


自贸区研究系列
中国自由贸易试验区协同创新中心

井然哲 著

跨境电子商务导论： 理论与实践


贸易导论

格致出版社  上海人民出版社



井然哲 著

跨境电子商务导论： 理论与实践

格致出版社  上

图书在版编目(CIP)数据

跨境电子商务导论:理论与实践/井然哲著.—

上海:格致出版社:上海人民出版社,2019.3

(自贸区研究系列)

ISBN 978-7-5432-2956-3

I. ①跨… II. ①井… III. ①电子商务 IV.

①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第016482号

责任编辑 郑竹青

封面设计 路 静

自贸区研究系列

跨境电子商务导论:理论与实践

井然哲 著

出 版 格致出版社

上海人民出版社

(200001 上海福建中路193号)

发 行 上海人民出版社发行中心

印 刷 常熟市新骅印刷有限公司

开 本 720×1000 1/16

印 张 14.5

插 页 2

字 数 228,000

版 次 2019年3月第1版

印 次 2019年3月第1次印刷

ISBN 978-7-5432-2956-3/F·1191

定 价 62.00元

前 言

《跨境电子商务导论:理论与实践》是在完成国家高技术研究发展计划(863 计划)项目(No.2007AA04Z1B2)、研究国家自然科学基金项目(No.71072037)、上海浦江人才计划项目(Shanghai Pujiang Program)基础上编写的。本书的编写是一项原创性工作,作者在阐述观点和见解时,还汲取了国际贸易理论、服务外包理论、企业管理理论的研究成果。

本书的编写得到了中国自由贸易试验区协同创新中心的帮助和指导。本书对跨境电商理论、体系、方法与应用案例进行了探索性研究,作者通过辛勤研究,使本书更具有创新性和鲜明特色。在编写过程中,作者参阅了诸多国内外学者在跨境电商领域的研究成果,在此一并对他们表示感谢。

石河子大学王一帆老师编写了本书的部分案例。参与本书编写的还有波士顿大学井琛、上海财经大学李强、胡妍慧、罗彤、张钰、杨泽鹏、艾克然木·艾合买提、阿迪力·喀迪尔、李勇、付林永、潘欣、杨珊珊、蔡演斌,石河子大学的李鹏德、杨阳、冯晓晶、何鹏、翟柳浙和倪彬彬等同学。在本书付梓之际,向商务部电子商务司、中国电子商务研究中心、阿里研究院、图腾体育、敦煌网等单位的同仁们致以诚挚的谢意。感谢格致出版社的大力支持。

由于时间紧迫,加之水平所限,书中难免存在一些值得商榷的地方,敬请读者批评指正,以期日臻完善。

井然哲
2018年12月

内容简介

《跨境电子商务导论:理论与实践》是探讨跨境电子商务基本原理、运营管理方法及应用案例分析的一本专著,全书共由 10 章组成。

第 1 章介绍跨境电子商务的理论基础。

第 2 章介绍我国跨境电子商务的发展状况。主要分析我国跨境电子商务发展的主要阶段、主要趋势和发展的制约因素等。

第 3 章重点阐述跨境电子商务的主要模式。主要分析跨境电子商务的主要商业模式,并进行比较分析。

第 4 章探讨跨境电子商务的营销战略。主要分析跨境电子商务的定价策略、跨境电子商务报价策略,以及跨境电子商务渠道策略。

第 5 章介绍跨境电子商务客户关系管理战略。主要分析跨境电商客户关系管理的作用、跨境电商客户开发应注意的问题,以及跨境电商客户的流失与挽回等内容。

第 6 章介绍跨境电子商务支付解决方案。主要包括跨境电子商务交易流程、跨境电子商务支付发展现状、主要跨境支付方式、跨境支付盈利模式,以及跨境支付发展趋势等。

第 7 章探讨跨境电子商务品牌战略。分析跨境电子商务品牌建设路径和跨境电子商务品牌定位问题。

第 8 章讨论跨境电子商务物流解决方案。主要包括跨境电子商务供应链管理、跨境电子商务物流管理、跨境电子商务物流主要模式,以及跨境电子商务物流发展趋势。

第 9 章介绍跨境电子商务服务外包战略。主要讨论跨境电商服务外包合作关系的建立和跨境电商服务外包合作关系的维护等内容。

第 10 章介绍跨境电子商务平台技术。主要包括跨境电商平台系统设计原则、跨境电商平台系统基本支持技术、面向对象的编码技术、跨境电商平台系统安全技术和跨境电商系统平台架构等。

本书各章都选择了典型案例作为分析引导,内容新颖,系统性强,理论联系实际,适用于从事跨境电商研究的专业人员和研究生阅读、参考,也可以作为高等院校有关专业的教学参考书。

目 录

第 1 章	跨境电子商务的理论基础	001
1.1	分工理论	001
1.2	协同理论	006
1.3	比较优势理论	012
1.4	价值网理论	019
第 2 章	我国跨境电子商务的发展状况	024
2.1	我国跨境电子商务发展的主要阶段	024
2.2	我国跨境电子商务发展的主要趋势	038
2.3	我国跨境电子商务发展的制约因素	040
第 3 章	跨境电子商务的主要模式	042
3.1	电子商务的主要商业模式	042
3.2	跨境电子商务的主要商业模式	044
3.3	我国跨境电子商务的主要模式比较分析	047
3.4	中国跨境电子商务模式的案例分析	056
第 4 章	跨境电子商务的营销战略	064
4.1	导入案例:兰亭集势	064
4.2	跨境电子商务的定价策略	073
4.3	跨境电子商务的报价策略	075

4.4	跨境电子商务的渠道策略	078
第 5 章	跨境电子商务客户关系的管理战略	081
5.1	导入案例:反思蜜淘	081
5.2	跨境电商客户关系管理的作用	084
5.3	跨境电商客户开发应注意的问题	085
5.4	跨境电商客户的流失与挽回	086
第 6 章	跨境电子商务支付的解决方案	093
6.1	导入案例:2Checkout,一个覆盖 200 多个国家的网络支付平台	093
6.2	跨境电子商务的交易流程	096
6.3	跨境电子商务支付的发展现状	098
6.4	跨境电子商务的支付方式	101
6.5	跨境电子商务支付的盈利模式	106
6.6	跨境电子商务支付的发展趋势	108
第 7 章	跨境电子商务的品牌战略	110
7.1	导入案例:网易考拉海购正品信任度第一	110
7.2	跨境电子商务的品牌建设路径	118
7.3	跨境电子商务的品牌定位	119
第 8 章	跨境电子商务的物流解决方案	121
8.1	导入案例:斑马物联网	121
8.2	跨境电子商务的供应链管理	130
8.3	跨境电子商务的物流管理	133
8.4	跨境电子商务物流的主要模式	137

8.5 跨境电子商务物流的发展趋势	138
第9章 跨境电子商务服务的外包战略	141
9.1 导入案例:价之链借助服务外包,实现电商贸易+电商 服务,构建三位一体的生态闭环	141
9.2 跨境电商服务外包合作关系的建立	146
9.3 跨境电商服务外包合作关系的维护	149
第10章 跨境电子商务平台的技术解决方案	155
10.1 导入案例:世贸通跨境电商综合服务平台	155
10.2 跨境电商平台系统的设计原则	156
10.3 跨境电商平台系统的基本支持技术	157
10.4 面向对象的编码技术	160
10.5 跨境电商平台系统的安全技术	164
10.6 跨境电商系统的平台架构	166
附录A 案例分析	170
A.1 Wish	170
A.2 中国制造网	181
A.3 有棵树	189
A.4 出口易	197
A.5 世贸通	207
附录B 国家、地方跨境电商政策及管理辦法	218
参考文献	219

第 1 章

跨境电子商务的理论基础

1.1 分工理论

1.1.1 导入案例

一个只雇了 10 个人的生产别针的小工厂,他们每天却能制造出约 12 磅别针。每磅有 4 000 多枚中号别针。因此,这 10 个人每天能够制作出 48 000 多枚别针,也就是说每人每天制作出 48 000 枚别针的十分之一,即 4 800 枚别针。但如果他们是分开来独立地工作,而且他们中间没有任何人曾受过这方面的专门训练,那么他们每个人一天肯定做不出 20 枚,甚至一枚也做不出来。

而这样的效率这个小工厂是如何做到的呢?它把别针的生产分为 18 种操作,分由不同的专门工人担任。一个人抽铁线,一个人拉直,一个人切截,一个人削尖线的一端,一个人磨另一端,以便装上圆头。要做圆头,就需要有两三种不同的操作。装圆头,涂白色,乃至包装,都是专门的职业。

(选自亚当·斯密:《国富论》)

思考:一个制造别针的小工厂通过分工,不同任务分工给工厂内不同的工人完成,可以这么显著地提高生产效率,如果扩大分工的范围,延伸区域,本地、外埠,甚至全世界范围的分工,会带来什么效果呢?

1.1.2 分工理论与分工网络的形成

分工是指生产过程中的专业化,被视为人类社会发展的基础。围绕这一命题,经济学家已经做了大量研究工作,形成了经济学中的分工理论。古典经济学家认为分工和专业化是规模经济产生的主要原因,亚当·斯密曾用别针制造厂的例子来说明专业化和分工所带来的报酬递增现象。他把劳动分工(division of labor)作为提高劳动生产率,从而增加国民财富的一个重要原因。斯密认为“分工受市场范围的限制”,只有当某一产品或服务的需求随着市场范围的扩大增长到一定程度时,专业化的生产者才能出现和存在,并且随着市场范围的进一步扩大,分工和专业化程度也将不断提高。斯密的经济理论逻辑是,交通状况决定着市场广狭,市场广狭限制着交换能力,交换能力又限制着劳动分工的程度,劳动分工的程度决定了一国的劳动生产力,一国的劳动生产力又是国民财富多寡的主要决定因素。

1928年,经济学家杨格(Young Allyn)发表了题为《收益递增与经济进步》的经典性论文(Young, 1928),将斯密的分工思想做了进一步的发展,形成了后人所称的“杨格定理”。

其基本思想概括如下:

(1) 专业化经济的好处不能单独地局限在单个企业和单个市场中考虑,而是与社会化大生产或产业体系的整体相联系的。因为不断发展的产业分工及其专业化是经济发展进程中的实质,在此进程中实现了递增报酬。我们所需要的是把产业运作看作一个相互关联的整体。

(2) 劳动分工程度取决于专业化经济的好处,专业化经济的好处又取决于市场结构,市场结构则取决于劳动分工结构,所以它们是相互促进、循环演进的。市场的供给与需求是劳动分工的两面,市场容量与劳动分工是经济增长的两面。

(3) 分工的三种类型是相互联系的,首先是单个生产者之间的分工,这是分工的初级阶段形式,是熟能生巧阶段;其次是中间产品的增多,这是分工发展到一定时期,市场分化造成的,这是技术累计的阶段;最后是迂回程度的加深,这是分工引起了产业链的分化,分工收益体现在收入—产出方式上,进而引起了新生产技术的阶段。随着产业间劳动分工的扩展,企业内部的经济性融于众多高度专业化的企

业外部经济之中,规模经济和范围经济都会增强。因此,产业间的劳动分工是递增报酬的发动机。

在经济发展的初始阶段,人们对生产活动没有经验,生产效率低下,人们没有富足的产品,也没有时间和精力去进行交换,只能选择自给自足。随着人们劳动经验的逐渐积累,生产效率慢慢提高,经济开始初步增长,相对可以承担起一些交易费用,通过相互交换产品,开始产生初步的分工和专业化生产。由于专业化生产加速了经验的积累和技能的改进,知识沿空间的互补性溢出效应使得生产效率进一步上升。经济发展开始逐步加速,从而使得人们在权衡专业化将带来的报酬和将要增加的交易费用后,认为可以支付更多的交易费用用于实验新的分工组织,进一步增加了分工的水平。于是形成了一个反馈机制,使得分工的演进不断加快。在分工演进的过程中,分工和专业化水平决定着专业化经济积累的速度和人们获得技术性知识的能力;而人们对交易机制掌握的信息则决定着分工和专业化水平。制度变迁和组织创新对分工的深化有着决定性的影响,人们获得关于分工组织的制度性知识后,能否实现高水平分工则与交易效率有关。通过大量的关于分工组织的试错实验,人们可以获得更多关于分工组织的制度性知识,因此选择更有效的分工网络,改进交易效率,提高分工水平,使得专业化知识得到积累和孵化,实现技术进步和经济增长。上述分工及其演进过程可以用图 1.1 表示。

图 1.1 中共有 4 家企业,每家企业需要 4 种产品, n 表示交易产品的数目。在开始的时候,由于企业的生产规模都比较小,专业化水平低,自身积累也很少,没有办法支付高昂的交易费用,每家企业的生产结构都一样,生产率也没太大差别,这样其自身需要的 4 种产品都需要自己生产,交易的产品为 0;这在交易效率低下时会是最优组织和均衡。随着时间的流逝,企业逐渐积累了一定的资金和专业技术,一方面在内部形成了自身在某方面的技术优势,另一方面也能够支付一定的交易费用,交易效率上升,这样企业在比较交易带来的收益和交易费用之后就会选择从图(a)所示的自给自足跳跃到图(b)所示的部分分工,每家企业生产 3 种产品,交易 2 种产品,这时每个企业的专业化水平上升,出现了 2 个市场,生产集中度也随之上升;初步的分工促使企业加快发展速度,在技术积累和资金积累达到更高程度的时候,企业就会选择从图(b)所示的部分分工到更进一步的图(c)所示的部分分工,即每家企业生产 2 种产品,结构内交易 3 种产品;一旦由分工带来的专业化收益超

过现有结构决定的交易费用,完全分工最终必然会实现,分工网络必然会进化到图(d)所示的完全分工,也就是每个企业生产1种产品,交易4种产品。这样,分工网络逐步形成。

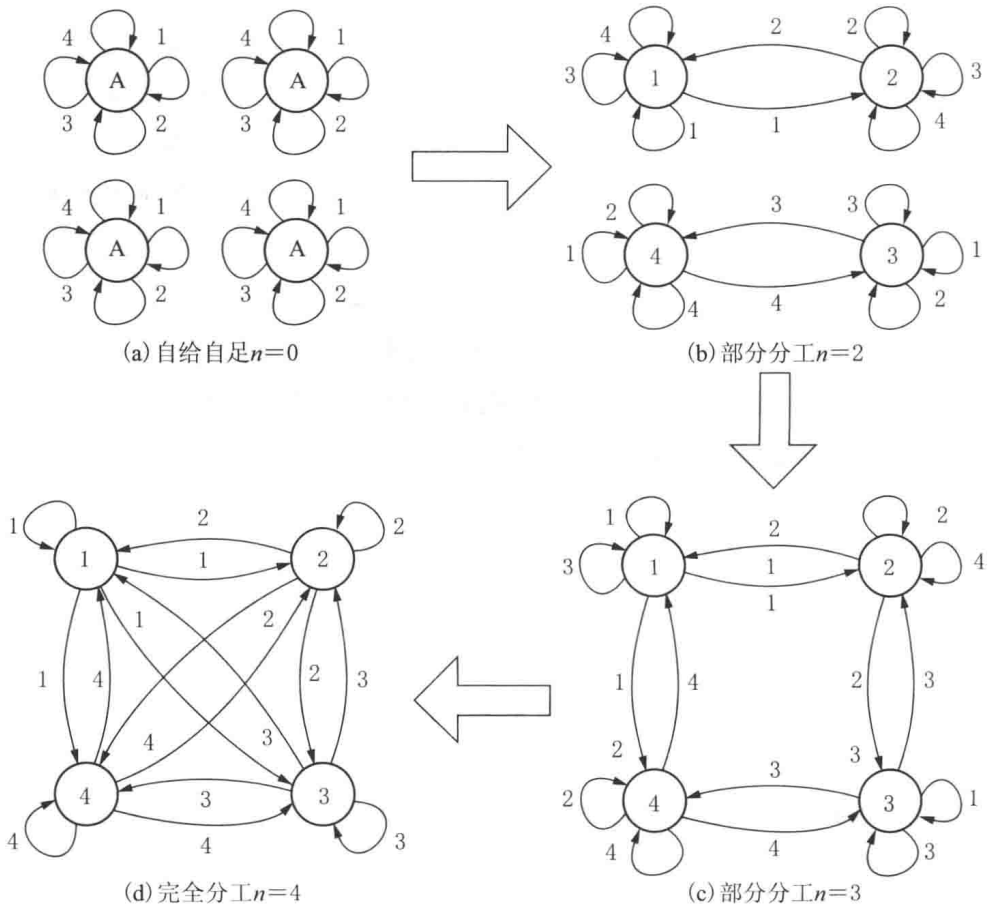


图 1.1 分工及其演进

图 1.1 对分工随着交易效率改进而演进做了直观的示意。从杨格关于分工的思想出发,可以对企业之间的分工协作关系有所理解。美国区域经济学家埃德加·胡佛(Edgar Malone Hoover)曾生动地描绘过这一过程:“假设有一家小厂,生产女外套,生产过程包括很多独立操作的工序,例如,裁剪和纽扣眼镶边等。在大批量生产时,有开纽扣眼专用设备,既快又省,但它象征着一笔相当可观的投资。该外套厂家不会感到投资购买这类机器划得来,因为它无力使它全时运转,它只得

多用人力开纽扣眼,慢且不说,工资成本还很高。但如果该厂于一分工网络中,一起开业的还有很多其他服装厂家,各厂家都有开纽扣眼这道工序,此时,对开纽扣眼的总需求,也许至少还可以保持一台开纽扣眼专用机器转个不停。这样,就可以有一家专营纽扣眼业务的独立公司脱颖而出,加入该分工网络中来。各服装厂家都把业务包给该专业公司,这对有关各方面都有利,其中包括最终消费者,他们可以按较低价格买到外套了。”

在分工网络内部,大量专业化企业通过分工与协作实现了规模生产。同时,创造了一个较大的市场需求空间,对分工更细、专业化更强的产品和服务的潜在需求量增加。同时,随着技术发展和需求变化,工艺过程日益高度专业化,这不仅为专业化生产商提供了很大的生存机会,还使它们实现规模生产,两者形成良性循环,不断提高分工网络的生产效率。分工网络加深了区域内的分工,不仅仅通过市场、契约促进了企业之间的分工合作,而且还通过非正式交流增强了企业之间的协作。例如,浙江和广东的一些区域产业价值链上的每一个环节都集聚着大量的企业,生产同样的产品。每个环节中的企业规模不大,但是技术专一,能够解决该产品的技术问题,生产能力得到充分发挥。在这个价值链上,同业的企业之间是竞争与合作并存的关系。企业间的合作不仅表现在产品交换方面,有时是体现在完成一些“互补活动”方面^①。每一个企业都可以看作各种相关活动的集合。例如,浙江苍南县金乡镇是生产铝制奖牌和徽章的专业镇。铝制品的生产,可分解为溶铝、轧铝、写字、刻膜、晒版、打锤、钻孔、渡黄、点漆、穿别针、打号码等十多道工序。该地区在打锤、点漆、渡黄等工序上各有上百家企业。在温州打火机企业集群,普通打火机至少有28个零部件,每一部件都由专业的工厂生产,如生产电子点火器、密封圈、微孔片、注塑、刻模企业等,此外还有提供原材料的塑料市场和钢铁市场。这种由产业“价值链”连接成的产业格局,将整个产业结成一个严密的整体,使之成为一艘规模巨大、实力雄厚的“联合舰队”。诸暨大唐镇袜业集群,其织袜、缝头、印染等工序分别由不同的企业完成,小小一双袜子的生产过程被分为10道环节,产业集群内

^① 理查德森(G.B.Richardson)曾把产业看作完成无数多活动(activities),这些活动由拥有适当能力(capabilities)的组织来完成。那些需要相同能力的活动被称为“相似活动”,那些在不同阶段或不同专业化上且需要相互匹配的活动被称为“互补活动”(1972)。

形成 10 个大部门,包括 1 000 家原料生产企业、400 多家原料销售商、近 8 000 家袜子生产厂、100 家定型厂、300 家包装厂、200 家机械配件供应商、600 家袜子营销商和 100 家联运服务企业。这种细致深入的劳动分工,使一家一户承担某个特定的工序成为可能。被称为“中国低压电器之都”的柳市,其中大型企业十多家,中型企业近百家,小型企业上千家,此外还有数以千计的家庭作坊式的小工厂。大型集团由众多的协作企业供应原材料和零配件,然后完成总装,分工明确,形成了起动机、熔断器、电阻器、断路器、调压器、互感器、配电器等众多生产配件厂商,以及像正泰、德力西等核心企业集团。在东莞的 IT 企业集群中,从电子浆料、敷铜版等基础材料生产到彩色显像管、线路板、电脑磁头等零部件加工再到计算机整机制造,除 CPU、内存和硬盘外的电脑整机所需要的全部零部件,均由当地供应,上下游企业纵向一体化。而且电脑外部设备包括显示器制造商、扫描仪制造商、音响制造商也纷纷集聚于此。随着大量厂商的集聚,东莞已形成专业化分工协作的纵向一体化,从而具有需求成本联系的产业关联效应。

1.2 协同理论

1.2.1 导入案例

打火机是一个百多年的传统产品,20 世纪 50 年代,欧洲是世界打火机市场的主宰,到了 60 年代,日本、韩国、中国台湾等地区以价格优势迅速取而代之,逐渐垄断了国际市场。到了 80 年代后期,温州打火机开始进入国际市场。

温州是目前世界上最大的打火机生产基地,有打火机生产厂家 500 多家,年产打火机 8 亿多支,占领打火机国内市场的 95%、国际市场的 70%。温州打火机企业集群同样经历了一个萌芽、成长、成熟、升级的过程。

萌芽阶段。温州打火机业起源于 1987 年,温州鹿城五金厂金朝奎等人在上海师傅的帮助下研制组装出利用电池和变压器点火的电子明火打火机,办起了鹿城打火机厂。由于打火机产品供不应求,然后沿亲缘和近邻关系向外扩散,形成了几家打火机厂。

成长阶段。1989—1990年,打火机企业不断增多,企业数量达到500多家,开始形成企业集群,打火机配件市场、销售市场开始形成。但产品基本上都是靠外购零配件组装,核心部件高压陶瓷电子都是从日本TDK公司进口,技术和利润受到限制,产品单一,集群内部分工开始起步。

成熟阶段。通过学习和研究打火机生产技术,取得了关键性的技术突破。由于打火机外壳压铸技术的引入,能够生产各种形状的外壳,形成了产品差异化。打火机点火装置中的高压陶瓷电子的试制成功,替代了日本TDK公司的产品,从而实现了打火机中高科技核心部件的国产化。防风点火关键零件铂金丝的研制成功,标志着打火机关键技术全部突破,打火机产品及点火电子销往世界各地。打火机的完整产业链构建完成,依靠低成本优势挤垮了国内其他地区企业。1992年,拥有2000多名职工的上海打火机厂倒闭。1994年,温州打火机行业的兴起,开始引起日本企业的关注,日本广田株式会社打火机生产设备引入温州,打火机产量迅速增加。1996年,广田公司停止打火机的生产,转到温州贴牌生产,韩国和欧美等知名打火机厂家纷纷到温州寻找贴牌生产厂家。生产技术进一步成熟,部分企业依靠管理在行业内脱颖而出,国际产业转移也基本完成。从集群的特点看,内部的分工协作体系也进一步完善。

升级阶段。以2001年欧盟CR法案为标志,温州打火机业进入迎接国际规则挑战阶段。1994年美国实行CR法案,温州打火机全部被逐出美国市场,集群的发展曾经历了短暂的衰退。欧盟在2001年制定了针对抵制中国打火机的CR法规,即防止儿童开启装置。2002年6月28日,欧盟宣布对中国等国家的打火机实施反倾销调查,给温州打火机企业敲响了警钟,集群内企业面临迎接国际挑战重新洗牌。目前,CAD、CAM技术在集群内广泛应用,产品进一步差异化,而且部分企业产品工艺品化。整个集群形成了关系紧密的相关零配件和原材料配套网络。

打火机虽小,价格也不高,但却拥有世界范围的大市场。温州打火机企业集群中的企业规模普遍不大,任何一家企业自身的竞争能力都十分有限,但形成集群后,各个配套环节和分工体系非常完善,形成了极强的集群整体竞争力。温州打火机企业集群自组织协同运作网络如图1.2所示。

温州打火机企业集群系统的成功根源在于其社会化分工基础上的自组织协同运作机制。温州打火机占领国际市场的基础正是凭借集群分工网络带来的成本优

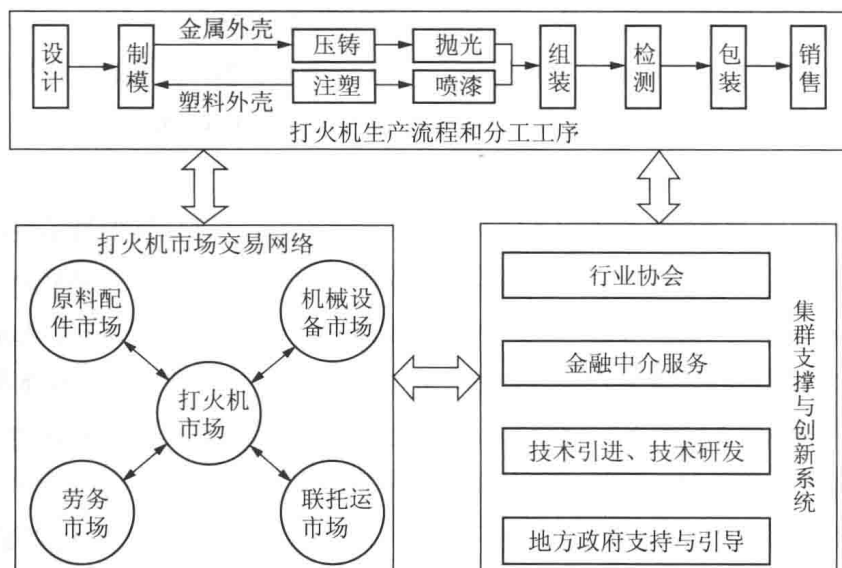


图 1.2 温州打火机企业集群自组织协同运作网络

势,凭借集群系统的协同作用构筑的整体竞争优势,打败了历史悠久的欧洲厂家以及同样精于控制成本的日韩厂家。在温州打火机企业集群中,生产分工细密,打火机数十个零配件、一些加工环节以及相关服务行业和机构上的分工形成了专业化基础上的完整的产业链,创造了高效率的企业集群协作体系。集群内从事各个领域生产和经营的企业不断进行技术创新,寻求降低成本、提高质量的方法,关键技术难关相继攻克,不但替代了进口技术,而且带动了这些技术相关产业的发展。大量企业的集聚,形成成本节约和效率提高,从而产生报酬递增。共同的原材料和零配件采购,节约了采购成本和储备成本;共同使用配套生产服务体系,提高了高效率机械设备使用的效率和普及的可能性,加速了产业的技术更新,降低了资本沉淀的风险;同类企业的集聚,也便于培养熟练的产业工人,降低了企业和工人彼此搜寻的成本;共同使用营销渠道,降低了销售成本。

思考:一个小小的打火机的生产,竟然需要这么多的协同运作,这个协同网络已经延伸到了更加广泛的区域,而在这一协同过程中,也出现了很多问题,如何能够在产业升级的过程中,在全球化的市场竞争中,取得长期持久的竞争优势呢?