

国内首部系统阐述跨境电子商务的实力之作

跨境电子商务 (第2版)

鲁丹萍 著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

国内首部系统阐述跨境电子商务的实力之作

跨境电子商务

(第2版)

鲁丹萍 著

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务 / 鲁丹萍著. —2 版. —北京: 中国商务出版社, 2018. 9

ISBN 978-7-5103-2460-4

I. ①跨… II. ①鲁… III. ①电子商务 IV.

①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 138984 号

跨境电子商务 (第 2 版)

KUAJING DIANZI SHANGWU

鲁丹萍 著

出 版: 中国商务出版社

地 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号 邮 编: 100710

责任部门: 国际经济与贸易事业部 (010-64269744 bjys@cctpress.com)

责任编辑: 张高平

总 发 行: 中国商务出版社发行部 (010-64266119 64515150)

网购零售: 中国商务出版社淘宝店 (010-64269744)

网 址: <http://www.cctpress.com>

邮 箱: cctp@cctpress.com

印 刷: 廊坊蓝海德彩印有限公司

开 本: 850 毫米×1168 毫米 1/16

印 张: 16.25 字 数: 364 千字

版 次: 2018 年 9 月第 2 版 印 次: 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-2460-4

定 价: 40.00 元

凡所购本版图书有印装质量问题, 请与本社综合业务部联系。(电话: 010-64212247)



版权所有 盗版必究 (盗版侵权举报可发邮件到本社邮箱: cctp@cctpress.com)

序 言

电子商务是商务过程电子化的商务形态。21 世纪以来，电子商务的应用进入了一个全业态渗透的迅猛发展阶段。电子商务充分利用现代信息技术，创造了以互联网为基础的全新商业模式，改变了传统的商业业态与经营方式。电子商务是电子化沟通、协同、合作的全新商务发展途径。

著名未来学家托夫勒曾经预言：“电脑网络的建立与普及，将彻底地改变人类生存及生活的模式，而控制与掌握网络的就是主宰。谁掌握了信息，控制了网络，谁就将拥有整个世界。”在信息科技高速发展的互联网时代，电子商务的应用越来越广泛，几乎渗透到了每一个行业领域，影响着政府、各种社会组织与个人的行为方式。电子商务赋予了商务和生产活动更高的效率，给企业和个人的创新发展提供了新的机遇。电子商务所带来的商业革命，将彻底改变传统的商贸方式和规则，有力推动社会经济的发展。

在我国，由于经济的平稳发展与国内形势的持久稳定，电子商务的发展体现出巨大的潜力。截至 2013 年，我国网民规模达到 5.64 亿人，位居世界第一位；互联网普及率达到 42.1%，域名注册量世界第一。网上市场、网络银行、网上证券、网上保险、网络学校、网上书店、电子客票、网络游戏、网络电视、网上医疗、网络办公与电子政务等各种电子商务活动日新月异，快速发展。

目前，中国对外贸易受市场需求、资源、成本等多方面因素的影响，综合成本不断攀升，互联网的跨地域和低成本让跨境电子商务应运而生，以阿里巴巴为代表的跨境电商迅速崛起，助力对外贸易进入了一个新的发展时期。应该看到，一方面，传统外贸的模式制约了国内中小企业的发展，依赖传统销售、买家需求封闭、订单周期长、利润空间低等问题长期存在。另一方面，75%的海外采购商计划使用在线外贸平台进行采购，84%的海外采购商会在未来增加使用在线采购方式进行进口的预算，采购方式已经逐渐向在线方式转变，小单、短单与定制化成为趋势。与传统外贸相比，跨境电商绕过传统外贸中间商，可以有效地节约资源和降低外贸综合成本，从而大大提升我国出口商品的盈利能力。跨境电商平台拥有商品智能检索、商品信息公开、消费者反馈公开、传播速度快、支付便捷等多方面优势，既为中小型企业进入国际市场开辟了捷径，也为本土知名品牌提供了提升国际知名度的良机。现阶段，我国跨境电商正处于起步阶段。随着跨境电商业态的逐步完善和政府扶持政策的出台，跨境电商将会进入快速发展的轨道，未来跨境电商市场发展潜力巨大。

我是 2011 年认识鲁丹萍教授的，先是在杭州文二路博库书城看到她在清华大学出版社出版的专著《国际服务外包》，为发现省内也有服务外包方面的研究专家而欣喜。当她结束美国加州州立大学访问学者回国后，我们开始了服务外包方面的研究交流。后来她又帮着做了几期高级服务外包人才培训。当前，跨境电商风生水起正处于起步阶段，浙江跨境电商具有先发优势，有条件有责任先行先试。我们也注意到这方面的理论著作很少，凤毛麟角。因此，看到她又新出一本跨境电子商务的专著，非常为她高兴！

这本书系统阐述跨境电商的理论与实务知识，遵循理论联系实际、突出实用性的原则，在结构内容等方面做了一些突破与创新。相信这本书能够帮助读者适应经济社会发展对跨境电商知识的需求，也将为培养跨境电商的应用型人才，为推动跨境电商的兴起和发展做出贡献！

浙江省商务厅 张钱江

2014 年 12 月 15 日

修订版前言

电子商务是指利用互联网、物联网、无线通信等通信技术和数据分析手段将商务的流程、渠道、营销、运营等流程数字化、互联网化、智能化。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，并通过跨境物流运送商品、完成交易的一种国际商业活动。

近几年，随着外贸产业环境的变化，跨境电商业务蓬勃发展。据商务部发布的统计数据，2013年全国跨境电商交易额达到3.1万亿人民币，占进出口总额的12.1%，2016年达到6.5万亿人民币。据电子商务研究中心监测数据显示，2017上半年中国跨境电商交易规模达到3.6万亿元，同比增长30.7%。其中，出口跨境电商交易规模达到2.75万亿元，进口跨境电商交易规模达到8624亿元（包括进口B2B、B2C、C2C）。中国跨境电商交易在全球市场具有广阔的拓展空间。跨境电商业务越做越大，对跨境电商从业人员的需求日益增加，对跨境电商从业人员的能力要求也越来越高，要求他们能理解、掌握、应用跨境电商的基本原理、基本规律、基本技能。

本书可作为高等职业技术学院、大中专院校经贸专业及相关专业学生教材，也可作为外贸工作者的参考书，是师生教学的重要参考资料。

本书由温州职业技术学院鲁丹萍教授主编，贵阳南明区工商联副主席鲁向阳和树人大学蔡筱霞副教授担任副主编，河北环境工程学院冯晓宇讲师、温州市职业中等专业学校马依甸老师和南京江宁高等职业学校孙惠讲师参加了资料的翻译和整理工作。

本书在撰写过程中参考了大量的图书和资料，书中未一一列出，在此一并向有关作者和出版社表示衷心的感谢！

由于时间仓促，编者水平和能力所限，书中难免存在不妥之处，请读者提出宝贵意见。

笔者于浙江温州

2018年6月

前 言

跨境电子商务课程是高等院校国际商贸类专业的专业课，是为培养学生掌握、理解和应用国际电子商务的基本理论、基本规律、基本技能和基本知识而设置的一门专业课。

本书系统地阐述了跨境电子商务的基本原理和实际应用知识。基础理论以应用为目的，以必需、够用为度，尽量体现新知识、新技术和新方法，注重培养学生的综合素养和科学思维方式，并提高学生的创新能力。内容包括跨境电子商务概述、跨境电子商务的售前准备、店铺装修、订单处理、客户服务、营销推广、业务管理以及速卖通和 eBay 的应用与操作等。本书理论与实际相结合，内容深入浅出，通俗易懂，重点难点突出，适合经济类、管理类、商贸类本科、高职高专学生作为教材使用，同时也可以作为公务员、企业管理者、信息技术人员学习跨境电子商务知识的参考用书或培训教材。

本书由温州职业技术学院鲁丹萍教授撰写，温州职业技术学院孟昊雨高级工程师、陈国雄讲师，中国环境管理干部学院冯晓宇讲师、崔叶竹助理讲师和温州科技职业学院潘斌彬参加了部分章节的撰写和资料搜集工作。

本书得以顺利出版，要感谢中国商务出版社给予的大力支持和帮助！本书在撰写过程中参考了大量的书籍和文献，书中未一一列出，在此一并向有关作者和出版社表示衷心的感谢！

由于时间仓促，笔者水平和能力所限，书中难免存在不妥之处，请读者原谅并提出宝贵意见。

笔者于浙江温州

2014 年 12 月

目 录

第 1 章 跨境电子商务概述	1
1.1 跨境电子商务的发展	1
1.2 跨境电子商务政策	7
1.3 跨境电子商务职业	10
1.4 跨境电子商务人才供给	12
1.5 跨境电子商务政策	15
第 2 章 跨境电子商务基础	17
2.1 跨境电子商务营运方式	17
2.2 跨境电子商务国际支付	22
2.3 跨境电子商务国际物流	24
2.4 跨境电子商务平台	35
第 3 章 售前准备	41
3.1 市场分析	41
3.2 选择适当的商品和营销渠道	46
3.3 网店开设	47
第 4 章 店铺装修	56
4.1 店铺装修介绍	56
4.2 店铺装修的基础模块	71
4.3 产品图片的拍摄与处理	91
第 5 章 订单处理	97
5.1 一般订单处理流程	97
5.2 特殊订单处理	115
第 6 章 客户服务	130
6.1 客户服务概述	130

6.2	售后服务技巧	139
6.3	客户服务沟通	145
第7章	营销推广	147
7.1	搜索引擎优化	147
7.2	卖家自主促销	158
7.3	平台促销活动	171
第8章	跨境电商业务管理	176
8.1	采购管理	176
8.2	订单管理	180
第9章	速卖通操作技巧	188
9.1	平台操作	188
9.2	直通车运营	199
第10章	eBay 操作技巧	210
10.1	商品刊登方式选择	210
10.2	My eBay 管理交易	213
10.3	订单处理	217
10.4	争议处理	219
10.5	账户设置	223
第11章	社交媒体在跨境电商中的应用	228
11.1	跨境电子商务中的社交媒体	228
11.2	微博营销	230
11.3	微信营销	235
11.4	Facebook 营销	239
参考文献		247

第 1 章 跨境电子商务概述

1.1 跨境电子商务的发展

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,极大地拓宽了企业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。

1.1.1 跨境电子商务的概念

1. 跨境电子商务的概念

电子商务是基于网络的电子交易行为或以达成交易为目标的商务行为,交易的客体包括有形商品和数字化产品及服务,主要表现形式包括网络零售和企业间的电子商务交易等。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,并通过跨境物流运送商品、完成交易的一种国际商业活动。跨境贸易电子商务是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。

我国跨境电子商务主要分为企业对企业(即 B2B)和企业对消费者(即 B2C)两种贸易模式。在 B2B 模式下,企业运用电子商务以广告和信息发布为主,成交和通关流程基本在线下完成,本质上仍属传统贸易,B2B 交易已纳入海关一般贸易统计。在 B2C 模式下,我国企业直接面对国外消费者,以销售个人消费品为主,物流方面主要采用邮政物流、商业快递、专业及海外仓储等方式,其报关主体是邮政或快递公司,目前大多 B2C 交易未纳入海关统计。

跨境电子商务的分类:①从交易模式分,可分为企业对企业(即 B2B)和企业对消费者(即 B2C)两种贸易模式。②从进出口方向分,可分为出口跨境电子商务和进口跨境电子

商务。

2. 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。电子商务与传统的交易方式相比,其一个重要特点在于电子商务是一种无边界交易,丧失了传统交易所具有的地理因素。互联网用户不需要考虑跨越国界就可以把产品尤其是高附加值产品和服务提交到市场。网络的全球性特征带来的积极影响是信息的最大程度的共享,消极影响是用户必须面临因文化、政治和法律的不同而产生的风险。任何人只要具备了一定的技术手段,在任何时候、任何地方都可以让信息进入网络,相互联系进行交易。美国财政部在其财政报告中指出,对基于全球化的网络建立起来的电子商务活动进行课税是困难重重的,因为电子商务是基于虚拟的电脑空间展开的,丧失了传统交易方式下的地理因素;电子商务中的制造商容易隐匿其住所而消费者对制造商的住所是漠不关心的。比如,一家很小的爱尔兰在线公司,通过一个可供世界各地的消费者点击观看的网页,就可以销售其产品和服务,但很难界定这一交易究竟是在哪个国家内发生的。

这种远程交易的发展,给税收当局制造了许多困难。税收权力只能严格地在一国范围内实施,网络的这种特性为税务机关对超越一国的在线交易行使税收管辖权带来了困难。而且互联网有时扮演了代理中介的角色。在传统交易模式下往往需要一个有形的销售网点的存在,例如,通过书店将书卖给读者,而在线书店可以代替书店这个销售网点直接完成整个交易。问题是,税务当局往往要依靠这些销售网点获取税收所需要的基本信息,代扣代缴所得税等。没有这些销售网点的存在,税收权力的行使也会发生困难。

(2) 无形性。网络的发展使数字化产品和服务的传输盛行。而数字化传输是通过不同类型的媒介(如数据、声音和图像)在全球化网络环境中集中而进行的,这些媒介在网络中是以计算机数据代码的形式出现的,因而是无形的。以一个 e-mail 信息的传输为例,这一信息首先要被服务器分解为数以百万计的数据包,然后按照 TCP/IP 协议通过不同的网络路径传输到一个目的地服务器并重新组织转发给接收人,整个过程都是在网络中瞬间完成的。电子商务是数字化传输活动的一种特殊形式,其无形性的特性使得税务机关很难控制和检查销售商的交易活动;税务机关面对的交易记录都是体现为数据代码的形式,使得税务核查员无法准确地计算销售所得和利润所得,从而给征税带来困难。

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处的地理位置。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。在虚拟社会里,隐匿身份的便利导致自由与责任的不对称。人们在这里可以享受最大的自由,却只承担最小的责任,甚至干脆逃避责任。这显然给税务机关制造了麻烦,税务机关无法查明应当纳税的在线交易人的身份和地理位置,也就无法获知纳税人的交易情况和应纳税额,更不要说去审计核实。该部分交易和纳税人在税务机关的视野中隐身了,这对税务机关是致命的。以 eBay 为例, eBay 是美国的一家网上拍卖公司,允许个人和商家拍卖任何物品。到目前为止, eBay 已经拥有 3000 万个用户,每天拍卖数以万计的物品,总计营业额超过 50 亿美元。但是, eBay 的大多数用户都没有准确地向税务机关报告他们的所得,存在大量的逃税现象,因为他们知道由于网络的匿名性,美国国内收入服务处(IRS)没有办法识别他们。

电子商务交易的匿名性导致了逃避税现象的恶化,网络的发展也降低了避税成本,使电子商务避税更轻松易行。电子商务交易的匿名性使得应纳税人利用避税地联机金融机构规避税收监管成为可能。电子货币的广泛使用与国际互联网所提供的某些避税地联机银行对客户“完全税收保护”,使纳税人可将其源于世界各国的投资所得直接汇入避税地联机银行,规避了应纳所得税。美国国内收入服务处在其规模最大的一次审计调查中发现,大量的居民纳税人通过离岸避税地的金融机构隐藏了大量的应税收入。美国政府估计大约 3 万亿美元的资金因受避税地联机银行的“完全税收保护”而被藏匿在避税地。

(4) 即时性。对于网络而言,传输的速度和地理距离无关。传统交易模式,信息交流方式如信函、电报、传真等,在信息的发送与接收间,存在长短不同的时间差。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,还可以即时清结,订货、付款、交货都可以在瞬间完成。

电子商务交易的即时性提高了人们交往和交易的效率,免去了传统交易中的中介环节,但也隐藏了法律危机。在税收领域表现为:电子商务交易的即时性往往会导致交易活动的随意性,电子商务主体的交易活动可能随时开始、随时终止、随时变动,这就使得税务机关难以掌握交易双方的具体交易情况;不仅使得税收扣缴的控管手段失灵,而且客观上促成了纳税人不遵守税法的随意性,加之税收领域现代化征管技术的严重滞后,都使依法治税变得苍白无力。

(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,电子计算机通讯记录取代了一系列的纸面交易文件。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法律的混乱。

电子商务以数字合同、数字时间替代了传统贸易中的书面合同、结算票据,削弱了税务当局获取跨国纳税人经营状况和财务信息的能力,且电子商务所采用的其他保密措施也将增加税务机关掌握纳税人财务信息的难度。在某些交易无据可查的情形下,跨国纳税人的申报额将会大大降低,应纳税所得额和所征税款都将少于实际所达到的数量,从而引起征税国国际税收的流失。例如,世界各国普遍开征的传统税种之一的印花税,其课税对象是交易各方提供的书面凭证,而在网络交易无纸化的情况下,物质形态的合同、凭证形式已不复存在,因而印花税的合同、凭证贴花(即完成印花税的缴纳行为)便无从下手。

(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,在短短的几十年中,电子交易经历了从 EDI 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百出,不断地改变着人们的生活。

而一般情况下,各国为维护社会的稳定,都会注意保持法律的持续性与稳定性,税收法律也不例外,这就会引起网络的超速发展与税收法律规范相对滞后的矛盾。如何将分秒都处在发展与变化中的网络交易纳入税法的规范,是税收领域的一个难题。网络的发展不断给税务机关带来新的挑战,税务政策的制定者和税法立法机关应当密切注意网络的发展,在制定税务政策和税法规范时充分考虑这一因素。

跨国电子商务具有不同于传统贸易方式的诸多特点,而传统的税法制度却是在传统的贸易方式下产生的,必然会在电子商务中漏洞百出。网络深刻地影响着人类社会,也给税收法律规范带来了前所未有的冲击与挑战。

1.1.2 跨境电子商务的由来

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。跨境电子商务是一种全新的贸易运作方式,它打破了地域分离,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。电子商务产生的时间不长,但是最近几年表现出了迅猛的发展势头。

近几年来,随着电子商务产业环境的变化,外贸电商逐步走入公众的视野。首先,以阿里巴巴为代表的 B2B 经历过一轮火热发展,现在,新浪潮引领者来自外贸 B2C,一批外贸 B2C 势力正在迅速崛起。

2017 年全球经济继续呈现温和复苏态势,国际贸易持续低迷。互联网和电子商务加快全球市场效率的提升,使商品信息更加对称,并使贸易门槛逐步降低。跨境电商给全球贸易格

局带来新的变化,世界各国、各地区的经济联系愈发紧密。数字经济、人工智能对人类社会和经济产生深刻影响。

中国国际电子商务中心研究院发布的《2017 世界电子商务报告》指出,全球电子商务市场在过去十多年中快速增长,并且这种势头仍在持续。当前,全球网民人数已达 41.57 亿人,互联网普及率达 54.4%,亚洲网民数占全球网民数的比重最高,达 48.7%;全球已有 7 个国家网购用户数量过亿,中国是全球最大的互联网用户市场,网民规模达 7.72 亿人,普及率达到 55.8%。

近年来,随着美国贸易保护主义的盛行,以及欧洲、日本的需求持续疲弱,中国出口贸易增速减缓。而以跨境电商为代表的新型贸易的发展脚步正在逐渐加快,跨境电商有望成为中国贸易乃至整个经济的全新增长引擎。

2015 年,中国跨境电商交易规模为 5.4 万亿元,同比增长 28.6%。其中,跨境出口交易规模达 4.49 万亿元,跨境进口交易规模达 9072 亿元。中国跨境电商的进出口结构比例中,出口电商占比为 83.2%,进口电商占比为 16.8%。

从结构上看,跨境出口电商的比例将长期高于跨境进口电商的比例,中国跨境电商的发展将始终以出口为主、进口为辅。国家近年来力促跨境电商的发展,更多旨在扶持传统外贸企业借助互联网的渠道实现转型升级。2015 年,中国跨境电商的 B2B 交易占比达到 88.5%,跨境电商 B2B 交易占据绝对优势,跨境电商 B2C 交易占比为 11.5%。

2017 年,中国跨境进口零售电商市场的规模约为 1113.4 亿元,增长率为 49.6%。未来几年,进口电商零售市场仍将保持平稳增长。预计到 2021 年,中国跨境电商的市场规模将突破 3000 亿元。2017 年中国跨境电商市场的集中度较高,且行业梯队格局基本稳定。正品保障和物流资源是跨境电商行业发展的关键。

跨境电商行业强势品类为母婴、美妆个护、保健品等,消费者对于品牌的主动感知较强,所以正品保障成为跨境电商赢得客户和持续发展的关键。数据显示,正品保障成为消费者在跨境购买商品时最看重的要素,41.2%的用户明确表示最看重正品保障,正品保障远远高于价格、配送等因素;商品溯源成为跨境电商行业标配。

电子商务正在经历彻底的转型,从“黄页式”的信息平台转向交易平台。交易平台包括海外推广、交易支持、在线物流、在线支付、售后服务、信用体系和纠纷处理等整合服务。

1.1.3 跨境电子商务的发展

1. 跨境电子商务发展的原因

(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利用互联网开展的跨境小额批发或零售业务迅速发展起来;同时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产品。这些数量众多、散布在全球各地的个

性化需求,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,使得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是销售渠道缩短,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。

2. 跨境电子商务发展的总体状况

(1) 全球国际电子商务介于实物与虚拟之间。目前,全球国际电子商务涉及货物、服务、会展、旅游、保险、金融等国际经济的各个领域,正处于快速发展时期。特别是国际电子商务改变了以往国际贸易的交易模式,利用因特网技术实现了企业之间信息流、资金流、单证流的便捷流转,促进了国际贸易企业在线上无纸化和线下传统经营模式上取得重大突破。

(2) 全球国际电子商务的模式以 B2B 为主。全球电子商务交易模式涵盖了 B2B、B2C、C2C、C2B、B2G 等电子商务的基本模式,并在不断适应国际市场的需求,出现了更新的商务模式。但不可否认,B2B 模式仍是国际电子商务的主要模式,大量的国内外企业通过国际互联网寻找商机,建立起了更多的贸易伙伴关系。

(3) 全球国际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”,目前已经取得重要进展。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。

(4) 全球国际电子商务发展不平衡但潜力巨大。美国、日本、新加坡、韩国等国的国际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和改善追赶过程中。联合国贸发会议报告称,从国际贸易的观点来看,2015 年的国际电子商务占到世界贸易总额的三四成,未来几年将是跨境电子商务发展的黄金时期。

1.1.4 跨境电子商务与全球化

作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础,跨境电子商务具有非常重要的战略意义,正在引起世界经济贸易的巨大变革。2014 年首届世界互联网大会设立了相关主题分论坛:跨境电子商务和全球经济一体化。

在世界互联网大会上,阿里巴巴集团董事局执行主席马云用一句“心是全球化的,做的事就是全球化的”引领其长篇演讲。“以前的全球化其实是美国化。”在马云看来,跨境电商的核心是给当地创造价值,比如给当地带去税收和就业,以前的思考局限在怎样把自己的东西卖到美国去,从别人兜里把钱掏出来,现在阿里巴巴思考的是如何帮别人把东西卖到中国来。全球化并不是在当地建个厂卖东西,而是把电商生态移植到当地,“让当地因为你的存在而改变了什么。”

目前,摆在电商巨头们面前的问题是,没有任何一家企业有能力建立一个快递公司,把货运到全世界;没有谁能打造一个通用的支付体系,让所有支付形态都使用。因此,社会化合作成为跨境电商的出路。全球经济一体化会因为互联网而加速,也会因为互联网而完善。现场嘉宾有一个共同观点就是:目前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,同时也引起了世界经济贸易的巨大变革,比如海淘的出现。

经济全球化是跨境电商发展的重要机遇,跨境电商给全球贸易格局带来新的变化。2015年3月,杭州被国务院批复为全国首个跨境电子商务综合试验区。在2015年G20杭州峰会上,B20向G20提交的政策建议报告指出,阿里巴巴董事局主席马云建议建立eWTP(世界电子贸易平台)。该专项行动通过培育重点企业、互联网基因改造、推广信保应用、实施品牌战略等一系列举措,重构传统的生产链、价值链、供应链,帮助企业“拓市场、降成本、创品牌”。

跨境电商绝不是一时风口,而是在eWTP框架下,非常有可能开创全球新经济贸易体系以及新经济特区的窗口机会。阿里倡导的eWTP是希望建立一个全球买、全球卖,高效率、全透明、无障碍的,全球中小企业可参与的全球新经济贸易平台以及规则体系。阿里巴巴作为eWTP发起者和倡导者,杭州作为国家第一个跨境电商综合试验区,双方将继续推动打造第一个推动eWTP试验区,实现“单一窗口”政策创新,一起摸索出第一个全球样本,创造新经济体的“深圳特区”,将杭州经验变成中国经验,再将中国经验变成全球经验。

1.2 跨境电子商务政策

1.2.1 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。

1. 出入境检验检疫制度

在跨境电子商务活动中,进出境商品的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，保障国内的生产，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。目前，我国海关总署履行进出境商品检验检疫的职责。

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。

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做出了规范，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。

1.2.2 电子商务海关监管模式

跨境贸易电子商务是一种新型贸易业态，具有商品单件价值小、品种数量多、税号分布散、通关要求快、交易频度高、关联方多边化等特点，海关通关模式有别于传统方式，建立新型海关监管模式成为其中关键。

早在 2013 年，深圳海关就与前海管理局紧密合作，率先打通了跨境电商的出口通关环节，并于 2013 年 12 月 5 日在前海启动了深圳首批跨境电商出口业务运作。为了适应跨境电商电子商务进口商业运作需求，海关系统逐步建立了一套跨境电商进口新型监管模式试点——提前备案、保税监管、分类审核、清单验放、汇总核销。

企业开展电子商务业务前应向海关进行备案；对进境货物，先以货物清单方式办理申报手续，按照一般进出口货物有关规定办理征免税手续，并提交相关许可证件；汇总形成进出口货物报关单向海关申报时，无须再次办理相关征免税手续及提交许可证件；对进境个人物品，以物品清单方式办理申报手续，按照进出境个人邮递物品有关规定办理征免税手续。

目前国内进口消费需求旺盛。市场分析显示，跨境电子商务中，消费者主要购买商品类型为服饰箱包、化妆品及美容产品、奶粉、婴幼儿用品等。不少业内人士也认为，推进跨境