



从0开始

阿里巴巴国际站“百城千校·百万英才”
跨境电商人才认证配套教程

跨境电商实训教程

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 © 编著



本书
提供配套
PPT课件和
学习视频



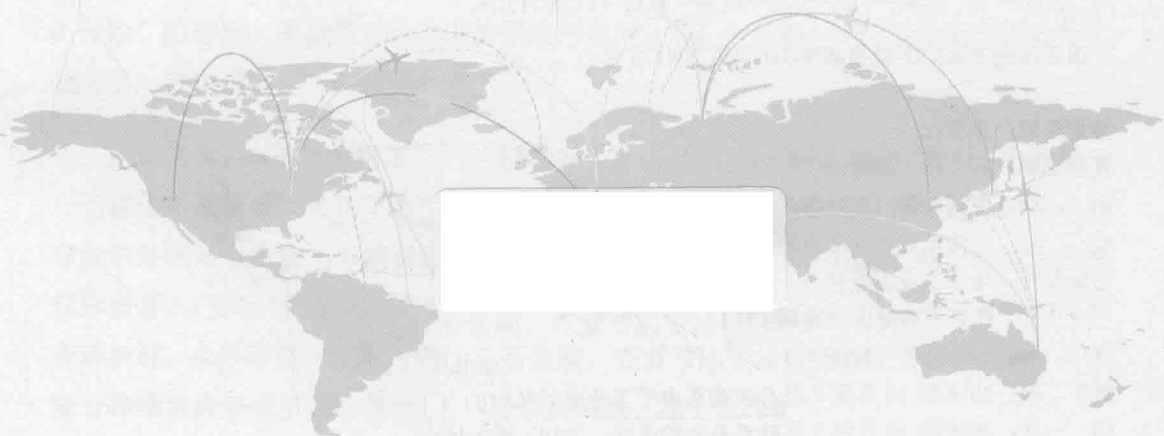
中国工信出版集团



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

从0开始 跨境电商实训教程

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 © 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以实训指导的方式,针对有志于从事跨境电商工作的院校学员和从业人员,从0开始,全真与实战并蓄,详细解析了跨境电商的运营知识。本书中关于阿里巴巴国际站后台的操作均来自于最新的真实平台,读者完全可以将本书与网站进行全真对照学习,整体内容通俗易懂。同时,本书内容与阿里巴巴国际站里的培训资源形成有益互动,在完成本书启蒙性的学习过程中,还可以从 peixun.alibaba.com 网站获得海量的基础版、高级版的学习资源。学习完毕后,读者可以在此网站进行跨境电商人才认证考试,获得人才资格认证后,即可真正融入跨境电商生态圈。

不论你是有意向进入跨境电商行业的传统外贸企业的外销员,还是跨境电商的行业新手,本书都将有助于你成为掌握国际贸易入门知识和跨境电商平台操作基础的跨境电商初级人才。

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

从0开始:跨境电商实训教程 / 阿里巴巴(中国)网络技术有限公司编著. —北京:电子工业出版社, 2016.10

ISBN 978-7-121-28729-9

I. ①从… II. ①阿… III. ①电子商务—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第204123号

策划编辑:张彦红

责任编辑:石倩 郑柳洁

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:三河市良远印务有限公司

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:787×980 1/16 印张:25.75 字数:457.6千字

版 次:2016年10月第1版

印 次:2016年10月第1次印刷

定 价:69.80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 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

前言

有一个有趣的现象——“几乎每本书的前言都是最后写就的”。本书也不例外，前言就是本书诞生的小历史。

从一年前因为市场的大量需求开始考虑编写本书，到半年前正式开始，历经网络讨论会、大纲的确定、初稿的编写、统稿再反复修改，直至现在成书，本书经历了一个“从 0 开始”的过程，所以当讨论本书的最终书名时，《从 0 开始——跨境电商实训教程》获得了一致通过。

正如书名，本书作为阿里巴巴跨境电商人才认证的第一本官方指定教材，它适用于一切跨境电商需要“从 0 开始”的企业和从业人员，因此不论你是有意向进入跨境电商行业的传统外贸企业的外销员，还是跨境电商的行业新手，本书都将有助于你成为掌握国际贸易入门知识和跨境电商平台操作基础的跨境电商初级人才。所以本书可作为高校开课教材、自考阿里认证学习教材、跨境电商人才上岗的基础资格证书培训教材、外贸企业跨境电商知识培训的基础教材等使用。

亦如书名，本书对于跨境电商理论和实战两个部分均有所兼顾，在章节的安排上，本书共分为三大部分，第一部分：跨境电商理论基础，这部分共有两章，第 1 章跨境电商概述和第 2 章国际贸易基础；第二部分：跨境电商实务操作，这部分由第 3 章阿里巴巴国际站入门、第 4 章店铺建设及营销、第 5 章商机获取及订单处理构成，这部分内容

既兼顾了平台的操作基础，又介绍了相当多的实务操作技巧，极具实操性；第三部分：跨境电商风险与安全，这部分作为前面两个部分的额外补充，由第 6 章阿里巴巴平台规则、第 7 章国际贸易风险及安全构成。

本书在诞生过程中做了一些创新性尝试，这突出表现在编者的构成上。参与本书编写和审核的作者分为三类，分别为大学国际贸易专业相关教师、阿里认证讲师和阿里代运营服务公司的老师。大学老师对国际贸易和启蒙教学很有经验；阿里认证讲师则奋战在外贸前线多年，具有丰富的实战经验；而阿里代运营服务公司的老师对阿里巴巴国际站非常了解，深谙跨境 B2B 平台的操作。三方通力合作，发挥各自所长，终成此书，所以本书具备了一些不同于其他书籍的特点。

1. 全真与实战并蓄。本书中关于阿里巴巴国际站后台的操作均来自于最新的真实平台，读者完全可以将本书与网站进行全真对照学习，整体内容通俗易懂。本书的第二部分跨境电商实务操作构成了本书的主体内容，主要由阿里认证讲师和代运营服务公司的老师完成，注重实战技巧的提炼，这些实战技能同样也适用于阿里巴巴国际站之外的跨境电商平台。

2. 网络资源与书籍资源的互动。本书内容与阿里巴巴国际站里的培训资源形成有益互动，在完成本书启蒙性的学习过程中，还可以从 peixun.alibaba.com 网站获得海量基础版、高级版的学习资源。网站中既有视频资源，又有 PPT 演示文稿，还有论坛分享，形式多样。本书起着“师傅领进门”，网站则起到“修行在个人”的作用。

3. 学习与考证兼得。学完本书后，读者可以在 peixun.alibaba.com 网站进行跨境电商人才认证考试。获得人才资格认证后，即可真正融入跨境电商生态圈。

最后，感谢为此书付出辛勤劳动的人们，阿里巴巴国际事业部 ICBU 百城千校项目组；编者周晓琛（南京工业大学教师，第 1 章及第 5 章 5.4 节编者）、严杰（资深外贸人，第 2 章编者）、黄勇（杭州赛群培训讲师，第 3 章、第 4 章编者）、杨海峰（南京工业大学教师，第 1 章及第 5 章 5.1 节编者）、孟娇（山东网商集团大学培训教师，第 5 章 5.2 节和 5.3 节编者）、刘晓玲（资深外贸人、第 5 章 5.5 节和 5.6 节编者）、柯丽敏（杭

州师范大学教师，第6章和第7章编者)。并特别感谢为本书逐字逐句推敲审核的老师
们，阿里巴巴国际事业部信保团队的夏莹、孙当当、张然、张鑫龙；国际事业部服务团
队的于洋、陈玲、龙梦薇、赵倩倩；外贸圈名人堂资深外贸人 Anna 姐；百城千校人才
项目服务商广州大洋的刘晓玲、莫嘉敏、刘丹；西安盛园的李扬老师。感谢阿里巴巴国
际事业部安全风控团队的赵磊协助提供大量的国际贸易诈骗与风险处理的实际案例。

正是由于我们的共同努力，本书才得以付梓。谢谢！

本书编委会

执笔人：周晓琛

2016年8月

目 录

第 1 章 跨境电商概述.....	1
1.1 跨境电商概述.....	2
1.1.1 跨境电商的概念.....	2
1.1.2 跨境电商的流程.....	3
1.1.3 跨境电商的作用.....	4
1.2 跨境电商的发展状况及趋势.....	6
1.2.1 中国跨境电商的发展状况.....	6
1.2.2 全球主要跨境电商市场简介.....	10
1.2.3 跨境电商的发展趋势.....	13
1.3 跨境电商模式及代表性平台.....	16
1.3.1 跨境电商出口平台简介.....	17
1.3.2 跨境电商进口平台简介.....	22
1.4 B2B 跨境电商出口与阿里巴巴国际站（alibaba.com）.....	27
1.4.1 B2B 跨境电商出口平台.....	27
1.4.2 阿里巴巴跨境电商布局.....	29
1.4.3 阿里巴巴国际站（alibaba.com）发展状况.....	31
1.5 本章总结.....	34

1.6 巩固练习	34
第2章 国际贸易基础	36
2.1 国际贸易术语与单证	38
2.1.1 国际贸易流程	38
2.1.2 跨境贸易术语概念及责任划分	42
2.1.3 跨境贸易单证	48
2.2 国际贸易支付	56
2.2.1 电汇	56
2.2.2 托收	59
2.2.3 信用证	61
2.2.4 各类小额付款	63
2.3 国际贸易物流及保险	66
2.3.1 海运（海运拼箱+海运整柜）	66
2.3.2 空运（Express+Air Cargo）	67
2.3.3 陆运	68
2.4 本章总结	69
2.5 巩固练习	69
第3章 阿里巴巴国际站入门	72
3.1 国际站后台认知	73
3.1.1 什么是国际站后台（My Alibaba）	73
3.1.2 My Alibaba 登录	73
3.1.3 My Alibaba 后台功能	74
3.2 跨境 B2B 平台产品排序逻辑	81
3.2.1 跨境 B2B 平台总排名规则	81
3.2.2 跨境 B2B 平台搜索排序定义及原则	81
3.2.3 跨境 B2B 平台排序分类	88

3.3 跨境 B2B 平台诊断实战.....	92
3.3.1 搜索诊断首页功能概述.....	92
3.3.2 商品基础信息质量.....	93
3.3.3 优势商品.....	95
3.3.4 问题产品.....	95
3.3.5 供应商质量.....	100
3.3.6 信用保障交易量.....	103
3.3.7 关键词健康度.....	103
3.3.8 案例分析学习.....	106
3.4 本章总结.....	109
3.5 巩固练习.....	109
第 4 章 店铺建设及营销.....	110
4.1 店铺开通流程指导.....	111
4.1.1 阿里巴巴国际站开通流程.....	111
4.1.2 提交认证信息.....	114
4.1.3 提交公司信息.....	117
4.1.4 发布产品信息.....	123
4.2 账号设置.....	124
4.2.1 个人信息设置.....	124
4.2.2 账号安全设置.....	126
4.2.3 子账号设置.....	127
4.2.4 资金账户设置.....	129
4.3 产品发布.....	130
4.3.1 产品发布前的准备工作.....	130
4.3.2 产品发布流程.....	132
4.4 图片处理.....	150
4.4.1 B2B 平台图片处理原则.....	150

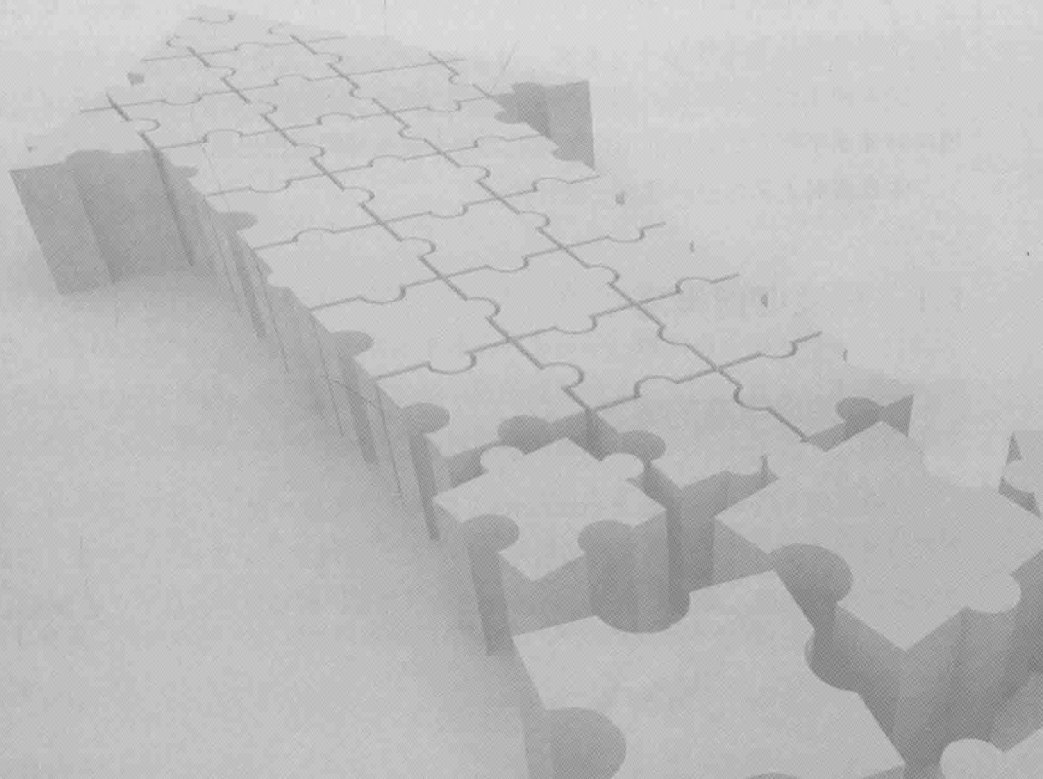
4.4.2	美图工具的使用	151
4.4.3	行业案例	161
4.5	旺铺设计	162
4.5.1	店铺页面构成与功能	162
4.5.2	店铺设计流程及操作实务	163
4.5.3	店铺设计范例	170
4.6	数据分析	171
4.6.1	诊断中心功能介绍	171
4.6.2	知己板块	175
4.6.3	知买家	185
4.6.4	知行情	192
4.6.5	如何利用数据管家进行店铺诊断和优化	200
4.7	P4P (外贸直通车)	206
4.7.1	P4P 概念与优势	206
4.7.2	操作说明	214
4.7.3	P4P 基本规则	221
4.8	本章总结	228
4.9	巩固练习	228
4.9.1	巩固练习一	228
4.9.2	巩固练习二	229
4.9.3	巩固练习三	230
4.9.4	巩固练习四	230
第 5 章	商机获取及订单处理	231
5.1	外贸邮及询盘回复	233
5.1.1	外贸邮	233
5.1.2	询盘管理	238
5.1.3	询盘回复的沟通模板	242
5.1.4	询盘回复的注意事项	246

5.2 RFQ 采购直达	247
5.2.1 什么是 RFQ	247
5.2.2 RFQ 报价权益	248
5.2.3 RFQ 的获取	250
5.2.4 RFQ 的更新	252
5.2.5 RFQ 的分析	253
5.2.6 RFQ 的报价	256
5.2.7 RFQ 的报价跟进	262
5.2.8 RFQ 的管理	263
5.3 多语言平台与在线批发	264
5.3.1 多语言市场	264
5.3.2 在线批发	274
5.4 商务谈判及沟通	279
5.4.1 商务谈判及沟通的平台操作	280
5.4.2 商务沟通	286
5.4.3 商务谈判	291
5.5 一达通服务介绍	303
5.5.1 一达通简介	303
5.5.2 一达通提供的服务	303
5.5.3 一达通开通流程及操作	310
5.5.4 常见问题	324
5.6 信用保障服务	325
5.6.1 信保的概念	325
5.6.2 信保开通方式	325
5.6.3 信保买卖家操作流程	327
5.6.4 信保订单纠纷处理	335
5.6.5 信保常见问题	336
5.7 本章总结	339
5.8 巩固练习	339

第6章 阿里巴巴平台规则.....	345
6.1 知识产权.....	346
6.1.1 知识产权的概念与特点.....	346
6.1.2 知识产权的分类及形态.....	347
6.1.3 如何预防知识产权侵权.....	353
6.2 阿里巴巴国际站知识产权规则.....	355
6.2.1 知识产权侵权行为.....	355
6.2.2 知识产权侵权行为的处理.....	355
6.2.3 收到知识产权投诉该如何处理.....	357
6.3 阿里巴巴国际站的禁限售规则.....	368
6.4 本章总结.....	372
6.5 巩固练习.....	372
第7章 国际贸易风险与安全.....	373
7.1 国际贸易风险.....	374
7.1.1 国际贸易风险的类型.....	374
7.1.2 国际贸易风险防范的意义.....	382
7.1.3 国际贸易风险防范的措施.....	382
7.2 国际贸易欺诈类型.....	386
7.3 国际贸易投诉及纠纷处理.....	390
7.3.1 贸易投诉类型.....	390
7.3.2 如何避免贸易投诉和欺诈的发生.....	391
7.3.3 如何处理贸易投诉.....	395
7.3.4 阿里巴巴国际站交易违规处罚规则.....	396
7.4 本章总结.....	398
7.5 巩固练习.....	399

第1章

跨境电商概述



本章学习目标

- 了解跨境电商的概念和流程
- 了解跨境电商发展状况及趋势
- 熟悉主流跨境电商平台
- 熟悉 B2B 跨境电商出口平台与阿里巴巴国际站

知识重点

- 跨境电商的概念和趋势
- 跨境电商主流平台

在进行跨境电商业务和实际操作之前，我们首先要了解跨境电商的基本内容：

(1) 到底什么是跨境电商？跨境电商与传统国际贸易有什么联系和区别？

(2) 跨境电商在中国的发展状况如何？面对着世界上哪些市场？

(3) 跨境电商有哪些新的发展趋势？我们如何利用这些趋势来快速发展壮大？

(4) 主流的跨境电商平台有哪些？它们分别属于何种模式？我们所在的行业应该选择哪一个或者哪几个平台？

(5) 阿里巴巴国际站 (Alibaba.com) 属于哪一类跨境电商平台？在阿里巴巴集团的跨境电商体系中拥有什么样的地位？我们为什么要选择阿里巴巴国际站？

本章将对上面这些问题逐一进行阐述。

1.1 跨境电商概述

1.1.1 跨境电商的概念

跨境电商 (Cross-border E-commerce) 脱胎于“小额外贸”，始于 2005 年，最初是以个人为主的买家借助互联网平台从境外购买产品，通过第三方支付方式付款，卖家通过快递完成货品的运送。发展到今天，从涵盖的范围来看，跨境电商有以下三层含义：

从狭义上看,跨境电商是指分属于不同关境的交易主体,借助互联网络达成交易,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。这一过程基本等同于跨境零售。从海关的统计口径来看,狭义的跨境电商就是在网上进行小包的买卖,其基本上针对终端消费者(即通常所说的B2C或者C2C),但随着跨境电商的发展,一部分碎片化、小额批发买卖的小B类商家用户也成为消费群体(即B2小B),由于这类小B商家和C类个人消费者在现实中很难严格区分和界定,因此狭义的跨境电商也将这部分纳入跨境零售内容。

从广义上看,跨境电商是指分属于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。这一过程基本等同于外贸电商。广义的跨境电商统计对象以跨境电子商务中商品交易部分为主(不含服务部分),它既包含跨境电商交易中的跨境零售(狭义部分),又包含跨境电商B2B部分,其中B2B部分不但包括通过跨境交易平台实现线上成交的部分,还包括通过互联网渠道线上进行交易洽谈,促成线下实现成交的部分,它与传统外贸的交易流程存在较大区别。跨境电商B2B部分构成本书讲解的重点内容。

从更广义上看,跨境电商泛指电子商务在国际贸易中的应用,是传统国际贸易商务流程的电子化、数字化和网络化,但凡涉及国际货物的电子贸易、在线数据传递、电子资金划拨、电子货运单证等方方面面的活动均在此范畴。概言之,在国际贸易环节中只要涉及电子商务应用均可称之为泛跨境电商。但这不是本书的研究内容。

1.1.2 跨境电商的流程

跨境电商出口的流程大体为:出口商/生产商将商品通过跨境电子商务企业(平台式或/及自营式)进行线上展示,在商品被选购下单并完成支付后,跨境电子商务企业将商品交付给境内物流企业进行投递,经过出口国和进口国的海关通关商检后,最终经由境外物流企业送达消费者或企业手中,从而完成整个跨境电商交易过程。在实际操作中,有的跨境电商企业直接与第三方综合服务平台合作,让第三方综合服务平台代办物流、通关商检等一系列环节的手续(如图1-1所示)。也有的跨境电商企业通过设置海外仓等方法简化跨境电商部分环节的操作,但其流程仍不脱如上框架。

跨境电商进口的流程除方向与出口流程的相反外,其他内容基本相同。

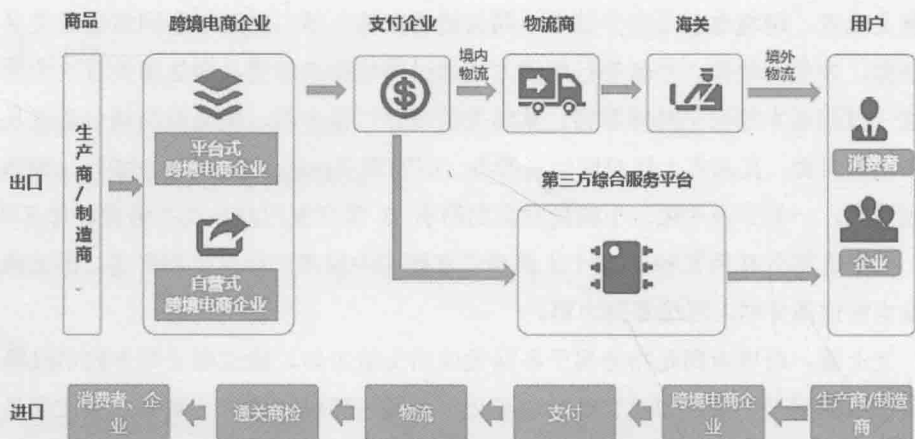


图 1-1 跨境电商的流程

可见，跨境电商兼具一般电子商务和传统国际贸易的双重特性，其贸易流程比一般电商贸易流程要复杂得多，它涉及国际运输、进出口通关、国际支付与结算等多重环节，也比传统国际贸易更需考虑国际展示和运营的电子商务特性。跨境电商在国际贸易领域也发挥着越来越重要的作用。

1.1.3 跨境电商的作用

跨境电商发展至今，是否只是把传统国际贸易的订购和支付步骤搬到了网上呢？显然不仅如此，跨境电商改变了整个国际贸易的组织方式，概括来说其主要作用有以下几点：

（1）促进贸易要素多边网状融合。随着全球范围内互联网技术、物流、支付等方面的迅猛发展与逐步完善，基于大数据、云计算等信息技术的提升与挖掘，国际贸易中的商品流、信息流、物流、资金流等要素在各国间的流动变得更为合理和有效。跨境电商使得各国间实现优势资源有效配置，提升购物效率和购物体验成为可能。消费者在 A 国的购物平台可以挑选来自全球的优质商品，选定后可以在 B 国的支付平台上结算，并选择 C 国的物流公司。跨境电商促进了贸易要素的配置从传统的双边线状结构向多边网状结构的方向演进。

（2）缩减国际贸易的贸易链条。传统国际贸易一般采用多级代理制，贸易链条较长，

流通环节占用的利润较多，留给品牌、销售和金融等产业后端环节的利润相对较少，影响了产业的发展。跨境电商作为一种新型的国际贸易组织模式，它重塑中小企业国际贸易链条，实现多国企业之间、企业与小型批发商之间，企业与终端消费者之间及消费者与消费者之间的直接贸易，大大缩减了贸易中间环节，提升了企业整体的获利能力和竞争力（如图 1-2 所示）。



图 1-2 跨境电商贸易链条图

（3）提升国际贸易组织方式的柔性。近年来，国际贸易的组织方式发生较大的变化，它已由过去以大宗集中采购、长周期订单、低利润运营的刚性组织方式逐渐向小批量、高频次、快节奏的柔性组织方式转变。跨境电商在信息、技术方面的优势使得它比传统国际贸易更具灵活机动性，也使得企业或消费者能够按需采购、销售或者消费，多频次地购买成为可能。

（4）扩充国际贸易的交易对象“虚实”兼顾。传统国际贸易的交易对象多以实物产品和服务为主，其品类扩展往往受限。但随着跨境电商的迅速发展，以软件、游戏、音像等为代表的虚拟产品由于不涉及物流配送，交易瞬间完成，正成为跨境电商新一轮贸易品类的重要延伸方向。但虚拟产品的知识产权保护、海关监管的缺失、关税的流失等问题也为跨境电商虚拟产品贸易的发展带来了新的挑战。