



跨境电子商务系列精品教材
全国外经贸职业教育教学指导委员会规划教材



商务部十二五规划教材

总主编 王健

Kuajing Dianshishangwu Caozuo Shiwu

跨境电子商务操作实务

主编 / 陈明 许辉



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

跨境电子商务系列精品教材

商务部十二五规划教材

全国外经贸职业教育教学指导委员会规划教材

跨境电子商务操作实务

主 编 陈 明 许 辉

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电子商务操作实务 / 陈明, 许辉主编. —北京:
中国商务出版社, 2015. 8 (2016.7重印)
跨境电子商务系列精品教材 商务部十二五规划教材
全国外经贸职业教育教学指导委员会规划教材
ISBN 978-7-5103-1379-0

I. ①跨… II. ①陈…②许… 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 206358 号

跨境电子商务系列精品教材
商务部十二五规划教材
全国外经贸职业教育教学指导委员会规划教材

跨境电子商务操作实务

KUAJING DIANZI SHANGWU CAOZUO SHIWU

主编 陈明 许辉

出版: 中国商务出版社
发行: 北京中商图出版物发行有限责任公司
社址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号
邮编: 100710
电话: 010—64245686 64515140 (编辑一室)
010—64266119 (发行部)
010—64263201 (零售、邮购)
网址: <http://www.cctpress.com>
网店: <http://cctpress@taobao.com>
邮箱: cctp@cctpress.com bjys@cctpress.com
照排: 北京宝蕾元科技发展有限公司
印刷: 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司
开本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张: 11.75 字数: 210 千字
版次: 2015 年 5 月第 1 版 2016 年 7 月第 3 次印刷
书号: ISBN 978-7-5103-1379-0
定价: 35.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010-64245984

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与出版部联系。电话: 010-64248236

丛书编委会

主 任 王乃彦 吕红军
副 主 任 刘长声 钱建初
秘 书 长 陈 明 张 亮 吴小京
总 主 编 王 健
委 员 (按拼音排序)

陈 明 刁建东 董 微
戈雪梅 黄 斌 刘希全
刘志惠 许 辉 周安宁

本书编委会

主 编 陈 明 许 辉
副 主 编 陈树耀 张雪梅
参 编 金 毓 钱律伟 陈静红 操良红
李银燕 李 孟 杨丽敬 蒋轶阳

总 序

跨境电子商务最近几年非常引人注目。根据《中国电子商务发展报告》，跨境电子商务每年以不低于 30% 的增长速度发展。特别是自从阿里巴巴于 2014 年年底在美国上市，电子商务的发展更是突飞猛进。2015 年，国务院和相关部委密集出台若干政策，鼓励跨境电子商务发展，改革创新对外贸易的监管方式，不仅批准跨境电子商务试点城市，还推出新的海关监管代码，批准杭州成为跨境电子商务综合试点城市。政府监管方式创新的探索与企业转型和商业模式创新交相辉映，构成了中国对外贸易发展的新图景。

实际上，无论是企业界，还是学术界，大家对跨境电子商务的理解还存在很大的差距。正如对电子商务的理解千差万别一样，对跨境电子商务的理解更是不尽相同。也许人们已经厌烦了外贸电子商务的说法，借助于国外的“Cross - border E - commerce”一词，表达了在外贸领域创新电子商务发展的意愿。

在国外“跨境电子商务”通常被狭义理解，即跨境电子商务就是跨境网上零售，主要针对个体消费者、网上交易、网上支付。这些交易在网上进行，并不属于通常意义上的传统国际贸易。

广义理解，跨境电子商务就是外贸领域内互联网及信息技术的不同层次的应用以及所来的市场变化。这些变化，包括主体变化、手段创新、业务运作方式变化、商业模式创新等，甚至包括所带来的全球商业规则和法律环境变化。

互联网全球普及至今不到 20 年时间，这些年，全球市场发生了巨大变化，网络虚拟市场已经把人类带入了新的经济发展阶段。人类商业生态环境发生了突变。在这个变化中，有些物种适应不了生态环境变化就会被淘汰，有些物种会逐步调整来适应新的生态环境变化而继续生存下来，甚至在新的生态环境下会出现新的物种。而这些物种就是我们所说的商业模式。旧的商业模式在不断地被颠覆，新的商业模式层出不穷。

这就需要我们教学研究者不断跟随实践变化，总结这些规律，并把实践中最新发展赋予概念、理论，并传授给学生，让学生可以快速掌握最新的知识。

跨境电子商务系列教材就是在这个背景下产生的。2015年6月1日，对外经济贸易大学国际商务研究中心与阿里巴巴一同完成并发布了《跨境电子商务人才研究报告》，该研究发现目前市场上严重缺乏跨学科的复合型人才。企业普遍认为，现有学科人才培养严重脱离实践，相关专业学生对跨境电子商务领域的知识了解很不够。当然，人类进入互联网时代才刚刚开始，商业模式的创新至少还要持续10~15年时间，有关跨境电子商务的发展格局还没有完全定型，新知识、新概念层出不穷。我们还需要一个认知过程。

这次跨境电子商务系列教材的撰写是在跨境电子商务领域进行知识总结的一次探索。我们注意到以往一些跨境电子商务的书籍，有些是业内人士从实践和操作角度写的操作手册，或者是经验介绍，有些则把跨境电子商务仅仅理解为跨境网络零售，大量地介绍如何进行网上开店等。而本系列教材试图全面介绍在国际贸易领域电子商务的发展以及所带来的运作方式、商业模式的变化，既要反映跨境网络零售的实践发展，又要反映在外贸B2B领域的电子商务的发展。我们认为，跨境电子商务的发展、跨境网络零售会是国际贸易长期的一个补充，各种围绕B2B跨境电子商务的发展有不可估量的潜力，而目前发展格局已经初露端倪，我们在教材撰写的时候已经考虑了这些发展实践和发展趋势。

由此可以看出，尽管理论和知识总结落后于实践，但是对现有实践的总结和提升会为各方读者提供一个全面看待跨境电子商务的视角。

鉴于教材编写教师所处领域不同，视角不同，我们努力把握一致的方向，但是也难以对跨境电子商务这一新生事物认识不够深入。错漏之处，敬请读者批评指正。

王 健 教 授

对外经济贸易大学国际商务研究中心主任
全国国际贸易实务研究会学术委员会主任

2015年8月

前 言

随着网络经济和电子信息技术的快速发展，跨境电子商务在国际贸易中的地位和作用日益凸显，“跨境购”正逐渐成为国内消费者的“新宠”。

2013年我国跨境电子商务增速在30%以上，而同期外贸总体增速仅为7.6%，显示了跨境电商巨大的发展潜力。跨境零售电商让广大外贸企业把销售圈放眼全球，并在以巴西、以色列、阿根廷为代表的新兴市场取得了显著增长。2013年，美国、英国、德国、澳大利亚和巴西五大跨境电子商务市场对我国商品的网购需求已达679亿元。同时，进口跨境电商的发展值得关注，2013年中国海外代购交易规模达到了98.27亿美元，与2012年同期的74.87亿美元相比增长了31.3%。跨境零售电商的井喷式发展，让广大的中小外贸企业看到了新的希望，将对我国外贸转型升级发挥重要的促进作用。

当今高校也在积极学习跨境电商方面的知识，但是跨境电商实务方面的还未有一套系统的教材，本书正是在这种背景下编写出版的。本书有几个特点：一是内容新，跨境电商很多都是新兴的知识和技术，本书的内容是编委会在对有关企业进行了大量调研的基础上写作而成。二是偏重技能操作，具体很强的操作性。面对的读者主要是外贸和跨境电商的从业者，内容涉及了跨境电商出口和进口的具体操作和政策方面的问题。

浙江工商职业技术学院陈明教授、许辉老师任本书主编并负责全书统稿，汕头市外语外贸职业技术学校陈树耀老师、山东外贸职业学院张雪梅老师任副主编。全书共分9章，其中第一章由浙江工商职业技术学院金毓老师执笔，第二章由钱律伟老师执笔，第三章由汕头市外语外贸职业技术学校陈树耀、李孟老师共同执笔，第四章由浙江工商职业技术学院陈静红老师执笔，第五章由咸宁职业技术学院操良红老师执笔，第六章由许辉老师执笔，第七章由宁波大红鹰学院李银燕老师执笔，第八章由陈明教

授与许辉老师共同执笔，蒋轶阳老师提供了部分资料，第九章由山东外贸职业学院张雪梅老师执笔，杨丽敬老师提供了部分资料。

本书在编写过程中得到了敦煌网、宁波信儒电子商务公司谭燕经理、南京世格软件公司的大力帮助，对此我们深表感谢！本书在中国商务出版社吴小京、张高平两位编辑的大力帮助下得以顺利完成，一并感谢！

希望本书的出版，对各类进出口企业和跨境电商从业人员在进行跨境电商业务时有一定的参考作用。由于时间紧迫、能力有限，本书难免有不足之处，欢迎广大读者批评指正，以便不断改进和完善。

编者
2015年8月

目 录

第 1 章 跨境电子商务概述	1
1.1 跨境电子商务的定义	1
1.2 跨境电子商务的分类	2
1.3 跨境电子商务的参与主体与行业发展现状	4
1.4 跨境电子商务监管与政策支撑体系	17
1.5 中国跨境电子商务发展面临的挑战	23
第 2 章 建立网店的基本操作	26
2.1 速卖通店铺注册	26
2.2 eBay 店铺注册	29
2.3 亚马逊店铺注册	32
第 3 章 跨境电子商务支付	34
3.1 第三方支付方式的付款流程	34
3.2 常用的国际第三方支付工具	36
3.3 收款账户及认证	42
3.4 创建、绑定和修改支付宝账户	43

3.5	查询银行的 Swift Code	45
3.6	创建美元收款账户	46
3.7	提取收款	48
第4章	国际物流与运费模板设置	50
4.1	国际物流的主要方式	50
4.2	跨境电子商务不同国际物流方式的比较及选择	67
4.3	运费模板设置	72
第5章	选品与产品价格核算	81
5.1	跨境电子商务产品的选择	81
5.2	选品的考量及注意事项	85
5.3	商品价格核算	89
5.4	折扣与利润率	93
第6章	产品发布与优化	95
6.1	产品发布流程	95
6.2	标题、关键词的拟定	101
6.3	主图的制作与选择	103
6.4	商品详情描述	104
6.5	产品信息优化	109
第7章	店铺营销与平台活动	112
7.1	店铺自主营销	112
7.2	免费营销工具	114
7.3	付费营销工具	121
7.4	平台活动	124
7.5	SNS 营销	126

第8章 发货与纠纷处理	129
8.1 发货流程	129
8.2 客户服务	133
8.3 中差评的原因分析与处理	135
8.4 跨境电子商务业务纠纷类型	138
8.5 纠纷提交和协商流程	144
8.6 纠纷的应对	149
第9章 跨境电子商务进口	155
9.1 跨境电子商务进口交易前的准备	155
9.2 跨境电子商务进口交易的流程	165
后记	174

第1章 跨境电子商务概述

学习目标

通过本章学习，学生应了解跨境电子商务的含义、分类，清楚跨境电子商务行业的发展现状与存在问题，并且要掌握今后的发展趋势。

重点难点

本章重点难点是了解跨境电子商务行业的发展趋势，以及国家对跨境电子商务行业的监管体系与政策支持体系。

电子商务是近年来在全球范围内兴起的一种新型商务模式，它依托 Internet（互联网）、Intranet（企业内部网）、Extranet（企业外部网），将商业过程各环节在信息技术系统上进行连接，彻底改变了传统的业务运作方式。它在国际贸易实践中的不断应用，引起了国际贸易方式的创新。这场国际贸易领域内的创新就是今天大家口中常说的跨境电子商务。

1.1 跨境电子商务的定义

跨境电子商务，简称跨境电商，其概念有广义和狭义之分。广义的跨境电商，指的是分属不同关境的交易主体，通过电子商务的方式完成进出口贸易中的展示、洽谈和交易环节，并通过跨境物流送达商品、完成交割的一种国际商业活动。

从狭义上看，跨境电商基本等同于跨境零售，指的是分属于不同关境的交易主体，借助计算机网络达成交易、进行支付结算，并采用快件、小包等方式，通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程。国际上对跨境电商的流行叫法——Cross - border E - commerce——其实指的就是跨境零售。然而，由于现实中对小型商家用户与个人消

费者进行明确区分界定的难度较大，所以跨境零售交易主体中往往还包含了一部分碎片化小额买卖的商家用户。

与传统国际贸易相比，跨境电子商务依托于互联网技术而存在，在物流方式、交易流程、结算方式等方面都大不相同（见图1-1）。一方面，跨境电子商务让传统贸易实现了电子化、数字化和网络化，无论是订购，还是支付环节，都可以经由互联网完成，甚至数字化产品的交付都可以通过网络完成。在跨境电子商务交易过程中，运输单据、交易合同以及各种票据都是以电子文件的形式存在。因此，跨境电子商务贸易实际上是包含货物的电子贸易、在线数据传递、电子资金划拨、电子货运单证等多环节与内容的一种新型国际贸易方式。另一方面，由于信息在互联网上流动的便捷和快速，跨境电子商务使得国际贸易卖方可以直接面对来自不同国家的消费者，因而最大限度地减少了传统贸易所必须涉及的交易环节和消除了供需双方之间的信息不对称。这也是跨境电子商务最大的优势所在。

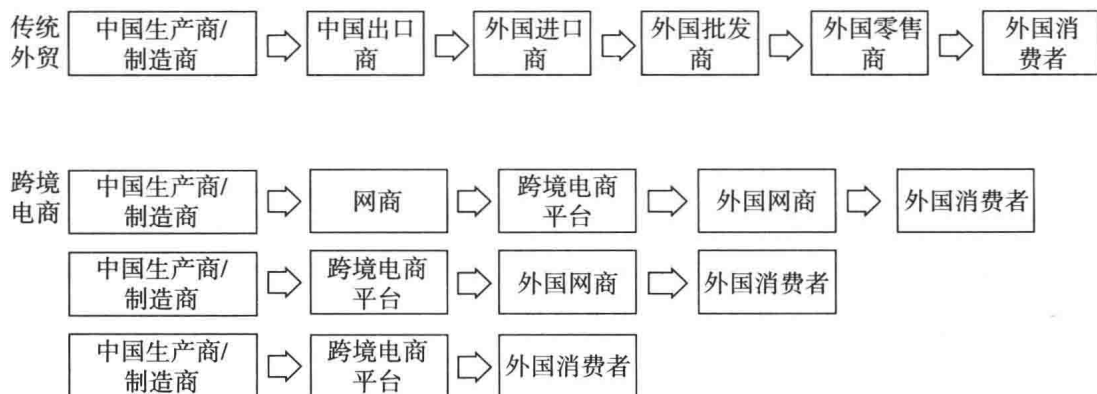


图 1-1 跨境电子商务与传统外贸流通环节的比较

1.2 跨境电子商务的分类

1.2.1 按商品流向分类

按商品的流向分类，跨境电子商务可以分为出口跨境电子商务和进口跨境电子商务。

出口跨境电子商务，又称出境电子商务，是指将本国生产或加工的商品通过电子商务平台达成交易、收取货款，并通过跨境物流运送商品、输往国外市场的一种国际商业活动。

进口跨境电子商务, 又称入境电子商务, 是指将外国商品通过电子商务平台达成交易、支付货款, 并通过跨境物流运送商品、输入本国市场的一种国际商业活动。

1.2.2 按商业模式分类

按商业模式分类, 跨境电子商务主要有 B2B、B2C 和 C2C 三种模式。

B2B 跨境电商, 即 Business to Business, 又称在线批发, 是外贸企业间通过互联网进行产品、服务及信息交换的一种商业模式。B2B 跨境电商企业面对的最终客户为企业或企业集团。目前, 在中国跨境电商市场交易规模中, B2B 跨境电商市场交易规模占总交易规模的 90% 以上, 代表企业主要有敦煌网、中国制造、阿里巴巴国际站和环球资源网等。

B2C 跨境电商和 C2C 跨境电商统称在线零售。B2C, 即 Business to Consumer, 是跨境电商企业针对面对个人消费者开展的网上零售活动。目前, B2C 类跨境电商在中国整体跨境电商市场交易规模中的占比不断升高, 代表企业主要有速卖通、兰亭集势、米兰网、大龙网等。

C2C 跨境电商, 即 Consumer to Consumer, 是从事外贸活动的个人对国外个人消费者进行的网络零售商业活动。目前, 我国的跨境电商出口以 B2B 和 B2C 为主, 进口以 B2C 为主。

除上述三种之外, F2C 跨境电商也日渐兴起, 它指的是 Factory to Consumer, 即从工厂到消费者。F2C 模式直接把出自加工厂的产品送到消费者手中, 可以理解为工厂借助于网络平台进行的产品直销。F2C 使消费者在线向工厂下订单成为可能, 是 B2C 模式的升级版。F2C 最大的优势就是强有力的线下产业支撑、有效的全程品控、快速的市场反应, 这是 B2C 跨境电商无法抗衡的。

1.2.3 按运营方式分类

按运营方式分类, 现阶段跨境电子商务主要有两种类型: 平台运营跨境电商和自建网站运营跨境电商。平台运营跨境电商, 是指从事跨境电商的交易主体在亚马逊、eBay 等诸多电商平台上开设网店从事外贸业务活动; 自建网站运营跨境电商, 如兰亭集势、环球易购等, 是企业自建网站上从事相关外贸业务活动, 其中兰亭集势属综合类跨境电商企业, 环球易购和 DX 属垂直类电商企业。

从长期发展趋势看, 平台运营跨境电商和自建网站运营跨境电商两种模式的融合度日益增强。在跨境电商平台开设网店的企业做到一定规模后, 由于无法从平台获取

客户数据，往往选择自建网站；一些做独立网站的跨境电商企业同样也会选择在类似亚马逊和 eBay 这样流量大的平台上开设店铺，如环球易购。

由于资金和营销推广能力等诸多因素限制，入驻平台往往是中国企业介入跨境电子商务业务的第一选择，其中，亚马逊、eBay 和全球速卖通是可供选择的主要平台。中国的跨境电商企业集中分布在上海、广州、深圳和杭州等城市。服装、电子和家居是它们切入的主要细分市场。代表企业除上面提及的一些企业，还包括：3C 电子产品销售商湖南海翼电子商务有限公司（ANKER）、中国本土品牌智能手机及周边产品的自建电商 Antelife、义乌外贸饰品零售网店 Gofavor 和遥控飞机出口网店 Hobby - Wing 等。这些企业中，跨境电商年销售额过亿的大约有 80 家^①。

1.3 跨境电子商务的参与主体与行业发展现状

1.3.1 跨境电子商务的参与主体

1. 传统外贸企业

中国多年的外向型经济造就了成千上万的外贸企业，由于电子商务的盛行，一些企业开始利用互联网发布信息，多以出口为主，这就是跨境电子商务的雏形。如今，越来越多的外贸企业开始规模化、专业化运作网上业务，甚至抛弃线下，成为跨境电商行业中数目最为庞大的参与主体，代表企业有兰亭集势和唯品会等。

2. 物流货代企业

物流货代企业过去多数服务于一般进出口贸易企业，它们拥有运输、仓储、报关报检等业务的资源和经验，如今把服务范围拓展到跨境电商行业，成为跨境电商业务的参与主体，代表企业有外运发展和华贸物流等。

3. 电子商务企业

中国的电商巨头坐拥庞大的资源优势，当它们把平台受众拓展到海外，且国外商品成为平台的重要一环时，也就完成了从国内电商到跨境电商的华丽转身，代表企业有阿里国际、速卖通和一达通等。

4. 金融企业

不同货币的国际支付和结算是跨境电商中最关键的问题和难点之一，因此，银行

^① 数据来源：中信证券。

等金融企业也被动地进入这一行业。另外，支付平台企业看好跨境电商高速发展，往往会主动开展与跨境电商业务相匹配的支付服务，如在海外电商平台上开通自己的支付接口等，代表企业有支付宝。

从跨境电商的价值链来看，以上参与主体可以划分为两类：平台或自营电商企业和跨境电商第三方服务企业。（见图 1-2、图 1-3）



图 1-2 跨境电子商务企业



图 1-3 跨境电子商务第三方服务企业

1.3.2 跨境电子商务行业发展现状

1. 总体情况

中国的跨境电子商务最早源于深圳和广州，一些企业通过 ebay 的中国香港站、美国站和德国站等开设店铺，主要销售消费电子类产品，如 MP3、MP4、车载的导航仪、耳机、数据线、摄像头等，虽然单价不高，但利润较高。从 2005—2008 年，跨境电商市场成交额几乎增长了近百倍。2008 年国际金融危机，世界经济疲软，出口电商遭受打击。2010 年后，

在国家密集出台政策扶持下，中国的跨境电商迅速发展，交易规模不断扩大，跨境电商产业进入高速成长期。据商务部发布的统计数据显示，2013年中国跨境电商市场交易额约3.1万亿人民币，占进出口总额的12.1%。2008—2013年年复合增长率达到31.1%。目前，我国跨境电商平台企业超过5000家，境内通过各类平台开展跨境电子商务的企业已超过20万家。在众多国内国际跨境交易平台中，eBay、速卖通、亚马逊、敦煌网这四家的市场份额占到80%以上。预计我国跨境电商交易额2016年将达到6.5万亿元，2017年将达到8.0万亿元。（见图1-4、图1-5）

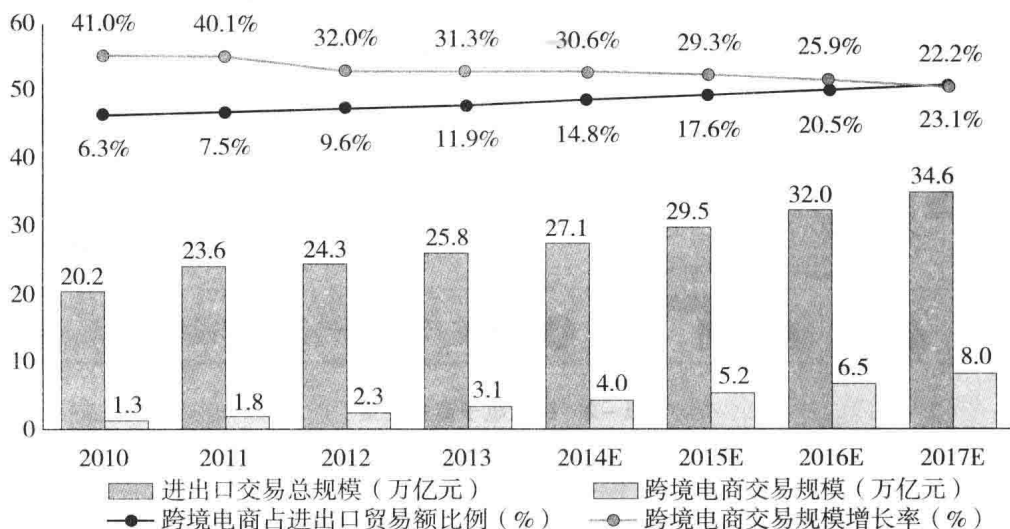


图1-4 2010—2017年中国进出口贸易及跨境电子商务交易规模

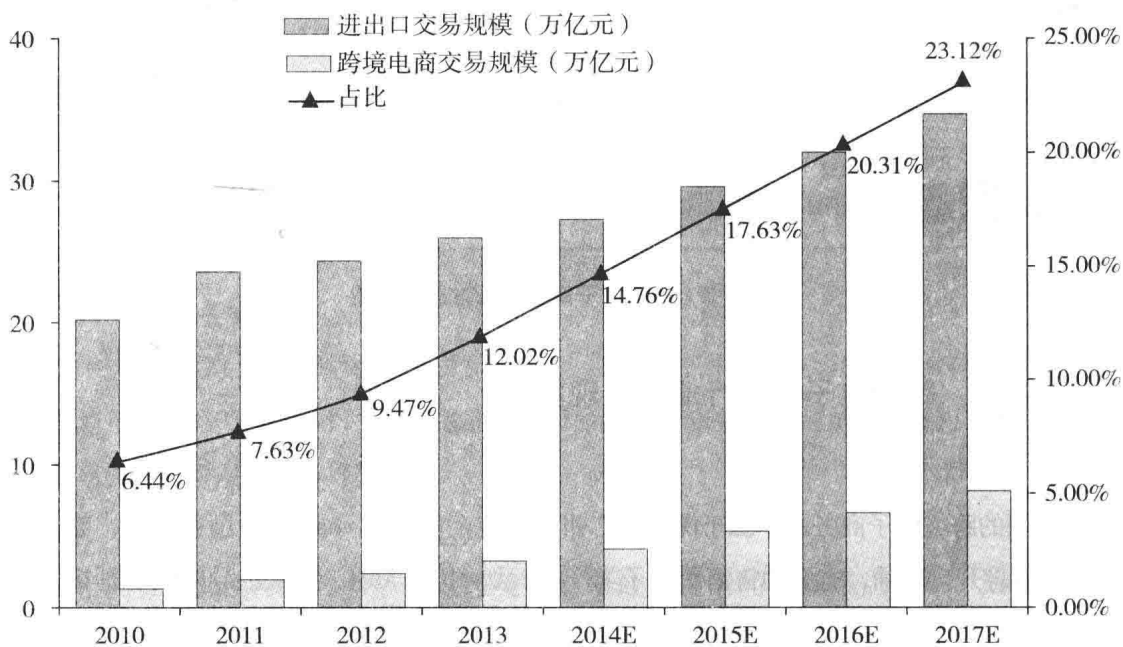


图1-5 预计2017年跨境电子商务占我国进出口贸易总额的20%