

夏涛◎著

SALE

卖给全世界

外贸整合营销实战攻略



●外贸整合营销理念第一人 夏涛老师最新力作

●外贸整合营销的第一本书

- 解析最新的外贸营销思维 用实战与权威突破外贸困境
- 透视外贸整合营销的各个细节 手把手教您把产品卖给全世界
- 风云变幻的外贸市场 如何突破外贸困局
- 不断更新的营销理念 如何引领营销市场
- 竞争激烈的各家企业 如何在外贸市场抢到一杯羹

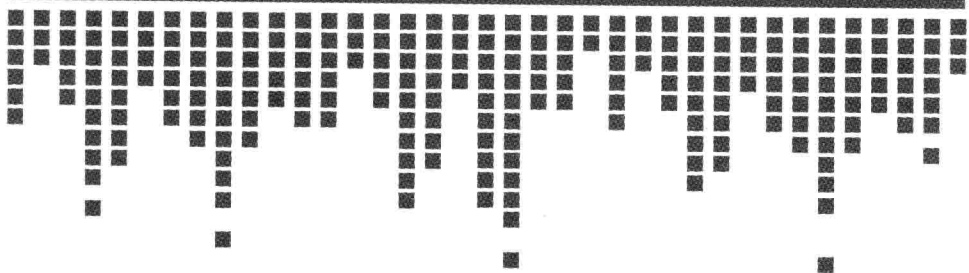


中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

夏涛◎著

SALE 卖给全世界

外贸整合营销实战攻略



中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

卖给全世界：外贸整合营销实战攻略 / 夏涛著. —北京：中国财富出版社，2015.4

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5565 - 0

I. ①卖… II. ①夏… III. ①对外贸易—市场营销学 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 036376 号

策划编辑 宋 宇

责任印制 何崇杭

责任编辑 王 波 赵笑梅

责任校对 饶莉莉

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5565 - 0/F · 2315

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2015 年 4 月第 1 版

印 张 13.5 印 次 2015 年 4 月第 1 次印刷

字 数 175 千字 定 价 35.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

老友对我出第一本书的赠言

和夏涛先生共事的日子，曾几次说他是一只对猎物缺乏敏锐嗅觉和快捷反应的猫。我以为，作为一个销售经理，他像我一样缺乏足够的精明和爆发力。转眼 10 年过去了，无数同伴因为失败或者有所收获而离开了外贸电子商务领域，而夏涛先生一直坚持至今并有了一番新天地。他让我看到了中国人身上弥足珍贵并逐渐流失的一些民族特征：温良忍让中默默坚持。是啊，默默坚持，只要能像夏涛先生这样，一直默默坚持，还有什么不可改变和提高的呢？

楼文胜

阿里巴巴十八大创始人，阿里巴巴工号 6 号

听说大家现在管夏涛叫夏老师了，再看到今天这本书，心里不由生出许多感慨来。我跟夏涛的“亲密接触”大约在 2002 年 4 月到 2003 年 10 月，那也是阿里巴巴直销团队比较艰苦的一段岁月。印象深刻的是不管有多艰难，他脸上总是挂着招牌式的微笑，谦虚、内敛、淡定以及他对电子商务宗教般的信仰。

做业务时陪访过他几次，发现他每家客户都服务得很好，给出的



方案也很专业，客户也很信任他。后来我调回杭州与他联系得少了，再后来听说他自己创业了。当时觉得特别可惜，因为我知道虽然他跟当时绝大多数的销售不太一样，但他对电子商务的理解和实操能力，对我们的客户和销售团队是非常有价值的。客观地说，阿里巴巴在南京的市场和口碑是靠夏涛打开的。

2009 年开始因为工作关系我们又有了一些接触，我个人觉得今天夏涛在做的事，包括“老师”这个称号，真的是非常的靠谱、非常的适合他，中小企业的电商之路也确实需要他这样的人去给予辅导和帮助。不管时光如何流逝，我想夏涛有些东西是不会变的，那就是他对电子商务宗教般的信仰和春风化雨的个人风格，这些特质支撑他从昨天走到今天，也必将支撑他走向更美好的明天。

千嘉伟

阿里巴巴老上级，现任美团网副总裁

初识夏涛是 2005 年，我们共同参加了心灵海国际教育集团在上海举办的一次“火凤凰巅峰成就心理学”培训。当时夏涛刚刚离开阿里巴巴加入环球资源江苏团队不久，就因工作业绩出色而被选派参加培训。虽然之前未有交往，但几句交谈之后，已大有相见恨晚之意，几天的培训下来，尤其对他的激情和梦想印象颇深。

培训结束之后，大家都忙于工作，鲜有联络，再后来夏涛因故离开了环球资源，开始了创业之路。终于在 2010 年 3 月，借参加在上海举办的华交会（中国华东进出口商品交易会）之便，顺道去了南京，约夏涛一起吃饭聊天，并专程参观了公司，就 B2B（Business to Business，企业对企业）电子商务以及外贸营销做了深入的探讨。四年多



的时间过去了，夏涛当初的梦想在一一实现，而他的激情，却丝毫不减当年！

一直在关注夏涛的博客，深感他已经把在阿里巴巴和环球资源的经验很好地应用在对中小外贸企业的服务中，并逐渐形成了自己的外贸整合营销模式。这本书的诞生，也集成了夏涛十年外贸电子商务行业经验的精髓。

高 勇

前环球资源展会华东地域经理

从来没有给别人的书写过序，一般而言，我看书的时候，内容可以不看，但序言是一定要看的。因为通过序言，可以知道这本书背后的故事。写序的人似乎都是很牛的人，感谢夏涛的这本书，让我找到了做“牛人”的感觉。

和夏涛的相识是因为阿里巴巴。2001年，我和他共同成为阿里巴巴江苏第一批中国供应商的销售经理。他比我先入行几个月，他负责南京，我负责常州，一周开销售周会的时候见一次面。那个时候我们的生活状态都是每天只睡四五个小时，写方案，坐火车，坐中巴，甚至拖拉机到江南的一个个镇上，去拜访一个个从来没有听说过互联网的乡镇企业老板。夏涛的业绩比我好一点，但基本属于难兄难弟，经常被江苏经理老楼阿甘“帮助”。

那个艰苦的岁月，我们能够坚持下来，最大的原因除了马云经常“忽悠”我们，是通过数以万计的客户拜访，我们真正感受到互联网真的能改变做生意的方式，真的能对中国外贸企业有帮助，互联网真的能改变世界。我想，十年前的这一段“激情燃烧的岁月”，在很多



阿里销售员的生命中都留下了难以磨灭的烙印。这本书，也许也是烙印之一吧！

离开阿里巴巴后，我们相继又走上了创业之路。阿里人创业的不多，所以我们经常保持着联系。记得有一次，在苏州大学的校园里，我们边走边聊，交流创业体会，感叹创业维艰，不知不觉已近深夜。后来知道他有个博客，虽然我已离开外贸营销行业，但通过他的博客，收获很多。他这十年专注在外贸营销上，孜孜不倦，令人钦佩。

我们都是时间的孩子。通过这本书，我想，我们不仅能分享到夏涛这十年来对中国外贸营销的实战管理经验，更重要的是我们能分享到一名创业者对人生的认真态度，也许后者更加重要。

吴志祥

同程旅游网 CEO

互联网的真正魅力还是在人，今天的企业最想得到怎样的人才？排在第一位的是懂得怎样利用互联网在最短的时间内，让最多的人知道企业品牌的电商人才。有了人才，企业的电商化才能真正实现。夏涛就是这样的一个电商教育工作者。今天很多的外贸电商人员都以“师从夏涛”为傲、为豪，因由夏涛的理念在于分享和服务。这是互联网的精髓所在，也是您借此书可以学习到的。

张 梅

拉美贸易网 CEO

如果把我们的外贸企业比作在大海中航行的小船，那夏涛先生的



这本书就是那屹立在岸边为我们指引方向的信号灯。在漆黑的夜里，它告诉我们该如何前进，从而让我们不会因为找不到方向而迷失在浩瀚的大海中，让我们能够载着成功的果实，顺利返航。

石春平

南京爱童游乐设备总经理

第一次和夏涛老师接触就感受到其谦逊、温文尔雅、思想深邃的一面，直到这本书的问世又让我对夏老师多了一份敬佩，原因有三。其一是这不是一本教科书，而是真正适应当前外贸环境新格局，经过大量外贸行业验证的经验汇总；其二是填补了面向外贸管理者书籍的空白；其三是为这种坚持十多年一直服务外贸行业的精神。师者，传道，授业，解惑也。相信这本书一定会给外贸行业的管理者以启发，并帮助其解决最核心的问题。

最后我以个人的经历说一句，认识夏老师本人，可以和他做朋友，多讨教外贸经验；不认识夏老师本人的可以先读他的书，再去听他的课，也会受益良多。

陈景宏

顶易中国总经理

给心存疑虑的读者

1. 这本书适合我吗？

每一次时代的变革，世界财富必然会进行一次重新分配并增值。也就是说，世界财富会从一些观念陈旧的人手上，转移到能适应新时代发展的另一批人手中。今天所有成功的企业和富豪都是过去掌握必然趋势的结果，掌握明日趋势的企业和富豪能够在未来获得成功。

2008 年金融危机以后，外贸环境发生了翻天覆地的变化。生意还是以前的生意，只是商业信息的传播方式和频率跟以往完全不同了。商业信息让一小部分人拥有主动权，让另一些人失去主动权。这对那些掌握海外网络营销杠杆建立系统的企业是福音，而对不能参与学习和实践的企业是致命的打击。

我们经过长达 13 年接触上万家 B2B（Business to Business，企业对企业）出口企业的总结和反思，经过 8 年的外贸海外推广代运营的实践，将复杂的东西简单化，总结出一套切实可行的外贸整合营销体系和管理模式。



如果你所在的企业有以下问题之一，本书将带给你启发，也说明本书是适合你的。

想通过各种渠道借力，但不知从何下手……

同行竞相压价，如果要保证一流的质量，就会导致亏本，被迫做违心的事……

面对国外买家，没有底气讨价还价，只要有订单就好……

公司离不开自己，自己被公司绑架，理想中的生活状态遥不可及……

对行业的发展前景不确定，越做越累，甚至心灰意懒，想转行……

80%以上的营业额是少数几个业务骨干完成的，经常担心他们自己创业……

大部分业务是自己完成的，没有人才可以接手，生活状况、身体状况一团糟……

虽然知道展会和广告是营销的撒手锏，但对如何清晰衡量广告效果没底……

相信自己的产品是一流的，却没有办法让客户迅速认同……

梦想自己可以成为行业内的明星，有强大的号召力及影响力……

希望有更多的高端人脉能够帮助自己……

研发、生产能力都没问题，但营销部门的订单远远不能满足……

外贸为啥付出很多得到很少？核心阻力是在哪里？

我们来一起寻找答案吧！

2. 我必须要懂网络营销技术才能看得懂这本书吗？

为了力求让每个人都能从这本书中有所收获，学习一种全新的外贸营销思维模式和策略，我们尽可能将书中的专业内容简单化，增加案例以便于理解，选择适合自己的外贸营销方法，并找到执行的方向。因此，只需要你平日里会打字和浏览网页及收发邮件就能看懂此书。我以后会推荐内容更深、技术性更强的书籍给大家，以便进一步学习操作执行层面的技巧，当然这样的内容不适合管理者。

3. 投入金钱和时间看这本书能带给我怎样的价值？这本书对于我意味着什么？

(1) 掌握正确的外贸营销方法，了解全新的外贸整合营销思维模式，少走弯路，打好外贸营销的基础，在正确的基础上推广和发展自己的公司，将“成功”建立在“成功”的基础上你会更轻松。

(2) 将海外推广执行团队的管理实战经验毫无保留地分享给读者，将案例和如何达成结果的执行思路告诉你。我是如何服务中小型出口企业的，也将如何服务你。

4. 看这本书之前我需要准备什么？

阅读即安装，警告！请先将头脑中的外贸销售开发客户的旧版本删除，用过去的方法解决现在和未来的问题已经起不到任何作用，不管是群发垃圾邮件或单纯依赖 B2B 广告带来新客户，还是仅靠老



客户的订单来发展企业。

5. 这本书是不是又像那些有用的“废话书”不具备可操作性？

这本书不是一本理论教科书，它是我们服务 1000 家外贸企业推广开发新客户实践案例的一个总结，“做我们所说”就是本书的原则，所以你坚持认真地去执行，将比所有未尝试新外贸整合营销模式的企业，领先三年去影响和改变自己企业的命运。

6. 什么人不适合这本书？

关注内贸和外贸零售的朋友，本书不侧重于教授内、外贸网络零售的知识，所以想通过网络直接将产品零售给终端消费者的朋友，只能从书中找到外贸营销的理论知识，不能找到零售推广案例，更何况网络零售涵盖了物流配送、资金支付等若干问题，此书没有进一步介绍此类型的推广内容。

同时，期望看完这本书就能在短短几天内学会搜索引擎优化和网站建设执行操作的朋友会很失望。这本书没有侧重于此，请关注我以后出版的系列丛书和光盘，同时不建议那些认为只要学习我的书，无须采取任何行动就能改变结果的“梦想家”来买我的学习资料。

7. 我为什么要写这本书给你？

在 2006 年 6 月 15 日开始写博客（<http://www.xiatao.com>）起，



我开始通过网络给更多外贸人分享外贸营销的收获。我发现7年下来，截至2013年有超过1300万人看过我的博客，一年中全国有超过2000家出口企业向我垂询各种外贸营销的问题。可是，我发现相对于上网学习外贸新规则的人群，这远远不够。很多人总不上网，他们还是习惯以传统的看书方式去学习。所以，为了让更多的人了解外贸营销环境发生的变化，我下定决心要将过去十多年的心得写出来分享给更多活在线下的朋友。我发现他们因为对于环境变迁的根源也就是贸易信息传播方式发生的变化不甚了解，从而导致巨大的投资损失。能帮助更多外贸人的这种分享形式让我获得了更多成就感，实现了个人价值。说实话第一次写书，耗费了我大量的心血，毕竟写书比坚持写博客还要难，但是只要有你的肯定，我就觉得这是值得的。

序 言

写给你的一封信

亲爱的朋友，我是夏涛，自 2001 年以来，我一直专注于跨境电商的推广管理工作。从阿里巴巴到环球资源，再到 2006 年起自己创业，走在外贸营销的路上，角色从职员到管理者再到创业者一直在变，唯一不变的是专注于服务外贸企业出口营销领域。

身边很多人都因为局势变化而转行了，我本着专一、专注、专业的原则坚持走了下来。我相信这对于每一位坚持并且因势而变的人都是一个机会。

我见过很多外贸营销的朋友，发现他们还没有意识到环境发生翻天覆地变化之时自己应该做出的改变，正处在被这个环境边缘化的境地。我也见证了在外贸行业中很多人从贫穷到富有的变迁，而起关键作用的就是信息传播。为此，如何能第一时间获得高质量的买家信息？如何快速推送企业信息直达买家？如何将产品卖给全世界？

很多人之所以抱怨外贸工作举步维艰，是因为竞争环境变了。中国 2008 年以前的外贸太好做了，发展太快，只要有业务技能，不需要太多营销管理和分工，就可以做出漂亮的业绩。当下，买家在成长并变得更精明，要求更高，如果还用老的销售方式去开发国外买家，这



怎么可能还继续奏效？

在大环境不好的情况下，很多人在收缩对广告、营销、销售人员的投入，这对于中小企业的的影响是致命的。相反，我们建议要花更多的钱投资在新营销渠道的实践及市场营销的测试上。这本书就是站在渠道的角度为大家剖析创新的方向，给予更多新的对策。

国际贸易中信息的营销手段从传统到网络都是日新月异，但其实本质未变，也很容易掌握这个规律。在本书中，我会尽可能地简化讲述方式，让你更容易理解这些非常复杂的新整合营销策略。

所以，帮助中小传统企业实现真正的转型，推动实现商务电子化，这就是我出这本书，揭秘外贸整合营销管理的目的。这是一本写给外贸营销管理者的书，在新的外贸环境下都需要用创新思路来指导你的工作。然而，我发现在书架上几乎看不到分析外贸营销管理和海外网络广告策略的书籍，大部分都是在讲解基本的销售技能以及纯技术性的电子商务推广技巧，而这些对于外贸管理者帮助不大，难以提升业绩。在此，我想这本书能为你指明一个清晰的方向。

这是我的第一本书，因为追求完美，所以经历了四年的时间才得以修成正果。这是我这么多年外贸整合营销思想的提炼，从简入繁易、化繁为简难。在本书中，我写的一定是我已经做过的或现在正在做的事情。通过这些创新的营销方式，我们的团队在过去8年当中帮助超过1000家的出口企业建立了自己的海外网络营销推广系统，平均每年带来至少180个国外买家具有针对性的高质量询盘，线下至少带来价值超过10亿美元的成交。希望你能学以致用、学以致富，通过这些方式来开拓自己的营销思路，并且实践自己的成果。

这本书将带你体验一段完全不一样的旅程，一步步走近我经历13年的外贸营销服务世界。在你了解外贸营销管理和对策的同时，你会

发现写作耗尽了我的心血。此书本身还有很多不完美的地方，但都是我这些年来真实的经验总结，而这份坚持是源于我坚信本杰明·迪斯雷利的名言：“给他人最大的帮助不是与其分享你的财富，而是告诉他，如何获得属于自己的财富。”

最后，致以最美好的祝福，期望你能早日实现轻松赚钱、时间自由的外贸梦想！

夏 涛

2014 年 9 月 30 日

目 录

第一章 付出多，回报少——找出外贸赢利难的根源	1
第一节 跨境信息不对称产生网络商机	3
第二节 跟风做网络付费广告加剧竞争	9
第三节 信息过度透明让出口企业血拼价格	11
第四节 外贸企业应用互联网面临新考验	15
第二章 知彼知己，百战不殆——外贸快速赢利的密钥	25
第一节 外贸营销存在的十大误区	28
第二节 外贸电子商务赢利的核心	37
第三节 未来的外贸营销趋势	44
第四节 营销不是孤立的，整合才能有未来	49
第三章 线上线下，花样百出——外贸整合营销初体验	53
第一节 传统企业做网络营销要看时机和条件	55
第二节 外贸整合营销概念提出	59
第三节 多渠道营销手段	61
第四节 外贸整合营销的运用	66