



跨境电子商务

鲁丹萍 张博融 主编

非外借



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

跨境电子商务

鲁丹萍 张博融 主 编
林 俐 孙 惠 副主编



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

跨境电子商务 / 鲁丹萍, 张博融主编. —上海: 立信会计出版社, 2017. 8

ISBN 978-7-5429-5491-6

I. ①跨… II. ①鲁… ②张… III. ①电子商务
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 194972 号

策划编辑 赵志梅
责任编辑 赵志梅
封面设计 南房间

跨境电子商务

Kuajing Dianzi Shangwu

出版发行 立信会计出版社
地 址 上海市中山西路 2230 号 邮政编码 200235
电 话 (021)64411389 传 真 (021)64411325
网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net
网上书店 www.shlx.net 电 话 (021)64411071
经 销 各地新华书店

印 刷 常熟市梅李印刷有限公司
开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张 13.25
字 数 317 千字
版 次 2017 年 8 月第 1 版
印 次 2017 年 8 月第 1 次
印 数 1—3100
书 号 ISBN 978-7-5429-5491-6/F
定 价 32.00 元

如有印订差错,请与本社联系调换

前 言

跨境电子商务作为电子商务发展的延伸,适应了当今世界全球化发展的浪潮,也是电子商务发展的必然结果。本书主要介绍了跨境电子商务的相关概念及发展历程,举例介绍了跨境电子商务的实际操作方法及操作技巧,涵盖了从售前准备到售后服务的整个流程。

本书共九章,第一章,跨境电子商务概述,介绍跨境电子商务的基本原理及运营方式;第二章至第四章,分别从售前准备、店铺装修、订单处理这三个方面着眼,介绍了跨境电子商务的具体步骤;第五章至第九章,选取了速卖通和 eBay 两个平台,介绍跨境电子商务的操作技巧。

本书可作为高职高专经济管理专业的教材,也可作为广大对跨境电子商务有兴趣人士的操作参考书。

本书由温州职业技术学院的鲁丹萍教授和台湾慈济大学的张博融担任主编,温州大学商学院的林俐教授和南京江宁高等职业学校的孙惠讲师担任副主编。具体分工如下:鲁丹萍编写第五章至第九章,张博融编写第一章和第二章,林俐编写第三章,孙惠编写第四章。

由于时间仓促,加之水平有限,书中难免有疏漏之处,还请读者批评指正。

编 者

目 录

第一章 跨境电子商务概述	1
第一节 跨境电子商务的发展	2
第二节 跨境电子商务的政策	5
第三节 跨境电子商务职业	8
第四节 跨境电子商务的营运模式	10
第二章 跨境电子商务的运营	15
第一节 市场分析	16
第二节 选择适当的商品和营销渠道	18
第三节 网店开设	19
第三章 店铺装修	24
第一节 店铺装修介绍	25
第二节 店铺装修的基础模块	39
第三节 产品图片的拍摄与处理	57
第四章 业务订单处理	63
第一节 一般订单的处理流程	64
第二节 特殊订单的处理	77
第五章 跨境电商业务管理	83
第一节 采购管理	84
第二节 订单管理	92
第六章 速卖通操作技巧	101
第一节 平台操作	102
第二节 直通车运营	114
第三节 订单处理	122
第四节 纠纷处理	129

第七章 eBay 操作技巧	144
第一节 商品刊登方式的选择	145
第二节 My eBay 管理交易	148
第三节 订单处理	152
第四节 争议处理	155
第五节 账户设置	158
第八章 跨境通操作技巧	165
第一节 跨境通简介	166
第二节 跨境通电子商务平台的特点和经营模式	167
第三节 跨境通操作流程	168
第九章 跨境电子商务的营销推广	177
第一节 搜索引擎优化	178
第二节 卖家自主促销	188
第三节 平台促销活动	198
主要参考文献	205

第一章

跨境电子商务概述

知识目标

1. 掌握跨境电子商务的含义
2. 了解跨境电子商务的政策及跨境电子商务的运营模式
3. 掌握跨境电子商务的职业要求

技能目标

1. 能够开展跨境电子商务的政策调查
2. 能够分析跨境电子商务企业对职业的要求,开展职业规划

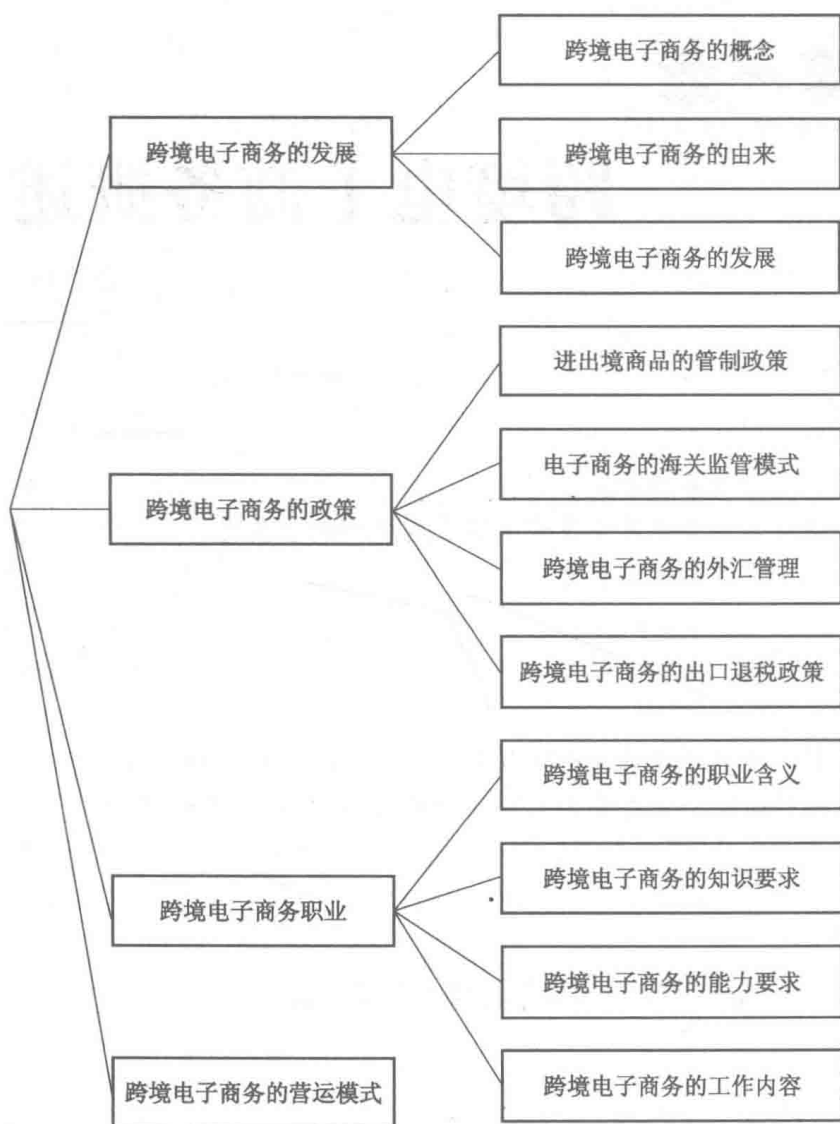
关键概念

跨境电子商务 进出境商品管制 跨境电子商务职业

职业核心能力

自我学习能力 信息处理能力 政策解读能力 跨境电子商务的职业素养
解决问题能力

知识导图



第一节 跨境电子商务的发展



【引例】

案例资料:

2016年,全球电子商务市场规模超过25万亿美元,成为世界经济的亮点和新增长点。其中,跨境电商表现尤为抢眼。据艾瑞咨询的调查显示,2016年中国跨境电子商务规模达到2198亿元,比2015年增长80%以上。在中国外贸增速持续放缓的大背景下,跨境电子商务作为一种新型的国际贸易发展方式,正逐渐成为新常态下稳外贸增长、促经济发展的新动力、新引擎。

技能点:跨境电子商务平台应用

2016年1月6日,国务院总理李克强主持召开的国务院常务会议决定,将先行试点的中国(杭州)跨境电子商务综合试验区初步探索出的相关政策体系和管理制度,向更大范围推广。按照合理布局、注重特色和可操作性的原则,在东、中、西部选择一批基础条件较好,进出口和电子商务规模较大的城市,新设跨境电子商务综合试验区,复制推广。

思考问题:

为什么要设立中国跨境电子商务综合试验区?

分析提示:

中国跨境电子商务综合试验区是中国设立的跨境电子商务综合性质的先行先试的城市区域,旨在跨境电子商务交易、支付、物流、通关、退税、结汇等环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试,通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展,破解跨境电子商务发展中的深层次矛盾和体制性难题,打造跨境电子商务完整的产业链和生态链,逐步形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则,为推动中国跨境电子商务健康发展提供可复制、可推广的经验。

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,具有非常重要的战略意义。跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍,使国际贸易走向无国界贸易,同时它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。对企业来说,跨境电子商务构建的开放、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;对于消费者来说,跨境电子商务使他们非常容易地获取其他国家的信息并买到物美价廉的商品。

一、跨境电子商务概述

(一) 跨境电子商务的概念

跨境电子商务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、进行支付结算,并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

跨境电子商务利用现有产业平台与资源优势,探索制定跨境电子商务综合服务体系以及跨境电子商务进出口所涉及的在线通关、检验检疫、退税、结汇等基础信息标准和接口规范,实现海关、国检、国税、外管等部门与电子商务企业、物流配套企业之间的标准化信息流通。

(二) 跨境电子商务的特征

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空间,是一个由网址和密码组成的虚拟但客观存在的世界。网络空间独特的价值标准和行为模式深刻地影响着跨境电子商务,使其不同于传统的交易方式而呈现出自己的特点。

跨国电子商务具有如下特征(基于网络空间的分析)。

1. 全球性

网络是一个没有边界的媒介体,具有全球性和非中心化的特征。依附于网络发生的跨境电子商务也因此具有了全球性和非中心化的特性。

2. 无形性

数字化产品和服务基于数字传输活动的特性也必然具有无形性,传统交易以实物交易

议一议:跨境电子商务的主要特征是什么

为主,而在电子商务中,无形产品却可以替代实物成为交易的对象。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使用权便可以使用书中的知识和信息。而如何界定该交易的性质、如何监督、如何征税等一系列的问题却给税务和法律部门带来了新的课题。

3. 匿名性

由于跨境电子商务的非中心化和全球性的特性,因此很难识别电子商务用户的身份和其所在的地理位置。在线交易的消费者往往不显示自己的真实身份和自己的地理位置,重要的是这丝毫不影响交易的进行,网络的匿名性也允许消费者这样做。但电子商务交易的匿名性导致了逃税和避税现象的恶化,网络的发展降低了避税成本,使电子商务避税更轻松易行。

4. 即时性

传统交易模式和信息交流方式,如信函、电报、传真等,在信息的发送与接收之间,存在着长短不同的时间差。而电子商务中的信息交流,无论实际时空距离远近,一方发送信息与另一方接收信息几乎是同时的,就如同生活中面对面交谈。某些数字化产品(如音像制品、软件等)的交易,还可以即时结清,订货、付款、交货都可以在瞬间完成。

5. 无纸化

电子商务主要采取无纸化操作的方式,这是以电子商务形式进行交易的主要特征。在电子商务中,电子计算机记录取代了一系列的纸面交易文件,用户发送或接收电子信息。由于电子信息以比特的形式存在和传送,整个信息发送和接收过程实现了无纸化。无纸化带来的积极影响是使信息传递摆脱了纸张的限制,但由于传统法律的许多规范是以规范“有纸交易”为出发点的,因此,无纸化带来了一定程度上的法律混乱。

6. 快速演进

互联网是一个新生事物,现阶段它尚处在幼年时期,网络设施和相应的软件协议的未来发展具有很大的不确定性。但税法制定者必须考虑的问题是网络,像其他的新生儿一样,必将以前所未有的速度和无法预知的方式不断演进。基于互联网的电子商务活动也处在瞬息万变的过程中,短短的几十年中电子交易经历了从 EDI(电子数据交换)到电子商务零售业兴起的过程,而数字化产品和服务更是花样出新,不断改变着人类的生活。

二、跨境电子商务的由来

近几年来,随着电子商务产业环境的变化,外贸电子商务逐步走入公众的视野。跨境电子商务是基于网络发展起来的,是一种全新的贸易运作方式,打破了地域分离,缩短了信息流动时间,使生产和消费更为贴近,降低了物流、资金流及信息流的传输处理成本,是对传统贸易方式的一次彻底革命。

当前,我国跨境电子商务蓬勃发展,已形成流通领域的新业态,并将逐渐发展为“E 国际贸易方式”,成为在国际贸易中掌握主动权的重要领域。

三、跨境电子商务的发展

(1) 贸易的碎片化趋势促使传统贸易模式发生变革。随着国际分工的深化和互联网的发展,外贸领域逐步出现一种崭新的贸易模式——跨境电子商务模式,进口商出于资金及风险的考虑,倾向于将传统的大额交易转为中小额交易,长期采购变为短期、多批次采购,进口

商采购行为的变化使通过互联网开展的跨境小额批发或零售业务迅速发展起来;而一些个人购买者也可以在全球购物网站上进行比价和购买高性价比产品,这些数量众多、散布在全球各地的长尾需求,也成为推动跨境电子商务发展的强大引擎。

(2) 技术创新及配套服务的完善扩充了跨境电子商务的在线交易功能。随着相关 IT 技术的不断完善,以 PayPal 为代表的国际性第三方在线支付平台在全球范围内的广泛使用,新兴第三方在线支付平台的不断涌现,以及各类传统金融、支付机构迅速开发网上支付业务,跨境电子商务所依托的跨境支付模式日趋成熟。

(3) 产业链利润的重新分配成为促进跨境电子商务快速发展的内生动力。国际贸易未来的发展趋势必然使销售渠道缩短,国内企业可以通过跨境电子商务直接建立国内产品与境外批发商/终端消费者的营销渠道,自主掌控产品的境外营销环节,重新拥有产品的国际市场定价权,把产业链的主要利润留存在国内经营者手中;同时,可以直接和消费者联系,更清楚目标市场的需求,更好地指导产品的研发、设计和生产。

(4) 全球跨境电子商务的法律环境日趋规范。从 1981 年欧盟推出贸易数据交换指导原则以来,不同国际组织和国家已经推出了涉及电子商务和贸易的各种框架协定和文件近百个。特别在 WTO 多哈回合谈判陷入僵局的情况下,2010 年,联合国国际贸易委员会开始起草《跨境电子商务交易网上争议解决:程序规则》,已经取得重要进展。同时,作为电子商务的一个重要法律基础,电子签名法案在美国、欧盟等多个国家陆续签署,为跨境电子商务的开展奠定了实施基础。

(5) 全球跨境电子商务发展不平衡但潜力巨大。美国、日本、新加坡、韩国等国的跨境电子商务发展环境建设和成效明显,处于第一梯队。中国、俄罗斯、智利等国的跨境电子商务在政策环境、技术水平应用层次和效果上处于极有潜力的发展阶段。同时,还有很多国家处于起步阶段和改善追赶过程中。由此判断,未来 10 年将是跨境电子商务发展的黄金时期。

第二节 跨境电子商务的政策

一、进出境商品管制政策

进出境商品管制是指一国政府为了国家的宏观经济利益、国内外政策需要,以及履行所缔结或加入国际条约的义务,确立实行各种制度、设立相应管理机构和规范对外贸易活动的总称。进出境商品管制政策的目的是为了发展本国经济,保护本国经济利益,达到国家政治或军事目的,实现国家职能。

重点与难点:跨境电子商务政策

1. 出入境检验检疫制度

跨境电子商务活动中,进出境商品管制政策主要体现在出入境检验检疫制度。出入境检验检疫制度是我国贸易管制制度的重要组成部分,其目的是为了维护国家声誉和对外贸易有关当事人的合法权益,保证国内的生产、促进对外贸易健康发展,保护我国的公共安全和人民生命财产安全等,是国家主权的具体体现。进出口商品检验制度是根据《中华人民共和国进

《进出口商品检验法》(以下简称《进出口商品检验法》)及其实施条例的规定,国家质量监督检验检疫总局及其口岸进出境检验检疫机构对进出口商品进行品质、质量检验和监督管理的制度。

2. 进出口许可管理制度

货物、技术进出口许可管理制度是我国进出口许可管理制度的主体,既包括准许进出口的有关证件的审批和管理制度本身的程序,也包括以国家各类许可为条件的其他行政管理手续。其管理范围包括禁止进出口技术和货物、限制进出口技术和货物、自由进出口技术及实行自动许可管理的货物。其中,货物、技术进出口许可管理制度是我国进出口许可管理制度的主体。

技能点:跨境电子商务政策调查

3. 对外贸易经营者管理制度

对外贸易经营者管理制度是我国对外贸易管理制度之一,对外贸易经营者管理制度是我国为了鼓励对外经济贸易的发展,发挥各方面的积极性,保障对外贸易经营者的对外自主权,由商务部和相关部门制定的一系列法律、行政法规、部门规章的总和。对外贸易经营者管理制度对对外贸易经营活动中涉及的相应内容作出了规范,对外贸易经营者在进出口经营活动中必须遵守。

4. 其他进出境商品管制政策

其他进出境商品管制政策还包括进出口货物收付汇管理措施、对外贸易救济措施等管制政策。

二、跨境电子商务出口退税政策

跨境电子商务在创造巨大财富价值的同时,也对建立在传统贸易基础上的税收法律体系和征管工作机制带来了巨大冲击。

从交易对象来看,分两种情况:一是对于有形商品,无法通过互联网进行实物交割,必须进行离线交易,跨境货物通过海关办理通关手续,因此按照国家相关规定,向海关申报纳税亦属理所应当。二是对于无形商品,情况比较复杂,既可以通过载体以实物形式向海关申报纳税,也可以通过互联网或其他通信网络完成交易。由于交易过程无须通过海关,不受地域和空间的影响,海关亦无有效手段对此类交易进行监管,故无形商品的在线交易模式将对海关税收产生重大影响。



从交易主体来看,分两种情况:一是 B2B 模式,即企业之间通过互联网完成交易的谈判、签约、在线方式完成支付,并通过离线或在线方式完成交易。B2B 模式下的跨境交易具有规模大、种类多、不具备最终消费特征等特点,应按照国家相关规定,按照进出境货物实施管理,海关征收关税和进口环节代征税。二是 B2C 和 C2C 模式,即企业与消费者或消费者之间通过互联网完成洽谈、订单确认、在线支付等手续,通过在线或离线方式完成交易对象的交割。由于 B2C 和 C2C 模式都针对终端消费者,因而具有规模小、批次多、品种杂、符合个性化要求、最终消费特征明显等特点。目前,按照进出境物品实施管理,海关征收行邮税。

文件法规:

《财政部国家税务总局关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》(财税〔2013〕96号)

2013年9月公布的《国务院办公厅转发商务部等部门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》中明确提出,要实施适应电子商务出口的税收政策,解决电子商务出口企业无法办理出口退税的问题。《财政部国家税务总局关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》(财税〔2013〕96号)规定,自2014年1月1日起,对符合条件的跨境电子商务零售出口(以下简称电子商务出口)企业执行增值税、消费税退(免)税和免税政策(以下简称退免税)。从某种意义上讲,跨境电子商务网上“私人订制”的出口货物,真正让卖方实现了退免税。跨境电子商务出口退税政策落地,对鼓励我国自有品牌走向海外有积极意义。

职业判断:

跨境电子商务企业出口退税了,你知道吗?

长期以来,跨境电子商务企业面临着退税、结汇的难题,游走在政策和法律的灰色地带。如今,随着国家政策的陆续出台,退税问题迎刃而解,跨境电商可以光明正大地享受相关出口退税优惠。

那么,出口退税要怎么享呢?国家税务总局出台的(财税〔2013〕96号)文件明确了跨境电子商务企业出口退税的相关政策。

同时符合下列条件的电子商务企业,可以享受增值税、消费税退(免)税政策:

1. 电子商务出口企业属于增值税一般纳税人并已向主管税务机关办理出口退(免)税资格认定。
2. 出口货物取得海关出口货物报关单(出口退税专用),且与海关出口货物报关单电子信息一致。
3. 出口货物在退(免)税申报期截止之日内收汇。
4. 电子商务出口企业属于外贸企业的,购进出口货物取得相应的增值税专用发票、消费税专用缴款书(分割单)或海关进口增值税、消费税专用缴款书,且上述凭证有关内容与出口货物报关单(出口退税专用)有关内容相匹配。

不满足以上条件但同时符合下列条件的,同样适用增值税、消费税免税政策:

1. 电子商务出口企业已办理税务登记。
2. 出口货物取得海关签发的出口货物报关单。
3. 购进出口货物取得合法、有效的进货凭证。

相信随着各项利好政策的陆续出台,越来越多的跨境电商会享受到政策福利,逐步走向阳光化发展道路!

思考问题:

符合什么条件的电子商务企业,可以享受退(免)税政策?

第三节 跨境电子商务职业

跨境电子商务是国际贸易、国际市场营销、国际商务中的一个新领域,是适应信息时代和网络时代对电子商务职业人才强烈需求而发展起来的专业。社会对跨境电子商务技能型人才需求量很大,近些年来该类人才一直供不应求。从我国人口结构变化和发展的趋势看,高中教育和高等教育需求的高峰即将到来。如果只有高中和大学这一条“独木桥”,不仅教育需求与教育资源供给之间的矛盾很难缓解,还会造成教育资源和人力资源的浪费。因此,必须进一步完善国民教育体系,加快职业教育发展,合理配置教育资源,加强电子商务职业教育,实行教育合理分流。

技能点:跨境电子商务岗位需求调查

一、跨境电子商务职业的含义

跨境电子商务职业是指具有敬业精神、创新精神和较强实践能力,具有较高职业道德水平,知识、能力、素质协调发展,面向从事对外贸易的电子商务相关的一线岗位,以及使用电子商务专业知识从事国内外网络贸易能力的较高素质的商务技能型、应用型岗位。

议一议:跨境电子商务人才需要具备什么素质

二、跨境电子商务的知识要求

从电子商务的技术性来看,无论是侧重电子技术的技术型人才的培养,还是侧重商务技巧的商务型人才的培养,都是强调必须重视知识、技能的培养和应用,即强调从业者应该拥有足够的电子技术和商务技巧两方面知识。懂得电子商务技术手段,能够将商务需求转化为电子商务应用,熟知电子商务环境下的商务运作方式和模式,如企业资源计划管理,供应链管理,客户关系管理等管理方式,以及虚拟企业、网上商场、网上采购、电子支付等商务模式,理解电子商务环境下的网络营销、商务谈判等业务的特点及其组织和管理。

三、跨境电子商务的能力要求

跨境电子商务要求从业人员具备商务方面和计算机网络等多方面的技能,以及借助现代信息技术来开展各种商务活动的的能力,对于电子商务要有较高的认知水平和先进的电子商务意识,可以概括为以下几个方面的业务能力。

1. 计算机网络应用能力

要具备一定的有关计算机网络硬件技术方面的能力,了解各网络设备的功能及有关网络产品的性能,具备熟练的网络操作技能。

2. 电子商务应用能力

要具备电子商务实施软件的应用能力;具备电子商务系统的选择、安装、调试和维护等技能和电子商务安全等方面的知识和技能;具备网站策划、网站开发、网站编辑等能力。

3. 电子商务管理能力

具备网络推广的技能、市场信息分析与处理能力;市场调研和市场推广能力、网站运营能力等。

请注意:

跨境电子商务招聘工作岗位有别于传统外贸招聘工作岗位。

传统外贸招聘工作岗位主要有外贸业务员、外贸单证员、外贸跟单员、报关员、报检员、外贸货代员等。

四、跨境电子商务的工作内容

目前,跨境电子商务工作主要是中小企业从事外贸电子商务和网络营销相关的工作,典型职业岗位(群)以及对应的具体工作内容有:

(1) 网上国际贸易(代表性岗位——外贸电子商务人员):利用网络平台开发国际市场,进行国际贸易。

(2) 企业网络营销业务(代表性岗位——网络营销人员):主要是利用网站为企业开拓网上业务、网络品牌管理、客户服务、采购管理等工作。主要岗位有销售人员、渠道人员、客服人员、采购人员、市场人员、业务发展人员。

(3) 新型网络服务商的内容服务(代表性岗位——网站运营人员、主管):频道规划、信息管理、频道推广、客户管理等。

(4) 跨境电子商务创业,借助电子商务这个平台,利用虚拟市场提供产品和服务,也可以直接为虚拟市场提供服务。

五、跨境电子商务的平台

跨境电子商务平台是一个为企业或个人提供网上跨境交易洽谈的平台。企业电子商务平台是建立在 Internet 网上进行商务活动的虚拟网络空间和保障商务顺利运营的管理环境;是协调、整合信息流、物质流、资金流有序、关联、高效流动的重要场所。企业、商家可充分利用跨境电子商务平台提供的网络基础设施、支付平台、安全平台、管理平台等共享资源有效地、低成本地开展自己的国际商业活动。

跨境电子商务平台通过互联网展示、宣传或者销售自身产品的网络平台载体越来越趋于平常化。电子商务平台扩展另外一种途径——互联网营销,让用户多一种途径来了解、认知或者购买我们的商品。电子商务平台可以帮助中小企业甚至个人,自主创业,独立营销一个互联网商城,达到快速盈利的目的,而且只需要很低的成本就可以实现这一愿望。

跨境电子商务平台可以帮助同行业中已经拥有电子商务平台的用户,可以提供更专业的电子商务平台解决方案。发展跨境电子商务,不是一两家公司就能够推动的,需要更多专业人士共同参与和奋斗,共同发展。

第四节 跨境电子商务的营运模式

跨境电子商务的主要营运模式包含三种,分别是 B2B、B2C、C2C。2013 年包含 B2B、B2C、C2C 在内的国内跨境电商总交易规模约 3.1 万亿元,其中 88.2%是跨境出口,跨境进口仅占 11.8%。

1. B2B

B2B(又称 BTB)是指企业对企业之间的营销关系,它将企业内部网,通过 B2B 网站与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。近年来,B2B 发展势头迅猛,趋于成熟。

重点与难点: B2B

提起 B2B 电子商务的网站模式,首先会想到类似于阿里巴巴等为企业发布供求信息或撮合交易的第三方 B2B 平台。其实,这只是其中的一种模式而已,大型企业自营的 B2B 平台、垂直行业 B2B 网站也是 B2B 电子商务的网站模式。不同类别的 B2B 网站模式有本身的特点和运作方式。

1) 大型企业自营的 B2B 网站

大型企业自营的 B2B 网站是大型企业为了提高效率,减少库存,降低采购、销售等方面的成本,或者其他原因,和它的用户或供应商之间的交易通过互联网来完成,为此建立的 B2B 网站。这种模式的 B2B 网站比较少,只有大型企业才有,如 Cisco 公司。Cisco 公司是全球最大的互联网络连接设备提供商,早在 1991 年开始采用“Pre-Web”系统,借助互联网提供电子支持服务。1996 年 7 月,经过重新改造、设计的 Cisco 公司网站实现了客户通过网络直接订货。这种 B2B 网站给 Cisco 公司带来了极大利润和竞争力,估计在线销售每年可以节省 3.63 亿美元,而 Cisco 公司的网上销售额每年增长可高达 60%以上。

相对于第三方 B2B 网站来说,这种模式的 B2B 网站才实现了真正意义上的电子商务:企业间商务活动的绝大多数环节都可以通过网络进行,如供求信息的发布与交易的协商、电子单据的传输、网上支付与结算、货物配送和售后服务等。事实上,大型企业自建的 B2B 网站的交易额在全部企业电子商务交易总额中占支配地位。

2) 垂直行业型 B2B 网站

垂直行业型 B2B 网站是定位在某个行业内企业间电子商务的网站,也被称为垂直门户或者行业门户网站,它是第三方 B2B 平台的一个分类,其特点是专业性强,并通常拥有该行业资源的背景,更容易集中行业资源,吸引行业生态系统内多数成员的参与,同时也容易引起国际采购商和大宗买主的关注。

总的来说,垂直 B2B 网站在某个行业的专业性方面,优胜于综合型 B2B 网站,因此,垂直型 B2B 网站的发展进步很快,并逐渐受到企业的青睐。

3) 第三方经营的 B2B 网站

第三方经营的 B2B 网站是指由第三方建设的,为广大大、中、小企业提供信息发布或撮合交易的 B2B 平台。例如,CA 买卖网是为买卖双方提供信息发布平台,促成交易机会,并可通过网站上的电子网照功能实现企业开展线上经营活动所需的包括供求信息发布、在线

洽谈、电子合同、网上保付、网上物流等交易流程。

2. B2C

B2C 是电子商务按交易对象分类中的一种,即表示商业机构对消费者的电子商务。传统海淘模式是一种典型的 B2C 模式。严格来讲,“海淘”一词的原意是指:中国国内消费者直接到外国 B2C 电商网站上购物,然后通过转运或直邮等方式把商品邮寄回国的购物方式。除直邮品类之外,中国消费者只能借助转运物流的方式完成收货。简单来讲,就是在海外设有转运仓库的转运公司代消费者在位于国外的转运仓地址收货,之后再通过第三方或转运公司自营的跨国物流将商品发送至中国口岸。

目前,B2C 跨境电商主要有以下几种模式。

1) 综合型 B2C

综合型 B2C 应发挥自身的品牌影响力,积极寻找新的利润点,培养核心业务。例如,亚马逊借助国际化的背景,探索国际品牌代购业务或者国际品牌产品销售等新业务。网站建设要在商品陈列展示、信息系统智能化等方面进一步细化。对于新老客户的关系管理,需要精细化管理客户体验的内容,提供更加人性化、直观的服务;选择较好的物流合作伙伴,增强物流实际控制权,提高物流配送服务质量。

2) 垂直型 B2C

垂直型 B2C 应在核心领域内继续挖掘新亮点。积极与知名品牌生产商沟通与合作,化解与线下渠道商的利益冲突,扩大产品线与产品系列,完善售前、售后服务,提供多样化的支付手段。鉴于个别垂直型 B2C 运营商开始涉足不同行业,需要规避多元化的风险,避免资金分散。与其投入其他行业,不如将资金放在物流配送建设上。可以尝试探索“物流联盟”或“协作物流”模式,若资金允许也可逐步实现自营物流,保证物流配送质量,增强用户的粘性,将网站的“三流”完善后再寻找其他行业的商业机会。

3) 传统生产企业网络直销型 B2C

先要从战略管理层面明确这种模式未来的定位、发展与目标。协调企业原有的线下渠道与网络平台的利益,实行差异化的销售,如网上销售所有产品系列,而传统渠道销售的产品则体现地区特色;实行差异化的价格,线下与线上的商品定价根据时间段不同设置不同价格。线上产品也可通过线下渠道完善售后服务。在产品的设计方面,要着重考虑消费者的需求感觉。大力吸收和挖掘网络营销精英,培养电子商务运作团队,建立和完善电子商务平台。

4) 第三方交易平台型 B2C 网站

B2C 受到的制约因素较多,但中小企业在人力、物力、财力有限的情况下,这不失为一种拓宽网上销售渠道的好方法。首先是中小企业要选择具有较高知名度、点击率和流量的第三方平台;其次要聘请懂得网络营销、熟悉网络应用、了解实体店运作的网店管理人员;再次是要以长远发展的眼光看待网络渠道,增加产品的类别,充分利用实体店的资源、既有的仓储系统、供应链体系以及物流配送体系发展网店。

5) 传统零售商网络销售型 B2C

传统零售商自建网站销售,将丰富的零售经验与电子商务有机地结合起来,有效地整合传统零售业务的供应链及物流体系,通过业务外包解决经营电子商务网站所需的技术问题。