

跨境电子商务教程

(助理跨境电子商务师)

KUAJING DIANZI SHANGWU JIAOCHENG
(ZHULI KUAJING DIANZI SHANGWUSHI)

◎主 编 李志勇

◎副主编 吴 威 戴敏华

跨境电子商务教程

(助理跨境电子商务师)

主 编 李志勇

副主编 吴 威 戴敏华



内 容 提 要

本教材以工信部教育与考试中心《助理跨境电子商务师专业技能培训考试方案》为依据,全面介绍了从事跨境电商服务工作应掌握的网店搭建与管理、网络营销、网上交易、跨境作业运营等相关作业知识和要求,重点突出了助理跨境电子商务师应掌握的在第三方平台上开设网店、跨境网店推广与营销、跨境商城作业管理、合同单证处理等方面的内容,体现了职业技能培训特色。

本教材在保证知识连贯性的基础上,突出技能操作,力求表达通俗,具有针对性和实用性,是助理跨境电子商务师进行专业技能考试的培训教材,同时对各类职业技术学院的相关专业师生以及从事跨境电商业务的相关技术人员均有一定的参考价值。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

助理跨境电子商务师 / 李志勇主编. —北京:北京理工大学出版社, 2015. 10

跨境电子商务教程

ISBN 978 - 7 - 5682 - 1327 - 1

I. ①助… II. ①李… III. ①电子商务 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 226549 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京高岭印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 23

字 数 / 542 千字

版 次 / 2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑 / 张慧峰

文案编辑 / 张慧峰

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

《跨境电子商务教程》编写组成员

主 编：李志勇

副 主 编：吴 威 戴敏华

编写人员：王亚均 李建元 谢 鑫 许正平

邓婉姬 王海平 陈 凯 熊先林

邱俊升 薄 斌 钱之网 张 宾

序

什么是跨境电子商务？

跨境电子商务的产业结构是怎样的？

电子商务和供应链服务的关系是怎样的？

如何建立健康稳定发展迅速的电商 & 供应链产业？

2015 年是中国互联网 + 年，互联网在市场无形之手和政府有形之手的推动下强势介入各种传统行业，与线上资源的联合、收购、改造、合作成了各行业商战的主旋律，一时间云蒸霞蔚，波澜壮阔。中国产业经济正经历着前所未有的提升与阵痛……

2015 年 7 月 16 日，怡亚通在深圳首次发布“定义未来全球供应链商业生态圈战略”，战略核心是在未来 10 年，实施面向全球流通业的“O2O 生态战略”，希望建立覆盖 5 亿 ~ 10 亿消费者，容纳 500 万家门店、生产商、供货商，产业价值万亿的生态圈。如此，一个跨越国界与产业界限，综合应用当代科学技术和业务模式的全球流通业供应链生态系统将横空出世。这将是开创性的事业，我国传统的流通行业将因此面目一新，所谓前无古人后不可待，无尽潮头弄风流。

为配合上述战略，怡亚通于今年开始实施全球供应链人才培育工程，即“双千”工程。希望通过十年的努力，在一千个单位（包括院校及企业）培育一千万名全球供应链人才，为“全球供应链商业生态圈战略”提供人才支撑。这一工程既服务于怡亚通，也服务于怡亚通线上线下合作单位，更服务于我国流通行业的广大企业。

目前该项工程调研策划工作已告结束，具体工作实施在即。本教程的编制是该项工作的第一阶段的第一步，后续我们还将在专业设置、师资队伍培育、学习平台建设、教学资源建设、院校服务体系建设上逐步深入，我们还将在全国选择 100 家院校建立“怡亚通益达产业学院”示范基地，在科研、教学、应用领域提升我国供应链管理水平。

希望我们的努力不负于怡亚通的发展，希望怡亚通的发展不负于这个时代的发展。

深圳市怡亚通供应链股份有限公司
深圳市怡亚通益达教育服务有限公司

2015 年 9 月

前言

跨境电子商务是集互联网服务、国际贸易、供应链管理于一身的产业集群。近年来这一产业集群在我国发展迅猛，在促进市场资源优化配置、推进企业国际化、增加消费者福利等方面发挥了巨大的作用。2014年9月，工信部教育与考试中心率先开展了跨境电子商务师专业技能培训考试工作。此项工作顺应了跨境电子商务发展的趋势，填补了行业培训空白，对于促进我国跨境电子商务人才培养和产业发展将发挥巨大作用。

跨境电子商务师专业技能培训考试，将跨境电子商务业者根据不同职能层级分为跨境电子商务师、助理跨境电子商务师、跨境电子商务员三个岗位。我们针对上述三个层级专门编制教材，独立成册。本教材可作为电子商务师专业技能培训考试工作各岗位培训用书，也可作为相关院校各专业跨境电商方向核心课程教材。使用本教材培训，经考试合格者可获得由工信部电子行业职业技能鉴定指导中心颁发的专业技能证书。

本教材在内容上注重体现“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的指导思想，围绕各岗位工作内容，按照职业功能模块分类编写，着力体现我国当前跨境电商职业状况的总体水平，提升不同层面跨境电商技术人员的服务能力和水平，突出职业培训特色；在教材体例上按照电子商务师专业技能培训考试工作要求分为理论知识和技能操作两部分，力图使读者能直观感受培训考试工作的具体要求。

鉴于跨境电商是集互联网服务、国际贸易、供应链管理于一身的产业集群，而本教材是我国第一部跨境电子商务专业人才培养教材，经专家评估本教材被纳入“怡亚通全球供应链与跨境电商人才培养核心教材”。希望广大跨境电商业者依托怡亚通互联网供应链生态圈，能成就为具有较强创新精神和适应能力的跨境电商专门人才。

本教材在编写过程中得到了社会各界的大力支持。漳州职业技术学院有关专家承担了本教材理论知识内容的编写任务，怡亚通益达教育服务有限公司承担了本教材技能操作内容的编写任务，最终由李志勇教授统稿。各省市自贸区和跨境电商企业对教材的编写给予了大力支持，在此一并表示感谢！

编者

2015年9月

目 录

第一部分 理论知识

模块一 基础知识	(3)
1.1 商品学知识	(3)
1.2 电子商务相关法律法规	(19)
模块二 网店搭建与管理	(29)
2.1 网店搭建基础知识	(29)
2.2 网店日常管理	(36)
2.3 顾客消费心理	(45)
2.4 库存控制与配送	(59)
2.5 客户服务	(73)
模块三 网络推广	(85)
3.1 网络市场调研	(85)
3.2 统计分析知识	(87)
3.3 网络广告	(89)
3.4 论坛推广	(93)
3.5 站内推广及网络促销	(102)
3.6 电子邮件及短信群发	(106)
3.7 软文推广	(112)
3.8 典型博客、论坛和 SNS 平台的推广	(117)
模块四 网上交易	(122)
4.1 网络采购	(122)
4.2 电子合同	(134)
4.3 身份认证及电子签名	(138)

4.4 电子支付	(142)
模块五 跨境作业操作	(153)
5.1 贸易术语	(153)
5.2 报关管理及对外贸易管制	(170)
5.3 出入境检验检疫	(197)
5.4 外汇管理	(212)

第二部分 技能操作

项目一 跨境网店开设准备	(221)
1.1 实训目标	(221)
1.2 实训学时	(221)
1.3 实训任务	(221)
1.4 实训评分标准	(223)
1.5 实训指导	(223)
1.6 实训报告	(227)
项目二 开设网店	(228)
2.1 实训目标	(228)
2.2 实训学时	(228)
2.3 实训任务	(228)
2.4 实训评分标准	(230)
2.5 实训指导	(230)
2.6 实训报告	(249)
项目三 跨境网店日常维护	(250)
3.1 实训目标	(250)
3.2 实训学时	(250)
3.3 实训任务	(250)
3.4 实训评分标准	(251)
3.5 实训指导	(251)
3.6 实训报告	(265)
项目四 跨境网店推广与营销	(266)
4.1 实训目标	(266)
4.2 实训学时	(266)
4.3 实训任务	(266)
4.4 实训评分标准	(266)
4.5 实训指导	(267)
4.6 实训报告	(276)

项目五 跨境商城在线交易	(277)
5.1 实训目标	(277)
5.2 实训学时	(277)
5.3 实训任务	(277)
5.4 实训评分标准	(278)
5.5 实训指导	(278)
5.6 实训报告	(283)
项目六 在线交易磋商	(284)
6.1 实训目标	(284)
6.2 实训学时	(284)
6.3 实训任务	(284)
6.4 实训评分标准	(285)
6.5 实训指导	(285)
6.6 实训报告	(290)
项目七 跨境商城贸易合同的签订	(291)
7.1 实训目标	(291)
7.2 实训学时	(291)
7.3 实训任务	(291)
7.4 实训评分标准	(292)
7.5 实训指导	(292)
7.6 实训报告	(310)
项目八 缮制外贸单证	(311)
8.1 实训目标	(311)
8.2 实训学时	(311)
8.3 实训任务	(311)
8.4 实训评分标准	(313)
8.5 实训指导	(313)
8.6 实训报告	(326)
项目九 跨境商城交易管理	(327)
9.1 实训目标	(327)
9.2 实训学时	(327)
9.3 实训任务	(327)
9.4 实训评分标准	(328)
9.5 实训指导	(328)
9.6 实训报告	(335)
项目十 跨境交易数据分析	(336)
10.1 实训目标	(336)

10.2 实训学时	(336)
10.3 实训任务	(336)
10.4 实训评分标准	(337)
10.5 实训指导	(337)
10.6 实训报告	(343)
项目十一 进出口核销退税（模拟出口商核销退税）	(344)
11.1 实训目标	(344)
11.2 实训学时	(344)
11.3 实训任务	(344)
11.4 实训评分标准	(345)
11.5 实训指导	(345)
11.6 实训报告	(350)
附录：助理跨境电子商务师专业技能培训考试方案	(351)
主要参考文献	(355)

基础知识

1.1 商品学知识

1.1.1 商品的基本概念

弄清楚商品的概念是深入地了解 and 掌握商品学这门课程的基础。商品是用来交换的劳动产品，具有使用价值和价值两个基本属性。商品学是一门研究商品使用价值的科学。商品质量是其中心内容。商品学从商品质量出发，来探讨商品使用价值的形成、评价、维护、实现和再生。

商品的使用价值，是指商品能够以自身的自然属性来满足人们某种需要的属性，是商品的效用或物的效用，即商品的有用性。马克思指出：“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它取决于商品的属性，离开了商品就不存在了。”对具体商品而言，商品使用价值是指该种商品具有有用性，这种有用性是指商品自身具有能够满足人与社会生产、生活某种需要的用途与功能。不同商品有不同的使用价值。使用价值构成财富的物质内容，同时使用价值又是交换价值的载体。

商品的价值，是指凝结在商品中的抽象劳动。商品的价值是商品的本质属性，反映了人和人之间的社会关系。

商品价值和使用价值是对立的，使用价值和价值是两个本质不同的因素，商品所有者不能既占有价值又占有使用价值，要占有价值必然出让使用价值，这一问题通过商品交换获得解决。

综上所述，商品具有以下基本特征：

- ①是具有使用价值的劳动产品；
- ②是供他人消费，即供社会消费的劳动产品；
- ③是必须通过交换才能到达他人手中的劳动产品。

1.1.2 商品质量

商品质量是商品学研究的中心内容，是企业和消费者关心的热点，也是商品进入市场流

通的通行证。提高和保证商品质量是人们生活水平日益提高的需要，也是增强我国国民实力的需要。

1. 商品质量的概念

我国国家标准 GB 6583—1986 对质量的定义是：产品、过程或服务满足规定或潜在要求（或需要）的特征和特性的总和

2. 商品质量的基本要求

商品质量的要求多种多样，是因为不同的使用目的（用途）会产生不同的使用要求（需要），即使对于同一用途的商品，不同的消费者也会提出不同的要求。商品质量可以概括为适用性、商品寿命、可靠性、安全性、经济性、艺术性六个方面。

（1）适用性。

适用性是指满足这种商品主要用途所必须具备的性能，是为实现预定使用目的或规定用途，商品所必须具备的各种性能（或功能）。它是构成商品使用价值的基础。

（2）商品寿命。

商品寿命通常指商品使用寿命，有时也包括储存寿命。使用寿命是指工业品商品在规定的使用条件下，保持正常使用性能的工作总时间。

（3）可靠性。

可靠性是指商品在规定条件下和规定时间内，完成规定功能的能力。它是将商品在使用过程中的稳定性和无故障性联系在一起的一种质量特性，是评价机电类商品质量的重要指标之一。可靠性通常包括耐久性、易维修性和设计可靠性。耐久性是指日用工业品在使用时抵抗各种因素对其破坏的性能，它是评价高档耐用商品的一个重要质量特性。

（4）安全性。

安全性是指商品在储存和使用过程中对环境无污染，对人体无损害的能力。环境要求包括两个方面：一方面要求商品在生产、流通直至消费以及废弃阶段，均不致对社会和人类生存环境造成危害；另一方面要求提供能使商品正常发挥效用的环境条件，如规定的温度、电压等。

（5）经济性。

经济性是指商品的生产者、经营者、消费者都能用尽可能少的费用获得较高的商品质量，从而使企业获得最大的经济效益，消费者也会感到物美价廉。经济性反映了商品合理的寿命周期费用及商品质量的最佳水平。

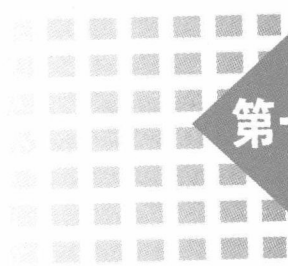
（6）艺术性。

艺术性是指商品符合时代审美特点，具有一定的艺术创造性。它已成为提高商品市场竞争能力的重要手段之一。

商品质量的各项基本要求，并不是独立的、静止的、绝对的，特别是对某种商品提出具体质量要求时，不仅要根据不同的用途进行具体分析，而且还必须与社会生产力的发展、国民经济的水平以及人们的消费习惯相适应。

3. 商品质量的影响因素

商品质量是商品生产、流通和消费全过程中诸多因素共同影响的产物。从质量形成的过程来看，影响和决定商品质量的因素是多方面的，商品的来源不同，影响质量的因素也不完全相同。



理论知识

(1) 原材料与商品质量的关系。

原材料是构成商品最原始的物质,在其他条件相同的情况下,原材料对商品的质量起着决定性的作用。因此,在分析商品质量时,必须对原材料的质量进行分析。

(2) 生产过程与商品质量的关系。

产品设计与试制、生产工艺、商品检验,以及生产人员的素质和能力都会对商品的质量产生影响。

(3) 流通过程对商品质量的影响。

流通过程是指商品离开生产过程进入消费过程前的整个区间。商品在流通过程中,由于受到各种外界因素的影响,会发生商品质量不断恶化的现象,因此商品学在研究影响商品质量的因素时,就要对商品在流通中的包装、运输、储存和销售服务进行全面的研究,以降低损耗,保护质量。

(4) 销售服务对商品质量的影响。

商品在销售服务过程中的进货验收、入库短期存放、商品陈列、提货搬运、装配调试、包装服务、送货服务、技术咨询、维修和退换服务等项工作质量,都是最终影响消费者所购商品质量的因素,商品良好的售前、售中、售后服务已逐渐被消费者视为商品质量的重要组成部分。

(5) 审美观(消费心理与消费习惯)对商品质量的影响。

“爱美之心,人皆有之”,商品美对商品质量的影响越来越重要,合乎规律地创造完美的商品形式,是为了满足人们的审美需要。人们的审美观有共同的一面,也有不同的一面,不同时代、民族、宗教、区域、阶层、环境、职业、年龄、性别的人们的审美观是有差异的,因此不同消费者对美的商品的认同和追求是不一样的。

(6) 质量意识对商品质量的影响。

质量意识属于思想范畴,涉及人的职业道德、思想道德、精神风貌和知识修养等精神因素,所以,开展精神文明建设,发扬爱国主义、对工作精益求精和对人民极端负责的精神,是增强质量意识的重要环节。此外,加强质量法制建设也是增强质量意识必不可少的环节。

4. 质量管理

质量管理是企业全部管理职能的一个重要组成部分,应该由企业最高管理者领导,由企业所有员工去实施。质量管理是企业为了使其产品、服务能更好地满足不断变化的顾客要求而开展的计划、实施、检查和审核等管理活动的总和。为了实施质量管理,通常企业要建立质量管理体系(简称质量体系)。质量体系是指在质量方面指挥和控制组织的管理体系。

(1) 质量管理的概念。

质量管理是指在质量方面指挥和控制组织的协调活动。质量管理是组织活动的重要组成部分,是组织围绕质量而开展的各种计划、组织、指挥、控制和协调等所有管理活动的总和。质量管理必须和组织其他方面的管理如生产管理、财务管理、人力资源管理等紧密结合,才能在实现组织经营目标的同时实现质量目标。

质量管理通常包括制定质量方针和质量目标,以及质量策划、质量控制、质量保证和质量改进等活动。质量管理涉及组织各个方面,是否有效实施质量管理关系到组织的

兴衰。

（2）质量管理的发展阶段。

质量管理的概念是在 20 世纪初提出来的，经过 100 多年的发展，大致经历了三个阶段。

第一阶段（20 世纪初至 20 年代）：质量检验阶段。质量检验主要是通过检验的方式来控制和保证产出或转入下道工序的产品质量，是一种事后检验的方式，犹如“死后验尸”，没有在制造过程中起到预防和控制的作用，即使检验查出废品，也已是“既成事实”，质量问题造成的损失已难以挽回。

第二阶段（20 世纪 30 至 70 年代末）：统计质量控制阶段。从质量检验阶段发展到统计质量控制阶段，质量管理的理论和实践都发生了一次飞跃，从事后把关变为预先控制，并很好地解决了全数检验和破坏性检验的问题。但是，由于过多地强调了统计方法的作用，忽视了其他方法和组织管理对质量的影响，使人们误认为质量管理就是统计方法，而且这种方法又高深莫测，让人们望而生畏。

第三阶段（20 世纪 80 年代至今）：全面质量管理阶段。强调了以下观点：

①质量管理仅靠检验和统计控制方法是不够的，解决质量问题的方法和手段是多种多样的，而且还必须有一整套的组织管理工作；

②质量职能是企业全体人员的责任，企业全体人员都应具有质量意识和承担质量责任意识；

③质量问题不限于产品的制造过程，解决质量问题也是如此，应该在整个产品质量产生、形成、实现的全过程中都实施质量管理；

④质量管理必须综合考虑质量、价格、交货期和服务，而不能只考虑狭义的产品质量。

5. 全面质量管理的基本方法——PDCA 循环

（1）PDCA 循环的含义。

PDCA 循环是全面质量管理的基本方法，最早是由美国质量管理专家戴明提出来的，所以又称为“戴明环”。PDCA 四个字母及其在 PDCA 循环中所代表的含义如下：

P（Plan）——计划，确定方针和目标，确定活动计划；

D（Do）——执行，实现计划中的内容；

C（Check）——检查，总结执行计划的结果，注意效果，找出问题；

A（Action）——处理，总结处理检查的结果，肯定成功经验并加以推广、标准化，总结失败的教训避免再出现，未解决问题进入下一循环。

（2）PDCA 循环的特点。

第一，大环套小环。如果把整个组织的工作作为大的 PDCA 循环，那么各个部门、小组还有各自小的 PDCA 循环，上一级 PDCA 循环是下一级 PDCA 循环的根据，反过来下一级 PDCA 循环是上一级 PDCA 循环的贯彻落实和具体表现，通过循环把组织各项工作有机联系起来，共同促进。

第二，阶梯式上升。PDCA 循环不在同一水平上循环，每循环一次，就解决一部分问题，取得一部分成果，质量水平就提高一步。到了下一次循环，又有了新的目标，从而不断阶梯上升。

第三,科学管理方法的综合应用。

1.1.3 商品标准

1. 标准

什么是标准?不同的人可能会有不同的理解,不同的组织也会有不同的定义。标准这个概念又常常与规则、法则等相混淆。非标准化人员与标准化专业人员所谈的标准有时是不完全相同的。

实际上,只要人们从事社会活动,进行交往就离不开标准。例如:几个朋友聚到一起打牌,往往先要明确一下打牌的规则;出国旅游,首先要了解一下所去国家的电源的电压、插头形状等情况;再如,北京从2005年开始执行新的汽车尾气排放标准,等等。这些问题都涉及各种不同的标准。

下面介绍两种对标准的定义:一个是标准化组织对标准的定义,另一个是世界贸易组织(非标准化组织)对标准的定义。

国家标准 GB/T 20000.1—2002《标准化工作指南第1部分:标准化和相关活动的通用词汇》(修改采用 ISO/IEC 相关标准)对“标准”给出了下述的定义:“为了在一定的范围内获得最佳秩序,经协商一致制定并由公认机构批准,共同使用的和重复使用的一种规范性文件。”在该定义后有如下一条附注:“标准宜以科学、技术和经验的综合成果为基础,以促进最佳的共同效益为目的。”

在《WTO/TBT》的附件1中对“标准”作了如下定义:“经公认机构批准的、规定非强制执行的、供通用或重复使用的产品或相关工艺和生产方法的规则、指南或特性的文件。该文件还可包括或专门涉及适用于产品、工艺或生产方法的术语、符号、包装、标志或标签要求。”

2. 标准化

“化”加在名词或形容词之后,该名词或形容词就转化为动词,表示转变为某种性质或状态,如绿化、美化、机械化、电气化,等等。因此,简单地说,标准化就是围绕标准所展开的一系列活动,以便达到标准的状态。

标准化是一项制定和实施规范的活动;所制定的规范应具备的特点是共同使用和重复使用;其内容是现实问题或潜在问题;制定规范的目的是在一定范围内获得最佳秩序。这些行为规范将构成规范性文件,也就是说,标准化的结果是形成条款,一组相关的条款就形成规范性文件。如果这些规范性文件符合制定标准的程序,经过公认机构发布,就成为标准。所以标准是标准化活动的结果之一。

标准化活动包括了上述文件(主要是标准)的起草过程、征求意见过程、审查发布过程和实施使用过程。标准化活动的结果是得到一份规范性文件,而这份规范性文件有可能成为标准。

标准化不是一项孤立静止的行为和结果,而是一个发展变化的过程,主要是制定标准、实施标准和修订标准(以便解决实施标准的过程中发现的问题,或者使标准进一步反映技术发展的水平)。这个过程不是一次就完成的,而是一个不断循环、螺旋式上升的运动过程。每完成一次循环,标准将得到进一步的完善,也将及时地反映当今技术发展的水平。