

跨境电商成为当前国家“互联网+”战略中的亮点之一

# 中小企业 跨境电商 运营



陈道志 / 著

CROSS-BORDER  
E-COMMERCE

互联网+外贸=跨境电商

跨境电子商务这一新兴经济活动在中国已走过十多个年头，但在理论与学术界引起广泛关注与重视还是近年的事情。本书对这一经济现象在中国的产生和发展过程进行梳理，在此基础上对这一经济现象从广义与狭义两方面给予重新界定，并着重分析了中小企业跨境电商运营所面临的机遇和挑战。

 中国商业出版社

# 中小企业 跨境电商 运营



陈道志 / 著

CROSS-BORDER  
E-COMMERCE

中国商业出版社

图书在版编目 ( CIP ) 数据

中小企业跨境电商运营 / 陈道志著 . -- 北京 : 中国商业出版社 , 2018. 9  
ISBN 978-7-5208-0569-8

I. ①中… II. ①陈… III. ①中小企业—电子商务—运营管理—中国 IV. ① F279.243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 ( 2018 ) 第 208959 号

责任编辑: 朱丽丽

中国商业出版社出版发行  
( 100053 北京广安门内报国寺 1 号 )

010-63180647 www.c-book.com

新华书店经销

天津中印联印务有限公司印制

\*

720 毫米 × 1000 毫米 1/16 开 13 印张 180 千字

2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

定价: 48.00 元

\*\*\*\*\*

( 如有印装质量问题可更换 )





## 作者简介

### 陈道志

北京联合大学副教授，硕士生导师，  
金融学专业负责人

北京市优秀青年骨干教师，中国人民  
大学商学院博士生

电子商务协会PCEM网络整合营销研  
究中心专家成员

电子商务协会新媒体运营师认证教材  
作者

现代职业教育研究院新媒体分委会常  
务副主任



责任编辑：朱丽丽

策 划：张 杰

出版统筹：秦富山

封面设计： 闰江文化  
QQ: 2113266208

## 跨境电商让中小企业脱胎换骨

跨境电子商务也就是“互联网+外贸”，是借助互联网技术实现商品和服务跨境交易的新兴贸易业态。近年来，跨境电子商务在我国保持高速增长，已经成为对外贸易增长最快的领域。中小企业若能准确把握这一新趋势带来的机遇，充分利用跨境电商开放、高效、便利、进入门槛低等优势，将开辟直面全球市场的新渠道，实现全面转型与升级。

跨境电商平台可提供专业服务，为中小企业开辟参与全球经济贸易的有效渠道，这大大降低了中小企业进入国际贸易的门槛，使中小企业能与大企业平起平坐、公平竞争，开拓营销渠道，提高营销方式的灵活性。对于传统贸易来说，跨境电商通过互联网发布商品信息、交易和支付，可大大降低进出口成本和交易时间，创造效率和成本优势，提高企业效率和利润率，这无疑有利于提高中小企业竞争力，进而求得生存与发展。跨境电子商务还通过利用国际市场和国际资源为中小企业实现转型升级提供了有效途径，不仅有利于中小企业进入外贸市场捕捉市场新变化，为创建品牌、提升品牌知名度提供有效途径，而且有利于中小企业打造自身的贸易体系和网络，实现由内销向外贸的转变。总的来说，跨境电商可以让中小企业

脱胎换骨，实现真正的转型升级。

实际上，随着近年来跨境电子商务在我国的高速发展，整个中国必将变成一个全球大集市，这已经是一个具有共识的大趋势，而这个大趋势的驱动力正是跨境电商。大型的跨境电商首先产生在一个具有庞大网络用户和消费实力的统一大市场经济体内，如中国的阿里巴巴、美国的亚马逊和eBay等。而对于中国的广大中小企业来说，更需要跨境电商这个平台。那么如何把握先机，赢在最后一个“蓝海”？这需要中小企业对跨境电商有全面的认知：了解跨境电商的前世、今生与未来，熟悉转型跨境电商的路径，熟知拓展海外市场的模式，知道所能利用的现有平台其模式如何运作并学会用它来运营，也应学会自建平台并进行运营，要积极关注并努力解决物流、仓储、平台、人才、语言、推广、支付结算等方面的问题，同时不能忽略税务问题以及知识产权治理，力避转型经营过程中的各种误区。而所有这些，恰恰就是《中小企业跨境电商运营》所阐述的内容。

中小企业做跨境电商是时代所需，更是企业的自身发展所需。要想完成这个转型升级的历史性动作，本书给出了理论和实践两个方面的指导意见和建议，是一本值得一读的读物。

## 第一章

### 跨境电商的前世今生与未来

1. 跨境电子商务概念及其特征 / 2
2. 我国跨境电商的前世今生 / 4
3. 未来跨境电商的发展趋势 / 12
4. 中小企业发展跨境电商的机遇与挑战 / 16

## 第二章

### 中小企业转型跨境电商需要修炼的三大内功

1. 提升高层管理者能力：提升自身的管理认知水平 / 22
2. 打造业务团队：打造跨境电商业务团队 / 25
3. 构建组织能力：平台利用能力 + 业务发展能力 / 29

## 第三章

### 中小企业开展进口跨境电商的六大模式

1. 海淘模式：最为传统的模式 / 34
2. 海外代购模式：海外代购平台、朋友圈海外代购 / 38





3. 直发 / 直运平台模式：典型的第三方 B2C 模式 / 41
4. 自营 B2C 模式：综合型自营平台、垂直型自营平台 / 45
5. 导购 / 返利平台模式：引流部分 + 商品交易部分 / 48
6. 跨境 O2O 模式：线下线上合作的模式 / 50

## 第四章

### 中小企业出口跨境电商平台模式分析

1. 三大跨境电商平台模式海外市场的分布 / 56
2. 传统跨境大宗交易平台模式 / 59
3. 综合类跨境小额批发零售平台模式 / 62
4. 垂直类跨境小额交易零售平台模式 / 65
5. 专业第三方跨境服务平台模式 / 68
6. 主流出口跨境电商平台特色分析 / 72
7. 根据不同市场进行产品定位 / 76
8. 产品关键词的选择 / 80
9. 根据平台制定物流线 / 82

## 第五章

### 基于自建平台的中小企业跨境电商运营

1. 站外引流的有效方式 / 88
2. 网站运营内容策略 / 93
3. 多渠道寻找推广资源 / 99
4. 提升访客转化率 / 107

## 第六章

### 中小企业做跨境电商需要注意的七个问题

1. 物流：解决关税、清关、退件、本地化痛点 / 110
2. 仓储：海外仓储有风险，抗险能力必须强 / 114
3. 平台：第三方平台与自建商城相结合 / 119
4. 人才：搭建高效的跨境团队 / 123
5. 语言：沟通好才有生意做 / 126
6. 推广：提升网站流量和转化率 / 129
7. 支付结算：跨境人民币结算 / 136

## 第七章

### 跨境电商卖家不容忽略的税务问题

1. 跨境电商卖家必知的出口退税 / 144
2. 目的国家进口缴纳的进口税金 / 148
3. 目的国家的售后增值税 VAT / 151
4. 跨境电商税收征管路径选择 / 154

## 第八章

### 加强知识产权治理，是未来跨境电商的关键

1. 跨境电商知识产权治理的困境及成因 / 158
2. 当前进出口货物侵权特点与侵权认定 / 165
3. 跨境电商企业的知识产权合规措施 / 170
4. 知识产权拥有企业的自我保护措施 / 173
5. 商标注册常见的“坑”及规避方法 / 177



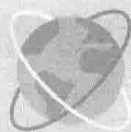
## 第九章

### 中小企业做跨境电商应避免的六大误区

1. 没有战略规划：认识不足，走一步看一步 / 182
2. 投机取巧：成功有捷径，舍不得下工夫 / 184
3. 单纯的 KPI 思维：有投入就会立刻有收获 / 186
4. 过度依赖运营技巧：掌握技巧就是胜利 / 189
5. 对新媒体缺乏认知：简单粗暴地推送信息 / 192
6. 单纯流量思维：缺乏优质内容的生产能力 / 194

后 记 / 196

参考资料 / 197



## 第一章

# 跨境电商的前世今生与未来

跨境电子商务这一新兴的经济活动在中国已走过了 10 余个年头，但理论与学术界给予广泛关注与重视还是近年来的事情。根据诸多企业和个人的实践及相关理论研究成果，本章对这一经济现象在中国的产生和发展过程进行梳理，在此基础上对这一经济现象从广义与狭义两方面给予了重新界定，并着重分析了中小企业发展跨境电商面临的机遇和挑战。



## 1. 跨境电子商务概念及其特征

什么是跨境电子商务？它有哪些特征？在这里，我们参考多方面对“跨境电子商务”的认知，来界定这一概念并总结其特征。

### ● 跨境电商的概念

当前，对于跨境电子商务的认知主要表现在四个方面：政策领域、国际组织、咨询公司、学术研究。在政策方面，欧盟在其电子商务统计中出现了跨境电子商务（Cross border e-commerce）名称和有关内容，主要是指国家之间的电子商务，但并没有给出明确的含义。在国际组织方面，联合国于2000年就已经关注到了国际贸易和电子商务的关系；2010年国际邮政组织（IPC）在《跨境电子商务报告》中，分析了2009年的跨境电子商务状况，但对跨境电子商务的概念也没有明确的界定，而是出现了“internet shopping”“Online shopping”“online cross-border shopping”等多个不同的说法。同样，在eBay、尼尔森等著名公司及诸多学者的表述中也运用了不同的名词，如跨境在线贸易、外贸电子、跨境网购、国际电子商务等。总体来看，这些概念虽然表达不同，但还是反映了一些共同的特点：一是渠道上的现代性，即以现代信息技术和网络渠道为交易途径；二是空间上的国际性，即由一个境内经济体成员向另一个境内经济体成员提供的贸易服务；三是方式上的数字化，即以无纸化为主要交易方式。

综上所述，可以将跨境电子商务（多简称“跨境电商”）的概念做如下

的表述：跨境电子商务是指交易各方利用现代信息技术所进行的各种跨境域的以数字化交易为主要方式的一种新型贸易活动和模式，涵盖了营销、交易、支付、服务等各项商务活动。

## ● 跨境电商的特征

跨境电子商务是一种新型的贸易方式，它依靠互联网和国际物流，直接对接终端，满足了客户需求，具有门槛低、环节少、成本低、周期短等方面的优势。随着国际贸易的深刻变革，作为融合了国际贸易和电子商务两方面特点的跨境电商具有更大的复杂性，呈现出传统国际贸易所不具备的五大新特征。如表 1—1 所示。

表1—1 跨境电商的特征

事 项	含 义
多边化	是指跨境电商贸易过程相关的信息流、商流、物流、资金流已由传统的双边逐步向多边的方向演进，呈网状结构。跨境电商可以通过A国的交易平台、B国的支付结算平台、C国的物流平台，实现国家间的直接贸易。而传统的国际贸易主要表现为两国之间的双边贸易，即使有多边贸易，也是通过多个双边贸易实现的，呈线状结构
直接化	是指跨境电商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。与传统国际贸易相比，进出口环节少、时间短、成本低、效率高。传统的国际贸易主要由一国的进/出口商通过另一国的出/进口商集中进/出口大批量货物，然后通过境内流通企业经过多级分销，最后到达有进/出口需求的企业或消费者，进出口环节多、时间长、成本高
小批量	是指跨境电商相对于传统贸易而言，单笔订单大多是小批量，甚至是单件。柴跃廷指出，这是由于跨境电商实现了单个企业之间或单个企业与单个消费者之间的交易
高频度	是指跨境电商实现了单个企业或消费者能够及时按需采购、销售或消费，因此相对于传统贸易而言，交易双方的交易频率大幅提高
数字化	是指随着信息网络技术的深化应用，数字化产品（软件、影视作用、游戏等）的品类和贸易量快速增长，且通过跨境电商进行销售或消费的趋势更加明显。与之相比，传统的国际贸易主要存在于实物产品或服务中间

## 2. 我国跨境电商的前世今生

对于跨境电商在我国产生和发展，我们不妨先从两个现实中的案例入手，对这一经济现象进行分析，并对其在我国的发展脉络进行梳理。

小 A 出生在河南许昌的一个小村庄，在上高中之前，互联网是一个未知而神奇的东西。之后，小 A 到县城上了高中，开始接触网络才知道了马云、阿里巴巴，对于能够改变一些传统模式的电子商务，小 A 觉得很神奇。高考时，小 A 毫不犹豫地选择了某翻译学院电子商务专业，通过对课程的掌握，他已经不甘心单纯的学习，而是盘算着自己利用互联网做点什么。

2012 年 8 月，小 A 老家的辣椒进入了采摘季，但是出现了滞销的情况，8 毛钱一斤的辣椒眼看就要烂在地里。同时，翻译学院所在城市的辣椒批发价是 2 元一斤，超市、菜场卖到了 4 元一斤。于是，小 A 的第一个创业项目“易菜蔬”诞生了，属于蔬菜的 O2O 形式，用户在网上下单，小 A 从菜农那里进货，然后为用户配送。由于小 A 对资金和配送货的能力有限，他的第一个创业项目并不顺利。

结束“易菜蔬”的运营之后，小 A 收拾好心情，又开始寻找其他商机。通过对国内电子商务竞争“白热化”的分析，这一次，他将目光转向跨境电商——将“中国制造”卖到国外去。小 A 想到了老家许昌：那是全国最大的假发生产地。于是，小 A 开始寻找假发货源，并最终将此作为自己的主打产品。3 家网店，6 个人来做，这是小 A 团队目前的工作状态。其中，

两个人负责商品的采购、进货，一个人负责售前、售后服务，一个人受理订单，剩下的一个人负责更新、发布产品。除了小 A 和合伙人，剩下四个人都是小 A 的学弟、学妹。小 A 创业成功了，也给这些人提供了就业的机会。现在，小 A 的产品已经卖到了美国、俄罗斯和巴西。未来，小 A 想打造自己的品牌，最终建立了独立的跨境电子商务平台。

小 A 的贸易活动和模式属于传统小额外贸在线交易，是跨境电商的初级阶段。下面再来看看敦煌网的模式。

敦煌网以交易服务为核心，在免费为买卖双方提供信息发布平台的基础上，主要提供物流、支付、翻译等服务，通过整合产业链，为买卖双方顺利完成在线交易奠定了基础。敦煌网在盈利模式、支付模式、运营模式和物流技术模式上有自己的一套“打法”：在盈利模式上，买家和卖家都可以免费注册成为网站会员，交易达成后，按照交易额向买家收取一定比例的佣金作为服务费，佣金的比例通常是交易额的 3%—12%，佣金比例随行业的不同而有所不同；在支付模式上，通过支付合作机构，为买家提供众多国家的银行转账账户，买家只需通过电子银行向指定银行账户转账即可完成付款，并可免除跨国转账手续费；敦煌网的运营模式新颖，它采用第三方担保模式，即平台不仅作为展示产品的界面，还作为参与者，参与到交易中，对交易的全过程进行监督，并为卖家代付收货款，在买卖双方出现纠纷时，出面进行调解等；在物流技术模式上，其针对美国市场的海外直发服务，缩短了海外买家的到货时间，这是敦煌网提供的一项整合跨境物流、海外仓储、当地物流等综合服务。

敦煌网“从成功订单中收取佣金”的盈利模式打破了以往的传统电子





商务“会员收费”的经营模式，既减小企业风险，又节省了企业不必要的开支，同时避开了与 B2B 阿里巴巴等的竞争。

从小 A 到敦煌网，我国的跨境电商显然已经是飞跃式发展了。

就我国的跨境电商而言，“跨境电商”这个概念应有广义与狭义两种含义。狭义的专指通过电子商务平台（含自建）进行商品展示与推广、交易磋商、订单达成、支付与结算、物流追踪、售后服务与纠纷处置，实现分属于不同关境的交易主体完成交易的一种国际商业活动，是一种特殊的国际贸易，或外贸零售业务。与传统外贸活动相比较，呈现小批量、多批次、物流时间短、物流成本高、价差大等特征。广义的除了狭义概念外，还包括“互联网+传统外贸”的形式，即依托电子商务平台寻找到目标客户，并依赖传统手段完成国际贸易的活动。因此也可以通俗地说，狭义的跨境电商专指依托网络平台开展的外贸零售活动，广义的跨境电商则包含了“零售”与“批发”两种形式。下面，我们就从广义与狭义这两个维度来看看我国跨境电商的前世与今生。

## ●我国跨境电商的前世

基于跨境电商的广义与狭义两种含义，我国跨境电商的前世应该包括广义跨境电商的初始形态和狭义跨境电商的初始形态两个部分。先来看看广义跨境电商的初始形态。

广义的跨境电商在我国可追溯到 1999 年上线的阿里巴巴网站，这是现今阿里巴巴集团早期唯一的电子商务平台或者说产品。阿里巴巴创始人马云倡导的“让天下没有难做的生意”，以及马云在创办阿里巴巴之前所构想的“要将全世界的商人都联合起来”，正是基于这个网络平台。按照现在的说法，这种平台就是“互联网+”，该平台可谓“互联网+国际贸易”的模