

高等学校经济管理类专业实验实践课程系列教材  
财政部“十三五”规划教材

# 跨境电子商务原理

方友熙 黎元生 © 主编

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社  
Economic Science Press

高等学校经济管理类专业实验实践课程系列教材  
财政部“十三五”规划教材

---

获得福建师范大学教材出版立项资助

# 跨境电子商务原理

---

方友熙 黎元生 ◎ 主编

编委（按章节顺序）：

郭黎霞 李成宇 陈伟雄 伊馨 冯国治

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社  
Economic Science Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务原理/方友熙, 黎元生主编. —北京:  
经济科学出版社, 2018. 12

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0069 - 2

I. ①跨… II. ①方…②黎… III. ①电子商务  
IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 281721 号

责任编辑: 孙丽丽 纪小小

责任校对: 郑淑艳

责任印制: 李 鹏

## 跨境电子商务原理

方友熙 黎元生 主 编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

787 × 1092 16 开 18.5 印张 450000 字

2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0069 - 2 定价: 46.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线: 010 - 88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话: 010 - 88191537

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

# 前 言

跨境电子商务以一种新型业态、新型贸易模式呈现在人们面前,相对于传统贸易方式它具有更广阔的市场空间、更强大的发展潜力。2014 年被业界认定是中国跨境电商元年,这一年实业界调整了产业发展方向,纷纷介入跨境电商业务,国务院及相关部委在 2013 年已有政策的基础上进一步出台了支持、鼓励跨境电子商务发展的指导意见。在这短短四年里,跨境电子商务彻底冲击了被国际商界尊崇的传统国际贸易规则体系,使得国际贸易的营销、交易合同、支付、物流、国际争端解决机制等发生一系列新变化。

伴随云计算、大数据以及人工智能等技术逐渐成熟,新技术不断演变出新应用,跨境电子商务的经营理念与手段、消费主体思维与行为方式以及跨境电子商务第三方行业规则也随之快速更替。在这日新月异的时代,以传统贸易为主轴的国际经贸课程已经不能满足和适应社会对相关专业的学生素养的要求,这促使我们在现有有限的专业理论基础之上结合社会实践,编写出一本跨境电子商务基本理论与基本知识的入门教材。

本书在编写过程中,突出对跨境电子商务运行过程各个环节基本原理的介绍与解释;重点阐述经济学相关理论与跨境电子商务的关系;提出跨境电子商务前沿问题,如平台规则差异性、知识产权规则、跨国争端解决机制、管辖权等让读者思考与研究;注重实务操作与应用,读者可以利用原理介绍进行简单实际流程操作,以理解跨境电子商务基本概念和基本知识,探究其规律。本书适合作为本科高等院校国际经济与贸易、电子商务、市场营销、商务英语、金融财经等相关专业的教材,也可以供企事业单位相关人士参阅。

本书由方友熙教授、黎元生教授担任主编,由青年博士教师任副主编组成的编写小组完成编写工作。具体编写分工是方友熙编写了第一、第二、第五、第七、第十章,郭黎霞编写了第三章,李成宇编写了第四章,陈伟雄编写了第六章,伊馨编写了第八章,冯国治编写了第九章。最后由方友熙、黎元生统稿。

本书编写过程中得到福建师范大学教材建设基金的资助,得到跨境电商企业、国际物流企业等组织机构的信息资料支持,我们也从相关教材、著作、期刊、网站和论坛上得到了很多知识和资源,在此谨向这些机构、作者和资源所有者表示深深谢意!向参与本书编写的教师表示真诚感谢!

由于跨境电子商务新业态的许多理论观点、概念和方法正处于形成阶段，国内外尚未达成共识；更由于编制水平有限，书中难免有许多错误和不当之处，恳请广大读者批评指正。

编者

2018 年 8 月

# 目 录

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一章 跨境电子商务总论 .....     | 1   |
| 第一节 跨境电子商务概述 .....     | 1   |
| 第二节 跨境电子商务模式分类 .....   | 12  |
| 第三节 跨境电子商务基本理论 .....   | 16  |
| 研究性复习与思考 .....         | 31  |
| 参考文献 .....             | 31  |
| 第二章 跨境电子商务平台原理 .....   | 33  |
| 第一节 跨境电子商务平台 .....     | 33  |
| 第二节 进口跨境电子商务平台 .....   | 37  |
| 第三节 出口跨境电子商务平台 .....   | 41  |
| 第四节 跨境电子商务支付平台 .....   | 47  |
| 研究性复习与思考 .....         | 53  |
| 参考文献 .....             | 53  |
| 第三章 跨境电子商务选品 .....     | 54  |
| 第一节 国际消费市场细分 .....     | 54  |
| 第二节 选品基本原则和方法 .....    | 63  |
| 第三节 跨境电子商务数据统计 .....   | 73  |
| 研究性复习与思考 .....         | 84  |
| 参考文献 .....             | 86  |
| 第四章 跨境电商网店创置基本原理 ..... | 88  |
| 第一节 跨境电商网店创置基本知识 ..... | 88  |
| 第二节 跨境电商网店客户管理 .....   | 95  |
| 研究性复习与思考 .....         | 108 |
| 参考文献 .....             | 108 |
| 第五章 跨境电子商务网络营销基础 ..... | 109 |
| 第一节 跨境电子商务网络营销概述 ..... | 109 |
| 第二节 跨境电子商务网络营销策略 ..... | 112 |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| 第三节 跨境电子商务网络营销主要方式 .....    | 122        |
| 研究性复习与思考 .....              | 127        |
| 参考文献 .....                  | 128        |
| <b>第六章 跨境电子商务网上交易 .....</b> | <b>129</b> |
| 第一节 跨境电子商务网上采购 .....        | 129        |
| 第二节 跨境电子商务电子合同签订 .....      | 140        |
| 研究性复习与思考 .....              | 149        |
| 参考文献 .....                  | 150        |
| <b>第七章 跨境电子商务支付基础 .....</b> | <b>151</b> |
| 第一节 跨境电子商务支付概述 .....        | 151        |
| 第二节 跨境电子商务支付方式 .....        | 155        |
| 第三节 跨境电子商务支付风险与监管 .....     | 164        |
| 第四节 跨境电子商务进出口政策 .....       | 167        |
| 研究性复习与思考 .....              | 175        |
| 参考文献 .....                  | 175        |
| <b>第八章 跨境电子商务与物流 .....</b>  | <b>177</b> |
| 第一节 跨境电子商务物流概述 .....        | 177        |
| 第二节 跨境电子商务物流模式 .....        | 181        |
| 第三节 海外仓概述 .....             | 189        |
| 第四节 跨境电子商务物流通关 .....        | 194        |
| 第五节 跨境电子商务物流的问题及对策 .....    | 206        |
| 研究性复习与思考 .....              | 210        |
| 参考文献 .....                  | 210        |
| <b>第九章 跨境电子商务单证基础 .....</b> | <b>212</b> |
| 第一节 跨境电子商务常见出口单证 .....      | 212        |
| 第二节 跨境电子商务常见进口单证 .....      | 234        |
| 研究性复习与思考 .....              | 258        |
| 参考文献 .....                  | 259        |
| <b>第十章 跨境电子商务法律规则 .....</b> | <b>260</b> |
| 第一节 跨境电子商务法律规则概述 .....      | 260        |
| 第二节 跨境电子商务法律规则 .....        | 267        |
| 第三节 跨境电子商务管辖权与争端解决 .....    | 283        |
| 研究性复习与思考 .....              | 287        |
| 参考文献 .....                  | 287        |

# 第一章 跨境电子商务总论

【学习目标】通过本章学习，了解跨境电子商务的起源与演进，掌握跨境电子商务的基本概念和模式分类，理解需求偏好理论、国家竞争理论对跨境电子商务的指导意义，理解数字经济与跨境电子商务的关系，从而对跨境电子商务体系有一个基本认知。

## 第一节 跨境电子商务概述

### 一、跨境电子商务产生背景

电子商务、跨境电子商务都是基于人们对电子信息技术应用而开展的商务活动。在电产生之前，人类使用烽火传送信息，直到 1837 年美国发明家萨缪尔·摩尔斯（Samuel Morse）发明了电报，后来又发明了摩斯密码，商人们开始利用电报方式进行贸易，此时标志着电子商务新纪元诞生。

#### （一）电子计算机与商业网络技术的起源

1943 年，美国人约翰·W. 莫克利（John W. Mauchly）和 J. 普雷斯伯·艾克特（J. Presper Eckert）研究小组，在前人知识的基础上，经过 3 年努力于 1946 年 2 月 15 日在美国宾夕法尼亚大学研发的电子数据积分计算机（Electronic Numerical Integrator and Computer, ENIAC），即世界上第一台通用电子计算机，主要用于计算弹道的计算和氢弹的研制。

根据“包交换理论”<sup>①</sup>，20 世纪 60 年代美国国防部高级研究计划局（简称 ARPA）组建的计算机网，又称阿帕网（ARPANET），用于军事网络管理。到 70 年代，ARPANET 已经有好几十个计算机网络，但是每个网络只能在网络内部的计算机之间互联通信，不同计

---

<sup>①</sup> 包交换理论：美国麻省理工学院的 L. 克莱因罗克（L. Klenrock）博士于 1961 年发表了一篇关于包交换理论的论文《大型通讯网络的信息流》，第一次详细论述了分散式网路理论，并于 1964 年出版了关于这个理论的第一本书。包交换主要指在通信网络中将较长的信息分割成若干信息包传送。每一个包就像一个信封，其中有要传送的信息和需要送达目的地的地址，此外还有一个代表这个包在整个信息流中的位置的号码。任何包如果丢失或被阻塞，可以重新发送。当所有的包都抵达目的地时，接收机就将这些数字数据块重新组合成完整的信息。这个称为“包交换”的网络可以使多台计算机使用相同的通信线路，也可以使一个数据流越过拥挤的线路，通过其他路径快速传递。利用信息包而不是线路进行通信的理论的提出，是网络技术发展的重要一步。无独有偶，几乎在美国麻省理工学院进行包交换理论研究（1961～1967 年）的同时，英国国家物理实验室（1964～1967 年）也进行了同类研究，而且彼此是在不知道对方研究的情况下进行的。

计算机网络之间仍然不能互通。为此, ARPA 又设立了新的研究项目, 研究的主要内容就是将不同的计算机局域网互联。

20 世纪 70 年代初开发了传输控制协议/因特网互联协议 (Transmission Control Protocol/Internet Protocol, TCP/IP), 又名网络通信协议, 使 ARPANET 得到较大发展, 美军可以从本土连到欧洲军事基地。

20 世纪 80 年代初, 美国国家科学基金会 (National Science Foundation, United States, NSF) 发现 TCP/IP 方式非常实用, 于是把几个地区计算机连接在一起, 并接进了校园, 参加 Internet 技术开发的科研和教育机构开始利用 Internet, 研究人员称为 “Internetwork”, 简称 “Internet”, 这个名词就一直沿用到现在。

TCP/IP 有一个非常重要的特点是开放性, 即 TCP/IP 的规范和 Internet 的技术都是公开的, 其目的是使任何厂家生产的计算机都能相互通信, 由于 Internet 是一个开放系统, 使得互联网技术的开发和运用得到飞速发展。

1982 年 ARPA 接受了 TCP/IP, 选定 Internet 为主要的计算机通信系统, 并把其他的军用计算机网络都转换到 TCP/IP。出于军事要求, 1983 年 ARPANET 分成两部分: 一部分军用, 称为 MILNET; 另一部分仍称 ARPANET 供民用。20 世纪 90 年代, 当 Internet 技术被发现具有极其广泛的市场利用价值时, 美国政府开始开放市场, 1991 年美国政府解除了禁止私人企业为了商业目的进入 Internet 禁令, 并制定管理规范, 很快商业网迅速成为美国 Internet 发展最快的网络。

在互联网 (IPV4, 互联网协议第四版) 体系内, 全球只有 13 台根服务器, 美国 10 台, 英国、瑞典、日本各 1 台, 没有一台在中国。2017 年 11 月 28 日, 基于全新技术架构下全球第六代互联网 IPV6 的实施, 已经在全球完成 25 台 IPV6 根服务器架设, 中国部署 4 台。

## (二) 电子商务的产生与演化

一般认为利用电子信息技术和使用电子工具开展商务活动统称为电子商务。根据这一概念, 电子商务产生与演化经历了三个阶段。

### 1. 4T 电子商务阶段

4T 是指电报 (telegraph)、电话 (telephone)、传真 (telecopying)、电视 (television) 四种电子工具。

电报是最早的电子商务工具。1835 年美国画家萨缪尔·芬利·布里斯·摩尔斯 (Samuel Finley Breese Morse) 经过 3 年的钻研, 成功地制造了世界上第一台电报机。电报机的问世拉开了电信时代的序幕, 人们开始运用电信号远距离传递文字、照片、图表, 电报加快了商业信息的流通, 促进了社会进步。

电话一般认为是美国人亚历山大·格拉汉姆·贝尔 (Alexander Graham Bell) 于 1876 年发明。电话技术发展到今天, 是被广泛使用的电子商务工具, 常用于书面的交易合同或产品实际交付准备。商业活动中, 使用电话使人无距离沟通交流、省时省力、节约成本、提高工作效率, 以至当今电话仍然作为商务营销的工具之一。

传真是美国物理学家亚历山大·贝恩 (Alexander Bain) 根据钟摆原理于 1843 年发明的。150 多年来, 经过科研人员不断改进, 传真的功能愈来愈优良, 传真将文字、图表、

相片等记录在纸面上的静止图像,通过扫描和光电变换,变成电信号,经各类信道传送到目的地,以获得与发送原稿相似记录副本的通信方式。传真与电话机结合,使传输文件比较快且有形,具有较强的价值。随着计算机网络技术的发展,传真开始了空间解放运动,人们通过计算机网络,把传真电子化、邮件化,只要能上网就能接收传真。由于传真件不易被更改,在通信和商业往来中具有重要的经济法律价值。

电视利用电子技术及设备用电的方法即时传送活动的图像画面和音频信号,即电视接收机。最早由英国工程师约翰·洛吉·贝尔德(John Logie Baird)于1925年发明。相对于电报、电话和传真电子工具,电视更便于人们对事物的直接了解,商业电视广告越来越成为人们生活的一部分,但由于电视是单通道的通信方式,必须与电话结合,与网络相比,电视制作成本高,电视提供的信息经常缺乏真实性。

四种传统的电子信息工具各具特色,在当今网络化时代,电报在商业活动中极少被人采用,而电话、传真和电视因为科技的进步而技术性能也得到提升,具有很强的商业生命力,在商业活动中发挥重要的作用。

## 2. EDI 电子商务阶段

### (1) EDI 概念及产生背景。

EDI 全称 Electronic Data Interchange,中文为电子数据交换,它是由国际标准化组织(ISO)制定的为处理商业或行政事务,按照一个公认的标准,形成结构化的事务处理或消息报文格式,通过电脑通信网络,使有关部门、公司与企业进行数据交换处理,并完成以贸易为中心的全部业务过程。EDI 包括买卖双方数据交换、企业内部数据交换等。

在国际贸易中,买卖双方地处不同国家和地区,交易方式经常是在互不认识的当事人之间进行,因此必须通过买卖合同第三方——银行进行担保,以各种纸质单证为凭证,达到商品与货币的交换。单证转移就代表了货物所有权的转移和外汇流动。随着社会进步,全球交往频繁促进了贸易量增加,交易产生的各类单证激增,造成单证处理效率降低、错误率增加,纸面贸易文件成了阻碍贸易发展的一个重要因素,提高商业文件传递速度和处理能力成了所有贸易链中当事人的共同需求。同时,计算机应用功能的不断提升以及计算机的普及使用;再者,电子通信技术完善和网络的普及,正是在主客观三方面条件成熟背景下,EDI 应运而生。

20 世纪 60 年代末,欧洲和美国几乎同时提出了 EDI 的概念,由于 EDI 具有高速、精确、远程和巨量的技术性能,EDI 的兴起标志着一场全新的全球性商业革命的开始。90 年代,EDI 电子商务技术已经十分成熟,应用 EDI 使企业实现了无纸贸易,大大提高了工作的效率,降低了交易的成本,减少了由于失误带来的损失,加强了贸易伙伴之间的合作关系,因此在国际贸易、海关业务和金融领域得到了大量的应用。

### (2) EDI 发展中的不足。

EDI 以标准交易方式应用,其优点十分明显,但是不足也很突出,主要表现在一是初期投入成本高。需租用专用的线路,定制一对一转换系统。基于专用 VAN (value added network) 的 EDI 技术使大型企业的业务发展取得了很大的成功,但中小企业使用该技术却有一定困难。二是覆盖面小。EDI 采用封闭的专用增值网络,当事人严格按照相互之间的协议,在按一定标准建立起来的封闭系统中,只能与有限的一般都相互熟悉的贸易伙伴连接,不能随着与其对应的业务环境的变化相同步。三是 EDI 文件传输限制多,只能使用指

定的网络协议和安全保密协议。由于社会的发展、规则的进步,有许多商务应用已无法用早期的 EDI 标准去规范化表示。

### 3. Internet 电子商务阶段

由于早期 EDI 电子商务的缺点,大大限制了电子商务的应用范围,使得长达 20 年的时间里,电子商务裹足不前。

现代电子商务的兴起与因特网的发展以及在商业的应用密切相关。Internet 又称网际网络,音译英特网,始于 1969 年美国国防部高级研究计划局组建的计算机网——阿帕网(ARPANET),是由“无数”个独立的网络互联而成的庞大网络,这些网络以一组通用的协议(TCP/IP)相连,形成逻辑上的单一的巨大国际网络,因此也被称为“网络的网络”。1991 年美国宣布互联网(Internet)向社会公众开放,允许在网上开发商业应用系统。Internet 的出现大大扩大了参与度,相对于私有网络和传统的增值网来说,Internet 可以实现世界范围的连接,对数据交换提供了简单而且易于实现的解决方法,用户通过页面可以把电子交换的范围从票证、单据扩大到全方位的商务信息,完成交易过程。

中国电子商务起步较晚,始于 20 世纪 90 年代初,但是发展迅速,当当、卓越、阿里巴巴、慧聪、全球采购、淘宝这些企业在短短的数年内崛起,改变了人们的消费思想和社会习惯,颠覆了国际社会对中国的认识,促使了人们对传统的商业模式的审视和思考。根据国家统计局统计数据显示,2017 年中国电子商务交易额达到 29.16 万亿元,同比增长 11.7%,占全年 GDP 的 35%。

### (三) 跨境电子商务产生与发展

跨境电子商务是基于网络发展起来的,网络空间相对于物理空间来说是一个新虚拟空间,是由网址和密码组成的虚拟但客观存在的世界。网络空间的存在深刻地异化了跨境电子商务的价值标准和行为模式,相对于传统交易方式而呈现了全新的贸易运作理念,撬动了物流、资金流、信息流的流动时间,使生产和消费更为贴近,是对传统贸易方式的一次彻底革命。跨境电子商务源于 20 世纪 90 年代,以亚马逊和 eBay 公司为代表的电商企业成立为标志。

#### 1. 亚马逊 (Amazon)

1995 年 7 月 16 日,杰夫·贝佐斯(Jeff Bezos)将在美国成立的名为 Cadabra 的网络书店以地球上孕育最多种生物的亚马逊河重新命名,更名为亚马逊(Amazon),它是最早利用互联网经营电子商务的公司之一。1997 年 5 月 15 日亚马逊股票上市,成为世界上最成功的电子商务网站之一。

亚马逊经营初期仅是在网络上销售图书业务,经过不断调整扩张,现在已成为全球商品种类最多的网上零售商,亚马逊及其他销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品,如图书、影视、音乐和游戏、数码下载、电子和电脑、家居园艺用品、玩具、婴幼儿用品、食品、服饰、鞋类和珠宝、健康和个人护理用品、体育及户外用品、玩具、汽车及工业产品等。亚马逊发展历程如表 1-1 所示。

表 1-1 亚马逊（Amazon）发展历程

| 时间            | 发展历程                                                                                                                      |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1995 年 7 月    | Amazon 公司成立                                                                                                               |
| 1997 年 5 月    | 在纳斯达克成功上市                                                                                                                 |
| 1998 年        | 收购了 IMDb（互联网电影资料库公司）、Junglee（数据挖掘公司）、Planetall（社交网络公司）                                                                    |
| 1999 年 6 月    | 收购了 Alexa                                                                                                                 |
| 2000 ~ 2010 年 | 收购了 CD Now、中国的卓越网、CustomFlix（DVD 制作商）、Shopbop（女性时尚购物网站）、Dpreview（数码相机测评网站）、Audible（有声读物网站）、Zappos（在线鞋店）、Woot（团购网站）、Quidsi |
| 2011 ~ 2015 年 | 收购了 The Book Depository（网上书店）、Lovefilm、Pushbutton、自动化机器人公司 Kiva Systems、数字漫画公司 comiXology，投资入股上海美味七七、视频游戏流媒体服务 Twitch     |
| 2016 年 11 月   | 宣布亚马逊中国海外购与亚马逊英国站点正式实现对接                                                                                                  |
| 2017 年        | 实现净利润 30 亿美元                                                                                                              |
| 2018 年 3 月    | 福布斯发布 2018 年全球富豪榜杰夫·贝佐斯名列第一                                                                                               |
| 2018 年 6 月    | 推出全球收款服务，卖家可使用本地货币接收全球付款                                                                                                  |

资料来源：根据亚马逊（Amazon）官网资料整理。

2. 易贝（eBay）

几乎与亚马逊同一时期出现的是美国另一家电商公司 eBay。1995 年皮埃尔·奥米迪亚（Pierre Omidyar）的女朋友酷爱 Pez 糖果盒，却为找不到同道中人交流而苦恼，于是奥米迪亚建立起一个拍卖网站，希望能帮助女友和全美的 Pez 糖果盒爱好者进行交流，令他没有想到的是网站非常受欢迎，很快就被收集 Pez 糖果盒、芭比娃娃等物品的爱好者挤爆。eBay 于 1995 年 9 月 4 日成立，1998 年 9 月 24 日在纳斯达克成功上市。

eBay 作为全球商务与支付行业的领先者，为不同规模的商家提供共同发展的商业平台，在线交易平台是全球领先的线上购物网站，拥有 1.45 亿活跃用户，遍布全球 100 多个国家和地区，有 20% 的交易额属于跨境交易。eBay 的电子支付品牌 PayPal 在 193 个不同国家和地区拥有超过 148 亿活跃用户，支持 26 种货币的收付款。自 2007 年以来，数以万计的中国企业和个人用户通过 eBay 在线交易平台和 PayPal 支付解决方案将产品销向全球。易贝发展历程如表 1-2 所示。

表 1-2 易贝（eBay）发展历程

| 时间         | 发展历程      |
|------------|-----------|
| 1995 年 9 月 | eBay 公司成立 |
| 1998 年 9 月 | 在纳斯达克成功上市 |

续表

| 时间          | 发展历程                                           |
|-------------|------------------------------------------------|
| 2002 年 6 月  | 收购 PayPal，全球领先的交易市场与网络支付强强联手                   |
| 2003 年 7 月  | 收购易趣公司，正式进军中国市场                                |
| 2007 年      | 在大中华区开展跨境电子商务贸易                                |
| 2006 年 12 月 | 宣布与中国 Tom 成立合资公司                               |
| 2014 年 2 月  | 宣布收购了电脑图像公司 PhiSix                             |
| 2015 年 7 月  | eBay 和 PayPal 正式拆分                             |
| 2016 年 5 月  | eBay 和澳大利亚零售商 Myer 推出虚拟现实百货                    |
| 2018 年 3 月  | 宣布与中信产业投资基金管理有限公司合资成立橙联股份有限公司，为跨境电商提供一站式物流服务体系 |
| 2018 年 7 月  | 终止与 PayPal 合作，与苹果和 Square 达成新伙伴关系              |

资料来源：根据易贝（eBay）官网资料整理。

3. 阿里巴巴（Alibaba）

阿里巴巴集团创始人马云在 2018 年 2 月 9 日世界海关跨境电商大会上表示全球买、全球卖、全球支付、全球邮将成为贸易的突出特点。跨境电商将成为世界贸易的主要形式，跨境贸易也不再是一个国家产的商品销售到另一个国家，而是相互为对方创造就业、机遇和价值；不是单纯的货物往来，而是共享历史、文化的一种生活方式。

在 20 世纪 90 年代中后期，中国的商人们几乎踏着 Amazon、eBay 等世界先进电商平台的后尘开始了电商平台创业，最具有代表性的电商平台是阿里巴巴，全称阿里巴巴网络技术有限公司。1999 年 9 月，马云带领 18 位创始人在杭州的公寓中正式成立了阿里巴巴集团，集团的首个网站是英文全球批发贸易市场阿里巴巴。

阿里巴巴平台初期仅提供少量的功能，主要集中在发布 Trade Leads，提供贸易供需信息和交易机会，发布产品信息和广告信息。鉴于当时中国互联网的发展还不成规模，中国的电子商务还相当的不成熟，网络硬件条件也不好，在这样的环境中互联网利用停留在信息抓取的时代，与其说是平台不如说是网站。随着互联网硬件条件的逐步成熟，阿里巴巴平台也逐渐完善，中国供应商（在阿里巴巴，中国供应商被简称为 CGS）越来越认识到电商的特性和重要性，在内外条件均成熟的情况下，阿里巴巴迅速发展起来。阿里巴巴发展历程如表 1-3 所示。

表 1-3 阿里巴巴（Alibaba）发展历程

| 时间         | 发展历程                               |
|------------|------------------------------------|
| 1999 年 9 月 | 在杭州的公寓中正式成立了阿里巴巴集团，首个网站是英文全球批发贸易市场 |
| 2000 年 1 月 | 从软银等数家投资机构融资                       |

续表

| 时间          | 发展历程                                             |
|-------------|--------------------------------------------------|
| 2003 年 5 月  | 创立购物网站淘宝网                                        |
| 2004 年 2 月  | 从数家一线投资机构融资，成为当时中国互联网届最大规模的私募融资                  |
| 2004 年 12 月 | 在第三方网上支付平台推出支付宝                                  |
| 2005 年 10 月 | 接管中国雅虎                                           |
| 2007 年 11 月 | 在香港联交所主板挂牌上市                                     |
| 2010 年 4 月  | 推出全球速卖通；手机淘宝客户端；收购两家服务美国 Vendio、Auctiva；收购国内的一达通 |
| 2014 年 9 月  | 阿里巴巴集团于纽约证券交易所正式挂牌上市                             |
| 2016 年 3 月  | 阿里巴巴零售平台 2015 财年交易额突破 3 万亿元                      |
| 2018 年 2 月  | 收购蚂蚁金服股权，与万达集团签订战略投资协议，与居然之家投资控股集团有限公司达成新零售战略合作  |
| 2018 年 7 月  | 全球同步《财富》世界 500 强排行榜发布，阿里巴巴集团排名第 300 位            |

资料来源：根据阿里巴巴（Alibaba）官网资料整理。

目前，阿里巴巴主营业务涵盖阿里系的电子商务服务、蚂蚁金融服务、菜鸟物流服务、大数据云计算服务、广告服务、跨境贸易服务，以及前六个电子商务服务以外的互联网服务。

二、跨境电子商务概念与特征

（一）跨境电子商务概念

跨境电子商务（cross-boarder e-commerce）简称跨境电商，是指分属于不同关境的交易主体，通过电子商务平台将传统进出口贸易中的展示、洽谈、成交和支付结算等交易环节电子化，并通过跨境物流或异地仓储送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

跨境电子商务是相对于境内电子商务而言的，在整个交易过程中，除了买卖双方外，还有物流、第三方结算平台等主体在交易链中体现，与传统贸易形态相似，但是各主体之间的权利义务、风险责任都发生本质的变化，颠覆了运行多年的国际贸易交易规则和结算规则。广义的跨境电商是指电子商务在进出口贸易中的应用，是传统国际贸易商务流程的电子化、数字化和网络化。从狭义上看，跨境电商是国内电商的延伸，它是经营者将商品通过在线网络平台直接卖给关境外消费者，形象地讲是“洋陶”“海淘”。就传统贸易方式而言，生产者或销售者无法将小件商品卖给境外消费者，因为存在商品识别、运输、成本、结算环节难以解决的障碍，而电子技术与新商务方式的结合为扫除障碍提供了条件。

(二) 跨境电子商务特征

1. 跨境性

境指关境，是商务活动所跨越的关境。与传统贸易双向性不同，跨境电商是多边化、融合交易过程的信息流、商流、物流、资金流，可以通过 A 国的交易平台、B 国的商品、C 国的支付结算平台、D 国的物流平台实现国家间、区域间的直接贸易。因此，跨境电商是一种跨关境的商务活动，突破了传统交易具有的空间区域因素限制，把产品和服务提交到另外一个关境市场。

2. 网络性

网络经济时代的国际贸易活动将从以物理空间为主转向以数字媒体空间为主，出现了诸如虚拟要素市场、虚拟商品市场、虚拟金融机构等虚拟经济场所，这些“虚拟”必须以互联网技术为基础，开辟了开放、多维、立体的市场交易空间。“虚拟”乃“拟虚”，跨境交易活动仍然实实在在地按照买卖双方要约的承诺方式进行着。

3. 小批量

小批量跨境交易是跨境电商相对于传统贸易而言最为典型的特征，小批量可以是小批也可以是单件，因为跨境电商模式可以实现单个企业之间或单个企业与个人之间的交易，跨境电商具有海量商品信息库、简便的支付方式、快速的物流传递等多样优势，能在虚拟空间进行沟通思想，因此生产者和销售者能够及时掌握消费者需求，设计和生产出差异化、个性化产品，更好地服务消费者。

4. 无纸化

数字化产品和服务基于数字传输活动，在网络中是以计算机数据代码的形式出现的，跨境电商的数字化亦即无纸化。在跨境电商中，电子计算机通信记录取代了一系列的纸面交易文件，整个信息发送和接收过程实现无纸化。以书籍为例，传统的纸质书籍，其排版、印刷、销售和购买被看作是产品的生产、销售，然而在电子商务交易中，消费者只要购买网上的数据权便可以使用书中的知识和信息。跨境电子商务以数字合同、数字时间取代了传统贸易中的书面合同、结算票据。

无纸化带来的积极影响是使信息传递摆脱了纸张的限制，冲击了传统法律的许多规范，削弱了税务当局获取跨境纳税人经营状况和财务信息的能力，从而引起征税国国际税收流失。例如，世界各国普遍开征的印花税，其课税对象是交易各方提供的书面凭证，课税环节为各种法律合同、凭证的书立，而在网络交易无纸化的情况下，物质形态的合同、凭证已不复存在，因而印花税的合同、凭证贴花便无从下手。

5. 快速演进

相对于传统贸易方式，跨境电子商务具有更明显的优势，如表 1-4 所示。

表 1-4 跨境电子商务与传统国际贸易比较

| 贸易方式<br>对比项目 | 跨境电子商务                  | 传统国际贸易              |
|--------------|-------------------------|---------------------|
| 经营方式         | 主动式，根据消费市场需求主动提供交易服务全过程 | 被动式，按照消费方要求签订合同履行义务 |

续表

| 对比项目\贸易方式 | 跨境电子商务                | 传统国际贸易                         |
|-----------|-----------------------|--------------------------------|
| 交流方式      | 在跨境电商平台接触             | 通过电子邮件或面对面接触                   |
| 信息渠道      | 开放式、发散式               | 针对性传送、交易会                      |
| 运作模式      | 利用互联网商务平台             | 国际商务合同                         |
| 价格利润      | 相对的价格低、利润率高           | 相对的价格高、利润率低                    |
| 订单类型      | 批次多、订单分散、小批量          | 批次少、订单量大、订单集中                  |
| 涉及环节      | 生产商—零售商—消费者           | 生产商—进出口贸易商—零售商—消费者             |
| 结算方式      | 第三方支付平台，便捷            | 银行机构，程序复杂                      |
| 运输模式      | 生产商承担委托第三方物流费用并直接送货到达 | 按照买卖合同约定通过海、陆、空或多式联运送达指定地点完成交货 |
| 国际规则      | 国际交易规则不完善或没有规定        | 国际贸易规则完善                       |
| 争端处理      | 处理不畅或低效               | 健全的国际争端解决机制                    |

三、跨境电子商务的意义和前景

(一) 跨境电子商务的意义

1. 为外贸增添新动力

跨境电子商务是互联网时代的产物，是“互联网 + 外贸”的具体体现。由于信息技术的快速发展，互联网技术解决了传统外贸难以克服的交易障碍，如交易中间成本过高、信息吸纳不及时、小额小批量贸易等。跨境电子商务的出现使得交易规模不再是外贸的决定性因素，多批次、小批量外贸订单需求正逐渐代替传统外贸大额交易，B2B、B2C 等多种跨境电商模式为促进外贸稳定和便利化注入了新的动力。在移动互联网、智能物流等相关技术提升快速的背景下，围绕跨境电商产业将诞生新的庞大经济链，带动产业转型升级，催生出一系列新的经济增长点。

2. 有助于推动平等和普惠的全球贸易

互联网技术打破了国际贸易的许多障碍，使得交易易于开展。跨境电子商务是全球化时代的产物，是在世界市场范围内配置资源的重要载体，通过跨境电商平台破除全球大市场障碍，推动无国界商业流通。对企业而言，跨境电商加快了各国企业的全球化运营进程，有助于交易主体更加注重国际意识，更加注重树立全球化的品牌定位。同时，跨境电子商务大大降低了生产者与全球消费者的交易成本，企业可以直接与全球供应商和消费者互动交易，特别是降低了广大中小企业“零距离”加入全球大市场的成本，使更多企业享受到全球化红利，推动平等和普惠的全球贸易。

3. 提升国内消费者福利水平

跨境电商是消费时代的产物，满足了消费人群追求更高质量、更安全、更多样化商品的需求，提升了消费者福利水平。跨境电商进口以扁平化的线上交易模式减少了多个中间环节，使得海外产品的价格下降。通过大量引入质量品质较好、丰富的海外商品，我国用海外产品培育国内市场，以消费升级引领产业加快转型升级，最终惠及国内消费者。同时，跨境电商使交易流程扁平化，海外产品供应商直接面对国内消费者，能够提供更多符合消费者偏好的商品。

4. 有利于提升产业结构转型升级

跨境电子商务的发展，直接推动了物流配送、电子支付、电子认证、信息内容服务等现代服务业和相关电子信息制造业的发展。通过电子商务平台实现“买全球卖全球”，大大扩展了市场信息的来源渠道，有效解决了企业因信息不对称带来的外贸订单减少的问题。互联网外贸能够使外贸链更加扁平化，充分减少中间环节，直达客户终端，降低交易成本，提升企业利润率，促进制造行业产业升级。

5. 提升我国政府对外开放水平

跨境电子商务为政府提升对外开放水平提供了新抓手。发展跨境电子商务，既涉及商务、海关、检验检疫、财政、税务、质量监督、金融等多个部门，也涉及多领域的国际合作；既对政府的快速反应、创新、合作等能力提出了新要求，也对政府传统的体制机制提出了新挑战。以跨境电子商务为抓手，推动政府各部门资源共享、高效运行、统一协作、创新服务，对提升我国政府对外开放水平起到有力的推动作用。破解并建立全程监管标准体系，有助于促进跨境电商规范化、便利化发展，有助于深化国际贸易领域和电子商务领域新一轮监管体制的改革。

(二) 中国跨境电子商务发展前景

1. 国家政策扶持跨境电商发展

近年来，我国跨境电商取得爆发式增长，传统贸易企业加快了向电商转型的步伐。2013 年 9 月，商务部、海关总署等八部委发布《关于实施支持跨境电商零售出口有关政策的意见》，为发展跨境电商指明了方向，与此同时，从国务院到各相关部委纷纷出台针对跨境电商行业的配套政策措施。2013 年 12 月，财政部国家税务总局发布《关于跨境电商零售出口税收政策的通知》，明确了从事跨境电商零售企业退免税的条件，从而大大降低了企业成本；2014 年 2 月，海关总署增列跨境电商海关监管方式代码“9610”；2015 年 6 月 20 日，国务院办公厅发布了《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》；2017 年 4 月 8 日，财政部联合海关总署和国家税务总局共同推出《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》等。跨境电商政策的密集出台，对行业发展起到积极的推动作用。国家各部委跨境电商政策如表 1-5 所示。

| 表 1-5 国家各部委跨境电商政策 |                                     |
|-------------------|-------------------------------------|
| 出台政策时间            | 内 容                                 |
| 2013 年 8 月        | 国务院办公厅转发《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》 |