

A vertical collage of Siemens household appliances against a solid orange background. From top to bottom, the items are: a stainless steel refrigerator, a silver hair dryer with a red nozzle, a silver mobile phone with a small screen showing '015 00:52' and '128 MB', a silver coffee machine with two red dispensers, a silver vacuum cleaner with a long black tube, and a silver kettle with a black handle. The Siemens logo is visible on several of the items.

eBay 外贸全攻略

天时——21世纪是网络销售的新纪元
地利——作为“世界工厂”的中国是全球货源的供应地
人和——全球人民已经越来越习惯和依赖于网上购物
器利——eBay平台是网上开店赚外汇的最佳选择



PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

网上开店 赚外汇

eBay 外贸全攻略

Freeman Yam 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

eBay 是全球拥有最多会员和功能最齐全的网上交易平台。本书结合笔者多年的经验和体会,详细介绍通过 eBay 网络平台进行网上外贸销售的全过程及相关知识。全书分为 4 篇,第 1 篇是认识 eBay 平台,让读者从宏观角度对 eBay 的功能和工具有个全面了解;第 2 篇介绍如何在 eBay 上登录和售卖商品,同时结合 Photoshop 和 FrontPage 软件,介绍如何处理商品图片和制作货架网页;第 3 篇介绍 eBay 外贸的整个运营操作,包括进货、货架管理、出货、客户服务和销售策略等;第 4 篇介绍网上销售的明天,为读者指明 eBay 外贸销售的发展之路。

本书内容翔实、通俗易懂,可供有志于在网上开店、从事国际贸易的朋友参考阅读。

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

网上开店赚外汇: eBay 外贸全攻略 / Freeman Yam 编著. —北京: 电子工业出版社, 2008.3
ISBN 978-7-121-05846-2

I. 网… II. Y… III. 电子商务—商业经营—基本知识 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 011004 号

责任编辑: 张 毅 陈韦凯

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

装 订: 三河市金马印装有限公司

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: 850×1168 1/24 印张: 14.25 字数: 290 千字

印 次: 2008 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册 定价: 32.00 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。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

今天，互联网已走进千家万户，网上购物也随之成为大多数人生活的一部分。本书正是一本以笔者的经验之谈，向读者讲解如何通过 eBay 进行网上外贸销售来赚取外汇的指导书。

本书的最大特点是，全书所介绍的每一个步骤、每一幅图都是笔者通过亲自操作总结出来的实践经验，每一点都与实际的运营操作有关；本书所讲述的内容是针对网上销售的业务操作，而不仅仅是一本 eBay 的使用手册，它是做天下买卖的完全攻略。读者只要参阅本书并照着运作，就可以马上建立自己的 eBay 生意，直接创汇。

在此，笔者不再列举各种数据或图表，论证网上购物是如何呈上升趋势的，总之这是上升的，这一点不容置疑。不过，作为一位决心投身网上营销或国际贸易的中国人来说，又应该如何深刻看待这种趋势呢，以下就让笔者来作一下深层分析。

我们为什么要选择以互联网作为销售的方式？其实理由很简单，除了互联网在现今已经得到普及外，更重要的一点是，邮政与物流业的发达在让邮寄费用大大降低的同时，也让邮寄的时间大为缩短。例如从中国到澳大利亚的空邮包裹只需要 5~7 个工作日，邮费可能比寄澳大利亚本土的邮费更便宜，而且到达率基本是 100%，对比数年前的情况，这种改变简直是不可思议。除了物流的发达这一因素外，还有汇款技术的成熟，现在网上银行和网上电子货币已经全面普及，只要坐在家中就可以给地球上任何一个角落的使用者传送或接收款项。这两大进步都导致了网上销售业的全面发展与普及。



然而，我们又为什么要选择网上销售中的国际贸易呢？因为中国是名副其实的“世界工厂”，现在外国人所使用的民用产品，很多都印有“**Made in China**”的标签。作为坐拥全球生产基地和产品源地的中国人，我们在进货的成本、时间和产品款式的多样化方面，都要强于世界上其他任何一个国家的网上销售者，这是我们的优势。同时，中国的生活水准低于西方发达国家，这导致各种主要外币对人民币汇率普遍偏高，从国际贸易中赚取的外汇可以折成丰厚的人民币利润，这样在维持我们高利润的同时，更可以较大幅度地让利给外国消费者，从而增加销售额，最后建立起厚利多销的良性循环，这是我们的另一个优势。虽然这些优势在现今的条件下是持续的，但并不可能是永远的一面倒，所以，现在我们就行动起来，好好把握此时此刻的天时地利。

那么在网上销售方面，为什么要选择 **eBay** 呢？**eBay** 其实是唯一的选择，但这也是最佳的选择。说它是唯一的，是因为只有 **eBay** 是一个全球跨会员制式的网上交易平台（当然各位也可以自建网站，但销售成本将会变得昂贵，故在此不谈）。**eBay** 已建有全球 25 个站点，面向全球 2 亿多的会员，除了 **eBay** 外，网上其他同类型的销售平台都是地区性的，因此不适合从事国际贸易。另外就销售网站的功能而言，**eBay** 也独领风气之先，在技术上胜人一筹。以笔者长年的观察和实践操作体会，**eBay** 已经是全球最佳的网上交易平台，但它仍然在作周期性的更新，使得 **eBay** 在技术和功能上，都能够保持领先的地位。据笔者了解，在众多的同类型网站中，只有 **eBay** 具备最多的销售功能，而且功能虽然多样但使用却很简单，给买卖双方都带来了最佳的网上购买和销售体验。

现在，虽说我们可以较轻易地找到产品，产品的进货成本较低，邮寄成本也低（这是买家支付的成本，但低成本自然提高市场竞争力），再加上国内的生活指数和对外币的汇率关系，我们也可以把最终售价调低，这种种的低价的确造就了我们的产品具备较强的竞争力。但是，外国人会在网上购买我们的产



品吗？这会不会只是我们的一厢情愿而已？笔者可以告诉大家，外国人特别是美国、加拿大、英国和澳大利亚等英语语系国家的国民，非常热衷于网上购物，原因如下。

（1）价格低：网上售价比门市售价要低，对于这个道理大家都明白，笔者在此也不再解释。因此，现代的消费者已经懂得到商场里看商品，然后到网上找同类产品，以这种方式来节省费用。

（2）地域因素：国外很多地方地广人稀，大部分人生活在郊区或小镇上，因此购物极不方便，若不是开车到很远的购物中心购物，或者是等到本地周期性集市期间才购物，就得在本地小规模店铺里购物，但本地店铺却不能提供多种多样的购物选择。因此，为了能够买到更多样化的产品，他们必须通过网络来购物。对于全球一体化的互联网来说，他们从国外邮购产品与从国内网上店铺中买东西，除了前者在等待收货的时间上较长一点外，从购物体验上是基本一样的。况且，外国人早已习惯网上购物，对于网上的消费者来说，产品从产地直接出货到达顾客手中，中途免去了中间商的利润提成，这种做法最能令国外顾客享受到实惠。因此，这就为 **eBay** 外贸提供了一个极佳的发展机会。

（3）可买到平时买不到的商品：网上商品是由全世界的商人提供的，它们不受地域和成本的束缚，从而令网上特别是 **eBay** 交易平台上，充斥着各种类型和价格的商品。所以，消费者就有机会买到很多在门市中买不到的商品，这是网上购物的优势之一。正如前面提及的，中国人坐拥产品的供应仓库，当然可以在最短时间、以最低成本的方式获得这些产品，甚至可以“世界工厂”的优势，随时为世界各地的消费者量身定制产品，就这些优势而言，中国的 **eBay** 外贸卖家肯定要比世界上其他国家的卖家更能为全球顾客提供既多样化又低价的产品。

由以上分析可见，以中国卖家的身份背靠“世界工厂”，这是“地利”因素；以低廉、优质且多样化的产品面向海外消费者，这些消费者的消费习惯正



如上面所提的那样，已经与网上购物密不可分，这就是“人和”因素；配合现时快捷可靠的物流条件，这又是“天时”因素；再借助全球拥有最多会员和买卖功能最齐全的网络交易平台——eBay这一工具，这无疑是“利器”因素。在此天时、地利、人和、利器皆备的大好环境下，我们还不马上行动起来，又更待何时呢？

不过直至目前，虽然万事俱备，但还欠“东风”，这股“东风”就是如何去实现的方法和经验。就让本书作此“东风”，送各位读者一程，一起踏上“做eBay创外汇”的奇妙旅程吧！

Freeman Yam

2008.1

关于本书

当今发达的信息科技，已经带领着我们的世界走进数字时代。传统的销售行业已经可以通过数字化而成为今天的网上交易方式，而且在全球唯一的互联网中，网络销售完全打破了传统实体行业的地域限制，在开业的那一刻起就已经面向全世界的顾客，以现今快捷可靠的物流操作为后盾，让我们的商品流向世界的每一个角落。

今天我们所讲的 **eBay**——全球最大的网上交易平台，就让以上的一切都成为了现实。在我们的读者中，大部分都有志于在商海中拼搏，叱咤商场，尽展才华。但是做生意所需要的资金、技术和经验，却成为阻挡我们一试身手的高大门槛。但是在数字化的今天，一切都成为可能，只要你成为 **eBay** 外贸卖家，你就马上解决了最令经营者头痛的店铺选址问题，你的店铺将位于全球最具人气的地段上，毫无阻隔地面向全球顾客。而且，这里的租金是微乎其微的，并视你的生意规模而定，小有小做，大有大做。除此之外，**eBay** 就是现今全球具有最强大功能的交易网站，**eBay** 已经为各卖家提供了最快捷和可靠的支付系统，还有可以让卖家随意布置店内货架的功能，以及全方位的管理工具，一切从事外贸所需的硬件都已齐备。

从成为 **eBay** 外贸卖家的那一刻起，你就一跃成为了一位从事国际贸易的准生意人，这是 **eBay** 为我们跨越门槛所做的一切，所以，做 **eBay** 无可否认就是一个最明智的决定——成功的开始。既然 **eBay** 已经令我们成为准国际商人，我们就不应该再以“小商贩”的身份来要求自己了，而要立志成为一名真正的国际商人。为此，本书也就以打造资深国际贸易商为定位，通过笔者本人多年的操



作经验,向有志于打拼国际贸易市场、立志创外汇的读者,介绍在电子商务中国国际贸易的操作模式、运营意识和知识,以及当今最前沿的营销战略。本书分为以下四大篇章。

第1篇:认识 eBay(第1~3章)。在这一篇中,读者可从宏观角度对 eBay 平台在外贸销售方面的功能和工具作一个全面了解。读者在这一篇中,将会认识到如何注册开户成为 eBay 外贸卖家,以及 eBay 著名的信用评价制度、eBay 店铺和 eBay 超级卖家等内容;同时笔者还对 eBay 营销工具作概要的介绍,并讲解如何运用各国 eBay 站点来做跨国销售,这些内容都是在做 eBay 外贸之前,对 eBay 交易平台不可或缺的理性认识。

第2篇:eBay 销售操作(第4~6章)。销售就是售卖商品,在 eBay 平台上如何售卖商品呢?在这一篇中,读者将会了解到,从拍摄商品图片到在 eBay 平台上登录商品的全部操作,内容既详细又具体,并结合笔者的经验之谈。在这个过程中包括了拍摄商品照片的技巧、eBay 工具的运用与相关制作软件的使用,例如使用 Photoshop 和 FrontPage 配合来处理图片和制作货架网页等操作,这些内容都是 eBay 销售中必备和实用的操作技术。

第3篇:eBay 外贸运营操作(第7~11章)。eBay 外贸并不仅仅是网上的售卖操作,而且是一门国际贸易的运营业务。在这一篇中,读者将会了解到 eBay 外贸的整个运营操作,其中包括进货、货架管理、出货、客户服务和销售策略,这是一条龙式的五大关键流程。通过本篇,读者将会认识到每一个流程中底层的业务操作,其详细程度包括货物应在哪里购入,应该如何存仓,又如何在存仓中管理货物流通,如何用 eBay 工具和电子邮箱来管理销售运作,还有如何制定价格,如何回应顾客的邮件,以及制定销售策略等。总之,在业务操作中需要操作的和需要考虑的各个细节,将在这里做出清晰的交代,阅读本篇的过程就如同在检视整个业务运作一样。笔者认为只有对业务作如此深刻和细致的了解,读者才可能在少走弯路的情况下,以最短的时间和最低的成本,马上投



入 eBay 外贸的运营中，并且在这个基础上搭建起自己的企业模式。

第 4 篇：全面扩张网上事业——网上销售的明天（第 12~15 章）。本篇将介绍在未来技术的带动下，网络销售的演进形式，说明 eBay 事业并非只是个人的网上买卖，它存在着很大的发展空间。通过本篇读者可以了解到，eBay 事业可以发展出企业化的规模，形成多样的进出货形式和“阿里巴巴”式的批发业务，eBay 事业的扩展性完全符合网络销售在明天的发展。只有认识网络销售的未来，了解 eBay 外贸的扩展性，才可能为人生做出正确和理性的选择，把个人的时间与精力用在打造未来的事业上，而 eBay 外贸正是这种我们值得为之付出的事业。

要成为一名成功的电子商务商人和国际贸易的企业家，既要有实战的操作，更需要对市场具有前瞻性的战略意识。因此，本书就以高低合并的形式，全面涵盖上、中、下层的具体操作和战略意识，包括下层中 eBay 工具与软件的配合操作，中层次的进出货和客户服务的管理及操作，以及上层中最新的营销理论与具有前瞻性的战略思想，从而让读者能够全面发挥 eBay 这一最佳的网络销售工具，在最短时间内，以最低成本创造最大的外汇收益。

Freeman Yam

E-mail:freemanyam@BunQi.com

后话：千里之行始于足下

通过对本书的阅读，笔者相信各位读者已经对做 eBay 创外汇的具体操作，有了明确的认识与领悟，只要按着本书的建议和步骤来操作，“天下”买卖就可由今天做起。

古语有云：“千里之行始于足下。”天下间的买卖和成功一样，一定要在选定了目标后就立刻行动，方可夺取先机，然后再在实践中多观察、多动脑筋、多学习，为成功积累更多经验。以本书的内容作为实践的基础，通过学习来完善你的操作与业务，继而形成自己的经营模式，只有这样才能够走出一条属于自己的康庄大道。

正如本书在最后一节中所分析和展望的那样，网络销售将随着人类信息交流的发展而演进，拥有不可限量的未来。

最后感谢各位读者的阅读和支持，如有任何意见，希望与笔者和同行一起分享与交流，请访问笔者建立的专题网站——ebay 奔奇网（<http://ebay.BunQi.com>），在这里我们一起互动，一起进步！

Freeman Yam

E-mail:freemanyam@BunQi.com

目 录

第 1 篇 认识 eBay

第 1 章 一切从开户开始	2
1.1 如何注册开户	2
1.2 信用评价制度	9
1.3 开 eBay 店铺	13
1.4 了解在 eBay 上的销售成本	18
1.5 如何成为“超级卖家”	19
第 2 章 eBay 营销工具一览	21
2.1 My eBay 管理	21
2.1.1 销售备忘录 (Selling Reminders)	22
2.1.2 所有出售记录 (All Selling)	23
2.1.3 我的收件箱 (My Messages)	24
2.1.4 出售商品总计 (Selling Totals)	24
2.1.5 已售出商品 (Items I've Sold)	26
2.1.6 管理我的店铺 (Manage My Store)	27
2.2 帮助 (Help)	31
2.2.1 即时解答	32
2.2.2 搜索帮助文章	32
2.2.3 联系 eBay	34



第3章 从各个站点上登录	38
3.1 选择登录的海外站点	39
3.2 站点间的转换	41
3.3 在各站点上登录商品的重点	44
3.3.1 注明使用英语作沟通	45
3.3.2 撰写商品标题中的外语关键字	46

第2篇 eBay 销售操作

第4章 拍出全方位的清晰照片——复制实体中的购物体验	50
4.1 清晰照片的重要性	50
4.2 利用日光和人造日光	53
4.3 拍摄思路和数码相机	55
第5章 对图片作后期处理——实战 Photoshop	60
5.1 图片处理	60
5.1.1 调整图片大小	61
5.1.2 调整亮度/对比度	64
5.1.3 图片加外框	67
5.1.4 固定尺寸的裁切	69
5.1.5 选区和羽化	71
5.2 文字编辑	74
5.2.1 为橱窗式展示图片加文字	74
5.2.2 为图片添加水印	76
5.3 制作拼图	78
5.4 制作简单的 GIF 动画文件	82



第 6 章 登录商品——制作货架页面	86
6.1 商品登录页面	88
6.1.1 商品分类 (Category)	89
6.1.2 商品标题 (Title)	91
6.1.3 上传图片 (Pictures)	93
6.1.4 商品说明区 (Description)	94
6.1.5 销售方式 (Selling format)	96
6.1.6 付款方式 (Payment methods you accept)	99
6.1.7 邮费区 (Shipping)	99
6.1.8 附加资料 (Additional information)	101
6.2 制作最佳的商品说明区	102
6.2.1 商品说明	103
6.2.2 广告	135
6.2.3 条款	139

第 3 篇 eBay 外贸运营操作

第 7 章 进货	146
7.1 市场调查	146
7.1.1 在网上调查	147
7.1.2 什么是最佳的网上商品	157
7.2 如何进货	158
7.2.1 从各地批发市场上选货	159
7.2.2 从亲自选货到电话订货	162
7.3 货物储存	163



7.3.1	存货和编号	164
7.3.2	货区的分区办法	166
第 8 章	营销管理	169
8.1	活用 My_eBay 管理虚拟货架	169
8.1.1	有类似商品要卖 (Sell Similar)	169
8.1.2	更改 (Revise)	170
8.1.3	结束商品 (End Item) 销售	171
8.2	价格制定——商品价格与邮费	172
8.2.1	价格制定的方式	172
8.2.2	制定邮费+手续费	174
8.3	登录策略	179
8.3.1	选择售卖方式	179
8.3.2	登录时间和梯次	182
第 9 章	出货管理	186
9.1	My_eBay 管理和电子邮箱管理	186
9.1.1	My_eBay 管理	187
9.1.2	以电子邮件管理	198
9.2	出货区和包装	213
9.2.1	货区的运作	213
9.2.2	商品编号和邮寄地址	215
9.2.3	包装方法	218
9.2.4	为邮包作记录	220
9.3	邮寄与邮费	221
9.3.1	清楚填写报关单	221



9.3.2	上邮寄保险	222
9.3.3	与邮局议价	222
9.4	尽量分拆工序	223
第 10 章	客户服务——外贸中重要的一环	227
10.1	电子邮件品质是客服品质的重要体现	227
10.2	让运作完全透明化	228
10.3	如何与顾客沟通	231
10.3.1	撰写邮件的技巧	232
10.3.2	每信必回, 回信必快	238
10.3.3	如有难处, 如实告之	239
10.4	处理客户纠纷和其他沟通事宜	239
10.4.1	买家迟迟不付款	240
10.4.2	顾客错误出价或购买	245
10.4.3	顾客对商品不满	247
10.4.4	受到不公正的信用评价	251
10.4.5	受到买家的威胁或恐吓	254
第 11 章	销售策略	256
11.1	销售与宣传策略	256
11.1.1	购买关键字	257
11.1.2	加入网上商场计划	260
11.1.3	应节宣传	263
11.1.4	设定店铺新闻快递	264
11.2	应用更多销售策略	266
11.2.1	附带小礼物和节日卡	266



11.2.2	顾客查询记录	268
11.2.3	问卷调查	269
11.2.4	折扣券	270
11.2.5	博客营销术	271
11.3	订阅 eBay 流量报告和销售报告	274
11.3.1	流量报告	274
11.3.2	销售报告	280
11.4	“长尾”效应和“蓝海”战略	285
11.4.1	“长尾”理论	285
11.4.2	运用“长尾”效应	286
11.4.3	“蓝海”战略	288
11.4.4	从 eBay 的“红海”中突入“蓝海”	289

第 4 篇 全面扩张网上事业——网上销售的明天

第 12 章	以软件拆分工序——从个体户到公司化	297
12.1	电子邮件处理软件	298
12.2	终极的 eBay 管理软件	299
第 13 章	转发直销与货到寄售	302
13.1	转发直销——寻找转发直销供应商	302
13.2	货到寄售——收集散货	305
第 14 章	虚拟销售向实体进发——把实体顾客拉过来	306
14.1	了解互联网的三个阶段	306
14.2	压缩实体销售的空间	308