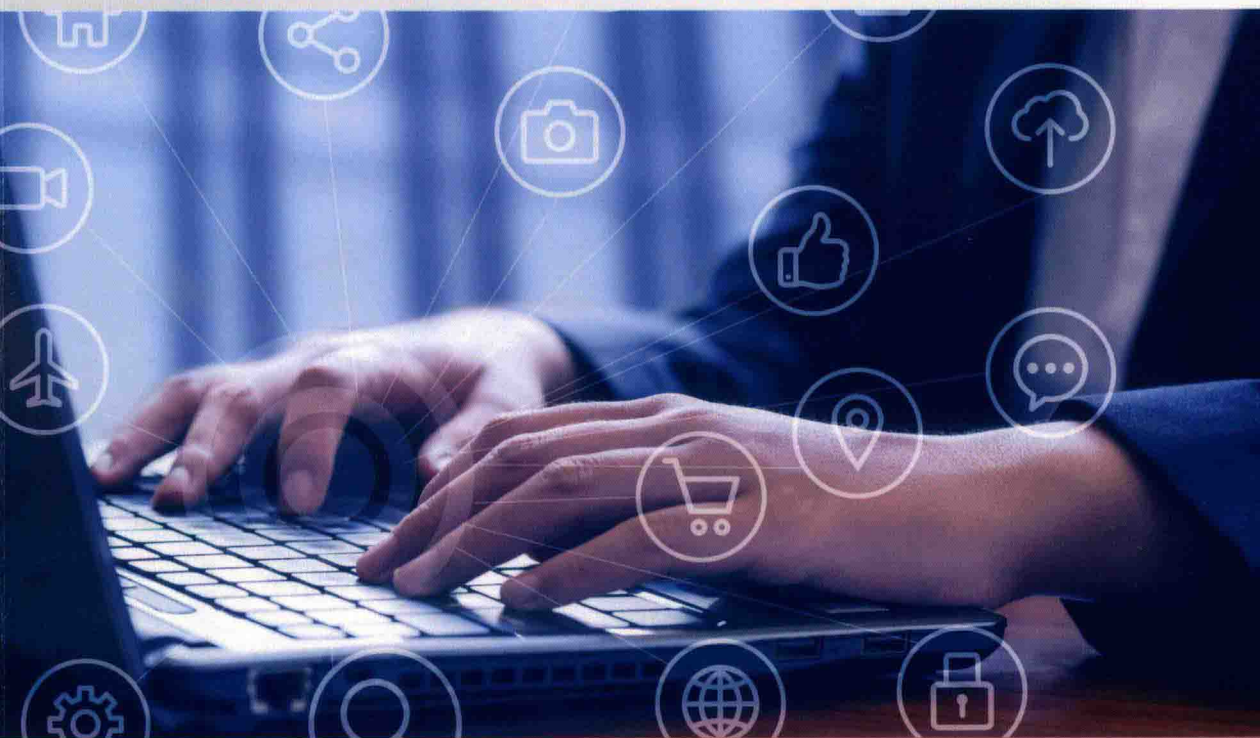


KUAJING DIANSHANG SHIWU

跨境电商实务

◎王多娜 主编

◎徐丹 副主编



KUAJING DIANSHANG SHIWU

跨境电商实务

王多娜 主 编

徐 丹 副主编



天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

跨境电商实务/王多娜主编. —天津:天津大学出版社,2018. 1

ISBN 978 - 7 - 5618 - 6087 - 8

I. ①跨… II. ①王… III. ①电子商务 - 商业经营 IV. ①F713. 365. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 032585 号

出版发行 天津大学出版社
地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)
电 话 发行部:022 - 27403647
网 址 publish. tju. edu. cn
印 刷 北京虎彩文化传播有限公司
经 销 全国各地新华书店
开 本 185mm × 260mm
印 张 8.5
字 数 212 千
版 次 2018 年 2 月第 1 版
印 次 2018 年 2 月第 1 次
定 价 23.8 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,烦请向我社发行部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

跨境电子商务不仅改变了传统的世界贸易格局,冲破了国家间障碍,促进了全球贸易便利化,也引发了世界经济贸易的巨大变革。跨境电子商务作为新的外贸方式、新的交易模式和新的经济增长点,有着巨大的市场潜力和生命力。国家电商运营环境的改善和相关扶持政策的出台,为跨境电子商务的发展提供了更大的机遇。

跨境电子商务的发展关键在于跨境电商人才队伍建设,特别是构建新型的跨境电子商务人才培养模式成为当务之急。现有的跨境电子商务相关教材较少,特别缺乏针对中职学生的跨境电子商务教材。本书针对中职电子商务、跨境电子商务、财经商贸类专业学生编写,从实用的角度出发,在内容安排上深入浅出,并配有翔实的插图说明。书中还设计了“知识链接”模块作为延展,旨在开阔学生的视野,提升学习效果。

全书共7章,主要内容如下。

第1章:跨境电子商务概述,主要内容包括跨境电子商务基本概念、跨境电商基本流程、国内外主流跨境电商平台。

第2章:跨境电商平台开店准备,主要内容包括跨境平台规则、跨境电商平台选品方法、敦煌网账号注册流程。

第3章:产品发布,主要内容包括产品发布流程、产品标题与关键词的拟定、产品图片的制作与选择、产品价格设置。

第4章:跨境电子商务物流,主要内容包括国际物流方式的基础常识、跨境电商物流分类、跨境电商物流运费模板设置。

第5章:店铺的营销推广,主要内容包括制定营销推广方案、敦煌店铺自主营销、站外营销推广方法。

第6章:跨境电商客户服务,主要内容包括客户服务的一般原则和沟通技巧、客户沟通用语、处理客户纠纷的一般流程和方法。

第7章:跨境电子商务进口,主要内容包括跨境电子商务进口的兴起与发展、跨境电子商务进口的分类、跨境电子商务进口物流模式、跨境电子商务进口交易流程。

本书为集体劳动的结晶,由王多娜任主编,徐丹任副主编,赵利芳等参编。由于跨境电子商务行业发展日新月异,编者的水平有限,不足之处在所难免,恳请广大读者提出宝贵意见。

目 录

第1章 跨境电子商务概述	1
1.1 跨境电子商务基本概念	1
1.2 跨境电商基本流程	2
1.3 国内外主流跨境电商平台	4
第2章 跨境电商平台开店准备	8
2.1 跨境平台规则	8
2.2 跨境电商平台选品方法	14
2.3 敦煌网账号注册流程	23
第3章 产品发布	24
3.1 产品发布流程	24
3.2 产品标题与关键词的拟定	39
3.3 产品图片的制作与选择	41
3.4 产品价格设置	44
第4章 跨境电子商务物流	48
4.1 国际物流方式的基础常识	48
4.2 跨境电商物流分类	51
4.3 跨境电商物流运费模板设置	56
第5章 店铺的营销推广	63
5.1 制定营销推广方案	63
5.2 敦煌店铺自主营销	64
5.3 站外营销推广方法	87
第6章 跨境电商客户服务	97
6.1 客户服务的一般原则和沟通技巧	97
6.2 客户沟通用语	100
6.3 处理客户纠纷的一般流程和方法	104
第7章 跨境电子商务进口	116
7.1 跨境电子商务进口的兴起与发展	116
7.2 跨境电子商务进口的分类	117
7.3 跨境电子商务进口物流模式	118
7.4 跨境电子商务进口交易流程	119

第1章 跨境电子商务概述

1.1 跨境电子商务基本概念

2014年至2016年,我国外贸进出口总规模增速均出现持续下滑,外贸行业正经历寒冬,而跨境电子商务作为互联网流量红利尚存的领域,逆势上涨。跨境电子商务相比于传统外贸,流通环节少,为企业压缩成本,创造了利润空间。我国跨境电子商务起步于21世纪初期,最开始发展起来的是B2B电子商务,目前B2B仍然是跨境电子商务的主流形态,而B2C跨境电子商务形态也逐渐兴起。

跨境电商贸易分为出口跨境电子商务贸易和进口跨境电子商务贸易。按照交易面向终端的不同,又可细分为出口跨境电子商务B2B市场、出口跨境电子商务零售市场、进口跨境电子商务B2B市场和进口跨境电子商务零售市场。近年来,跨境电子商务贸易发展迅速,2016年市场规模达到6.7万亿,2012年至2016年复合年均增长率达到33.65%,四个子市场也均处于扩张阶段且年复合增速均在20%以上。

1.1.1 跨境电子商务定义

跨境电子商务(Cross Border E-commerce),简称跨境电商,是分属不同关境的交易主体,通过互联网电子商务平台洽谈,达成交易意向、进行支付结算,并通过跨境物流的方式送达商品、完成交易的一种全球化商业交易的方式。广义的跨境电商分为出口和进口两种类型的贸易。本章重点讲述跨境出口贸易。

1. 定义解析

1) 交易主体

交易主体指跨境电商交易的买方和卖方。目前的卖方主要是中国卖家,买方是来自全球两百多个国家的客户。

2) 分属不同关境

在跨境交易中,交易主体仅仅来自于不同国家是不够的,所以用关境来划分跨境交易双方。分属不同关境强调的是买卖交易双方分别来自不同国家和地区,空间距离远,文化差异大。例如,敦煌网跨境平台交易中涉及的中国卖方和美国买方,如果交易的产品为服装,西方人身材尺寸跟东方人身材尺寸不一样,卖方要为主流目标销售对象提供专门的尺码表。

3) 关境

关境指实施同一海关法规和关税制度的境域、地区,即国家(地区)行使海关主权的执法空间。海关合作理事会对关境的定义是“完全实施同一海关法的地区”。一般情况下,关境等于国境。但有些国家关境不等于国境。例如:在设有自由区、自由港、保税区的国家,这些自由港、自由区及保税区不属于该国的关境范围之内,这部分地区被称为“关境以外的本国领土”。此时,关境小于国境。相反,在缔结关税同盟的国家之间,相互不征收进出境货物的关税,关境

包括了几个缔约国的领土,所包括的这一地区被称为“关境以外的外国领土”,关境则大于国境。有关关境的法律条文一般在各国的海关法中予以载明。

4) 电子商务平台

展示、洽谈、成交等环节在网上完成,从阿里巴巴纯黄页发展到速卖通全程网上交易。

5) 网上流程

网上流程即“网上交易+跨境支付+跨境物流”。

例如,一个澳大利亚消费者在速卖通网站上支付美金,下单购买了一个手机壳,中国卖方接到订单后,联系自己的供货方,根据买卖双方选定的物流方式,进行线上、线下发货。

2. 跨境电子商务与国内电子商务的区别

1) 从业务环节看更繁杂

跨境电子商务相比国内电子商务业务环节更多,更复杂一些,增加了海关通关、检验检疫、外汇结算、出口退税、进口征税、邮政包裹、跨境快递、海外仓储等。

2) 从交易主体看更多元

跨境电子商务所涉及的境外企业与个人的消费习惯、文化心理、生活习俗等都存在着不同,需要针对世界各国不同文化进行充分的理解、沟通与认同。

3) 从交易风险看更多样

跨境电商涉及境外商业环境与法律:知识产权纠纷、诉讼赔偿等事宜,比国内电子商务要复杂许多。

4) 从适用规则看更复杂

跨境电商涉及的电子商务平台更多更复杂,每个不同的跨境平台规则、平台政策、国际贸易体系、进出口管制、关税细则都存在不同。

1.2 跨境电商基本流程

跨境电商分为跨境电商出口和跨境电商进口,下面分别介绍两类的流程。

1.2.1 跨境电商基本流程

从图 1.1 看出,生产商或制造商将商品在跨境电商企业平台展示,在线商品被选购下单并完成支付后,跨境电商企业将商品交付给物流企业进行投递,经过两次(出口国和进口国)海关



图 1.1 跨境电商基本流程

通关商检后,最终送达买方手中。另一种情况为跨境电商企业与第三方综合服务平台合作,让第三方综合服务平台代办物流、通关商检等,从而完成整个跨境电商交易的过程。

1.2.2 跨境电商出口流程

1. 跨境电商出口流程

图 1.2 中,B2B 平台即出口企业与进口企业之间通过第三方跨境电子商务平台进行信息发布或信息搜索完成交易的服务;B2C 平台即出口企业与海外最终消费者之间通过第三方跨境平台进行信息发布或信息搜索完成交易的服务。

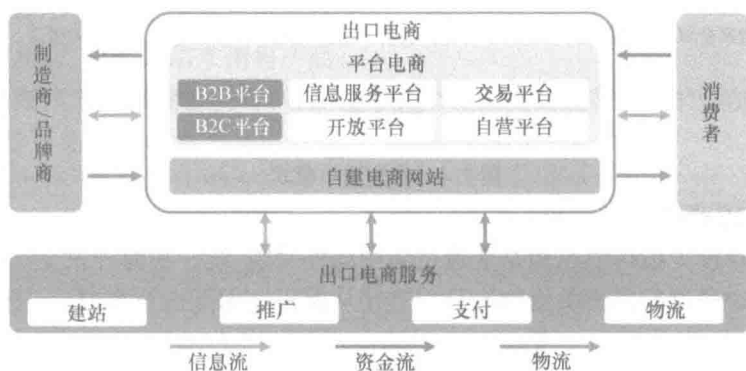


图 1.2 跨境电商出口流程

2. 跨境电商与传统贸易出口流程对比

从图 1.3 中看出,传统外贸需要六个步骤才能将一个国家的产品运送到另一个国家,而外贸电商只需要三个步骤就可以将产品销售到消费者手中。这其中省去了国外进口商、国外批发商、国外零售商三个步骤;时间上,国外消费者现在是随时都可以在跨境电商平台上看到商家销售的商品,实时可以下单,支付,等待物流运送商品到货。



图 1.3 跨境电商与传统外贸交易流程对比

从传统外贸流程图中可以看出传统外贸在工作中需要的每一道工序和具体工作流程。所以,跨境电商平台彻底改善了上述复杂流程中存在的问题,简化了流程。例如,服装类产品是季节性非常强的产品,时间对于市场销售太重要了,如果在中间流程上浪费很多时间,就会贻误了商机,影响产品的销售业绩。

1.2.3 跨境电商进口流程

1. 直购进口模式

直购进口模式是指消费者在购物网站上确定交易后,商品以邮件、快件方式运输入境情况下的跨境贸易电子商务商品通关模式(集货模式、邮政模式)。(图 1.4)



图 1.4 直购进口模式

2. 网购保税进口模式

网购保税进口模式指跨境电商企业通过集中海外采购,统一由海外发至国内保税仓库,当消费者网上下单时通过行邮清关由物流公司直接从保税仓库配送至客户。(图 1.5)

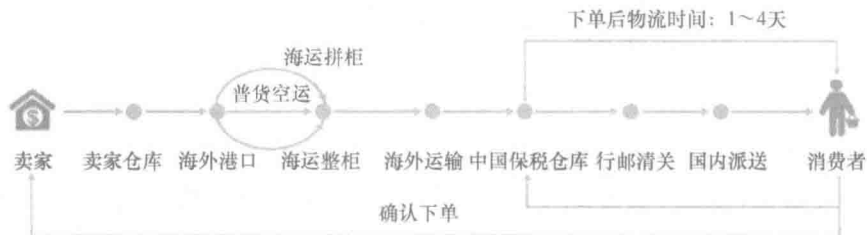


图 1.5 网购保税进口模式

1.3 国内外主流跨境电商平台

1.3.1 eBay 平台

1. eBay 集团

eBay 于 1995 年成立于美国加利福尼亚州,在成立之初是一个拍卖二手物品的网站,1997 年之后,eBay 逐渐发展成为全球在线商品交易平台。eBay 集团旗下有三大业务:在线交易平台 eBay、在线支付工具 PayPal 和为企业提供零售渠道及数字营销便利的 eBay Enterprise。eBay 在全球共有 31 个站点,卖家只需要注册一个账号就可以向 31 个站点进行销售,但是不同站点的销售费用是单独计算的。

2. eBay 独特的销售方式

eBay 创立之初是一个拍卖网站,现在,该平台依然延续了拍卖的模式,这是 eBay 区别于其他平台的一个最大的特色。

以“拍卖”的方式发布物品是 eBay 卖家常用的销售方式。卖家先设定物品的起拍价及在

线时间,然后开始拍卖物品,并以下线时的最高竞拍金额卖出,出价最高的买家即为该物品的中标者。

在 eBay 上以低起拍价的方式拍卖物品,仍然是能激起买家兴趣踊跃竞拍的最好的途径。而且,在搜索排序规则中,即将结束的拍卖物品还会在“即将结束”排序结果中获得较高的排名,得到更多的免费曝光机会。

拍卖的形式虽然好,但并不是所有的产品都适合拍卖,适合拍卖方式的产品主要有以下特点:

- (1) 拍卖产品应该是有明显特征的,不同于市场上常见的商品,是客户有需求的类别;
- (2) 产品库存少,出高价者获得机会更大;
- (3) 非职业卖家,只是偶尔来销售产品;
- (4) 无法判断产品的准确价值时,可以设置一个能接受的起拍价,由市场决定最终价格。

eBay 网站首页见图 1.6。

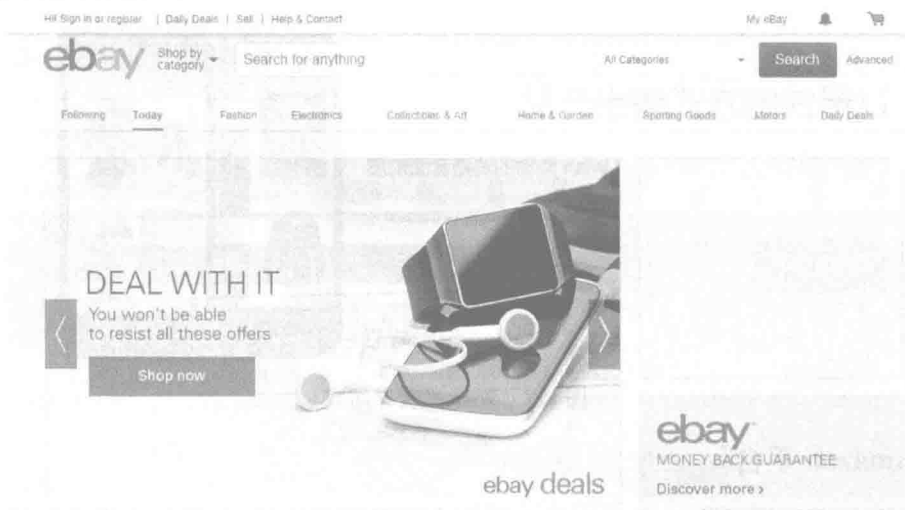


图 1.6 eBay 网站首页

1.3.2 Wish 平台

Wish 公司于 2011 年 12 月创立于美国旧金山硅谷,起初只是类似于国内的蘑菇街和美丽说的导购平台。2013 年 3 月,Wish 在线交易平台正式启动,是一款移动端购物 APP,有 IOS、安卓、Web 三个版本。截至 2016 年年底,注册用户数超过 3.3 亿,日均活跃买家用户数超过 700 万,SKU 超过 8 000 万,日均业务量达上百亿级别。Wish 的商品推送原理是根据用户的注册信息和网络浏览行为进行分析,有针对性地主动推送用户可能感兴趣的商品。

和其他跨境电商平台相比,Wish 平台的买家端体验具有自身的独特之处。Wish 平台界面见图 1.7。

1. 个性化定制

买家端首页有按钮可以设置偏好,平台根据个人设置提供个性化展示。

2. 用户需求的碎片化

大部分买家不是因为特定的需要才到 Wish 平台寻找商品的,而是被兴趣引导才浏览商

品的。

3. 时间的不确定性

移动端用户随时随地都可能打开手机浏览感兴趣的商品信息。

4. 移动端屏幕界面

移动端界面适合用简洁、清晰的商品图片,文字排版应适合手机屏幕阅读,不适合放太复杂的商品介绍。

5. 冲动的购买决策

移动端因为浏览时间和地点的限制,不方便比价,不方便长时间考虑,所以整个购买决策的过程相对短促。



图 1.7 Wish 平台界面

1.3.3 Amazon 平台

Amazon,中文名为亚马逊,是美国最大的一家电子商务公司,总部位于华盛顿州西雅图。Amazon 成立于 1995 年,起初是自营在线书籍销售业务,现在已发展成为全类目、平台化的电子商务网站。

2012 年,Amazon“全球开店”项目向中国卖家开放,大量中国卖家涌入 Amazon 平台开启了跨境电商业务;从此,中国商品在 Amazon 的北美洲和欧洲市场占据了重要份额。

1. Amazon 特点

1) 强调商品,弱化店铺

平台的运营定位是纳入第三方卖家商品,使平台的商品库更丰富,同时必须确保 Amazon 平台统一的品牌形象。

2) 高门槛,严要求

平台对申请入驻的卖家企业资质会严格审查,经过 Amazon 筛选的卖家才可以入驻;平台对卖家的运营和销售过程也有严格要求,所有卖家必须遵守对买家的服务承诺,一旦卖家无法达到就会被严厉处罚,甚至永久封号。

3) 去个性化,看重价格、配送以及售后服务

Amazon 不希望卖家上传的商品有太鲜明的特点,引导卖家把精力放在加强售后服务的能

力上。

2. Amazon 费用

Amazon“全球开店”有两种卖家账户类型:专业卖家和个人卖家,在计算费用时两者略有不同。平台收费项明细如下。

1) 月租费

专业卖家需要支付 39.99 美元的月租费,个人卖家不需要支付。

2) 单件销售费用

个人卖家每销售一件商品需要支付 0.99 美元,专业卖家不需要支付。

3) 固定交易费

对于媒介类商品,包括图书、DVD 等,专业卖家和个人卖家每销售一件商品都需要支付 1.8 美元。

4) 销售佣金

所有卖家每销售一件商品都需要支付销售佣金,销售佣金 = 销售额 × 佣金比例。不同类目设置了不同的佣金比例和最低佣金数额,当销售额 × 佣金比例小于最低佣金数额时,按照最低佣金数额计算。

亚马逊平台首页见图 1.8。



图 1.8 亚马逊平台首页

第2章 跨境电商平台开店准备

2.1 跨境平台规则

2.1.1 敦煌网注册规则

目前敦煌网开店不收取年费,也没有强调一定是企业资质,所以学生卖家还能进行开店学习,下面为敦煌网平台使用规则。

在敦煌网中注册店铺,有如下规则需要遵守。

1. 注册人资质要求

注册人年龄须在18周岁到70周岁;只有中国大陆的企业或个人,或香港地区的企业才可在敦煌网注册卖家账户。

2. 卖家账户登录名合规

卖家账户登录名不能包含猥亵、侮辱、歧视性或侵略性的词,不得违反法律、法规、行政法规限制性要求等;不能包含联系方式,包括邮箱地址、网址、电话号码、QQ号、MSN地址等;不能包含第三方品牌词汇(包括敦煌网官方名称DHgate)以及名人姓名等;不能包含误导性词语,比如“PowerSeller”“TopSeller”等。

3. 注册信息合规

对于个人用户,卖家需要在注册阶段填写注册人姓名及身份证号码,注册人姓名需要与身份证姓名一致,需为注册人本人真实信息,该注册人为账户的持有人和完全责任人;对于企业用户,卖家除了在注册阶段需要填写注册人姓名及身份证号码外,还需要在认证阶段填写公司名称以及公司注册号。注册人姓名需为该公司的法人姓名,或者由该公司授权的全权代表姓名。该公司为账户的持有人和完全责任人;卖家需要在注册阶段填写真实、有效、完整的电子邮箱和手机信息,需为注册人本人真实信息;敦煌网有权对卖家填写的信息的真实性进行验证,包括但不限于手机认证、邮箱认证以及第三方认证等。

4. 其他规定

企业用户在DHgate注册的关联账户不得超过10个,个人用户不得超过1个账户;用户在敦煌网的账户因严重违规被关闭,不得重新注册账户;用户在敦煌网的账户因违规被限期冻结时,在冻结期间不得重新注册账户;注册用户名后,超过120天未完成手机验证和邮箱验证的账号,系统将自动视为放弃注册,不予开通。有关账户冻结不能正常使用的情况需要大家注意,因为很多初学者在注册完账户、发布产品后,不去正常维护店铺,店铺也没有进行手机绑定,如有订单信息,没有及时处理发货,该账户有可能因涉嫌严重违规而被冻结或关闭,再行开设困难加大,所以提醒各位初学者一定要注意关注店铺状况,不要出现有交易不发货的问题。

2.1.2 发布规则

1. 禁止销售产品规则

1) 禁售产品

禁售产品是指因涉嫌违法、违背社会道德或违背平台发展原则等原因,而被禁止发布和交易的产品。

2) 限售产品

限售产品是指信息发布前需要取得商品销售的前置审批、凭证经营或授权经营等许可证明,否则不允许发布的产品。

具体禁售、限售产品列表参见敦煌网政策规则。

以下产品为重点限售、禁售产品:毒品、枪支、军警用品、各类药品、超长刀具、汽车安全气囊、音像制品、钱币、香烟、邮票、间谍用品、酒类、赌博用品、机票及航空制服、卫星接收设备、医学美容仪器、管制刀具等。

2. 禁销品类型列举及说明

1) 毒品类

毒品类包括毒品、麻醉品、易制毒原料、制毒化学品、成瘾性药物、制造毒品的书籍/方法、吸毒工具及配件等。参考依据为《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国禁毒法》《麻醉药品和精神药品管理条例》。

2) 枪支武器类

枪支武器类包括核武器/军火/弹药等大规模杀伤性产品或相关器材、枪支及枪支附件、防弹防刺背心/头盔等。参考依据为《中华人民共和国枪支管理法》《仿真枪认定标准》。

3) 三类医疗器械/药品

三类医疗器械包括植入人体,用于支持、维持生命,对人体具有潜在危险,对其安全性、有效性必须严格控制的医疗器械,包括药品(处方药、非处方药、性药、减肥药和中草药等)。参考依据为《中华人民共和国药品管理法》《互联网药品信息服务管理办法》《医疗器械监督管理条例》。

4) 特殊用途化妆品

特殊用途化妆品是指用于诊断、治疗、缓解、预防疾病,以及对人体功能产生影响的产品。例如育发、睫毛增长液、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒、美白、祛皱、消炎的化妆品。参考依据为《化妆品卫生监督条例》。

5) 影响社会治安类和安全隐患类

影响社会治安类和安全隐患类产品包括管制刀具、开锁器、弓弩等以及容易导致他人受伤的产品或防身器具。参考依据为《中华人民共和国刑法》《国家安全法》《中华人民共和国治安管理处罚法》《管制刀具认定标准》。

6) 电子类

电子类产品包括窃听专用器材、信号干扰器、升级存储设备、芯片解码器、大功率激光笔等。

7) 金融类

金融类产品包括 POS 机(包括 MPOS)、刷卡器等终端受理设备,信用卡、银行卡制卡机设备。

8) 警用品

警用品包括警员所用的所有物品,如作战警服、警用手电筒、警用执法记录仪、警徽等。参考依据为《中华人民共和国人民警察法》《军服管理条例》。

9) 化学品

化学品包括易燃易爆化学品、有毒化学品、石棉及含有石棉的产品、点火器及制作易燃易爆品的相关化学物等。例如:烟花爆竹、酒精、油漆、石棉、火柴、镁棒打火石等。参考依据为《易制毒化学品管理条例》《危险化学品安全管理条例》《烟花爆竹安全管理条例》。

10) 人体器官、动植物以及非法动物捕杀工具

该类别包括人体器官,例如肾脏、肝脏等,以及遗体;动植物的活体及其器官或其他制品,例如皮毛、标本、象牙制品等;非法动物捕杀工具,例如电鱼机、鱼枪等。

11) 烟酒类

例如:酒类、香烟(品牌香烟、散装烟草)、水烟袋、烟油,以及展示中含有烟油、烟草、疑似烟油烟草的产品。

12) 其他

还有货币类、服务类(如洗钱、色情、贩卖人口等)、国家保护文物、政治信息类(如不可包括国家领导人的照片、容易引起种族歧视的产品、色情暴力类产品)、食品饮料(如食品、食品添加剂、饮料等)、违规描述的产品主体等类别。

更详细资料参见敦煌网中文后台页面“政策规则”。

3. 知识产权规则

知识产权(英文“Intellectual Property Right”,缩写IPR),保护的是智力成果、无形财产,是人们对自己所创造的智力活动成果依法享有的占有、使用、收益和处分的权利。“知识产权”只是一个统称,根据保护对象的不同,主要包含专利权、商标权、著作权等。

敦煌网平台认定的侵犯知识产权违规类型有以下三条。

1) 侵犯知识产权权利人专利权

侵犯知识产权权利人专利权指以营利为目的,没有得到专利权人的许可而实施其专利的行为。侵犯专利的行为包括假冒他人专利,以非专利产品冒充专利产品、以非专利方法冒充专利方法。其中假冒他人专利的行为,包括但不限于以下情况:

- (1) 在其制造或者销售的产品、产品的包装上标注他人的专利号;
- (2) 在广告或者其他宣传材料中使用他人的专利号,使人将所涉及的技术误认为是他人的专利技术;
- (3) 在合同中使用他人的专利号,使人将合同涉及的技术误认为是他人的专利技术;
- (4) 伪造或者变造他人的专利证书、专利文件或者专利申请文件。

2) 侵犯知识产权权利人商标权

侵犯知识产权权利人商标权指以营利为目的,未经权利人许可而侵犯他人注册商标专用权的行为。侵犯知识产权权利人商标权的行为,包括但不限于以下情况:

- (1) 未经注册商标所有人的许可,在同种商品或者类似商品上使用与其注册商标相近或者近似的商标的;
- (2) 销售明知是假冒注册商标的商品的;
- (3) 伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的;
- (4) 故意为侵犯注册商标专用权的行为提供便利条件的;

(5) 给他人注册商标专用权造成其他损害的。

3) 侵犯知识产权权利人著作权

侵犯知识产权权利人著作权指以营利为目的,未经著作权人许可而侵犯他人的著作权,违法所得数额较大或者有其他严重侵权情节的行为。侵犯知识产权权利人著作权的行为,包括但不限于以下情况:

(1) 未经著作权人许可发表其作品的;

(2) 剽窃他人作品的;

(3) 使用他人作品,应当支付报酬而未支付的;

(4) 未经电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品、计算机软件、录音录像制品的著作权人或者与著作权有关的权利人许可,出租其作品或者录音录像制品的;

(5) 未经出版者许可,使用其出版的图书、期刊的版式设计的。

如不能遵从网站规则,违规可能会遭到产品审核不通过、产品删除、黄牌警告、关闭账户等不同程度的处罚,对于新手卖家是十分不利的。具体处罚规则参考《敦煌网侵犯知识产权行为处理办法》。

2.1.3 放款规则

作为敦煌网卖家,有了订单交易,尤其已经给买家发货完毕了,无论是物流资金还是货物资金都是卖家垫付的,所以下一步平台什么时候能放款,卖家何时能快速回款是紧要问题,这关系到整个店铺的资金周转。

1. 放款

(1) 放款:放款是指敦煌网将卖家已交易完成订单的款项转移到卖家虚拟账户里。

(2) 纠纷率:近90天内,商户账户的平台升级纠纷数量、协议纠纷中平台介入纠纷数量、网关纠纷数量以及售后升级纠纷数量之和占商户账户确认订单数量的百分比。纠纷率每周更新。

(3) 无固定期限暂停放款:卖家账户因违反平台放款规则被暂停放款时,平台将会介入调查,调查未结束时,放款暂停,直至调查结束,问题解决。

2. 卖家账户放款规则

目前敦煌网支持 EMS、DHL、FedEx、UPS、TNT、USPS、HK Post、China Post、燕文、Equick 等可在线跟踪的货运方式。针对有货运跟踪号的放款方式,订单放款规则如下。

1) 买家主动确认签收

买家确认签收的订单(被风控调查的订单除外),敦煌网会对订单的货运信息进行核实,如果订单查询妥投,会根据妥投信息做出如下处理。(表2-1)

表2-1 不同货运情况的处理(买家主动确认签收)

类别	货运情况	订单完成时限
第一类	妥投且时间、邮编和签收人都一致	此订单款项可放款至卖家虚拟账户,订单完成
第二类	妥投且时间、邮编和签收人任意一项不一致	账户放款将可能被延迟或暂停
第二类	部分未妥投,或全部未妥投,或无查询信息	

2) 买家未主动确认签收,卖家请款

买家未主动确认签收的订单,卖家请款后,敦煌网会先根据卖家上传的运单号核实妥投情况并做出相应处理。

表 2-2 不同货运情况的处理(买家未主动确认签收)

类别	货运情况	订单完成时限
第一类	妥投且时间、邮编和签收人都一致	发送催点信给买家,买家在 5 天内未发起任何投诉、协议或者纠纷,也没有邮件回复,将该订单款项放款至卖家虚拟账户,订单完成
第二类	妥投且时间、邮编和签收人任意一项不一致	账户放款将可能被延迟或暂停
第三类	部分未妥投,或全部未妥投,或无查询信息	

3) 买家未主动确认签收,卖家在订单确认收款后的 90 天内也未请款

卖家完成发货后,若买家一直未确认签收,并且卖家在订单确认收款后 90 天内也未请款,平台将在完全发货 120 天后将该订单款项放款至卖家虚拟账户,订单完成。

3. 异常账户,要适用异常用户交易放款规则

为建立公平、诚信、透明的平台运营环境,卖家账户及交易符合以下条件时,账户放款将可能被延迟或暂停。

(1) 订单当前有黄条。当前有黄条的订单,放款将被延迟;黄条去除后,放款流程继续。

(2) 当卖家当前账户纠纷率过高时,卖家账户放款将被延迟。

(3) 当卖家账户及交易表现异常时,敦煌网可能人工介入对卖家账户或交易进行必要调查,根据其异常程度,将卖家账户或订单放款延迟或无固定期限暂停。当卖家账户放款被无固定期限暂停时,卖家账户及其关联账户将被无固定期限冻结,且该卖家不得再在敦煌网注册新账户(具体处理办法见敦煌网站详细规则)。

卖家也有维护自己权益的申诉权利,如:卖家拥有对虚拟账户被无固定期限暂停放款的申诉权利。对于卖家认为被敦煌网错误判断为违规信息而致使账户放款被无固定期限暂停的情况,可发送邮件到 sellersafety@DHgate.com 进行申诉。

敦煌网将根据卖家所提供的证据进行再次审核。对于卖家申诉成功的,敦煌网将恢复卖家账户至正常状态。

2.1.4 评价规则

买家评价尤为重要,关系到国外买家是否进店关注商品,对店铺的浏览量、曝光量、成交量都有影响。所以,作为中国卖家,要注重个人店铺的评价级别,提高好评率。

1. 买家评价和好评率的定义

1) 买家评价

买家评价是指买家对所购买商品经过理性的分析总结,对商品做出的客观评论和解说,体现着买家的体验和感受。买家对商品的评价当以客观事实为依据,以理性分析为基础。买家评价分为服务评价和行业综合评价两种。其中,服务评价包括商品描述、沟通、物流、运费评价共 4 项,是买家对卖家的单向评分;综合评价包括综合性的打分(1~5 分)和文字评论两部分。

2) 好评率

好评率是指在卖家商品所有评价中好评的占比。它反映着买家的心理体验和感受,并影响其他买家的购买行为。

2. 评价规则明细

1) 买家评价分数计算方法

评价分数计算公式:

$$\text{评价分数} = \text{好评分数} - \text{差评分数}$$