



福建省社会科学普及出版资助项目

跨境电子商务知识

黄建平 陈忠 / 编著

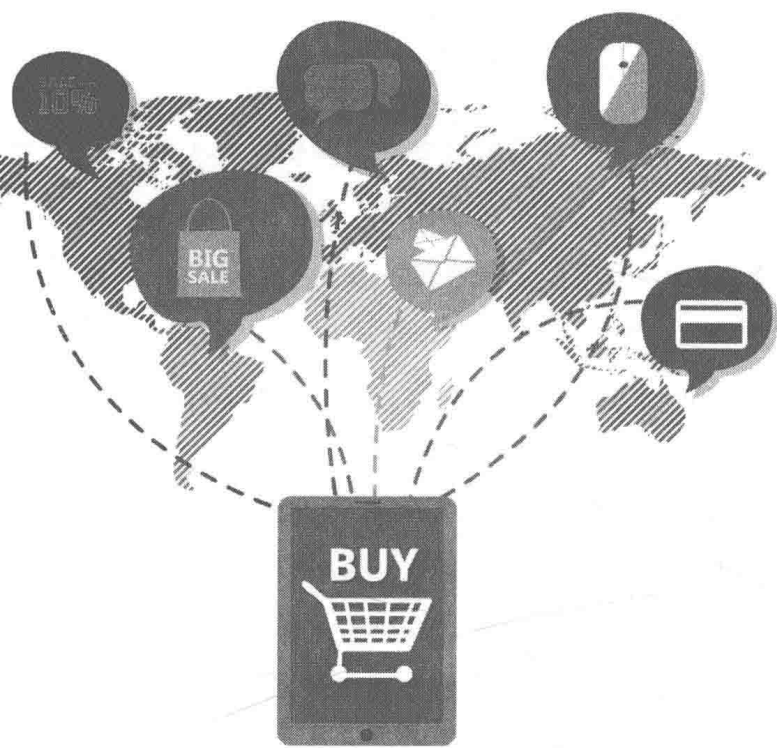


跨境电子商务作为新兴业态在全球范围内异军突起，市场交易规模高速增长，市场潜力巨大。在传统外贸年均增长不足10%的背景下，我国跨境电子商务却连续保持30%以上的增速，已成为外贸增长新引擎，各地竞相发展跨境电子商务。



跨境电子商务知识

黄建平 陈忠 / 编著



图书在版编目(CIP)数据

跨境电子商务知识/黄建平,陈忠编著. —福州:
海峡文艺出版社,2018.8

ISBN 978-7-5550-1299-3

I. ①跨… II. ①黄…②陈… III. ①电子商
务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 262863 号

跨境电子商务知识

黄建平 陈 忠 编著

出 版 人 林玉平

责任编辑 何 莉

出版发行 海峡文艺出版社

经 销 福建新华发行(集团)有限责任公司

社 址 福州市东水路 76 号 14 层 邮 编 350001

发 行 部 0591-83779150

印 刷 福建新华印刷有限责任公司 邮 编 350011

厂 址 福州市福新中路 42 号

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 100 千字

印 张 7.5

版 次 2018 年 8 月第 1 版

印 次 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5550-1299-3

定 价 25.00 元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换

福建省社会科学普及出版资助项目

(2017 年度)

编委会

主任：林蔚芬

副主任：缪建萍 游炎灿

委员：李道兴 杨文飞 李培娟

福建省社会科学普及出版资助项目说明

福建省社会科学普及出版资助项目由福建省社会科学界联合会策划组织和资助出版，是面向社会公开征集、统一组织出版的大型社会科学普及读物，旨在充分调动社会各界参与社会科学普及的积极性、创造性，推动社会科学普及社会化、大众化，为社会提供更多更好的社会科学普及优秀作品。

序 言

近年来，跨境电子商务作为新兴业态在全球范围内异军突起，市场交易规模高速增长，市场潜力巨大。在传统外贸年均增长不足10%的背景下，我国跨境电子商务却连续保持30%以上的增速，已成为外贸增长新引擎，各地竞相发展跨境电子商务。目前，我国跨境电子商务出口试点基本放开，进口试点包含上海、重庆、杭州、宁波、郑州、广州、深圳和天津等10个城市，各地竞相建设产业园区，出台鼓励政策，全国掀起一波跨境电子商务发展热潮。制度环境逐步改善，2012年12月国家启动跨境贸易电子商务服务试点以来，国家各部委及相关机构陆续出台了一系列政策文件支持跨境电子商务发展，通关、税收、外汇、支付等环节的管理和服务得到显著改善，产业链逐步完善，跨境电子商务成为国家战略的重要载体。

跨境电子商务的迅猛发展，产生了对跨境电子商务人才的大量需求。目前，从事跨境电子商务的人才多来自国际贸易、商务英语、市场营销、物流管理、电子商务等专业，无法满足行业需求。13个国家级跨境电子商务综合试验区实施方案都明确提出政府、高校、协会、企业合作，鼓励高校开设跨境电子商务专业，培养跨境电子商务专业人才。例如，《中国（青岛）跨境电子商务综合试验区建设实施方案》提出，“鼓励高校开设跨境电子商务专业、增设课程，研究制定青岛综试区跨境电商人才引进与培养的中长期规划。引进一批国内外知名培训机构，鼓励社会培训机构开展跨境电子商务人才培训，建设跨境电子商务专业化、



社会化、国际化的人才培养体系。”

为普及跨境电子商务知识，本书从基础知识、跨境电子商务业务模式、跨境电子商务管理制度、跨境电子商务营销和跨境电子商务供应链等角度，对跨境电子商务知识进行了系统阐述，以帮助广大跨境电子商务从业人员掌握从事跨境电子商务工作的基本知识和技能，为构建“政、校、企、协”跨境电子商务人才培训体系提供支撑。

本书由福州外语外贸学院开放型经济与贸易研究中心黄建平教授、陈忠教授以及深圳港美通跨境电子商务咨询有限公司李昌奎总经理共同编撰，限于水平，本书如有不足之处，欢迎读者提出。

编者

2017年7月10日于福州

目 录

第一章 跨境电子商务概述 / 1

什么是跨境电子商务 / 1

跨境电子商务与国内电子商务有什么区别 / 2

跨境电子商务与传统国际贸易有什么区别 / 4

中国跨境电子商务发展经历了哪些阶段 / 6

中国跨境电子商务发展的驱动因素有哪些 / 9

发展跨境电子商务有什么意义 / 12

国内对跨境电子商务人才的需求状况如何 / 12

合格的跨境电子商务人才应具备哪些知识 / 13

第二章 跨境电子商务业务模式 / 15

跨境电子商务业务的主体有哪些 / 15

如何按照流向对跨境电子商务进行划分 / 20

如何按照交易对象对跨境电子商务业务进行划分 / 21

跨境电子商务按照物流方式如何划分 / 23

跨境电子商务按照平台运营方可分为哪些 / 24

跨境电子商务按照服务类型可分为哪些 / 25

中国跨境电子商务进出口业务模式有哪些 / 26

第三章 跨境电子商务管理制度 / 29

国家正式发文鼓励发展跨境电子商务是从什么时间开始的 / 29

- 我国跨境电子商务进口试点城市有哪些 / 29
- 我国跨境电子商务进口模式有哪些 / 29
- 国家对网购保税进口试点商品的范围有什么规定 / 30
- 我国对网购保税进口购买金额和数量有什么限制 / 30
- 对跨境电子商务进口产品，如何征税 / 31
- 我国第一个跨境电子商务综合试验区是哪个 / 31
- 目前我国跨境电子商务综合试验区有哪些 / 32
- 什么是“六体系两平台”建设 / 32
- 我国跨境电子商务综合试验区主要创新举措有哪些 / 40
- 海关监管方式代码 1239 具体内容是什么 / 46
- 我国有哪些省级跨境电子商务综合试验区 / 47
- 跨境电子商务在监管方面与传统国际贸易有什么区别 / 50
- 跨境电子商务的监管范围有哪些 / 50
- 海关对跨境电子商务有哪些监管措施 / 51
- 国家对跨境电子商务有哪些出口退税管理措施 / 52
- 跨境电子商务进口监管政策是如何演变的 / 54
- 跨境电子商务零售进口新政策的主要内容有哪些 / 57
- 跨境电子商务进境物品税率是如何调整的 / 59
- 跨境电子商务进口通关监管措施有哪些 / 65
- 国家对跨境电子商务进口有哪些税收管理措施 / 68
- 对于跨境电子商务进口退货，国家有哪些管理措施 / 69
- 如何查询跨境电子商务零售进口个人额度 / 69
- 第四章 跨境电子商务营销 / 70**
 - 如何进行跨境电子商务营销 / 70
 - 寻找目标客户有什么可操作的好办法 / 70

跨境电子商务业务中常用的搜索引擎有哪些 / 71
如何进行搜索前的准备工作 / 72
如何使用 Google 全球搜索 / 72
如何使用 Google 国别搜索 / 73
在跨境电子商务搜索中关键词有什么作用 / 74
在跨境电子商务搜索中如何设置关键词 / 75
公共电子信箱在跨境电子商务业务中有什么作用 / 76
如何利用公共电子邮箱系统找客户 / 78
如何利用行业网络资源找客户 / 78
如何利用 Alexa 行业品牌链接找客户 / 79
如何利用目标国黄页网和工商企业目录找客户 / 80
如何利用商业 / 专业论坛找客户 / 81
如何建设引人注目的跨境电子商务网站 / 81
什么是网络社区 / 84
全球主流的网络社区有哪些 / 85
如何开发免费社区账号 / 85
跨境电子商务基本营销理念有哪些 / 87
从事跨境电子商务业务，如何进行换位思考 / 91
如何进行跨境电子商务节假日营销 / 92
运用电子邮件进行跨境电子商务营销有什么技巧 / 94
第五章 跨境电子商务供应链管理 / 96
什么是供应链管理 / 96
进行跨境电子商务业务外包应注意哪些问题 / 97
跨境电子商务竞争是如何从商品向供应链服务转移的 / 98
跨境电子商务物流有哪些模式 / 100

跨境电子商务物流业务经常会遇到哪些问题 / 102

海外仓能否解决跨境电子商务物流问题 / 104

中国跨境电子商务发展存在哪些问题 / 106

如何解决中国跨境电子商务发展中存在的问题 / 108

第一章 跨境电子商务概述

什么是跨境电子商务

跨境电子商务是国际贸易、信息技术和互联网技术发展 to 一定阶段的产物，是互联网 + 外贸的典型体现。

目前，对跨境电子商务并没有统一的定义。国际组织、政府机构、咨询机构、研究机构都从不同的角度提出了跨境电子商务的定义。欧洲联盟认为，跨境电子商务是指位于不同国家或地区的买卖双方通过网络达成交易，也包含买家或卖家暂时性地旅行到另一方的居住地完成交易。例如，内地旅客通过网络预定位于香港特别行政区的商品，旅行自行过港提取商品。最典型的例子是，内地旅客在香港苹果公司网站预定苹果手机，预定成功后按照预定的时间和地点到香港提取苹果手机。跨境电子商务联盟（CBEC）认为，跨境电子商务是消费者从位于其他国家和地区的商户在线购买商品的国际商务活动。同一语系和关税区或使用相同货币的消费者和商户在线达成的交易并非跨境电子商务。使用相同语言的单一欧元支付区的欧盟伙伴，即是一例。

我们来看国家有关文件对跨境电子商务的定义。在国务院办公厅、海关总署等公布的文件中，先后出现了跨境电子商务零售出口、跨境贸易电子商务、保税跨境贸易电子商务等名词。

根据《国务院办公厅转发商务部等部门关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知国办发》（〔2013〕89号），跨境电子商务



零售出口是指我国出口企业通过互联网向境外零售商品，主要以邮寄、快递等形式送达的经营行为，即跨境电子商务的企业对消费者出口。我国出口企业与外国批发商和零售商通过互联网线上进行产品展示和交易，线下按一般贸易等方式完成的货物出口，即跨境电子商务的企业对企业出口，本质上仍属传统贸易，仍按照现行有关贸易政策执行。从形式上看，跨境电子商务与一般贸易的区别在于报关、税收、退税等方面。

笔者认为，跨境电子商务有狭义和广义之分。狭义的跨境电子商务是指跨境电子商务零售出口，即不同国家或地区的交易主体，通过网络技术在线进行商务谈判并下达订单，达成交易，通过支付机构进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商务活动。广义的跨境电子商务是指不同国家或地区的交易主体采用电子商务方式进行交易的进出口交易，是未来国际贸易发展的重要趋势，是“互联网+外贸”的典型体现。本书采用广义的跨境电子商务定义。

跨境电子商务与国内电子商务有什么区别

与国内电子商务相比，跨境电子商务在地域范围、经营主体、业务环节、支付方式、物流配送、适用法律等方面存在较大差异。

一、地域范围

国内电子商务涉及的范围一般限于国内，不涉及域外。而跨境电子商务涉及不同的国家或地区，或者说涉及不同的关境。国内电子商务一般是国内贸易，跨境电子商务一般是跨境交易，属于国际贸易的一种方式。

二、交易主体

国内电子商务的交易主体一般较为明确，包括生产厂家、销售企业和消费者。跨境电子商务的交易主体较为复杂，有生产厂家、批发商、

零售商、企业用户、个人用户等。

三、业务环节

与国内电子商务相比，跨境电子商务的业务环节更为复杂。

四、支付方式

国内电子商务支付方式和流程较为简单，一般通过在线支付、货到付款、第三方担保支付（支付宝）等方式进行。从支付种类上，有网银支付、第三方支付、现金支付等。在跨境电子商务支付结算中，大量使用信用卡、西联汇款、第三方支付等各种方式，远比国内跨境电子商务复杂。因为存在外汇管制，很多国外的第三方支付工具并未在国内取得许可，处于地下活动的尴尬地位。全球最大的第三方支付工具 PAYPAL 就没有取得中国政府的许可而不能进入国内市场。目前，很多行业人士要求给予 PAYPAL 合法地位，有利于中国跨境电子商务产业发展。

五、物流配送

国内电子商务派送一般是区域配送，较大的电子商务公司一般在全国布置多个仓库，根据区域进行配送，一般都快捷、方便。以京东商城为例，京东将大陆市场分为七个大区——华北、华东、华南、东北、华中、西南和西北，并且在北京、上海、广州、沈阳、武汉、成都和西安这 7 个中心城市建立了物流中心并设立中心仓，建设自有物流体系。目前，京东商城派送有 211 限时达、次日达、大家电 211、极速达、隔日达、定时达、夜间配、大家电夜间配、上门自提、自提柜等多种方式。在北京等部分城市，基本上实现了上午下单，下午送达。

相比而言，跨境电子商务物流则具有环节多、周期长、风险大的特点。跨境电子商务需要进行报关，部分商品需要进行检验检疫，环节较多。跨境电子商务一般涉及国际运输，通过邮政、商业快递、专线物流和海外仓等方式进行运输和配送，周期较长。在跨境电子商务运输中，时常发生丢货、货损等情况，也容易发生货款被强制退回买家的情况，



所以跨境电子商务在物流配送阶段存在较大的风险。

六、适用法律

国内电子商务适用国内法律，能够在国内法律框架下解决业务中出现的问题。例如，《中华人民共和国电子签名法》就确立了电子签名的法律效力，数据电文中以电子形式所含、所附用于识别签名人身份并表明签名人认可其中内容的数据得到了法律确认。再如，《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条规定了“七天无理由退货，收到退货后七天内退款”：经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无须说明理由，但下列商品除外：①消费者定做的；②鲜活易腐的；③在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；④交付的报纸、期刊。经营者应当自收到退回商品之日起7日内返还消费者支付的商品价款。

对于跨境电子商务出口产品，除了要遵守国内法之外，还有遵守国际贸易法、国际惯例、出口国国内法等。在国际贸易或者跨境电子商务业务中，经常出现各种纠纷，有些是销售方原因，有些是物流原因，有些是客户挑剔，有些是政府管制原因，如此等等，不一而足。如果出现小的纠纷，很多情况下是双飞沟通，各自让步解决，其中一个原因是物流费用太高。在跨境电子商务出口业务中，需要严格遵守出口目的国的法律法规。

跨境电子商务与传统国际贸易有什么区别

与传统国际贸易相比，跨境电子商务有诸多不同之处：主体多元化、业务直接化、订单颗粒化、范围全球化、技术现代化、产业整合化。

一、主体多元化

2004年对外贸易经营权放开后，企业和个体经营者经商务主管部门备案后可进行对外贸易，但仍然存在门槛，还需要到海关、出入境检验检疫、外汇管理局等部门进行注册，设立外币账户，依然存在着一系列的程序。所以，从事国际贸易的主体一般都是企业，很少有人直接从事国际贸易业务。而跨境电子商务则不同，各类主体都可以从事跨境电子商务业务，个人、企业都可以，门槛较低，程序相对简单。

二、业务直接化

在传统的国际贸易业务中，国内生产型外贸企业、流通性外贸企业（外贸公司）面对的客户有直接用户、中间商、贸易公司等。而在跨境电子商务业务中，国外客户多是最終用户，包括企业用户和个人用户，减少了中间环节，降低了交易成本，减少了费用。

三、订单颗粒化

传统国际贸易一般是企业对企业交易，订单数量少、金额大、价格高，从几千美元到几万、几十万、几百万美元都有。而在跨境电子商务交易中，多数交易以小批量、颗粒化的方式进行，交易频率较高。

四、范围全球化

国际贸易本身就是全球化，但传统国际贸易因为地理等因素的影响，很难在短时间内覆盖全球，接触大量客户。而跨境电子商务是一种无边界交易，通过信息技术推广，能够最大限度地共享信息，可以在短时间内覆盖大量客户，真正实现了业务范围的全球化。

五、技术现代化

相对于传统国际贸易而言，跨境电子商务更多地运用信息技术、云计算、大数据等技术，是互联网+外贸的典型体现。从某种程度上来



说，跨境电子商务是国际贸易发展到一定阶段的产物，是国际贸易发展的一个新阶段。实际上，互联网技术一出现，最早也应用在国际贸易领域。电子邮件、即时通信工具在国际贸易领域的应用，提高了工作效率，降低了交易成本，节约了时间。

六、产业整合化

跨境电子商务并不是简单地把传统国际贸易搬到网上，而是把物流、信息流、资金流三流合一，把生产商、销售商、服务商、海关、检验检疫、外汇管理等企业和政府部门紧密结合在一起，形成完整的跨境电子商务产业链，完成跨境电子商务的整个业务流程。

中国跨境电子商务发展经历了哪些阶段

跨境电子商务是国际贸易在互联网和信息技术的驱动下发展起来的，因技术发展和科技进步，大致经历了三个阶段：萌芽阶段（1997—2003）、野蛮生长阶段（发展阶段，2004—2013）、规范阶段（爆发阶段，2013年至今）。

一、萌芽阶段（1996—2003年）

1987年9月，中国学术网在北京计算机应用技术研究所内正式建成中国第一个国际互联网电子邮件节点，并于9月14日发出了中国第一封电子邮件：“Across the Great Wall we can reach every corner in the world.”（越过长城，走向世界），揭开了中国人使用互联网的序幕，也为在国际贸易业务中使用电子邮件打下了基础。之后，电子邮件在我国逐步得到应用和普及，也应用到国际贸易业务中。1996年2月27日，对外贸易经济合作部中国国际电子商务中心正式成立，标志着电子商务技术正式进入国际贸易领域，是中国跨境电子商务萌芽的标志。

在跨境电子商务萌芽阶段，最早出现的跨境电子商务形式是企业对企业平台(B2B)，帮助中小企业出口。在这一阶段，主要的跨境电子商务平台有中国化工网、中国制造网、阿里巴巴(国际站)、环球资源等，他们为中小企业提供信息展示和交易撮合等基础性服务。这些平台实际上是起到广告的作用，把广告搬到互联网络上，通过竞价排名等多种方式，宣传产品，提高销售量。

在跨境电子商务萌芽阶段，以环球资源和阿里巴巴为典型代表。环球资源成立于1970年，其核心业务是通过一系列英文媒体，包括环球资源网站、印刷及电子杂志、采购资讯报告、“买家专场采购会”、贸易展览会等形式促进亚洲各国的出口贸易，以期让世界了解中国、让中国了解世界。在当时互联网还不发达的情况下，免费分发《世界经理人》《国际电子商情》《电子工程专辑》《EDN China 电子技术设计》等一系列中文刊物，协助海内外企业在大中华地区开展。2000年，环球资源在美国纳斯达克证券交易所挂牌上市。阿里巴巴成立于1999年，最初以网络信息服务为主，线下交易为辅，是当时中国最大的外贸信息黄页。2014年9月19日，阿里巴巴集团在纽约证券交易所挂牌上市。

在跨境电子商务萌芽阶段，各平台能够进行信息展示，撮合交易，起到了信息中介的作用，为跨境电子商务实现在线交易奠定了基础。随着互联网基础设施的不断完善和信息技术的创新发展，跨境电子商务在线交易将走上舞台，大显身手。

二、成长阶段(2004—2013年)

2004—2013年是中国跨境电子商务发展的第二个阶段，又可以分为两个时期：2004—2008年的线上交易时期；2008—2013年的跨境电子商务零售出口时期。在这一阶段，跨境电子商务在很大程度上处于灰色地带，没有国家政策的规范，其基本特征是野蛮生长。在跨境电子商务的发展阶段，国家基本上是采取默认态度，任由跨境电子商务发展。