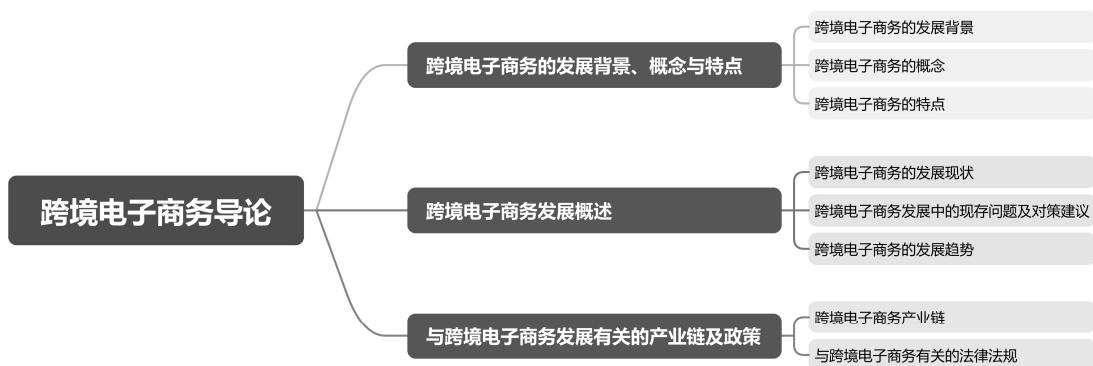


第1章 跨境电子商务导论



知识框架图



学习目标

- 了解跨境电子商务的概念；
- 掌握跨境电子商务的特点；
- 了解跨境电子商务的发展现状及发展趋势；
- 了解与跨境电子商务发展有关的产业链及政策。



关键词

跨境电子商务的概念 跨境电子商务的特点 跨境电子商务的现状及趋势 与跨境电子商务有关的产业链及政策



引例

打造外贸增长“新引擎” 连云港跨境电子商务通关环节全面打通





1.1 跨境电子商务的发展背景、概念与特点

1.1.1 跨境电子商务的发展背景

作为新型高效的交易环境和手段，电子商务正在从某一区域或经济体成员内部向跨区域的全球化交易服务延伸，跨境电子商务成为全球货物与服务的重要流通方式。这种新的贸易形式是在全球化、国际贸易和电子商务发展到新阶段的共同推动下形成的。跨境贸易主要包括货物贸易和服务贸易，本教材主要的研究对象是跨境货物贸易。

1. 全球经济一体化趋势日趋加深

自 20 世纪 70 年代以来，随着跨国公司的全球扩张，生产要素和活动在全球范围内开始重组，生产组织活动的全球化带来了全球经济发展的同步性，也带来了对相应生产性服务业的全球需求，服务业开始出现全球化，全球化发展进入新阶段；而新兴经济体经过一定阶段的高度发展，其生产和消费能力提升，开始逆向发展到发达地区，首先表现在对发达地区消费品的需求，这样全球生产、消费、市场一体化趋势愈加明显；国际组织和各国政府也在推动相关政策的制定，国家或区域间的自由贸易协定大量签订，推动贸易便利化以提高贸易过程中的效率。在多方面的推动下，全球信息和商品等流动更加自由，贸易全球化、无国界贸易进一步发展，跨境贸易日益频繁。

2. 跨境贸易进入转型期

近几年，贸易环境发生了较大的变化：一是敏捷生产和供应链管理理念的广泛应用，使得生产企业，尤其是跨国企业的全球采购行为发生变化，转向零库存管理；二是个人消费习惯的改变，伴随着信息技术而成长起来的新一代消费者，正在成为市场主力军之一，电子化、个性化、时尚化等思维特点正在驱动社会及商业领域的变革；三是风险规避需求的上升，尤其是近几年，经济发展高度不确定，这必然要求分散风险，推动传统跨境贸易形式发生变化。

因此，在跨境贸易的企业间市场，跨境贸易由大批量交易向小批量、多批次、短期、快速交易方式转变；在个人消费市场，由原有的自然人流动附带性购物转变为主动性、经常性的跨境购物，跨境交易快速增加，通常以快件和邮件的物流方式为主，使得个人小额、多次、多样化的碎片化交易跨境消费市场规模日益增长，从而推动商业化、规模化企业行为出现，逐渐形成新业态和产业，如海淘和跨境电子商务平台以及跨境电子商务服务商等。

3. 政府与政策红利的驱动

政府与政策的推力是巨大的，甚至能够起到决定性与导向性作用。在跨境电子商务成为全球热点后，各国政府纷纷开始重视跨境电子商务市场，出台了一系列政策推动其发展。跨境电子商务受到政策红利的驱动，进一步加快了发展步伐。以中国为例，据不完全统计，



近几年政府密集出台了诸多政策，旨在推动跨境电子商务的发展。2015年6月在圣彼得堡经济论坛期间，俄罗斯提出将拉动经济增长的源头从能源（石油、天然气、核电）开始转向互联网经济、物流与跨境贸易。在印度，政府实施新自由主义经济政策，涉及财政、货币、物价及外资等多个领域，为服务业的发展创造了环境。在澳大利亚，政府鼓励中小企业通过跨境电子商务渠道开拓海外市场，并通过中国电子商务平台“京东商城”与“1号店”促销试验。在拉美地区，中国电子商务平台与巴西等协商推动跨境电子商务业务等。

4. 电子商务逐渐由国内市场向国际市场拓展

电子商务具有天然的全球性，向全球市场的拓展是电子商务自身的必然发展。自经历了网络泡沫以后，美国等发达国家的电子商务保持长期上升趋势，电子商务的便利性已经成为个人消费者和企业的内在需求。

但近年来，一些领先地区国内市场的发展趋于饱和，网购渗透率提升空间已不大，这主要是由于北美和西欧地区的信息基础设施发展较为完善，市场发展较为成熟，网购渗透率比较高。而亚太等新兴地区电子商务增长远远超过上述地区，并在2012年首次超过西欧地区成为全球第二大市场。随着新兴地区信息基础设施的持续普及，新兴地区的电子商务领域将不断发展。这导致电子商务巨头目前纷纷高举国际扩张战略的大旗，积极走向全球化。同时，电子商务相关技术发展逐渐成熟，金融支付、物流体系等支撑体系日益完善，相关基础设施和法律体系逐渐形成，贸易便利化、电子数据交换与电子海关等政策、法规和标准在全球推行，使得跨境贸易电子商务的条件日益成熟。因此，在全球化进程加深，消费行为和习惯发生变化的背景下，电子商务成为跨境贸易转型的必然选择。

1.1.2 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，通过电子商务平台达成交易、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业活动。



案例 1-1

杭州综试区直播公布首批 95 个海外服务网络试点企业



1.1.3 跨境电子商务的特点

跨境电子商务是基于网络发展起来的，网络空间相对于物理空间来说是一个新概念，是一个由网址和密码组成的虚拟但客观存在的世界。网络空间独特的价值标准和行为模式深刻地影响着跨境电子商务，使其不同于传统的交易方式而呈现出自己的特点。



1. 多边化

传统的国际（地区间）贸易主要表现为两国（地区）之间的双边贸易，即使有多边贸易，也是通过多个双边贸易实现的，呈线状结构。跨境电子商务可以通过 A 国（地区）的交易平台、B 国（地区）的支付结算平台、C 国（地区）的物流平台，实现其他国家（地区）间的直接贸易。与贸易过程相关的信息流、商流、物流、资金流由传统的双边逐步向多边演进，呈网状结构，正在重构世界经济新秩序。

2. 直接化

传统的国际（地区间）贸易主要由一国（地区）的进/出口商通过另一国（地区）的出/进口商集中进/出口大批量货物，然后通过境内流通企业的多级分销，最后到达有进/出口需求的企业或消费者。进出口环节多、时间长、成本高。跨境电子商务可以通过电子商务交易与服务平台，实现多国（地区）企业之间、企业与最终消费者之间的直接交易，其进出口环节少、时间短、成本低、效率高。

3. 小批量

跨境电子商务通过电子商务交易与服务平台，实现多国（地区）企业之间、企业与最终消费者之间的直接交易。由于是单个企业之间或单个企业与单个消费者之间的交易，相对于传统贸易而言，大多是小批量，甚至是单件。

4. 高频度

跨境电子商务是单个企业之间或单个企业与单个消费者之间的交易，而且是即时按需采购、销售或消费，相对于传统贸易而言，交易的次数或频率更高。

5. 数字化

传统的国际（地区间）贸易，主要是实物产品或服务交易。随着信息网络技术应用的不断深化，数字化产品（软件、影视、游戏等）的品类和贸易量快速增长，且通过跨境电子商务进行销售或消费的趋势更加明显。但关于“数字化”面临的一大挑战是，目前数字化产品的跨境贸易还没有纳入海关等政府相关部门的有效监管、贸易量统计、收缴关税的范围。

6. 快速演进

互联网是一个新生事物，在现阶段它尚处在幼年时期，网络设施和相应的软件协议的未来发展具有很大的不确定性。但税法制定者必须考虑的问题是网络，它像其他的新生儿一样，必将以前所未有的速度和无法预知的方式不断演进。基于互联网的电子商务活动也处在瞬息万变的过程中，在短短的几十年中，电子交易经历了从 EDI（电子数据交换）到电子商务零售业的兴起过程，而数字化产品和服务更是花样出新，不断地改变着人们的生活。

一般情况下，各国为维护社会的稳定，都会注意保持法律的持续性与稳定性，税收法律也不例外。这样一来，网络的超速发展与税收法律规范的相对滞后就会产生矛盾。如何



将时刻都处在发展与变化中的网络交易纳入税法的规范，是税收领域的一个难题。网络的发展不断给税务机关带来新的挑战，税务政策的制定者和税法立法机关应当密切注意网络的发展，在制定税务政策和税法规范时要充分考虑这一因素。

跨国电子商务具有不同于传统贸易方式的诸多特点，而传统的税法制度却是在传统的贸易方式下产生的，必然会在电子商务贸易的管理层面漏洞百出。网络深刻地影响着人类社会，也给税收法律规范带来了前所未有的冲击与挑战。

1.2 跨境电子商务发展概述

1.2.1 跨境电子商务的发展现状

随着“互联网+”时代的来临，跨境电子商务已经站到了资本市场的风口上。跨境电子商务有望成为对冲出口增速下降的利器。近年来，随着国际贸易条件的恶化，以及欧洲、日本的需求持续疲弱，中国出口贸易增速放缓。而以跨境电子商务为代表的新型贸易近年来的发展脚步正在逐渐加快，并有望成为中国贸易乃至整个经济的全新增长引擎。

从结构上看，跨境出口电子商务的比例将长期高于跨境进口电子商务的比例，中国跨境电子商务的发展将始终以出口为主，以进口为辅。国家近年来力促跨境电子商务的发展，更多旨在扶持传统外贸企业借助互联网的渠道实现转型升级。

随着跨境物流、支付等环节问题的进一步突破和跨境电子商务企业盈利能力的进一步提升，未来行业将迎来黄金发展期。未来中国跨境电子商务重点将从B2C（企业对顾客）转向B2B（企业对企业），电子商务的B2B具有更大的发展潜力。特别是通过推动制造型企业上线，促进外贸综合服务企业和现代物流企业转型，从生产、销售端共同发力，成为跨境贸易电子商务发展的主要策略。

1.2.2 跨境电子商务发展中的现存问题及对策建议

1. 跨境电子商务发展中的现存问题

1) 产品同质化严重

近几年跨境电子商务发展迅速，吸引了大量商家的涌入，行业竞争加剧。一些热销且利润空间较大的产品，如3C产品（计算机、通信和消费类电子产品三者结合，亦称信息家电）及附件等，众多跨境电子商务公司都在销售，导致产品同质化现象严重。各大跨境电子商务企业之间市场竞争十分激烈，尤其以价格竞争为主要手段，尝试着在发展初期快速抢占市场份额。价格恶性竞争，直接导致传统产品从“蓝海”快速跨越到“红海”，以消费电子产品、家用电器、服装与鞋类、化妆品、食物与饮料、婴幼儿用品等传统产品的表现最为明显。



2) 缺乏品牌建设

跨境电子商务能发展起来，在很大程度上是源于中国制造大国的优势，即以价格低廉的产品吸引消费者。目前跨境电子商务行业中很多产品从一些小工厂出货，包括一些 3C 产品、服装等，整个产品质量控制相对来说存在一定的问题，大部分跨境电子商务企业还未涉及品牌化建设阶段。

3) 通关壁垒

尽管基于互联网的信息流动畅通无阻，但货物的自由流动仍然受到关境的限制。对于各关境而言，对小额进出口货物的管理本身就是一个复杂的问题：完全放开小额进出口，不利于关境控制，容易给国家（地区）造成损失；而对小额进出口管制过严，必然会阻碍产业的发展，将出现更多不通过正规途径的地下交易。

4) 跨境物流滞后

线上商品交易与线下货物配送是整个产业链中的上下两环，两者发展须相辅相成，当前跨境电商电子商务的快速发展却让国际（地区间）物流运输渠道措手不及。跨境电商电子商务情况较复杂，且各国（地区）间政策差异较大，很难像内贸电子商务一样通过自建物流的方式来解决物流问题。跨境电子商务的物流周期是非常长的，中国到美国和欧洲一般要 7~15 天，到南美、俄罗斯会更长（25~35 天）。除物流时间长之外，物流还存在投递不稳定的问题，收货时间波动很大，有时 7 天收到，有时 20 天收到。

5) 人才缺失

跨境电子商务贸易在快速发展的同时，逐渐暴露出综合型外贸人才缺口严重等问题。跨境电子商务人才缺失主要有以下几个原因。

(1) 语种限制。目前做跨境电商电子商务的人才主要还是来自外贸行业，以英语专业居多，一些小语种电子商务人才缺乏。但事实上，像巴西、俄罗斯、蒙古等国家，跨境电商电子商务具有很大的发展潜力，也是跨境电商企业应关注的重点。

(2) 能力要求高。从事跨境电商电子商务业务的人才，除要突破语种的限制外，还要了解境外的市场、交易方式、消费习惯等，同时，还要了解各大平台的交易规则和交易特征。

基于以上两个原因，符合跨境电商电子商务要求的人才很少，人才缺乏已经成为业内常态。

2. 跨境电子商务发展的对策建议

1) 构建跨境电子商务法律法规体系

与跨境电子商务规模快速发展形成鲜明对比的是，目前尚未建立针对跨境电子商务的法律法规体系。因此，构建跨境电子商务法律法规体系已经十分迫切。一方面，在跨境电子商务法律法规的制定过程中，既要以确定的安排弥补技术和信用的不足，又要给跨境电子商务发展创造相对宽松的法制环境，避免过度监管；另一方面，构建跨境电子商务法律法规体系，不仅需要新制定专门的法律法规，也需要合理解释原有法律和制定有利于跨境电子商务发展的配套法律法规。

2) 完善跨境电子商务管理体制

跨境电子商务面临着比境内交易更为复杂的环境，我国在跨境电子商务的监管、结汇、税收等方面的管理还处于探索阶段，需要进一步完善管理体制。具体措施包括：制定与促进跨境贸易电子商务通关服务相关的配套管理制度和标准规范，完善跨境电子商务安全认



证体系和信用体系，建立跨境电子商务的检验检疫监管模式，以及跨境电子商务产品质量的安全监管和溯源机制，优化海关、国检、国税、外管、电子商务企业、物流企业等之间的流程衔接。

3) 打造跨境电子商务贸易平台

由于缺乏完善的跨境电子商务贸易平台，贸易双方的利益难以通过有公信力的第三方服务平台进行保障，特别是一直处于“半地下”状态的海淘。因此，建议打造公平、开放、具有公信力的跨境电子商务第三方服务平台，引进大型电子商务、进口免税、金融服务、百货企业、跨境物流等企业。通过监管服务模式创新、低成本便捷通关、便利缴税等举措，降低传统进出口环节成本，保证跨境交易具有质量保障、价格合理、税费透明、物流便捷、售后保障等优势，使平台能够成为全球商家面向中国消费者开展个性化服务的便利渠道。

4) 加强跨境电子商务监管的国际（地区间）合作

跨境电子商务交易具有全球性特征，需要不同国家或地区之间有跨区域、跨文化、跨体制的监管合作。要探索针对跨境电子商务的新型国际（地区间）合作监管方式和方法，更好地保护消费者使用跨境电子商务服务的权益，促进跨境电子商务的健康发展。同时，还要积极参与跨境电子商务多边谈判，在跨境电子商务规则的制定中争取话语权，为境内企业参与竞争提供规则。

5) 加强跨境电子商务行业自律

跨境电子商务行业的健康发展，固然离不开政策的规范指导及法律法规的约束，但也需要行业的自我约束。加强跨境电子商务行业自律，就是要鼓励跨境电子商务企业界、非营利性组织、第三方平台、评价机构等建立行业自律体系，推动跨境电子商务业务相关行业标准出台，对跨境电子商务的交易渠道、交易过程等环节进行内部规范，营造统一开放、竞争有序的跨境电子商务市场环境，促进跨境电子商务的快速、可持续、健康发展。



案例 1-2

济南关区首单跨境电商保税零售进口 在潍坊综合保税区落地



1.2.3 跨境电子商务的发展趋势

在经济全球化以及电子商务快速发展的大趋势下，全球市场跨境网购需求空间巨大，国内跨境电子商务行业有望迎来新的发展契机。跨境电子商务行业成为整个电子商务行业追逐的热点，未来三年跨境电子商务规模增速有望超过 30%。跨境电子商务交易平台也将向移动化、垂直化、本地化、高端化发展。



1. 移动化

中国电子商务研究中心监测数据表明，从欧美市场来看，移动消费需求巨大，消费者随时随地地享受购物为卖家带来更大的市场机会，而且移动端的交易具有更强的冲动性，因此转化率比传统 PC（个人计算机）端更高，利润也更高。

2. 垂直化

对于每一个跨境电子商务平台来说，都有自己的优势和忠实的用户群，或者是在某个国家或地区有重要的影响力，所以对特定的产品和用户群来说，对目标市场进行深耕细作也是十分重要的策略。从最近上线的跨境电子商务平台看，仅有少数几家是综合性的交易平台，其余都是在国家或者品类上垂直细分领域，其中以母婴、美妆、服饰类目最为普遍。

3. 本地化

随着物流配套的持续升级，尤其是海外仓模式的兴起，国内众多电子商务企业都在密集布局海外购物市场，将大宗货物直接备货在境外，让国外消费者享受本地化的物流和退换货服务。未来，跨境电子商务交易将提升本地化服务质量和水平。本地化服务竞争将成为未来跨境交易的关键点。

4. 高端化

全球市场对中国制造的选择也在逐渐发生转变，不仅只是以低价作为切入点，而是对中国制造的产品质量、品牌知名度、品牌影响力、信誉程度、产品价格等多方面因素进行综合考量。全球市场对中国制造选择的转变，表明全球市场对中国制造的进一步认可，且报以更高的期望，同时也表现出中国跨境电子商务未来发展的核心方向。

1.3 与跨境电子商务发展有关的产业链及政策

1.3.1 跨境电子商务产业链

1. 跨境电子商务的业务主体

1) 跨境电子商务企业

跨境电子商务企业主要包括平台型企业和自营型企业两种。平台型企业主要提供信息服务和交易服务，包括 B2B 和 B2C 两种类型；自营型企业平台的所有商品均为海外生产或销售的正品，通过对商品的受欢迎程度和国内消费者一定时期内的购物记录进行大数据分析，有针对性地通过渠道批量采购商品至国内，最后在平台上架销售。自营型企业平台根据面向消费对象的不同分为 B2B 和 B2C 两种类型。

2) 金融支付企业

跨境电子商务由于涉及跨境转账，其支付过程与国内电子商务采用的支付宝、微信支付、网银等收款方式差别较大。不同的跨境收款方式有不同的金额限制和到账速度。总体



来看，跨境支付方式有两大类：一种是线上支付，包括各种电子账户支付方式和国际信用卡，由于线上支付手段通常有交易额的限制，所以比较适合小额的跨境零售；另一种是线下汇款模式，比较适用于大金额的跨境B2B交易。

3) 物流运输企业

受制于地理、通关等因素，跨境电子商务的物流环节与国内电子商务有较大不同。目前常用的国际物流方式中，B2C主要以商业快递（如DHL、UPS、TNT等）、邮政渠道（如中国邮政）、自主专线（如中东专线Aramex、中俄专线ZTO Express to Russia）等方式为主，B2B主要以空运、海运和联运为主。

4) 第三方综合服务企业

跨境电子商务第三方服务企业包括综合服务企业和营销、代运营企业。综合服务企业通常以电子商务公共服务平台为载体，为中小型企业提供进出口代理、通关、物流、退税、融资等外贸一站式外包服务，如世贸通、快贸通、易单网等。IT（信息技术）、营销、代运营企业主要为跨境电子商务企业提供跨境电子商务系统构建、技术支持、产品线运营、多渠道营销推广等服务，代表企业有四海商舟（BizArk）、畅路销（ChannelAdvisor）等。

2. 跨境电子商务产业链及各环节分析

生产厂商/制造商、批发商/零售商、金融支付企业、物流运输业以及第三方综合服务企业在跨境电子商务各类企业业务上的紧密衔接形成了跨境电子商务的产业链。

从事跨境电子商务的企业可以选择自营模式或借助跨境电子商务平台开展跨境电子商务业务，若需要获得技术、网络营销、代运营方面的支持，则可以借助第三方服务企业。跨境电子商务产业链中的物流企业和金融企业则分别为跨境电子商务业务提供物流和金融支持。



案例 1-3

eWTP 比利时公共服务平台上线 为中欧跨境电子商务造风



1.3.2 与跨境电子商务有关的法律法规

跨境电子商务产业的快速发展给企业和社会带来了巨大的经济效益，同时也伴随产生了各种纠纷与问题，这既需要政府加强监管和引导，也需要经营者对跨境电子商务相关的法律法规有足够的了解，才能应对日益复杂的国际贸易。

当前，中国跨境电子商务法律法规可以分为三类。第一类是跨境电子商务法律法规，即跨境电子商务作为电子商务本身的法律法规，其关键在于应对新技术、新空间、新模式给电子商务带来的新挑战；第二类是跨境电子商务运营法律法规，主要涉及贸易、商务、



运输等问题；第三类是跨境电子商务监管法律法规，主要针对跨境电子商务流程中的通关、商检、外汇税务等问题，对跨境电子商务交易和服务的参与者具有约束作用。

在这些法律法规中，《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）起到了统领性作用，自2019年1月1日起施行的《电子商务法》是中国电子商务领域的首部综合性法律，对以上三类法律法规的内容都有涉及，其施行标志着电子商务全面法制化时代的到来。

1. 跨境电子商务基础法律法规

跨境电子商务作为一种电子商务活动，活动的参与者需要遵守电子商务的基础法律法规。当前中国电子商务的基础法律法规可以分为以下几类。

1) 促进跨境电子商务发展的相关法律法规

《电子商务法》第五章对促进跨境电子商务发展做了相关说明，第七十一条规定“国家促进跨境电子商务发展，建立健全适应跨境电子商务特点的海关、税收、进出境检验检疫、支付结算等管理制度，提高跨境电子商务各环节便利化水平”，特别强调“国家支持小型微型企业从事跨境电子商务”。

2) 电子商务参与者的登记、准入和认定的相关法律法规

《电子商务法》第二章对电子商务经营者和电子商务平台经营者的登记、准入和认定做出了相关规定，强调依法办理相关手续。

因为跨境电子商务的很多参与者具有贸易主体的地位，所以包括跨境电子商务B2B在内的一些模式仍然适用于货物贸易的情形，需要受到《对外贸易法》和《对外贸易经营者备案登记办法》等法律法规的约束。针对货物进出口环节，中国还具体制定了《货物进出口管理条例》，规定了禁止进出口、限制进出口和自由进出口的货物的管理措施。

在《电子商务法》正式颁布之前，此类法律制度主要以部门规章或规范性指导文件的形式存在，参与交易的企业及第三方服务商都有一定的登记和准入要求，个人准入条件则较为模糊和宽泛。若涉及设立网站行为，应主要依据《电信条例》和《互联网信息服务管理办法》进行审批和登记；第三方平台服务商还需要符合《第三方电子商务交易平台规范》的其他准入条件；电子商务各项活动的参与者应参照《电子商务模式规范》中关于成立、注册、身份认定审核的条件；从参与交易或服务经营的角度，应符合国家工商总局出台的《网络商品交易及有关服务行为管理的暂行办法》。

3) 知识产权的相关法律制度

关于知识产权，《电子商务法》第二章第四十一条规定，“电子商务平台经营者应当建立知识产权保护规则，与知识产权权利人加强合作，依法保护知识产权”。第四十二条规定，“知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施，通知应当包括构成侵权的初步证据”。

除了《电子商务法》，知识产权保护还需要遵守《商标法》《著作权法》《专利法》的相关规定，并遵守一些关于域名管理及网络信息传播管理的相关规定。

此外，中国已加入或批准了《保护工业产权巴黎公约》及《商标国际注册的马德里协定》，在加入世界贸易组织（World Trade Organization, WTO）之后也受到了《与贸易有



关的知识产权协定》的约束，这些法律及国际公约详细规定了知识产权的性质、实施程序和争议解决机制。

4) 跨境电子商务综合试验区的政策

中国跨境电子商务综合试验区是中国设立的跨境电子商务综合性质的先行先试城市区域，旨在跨境电子商务交易、支付、物流、通关、退税、结汇等环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展，破解跨境电子商务发展中的深层次矛盾和体制性难题，打造跨境电子商务完整的产业链和生态链，逐步形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，为推动中国跨境电子商务健康发展提供可复制、可推广的经验。

截至 2023 年 2 月，中国已先后设立了 7 批跨境电子商务综合试验区，跨境电子商务综合试验区的数量达到 165 个，基本覆盖全国。

2. 跨境电子商务运营法律法规

1) 电子商务合同、签名及认证的相关法律制度

《电子商务法》第三章对电子商务合同的订立与履行、签名及认证进行了相关规定，强调部分情况仍然适用《中华人民共和国民法总则》《中华人民共和国电子签名法》等法律。

此外，电子商务合同还可以借鉴国际上有关电子商务法律所规定的关于电子商务合同的条文，如联合国的《电子商务示范法》《联合国国际货物销售合同公约》和美国的《统一计算机信息交易法》等。当前国际上比较重要的公约是《联合国国际货物销售合同公约》，该公约具体规范了合同订立行为、货物销售、卖方义务、货物相符（含货物检验行为等）、买方义务及补救措施、风险转移、救济措施、合同无效的规定等。

2) 电子商务支付的法律制度

《电子商务法》第三章第五十三条规定，“电子商务当事人可以约定采用电子支付方式支付价款”。

《电子商务法》还对电子支付服务提供者提出了要求。第一，电子支付服务提供者应当确保电子支付指令的完整性、一致性、可跟踪稽核和不可篡改；第二，电子支付服务提供者应当向用户免费提供对账服务，以及最近三年的交易记录；第三，电子支付服务提供者提供电子支付服务不符合国家有关支付安全管理要求，造成用户损失的，应当承担赔偿责任。

对于《电子商务法》没有说明的电子商务支付的其他情况，可以参照中国人民银行发布的《电子支付指引》的相关规定。

3) 电子商务物流的法律法规

《电子商务法》第五十一条和第五十二条对快递物流做出了原则性规定，规定电子商务当事人可以约定采用快递物流方式交付商品。

跨境电子商务交易活动涉及较多的跨境物流和运输问题，涉及海洋运输和航空运输方面的法律，可以参照《海商法》《航空法》《货物运输代理业管理规定》。这些法律法规对承运人的责任、交货提货、保险等事项做了具体规定，同时也对国际贸易中的货物运输代理行为做了规范，厘清了代理人作为承运人的责任。关于货物运输代理行为，还可以参



照中国的《民法典》的相关规定。

4) 争议解决方面的法律规定

关于电子商务争议，在《电子商务法》的“第四章 电子商务争议解决”中做出了一般性的规定，部分情况仍然适用《中华人民共和国消费者权益保护法》。《电子商务法》强调电子商务争议可以通过协商和解，电子商务平台经营者可以建立争议在线解决机制，积极协助消费者维护合法权益，并且提供原始合同和交易记录。

3. 跨境电子商务监管法律法规

《电子商务法》对跨境电子商务监管做了原则性规定，要求从事跨境电子商务的经营者应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定。

跨境电子商务监管法律法规具体可以分为以下几个方面。

1) 跨境电子商务监管模式

2014年2月，海关总署发布了《关于增列海关监管方式代码的公告》，增列海关监管方式代码9610，全称为“跨境贸易电子商务”，简称“电子商务”，适用于境内个人或电子商务企业通过电子商务交易平台实现交易，并采用“清单核放、汇总申报”模式办理通关手续的电子商务零售进出口商品（通过海关特殊监管区域或保税监管场所一线的电子商务零售进出口商品除外）。

2014年7月，海关总署发布了《关于增列海关监管方式代码的公告》，增列海关监管方式代码1210，全称为“保税跨境贸易电子商务”，简称“保税电商”，适用于境内个人或电子商务企业在经海关认可的电子商务平台实现跨境交易，并通过海关特殊监管区域或保税监管场所进出的电子商务零售进出境商品〔海关特殊监管区域、保税监管场所与境内区外（场所外）之间通过电子商务平台交易的零售进出口商品不适用该监管方式〕。

2020年6月，海关总署发布了《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》，增列海关监管方式代码9710，全称为“跨境电子商务企业对企业直接出口”，简称“跨境电商B2B直接出口”，适用于跨境电子商务B2B直接出口的货物；增列海关监管方式代码9810，全称为“跨境电子商务出口海外仓”，简称“跨境电商出口海外仓”，适用于跨境电子商务出口海外仓的货物。

当前，海关对跨境电子商务监管的模式有四种，海关监管方式代码分别是9610、1210、9710和9810。

2) 商检方面的法律法规

跨境电子商务货物商检的内容与一般贸易货物的商检内容基本相同，需要商检的货物由海关实施商检。

2005年8月通过了《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》，对商检拟定了细则，还出台了一些针对邮递和快件的检验检疫细则，如《进出境邮寄物检疫管理办法》和《出入境快件检验检疫管理办法》等；2019年3月通过了《国务院关于修改部分行政法规的决定》，原国家质量监督检验检疫总局的出入境检验检疫管理职责和队伍划入海关总署。

3) 外汇管理的有关规定

跨境电子商务主要涉及向外汇管理部门、金融机构的结汇问题。当前的法律法规主要



有《外汇管理条例》，其中所涉及的经常项目售汇、结汇条文会直接影响跨境电子商务的支付。

为了鼓励和支持“支付机构通过银行为小额电子商务（货物贸易或服务贸易）交易双方提供跨境互联网支付所涉及的外汇资金集中收付及相关结售汇服务”，国家外汇管理局已经批准了北京、上海、深圳、重庆、杭州5个城市的22家企业开展跨境电子商务第三方外汇支付试点。国家外汇管理局同时规定，试点支付机构为客户集中办理收付汇和结售汇业务，货物贸易单笔交易金额不得超过等值1万美元，留学教育、航空机票和酒店项下单笔交易金额不得超过等值5万美元。



技能实训

了解跨境电子商务

一、实验目的

1. 通过本次实训，使学生对跨境电子商务有基础的了解，知道跨境电子商务讲的是什么。
2. 要求学生掌握跨境电子商务的特点、概念；了解跨境电子商务的发展现状以及与跨境电子商务发展有关的政策。

二、实验内容

1. 网上搜索关于跨境电子商务的资讯，对跨境电子商务最新的现状有所了解。
2. 网上搜索跨境电子商务，列出跨境电子商务不同于课本上的特点。
3. 要求：写一份关于跨境电子商务的调查报告，记录在实验报告上。

三、设备与所需软件

多媒体实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机。

四、报告与考核

实验报告要求	实验考核要求
(1) 实验目的; (2) 实验内容及要求; (3) 实验过程; (4) 实验心得; (5) 同学之间关于实验的交流	(1) 学生根据实验要求提交实验报告; (2) 教师根据实验报告评定单项实验成绩; (3) 根据单项实验成绩和实验报告内容给出整体实验成绩; (4) 整体实验成绩根据适当比例计入课程总分



章节巩固与测评

1. 跨境电子商务的概念是什么？
2. 跨境电子商务的特点是什么？
3. 跨境电子商务发展的现存问题有哪些？
4. 跨境电子商务的业务主体包括哪些？