

# 阿里国际站运营篇（7）-2023年阿里巴巴国际站流量玩法趋势展望

产品名称	阿里国际站运营篇（7）-2023年阿里巴巴国际站流量玩法趋势展望
公司名称	石家庄晓数聚网络科技有限公司
价格	36000.00/年
规格参数	
公司地址	河北省石家庄市裕华区槐安东路158号鑫科商务广场B座1211
联系电话	15530946632

## 产品详情

NO.72023年阿里巴巴国际站流量玩法趋势展望

疫情不断，生意难做，国际环境依旧波诡云谲，然而越来越多的商家涌入外贸电商行列，外贸电商平台选来选去还是离不开阿里巴巴国际站，阿里巴巴国际站流量来源渠道和分析都已经以客观数据的形式写过了，阿里巴巴国际站未来的流量获取玩法会是什么样的呢？就来主观的说一些个人的未来看法吧，希望对看客老爷们有多帮助。

### 一、当下阿里巴巴国际站流量环境

提起阿里巴巴国际站的负面言论：

- 1.阿里巴巴国际站不好做，做不起来，糊弄人的（毫无外贸电商经验的试水外行）。
- 2.阿里巴巴开始割韭菜了，各种充值收费推广产品，乱七八糟的，效果还不明显（没有运营经验的外贸企业）。
- 3.阿里巴巴没事儿就更新规则，没有什么实际作用的改动一大堆（运营能力更不上阿里节奏，或者跟不上外贸电商节奏）
- 4.阿里越来越不行了吧，股价行情一落千丈，好的时代已经过去，做不做无所谓了（疫情期间各行各业都受到影响，国际环境影响下，阿里还算好的了，片面故步自封不敢入局的外贸企业）
- 5.阿里巴巴国际站这么时间长了，外贸平台也做了很多年了，现在上车捞不到什么钱了，做不做的吧（

现在外贸电商入局的企业持续保持增长，外贸行业交易数据占比持续扩大，市场远远没有达到预期就大放厥词）。

咱也不是阿里巴巴客户经理，不是故意为阿里巴巴国际站说好话的，但是不可否认的是阿里巴巴确实成就了一大批的外贸人和阿里巴巴客户经理，而且看现在外贸出口企业，有几家不标配一个阿里巴巴国际站呢？当然过去的阿里地推团队确实居功至伟（现在的阿里客户经理团队？越来越差了有木有？）。

阿里巴巴的流量现状：

从之前的数据分析都可以看到，从同行水平来说，阿里巴巴国际站平台依旧是流量大的B2B电商流量

平台，从历史数据看，阿里巴巴国际站的流量也是大的，虽然市场客户体量实质上没有太大的增长，但是商家体量却是成倍的增加，如今的阿里巴巴国际站已经不是蓝海市场了，每个商家的流量只能用枪来形容了。然而产品质量参差不齐，同质化严重，盗图行为遍地开花，低价恶性竞争如同饮鸩止渴，行业整体恶性竞争导致流量争抢更为困难。再加上疫情反复，运费上涨，推广，员工成本增加，难上加难。

在这里晓编儿大胆的说，不光阿里巴巴国际站，整体的行业发展已经具备规模，投入产出比已经发生巨大变化（我不开推广费就要客户的时代已经莫得了），外贸电商行业已经进入淘汰期，是运营的比拼，阿里巴巴国际站的流量也是一样，不做思变，和阿里国际站比谁先倒台宛如痴人梦话，看近两年的亚马逊的手法，大批的刷，单，盗图，侵权的的大商家直接倒台，现在的国际站还没有这个体量，但是发展趋势还是类似的，居安思危一准儿没错，危险与机遇并存，不实现弯道超车依旧会被淘汰。

## 二、阿里巴巴国际站流量渠道趋势

其实国际站的整体趋势和整体外贸营销趋势有一定的关联的，可以借鉴之前写的外贸营销篇文章进行深入参考，但是还是需要单独提炼阿里巴巴国际站的流量渠道趋势。

### 1.外贸B2B订单碎片化成为常态

世界经济下行压力持续加大，美国年底前还会再加息，多个国际机构已经预测了2023年压力将远超2022年的情况，国外分销商自己周转压力再次加大，为了减低资金压力和存货压力，订单小额，高复购的方式越来越收到青睐，而且都知道近两年阿里国际站对RTS产品早就做出了各种倾斜性调整，RTS的高增值服务也不断地完善，订单碎片化会让买家得到越来越多的保证和利益。订单碎片化成为常态已成必

### 2.商务移动化占比将越来越大，

根据中国报告大厅数据显示，到2022年底，移动电商在美国电商市场中的份额比例将达到53.9%。另外，移动电子商务市场分析的数据显示，到2025年，超过50%的购物行为将通过智能手机端完成。虽然已然有移动端跨境电商，但依旧处于萌芽阶段，相比于移动商务的探路者Ebay，移动端的发展还任重道远，未来可期。

现在的阿里巴巴国际站70%的流量已经来自于移动端，移动端又分为网页移动端和APP移动端，各端口的PC端和移动端的排名规则和优化形式又是各不相同的，所以移动端的运营优化能力已经越来越重要了，这一年来，阿里巴巴国际站也提供了新的分端营销报告帮助商家更好地适应这一市场趋势，单独具有某一种运营能力已经无法适应新的规则了。

3.千人千面规则，现在阿里旗下的平台产品，都会采用千人千面规则，会根据每个人的搜索记录，存储数据，采购信息，信保订单数量推荐相关产品，每个人搜索产品关键词，出来的页面都是不一样的，除了从数据中总结出具体的排名情况，看到阿里国际站内的自然排名情况已经不切实际了，甚至在去年改

版后也已经查询不到自然排名系统了。

4.搜索匹配规则，不光是千人千面规则，现在影响搜索落地页的规则变得更多了，这就是所谓的智能搜索，不同的IP，出价，流量入口，人群价格，图片顺序，标题等都会产生智能化推荐编辑，已经无法通过站内数据统计外的方式看到一个固定的排名位置了，相比与谷歌而言，变动的频率会更快，为什么呢？商家太多了，谁的技术强，花费高，优化效果就会加快，更加的明显。

### 三、阿里巴巴国际站运营优化趋势

在去年为什么独立站突然又火了一把？因为很多运营发现，国际站的运营趋势已经更加趋向了，更加注重平时的优化运营能力了，从上一篇的数据信息可以看到，阿里巴巴的主要流量30%还是来自于自然流量，，渠道的30%流量来自于谷歌搜索的排名，其实有将近一半的决定因素取决于是否具有运营优化的能力了，甚至外链链接等优化内容也是其中一环，如果单独的只会在阿里巴巴国际站给的温床下一点点的学习和运营，那么始终是落于人后的。

其中几个商家都知道的重要优化内容：

- 1.关键词，买家搜索词，用于浏览器，阿里巴巴国际站搜索框对需要的物品进行搜索的词，关键词的覆盖面和排名直接影响流量入口数量。
- 2.排名，优化排名，得到更多的流量和潜在客户，阿里巴巴国际站上可以采用顶展，问鼎，直通车等获得前排排名，直接影响曝光问题。
- 3.产品页，主要的流量通过优质的主图和标题吸引客户关注，直接影响点击率，产品页内容直接影响询盘转化率。
- 4.询盘，以业务为主，但是询盘数据和质量影响运营调整，需要互相配合。当然回复率和回复内容还是业务转化的关键
- 5.信保订单，如果有平台交易效果，会直接影响产品流量和平台权重，影响未来的平台效果。

阿里巴巴国际站的流量玩法和趋势展望就写到这里了，其中主观内容比较多，如果有不同想法和更多的idea，可以互相交流，互相学习促进。