

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导
“新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材”

跨境电商基础、 策略与实战

阿里巴巴商学院 组织编写

柯丽敏 王怀周 编著

· 本书配有相关PPT课件 ·



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导
“新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材”

跨境电商基础、 策略与实战

阿里巴巴商学院 组织编写

柯丽敏 王怀周 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

当前国内越来越多的外贸企业需要开展跨境电商业务,而国内跨境电商人才奇缺,在一定程度上妨碍了跨境电商的发展。大学本、专科教学以及企业培训都急需一套知识体系完整、理论与实践结合的“跨境电子商务实务”教材。阿里巴巴集团是较早开展跨境电商探索和实践的大型电子商务集团,在近几年的跨境业务中积累了丰富的实践经验。为了培养跨境电商人才,阿里巴巴在全国范围内推出了“百城千校,百万英才”人才培养项目。在阿里巴巴集团的支持和合作下,阿里巴巴商学院整合了互联网与电子商务行业实践案例资源,组织了针对高等教育大学层次的“实务操作型”精品教材《跨境电商基础、策略与实战》的编写,以满足市场对跨境电商电子商务高质量教材的实际需求。

全书分为10章,以跨境电子商务的业务流程为主体框架,结合跨境电子商务案例,系统全面地介绍跨境电子商务理论与实际操作,内容包括走进跨境电商、跨境电商交易流程、跨境贸易术语与报价、跨境电商物流与保险、阿里巴巴国际站操作、跨境电商综合服务平台、跨境电商网络营销手段、跨境电商平台规则与安全、跨境电商法律法规等,全书编写思路明确,内容广度和深度把握合理,理论知识体系完整,将基本覆盖目前跨境电商实际操作的各个环节。另外,本书的每一章还都配备了作者精心设计的高质量的案例分析材料和实际操作的训练题,以提升理论性课程授课的教学效果。

本书既是“百城千校,百万英才”项目培训推荐教材,适合跨境电子商务业务培训类课程,也适合作为高等学校电子商务、国际贸易、国际商务等相关专业的本、专科教材,还可供电子商务相关从业人员作为参考书参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

跨境电商基础、策略与实战 / 阿里巴巴商学院组织编写. —北京: 电子工业出版社, 2016.2
ISBN 978-7-121-28044-3

I. ①跨… II. ①阿… III. ①外贸企业—电子商务—商业经营—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第007861号

策划编辑: 张彦红

责任编辑: 林瑞和

特约编辑: 顾慧芳

印 刷: 北京天宇星印刷厂

装 订: 北京天宇星印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开 本: 787×980 1/16

印张: 27.5 字数: 616千字

版 次: 2016年2月第1版

印 次: 2016年2月第1次印刷

印 数: 4000册 定价: 59.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件到 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材

编写委员会

指 导：教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会

顾 问：	潘云鹤	中国工程院	常务副院长
	宋 玲	中国电子商务协会	理事长
	吴 燕	教育部高等教育司财经政法处	理事长
	马 云	阿里巴巴集团	董事局主席
	李 琪	西安交通大学	教授
	陈德人	浙江大学	教授
	吕延杰	北京邮电大学	教授
	陈 进	对外经济贸易大学	教授

主 任：梁春晓 阿里巴巴集团高级研究员、副总裁，阿里巴巴商学院副院长

副主任：张 佐 杭州师范大学 阿里巴巴商学院书记

章剑林 杭州师范大学 教授

委 员：（按姓氏笔划为序）

王学东	华中师范大学	教授
邓顺国	华南师范大学	教授
兰宜生	上海财经大学	教授
刘 军	北京交通大学	教授
刘 博	淘宝网淘宝大学	教授

刘业政	合肥工业大学	教授
刘震宇	厦门大学	教授
孙宝文	中央财经大学	教授
汤兵勇	东华大学	教授
宋远方	中国人民大学	教授
张 宁	北京大学	教授
张李义	武汉大学	教授
张宽海	西南财经大学	教授
李洪心	东北财经大学	教授
杨坚争	上海理工大学	教授
邵兵家	重庆大学	教授
孟卫东	重庆大学	教授
徐 青	杭州师范大学	教授
盛晓白	南京审计学院	教授
彭丽芳	厦门大学	教授
潘洪刚	杭州师范大学	博士

丛 书 序

十多年来,我国电子商务各个领域发生了巨大变化,从形式到内涵的各个方面都更加丰富和完善,在国民经济中的作用显著增强,对电子商务人才的需求越来越大,也对高等学校电子商务人才的培养工作提出了更高的要求。因此,如何面向日新月异的电子商务发展,开展各具特色的电子商务专业人才培养工作,打造新型的电子商务教材体系和系列教材,显得十分必要。

杭州师范大学阿里巴巴商学院是一所产学研相结合,充满创新创业激情的新型校企合作商学院。由教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会指导,并由该商学院组织开展的高等学校本科教学电子商务实践与创新系列教材建设工作,是一次针对产业界需求、校企合作开展电子商务人才培养工作改革的有益实践,对探索我国现代服务业和工程创新人才的培养具有积极的意义。

电子商务实践与创新系列教材建设目标是打造一套结合电子商务产业和经济社会发展需要,面向电子商务实践,体现校企合作和创新创业人才培养特点的新一代电子商务本科教学系列教材,旨在为电子商务人才培养工作服务。系列教材建设工作前期已经过半年多时间的调查和研究,形成了面向电子商务发展的新一代教材体系基本框架。该系列教材针对电子商务中的零售、贸易、服务、金融和移动商务等深浅不同的领域,对学生进行实践与创新的培训,不但吻合电子商务业界的发展现状和趋势,也属校企合作教学改革的一次实践与创新。

潘云鹤

序

一直觉得自己人生中最快乐的日子是站在讲台上当老师的那段时光。看着学生不断成长，真的是一件很有意义的事。

很多人说，良好的教育可以改变人的一生，教育对人创新能力的培养非常重要。我们国家每年有几百万名大学生毕业，但很多人走出校园却找不到工作；同时，又有很多中小企业的老板对我说，自己的企业招聘不到合适的人才。这种反差说明我们的教育发生了偏离。现在学校里灌输更多的是知识，而不是思考方式，这不是一种文化的传递。

现在很多大学开设了电子商务专业，这对阿里巴巴这样的电子商务公司来说是一件好事。阿里巴巴已成立十多年时间，这十年的时间，我们证明了一件事情，就是互联网和电子商务在中国能成功。同时，我们相信互联网和电子商务的发展将彻底改变未来，彻底影响我们的生活。我相信电子商务未来会成为国与国之间的竞争力，而不仅仅是企业的竞争力。但我觉得很多大学在培养电子商务专业人才时可能需要更加脚踏实地，更加务实，因为理论上可行的东西在实践上不一定能做到。我在阿里巴巴商学院成立仪式上说过，这是阿里巴巴在电子商务教育上的一个摸索，商学院要加强对学生的创业方面的指导、培训，中国中小企业发展需要创业者，他们更需要商学院的培训和教育。

这个世界在呼唤一个新的商业文明，我们认为新商业文明的到来、展开与完善，有赖于每一个公司、每一个人的创新实践。未来的商业人才需具备四个特质：拥有开放的心态、学会分享、具有全球化的视野、有责任感。十年以来，我们看到越来越多的年轻人加入网商行列，他们是改革开放以来最具创造能力的新一代，他们更有知识，更懂得诚信，更懂得开放。

分享和协作是互联网的价值源泉。作为一家生于杭州，长于杭州的企业，阿里巴巴乐意为电子商务未来的发展做贡献。阿里巴巴创业团队自 1995 年开始创业到现在，积累了许多经验和大量案例，阿里巴巴希望将这些案例与中国的中小企业人、创业者及学子们分享，形成教育、企业、产业及社会通力发展的模式。

阿里巴巴商学院组织编写的“新一代高等学校电子商务实践与创新系列规划教材”正是基于这一点进行策划酝酿的。这套教材融合了数以千万计网商的电子商务实践，从理论层面进行了总结升华，同时，教材编写团队中不仅有电子商务理论界的著名教授和学者，也有电子商务企业界专家，相信这套教材对高等学校电子商务教学改革将是一次很好的探索和实践。

感谢教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会给予的指导，感谢所有参加系列教材编写工作的专家、学者，以及系列教材组织编写委员会的顾问、领导和专家。我相信，这次合作不仅是一次教材编写的合作，同时也是新一代电子商务实践与创新系列规划教材建设工程的开篇，更是一次全国电子商务界精英的大联盟，衷心期待我们的老师、同学们能够从教材中吸取知识迅速成长。

马云

阿里巴巴集团

前 言

当前,跨境电子商务作为网络化的新型经济活动,正以前所未有的速度迅猛发展,已成为世界各国增强经济竞争实力,赢得全球资源配置优势的有效手段。抓住机遇,加快发展跨境电子商务,是应对全球贸易新格局、促进产业结构升级、以信息化带动工业化,以工业化促进信息化,走新型工业化道路的客观要求和必然选择。

近年来,大学本科教学以及企业培训都对高质量的“跨境电子商务实务”教材提出了极大的需求。迫切需要一套知识体系完整、理论与实践结合程度好的“跨境电子商务实务”教材。然而当前跨境电子商务类书籍很少,并且由于知识体系、编写质量、理论与实践结合程度等方面原因,都不太适合作为高校市场营销、电子商务、国际贸易等非理工类专业开设的“跨境电子商务实务”课程教材。

国内外有关研究表明,目前高校普遍采用的纯理论教学方法,在“电子商务概论”、“电子商务实务”、“电子商务管理”等理论性较强的课程中教学效果不够理想,而国内部分高校如浙江大学、清华大学、北京大学等探索采用的“案例分析+实操型”教学方法则能明显改善教学效果,也有利于培养学生对该类课程的学习兴趣。然而,目前知识体系完整、理论与实践结合程度好的“案例分析+实操型”跨境电子商务教材相对比较稀缺。

在电子工业出版社的大力支持下,阿里巴巴商学院拟整合互联网与跨境电子商务实践案例资源,组织了针对高等教育大学本科层次的“实务操作型”精品教材《跨境电商基础、策略与实战》的编写,以满足市场对跨境电子商务高质量教材的实际需求。

本书在编写过程中特别注重跨境电商理论与跨境电商实践的结合。全书编写思路明确,内容广度和深度把握合理,理论知识体系完整,将基本覆盖目前跨境电子商务实操的各个环节。本书每一章都配备作者精心设计的高质量的案例分析材料,以及实操的训练题,以提升理论性课程授课的教学效果。全书内容以跨境电子商务的业务流程为主体框架,结合跨境电子商务案例,系统全面地介绍跨境电子商务的理论与实操。内容包括走进跨境电商、跨境电

商交易流程、跨境贸易术语与报价、跨境电商物流与保险、阿里巴巴国际站操作、跨境电商综合服务平台、跨境电商网络营销手段、跨境电商平台规则与安全、跨境电商法律法规等，基本覆盖跨境电子商务实务的各个环节。

本书第1章由柯丽敏编写，第2、3章由周苹、朱定定编写，第4、5章由韩路和于昭英编写，第6、7、8章由王怀周、应丽秋编写，第9、10章由柯丽敏、傅海姣编写。全书最后由柯丽敏完成统稿工作。阿里巴巴国际事业部何董培、欧阳伍娟、胡薇参与了教材编写大纲以及知识点的梳理和规划。谈晨、宋文婧参与了资料搜集工作。

在本书编写过程中，还得到了西安交通大学李琪教授、浙江大学陈德人教授、对外经济贸易大学王健教授、阿里巴巴商学院章剑林教授、张佐书记、阿里巴巴集团高红冰总监以及浙江麦可思人力资源服务中心温少波总经理的热情鼓励和指导，在此深表感谢。

跨境电子商务方兴未艾，对跨境电子商务领域的认识还在初步积累、研究和深化之中，与此相关的很多概念和观点尚未成型或尚未达成共识，更由于作者水平有限、编写时间较短，书中的疏漏、不当之处难免，望读者不吝指正。

柯丽敏

2015年秋于杭州

目 录

第1章 走进跨境电商	1
1.1 跨境电子商务的崛起	2
1.1.1 什么是跨境电子商务	2
1.1.2 跨境电子商务与国内电子商务的区别	3
1.1.3 跨境电商发展历程	4
1.1.4 跨境电商发展规模和趋势	6
1.2 跨境电子商务与传统国际贸易	11
1.2.1 跨境电子商务与传统国际贸易模式	11
1.2.2 发展跨境电子商务的宏观意义	13
1.2.3 跨境电商给传统外贸业务带来的机会和挑战	14
1.2.4 外贸企业的电子商务应对之策	16
1.3 跨境电商的商业模式	18
1.3.1 跨境电商常见模式	18
1.3.2 典型跨境电商平台简介	19
1.3.3 跨境电商平台的选择和使用	24
1.4 跨境电商岗位和职业素养	25
1.4.1 跨境电商公司主要岗位介绍	25
1.4.2 跨境电商职业素养	32
案例分析	34
思考与实训	37

第2章 跨境电商交易流程	38
2.1 跨境电商交易流程简介	39
2.2 国际市场调研与客户开发	41
2.2.1 国际市场调研	41
2.2.2 寻找和了解客户的途径	42
2.2.3 网上商务信息发布的途径	49
2.2.4 怎样写客户开发信	50
2.2.5 怎样参加展会	54
2.3 网上交易磋商	56
2.3.1 网上交易磋商的方式	56
2.3.2 交易磋商的主要内容	57
2.3.3 网上交易磋商的基本过程	58
2.3.4 《公约》和《合同法》对电子商务方式下磋商过程的相关规定	65
2.4 询盘的分析与回复	68
2.4.1 询盘的分析	68
2.4.2 询盘的回复	72
2.5 样品的寄送	78
2.5.1 由寄样转订单	78
2.5.2 样品相关费用处理	80
2.5.3 样品跟进	81
2.6 合同的签订和履行	82
2.6.1 合同的签订	82
2.6.2 出口合同的履行	84
2.7 制单与结汇	85
2.7.1 主要的单证	85
2.7.2 交单	88
2.7.3 结汇和退税	89
案例分析	90
思考与实训	91

第3章 跨境贸易术语与报价	93
3.1 跨境贸易术语概述	94
3.1.1 贸易术语的含义	94
3.1.2 贸易术语的作用	94
3.1.3 有关贸易术语的国际惯例	95
3.2 六种主要贸易术语及其运用	97
3.2.1 FOB	97
3.2.2 CFR	100
3.2.3 CIF	101
3.2.4 FCA	103
3.2.5 CPT	104
3.2.6 CIP	106
3.3 其他几种贸易术语及其运用	108
3.3.1 EXW	108
3.3.2 FAS	108
3.3.3 DAP	109
3.3.4 DAT	110
3.3.5 DDP	111
3.4 如何选用适合的贸易术语	112
3.4.1 适合各种运输方式的贸易术语的选择	112
3.4.2 适合水上运输方式的贸易术语的选择	113
3.5 商品的报价	113
3.5.1 作价原则和方法	114
3.5.2 出口商品成本核算	116
3.5.3 价格的调整	118
3.5.4 价格的换算	120
3.5.5 报价技巧	123
3.5.6 买卖合同中的价格条款	124
案例分析	125
思考与实训	126

第4章 跨境电商物流与保险	128
4.1 跨境物流概述	129
4.1.1 跨境物流的定义	129
4.1.2 运输方式的选择	131
4.2 主要跨境物流方式	132
4.2.1 国际快递	132
4.2.2 邮政 EMS	132
4.2.3 国际专线	133
4.2.4 海洋运输	133
4.2.5 铁路运输	136
4.2.6 航空运输	139
4.3 合同中的装运条款	141
4.3.1 交付时间	141
4.3.2 交付地点	142
4.3.3 装运通知	146
4.4 跨境物流运输单据	146
4.4.1 海运提单	147
4.4.2 海运单和电子提单	149
4.4.3 铁路运输单据	150
4.4.4 航空运输单据	150
4.4.5 邮包收据	151
4.4.6 多式联运单据	151
4.5 跨境物流运输保险	152
4.5.1 国际货物运输保险的基本术语	152
4.5.2 国际货物运输保险的基本原则	153
4.5.3 货物运输保险实务	154
案例分析	156
思考与实训	159

第 5 章 跨境电商支付与结汇	160
5.1 国际货款结算方式	161
5.1.1 普通银行电汇	161
5.1.2 专业国际汇款公司	163
5.2 国际货款结算工具	171
5.2.1 汇票	171
5.2.2 本票和支票	175
5.3 结算方式的选择	176
5.3.1 信用证的当事人	176
5.3.2 信用证的格式和内容	178
5.3.3 信用证的收付程序	179
5.3.4 信用证的种类	181
5.4 结汇和退税	193
案例分析	194
思考与实训	195
第 6 章 阿里巴巴国际站操作	196
6.1 阿里巴巴国际站	197
6.1.1 国际站背景简介	197
6.1.2 阿里巴巴国际站首页功能介绍	198
6.1.3 阿里巴巴国际站账号设置	199
6.2 产品发布步骤与内容	200
6.3 增加曝光和点击率的技巧	212
6.3.1 关键词提炼	212
6.3.2 关键词和标题的组合方式	216
6.4 国际站主要营销手段	216
6.4.1 RFQ (Request for quoting)	216
6.4.2 访客营销	220
6.4.3 阿里多语言市场	225
6.4.4 P4P 直通车	228

6.5	阿里巴巴数据管家的应用	232
6.5.1	全球旺铺	232
6.5.2	我的效果	234
6.5.3	我的词	237
6.5.4	我的产品	238
6.5.5	我的子账号	241
	思考与实训	242
第7章	跨境电商综合服务平台	243
7.1	什么是“一站式外贸综合服务平台”	244
7.2	一达通平台简介	245
7.2.1	平台的价值	245
7.2.2	一达通平台业务模式	248
7.2.3	一达通外贸服务的内容	250
7.3	一达通平台业务的操作步骤	253
7.3.1	如何开通一达通平台业务	253
7.3.2	外贸基础服务流程	256
7.4	一达通金融服务业务	266
7.4.1	流水贷	266
7.4.2	信融保	268
7.4.3	赊销保	270
7.4.4	锁汇保	271
7.5	一达通物流服务	272
7.5.1	海运	273
7.5.2	国际快递	280
7.5.3	国际空运	286
	思考与实训	286
第8章	跨境电商网络营销手段	288
8.1	搜索引擎营销	289
8.1.1	搜索引擎工作原理及应用现状	289

8.1.2	搜索引擎营销模式.....	294
8.2	电子邮件营销（EDM 营销）.....	295
8.2.1	电子邮件营销的特点及使用.....	295
8.2.2	电子邮件营销的功能和流程.....	295
8.2.3	电子邮件营销实用技巧.....	297
8.2.4	EDM 营销中老外眼中的常见垃圾邮件关键词.....	301
8.3	社会化媒体营销——LinkedIn 营销.....	306
8.3.1	领英（LinkedIn）的功能.....	306
8.3.2	怎样在领英上推广.....	307
8.3.3	如何通过 LinkedIn+Google 搜索组合找到目标客户.....	312
8.3.4	一款开发美国客户的工具网站.....	318
8.3.5	如何加 LinkedIn 会员为好友.....	320
8.3.6	管理多个社交平台的 buffer 平台.....	322
8.4	社会化媒体营销——Facebook 营销.....	324
8.4.1	Facebook 账号被封锁的解救方法.....	324
8.4.2	如何通过 Facebook 找客户.....	325
8.4.3	如何通过 Facebook 为网站带来流量.....	330
8.4.4	如何在 Facebook 上做企业的推广.....	333
8.4.5	怎样挑选 Facebook 广告图片类型.....	334
8.5	社会化媒体营销——Pinterest 营销.....	337
8.5.1	Pinterest 社交网站介绍.....	337
8.5.2	Pinterest 社交网站操作步骤.....	337
8.5.3	如何借助 Pinterest 推广产品.....	338
8.5.4	如何通过 Pinterest 来引流量.....	339
8.5.5	Pinterest 群工具——Pingroupie.....	341
	案例分析.....	343
	思考与实训.....	346