AI 酋长 Andy · 开源实操系列

FIELD GUIDE / 05 · 生意与 AI 获客

人人都能用 AI 做跨境电商

从资格和需求验证，到首个产品与真实客户

01 经营路线与资格核对

02 SKU 经济账与供应商询价

03 首单实验与复盘表

AI 酋长 Andy

AI 共生，利人利己

PDF EDITION 2026.11

免费开源 · 随时回到最新版本

READ THIS FIRST / 使用说明

人人都能用 AI 做跨境电商

跨境电商新手、供应链从业者、独立经营者

读完后，带走三个结果

01 经营路线与资格核对

02 SKU 经济账与供应商询价

03 首单实验与复盘表

你的第一步

先填写目标国家、具体买家、使用场景和现有替代方案，再核对自己能否合法经营与收款。

边读边做，按需回查。

点击目录可跳转；表格空白处用于填写自己的信息。

打开项目网站 · 获取最新内容与可编辑模板

PDF 编排 2026-11-13 · 原文版本 394e47b4af

CONTENTS / 阅读目录

找到你要完成的事。

点击章节标题或右侧页码，直接跳转。

01 从这里开始｜让零基础的人在第一天就完成商业验证 6

02 01 · 确定真正的目标 11

03 02 · 国别与平台资格 15

04 03 · 寻找细分需求 19

05 04 · 竞品拆解与价格带 22

06 05 · AI辅助选品评分 26

07 06 · 供应商开发与样品 29

08 07 · 物流和履约选择 32

09 08 · 税费与商品合规 36

10 09 · 财务模型与最低利润 39

11 10 · AI创建英文商品页 42

12 11 · AI图片与短视频 45

13 12 · 店铺与首款上架 48

14 13 · Amazon上架和FBA/FBM 52

15 14 · Shopify与POD路径 55
16 15 · B2B出口与批发 58
17 16 · TikTok/短视频获客 62
18 17 · Google搜索与SEO 65
19 18 · 广告小额验证 69
20 19 · 邮件和复购 72
21 20 · 客服、退款与差评 76
22 21 · 数据看板与复盘 80
23 22 · AI协作与自动化 84
24 23 · 三条实战演练 87
25 24 · 30天冲刺与持续迭代 90
26 开店资格、收款和商品准入｜零基础一步步操作 93
27 演练 C｜Amazon 家居类单 SKU 研究 102
28 演练 B｜AI 协助中国供应链做海外 B2B 103
29 第一批 100 个真实访客｜可执行获客实验 105
30 从零到第一单｜全过程干跑（虚构教学演练） 106
31 演练 A｜宠物纪念礼品 POD（原创样例） 109
32 25 个有出处的跨境电商案例 110

33 五个案例深拆：怎么把故事改成可复制实验 123

34 平台准入与政策复核 127

35 首单验证实验卡 128

36 跨境电商：Go / Pivot / Stop 决策表 129

37 可复制 AI 提示词（16 套） 131

38 供应商询价单 RFQ（可复制发送） 137

39 官方来源与案例原文 138

40 30 天执行计划 · 1-12 141

41 30 天执行计划 · 13-24 145

42 30 天执行计划 · 25-30 149

版本与来源 151

联系作者与星觉科技 152

CHAPTER 01

从这里开始｜让零基础的人在第一天就完成商业验证

原始资料：START-HERE.md

> 版本：2026-11-05 · V2.0。最小任务：**完成一份真实需求记录、一份平台收款资格记录、一份可复核成本表**。不是“用 AI 开一家空店”。

只用 20 分钟决定从哪条路开始

第 1 步：选客户，不选热门平台（5分钟）

填写：`我现在能合法服务的目标国家 + 具体买家 + 使用场景 + 他们现在采用的替代方案`。

例如（仅为虚构演练）：`美国 / 养两只猫、希望定制礼物的成年人 / 生日或纪念日 / 现买普通图案帆布包`。这是**假设**，不是有需求的证据。

第 2 步：资格与资源分叉（5分钟）

现实条件	最小可行路线	第一件事	暂时不要做
有合法主体+已有工厂/供应链	B2B出口询盘，或Amazon小批量	真实规格表+3位买家需求	大额备货

现实条件	最小可行路线	第一件事	暂时不要做
有独特原创设计+支付已核验	POD/按需生产独立站	实物打样+核对履约收费	用假图直接投广告
有内容受众+无供货	有出处的购买意图内容/联盟，或先找生产合作方	10条真实购买问题	先开付费店铺
无主体/收款尚未可用	研究、访谈、RFQ、样品，不开放收款	平台主体及支付资格表	通过虚假身份绕过审核
有AI产品、行业客户和渠道资源	B2B供需撮合+AI翻译和产品资料服务	5位真实买家问题+1份英文采购资料	为没有采购意向的陌生人批量群发

先做可逆的小动作，直到知道谁会购买、如何收款、可以怎样交付。参见 01 平台与收款准入。

第 3 步：核对三个红线（5分钟）

1. **主体/收款**：真实主体能否开店、收付款、提现？要有官方页面和后台验证结果。
2. **品类/物流**：商品是否受限？谁是进口商？谁负责关税、标签和退换？要有查过的源和报价。
3. **单笔经济**：输入供应商真实成本后，“广告前贡献”是否大于0？若没有真实报价，不能拿示例当结论。

第 4 步：记录你下一步唯一要解决的未知（5分钟）

在 `templates/launch-gates.csv` 中填一行：`未知的问题 / 要去哪里核验 / 谁负责 / 证据文件位置 / 何时决定`。

7 天最小闭环（不以开店和出单作为完成定义）

Day 1

必做动作：选 1 个国家、1 类目标用户

输入：自身资质/资源

交付物：目标用户卡

不合格怎么办：缩小人群

Day 2

必做动作：核主体、收款、进口与品类条件

输入：官方原文

交付物：准入表

不合格怎么办：资格未过就不投钱

Day 3

必做动作：记录 10 条真实购买/抱怨文本

输入：评论、采访、论坛原文

交付物：原始需求表

不合格怎么办：不让AI补编

Day 4

必做动作：收 5 个同规格竞品价格/配送

输入：原始店铺页面

交付物：可比较价格表

不合格怎么办：不同规格不能直接比

Day 5

必做动作：发 2 份标准 RFQ

输入：真实产品规格

交付物：报价邮件/回复

不合格怎么办：无供应商就先停

Day 6

必做动作：用真实/待确认费用算3种情景

输入：报价、物流和费用

交付物：单笔经济+压力测试

不合格怎么办：缺项标未知

Day 7

必做动作：做一页Go/Pivot/Stop决策

输入：前6日全部资料

交付物：下一轮试验单

不合格怎么办：没证据时不要判断盈利

- 读图路径：官方事实入口 → 真实需求研究 → 单位经济 → Go/Pivot/Stop
- 作者建议的起手式：如果已经有内容流量和企业关系，不必优先碰高库存的低价标品；先用 **AI+内容获客 / B2B采购询盘** 验证付费意图，再决定是否自己持货。

做完什么算“第一单”

有效订单不是购物车截图。至少需要：①真实买家②订单/合同③明确的付款或应收证据④产品/服务按承诺交付⑤去除退款预留和各项费用后的单笔核算。没有买家付款的案例只能叫“演练”。

最完整的虚构跟拍数据在 第一单干跑演练，可把所有数字换成你真实收集的报价。

CHAPTER 02

01 · 确定真正的目标

原始资料：chapters/01.md

> 跨境赚钱的最小单位是每单可兑现的现金贡献，不是店铺数量。

本章阶段： 定位
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

01-01 确定客户与目标国

目标： 用一句话定义目标用户
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开决策模板，先填所在国家、合法主体、可承受损失与目标用户；不清楚的项目先留空。
2. 写下国家、细分人群、购买场景、目前替代方案
3. 只选一个组合
4. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“1张目标用户卡与3条原始需求证据”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 1张目标用户卡与3条原始需求证据

卡住怎么办： 需求太泛则缩到一类具体使用场景

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

01-02 给起步设置止损线

目标： 事先限制不可逆成本
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开决策模板，先填所在国家、合法主体、可承受损失与目标用户；不清楚的项目先留空。
2. 列出可损失总额、每周时数、预计首笔开支
3. 设定何时停止
4. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“带金额和日期的止损卡”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 带金额和日期的止损卡

卡住怎么办： 现金不足先用免费的访谈与商品页草稿验证

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

01-03 确认能否合法收钱

目标： 在建店前核对资格
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开决策模板，先填所在国家、合法主体、可承受损失与目标用户；不清楚的项目先留空。
2. 查看主体所在地、银行、收款服务支持国别、品类与结算周期

3. 保存官方截图
4. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“支付资格矩阵+官方链接+核验日期”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 支付资格矩阵+官方链接+核验日期

卡住怎么办： 不符合资格就换合法平台或延后开店，不借身份冒用

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

01-04 选一条最短路径

目标： 只做一条最小验证
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开决策模板，先填所在国家、合法主体、可承受损失与目标用户；不清楚的项目先留空。
2. 在Amazon、Shopify+POD、自有数字商品、B2B中评分
3. 写明退出条件
4. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“路线选择单和首个成功事件定义”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 路线选择单和首个成功事件定义

卡住怎么办： 多个方向都好时选最容易拿到真实询盘的

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 1张目标用户卡与3条原始需求证据（01-01）
- [ ] 带金额和日期的止损卡（01-02）
- [ ] 支付资格矩阵+官方链接+核验日期（01-03）
- [ ] 路线选择单和首个成功事件定义（01-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 03

02 · 国别与平台资格

原始资料：chapters/02.md

> 先看主体与平台准入，再谈流量。

本章阶段： 定位
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

02-01 中国大陆Amazon入驻核对

目标： 确定资料完整性
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 按Amazon中国卖家官方指南核对营业执照、法人身份证、可支付国际卡、收款银行与地址
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“材料清单及缺口项”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 材料清单及缺口项

卡住怎么办： 验证失败先补材料，不购买来历不明卖家账号

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-02 Shopify收款资格核对

目标： 保证能做收款测试
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 查看Shopify Payments中国早期开放资格、第三方提供商与费用
3. 区分大陆/香港
4. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“支付通道书面可用证据”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 支付通道书面可用证据

卡住怎么办： 无可用通道则不要买主题或投广告

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-03 Etsy/TikTok适用性核验

目标： 杜绝不支持地域开店
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. Etsy核验中国大陆新店限制

3. TikTok Shop使用经营所在地官方入驻入口核验，不靠中介口径
4. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“平台可/不可用记录与截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 平台可/不可用记录与截图

卡住怎么办： 不支持时选其他合规路径，禁止借壳注册

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-04 国家合规速查

目标： 先知道产品能否卖
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 选美国或欧盟一个市场，查品类销售/材质/标签/进口要求，记录需进一步确认事项
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“一页国别-品类准入表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 一页国别-品类准入表

卡住怎么办： 复杂监管品类（食品、儿童、医疗）先换低风险品类

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 材料清单及缺口项（02-01）
- [ ] 支付通道书面可用证据（02-02）
- [ ] 平台可/不可用记录与截图（02-03）
- [ ] 一页国别-品类准入表（02-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 04

03 · 寻找细分需求

原始资料：chapters/03.md

> 不是看销量榜模仿爆品，而是找客户反复抱怨的痛点。

本章阶段： 需求
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

03-01 收集30条原始需求

目标： 找到未满足的问题
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开市场研究CSV，用真实公开评价与问答建立第一条需求记录，至少保留原文网址和日期。
2. 检索目标国家公开评论、论坛、店铺Q&A
3. 存原始链接、日期、摘要
4. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“30条带出处的用户问题”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 30条带出处的用户问题

卡住怎么办： 无30条则扩大相邻场景，不写AI臆测评论

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

03-02 归纳5种购买动机

目标： 识别愿意付费的理由
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开市场研究CSV，用真实公开评价与问答建立第一条需求记录，至少保留原文网址和日期。
2. 让AI归类便利、颜值、礼品、节省时间等主题，逐条人工核对
3. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“5类动机及代表原文”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 5类动机及代表原文

卡住怎么办： AI归纳不一致则回到原文手工标注

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

03-03 访谈5位目标用户

目标： 验证真实使用场景
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开市场研究CSV，用真实公开评价与问答建立第一条需求记录，至少保留原文网址和日期。
2. 问上次购买或遇到问题的时间、解决方式、价格、为何放弃
3. 不问你会买吗

4. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“匿名访谈表5行”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 匿名访谈表5行

卡住怎么办： 无法访谈先分析真实购买后评价

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

03-04 产出3个可测小需求

目标： 缩减候选范围

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开市场研究CSV，用真实公开评价与问答建立第一条需求记录，至少保留原文网址和日期。
2. 每个候选写清人群、问题、现有方案不足、对应产品
3. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“三张机会卡”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 三张机会卡

卡住怎么办： 需求表达模糊则把适用人群再缩窄

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 30条带出处的用户问题（03-01）
- [ ] 5类动机及代表原文（03-02）

- [ ] 匿名访谈表5行（03-03）
- [ ] 三张机会卡（03-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 05

04 · 竞品拆解与价格带

原始资料：chapters/04.md

> 竞争不是坏事；只有高竞争且无差异化才危险。

本章阶段： 需求
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

04-01 保存10个直接竞品

目标： 建立市场基线
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开竞品表，选择同一国家、同类用途商品；只摘录网页实际能查到的售价与规格。
2. 记录同一国家同一需求的10个在售商品、售价、规格、配送承诺

3. 将结果填写到「templates/competitors.csv」或对应记录表，并按“竞品CSV 10行且有链接”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 竞品CSV 10行且有链接

卡住怎么办： 搜不到同类产品，检查关键词翻译与当地表达

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

04-02 抓取差评与退货线索

目标： 寻找真实不满

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开竞品表，选择同一国家、同类用途商品；只摘录网页实际能查到的售价与规格。
2. 记录至少20条一二星公开评论，标注质量、尺寸、包装、到货等
3. 将结果填写到「templates/competitors.csv」或对应记录表，并按“20条评论及分类统计”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 20条评论及分类统计

卡住怎么办： 无可见差评时不猜测，换可观察的竞品

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

04-03 绘制价格-价值矩阵

目标： 避免仅靠降价
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开竞品表，选择同一国家、同类用途商品；只摘录网页实际能查到的售价与规格。
2. 按售价与最能解决的痛点画四象限，标出拟进入的位置
3. 将结果填写到「templates/competitors.csv」或对应记录表，并按“竞争定位图或表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 竞争定位图或表

卡住怎么办： 无明显差异不启动采购

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

04-04 推演价位与利润

目标： 排除虚高售价假设
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开竞品表，选择同一国家、同类用途商品；只摘录网页实际能查到的售价与规格。
2. 按同类商品实际售价取保守、中性、乐观三档并做成本试算
3. 将结果填写到「templates/competitors.csv」或对应记录表，并按“三档价格假设+报价来源”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 三档价格假设+报价来源

卡住怎么办： 利润为负先换规格/渠道，不盲目提价

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 竞品CSV 10行且有链接（04-01）
- [ ] 20条评论及分类统计（04-02）
- [ ] 竞争定位图或表（04-03）
- [ ] 三档价格假设+报价来源（04-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 06

05 · AI辅助选品评分

原始资料：chapters/05.md

> AI负责筛选候选，不负责虚构销量。

本章阶段： 需求
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

05-01 建立20个候选

目标： 宽进严出
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 拿第3至4章的需求和竞品表做输入，不用AI凭空填写销量或需求。
2. 从公开搜索、需求卡与供应链能力列20个候选，去除侵权和高监管品类
3. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“候选商品表20行”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 候选商品表20行

卡住怎么办： 缺素材就从目标用户同一场景扩展

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

05-02 打分并注明证据

目标： 把判断与事实分开

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 拿第3至4章的需求和竞品表做输入，不用AI凭空填写销量或需求。
2. 按需求证据/差异化/毛利/物流/合规/竞争6维打分
3. 注明不确定值
4. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“带证据列的评分表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 带证据列的评分表

卡住怎么办： 证据缺失记未知，不自动填高分

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

05-03 选前3名做询价

目标： 把纸上利润变成报价

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 拿第3至4章的需求和竞品表做输入，不用AI凭空填写销量或需求。
2. 每个候选找至少两家独立供应商，拿样品价与物流约束
3. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“6份可追溯报价或沟通记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 6份可追溯报价或沟通记录

卡住怎么办： 找不到供应商就降低优先级

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

05-04 明确淘汰条件

目标： 提前拒绝不良商品

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 拿第3至4章的需求和竞品表做输入，不用AI凭空填写销量或需求。
2. 规定交付周期、单笔贡献、售后复杂性、采购起订量上限
3. 将结果填写到「templates/market-research.csv」或对应记录表，并按“选品Go/No-Go决定”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 选品Go/No-Go决定

卡住怎么办： 没拿到总成本不允许进入上架步骤

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 候选商品表20行（05-01）
- [ ] 带证据列的评分表（05-02）
- [ ] 6份可追溯报价或沟通记录（05-03）
- [ ] 选品Go/No-Go决定（05-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 07

06 · 供应商开发与样品

原始资料：chapters/06.md

> 商品质量不是AI能替你承担的。

本章阶段： 供应链
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

06-01 筛选3个供应商

目标： 减少单点失效
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开供应商对比表，固定同一材料、尺寸、数量、目的国和贸易条款，防止报价不可比。
2. 询问营业资质、交期、MOQ、材料规格、交付历史、验厂资料
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“供应商对比表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 供应商对比表

卡住怎么办： 单一供应商时降低投入并预备替代品

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

06-02 发送结构化RFQ

目标： 拿到可比报价
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开供应商对比表，固定同一材料、尺寸、数量、目的国和贸易条款，防止报价不可比。
2. 同规格同时询问1/10/100件单价、包装、运费、税费承担与交期
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“至少2份同口径报价”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 至少2份同口径报价

卡住怎么办： 报价条件不一致要求重报价

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

06-03 下样与验收

目标： 验证卖点是否真实
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开供应商对比表，固定同一材料、尺寸、数量、目的国和贸易条款，防止报价不可比。
2. 实物检查尺寸、颜色、气味、包装、耐用性，拍真实照片与记录
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“样品测试报告和真实素材”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 样品测试报告和真实素材

卡住怎么办： 样品不达标则淘汰，不用AI修图掩盖缺陷

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

06-04 谈清售后与缺陷责任

目标： 让缺陷有可执行处理
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开供应商对比表，固定同一材料、尺寸、数量、目的国和贸易条款，防止报价不可比。
2. 书面明确少发、破损、迟发、退款/补发、凭证与处理时限
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“供应商异常处理约定”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 供应商异常处理约定

卡住怎么办： 对方不愿确认责任则更换供应商

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 供应商对比表（06-01）
- [ ] 至少2份同口径报价（06-02）
- [ ] 样品测试报告和真实素材（06-03）
- [ ] 供应商异常处理约定（06-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 08

07 · 物流和履约选择

原始资料：chapters/07.md

> 跨境的真正承诺是货能按约定到手。

本章阶段： 供应链
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

07-01 比较3种履约

目标： 对比POD/直发/备货FBA
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 记录实测包装尺寸与目的邮编，要求物流商提供包含附加费的书面报价。
2. 列时效、可追踪性、单位费用、退货地址、现金占用

3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“履约方案对比表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 履约方案对比表

卡住怎么办： 时效不可控时把承诺写保守并先小单

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

07-02 试算重量和尺寸

目标： 计算完整到手成本
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 记录实测包装尺寸与目的邮编，要求物流商提供包含附加费的书面报价。
2. 录入包装后重量、长宽高、目的邮编与物流报价，计入偏远附加费
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“商品级物流报价单”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 商品级物流报价单

卡住怎么办： 未测量则不要使用卖家广告中的最低运费

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

07-03 完成一笔试发

目标： 检查真实轨迹

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 记录实测包装尺寸与目的邮编，要求物流商提供包含附加费的书面报价。
2. 向允许的测试地址寄样，记录揽收、转运、签收、破损、税费
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“全流程追踪截图和耗时”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 全流程追踪截图和耗时

卡住怎么办： 试发失败先改物流不扩量

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

07-04 设计异常履约SOP

目标： 降低争议损失

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 记录实测包装尺寸与目的邮编，要求物流商提供包含附加费的书面报价。
2. 给丢件、破损、延迟、退回分别写客户通知和补偿动作
3. 将结果填写到「templates/suppliers.csv」或对应记录表，并按“4条异常处理卡”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 4条异常处理卡

卡住怎么办： 无法追踪先主动联系承运商与买家

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 履约方案对比表（07-01）
- [ ] 商品级物流报价单（07-02）
- [ ] 全流程追踪截图和耗时（07-03）
- [ ] 4条异常处理卡（07-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 09

08 · 税费与商品合规

原始资料：chapters/08.md

> 收得到钱不代表能合法、可靠地交付。

本章阶段： 供应链
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

08-01 核对SKU品类管制

目标： 避开潜在不可售商品
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 按销售国家检索官方品类规定、认证要求、标签、安全标识
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“SKU合规矩阵”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： SKU合规矩阵

卡住怎么办： 不明朗时换普通低监管品类

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-02 核对商标与内容版权

目标： 避免拿别人的品牌做生意
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 查询拟用品牌名与设计是否存在冲突，不使用无授权商标/角色/照片
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“商标与素材授权记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 商标与素材授权记录

卡住怎么办： 查不到授权默认不得商用

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-03 确定关税/增值税口径

目标： 让报价能够落地
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 确认申报价值、HS编码、原产地、DDP/DDU责任、进口VAT适用情形
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“成本表中各项税费来源”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 成本表中各项税费来源

卡住怎么办： 税务条件复杂时找专业服务者核验后才报价

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-04 核对美国与欧盟规则

目标： 筛掉明显违规上市

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 欧盟一般产品安全规则、美国产品安全与进口要求以适用官方页核验
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“国别合规检查截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 国别合规检查截图

卡住怎么办： 儿童、食品、医药等先不纳入新手路线

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] SKU合规矩阵（08-01）
- [ ] 商标与素材授权记录（08-02）
- [ ] 成本表中各项税费来源（08-03）
- [ ] 国别合规检查截图（08-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 10

09 · 财务模型与最低利润

原始资料：chapters/09.md

> 没有算清净贡献前，不存在好卖的商品。

本章阶段： 经济
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

09-01 完整列成本栈

目标： 确认每单真正贡献
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开网站第4区利润计算器，先填入来自实物报价的采购价、运费、费率与广告假设。
2. 计入采购、打包、头程、履约、税费、佣金、支付、退款预留、广告、汇损
3. 将结果填写到「index.html#calculator」或对应记录表，并按“单SKU成本表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 单SKU成本表

卡住怎么办： 未知成本用范围，不假装是零

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

09-02 计算盈亏平衡CPA

目标： 知道一单最多能花多少钱获客
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开网站第4区利润计算器，先填入来自实物报价的采购价、运费、费率与广告假设。
2. 用售价减非广告变动成本得可承受CPA上限
3. 将结果填写到「index.html#calculator」或对应记录表，并按“利润计算器的截图和参数”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 利润计算器的截图和参数

卡住怎么办： 贡献为负立即停止投广告

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

09-03 测试三种极端情况

目标： 看最坏情景是否会失控
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开网站第4区利润计算器，先填入来自实物报价的采购价、运费、费率与广告假设。
2. 依次上调退货、运费、获客成本，再看净贡献变化
3. 将结果填写到「index.html#calculator」或对应记录表，并按“压力测试表三行”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 压力测试表三行

卡住怎么办： 最坏情景损失不可承担就减少订单规模

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

09-04 区分利润与现金流

目标： 防止账面赚钱现金断裂
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开网站第4区利润计算器，先填入来自实物报价的采购价、运费、费率与广告假设。
2. 记录先付款给供应商的时间、平台结算周期、退款与广告账期
3. 将结果填写到「index.html#calculator」或对应记录表，并按“现金流日历”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 现金流日历

卡住怎么办： 结算差可能造成现金缺口，先留周转金

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 单SKU成本表（09-01）
- [ ] 利润计算器的截图和参数（09-02）
- [ ] 压力测试表三行（09-03）
- [ ] 现金流日历（09-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 11

10 · AI创建英文商品页

原始资料：chapters/10.md

> AI可以写第一稿，但产品事实必须来自样品。

本章阶段： 转化
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

10-01 准备商品事实表

目标： 构建不出错的输入
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 从Prompt工具包第7或8条复制框架，先填写核验过的尺寸、材质、照片和配送事实。
2. 记录尺寸、材料、产地、实际用途、禁用场景、售后承诺、拍摄照片
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“事实清单已核对”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 事实清单已核对

卡住怎么办： 任何未验证卖点标为待确认

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

10-02 生成3个英文标题

目标： 验证用户能看懂
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 从Prompt工具包第7或8条复制框架，先填写核验过的尺寸、材质、照片和配送事实。
2. 要求AI按目标国口语生成3版，不堆砌关键词
3. 人工检查自然度
4. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“3个标题与选择理由”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 3个标题与选择理由

卡住怎么办： 英语不自然就请母语者或专业审校

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

10-03 写详情与FAQ

目标： 降低购买疑问
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 从Prompt工具包第7或8条复制框架，先填写核验过的尺寸、材质、照片和配送事实。
2. 按使用场景→证据→规格→配送→退换货写，所有数据引用事实表
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“可发布详情页草稿”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可发布详情页草稿

卡住怎么办： AI捏造材质认证时删除并回到实测

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

10-04 制作多语版本

目标： 避免机械翻译

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 从Prompt工具包第7或8条复制框架，先填写核验过的尺寸、材质、照片和配送事实。
2. 选1种目标国本地语言，使用术语表翻译并比对尺寸单位、文化习惯
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“双语逐项核对记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 双语逐项核对记录

卡住怎么办： 本地用户反馈理解困难则请人工校对

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 事实清单已核对（10-01）
- [ ] 3个标题与选择理由（10-02）
- [ ] 可发布详情页草稿（10-03）
- [ ] 双语逐项核对记录（10-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 12

11 · AI图片与短视频

原始资料：chapters/11.md

> 创意可以AI生成，商品实体不能被虚构成另一个东西。

本章阶段： 转化
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

11-01 拍摄真实基础素材

目标： 保留商品可信证据
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 先取得可商用的真实样品照片，再打开Prompt工具包第9或10条明确不允许变更的实物细节。
2. 自己拍白底、细节、手持对比与包装照片，记录拍摄日期
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“4张原创样品照片”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 4张原创样品照片

卡住怎么办： 没样品只能做内部概念图，不发布拟真承诺

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

11-02 设计6组AI创意变量

目标： 一次只改一个因素
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 先取得可商用的真实样品照片，再打开Prompt工具包第9或10条明确不允许变更的实物细节。
2. 固定真实商品图片与产品规格
3. 仅变场景、文案、构图等
4. 留提示词
5. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“6组素材假设和生成记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 6组素材假设和生成记录

卡住怎么办： 颜色形状被AI篡改则废弃素材

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

11-03 生成15秒产品短视频

目标： 突出可验证的核心用途
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 先取得可商用的真实样品照片，再打开Prompt工具包第9或10条明确不允许变更的实物细节。
2. 脚本分痛点3秒、使用7秒、规格3秒、行动2秒
3. 可录真实手部操作

4. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“短视频MP4与镜头脚本”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 短视频MP4与镜头脚本

卡住怎么办： 没有真实操作素材则先做图文而非拟真视频

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

11-04 做广告素材事实审查

目标： 避免虚假对比与证言
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 先取得可商用的真实样品照片，再打开Prompt工具包第9或10条明确不允许变更的实物细节。
2. 核查前后对比、功能效果、适用范围、肖像版权、平台AI披露
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“素材审核清单”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 素材审核清单

卡住怎么办： 难以证实的效果宣称改为实测描述

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 4张原创样品照片（11-01）
- [ ] 6组素材假设和生成记录（11-02）
- [ ] 短视频MP4与镜头脚本（11-03）

- [ ] 素材审核清单（11-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 13

12 · 店铺与首款上架

原始资料：chapters/12.md

> 先让陌生人能理解商品，不追求一开始就把网站做漂亮。

本章阶段： 转化
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

12-01 配置基础信任页

目标： 让买家判断能否履约
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 在正式上架前打开Go/No-Go表，列出商品事实、付款方式、时效和退换货缺口。
2. 完善联系方式、退换货、配送预计、隐私与联系渠道
3. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“4个基础页面可打开”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 4个基础页面可打开

卡住怎么办： 无法明确退货地址则先不承诺免费退货

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

12-02 发布1个产品

目标： 只验证一个SKU
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 在正式上架前打开Go/No-Go表，列出商品事实、付款方式、时效和退换货缺口。
2. 上传真实照片、描述、规格、价格、库存/生产周期、shipping zones
3. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“商品详情链接及截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 商品详情链接及截图

卡住怎么办： 看不到目的国配送方式就修设置

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

12-03 走一次结账测试

目标： 检验支付与物流闭环
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 在正式上架前打开Go/No-Go表，列出商品事实、付款方式、时效和退换货缺口。
2. 在平台支持的测试模式完成模拟下单、通知、税费和追踪流程
3. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“端到端测试记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 端到端测试记录

卡住怎么办： 测试失败暂停投放

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

12-04 检查手机端购买流程

目标： 解决移动端断点
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 在正式上架前打开Go/No-Go表，列出商品事实、付款方式、时效和退换货缺口。
2. 用手机进入商品页→购物车→结账入口，观察字数、加载、按钮
3. 将结果填写到「templates/go-no-go.md」或对应记录表，并按“5张真实手机验收截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 5张真实手机验收截图

卡住怎么办： 按钮遮挡先改模板CSS

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 4个基础页面可打开（12-01）
- [ ] 商品详情链接及截图（12-02）
- [ ] 端到端测试记录（12-03）
- [ ] 5张真实手机验收截图（12-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 14

13 · Amazon上架和FBA/FBM

原始资料：chapters/13.md

> 平台生意更像履约与运营考试，不是搭站比赛。

本章阶段： 渠道
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

13-01 创建卖家资料并验证

目标： 按Amazon官方注册流程操作
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Amazon美国站完整演练，对照真实主体资料、类目条件和官方费用入口。
2. 使用真实企业材料，通过身份验证及税务访谈，选合适销售计划
3. 将结果填写到「examples/amazon-home.md」或对应记录表，并按“账号核验通过记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 账号核验通过记录

卡住怎么办： 失败走官方审核与申诉，拒绝黑灰号

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

13-02 核对类目与ASIN规则

目标： 避免无资格发布
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Amazon美国站完整演练，对照真实主体资料、类目条件和官方费用入口。
2. 确认品牌、GTIN/豁免、类目限制、合规文件与已有ASIN匹配
3. 将结果填写到「examples/amazon-home.md」或对应记录表，并按“合规SKU上架清单”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 合规SKU上架清单

卡住怎么办： 受限类目先换候选SKU

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

13-03 用官方费用计算器

目标： 对比FBA与自发货贡献
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Amazon美国站完整演练，对照真实主体资料、类目条件和官方费用入口。
2. 逐项填成本、包装尺寸、售价与履约方案，不复制别人佣金率
3. 将结果填写到「examples/amazon-home.md」或对应记录表，并按“两份完整费用预估”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 两份完整费用预估

卡住怎么办： 发货方案利润低则重新选渠道

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

13-04 复核首批补货阈值

目标： 避免库存压仓
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Amazon美国站完整演练，对照真实主体资料、类目条件和官方费用入口。
2. 根据实际订单、在途周期和安全库存做补货阈值，先小批
3. 将结果填写到「examples/amazon-home.md」或对应记录表，并按“补货表和触发条件”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 补货表和触发条件

卡住怎么办： 无真实销售数据不大批备货

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 账号核验通过记录（13-01）
- [ ] 合规SKU上架清单（13-02）
- [ ] 两份完整费用预估（13-03）
- [ ] 补货表和触发条件（13-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 15

14 · Shopify与POD路径

原始资料：chapters/14.md

> 无库存不等于零现金风险。

本章阶段： 渠道
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

14-01 验证支付和主体

目标： 先看店能否收钱
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开POD完整演练，先核实本地区是否能合法收款，再调查样品与实际履约报价。
2. 选符合经营主体的支付通道，完成KYC，核对费率/冻结/结算
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“支付测试与结算说明”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 支付测试与结算说明

卡住怎么办： 未通过时不要接真实订单

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

14-02 寻找POD产品与产地

目标： 保证品质与时效
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开POD完整演练，先核实本地区是否能合法收款，再调查样品与实际履约报价。
2. 查POD供应商是否覆盖目标国家，获取样品价、生产周期、物流费
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“供应商候选对比”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 供应商候选对比

卡住怎么办： 无法保证质量则不卖该产品

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

14-03 做一份原创设计

目标： 避免盗图与侵权
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开POD完整演练，先核实本地区是否能合法收款，再调查样品与实际履约报价。
2. 围绕细分人群做原创文字/图案，检查字体与素材商业授权
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“可追溯设计源文件”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可追溯设计源文件

卡住怎么办： AI生成图存在第三方角色/商标则弃用

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

14-04 模拟一笔POD订单

目标： 核对先付货款和后收款
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开POD完整演练，先核实本地区是否能合法收款，再调查样品与实际履约报价。
2. 从下单→生产→物流→退款把每笔现金发生时间写出来
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“订单与现金流演练表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 订单与现金流演练表

卡住怎么办： 预付供应商款不足则限制可售量

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 支付测试与结算说明（14-01）
- [ ] 供应商候选对比（14-02）
- [ ] 可追溯设计源文件（14-03）
- [ ] 订单与现金流演练表（14-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 16

15 · B2B出口与批发

原始资料：chapters/15.md

> 成交一个稳定买家，有时比无差别投上千次广告更重要。

本章阶段： 渠道
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

15-01 选2个采购商画像

目标： 不对所有采购员群发
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开B2B出口演练，先确认工厂实际可供的品类、起订量、样品和资质。
2. 按行业、采购频率、订单规模、所在国、现用替代品定义买家

3. 将结果填写到「examples/b2b-supply.md」或对应记录表，并按“2张采购商画像”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 2张采购商画像

卡住怎么办： 联系人不清就先识别目标企业的采购场景

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

15-02 做英文能力页

目标： 用真实交付能力获得信任
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开B2B出口演练，先确认工厂实际可供的品类、起订量、样品和资质。
2. 列材质、认证、产能、样品、MOQ、交期、客户类型，不编造客户
3. 将结果填写到「examples/b2b-supply.md」或对应记录表，并按“英文一页纸+样品目录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 英文一页纸+样品目录

卡住怎么办： 没有认证就公开标注待取得而非虚构

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

15-03 发送10封个性化询盘

目标： 测试采购需求

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开B2B出口演练，先确认工厂实际可供的品类、起订量、样品和资质。
2. 每封包含对方业务理解、1个可验证能力、交期、样品提供方式
3. 将结果填写到「examples/b2b-supply.md」或对应记录表，并按“10封有对象的外联记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 10封有对象的外联记录

卡住怎么办： 无人回复则优化客户匹配而非扩大群发

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

15-04 设计报价和合同信息

目标： 减少交付纠纷

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开B2B出口演练，先确认工厂实际可供的品类、起订量、样品和资质。
2. 写Incoterms、MOQ、支付节点、打样确认、质检、争议处理
3. 将结果填写到「examples/b2b-supply.md」或对应记录表，并按“完整报价单模板”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 完整报价单模板

卡住怎么办： 谈不拢履约责任就不报价成交

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 2张采购商画像（15-01）
- [ ] 英文一页纸+样品目录（15-02）
- [ ] 10封有对象的外联记录（15-03）
- [ ] 完整报价单模板（15-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 17

16 · TikTok/短视频获客

原始资料：chapters/16.md

> 短视频的任务是解释为什么买，不是把播放量当成交。

本章阶段： 获客
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

16-01 确认平台地区/资质

目标： 只使用可实际运营的渠道
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表；先保存目标国家的真实视频链接和平台当前商业准入入口。
2. 核对TikTok Shop/社媒商业账号当地准入、商品类目、发货和广告规则
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“可经营渠道核验表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可经营渠道核验表

卡住怎么办： 无法入驻Shop就将短视频用于独立站引流

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

16-02 找到20条真实受欢迎视频

目标： 观察消费动机
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表；先保存目标国家的真实视频链接和平台当前商业准入入口。
2. 搜同目标国类似产品、保存发布时间与创意结构，不搬运镜头
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“20条竞品视频观察表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 20条竞品视频观察表

卡住怎么办： 播放未知不推测销量

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

16-03 生成5条钩子并实拍

目标： 把卖点讲清楚
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表；先保存目标国家的真实视频链接和平台当前商业准入入口。
2. 制作演示/对比/教程/场景/问答五类15秒脚本，真人/真实产品可拍
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“5条原创视频素材”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 5条原创视频素材

卡住怎么办： 没有产品真相就删掉夸张脚本

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

16-04 设置带来源的链接

目标： 知道内容是否带来购买
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表；先保存目标国家的真实视频链接和平台当前商业准入入口。
2. 为每条渠道配置不同UTM，记录点击、加购与订单
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“链接与渠道归因表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 链接与渠道归因表

卡住怎么办： 平台不支持直接外链则用允许的入口

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 可经营渠道核验表（16-01）
- [ ] 20条竞品视频观察表（16-02）
- [ ] 5条原创视频素材（16-03）
- [ ] 链接与渠道归因表（16-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 18

17 · Google搜索与SEO

原始资料：chapters/17.md

> 当用户已在搜索问题时，优质答案比泛流量值钱。

本章阶段： 获客

本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

17-01 挖出30个长尾词

目标： 对准具体购买需求

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从Prompt工具包第12条开始，记录真实搜索建议和Q&A原文来源。
2. 按用途+规格+人群+问题搜目标国真实搜索建议、Q&A

3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“关键词表30条含来源”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 关键词表30条含来源

卡住怎么办： 不能仅采信AI想象出来的搜索量

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

17-02 划分购买意图

目标： 避免教程流量不买单
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从Prompt工具包第12条开始，记录真实搜索建议和Q&A原文来源。
2. 将关键词分信息/比较/购买意图，优先制作明确购买场景页
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“关键词意图标注”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 关键词意图标注

卡住怎么办： 没有商品与需求对应则不做该词

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

17-03 写1篇实测比较页

目标： 提供购买前真正有用的信息

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从Prompt工具包第12条开始，记录真实搜索建议和Q&A原文来源。
2. 从真实样品与竞品参数做对比、插原创照片和常见问答
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“可公开比较文章1篇”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可公开比较文章1篇

卡住怎么办： 无可证实数据就删掉排名与性能宣称

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

17-04 接入搜索观测

目标： 测曝光到订单全过程

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从Prompt工具包第12条开始，记录真实搜索建议和Q&A原文来源。
2. 合法配置Search Console/Analytics或平台统计，记录搜索词、点击、订单
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“首周数据表和改动记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 首周数据表和改动记录

卡住怎么办： 未收录先排查索引可访问与站点设置

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 关键词表30条含来源（17-01）
- [ ] 关键词意图标注（17-02）
- [ ] 可公开比较文章1篇（17-03）
- [ ] 首周数据表和改动记录（17-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 19

18 · 广告小额验证

原始资料：chapters/18.md

> 投放是购买反馈，不是购买确定收入。

本章阶段： 获客
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

18-01 设计最小广告实验

目标： 提前定义唯一变量
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表，先写本次测试的单一变量、费用上限和停投条件。
2. 确定商品、目标国、单组素材、预算封顶、目标行为、停止规则
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“实验卡和预算上限”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 实验卡和预算上限

卡住怎么办： 无利润上限则不投放

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

18-02 核算可承受CPA

目标： 保证广告成本有边界
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表，先写本次测试的单一变量、费用上限和停投条件。
2. 从网站计算器得到每单非广告贡献，再扣目标利润得CPA上限
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“计算器输出截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 计算器输出截图

卡住怎么办： CPA上限小于等于0则先改商品

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

18-03 按预设阈值做复盘

目标： 避免随手改造成无法归因
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表，先写本次测试的单一变量、费用上限和停投条件。
2. 记录花费、展示、点击、加购、订单、归因窗口
3. 先排查事件回传
4. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“广告日报和问题列表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 广告日报和问题列表

卡住怎么办： 没有订单不要过早宣称广告无效

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

18-04 停掉不成立的投放

目标： 按利润而不是情绪决策
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开广告实验表，先写本次测试的单一变量、费用上限和停投条件。
2. 超过预设损失上限或利润不可持续时暂停，写下下一次要改变的变量
3. 将结果填写到「templates/ad-experiments.csv」或对应记录表，并按“停止报告/复盘卡”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 停止报告/复盘卡

卡住怎么办： 测试样本小则保留未知，不强行推出胜负

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 实验卡和预算上限（18-01）
- [ ] 计算器输出截图（18-02）
- [ ] 广告日报和问题列表（18-03）
- [ ] 停止报告/复盘卡（18-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 20

19 · 邮件和复购

原始资料：chapters/19.md

> 只有先完成交付和客户同意，复购才值得讨论。

本章阶段： 增长
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

19-01 设计订单确认邮件

目标： 减少售后咨询
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服记录表，根据商店真实的物流、退货和订阅政策整理已知事实。
2. 包含订单摘要、预计时效、跟踪、联系方式，不用假紧迫性

3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“中英文邮件模板”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 中英文邮件模板

卡住怎么办： 时效不明就给范围而非绝对到货日

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

19-02 建立合法订阅机制

目标： 先确认用户授权
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服记录表，根据商店真实的物流、退货和订阅政策整理已知事实。
2. 在目标国家核对许可/退订要求，保存订阅来源与退订入口
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“真实可测试订阅表单”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 真实可测试订阅表单

卡住怎么办： 没有同意记录不群发

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

19-03 设置补货与售后触发

目标： 以合理消费周期联系客户

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服记录表，根据商店真实的物流、退货和订阅政策整理已知事实。
2. 按产品真实复购周期设置提醒，避免频繁骚扰
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“3条自动化邮件规则”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 3条自动化邮件规则

卡住怎么办： 无法确定周期就先发售后满意度调查

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

19-04 衡量毛利而非邮件归因炫耀

目标： 避免重复计算销售贡献

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服记录表，根据商店真实的物流、退货和订阅政策整理已知事实。
2. 对比整体增量订单、折扣、退订、退款，不把工具归因营收当净利润
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“留存复盘表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 留存复盘表

卡住怎么办： 没有对照组则标注为观察

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 中英文邮件模板（19-01）
- [ ] 真实可测试订阅表单（19-02）
- [ ] 3条自动化邮件规则（19-03）
- [ ] 留存复盘表（19-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 21

20 · 客服、退款与差评

原始资料：chapters/20.md

> 差评本身是一份免费的产品研发报告。

本章阶段： 增长
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

20-01 建立英文客服回复库

目标： 减少回复时间但保留人工判断
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服表，按订单匿名编号记录真实问题、承诺与处理状态。
2. 针对延迟、尺码、破损、退款、错件做五套回复

3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“5条双语回复模板”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 5条双语回复模板

卡住怎么办： 争议订单以真实订单事实优先

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

20-02 设置48小时内初步响应目标

目标： 建立可以履行的服务承诺
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服表，按订单匿名编号记录真实问题、承诺与处理状态。
2. 分级处理订单失联、支付争议、一般咨询，记录处理负责人
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“客服SLA与工单表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 客服SLA与工单表

卡住怎么办： 人手不足调整承诺，不虚假宣称7x24

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

20-03 逐条分析退货原因

目标： 把售后问题回流到选品

预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服表，按订单匿名编号记录真实问题、承诺与处理状态。
2. 记录尺寸不合、质量、延误、预期落差、损坏，按原因统计
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“退款原因分类数据”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 退款原因分类数据

卡住怎么办： 无明确原因联系客户核实

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

20-04 做月度商品淘汰

目标： 减少隐性亏损

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开客服表，按订单匿名编号记录真实问题、承诺与处理状态。
2. 商品退款率与质量问题超预设线时暂停推广，查样品和供应链
3. 将结果填写到「templates/customer-support.csv」或对应记录表，并按“SKU去留记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： SKU去留记录

卡住怎么办： 质量不稳先退款/补发再谈拉新

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 5条双语回复模板（20-01）
- [ ] 客服SLA与工单表（20-02）
- [ ] 退款原因分类数据（20-03）
- [ ] SKU去留记录（20-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 22

21 · 数据看板与复盘

原始资料：chapters/21.md

> 只追踪能改变决策的数字。

本章阶段： 增长
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

21-01 定义每日10个指标

目标： 区分流量、成交与利润
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开周KPI表，只录入平台可导出、自己能对账的实际订单和成本。
2. 记录访客、详情浏览、加购、结账、支付、成交额、广告、变动成本、退款、净贡献

3. 将结果填写到「templates/weekly-kpi.csv」或对应记录表，并按“每日指标CSV至少7行”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 每日指标CSV至少7行

卡住怎么办： 统计口径不一致先统一定义

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

21-02 计算关键转化率

目标： 找到损失最大环节
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开周KPI表，只录入平台可导出、自己能对账的实际订单和成本。
2. 计算商品页到加购、结账到支付、访问到购买、单笔贡献
3. 将结果填写到「templates/weekly-kpi.csv」或对应记录表，并按“漏斗指标表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 漏斗指标表

卡住怎么办： 某指标无法测得就标缺失

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

21-03 复盘1次真实订单

目标： 让现金流说话
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开周KPI表，只录入平台可导出、自己能对账的实际订单和成本。
2. 把订单收入、供应商付款、支付费用、运费、退款预留逐项对账
3. 将结果填写到「templates/weekly-kpi.csv」或对应记录表，并按“真实订单利润拆解（隐去隐私）”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 真实订单利润拆解（隐去隐私）

卡住怎么办： 发现手续费漏计则修全历史模型

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

21-04 每周只改1-2项

目标： 检验措施是否有效
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开周KPI表，只录入平台可导出、自己能对账的实际订单和成本。
2. 只改变图片或价格或物流时效一个因素，记录前后差异和样本量
3. 将结果填写到「templates/weekly-kpi.csv」或对应记录表，并按“周复盘与下一周假设”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 周复盘与下一周假设

卡住怎么办： 同改多项就无法判断谁起作用

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 每日指标CSV至少7行（21-01）
- [ ] 漏斗指标表（21-02）
- [ ] 真实订单利润拆解（隐去隐私）（21-03）
- [ ] 周复盘与下一周假设（21-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 23

22 · AI协作与自动化

原始资料：chapters/22.md

> 先让AI处理重复文本，再让程序处理重复数据。

本章阶段： 增长
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

22-01 建立可审计Prompt

目标： 保证AI知道不能编造
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Prompt工具包，准备真实素材、授权范围和需人工审批的发布清单。
2. 使用商品事实表、官方来源与输出格式
3. 要求未知项不补全
4. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“可复用Prompt与事实输入”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可复用Prompt与事实输入

卡住怎么办： 输出没有证据就标未知

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

22-02 批量生成草稿但抽检

目标： 避免错误规模化
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Prompt工具包，准备真实素材、授权范围和需人工审批的发布清单。
2. 每次生成5份标题/邮件，只审查合格后进入发布队列
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“人工复核表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 人工复核表

卡住怎么办： 出错超过阈值就缩小批次

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

22-03 自动汇总订单CSV

目标： 减少手工录入错误
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Prompt工具包，准备真实素材、授权范围和需人工审批的发布清单。
2. 导出平台允许的订单数据，去隐私后做SKU级日报
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“可复算日报表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 可复算日报表

卡住怎么办： 不把API凭证上传给AI或公开仓库

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

22-04 设置人工批准关口

目标： AI不代替商家负责

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开Prompt工具包，准备真实素材、授权范围和需人工审批的发布清单。
2. 订单退款、广告加预算、定价大改、公开发布均需人工确认
3. 将结果填写到「templates/prompts.md」或对应记录表，并按“审批清单”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 审批清单

卡住怎么办： 审批人不在时暂停高风险动作

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 可复用Prompt与事实输入（22-01）
- [ ] 人工复核表（22-02）
- [ ] 可复算日报表（22-03）
- [ ] 审批清单（22-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 24

23 · 三条实战演练

原始资料：chapters/23.md

> 案例必须能看见每一步，而不只是最终结果。

本章阶段： 实践
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

23-01 演练A：POD宠物礼物

目标： 验证无库存路径
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从三份完整实战演练中选一份，先标记哪些资料为模拟、哪些是真实报价和用户反馈。
2. 按examples/pod-pet-gift.md逐项填写需求、样品、支付、物流、利润
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“完整演练报告”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 完整演练报告

卡住怎么办： 若主体不符合支付要求，停在资格核验

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

23-02 演练B：Amazon家居SKU

目标： 验证平台开店路径
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从三份完整实战演练中选一份，先标记哪些资料为模拟、哪些是真实报价和用户反馈。
2. 按examples/amazon-home.md完成注册资料模拟、竞品、报价、FBA/FBM比较
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“入驻资格和单位经济模型”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 入驻资格和单位经济模型

卡住怎么办： 审核未通过不发货

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

23-03 演练C：B2B采购线索

目标： 验证询盘路径
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从三份完整实战演练中选一份，先标记哪些资料为模拟、哪些是真实报价和用户反馈。
2. 按examples/b2b-supply.md做客户名单、RFQ、英文能力页与报价
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“10份个性化外联草稿”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 10份个性化外联草稿

卡住怎么办： 没有真实交付能力不发商务承诺

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

23-04 复盘演练结果

目标： 区分演练和真实订单

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 从三份完整实战演练中选一份，先标记哪些资料为模拟、哪些是真实报价和用户反馈。
2. 记录证据、假设、未完成项、下一步以及是否真有回款
3. 将结果填写到「examples/pod-pet-gift.md」或对应记录表，并按“演练评估表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 演练评估表

卡住怎么办： 无实单不能填收入数字

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 完整演练报告（23-01）
- [ ] 入驻资格和单位经济模型（23-02）
- [ ] 10份个性化外联草稿（23-03）
- [ ] 演练评估表（23-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 25

24 · 30天冲刺与持续迭代

原始资料：chapters/24.md

> 30天的成果是跑通可核验的链路，不是保证赚到钱。

本章阶段： 实践
本章验收： 完成以下 4 项操作并保存实际证据，至少明确一个未经验证的假设。

开始之前

在模板中填写日期、经营主体所在地、销售市场和预算上限。本文为执行方法，平台资格、税务、进口政策和费用以相应官方原始资料为准。

24-01 执行前7天的入场测试

目标： 优先完成不可跳过条件
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开30天任务CSV，从当天实际资料与证据缺口出发，不把模拟订单写成实收。
2. 完成主体资格、市场、需求、竞品、成本初表
3. 将结果填写到「templates/30-day-plan.csv」或对应记录表，并按“第一周通过/待补/失败记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 第一周通过/待补/失败记录

卡住怎么办： 任何资格不满足就停在验证阶段

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

24-02 第8-14天取得样品和报价

目标： 用实际信息代替幻想
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开30天任务CSV，从当天实际资料与证据缺口出发，不把模拟订单写成实收。
2. 拿供应商书面报价、试发货、成本试算、生成商品详情草稿
3. 将结果填写到「templates/30-day-plan.csv」或对应记录表，并按“样品与利润双验收”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 样品与利润双验收

卡住怎么办： 无法发样可先完成模拟但不能宣称上架可卖

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

24-03 第15-21天跑通购买链路

目标： 只试一个商品
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开30天任务CSV，从当天实际资料与证据缺口出发，不把模拟订单写成实收。
2. 完成商品页、支付测试、物流配置、一个合法获客渠道
3. 将结果填写到「templates/30-day-plan.csv」或对应记录表，并按“店铺和结账测试报告”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 店铺和结账测试报告

卡住怎么办： 购买链路没通不投广告

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

24-04 第22-30天判断保留或退出

目标： 看净贡献和真实反馈
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 进阶

照着操作：

1. 打开30天任务CSV，从当天实际资料与证据缺口出发，不把模拟订单写成实收。
2. 根据流量、询盘、真实订单、退货、现金占用做Go/Pivot/Stop
3. 将结果填写到「templates/30-day-plan.csv」或对应记录表，并按“第30天复盘和下一轮验证目标”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 第30天复盘和下一轮验证目标

卡住怎么办： 没有数据就选择延长验证而不是伪造增长

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

本章结束时必须留下的文件

- [ ] 第一周通过/待补/失败记录（24-01）
- [ ] 样品与利润双验收（24-02）
- [ ] 店铺和结账测试报告（24-03）
- [ ] 第30天复盘和下一轮验证目标（24-04）

如果缺少客户需求、付款通道、真实供应商报价或履约能力，不进入投放与大额备货。继续下一章前先修正证据缺口。

导航： 返回首页 · 30 天实操计划 · 规则与证据

CHAPTER 26

开店资格、收款和商品准入｜零基础一步步操作

原始资料：playbooks/01-eligibility.md

> 确认主体身份、目标销售国、平台入驻资格、结算通道、税务及商品准入；每项保存官方页链接与查询日期。

先准备什么

- 建立一个项目文件夹，内含本章原始证据、输入假设、已完成表格、截图和下一步决策。
- 在任何付费工具和投流前，记录最坏可承受损失与验证资金上限。
- 对真实规则、平台展示、实际订单和教学假设使用不同标签，不混淆来源。

操作清单（按先后执行）

02-01 中国大陆Amazon入驻核对

目标： 确定资料完整性

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 按Amazon中国卖家官方指南核对营业执照、法人身份证、可支付国际卡、收款银行与地址
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“材料清单及缺口项”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 材料清单及缺口项

卡住怎么办： 验证失败先补材料，不购买来历不明卖家账号

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-02 Shopify收款资格核对

目标： 保证能做收款测试
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 查看Shopify Payments中国早期开放资格、第三方提供商与费用

3. 区分大陆/香港
4. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“支付通道书面可用证据”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 支付通道书面可用证据

卡住怎么办： 无可用通道则不要买主题或投广告

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-03 Etsy/TikTok适用性核验

目标： 杜绝不支持地域开店
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. Etsy核验中国大陆新店限制
3. TikTok Shop使用经营所在地官方入驻入口核验，不靠中介口径
4. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“平台可/不可用记录与截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 平台可/不可用记录与截图

卡住怎么办： 不支持时选其他合规路径，禁止借壳注册

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

02-04 国家合规速查

目标： 先知道产品能否卖
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开官方规则索引，确认经营主体所在国家、目标销售国及拟选平台；按日期保存官方资格页。
2. 选美国或欧盟一个市场，查品类销售/材质/标签/进口要求，记录需进一步确认事项
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“一页国别-品类准入表”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 一页国别-品类准入表

卡住怎么办： 复杂监管品类（食品、儿童、医疗）先换低风险品类

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-01 核对SKU品类管制

目标： 避开潜在不可售商品

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 按销售国家检索官方品类规定、认证要求、标签、安全标识
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“SKU合规矩阵”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： SKU合规矩阵

卡住怎么办： 不明朗时换普通低监管品类

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-02 核对商标与内容版权

目标： 避免拿别人的品牌做生意

预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 查询拟用品牌名与设计是否存在冲突，不使用无授权商标/角色/照片
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“商标与素材授权记录”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 商标与素材授权记录

卡住怎么办： 查不到授权默认不得商用

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-03 确定关税/增值税口径

目标： 让报价能够落地
预计耗时： 40 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 确认申报价值、HS编码、原产地、DDP/DDU责任、进口VAT适用情形

3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“成本表中各项税费来源”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 成本表中各项税费来源

卡住怎么办： 税务条件复杂时找专业服务者核验后才报价

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

08-04 核对美国与欧盟规则

目标： 筛掉明显违规上市
预计耗时： 25 分钟 · **优先级：** 必须

照着操作：

1. 打开目标国官方法规或平台规则入口，对应品类建立“已核实/未知/不适用”三栏。
2. 欧盟一般产品安全规则、美国产品安全与进口要求以适用官方页核验
3. 将结果填写到「research/sources.md」或对应记录表，并按“国别合规检查截图”逐项验收；每一条外部事实附原始网址/沟通记录，未知项保留待核查。

可用资料： 打开模板/入口 · 详细操作

完成标准： 国别合规检查截图

卡住怎么办： 儿童、食品、医药等先不纳入新手路线

证据性质： 可复现的操作建议（非平台政策）。记录原始来源，不将教学演练当作成交证明。

一次完整验证如何留证据

字段	应填写内容
本次要判断的问题	一句话，能作出 Go / Pivot / Stop 决定
目标客户和市场	国家、细分人群、购买场景
原始证据	客户回复、报价、订单或官方规则原文
假设成本	逐项列出，不能当作供应商报价
实际成本	结算截图/账单，有日期与币种
AI 做了什么	输入、提示词、输出、人工复核点
结果与下一次动作	继续 / 调整 / 暂停，负责人和截止时间

常见失败与处理

没有支付资格： 换可用的合规平台或服务路径，不购买非正规账号。
看到热门商品： 先证明自己能以合理成本获取客户，而不是先囤货。
利润为正但现金不够： 缩小样品/试单规模，记录首批资金与到账周期。
AI 输出与商品不符： 删除不实宣传、重新核对供应商文件和样品。
样本太小： 保留未知，不把一次接单外推成稳定增长。

本章完成条件

- [ ] 材料清单及缺口项
- [ ] 支付通道书面可用证据
- [ ] 平台可/不可用记录与截图
- [ ] 一页国别-品类准入表
- [ ] SKU合规矩阵
- [ ] 商标与素材授权记录
- [ ] 成本表中各项税费来源
- [ ] 国别合规检查截图

没有原始凭据的记录只能标记为「待验证」。如果未完成，返回 首页，在操作卡中检索这一环节。

真实案例 · 来源核查 · 返回 README

CHAPTER 27

演练 C｜Amazon 家居类单 SKU 研究

原始资料：examples/amazon-home.md

这是选品、准入和成本演练，未曾创建店铺、投广告或接收付款。

资格检查

打开 Amazon 当前官方卖家准入、品类限制、费用页面，填写具体主体、市场、配送方式和支付验证结果。完成之前不采购库存。

需求和竞争

选择单一非高危家居场景，记录 10 个实际销售页面的总价格、配送、材质、尺寸、评价与差评。注意类目限制和知识产权声明。

商品与样品

同规格找至少两家供应商拿实际报价，记录 MOQ、生产周期和检查证据。拿到样品后比较实际材质与宣传事实。

单位经济性

商品到手价 − 佣金 − FBA 或自配送 − 采购 − 进口税费 − 退货 − 广告 = **单订单贡献**。必须按真实履约方式取费，不能把不同收费方案叠加。

实验条件

产品符合平台准入、支付成功、商品宣传真实、完成现金压力测试，才开始小规模流量实验。若类目需要额外审核，按官方状态记录，不能默认为可上架。

最终提交 SKU 测试表 与 第一单实验计划。

CHAPTER 28

演练 B｜AI 协助中国供应链做海外 B2B

原始资料：examples/b2b-supply.md

教学演练；示例没有真实客户、询盘或合同。 有实际工厂与履约能力者更适合走此路。

供应能力先行

填写真实企业、所在地、SKU、材质、MOQ、交期、包装、认证、质检方法。没有取得的认证绝不填写已取得。

先研究一个行业

假设品类为家居收纳配件、目标国为美国。列出至少 10 家有此品类销售的企业，使用公开官网和采购页面核对。AI 仅归纳网页，不要编造采购量或采购经理身份。

发送符合事实的英文询问

Subject: Custom storage accessory sample inquiry

Hi Purchasing Team,

I noticed your store carries [verified product category]. Our verified manufacturing capabilities cover [actual material and process]. We can provide a specification sheet and written sample quotation for your review. Would it be useful if I sent the details?

Best,
[Real company]

报价与现金

使用 供应商询价单，明确包装、贸易术语、付款、国际运输责任和适用认证。合同金额、实际支付、出货和到手利润逐项记录。

指标

10 家相关企业（研究目标）→ 实际回复 → 合格询盘 → 样品申请 → 书面订单 → 已付款 → 已交付。任何阶段不得以目标值代替实际值。

交付物： 买家线索表 + 真实规格页 + RFQ + 已核实的报价，不保证成交。

CHAPTER 29

第一批 100 个真实访客｜可执行获客实验

原始资料：examples/first-100-visitors.md

100 是实验设计的观察目标，不是已达到的数据，也不是转化率承诺。

目的

比起空转广告账户，先证明有人愿意访问一个能实际履约的商品页，并区分点击、咨询和付款。

具体实施

1. 明确一个目标国家、一个使用场景和一个商品。
2. 确保落地页真实：材质、价格、含税费/运费、交付日期与退款政策。
3. 做 3 条不同角度的真实商品内容：问题、实际使用、送礼场景。
4. 给每条内容独立 URL 参数和内容编号，不虚构真实流量。
5. 先用自然渠道观察；如果决定付费，要设置每日与总预算上限。
6. 在 漏斗表 记录用户来源、真实访问、加购、付款数。
7. 完成测试后记录客户最常提的问题，判断继续/调整/停止。

验收

- [ ] 追踪 URL 实际可访问。
- [ ] 确保测试账号订单不会被误算成真实收入。
- [ ] 有真实流量或明确记录流量为 0 的复盘。
- [ ] 已分开记录浏览、加购、付款、实际结算。
- [ ] 已记录下一实验唯一变化。

结果为零时也算完成一次有证据的验证，不允许购买假数据。

CHAPTER 30

从零到第一单｜全过程干跑（虚构教学演练）

原始资料：examples/first-order-dry-run.md

没有真实交易，买家、订单、成本均为教学假设。 本例教你搜集实际证据，不把模拟结果说成真实成交。

场景

目标市场：美国；品类：原创宠物主题帆布包；销售假设价格 $39。主体、平台资格、收款通道、商品合规和物流都需要实际验证。

阶段	操作	验收凭据	当前状态
市场	30 条原始评论、5 次用户访谈	URL / 访谈记录	待执行
竞品	10 个可购买竞品	真实价格、物流、评价	待执行
供应商	至少两家询价与样品	报价书、规格和样品照	待执行
收款	合法账户和实际结算测试	后台确认及打款记录	未验证（阻塞）
商品页	真实规格、图片和售后说明	草稿与事实核对	可先制作草稿

阶段	操作	验收凭据	当前状态
获客	三条内容与带参数链接	可追踪实际访问	未执行
订单	用户付款、履约、实际结算	脱敏订单与对账	0 笔
复盘	贡献利润和现金压力	实际账单和计算记录	当前只可做假设模型

模拟报价（不是利润事实）

项目	USD/单（教学假设）
售价	39.00
商品	-11.00
国际/末端配送	-8.00
进口关税及税费准备	-1.50
假设平台费 8%	-3.12
假设支付费 3.2% + 0.30	-1.55
退款损失储备 5%	-1.95
汇兑费用	-0.50
广告获客	-7.00

项目	USD/单（教学假设）
广告后订单贡献	**+4.38**

如果广告费每单增加 $5，则单笔贡献为 **−$0.62**。这一结果不包括固定费用、企业所得税、人力和全部现金资金占用。

使用 利润计算器、现金计算器 和 样本 JSON 修改假设。

成为真实第一单的必要条件

- [ ] 官方资格核验通过且合法付款测试完成。
- [ ] 保存买家真实付款凭据（脱敏）。
- [ ] 保存履约交付和跟踪记录（脱敏）。
- [ ] 区分买家付款与平台向商家实际结算。
- [ ] 使用真实发票和账单重算贡献。
- [ ] 把实际订单和现金记录写入 第一单证据表。

当前尚未发生真实交易，任何人引用本样例都不能称已实现收入。

CHAPTER 31

演练 A｜宠物纪念礼品 POD（原创样例）

原始资料：examples/pod-pet-gift.md

完全虚构的教学项目，非真实商品或真实成交。

1. 选场景

假设用户购买宠物名字纪念杯送朋友。市场设定北美，不代表真实需求已验证。先抓取允许公开查看的真实评价并记录 URL，按生日、纪念日、宠物领养分组。

2. 查准入

经营主体、收款支付商、POD 品类和材质食品接触安全要求必须由官方核对。不支持开户时直接停在研究阶段。

3. 查商品与供应商

- 比较两家实际 POD 报价：材料、容量、打样、定制工艺、破损赔付、交付地区。
- 不使用未经授权的卡通形象和商标。
- 有样品后才拍真实效果图，不靠 AI 捏造实物细节。

4. 报价和模型

可参照 模拟利润算例 与 利润工具 输入实际报价。演练数字并非真实利润。

5. 首批流量

发布真实实物短视频；对照一张自然场景照片和一张产品特写。跟踪有效访问、询盘、加购、已付款订单而非只看播放量。

6. 失败怎么复盘

没订单时依次确认：国家能结算、客户看懂实物与交期、到手价合理、商品独特性足够。按一变量原则修改。

输出： 需求证据 30 条、竞品记录 10 条、供应商报价两份、一个样品、一个测试页及 实验记录。

CHAPTER 32

25 个有出处的跨境电商案例

原始资料：research/cases.md

类别区分「明确 AI 实证」「跨境商业模式」「失败复盘」，平台品牌披露不等于独立审计。

1. Oneisall｜亚马逊广告AI创意

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 中国宠物用品品牌使用AI生成符合国家与细分受众的广告素材；案例报告2025年英国销售额同比增长超过50%、ACOS同比下降22%。

可复用动作： 只借鉴真实商品图+创意变体+A/B测试，不把总体增长全部归因AI。

证据局限： 平台与品牌披露，非独立财务审计

原始链接： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/oneisall
核验日期： 2026-11-05

2. Gala｜AI诊断广告和销售问题

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： Amazon案例称使用Ask AI及广告、零售数据联动定位价格、CPC和CTR问题；前3个月诊断时间下降93%，拖把品类销售提高53%。

可复用动作： 每天区分库存、价格、广告和转化，再谈优化。

证据局限： 平台与服务商联合案例，具体基线需看原文

原始链接： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/atom11-gala
核验日期： 2026-11-05

---

3. MAM Baby｜AI视频广告对照测试

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊案例中AI视频相对传统创意带来39%更多加购动作、28%更低单次加购成本。

可复用动作： 先统一受众和归因，再比较素材版本。

证据局限： 平台案例，特定受众和活动期结果

原始链接： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/mam-and-remazing
核验日期： 2026-11-05

---

4. Cuisinart｜AI视频缩短制作周期

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊案例报告AI视频相对传统视频带来详情页浏览率高18个百分点、单次详情页浏览成本低14%。

可复用动作： 同一产品做AI/传统两版广告素材测点击后行为。

证据局限： 平台案例，未证明净利润增幅

原始链接： https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/cuisinart-and-global-overview/
核验日期： 2026-11-05

5. Wind River Chimes｜AI素材与全渠道归因

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊案例称AI创意与受众优化组合获得76.2%的新客购买占比，搜索展示减少时广告收入仍增长9.3%。

可复用动作： 按新客比例、销售和支出一起看，而非只看CTR。

证据局限： 平台联合案例，有多因素同时变化

原始链接： https://advertising.amazon.com/en-gb/library/case-studies/intentwise-wind-river-chimes-full-funnel
核验日期： 2026-11-05

6. Tata Harper｜AI优化订阅弹窗

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： Klaviyo案例称AI测试20种弹窗展示方式，30天后邮件和短信提交量比前30天提高65%以上。

可复用动作： 做好同意机制、表单A/B与后续订阅质量核查。

证据局限： 工具供应商案例，表单增长不等于订单增长

原始链接： https://www.klaviyo.com/blog/tata-harper-ai-signup-optimization
核验日期： 2026-11-05

7. Svenfish｜AI受众细分与邮件

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： Klaviyo案例称年初至今70%电商收入归因到Klaviyo，其中其归因收入82%使用过至少一种AI能力。

可复用动作： 高频通知应按品类与顾客习惯分段。

证据局限： 供应商归因口径，不等于AI创造全部收入

原始链接： https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/svenfish
核验日期： 2026-11-05

8. DKNY｜AI辅助邮件效率

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： Klaviyo客户案例报告邮件发送总量同比下降24%，点击率同比上升8%（案例统计窗）。

可复用动作： 用更少、更相关的邮件对比用户反馈。

证据局限： 供应商案例，非小白起步样本

原始链接： https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/dkny
核验日期： 2026-11-05

9. Hisense Mexico × EPA｜AI生成本地创意

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊案例报告创意版本从1-2版增加至最多7版，CTR增长50%、ROAS增长48%、ACOS下降32%。

可复用动作： 本地化、素材版本、目标市场在广告测试表里分列。

证据局限： 平台与代理商案例，具体2025年市场

原始链接： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/hisense-mexico-and-epa
核验日期： 2026-11-05

10. FyterTech × Onkata｜AI加速广告图生成

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊案例称每个新SKU节省8小时创意制作，素材数量增至以往3倍。

可复用动作： 用时间成本和被审核通过的有效素材数衡量AI价值。

证据局限： 服务商与平台提供的业务数据

原始链接： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/fytertech-and-onkata
核验日期： 2026-11-05

11. eos｜AI优化跨品类广告

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： 亚马逊广告案例称2026年新品体香喷雾发布使用Skai AI驱动优化，在首个完整月取得Amazon #1 Best Seller排名和12倍ROAS。

可复用动作： 成名品牌+平台广告能力不等于零基础新店复制路径。

证据局限： 平台与代理商案例，非独立ROAS核验

原始链接： https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/tinuiti-skai-eos-category-launch
核验日期： 2026-11-05

12. Boost Oxygen｜AI视频广告制作

分类： AI实证 · **AI 使用证据：** 已确认

发生了什么： Amazon Ads案例披露AI视频与传统素材比较，品牌搜索高20%、详情浏览高13%、新客销售高12%。

可复用动作： 把制作周期和购物行为作为对照指标。

证据局限： 平台案例，2026年广告活动

原始链接： https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/boost-oxygen/
核验日期： 2026-11-05

13. Gymshark｜垂直人群品牌

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify介绍英国健身品牌早期从车库起步，FY2018收入1.28亿美元，靠精准健身受众与社群传播增长。

可复用动作： 先明确受众，再讨论批量采购。

证据局限： 历史品牌案例，不是AI创业案例

原始链接： https://www.shopify.com/enterprise/blog/gymshark-global-multi-channel
核验日期： 2026-11-05

14. Actively Black｜先建设受众后卖商品

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： 创始人在Shopify自述品牌发布前建立约2.3万人受众，首日营收5.5万美元、首年200万美元。

可复用动作： 在付费推广前验证有认同感的受众与需求。

证据局限： 创始人自述；2025发表，非独立审计

原始链接： https://www.shopify.com/ca/blog/actively-black-breakdown-for-building-a-brand
核验日期： 2026-11-05

15. Bala Bangles｜细分产品差异化

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify采访称创始人从瑜伽场景发现脚腕/手腕负重带设计机会，通过Kickstarter、媒体关注发展，不依赖早期付费广告。

可复用动作： 找出产品独特体验，而非仅把同款价格压低。

证据局限： 历史创始人采访；未披露可复制ROI

原始链接： https://www.shopify.com/blog/bala-organic-marketing
核验日期： 2026-11-05

16. Birdy Grey｜社交内容与用户反馈

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify访谈称Birdy Grey多年累计收入超过1亿美元，早期用低额Instagram广告测试，持续根据用户反馈改产品。

可复用动作： 集中一个高频需求再延展SKU。

证据局限： 创始人及平台案例，不能推导新手回报

原始链接： https://www.shopify.com/blog/building-a-100m-brand-one-bridesmaid-dress-at-a-time-22
核验日期： 2026-11-05

17. Jolie Noire｜按需印刷品牌

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Printful介绍Kimberly与Keyondra Lockett姐妹2019年创立Jolie Noire电商品牌，围绕社群文化构建产品。

可复用动作： POD仍然需要差异化设计、用户关系和真实履约。

证据局限： POD供应商宣传故事，没披露核验利润

原始链接： https://www.printful.com/customers
核验日期： 2026-11-05

18. Claudine Hellmuth｜Etsy数字下载

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Etsy官方指南记载Claudine 2011年开始在平台销售自己设计的可打印礼盒模板。

可复用动作： 数字产品适合研究，但中国大陆新卖家当前不能新开Etsy店。

证据局限： Etsy官方访谈，无收益数据

原始链接： https://www.etsy.com/seller-handbook/article/47330319230
核验日期： 2026-11-05

19. Bluedio｜从代工到海外品牌

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Amazon全球开店页面记录深圳Bluedio过去制造别人的产品，2013年开始直接向国际消费者销售。

可复用动作： 已有工厂/产品优势者可以测试品牌出口。

证据局限： 平台商家自述，未独立核验盈利

原始链接： https://sell.amazon.com/global-selling/case-studies
核验日期： 2026-11-05

20. Spigen｜单点海外扩张

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Amazon全球开店案例中Spigen代表自述曾连续五年实现107%的同比增长。

可复用动作： 大品牌的历史增长不是当前利润率或新手常态。

证据局限： 平台客户证言，没有公开完整计算底稿

原始链接： https://sell.amazon.com/global-selling/case-studies
核验日期： 2026-11-05

21. KASH Beauty｜跨国本地化

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify案例记载品牌利用不同国家本地语言、货币和营销触达拓展市场。

可复用动作： 进新国家先验证语言、货币、运费，而非复制同一页面。

证据局限： Shopify案例，站点跨国效果不代表净利润

原始链接： https://www.shopify.com/case-studies/kash-beauty
核验日期： 2026-11-05

22. Caitlyn Minimalist｜Etsy到自营品牌

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Klaviyo案例介绍Kate Kim从个性化项链起家，再从Etsy扩展独立电商与线下渠道。

可复用动作： 在单平台有需求后建设自有客户关系。

证据局限： 供应商案例；不声称AI驱动增长

原始链接： https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/caitlyn-minimalist
核验日期： 2026-11-05

23. Junglück｜国际化转化优化

分类： 商业模式 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify案例称德国护肤品牌迁移Shopify后收入提升7倍、客单价提升22%、转化率提升34%。

可复用动作： 先修本地体验与购买流程，不盲目增加新品。

证据局限： 供应商营销报告；迁移本身不是唯一因果

原始链接： https://www.shopify.com/case-studies/jungluck
核验日期： 2026-11-05

24. Bathorium｜大曝光不等于复购

分类： 失败复盘 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify创始人自述电视促销后2天售出约80%备货，但预期7000个新客户中只有5个回头，导致美国仓储与资金压力。

可复用动作： 先验证买家复购意愿，再对一次性流量做大额备货。

证据局限： 当事人自述的历史失败案例

原始链接： https://www.shopify.com/blog/entrepreneur-business-fails
核验日期： 2026-11-05

25. MARY YOUNG × Nordstrom｜跨国标签规则差异

分类： 失败复盘 · **AI 使用证据：** 未证实

发生了什么： Shopify创始人访谈中，Mary Young回忆向美国Nordstrom发货后，因材质标签不符合美国要求而面临全部退货、拒付压力。

可复用动作： 将标签、材质与进口合规放在采购前验收。

证据局限： 创始人叙事，具体法规需查最新官方文本

原始链接： https://www.shopify.com/blog/entrepreneur-business-fails
核验日期： 2026-11-05

CHAPTER 33

五个案例深拆：怎么把故事改成可复制实验

原始资料：research/deep-case-studies.md

1. Oneisall

公开结果： 中国宠物用品品牌使用AI生成符合国家与细分受众的广告素材；案例报告2025年英国销售额同比增长超过50%、ACOS同比下降22%。

原始来源： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/oneisall

证据限制： 平台与品牌披露，非独立财务审计。明确有 AI 使用，不等于可推导 AI 对销售的独立因果贡献。

复现实验：

1. 只选一个可验证的受众和商品。
2. 拆解案例里真正做的操作，不照搬收入数字。
3. 记录实际投入、创意或报价变体。
4. 统计真实询盘、订单、获客成本、付款状态和现金贡献。
5. 下一轮只改变一个关键变量。

边界： 只借鉴真实商品图+创意变体+A/B测试，不把总体增长全部归因AI。

2. Gala

公开结果： Amazon案例称使用Ask AI及广告、零售数据联动定位价格、CPC和CTR问题；前3个月诊断时间下降93%，拖把品类销售提高53%。

原始来源： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/atom11-gala

证据限制： 平台与服务商联合案例，具体基线需看原文。明确有 AI 使用，不等于可推导 AI 对销售的独立因果贡献。

复现实验：

1. 只选一个可验证的受众和商品。
2. 拆解案例里真正做的操作，不照搬收入数字。
3. 记录实际投入、创意或报价变体。
4. 统计真实询盘、订单、获客成本、付款状态和现金贡献。
5. 下一轮只改变一个关键变量。

边界： 每天区分库存、价格、广告和转化，再谈优化。

3. MAM Baby

公开结果： 亚马逊案例中AI视频相对传统创意带来39%更多加购动作、28%更低单次加购成本。

原始来源： https://advertising.amazon.com/library/case-studies/mam-and-remazing

证据限制： 平台案例，特定受众和活动期结果。明确有 AI 使用，不等于可推导 AI 对销售的独立因果贡献。

复现实验：

1. 只选一个可验证的受众和商品。
2. 拆解案例里真正做的操作，不照搬收入数字。
3. 记录实际投入、创意或报价变体。
4. 统计真实询盘、订单、获客成本、付款状态和现金贡献。
5. 下一轮只改变一个关键变量。

边界： 先统一受众和归因，再比较素材版本。

---

4. Cuisinart

公开结果： 亚马逊案例报告AI视频相对传统视频带来详情页浏览率高18个百分点、单次详情页浏览成本低14%。

原始来源： https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/cuisinart-and-global-overview/

证据限制： 平台案例，未证明净利润增幅。明确有 AI 使用，不等于可推导 AI 对销售的独立因果贡献。

复现实验：

1. 只选一个可验证的受众和商品。
2. 拆解案例里真正做的操作，不照搬收入数字。

3. 记录实际投入、创意或报价变体。
4. 统计真实询盘、订单、获客成本、付款状态和现金贡献。
5. 下一轮只改变一个关键变量。

边界： 同一产品做AI/传统两版广告素材测点击后行为。

---

5. Wind River Chimes

公开结果： 亚马逊案例称AI创意与受众优化组合获得76.2%的新客购买占比，搜索展示减少时广告收入仍增长9.3%。

原始来源： https://advertising.amazon.com/en-gb/library/case-studies/intentwise-wind-river-chimes-full-funnel

证据限制： 平台联合案例，有多因素同时变化。明确有 AI 使用，不等于可推导 AI 对销售的独立因果贡献。

复现实验：

1. 只选一个可验证的受众和商品。
2. 拆解案例里真正做的操作，不照搬收入数字。
3. 记录实际投入、创意或报价变体。
4. 统计真实询盘、订单、获客成本、付款状态和现金贡献。
5. 下一轮只改变一个关键变量。

边界： 按新客比例、销售和支出一起看，而非只看CTR。

CHAPTER 34

平台准入与政策复核

原始资料：research/policy-watch.md

每次开店前必须按经营主体、目的国和具体品类重新核验官方资格，不得按旧教程猜测。

事项	必须查证	原始入口
Etsy	中国大陆新开户资格	https://help.etsy.com/hc/en-us/articles/115015710408-Countries-Eligible-for-Etsy-Payments
Shopify Payments	地区资格、邀请制和替代支付提供商	https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/supported-countries
Amazon	入驻资料、品类、履约和费用	https://sell.amazon.com/pricing
美国进口	低价值商品免税政策和海关要求	https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/e-commerce
宣传、代言	广告与商业披露	https://www.ftc.gov/business-guidance/advertising-marketing
出口	市场准入和国别法规	https://www.trade.gov/

每月核查

1. 填写经营主体、国家、品类和具体收费计划。

2. 逐个访问官方页面并记录日期、URL、截图。
3. 结算通道未核实前，禁止把开店方案写成已具备收款能力。
4. 更新 payment-eligibility 表和来源清单。
5. 如果政策改变导致平台不可用，停止下游支出并重新选路线。

CHAPTER 35

首单验证实验卡

原始资料：templates/first-sale-experiment.md

> 使用前先通过平台/收款/商品准入门禁。不能在测试没跑完时宣布“成功赚钱”。

目标受众：_____ 目标国家：_____ SKU：_____
当前真实痛点与原始来源：_____

单次实验假设： 只要 _____，预期有 _____ 位真实意向客户会 _____。

实验内容：_____
投入预算上限：_____
最坏可承受损失：_____
投放/发布渠道：_____
实验日期：_____

指标	定义	实际值
曝光	平台显示数	
实际落地访问	统计系统记录	
询盘	明确询价或下单需求	
已付款订单	有实际支付凭据	
实际到账	结算通道提现或确认记录	

指标	定义	实际值
单订单贡献	减商品/履约/广告/费/退货储备	

实验后判断

继续 / 调整 / 停止：_____

最大的未知项：_____

下一次只改一个变量：_____

复制并填写 访客转化漏斗 和 第一单证据。

CHAPTER 36

跨境电商：Go / Pivot / Stop 决策表

原始资料：templates/go-no-go.md

研究日期： _____ **经营主体所在地：** _____ **目标国：** _____

先核验八个事实

- [ ] 经营主体与平台准入，官方 URL + 核验日期：_____
- [ ] 收款通道和提现，实际可用的证据：_____
- [ ] 用户画像与三个原始需求证据：_____
- [ ] 两份可核实的供应商报价：_____
- [ ] 商品、标签、知识产权与进口要求：_____
- [ ] 样品已收到、测试、拍照：_____
- [ ] 按单变动成本、退货储备、广告及税务费用：_____
- [ ] 现金占用、回款时点和能承受的亏损上限：_____

结果

目标：_____
是否有支付能力和履约能力：_____
最差订单贡献：_____
本次测试预算上限：_____
下一实验的唯一变量：_____

决策（选一）： GO / PIVOT / STOP
理由与证据：_____
复核日期：_____

CHAPTER 37

可复制 AI 提示词（16 套）

原始资料：templates/prompts.md

总原则： AI 提高调研、写作和计算效率，不能替代平台官方资格、供应商报价、客户付款和实际质检。真实数据没有提供就写未证实。

01 目标市场初筛

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 请基于我给出的国家、经营主体、可用预算和资源，列出三条可能的销售路线；逐一标记需要官方核查的准入、支付和品类政策。不得编造市场规模、利润或已开通功能。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

02 顾客痛点挖掘

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 从我提供的真实评论/投诉文本中按场景聚类痛点；每条结论引用原句和行号，未知量保留未知。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

03 竞争品类对照

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
将输入的竞品链接和我手动记录的价格、材质、卖点、运费汇总成比较表。未提供的数据写‘未获取’。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

04 SKU 评分

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
基于真实竞品、两份供应商报价、合规和履约资料，列出需求/毛利/风险四象限和建议下一项最便宜验证。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

05 供应商 RFQ

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
把产品规格写成正式中英文询价邮件，包括 MOQ、样品、交期、包装、标签、质检、贸易术语和付款方式。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

06 供应商报价核对

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 将不同供应商的实际报价逐字段对齐，列出价格无法比较的原因和需要追问的问题。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

07 商品详情页

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 仅基于我提供的经核实规格生成标题、五点描述、FAQ。任何缺少证据的性能、认证、疗效承诺均不得生成。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

08 海外文化本地化

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 将中文商品说明翻译为目标国家自然口语，保留事实、规格、计量单位，标出可能误解的文化表达。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

09 图片脚本

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
为真实商品拍摄制定 10 张素材脚本：全貌、细节、尺寸、使用、包装、对比、场景等；不允许生成虚假的实物照片和认证。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

10 广告 A/B 测试

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
基于真实产品优点生成 3 个每次只变一个变量的文案测试；附实验预算、止损和明确的成功指标。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

11 B2B 采购商研究

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

```
仅用给定企业官网、展会名录和公开信息筛选潜在采购商，写明为何相关、联系人角色与未经证实事项。
请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。
```

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

12 B2B 首封业务邮件

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 针对已确认的采购需求写一封简短英文初次联系邮件，不能承诺没有证据的交期、最低价或产品资质。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

13 客服与退款

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 根据订单事实和公开店铺政策写友好英文客服回复，不做未经授权的补偿承诺，输出需要真人审批的项目。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

14 跨境成本拆分

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 把报价分拆成商品、包装、国际运费、履约、支付、税费、退款准备和广告；标记每笔的币种与实际/假设。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

15 现金压力测试

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 请将提供的发货、广告付款、供应商付款、平台结算日期排成现金日历，分别计算正常与延迟 14 天结算的资金缺口。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

16 每周复盘

前置资料： 把手头真实资料、原始来源链接、目标国家、日期和待判断问题放入对话。

> 严格根据我上传的访问、真实订单和实际成本数据，写出三项被证实的结果、三项未知和下一周应停止的一项低效实验。
> 请在输出末尾列出：已证实、未证实、下一步向谁核实、具体交付物。

验收： 每个关键事实有出处；不出现伪造的客户、销量、收益和认证。

CHAPTER 38

供应商询价单 RFQ（可复制发送）

原始资料：templates/supplier-RFQ.md

Subject: Request for quotation - [SKU / product specification]

Hello [Name],

We are evaluating a small pilot order for [product], to be sold in [target country]. Please provide a written quote covering:

1. Exact material, dimensions, color, packaging and labeling.
2. Minimum order quantity (MOQ) and price tiers for 10/100/500 units.
3. Sample cost, sample lead time and production lead time.
4. Incoterm, origin, proposed shipping options and estimated freight cost.
5. Product testing/certifications available and actual report numbers.
6. Defective-item policy, refund/repair process and responsibility for delays.
7. Payment terms, accepted currency and whether a written invoice is available.

Please attach a current specification sheet and photos of the **actual** product.

Thanks,
[Your business name]

内部核验：不要把 AI 翻译的认证描述直接当作实际证书；比较至少两家供应商。记录报价日期和币种，不把预计价格写为已成交成本。

CHAPTER 39

官方来源与案例原文

原始资料：research/sources.md

官方资料

- Amazon 卖家：https://sell.amazon.com/
- Amazon 费用：https://sell.amazon.com/pricing
- Amazon 广告案例：https://advertising.amazon.com/library/case-studies
- Shopify Payments：https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/supported-countries
- Etsy 合格国家：https://help.etsy.com/hc/en-us/articles/115015710408-Countries-Eligible-for-Etsy-Payments
- 美国海关：https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/e-commerce
- 美国广告监管：https://www.ftc.gov/business-guidance/advertising-marketing
- 国际贸易研究：https://www.trade.gov/
- 搜索趋势：https://trends.google.com/trends/
- 广告库：https://www.facebook.com/ads/library/

25 个案例原文

- AI01 **Oneisall**：https://advertising.amazon.com/library/case-studies/oneisall（平台与品牌披露，非独立财务审计；核验 2026-11-05）
- AI02 **Gala**：https://advertising.amazon.com/library/case-studies/atom11-gala（平台与服务商联合案例，具体基线需看原文；核验 2026-11-05）
- AI03 **MAM Baby**：https://advertising.amazon.com/library/case-studies/mam-and-remazing（平台案例，特定受众和活动期结果；核验 2026-11-05）

- AI04 **Cuisinart**：https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/cuisinart-and-global-overview/（平台案例，未证明净利润增幅；核验 2026-11-05）
- AI05 **Wind River Chimes**：https://advertising.amazon.com/en-gb/library/case-studies/intentwise-wind-river-chimes-full-funnel（平台联合案例，有多因素同时变化；核验 2026-11-05）
- AI06 **Tata Harper**：https://www.klaviyo.com/blog/tata-harper-ai-signup-optimization（工具供应商案例，表单增长不等于订单增长；核验 2026-11-05）
- AI07 **Svenfish**：https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/svenfish（供应商归因口径，不等于AI创造全部收入；核验 2026-11-05）
- AI08 **DKNY**：https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/dkny（供应商案例，非小白起步样本；核验 2026-11-05）
- AI09 **Hisense Mexico × EPA**：https://advertising.amazon.com/library/case-studies/hisense-mexico-and-epa（平台与代理商案例，具体2025年市场；核验 2026-11-05）
- AI10 **FyterTech × Onkata**：https://advertising.amazon.com/library/case-studies/fytertech-and-onkata（服务商与平台提供的业务数据；核验 2026-11-05）
- AI11 **eos**：https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/tinuiti-skai-eos-category-launch（平台与代理商案例，非独立ROAS核验；核验 2026-11-05）
- AI12 **Boost Oxygen**：https://advertising.amazon.com/en-us/library/case-studies/boost-oxygen/（平台案例，2026年广告活动；核验 2026-11-05）
- B01 **Gymshark**：https://www.shopify.com/enterprise/blog/gymshark-global-multi-channel（历史品牌案例，不是AI创业案例；核验 2026-11-05）
- B02 **Actively Black**：https://www.shopify.com/ca/blog/actively-black-breakdown-for-building-a-brand（创始人自述；2025发表，非独立审计；核验 2026-11-05）
- B03 **Bala Bangles**：https://www.shopify.com/blog/bala-organic-marketing（历史创始人采访；未披露可复制ROI；核验 2026-11-05）

- B04 **Birdy Grey**：https://www.shopify.com/blog/building-a-100m-brand-one-bridesmaid-dress-at-a-time-22（创始人及平台案例，不能推导新手回报；核验 2026-11-05）
- B05 **Jolie Noire**：https://www.printful.com/customers（POD供应商宣传故事，没披露核验利润；核验 2026-11-05）
- B06 **Claudine Hellmuth**：https://www.etsy.com/seller-handbook/article/47330319230（Etsy官方访谈，无收益数据；核验 2026-11-05）
- B07 **Bluedio**：https://sell.amazon.com/global-selling/case-studies（平台商家自述，未独立核验盈利；核验 2026-11-05）
- B08 **Spigen**：https://sell.amazon.com/global-selling/case-studies（平台客户证言，没有公开完整计算底稿；核验 2026-11-05）
- B09 **KASH Beauty**：https://www.shopify.com/case-studies/kash-beauty（Shopify案例，站点跨国效果不代表净利润；核验 2026-11-05）
- B10 **Caitlyn Minimalist**：https://www.klaviyo.com/customers/case-studies/caitlyn-minimalist（供应商案例；不声称AI驱动增长；核验 2026-11-05）
- B11 **Junglück**：https://www.shopify.com/case-studies/jungluck（供应商营销报告；迁移本身不是唯一因果；核验 2026-11-05）
- F01 **Bathorium**：https://www.shopify.com/blog/entrepreneur-business-fails（当事人自述的历史失败案例；核验 2026-11-05）
- F02 **MARY YOUNG × Nordstrom**：https://www.shopify.com/blog/entrepreneur-business-fails（创始人叙事，具体法规需查最新官方文本；核验 2026-11-05）

解释范围

官方规定优先官方原文。平台/商家叙事保留披露主体和时段；教学算例仅用于计算，不是已经实现的收益；未经验证的 AI 生成信息不得充当一手证据。

CHAPTER 40

30 天执行计划 · 1-12

原始资料：data/plan.json[0:12]

确定国家与客户

天数： 1

交付物： 一张目标用户卡

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「一张目标用户卡」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

列出资金与时间止损

天数： 2

交付物： 止损线

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「止损线」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

核验平台与收款资格

天数： 3

交付物： 资格矩阵

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「资格矩阵」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

查目标市场的商品准入

天数： 4

交付物： 品类合规表

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「品类合规表」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

收集15条真实需求

天数： 5

交付物： 需求原文15条

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「需求原文15条」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

收集剩余15条需求

天数： 6

交付物： 需求原文30条

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「需求原文30条」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

复盘需求和平台资格

天数： 7

交付物： 首周Go/No-Go

阶段： 资格

完成标准： 保存可检查的「首周Go/No-Go」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

列20个商品候选

天数： 8

交付物： 候选列表

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「候选列表」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

拿10个竞品价格

天数： 9

交付物： 竞品表10行

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「竞品表10行」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

找20条竞品差评

天数： 10

交付物： 评论与分类

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「评论与分类」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

给商品打分并选3个

天数： 11

交付物： 评分表

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「评分表」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

询价2家供应商

天数： 12

交付物： 真实RFQ记录

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「真实RFQ记录」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

CHAPTER 41

30 天执行计划 · 13-24

原始资料：data/plan.json[12:24]

询价另外4家供应商

天数： 13

交付物： 6份询价记录

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「6份询价记录」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

选1个最小SKU并算利润

天数： 14

交付物： 利润表V1

阶段： 选品

完成标准： 保存可检查的「利润表V1」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

订购或验证样品

天数： 15

交付物： 样品计划/订单

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「样品计划/订单」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

确认物流和目的国运费

天数： 16

交付物： 物流报价

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「物流报价」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

完成第一批真实照片

天数： 17

交付物： 素材4张

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「素材4张」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

用AI生成英文产品页草稿

天数： 18

交付物： 详情页V1

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「详情页V1」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

完成图片/视频素材核实

天数： 19

交付物： 审核记录

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「审核记录」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

配置商店测试环境或卖家上架资料

天数： 20

交付物： 店铺检查清单

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「店铺检查清单」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

测试结账和配送流程

天数： 21

交付物： 端到端验收

阶段： 交付

完成标准： 保存可检查的「端到端验收」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

准备3套内容脚本

天数： 22

交付物： 脚本3条

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「脚本3条」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

发布第一条原创内容或合法询盘

天数： 23

交付物： 发布/外联记录

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「发布/外联记录」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

配置来源追踪与数据表

天数： 24

交付物： 归因表

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「归因表」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

CHAPTER 42

30 天执行计划 · 25-30

原始资料：data/plan.json[24:30]

完成小额测试或5个精准询盘

天数： 25

交付物： 测试日志

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「测试日志」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

分析点击到订单漏斗

天数： 26

交付物： 漏斗表

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「漏斗表」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

做一次售后和退款演练

天数： 27

交付物： 客服SOP

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「客服SOP」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

用压力测试再算一遍利润

天数： 28

交付物： 最坏情景损益

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「最坏情景损益」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

决定继续、调整或退出

天数： 29

交付物： Go/Pivot/Stop决定

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「Go/Pivot/Stop决定」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

完成30天结案报告

天数： 30

交付物： 证据包和下月计划

阶段： 销售与复盘

完成标准： 保存可检查的「证据包和下月计划」并记录证据链接或文件；无法执行则在记录中写明阻塞点。

EDITION NOTES / 版本与来源

可回查，才可复用。

本书整理自 AI 酋长 Andy 的开源项目 ai-cross-border-ecommerce-playbook。保留实操正文、示例身份、原始来源和可编辑模板入口，重新编排为适合手机阅读的 PDF。

编排日期：2026-11-13
内容版本：394e47b4afe7
原始项目：https://github.com/AIPMAndy/ai-cross-border-ecommerce-playbook

项目可能继续更新。本文是上述版本的阅读副本；涉及平台政策、功能权限、价格和法规的内容，以相应官方来源的最新说明为准。模板和假设示例用于练习，不能直接当作真实客户数据或结果承诺。

怎样回查原文

每一章标题下的「原始资料」均可点击，直接打开对应版本。完整源文件清单与文件校验信息见 本版电子书说明。本版共整理 40 份源文件。

使用与署名

作者：AI 酋长 Andy。项目内容与代码的使用条件以原仓库许可证为准。保留原有第三方引用与示例标注；再次分享时请保留作者和来源。

许可证：LICENSE-CONTENT.md • LICENSE

作者与服务 / 广告

把你的问题，带到下一步。

如果你需要结合自己的情况判断路径，
可以和我聊聊你的目标、进展与卡点。

个人微信 · 打开微信搜索

AIPMAndy

添加时备注「人人都能用 AI 做跨境电商」，
再用一句话说说你想完成什么。

个人官网

metaver.vip
了解 Andy、产品与个人服务

公司官网

www.a6no1.cn
了解星觉科技与企业合作

AI 酋长 Andy · AI 共生，利人利己
公众号：AI 酋长 Andy
上海安迪星觉科技有限公司