

21世纪高等院校电子商务教育系列教材

跨境 电子商务

杨兴凯 著

Cross-Border
E-commerce

21世纪高等院校电子商务教育系列教材

跨境 电子商务

杨兴凯 著



Cross-Border
E-commerce

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务 / 杨兴凯著. —大连: 东北财经大学出版社, 2018.8
(21世纪高等院校电子商务教育系列教材)

ISBN 978-7-5654-3246-0

I. 跨… II. 杨… III. 电子商务-高等学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第163050号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街217号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连力佳印务有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 290千字 印张: 14.25 插页: 1

2018年8月第1版

2018年8月第1次印刷

责任编辑: 李 彬 王 斌

责任校对: 王 娟

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

定价: 38.00元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

前言

随着国家“一带一路”倡议逐步落实，以及国家各级政府的大力支持，跨境电子商务作为电子商务中非常重要和特殊的形式正处于蓬勃的发展中，2017年中国跨境电商整体交易规模（含零售及B2B）达到7.6万亿元，且在亚洲市场甚至世界市场上，中国都正在成为跨境电子商务行业的领跑者。跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础，有力地冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时也引起了世界经济贸易的巨大变革。在我国，跨境电子商务使得国内的消费者轻松地通过网络获取其他国家物美价廉的商品，同时，它还带领国内企业构建了开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了进入国际市场的路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢。

一、本书定位

本书适用于高等院校电子商务、国际贸易、工商管理、信息管理与信息系统等相关专业在校大学生，旨在普及跨境电子商务的相关知识，帮助读者了解和掌握跨境电子商务的相关概念、基本理论和发展趋势，提供全面系统的知识梳理和讲解。本书不仅囊括了跨境电子商务领域需要了解 and 掌握的理论基础，而且运用案例的方式将理论结合实际，使初学者能够准确、快速、全方位地掌握跨境电子商务相关知识。

二、本书特点

本书在理论讲解当中融入了国际贸易相关知识以及大量的理论和实践资料，尤其是最新的跨境电子商务模式、流程、方法和研究成果，结合作者15年的电子商务研究经验，特别是近5年跨境电商的研究和产业经验，调研了6个跨境电商综合试验区的10余个跨境电商园区，主持完成了大连市跨境电子商务规划等多个政府委托项目，

历时4年完成本书。本书具有以下特点：①在目标上，本书以提供全面、系统的电子商务理论为目标，结合实践能力培养，以电子商务专业素质的培养为导向，旨在使学生能够在宏观层面把握跨境电子商务的整体脉络，建立完整的知识体系，并详细了解跨境电子商务的理论和实务操作。②在结构上，本书由浅入深、逐层递进，在透彻介绍跨境电子商务基本概念、模式与框架的基础上，融入与跨境电子商务相关的营销、支付、物流等相关内容，同时结合跨境电子商务环境和发展趋势的介绍，帮助读者实现对跨境电子商务整体的把握。③在内容上，本书反映跨境电子商务领域的最新变化，充分考虑了学习、教学和研究的多重需求，每章均有多个新颖、有代表性的案例，帮助理解书中的一些基本概念，章后还有习题便于教学，将理论知识和应用案例有机结合，并配以大量的图表辅助说明，帮助读者把握本书的整体结构，理解所学内容。

三、本书结构

本书分为三个部分：第一部分对跨境电子商务从总体上进行概述，明确跨境电子商务的概念、特征和分类等关键理论基础，了解跨境电子商务的最新发展现状、趋势，并介绍跨境电子商务的主要和创新应用模式；第二部分依托电子商务的要素，通过将电子商务手段与国际贸易相关理论知识相结合，详细阐述了跨境电子商务发展所需的营销、电子支付、物流等；第三部分以国内外知名的跨境电子商务平台为依托，介绍了与跨境电子商务理论知识相对应的一些实务操作，用以进一步巩固所学知识，培养学生的实践能力。

由于本书旨在为读者提供有关跨境电子商务的全面、系统的理论知识体系，需要研究大量的国际贸易与电子商务相关理论，并且需要引用最新的相关案例辅助初学者对理论知识的理解，跨境电子商务是近年发展的新的热点问题，产业界也在不断的探索中，缺少参考资料，因此编写过程十分艰辛。本书由杨兴凯教授负责全书的策划与撰写，在本书的出版之际，我要感谢东北财经大学出版李彬编辑、王斌编辑为本书的出版提供特别的支持；大连科技学院张晶晶老师，研究生胡一娇、李影、史文博、焦丽娜、吕晶晶、包莹、黄诗晴，本科生科研助理吉美琳也参加了编写工作，为本书做了大量的资料整理、修改和校对工作；本书得到了东北财经大学出版社的大力支持和帮助，编辑们认真的工作态度为本书的出版提供了保障。本书参考了大量的国内外资料和案例，在此我要感谢给予本书帮助的专家、同行以及本书参考文献的作者们。

跨境电子商务作为电子商务中新兴的模式，不仅涉及电子商务的相关知识，还需要国际贸易相关知识的辅助，且其技术发展迅速，理论体系和内容也都没有完全成熟。尽管我付出了艰辛的努力，但由于学识有限、时间紧迫，难免有一些缺陷和不足，恳请同行们的指正和交流（邮箱 xkyang@vip.sina.com）。希望我们能够共同携手，为我国电子商务的又快又好发展贡献力量。

作者

2018年5月

目录

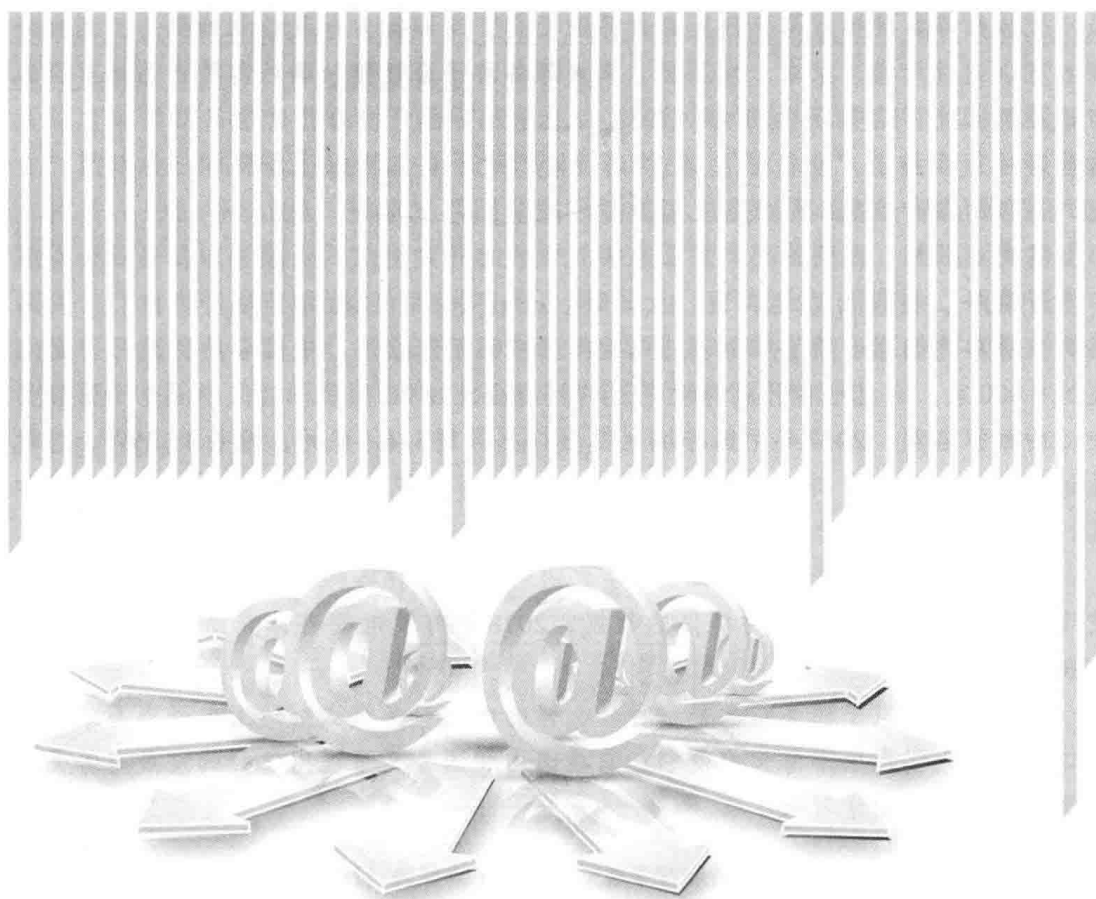
1 跨境电子商务概述	1
学习目标	2
引导案例	2
1.1 跨境电子商务基础	3
1.2 跨境电子商务的现状与发展历史	8
1.3 跨境电子商务对传统外贸企业的影响	24
1.4 保税区和自由贸易区	27
【本章小结】	35
【关键概念】	36
【思考题】	36
【本章案例】	37
2 跨境电子商务的模式与运作流程	39
学习目标	40
引导案例	40
2.1 跨境电子商务的模式分类	41
2.2 跨境电子商务的运作流程	51
【本章小结】	62
【关键概念】	62
【思考题】	63
【本章案例】	64

3 跨境电子商务营销	66
学习目标	67
引导案例	67
3.1 跨境电子商务营销概述	68
3.2 社交媒体营销	73
3.3 搜索引擎营销	78
3.4 电子邮件营销	85
3.5 站内营销方式	89
【本章小结】	94
【关键概念】	95
【思考题】	95
【本章案例】	96
4 跨境电子商务支付	98
学习目标	99
引导案例	99
4.1 跨境电子商务支付与结算概述	100
4.2 跨境电子商务支付与结算的模式	106
4.3 跨境电子商务与贸易融资	113
4.4 跨境电子商务的第三方支付企业	120
【本章小结】	126
【关键概念】	127
【思考题】	127
【本章案例】	128
5 跨境电子商务物流	131
学习目标	132
引导案例	132
5.1 跨境电子商务物流概述	133
5.2 跨境电子商务物流的模式	142
5.3 单一窗口	148
5.4 跨境电子商务的物流承运商	159
【本章小结】	167
【关键概念】	168
【思考题】	168
【本章案例】	169

6 跨境电子商务第三方平台操作实务	173
学习目标	174
引导案例	174
6.1 跨境电子商务平台概况	175
6.2 全球速卖通	180
6.3 Wish 平台	196
【本章小结】	209
【关键概念】	209
【思考题】	210
【本章案例】	211
附录	213
主要参考文献	220

1

跨境电子商务概述



学习目标

通过本章学习，掌握跨境电子商务的定义、分类、特点、优势，理解发展跨境电子商务的意义，了解国际和国内跨境电子商务的发展历程与现状，了解跨境电子商务的发展趋势，理解跨境电子商务对传统贸易的影响。

【引导案例】

从“迅速扩张”到“规范发展”，我国跨境电商将值9万亿元

“每天凌晨4点，新西兰牧场刚刚挤好的鲜牛奶在迅速完成杀菌、罐装、检验后，搭乘直达航班奔赴上海浦东国际机场，然后上架天猫国际，‘锁鲜到家’仅需72小时。”这样的事情对于国内的消费者来说已不是一件新鲜事了。

跨境进口电子商务是通过电子商务购买国外商品的一种贸易形式，通俗来讲也就是海淘。近年来，我们身边的海淘发生了翻天覆地的变化：产品品类经历了从电子产品、化妆品等各种标准品，到生鲜产品的变化；海淘行为也从最初的代购，到如今消费者可以通过天猫、京东、唯品会、聚美等各种平台直接从国外购买产品，甚至体验店试用、线上平台购买的方式。2018年，各大平台力推的“区块链”技术，更是为这些跨境商品打上“身份证”，使得消费者通过手机就可以了解跨境产品从生产、运输到销售的各种信息，从根源上避免了“假货”的出现。

在商业领域，国内的出口商正在尝试通过电子商务方式开展出口贸易，即跨境出口电子商务，借助阿里速卖通、亚马逊、eBay等国际性的大平台，将他们的商品销售到全球各个角落。商务部的数据显示，到2017年12月，中国各类跨境平台企业已超过5000家，通过平台开展跨境电商的外贸企业逾20万家。根据中国电子研究商务中心的数据监测，2017年中国跨境电商出口交易额336.5亿元，增长41.3%^①，跨境商品远销美国、欧盟、东盟、日本、俄罗斯、巴西、印度、东南亚、非洲等国家和地区，其中美国和欧盟为主要市场，占比超过30%。

可以说，跨境电子商务在短短5年之内经历了各种各样的淬炼，实现了现在的稳定飞速发展。根据艾瑞咨询提供的数据，2018年跨境电商整体交易规模（含零售及B2B）有望增至9万亿元^②。

那么，跨境电子商务究竟是一种什么样的电子商务模式？运用电子商务来实现进出口贸易给人们带来了怎样的便利？它在国内和国外又呈现出怎样的发展态势呢？我们将通过这一章的学习来了解。

^① 中国电子商务研究中心. 2017年中国出口跨境电商交易额336.5亿元 [EB/OL]. [2018-02-11]. <http://b2b.toocle.com/detail--6436808.html>.

^② 中国电子商务研究中心. 2017年中国跨境电商交易规模7.6万亿元 [EB/OL]. [2018-02-07]. <http://b2b.toocle.com/detail--6436223.html>.

1.1 跨境电子商务基础

跨境电子商务是互联网发展到一定阶段所产生的一种新型的国际贸易形式，它不仅拓展了传统电子商务的交易范围，也改变了传统的国际贸易模式，正显现出巨大的商业价值。

1.1.1 跨境电子商务的定义及特点

1. 跨境电子商务的定义

跨境电子商务 (Cross-border E-commerce)，简称为跨境电商，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行在线支付结算，并通过跨境物流送达商品，完成整个贸易过程的一种国际商业活动。

跨境电子商务的本质是电子商务在进出口贸易领域的运用，是国际贸易流程的电子化、数字化、网络化，在单一窗口跨境电子商务服务平台上（包括海关、检验检疫、税务、外汇等功能），依靠互联网和国际物流，直接对接终端，满足客户需求。跨境电子商务将电子商务与跨境贸易相融合，冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界化，正在引起全球经济的巨大变革。同时，由于门槛低、环节少、成本低等方面的优势，跨境电子商务已在全球范围内蓬勃发展。跨境电子商务系统要素联动关系模型如图 1-1 所示，该图有助于我们总览跨境电子商务的总体框架。

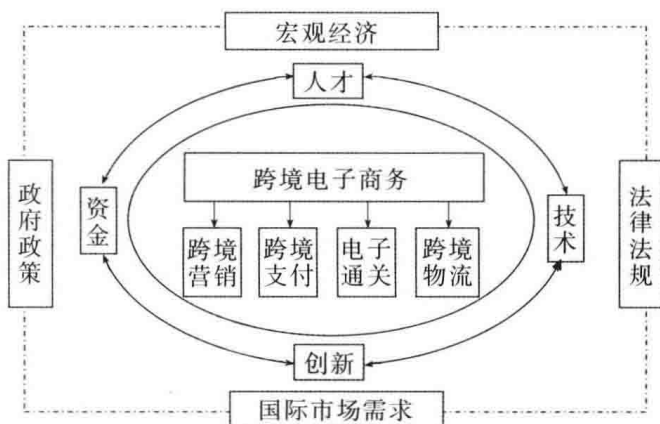


图 1-1 跨境电子商务系统要素联动关系模型

2. 跨境电子商务的分类

按照交易主体和进出口方向的不同，跨境电子商务一般有两种分类方式。

(1) 按交易主体

按照交易主体的不同,可以将跨境电子商务分为B2B跨境电子商务(Business to Business,即企业对企业)、B2C跨境电子商务(Business to Customer,即企业对消费者)和C2C跨境电子商务(Customer to Customer,即消费者对消费者)三种类型。B2B跨境电子商务,是指分属不同关境的企业之间运用电子商务平台达成交易、进行支付结算,并通过跨境物流送达商品、完成交易。B2C跨境电子商务,是指企业直接面对分属不同关境的消费者个人开展在线销售产品和服务。C2C跨境电子商务,是指分属不同关境的个人卖方对个人买方开展在线销售产品和服务。

(2) 按外贸进出口方向

按照外贸进出口方向不同,可以将跨境电子商务分为跨境进口电子商务和跨境出口电子商务。根据业务形态以及商业模式的不同,跨境进口电子商务与跨境出口电子商务又包含了不同的类型和模式,我们将在下一章对此问题进行详细的介绍。跨境电子商务的分类如表1-1所示。

表1-1 跨境电子商务的分类

模式		划分依据	模式特点	代表网站
按照交易主体	B2B	企业对企业	大批量、小批次交易、订单集中	阿里巴巴国际站、环球资源等
	B2C	企业对消费者	小批量、多批次交易、订单分散	阿里巴巴速卖通、亚马逊等
	C2C	消费者对消费者	小额交易、用户多	淘宝全球购、海蜜等
按照进出口方向	跨境进口	进口	模式多元化、机遇多、问题大	淘宝全球购、京东海外购等
	跨境出口	出口	区位、供应链因素作用较大	阿里巴巴国际站、兰亭集势等

3. 跨境电子商务的特点

跨境电子商务作为一种新型的、日趋成熟的贸易方式,与传统的国际贸易和境内电子商务相比有一些独特性,具体表现为全球性、多边性、碎片化、高效性、快速演进(不确定性)的特点。

(1) 全球性

从交易的范围角度来看,与境内电子商务不同,跨境电子商务的交易针对不同关境的交易主体,更加体现了互联网对于全球资源的整合能力,同时跨境电子商务贸易过程相关的信息流、资金流、物流已由传统的双边逐步向多边的方向演进,更体现出

跨境电子商务全球性特点。

(2) 多边性

从交易过程涉及的主体范围角度来看,与传统的电子商务不同,跨境电子商务的贸易过程不仅包括交易双方,还涉及海关、检验检疫、税务、外汇管理部门等主体,因此体现出多边协调、通力协作的特点。

(3) 碎片化

从交易过程中产品批量特征的角度来看,与传统贸易不同,小批量的订单才是跨境电子商务的特点。究其原因,实际上是因为跨境电子商务能够使单个企业和单个企业甚至单个消费者之间直接进行交易,同时互联网的便捷性也为网上的小额批发以及零售提供了方便,因此,小批量、多批次的碎片化模式正在取代传统集装箱式的大额外贸交易模式,成为跨境电子商务的一个显著特点。

(4) 高效性

从整个交易流程的速度来看,传统的国际贸易主要由一国的进出口商通过另一国的进出口商集中进出口大批量货物,再通过境内流通企业经过多级分销,最后到达企业或是消费者,表现出环节多、时间长、成本高的特点,而跨境电子商务可以通过电子商务交易与服务平台,实现多国企业之间、企业与最终消费者之间的直接交易,环节少、成本低,提高了国际贸易的效率,表现出高效性的特点。

(5) 快速演进(不确定性)

从跨境电子商务的整体发展现状角度来看,基于互联网的电子商务活动正处于瞬息万变的演进过程中,与其相配套的网络设施和法律协议等在未来的发展中也呈现出不确定性。比如,近年来税法制度随着跨境电子商务的完善而逐步修订完善,同时新的税制改革也给现有的跨境电子商务发展带来了改变和冲击,因此跨境电子商务的发展表现出不确定性的特点。

1.1.2 跨境电子商务的意义

1.跨境电子商务对传统外贸企业的意义

(1) 跨境电子商务有利于传统外贸企业转型升级和保持外贸稳定增长

大力发展跨境电子商务,有助于在成本和效率层面增强国家的进出口竞争优势,提高外贸企业的利润率。电子商务渠道的深入渗透,可以使企业和最终消费者建立更畅通的信息交流平台,企业及时掌握市场需求,调整产品结构,提升产品品质,树立产品品牌,建立电子商务信用体系,从而增强国家外贸的整体竞争力,对传统外贸企业转型升级和稳定外贸增长起到重要作用。

(2) 跨境电子商务为企业的国际化提供了新平台

跨境电子商务能够有效打破渠道垄断、减少中间环节、节约交易成本、缩短交易时间,为境内企业创建品牌、提升品牌的知名度提供了有效途径。通过开展跨境电子

商务,许多不被境外消费者所知晓,但性能好、质量高的产品和服务通过跨境电子商务平台,实现了面向国际的拓展。因此,跨境电子商务创造了新的、更公平的、更广阔的发展空间,从而催生出更多具有国际竞争力的企业。

2. 跨境电子商务对消费者的意义

(1) 跨境电子商务满足了消费者对于产品质量的追求

随着居民收入的提升,消费者对生活质量的要求提高,人们对品质高档、品牌高端、技术先进、安全可靠的日常生活用品以及众多奢侈品的需求日渐增加,国内的商品已经远远不能满足消费者的需求。国内产品质量问题、食品安全问题、假冒伪劣现象频出,因此跨境电子商务的发展给消费者转向国外的高质量产品提供了机会。

(2) 跨境电子商务为消费者节省了购买成本

从货币成本角度来看,除了国内消费者对国际品牌产品的购买需求越来越旺盛,国内外相同产品的价格差也使消费者逐渐将视线转移到国外。由于国际品牌商品进口时面临高额的关税、增值税,同时还需通过层层渠道商,商品价格成本增加,国外品牌产品国内售价显著高于境外,或者由于国内相关产品的数量较少而导致价格垄断,无法满足消费者需求,这些都给以较低价格提供丰富的国际品牌产品的跨境电子商务模式带来了一定的市场空间。从时间成本角度来看,全球及国内电子商务的迅速发展为跨境电子商务提供了一个十分有利的生存土壤和发展平台。对于消费者来说,使用跨境电子商务平台进行支付和交易的便捷性大大提升,消费者不必走出国门或货比三家寻找代购就能享受国外的产品,国际物流环境也比以前更加开放,信息化程度明显提高,安全性和速度都有保障,使得跨境电子商务成为消费者的不二选择。

(3) 跨境电子商务为消费者权益提供了保障

在传统的海外代购、朋友圈代购等跨境交易模式下,代购商品一般产自境外,其计量、质量等标准无法进行统一,当发生纠纷时消费者调查取证存在困难;跨境交易不存在统一的规范,侵权责任难以明确;管辖权、准据法的认定困难等问题等进一步加大了消费者维权的成本,无形中延长了诉讼周期,同时还存在个体交易金额较小、受众人较多,导致立案存在困难等问题。而由于跨境电子商务对于跨境贸易的逐渐规范化,消费者在权益受到侵害时,可以向相关行政部门申诉,可以向相关国际组织投诉、调解,还可以进行商事仲裁及诉讼等。由此可见,随着跨境电子商务的进一步发展,消费者权益会得到更好的保护。

3. 跨境电子商务对产业的意义

(1) 跨境电子商务促进第三产业的服务升级

随着一批知名电子商务平台企业、物流快递企业、第三方支付本土企业加快崛起,跨境电子商务将会引发相关服务业的生产方式、产业组织方式的变革。在物流方面,企业必须对现有的物流配送能力和配送网络进行全面的梳理和布局;在构建电子

支付体系过程中，企业应做到能够适应汇率变动、解决资金安全问题；在电子认证方面，交易平台应达到确保交易本身的合法有序的目的；在综合服务方面，面对多样化、多层次、个性化的境外消费者需求，企业必须以消费者为中心，构建完善的服务体系；在产品开发方面，研发产业应该针对更广泛的客户群体，对产品进行新的生产设计等。

(2) 跨境电子商务是促进整个产业结构升级的新动力

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产业的发展，使得三大产业之间的结构布局趋于优化。面对多样化、多层次、个性化的境外消费者需求，企业必须转变从前的战略方针，转而生产适销对路的产品，并在此基础上加强合作创新，构建完善的服务体系，在提升产品制造工艺、质量的同时，加强研发设计、品牌销售，重构价值链和产业链。跨境电子商务的发展促进了产业进一步升级改造，实现资源的有效配置。

4. 跨境电子商务对国家的意义

(1) 跨境电子商务的发展为中国的产品对接世界提供了更广泛的机会

通过跨境电子商务平台，我们将“中国制造”的高质量产品更高速地推广到世界各地的消费者面前，同时境内企业也可以更便捷地了解到世界各地企业、消费者对产品的需求和偏好，从而生产出更加让消费者满意的产品，使中国的产品真正对接世界。

(2) 跨境电子商务的蓬勃发展有助于我国提升国际话语权

通过互联网获取准确、实时的国际贸易信息资源，不仅可以使我国掌握国际贸易市场动态，而且可以预测国际市场发展态势；大力发展国际支付结算服务，加强在线支付结算平台的能力，完善在线支付业务规范和技术标准，有助于提高我国第三方支付机构在跨境电子商务市场中的地位，掌握跨国支付结算的优先权；随着我国跨境电子商务在国际上的地位越来越突出，我国也可以引领建立跨境电子认证、在线交易、跨境支付、跨境物流、通关、商检等标准规范，从而掌控国际贸易的主导权。

(3) 跨境电子商务的快速发展将反向促进政策的全面推开

至2016年1月，我国跨境电子商务综合试验区工作已经在13个城市展开，随着地区跨境电子商务的快速进展，国家和各地方政府也纷纷出台相关政策，对跨境电子商务的发展进行适时的鼓励、引导、监督与管理。自2012年以来，政府在跨境电子商务支付、海关监管、检验检疫、税收管理等方面均进行了规范，以适应当前跨境电子商务发展的要求。从初期的发展情况看，企业的积极性较高，其他城市也在跃跃欲试中，可以预见随着跨境电子商务的全面推进，相关配套政策将更精准地服务于企业，并创造更好的政策环境，加快政府实施“互联网+”战略。

1.2 跨境电子商务的现状与发展历史

跨境电子商务是全球化背景下国际贸易发展的重要趋势，世界上的主要国家和全国重要中心城市都在积极发展跨境电子商务，其中跨境电子商务发展较快的国家依次是美国、英国、德国、日本和新加坡。

1.2.1 跨境电子商务的发展历程

1. 全球跨境电子商务发展历程

(1) 起步阶段（1999—2003年）

阶段特点：在跨境电子商务起步阶段，跨境电子商务平台发挥的是产品展示和信息发布作用。其主要商业模式是在网上展示企业以及产品信息、线下进行交易，在这一阶段交易环节并不在网络平台上进行。

盈利模式：此时的跨境电子商务平台的盈利模式主要是向企业收取会员费（如年服务费）。在这一阶段中，也逐渐衍生出竞价推广、咨询服务以及为供应商提供完备的信息流等增值服务。

存在问题：跨境电子商务起步阶段虽然通过互联网解决了贸易信息面向世界买家的难题，但是仅完成了外贸电子商务产业信息流的整合，依然无法完成在线交易，因此仍然存在很大的发展空间。

在此阶段，中国制造网、韩国 EC21 网、Kellysearch 等大量以供需信息交易为主的跨境电子商务平台竞相出现，阿里巴巴国际站、环球资源网也成为我国在跨境电子商务起步阶段的典型代表平台。

(2) 发展阶段（2004—2011年）

阶段特点：2004年，跨境电子商务的发展阶段来临。这一阶段，跨境电子商务平台开始摆脱纯信息黄页的展示行为，将线下交易、支付、物流等流程实现电子化，逐步实现在线交易。此阶段的跨境电子商务平台，通过服务以及资源整合有效打通上下游供应链，逐渐形成了包括 B2B 平台以及 B2C 平台的两种模式。经过逐步发展，B2B 平台模式为跨境电子商务在发展阶段的主流模式，直接对接中小企业和商户，使得产业链进一步缩短，提升了商品的销售利润空间。

盈利模式：在此阶段，跨境电子商务第三方平台实现了营收的多元化，同时实现了后向收费模式，将“会员收费”改为以收取“交易佣金”为主，即依成交效果按照一定比例收取佣金。同时还通过平台上的营销推广、支付服务、物流服务等网络配套服务获得增值收益。

存在问题：在发展阶段，由于相关法制不完善等问题的存在，跨境电子商务的发展也曾经经历过2007—2011年间假货盛行的时代，但到2011年后，国家提升了对跨境电子商务的重视程度，并颁布了相关法律法规，各个地区政府的扶持力度也逐渐加强，跨境电子商务发展开始步入正轨。

(3) 转型阶段（2012年至今）

阶段特点：2013年成为跨境电子商务重要转型年，跨境电子商务全产业链都出现了商业模式的变化，跨境电子商务转型的大时代随之到来。首先，跨境电子商务转型阶段具有大型工厂上线、中大额订单比例提升、大型服务商加入和移动用户量爆发等特征。与此同时，跨境电子商务平台服务全面升级，承载能力更强，全产业链服务也呈现出在线化的特征。在此阶段，用户群体逐渐扩张，用户实力普遍提升，同时产品也呈现出更加多样化、多元化的格局。

盈利模式：在此阶段，跨境电子商务平台的盈利也向更加多元化的方向迈进，在原有盈利模式的基础上，跨境电子商务综合服务平台也通过相关金融创新业务等获得了新的盈利途径。比如，跨境电子商务企业与金融机构进行合作，为中小企业、个人消费者提供融资、资金托管等服务，并收取相关费用。

存在问题：在转型阶段，跨境电子商务呈现了快速增长，而其面临的外部不确定性因素也与日俱增。2016年2月4日，美国等12个国家正式签署《跨太平洋伙伴关系协定》(TPP)，而中国目前尚未加入，使得我国的跨境电子商务发展在经济全球化的大背景下受到一定程度的限制；同时由于美国接连对俄罗斯、朝鲜等国进行贸易、军事等方面的制裁，无形中也给中国的对外贸易和跨境电子商务带来了更大的机遇。2018年3月8日，由日本牵头的11个国家在智利首都圣地亚哥重新签署《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)，意图抑制中国经济在亚太地区的影响力：一是在关税上对中国产生贸易壁垒；二是未来可能会主导亚太地区贸易规则的制定。对此，中国也正在促成由东盟10国发起的“区域全面经济伙伴关系协定”(RCEP协定)，用于消减CPTPP对中国的限制。总之，国际性组织以及国际环境的动荡在跨境电子商务转型阶段表现出较为明显的影响，使其发展具有较多的不确定性。

全球跨境电子商务发展历程总结如表1-2所示。

表1-2 全球跨境电子商务发展历程

阶段	时间	阶段特点	盈利模式	存在问题
起步阶段	1999—2003年	线上展示，线下交易	会员费	不成熟，待完善
发展阶段	2004—2011年	提供信息整合、交易、物流等服务	后向收费	假货盛行
转型阶段	2012年至今	服务全面升级，承载能力更强	多元化	不确定因素较多