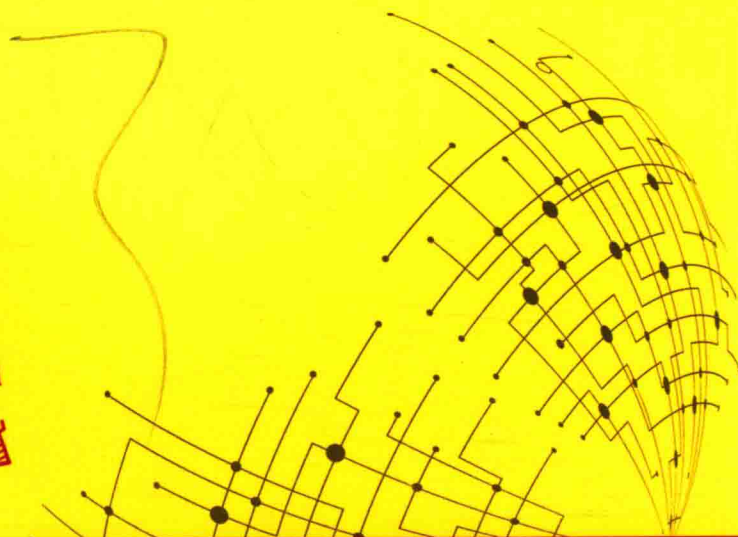


The Cross-Border E-Commerce

跨境电商

——速卖通宝典

钟云苑◎主编



图文并茂，实战性强

采用截图演示的形式，引导读者学会开店流程和方法。

定位清晰，通俗易懂

帮助速卖通新手解决开店过程中遇到的一系列问题。

重点突出，语言精练

通过操作步骤让读者快速掌握速卖通店铺的运营技巧。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

跨境电商——买卖通玉典

主 编 钟云苑

副主编 李伟苑 李京舟

参 编 刘闪光 曾 强 欧阳阳

游月琴 黄 苑 练淼森

机 械 工 业 出 版 社

跨境电商作为中国电子商务发展的新趋势,受到越来越多人的重视。本书的内容涉及卖家借助阿里巴巴速卖通平台,将产品直接卖到世界各地的消费者手中,从而获得丰厚的回报的全过程。通过初识跨境电子商务、开通店铺、熟知平台规则、选择货源、产品发布与管理、沟通服务技巧、交易管理、跨境物流、跨境支付、视觉营销、店铺营销、数据分析等内容,尽可能详细地介绍了从事跨境电商、操作速卖通平台的知识和技巧。本书通俗易懂、注重实操,教你从零基础开始,成为优秀的速卖通店主。

本书可作为职业院校和各类培训机构电子商务专业的入门教材,也适用于有志于此或者已经从事跨境电商的朋友们。

图书在版编目(CIP)数据

跨境电商:速卖通宝典/钟云苑主编. —北京:机械工业出版社, 2016.12

ISBN 978-7-111-55274-1

I. ①跨… II. ①钟… III. ①电子商务—商业经营—经验—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 257574 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:聂志磊

责任编辑:聂志磊 杨 洋

责任校对:马丽婷

封面设计:马精明

责任印制:李 飞

北京天时彩色印刷有限公司印刷

2017 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

184mm × 260mm • 11.25 印张 • 262 千字

标准书号:ISBN 978-7-111-55274-1

定价:36.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线:010-88379833

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:010-88379649

机工官博:weibo.com/cmp1952

教育服务网:www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网:www.golden-book.com

电子商务示范基地成果

编审委员会

主任委员：刘航标

副主任委员：黄 健 王洪新 陈思玉

陈利辉 张 文 袁胜尧

委 员：潘文锋 赖亦环 陈敬新 李会强

罗志锋 罗宇辉 张杏辉 曾检洪

黄应礼 黎辉雄 范春胜 廖幸意

李 平 李伟苑 李京舟 钟云苑

刘闪光 吴东薇

前 言

中国电子商务的发展,促进了传统贸易方式的转变与升级,为中国商贸领域开辟了新的创业空间。如今,中国的电子商务发展领域已经扩展到了全球。由于察觉到外贸订单碎片化的趋势,阿里巴巴旗下的全球速卖通平台走出了自己的跨境电商零售之路。而随着国家相关政策和措施不断扶持跨境电商的发展,近年来阿里巴巴旗下的速卖通平台逐渐被越来越多的创业者所青睐。

本书的内容涉及最初的速卖通开店的前期准备工作(初识跨境电子商务、熟知平台规则、选择货源),速卖通日常运营(产品发布与管理、沟通服务技巧、交易管理、跨境物流、跨境支付),店铺后期的维护与优化(视觉营销、店铺营销、数据分析)。希望能够最大化地帮助全国各地的速卖通卖家迅速掌握相关知识,解决开店过程中遇到的各类问题。

本书的主要特点如下:

1. 图文并茂,实战性强

通过一步步的截图演示速卖通的操作,带领读者了解速卖通的各项操作步骤及方法,避免了枯燥的纯文字讲述,让读者在愉悦中阅读书本内容,直观形象地了解速卖通平台操作的整体流程和技巧。

2. 定位清晰,通俗易懂

本书主要定位为速卖通新手的入门书籍,目的在于帮助新手解决速卖通开店过程中遇到的一系列问题。书中内容通俗易懂,不局限于理论的阐述,而是深入浅出地为读者解惑释疑,让新手朋友一看就会,一看就懂。

3. 重点突出,语言精练

本书内容基本覆盖了速卖通平台的实际操作要点,通过一个个重点操作步骤让读者清晰地掌握速卖通店铺的运营技巧,有利于读者快速梳理书本内容。同时,对理论与实操的结合说明简洁明了,让读者轻松开启跨境电商海外淘金之路。

本书主要由兴宁市电子商务示范基地的电商创业培训讲师组织编写,同时邀请了广东省粤东商贸技工学校的曾强以及梅州市技师学院的游月琴、黄苑等中职院校一线教师参与编写。编写团队根据长期在电子商务企业的工作经验和日常电子商务教学的总结,开发并编写了本书。

为方便学习,读者可登录机械工业出版社教材服务网(<http://www.cmpedu.com>)或联系编辑(010-88379196)免费索取电子资源包(含助教课件等资源),同时欢迎广大教师加入电子商务交流群(QQ群:131145640),分享资料和经验。

本书的编写得到了编者所在单位领导和同事的支持和帮助,在此深表感谢。

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,欢迎读者批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 初识跨境电子商务	1
第一节 跨境电子商务概述	1
第二节 跨境电子商务平台	3
本章小结	7
本章习题	7
第二章 开通店铺	8
第一节 账户注册	8
第二节 实名认证	12
第三节 开店考试	14
本章小结	15
本章习题	15
实训拓展	16
第三章 熟知平台规则	17
第一节 注册规则	17
第二节 发布规则	18
第三节 交易规则	25
第四节 放款规则	30
第五节 售后规则	32
本章小结	36
本章习题	36
第四章 选择货源	37
第一节 分析市场	37
第二节 制定产品价格	44
本章小结	46
本章习题	47
第五章 产品发布与管理	48
第一节 产品发布	48
第二节 产品管理	54
本章小结	58
本章习题	58
第六章 沟通服务技巧	59
第一节 沟通技巧	59
第二节 售后服务	67
第三节 纠纷处理	69
本章小结	77
本章习题	77
第七章 交易管理	78
第一节 订单处理	78

第二节 交易评价	85
本章小结	88
本章习题	88
第八章 跨境物流	89
第一节 国际物流方式	89
第二节 物流模板设置	98
第三节 国际物流发货流程	105
本章小结	110
本章习题	111
实训拓展	111
第九章 跨境支付	112
第一节 收款账户设置	112
第二节 速卖通平台收费标准	117
第三节 卖家提现	119
本章小结	120
本章习题	120
实训拓展	120
第十章 视觉营销	121
第一节 视觉营销概述	121
第二节 文案策划	125
第三节 旺铺装修	128
本章小结	133
本章习题	134
实训拓展	134
第十一章 店铺营销	135
第一节 新店引流	135
第二节 营销活动	137
第三节 无线营销	147
本章小结	149
本章习题	149
第十二章 数据分析	150
第一节 数据分析概述	150
第二节 行业数据分析	151
第三节 店铺经营分析	159
本章小结	171
本章习题	171
实训拓展	171
参考文献	172

PART 1

第一章

初识跨境电子商务

中国是全球最大的生产制造基地，而中小企业正是中国制造最重要的群体。“十二五”期间，电子商务被列为战略性新兴产业的重要组成部分，电子商务将是下一阶段信息化建设的重心。相应地，中小企业的发展问题也得到了更多的关注，面对如此利好的条件，在线外贸已然是大势所趋。中国电子商务研究中心发布的《2015年（上）中国电子商务市场数据监测报告》显示，2015年上半年，中国跨境电商交易规模为2万亿元，同比增长42.8%，占我国进出口总值的17.3%。

可见，跨境电商市场潜力巨大。而现阶段真正把跨境电商做大做强企业还很少，更多的企业处于观望和摸索期。与传统外贸业竞争白热化的环境相比，跨境电子商务无疑是一片全新的广阔蓝海。

第一节 跨境电子商务概述

一、跨境电子商务的定义

跨境电子商务（Cross-Border E-Commerce，以下简称跨境电商）是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

跨境电商有广义和狭义之分。

从广义上看，跨境电商基本等同于外贸电商，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务的手段将传统进出口贸易中的展示、洽谈和成交环节电子化，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。从更广义上看，跨境电商是指电子商务在进出口贸易中的应用，是传统国际贸易商务流程的电子化、数字化和网络化。它涉及许多方面的活动，包括货物的电子贸易、在线数据传递、电子资金划拨、电子货运单证等内容。从这个意义上看，在国际贸易环节中只要涉及电子商务应用都可以纳入这个范畴。

从狭义上看，跨境电商实际上基本等同于跨境零售。跨境零售是指分属于不同关境的交易主体，借助计算机网络达成交易、进行支付结算，并采用快件、小包等行邮的方式通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程。跨境电商交易流程示意图，如图 1-1



所示。

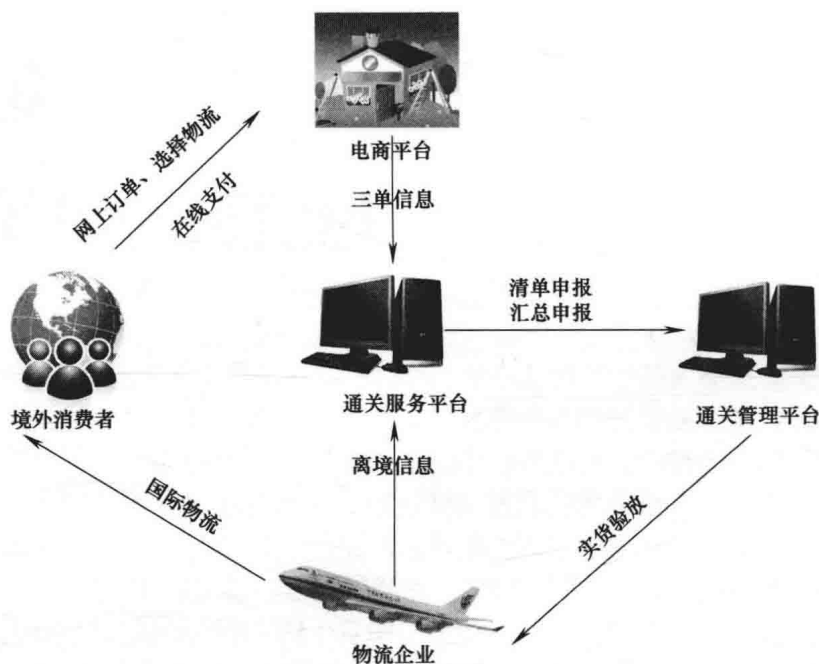


图 1-1 跨境电商交易流程示意图

二、跨境电子商务的意义

跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础,具有重要的战略意义。跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍,使国际贸易走向无国界贸易,同时它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。对企业来说,跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式,极大地拓宽了进入国际市场的路径,大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢;对于消费者来说,跨境电子商务使他们非常容易获取其他国家的信息并买到物美价廉的商品。

三、跨境电子商务的模式

我国跨境电子商务主要分为 B2B（即企业对企业）和 B2C（即企业对消费者）的贸易模式。在 B2B 模式下,企业运用电子商务以广告和信息发布为主,成交和通关流程基本在线下完成,本质上仍属传统贸易,已纳入海关一般贸易统计。在 B2C 模式下,我国企业直接面对国外消费者,以销售个人消费品为主,物流方面主要采用航空小包、邮寄、快递等方式。

四、跨境电子商务的发展趋势

1. 跨境电商将在进出口贸易中占据更加重要的地位

在经济全球化趋势下,伴随着世界经济的发展,国际人均购买力不断增强。同时,网络



普及率提升,物流水平进步,网络支付环境也得到了长足的改善。这些因素都将有力地促进跨境贸易特别是跨境电商交易的发展。根据之前艾瑞咨询的预测,2017 年我国跨境电商规模将达 8 万亿元,复合增速 26%,行业仍将处于快速增长阶段。

2. 跨境电商进口业务比重将提升

当前以出口业务为主,2015 年上半年,我国跨境电商的出口比例达到 84.8%,进口比例为 15.2%。随着国内市场对海外商品需求的增长,跨境电商进口比重将逐步上升,跨境电商进出口业务结构将会有有一个明显的改变。

3. 多批次、小批量的外贸订单需求将不断提升

一直以来,由于 B2B 业务单笔交易金额大、长期稳定订单多,我国外贸 B2B 业务在跨境电商中居于主导地位。但金融危机以来,国外企业受制于市场需求乏力和资金限制等问题,未来 B2B 业务的比重将下降。而与此同时,个人的购买力相对持续稳定,网络和物流的发展也为 B2C 业务创造了条件。因此,多批次、小批量的外贸订单需求将进一步提高,并成为促进跨境电商发展的重要基础动力。

第二节 跨境电商平台

跨境电子商务平台分为国际 B2C 跨境电商平台、进口跨境电商平台、本土化跨境电商平台三类。

国际 B2C 跨境电商平台:速卖通、亚马逊、eBay、Wish、兰亭集势、敦煌等。

进口跨境电商平台:洋码头、天猫国际、苏宁云商海外购,网易考拉海购、顺丰海淘。

本土化跨境电商平台:Flipkart(印度),walmart(沃尔玛),yandex(俄罗斯),new egg(美国新蛋网),trademe(新西兰),mercadolivre(美兰卡巴西),ali,dhgate,ipros。下面对国际 B2C 跨境电商平台(亚马逊、eBay、Wish、速卖通)进行简单介绍。

一、亚马逊

亚马逊公司(Amazon,简称亚马逊)是美国最大的一家网络电子商务公司,是网络上最早开始经营电子商务的公司之一,成立于 1995 年,一开始只经营网络的书籍销售业务,现在扩展了范围相当广的其他产品,已成为全球商品品种最多的网上零售商之一。亚马逊网站,如图 1-2 所示。

2001 年开始,除了宣传自己是最大的网络零售商之一外,亚马逊同时把“最以客户为中心的公司”确立为努力的目标。此后,打造以客户为中心的服务型企业成了亚马逊的发展方向。为此,亚马逊从 2001 年开始大规模推广第三方开放平台(Marketplace),2002 年推出网络服务(AWS),2005 年推出 Prime 服务,2007 年开始向第三方卖家提供外包物流服务(FBA),2010 年推出 KDP 的前身自助数字出版平台(DTP)。亚马逊逐步推出这些服务,使其超越网络零售商的范畴,成为一家综合服务提供商。

亚马逊分为北美平台、欧洲平台、亚洲平台。北美平台主要分为:美国 Amazon、加



拿大 Amazon；欧洲平台主要分为：英国 Amazon、德国 Amazon、意大利 Amazon、法国 Amazon、西班牙 Amazon；亚洲平台主要是日本 Amazon。

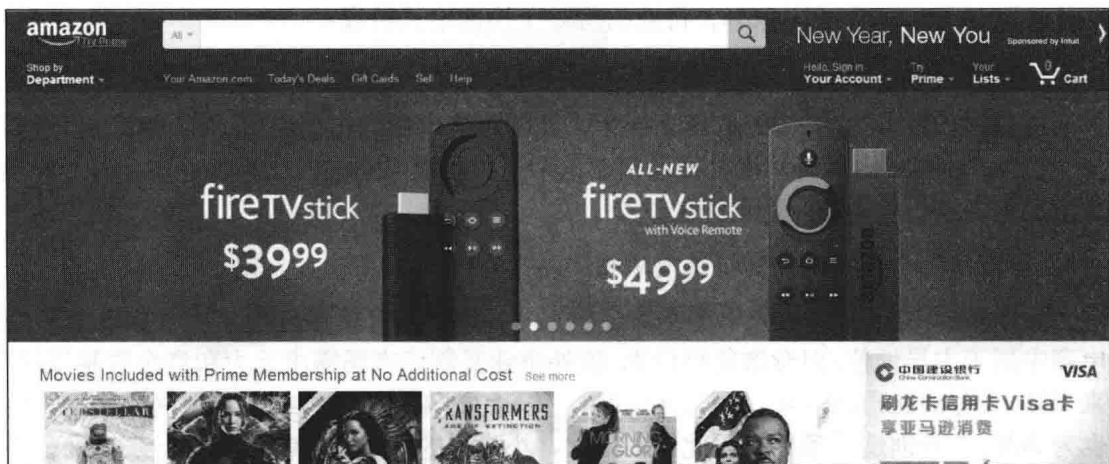


图 1-2 亚马逊网站

亚马逊卖家分为专业卖家和个人卖家两种。亚马逊针对各国站点的月费收取标准有所不同，如美国站，专业卖家每月固定收取 39.99 美元，个人卖家则按照每笔 0.99 美元手续费收取。除此之外，亚马逊还会收取一定比例的交易费，根据所卖的产品不同收取的比例也不同。

二、eBay

eBay 创立于 1995 年 9 月，当时 Omidyar 的女朋友酷爱 Pez 糖果盒，却为找不到同道中人交流而苦恼。于是 Omidyar 建立起一个拍卖网站，希望能帮助女友和全美的 Pez 糖果盒爱好者交流，这就是 eBay，是一个可让全球民众上网买卖物品的线上拍卖及购物网站。网站首页，如图 1-3 所示。

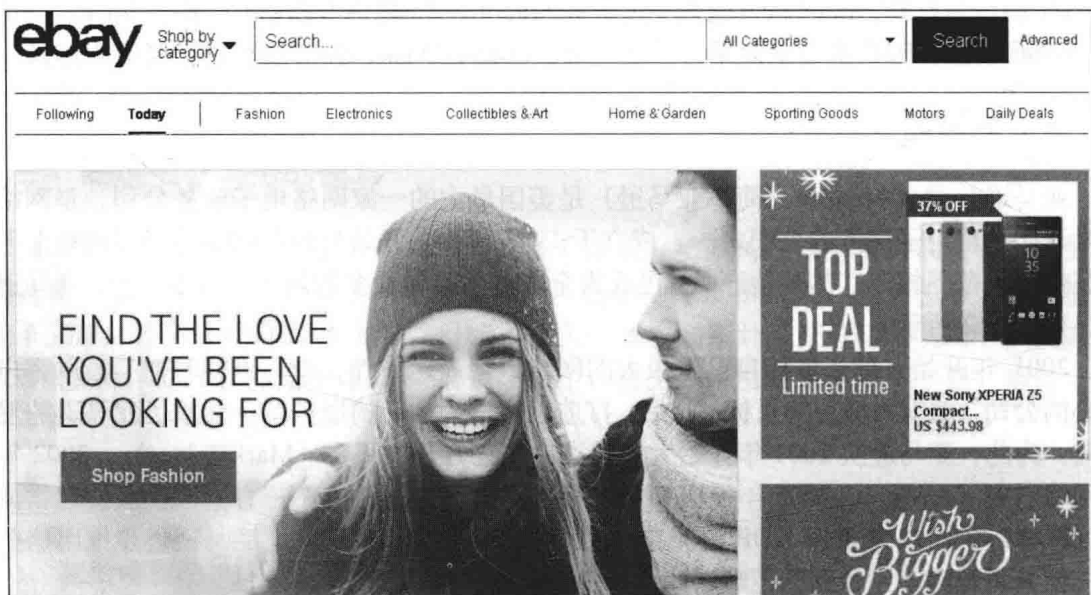


图 1-3 eBay 网站首页



eBay 销售方式主要有：“拍卖”“一口价”。针对不同的销售方式，Bay 向卖家收取的费用不同。所以，选择适合自己物品的销售方式是实现低成本、高收益的第一步。

三、Wish

Wish 于 2011 年成立于美国，是一家移动 B2C 跨境电商平台，如图 1-4 所示。Wish 是一款根据用户喜好，通过精确的算法推荐技术，将商品信息推送给感兴趣用户的移动优先购物 App。与其他电商平台不同，在 Wish 上的买家很少通过关键词搜索喜欢的商品，一般更倾向无目的浏览，看到某款喜欢的产品便购买，因而 Wish 不会涉及关键词流量。目前 Wish 平台向卖家免费开放注册，对每笔成交的交易收取销售额 15% 的佣金。



图 1-4 Wish 网站首页

四、速卖通

全球速卖通 (AliExpress, 简称速卖通) 是阿里巴巴旗下面向全球市场打造的在线交易平台，被广大卖家称为国际版“淘宝”。2009 年速卖通平台建立，2010 年对外开放免费注册，至今已是国内卖家最多的跨境电商平台，也是全球最大的在线外贸交易平台之一，如图 1-5 所示。



像淘宝一样,把宝贝编辑成在线信息,通过速卖通平台发布到海外,类似国内的发货流程,通过国际快递将宝贝运送到买家手上,就这样,轻轻松松与 200 多个国家和地区的买家达成交易,赚取美元。在 2015 年“双 11”期间,速卖通跨境出口共产生 2124 万笔订单,覆盖到 214 个国家和地区,无线成交占比达到 40%。速卖通的发展非常迅速,是国内卖家初试跨境电商的不错选择。



图 1-5 速卖通平台

速卖通在巴西、俄罗斯、西班牙、乌克兰、智利等国家是当地非常重要的购物网站,在平台上成交排名靠前的国家有俄罗斯、美国、巴西等。

2015 年 12 月 7 日,速卖通对外宣布,全平台入驻门槛新规正式发布,将对平台所有行业整体提升商家入驻门槛,全面从跨境 C2C 转型跨境 B2C。新规最大变化是推出了年费制度和年费返还措施,一方面按照经营大类设置年费,提高准入门槛;另一方面通过“年费返还”等有效激励措施,提高优质国产品牌、中国制造商开拓全球市场的信心。同时通过多项动态指标考核,持续优胜劣汰。

速卖通在国内的使用占比最高,并且速卖通是中国本土企业,在国内的发展比其他平台更稳定也更具优势。

小案例 1-1

淘宝掌柜一个月内玩转速卖通

认识速卖通是一次偶然的机会,3 个月前自己把健身教练的工作辞了,从北京回浙江开了一家淘宝店,主要经营健身营养品。2015 年 9 月,因为产品不多就准备去杭州网货会找一些新货源。

在网货会上看到一个“体验全球速卖通,游阿里巴巴”的活动,当时只想稍微了解一下,就去听了这个课程。不听不知道,一听吓一跳,原来阿里巴巴有一个新平台速卖通。速卖通是什么?我理解,淘宝是做国内的,速卖通是做国外,也就是海外版的淘宝。如果我是 2003 年开始做淘宝的话,那么我现在应该是皇冠了,现在的速卖通就像 2003 年的淘宝,这个机会,我怎么能错过?通过这个课程我有幸成为第一批使用淘外销服务的卖家,为我的淘宝店开拓了一个新渠道。



现在我在淘宝店上货，同一件宝贝有两个销售渠道，淘宝上卖给国内客户，速卖通上卖给外国人，拿一个刚刚成交的赛车模型来举例吧，进价 70 元人民币，淘宝我卖 95 元人民币，速卖通上我卖 35 美元，也就是约 230 元人民币。用 EMS 发货给新西兰的买家，邮费 113 元人民币，小包只要 65 元人民币，利润可以达到淘宝的 2~4 倍。

本章小结

本章主要对跨境电子商务的概念、模式和跨境电商的发展趋势及其意义做了介绍，并对跨境电商 B2C 平台的速卖通、亚马逊、eBay、Wish 做了简单介绍。

本章习题

1. 什么是跨境电子商务？广义和狭义的跨境电子商务有何区别？
2. 常见的跨境电子商务平台有哪些？速卖通平台有哪些优势？

全球速卖通是阿里巴巴为帮助中小企业接触海外终端，拓展利润空间而全力打造的融合订单、支付、物流于一体的外贸在线交易平台。通过互联网的方式缩短优化外贸产业供应链，减少外贸环节中的进口商渠道，将以往传统外贸中进口商所获取的巨额利润，返还到国内工厂及贸易商，同时降低了海外零售商的采购成本，从而达到消费者获利的目的。国内销售、传统外贸和速卖通平台的交易对比，如图 2-1 所示。

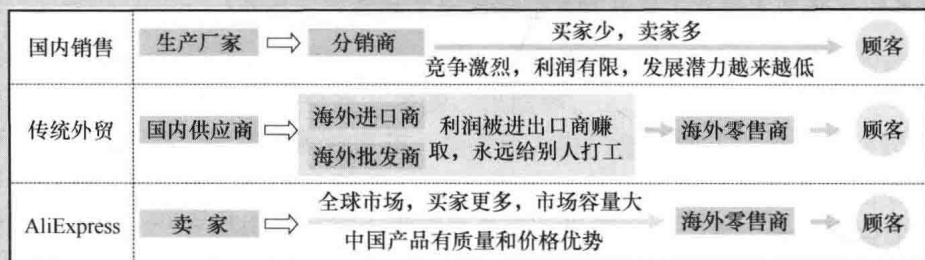


图 2-1 速卖通平台的优势

对速卖通有一定的了解后，如何开通店铺呢？开通账户是开店最基本的工作，需要进行“注册账户”——“实名认证”——“开店考试”三个环节。

第一节 账户注册

在正式注册账户前，必须准备好以下资料 and 工具：

- 专用的电子邮箱，要求安全可靠，能够长期使用；
- 专用的手机和手机号码，要求能够长期使用；
- 个人有效身份证；
- 数码相机或高像素的手机，用来拍摄认证照片。

做好准备工作后就可以直接实施开户操作了。



操作指南

步骤 1: 进入“免费开店”页面有两种方式。一种方式是进入速卖通首页（www.aliexpress.com），如图 2-2 所示，单击“卖家入口”按钮—“卖家首页”选项—“免费开店”按钮。

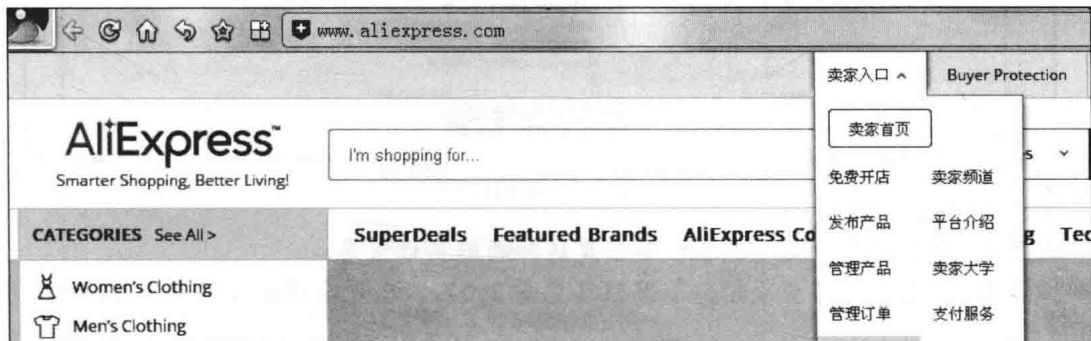


图 2-2 速卖通首页

9

另一种方式是登录全球速卖通卖家首页（www.seller.aliexpress.com），如图 2-3 所示，单击“免费开店”按钮，进入速卖通普通会员免费注册页面。在注册页面，你可以看到两种注册方法：

- 1) 通过邮箱进行注册的方式。
- 2) 通过支付宝账户注册的方式。



图 2-3 免费注册入口

我们以“邮箱注册”方式为例。

步骤 2: 通过邮箱注册，填写自己的电子邮箱地址，如图 2-4 所示。



AliExpress 全球速卖通

1 设置登录名 2 填写账户信息 3 注册成功

电子邮箱 205[REDACTED]87@qq.com

验证 >> 请按住滑块，拖动到最右边

☒ 创建网站账号的同时，我同意：
- 遵守Aliexpress.com 会员协议
- 愿意接收相关来自 Aliexpress.com的会员及服务邮件

下一步

图 2-4 邮箱注册

步骤 3：单击“下一步”按钮，单击发送邮箱的认证信息。

步骤 4：单击“立即查收邮件”按钮（见图 2-5），出现全球速卖通发来的邮件，如图 2-6 所示。

AliExpress 全球速卖通

1 设置登录名 2 填写账户信息 3 注册成功

验证邮件已发送到邮箱 205[REDACTED]87@qq.com

请在24小时内点击邮箱中的链接继续注册

立即查收邮件 没有收到邮件?

图 2-5 查收邮件

Mail QQ邮箱 小不点 <205[REDACTED]87@qq.com> 邮箱首页 | 设置 - 换肤

写信 收信 通讯录

收件箱(3) 星标邮件 群邮件 草稿箱 已发送 已删除 垃圾箱(2) [清空] QQ邮件订阅(1) 其他邮箱 漂流瓶 贺卡 | 明信片 日历 | 记事本 附件收藏

AliExpress 全球速卖通 阿里巴巴旗下网站

请确认您的邮箱，只差一步，您的注册就成功了！（请在24小时内完成）

完成注册

如果您看不到上方的按钮
可点击下面的链接以完成注册或复制下面的链接到浏览器地址栏中完成注册：
https://passport.alibaba.com/member/request_dispatcher.htm?from=ACTIVE_BY_URL&_ap_action=registerActive&t=ARCAxgoiCFJFR0ITVEVSMqEBOQaV9_iHKkABShCFtdAIFWsSKBjR63kxo-mu1Y83l7X-0etGnHhBwe1wBkv3dq

图 2-6 邮箱邮件



步骤 5: 单击“完成注册”按钮，出现“填写账号信息”列表，依次填写个人信息和公司相关信息，其中“经营模式”选定后不可更改，不过其对账户没有任何影响。当所有注册信息都填写准确无误后，单击“确认”按钮，如图 2-7 所示。

AliExpress 全球速卖通

1 设置用户名 2 填写账号信息 注册成功

登录名 21[redacted]14@qq.com

设置登录密码

登录密码 [redacted] 安全程度：中

密码确认 [redacted]

英文姓名 RUI CHEN

手机号码 131[redacted]67

联系地址 广东 梅州 兴宁市

经营模式 个人及贸易SOHO

在线经验 ☒ 淘宝等国内在线零售平台 ☒ eBay等国际在线零售平台
☐ 阿里巴巴中国站等内贸平台 ☐ 阿里巴巴国际站等外贸平台

确认

请输入6~20位的字母、数字作为密码

英文名：只能输入英文字母。当你与买家沟通时，将显示你的英文名信息

图 2-7 填写账号信息

步骤 6: 继续完成手机验证，即可拥有速卖通账号。输入手机号码，填写验证码，单击“确认”按钮，如图 2-8 所示。

验证手机

手机号 131[redacted]5

验证码 833324 8秒后可重新操作

☒ 短信校验码已发送至你的手机，请查收

确认

图 2-8 手机验证

至此，账号注册成功，如图 2-9 所示。