

2024 年跨境电商运营与推广培训与水平测试大纲

一、考试性质

跨境电商运营与推广培训与水平测试是经统一组织，旨在于测试考生跨境电商运营与推广能力水平，为跨境电商企业选拔具备运营与推广能力的专业人才。

二、考试基本要求

根据跨境电商运营与推广的相关职责，此水平测试主要考查考生从事跨境电商运营与推广所必备的专业技能和跨境电商英语水平。

三、考试形式、考试时间、试卷题型及合格标准

考试形式：考试采取上机测试；

考试时间：共计 3 小时（基础理论和操作实务两部分）；

试卷题型：基础理论部分包括单选题、多选题和判断题；

操作实务部分包括计算题、翻译题、市场分析题、邮件处理题和实务题；

合格标准：满分为 200 分，合格分数线为 120 分（含 120 分）。

跨境电商运营与推广水平测试 试卷题型、题量和分值

基础理论试卷分值				操作实务试卷分值			
题型	题量	每题分值	总分值	题型	题量	每题分值	总分值
单选题	40	1	40	计算题	1	16	16
多选题	40	1	40	翻译题	8	3	24
判断题	20	1	20	市场分析题	1	21	21
合计	100		100	邮件处理题	4	6	24
				实务题	1	15	15
				合计	15		100

四、考核内容及考核要求

（一）跨境电商运营与推广基础概念

➤ 考核内容

1. 跨境电商运营与推广基本概念；
2. 跨境电商主流平台规则及纠纷处理；
3. 有关跨境电商运营的核心竞争力；
4. 打造跨境电商的核心竞争力。

➤ 考核要求

1. 了解跨境电商运营与推广基本概念，包括跨境电商交易主体、跨境电商运营与推广和跨境电商交易流程；
2. 了解跨境电商运营的特点；
3. 熟悉跨境电商平台概念及分类；
4. 熟悉企业核心竞争力及竞争战略。

（二）跨境电商运营模式

➤ 考核内容

1. 跨境电商（基于出口平台）主要运营模式；
2. 跨境电商进口主要模式；
3. 跨境电商卖家的平台及模式的选择；
4. 跨境电商发展新趋势。

➤ 考核要求

1. 了解跨境电商（基于出口平台）主要运营模式，包括跨境电商第三方平台运营模式、跨境电商垂直直营平台运营模式和跨境电商“B2C+O2O”运营模式的相关概念、盈利模式以及优势；
2. 了解跨境电商进口主要模式，包括海淘模式、海外代购模式、直发或直运平台模式、自营B2C进口模式、跨境导购平台模式、海外商品闪购模式和微商分销模式的相关概念、运作模式、优

势和可能存在的问题；

3. 熟悉不同的企业特点，选择跨境电商卖家的平台及模式；

4. 了解跨境电商发展新趋势，包括：（1）“海外仓”的概念、运作流程、优势和劣势；（2）整合分销的概念、运作流程、优势和劣势；（3）跨境电商多渠道运营的主要形式、优势及可能存在的问题；（4）跨境电商本土化运营的主要内容和困难；（5）小语种市场的优势和困难；（6）

跨境电商直播营销；

5. 掌握跨境电商运维式运营、跨境电商流量式运营、跨境电商精细化运营和跨境电商多店铺运营方法；

6. 掌握店铺数据分析方法；

7. 掌握店铺诊断及优化（基础优化、搜索优化、导购效率优化、渠道效率优化、）方法。

（三）跨境电商海内外市场环境

➤ 考核内容

1. 全球跨境电商发展现状特点；
2. 全球主要国家和地区电商发展概况；
3. 国内跨境电商政策环境；
4. 国内跨境电商试点城市运作情况。

➤ 考核要求

1. 了解全球跨境电商发展现状特点；
2. 了解主要国家的跨境电商发展情况；
3. 熟悉跨境电商主流国家的市场环境；
4. 掌握跨境电商的相关政策法规。

（四）跨境电商产品及货源策略

➤ 考核内容

1. 跨境电商“选品”问题；

2. 高质量网络产品及店铺展示；
3. 跨境电商货源和采购；
4. 店铺自主开发产品策略。

➤ 考核要求

1. 掌握跨境电商品类选择的方法，包括关注海外买家的需求、具体选品策略和国内优势产业；
2. 掌握跨境电商选品能力，包括货品初始竞争力、品类结构合理性、品类丰富度、新品能力和供应链稳定性；
3. 熟悉高质量网络产品及店铺展示，包括产品图片的拍摄和处理、有关产品的信息及详细描述、产品相关的知识产权问题、产品相关服务和店铺装修；
4. 熟悉跨境电商货源的采购方法，包括产品线上采购方法、利用整合分销平台、产品线下采购方法；
5. 掌握跨境电商深度用户定位方法，包含自身店铺定位、国家市场分析用户特征锁定和价格带锁定方法。

（五）跨境电商价格策略

➤ 考核内容

1. 跨境电商产品定价目标；
2. 影响跨境电商产品定价的主要因素；
3. 跨境电商产品定价的一般方法；
4. 跨境电商定价策略；
5. 跨境电商物流运费的核算方法。

➤ 考核要求

1. 了解跨境电商产品的定价目标；
2. 了解影响跨境电商产品定价的主要因素；
3. 熟悉跨境电商产品定价的一般方法，包括“量本利”定价综合分析法、成本导向的定价方

法、竞争导向的定价方法、需求导向的定价方法；

4. 熟悉跨境电商定价策略，包括价格折扣策略、国别定价策略、心理定价策略；
5. 掌握跨境电商物流运费的计算方法。

（六）跨境电商多平台运营

➤ 考核内容

1. 第三方主流跨境电商平台；
2. 跨境电商多平台的运营策略；
3. 熟悉主流跨境电商平台基础规则。

➤ 考核要求

1. 熟悉当前主流跨境电商平台发展现状、优劣势；
2. 了解跨境电商多平台运营的概念、模式和优势；
3. 熟悉跨境电商平台运营的主要策略及运用；
4. 熟悉 AliExpress 、Amazon、eBay、Wish 等主流平台注册规则、交易规则和知识产权规则等基础规则。

（七）跨境电商推广策略

➤ 考核内容

1. 店铺自主营销；
2. 速卖通直通车；
3. 平台活动；
4. 联盟营销。

➤ 考核要求

1. 了解速卖通平台店铺自主营销的工具，包括“限时限量折扣”、“全店铺打折”、店铺满立减”和“店铺优惠券”及的特点、活动规则、设置方法和注意事项；
2. 熟悉速卖通直通车的原理、操作方法和注意事项；

3. 掌握亚马逊平台产品广告操作要点；
4. 熟悉速卖通、亚马逊等平台活动的类型、规则及报名要求；
5. 了解联盟营销的概念、营销优势、设置方法和注意事项。

(八) 跨境电商英语沟通

➤ 考核内容

1. 产品及店铺描述；
2. 营销推广方法；
3. 售前沟通交流；
4. 售中沟通交流；
5. 售后沟通交流。

➤ 考核要求

1. 掌握产品及店铺的描述方法，如产品标题关键词；产品基本信息和详情；物流、支付方式、售后服务；店铺介绍以及其他信息的描述；
2. 掌握营销推广案例的设计与撰写方法；
3. 熟练掌握售前、售中、售后英语交流技能；
4. 掌握跨境电商纠纷处理沟通技巧。

五、参考教材

《跨境电商运营基础教程》 华国振 曹晶晶 编著， 中国商务出版社

《跨境电商英语教程》 楼淑娟 主编， 中国商务出版社