



Wish中国官方跨境电商教程

第2版

wish

Shopping Made Fun



wish官方运营手册

开启移动跨境电商之路

Wish电商学院 编著

 中国工信出版集团

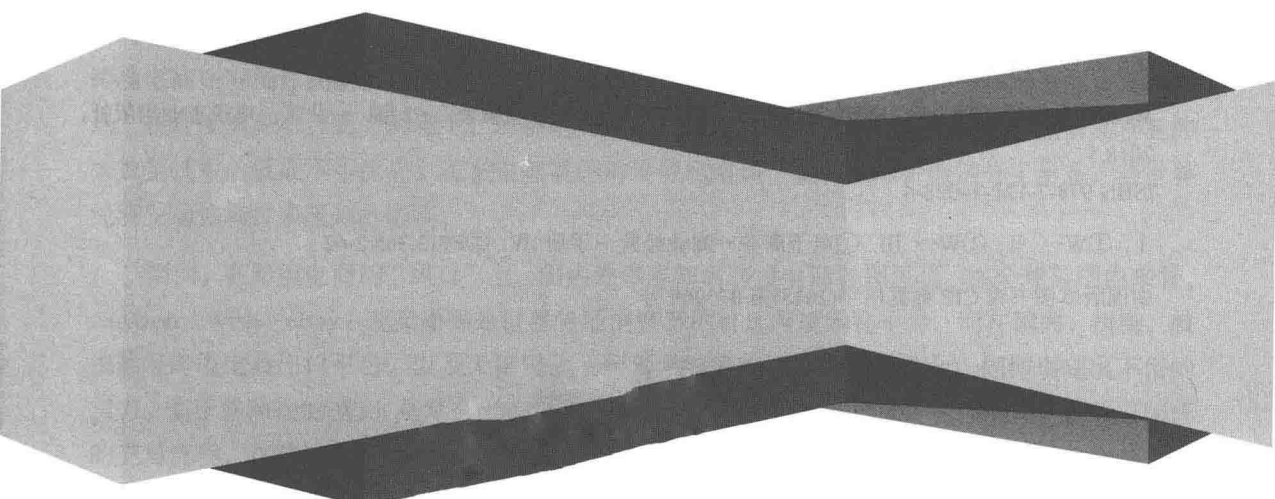
 电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

第2版

wish官方运营手册

开启移动跨境电商之路

Wish电商学院 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

近年来跨境电商的发展如火如荼，Wish 伴随着这股热潮应运而生。平台的迅猛发展吸引了众多商户的涌入，为提高前端买家的用户体验，同时不断促进商户的成长，平台的运营制度也在日趋完善。

在过去的一年里，平台陆续推出了 WE、FBW 海外仓项目，ProductBoost 促销工具，以及新版商户入驻流程，目的在于帮助商户更好地将优质的产品销往全球各地。

因此，第 2 版 Wish 运营手册在第 1 版的基础上，更新了最新的平台入驻流程、平台政策，增加了对 FBW 和 ProductBoost 的介绍，全面更新了数据分析技巧，更精选了成功卖家的选品思路及产品优化方案，从更多维度帮助商户解除运营上的疑惑。

本书适合所有有志于在 Wish 平台上一展身手的新老商户。

Shopping Made Fun!

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

Wish 官方运营手册：开启移动跨境电商之路 / Wish 电商学院编著. —2 版. —北京：电子工业出版社，2018.5

ISBN 978-7-121-34028-4

I. ①W… II. ①W… III. ①电子商务—商业经营—手册 IV. ①F713.365.2-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 070969 号

责任编辑：高丽阳

印 刷：三河市良远印务有限公司

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：787×1092 1/16 印张：30.75 字数：688.8 千字

版 次：2017 年 7 月第 1 版

2018 年 5 月第 2 版

印 次：2018 年 7 月第 3 次印刷

印 数：4501~6500 册 定价：89.00 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, 88258888。

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。

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

序言

从 20 世纪末以来，互联网开始在全球范围内逐渐普及，但我们已经见证了太多生产、生活方式的颠覆性变革。互联网让世界变成了“鸡犬之声相闻”的地球村，而跨境电商特别是移动跨境电商的发展，让身处世界各地的“村民”们真正实现了零距离、高效化和快速化的交易。跨境电商在方便你我生活的同时，作为一种新型国际贸易方式，已然成为国际贸易的重要增长点。在传统贸易增长乏力的当下，跨境电商依托全球互联网以及国际物流体系，凭借其特有的大数据技术、低成本等优势，正在重塑我国对外贸易格局，重构全球价值链分工形态，给世界经济贸易格局带来深刻的影响。

当前，在跨境电商的“风口”上，国内外多家知名跨境电商各领风骚。在全球范围内来看，Amazon、Wish、eBay、速卖通等是世界各地消费者的首选跨境购物平台。而在国内，执御、敦煌网等跨境电商出口平台，以及天猫国际、网易考拉等跨境电商进口平台，同样展现出不俗的实力。基于移动端的 Wish 是其中的佼佼者，依靠其更便捷的购物体验、更强的用户黏性、闭环的交易流程，在跨境电商的江湖中异军突起。短短五六年的时间，Wish 已经发展成为欧美领先的移动跨境电商平台，全球第六大电商平台。

展望未来，Wish 的发展前景无疑是非常光明的。智能手机，特别是 4G 移动互联网在世界范围内的普及，给移动端的 Wish 带来了巨大的商机，越来越多的消费者将会通过指尖的触摸购买全球的货物。在互联网的冲击之下，传统制造业的转型升级加速，更多品类、更加优质以及更个性化的产品将在 Wish 平台上涌现，成为世界各地消费者竞相购买的对象。供需双方的繁荣为移动跨境电商的发展创造出绝佳的机遇，但与此同时，也使其面临诸多前所未有的挑战。

跨境路上多崎岖，无限风光在远方。我认为，Wish 等众多跨境电商平台，一方面应当继续乘着移动互联网的东风，在世界范围寻找买家与卖家，市场的广度是跨境电商的生命线；另一方面，跨境电商的井喷式发展已经成为过去时，提升平台商业信用、完善商户管理、注重买家体验将是未来跨境电商竞争的制胜武器。Wish 作为移动端跨境电商的领导者，已经在很多方面做出了努力，Wish 中国推出了以“星工厂、星青年、星服务、星卖家、星技术”为内容的“五

星计划”，从人才培养、供应链打造、平台运营、技术支持等方面，全方位助力中国企业掘金海外市场。目前，“星青年”项目已与全国各地多所高校实现对接，培训千余名大学生，每周由 Wish 专业团队进行培训，为跨境电商企业输送专业人才。本书同样是电商人才培养计划的重要组成部分，为 Wish 平台的商户提供了一份详尽且权威的运营指南。

本书通过 13 章的内容，详细介绍了 Wish 商户平台历史与现状、注册开店、后台设置、Wish 政策、物流管理、产品管理等基础性内容，同时也向商户展示了 ProductBoost、数据分析、产品优化、选品等重要的营销和分析方法，最后还通过成功商户的案例介绍，立体化地展示了 Wish 平台运营全环节。本书适用于所有有志于在 Wish 平台一展拳脚的商户，是新商户快速了解、熟悉 Wish 平台的一条捷径，也是老商户优化商铺运营管理的一本红宝书。

自 2015 年 7 月进入跨境电商领域以来，我作为负责人，无论是在运作浙江大学中国跨境电子商务研究院的过程中，还是在建设浙江大学“大数据+跨境电子商务”创新团队（马述忠工作室）、浙江大学“文科+X”（X 指互联网、大数据、人工智能等）多学科交叉博士生导师组的过程中，都与诸多跨境电商企业有了亲密的接触，他们给了我很多的帮助。在心存感谢的同时，总想为跨境电商企业做些什么。

收到 Wish 电商学院的邀请为《Wish 官方运营手册：开启移动跨境电商之路（第2版）》作序，我感到非常荣幸，也想借此机会表达我对 Wish 和 Wish 平台商户的衷心祝愿。身处变革的时代，Wish 和 Wish 商户凭借着智慧、勇气和担当，在时代的浪潮中勇做弄潮儿，奋勇前行、锐意进取，不断谱写着跨境电商领域新的篇章，也必将成为时代的宠儿。

浙江大学 马述忠

2018 年 1 月 26 日于紫金文苑

本书作者

(排名不分先后)

卖家讲师：李金生 张翔宇 王高清 黄远欣

刘 曦 曾旭明 曹小天

官方讲师：朱文珏 李 欣 倪月秋 丁立文

肖 迪 赵 婕 刘星琦

目录



第 1 章 Wish 商户平台介绍	1
1.1 发展历史	2
1.2 Wish 平台介绍	3
1.3 Wish App 介绍	3
1.3.1 Wish 综合购物 App	4
1.3.2 Mama 母婴类购物 App	7
1.3.3 Cute 彩妆类购物 App	8
1.3.4 Home 家居类购物 App	9
1.3.5 Geek 电子产品类购物 App	9
1.4 下载安装 Wish 购物 App	10
1.4.1 Wish 购物官方网站	10
1.4.2 安卓手机	14
1.4.3 苹果手机	16
1.5 使用 Wish 购物 App	18
1.5.1 如何购物	18
1.5.2 可购物国家/地区	20
1.6 Wish 商户 App	21
1.6.1 Wish 商户平台 App 介绍	21
1.6.2 Wish 商户 App 下载	22
第 2 章 注册开店	24
2.1 Wish 平台注册网址	25
2.2 个人店铺和企业店铺的注册	25
2.2.1 如何注册个人店铺	25

2.2.2	如何注册企业店铺.....	32
2.3	Wish 个人店铺如何升级为企业店铺	36
2.4	Wish 开店政策	36
2.5	Wish 开店最常见问题汇总	37
第 3 章	后台设置	38
3.1	Wish 后台界面介绍	39
3.2	账户设置.....	43
3.2.1	基本信息	44
3.2.2	显示设置	45
3.2.3	速递首选项	47
3.2.4	更改用户名	48
3.2.5	更改密码	49
3.2.6	更改邮箱	49
3.2.7	更改电话号码.....	50
3.2.8	两步验证	50
3.2.9	新设备	52
3.2.10	邮箱首选项.....	54
3.2.11	假期模式	55
3.2.12	语言设置	57
3.2.13	API 设置	57
3.3	配送设置.....	63
3.3.1	仅配送至美国.....	64
3.3.2	全球配送	64
3.3.3	配送至选定国家.....	64
3.4	付款设置.....	68
3.4.1	联动支付 (UMPAY)	69
3.4.2	易联支付 (PayEco)	71
3.4.3	Payoneer.....	73
3.4.4	PingPong 金融.....	76
3.4.5	Bill.com.....	78
3.4.6	PayPal China.....	79
3.5	付款历史记录.....	81
3.6	子账户设置.....	82
3.7	账户余额.....	84
3.8	申诉.....	86

3.8.1	申诉流程	86
3.8.2	申诉注意事项	92
3.9	品牌授权	93
第4章	Wish 政策	97
4.1	Wish 政策概述	98
4.1.1	注册	100
4.1.2	产品清单	100
4.1.3	产品促销	102
4.1.4	知识产权	104
4.1.5	履行订单	105
4.1.6	用户服务	110
4.1.7	退款责任	113
4.1.8	账户暂停	119
4.1.9	付款政策	119
4.2	品牌大学	120
4.2.1	禁售产品清单	121
4.2.2	识别禁售产品	126
4.2.3	品牌授权教程	135
4.2.4	诚信店铺项目	136
4.2.5	知识产权政策	139
4.2.6	知识产权答疑	141
4.3	其他政策	141
4.4	服务条款	143
4.5	商标保护	144
4.6	合作伙伴	148
第5章	物流管理	151
5.1	跨境物流概述	152
5.2	邮政物流介绍	152
5.2.1	中国邮政国际小包	152
5.2.2	国外邮政国际小包	163
5.2.3	国际 e 邮宝	169
5.2.4	国际 EMS	176
5.3	商业快递介绍	182
5.3.1	DHL	183

5.3.2	FedEx	189
5.3.3	UPS	191
5.3.4	TNT	193
5.3.5	四大国际快递对比	196
5.4	专线物流介绍	197
5.4.1	挂号专线	197
5.4.2	平邮专线	200
5.5	Wish 线上发货平台	201
5.5.1	线上发货平台介绍	201
5.5.2	操作示例	201
5.6	欧美海外仓常用物流渠道介绍	204
5.6.1	海外仓的概念与流程	205
5.6.2	欧美常用海外物流渠道	206
5.6.3	海外仓使用注意要点	207
5.7	Wish Express	209
5.7.1	Wish Express 项目介绍	209
5.7.2	如何加入 Wish Express	210
5.7.3	为产品设置 Wish Express 配送国家	213
5.7.4	编辑 Wish Express 退货设定	218
5.7.5	查看 Wish Express 配送国家	222
5.7.6	查看 Wish Express 产品表现	223
5.7.7	Wish Express 常见问题	225
5.8	FBW 认证海外仓	226
5.8.1	FBW 认证海外仓的优势	226
5.8.2	FBW 认证海外仓的申请方法（以 FBW-US 为例）	227
5.8.3	常见问题解答	239
第 6 章	产品管理	241
6.1	手动添加新产品	242
6.1.1	基本信息	242
6.1.2	主图和副图	249
6.1.3	库存和运送	254
6.1.4	颜色	264
6.1.5	尺码	266
6.1.6	产品变量	267
6.1.7	可选信息	269

6.1.8	摘要	271
6.2	用 CSV 文件批量添加新产品	272
6.3	编辑产品	285
6.3.1	产品信息与图片修改	285
6.3.2	产品运费修改	290
6.3.3	添加产品尺寸和颜色	293
6.3.4	合并产品	295
6.3.5	移除变体	297
6.3.6	产品上架与下架	301
6.3.7	预设库存更新	308
6.3.8	计划下架产品	310
6.4	查看所有产品	312
6.4.1	查看产品清单	313
6.4.2	查看产品表现	314
6.4.3	查看单个产品展示的状态	317
6.4.4	查看不同审核状态的所有产品	317
6.4.5	查找产品	321
6.4.6	重新提交仿品审核	323
6.5	经 Wish 认证的项目	330
第 7 章	订单处理	334
7.1	未处理	335
7.2	历史记录	338
7.3	发货物料准备	341
7.4	打包交货	346
第 8 章	客户问题	352
8.1	未处理	353
8.2	已回复	358
8.3	已关闭	361
第 9 章	违规处理	362
9.1	知识产权	363
9.1.1	未处理	363
9.1.2	待编辑	368
9.1.3	等待品牌授权批准	368
9.1.4	历史记录	369

9.2	未处理违规.....	370
9.3	等待管理员.....	373
9.4	历史记录.....	374
第 10 章	ProductBoost.....	375
10.1	ProductBoost 入门.....	376
10.1.1	什么是 ProductBoost.....	376
10.1.2	如何加入 ProductBoost.....	377
10.1.3	ProductBoost 活动费用的计算.....	380
10.1.4	ProductBoost 数据表现查看.....	381
10.1.5	ProductBoost 常见问题解答.....	386
10.2	利用 ProductBoost 打造爆款.....	387
10.2.1	ProductBoost 选品.....	388
10.2.2	关键词设置.....	388
10.2.3	ProductBoost 产品竞价设置.....	389
第 11 章	数据分析.....	390
11.1	数据分析的概念和重要性.....	391
11.1.1	数据分析的概念.....	391
11.1.2	常见的店铺数据分析维度.....	392
11.2	Wish 商户后台首页数据介绍.....	397
11.3	Wish 后台业绩类数据介绍与分析.....	410
11.3.1	产品概述.....	410
11.3.2	销售业绩.....	412
11.3.3	诚信店铺表现.....	414
11.3.4	评分表现.....	415
11.3.5	物流表现.....	417
11.3.6	用户服务表现.....	421
11.3.7	退款表现.....	423
11.3.8	用户反馈与仿品率表现.....	424
11.3.9	销售图表与用户服务图表.....	425
11.4	Wish 辅助市场调研工具介绍.....	426
11.4.1	常见的市场调研分析工具介绍.....	426
11.4.2	市场调研工具常用数据维度与分析方法.....	431
11.5	Wish 后端运营数据介绍.....	433
11.5.1	常用物流与采购统计数据介绍.....	433

11.5.2	物流与采购数据统计方法.....	435
11.5.3	核心后端运营数据的分析案例.....	436
第 12 章	产品优化	439
12.1	产品优化概述.....	440
12.2	图片优化.....	440
12.2.1	首图优化.....	440
12.2.2	尺码图优化.....	442
12.2.3	副图优化.....	442
12.3	标题优化.....	443
12.3.1	标题优化的方法.....	443
12.3.2	标题优化的注意事项.....	444
12.4	标签优化.....	444
12.4.1	标签优化的方法.....	445
12.4.2	标签（Tags）优化的注意事项.....	446
12.5	详情优化.....	447
12.5.1	详情优化的方法.....	447
12.5.2	详情优化的注意事项.....	448
12.6	价格优化.....	449
12.7	产品基础数据优化.....	450
第 13 章	选品	451
13.1	利用数据进行选品.....	452
13.1.1	数据来源.....	452
13.1.2	选品步骤.....	454
13.2	精细化运营店铺的神奇密码.....	456
13.2.1	海量铺货与精品运营.....	456
13.2.2	产品定位——3:2:1 法则.....	457
13.2.3	如何快速抓取热点产品.....	458
13.3	高客单价产品的选品技巧.....	460
13.3.1	高客单价产品开发门路.....	460
13.3.2	高客单价产品的推广.....	460
13.3.3	高客单价产品的维护.....	461
附录	成功案例分享	463
	结束语	480

第 1 章

Wish 商户平台介绍



1.1 发展历史

2011年9月，Wish的母公司ContextLogic在美国硅谷由两名工程师注册成立。当时，ContextLogic专注于“信息关联（Information Relevance）”领域，推出了Reach和Lift两款产品。ContextLogic希望通过机器学习和自然语言处理技术处理信息，从而提高广告与内容页的相关性。实际上，这项业务非常类似于Google AdSense。只不过AdSense只应用于Google广告联盟领域，ContextLogic则希望将该技术应用到Google之外，例如Facebook的用户主页、Twitter的微博内容等。

后来，ContextLogic推出Wish，模式类似于图片社交，用户可以在上面创建自己的愿望列表。2013年3月，Wish加入商品交易系统，正式踏入电商领域。2013年12月，转型仅9个月的Wish，其平台交易额就达到近1亿美元。2014年2月，为了进一步拓展中国供应商资源，Wish在上海成立了分公司。随后，中国招商团队在华展开了大规模的招商活动。

接下来让我们简单了解一下创始人的背景。

Peter Szulczewski 目前担任 Wish 首席执行官。

Peter 在大学毕业前，就已经在三家著名企业（ATI、NVIDIA 和 Microsoft）实习。

大学毕业后，2004年8月，带着耀眼的实习经历和名校背景，Peter顺利进入了Google，任职于Machine Learning Group，研究机器自主学习算法。一年后，Peter成为技术带头人（Technical Leader），带领团队参与了Google AdWords/AdSense等经典产品的设计。2009年11月，Peter离开Google。2011年，创办了ContextLogic（Wish母公司）。

Danny Zhang 目前担任 Wish 首席技术官。

Danny 大学期间在 Alcan 实习过，任软件优化工程师。毕业之后，他去了雅虎，此后又工作于 LimeWire 和 AT&T。

这位来自中国的技术狂人，已经在计算机科学领域拥有9项专利。此外，他对算法技术颇有研究，曾和他的导师一起在专业期刊发表文章 *Algorithms for Detecting Cheaters in Threshold Schemes*。

在2011年，Danny离开AT&T，与Peter联合创办ContextLogic。

2014年~2017年是Wish飞速发展的时代，Wish连续3年被评为硅谷最佳创新平台！在Peter和Danny两位创始人的带领下，通过全体Wish成员的不懈努力，Wish成了北美和欧洲最大的移动电商平台！同时Wish也荣列全球第七大互联网电商平台，成为全球第五家四年内GMV达到30亿美元规模的互联网公司！Wish已成为令业界瞩目的独角兽科创公司！

在跨境电商行业飞速发展的激流中，Wish继续努力，开拓创新，锐意变革，疾步前行。越来越多的商户入驻Wish，越来越多的用户认可了Wish，Wish的销售额飞速增长，成为发展最

迅速的跨境电商平台，业内外人士皆为之瞩目，为之惊叹。

1.2 Wish 平台介绍

1. Wish 的特色

Wish 是一个源于移动端的平台，99%的交易都在移动端进行，用户可以随时随地浏览购物，用户从打开 Wish 手机应用到完成付款流程最快不过数秒时间。同时，Wish 弱化了搜索功能，采用个性化推送机制，Wish 采用独特算法，根据用户在社交网络上的浏览轨迹分析用户喜好，向用户推送与之喜好匹配的商品，因此每个人在 Wish 首页看到的商品都不同。所谓“千人千面”，就是这个道理。

2. Wish 的用户

- 截至 2017 年年底，Wish 的用户数量已超过 4 亿名，日活跃用户 1000 万名。
- 年龄区间 18~35 岁。

3. Wish 的商户

- Wish 在中国大地上遍地开花，华东、华北、华中乃至其他各地，均涌现出诸多快速成长的商户案例。
- 除大商户继续保持迅猛发展的趋势之外，众多中小型商户也顺利实现了草根逆袭，诸多年轻人找到了创业发展的平台，成就了事业，实现了理想。

4. Wish 的品类

- Wish 由原先单一的 Fashion 品类发展至今，目前已包含 3C 数码、母婴、美妆、家居等全品类的产品销售。
- Geek、Mama、Cute、Home 等垂直类目 App 应运而生，各自也创造出出众的销售业绩！
- 未来，Wish 还将继续推出更多令人期待的崭新规划！

“Shopping Made Fun!（让购物充满愉悦和趣味！）”是 Wish 公司的 Slogan。让这句 Slogan 为更多业内外人士所熟知，让 Wish 成为地球村内普惠大众的移动跨境电商平台，是所有 Wish 成员的愿望。

在经济全球化的快速发展进程中，让我们依托中国在产品、物流、金融、政策等各方面的优势资源，积极整合，优化配置，共同参与和见证行业的巨变！共同实现更高远的愿景目标！成就各自辉煌的事业和人生！

1.3 Wish App 介绍

Wish 是一款基于手机移动端的全球综合类商品购物应用，支持超过 30 种语言，拥有超过

9000 万件各类商品，为超过 71 个国家或地区提供购物服务，在全球拥有超过 1 亿名用户。

Wish 是欧洲和北美最受欢迎的移动购物应用，也是苹果应用商店和安卓应用商店里最受欢迎的生活类应用之一。Wish 备受欢迎的特色之一，是把商品和用户分别标签化，通过不断记录用户的浏览点击行为和购物消费习惯，结合大数据及人工智能算法，适时地自动向用户手机端推送其感兴趣的产品，让用户享受个性化、方便快捷、高性价比的全球购物体验。

Wish 拥有 Wish 综合购物应用、Mama 母婴类购物应用、Cute 彩妆类购物应用、Home 家居类购物应用、Geek 电子产品类购物应用等 5 个购物应用。其中，Wish 综合购物应用的商品种类最齐全、最丰富。Mama、Cute、Home 和 Geek 是从 Wish 综合购物应用中精选出来的垂直类商品购物应用，为商品需求相同的用户群体提供简单直接的购物体验，如图 1-3-1 所示。

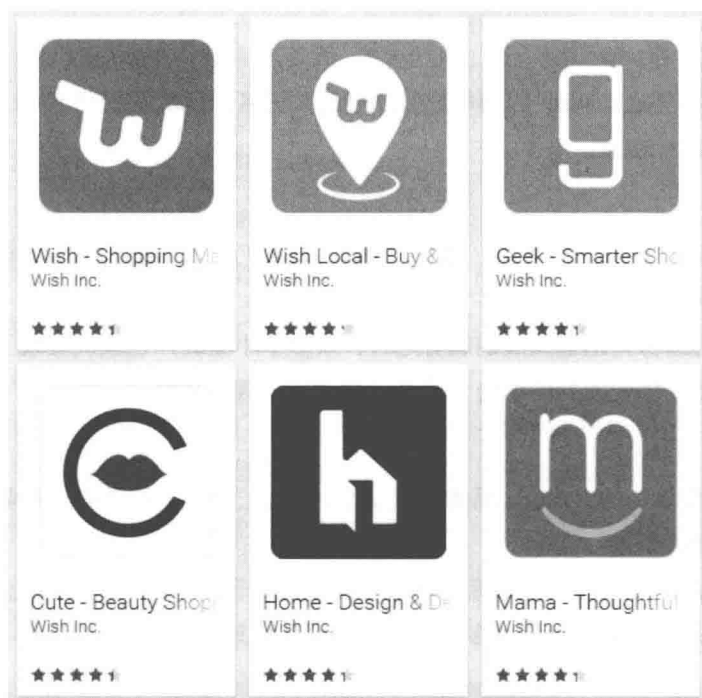


图 1-3-1 Wish App

1.3.1 Wish 综合购物 App

Wish 综合购物应用是综合类商品的购物应用，提供了丰富多样的商品，包括女装、男装、鞋子、时尚服饰、家居装饰、饰品、手机配件、电子产品、手表、婴儿及儿童用品、化妆美容用品、节假日礼品等，如图 1-3-2 所示。