

新手商家必修课

阿里巴巴国际站官方出品

官方潜心打造

自助学习渠道

丰富学习资料

全新课程

全新上线

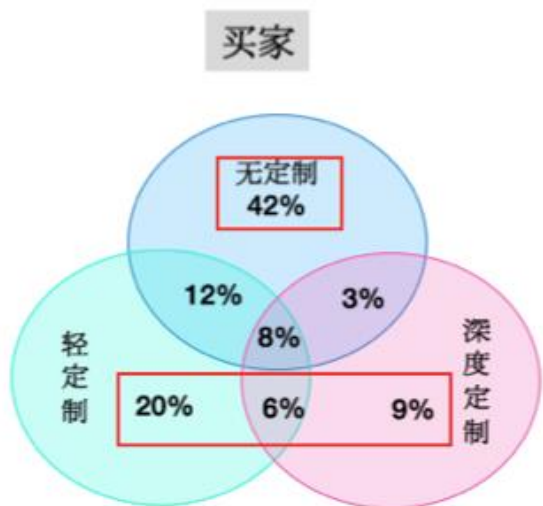


全球批发(Ready To Ship)

- **RTS简介和权益**
- **RTS物流**
- **RTS拿单技巧**
- **如何发布RTS产品**

“Ready to ship” 是什么

国际站买家采购情况：
超4成买家偏好采购现货产品（无定制）



✧ 现货买家采购需求：
追求交易效率，快买快销

寻商选品 → 询盘报价 → 下单 → 交付履约

买家
痛点

- 匹配效率低，找不到提供现货的商和品
- 沟通效率低，耗时长
- 回复不及时
- 不知道是否支持拿样
- 交期不确定
- 下单流程复杂且不支持混批
- 生产流程不受控

买家
需求

追求交易效率，快买快销

需要确定的现货商品信息，清晰的搜索匹配路径

全球批发(Ready To Ship)

围绕人货场，打造现货专区，承接现货类买家需求

国际站主站内全链路拆分

国际站主站下进行搜索rts打标筛选、主题搜导购、旺铺展示等批发属性拆分，为批发型买家的搜索采购行为提供专业的匹配

全球批发频道，进行站外流量精准引入

单独设立全球批发频道，引入站外精准批发流量，频道内仅展示rts商品

■ “Ready to ship” 产品的权益

类型	权益类型	具体权益	门槛要求
大市场	站内全链路展示	PC和 APP首页设置入口，可快速进入全球批发频道	RTS 产品即可享受
		搜索筛选框，RTS 商品全链路打标	
		不定期主题搜投放	
	站外引流	针对全球批发频道和RTS 商品进行更加精准的海外流量引入	
	阿里物流走单优惠	信保交易手续费5折，提升商家星等级，提前释放信保额度	设置了阿里物流的RTS商品可享受
	阿里快递新客专享优惠	全球行业专线/无忧专线有机会获取运费立减50元	阿里快递新客户
场景活动	行业场景活动	每月的行业活动，活动会在主站不通路径推送给买家	在消费品行业内，一定的 RTS 商品发布量为行业活动基础门槛，详情以线上为准
	营销场景活动	年中备货季，返校季等展示机会	
	Weekly Deals	主打折扣品的买家营销场景展示机会	商品要求：RTS 商品
	物流营销活动	快递折扣等物流营销活动展示机会	商品要求：设置了阿里物流的 RTS 商品
三方服务	三方折服务折扣	截止9月底：三方发品工具1元试用，旺铺装修5折	所有客户
月度活动	RTS 其他活动	如视频装修折扣，买家 EDM推送，RFQ 激励等	针对RTS发品量打到要求的商家，额外享受活动激励

■ “Ready to ship” 配套物流

商家可以使用自有物流

商家也可选阿里物



费用透明，价格优势

每票结算，精准透明



全球承运，时效保障

美国/欧洲 平均3-4个工作日
亚洲 平均2-3个工作日
南美/非洲 平均5-6个工作日



专属客服，迅速反馈

专属客服，信息反馈
及时高效



出库及时，轨迹可视

买卖家均可在线实时
追踪货物运输轨迹



赠送保险，理赔快速

门到门最高赔付10万元，
仓到门最高4000；资料
齐全，平均3个工作日理
赔到账



信用保障，一键发货

自动带入物流订单，无
需重新起草，一体化流
程完成交易+物流下单

阿里物流线上频道链接：

<https://activity.alibaba.com/page/express/0228.html>

■ “Ready to ship” 拿单技巧

拿流量秘籍：发布**Ready to ship**品才能获得全球批发的流量

营销手段：

1. 老买家自营销—通知你所有的老买家，用一定的优惠，吸引他们对你的商品下单，累计数据；
2. 参加营销活动—集中选择有潜质的款，报名参加平台的营销活动和场景，累计数据；
3. 结合自身需求购买广告产品—帮助快速获取更多精准流量

拿订单秘籍：至少确定一个主要国家的运费，可以确定的国家越多转化率越高

可以通过发布商品，先测试哪些商品转化率更高

结论一：设置包邮或运费模板的商品成交转化率是没有确定运费商品的**10倍以上**

结论二：**80%下单没有付款**的商品是运费不确定的或者不合理的

结论三：以后外投的页面会**优先展示运费合理的商品**

阿里巴巴外贸学院

peixun.alibaba.com

立即访问

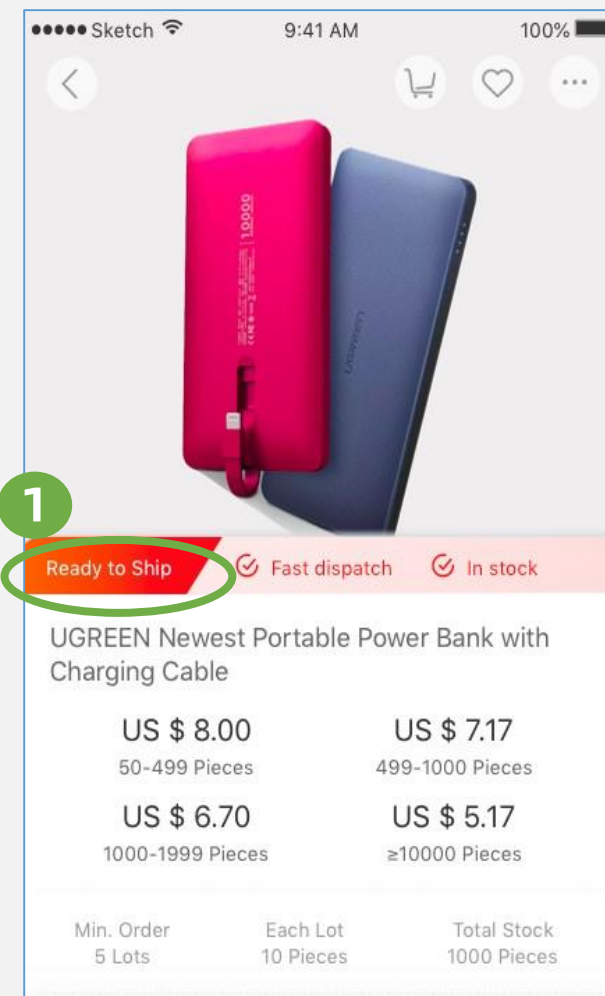
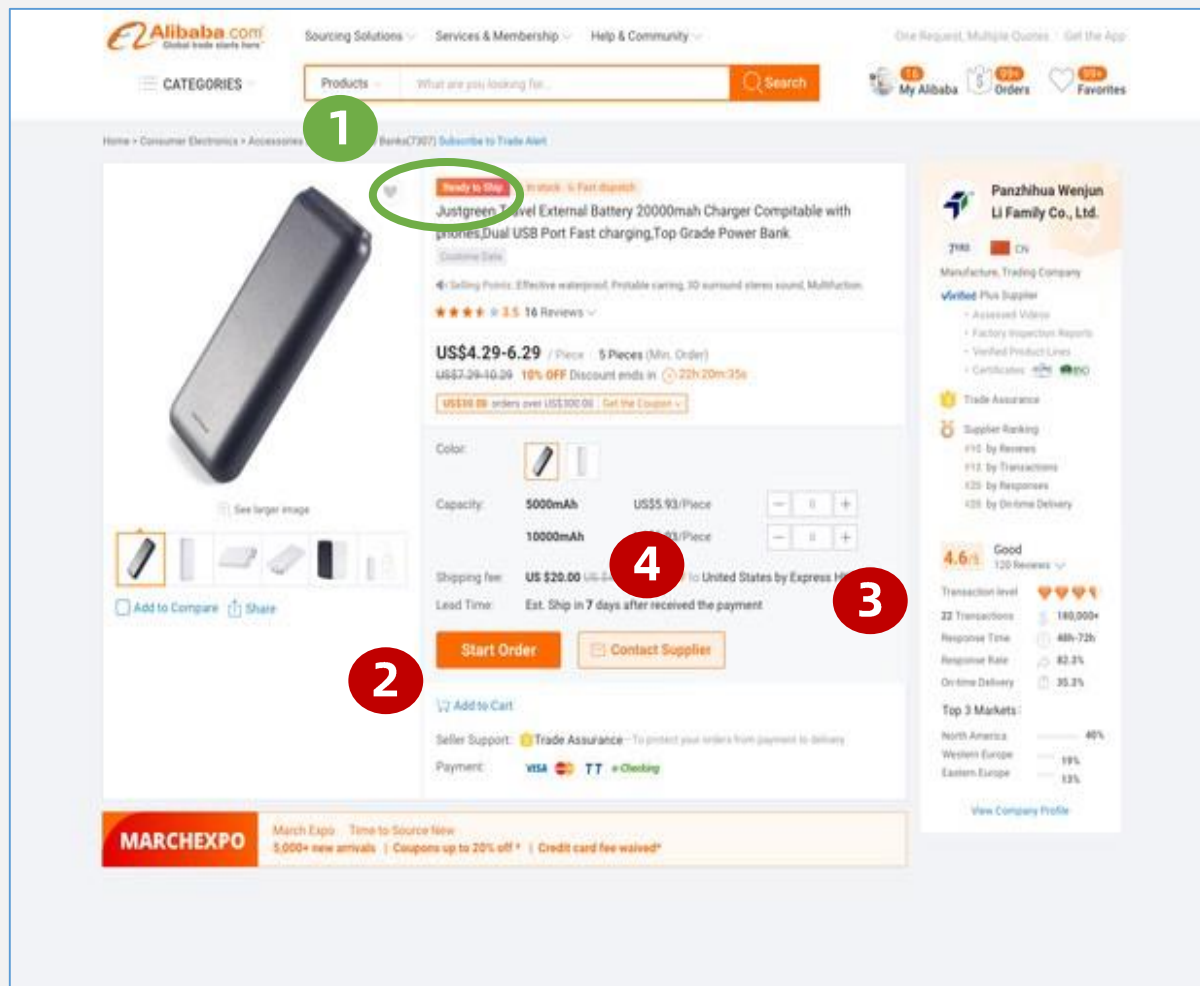
“Ready to ship” 商品的展示

1 READY TO SHIP 标签

2 支持直接下单

3 最小起订量下
支持15天内发货

4 产品详情能显示
明确&合理的物流价格



■ 如何发布 “Ready to ship” 商品产品

商品要求

- 1. 支持 “买家直接下单” 商品
- 2. 有明确的且合理运费金额
 - 发布商品后，可去产品详情页检查至少有一个国家的运费展示
 - 运费价格不能异常高于商品价格
- 3. 支持15天内发货
(阶梯交期中的最小交期小于等于15天就可以)



1 点选 “支持” 买家直接下单

交易信息 完善交易信息，方便买家做出采购决定。

* 支持买家直接下单 ☒ 支持 ☐ 不支持

支持买家直接发起信保订单，可快

2 填写价格：可按数量写不同价格

* 价格设置 ☒ 根据数量设置价格

阶梯价

* 最小起订量 (计量单位)	* 产品价格 (计量单位)
12	US \$

新增价格区间 (可设置不超过 4 个区间价格)

3 设置明确合理物流&运费，帮助快速成交 运费要求前台可展示

物流信息

商品外包装尺寸 ☒ 按长宽高 (尺寸) ☐ 按总体积

长 宽 高 CM X CM X CM / 计量单位

每件重量 精确到小数点后三位 KG / 计量单位

包装方式

包装图片 从图片库行选取
支持jpg、png。文件大小：小于2MB
从电脑选取

运费模板 物流模板1 管理运费模板

4 录入发货期：可设置阶梯交期， 且阶梯交期中最小交期需小于等于15天

* 发货期

* 数量 (计量单位)	* 预计时间 (天)
12	

增加数量区间 (可设置不超过 3 个区间)

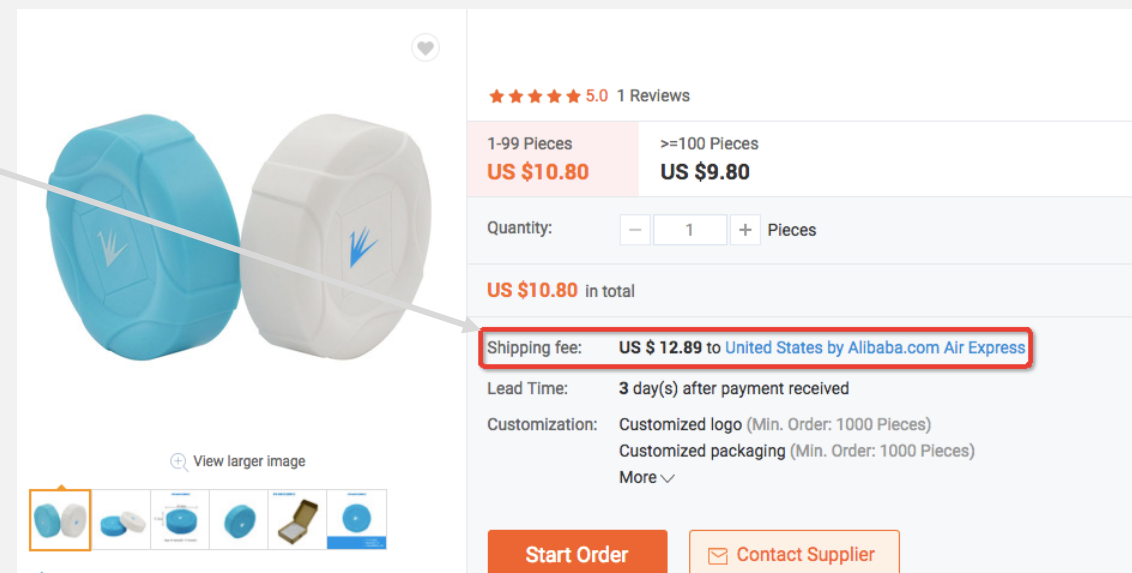
■ 如何发布 “Ready to ship” 商品产品

1.为什么要配置运费模板？

配置运费模板是为了让买家能看到您的产品支持何种快递服务商、以什么样的物流承运商、物流时长和运费发货。全球批发场下， 买家静默下单， 有明确且合理的运费利于快速成交。买家看到协商物流或者异常高的运费流失率较大， 不利于转化下单。

2.什么样的运费模板配置才算有效？

在产品详情页可查看到**明确且合理的运费金额**。



■ 如何发布 “Ready to ship” 商品产品

步骤 1：进入物流模板配置

入口1： 登录阿里巴巴国际站—My Alibaba—产品管理—发布产品/管理产品（支持买家直接下单产品）—物流及包装“运费模板”选择刚编辑的运费模板

入口2： 登录阿里巴巴国际站—My Alibaba—信用保障交易管理—运费模版。编辑已存在的运费模版或新建模版（如下图示）

管理运费模板

新建运费模板

运费模版产品管理

模板名称: dont-modify-cctest (该模板被1个产品引用)		编辑运费规则 ▾
承运商	FedEx IP,UPS Expedited	

模板名称: 1 (该模板被0个产品引用)		编辑运费规则 ▾
承运商	无忧专线(仓到门)	

■ 如何发布 “Ready to ship” 商品产品

步骤2. 编辑运费模板，配置完成后可快速复用到其他产品

中国

门到门 ①

☐ FedEx IP ☐ UPS Expedited
☐ FedEx IE
☐ UPS Saver

重点1 仓到门 ②

☒ 全球普货专线
☒ 全球3C专线

☐ 全球化妆品专线
☐ 全球电子烟专线
☐ FedEx IE
☐ FedEx IP

☒ 无忧专线 ③
☐ UPS Saver
☐ UPS Expedited
☐ HKDHL
☐ ARAMEX
☐ DPEX ④

可接普货 ←

阿里推荐物流DHL专线(3C&普货)(仓到门)

阿里推荐物流DHL专线(3C&普货)是阿里巴巴国际站官方打造的物流专线，买家下单选择阿里推荐物流DHL专线(3C&普货)，必须使用此服务完成信用保障订单发货（2月1日生效）。

* 物流类型: ☒ 阿里物流

* 选择发货仓库: 越航广州仓库 ▾ 发货地邮编:

请选择国家和地区

重点2

阿里物流价 ▾

重点3

调价率 100

发布商品填写长宽
据规则显示试算运费

重点1: 承运商建议【全球普货专线】【**全球3C专线（可接普货）**】【无忧专线】；

选择自有物流配置也可成为 “Ready to ship” 商品

重点2: 如选择阿里物流，运费类型建议选择【阿里物流价】；

重点3: 如选择阿里物流，调价率建议维持100%或做小比例上调，例如110%。

优选服务：高时效，主要国家和地区**3-5**个工作日达

1. **全球3C专线(可接普货)**—HK-DHL承运，支持普货、3C、带电和微磁物品（广州仓/深圳仓）
2. **全球普货专线**—支持普货，浙江部分地区上门揽收（上海仓）
3. **全球电子烟专线**—HK-DHL承运，支持电子烟（广州仓/深圳仓）

标准服务：高性价比，中美**5-7**个工作日达

4. **无忧专线**—支持普货、3C，不支持带磁，需纸箱包装（深圳仓/厦门仓/义乌仓）

NEW

全球化妆品专线（广州仓/深圳仓）在运费模板中已可以配置啦，需手动勾选！
支持彩妆类固体、粉块、膏体类，暂不支持液体、散粉类。

注意1: 买家下单选择无忧专线/全球3C专线（可接普货）/全球普货专线，您必须使用相应快递方式完成发货；

注意2: 快递承运商无法承运的商品，请不要配置；特殊品类建议先咨询。

■ 如何发布 “Ready to ship” 商品产品

步骤3. 产品关联运费模版：关联并校验

新发产品关联无忧专线模版按照如下第1种关联路径。已有产品更换运费模版可按照如下第1种重新关联，或按照如下第2种更换。

1.新发产品关联路径：My Alibaba—产品管理—发布产品/管理产品（支持买家直接下单产品）—物流及包装“运费模版”选择刚编辑的运费模版

2.已有产品更换模版：My Alibaba—信用保障交易管理—运费模版—点击“运费模版产品管理”—点击“操作”进行替换

如何算正确有效的配置？

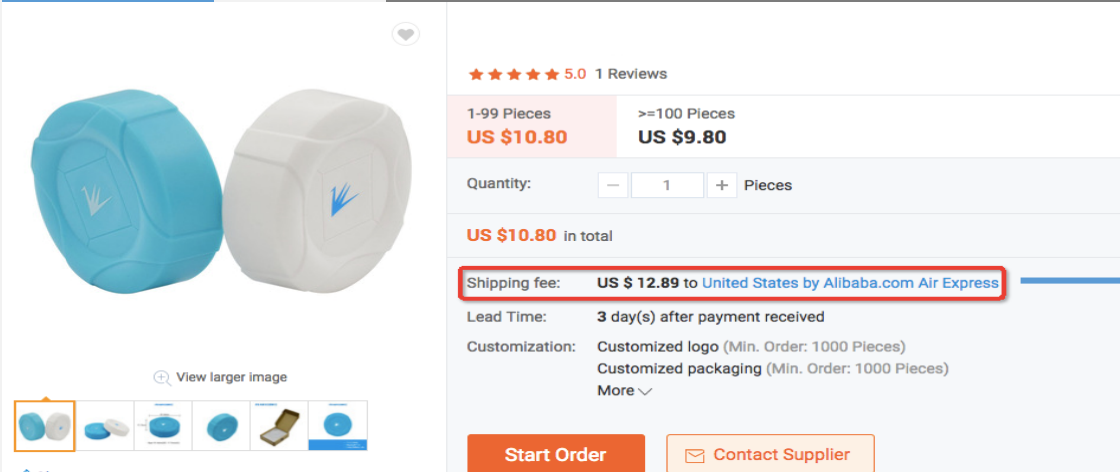
标准：在商品详情页可见明确且合理的运费金额。

若未显示具体运费金额，如何排查？

a.商品发布页面需填写包装具体长宽高；b.最小起订量的包装体积和重量不能超过快递承运商的范围；

重点知识

校验



★★★★★ 5.0 1 Reviews

1-99 Pieces **US \$10.80** >=100 Pieces **US \$9.80**

Quantity: Pieces

US \$10.80 in total

Shipping fee: **US \$12.89 to United States by Alibaba.com Air Express**

Lead Time: 3 day(s) after payment received

Customization: Customized logo (Min. Order: 1000 Pieces)
Customized packaging (Min. Order: 1000 Pieces)
More ▾

[Start Order](#) [Contact Supplier](#)

点击可见配置过的所有承运商

Choose Shipping Method

select country

Shipping Method	Estimated Delivery Time	Shipping Cost
<input checked="" type="radio"/> Alibaba.com Air Express Only available in certain US zip code area.	5-7 days	US\$ 12.89 / Piece
<input type="radio"/> Alibaba.com Parcels(3C)	3-5 days	US\$ 18.17 / Piece

Confirm

Cancel