

互联网+B2B出口实战

做跨境电商 就是这么简单

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司◎著

跨境电商场景式教科书

开店、询盘、采购直达、在线批发、在线营销、

外贸综合服务、信用保障

全程策略、技巧大揭秘

互联网+B2B出口实战

做跨境电商 就是这么简单

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

做跨境电商 就是这么简单/阿里巴巴 (中国) 网络技术有限公司著.
—北京: 中国海关出版社, 2015. 10

ISBN 978-7-5175-0086-5

I. ①做… II. ①阿… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 201640 号

做跨境电商 就是这么简单

ZUO KUAJING DIANSHANG JIUSHI ZHEME JIANDAN

作 者: 阿里巴巴 (中国) 网络技术有限公司

策划编辑: 史 娜

责任编辑: 史 娜

出版发行: 中国海关出版社

社 址: 北京市朝阳区东四环南路甲 1 号 邮政编码: 100023

网 址: www.hgcbs.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部: 01065194242-7521 (电话) 01065194231(传真)

发 行 部: 01065194221/4238/4246 (电话) 01065194233(传真)

社办书店: 01065195616 (电话) 01065195127(传真)

<http://store.hgbookvip.com> (网址)

印 刷: 北京铭成印刷有限公司 经 销: 新华书店

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 13.75 字 数: 180 千字

版 次: 2015 年 10 月第 1 版

印 次: 2015 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5175-0086-5

定 价: 45.00 元



海关版图书, 版权所有, 侵权必究

海关版图书, 印装错误可随时退换

做跨境电商
就是这么简单

本书编委会

主 编 吴敏芝 王 帅

编 委 魏 强 付必鹏 余 涌 李多全 马振亮

策划/执行 全悦敏 窦 伟

编 者 (按拼音排序)

陈 杰 李春芽 石 磊 吴嘉阳 徐 钧

章慧辉

序

近两年来，跨境电商越来越成为热点。总体来看，传统出口贸易不断线上化、交易化，越来越多的外贸企业从网上获得商机。同时，围绕跨境电商的各类服务不断发展，出现了外贸综合服务的新业态，跨境进口与零售也成为新的增长点。未来，跨境电商在整个贸易中的比重有望进一步上升，增速也将继续超过线下贸易。随着互联网技术的进步，贸易需求的小单化及中国制造的升级，跨境贸易的电商化趋势将继续发展。

互联网的本质价值在于数据，10多年来外贸电商只有信息展示而没有数据沉淀，因此外贸企业并未真正享受互联网变革的红利。阿里巴巴从1999年初创时开始，就外贸领域开展电商业务。十几年来，阿里巴巴逐步建立了全球最大的跨境B2B市场平台——Alibaba.com，为中国乃至海外供应商和采购商提供Meet和Work的场所，始终帮助中小企业走出去，让它们掌握国际贸易定价权。2014年以来，阿里巴巴通过一达通实现了出口交易闭环，有了数据沉淀。此时，外贸才真正与互联网深度融合。

由于传统贸易优势下降，外贸增速有所下滑，跨境电商对于稳定外贸也愈发重要。一是跨境电商中的B2B模式仍然是发展主流，特别是B2B相关的外贸综合服务，为中小企业提供通关、结汇、退税的一条龙在线服务，还提供金融、物流等增值服务，在当前中国制造丧失成本红利的形势下不断提升企业的服务竞争力。外贸综合服务也推动实现监管



的“单一窗口”便利化，为中小企业“减负”。二是跨境 B2B 从信息走向交易，实现跨境贸易的真正互联网化。平台能基于在线交易产生的数据沉淀出全球中小企业数据库，让买卖家留在中国外贸的生态圈。尽管要实现一般贸易项下的交易在线化是非常艰难的一件事情，但阿里巴巴始终在不断探索，为交易提供信用保障——“保”的是买家权益，也为卖家的“信”背书。

近期，阿里巴巴广泛拓展了合作生态圈，更好地赋能于中小企业。我们与国际互联网金融企业合作，让美国数百万在中国寻找货源的中小企业能借到款。我们为中国中小企业提供国际展会 O2O 服务，让线下展会和面对面互动与线上的数据化服务相结合。我们与银行、知名物流企业广泛合作，加强外贸综合服务的附加价值。我们打造生态合作模式，开展与高校合作培养跨境电商人才的“百万英才”项目，并启动“一拍档”项目，邀请更多外贸服务公司一起参与阿里跨境贸易服务工作。我们创新政企合作模式，通过与中国（杭州）跨境电子商务综合试验区的合作，推动上千家传统企业完成出口交易和“互联网+外贸”转型。

尽管国内零售电商的发展如火如荼，但大量中小企业始终未完成真正的互联网化和主要贸易活动的数据沉淀。我们有信心认为，跨境电商时代已经到来，阿里巴巴根据自身使命应该让外贸中小企业从跨境贸易中实现真正的、全面的互联网化，以及全球范围的数据沉淀。从这两点出发，我们编写了这两本图书，《挡不住的跨境电商时代》让读者感知跨境电商的概念、模式和未来互联网化趋势，《做跨境电商就是这么简单》则通过阿里巴巴国际站的相关业务来介绍电商实际操作，让读者体验基于数据的贸易。

过去 20 年的全球化使得越来越多的大企业成为跨国公司，而未来

20 年将是中小企业实现全球化的关键时期。相信这两本书的读者能够认同，互联网和数据技术的发展必将建立新的全球贸易基础设施和标准，为中小企业提供丰富多彩、公平贸易的新机遇，商品流通也终将惠及全球范围内的数十亿人。

阿里巴巴集团资深副总裁

吴敏芝

B2B 事业群总裁

2015 年 9 月

前言

这是一本很幽默的书。

本书绝对不枯燥！全书的内容通过一个外贸菜鸟和一个“外贸+跨境电商老鸟”之间的一问一答的对话形式展开。菜鸟的问仿佛恰好是为读者而问，而老鸟的答，既幽默、坦诚、褒肯，又充满对新一代的关心关爱。既是知识的传播，又是商业道德和价值观的传播。

谁比较适合读这本书呢？

传统国际贸易的从业者、跨境电商的从业者、高职院校相关专业的学生、跨境电商领域的产品经理等，适合阅读本书。相信书中鲜活、前沿的内容一定能让读者获益。

这本书实操性很强。

跨境电商实际是电子化的国际贸易，电子化的互联网是手段，而跨境贸易才是本质。

本书紧密结合国际贸易和跨境电商，厘清两者的异同，帮助传统的外贸人更好地向跨境电商转型，也帮助跨境电商从业者更好地借鉴传统外贸的成功经验。

第1章是“出口业务小常识”。初步解释了跨境电商的含义，重点介绍了国际贸易的两大核心要素“价格条款”和“付款方式”，借此强调了跨境电商，尤其是跨境B2B的国际贸易属性，是传统外贸人与跨境电商从业者最重要的融合点。

第2章是“跨境电商的趋势”。着重介绍了最近几年跨境电商在国



内外的形势，你将看到无论是传统大国还是新兴市场国家其国内电商或者跨境电商领域都在迅速地发展。一串串数据一定让你心潮澎湃。然后你将看到：如何选择合适的电商平台、如何在阿里巴巴上开立电商平台等内容，这是作为引入到阿里巴巴平台操作的重要引子。

很期望读者也能随着书本从历史折射到现实的角度，看待跨境电商的崛起和发展，并能敏锐地体会到国际贸易终将被互联网改造的大趋势；希望借此，告诉传统的外贸人高度重视并尽早投入跨境电商，抓住变革的初期发展机遇。

第3~8章，是本书实操内容的重点章节。以阿里巴巴国际站为跨境电商平台的范本，介绍到目前为止，跨境电商平台是如何操作的。内容涉及：产品的发布与展示，利用站内SEO或者付费渠道引入流量，利用询盘渠道、采购直达渠道和在线批发渠道走向交易，利用外贸综合服务（一达通平台）实现在线下单和代理出口服务完成B2B业务。

除了上述这些内容，我们特别希望读者能感受到，“跨境电商平台”作为跨境贸易大环境的一部分，其互联网产品的独特方式正努力地、一点一点地模拟和优化着国际贸易，以及一步一步坚定地改变着国际贸易的方法。

这本书很前沿，直言跨境电商本身的迭代变化。

本书希望传达一个理念，作为互联网产品，跨境电商是个新东西，它正在快速地变化中。

本书中所谈到的“询盘”内容是与询盘相关联的互联网产品。在本书成书过程中，它本身还做了1.5次的改版；类似于“国际招标”，“采购直达”业务是阿里巴巴独创的一种国际贸易的洽谈模式，它实实在在地给了众多供应商和买家达成交易的机会；“在线批发”是阿里巴巴对B2B市场的尝试，而5年前对此的探索成就了aliexpress.com；外贸综合服务平台（一达通），是阿里巴巴探索从“在线黄页”模式向“在线交易”模式转型的最重要载体，它本身也在通过和用户的碰撞中



不断地改进；“信保”业务是阿里巴巴非常新的产品，从2014年3月开始酝酿，11月走向市场，距今还不到1岁，但它是阿里巴巴试图解决跨境电商中买卖双方相互不信任和交易安全的重要利器，其本身也在锤炼中不断发展。

所以，这是在跨境电商领域里非常前沿的一本书。

一起拥抱互联网。

航海技术让国际贸易摆脱了骆驼，电报电话技术让国际贸易摆脱了钱与货难分离的羁绊。这次轮到互联网技术了！它究竟能让国际贸易摆脱什么，能使它发展成什么样子，一下子真的说不清楚，但是有一点很明确：朝着让人们更自由的方向发展！

伴随着互联网技术的渗透，跨境电商方兴未艾，我们都是这个历史的抒写者、见证者！让我们一起感谢这个时代，拥抱互联网，投身跨境电商吧！

作者

2015年9月

目 录

① 从跨境贸易到跨境电商：你准备好了吗？

1.1 出口业务小常识	4
1.1.1 价格条款	4
1.1.2 支付方式：T/T 付款方式	6
1.1.3 支付方式：托收（Collection）	9
1.1.4 支付方式：信用证（Letter of Credit）	12
1.2 跨境电商趋势：从线下到线上	18
1.2.1 全球范围跨境电商发展趋势	18
1.2.2 国内跨境电商的政策环境	21
1.3 卖家和买家的身份定位	26
1.4 跨境电商的流程大图	27
1.4.1 合同前磋商	29
1.4.2 合同后、生产前的准备	29
1.4.3 报关前的准备	31
1.4.4 报关与放行	33
1.4.5 收汇和退税	33

② 为什么选择在阿里巴巴开店？

2.1 启动开店流程：认证会员+产品发布	41
2.1.1 成为付费会员，做好实地认证，开通会员服务	42
2.1.2 初步熟悉账号管理平台“My Alibaba”	43
2.2 公司基本信息和认证	60

③ 网上贸易之玩转询盘

3.1	外贸询盘之规则	69
3.2	外贸询盘之提升询盘量	73
3.2.1	如何提高产品的曝光	74
3.2.2	如何提高点击量和反馈量	75
3.2.3	橱窗产品的设置和优化	75
3.3	外贸询盘之转化技巧	77
3.3.1	从询盘沟通中分析买家背景	78
3.3.2	对各国买家的特点和禁忌要有常规的了解	79
3.3.3	询盘分类技巧	80

④ 网上贸易之突破采购直达

4.1	如何寻找 RFQ	88
4.1.1	公共频道搜索	88
4.1.2	定制搜索	91
4.1.3	系统推荐的 RFQ	93
4.2	如何报价	97
4.3	如何跟进	99

⑤ 网上贸易之引爆在线批发

5.1	在线批发的基本功	113
5.2	在线批发的发布技巧	122
5.3	在线批发的营销策略	126
5.4	在线批发的售后服务	129

⑥ 网上贸易之出击在线营销

6.1	什么是跨境电商中的 SEO	133
6.2	跨境电商 SEO 的趋势	141



6.2.1	SEO 的结构化	142
6.2.2	SEO 的本地化	143
6.2.3	SEO 的移动化	143
6.2.4	SEO 的社会化	144
6.3	跨境电商 SEO 的实现	145
6.3.1	SEO 结构化的实现	145
6.3.2	SEO 本地化的实现	160
6.3.3	SEO 移动化的实现	170
6.3.4	SEO 社会化的实现	176

7 外贸综合服务之流程无忧

7.1	正规、便捷的预审	187
7.2	一流、简单的通关	189
7.3	安全、高效的收汇	191
7.4	灵活、合规的退税	192

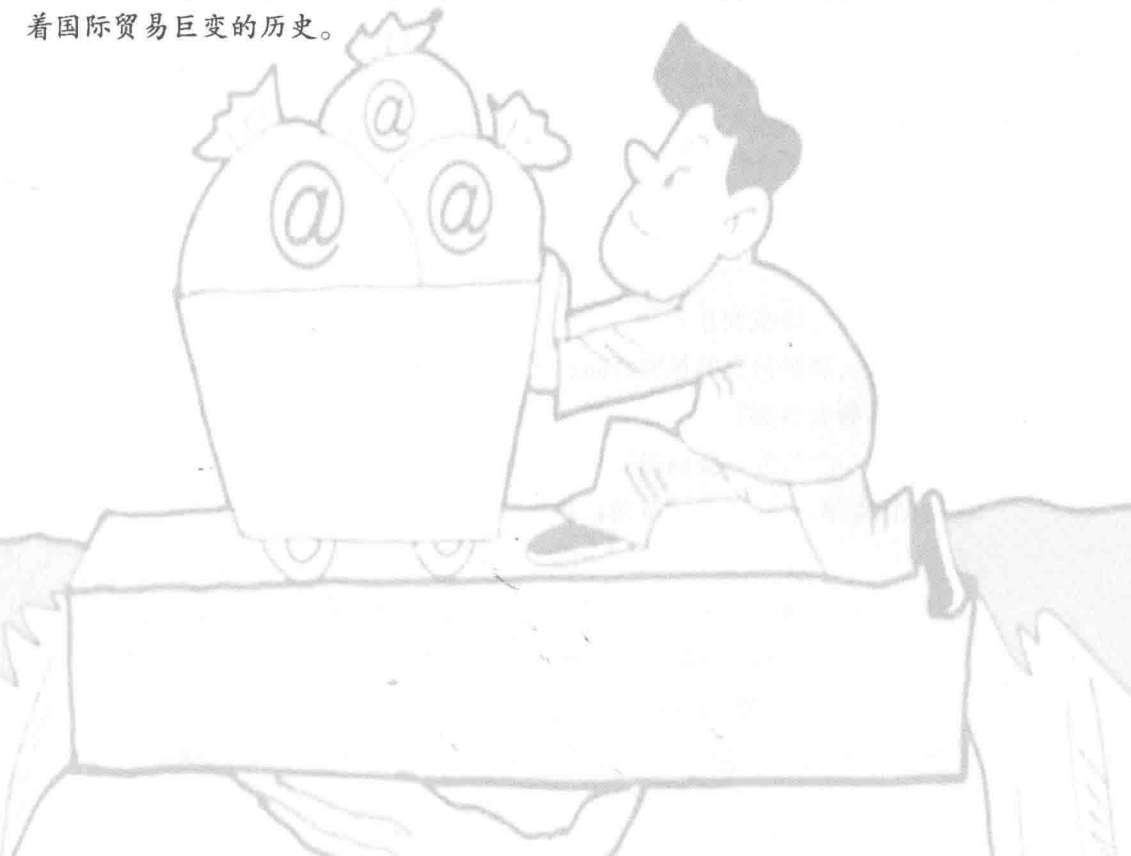
8 基于信用保障的服务

8.1	信用彰显财富	197
8.2	基于信用的保障	199
8.3	信用的价值	200

正如电报技术划时代地改变和促成了现代国际贸易的模式一样，互联网技术也正在扮演这样的角色，而且将国际贸易改变得更全面、更彻底、更持久。这种不可逆转的改变，会让纯粹的互联网人感到既兴奋又困惑，会让原来的国际贸易人深感不安，会让全新的跨境电商从业者感到迷茫。

本章将帮助读者了解国际贸易的一些点滴历史片段，以及跨境电商的发展趋势，帮助读者在变化中把握主线，主动抓住变化的方向和机遇。文章将通过一些场景化的小故事，用比较通俗的语言，探讨在人性层面中传统国际贸易和跨境电商的相通之处，并揭示跨境电商的本质特点。

无论跨境电商会发展成什么样子，我们都非常幸运，因为我们正在经历和创造着国际贸易巨变的历史。





【引子】

人物 1：小钧（陈述者），国际贸易专业毕业，最近被一家外贸公司录用。

人物 2：Alan 哥，外贸公司骨灰级人物，跨境电商理论研究者，小钧的师傅。

大学毕业不久，就能被国内知名的外贸公司录用，我感到非常的幸运。国际贸易专业科班出身的我，在校期间就对跨境电商非常感兴趣。一直盼望着以后能够从事这方面的工作，因为它对我有足够的挑战性。

今天，第一天上班，得知公司的大咖 Alan 哥将是领我走进跨境电商领域的师傅时，高兴坏了。见到 Alan 哥，简单寒暄后，他就交给我一些有关跨境电商的资料，让我回去好好结合他今天准备讲给我的有关内容作一个辅助学习。我想，今天趁着 Alan 哥不忙，一定要把想了解的内容都向他一一请教，这样的好机会，可不能轻易放过。

我：Alan 哥，以后我就叫你师傅了，这样显得亲切。我毕业不久，跨境贸易、跨境电商这些名词对我来讲都有点陌生，能不能先给我扫扫盲啊？

Alan 哥：当然可以啦！我把我所理解的和你分享一下，咱边做边学吧。

目前学术界主流的解释是这样说的：“跨境电商是指，分属不同国家或地区的交易主体，通过互联网平台进行交易和支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动，其被社会普遍认为是一种以电子数据交换和网上交易为主要内容的商业模式。”

如果用大白话可以这样说：跨境电商就是电子化、互联网化的跨国商品交易，包括展示、磋商、支付、物流等各环节。

当前主流的跨境电商模式有 B2B（Business to Business）、B2C（Business to Customer）和 C2C（Customer to Customer）3 种。

我：这样啊！那亚马逊（Amazon.com）也是跨境电商网站？

Alan 哥：你说的对！不光是亚马逊，还有 eBay（ebay.com）也是



的。这2个网站的共同特点是：都是B2C，也就是商家（Business）面向消费者（Customer），他们都实现了跨境的交易和货品交付。差别是，亚马逊有自营，也有第三方；从自营角度看，属于B2C，而从第三方角度看，既有B2C，也有C2C。而eBay则是第三方，目前来看仅有C2C。国内比较知名的同类网站有阿里巴巴速卖通（aliexpress.com）、敦煌网（dhgate.com），也都实现了跨境交易和交付。而且他们也是混业经营，到目前为止，不管是商家还是个人都可以在这两个平台经营。

另外，B2B也就是企业（商家）之间做生意的平台。国内比较知名的有阿里巴巴（alibaba.com）、中国制造网（made-in-china.com）、环球资源网（globalsources.com）。这3个平台都是以“信息类”网站开始的，本质是模拟了“黄页”功能。历经15年后，在2014年，阿里巴巴开始向交易转型，并在2015年3月推出“信用保障”（Trade Assurance）功能，率先实现了B2B平台的交易环节。我们是企业，因此，B2C和B2B对我们来讲都有用，它们都是跨境电商。

这些是我的理解。现在电子商务发展比较快，因此很多概念层出不穷。但我们只要理解其本质就行了。

1.1 出口业务小常识

1.1.1 价格条款

我：原来是这样的。那么，既然本质没有变，传统的国际贸易里面的基本知识也应该没有变吧？师傅能不能把这些基本知识也给我科普一下呢？

Alan哥：小钧，你挺灵光的。按照我前面的理解，这些基本知识是没有变化。那我给你科普科普吧。

我：谢谢师傅。

Alan哥：嘿嘿，不要客气啦。回头请喝咖啡就行啦，哈哈！咱们