



1

学习项目 1 认识跨境电子商务



项目目标

1. 能完整描述电子商务、跨境电子商务、无形商品和交易平台等概念。
2. 能准确分析跨境电子商务的交易主体、交易内容与交易平台类型。
3. 能熟练掌握跨境电子商务的结构。
4. 能熟练掌握相关术语的英文表述。

建议学时

3 学时。

学习任务1 掌握跨境电子商务的概念

任务目标

1. 能完整描述跨境电子商务的概念。
2. 能准确分析广义电子商务与狭义电子商务所指代内容的不同。
3. 能准确分析跨境电子商务与电子商务的不同。
4. 能准确分析跨境电子商务与跨境电子商务零售的不同。

建议学时

0.2 学时。

企业情景引入

大四学生小陈今天要去一家跨境电子商务企业实习，但是他之前没接触过电子商务，对此一无所知。他忐忑地走进企业，眼前的情景让他有点局促不安，只见同事们都埋头敲击键盘，客服部传出各种各样的语言，仓库里有琳琅满目的商品以及一堆堆包装完毕的包裹。小陈跟着企业负责人经过一间拍摄工作室和一间样品展示间，来到会议室，等着企业负责人给他做跨境电子商务方面的工作培训。

老师讲

知识点1: 电子商务的概念

电子商务的定义有广义和狭义两种。广义的电子商务（electronic business, EB）是指各行各业，包括政府机构和企业、事业单位各种业务的电子化、网络化，可称为电子业务，包括狭义的电子商务、电子政务、电子军务、电子医务、电子教务和电子公务等。狭义的电子商务（electronic commerce, EC）是指人们利用电子化手段进行以商品交换为中心的

各种商务活动，如企业与企业、企业与消费者利用计算机网络进行的商务活动，也可称为电子交易，包括网络营销、网络广告、网上商贸洽谈、电子购物、电子支付和电子结算等不同层次、不同程度的电子商务活动。二者的差别如图 1-1 所示。

知识拓展 1.1

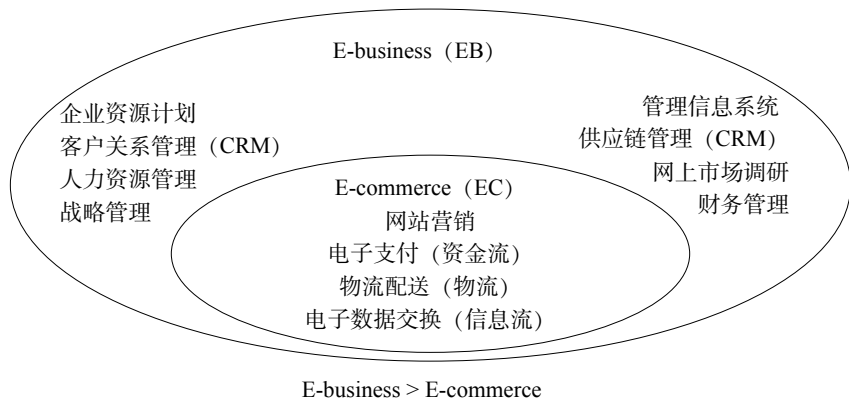


图 1-1

知识点 2: 跨境电子商务的概念

跨境电子商务是指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。它的主要成分包括交易主体、交易平台、交易内容和交易流向。

从字面上看，跨境电子商务由跨境、电子、贸易三个成分组成。就语义组合而言，它由国际贸易和电子商务构成，但它又不仅仅是国际贸易的电子商务化。其实，当今经济活动中的跨境电子商务，不是指“电子商务化”，而意指通过电子手段寻找商机达成交易的“跨境电子交易”。它是一种商业活动，而不是事务处理手段。跨境电子商务中的“商务”专指商品交易的商务活动。

就“跨境”而言，跨境电子商务包含两方面的内容：①交易主体的跨境。②商品移动空间的跨境。两者必须同时具备才能构成“跨境商务”，缺少任何一方面都不是真正意义上的跨境。同时，在贸易实现方式上，必须是通过网络方式，要求交易达成的电子性和交易完成的电子性，否则就不能称得上“跨境电子商务”。就“交易达成的电子性”而言，最早的跨境电子平台的信息黄页形式，即平台的功能只限于展示商品和企业信息，这种模式并不是跨境电子商务，国际上也一般不把贸易撮合型和信息服务型的 B2B（商业对商业）平台纳入跨境电子商务统计中。就“交易完成的电子性”而言，在物流环节，由于商品属

性的特殊性及科学技术的有限性，跨境电子商务还无法使所有商品都实现电子化。物质和非数码化的商品无法通过互联网供货，它仍需要依靠一些外部因素和方式来实现空间转移。因此，跨境电子商务在物流环节存在一定的不完全性。但在其他环节，现有的技术都已使它能够电子化。

总之，跨境电子商务必须具备：①渠道上的现代性，即以现代信息技术（IT）和网络渠道为交易途径。②空间上的国际性，即由一个经济体成员境内向另一个经济体成员境内提供的贸易服务。③方式上的数字化，即以无纸化为主要交易方式。

知识拓展 1.2



学习任务 2 认识交易主体

任务目标

1. 能完整描述跨境电子商务经营者的概念。
2. 能准确区分网络交易当事人与网络交易服务提供者。
3. 能准确分析跨境电子商务交易主体的“跨关境”特征。

建议学时

0.25 学时。

企业情景引入

通过企业负责人的解释，小陈大体上理解了何为跨境电子商务。企业负责人打开企业的 ERP（企业资源计划）业务流程管理系统，通过企业以往的订单和库存、进货管理数据，向小陈介绍企业的供应链及网络客户的情况。从介绍中，小陈了解到自己将要实习的这家企业是否为生产性企业，所面对的客户为本国的还是海外的。



知识点 1: 跨境电子商务的交易主体

在贸易活动中, 贸易主体是贸易活动得以开展的前提条件。同样, 跨境电子商务的开展也需要这类主体, 即作为买卖双方的交易主体。跨境电子商务的交易完成过程中, 消费者, 构造、运营跨境电子商务平台, 市场管理主体, 互联网服务提供商, 支付企业以及从事网上经营或服务的企业、物流企业等, 众多行业都参与其中, 它们共同构成跨境电子商务, 缺一不可, 大致可分为以下两种。

(1) 网络交易当事人。网络交易当事人是指参与交易的买卖双方, 为电子商务交易的直接主体。

(2) 网络交易服务提供人。网络交易服务提供人是指包括交易平台提供者、金融机构、认证机构、货物运输机构等在内的第三人, 为交易的间接主体。

跨境电子商务限定其交易主体必须分属不同关境, 因此, 跨境电子商务定义中的交易主体指的是网络交易当事人。跨境电子商务的网络交易当事人为跨境电子商务经营者和消费者。

跨境电子商务经营者是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织, 包括跨境电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的跨境电子商务经营者。

跨境电子商务平台经营者是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务, 供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。作为交易的直接主体, 此处的平台经营者侧重指 M2C (manager to consumer) 模式中作为代理销售的平台经营者。有些平台会为企业提供平台职业经理人 (manager)。平台职业经理人通过网络获取该企业的产品或者服务信息, 为该企业提供产品销售或者企业服务。在此模式中, 平台职业经理人代替真正的商品提供者面对消费者。

平台内经营者是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。根据电子商务经营者在贸易活动中的作用, 可将其分为生产商 (manufacturers 或 factory)、贸易商、代理商 (agents) 等。

从法律角度看, 无论是商品的提供者还是商品的消费者, 都包含政府部门、自然人、企业三种情况。政府部门参与电子商务, 如电子商务 B2A (business-to-administrations), 其是指商业机构对行政机构、企业与政府机构之间进行的电子商务活动。例如, 政府将采购的细节在国际互联网上公布, 通过网上竞价方式进行招标, 企业通过电子的方式进行投标。例如, 瑞典政府已决定至少 90% 的公共采购将在网上公开进行。在跨境电子商务中,

政府部门是否参与因国家的不同而不同,在我国,根据《中华人民共和国政府采购法》,供应商必须在我国注册且有纳税记录。因此,跨境电子商务的交易主体的身份更多的是自然人和企业。就自然人而言,尽管目前我国并没有专属的跨境电子商务法律法规,但根据《民法典》来看,作为交易主体的自然人需具备一定的民事行为能力。

知识点 2: 跨境电子商务交易主体的跨关境特征

在跨境电子商务中,交易主体必须分属不同的关境,关境是海关学的一个基本概念。关境是指适用于同一海关法或实行同一关税制度的领域。在一般情况下,关境的范围等于国境。但在如欧盟等关税同盟国之间、国内的经济特区等场合,由于这些地方免征关税,因此关境与国境不相等。但是,它们只是商定“不征收关税”,各个国家的海关法或关税制度还是不同体系的。只有在如中国香港、澳门、台湾等地,虽然它们属于我国国境,但各自实行单独的海关制度,是单独关税区,与我国其他地区的关税制度不一样,因此分属不同关境。

商务部、财政部等六部门联合发布的《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》(商财发〔2018〕486号)中对相关主体做出如下的规定,指出了跨境电子商务的交易主体必须分属不同关境。

(1) 跨境电子商务零售进口经营者(以下简称“跨境电子商务企业”):自境外向境内消费者销售跨境电子商务零售进口商品的境外注册企业,为商品的货权所有人。

(2) 跨境电子商务第三方平台经营者(以下简称“跨境电子商务平台”):在境内办理工商登记,为交易双方(消费者和跨境电子商务企业)提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务,设立供交易双方独立开展交易活动的信息网络系统的经营者。

(3) 境内服务商:在境内办理工商登记,接受跨境电子商务企业委托为其提供申报、支付、物流、仓储等服务,具有相应的运营资质,直接向海关提供有关支付、物流和仓储信息,接受海关、市场监管等部门后续监管,承担相应责任的主体。

(4) 消费者:跨境电子商务零售进口商品的境内购买人。

学习任务 3 掌握交易内容

任务目标

1. 能准确分析跨境电子商务交易内容的所属类别。

2. 能准确掌握跨境电子商务无形商品与有形商品的跨境物流特征。
3. 能准确掌握跨境电子商务代表性平台上的平台类目。

建议学时

0.3 学时。

企业情景引入

企业负责人带小陈参观了企业的样品展示间，样品展示间琳琅满目的产品让小陈看花了眼。这里面囊括了各种各样的产品，如各种小配件、户外户内用品等。企业负责人解释了企业所经营的产品范围，以及每个产品在上传平台时所属的大、小类目，叮嘱小陈在之后的工作操作中要特别注意这方面的分类，同时还介绍了选品及选品的小窍门。

老师讲

知识点 1: 国际贸易中交易内容的有形贸易与无形贸易之分

交易内容即指贸易的商品。商品有狭义和广义之分，广义的商品除了可以有形的商品外，还可以是无形的商品及服务，如保险产品、金融产品、电子书、游戏产品等。也因此国际贸易理论中，国际贸易按商品的形态可划分为有形贸易与无形贸易。前者指有实物形态的商品的进出口，如机器、设备、家具等有实物形态的商品。后者指没有实物形态的技术和服务的进出口，如专利使用权的转让、旅游、金融保险企业跨国提供服务等没有实物形态的商品。它更加具体地分为货物贸易、服务贸易与技术贸易三种。

跨境电子商务从手段上看是电子贸易，从范畴上看是国际贸易，而且作为一种贸易方式，它的交易内容也同样可按上述内容划分为有形商品、无形商品。

知识点 2: 跨境电子商务的有形商品及其跨境特征

从表 1-1 的各大跨境电子商务平台的类目可看出，在有形商品方面，目前的跨境电子商务交易内容更多的是工业制成品，初级产品因为自身的属性，如不易包装、不易保存等原因，在跨境电子商务中所占比例很小，

知识拓展 1.3



特别是资源类初级产品。工业制成品中，中、高技术工业制成品占比较低。在对外贸易活动中，优化进出口商品结构一直是对外贸易转型升级的关键。跨境电子商务的交易内容范畴比传统国际贸易小，也比国内电子商务小。究其原因在于商品本身的特性以及跨境电子商务的跨关境性质，同时也取决于每个国家的关税政策。

表 1-1

平台	商品类目
美国亚马逊	图书；手机、摄影、数码；电子配件、智能生活；家居、厨具、家装；计算机、办公文具；家用电器；美妆、个护健康；食品、酒水、生鲜；玩具、母婴、家庭会员；运动户外、汽车用品；服装、鞋靴、箱包；钟表、首饰；游戏、影视乐器；家庭服务（保洁）
雅虎日本	时尚；食品；户外、垂钓、旅行用品；瘦身、健康；化妆、美容、护发；手机、平板、计算机；电视、音响、相机；家电；家具、家装；花、园艺；厨房、日用品、文具；手工、工具；宠物用品、动物；乐器、手工艺、藏品；游戏、玩具；婴儿、幼儿、孕妇；运动；轿车、摩托车、自行车；CD、音乐软件、门票；DVD、电影；图书；租借、各种服务；成人用品
阿里巴巴国际站	农业、食品；服装、首饰、配饰；汽车、运输；箱包、鞋子、配饰；电子产品；电子元器件、安防；礼物、运动、玩具；健康、美妆；家居、灯具、家装；机械、五金工具、劳保；冶金、化工、橡胶、塑料；包装、广告、办公
亚马逊海外购	鞋靴、服装服饰、箱包、腕表首饰、母婴用品（包括奶粉）、玩具、美妆护肤、家居厨具、食品（个护健康营养品、奶粉、婴儿零食、糖果、饼干、调味粉、方便米饭、豆类罐头、速溶咖啡、鲜花篮）、电子数码、户外运动用品、办公用品
eBay	服装、鞋类及配件；书籍；收藏品；计算机、网络；数码相机、摄影器材；电子产品、电器；珠宝、首饰、钟表；玩具、个人爱好；美妆、健康；家居、园艺；宠物用品；个性服务；门票、经验；旅游；邮票；运动产品；贺卡、优惠券

为了缩短物流时间、提升用户体验，作为新的跨境物流方式，海外仓、保税区等物流方式被跨境电子商务所采用。它们各有不同，但都是“提前将货物运送到买家关境内”，在交易实现后再通过买家关境内物流零散送达。这种物流方式在不改变商品所有权的前提下，将商品的跨关境转移环节提前到交易实现之前，使交易实现之后的商品送达只需完成买家关境内的物流送达，改进了跨境电子商务的物流缺陷，促进了这一贸易方式的发展。

知识点 3：跨境电子商务的无形商品及其跨境特征

从表 1-1 也可看出，跨境电子商务主流平台几乎没有无形商品类目，如 eBay 的个性服务具体所指的也并不属于无形商品。现今流行的私人定制最终指向的还是有形商品。因此，跨境电子商务主流平台上的交易内容小于国际贸易商品范畴，也小于国内电子商务（图 1-2），它所涉及的商品大多是狭义上的有形商品，平台只有针对本国国内消费者时才能更便捷地提供服务贸易。

更多服务

生活团购	餐饮美食	冰淇淋	火锅	购物卡券	买房租房	住在帝都	住在魔都	住在杭州	住在南京	儿童培养	少儿英语	小学教育	潜能开发	家长训练
	体检配镜	美容美甲	保险理财	婚纱摄影		住在广州	住在青岛	住在宁波	住在成都		孕产育儿	少儿绘画	婴幼儿早教	音乐
淘宝游戏	Q币充值	点卡充值	充游戏币	游戏代练	挑个好房	潇洒一室	靠谱二室	舒适三房	大四室	成人教育	实用英语	网站制作	IT技能	会计职称
	超值账号	手游充值	电竞比赛	游戏帮派		私藏别墅	景观居所	轨道沿线	学区房		一对一	办公软件	日语	编程
游戏中心	英雄联盟	剑侠情缘	征途2	魔域	吃喝玩乐	自助餐	个性写真	儿童写真	电影票团	生活兴趣	魅力健身	时尚美妆	手工DIY	舞蹈
	我叫MT	刀塔传奇	DOTA2	DNF		上门服务	周边旅游	境外旅游	基金理财		减肥瑜伽	个人形象	美剧英语	摄影

生活服务

婚庆服务	婚纱摄影	婚礼策划	三亚婚拍	厦门婚拍	在线清洗	任意洗	洗外套	洗西装	洗鞋	家庭保洁	开荒保洁	厨房保洁	公司保洁	家电清洗
	青岛婚拍	北京婚拍	杭州婚拍	上海婚拍		洗四件套	洗烫衬衫	皮包护理	洗窗帘		空调清洗	洗油烟机	冰箱清洗	擦玻璃
汽车服务	上门养车	洗车	封釉镀膜	内饰清洗	健康服务	上门按摩	常规体检	入职体检	老人体检	母婴服务	月嫂	催乳师	育儿嫂	营养师
	空调清洗	汽车维修	充加油卡	年检代办		四维彩超	孕产检查	体检报告	专业洗牙		普通保姆	涉外保姆	产后陪护	临时看护
宠物服务	宠物寄养	宠物美容	宠物配种	宠物洗澡	家政服务	居家搬家	公司搬运	空调拆装	家电搬运	便民服务	跑腿服务	代缴费	叫醒服务	宝宝起名
	宠物摄影	宠物托运	宠物训练	宠物医疗		家具搬运	打孔	电路维修	甲醛测试		学车报名	代邮代取	代送鲜花	同城速递
商务服务	专利申请	法律咨询	专业翻译	开发建站	数码服务	手机维修	Pad维修	修台式机	相机维修	招聘服务	名企招聘	高薪岗位	文案编辑	网店推广
	图片处理	视频制作	名片制作	商标转让		修笔记本	修复印机	修游戏机	修导航仪		开发技术	活动策划	美工设计	金牌客服

图 1-2

但是，现实中的经济活动存在无形商品的跨境电子商务交易。比如独立网页模式的网络英语外教授课，还有全球短租民宿预订平台 Airbnb、在线旅行社（online travel agency, OTA）等。OTA 是指旅游消费者通过网络向旅游服务提供商预订旅游产品或服务，并借助网上支付或者线下付费，即各旅游主体可以通过网络进行旅游服务产品营销或产品销售。这些模式下的商品都是无形商品，且交易环节以及营销方式都符合跨境电子商务的定义要求，如它们的交易主体是分属于不同关税的，而且也是通过电子商务平台达成交易、进行支付结算。因此，在教育、租赁、旅游等无形商品方面，现今的电子手段可以实现交易，并且能使整个过程都电子化。只是它们目前是独立于其他平台存在的，它们利用的是自己专属的平台，还没有融入有形商品的跨境电子商务平台。据我国商务部发布的《中国服务进口报告 2020》等服务贸易数据来看，2020 年我国知识产权使用费出口、运输出口和个人文化娱乐服务出口增长最快；电信计算机和信息服务、保险服务等知识密集型服务占比提高。受疫情影响，旅行服务进出口大幅下降。在 market 需求的刺激下，未来越来越多的无形商品将加入跨境电商平台的销售品类之中。

现有的无形商品跨境电子商务交易中，国际核心服务类的占比大，如国际旅游、国际租赁、国际视听服务、国际教育服务等无形商品；而国际追加服务类的无形商品占比小，如需要售后维修的无形商品等是跨境电子商务的痛点之一。由于交易主体的不同关税特点，人力、物力的跨境传送都会大幅度地增加成本，因此这也成为跨境电子商务的短板。正如国际经济关系发展的历史形态是先有商品贸易、后有跨国投资、再有服务贸易的，国际商品贸易以及国际投资在逻辑上是国际服务贸易形成的前提。因此，跨境电子商务的这一短板需要有形贸易的繁荣昌盛才能解决。

与有形商品相比，无形商品由于形态上的虚化使得物流运输较为方便。它的跨境转移不需要现实的物流运输，可以通过网络直接送到购买者手中，因此无形商品的整个跨境电子商务流程是完全电子化的。对于买卖双方而言，因为可以免掉物流的费用以及物流耗费的时间，所以成本、价格、购物体验等都可以做到最好。当然，由于物流环节的缺失，无形商品的跨境交易给海关统计、监管带来了不便。这也是国际贸易中有形贸易和无形贸易的主要区别。

如上所述，跨境电子商务的交易内容既包含有形商品，也包含无形商品。它们物质形态上的差别，在实现交易的物流环节造成了不同。无形商品交易不需要跨境物流来完成交易。跨境电子商务在交易内容的跨境方面，应该具体体现在交易内容最终移动空间的跨关境上，而不是交易内容运输方式上。传统的“跨境物流”，意指实物的跨关境运输方法。因此，把它用在无形商品的传输上是不太确切的，无形商品是不需要通过跨境物流进行传输的。

知识拓展 1.4



学习任务 4 学会使用交易平台

任务目标

1. 能准确分析跨境电子商务各平台的性质。
2. 能准确描述跨境电子商务交易平台的概念。
3. 能准确掌握跨境电子商务交易平台的各大类型。

建议学时

1 学时。

企业情景引入

参观完样品间，企业负责人回到会议室，打开企业目前在各个平台及站点上开设的店铺，按照各平台后台模块的设置，结合实际工作内容向小陈逐一进行解释。



知识点 1: 跨境电子商务平台

跨境电子商务的实现需要一个电子媒介来连接卖家与买家,展示商品、洽谈交易信息,并完成交易,这一电子媒介就是平台。平台原指计算机硬件或软件的操作环境,泛指进行某项工作所需要的环境或条件,如科技推广站为农民学习科学知识、获取市场信息提供了平台。因此,跨境电子商务平台能提供网络基础设施、支付平台、安全平台、管理平台等共享资源,协调、整合信息流、货物流、资金流,使交易双方能有效地、低成本地开展自己的商业活动。《海关总署关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》(公告〔2014〕56号)中提到了以下三种平台。

(1) 电子商务交易平台。电子商务交易平台是指跨境贸易电子商务进出境货物、物品实现交易、支付、配送并经海关认可且与海关联网的平台。

(2) 电子商务通关服务平台。电子商务通关服务平台是指由电子口岸搭建,实现企业、海关以及相关管理部门之间数据交换与信息共享的平台。

(3) 电子商务通关管理平台。电子商务通关管理平台是指由中国海关搭建,实现对跨境贸易电子商务交易、仓储、物流和通关环节电子监管执法的平台。

除此之外,还有跨境电子商务公共服务平台,由政府搭建,实现对跨境电子商务零散包裹和小订单的监管,对接各个政府部门的监管统计,确保数据统一。跨境电子商务综合服务平台,由企业搭建,为跨境电子商务企业或个人卖家提供运营或通关等代理服务。

另外,在现实经济活动中,根据服务类型,平台可分为信息服务平台和在线交易平台。信息服务平台主要是为境内外会员商户传递供应商或采购商等商家的商品或服务信息,但无法实现下单、支付、物流、评价等全购物链环节。本书认为,既然跨境电子商务并不是指跨境电子商务相关的事务处理,那么它的平台应该指交易平台,而且是能够进行在线交易的平台。

知识点 2: 跨境电子商务交易平台

电子商务交易平台是指建立在互联网上、为买卖双方的商务活动提供虚拟网络空间和使商务顺利运营的管理环境的电子媒介体。它通常分为前台管理系统和后台管理系统,以应对买卖双方的不同需求。后台管理系统为跨境电子商务经营者使用,主要是用于对网站

前台的信息管理，如文字、图片、影音和其他日常使用文件的发布、更新、删除等操作，同时也包括会员信息、订单信息、访客信息的统计和管理。一个平台的后台通常包含九大功能模块^①。

(1) 后台主页：各类主要信息的概要统计，包括客户信息、订单信息、商品信息、库存信息、评论和最近反馈等。

(2) 商品模块：商品管理、商品目录管理、商品类型管理、品牌管理、商品评论管理。

(3) 销售模块：促销管理、礼券管理、关联 / 推荐管理。

(4) 订单模块：订单管理、支付、结算。

(5) 库存模块：库存管理、查看库存明细记录、备货 / 发货、退 / 换货。

(6) 内容模块：内容管理、广告管理。

(7) 客户模块：客户管理、反馈管理、消息订阅管理、会员资格。

(8) 系统模块：安全管理、系统属性管理、运输与区域、支付管理、包装管理、数据导入管理、邮件队列管理。

(9) 报表模块：用户注册统计、低库存汇总、缺货订单、订单汇总、退换货。

前台管理系统是直接展现给用户看和操作的，其功能比较简单，包含会员注册登录模块、商品分类展示模块、商品信息检索模块、购物车模块、生成订单模块、订单查询模块。目前前台显示形式有计算机的网站或者客户端、移动的 App 或 H5 (HTML5)。

跨境电子商务平台是电子商务平台的一种，包含电子商务交易平台的各个模块，但是跨境电子商务交易平台由于其“跨境”的因素，在各模块上又有一些自己的特征，主要表现在：①支付手段全球化。②商品进出口的报关清关。③会员 / 用户的跨关境。首先，基于跨境电子商务要求交易的实现及其过程都为电子手段，故其平台就必须至少具备能够展示产品的功能，以及进行交易支付的功能。跨境物流成本高昂，跨境电子商务通常无法货到付款 (cash on delivery, COD)。因为跨境电子商务的买卖双方必须分属不同的关境，双方所使用的货币不同，且货币需跨境周转。因此，跨境电子商务平台的支付方式必须满足全球收付功能。此外，由于有形商品需要跨境转移，因此需要报关、清关，虽然这些环节也可以由卖家自行办理，或由第三方服务商代为办理，但有资历的平台可和国家海关等部门对接，自动解决报关、清关问题。因此，跨境电子商务平台与国内电子商务平台的主要不同在于支付功能，以及有些平台自备报关清关的功能。

一个平台效果的评估标准通常为曝光量、询盘量及询盘转化 (即成交率) 等。而且，平台是否能提高整个贸易流程的效率、是否能为买卖双方提供便利的贸易手段等也是选择平台时的标准。

^① <https://www.cnblogs.com/cgfp/p/11739446.html>。

知识点 3: 跨境电子商务综合型平台和垂直型平台

根据平台交易内容的深度和广度,跨境电子商务平台可分为综合型平台和垂直型平台。

综合型平台上的商品不限类别,包罗万象,面向所有需求的用户,如 eBay。综合型平台采用大而全的商业模式,基本涵盖了整个行业,产品线宽,在用户数、跨行业等方面具有其他平台无法企及的优势。但是它在用户的精确度、行业服务深度上略有不足。

垂直型平台,也称纵向电子商务市场,指在某一个行业或细分市场深化运营。传统的垂直型平台根据商品的物理属性进行品类细分,只提供某一类型产品。例如,美国二手奢侈品电商平台 TrueFacet 只销售珠宝以及相关产品。这种类型平台的特点是以行业为特色,对某一行业做全面的研究,集中全部力量打造专业性平台。因此它定位准确,在商品和用户群上更加精确,购买流量更容易重复利用。但容易造成受众狭窄、用户数不多、个体规模小等劣势,加上用户的需求是交叉的,并不总是局限在某一类,使得平台最终不太容易在激烈的竞争中胜出。

实际上现今这类垂直领域的平台,经营内容并不都只限于某类产品。它不再按产品的物理属性深耕某类商品市场,而是渐渐地转变为根据商品的延伸属性进行细分,如打造品牌特卖这一概念,细分用户的价值(兴趣)取向。虽然它拓宽经营内容,但又不像综合型平台那样庞杂,它仍然以专业性著称,有自己专攻的行业内容。这种对用户价值取向的细分最终会引向对用户的细分,而这就是水平型平台。水平型平台销售产品种类丰富,但该类型平台只面向特定受众。例如,Dote 购物平台专门面对女性用户,提供女性用户需求商品,如各种时尚服饰品牌。水平型平台不是对产品种类的细分,而是对用户的细分,但在对用户的细分类中也会使所经营内容有一定的专攻性,因此严格意义上讲,水平型平台其实是垂直型平台不断解决所面临困境时所突破出的一条道路,它还是属于垂直型平台。

知识点 4: 第三方电子商务平台和自建平台

根据平台创建者的性质,跨境电子商务平台可分为第三方电子商务平台和自建平台。

第三方电子商务平台是由独立于产品或服务的提供者和需求者之外的其他企业搭建的。它通过网络服务平台,按照特定的交易与服务规范,为买卖双方提供服务,服务内容可以包括但不限于“供求信息发布与搜索、交易的确立、支付、物流”。第三方电子商务平台具有独立性,它既不是买家也不是卖家,而是作为买卖双方交易的平台,相当于实体买卖中的交易市场。它作为提供交易相关服务的平台,能够为买卖双方提供安全便捷的服务,如订单管理、支付安全、物流管理等。因此,第三方电子商务平台的主要盈利模式为收取商家佣金以及增值服务佣金等。

自建平台,顾名思义,是指不依赖第三方电子商务平台、卖家自己建设和运营的平台。

由于自建平台为卖家自营的，因此它还被称为独立站，拥有绝对的自主权，卖家可以避免规则制约，可以掌控全部的用户数据，自主运营平台，最大限度扩大商品的溢价空间。自建平台的卖家主要有两大类：①拥有自己产品的品牌商。②采购商，即平台创立者也为采购商，在线上搭建平台，并整合供应商资源通过较低的进价采购商品，然后以较高的售价出售商品，如兰亭集势等。

早期的自建站，为了解决流量不足问题，在广告等方面投入巨额资金进行网站推广，同时依靠泛供应链，大量铺货，试图依靠长尾商品争夺商机。但这些都加大了成本投入，导致后期举步维艰。现阶段的自建站为了适应激烈的市场竞争，进行了一些改革，如平台不再单纯经营平台方采购商采购的商品，还兼做第三方平台对其他卖家开放。在商品方面，基于移动端消费的逐渐流行，购物时间趋向碎片化，自建平台向垂直化方向发展，更懂消费者需求，更精确定位长尾商品，使购物流量尽可能多地重复利用。基于这种改变，自建平台的主要盈利模式比第三方平台丰富，既可以充当第三方平台，也可以靠自己的产品获取利润，通过采购产品的差价盈利。

总之，自建平台相比于第三方电子商务平台，其缺点在于：①需要卖家自身花精力、财力去运营。②流量容易走低。其优点在于：①不用受制于平台政策。②便于积累客户等资源。③转化率高，客户忠诚度高。因此，第三方电子商务平台短期效果好，而自建平台在长久的发展上占优势（图 1-3）。实际上，自建平台早在 2012 年前就曾全盛发展过，而

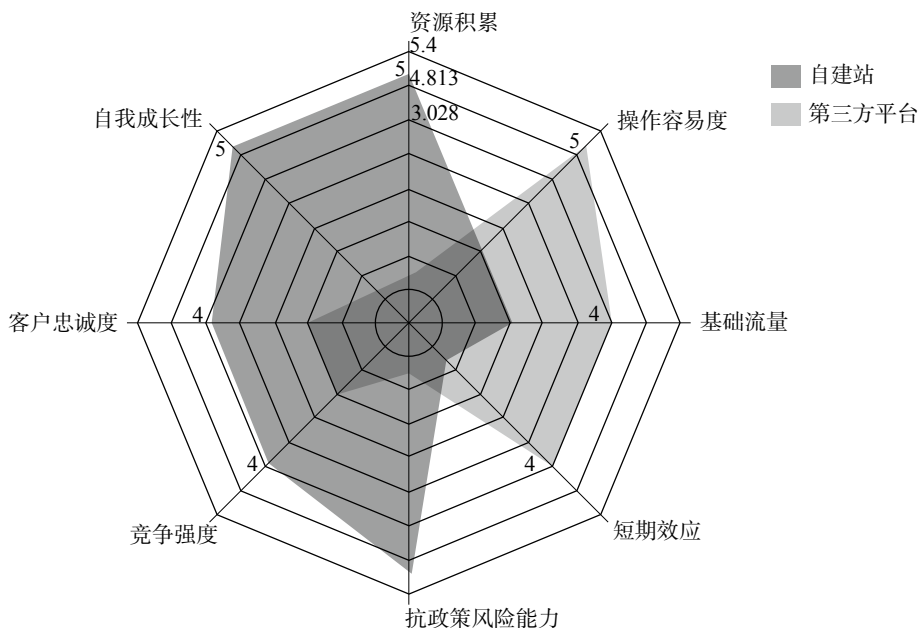


图 1-3^①

① <https://www.jianshu.com/p/8e08178ca23e>.

后由于流量费用的上涨自建站渐渐销声匿迹。早期的自建平台发展到后期时，往往也向第三方卖家开放，发展租借平台业务，成为混合型平台。随着平台政策不断收紧，租借第三方平台受限不断，不仅客户永远无法沉淀，而且广告成本增加。因此，自 2018 年年底起自建站的声势又重现在跨境电子商务市场上。而这次，如果自建站仍然仿照第三方平台那样大肆铺货、发布海量产品的话，则不会占有什么优势。自建站因为流量问题，要想发展，采用与第三方平台不同的模式才是个性化的建设道路，如深耕、细化等。又或者平台与自建站两者有机地结合、打通也是一种新模式。

知识点 5: 拍卖平台和店铺平台

根据平台的营销方式，跨境电子商务平台可分为拍卖平台和店铺平台。

拍卖平台是指以拍卖、竞价方式进行商品最终定价的平台，平台的盈利方式为按比例收取交易费用。在拍卖平台上，商品所有者或某些权益所有人可以独立开展竞价、议价、在线交易等。

店铺平台是指卖家开设店铺，并以固定价格进行销售的平台。这种平台以会员制的方式收费，也可以通过广告或提供其他服务获得盈利。

整体来看，跨境电子商务的平台在这些年的发展过程中越发趋向混合、融合，单一模式的平台已不断减少，大多数平台在交易内容上朝综合型发展，直接交易主体是企业个人混杂，平台运营也采用多种手段。正如零售业营销渠道的全渠道发展一样，平台也朝着广而全的目标发展，深耕总是限制了范围和受众。但从另一方面来看，深耕意味着专业化，买家的忠诚度较高。

◎ 知识链接 1-1

不管是哪一类型的平台，它们的接入点都有两种：计算机端和移动端。其中，计算机端有域名网站即网页，以及软件；移动端有小程序和 App。

移动端 App 是指智能移动设备的第三方应用程序。小程序是一种不需要下载安装即可使用的应用，它实现了应用“触手可及”的梦想，用户扫一扫或者搜一下即可打开应用；也体现了“用完即走”的理念，用户不用关心是否安装太多应用的问题。

域名网站可分为一级域名网站、二级域名网站等，如图 1-4 所示，其中最主要的差别在于权重的不一样，即一级、二级域名是作为一个独立的域名出现在互联网上，而二级目录等则为“子页面”，只能以一级、二级域名的网站的子页面出现。

跨境电子商务的平台多数为独立型的，具有单独 App 或一级域名网站，也有一些是从属型的，没有单独 App 或一级域名网站，它们借助主站的国内电子商务平台已形成的客观流量来为从属的跨境电子商务平台引流，降低流量成本。除了这种方式外，目前，一国的

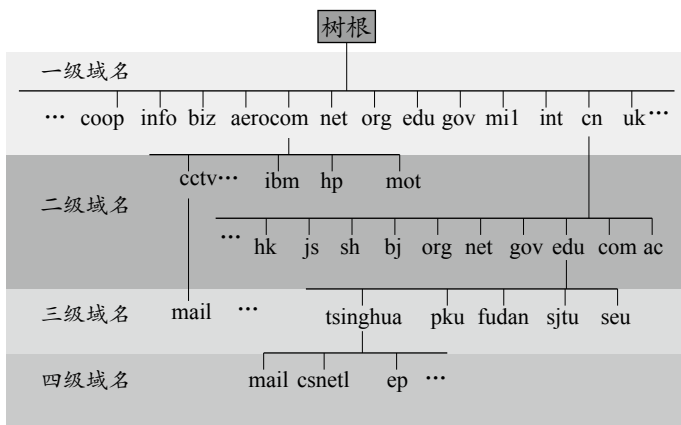


图 1-4

进口跨境电子商务平台与他国的出口跨境电子商务平台直接相连，相互合作，以此解决产品上架等一系列烦琐的操作，也为消费者提供可靠的海外产品，这些平台的互通相连已成为解决平台流量等困境的一种新方式、新趋向。

学习任务 5 掌握跨境电子商务的结构

任务目标

1. 能准确分析跨境电子商务的结构。
2. 能准确描述跨境电子商务支付环节特征。
3. 能准确描述跨境电子商务物流环节特征。

建议学时

1 学时。

企业情景引入

企业负责人询问小陈是否有网购的经验，让小陈以网购奶粉为例，描述整个购物流

程以及技巧，并让小陈总结自己在网购时所关心的信息，如价格、产品介绍、评价、物流等。企业负责人听完小陈的描述后，基于这些用户体验，介绍了作为后台销售企业在整个网购过程中所要完成的工作内容，以及面对境外客户、涉及境外结算和物流时所需要注意的问题。

老师讲

知识点 1: 跨境电子商务的结构

跨境电子商务的结构是指跨境电子商务整个交易的流程，如图 1-5 所示。它由买家、卖家以及平台构成，整个环节包括商品展示、交易支付、商品物流，即信息流、资金流、物流三方面。若交易内容为无形商品，则物流可以被省略。

信息流是指把产品信息，如产品的消息、情报、数据和知识等提供给消费者。跨境电子商务中的产品信息主要是通过网络传播，其中的表现形式可以是文案、海报、视频等。资金流是指营销渠道成员之间随着商品实物及其所有权的转移而发生的资金往来流程。物流则指物品从供应地向接收地的实体流动，它将运输、储存、装卸搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等功能有机结合起来满足用户要求的过程。信息流、资金流、物流共同构成了跨境电子商务的整个结构，这个结构也可称为供应链，即供应链是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中的，将供应商、制造商、分销商、零售商直到最终用

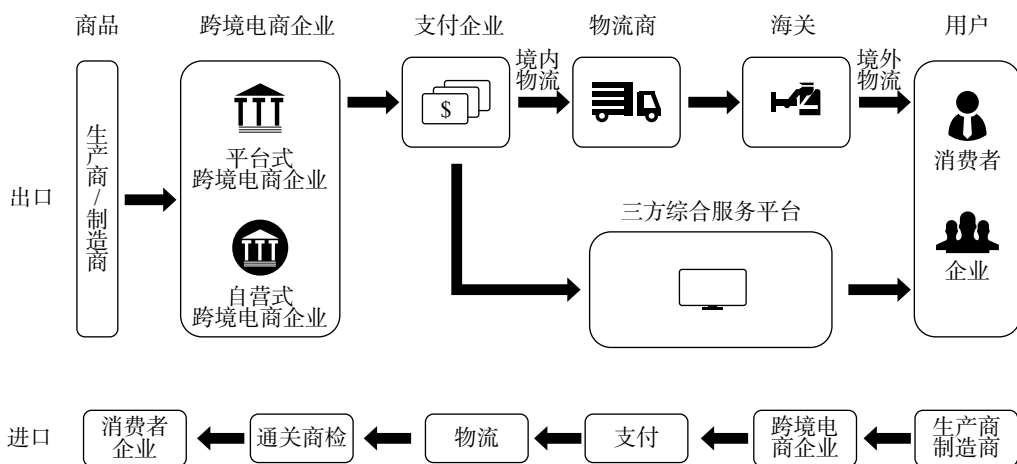


图 1-5

户连成一个整体的功能网链结构。

在供应链管理过程中，信息流是前提，物流是过程，资金流是结果，即先要有市场需求、询价报价、商务合同、采购订单等，才能进行生产准备、生产过程以及订单交付等环节，使物料持续从供应端向客户端流动，并伴随着客户下达订单后或收货后的付款行为，启动资金流的过程。而这些流动运作的源头就是用户需求的变化。在这个过程中，“三流”之间需要互相协同，缺少任何“两流”之间的协同都会对交易过程产生影响，如物流与信息流脱节，经常表现为交货延迟；资金流与物流脱节，或资金流与信息流脱节，则经常表现为付款不及时，影响双方的信任和长期合作。

在现代技术中，通常是借助 ERP 系统来实现物流、信息流、资金流三者的集成，具体如业务系统的集成，即实现物流与信息流的集成；财务系统与业务系统的集成，即实现资金流与物流 / 信息流的集成。

知识点 2：跨境电子商务支付环节的特征

就支付环节而言，上文中提到跨境电子商务由于自身的跨关境特征，要求支付方式可以解决不同货币的收付问题。传统国际贸易的支付方式多是采用买卖双方自付的银行相关模式，如汇款转账等。但是它需要在不同的银行开设不同的账户，程序复杂，手续烦琐，而且它的支付协议需要通过 CA（证书颁发机构）进行认证，速度慢，实现成本高。目前跨境电子商务的支付方式有第三方支付平台和移动支付两种模式。

第三方支付平台是指具备一定实力和信誉保障的独立机构，采用与各大银行签约的方式，通过与银行支付结算系统接口对接而促成交易双方进行交易的网络支付模式。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行货款支付，由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。

第三方支付平台提供一系列的应用接口程序，将多种银行卡支付方式整合到一个界面上，负责交易结算中与银行的对接，使支付操作更加简单且易于接受，网上购物小额度的收付更加快捷、便利。而且，第三方支付平台本身依附于大型的门户网站，以与其合作的银行的信用作为信用依托，因此第三方支付平台能够较好地解决网上交易中的信用问题，解决了早期跨境支付问题，有利于推动跨境电子商务的快速发展。

移动支付是指通过移动设备、互联网或者近距离传感直接或间接向银行金融机构发送支付指令产生货币支付与资金转移行为，实现商业交易。它有短信、扫码、指纹等支付方式。近几年移动支付的快速发展，带来了移动端跨境电子商务的兴起。在跨境电子商务中，每次支付方式的革新，都带来了平台的革新。可见对于跨境电子商务而言，解决交易货币的跨国流通是至关重要的。

由于跨境电子商务买卖双方必须分属不同的关境，因此需要使用 PayPal（贝宝）等第三方国际支付工具或国际信用卡收款，这些收款方式的手续费较高，有些是交易金额的 3%~5%，甚至更高，而且存在汇率风险，回款周期有时长达 6 个月之久，这些都给跨境电子商务卖家造成资金压力。此外，B2B 大额贸易的跨境电子商务支付体系相对不成熟。因此，跨境支付收款方式还有待进一步改善。

知识点 3：跨境电子商务物流环节的特征

在物流环节，虽然无形商品的跨境传送不需要经过实体运输的物流环节，但现有的大部分跨境电子商务多为有形商品的交易。有形商品从卖方到买方的流转必须通过实体的国际物流，需要经过三个环节：商品的出口、商品在目的国的进口和商品在目的国国内送达买家。整个过程距离长，所需的时间长，所涉及的因素也复杂。

跨境电子商务在物流环节与国内电子商务明显的不同就是跨境电子商务需要通关，即报关清关。报关是指货物、行李和邮递物品、运输工具等在进出境或国境时由所有人或其代理人向海关申报，交验规定的单据、证件，请求海关办理进出口的有关手续。一般是在货物当地国家申请。清关是指进口货物、出口货物和转运货物进入一国海关关境或国境必须向海关申报，办理海关规定的各项手续，履行各项法规规定的义务；只有在履行各项义务，办理海关申报、查验、征税、放行等手续后，货物才能放行，货主或申报人才能提货。货物在结关期间，不论是进口、出口或转运，都处在海关监管之下，不准自由流通。一般是在客户所在国家申请。

简略来看，跨境电子商务的物流环节涉及国内物流、国内海关、国际运输、国外海关、国外物流、商检等因素，以及政治、文化、法律、海关、汇率等风险。因此，物流的效率、可到达性、成本、服务直接影响着跨境电子商务的终端消费体验。物流效率低意味着物流周期越长，终端体验越差，而且周期长也会带来国际收付时货币兑换的汇率变动问题。物流的可到达性直接影响了跨境电子商务的覆盖面宽窄。物流成本费用也给予为关键的商品定价带来直接的影响。物流服务是否完善直接影响运输过程中的货损率和用户体验。因此，物流环节是跨境电子商务迫切需要解决的一个课题，如何做到低成本、高效率、服务完善，这是线上电子商务打赢线下实体店的极为关键的一方面。

为了提升购物体验感以及尽可能降低物流成本，海外仓、保税仓等应运而生。这些特别仓库使跨境电子商务的商品似乎不用跨境，能够同国内商品一样迅速送达买家。

海外仓储服务是指由网络外贸交易平台、物流服务商独立或共同为卖家在销售目标地提供的货品仓储、分拣、包装、派送的一站式控制与管理服务。它的出现是跨境电子商务有形贸易繁盛的结果，大量的需求支撑了它的存在。

保税仓是指由海关批准设立的供进口货物储存而不受关税法和进口管制条例管理的仓

库。储存于保税仓库内的进口货物经批准可在仓库内进行改装、分级、抽样、混合和再加工等，这些货物如再出口则免缴关税，如进入国内市场则要缴关税。海外商家可以预先将商品运至保税仓，商家在线销售，消费者在线订购，处理订单入境申报，清关后从保税仓通过境内物流送达消费者。

海外仓和保税仓的产生改变了跨境电子商务结构的基本流程，使商品的国际物流与海关通关部分提至贸易开始之前，使得实际交易开始及其过程中只涉及了境内物流。不管是海外仓还是保税仓，它们都将商品的进出口物流提前到交易之前进行，改变了跨境电子商务流程，缩短了商品送达客户的距离和时间，提高用户对跨境电子商务这一购物手段的体验感。同时，通过保税仓进出口也能节省物流成本。此外，目的国国内物流环节也在不断改善，各种新型方式、对策不断涌现，如亚马逊的“最后一公里”布局等。

知识拓展 1.5



关键词

1. 电子商务 electronic commerce (EC)
2. 跨境电子商务 cross-border e-commerce
3. 生产商 manufacturers
4. 代理商 agents
5. 平台职业经理人 platform professional manager
6. 商业机构对行政机构 business-to-administrations (B2A)
7. 关境 customs area
8. 类目 categories
9. 有形商品 material commodities
10. 无形商品 immaterial commodities
11. 在线旅行社 online travel agency (OTA)
12. 国际贸易标准分类 Standard International Trade Classification (SITC)
13. 跨境物流 cross-border logistics
14. 长尾理论 the long tail theory
15. 利基 niche
16. 小程序 mini program
17. 第三方电子商务平台 third party e-commerce platforms
18. 独立站 independent website
19. 垂直型电子商务平台 vertical e-commerce platform

20. 水平型电子商务平台 horizontal e-commerce platform
21. 综合型电子商务平台 integrated e-commerce platforms
22. 全球支付技术企业 global payments technology company
23. 集货 goods consolidation
24. 直邮 direct delivery
25. 零售分销 retail distribution
26. 海外仓 overseas warehouse
27. 保税区 bonded zone
28. 保税仓 bonded warehouse
29. 报关单 customs declaration
30. 清关 customs clearance
31. 无形性 intangible
32. 匿名性 anonymous
33. 即时性 instantaneously
34. 无纸化 paperless
35. 快速演进 rapidly evolving
36. 全球性 global forum
37. HS 编码 Harmonization System code (HS-Code)
38. 企业资源计划 enterprise resource planning (ERP)
39. 全球贸易项目代码 global trade item number (GTIN)
40. 欧洲物品编码 european article number (EAN)
41. 商品统一代码 universal product code (UPC)
42. B2B business to business
43. B2C business to customer

学 生 练

一、填空题

1. 跨境电子商务结构包括_____、_____和_____三流。
2. 按平台创建者不同分类, 跨境电子商务平台可分为_____和_____。
3. 根据平台交易内容的深度和广度, 跨境电子商务平台可分为_____、_____和_____。
4. 跨境电子商务经营者包括_____、_____以及通过自建网站、其他网络服务销

售商品或者提供服务的跨境电子商务经营者。

5. 跨境电子商务平台前台管理系统包括会员注册登录模块、商品分类展示模块、商品信息检索模块、_____、_____、订单查询模块。

6. 跨境电子商务的间接主体有交易平台提供者、_____、_____、货物运输机构等在内的第三人。

7. 跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体，通过_____完成进出口贸易中的展示、洽谈和交易环节，并通过_____送达商品、完成交割的一种国际商业活动。

8. 自建平台为_____自营的，因此它还被称为_____。

9. 商品按形态划分为_____、_____。

10. 无形商品具体可以分为_____、_____和_____三种。

二、选择题

1. 在我国，目前跨境电子商务的直接参与主体通常不包括（ ）。

- A. 用户 B. 商家 C. 金融机构 D. 政府机构

2. 在电子商务中，除了网银、电子信用卡等支付方式以外，第三方支付可以相对降低网络支付的风险。下列不属于第三方支付优点的是（ ）。

- A. 比较安全 B. 支付成本较低 C. 使用方便 D. 预防虚假交易

3. 下列不属于自建站优点的是（ ）。

- A. 自我成长性 B. 客户忠诚度 C. 短期效应 D. 资源积累

4. 下列不属于第三方平台优点的是（ ）。

- A. 抗政策风险能力 B. 基础流量 C. 短期效应 D. 操作容易度

5. 跨境电子商务中商品的概念得到扩充，它应该可以包括（ ）。

- A. 有形商品、数字商品和服务商品 B. 仅指有形商品
C. 仅指数字商品 D. 仅指服务商品

6. 下列哪几种商业模式不属于跨境电子商务？（ ）

- A. 消费者通过美国亚马逊网站海淘商品
B. 消费者通过洋码头购物平台购买海外商品
C. 消费者通过朋友圈，找人在境外代购快递至国内
D. 消费者通过朋友圈，找人购买海外商品带回国

7. 跨境电子商务的英文名称是（ ）。

- A. cross-border trade B. cross-border commerce
C. cross-border communication D. cross-border electronic commerce

8. 狭义电子商务主要指（ ）。

- A. 使用电话、电报开展商务活动 B. 使用互联网开展商务活动
C. 使用传真、电话开展商务活动 D. 使用电视、电话、传真开展商务活动

9. () 是美国高德纳企业于 1990 年提出的一种供应链的管理思想, 是对企业内部资金流、信息流与物流进行的一体化管理。

- A.SCM B.ERP C.E-CRM D.Data Mining

10. 确定付款时间和交货地点是哪个岗位的职责? ()

- A. 建站与后台维护 B. 询盘转换订单
C. 订单操作与单证 D. 生产安排与跟单管理

三、简答题

1. 跨境电子商务与电子商务的内涵一致吗? 前者具体是指什么?
2. 跨境电子商务的“跨境”表现在哪些方面?
3. 通过电子商务平台, 向中国香港销售商品, 这种商业活动属于跨境电子商务范畴吗?
4. 跨境电子商务中的交易主体包括哪些?
5. 在交易内容方面, 举例说明国内电子商务与跨境电子商务的异同。
6. 亚马逊是否是跨境电子商务平台?
7. 跨境电子商务交易平台有哪几种分类方式?

四、思考分析题

1. 结合现实平台, 分析跨境电子商务商品结构的转型、优化与升级的途径。
2. 请从买家立场设想所期望的跨境电子商务的形态。
3. 对比当年的跨境电子商务进出口类目排行, 思考如何提高我国在国际分工中的地位。

课堂评价

认识跨境电子商务考核评价表

序号	评价内容	得分 / 分			综合得分 / 分
		自评	组评	师评	
1	概念的掌握				
2	术语的掌握				
3	练习的准确率				
合计					

注 综合得分 = 自评 × 30% + 组评 × 30% + 师评 × 40%。

学习项目 1 总结与评价

④ 建议学时

0.25 学时。（总结本学习项目各任务的学习情况。）

⑤ 总结与评价过程

一、汇报总结

序号	汇报人	值得学习的地方	有待改进的地方
1			
2			
3			
4			
5			
6			

二、综合评价

1. 专业能力评价

序号	项目名称	得分
1	学习任务 1	
2	学习任务 2	
3	学习任务 3	
4	学习任务 4	
5	学习任务 5	
综合得分		

注 综合得分为本学习项目中各学习任务得分的平均值。

2. 职业素养能力评价

序号	评价内容	评价标准	得分 / 分			综合得分 / 分
			自评	组评	师评	
1	平台的熟悉度	能否用外语熟练描述平台后台模块				
		能否熟练掌握各模块内容				
		能否熟练描述平台的类别				

续表

序号	评价内容	评价标准	得分 / 分			综合得分 / 分
			自评	组评	师评	
2	流程的熟悉度	能否通过图表阐述整个流程				
		能否掌握各环节在跨境方面的注意点				
3	交易内容理解	能否利用所学的交易内容知识, 拓宽选品思路				
4	学习态度	是否主动完成任务要求中的内容				
		是否自主学习寻找方法解决疑惑				
综合得分						

3. 综合得分

学习项目 1 综合得分 = 专业能力评价得分 × 60% + 职业素养能力评价得分 × 40% + 创新素养能力评价得分。

注：创新素养能力是指学生在学习的过程中提出的具有创新性、可行性的建议的能力；创新素养能力评价得分，满分 10 分（由老师根据表现评定），为加分项。