

跨境电商 实操攻略

运营策略 + 技巧工具 + 实战案例

刘东明◎主编



Cross-border E-commerce
practical strategy

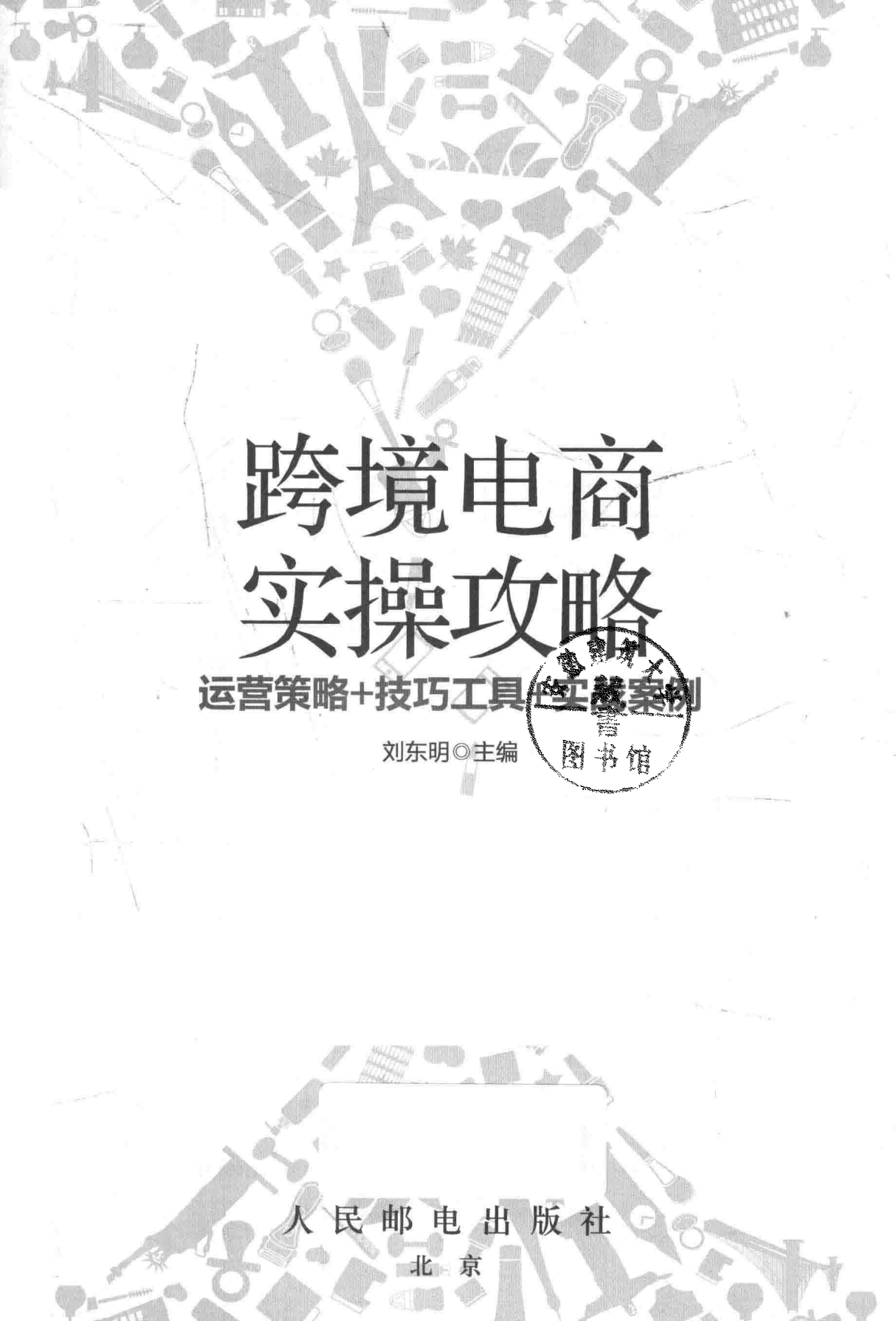
一本书教你学会速卖通、eBay、亚马逊店铺的运营策略
把握跨境电商发展趋势，解决跨境电商运营的痛点与难点
让你乘风破浪，沿着清晰而明确的跨境电商路径掘金



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



跨境电商 实操攻略

运营策略+技巧工具+实战案例

刘东明◎主编

图书馆

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

跨境电商实操攻略：运营策略+技巧工具+实战案例 /
刘东明主编. — 北京：人民邮电出版社，2018.6
ISBN 978-7-115-47980-8

I. ①跨… II. ①刘… 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(2018)第038453号

内 容 提 要

本书从跨境电商颠覆传统外贸格局、传统外贸企业转型跨境电商、打造完善跨境物流供应链模式、建立跨境电商品牌竞争力、三大跨境电商平台（速卖通、eBay、亚马逊）运营实战等七大维度，全方位、立体化地对跨境电商的特征、模式、运营及发展等进行深入分析，为广大创业者及企业提供了一条清晰而明确的跨境电商掘金路径。

◆ 主 编 刘东明

责任编辑 赵 娟

责任印制 彭志环

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：15.5

2018年6月第1版

字数：198千字

2018年6月北京第1次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055488 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号

编 委 会

主编

刘东明

编委会成员

袁国宝 王宏鹏 王学东 张迅诚 海 科 程雪翔 任昱衡
钟光智 邓双超 康 舰 曹 宇 鲁高平 黄 剑

(主编及编委会成员个人简介见本书附录)

前言

近几年，跨境电商成为社会各界关注的焦点，吸引了诸多创业者及企业纷纷入局。我国政府也对其发展给予了大力扶持，相继出台了一系列利好政策。在 2017 年 7 月举行的全球跨境电子商务大会上，海关总署副署长李国强调，近几年我国跨境电商交易额年均增长 30% 以上，跨境电商为我国的经济发展注入了新的活力与动力，尤其是在培育发展新动能、创造贸易新模式、引领消费新趋势和创造新就业岗位方面，跨境电商爆发出惊人的能量。

在世界经济持续低迷及我国经济长期面临较大下行压力的背景下，国内传统外贸企业面临着严重的生存危机，亟须找到一条行之有效的破局路径；而跨境电商的强势崛起，无疑为传统外贸企业打破生存危机提供了新的思路。

事实上，国内创业者及企业在很多年前就已经开始探索跨境电商。在论坛、贴吧、网络社区火热的年代，就有一些 C2C 卖家通过海淘掘金。但由于信息不对称、缺乏有效监管等问题，导致假冒伪劣产品横行，给用户体验带来了严重的负面影响。

如今，国内电商产业进入瓶颈期，流量增速趋缓，获客成本不断攀升，

为了解决这一问题，以阿里巴巴、京东为代表的电商平台纷纷实施渠道下沉战略，深耕农村市场；但受制于消费习惯难以改变、物流与通信等配套支持尚未完善等痛点，始终未能取得实质突破。在这种背景下，发展跨境电商就显得尤为关键。

跨境电商确实给国内创业者及企业带来了前所未有的重大发展机遇，但掘金跨境电商也存在诸多阻碍，如监管阻力、物流体验较差、售后服务缺失等。与此同时，跨境电商具有的碎片化、小批量、高频率特征，对企业的供应链管理能力提出了巨大挑战。

——由于消费习惯、审美观念、宗教信仰等诸多方面的差异，海外消费者和国内消费者的需求明显不同。在颠覆传统外贸模式和商业格局的跨境电商风口面前，国内企业如何抓住转瞬即逝的发展机遇，在巨头林立的国际市场中建立强大的核心竞争力，是摆在广大跨境电商从业者面前的时代课题。

从京东全球购、蜜芽宝贝、天猫国际等跨境电商平台的发展情况来看，这些平台对降价促销有着较大的依赖，通过持续烧钱保持较高的流量。当然，由于这些平台具有强大的融资能力，烧钱不失为一种简单、有效的引流手段，但这显然不适合绝大部分跨境电商企业。

作为电子商务的观察者、跨境电商的研究者及从业者，我在和业内人士进行讨论、分享时，发现很多电商创业者及企业缺乏足够的借鉴经验与有效的指导，仅仅因为担心错过跨境电商风口而盲目布局，在巨头掀起的一轮轮价格战面前毫无招架之力，不但浪费了大量资源与精力，还导致组织成员的信心备受打击。

鉴于此，我对自己多年的思考与研究进行总结，并在结合自身的从业经验与大量实践案例的基础上，以抛砖引玉的方式撰写了《跨境电商实操攻略：运营策略+技巧工具+实战案例》一书，希望能够给读者、

创业者、传统外贸企业、跨境电商从业者等提供一些帮助和启示。

本书从跨境电商颠覆传统外贸格局、传统外贸企业转型跨境电商、打造完善跨境物流供应链模式、建立跨境电商品牌竞争力、三大跨境电商平台（全球速卖通、eBay、亚马逊）运营实战等七大维度，全方位、立体化地对跨境电商的特征、模式、运营及发展等进行深入分析，为广大创业者及企业提供一条清晰而明确的跨境电商掘金路径。

考虑到当前跨境电商从业者面临的诸多痛点，本书尤其注重实操性，详细介绍了跨境电商的产品定位、定价、引流、转化、支付、物流、通关、问题订单处理等诸多运营细节。与此同时，在资源有限的情况下，很多创业者和企业通常会选择以入驻平台的方式切入跨境电商，所以，本书用了较多笔墨对目前三大核心跨境电商平台——全球速卖通、eBay、亚马逊的店铺运营策略与技巧进行了重点分析，希望那些资源有限的中小卖家也能从跨境电商这个风口中分一杯羹。

目 录

第 1 章 产业赋能：跨境电商重塑传统外贸格局	001
1.1 推动传统外贸企业转型升级	002
1.1.1 跨境电商的发展现状和历程	002
1.1.2 促进专业外贸服务转型升级	004
1.1.3 促进外贸生产模式转型升级	006
1.1.4 从“中国制造”到“中国创造”转型	008
1.2 外贸企业的转型痛点与对策	010
1.2.1 跨境电商三大主流平台介绍	010
1.2.2 外贸企业转型的机遇与挑战	013
1.2.3 如何解决通关与支付痛点	015
1.2.4 如何解决信用与物流痛点	017
1.3 跨境电商的模式选择与路径	019
1.3.1 模式 1：B2C 平台模式	019
1.3.2 模式 2：B2B 平台模式	022
1.3.3 模式 3：C2C 代购模式	025
1.3.4 模式 4：海外仓储模式	027
1.3.5 模式 5：新型跨境电商	029
第 2 章 运营攻略：传统外贸企业的转型路径	033
2.1 传统外贸企业的运营策略	034

2.1.1	做好产品定位与市场细分	034
2.1.2	选择适合的跨境电商平台	035
2.1.3	跨境电商的品类运营逻辑	037
2.1.4	跨境电商运营的三大误区	040
2.2	跨境电商运营的实战攻略	043
2.2.1	数据化运营实战攻略	043
2.2.2	突破销售转化率瓶颈	047
2.2.3	跨境支付方式的选择	050
2.3	跨境电商的客服实操攻略	055
2.3.1	跨境电商客服的素质要求	055
2.3.2	客户订单争议的处理方法	058
2.3.3	客户订单争议的解决方案	060
第3章	物流战略：建立完善的跨境供应链模式	063
3.1	跨境电商的物流运作模式	064
3.1.1	我国跨境物流面临的痛点	064
3.1.2	我国跨境物流的发展对策	067
3.1.3	我国跨境物流的运作模式	069
3.1.4	国际跨境物流的选择方式	072
3.1.5	国际邮政小包的特点介绍	076
3.2	海外仓储模式的运营法则	079
3.2.1	企业海外仓储的经营模式	079
3.2.2	运营海外仓的注意事项	081
3.2.3	第三方海外仓储服务的选择	084
3.3	中联网仓：自动化仓储模式	087
3.3.1	第三方仓储平台服务商	087

3.3.2	智能化的仓储配送系统	089
3.3.3	布局上下游物流产业链	090
第 4 章	品牌营销：构建跨境电商的品牌竞争力	093
4.1	跨境电商品牌化时代的崛起	094
4.1.1	以品牌带动产品销往全球	094
4.1.2	跨境电商品牌营销的优势	096
4.1.3	制约品牌营销的主要因素	098
4.2	中小跨境电商品牌运营策略	101
4.2.1	构建优质的跨境电商平台	101
4.2.2	完善物流体验与支付系统	102
4.2.3	实现跨境品牌本土化经营	104
4.3	中小跨境电商的 4P 营销法则	106
4.3.1	产品：注重商品品类与质量	106
4.3.2	价格：采取合理的定价策略	107
4.3.3	渠道：保证产品渠道的正规性	110
4.3.4	促销：如何做好节日促销	111
4.4	中小跨境卖家的营销引流技巧	114
4.4.1	突破引流困局的实战技巧	114
4.4.2	跨境电商 SNS 营销的步骤	117
4.4.3	利用 Google+ 实现店铺引流	123
第 5 章	全球速卖通平台运营基础与实战操作技巧	127
5.1	全球速卖通平台运营实战攻略	128
5.1.1	全球速卖通平台运营操作技巧	128
5.1.2	全球速卖通平台数据运营攻略	130
5.1.3	全球速卖通代运营商入驻条件	132

5.1.4	全球速卖通代运营的操作方法	133
5.2	全球速卖通平台引流操作方法	137
5.2.1	全球速卖通平台店铺引流渠道	137
5.2.2	全球速卖通平台引流操作方法	139
5.2.3	全球速卖通平台 SEO 优化方法	141
5.2.4	全球速卖通平台流量转化方法	144
5.3	全球速卖通直通车运营推广技巧	148
5.3.1	直通车店铺选品实战技巧	148
5.3.2	直通车店铺图片处理技巧	150
5.3.3	直通车店铺标题优化技巧	152
5.3.4	直通车店铺产品定价技巧	153
第 6 章	eBay 平台基础运营与实战操作技巧	155
6.1	eBay 平台基础运营操作方法	156
6.1.1	eBay 平台卖家注册流程	156
6.1.2	eBay 平台标题设置技巧	158
6.1.3	eBay 平台商品刊登技巧	161
6.1.4	eBay 平台商品上架技巧	165
6.2	eBay 新手卖家运营实战攻略	169
6.2.1	eBay 新手运营的 8 项技能	169
6.2.2	eBay 新手运营的实战思路	171
6.2.3	eBay 新手如何提高交易量	174
6.2.4	eBay 产品热销的运营流程	177
6.3	eBay 卖家如何应对负面反馈	182
6.3.1	eBay 卖家如何避免负面反馈	182
6.3.2	eBay 卖家如何处理负面反馈	184

6.3.3	卖家如何申请删除负面反馈	185
6.3.4	如何高效应对超期退货申请	187
第7章	亚马逊平台运营基础与实战操作技巧	191
7.1	亚马逊平台基础操作方法	192
7.1.1	亚马逊平台入驻的主要优势	192
7.1.2	亚马逊平台店铺的注册流程	194
7.1.3	亚马逊平台的标题设置技巧	196
7.1.4	亚马逊平台的商品描述技巧	198
7.1.5	亚马逊平台店铺的注意事项	201
7.2	亚马逊平台店铺引流实战	204
7.2.1	店铺如何提高产品曝光率	204
7.2.2	店铺如何提升搜索排名	205
7.2.3	店铺如何进行站外引流	211
7.3	亚马逊平台店铺运营策略	213
7.3.1	如何快速吸引消费者注意	213
7.3.2	如何快速获取黄金购物车	216
7.3.3	如何选择物流配送服务	219
7.3.4	如何处理客户订单问题	224



第 1 章

产业赋能： 跨境电商重塑传统外贸格局

1.1 推动传统外贸企业转型升级

1.1.1 跨境电商的发展现状和历程

2008 年全球金融危机发生之后，世界经济整体处于低迷态势，国际市场需求不断减少，各国贸易保护主义抬头，我国外贸企业受到巨大冲击；从国内来看，人民币升值以及原材料和人力成本不断增加，进一步加剧了外贸企业尤其是众多中小型外贸企业的发展困境，大量企业出现停产、倒闭的现象。

这也反映了我国外贸企业发展的结构性矛盾和瓶颈：依靠原材料和人力的粗放型发展，在资金、人才、品牌、技术等方面缺乏核心竞争力，亟须进行整体结构的转型升级。

随着全球经济一体化和电子商务的深化发展，跨境电子商务成为我国对外贸易的新增长点和重要驱动力量，为陷于困境的众多中小外贸企业提供了拓展国际市场、创新发展模式的新思路，并对国内传统外贸整体模式和格局进行了巨大的变革重塑。

跨境电子商务是基于经济全球化和互联网应用的深化发展而出现的一种多方共赢的国际贸易新模式，是未来国际贸易发展的重要形态。就我国而言，虽然与欧美发达国家相比国内跨境电子商务起步较晚，但发展势头强劲，已成为我国外贸行业的新增长点。同时，随着政府不断出台各类鼓励扶持政策以及行业参与者的探索创新，我国跨境电子商务整体产业链逐渐完善，正迈入快速、规范、良性、长远的发展轨道。

虽然我国跨境电商在最近几年才开始迅猛发展并走入公众视线，但实际上自以阿里巴巴为代表的跨境电子商务网站创立并把国内卖家与海外买家对接起来开始，我国外贸行业就已经开始了互联网化转型。国内跨境电子商务发展大致可分为3个阶段：从单纯提供信息沟通对接服务到实现在线交易，再到全产业链的布局转型。

(1) 以早期的阿里巴巴国际站、环球资源网等 B2B 网站为典型，核心内容是作为第三方平台，一方面帮助国内企业线上发布产品，另一方面为海外批发商提供产品等相关信息服务，从而将传统外贸出口流程缩减为“中国厂商—海外批发商—海外零售商—海外消费者”4个环节。不过，这些 B2B 网站只提供信息服务，帮助买卖双方实现高效、精准对接，最终交易环节仍然在线下完成。

(2) 以全球速卖通、敦煌网等为代表的平台，主要帮助中小企业更好地开展小额外贸批发业务，让国内中小厂商跳过外国批发商直接与海外零售商对接，进一步将外贸出口流程缩减为“中国工厂—海外零售商—海外消费者”3个环节。

这一阶段，以全球速卖通、敦煌网等为代表的跨境电商平台不仅提供信息服务，还逐渐实现了线下交易、支付、物流服务等环节的线上化，结合创新性的互联网金融服务积极打造在线外贸交易平台，并通过整合、打通跨境贸易上下游供应链，形成了 B2B(平台对企业小额交易)和 B2C(平台对用户)两种跨境电商模式。

(3) 以兰亭集势为代表的平台，通过对供应链服务的整合，让国内中小企业借助 B2C 平台直接对接海外个体批发商、零售商和消费者，从而大幅降低了外贸出口的中间流转成本，拓展了企业的利润空间。同时，这一 B2C 跨境电商模式也重塑了企业的生产、销售、物流等整体运作流程，通过精准营销和深度营销提高了企业的生产与销售能力，并推动

自主技术、自主知识产品和自主品牌产品的出口。

1.1.2 促进专业外贸服务转型升级

互联网信息技术的快速发展和全球经济一体化的不断深化，推动了跨境电子商务的不断成长成熟，成为我国国际贸易行业的新增长点。

与传统外贸不同，跨境电子商务在近些年逆势而上，不断展现巨大的发展活力和价值想象空间，为国内外外贸企业开拓国际市场提供了新切入点，也推动了传统外贸模式的创新、变革与转型。

与传统外贸的双边关系不同，跨境电子商务是一种开放性的网状结构，在交易过程中涉及的信息流、商流、物流、资金流等不再局限于买卖双方，而是向多边拓展——通过 A 国的交易平台、B 国的支付结算工具、C 国的物流系统完成与 D 国、E 国等其他国家的外贸合作。

从双边到多边的演进必然涉及更为复杂的流程，因此需要专业外贸服务升级，以便更好地参与和服务跨境电商这一创新外贸形式。同时，专业外贸服务的升级也有助于行业整体的发展优化，提升我国外贸企业的风险应对和控制能力、增强企业在国际市场中的竞争力。

国内各大涉足外贸领域的电商平台也敏锐地把握住了专业外贸服务升级的迫切需求，多方面布局强化了供应链环节的服务整合。例如，阿里巴巴入资国内第一家面向中小企业的外贸综合服务平台——深圳一达通公司，帮助国内中小企业开展国际贸易的 B2B 在线贸易平台——中国制造网在美国设立海外仓，国内首家专注于海外仓储及配送服务的物流服务提供商——出口易在英国、德国等地区建立物流仓……

成立于 2011 年的合肥法思特信息技术服务有限公司主要为跨境电商电子商务企业和跨境电商零售提供建站、海外推广、物流配送等一站式专

业化服务，帮助国内跨境电商企业更好地切入和占领海外市场。

截至目前，法思特公司在美国亚马逊、英国亚马逊和德国亚马逊平台拥有的特色店铺数量分别为4家、2家、1家，产品范围覆盖户外运动、电子配件、圣诞礼品、卫浴五金四大类；2013年销售规模达到650万美元，后期目标是海外注册用户数突破100万，年交易规模超过5000万美元。

跨境电商的信息流、资金流和商流主要依靠突破空间和时间限制的电子商务平台进行交互，因此能够实现企业与企业、企业与终端客户之间的直接交易。显然，与传统国际贸易形式相比，跨境电商模式大幅缩减了交易流程，降低了外贸交易成本，提高了交易效率。

同时，借助跨境电商平台的专业化、一站式服务，传统国际贸易中的贸易商、批发商等一些重要的中间角色被边缘化甚至消失，节约了大量的中间成本。而这些节省下来的中间成本一部分成为厂商的利润，一部分成为跨境电商平台的佣金，一部分成为给客户的让利，实现了多方共赢。因此，跨境电子商务模式大幅降低了国际贸易成本，推动外贸方式向直销转型。

2013年8月，义乌市政府与著名外贸电商平台敦煌网完成了“义乌全球网货中心”的签约仪式。由此，义乌这个以小商品批发著称的城市借助跨境电商平台实现了自我转型升级，从传统外贸形态向全球在线批发网络直销的模式演进。“义乌全球网货中心”由深谙跨境电子商务的敦煌网负责开发运营，于2013年11月正式上线，通过线上线下有机结合的方式推动传统外贸企业的电商化转型。

“义乌全球网货中心”聚合了义乌地区7万余家商户和上千万种产品，并与敦煌网等诸多电商平台无缝对接。世界各地的采购商可以通过电商平台直接下单，之后“网货中心”借助线上线下整合的高效仓储物