向前、收获满满！

2017年6月于杭州

# 推荐序

中国电子商务自诞生后，迈出的第一步就是跨境电商。阿里巴巴创业的故事，历久弥新，此后十五余载的高速发展，中国电商诞生了淘宝、天猫、京东等巨型平台，在这英雄辈出、异彩纷呈的时代里，彻底改变了中国本土商业文明。

而作为“长子”的跨境电商，却一直是外贸企业这个圈子的内部话题。在淘宝时代开始后，这一话题沉寂了多年。自 2009 年开始的新一波跨境电商热潮中，跨境电商以 B2C 零售这种崭新的姿态出现在人们的眼前，褪去了神秘面纱，露出了极其美丽的新面容，让曾经错过了淘宝时代的人们为之倾倒，再次燃起电商创业高速发展的希望。

2009 年，速卖通平台在阿里巴巴 ICBU 创立，打响了跨境小额批发大举发展的信号枪。2011 年，速卖通平台全面由小额批发转向跨境零售，此后 3 年多时间奇迹般的高速发展，如今速卖通已经成为覆盖全球 220 多个国家与地区、年销售额超过 45 亿美元的国内最大跨境电商 B2C 平台。2014 年全球双十一当天，阿里巴巴创造了单日 680 万单的交易记录。

同期，一度退出中国市场的 eBay 也在 2012 年前后重返中国市场，加上近两年在中国市场发展得风生水起的 Amazon，更有 Wish 这一后起之秀在 2014 年大放异彩，三大平台在国内形成了三分天下的格局。三大跨境电商 B2C 平台在市场状况、客户来源、业务模式、运营规则与要求、玩法上各有特点。典型的跨境电商卖家成长路线是以速卖通作为入门平台，完善营销与供应链，再选择入驻 eBay、Amazon、Wish 等平台增加销售渠道。在这一过程中，不同平台的运营工作存在共性的部分，也存在各自平台差异的部分。

在这样的现状下，所有跨境电商卖家不约而同地指向一个问题：跨境电商的多平台运营该如何做？在《跨境电商多平台运营》中，我欣慰地看到了一种照亮人心的曙光。这本集结了众多优秀从业者的一线情报和精彩经验的著作，展现出跨境电商多平台运营的全貌，同时由浅入深地详尽介绍了从事跨境电商、操作速卖通平台的知识和技巧，并以 eBay、Amazon、Wish 平



台为具体实例，仔细分析了各自的市场状况、客户来源、业务模式、运营规则与要求。

全书翔实的内容、严谨的分析，字里行间无不流露出写书人的负责与努力，相信细心的读者一定能从中发掘到宝藏与惊喜。

张会生

中国电子商务协会 理事长



# 第 1 版前言

在编写本书的过程中，我们力求以实操指导的方式，由浅入深地引导读者详尽了解跨境电商的方方面面，为未来的业务发展打好稳固基础，以最适合新手入门的速卖通平台为示例平台，讲解跨境电商工作中的共性部分。这部分内容参照本书姊妹篇——广受欢迎的工具书《跨境电商——阿里巴巴速卖通宝典》内容进行适当的裁剪修订，并结合进 eBay、Amazon、Wish 平台各自特点的内容，以及卖家在同时并行运营多平台时的管理要点，组成了跨境电商多平台运营的全貌。相信跟随本书的内容，扎扎实实成长起来的成熟卖家，一定可以在多平台运营中做到举一反三，事半功倍。

本书能够顺利编写并出版，还得力于中国当代从事跨境电商 B2C 行业的一批优秀从业者，他们都是战斗在跨境电商一线的勇士，勤奋地把一线情报带回来传递给大后方。我们真诚地感谢他们在百忙之中依然不吝惜时间，认真写好每一个章节，得以通过此书呈现中国跨境电商大潮中最精彩的经验。

汪星老师作为速卖通部分内容的项目负责人，以极其负责的精神，投入了大量的时间和精力，感谢汪星老师的付出！第 2 章“基础操作”由华西瓦老师负责；第 3 章“平台规则”由王琴老师负责；第 4 章“速卖通选品”由夏波老师和李易老师负责；第 5 章“跨境物流”由张旻老师、周洪老师和张何文老师负责；第 6 章“市场营销”第 2 节由李俊锋老师和上官洪贵老师负责，第 2 节由金梦璐老师、周杭老师、洪绪土老师和柯奇岐老师负责，第 3 节由胡蓉老师和邵兆莹老师负责，第 4 节由傅志明老师负责；第 7 章“数据分析”由田焜老师、张峰老师和吕鹏老师负责；第 8 章“视觉美工”由安鹏老师负责；第 9 章“客户服务”由石杨老师负责；第 10 章“收款和跨境支付”由张峰老师和环志萍老师负责；第 11 章“移动业务”由沈婷老师、傅海姣老师和卢传胜老师负责；第 12 章“Amazon 平台介绍”由刘钢老师负责；第 13 章“eBay 平台介绍”由赵岑岑老师负责；第 15 章“跨境电商多平台管理”由刘作和老师负责。

本书的编写得到了来自速卖通平台陈威宇老师、严峻老师、杨帆老师、邹丹老师，速卖通



大学讲师团队查林涛老师、徐振南老师、唐霞老师、谢峰老师，速卖通规则团队陆媛昕老师、张舟飞老师，速卖通产品团队谢瑛老师、刘莎莎老师，菜鸟物流团队伊那、观取、襄颺、唐玄、容嘉等诸位老师的大力支持和耐心指导。在此一并致谢！

电商发展速度之快速，是以往任何行业都无法比拟的，本书的内容仅以截稿日平台规则、行业信息为准。电商经验日新月异，期待我们未来有更多、更充分的交流。

跨境电商的发展，不仅仅让中国制造走向了全世界，更重要的是把我们的文化，通过每一位卖家每天的工作传递了出去，就如淘宝时代的“亲”文化。在未来，跨境电商一定会成为世界了解中国的全新通道。

我们期待着那一天的到来。

2015年6月于杭州

# 目录

第 1 章 跨境电商概论 .....	1
1.1 跨境电商的定义与主要模式 .....	2
1.2 中国跨境电商的发展历程 .....	2
1.3 跨境电商的发展方向 .....	3
第 2 章 速卖通平台规则 .....	6
2.1 注册规则 .....	7
2.2 发布规则 .....	7
2.2.1 禁售、限售规则 .....	8
2.2.2 知识产权规则 .....	8
2.2.3 搜索排序规则 .....	10
2.2.4 发布产品 .....	14
2.3 交易规则 .....	18
2.3.1 成交不卖与虚假发货 .....	18
2.3.2 货不对版与违背承诺 .....	19
2.3.3 不正当竞争与不法获利 .....	19
2.3.4 严重扰乱平台秩序 .....	20
2.3.5 订单管理 .....	21
2.4 放款规则 .....	24
2.4.1 放款时间 .....	24
2.4.2 放款方式 .....	24
第 3 章 跨境电商选品 .....	25
3.1 跨境电商选品原则 .....	26
3.1.1 判断目标市场用户需求和流行趋势 .....	26



3.1.2	适应跨境电商的物流运输方式 .....	26
3.1.3	判断货源优势 .....	26
3.2	市场调研 .....	26
3.2.1	网站数据观察 .....	27
3.2.2	常用数据分析平台 .....	29
3.2.3	观察流行趋势 .....	37
<b>第4章</b>	<b>市场营销 .....</b>	<b>39</b>
4.1	速卖通店铺自主营销 .....	40
4.1.1	店铺自主营销工具 .....	40
4.1.2	关联营销 .....	54
4.1.3	橱窗推荐 .....	55
4.1.4	联盟营销 .....	57
4.1.5	客户关系营销 .....	62
4.1.6	实时营销 .....	64
4.2	速卖通平台活动 .....	66
4.2.1	主要大促活动 .....	66
4.2.2	卖家的大促计划 .....	67
4.2.3	活动报名流程 .....	68
4.3	速卖通无线端营销 .....	70
4.3.1	无线端流量特点 .....	70
4.3.2	无线端营销活动 .....	73
4.4	推广和引流 .....	73
4.4.1	速卖通直通车 .....	73
4.4.2	SNS 海外营销策略 .....	88
<b>第5章</b>	<b>视觉设计 .....</b>	<b>97</b>
5.1	视觉设计基本原理 .....	98
5.1.1	何为商业视觉设计 .....	98
5.1.2	跨境电商设计特点 .....	98
5.1.3	从店铺数据看视觉设计 .....	101
5.1.4	如何开始设计工作 .....	102
5.2	图片规范化 .....	104
5.2.1	网店设计基本术语 .....	104
5.2.2	图片尺寸规范 .....	105
5.2.3	图片管理规范 .....	106
5.3	广告图设计 .....	108
5.3.1	主图设计 .....	108
5.3.2	海报图设计 .....	110

5.4	详情页设计.....	114
5.4.1	操作切片工具.....	114
5.4.2	上传图片.....	116
5.4.3	调整代码.....	117
5.4.4	发布网页代码.....	118
5.4.5	测试优化.....	121
5.5	旺铺装修设计.....	121
5.5.1	认识店铺装修.....	121
5.5.2	店招模块.....	123
5.5.3	图片轮播模块.....	125
5.5.4	商品推荐模块.....	126
5.5.5	用户自定义区域.....	127
<b>第6章</b>	<b>数据分析.....</b>	<b>130</b>
6.1	数据分析思路.....	131
6.1.1	数据分析目标和定位.....	131
6.1.2	数据分析常用步骤.....	131
6.1.3	数据分析常用名词.....	132
6.1.4	各平台数据分析要点.....	133
6.2	行业数据分析.....	138
6.2.1	行业情报.....	138
6.2.2	选品专家.....	142
6.2.3	关键词分析.....	148
6.3	店铺数据分析.....	150
6.3.1	全球消费时间.....	150
6.3.2	店铺概况分析.....	150
6.3.3	店铺流量来源分析.....	153
6.3.4	装修效果分析.....	156
6.3.5	自有商品分析.....	157
6.4	第三方数据工具.....	163
<b>第7章</b>	<b>客户服务.....</b>	<b>165</b>
7.1	客户服务原则.....	166
7.1.1	客服工作目的.....	166
7.1.2	客服工作原则.....	166
7.2	了解海外客户的沟通习惯.....	167
7.2.1	沟通中常见问题.....	167
7.2.2	了解客户体验,提升服务能力.....	172
7.3	提升客户满意度.....	173



7.3.1	速卖通信用评价体系	173
7.3.2	速卖通纠纷规则	180
7.4	客服回复的经典模板	186
<b>第8章</b>	<b>跨境物流</b>	<b>190</b>
8.1	国际物流分类	191
8.1.1	邮政	191
8.1.2	商业快递	194
8.1.3	专线物流	196
8.1.4	速卖通无忧发货	197
8.2	海关清关	198
8.2.1	各海关清关要求	198
8.2.2	应对海关扣关	199
8.3	速卖通物流模板设置	199
8.3.1	认识新手运费模板	199
8.3.2	新建运费模板	201
8.4	海外仓	211
8.4.1	海外仓概念	211
8.4.2	关于海外仓商品涉及的增值税	211
<b>第9章</b>	<b>收款与支付</b>	<b>217</b>
9.1	速卖通收款账户设置	218
9.1.1	收款账户的类型	218
9.1.2	注册和激活支付宝	218
9.1.3	国际支付宝简介	219
9.1.4	创建美元收款账户	223
9.1.5	查询银行的 SWIFT Code	225
9.2	卖家提现	226
9.3	买家支付方式	228
9.4	主流收款工具	230
<b>第10章</b>	<b>Amazon 平台介绍</b>	<b>232</b>
10.1	Amazon 平台特点和费用	233
10.1.1	Amazon 特点	233
10.1.2	Amazon 费用	233
10.2	Amazon 平台运营	235
10.2.1	如何注册	235
10.2.2	运营特点	235
10.2.3	平台操作	239

10.2.4	运营优化策略.....	246
10.3	Amazon 物流 FBA.....	246
10.3.1	FBA 优缺点.....	246
10.3.2	FBA 费用.....	247
10.3.3	FBA 操作.....	247
10.4	Amazon A-to-Z 条款.....	253
10.4.1	A-to-Z 条款内容.....	253
10.4.2	卖家如何应对 A-to-Z 条款.....	253
<b>第 11 章</b>	<b>eBay 平台介绍.....</b>	<b>255</b>
11.1	eBay 平台特点.....	256
11.1.1	eBay 集团.....	256
11.1.2	独特的销售方式.....	256
11.1.3	eBay 费用.....	261
11.2	eBay 平台运营.....	262
11.2.1	开通 eBay 账户.....	262
11.2.2	设置运营规则.....	265
11.2.3	刊登产品.....	265
11.2.4	订单管理.....	267
11.2.5	售卖专家.....	268
11.2.6	促销工具.....	270
11.2.7	PayPal 提现.....	270
11.3	eBay 平台规则.....	271
11.3.1	卖家表现衡量.....	271
11.3.2	互评机制.....	272
11.3.3	平台重要规则.....	272
11.3.4	搜索匹配排序.....	272
<b>第 12 章</b>	<b>Wish 平台介绍.....</b>	<b>274</b>
12.1	Wish 平台概况.....	275
12.2	Wish 平台销售特点.....	275
12.2.1	商品推送原理.....	276
12.2.2	类目和商品策略.....	276
12.2.3	平台的流量特点.....	276
12.3	Wish 平台运营.....	276
12.3.1	如何创建店铺.....	276
12.3.2	商品优化要素.....	278
12.3.3	店铺优化要素.....	279
12.3.4	物流和售后.....	279



12.3.5 平台费用 .....	280
<b>第 13 章 Lazada 平台介绍 .....</b>	<b>281</b>
13.1 Lazada 平台概况 .....	282
13.1.1 东南亚市场介绍 .....	282
13.1.2 Lazada 平台简介 .....	282
13.2 Lazada 平台运营 .....	282
13.2.1 卖家注册 .....	282
13.2.2 产品图片 .....	283
13.2.3 订单管理 .....	284
13.2.4 Lazada 物流 .....	287
13.2.5 Lazada 收付款 .....	288
13.2.6 Lazada 禁限售 .....	289
13.3 促销活动 .....	290

轻松注册成为博文视点社区用户（[www.broadview.com.cn](http://www.broadview.com.cn)），扫码直达本书页面。

- **提交勘误：**您对书中内容的修改意见可在提交勘误处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动：**在页面下方读者评论处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/31412>





# 第 1 章

## 跨境电商概论

### 学习目标：

- 正确理解跨境电子商务的定义
- 熟悉跨境电商的主要模式
- 了解跨境电商的发展历程
- 辨明跨境电商的现状和发展趋势
- 明确跨境电商的涵盖范围