

SHOPLINE vs Shopify

SHOPLINE vs Shopify – 您有没有想过自己创建一个跨境电商独立站？或者是您有没有想过自己搭建一个独立网店？您是不是不知道该选择使SHOPLINE还Shopify来搭建一个独立的跨境电商网店？

SHOPLINE和Shopify是世界上2个顶级电子商务搭建平台，也都有各自的优势和劣势，也是很多中国用户首选的跨境电商网站建站程序。那么从卖家的角度出发，这两大跨境电商独立站建站平台又有何不同？如何根据自己的业务需要做出选择呢？

对于跨境电商独立店铺的运营人员来说，选择正确的电商搭建平台直接关系到跨境电商业务的成败。

在这篇博文里，将带领您一起对SHOPLINE和Shopify这两个跨境电商独立店铺搭建平台做一下详细对比。我们会把它们各自的优势和劣势详细的掰扯掰扯，您也好根据相应的信息选择适合自己的电商搭建平台。

一、SHOPLINE vs Shopify: 优点和缺点

SHOPLINE 的优缺点

SHOPLINE 优点

#1	强大的客户成功团队 SHOPLINE对年付客户提供一对一人工服务，对其他月付客户提供线上客服解答。
#2	提供一站式解决方案 除了完善的建站系统，SHOPLINE还通过自研的诸葛系统，为商家提供选品、开户、投放等功能，一条龙服务，一站式电商。
#3	有用且免费的APP 提供多个插件，特别是【广告数据上报助手】有效解决Facebook广告数据漏报的行业痛点，且插件大部分可免费使用。

SHOPLINE 缺点

#1	使用费用高 付费App 插件，高级主题和月租加起来会是一笔高昂的费用。不过，每种套餐都是透明的，而且价格合理，应被视为是对自己的电商生意的投资。
----	--

Shopify的优缺点

Shopify 优点

#1	24/7支持 Shopify通过电话和实时聊天提供全天候支持。
#2	强大的电子商务工具 当涉及到内置电子商务功能时，Shopify是市场领导者之一。例如，每种套餐都包括“放弃购物车召回”。
#3	超过100种付款方式 提供多种付款方式，包括PayPal, Stripe和Shopify自己集成的付款系统Shopify Payments。

Shopify 缺点

#1	使用费用高 付费App 插件，高级主题和月租加起来会是一笔高昂的费用。不过，每种套餐都是透明的，而且价格合理，应被视为是对自己的电商生意的投资。
----	--

二、易用性

独立站跨境电商销售，时间就是金钱。一个好用的建站系统，可以省时省力，并把更多精力放在店铺运营上面。独立站的页面布局其实大家都差不多一致，基本上都是顶部菜单栏加上左侧的导航栏；真正给予用户良好体验的是对于细节的处理以及平台性能的支撑。

那么SHOPLINE和Shopify两者的易用性如何呢？

SHOPLINE商家后台是符合高可用的，对于使用过电商后台的人几乎没有什么额外的认知成本。几乎在每个字段下都有一个问号小icon，鼠标移入就能展示文本解释的小浮窗，小浮窗无法展示完全的则会挂链接，用户点击链接后就能看到详细的解析；这个小细节是非常实用切暖心的能够在用户感到困惑时给予第一时间的帮助。

建议图片宽度1600px以上
了解展示效果>

商品视频/图片 ?

添加商品视频 图片库中选择

+

添加图片(或把图片拖到框内)

支持上传jpg、png、webp、GIF格式的图片; 最大限制4M;

价格/交易

售价 ?

US\$

原价 ?

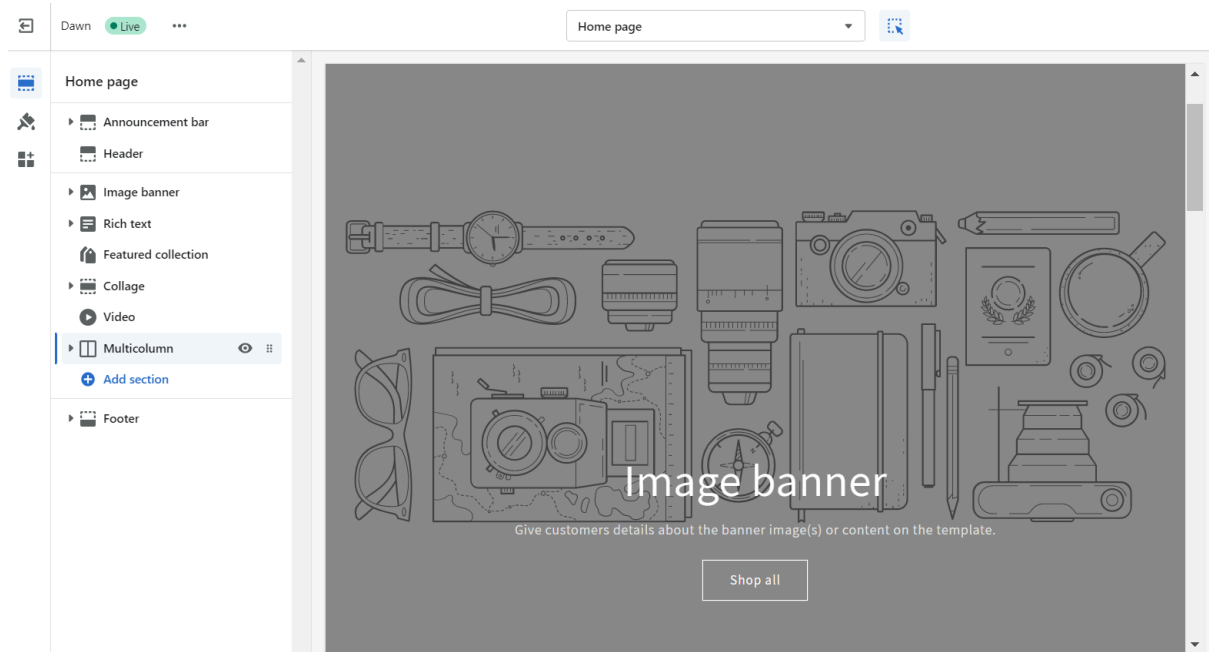
US\$

成本价 ?

US\$

☐ 需通过线下交易 ?

Shopify的编辑器界面和仪表板后台是分开的, 可以在编辑器界面进行店铺设计, 在后台进行添加商品、客户管理等操作, 这些都不需要编辑器, 可以在Shopify的编辑器中对在线商店的外观进行调整。在编辑器界面也拥有自定义代码功能, 可以针对不同的模块进行自定义代码改写。



在平台性能方面来说, SHOPLINE新建店铺的速度真的是让人垂涎欲滴, 基本上可以说是秒建, 给予建店人员超爽快感;而Shopify新建一个店铺基本上需要1~2分钟。

在与用户同步信息方面SHOPLINE其实是做的最好的，其它平台的更新内容只会存在于版本公告上，没有进行具体位置的提示。用户没有认真查看公告内容的话就会需要再次进行学习，造成不必要的学习成本，而SHOPLINE会在更新的位置进行小浮窗、信息面板等多样式进行提示，用户在使用时能够第一时间知晓。

SHOPLINE vs Shopify – 易用性: 结论

SHOPLINE易用性整体是要强于Shopify。对新手特别友好，对有经验的卖家也没有额外的认知负担。

三、App插件商店

通过集成应用程序，你可以使用更多工具和功能来帮助提升店铺的销量。SHOPLINE和Shopify都有应用商店，提供各种免费和付费的插件，用来帮助电子商务的各个环节。

从数量上来看，Shopify的App Store为你提供了更大的发展空间，超过8000个的海量应用，你可以添加客户心愿单，设置运输方式，添加产品评论并使用货币换算。SHOPLINE目前只有163个应用。

从费用上来看，SHOPLINE目前高达99%的插件都无需收费，商家只需要一键安装即可免费使用。Shopify插件数量虽然庞大，但多数插件需要收费使用，这也造成整理使用费用较高。

SHOPLINE vs Shopify – App插件商店: 结论

Shopify的插件选择远远大于SHOPLINE。虽然SHOPLINE在选择上不如Shopify多，但因插件可免费使用，可为商家节省掉一大笔隐形费用。

四、付款及安全性

店铺安全和付款是跨境独立站电商非常重要的一个部分。店铺安全性是前提，这决定了你的跨境生意能否顺利进行。

我们先来看看SHOPLINE，其优势很明显：

1. 官方客服对接，不封店；
2. 官方信用卡通道shopifypayment支持国内营业执照，直接结账，无需二次跳转；
3. 支持个人PayPal收款；
4. 结账页可以自定义设置倒计时，信任徽章，支付图标，售后保障。

而对Shopify来说，这一块就略微逊色了：

1. 官方客服联系麻烦，容易封店
2. shopify信用卡收款shopifypayment和stripe国内营业执照没法申请，钱海，连连，pingpong等国内用卡通道开户费高；
3. 基础套餐结账页没法自定义设置倒计时，信任徽章，支付图标，售后保障，只有shopify plus可以（月租2000美金）。

SHOPLINE vs Shopify – 付款及安全性: 结论

对比上述说明，SHOPLINE在这一点上尤其突出，对于跨境独立品牌站来说，这个尤为重要，是保持独立站生意持续进行的先决条件。

五、套餐定价

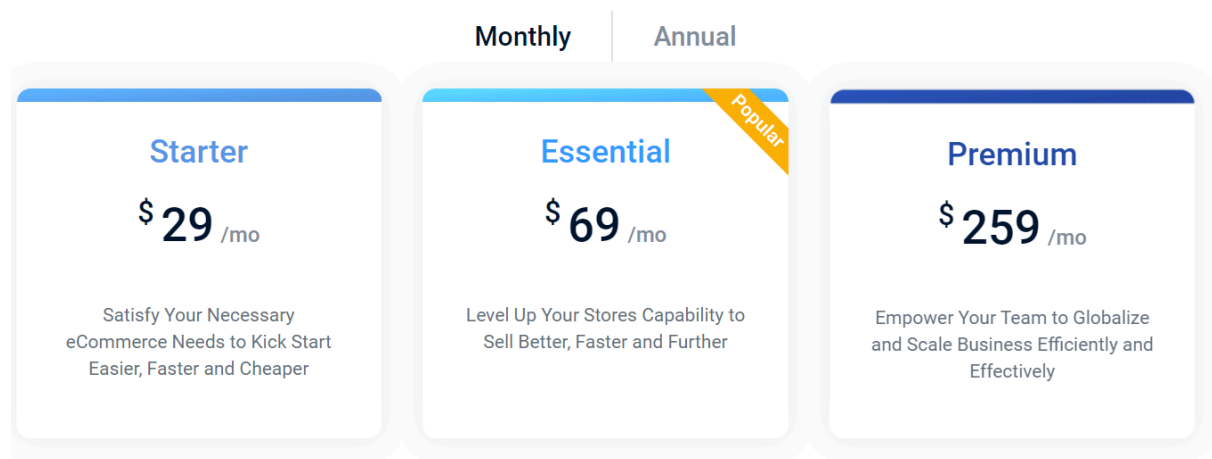
SHOPLINE定价

SHOPLINE的三个主要定价计划是：

Starter – \$ 29 /月

Essential – \$ 69 /月

Premium – \$ 259 /月



Shopify定价

Shopify的三个主要定价计划是：

Basic Shopify – \$ 29 /月

Shopify – \$ 79 /月

Advanced Shopify – \$ 299 /月

	Shopify 基础版 创建网店所需的一切 基础功能	Shopify 进阶版 扩大网店所需的一切 功能	Shopify 高级版 规模化网店所需的高级 功能
每月价格	USD \$ 20 /月	USD \$ 49 /月	USD \$ 299 /月

SHOPLINE vs Shopify – 套餐定价：结论

在初阶和中阶阶段，SHOPLINE对比Shopify其实略微逊色，但是在高阶阶段，SHOPLINE要便宜40美金。另外如果Shopify卖家需要主题、插件等也需要额外付费，如果不用就不需要付费，这也算是隐形的成本，可能相对来说，Shopline提供的免费域名、模板、培训服务、客户服务等成本会稍低一些。

六、客户服务

对于SHOPLINE和Shopify, 两种平台均提供:

1. 电话和电子邮件支持
2. 专用的社交媒体帮助帐户
3. 论坛和帮助中心

不同的是, SHOPLINE安排1对1的客户经理, 能个性化的解决客户在跨境电商经营中面对的复杂问题。针对旗舰客户, 顾问服务会主动评估客户的经营状况, 定期的给予独立站的建议, 让客户在复杂多变的环境下, 能脱颖而出。Shopify也有线上的免费咨询, 但卖家如果需要其他服务的话都是通过付费的第三方。

SHOPLINE vs Shopify – 付款及安全性: 结论

SHOPLINE的客户服务在整个跨境电商行业中是无人能敌的, 因其有着强大的客户成功团队, 在卖家遇到各种问题时都能给出及时准确的回应。

七、其他特色

放眼整个独立站行业, 加拿大的Shopify无疑是坐头把交椅的, 市场占有率达到了50%以上。虽然Shopify的功能十分强大, 但是Shopify对于中国卖家的本土化并没有做好, 好多地方都不符合中国人的使用习惯。

而SHOPLINE除了在建站方面做到一应俱全, 还在在广告投放方面十分突出。SHOPLINE有广告开户、广告代投等服务, 能够较好的帮助到小白用户; 并且自主研发的诸葛系列应用也能够很好的帮助顾客选品和投放广告, 诸葛系统是相较于其它平台的一个特色, 体现出了SHOPLINE的强大产品力。这是一个创新, 也是一个突破。

总结:

Shopify与一些全球知名的企业合作, 例如百威和特斯拉汽车。凭借其强大的功能与品牌力, 以及成熟的产品功能, Shopify已经是比较流行的跨境电商独立站建站系统, 因为它可以在用户体验、灵活性和实用性方面做到平衡。

SHOPLINE目前已经把整体的用户体验和对功能的细节把握做到了国内较为领先的层面, 显然已经进入了SHOPLINE2.0时代。目前, SHOPLINE正在打造属于自己的独立站生态, 以生态+服务构建商业护城河, 打造核心竞争力。

SHOPLINE主要的目标客群是国内的DTC卖家, 官网上展示的客户案例也大多是国内的DTC卖家, 助力品牌出海也是SHOPLINE的口号之一。国内的品牌类卖家的出口销售业务基本上是处于起步阶段, 占公司营收比例较小。但是产品具有一定的技术和品牌优势, 并且其自身的供应链体系已经较为成熟, 线下的销售渠道渗透率也较高。转做独立站后, 需要对整个供应链和运营经验做一个较大的调整, 国内的运营经验大多无法在跨境行业复用, 尤其是在投放广告时很容易违反平台规则遭到封号。这类卖家缺乏独立站运营的思维和人才, 所以更适合为其提供一站式的解决方案。

SHOPLINE颇有一点战国中期秦国的味道, 似乎已经看到了一丝丝一统天下的曙光, 也许正在等待着一场关乎独立站局势的“长平之战”。SHOPLINE正在备粮草, 磨刀剑, 接下来的态势, 让我们拭目以待。