

第2章

eBay 运营

本章任务

系统地了解当前 eBay 平台的政策及营销特色。掌握基本的 eBay 操作流程和规范，应具备一定的外语功底和文案编辑的基本能力。掌握市场调研与分析能力，能够根据数据调研、分析，灵活改变销售策略，具有较好的沟通和执行能力。

本章技能目标

- 系统认识 eBay 平台，了解如何申请 eBay 账号。
- 了解 eBay 刊登政策和收费标准，知道什么产品不能卖。
- 掌握 eBay 刊登要求和刊登步骤。
- 学会处理收款、发货、评价等账号操作问题。
- 了解 eBay 卖家政策，关注卖家成绩表。

本章简介

eBay 在全球有 38 个市场，超过 2.5 亿买家，是全球电子商务的领军者。eBay 于 1995 年创立于加州硅谷，是全球最大、最具活力的交易平台之一，为用户提供高性价比的精选物品。在中国，eBay 致力于推动跨境电子商务零售出口产业的发展，为中国卖家开辟直接面向海外的销售渠道。本章重点学习 eBay 的平台运营，强化 eBay 平台运营技能及客户管理等专业能力，理论方面涉及 eBay 平台政策、国际物流选择、客户服务、维护账户安全和控制账户风险等，实践性和应用主要体现在注册开店、产品刊登和优化、促销管理等。



预习作业

提前预习,带着以下任务学习本章相关资料。

- 标注出本章看不懂或存在疑惑的部分。
- 整理、记录学习中遇到的问题。
- 熟记本章的英文单词。

1. 背诵英文单词

请在预习时找出下列单词在教材中的用法,了解它们的含义和发音,并填写于横线处。

- (1) Good'Til Cancelled_____
- (2) Auction_____
- (3) Buy It Now_____
- (4) Best Match_____
- (5) Bidding _____
- (6) Best Offer _____
- (7) Shipping and Payments_____
- (8) Resolution Center_____
- (9) Seller Dashboard _____
- (10) Top-rated seller _____

2. 预习并回答以下问题

请阅读本章内容,在作业本上完成以下简答题。

- (1) 简述 Positive Feedback Rate 的计算方法。
- (2) eBay 平台的政策规则包含哪几个方面?
- (3) 在 eBay 后台上架一件商品需要准备哪些内容?
- (4) 为什么要设置库存为零不下线?
- (5) 商品刊登违规表现包括哪些方面?

2.1 eBay 注册及账号风险控制

2.1.1 注册并认证 eBay 普通账号

1. eBay 注册条件

eBay 注册免费,收费较低,客户群大,分布全球 40 个国家的本地站点,覆盖了

160 个国家的 3.38 亿注册用户和 2.76 亿在线客户。

按注册地的不同,卖家账户分为海外账户和国内账户。按照注册主体的不同,卖家账户分为普通账户和企业账户。普通账户又包括个人账户和商业账户,两者的区别在于个别地区和国家站点要求在此网站销售产品的卖家必须为商业账户,如德国站,但也可以通过更改账户类型实现转换。

企业账户的注册与普通账户不同,eBay 提供专门的绿色通道或者由 eBay 经理协助注册,企业入驻链接:<https://pgc.ebay.com.hk/>。企业入驻通道可以帮助大中华地区符合资质的新老企业卖家在账户创立初期,获得相应的额度以及其他辅助服务(见图 2.1)。



图 2.1 eBay 企业入驻通道

普通账户 eBay 注册条件宽泛,需要提前准备好相关资料,如网络、电脑(同一个账号的网络和电脑必须是唯一的)、打印机(用于打印发货标签)、数码相机(拍摄产品图片)、联系方式(手机、邮箱),做好前期的选品等。申请账户之前,因为 eBay 开店和账户收款的需要,需要办理一张支持美元的双币信用卡,Visa 或 MasterCard 均可。

2. 普通账户 eBay 注册流程

(1) 中国卖家可在 eBay 香港(中国)站点注册。(注册完全免费)

为了更好地帮助中国卖家在 eBay 平台上进行销售,eBay 中国成立了专业的跨国交易服务团队,推出专为中国跨国交易卖家打造的交流、沟通和分享的平台:www.ebay.cn,为中国的企业和个人卖家开辟新的网络丝绸之路,帮助中国卖家顺利地开展全球业务。注:www.ebay.cn 中国站只用来查看 eBay 政策和公告,不能进行买卖交易。

登录网址 <http://www.ebay.com.hk/>，单击左上方“注册”按钮，进入 eBay 香港平台，填写注册表单(eBay 香港平台注册表单如图 2.2 所示)。

图 2.2 eBay 香港平台注册表单

(2) 卖家需根据实际情况填写真实资料。注：请尽量用拼音或英文填写姓名栏，并使用大型电子邮件服务商提供的邮件服务作为注册邮箱，如 Hotmail、Gmail 等，确保买卖双方的沟通及时有效。

企业卖家也可单击“建立商业账户”按钮直接注册为商业账户。注册成为 eBay 商业账户需要在线提交公司资料和公司联络资料，如图 2.3 所示。

图 2.3 注册 eBay 商业账户需要提交的资料

(3) 完成后单击页面下方的“登记成为会员”按钮。信息填写完毕之后，系统将分配一个用户名，如图 2.4 所示。卖家亦可单击“自订你的会员账号”自定义个性化的账户名。



图 2.4 登记注册信息完成

备注：

① 会员账号是会员在 eBay 进行交易时辨认身份的方式，所有 eBay 会员都能看到。

② 会员账号会在交易或与其他会员交易时显示，不过，其他会员不会看到卖家的姓名和个人资料。

③ 卖家需要以会员账号和密码登录 eBay 账号，请选择一个好记的会员账号，而且会员账号只可使用字母、数字、句点、星号、底线或破折号，不能用邮箱作为会员账号，如收到“您输入了不能使用的会员账号”讯息，此会员账号就可能包含了不能使用的字符。

④ 会员账号每 30 日只能变更一次。

(4) 注册好 eBay 账号后，建议尽快修改和完善账户信息，方便买卖双方之后的联系，如图 2.5 所示。

路径：My eBay→Account→Personal Information，看到右边有编辑(Edit)的地方均可进行信息的完善修改。

(5) 为了确保交易安全，成为 eBay 会员后，如果想要在 eBay 上销售产品，可选择通过信用卡或者手机短信的方式完成认证，成为 eBay 卖家。eBay 账户认证路径如图 2.6、图 2.7 所示。

修改和完善账户信息：

路径：My eBay→Account→Personal Information



图 2.5 修改和完善账户信息



图 2.6 eBay 账户认证路径-1

3. 单击“登记或更新信用卡资料”



图 2.7 eBay 账户认证路径-2

4. 认证 eBay 账号——信用卡认证

(1) 选择“透过信用卡确认身份”选项，然后单击“继续”按钮，如图 2.8 所示。



图 2.8 信用卡认证

(2) 正确填写个人信用卡信息(见图 2.9), 然后单击“继续”按钮。

图 2.9 填写个人信用卡信息

(3) 进入“信用卡使用合约”页面, 确认条款后单击“授权信用卡”按钮(见图 2.10), 完成信用卡认证。

图 2.10 授权信用卡

5. 认证 eBay 账号——手机短信认证

- (1) 成功登录后，选择“透过中国手机短信确认身份”选项。
- (2) 输入手机号码，进行验证。
- (3) 输入 eBay 发送到手机上的验证码，即可完成手机短信认证。

备注：仅中国大陆用户支持通过手机短信确认身份；系统当前仅支持中国移动及中国联通的手机进行验证；每个手机号码仅支持认证一个 eBay 账号。

2.1.2 注册并认证 PayPal 个人账号

PayPal 是全球使用最广泛、最受欢迎的“网络银行”。支持多国多币种结算，免开户费。eBay 平台推荐使用 PayPal 作为资金账户进行跨国收付款交易。

(1) 登录 www.paypal.com，单击“注册”按钮。中国卖家可直接单击以下链接注册商家账户 <https://www.paypal.com/c2/merchantsignup/create>。

(2) 填写真实的注册资料，完成后单击“同意并创建账户”按钮。

备注：①建议使用与注册 eBay 账号时相同的电子邮件地址注册 PayPal 账户。②姓和名请使用拼音(例：张 ZHANG 三 SAN)，并确保和银行账号登记时一致。③务必填写真实的姓名、地址及相关信息，否则将导致提款失败、账户受限等状况影响正常交易。

(3) 查收邮箱确认注册激活账户。

(4) 为了确保 PayPal 账户及资金安全，在证实注册者是卡或银行账户的合法持有人之前，无法进行提现交易。PayPal 账户可以使用信用卡或者借记卡完成认证。若认证 eBay 账号时选择以信用卡方式认证，则建议同样采用信用卡方式认证 PayPal 账号(见图 2.11)。

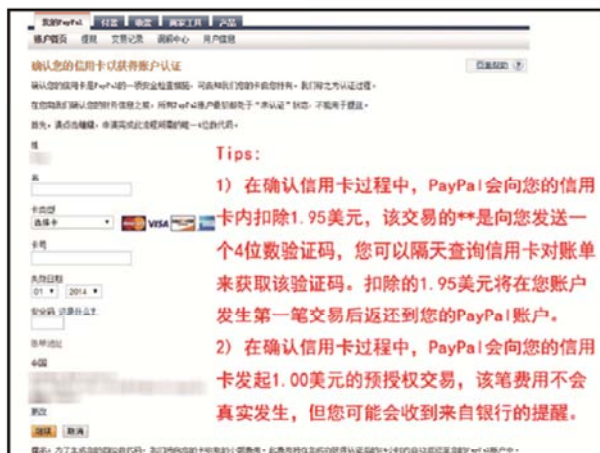


图 2.11 认证 PayPal 账号

2.1.3 绑定 eBay 与 PayPal 账号

绑定 eBay 与 PayPal 账号的操作步骤如下。

- (1) 登录 eBay 账户，单击“我的 eBay”。
- (2) 单击“账户”→“PayPal 账户”→联结到我的 Paypal 账户→输入 PayPal 账号和密码。
- (3) 根据页面提示单击“返回 eBay”按钮，即可完成 eBay 账户与 PayPal 账户的绑定。
- (4) 绑定成功后，可随时访问“我的 eBay”，并单击“账户”标签查询与账户相关联的信息(见图 2.12)。



图 2.12 查看 PayPal 账户

2.1.4 eBay 账号风险控制

1. 账号关联原因

eBay 根据账号的信息相同程度分两种性质的关联：软关联和硬关联。

1) 软关联的形成条件

- (1) 两个不同的 eBay 账号在同一台电脑或者同一个 IP 上登录。
- (2) 两个不同的 eBay 账号在联系 eBay 客服的时候用的是同一个电话号码。
- (3) 两个 Store 用的是相同的模板。

软关联对账号的影响：当其中一个账号降级或关闭时，eBay 会对软关联的账号重新审核。

若软关联账号状态好，账号会暂时安全；若账号状态不好，此账号就会降级和受

到处罚。

2) 硬关联的形成条件

- (1) 两个不同的 eBay 账号拥有同样的注册人姓名、电话、地址、邮箱和 PayPal。
- (2) 两个不同的 eBay 账号持续在同一台电脑和 IP 上登录。

硬关联对账号的影响：当其中一个账号出现账号降级或关闭的时候，与之关联的账号会同时出现降级或关闭。

2. 如何防止账号关联

- (1) 全新：新账号、新电脑、路由器、IP、注册信息。
- (2) 不随意使用其他电脑登录账号。
- (3) 不要尝试再次登录被封账户、打开被封账户 eBay 电子邮件。
- (4) 新申请的账号信息不要和被封账号使用类似或一样的信息。

3. 平台政策规则

正式开始在 eBay 平台销售物品前，卖家需了解 eBay 信用与安全政策规则(见图 2.13)，包括 eBay 信用评价体系、eBay 物品刊登与销售政策，以及 eBay 对卖家表现及买家满意度方面的要求等。

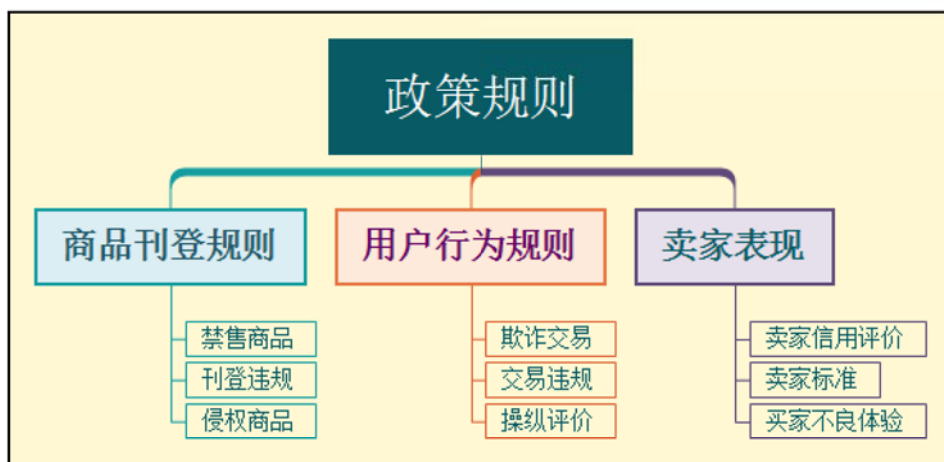


图 2.13 eBay 政策规则

(1) eBay 要求卖家遵循销售政策和刊登规则，严禁以任何形式销售低价劣质品、伪造品、仿冒品、仿制品、管制及禁售品以及未获得有效授权的品牌商品和法律法规明令禁止的其他商品。商品刊登规则示例如表 2.1 所示。

表 2.1 商品刊登规则示例

禁售物品	侵权产品	不恰当的分类	不恰当的地点	滥用关键字	图片政策	不恰当的连接	不合理的费用	重复刊登
法律	商标	高风险分类	与实际物品地址不符	无关、侵权	盗用	其他交易网站	过高的邮费	相同的 SKU 不能重复刊登
物流	复制				违规(边框、商标等)			
平台	专利				尺寸			
	平行进出口							

(2) eBay 致力于为买卖双方提供优质网络交易体验,为达成这一目标,eBay 建立了用户信用及准入体系。eBay 要求卖家在遵循销售政策和刊登规则的前提下,努力为买家提供最优质的售前与售后服务。eBay 严禁以任何形式欺骗/误导买家,其中包括但不限于不实/夸大描述、炒作信用、哄抬售价、抬高运费、自买自卖、操纵搜索等行为。eBay 用户行为规则如表 2.2 所示。

表 2.2 用户行为规则

交易违规	信用炒作	其 他
成交不卖	交换信用评价	攻击其他卖家
自我抬价	标题中提及评价	花钱购买 ID
产权侵犯	注册多账号增加好评	提供操纵评价服务
	平行进出口	计算 DSR 来源

(3) eBay 信用评价体系主要由信用评价、卖家服务评级及纠纷三大方面组成,如图 2.14 所示。这些指标综合起来则代表了卖家在 eBay 的信誉,以及用户的满意程度。eBay 卖家的信誉在业务发展中起着至关重要的作用。eBay 通过买家的交易体验来衡量卖家表现,当买家对卖家留下中评或差评,或者评价时留下 1~2 分的 DSR 评(四项评级中任意一项),或者向卖家发起交易纠纷,都是不良买家体验的表现。

注:任何违规行为,都将会受到 eBay 的严厉惩罚。若不遵守上述条件和其他 eBay 规则、政策等,将可能受到包括但不限于限制销售规模、冻结账户,直至永久撤销卖家资格等制裁措施。如账号出现风险,卖家需及时分析原因,对症下药。

应对要点:

- (1) 坚持客观描述物品,给予买家正确的期望。
- (2) 控制库存数量并杜绝主动取消交易。

- (3) 用“提前做到”替代“事后弥补”。
- (4) 合理利用卖家保护政策进行“自我保护”。

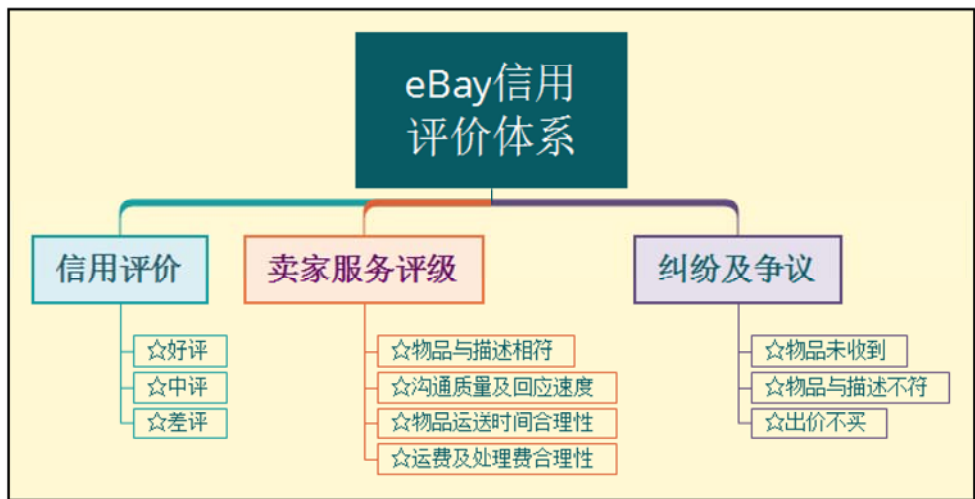


图 2.14 eBay 信用评价体系

2.2 eBay 平台刊登政策和收费标准

2.2.1 eBay 平台刊登政策

1. eBay 什么产品不能卖(Prohibited and Restricted Items)

刊登物品前，先确定该物品是否能在 eBay 刊登，以及 eBay 对于售卖此类商品的特殊要求、条件、规则是什么。例如毒品、军火之类的产品是严格禁止在 eBay 平台上进行销售的。违反这些政策可能导致各种不同的处分，包括取消刊登；限制账户权利；冻结账户/Account Suspension；没收 eBay 收费；取消超级卖家/Power Seller 资格。

在 eBay 刊登物品时需了解违禁品和管制物品的规则。

(1) 与刊登物品相关的政策通常是根据国家法律及州法，不过，很多危险或敏感物品销售的限制不一定是法律所禁止的。这类限制大多是根据有关者，包括社群的建议而设定。

(2) 将物品销售至其他国家时，应注意全球交易和入口限制的规定。在某些国家属于合法的物品，可能在其他国家是不合法的。

(3) 违禁品和受管制物品清单不一定是全面被禁止的，例如，在医疗器材政策

中,很多物品均属违禁物品(例如隐形眼镜),但很多其他物品,如部分医疗仪器,在某些情况下则不会被禁止。

(4) eBay 注重保护知识产权,若想售卖品牌产品,要么卖家是品牌产权人,要么已拿到品牌授权。侵权产品会被 eBay 强制下架并影响账号。

具体违禁品和受管制物品清单请参阅 eBay 大学资料: <https://www.ebay.cn/newcms/Home/listing/4>。

2. 知识产权和 VeRO 计划 (Intellectual property and the VeRO program)

eBay 设立了 VeRO 计划,即 eBay Verified Rights Owner Program,以方便知识产权持有人检举侵犯其知识产权的刊登、从网站移除侵权物品符合 eBay 的利益,因为如果纵容这些物品的存在,就会侵蚀买家及优良卖家对 eBay 的信任。

以下都是 eBay 严格禁止的主要知识产权违规行为,但不仅限于这些行为。

1) 复制品、赝品和未经授权的复制品政策

复制品、仿造品和未经授权的模仿品如下。

- 学术软件、测试版软件、OEM 软件等相关物品。
- 名人产权物品,包括肖像、照片、姓名、签名及亲笔签名。
- 特定品牌的配饰、包装、保证书等其他未与该品牌产品一起出售的物品。
- 私制盗版录像或录音等。

2) 刊登物品时描述物品的规则

在对所售物品进行描述时,以下行为也会涉及侵犯第三方知识产权。

- 未经授权而使用来自其他 eBay 用户的物品描述或图片。
- 未经授权而使用来自厂商或其他互联网图片。
- 不当使用 eBay 属有的知识产权,包括使用 eBay 名称、图标等。
- 怂恿或促使他人侵犯第三方版权、商标或其他知识产权。

更多 VeRO 内容请参考: <https://pages.ebay.com/seller-center/listing-and-marketing/verified-rights-owner-program.html>。

3. 重复刊登(Duplicate Listings Policy)

为维护平台的良好秩序,以及提升买家的购物体验,eBay 要求卖家不可以同一个时间内重复刊登相同的物品以满足相同的客户需求。重复刊登并不能有效提高销售额;根据结构化数据,eBay 会升级重复刊登的检测机制,更有效地查处重复刊登,一旦查到,会影响整个账号的曝光率。

1) 重复刊登判断标准

(1) 刊登所售物品是否与其他刊登有明显区别,是否满足了买家的不同需求。

(2) 相似但不相同的物品,是否在主副标题、价格、图片、状态、属性、适用性等方面清晰表明。

不符合上述两条标准的，将被视为相同的物品。

关于物品刊登，应遵守以下准则，以确保物品刊登符合 eBay 的刊登政策，并且在 eBay 的排名中获得更好的显示位置。

- 在一个多数量定价物品刊登中刊登相同的物品。
- 在一个多属性定价物品刊登中刊登有多种款式的物品，比如尺寸和颜色。
- 在零件兼容性物品刊登中刊登适合多种车辆的物品。切勿在标题中包含可兼容车辆。
- 明确清晰地标明物品的特征，体现物品的独特价值。
- 刊登物品时，使用 **multi-quantity/multi-variation** 选项(包括数量、颜色、大小等)。
- 尽可能详尽客观地列出物品详情(包括物品状态、型号、尺寸、产品编号等相关描述)。

如有违规，根据违规程度，卖家将会受到一系列处罚，其中包括下架刊登或者账户冻结等措施。

2) 以下情况不会视为重复刊登

- 多个拍卖刊登 + 一个定价刊登。

条件：重复的拍卖刊登不得提供“一口价”选项，起拍价、底价、标题、物品描述必须相同，否则视为违规。

注：系统在同一时间仅会显示一条未收到出价的拍卖刊登。一旦该刊登收到出价或结束，下一条刊登会自动开始显示。所有此类型拍卖刊登(无论是否显示)都正常收取费用。

- 重复刊登在不同站点的条件：每个刊登的运送范围相互之间不得重叠。

例：物品 A 刊登在美国站点，运送范围为美国；同时刊登在英国站点，运送范围为英国。(√)

物品 B 刊登在美国站点，运送范围为 **worldwide**；同时刊登在英国站点，运送范围为英国。(×)

- 不同数量的“批发式”刊登条件：每个刊登的批发数量有明显差异，旨在满足买家的不同需求。

例：“10 个物品 A”与“100 个物品 A”。(√)

“10 个物品 A”与“12 个物品 A”。(×)(可使用多数量方式刊登)

- 适用于特定产品、品牌或型号的物品刊登条件。

① 通用型产品不可重复刊登(例如，AA 电池)。

② 在标题中明确表明适用哪些产品、品牌、型号等，并且每个刊登物品所适用的型号不得重复。

例：“USB Charger Cable for Nokia N72 N79”与“USB Charger Cable for Nokia

N96 N75”。(√)

“USB Charger Cable for Nokia N72 N79”与“USB Charger Cable for Nokia N96 N79”。(×)

更多关于重复刊登内容请详见链接 <https://www.ebay.cn/newcms/Home/listing/2>。

4. 图片政策

优质的图片有助于打造良好的 eBay 购物体验,同时对物品销售也有很大帮助。eBay 刊登图片政策如下。

- (1) 图片像素为 500~1600, 图片大小不能超过 7MB。
- (2) 二手/翻新/损坏的产品不得使用新品图。
- (3) 不能出现店铺 Logo/宣传/促销等文字(可使用浮水印来标明图片所有权和归属权,但不能用于行销)。
- (4) 不能有边框、底纹及插图或图标。
- (5) 自行拍摄图片,请勿盗图。

侦测图片尺寸小工具链接如下:

<http://www.isdntek.com/ebaytools/BulkPhotoScanner.htm>

*此乃第三方开发的工具,只做侦测图片之用。

2.2.2 eBay 平台收费标准

1. 费用总览

一般 eBay 会向平台卖家收取两种类型的基础费用:当创建 Listing 刊登时,会收取刊登费(Insertion Fee);当产品售出时,会收取成交费(Final Value Fee)。

1) 刊登费

每次刊登商品,会产生一定的刊登费用。刊登费用因以下因素有所不同。

- (1) 非店铺的刊登费、店铺刊登费收费标准不一致。
- (2) 拍卖、一口价所产生的刊登费收费标准不一致;此外,还可以为物品添加一些特殊功能,但需缴付相应的功能费。
- (3) 拍卖形式的刊登费由定价和刊登时间而定,不同站点不同刊登时间不同定价,刊登费不同。

2) 成交费

商品一旦被客户拍下(包括付款和不付款状态),即产生成交费。

成交费收取是基于买家总共付款的金额的一定百分比来收取的,包含了产品费用和运费处理费。注意,如果卖家账号表现不佳,跌入 Below Standard 级别后,成交费会增加 4%。

3) eBay 美国站点的刊登费用明细

以美国站为例，多数品类的基本收费标准(单位：美元)如表 2.3 所示。

表 2.3 多数品类的基本收费标准

品类 (Category)	刊登费 (Insertion Fee)	成交费 (Final Value Fee: % of total amount of sale)
Standard fees for most categories, including Music > Records, eBay Motors > Parts & Accessories, and eBay Motors > Automotive Tools & Supplies.	First 50 listings free per month, then \$0.35 per listing*	10% (maximum fee \$750**)
Books DVDs & Movies Music (except Records category)		12% (maximum fee \$750**)
Select Business & Industrial categories: • Heavy Equipment Parts & Attachments > Heavy Equipment • Printing & Graphic Arts > Commercial Printing Presses • Restaurant & Food Service > Food Trucks, Trailers & Carts		2% (maximum fee \$300**)
Musical Instruments & Gear > Guitars & Basses	Free	3.5% (maximum fee \$350**)

合理地使用特色功能可以帮助卖家提高销量。使用特色功能会收取额外的功能费，并与物品的刊登费同时收取，计入卖家账户。具体费用(单位：美元)如表 2.4 所示。

表 2.4 特色功能费率

刊登形式 (Listing Format)	费用：针对拍卖、一口价刊登 (1, 3, 5, 7, 10 天在线) 1*, 3, 5, 7 and 10-day listing duration		费用：针对一口价刊登(30 天，无限期在线) 30-day duration and Good'Til Cancelled listings		
优化刊登功能费 (Advanced listing upgrade)	Item price of up to \$150	Item price of more than \$150	Item price of \$150 or less	Item price of more than \$150	Classified Ad format or Real Estate category
标题字体加粗(Bold)	\$2.00	\$3.00	\$4.00	\$6.00	\$4.00
橱窗展示大图(Gallery Plus Free for listings in the Collectibles, Art, Pottery & Glass, and Antiques categories)	\$0.35	\$0.70	\$1.00	\$2.00	\$1.00

续表

一口价物品对国际网站可见 (International site visibility for fixed price listings)	\$0.50	\$0.50	\$0.50	\$0.50	N/A
物品同时刊登于 2 个物品分类中 (List in two categories)	Insertion and advanced listing upgrade fees apply for each category. Final value fees are charged once per item, if your item sells		Insertion and advanced listing upgrade fees apply for each category. Final value fees are charged once per item, if your item sells		
页面设计 (Listing Designer)	\$0.10	\$0.20	\$0.30	\$0.60	\$0.30
物品定时刊登 (Scheduled Listing)	N/A	N/A	Free	Free	\$0.10 (free for Real Estate listings)
副标题 (Subtitle)	\$1.00 (\$0.50 for Real Estate listings)	\$3.00	\$1.50	\$6.00	\$1.50
超值套装(Value Pack) It combines Gallery Plus, Subtitle, and Listing Designer for a discounted fee	\$1.15 (\$0.65 for Real Estate listings)	\$3.15	\$2.00	\$6.50	\$2.00

刊登拍卖产品时,为了保证利润,可以设置拍卖底价。刊登费根据底价不同而不同,底价越高,刊登费越高。仅限拍卖物品优化刊登功能费率如表 2.5 所示。

表 2.5 仅限拍卖物品优化刊登功能费率

优化刊登功能费(Advanced listing upgrade)	物品价格 (Item's price)	费用 (Fee)
1 或 3 天在线 (1 or 3-day duration)	Any price	\$1.00
International site visibility for auction-style listings	\$0.01–\$9.99	\$0.10
	\$10–\$49.99	\$0.20
	\$50 or more	\$0.40
拍卖底价(Reserve price Minimum price that must be met for your item to sell)	Any price*	\$5.00 or 7.5% of reserve price, whichever is greater (maximum fee \$250)
Reserve price in select Business & Industrial categories: • Heavy Equipment, Parts & Attachments > Heavy Equipment • Printing & Graphic Arts > Commercial Printing Presses • Restaurant & Food Service > Food Trucks, Trailers & Carts	Any price*	\$5.00

4) eBay 费用的支付

eBay 账单日根据店铺开店日期的不同分为月中(每月 15 日左右)和月末。卖家可以在 My eBay→Account→Seller Account 页面查看,每月支付一次。卖家可以用 PayPal 账户或者信用卡支付。

2. 开通 eBay 店铺的费用

eBay 店铺订购周期有两种：月度订购周期和年度订购周期。而在 eBay 美国站点，eBay 提供了五种不同级别的店铺，订阅费如图 2.15 所示。



图 2.15 eBay 美国店铺订阅费

在 eBay 平台销售，卖家每个月都会获得一些免费刊登的 Listing 条数，称为 Zero insertion fee listings，即卖家可以利用这一优惠在大部分品类中进行免费刊登，只有在用完了这些免费刊登条数后，才需要支付后续的刊登费。而不同等级的店铺，每月免费 Listing 的刊登数量、刊登费及成交费的收取比例均不相同。店铺等级越高，免费刊登数量越多，且其他费用的费率越低。无店铺卖家和有店铺卖家(以美国站为例)的费率如表 2.6 所示。

表 2.6 eBay 不同店铺等级费率

每月额度	无店铺	Starter	Basic	Premium	Anchor	Enterprise
按月订阅 (Monthly Subscription)	N/A	\$7.95 /month	\$27.95 /month	\$74.95 /month	\$349.95 /month	N/A
按年订阅 (Yearly Subscription)	N/A	\$4.95 /month	\$21.95 /month	\$59.95 /month	\$299.95 /month	\$2999.95 /month
每月一口价免费刊登数 (Monthly Fixed price free listings)			250	1000	10000	100000
每月拍卖免费刊登数 (仅 Coll & Fashion 分类) (Monthly Auction free listings)	50	100	250 (Collectable & Fashion)	500 (Collectable & Fashion)	1000 (Collectable & Fashion)	2500 (Collectable & Fashion)
一口价刊登费 (Fixed Price Insertion Fee)				\$0.10	\$0.05	\$0.05
拍卖刊登费 (Auction Insertion Fee)	\$0.35	\$0.30	\$0.25	\$0.15	\$0.10	\$0.10

3. 如何定价：80/80 定律

在 eBay 上刊登产品，三大必缴的费用为：刊登费、成交费、PayPal 手续费。

80/80 定律的公式：市场价(含运费) $\times 80\% \times 80\% \geq (\text{产品成本} + \text{货运成本})$

这绝不是唯一的衡量标准，但这是一种有效的参考标准。

需理解以下三个概念。

(1) 市场价(含运费)：eBay 上的价格分为产品价格和运费，真正的市场价必须是两者相加的结果。

(2) 货运成本(实际运费)：真正的产品成本必须是产品本身的采购价格(产品成本)加上把产品运到国外的货运价格(货运成本)。

(3) 两个 80%：在 eBay 上卖东西，必须缴纳 eBay Fee & PayPal Fee 先乘 80%，是无论何种情况下必须达到的保本价(绝对底价)；再乘 80%，是建议的最低零售价(建议底价)。

示例：

1 个 XBOX 手柄的市场价(含运费)是 10 美元，先乘 80%，就是 8 美元，即真正的产品成本一定不能高于 8 美元(若汇率为 1:6.8，约 55 元人民币)。再乘 80%，就是 6.4 美元(约 44 元人民币)。因此，真正的产品成本，最好控制在 44 元人民币以下，最高不能超过 55 元。

货运成本是根据所选物流方式以及发货国家计算的 actual 运费，可以自行称产品重量或问供应商。例如：递四方的报价里，新加坡邮政小包的价格去全世界都是一样的。各个地区的报价可能略有差异，按照每千克 88 元为例：如果产品重量是 500g，邮费就是 44 元；如果产品重量只有 50g，那么邮费只有 4.4 元。假定 XBOX 手柄比较精确的毛重为 350g 左右，每千克邮费是 88 元，350g 的运费就是 30 元。

回顾一下上面提到的“真正的产品成本，最好控制在 44 元以下，最高不能超过 55 元”。货运成本是 30 元的话，理想的产品采购价应该控制在 $44 - 30 = 14$ 元以内，最高不能超过 $55 - 30 = 25$ 元。

最终的产品定价要参考市场价，所以建议底价并不是建议定价。

如果市场价高于建议底价，说明利润不错；如果市场价低于建议底价，就不太理想；如果市场价连绝对底价都不到，那么这款产品就放弃这个市场。

2.2.3 eBay 数据加工厂——Seller Hub

eBay 为了帮助卖家改进买家体验，快速提高销量与业绩，在 US/UK/DE/AU/IT 五大站点上线了全新版“数据加工厂”——Seller Hub，供所有卖家免费试用。“数据加工厂”——Seller Hub 是 eBay 卖家管理物品和销售的得力工具，不仅帮助卖家在同