

全网发布会

【3月商家场】



国际站钉钉组织

获取课件及回放



阿里巴巴外贸云课堂
官方学习频道，电脑端体验更佳
peixun.alibaba.com

—— 商家业务部 ——
2022年3月31日10:00-11:00



1

重点关注

- 商家星等级4月规则及相关调整
- 产品成长模型-实力优品2.0升级
- S级新品专享打爆计划预告
- RTS市场卖家违背承诺行为管控规则升级解读

2

最新动态

- 海外现货交易升级 & 近期活动
- 卖家起草RTS订单升级
- 商家提效工具速递

1 重点关注

- 商家星等级4月规则及相关调整
- 产品成长模型-实力优品2.0升级
- S级新品专享打爆计划预告
- RTS市场卖家违背承诺行为管控规则升级解读

商家星等级

4月规则及相关调整

主讲：阿里小二 易璘

商家星等级4月规则及相关调整汇总

预计2022年4月7日上线，以实际上线为准

为更好的反映商家行业实力和专业能力，鼓励商家为买家提供更有确定性的服务，商家星等级延续5.0版的基本框架，计划于**2022年4月7日（周四）**起对部分规则做调整，核心将丰富商家实力加分体系和优化部分评分指标口径。本次调整不影响2022年4月5日更新的4月评定星等级，**仅影响4月7日开始的预测星等级和5月开始的评定星等级。**

鼓励商家数字化表达 自身竞争优势吸引买家

大牌代工

验真通过后定制赛道加分（10分）

海外现货

双赛道加分，验真后依照
关联商品数分档加分（封顶10分）

提升指标反映商家承接 买家需求能力的准确性

商机指数

增加商机质量的衡量因素

4个转化率指标

指标定义不变，数据统计方式优化
仅统计访问后产生的商机/支付行为

实力优品模型2.0上线

【效果转化】指标口径严肃化
RTS赛道新增【产品优势】板块

近一步细分商家成长阶段 区分不同阶段关注重点

升级新商家新手阶段

引导新商家完成建站的基本准备

星等级MA后台页面升级

增加月度变化对比图
突出当前短板提醒

丰富不同成长阶段权益

星级商家逐步更新更多权益

商家星等级4月规则调整——定制赛道商家力新增“大牌代工”加分项

预计2022年4月7日上线，以实际上线为准

知名品牌对于供应商的选择以及供应商的制造能力通常都有高标准严要求，经过层层筛选后才能入围到知名品牌的供应商库中。因此，商家星等级中将“大牌代工”加入商家实力加分体系，丰富商家“专业实力认证”加分指标池。

“大牌代工”加分基本规则

商家“大牌代工”能力验真通过后，在定制赛道商家力对应能力板块加分，细则如下：

- 仅在**定制赛道商家力**板块加分，覆盖全行业。
- 仅在当前店铺“**Customization商品成长平均分**”**大于等于60分**时，才开启加分。
- 归属于“专业实力认证”加分板块，商家“大牌代工”能力验真通过后加10分，但与同板块其他加分项指标累计加分**不超过10分**（即封顶10分）。

查询路径：MA后台-金品中心-行业竞争力-大牌代工

The screenshot shows the MA Backend interface with the following elements:

- Top navigation: Alibaba.com logo, My Alibaba, and 大牌代工服务认证 (Big Brand Outsourcing Service Certification).
- Left sidebar: 快捷入口 (Quick Entry) with options like 询盘, 邮箱, RFQ市场, 产品诊断优化, 外贸直通车; 首页 (Home); 店铺管理 (Store Management); **金品中心** (Gold Center) - highlighted with a red box; 产品管理 (Product Management); 媒体中心 (Media Center); 商机沟通 (Business Opportunity Communication); 数据参谋 (Data Advisor); 客户管理 (Customer Management).
- Main content area: 金品中心 (Gold Center) section with 资质证书 (Certificate of Quality), 证书上传 (Certificate Upload), 证书管理 (Certificate Management), 会员认证 (Member Certification), 全品认证 (All-Product Certification), 实地认证 (On-site Certification), 实力标签 (Competence Tag). Below this is 行业竞争力 (Industry Competitiveness) - highlighted with a red box, containing 认证报告 (Certification Report).
- Right side: 大牌代工认证 (Big Brand Outsourcing Certification) section. It shows a status: 已验真1个品牌, 关联了5个类目商品 (1 brand verified, 5 categories associated). Below it is a button for Top Sports & Entertainment Brand and a 查看详情 (View Details) button. A red arrow points from the '行业竞争力' box to this section.
- Bottom right: A QR code and the text 扫码查看更多大牌代工信息 (Scan to view more big brand outsourcing information).

商家星等级4月规则调整——双赛道商家力/商品力新增“海外现货”加分项

预计2022年4月7日上线，以实际上线为准

商家在平台数字化自身“海外现货”能力，通过向买家透传确定性的海外库存数、本地快速发货到货、低物流费等优势，有助于快速促成线上成交。因此，商家星等级中将“海外现货”加入商家实力加分体系，丰富商家“行业服务能力”加分指标池。

“海外现货”加分基本规则

商家“海外现货”能力验真通过后，依照关联商品数分档在双赛道商家力/商品力对应板块加分：

• **双赛道**均可加分，覆盖全行业。加分档位如下：

海外现货商品数	加分分值
50个以上	10分
21-50个 (含50)	5分
1-20个 (含20)	3分

- 仅在当前对应赛道商家力/商品力中的“商品成长平均分”**大于等于60分**时，才开启加分。
- 定制赛道归属于商家力“行业服务能力”加分板块，与同板块其他加分指标累计加分不超过20分（即封顶20分）。RTS赛道暂无限制。

查询路径：MA后台-交易服务准入-海外现货交易-查看入仓信息

交易管理

交易服务中心

您可按照业务需要，选择合适的工作服务模式、出口方式及交易增值服务进行准入。

信用保障交易

信用保障 (Trade Assurance 简称TA) 是阿里巴巴旗下专业的跨境B2B交易体系。致力于为全球B类买家提供安全高效的交易服务，整合各方资源以提供综合性跨境支付、结算、金融、物流等服务，帮助买家轻松实现全球买，全球卖。了解更多

起算信用保障订单

保障升级服务

“保障升级服务”是阿里巴巴国际站推出的确定性履约升级服务。商家通过申请加入“保障升级服务”，承诺所有信用保障订单按时发货，若订单发生逾期且买家申请赔付成功，需要商家承担赔付，赔付金额为订单金额的10% (\$100封顶)。平台将为加入“保障升级服务”的商家提供更多权益。

起算信用保障订单

e收汇交易

支持跨境贸易下单及收汇，不占用额度，助力资金快速周转，贸易纠纷由买卖双方自行协商解决，退款需求买卖双方同意，信用保障相关规则不适用，建议在与买家充分沟通基础上起草订单。了解更多

起算e收汇订单

海外现货交易

海外现货交易面向国际站商家招募有海外仓或者第三方海外仓的商家，通过向买家透传确定性海外库存数，本地快速发货到货，低物流费等优势，快速促成线上成交。同时平台为买家提供从交易、支付、收汇到履约的端到端供应链解决方案。平台将为加入“海外现货交易”的商家提供更多专属权益。开通成功后，再提交入仓信息，再配置海外库存。

添加入仓信息

查看入仓信息

扫码查看更多海外现货信息



商家星等级4月规则调整——定制赛道商家实力加分体系（含本次更新）

预计2022年4月7日上线，以实际上线为准

企业出口实力

已验真的企业线下年出口额

依据规模分档加分，封顶10分

所有行业通用标准

专业实力认证

已验真的企业专业实力认证

多种类型，可累加，封顶10分

- 商标、专利、指定类型的证书（10分）
- 财富500强合作（10分）
- AEO认证（10分）
- 大牌代工（10分）**本次新增**

行业服务能力

垂直行业专业服务能力

特定行业加分，封顶20分

- 海外售后（机械，已有）
- 3D家装模型（建材等7行业，已有）
- 软件著作权（商用服务设备，安防，电子元器件）
- 海外现货（全行业）**本次新增**

加分规则：有条件开启

仅在定制赛道——商家力板块加分；

仅在“Customization商品成长平均分”**大于等于60分**时，才开启加分；

3类验真后的实力指标加分，**单类得分有封顶，3大类分数累计，封顶40分。**

商家星等级4月规则调整—部分指标口径优化

预计2022年4月7日上线，以实际上线为准

为了更好的帮助商家通过指标数据发现自身在运营和交易过程中的优势和现存问题，能有针对性的优化提升，在平台更有效的获取商机。星等级会参考用户调研反馈和数据分析发现等对指标持续优化，让指标更贴近经营和交易过程，更反映商家对买家需求的承接转化能力。本期对以下指标做如下优化：

定制赛道营销力 商机指数

不变：定义不变。依然从近30天内店铺获取的询盘数量和质量两个维度综合衡量商家获取商机的能力。

变化：指数计算方式优化，在原有基础上进一步增加商机质量的衡量因素（**新增沟通质量判断维度**）。

注：将依照整体商家表现对商机指数数值做适当调整，上线后商机指数的数值如有上下波动属正常现象。

双赛道营销力/交易力 商机转化率 营销商品商机转化率 支付转化率 RTS商品总转化率

不变：定义不变，依然用于衡量当前店铺在一定统计周期内店铺访客转变为商机买家/支付买家的转化效率。

变化：统计方式做优化，增加对买家从访问到商机/支付行为的前后顺序判断，仅统计店铺访客**产生访问行为之后**转化的商机咨询人数 / 支付人数，更准确反映店铺转化效果。

特别提醒：支付转化率统计的是近90天内**店铺访客产生中的商机买家**转化到支付买家的比例。

实力优品模型2.0升级 (预计4月11日正式生效)

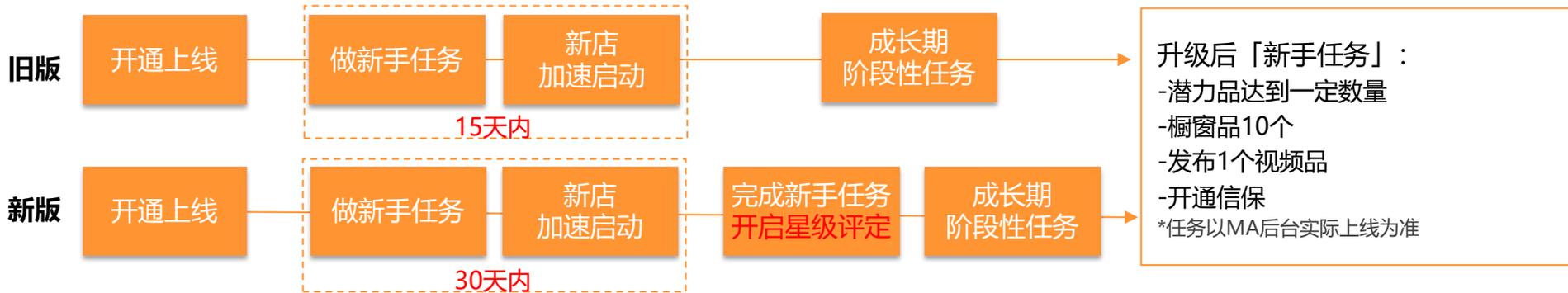
不变：在星等级双赛道商家力和商品力能力项中的应用方式不变。

变化：实力优品模型升级至2.0，对指标结果本身可能产生影响。建议商家及时了解实力优品2.0的新规则，并对可优化项做及时调整，避免响应影响。具体变化请参考全网发布实力优品升级部分及后台官方公告。

商家星等级其他相关调整—星级商家成长

预计2022年5月上线，以实际上线为准

为了帮助新商家更快熟悉平台规则、了解平台运营方法、快速成长为星级商家，自2022年5月起，原“成长指引”中“新手扶持阶段”升级：5月起开通的新商家在服务开通后30天内完成“新手任务”，新店铺加速启动；完成所有任务后，开启星等级评定。



商家星等级其他相关调整—星等级页面更新

预计2022年4月-5月上线，以实际上线为准

路径：MA后台 — 商家成长 — 商家星等级

页面基本结构：

- 星等级介绍（含官方资料汇总链接）及 重要信息公告
- 当前评定星等级及对应权益
- 双赛道当前表现（突出月度变化对比以及当前升星短板）
- 升星成长建议

增加月度变化对比

- 默认展示**预测星等级**对应的赛道，即当前**星级更高**的赛道页面（双赛道相同时默认展示定制赛道）。双赛道数据可点击对应页片自由切换。
- 增加当前与上月末表现对比雷达图（**同赛道对比**）

突出当前短板提醒

- 默认展示**当前赛道最低的能力项**及建议
- 单能力项**增加当前优先提升项提醒**及建议
- 30天趋势图默认与**更高一级星级**对比

My Alibaba

模拟效果，以实际上线界面为准

99% 客户中心

99% 消息盒子

简体中文

商家星等级

商家星等级是评估国际站商家服务买家能力的分层体系，星等级分5个等级，对应1-5星，每月5号评定更新一次，当月可享受对应星级权益。[查看详情](#)

- 1. 【20211207-星等级12月变化提醒】依照2021年9月5.0预告，商家星等级于2021年12月7日（周二）起，在快速交易星等级营销力板块新增自动回复率加分指标。 [了解详情](#)
- 2. 【20210818-星等级物流权益下线通知】因阿里物流业务规则调整，自2021年9月5日起阿里巴巴国际站快速折扣权益到期下线，请知悉。具体使用问题可咨询阿里物流。
- 3. 【20210812-星等级商家后台登录入口变更】自2021年8月16日（周一）起，MyAlibaba后台星等级入口将从“数据分析”菜单迁移至“商家成长”菜单（以实际上线为准）。

评定星等级 1星

二级类目：男装

每月5号9点更新 [详细介绍](#)

专享权益

- 搜索推荐
- RFQ底价特刊
- RFQ报价
- WD活动进入
- RFQ报价特刊
- 行业活动进入
- 网商惠惠利
- 供应链优先
- 全部权益

定制交易 - 预测2月星级 1星

定制交易 快速交易

整体表现

商家力	3星
营销力	1星
交易力	2星
保障力	3星

当前营销力最低，需提升

提升营销力，要从流量、营销和转化几个方面着手优化。提升流量，建议通过数据参谋中关键词分析及及时了解买家趋势，优化商品和关键词等，更有效全面地覆盖买家需求，同时针对店铺主打产品增加P4P营销投放。



升星行动建议：

课程学习 [查看更多](#)

实力优品优化至5% [双购](#)

[双购](#) 实力优品数越多能获得搜索加权，流量翻倍

[去优化](#)

实力优品优化至5% [双购](#)

[双购](#) 实力优品数越多能获得搜索加权，流量翻倍

[去优化](#)

低分商品数清零 [双购](#)

[双购](#) 影响商品排序权重和转化率

[一键下架](#)

低分商品数清零 [双购](#)

[双购](#) 影响商品排序权重和转化率

[一键下架](#)

获得RFQ提前6小时报价权 [双购](#)

[双购](#) 主动出击，吸引有明确采购需求的买家

[去报价](#)

获得RFQ提前6小时报价权 [双购](#)

[双购](#) 主动出击，吸引有明确采购需求的买家

[去报价](#)

商家星等级其他相关调整——星等级页面更新

预计2022年4月-5月上线，以实际上线为准

商家星等级

商家星等级是评估国际站商家服务买家能力的分层体系，星等级分5个等级，对应1-5星，每月5号评定更新一次，当月可享受对应星级权益，[查看详情](#)

- 【20211207-星等级12月变化提醒】依照2021年9月5.0预告，商家星等级于2021年12月7日（周二）起，在快速交易星等级营销力板块新增极速回复率加分指标，[了解详情](#)
- 【20210818-星等级物流权益下线通知】因阿里物流业务规则调整，自2021年9月5日起阿里巴巴国际站快速折扣权益到期下线，请知悉。具体使用问题可咨询阿里物流。
- 【20210812-星等级商家后台登陆入口变更】自2021年8月16日（周一）起，MyAlibaba后台星等级入口将从“数据分析”菜单迁移至“商家成长”菜单（以实际上线为准）。

评定星等级 1星

二级类目：男装

每月5号9点更新 [详细介绍](#)

专享权益

右侧高亮为当前权益

点击进入权益中心



定制交易 快速交易

评定星等级及权益板块

左侧：当月店铺评定星等级（上月末店铺表现决定），决定当月可享受权益

右侧：当前可享权益（不一定全部展示，点击进入权益中心可查看完整权益）

评定星等级详情介绍（点击展开）：

评定基本规则和更新时间

仅星级直达商家可见部分

- 仅当前直达星级和对应直达保护期
- 旺铺展示星级（买家端展示）：商家实际线上表现到达的评定星等级

点击跳转商家星等级官方信息汇总页

模拟效果，以实际上线界面为准

评定星等级 2星

二级类目：男装

每月5号9点更新 [详细介绍](#)

专享权益



定制交易 - 预测2

整体表现

商家力 3星

营销力 1星

交易力 2星

每月5日9点更新评定星等级，根据太平洋时间（PST）的上个月最后一个自然日的能力项分数来综合评定，并于北京时间每月5日更新。

四个能力项需同时满足分数标准才能晋级对应的星等级。一星需四个能力项均达到60分，二星需要均达到70分，三星需要均达到80分，四星需要均达到85分，五星需要均达到90分。若上个月月末当天店铺为非服务中状态，则当月将没有评定星等级。

星级直达 2星 截至时间 2021-06-30

旺铺展示星级 1星

商家星等级其他相关调整—星等级页面更新

预计2022年4月-5月上线，以实际上线为准

页面默认展示:

- 当前表现 (预测) 更高的赛道 (点击赛道名称可切换页面)
- 当赛道与上月末表现的对比
- 当前赛道最低能力项及基本建议
- 点击任意能力项切换详情页面

点击任意能力项切换详情页



模拟效果，以实际上线界面为准



详情页面展示:

- 当前能力项及对应指标详情
- 平铺30天趋势图 (默认展示与上一星级同行均值的对比)
- 提示当前能力项优先提升指标
- 点击指标数值跳转明细查询 (如有)

默认提示当前优先需提升的短板指标

商家星等级其他相关调整—星等级页面更新

预计2022年4月-5月上线，以实际上线为准



不满足门槛时
顶端浮出提示

模拟效果，以实际上线界面为准

商家星等级其他相关调整—整体时间安排

预计2022年4月-5月上线，以实际上线为准

3月下旬

规则和调整预告

4月7日 (周四)

星等级本期新规生效
影响商家4月7日起
的**预测星等级**

实力优品模型2.0上线
新规则后台可见，商
家可做对应调整

4月11日 (周一)

商家力/商品力分数
受**实力优品2.0模型**
生效可能发生变动

实力优品2.0模型生效
新规下商品分数更新

5月5日 (周四)

新规首次评定生效/新权益上线

- 影响5月5日更新的**5月评定星等级**
- 星等级权益中心改版，新权益上线

新版新手任务上线

- 5月起开通的新签客户须完成新手任务后再开启星等级的评定

星等级新版交互界面发布

4-5月间逐批切换，上线后不同商家间有新旧界面的展示差异属于正常情况

产品成长模型-实力优品2.0升级

主讲：阿里小二 梁丹

实力优品2.0升级背景

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

高确定性商品
优质的供给

买家体验

RTS赛道
产品优势

定制赛道
实力数字化

双赛道

指标严肃化
打击虚假行为

市场秩序

实力优品2.0升级方向

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

升级1：视觉升级为双赛道，各产品成长层级页面拆分为「RTS品」与「询盘品」

升级2：双赛道「效果转化」指标口径严肃化

双赛道优化部分指标统计维度、所在大项分类，对「效果转化」指标进行严肃化，如：

- RTS品的买家数：在原口径上增加“已付款且发货”“订单实优10美金及以上”“剔除不当交易订单”等；
- 询盘品的询盘数：在原口径“询盘数”基础上增加“TM咨询+询盘”且“剔除虚假询盘和TM”

升级3：RTS赛道新增「产品优势」，鼓励从价格/时效/质量/服务提升商品确定性

RTS实力优品模型新增「产品优势」大项，后续平台将持续围绕价格、时效、质量、服务等维度推出买家偏好的产品优势，增加到实力优品中，只要您的商品满足四个维度中的至少一个，即可获得此大项的分数。

- 时效优势：是否支持17国的到货保障服务，X日达
- 价格优势：最小MOQ到手价（by国家）
- 质量优势：好评率，优质评价率
- 服务优势：无忧退，售后维修等

举例：您的商品满足“时效优势”的“到货保障服务”，即可获得「产品优势」项得分。

实力优品2.0升级时间安排

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

3月31日-4月10日

4月11日

实力优品2.0版商家端预告

解读自2022年4月起
实力优品2.0升级规则、调整变化
(面向对象：商家)

实力优品2.0版正式发布

商家4月**产品成长分**按实优2.0规则生成
(生效时间：4月11日)

商家行动建议

及时了解规则变化
协助指导商家提前摸清升级优化内容

关注商品数据表现，参考数据变化有针对性的持续
优化

注：4月星等级评定不受实力优品2.0升级影响，实优2.0将影响5月份星等级评定。

以实际上线为准。

实力优品2.0升级内容汇总

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

RTS品 升级前	行业特征	内容表达	效果转化	商品服务	额外加减分项	
	行业关键属性	商品差评量 产品信息质量分 是否为RTS商品	支付买家数 复购买家数 访客到支付买家的转化率	按时发货率 是否支持DDP 是否支持售后	加分项： 近90天支付买家数	减分项： 近90天订单按时发货率 近90天信保退款申请率
升级后	行业特色	内容表达	交易表现	产品优势（新增）	额外加减分项	
	行业关键属性 是否支持DDP 是否支持售后	产品信息质量分	支付买家数 复购买家数 访客到支付买家的转化率 按时发货率 商品差评量	时效优势：是否支持 10国的到货保障服务	加分项： 近90天支付买家数	减分项： 近90天订单按时发货率 近90天信保退款申请率
询盘品 升级前	行业特征	内容表达	效果转化	额外加减分项		
	行业关键属性 是否提供定制服务 是否提供样品服务 样品订单数	产品信息质量分（全部） 是否为规格化商品 差评量	访客到询盘的转化率 询盘数 支付买家数、复购买家数	加分项： 近90天询盘数	减分项： 近90天订单按时发货率 近90天信保退款申请率	
升级后	行业特色	内容表达	交易表现	额外加减分项		
	行业关键属性 是否提供定制服务 是否提供样品服务 样品订单数	产品信息质量分（全部） 是否为规格化商品	[TM咨询+询盘]买家数转化率 [TM咨询+询盘]买家数 支付买家数、复购买家数 差评量	加分项： 近90天[TM咨询+询盘]买家人数	减分项： 近90天订单按时发货率 近90天信保退货申请率	

实力优品2.0升级内容汇总 — RTS赛道

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

行业特色	内容表达	交易表现	产品优势	额外加减分项
行业关键属性 是否支持DDP 是否支持售后	产品信息质量分	支付买家数 复购买家数 访客到支付买家的转化率 按时发货率 商品差评量	时效优势：是否支持17国的 到货保障服务	加分项： 近90天支付买家数 减分项： 近90天订单按时发货率 近90天信保退款申请率

升级内容

1 “行业特色”由“行业特征” “商品服务”合并

- 「按时发货率」调至“交易表现”，且统计周期由180天调整90天

2 “内容表达”调整内容

- “商品差评量”调整至“交易表现”
- 删除“是否为RTS商品”

3 “效果转化”改为“交易表现” “买家数”指标口径严肃化

支付买家数、复购买家数
访客到支付买家的转化率
近90天支付买家数

- ① 已付款且商家已发货
- ② 统计订单状态由已付款改为按照发货日期口径统计
- ③ 订单实收金额≥10美金
- ④ 剔除不当交易订单

4 新增“产品优势”

- 本次新增“时效优势”，即商品是否支持核心10国的到货保障服务（注意：需要10国全部配置到货保障线路）

5 额外加分项

近90天支付买家数

- ① 已付款且商家已发货
- ② 统计订单状态由已付款改为按照发货日期口径统计
- ③ 订单实收金额≥10美金
- ④ 剔除不当交易订单

实力优品2.0升级内容汇总 — 询盘品赛道

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

行业特色

行业关键属性
是否提供定制服务
是否提供样品服务
样品订单数

内容表达

产品信息质量分（全部）
是否为规格化商品

交易表现

[TM咨询+询盘]买家数转化率
[TM咨询+询盘]买家数
支付买家数
复购买家数
差评量

额外加减分项

加分项：
近90天[TM咨询+询盘]买家人数
减分项：
近90天订单按时发货率
近90天信保退货申请率

升级内容

1 “行业特征” 升级 “行业特色”

2 “内容表达” 调整内容

- “差评量” 调整至 “交易表现”

3 “效果转化” 升级为 “交易表现”， “询盘” 指标相关口径调整、口径严肃化

- “访客到询盘的转化率” 调整为[TM咨询+询盘]买家数转化率，且剔除虚假询盘和TM
- “询盘数” 调整为 “[TM咨询+询盘]去重买家人数”，且剔除虚假询盘和TM
- “支付买家数” 指标统计周期调整、口径严肃化
 - ✓ “180天” 调整为 “90天”
 - ✓ 已付款且商家已发货
 - ✓ 订单状态由已付款改为按照发货日期口径统计
 - ✓ 订单实收金额≥10美金
 - ✓ 剔除不当交易订单

- “复购买家数” 指标口径严肃化
- ✓ 买家数维度调整同 “支付买家数”

4 额外加分项

- 近90天[TM咨询+询盘]买家人数（同支付买家数）

商家实力优品2.0信息查看

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

- ①关注每月末网站“全网发布会”了解最新更新动态。
- ②及时查看产品运营工作台界面弹屏提醒的重要变化。
- ③及时查看顶端公告栏通知内容。

- ④此类重要信息都会留存在国际站商品官方语雀文档中，商家可随时翻阅查询。
路径：MA—产品运营工作台/管理产品—实力优品2.0升级

阿里巴巴商品白皮书（商家侧）

手机端

PC端



[点此链接进入
实力优品2.0升级](#)

请使用钉钉扫码查看

阿里巴巴商品白皮书内容

- 了解国际站实力优品2.0升级优化内容
- 了解平台商品相关资讯
- 了解国际站商品成长路径及规范...



实力优品2.0咨询通道

预计4月11日全量上线，具体以实际上线为准

小何在线



服务热线

400-826-1688



钉钉群-官方商品沟通群

每个钉群最多500人，如无法入群，请尝试扫描剩余二维码



S级新品专享打爆计划预告

主讲：阿里小二 怒庵

平台新品项目-年度小结



新品发现

28个一级类目启动平台新品定义及运营

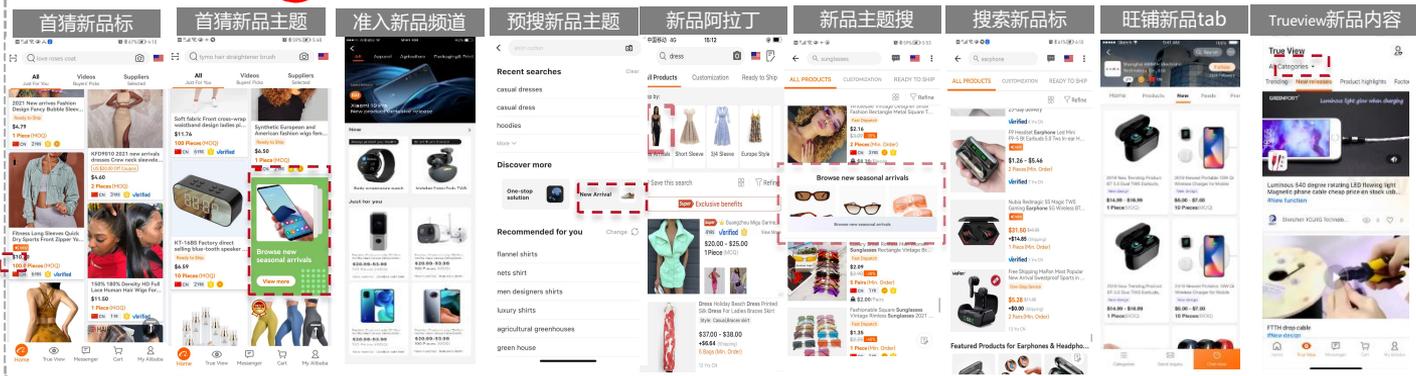


新品孵化

助力百万平台新品
30天内动销



新品全域营销，全链路强化“新”智

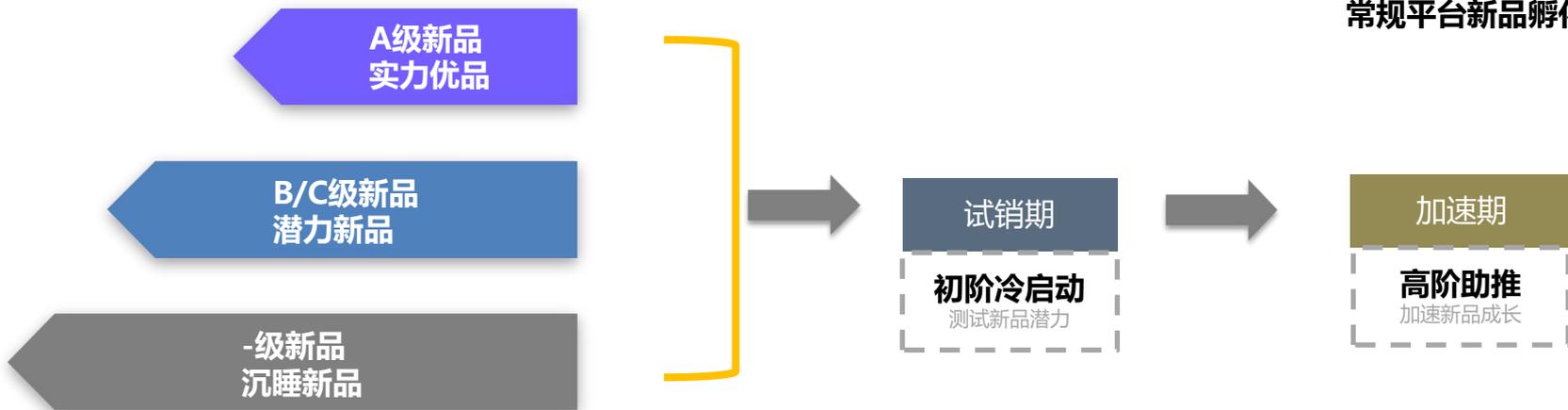


新品分级运营—S级专享打爆路径

S级新品打爆



常规平台新品孵化



平台新品分级运营平台

预计将于4.6上线，以实际上线为准



新品概览

✓增加“S级新品”维度数据，一目了然。

我的全部平台新品 (42)

恭喜！已有42个新品被平台选为S级，请优先试销加速 什么是S级新品

产品中	新品筛选	全部新品	新品试销要求及状态	新品加速要求及状态
产品列表 (42)	全部新品	S级新品	设置主图视频 设置新品形象	试销未完成 新品推广
cdwcs ID: 1600472721365	S级新品	A级新品	可试销 S级试销	试销未完成 新品推广
xiangliu test Title2 ID: 1600472001179	S级新品	B级新品	可试销 S级试销	试销未完成 新品推广
xiangliu test Title2 ID: 1600471982001	S级新品	C级新品	可试销 S级试销	试销未完成 新品推广
2021 latest swim suit ... ID: 1600471804996	S级新品	-级新品	可试销 S级试销	试销未完成 新品推广
test Insulin ID: 1600470126662	S级新品		可试销 S级试销	试销未完成 新品推广
thingsAdvanced techn... ID: 1600469140297	S级新品		可试销 S级试销	试销未完成 新品推广

新品明细

✓增加“S级新品”筛选项，方便查看；

✓“S级新品”置顶，重要信息绝不错过。

平台新品项目 - 操作文档&FAQ



欢迎扫码进入文档
了解更多信息

FAQ

Q、平台新品有5个调控配额，S级新品算在里面吗？

A、S级新品会占用配额。

Q、如何查看S级新品的运营数据？

A、数据看板正在升级中，将于4月初上线。

Alibaba.com 新品商家 5 群

13人



加入钉群可参与S级新品内测

RTS市场卖家违背承诺行为管控规则升级解读

主讲：阿里小二 李玲



公告处罚措施

违规严重程度	处罚措施
一般违规行为	每次扣3分
严重违规行为	依据严重程度： ①每次扣6-12分； ②清退出RTS市场； ③关闭账户。

现阶段平台主动管控下的主要处罚措施

处罚轮次	处罚措施	期限
预警	无	无
首次处罚	问题RTS商品 (下标+搜索降权) +限制RTS发品	7天
非首次处罚	全店RTS商品 (下标+搜索降权) +限制RTS发品	7天

公告中处罚措施依然有效，如商家出现恶意违规或买家投诉情形严重的，仍会按照现有规则进行处罚



发货前商家有责订单：商家无法按照RTS商品信息确定性或按约定方式和时间交货而发生退款的买家起草订单。解读中简称为“**纠纷退款订单**”，平台判断依据为发生纠纷时**系统退款原因**。

发货前商家有责订单比例：一定期限内（解读中主要指**近60天**），发货前商家有责订单数/ 买家起草非样品且支付完成的订单数（解读中简称“**正常付款订单**”）。解读中简称为“**有责纠纷率**”。

公告内容	系统退款原因	English
产品无库存	商家缺货	Not in stock
以运费过低、单价和MOQ不正确等理由要求买家额外加价	产品涨价	Supplier increased product price without prior notification
	运费涨价	Supplier increased shipping cost without prior notification
	供应商涨价或增加运费	Supplier increased shipping cost or product price
其他发货前违背承诺的行为	未按约定时间发货	Supplier didn't ship the products on time
	未按约定方式/地址发货	Not shipped in accordance to agreed shipping way or address

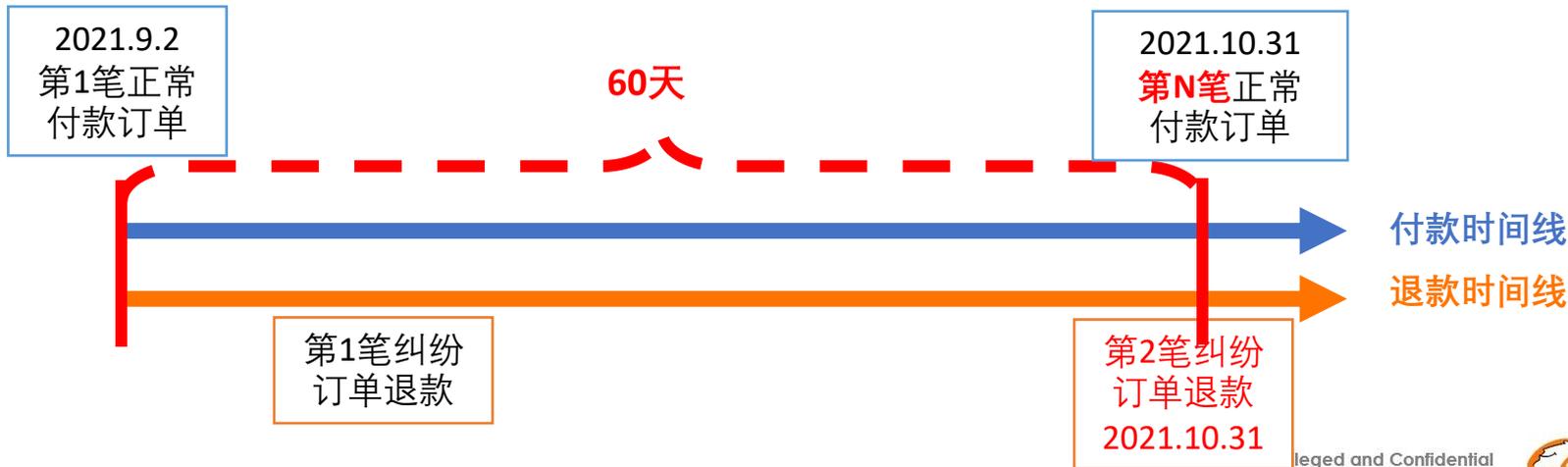


New

处罚触发条件：近60天，发货前商家有责订单数 ≥ 2 单且发货前商家有责订单比例 $\geq 10\%$

首次处罚触发条件的核心要素：

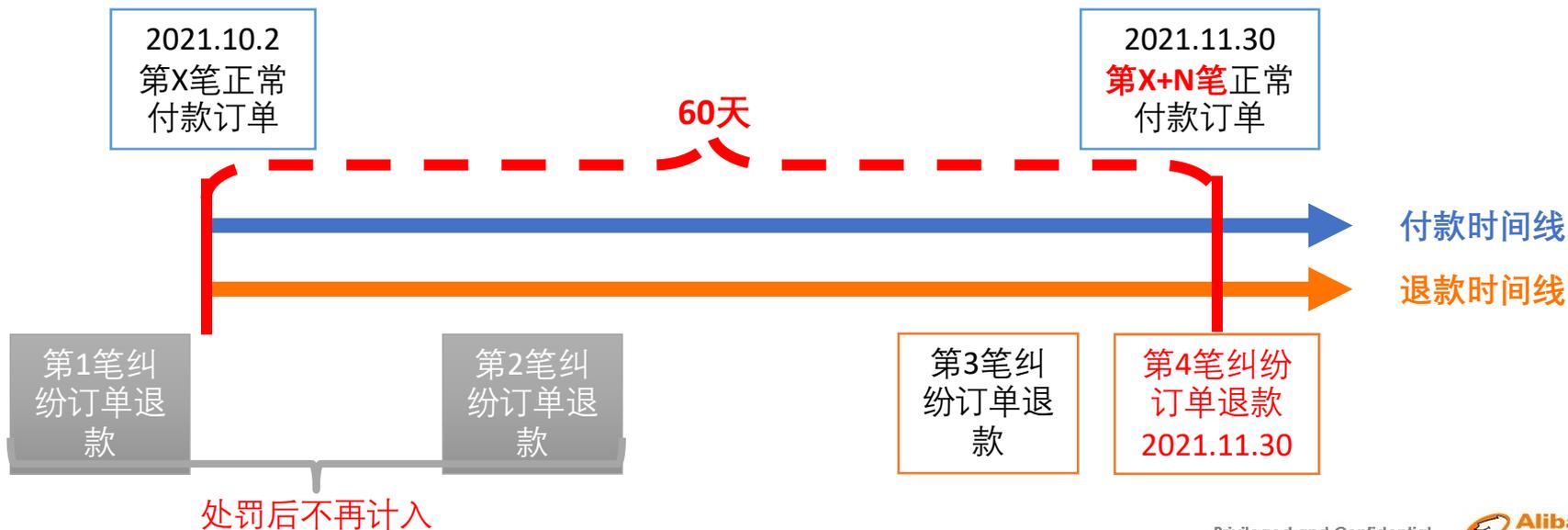
- 1、（退款时间线）60天内**纠纷退款订单数达2笔**，第2笔退款日期为2021.10.31；
- 2、从第2笔纠纷退款日期倒推60天，（付款时间线）第1笔正常订单付款日期是2021.9.2，**2021.9.2-2021.10.31**期间一共发生**N笔正常付款订单**；
- 3、商家有责纠纷率=纠纷退款订单/正常付款订单= 2/N，即 $N \leq 20$ 时，**有责纠纷率 $\geq 10\%$** ，触发处罚。





非首次处罚触发条件的核心要素：

- 1、首次处罚后，被处罚的纠纷退款订单不再计入商家有责纠纷率的分子、分母，纠纷退款订单重新计算。纠纷退款订单数**再次到达2笔**，第4笔退款日期为2021.11.30；
- 2、从第4笔纠纷退款日期倒推60天，第X笔正常订单付款日期是2021.10.2， 2021.10.2-2021.11.30期间一共发生X+N笔付款订单
- 3、商家有责纠纷率=纠纷退款订单/正常付款订单= $2/N$ ，即 $N \leq 20$ 时，有责纠纷率 $\geq 10\%$ ，**再次**触发处罚。





RTS商品下标后，商品在店铺中展示情况的示意图：

Note: Please be cautious and check with your supplier if this product is for virus protection purposes and if the coronavirus (COVID-19) will affect your order.

Ready to Ship In Stock Fast Dispatch → **下标后不可见**

The minimum order quantity is 199 Pieces
0/199 Pieces from **\$1892.49**
Processing Time 15 days

Shipping from **\$449.06**
(Duty Incl.)
Ocean+Express (US) [Change](#)

Estimated Delivery 11/26-12/17

Start Order

Contact Supplier

Call us

Add to cart

Quantity	Price
199 - 998 Pieces	\$9.51
999 - 999 Pieces	\$8.32
>=1000 Pieces	\$7.13

\$100.00 OFF Order more than \$200.00 [Get Coupon](#)

Heat Preservati... No

Color:

<input type="checkbox"/>	\$9.51	- 0 +
<input checked="" type="checkbox"/>	\$9.51	- 0 +
<input type="checkbox"/>	\$9.51	- 0 +

Samples: No, **\$9.51/Piece | 1 Piece (Min. Order) | [Buy Samples](#)**

Protection: Trade Assurance protection your alibaba.com order
 On-time Delivery Guarantee Refund Policy

下标后不可见

下标后不可见

下标后不可见

*实际系统界面以最终产品上线内容为准



限制RTS发品后，商家发品时系统界面展示的示意图：

选择语言市场及类目 填写产品营销信息 进入审核

选择语言市场 **全球市场（推荐）** 请使用英语发品，发布后系统会自动将商品内容翻译成其他语言，并在对应语言市场上显示。

选择产品类目 [类目提报](#) 快速发品

搜索类目 您经常使用的类目 选择类目显示语言 **简体中文**

服装 >> 女装 >> 女士套装

您当前选择的是：服装>>女装>>女士套装 ✓

违反规则，7天内暂不支持RTS发品 [查看详情](#)

产品类型 Ready to Ship Customization

[我已阅读如下规则，现在发布产品](#)

*实际系统界面以最终产品上线内容为准



(一) 违规行为highlights

发货前商家有责订单关注6种买家退款原因：

分别是商家缺货、产品涨价、运费涨价、供应商涨价或增加运费、未按约定时间发货、未按约定方式/地址发货。

(二) 管控手段

平台加强管控，从买家投诉为主向平台主动管控为主转变。

(三) 处罚触发条件highlights

近60天，发货前商家有责订单数 ≥ 3 单且发货前商家有责订单比例 $\geq 2\%$

New 近60天，发货前商家有责订单数 ≥ 2 单且发货前商家有责订单比例 $\geq 10\%$

(四) 处罚措施highlights

现阶段平台主动管控下的主要处罚措施是RTS商品下标、搜索降权及限制RTS发品，如商家出现恶意违规或买家投诉情形严重的，仍会按照现有规则进行从重处罚。



(一) 纠纷退款发生前

做好店铺RTS商品管理和维护、加强RTS订单发货周期管理，避免因商家责任引起买家纠纷退款，导致纠纷退款订单数、有责纠纷率超标后触发平台处罚条件，影响店铺权益。

(二) 纠纷退款发生中

- 1、关注纠纷退款订单的退款原因，若退款原因有误应提醒买家更改，仲裁后修改退款原因无效；
- 2、请主动与买家协商重新选择退款原因（升级仲裁前买家可以修改退款原因）；
- 3、商家责任下，也可主动与买家协商，争取买家谅解、撤销纠纷。

(三) 纠纷退款发生后&平台预警

- 1、触发预警条件：近60天纠纷退款订单数等于**1单**
- 2、预警方式：商家可以通过MA后台-交易管理-交易成长中心查看近60天纠纷退款订单数及有责纠纷率。
- 3、查看纠纷退款订单，反查店铺问题商品，排查该商品是否有其他订单可能涉及纠纷退款、下架或修改

(四) 平台处罚

平台对非首次处罚或重复违规会加大处罚力度，影响商家更多权益，因此需要及时关注违规中心处罚通知，如有违规发生应及时自查整改。



商家可以通过MA后台-交易管理-交易成长中心查看近60天纠纷退款订单数及有责纠纷率

交易健康

异常履约 ①

异常履约率: 4.30%

异常履约率影响【引导】【保障力】【风险健康分】

统计周期: 2021.04.12-2021.10.09

业务员: 请选择

近60天RTS商家有责纠纷率达3单且有责纠纷率>2%时, 相关RTS商品会被下架并影响搜索排序。 [查看详细规则](#)

警告记录

现报订单: 2021.04.12-2021.10.09

警告次数: 2次 | 扣分: 2分

警告订单不影响等级, 连续不通过将被警告, 统计周期内两次警告以上每次扣12分。

RTS商家有责纠纷 ①

有责纠纷率: 0.0% | 有责纠纷单量: 0

RTS商品交易状况良好, 请继续保持!

担保单号	订单金额	订单时间	业务员	纠纷单号	纠纷类型	优化建议
14854316501026700	USD 1,000.00	2021-10-11	马老师	2891501	发货前商家缺货	请尽快完成发货, 退款放行金额达到订单金额时, 最多40字, 超出后数据省略...

1.查看详细规则

2.查看处罚记录

3.查看状态, 绿色为健康, 橙色预警, 红色处罚中

4.查看有责订单明细, 根据优化建议进行操作

*商家MA后台展示图最终以实际产品上线为准



1、RTS商家有责订单这个处罚是还会扣分吗？

答：**不扣分**，如果一直频繁被下这个处罚，会考虑贵公司目前可能还不适合做RTS，清退出RTS市场。

2、我没有逾期发货，为什么会被处罚？

答：RTS发货前商家有责订单的处罚不仅仅是针对逾期发货，他包含了买家发起的6个原因的退款订单，原因分别是：**商家缺货、产品涨价、运费涨价、供应商涨价或增加运费、未按约定时间发货、未按约定方式/地址发货。**

3、卖家起草的订单是否会计入？

答：**不计入**，发货前商家有责订单指：商家无法按照RTS商品信息确定性或按约定方式和时间交货而发生退款的**买家起草**订单。

4、买家提交退款原因有哪些？属于买家责任的原因是哪几个？

答：有6个原因，如右图示：

属于买家责任的是**买家采购计划有变/订单信息有误。**

Home > My Alibaba

Start a refund application Resolution in progress

Start a refund application

Refund Info

* Continue Order or Not Yes, I want to continue with this order. No, I want to terminate this order.

* Reason for refund Please select a refund reason

- Shipped to a wrong address
- Seller increased shipping cost or product price
- Counterfeit
- Not in stock
- No longer needed/wanted

* Refund amount

Description of refund reason

Upload evidence: Providing detailed evidence will strengthen your case resolution. You can upload photos, videos, or documents as evidence.

5、哪里查看我的商家有责订单和处罚？

答：商家可以通过**MA后台-交易管理-交易成长中心**查看近60天纠纷退款订单数及有责纠纷率、处罚以及商家有责订单明细。



最新动态

- 海外现货交易升级 & 近期活动
- 卖家起草RTS订单升级
- 商家提效工具速递

海外现货交易升级 & 近期活动

主讲：阿里小二 晓冷

海外现货交易-背景

跨境电商大阔步发展，海外仓数量和海外发货增长迅猛，买家希望去中间化、快速发货到货、低物流费，卖家希望品牌出海。

跨境电商市场空间大，发展快



- 来自艾瑞咨询的报告显示，2020年我国跨境电商出口市场规模达到**4.6万亿**，同比增长26.9%。预计到2025年将达到**15.1万亿**。

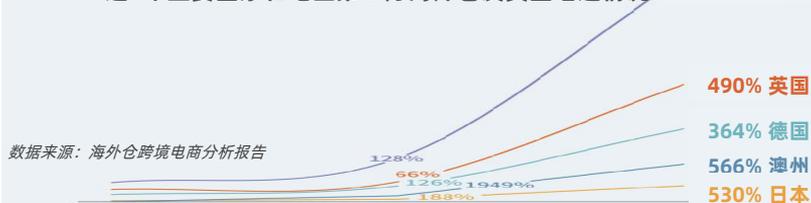
买家调研显示买家需求旺盛



- 2021年国际站针对平台部分买家进行问卷调查，在“购买优先级与决策链路”的问题上，Top4购买考量因素为“**现货**”、“**现货价格**”、“**发货时间**”和“**交货时间**”。

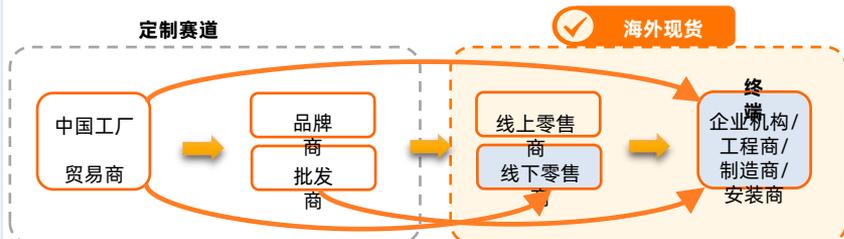
海外仓市场分析

近三年主要国家和地区第三方海外仓发货量增速情况



- 海外仓数量增长快:** 2017-2018年353家 → 2019年1000家 → 2020年1800家
- 履约发货增速快:** 美国增速420%，日本和澳洲突破500%
- 优势明显:** 相对空快和海运，海外仓OTD时间最短、成本最低、本地服务优势最好

全球采购链路



- 海外现货赛道:** 缩短采购链路，去中心化的触达更多零售商和终端，品牌出海的优质路径

海外现货交易-国际站模式介绍

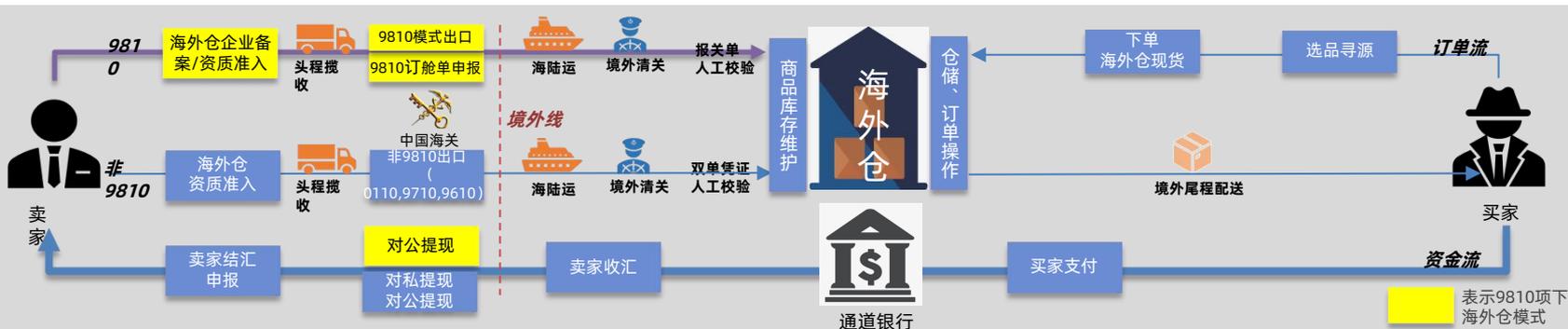
模式定义

国际站海外现货交易面向站内CGS招募**自有海外仓或第三方海外仓商家**，通过向买家透传确定性的**海外库存数**，**本地快速发货到货**，**低物流费**等优势，快速促成线上成交，同时跨境供应链为买卖双方提供一整套从**在线交易、支付、收汇、履约**，未来为卖家提供**海外仓储**，**境外配送**，**本地售后**的端到端综合性解决方案。

进展

- **开放市场和仓数限制:** 当前仅支持美国市场海外现货交易，一个国际站店铺仅支持一个海外仓的准入。
- **订单金额限制:** 单个信保订单≤5000美金
- **出口申报方式:** 支持9810（简称“跨境电商B2B出口海外仓”）和非9810的海关出口监管方式。

供应链解决方案

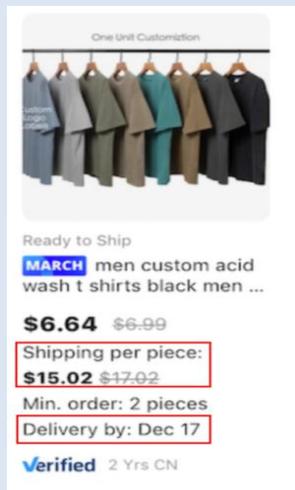


- 提供9810和非9810的两种交易方案，资金合规收款

海外现货交易-场景资源

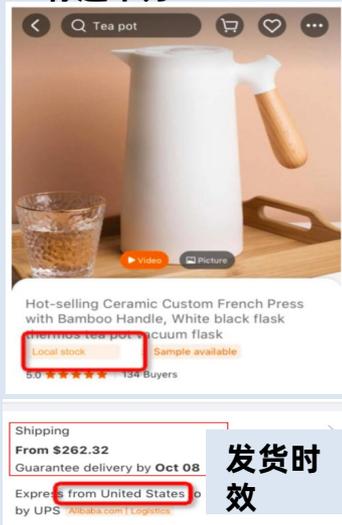
1 搜索结果打标

明确送达时间和运费

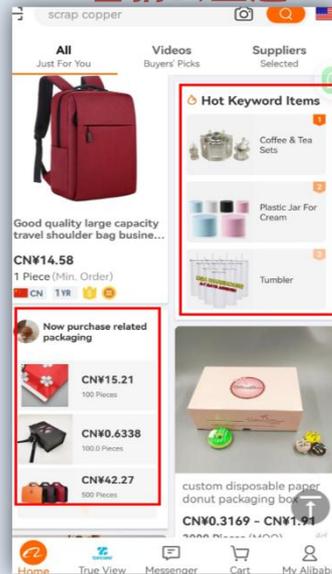


2 商品详情页打标

标题下方



3 首猜云主题



4 行业核心资源

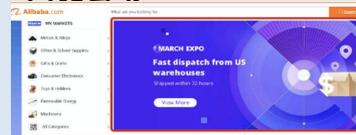
行首资源



月度活动



大促会场



5 供应链侧在线交易，在线履约，合规收款，支持9810和非9810两种模式

备注：图示为示意图具体展示以实际上线为准，更多权益上线准备中，具体时间和样式以alibaba通知为准

海外现货交易--商家行动点1

- 1、MA首页-成长指引-关注海外现货任务，及时完成相关任务指引，或
- 2、MA后台-交易管理-交易服务准入-申请开通海外现货交易。

The screenshot displays the Alibaba.com MA dashboard. On the left, a navigation menu has '首页' (Home) highlighted with a red box. The main content area shows a '成长指引' (Growth Guide) section with a progress bar for '10个商机' (10 Leads) and '1个订单' (1 Order). Below this, a '经营表现' (Business Performance) chart is visible. A list of tasks is shown, with '发布海外现货品' (Publish Overseas Spot Goods) highlighted by a red box. The task description reads: '海外现货交易面向国际站商家招募有海外仓或者第三方海外仓的商家，平台将为加入“海外现货交易”的商家提...'



钉钉扫码学习操作流程

海外现货交易-商家行动点2

申请准入海外现货

- 1) 路径: 登录MA后台-交易管理-交易服务准入-申请开通海外现货交易。
- 2) 卖家需要先加入保障升级服务。
卖家准入保障升级服务的途径: 登录MA后台-交易管理-交易服务准入-保障升级服务。
- 3) 提交海外仓资质证明(如海外仓产权证明、第三方海外仓租赁合同等), 并在线签署《海外现货交易商家承诺函》; 提交审核后, 请关注审核结果(审核时效3个工作日)。
- 4) 审核通过后1个工作日内, 平台会帮卖家开通海外现货运费模板和商品模板。

提交入仓信息&关联商品

- 1) 路径: 登录MA后台-交易管理-交易服务准入-海外现货交易-添加入仓信息。
- 2) 添加入仓信息包含出货信息(9810订单提交报关单, 非9810订单提交运单或提单)、关联海外现货商品和提交库存凭证(海外库存系统截图), 并提交审核。

备注: 若无商品可关联, 需新发商品, 且商品必须是RTS商品。

设置海外现货运费模板

- 1) 路径: 登录My Alibaba后台-交易管理-运费模板-所有模板-新建模板-发货地选择“美国”。
- 2) 完成美国发货运费模板配置。若之前未配置过美国运费模板, 则需要新建运费模板。
备注: 因产品逻辑, 美国发货运费模板需先配置国内运费模板再配置国外运费模板。
卖家根据平台规则可以选择通过美国快递、邮政(UPS、DHL、FEDEX、USPS)或亚马逊仓MCF配送服务从美国海外仓发货。

设置海外现货库存数和发货时间和关联运费模板

- 1) 路径: 登录My Alibaba后台-产品管理-管理产品-编辑。
- 2) 交易信息模块的仓库类型选择外地仓库(美国), 且选择入仓信息审核通过的商品, 配置国际站可售商品库存。
- 3) 设置商品发货期为3天内。
- 4) 关联设置好的海外现货运费模板

在线交易&收款提现&履约

- 1) 买家或卖家在线起草信用保障海外现货订单, 选择发货地美国。
- 2) 买家支付货款, 款项到账后关联订单。
- 3、提现: 9810商品订单仅支持对公提现, 客户根据需求按照121010或122030申报, 非9810商品订单支持美金&人民币对公提现, 以及人民币对私人民币提现。
备注: 应监管要求, 平台人民币对公提现仅支持122030编码涉外申报, 无法支持121010
- 4、履约: 卖家根据平台规则可以选择通过美国快递、邮政(UPS、DHL、FEDEX、USPS)或亚马逊仓MCF配送服务从美国海外仓发货, 并上传物流信息和物流凭证进行履约, 完结订单。

海外现货交易-交易合规要求

• 商家准入要求

- 1、加入保障升级服务。（如逾期发货需要按照保障升级服务规则对买家进行赔付）
- 2、提供海外仓资质凭证。（支持自有仓、租赁仓、FBA仓、其他仓，需要提交的资料包括但不限于产权证明或租赁合同，与国际站抬头不一致需提交关联关系证明等）
- 3、签署《海外现货商家承诺函》。（内容包含承诺提供的海外仓资料/库存/价格等真实有效，72小时内发货等）

• 商品入仓信息&商品关联要求

- 1、资料要求：9810商品提供9810报关单+海外现货库存系统截图。非9810商品提供运单或提单+海外库存系统截图
- 2、审核标准：
 - ✓ 9810商品校验报关单抬头、收货地址、海外现货库存系统截图产品大类。
 - ✓ 非9810商品校验运单或提单的抬头、收货地址、海外现货库存系统截图产品大类。
 - ✓ 审核通过后，已关联入仓的海外现货商品才会对客展示
- 3、商家需要定期上传对应入仓资料维护库存信息，库存量会随着销售量减扣。

• 订单履约要求

- 1、一期仅支持美国四大快递公司（UPS, Fedex, DHL, USPS）+FBA仓MCF发货。卖家需要上传快递单号和凭证完成订单
- 2、任何非海外现货交易的海外仓发货，上传的海外仓物流单号和物流凭证为本地发本地（如美国发美国），均会视为履约异常订单。卖家需尽快准入海外现货交易，完成入仓维护和商品关联，配置运费模板、设置商品库存和发货时间，并按照平台要求发货履约。

海外现货交易-交易合规要求

• 商家准入要求

- 1、加入保障升级服务。（如逾期发货需要按照保障升级服务规则对买家进行赔付）
- 2、提供海外仓资质凭证。（支持自有仓、租赁仓、FBA仓、其他仓，需要提交的资料包括但不限于产权证明或租赁合同，与国际站抬头不一致需提交关联关系证明等）
- 3、签署《海外现货商家承诺函》。（内容包含承诺提供的海外仓资料/库存/价格等真实有效，72小时内发货等）

• 商品入仓信息&商品关联要求

- 1、资料要求：9810商品提供9810报关单+海外现货库存系统截图。非9810商品提供运单或提单+海外库存系统截图
- 2、审核标准：
 - ✓ 9810商品校验报关单抬头、收货地址、海外现货库存系统截图产品大类。
 - ✓ 非9810商品校验运单或提单的抬头、收货地址、海外现货库存系统截图产品大类。
 - ✓ 审核通过后，已关联入仓的海外现货商品才会对客展示
- 3、商家需要定期上传对应入仓资料维护库存信息，库存量会随着销售量减扣。

• 订单履约要求

- 1、一期仅支持美国四大快递公司（UPS, Fedex, DHL, USPS）+FBA仓MCF发货。卖家需要上传快递单号和凭证完成订单
- 2、任何非海外现货交易的海外仓发货，上传的海外仓物流单号和物流凭证为本地发本地（如美国发美国），均会视为履约异常订单。卖家需尽快准入海外现货交易，完成入仓维护和商品关联，配置运费模板、设置商品库存和发货时间，并按照平台要求发货履约。

海外现货交易-近期活动&咨询通道

近期活动

- ◆ 3月新贸节海外现货专场（已开始）
- ◆ 4月国际站海外现货营销专属会场



钉钉扫码报名

- ◆ 5月海外现货榜单（预告，以实际上线为准）

咨询通道

- ◆ 方式一：去咨询供应链拍档或拨打4006552688热线
- ◆ 方式二：加入海外现货交易钉钉群



扫一扫群二维码，立即加入该群

卖家起草RTS订单升级

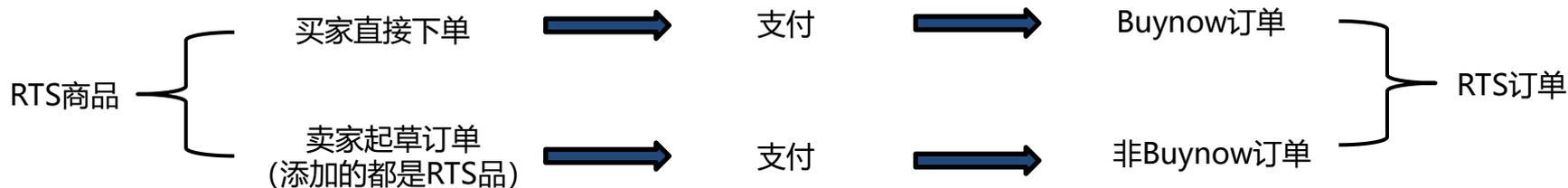
主讲：阿里小二 子乐

【背景】

为提升买家对RTS (Ready to Ship) 产品的购买体验，平台针对信用保障RTS订单的运输条款进行确定性升级，即卖家起草的RTS订单需在订单起草时约定承运商并如实履约，最终助力卖家更好的转化订单。

【什么是RTS订单】

当信用保障订单中包含的产品全部都是RTS产品时，则订单为RTS订单，RTS订单既可以是买家直接下单的，也可以是卖家起草的。



卖家起草RTS订单升级-起草流程

2月25日已上线

第一步，填写买家信息：买家信息模块中除原有邮箱和姓名字段外，把收货地址从履约模块中移动到买家信息模块，收货地址点开后的填写逻辑不变，**该调整适用于所有卖家起草订单。**

买家信息 ⓘ

邮箱: *

联系人姓名:

收货地址: *

第二步，添加商品信息：选择RTS商品并确认后，商品处新增RTS标识，商品模块其它信息（包含SKU、数量、单位、单价、商品总价、描述等）自行填写。

添加产品 添加合同

发货地 *

产品信息

产品图片

产品名称

产品规格	数量 *	单位 *	单价 *	商品总价
Color: White Size: xs	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="Bags"/>	USD 33.34	USD 66.68 <input type="text"/>

请输入约定的产品规格或质量要求。

0/2000

卖家起草RTS订单升级-起草流程

2月25日已上线

第三步，填写运输条款

【运输方式】选择的运输方式为**快递/邮政**

【发货日期】支持选择相对发货日期，**不支持选择指定日期发货**

【物流承运商】**新增物流承运商为必填项**，点击可以展开商品配置的物流运费模板切换承运商，**建议选择到货保障承运商**

【贸易术语】贸易术语自动带入，**不支持修改**

【运费价格】根据选择的承运商自动带入运费价格，**允许改小，不允许改大**

① 订单中所选商品全为 Ready to Ship 商品，为提升您的订单成交效率，您需要在商品配置的物流模板中选择物流信息。

运输条款

运输方式：

发货日期：
您已加入**买家保障计划**，请务必按时发货，否则将会导致借借。
 供应商到账 预付款 个自然日内发货

物流承运商：

贸易术语：

运费：

关于交易服务费、发货日期、出口目的国

<input checked="" type="checkbox"/> Seller's Shipping Method 3	USD 2.00	12/21-1/14
	DAP	Estimated Delivery
Worldwide Express via JYC	USD 23.92	By 1/13
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery
Worldwide Express (Beauty)	USD 29.11	By 1/11
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery
Worldwide Express (Plant Extracts)	USD 29.59	1/4-1/7
Alibaba.com - Logistics	DAP	Estimated Delivery
Seller's Shipping Method 2	USD 30.00	12/21-1/14
	DAP	Estimated Delivery
Worldwide Express via DW	USD 30.70	By 1/11
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery
Aramex	USD 32.35	By 1/18
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery
HK UPS Saver	USD 36.48	By 1/10
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery
UPS Saver	USD 31.20	By 1/10
Alibaba.com - Logistics	DAP	Guaranteed delivery

卖家起草RTS订单升级-起草流程

2月25日已上线

第三步，填写运输条款

当选择支持到货保障承运商，且出口方式选择便捷发货，可以生成到货保障订单

出口方式: *

RTS 服务费5折优惠 **履约启航** 新客享基础服务费/交易服务费优惠

自营出口
卖家需使用企业自身抬头报关出口。建议使用 [智能报关服务](#) 和 [平台物流服务](#)。收取1-2%交易服务费，USD 100封顶

市场采购出口
卖家需使用阿里巴巴合作伙伴/卖家自有合作伙伴指定的抬头报关出口。报关出口监管类型须为“市场采购”，不支持快递出口。收取1-2%交易服务费，USD 100封顶

一达通代理出口
卖家需使用一达通代理报关出口，请确保商品先行通过一达通出口产品审核。收取1.2%一达通基础服务费，480RMB封顶

便捷发货
信用保障订单金额 USD 10,000.00以内，卖家可自主选择出口方式，需向平台提交物流发货凭证。收取1-2%交易服务费，USD 100封顶

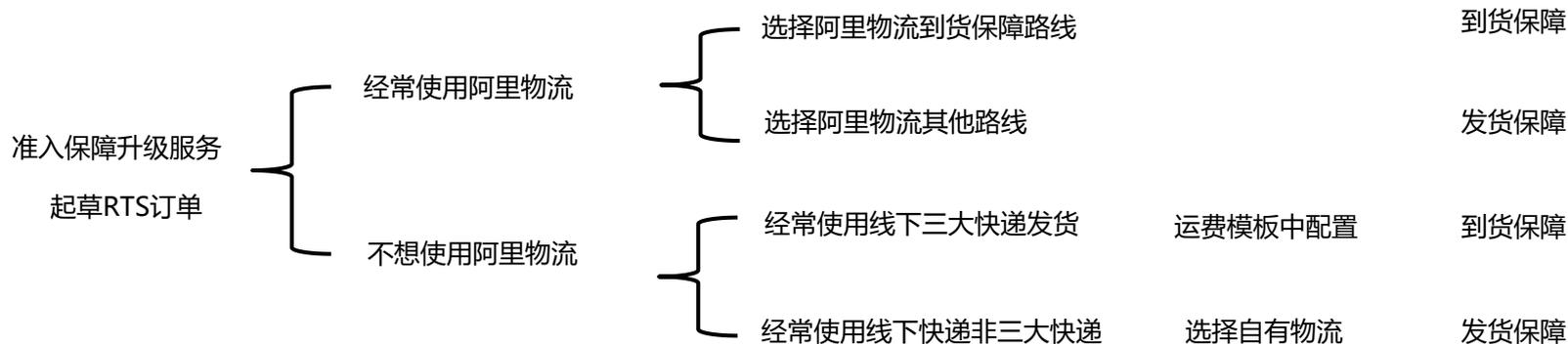
不同出口方式对应不同的发货方式和提现方式，混淆会影响订单完结，请先了解清楚区别点。 [出口方式介绍](#)

到货日期: * 买家现在支付预付款，订单可在12/30到货。 [按时到货保障](#)

RTS订单支持到货保障优势

2月25日已上线

- 对于准入保障升级服务的商家，所有的信用保障订单都是按时发货保障订单，所需要承担的责任都是按时发货，选择到货保障的路线，商家仍然只需要按时发货，未按时到货的由平台承担赔付。
- 对于发货保障的订单，未按时发货就会开启赔付入口，对于到货保障的订单，未按时到货才会开启赔付入口，并且如果商家逾期发货了，但按时到货了，也不会开启赔付入口的。（比如实际运输时效比较快，就可以按时到货）
- 到货保障订单对买家支付转化更高。



卖家起草RTS订单升级-常见FAQ

2月25日已上线

Q1. 卖家起草订单必须要约定承运商吗？

A: 如果订单中的商品均为RTS商品，且能计算出运费，那么必须选择承运商，承运商由商品的运费模板决定，选择承运商后，自动带入贸易术语，不允许修改，自动带入运费价格，仅支持修改小，不允许修改大。

Q2. 卖家起草订单时，没有选择到想要的承运商如何处理？

A: 修改商品的运费模板，比如可以添加自有物流，然后起草订单。

Q3. 卖家起草订单时，系统自动带入的运费过高或过低如何处理？

A: 如果运费过高，起草订单时可以直接在运费价格处修改为更低的运费。

如果运费过低，属于运费设置错误，需要重新修改商品的运费模板为正确的运费后，重新起草订单。

Q4. 卖家起草的RTS订单如何履约？

A: 卖家起草的RTS订单中，已经约定好承运商的，建议严格按照约定承运商履约，避免引发纠纷。

Q5. 卖家起草的RTS订单，可以修改承运商吗？

A: 支付前，可以修改承运商，支付后未发货前也可以修改承运商，但由于已支付完毕，修改承运商导致的差价由卖家自行承担（即多不退少不补），发货后不支持修改承运商。以上修改均以买家确认生效。

Q6. 卖家起草的RTS订单，什么情况下，可以是到货保障订单？

A: 卖家需加入保障升级服务，订单中所有商品均为RTS商品，运输方式为快递/邮政，选择支持到货保障承运商（阿里物流或自有物流的线下三大快递），出口方式为便捷发货。

商家提效工具速递

小程序上线兴趣标签，实现千人千面推荐



扫一扫
「外贸趋势品推荐」
微信小程序

1

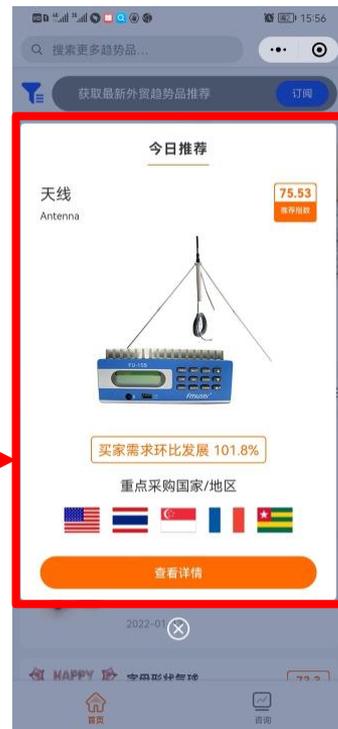


首次进入，则自动弹出「兴趣选择」页面
老用户，可点击左上方按钮，打开
「兴趣选择」页面

2



首页推荐栏，根据所选标签，进行
大数据匹配，自动推荐相关趋势品。
P.S.可需求随时重置重选标签



根据所选标签，每天自动推荐
一个相关的趋势品海报。
点击 X 后，则当天不再出现。

外贸数字化运营，提效工具必不可少

经营
链路

认证入驻

建站发品

流量营销

商机提升

交易提升

工具
生态

选品分析
小程序

商品管理工具

一键采集发品
智能翻译功能
批量修改商品
一键RTS产品
站外数据分析

装修工具

智能扣图修图
店招海报工具
海量详情模板

直通车工具

智能出价
定向投放
一键爆品
测品选款

站外推广工具

3D模型工具

视频制作工具

一键剪辑视频
行业模板动效

RFQ工具

沟通插件

企业ERP
(打单、发货)

服务
生态

无忧起航

无忧发品

无忧代驾

直播视频服务

整店代运营服务

实力优品服务

请及时加群，感谢观看！

扫码加入“阿里巴巴国际站”钉钉组织，下载课件，查看直播回放



国际站钉钉组织



外贸云课堂（持续更新课程）



下载阿里卖家看资讯