



◎ 高等院校经济与管理核心课经典系列教材 ◎

▶ 国际经济与贸易专业

跨境电子商务理论与实务

KUAJING DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIWU

主 编 ◎ 于立新

副主编 ◎ 陈晓琴

陈 原

陈秀玲

首都经济贸易大学出版社

Capital University of Economics and Business Press



◎ 高等院校经济与管理核心课经典系列教材 ◎

国际经济与贸易专业

跨境电子商务理论与实务

KUAJING DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIWU

主 编 ◎ 于立新

副主编 ◎ 陈晓琴

陈 原

陈秀玲



首都经济贸易大学出版社

Capital University of Economics and Business Press

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

跨境电子商务理论与实务/于立新主编. —北京:首都经济贸易大学出版社, 2017. 3

ISBN 978 - 7 - 5638 - 2606 - 3

I. ①跨… II. ①于… III. ①电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 023324 号

跨境电子商务理论与实务

主 编 于立新

副主编 陈晓琴 陈 原 陈秀玲

责任编辑 田玉春

封面设计  视祥志远·激光照排
TEL: 010-65976003

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京京华虎彩印刷有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 387 千字

印 张 22

版 次 2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5638 - 2606 - 3/F · 1454

定 价 38.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

前 言

中国跨境电子商务发展已有十余年历史,呈爆发式增长则始于2012年,我国政府高度关注作为市场与数字经济的产物和新兴国际服务贸易业态——跨境电子商务,并连续出台一系列国家扶持政策予以支持。2015年3月设立了杭州跨境电子商务综合试验区,目前试点经验已在全国范围推广,其间曾经有上海、深圳、宁波、重庆等城市依据自身发展优势,纷纷加入跨境电子商务先行先试的行列中。从理论上说,跨境电子商务是世界贸易组织(WTO)划分十二大类服务贸易中,计算机信息服务和分销服务两类别跨界融合发展所产生的服务贸易新业态。税收优惠政策是一项最为积极的扶持新业态、鼓励发展的得力政策措施。在可预见的未来,我国跨境电子商务的发展将越来越规范,在保持国际领先发展水平的基础上,充分发挥在未来新一轮数字贸易国际竞争中的优势作用,带动我国经济保持中高速发展。

中国跨境电子商务交易规模在2013年突破了3.1万亿元,在2014年达到4.2万亿元,年增长幅度超过30%,发展增速远远超过同期外贸的增长速度。特别是2014年,跨境电子商务交易总额在进出口贸易总额中所占比重超过10%。2015年,跨境电子商务交易规模为5.4万亿元,同比增长29%。据

商务部统计,2016年中国跨境电子商务进出口贸易额将达6.5万亿元,到2020年跨境电子商务占中国进出口贸易比例将会提高到20%,年增长率将超过35%。实践表明,经过改革和创新,我国将会在未来逐步发展成为引领全球跨境电子商务发展的领跑者和排头兵。

目前,我国跨境电子商务所拓展的国际目标市场比较广泛,既具有需求旺盛同时域内跨境电子商务交易氛围浓厚的发达国家,如美国、英国、德国、澳大利亚、日本、韩国等。也有因其不断成长的需求,正在寻求机会促进跨境电子商务发展的部分发展中国家,例如“金砖国家”的俄罗斯、巴西、印度等。一些国家的本土电商企业并不发达,无法满足本国消费者的网上购物需求,而中国制造的产品物美价廉,在这些国家的市场上更具有竞争优势,成为我国发展跨境电子商务的又一大推动力。此外,全球大量电商企业也在拓展亚太新兴经济体市场,人口众多、海外购物需求旺盛的中国,正在凭借这一巨大的消费潜力吸引着eBay、亚马逊、乐天等电商平台巨头纷纷进入这一新兴市场。

当前,我国的跨境电子商务正处在快速成长期,改革创新举措的陆续出台会使其发展更具有规范性。未来我国跨境电子商务将更加注重“互联网+分销”模式的培育、跨境电子商务信用体系的建立、物流服务的高效化与专业化,同时也会创建更多的为中小型企业服务的外贸综合服务平台,大力发挥行业协会的引导作用。

跨境电商飞速发展的同时也催生了海关监管、跨境支付、国际物流、网络安全等一系列问题,当前制约跨境电商发展的最核心问题仍旧是人才问题。2015年6月,阿里研究院《中国跨境电商人才研究报告》显示,85.9%的企业认为跨境电商人才缺口问题严重。据测算,当前我国存在100万至200万的跨

境电子商务人才的缺口。跨境电子商务专业人才的严重短缺,是限制我国跨境电子商务行业发展的最关键因素。随着跨境电子商务行业的不断发展,企业对跨境电子商务人才的需求不断增加。一般认为企业招聘跨境电子商务人才时,更多倾向于国际贸易和电子信息、外语等相关专业的大学生。问卷调查显示,70%的企业选择跨境电商人才倾向于国贸专业,53%的企业认为缺少本科层次跨境电商人才。当前跨境电商人才需求与供给严重不平衡:一方面,跨境电商企业保持高速增长态势,对人才的需求已成为制约产业发展的瓶颈;另一方面,高校国际贸易、电子商务等专业毕业生却面临就业难的现实。兼具国际贸易和电子信息特征的跨境电子商务企业对人才的综合性需求较强,单一专业无法满足企业对复合型人才的需求,跨境电子商务作为国际贸易、计算机、信息、外语等专业交叉学科的复合型人才培养模式,能够较好地填补这一人才培养空白。

严峻的人才市场需求变化现实向我国高等财经类院校国际贸易专业人才培养模式提出了挑战,我们唯有立足国情,审时度势,顺应“互联网+分销”时代发展潮流,加快教学改革步伐,勇立世界数字经济发展潮头,才能不辱使命,为我国开放型经济发展源源不断地培育出一批又一批新型国际贸易新业态的专业人才。

目前国内关于跨境电子商务的教材并不多见,一般多偏重于实务,专业知识框架体系完整、理论与实践结合程度较好的跨境电子商务教材相对较少。本书编写历时两年多,主要增强了其理论性,是一部较为完整、系统地介绍跨境电子商务基础理论和实务操作基本知识的可供本科学生使用的教材,不仅涵盖跨境电子商务相关理论、政策、统计、平台等基本理论知识,同时还介绍了跨境电子商务网络营销、物流、通关等实务操作业务。本书基础理论知识系统完整、专业知识通俗易懂,又不

失集学科性专业基础教材的前瞻性、指导性及可操作性。

本教材还有一大特点,增加了创业篇的内容,吸收本科学生参与教改的意见,透过学生的视角来对教材进行适当的修改与调整,使得教材更贴合学生的学习实际与兴趣,提高了教材的实用性,帮助学生学习到更多与跨境电子商务实际操作相关的环节,例如平台基础操作及规则、营销与数据分析、视觉美工以及物流与支付等,为学生将来在这一领域的创新和创业打下坚实的实用技能基础。

教材编写负责人于立新教授与武夷学院商学院沈慧芳常务副院长、梁丽萍教研室主任带领院系部分老师与学生 2014 ~ 2015 年先后前往上海自贸区、中国(杭州)跨境电子商务综合试验区、杭州师范大学阿里巴巴商学院和经济管理学院以及杭州、义乌工商职业技术学院调研,并对当地义乌小商品国际商贸城的电商企业进行实地考察,了解最新的跨境电子商务的发展现状,根据企业对人才培养的需求,有方向性、针对性地进行教材编写工作。于立新教授和武夷学院陈晓琴、杨飞飞老师结合跨境电子商务的教学实际设计了本教材的整体理论框架和基本思路,于立新教授和陈晓琴老师对全书进行了认真的统稿、审校和修订工作。广东工业大学经济与贸易学院副院长陈原教授参与设计了本教材的整体理论框架和基本思路,并结合我国跨境电商最活跃的地区之一——广东珠三角地区跨境电商发展的典型案例进行了修订。广东工业大学经济与贸易学院的李军博士、管理学院的雷霆老师对全书进行了认真细致的校对。本教材编写得到了武夷学院历任领导李宝银、吴承祯、陈金瑞的大力支持,得到学院科研处、人事处、财务处各职能部门领导的热情帮助,商学院沈慧芳常务副院长、赵健全书记、袁宇副院长给予真诚鼓励,在此谨向为本教材做出睿智决策及鼎力相助的各级领导表示衷心感谢。感谢陈荣冰教授对本教材

出版的关心。

本教材编写分工如下:第一章,于立新、杨飞飞、蒋敏敏执笔;第二章,陈秀玲、李军执笔;第三章陈晓琴、王怀军执笔;第四章,彭华、李军执笔;第五章,于立新、缪志春、陈晓琴执笔;第六章,丘甜、陈原执笔;第七章,陈原、杨飞飞、王东方执笔;第八、十三、十四、十五章,陈秀玲、陈晓琴执笔;第九章,李保国、郭向东、陈原执笔;第十章,梁丽萍、陈晓琴执笔;第十一章,王东方、陈晓琴执笔;第十二章,陈秀玲、陈原执笔。教材编写过程中,参与跨境电商教改的学生团队蒋敏敏、翟明鑫、谢燕婷、陈庆旺、张璇等人从学生视角提出了一些可行性的修改意见。

本书在编写过程中参考了相关的教材、论文、期刊以及众多网站,在此表示衷心的感谢。由于跨境电子商务为新兴业态,很多相关的概念和观点尚未成型或尚未达成共识,更由于编者能力有限,书中难免存在缺漏,烦请读者指出不足之处,以便修改和完善。

于立新
2017年1月

目 录

第一篇 跨境电子商务理论基础

第一章	跨境电子商务基础	3
第一节	跨境电子商务的概念	3
第二节	跨境电子商务的模式	10
第三节	中国跨境电子商务的兴起	16
	复习思考题	23
	参考文献	23
第二章	国内外跨境电子商务的发展	25
第一节	全球电子商务发展现状及特点	25
第二节	中国电子商务发展现状及特点	28
第三节	中国跨境电子商务发展现状及特点	34
	复习思考题	46
	参考文献	46
第三章	跨境电子商务理论	47
第一节	国际服务贸易与跨境电子商务	47

第二节 数字经济理论与跨境电子商务	54
第三节 流通经济学理论与跨境电子商务	60
复习思考题	64
参考文献	64

第二篇 跨境电子商务环境、政策与统计

第四章 跨境电子商务环境 69

第一节 跨境电子商务市场经济环境	69
第二节 跨境电子商务法律政策环境	73
第三节 跨境电子商务信息技术环境	78
第四节 跨境电子商务社会人文环境	81
复习思考题	85
参考文献	85

第五章 跨境电子商务法规与政策 86

第一节 跨境电子商务政策法规发展概况	86
第二节 促进跨境电子商务发展的政策法规	89
第三节 跨境电子商务监管政策法规	95
第四节 跨境电子商务支付结算政策法规	104
复习思考题	111
参考文献	111

第六章 跨境电子商务统计 113

第一节 跨境电子商务统计概述	113
第二节 跨境电子商务数据	117
第三节 统计分析应用案例:中国跨境电子商务战略	129
复习思考题	136
参考文献	137

第三篇 跨境电子商务实务

第七章 跨境电子商务平台 141

第一节 跨境贸易电子商务平台	141
第二节 跨境电子商务交易平台	149
第三节 跨境支付平台	154
第四节 跨境电子商务综合型服务平台	160
复习思考题	163
参考文献	164

第八章 跨境电子商务网络营销 165

第一节 跨境电子商务网络营销策略	165
第二节 跨境电子商务网络营销技术应用	176
第三节 跨境移动电子商务	191
复习思考题	197
参考文献	197

第九章 跨境电子商务客户关系管理 199

第一节 客户关系管理概述	199
第二节 跨境电子商务客户关系管理	205
第三节 跨境电子商务和数据挖掘	211
复习思考题	218
参考文献	218

第十章 跨境电子商务与通关 220

第一节 跨境电子商务通关概述	220
第二节 跨境电子商务通关实务	223
第三节 跨境电子商务通关体制的改革	230

复习思考题	236
参考文献	236

第十一章 跨境电子商务与物流 238

第一节 跨境电子商务物流概述	238
第二节 跨境电子商务物流方式	242
复习思考题	250
参考文献	251

第四篇 跨境电子商务创业篇

第十二章 跨境电子商务平台基础操作及规则——以速卖通为例 255

第一节 速卖通简介	255
第二节 速卖通平台基础操作	257
第三节 速卖通平台基本规则	271
课后训练	283
参考文献	283

第十三章 跨境电子商务营销、数据分析与客户服务——以速卖通为例 284

第一节 速卖通营销	284
第二节 速卖通数据分析	287
第三节 速卖通客户服务	293
课后训练	301
参考文献	301

第十四章 跨境电子商务视觉美工——以速卖通为例 302

第一节 速卖通视觉营销	302
第二节 速卖通文案策划	304
第三节 速卖通店铺装修基础操作	305

第四节 点爆广告图	312
课后训练	317
参考文献	317

第十五章	跨境电子商务跨境物流与支付——以速卖通为例	318
-------------	------------------------------	------------

第一节 速卖通跨境物流	318
第二节 速卖通跨境支付	324
课后训练	336
参考文献	336

第一篇

跨境电子商务理论基础

通过本章的学习,掌握跨境电子商务相关的基本概念,包括电子商务与跨境电商概念、不同的跨境电子商务的模式,以及跨境电子商务在中国的起源与发展状况,从而对跨境电子商务有基本的认识。

第一节 跨境电子商务的概念

一、电子商务与跨境电子商务的概念

(一) 电子商务的概念

世界商界领袖比尔·盖茨和马云都曾说过,“21世纪,要么电子商务,要么无商可务”,电子商务的狂潮正在全面勾画我们这个时代的传奇。电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在因特网开放的网络环境下,基于浏览器或服务器应用方式,买卖双方不谋面地进行各种商贸活动,实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

世界贸易组织(WTO)在其发布的电子商务专题报告中,定义电子商务为:通过电信网络进行的广告、销售和分销活动。

《中国电子商务蓝皮书》中对电子商务的定义是:通过 Internet 完成的商务交易。交易的内容可分为商品与服务交易,交易是指货币和商品的易位,交易要有信息流、资金流和现代物流的支持。

电子商务的前提条件就是信息化、数据化,信息的采集、加工和处理及信息内容的合理、准确是电子商务发展推广应用的根基。《大数据时代》中提到:“人类从依靠自身判断做决定到依靠数据做决定的改变,也是大数据做出的大贡献之一。”^①

人是电子商务的核心。第一,电子商务是一个社会系统,社会系统的中心必然是人;第二,商务系统实际上是由围绕商品交易的各方面代表和各方面利益的人所组成的关系网;第三,在电子商务活动中,虽然我们时常强调工具的作用,但归根结底起关键作用的是人。由于电子商务是现代信息技术与现代商务的有机结合,因此,一个国家、一个地区能否培养出一大批能够掌握运用电子商务理论与实际操作技术的复合型人才,就成为该国、该地区发展电子商务的关键因素。

近年来中国的电子商务呈现井喷式发展,在“互联网+”趋势之下,电子商务这一新发动机将使中国的经济再次腾飞。在江苏省有这样一个村镇——沙集镇,地处苏北睢宁县盐碱地,人均 GDP 位列江苏省倒数第四,无矿产、能源等自然资源,也无家具加工传统,原来主要从事垃圾回收。2006 年该镇东风村的年轻人孙寒从县移动公司辞职,开办了第一家从事拼装家具的网络销售及加工的店铺。沙集从无到有,2012 年,该镇有农民网商 3 000 多人、2 051 家网店,2014 年销售额达 15 亿元,创造了我国经济发展落后地区脱贫致富的奇迹。

表 1-1 和表 1-2 说明了近年来电子商务蓬勃发展的良好势头。

表 1-1 2008~2014 年中国电子商务交易额和网络购物总额 单位:万亿元

年份	电子商务交易额	网络购物总额
2008	3.1	0.1257
2009	3.8	0.2586
2010	4.5	0.5131
2011	6.0	0.8
2012	8.01	1.32
2013	10.3	1.85
2014	13	2.8
2015	18.3	3.8

资料来源:艾瑞网(i research.cn)。

① 维克托·迈尔·舍恩伯格. 大数据时代[M]. 杭州:浙江人民出版社,2012.