

揭阳职业技术学院



教案

课程：外贸电商概论及实务 任课教师：倪盛盛

专业：小学英语教育（专本协同） 班级：231

学期授课计划时数：36 课时

项目一	跨境电子商务基础知识
教学目标	<p>知识目标：了解跨境电商产生和发展</p> <p>技能目标：（1）能够叙述跨境电商的产生的背景和原因；（2）能够叙述跨境电商的发展历程</p> <p>素养目标：（1）跨境电商的产生；（2）跨境电商的发展</p> <p>课程思政：引导学生树立全局意识和创新意识，培养学生应对突发事件的能力。</p>
教学内容	<p>项目一 跨境电子商务基础知识</p> <p>任务一 认识跨境电子商务</p> <p>任务二 跨境电子商务发展历程</p> <p>任务三 跨境电子商务行业现状及发展策略</p>
教学重点	跨境电子商务模式
教学难点	运用跨境电子商务相关知识分析问题、解决问题
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	<p>（1）了解跨境电子商务概况</p> <p>（2）了解跨境电子商务行业现状及发展策略</p>

教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）

导入：

王健林豪赌马云：零售市场电商份额 2020 年能否到 50%。

浙江在线 2012 年 12 月 14 日讯：“到 2020 年，如果电商在中国零售市场份额占到 50%，我给马云一个亿。如果没到，他还我一个亿。”王健林放言。

赌金一个亿！谁也没想到央视中国年度经济人物颁奖晚会，万达集团董事长王健林竟一语抢了风头。当时，他与阿里巴巴集团董事局主席马云当着全国人民的面来了一场“豪赌”，赌的是到 2020 年，电商能否占有整个大零售市场的 50% 份额。

这场传统零售与电商渠道的世纪豪赌也在昨天瞬间引发了各方的热烈讨论和站队。

（一）跨境电商的定义

跨境电商是跨境电子商务的简称。从狭义来看，也称跨境零售，主要指在电子信息技术的基础上，消费者通过线上的方式完成商品的跨境流通、交易、支付等过程的贸易形式。从广义上来说，也可理解为对外贸易的电子化，即将传统外贸的交易流程借助电子信息技术完成。跨境电商的实质是传统外贸的网络化、电子化和信息化。

跨境电子商务是基于因特网发展起来的，网络空间是一个由网页连接地址和密码组成的虚拟但客观存在的世界，相对于物理空间来说不是一个空间，而是一个新空间。跨境电子商务被网络空间独特的行为模式和价值观念深刻地影响着，表现出自己的特点使其有别于传统的事务。

跨国电子商务具有如下特征：

1、全球性

只要有互联网络的地方，在世界的任何一个角落就可以发生电子商务，然后通过小包快递等物流的方式，发到世界的另外一端。由于互联网这个方式让跨境电商生来就具有了全球性的特征。然而由于各个国家文化、政治和法律的不同，给跨境电商带来了风险。

2、无形性

由于通过互联网络，跨境电子交易会在很短的时间里交易完成，所发送的服务和产品可能只需要通过网络发送几个数据包就可以通过 TCP/IP 通讯协议发送到消费者的手中，其形式是无形的，所以有关机关是很难掌握和监管其交易活动内容的。

3、匿名性

在电子商务交易中是允许匿名交易的，在线交易的消费者往往不使用自己的真实身份进行交易，电子商务又具有全球性和无形性，所以很难判断其地理位置和身份的。隐匿身份的便利导致在虚拟世界里自由与责任的不对称。卖家隐匿了其身份和地址，让有关部门很难知道其真正的位置。电子商务交易的匿名性让应纳纳税人可以钻空子，利用避税地联机金融机构来规避税收监管。

4、即时性

跨境电子商务通过互联网可以瞬间完成订货、付款、交货的动作，可以即

时完成，即时取消，即时变动，这个即时性导致交易的随意性，有关部门很难监管控制，加之税收征管部门的技术落后，税收很难被征收。

5、无纸化

电子商务无纸化是其主要的特点之一。在电子交易中，以电子合同、电子时间代替了传统贸易中的书面合同、结算票据等一系列的纸质交易文件。用户接收或发送电子信息以 INTERNET 为媒介进行传递，整个信息传送和接收过程都是数据形式传输，实现了无纸化。无纸化带来的积极影响是使信息传递摆脱了纸张的限制提升了效率。但由于传统法律的许多规范是以纸张文件为依据的，因此，无纸化变更了原本的交易次序，造成一定程度的混乱。

6、快速演进

跨境电商的交易是依托互联网的网络设施和相应的软件协议的，数字化的产品是千变万化的，技术正是以前所未有的速度在快速地演进。然而各国为了社会的稳定会保持法律的持续性和稳定性，目前的法律都是根据传统贸易来制定的，如何将瞬息万变的网络交易纳入税法的规范，是税收部门的一个新课题。立法人员应该密切注意网络的发展，根据跨境电商的特殊贸易类型，制定合适的相关法律法规。

（二）跨境电商的模式

跨境电子商务按照进出境物流流向可分为跨境出口和跨境进口两部分。跨境电商出口从刚开始发展到现在已经有十几年了，而跨境进口电商起步时间较短，但目前正是如火如荼的状态，前景盈利可观。首先由母婴产品为主的一批海淘族产生了，由刚开始的奶粉尿布、奢侈品，到现在的生活用品、水果生鲜。海淘的大热促进了进口跨境电商。海淘大热的一个原因是由于人们生活水平提高了，消费能力升级到了另外一个层面；另一个原因在于供应链物流与管理的完善，通过快递等方式让商品最便捷地到达国内消费者手里。而这过程中就涉及其他几个环节了，如支付、通关、仓储、转运等。

首先是价格便宜。传统外贸必须经过很多层环节，首先从境外品牌商或经销商发出，然后通过国内代理品牌商、经销商、零售商等多个环节才能最终到达消费者的手上，每层环节的加价分别在 15-20%，最后的零售价为出厂价的两到三倍以上。而跨境进口电商是从境外供应商直接采购商品后直接到最终消费者的手中的，减少了中间差价。这样跨境进口电商的模式在流程上就直接节约了消费者的成本。除了由于流程上节约了成本，还有税收上也得到了优惠。通过跨境电子商务进行交易只收取行邮税。海关总署规定：对于条件符合的跨境电商，进口业务使用行邮税政策。行邮税的好处如下：商品单价在 500 元以下不征税；50 元和 50 元以下的税额，还可以享受免征的优惠。再则，跨境电商面对的品牌比传统进口贸易要丰富多了，消费者就有更多的选择。国内消费者更愿意选择食品安全系数高的国家的品牌，然而国外品牌众多进入中国的没几个，这也迫使更多人进入海淘行列。2014 年进口最多的就是母婴产品。跨境进口电商目前主要有直邮进口和保税进口两种模式。

直邮进口模式按个人邮递物品征税。指符合条件与海关联网的电商平台，将国内消费者在网站上购买了国外的东西后的电子订单、支付凭证、电子运单等由跨境电商实时传输给海关，审核通过后按照个人邮递物品来征税。与个人海外代购和自己海淘相比，该模式清关操作更阳光，信息更透明，符合国家海关监管政策。

保税进口模式指商家将一些热门商品提前从别国批量采购，然后将商品运

至保税区内保税仓库免税备货，客户通过互联网订货完毕后，商品在海关等部门监管下通关，然后直接从保税仓库发出。该模式由着保税区的优惠政策，对网上热销爆款大批进货入库，然后分批发给买家，收取行邮税的网上进口业务。因此降低了进口电商企业的货物价格的成本，货物从中国或者当地发出，从而减少了消费者的等候时间。

进口电商平台是以第三方商家入驻 B2C 的模式、海淘（B2C）、自营（B2B2C）、以及海代（C2C）模式为主。第三方商家入驻模式也即直发/直运平台模式，是电商平台将消费者订单发给批发商或者厂商，再由批发商或厂商零售直接发送给买家。第三方入驻如阿里巴巴旗下的天猫国际、苏宁全球购、洋码头、跨境通等。“海淘”是直接通过淘宝上的代购店跨国交易或国外网站上自行采购，并通过转运或直邮获得商品。还有“海代”是通过朋友圈代为购买或海外代购平台并通过跨国物流送达商品。京东海外购、阿里巴巴集团下的全球购和美国购物网就是比较大的海外代购平台。自营模式是自建网络平台、备货和销售的一条龙跨境交易，如亚马逊、中粮我买网、网易考拉海购、1号海购等。

此外还有海外直采（B2C）、闪购模式（第三方 B2C）等运营模式。海外直采是从国外直接采购回来、通过跨境物流运回、存储商品后，再通过线下店或网店销售给终端消费者，如绿地全球商品直销中心，京东全球购等。

跨境电子商务出口模式主要有 B2B、B2C 和 C2C，即外贸企业间的电子商务交易，外贸企业对个人零售电子商务与外贸个人对个人网络零售业务，并以外贸 B2B 和 B2C 为主。

（三）跨境电商与传统国际贸易的区别

相对于跨境电商来说，传统国际贸易方式指的是线下跨境贸易，也就是普通的货物进出口贸易。从传统国际贸易的出口流程来看，出口公司与进口公司经过磋商签订合同后经历“货、证、船、款”四个业务过程，便完成了外贸操作。如进口商有要求，出口商还要投保，然后制单结汇，最后办理出口退税。而货物进口得流程则和出口流程相反，进口商与出口商签订合同后申请进口许可证，然后结汇、进口报关、进口报检。在跨境电商出口的流程中，商品的生产商事先将产品拍照、做好商品详细资料的整理，将图片文字上传至网络平台，买方针对自己选中的商品自行操作结账。此后，商家会根据订单中的商品信息，将需要的商品交至物流公司，物流公司再根据订单中的买家信息采取最佳的配送方式，办理了出口国和进口国的海关通关手续后，再由国内物流机构送至买方手中。

目前，从事跨境电商的大多为中小企业，由于本身资源和资金有限，他们通常会选择借助第三方综合服务平台。然后第三方综合服务平台代表该企业办理通关、出口退税等流程中的非生产性手续，以便保证跨境交易的达成。对于跨境电商的进口流程来说，实际上只要将出口反向操作即可。

跨境电商相比于传统国际贸易模式，有难以比拟的优势，如突破了传统地理范围的限制、受贸易保护影响小、涉及中间商少、价格低廉和利润率高；但同时也存在明显的通关、结汇和退税障碍，以及贸易争端处理不完善等劣势。通过将两者进行对比，我们可以看出其中的差异（见表 1）。

表 1 跨境电商与传统国际贸易模式对比

	传统国际贸易	跨境电商
交易主体交流方式	面对面，直接接触	通过互联网平台，间接

		接触
运作模式	基于商务合同的运作模式	需借助互联网电子商务平台
订单类型	大批量、少批次、订单集中、周期长	小批量、多批次、订单分散、周期相对较短
价格、利润	价格高、利润率相对低	价格实惠、利润率高
产品类目	产品类目少、更新速度慢	产品类目多、更新速度快
规模、速度	市场规模大，但受地域限制，增长速度相对缓慢	面向全球市场、规模大、增长速度快
交易环节	复杂（生产商-贸易商-进口商-批发商-零售商-消费者），涉及的中间商众多	简单（生产商-零售商-消费者或生产商-消费者），涉及的中间商较少
支付	正常贸易支付	需借助第三方支付
运输	多通过空运、集装箱海运完成，物流因素对交易主体影响不明显	通常借助第三方物流企业，一般以航空小包的形式完成，物流因素对交易主体影响明显
通关、结汇	按传统国际贸易程序，可以享受正常通关、结算和退税政策	通关缓慢或有一定限制，无法享受退税和结汇政策（个别城市已尝试解决）
争端处理	健全的争端处理机制	争端处理机制不畅，效率低

1、交易环节上的差异

传统国际贸易的信息流、资金流和物流是分离的，而通过 B2C 电子商务平台，这些可以在一个平台上完成，而且可以同时进行。传统国际贸易发生在企业与企业之间，过度依赖传统销售、买家需求封闭、订单周期长、汇率风险高、利润空间低等问题长期存在。而在跨境小额贸易模式下，传统外贸中间商的环节被延申到了零售环节，打破了原来的国外渠道进口商、批发商、分销商甚至零售商的垄断，企业面对的客户群不单是消费者，还有个体批发商都、零售商，有效减少了贸易环节，价值链缩短，交易渠道更加扁平化，从而降低了渠道成本，让企业获得更多利润，消费者享受更多实惠。

2、产业链条上的差异

我国传统贸易企业大都从事加工贸易，处于代工地位，产品设计和市场营销等功能明显偏弱，产品附加值低。而在跨境电商模式下，企业掌控完整产业链条。企业在利用跨境电商平台的过程中可以获得最新的行业资讯、竞争对手的情况以及国外消费者的消费习惯、地区分布等信息，通过论坛向成功者学习经验和吸取教训，并从市场数据方面为产品研发、市场营销和售后服务提供支撑。

3、运营成本上的差异

跨境电商避免了传统贸易方式下人员的大量外出谈判和参展活动，也减少

了各国的分支机构，从而降低了海外办公支出、交通和住宿费；突破了地理位置的局限，有利于在更广阔的市场空间寻找商业伙伴；利用网络开展网络营销，可以显著提高营销成本的投入产出效率，绕开利用传统电视、广播、报纸和杂志进行国际市场营销的巨大开支门槛，从而从根本上解决我国企业长期不敢在国际市场投放广告的被动局面；电子商务平台可以通过大规模生产前的预售活动，帮助品牌扩大总需求和测试市场反应，进而帮助企业降低库存风险，提高营运资金的周转效率；采用智能化管理模式，将顾客需求与企业产品研发、生产和库存管理有机结合起来，从而缩短产品开发周期，降低生产采购成本和物流仓储成本，提高供应链的效率和准确性。

4、产品差异化上的差异

跨境电商比传统贸易方式有产品类目多、更新速度快、具有海量商品信息库、个性化广告推送、口碑聚集消费需求、支付方式简便多样等优势，并且面对的是全球消费者，市场潜力巨大；企业可以通过电子邮件、BBS、社区网络等在线调研及沟通获得大量的产品和消费者个人数据，并综合运用网站优化策略、差异化服务策略、关系营销策略和搜索引擎营销策略开展全方位的售前、售中和售后服务；由于掌握更多的顾客数据，跨境电商企业更能使用 CAD 和 CAM 技术来设计和生产出差异化、定制化产品；通过企业产品网站的音频、视频和图像来介绍企业产品，并提供在线咨询、网上订购、订单查询和售后服务等增值服务，从而更好地为顾客提供技术支持，展示自身与众不同的企业形象，在虚拟的网络环境中塑造自己的品牌。

5、与时代变化融合上的差异

移动电商有望在未来发挥更大的作用。据统计，至 2017 年底，全球网民人数已达到 41.57 亿人，其中超过 5 亿人通过移动设备来购物。根据 PayPal 发布的《全球跨境电商报告》数据显示，随着智能手机和平板电脑的普及，跨境电商出现了移动电商和移动支付方式。数据显示，2013 年至 2018 年移动跨境电商的复合年增长率达到 22%，人们更加愿意通过移动终端设备完成跨境网上购物。伴随着跨境电商发展而来的还有新型社会商务，同样也对传统贸易提出了新的挑战。总体来说，跨境电商为对外贸易带来了新的增长点，并有望进一步发挥“中国制造”的产品优势，促进“中国制造”向“中国营销”和“中国创造”加速转变，推动对外贸易转型升级。

（四）跨境电商对国际贸易的影响

我国跨境电商经过近二十年的发展，跨境电商行业基本上形成了从信息搜寻、贸易洽谈、跨境支付、跨境物流体系，到数字化经济飞速发展、基础设施不断完善、跨境电商产业园区形成集聚效应。跨境电商以其低门槛、渗透性、低成本、便捷性、全球性的优势，深入影响了全球产业体系和国际贸易方式。在国际形势复杂多变的当下，特别是贸易战以来，我国国际贸易发展压力较大，而跨境电商进出口额同比增长 30% 以上，已成为拉动我国外贸发展强有力的增长点。特别是近期受到疫情的影响，将会有越来越多的企业在未来选择跨境电商参与国际贸易。跨境电商在中国经济转向高质量发展的过程中将会扮演越来越重要的角色。

项目二	跨文化交际与跨境电子商务
教学目标	<p>知识目标：跨文化交际与跨境电子商务</p> <p>技能目标：掌握跨境电子商务交际</p> <p>思政目标：树立正确的社会主义文化价值观；树立崇高的人生理想和奋斗目标；全球化视野下树立文化自信和民族自豪感。</p>
教学内容	<p>项目二 跨文化交际与跨境电子商务</p> <p>任务一 跨文化交际的界定</p> <p>任务二 跨文化差异分析</p> <p>任务三 跨境电子商务与跨文化沟通的有效策略</p>
教学重点	跨境电子商务与跨文化沟通的有效策略
教学难点	跨境电子商务与跨文化沟通的有效策略
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	浏览不同类型的网站，了解各种跨境电子商务与跨文化沟通的有效策略

教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）

一、激趣导入

随着我国跨境电子商务的飞速发展和跨境电子商务活动的日益频繁，以计算机为媒介的跨境电子商务沟通的重要性日益显著。将跨文化心理学应用于跨境电子商务沟通领域有助于跨境电子商务卖家了解不同文化背景下消费者的心理特征与行为特点，让沟通更具清晰性、响应性和舒适性，从而促成跨境电子商务交易的实现并提升客户的购买满意度。

二、教学实施

案例赏析：跨境电子商务“双十一”“在泰变泰”的跨文化营销新时期，中国企业纷纷“出海”跨境，频频推进国际合作，海外商品由电商渠道快速进入中国市场，中国商品正快步进入海外市场。作为推动全球经济、贸易繁荣的新动能，跨境电子商务开启了外贸事业提质增效的新篇章。泰国为东南亚第二大经济体，人均 GDP 位列东南亚国家前三名。

巨大的机会来临，中国电商巨头开始征战泰国电商市场。泰国投资促进委员促投政策，给予了阿里巴巴集团长达 13 年免税的特别优惠，中国电商的另一巨头，京东集团则通过建立海外分公司、合资公司等方式拓展泰国市场，与泰国最大零售商之一的尚泰集团合作，投资 5 亿美元成立一家电商与财经技术的合资公司。中泰两国跨境电子商务的合作时间虽短，但合作进程正加速推进，趋势良好，规模巨大，空间宽广。

案例赏析：跨境电子商务“双十一”“在泰变泰”的跨文化营销

新时期，中国企业纷纷“出海”跨境，频频推进国际合作，海外商品由电商渠道快速进入中国市场，中国商品正快步进入海外市场。作为推动全球经济、贸易繁荣的新动能，跨境电子商务开启了外贸事业提质增效的新篇章。泰国为东南亚第二大经济体，人均 GDP 位列东南亚国家前三名。

巨大的机会来临，中国电商巨头开始征战泰国电商市场。泰国投资促进委员促投政策，给予了阿里巴巴集团长达 13 年免税的特别优惠，中国电商的另一巨头，京东集团则通过建立海外分公司、合资公司等方式拓展泰国市场，与泰国最大零售商之一的尚泰集团合作，投资 5 亿美元成立一家电商与财经技术的合资公司。中泰两国跨境电子商务的合作时间虽短，但合作进程正加速推进，趋势良好，规模巨大，空间宽广。

任务一 跨文化交际的界定

一、文化的内涵

首先，文化是一个极为复杂的体系，它所涉及的各个方面是相互联系并相互作用的。

其次，在跨文化交际过程中，群体或民族中心主义是普遍现象，人们习惯或无意识地把自己的文化作为评价他人行为的准则或标准，以致交际失误或文化的冲突。

第三，文化的核心就是人，文化是人的超越自然属性的理想和努力。例如前苏联的解体、柏林墙的倒塌、欧盟的形成，它们都体现了人们政治生活发生了改变，说明人们在一定程度上产生了认同，同时交际模式也发生了改变，从而促进了跨文化交际。

第四，文化可能在某一社会或群体的所有成员中体现出来，例如美国文化、中国文化及西方文化等。

二、跨文化交际与文化认同

交际是指人们相互交换信息、相互影响、共同建构意义与身份的过程。

文化是一个社会群体独特的生活方式和独特的价值体系，因此，各社会群体内部虽然存在某些差异，但却遵循大体相同的文化模式；同时，每个文化自成体系，与其他文化既有共同点，又包含地区差异与个体差异，具有一定的不可通约性。

随着全球化时代的日益成熟，跨文化交际已经成为一种无处不在的现象。

文化认同的构建过程，就是一个民族、一个族群、一个社会中，个体跨文化交际过程中所发生的思想与实践的矛盾、冲突、相互和解甚至结合相互认同的过程。文化的认同主要是内部选择，而非外力可以强加。当然，外部的影响必然会

起到客观上影响的作用。

三、跨境电子商务中的跨文化交际

2018 年我国跨境电子商务交易规模达到 9.1 万亿元，在连续两年高速增长的基础上继续保持快速增长，成为外贸增长的新亮点。据电子商务研究中心检测数据显示，2019 年中国跨境电子商务交易规模将达到 10.8 万亿元。庞大的市场需求为中国跨境电子商务企业和卖家带来了前所未有的机遇，来自不同文化的个体之间的联系比任何时候都多，国际商务活动已进入一个崭新的发展阶段。跨境电子商务沟通是将跨文化、电商与沟通三个变量整合为一体的新兴学科领域，主要关注不同文化背景的个体在跨境电子商务环境中的交际，交际双方沟通话语的清晰性、响应性和舒适性将直接影响交易结果和交易满意度。

任务二 跨文化差异分析

一、商务交流活动中存在文化冲突

二、商务交际中的跨文化差异表现

（一）礼貌差异

(二) 象征差异

(三) 其他文化差异现象

三、跨文化心理学在跨境电子商务中的应用

跨文化心理学主要探究人类行为变化的原因,通过分析和比较不同文化群体心理行为的差异来检验现有心理学理论的普遍性,其根本目的是为了建立普遍适用的心理学或人类的心理学。

沟通者的语言行为与其本身的社会文化背景密切相关,不同文化背景中的交易双方进行交流的过程就是跨文化的交流,这种跨文化的交流会因为文化背景的差异而产生影响。跨文化心理学知识在跨境电子商务沟通领域的应用能促进跨境电子商务沟通更加顺畅有效地进行。

跨文化心理学认为所有心理都是文化的,所有文化都是心理的,认为文化是所有行为的中介或调节变量,人的一切心理和行为都受到特定社会环境和文化传统的渗透和影响。

(一) 跨文化心理准备

在跨境电子商务沟通前,卖家们往往会因为对方是来自另外一种文化而认真

1. 权力距离

2. 不确定性规避

不确定性规避是社会成员对不确定性及模糊性感到不能接受的程度。

3. 集体主义及个人主义

集体主义及个人主义可能是被提及和被验证最多的文化特征。

。

4. 男性价值及女性价值

男性价值及女性价值主要涉及这个文化强调的是传统的男性价值观念,如攻击性、竞争、权力、地位和影响力,还是强调女性价值观念即人际关系的和谐、个人欲望满足和幸福。

(二) 跨文化心理学视角下跨境电子商务沟通策略

1. 沟通的清晰性

沟通的清晰性反映了沟通体验的认知方面,是对所表达意义的理解程度。

2. 沟通的响应性

沟通的响应性反映了沟通体验的行为方面,它表明了语言模式的同步,对信息询问的回应以及对对方表达的情绪的同情。

3. 沟通的舒适性

沟通者所体验到的舒适性反映了沟通体验的情感方面,这是一种具有积极意义的沟通条件,即与他人互动时感受到的轻松和愉快。

任务二 跨文化差异分析

一、商务交流活动中存在文化冲突

二、商务交际中的跨文化差异表现

(一) 礼貌差异

(二) 象征差异

(三) 其他文化差异现象

三、跨文化心理学在跨境电子商务中的应用

跨文化心理学主要探究人类行为变化的原因,通过分析和比较不同文化群体心理行为的差异来检验现有心理学理论的普遍性,其根本目的是为了建立普遍适用的心理学或人类的心理学。

沟通者的语言行为与其本身的社会文化背景密切相关,不同文化背景中的交易双方进行交流的过程就是跨文化的交流,这种跨文化的交流会因为文化背景的差异而产生影响。跨文化心理学知识在跨境电子商务沟通领域的应用能促进跨境电子商务沟通更加顺畅有效地进行。

跨文化心理学认为所有心理都是文化的,所有文化都是心理的,认为文化是所有行为的中介或调节变量,人的一切心理和行为都受到特定社会环境和文化传统的渗透和影响。

(一) 跨文化心理准备

在跨境电子商务沟通前,卖家们往往会因为对方是来自另外一种文化而认真

1. 权力距离
2. 不确定性规避

不确定性规避是社会成员对不确定性及模糊性感到不能接受的程度。

3. 集体主义及个人主义

集体主义及个人主义可能是被提及和被验证最多的文化特征。

。

4. 男性价值及女性价值

男性价值及女性价值主要涉及这个文化强调的是传统的男性价值观念,如攻击性、竞争、权力、地位和影响力,还是强调女性价值观念即人际关系的和谐、个人欲望满足和幸福。

(二) 跨文化心理学视角下跨境电子商务沟通策略

1. 沟通的清晰性

沟通的清晰性反映了沟通体验的认知方面,是对所表达意义的理解程度。

2. 沟通的响应性

沟通的响应性反映了沟通体验的行为方面,它表明了语言模式的同步,对信息询问的回应以及对对方表达的情绪的同情。

3. 沟通的舒适性

沟通者所体验到的舒适性反映了沟通体验的情感方面,这是一种具有积极意义的沟通条件,即与他人互动时感受到的轻松和愉快。

任务三 跨境电子商务与跨文化沟通的有效策略

一、产品和服务质量在电商平台上对顾客满意度依然存在正相关关系如果供应商企业希望与顾客发展一种亲密、长期的关系,必须提高产品和服务质量。

二、跨境电子商务买家的文化背景多元,由于在交易平台上买家没有实际接触产品和服务人员,因此更容易由于文化差异引起误解,不同文化背景的消费者对同一事物的看法会有截然不同的态度,最终消费者的喜好决定了产品的销路,因此企业应该充分了解目标市场的文化特点,了解消费者主要受哪种文化维度的影响对开展跨境电子商务活动的企业具有非常的意义。

三、留住现有客户比新开发客户的成本要低许多,关注买家对信息的传递以及买家询盘背后的文化特征,适当运用多种方式,积极获取买家的意见,并快速

做出有效反应，对订单成交有极大的帮助。

作业：课后拓展练习

项目三	跨境电子商务平台运营思路
教学目标	<p>知识目标：了解跨境电子商务平台运营思路</p> <p>技能目标：（1）能够独立注册常用跨境平台 （2）能够独立操作常见跨境平台</p> <p>思政目标：养成跨境电商行业的职业精神和职业规范，培养学生遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯，引导学生深刻理解并自觉实践职业精神和职业规范，增强职业责任感。</p>
教学内容	<p>项目二 跨境电子商务平台运营思路</p> <p>任务一 我国跨境电子商务运营模式分析</p> <p>任务二 典型跨境电子商务运营模式分析</p> <p>任务三 跨境电子商务运营模式的优化策略</p>
教学重点	跨境电子商务运营模式的优化策略
教学难点	跨境电子商务运营模式的优化策略
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	简要分析天猫国际的运营模式

教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）

【课堂导入】

激趣导入

跨境贸易电子商务的商家和消费者遍布全球，拥有巨大的市场潜力，加上在

中国企业和中国政府的支持下，跨境电子商务主要依靠互联网与规模庞大的物流网络规模持续增大，目前整个跨境贸易已经形成一条完整的产业链，包括从营销到金融服务、支付和物流等各种贸易活动。

推进跨境电子商务的高效发展是我国外贸转型与升级的一项重要战略，是新时期传统外贸交易与互联网接轨的一股有力的推力，也是我国从贸易大国向贸易强国转变的一条新路径。而跨境电子商务的运营模式在跨境电子商务的业务开展具有决定性的作用。从采用的信息流运作模式，供应链模式，资金流运作模式以及物流运作模式的不同，不同的跨境电子商务在运营发展上将面临的机遇与挑战截然不同。当前国内跨境电子商务主要包括自营 B2C 模式、直发/直运平台模式、海外代购平台模式、导购/返利模式、海外商品闪购模式等类型。

【教学实施】

案例赏析：天猫国际成为众多海外品牌拓展中国市场重要方式

海外品牌近年加速入华，作为国外的零售商或者品牌，跨境电子商务拥有更加开放和积极的政策支持，对于进口商品的准入要求更低，能够帮助外国商品直接便捷地触达消费者，最关键的是大大缩减了外国品牌进入中国市场的时间周期。以跨境电子商务天猫国际为例，2021 年进一步开放招商，入驻通道新增至 4 条：在此前邀约制和官方招商网站自助入驻的基础上，新开通招商热线以及人工咨询通道。天猫国际最新数据显示，平均每月有 400 多个海外新品牌入驻，2021 年一季度，新品牌入驻数量同比增长 63%。

任务一 我国跨境电子商务运营模式分析

案例导入：我国多地跨境电商拓展贸易新通道

杭州：创新发展海外仓模式

日前，浙江泰普森数字科技有限公司的一批户外家具用品，以跨境电商出口海外仓模式顺利通关。这批 40 多万元的货物包括户外帐篷、折叠椅等家居产品，采用全国通关一体化模式报关离境，通过海运出口至亚马逊美国仓库。

“海外仓模式具有物流成本低、送达时效高等优势，有助于提升市场竞争力，争取更多海外客户。”泰普森公司负责人曹智兴告诉记者，“原来一单单邮包空运转为大宗海运，不仅物流成本降低，运输效率更大幅提高，从海外仓发货最快 2 天就能抵达终端。”

杭州大力实施“e揽全球、杭品出海”行动，打造布局全球、内外联动的外贸跨境服务体系。按照政策推动、市场运作、合理布局、分步实施的思路，杭州推出了公共海外仓试点标准，推动对外贸易创新发展。一方面，支持传统外贸企业、跨境电商和物流企业等各类主体综合运用多种投融资方式，培育建设一批特色鲜明的海外仓；另一方面，鼓励海外仓企业推介跨境电商综试区线上综合服务平台、国内外电商平台等，匹配供需信息，提升海外仓数字化、智能化水平，探索建设海外物流智慧平台。

海外仓优势被越来越多的跨境商家所认可。据统计，目前杭州跨境电商服务企业为 1063 家，跨境电商海外仓达 283 个，面积 576.9 万平方米，常态化运营国际货运航线 17 条。今年上半年，杭州跨境电商进出口总额 562.6 亿元，同比增长 9%。

跨境电商快速增长的背后，是国内强大的供应链体系和物流服务支持。今年 7 月，杭州与菜鸟物流联合打造“跨境无忧”模式，助力杭州跨境贸易全链路物流服务和海外仓建设。杭州与菜鸟共同推出“跨境无忧”八大举措，包括物流服务、优先资源保障、海外仓综合服务、跨境物流标准制定、产业带“团购”、智慧航空枢纽建设、跨境产业带走访、跨境人才培养等方面。菜鸟国际供应链总经理赵剑表示，将进一步优化海外仓点布局，丰富海外仓功能，并依托菜鸟国内优选仓、全球海外仓及国际物流能力，为跨境商家提供多元化出口物流供应链解决方案。

“希望同跨境物流公司合作，促进供应链产业链高效运转，助力杭州跨境商家从容应对风险挑战，让国货出海真正实现‘跨境无忧’。”杭州市商务局跨境电商综试处处长武长虹说。

天津：支持企业“出海”扩市场

跨境电商快速发展离不开政策红利。日前印发的《天津市高质量落实〈区域全面经济伙伴关系协定〉（RCEP）的若干措施》，从货物贸易、跨境电商等方面提出 24 项具体措施，助力相关产业和企业加快适应更加开放的区域市场。天津市商务局副局长何智能介绍，在促进跨境电商扩容发展方面，鼓励电商平台企业全球化经营，支持企业借助跨境电商平台、数字营销及社交营销工具拓展国际市场。今年上半年，天津港保税区跨境电商总交易额 17.97 亿元，同比增长 2.86%。

天津港保税区商务局副局长张宁表示，今后将加大对现有电商企业的服务及其上下游配套的挖掘，充分利用大通关基地平台，加大对外招商引资力度。过去，天津消费者在电商平台购买进口跨境产品的流程繁琐，收货可能需要 2 天至 3 天。如今，通过线下展示体验现场扫码、线上下单，大幅缩短了收货时间，天津市范围内最快 1 小时就能拿到商品。

“这种依托自贸创新政策尝试的 O2O（线上线下结合）新模式，不仅享有‘零关税’的价格优势，还提升了消费者的购物体验。”在天津市滨海新区的跨贸通跨境电商 O2O 体验中心，中新天津生态城跨贸通贸易有限公司总经理张思拓告诉记者。去年 8 月，中新天津生态城和滨海高新区作为天津自贸试验区联动创新区正式揭牌，自贸创新场景和应用领域得到延伸拓展，跨境电商是受益行业之一。

从天津跨境电子商务示范园区（经开区）落地中心商务片区，到天津首家跨境电商保税展示体验店以“前店后舱”全新运营模式在机场片区创新应用，再到东疆片区通过以展促销的线下创新形成“线下引流+线上购物”模式，天

津跨境电商行业创新发展动能强劲。

合肥：构建全产业链生态圈

“这两年我们的出口业务增长很快。”安徽尚瑞新能源科技有限公司负责人朱雷近日告诉记者，公司主要从事硅片、太阳能电池片、太阳能设备、太阳能系统的出口，今年上半年出口额突破 2500 万美元，团队从 2018 年刚开始创业时的两三人发展到 46 人。

尚瑞新能源的快速发展，是合肥市跨境电商迅猛发展的缩影。2016 年初，国务院正式批复合肥为第二批国家跨境电子商务综合试验区，蜀山跨境电商园成为合肥综试区的核心区。2020 年 9 月，蜀山区成为中国（安徽）自由贸易试验区合肥片区三大组成部分之一，重点发展跨境电商、环境科技等产业。蜀山区块以精品型、差异化发展为目标，重点围绕发展跨境电商产业，进一步强链补链，着力构建跨境电商全产业链生态圈，为安徽自由贸易试验区合肥片区发展跨境电商产业提供了重要支撑和发展平台。

合肥蜀山经济技术开发区党工委书记、管委会主任卢磊介绍，综合试验区建设启动以来，蜀山区推出集成式制度创新，以企业需求为导向，先行先试“跨境电商风险管控智能化”“跨境电商转关无纸化”“跨境电商出口+中欧班列”等创新举措。蜀山区还创新打造“跨境电商产业集成式孵化机制”，全方位为跨境电商企业提供通关、物流、支付、金融、培训等一体化综合服务。

安徽（蜀山）跨境电子商务产业园负责人王维东表示，目前，跨境电商业务量呈井喷式增长。今年上半年，产业园完成清单量 196 万单，货值达 5876 万美元。

- 一、跨境电子商务运营模式理论基础
- 二、我国跨境电子商务运营模式主要构成要素及分析
 - （一）产品流
 - （二）盈利模式
 - （三）营销手段

- 1. 移动端。
- 2. 互联网广告。
- 3. 限时特卖。
- 4. 智能技术。

- （四）电商人才
- （五）跨境物流
- （六）支付体系
- （七）法律保障
- （八）通关效率

任务二 典型跨境电子商务运营模式分析——以天猫国际为例

- 一、天猫国际现状
- 二、天猫国际的平台类型
 - （一）直发/直运平台模式
 - （二）环球闪购模式（海外商品闪购模式）
- 三、天猫国际的运营模式分析
 - （一）产品流

- (二) 盈利模式
- (三) 营销手段
- (四) 电商人才
- (五) 跨境物流
- (六) 支付体系
- (七) 法律保障
- (八) 通关效率
- (九) 天猫国际 SWOT 分析

四、天猫国际与京东运营模式比较

- (一) 产品流
- (二) 盈利模式
- (三) 营销手段
- (四) 电商人才
- (五) 跨境物流
- (六) 支付体系
- (七) 法律保障
- (八) 通关效率

五、天猫国际与亚马逊运营模式比较

- (一) 产品流
- (二) 盈利模式
- (三) 营销手段
- (四) 电商人才
- (五) 跨境物流
- (六) 支付体系
- (七) 法律保障
- (八) 通关效率

六、跨境电子商务运营模式总结

(一) 天猫国际的平台模式的优劣势：

1. 优势：

(1) 跨境电子商务海外代购平台上第三方商店众多，消费者可以选择的产品多。会吸引更多的消费者。

(2) 跨境电子商务企业投入少。

(3) 买卖双方通过第三方支付进行跨境交易，由于现金周转时间长，因此有一大部分资金会积累在平台。天猫国际在境外批量采购商品，由于没有贸易关税，购买货物的成本降低至少 13%。再加上天猫国际将批量商品采用集装箱进行运送，与普通货物直邮相比较，物流成本又至少减少 90%。在天猫国际环球闪购模式中，消费者购买的货物均由保税仓直接发出，在物流速度上，比其他途径更胜一筹。

2. 劣势：

(1) 跨境电子商务海外代购平台上的商店的商家以及商品没有经过严格的检查或者检验把控，跨境电子商务企业无法保证平台上的商品的资质。所以一部分消费者对海外代购平台持怀疑态度。

(2) 平台盈利较少。

(3) 退换货商品必须通过跨境物流重新跨境运输，过程非常繁琐。

(二) 京东全球购保税备货模式的优劣势:

1. 优势:

(1) 商品已采购至仓库,且大部分已采购至国内保税仓。消费者下单后,跨境电子商务能从国内保税仓直接发货,大大减少了商品物流的时间,顾客拿到商品的时效更快,更便捷。

(2) 部分商品采用保税仓模式,根据国家政策,比直接从境外进口通关,收取更少的税费。

(3) 海关保证质量。

(4) 方便退换货。

(5) 商品采购成本低。并且,在境外特殊时期(如节日、商家活动等),跨境电子商务企业可以以非常优惠的折扣大量进货,利润空间大。

2. 劣势:

(1) 京东全球购备货模式对商品资质以及热门程度有一定的要求。未卖出的商品保存在仓库具有一定的库存成本。

(2) 商品种类有限。

(3) 门槛高、利润小,在资金、物流方面的成本高。

(三) 亚马逊的优劣势:

1. 优势:

(1) 丰富的电商运营经验和高素质的人才队伍。

(2) 品目全面的商品以及发达的销售渠道。

(3) 多年丰富的物流经验,仓库遍布全世界。

2. 劣势:

(1) 物流的费用会比国内发货稍微偏高,时间也会更长一些。

(2) 产品售后退货只能是在销售国所在地。

(3) 平台的登录界面和搜索界面不够人性化,产品搜索比较费力。

总体来说,亚马逊、天猫国际与京东全球购的运营模式是可行高效的,值得企业的借鉴。但是,目前跨境电子商务的运营模式过于局限,不够完善。跨境电子商务运营商可以扩充企业的产品线与平台规模,不仅可以弥补原有模式的不足,更加可以增加盈利,增加企业的竞争力,最终实现电商企业的快速发展。

任务三 运营模式的优化策略

我国跨境电子商务业务发展迅猛,跨境电子商务平台商业模式创新设计能够让企业获得极佳的竞争力,创新跨境电子商务平台商业模式提升平台服务水平是当前跨境电商发展的当务之急。天猫国际作为我国跨境电子商务最具代表性的平台,在商业模式创新上能够代表行业发展趋势,任务以天猫国际运营模式为例,从完善平台海外商品交易体系、构建线上平台导购盈利体系、加强电商人才培养、解决退税程序复杂繁琐、改善平台跨境物流服务体系和提高通关效率等几个方面出发,探讨跨境电商运营模式的优化策略与建议。

一、扩充产品流

二、加强跨境电子商务人才培养

三、完善优化物流体系

第一,国家应该出台相关政策支持跨境物流的发展。

第二，跨境物流企业应该加强对跨境物流信息化的建设。

第三，推进海外仓业务的实行。

四、完善第三方支付

五、建立健全信用体系

六、解决退税问题

七、建立适应跨境电子商务发展的政策体系和监管体系

八、提高通关效率

九、建立跨境电子商务产业园

作业：课后拓展练习

项目四	跨境电子商务支付与结算
教学目标	<p>知识目标：跨境电子商务人民币结算</p> <p>跨境电子商务支付与结算存在的风险</p> <p>跨境电子商务结算风险控制</p> <p>技能目标：了解人民币国际化与跨境人民币结算</p> <p>思政目标：引导学生关注现实问题、开展社会实践, 向学生灌输正确的消费观, 比如在双十一商家大促的时候, 要根据自己的实际情况, 量入为出, 不能过度消费。</p>
教学内容	<p>项目四 跨境电子商务支付与结算</p> <p>任务一 跨境电子商务人民币支付结算现状</p> <p>任务二 跨境电子商务支付与结算存在的风险分析</p> <p>任务三 提升跨境电子商务支付与结算水平的策略</p>
教学重点	跨境电子商务支付与结算存在的风险分析
教学难点	跨境电子商务支付与结算存在的风险分析
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	上网查阅跨境电子商务人民币支付结算现状

教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）

【课堂导入】

随着信息科技革命与产业变革交汇孕育而出的电子商务经济，逐步成为衡量经济竞争主导权的重要标志之一。作为我国的综合性、战略性和基础性产业以及经济社会发展的重要“引擎”，电子商务的持续、快速、健康发展对提升产业发展水平、优化产业结构、合理配置市场资源、转变经济增长方式，具有非常重要的作用。在经济全球化趋势和电子商务在全球范围内蓬勃发展的大背景下，我国外贸型企业要想跟上新时期国际贸易的步伐，就必须大力发展跨境电子商务，抢先实现贸易转型升级，抢占先机。自2008年国际金融危机以来，传统外贸发展速度开始放缓，而作为外贸发展新生力量的跨境电子商务却呈现出快速增长的态势和巨大的发展潜力。除了交易平台、物流配送之外，支付环节的创新还与人民币国际化相互呼应，跨境电子商务人民币结算像雨后春笋般迅速涌现，不仅为跨境电子商务的快速增长提供了崭新动力，还为人民币国际化另辟蹊径。

激趣导入

案例赏析：亚马逊跨境电子商务支付工具对比选择

这些年来亚马逊上的卖家呈爆发式增长，王女士是一位亚马逊跨境电子商务中小卖家，她除了关心如何把产品卖出去，也特别关心怎么把钱收到自己的账户。而发展至今的亚马逊，卖家们可以选择的收款方式越来越多，面对多种多样的亚马逊收款方式，她究竟该如何选择呢？

【教学实施】

任务一 跨境电子商务人民币支付结算现状

案例导入：

《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》（国办发〔2021〕24号）为进一步发挥跨境人民币结算业务服务实体经济、促进贸易投资便利化，支持外贸新业态的发展提供了政策支持。

一、支付平台现状

电子支付是电子商务的核心环节之一，安全、快捷的支付方式对电子商务的发展至关重要。第三方支付为电子商务企业提供了网上交易及支付的便利途径，作为信用中介降低了电子商务的诚信风险。

二、结算模式现状

第三方支付平台是跨境电子商务的主要支付平台，在我国国内第三方支付机构推出跨境网上外汇支付业务之后，随着跨境电子商务交易量的不断增长，支付业务受到我国外汇管理相关规定限制等不利因素的存在，使得网上支付对于跨境人民币结算的需求变得越来越强烈。

三、人民币国际化与跨境人民币结算的发展

（一）人民币国际化推动下跨境结算的进展

(二) 跨境电子商务人民币结算的事实描述

1. 跨境电子商务的发展特征

- (1) 规模快速增长
- (2) 平台化发展
- (3) 便利化提升

2. 跨境电子商务人民币结算过程演进

- (1) 跨境电子商务人民币支付平台建设
- (2) 跨境电子商务人民币结算渠道构建

传统银行渠道

- ①清算模式
- ②代理行模式

跨境支付购汇和跨境收入结汇是当下主要的结算方式。

①跨境支付购汇

②跨境收入结汇

- (3) 跨境电子商务人民币的结算模式

3. 跨境电子商务人民币结算的管理措施

四、跨境电子商务人民币支付结算政策分析

人民币跨境使用的历程伴随着我国对外开放的步伐发展而来。随着深化改革开放的进程，人民币跨境使用顺应了市场需求，又得到了国家政策给予的顺势调整与推动，其整体发展进程既是顺应我国改革开放大形势的要求，又是我国综合国力增强以及与国际经济不断融合的需要，给我国外贸发展带来了积极的促进作用。

- (一) 对第三方支付机构的相关规定不明

- (二) 银行现行相关规定的阻碍

1. 根据我国《人民币银行结算账户管理办法》有关规定，个人银行结算账户中不得转入经营性收入。

2. 我国现行制度下，央行不允许支付机构在境外开立备付金账户。

- (三) 现有相关政策不能直接适用

五、我国跨境电子商务人民币结算的重要意义

- (一) 符合跨境贸易便利化的需求目标。
- (二) 可以避免繁琐的结汇手续。
- (三) 可以积累跨境人民币结算业务的经验。

任务二 跨境电子商务支付与结算存在的风险分析

一、跨境电子商务人民币结算现存优势

- (一) 有助于规避汇率风险助推人民币国际化的发展
- (二) 有助于加快资本项目可兑换进程完善战略布局
- (三) 有助于金融机构的海外管理
- (四) 有助于企业和个人的业务发展

二、跨境电子商务人民币结算平台风险

- (一) 跨境电子商务人民币结算平台规模受限
- (二) 国内第三方支付的规范性和影响力尚显不足

三、跨境电子商务人民币结算风险

- (一) 跨境电子商务企业缺乏货币选择自主权
- (二) 跨境电子商务结算法律法规不完善
- (三) 跨境电子商务专业人才缺乏
- 四、跨境电子商务人民币结算信用风险
 - (一) 跨境电子商务人民币结算信息不对称
- (二) 跨境电子商务人民币结算存在洗钱风险
 - (三) 跨境电子商务运营环境陌生
- 五、跨境电子商务人民币结算业务的实践及影响——以广东自贸区为例
 - (一) 广东自贸区跨境电子商务发展实践分析
 - 1. 自贸区开展跨境电子商务人民币结算的优势
 - (1) 经济形式的优势
 - (2) 紧邻港澳的优势
 - (3) 良好的投资氛围
 - 2. 自贸区开展跨境电子商务人民币结算的风险
 - (1) 过度依赖政策优惠，创新潜力受限
 - (2) 制度体系的差异带来的挑战
 - (3) 自贸区承担试错的压力
 - 4) 人民币在国际市场上影响力弱
 - (二) 自贸区跨境电子商务人民币结算影响分析
 - 1. 对国家层面的影响
 - 2. 对自贸区的影响

任务三 提升跨境电子商务支付与结算水平的策略

一、扶持跨境电子商务结算第三方平台的建设

由于跨境电子商务支付结算环节需要接触到第三方支付平台，因此第三方支付结算机构在跨境电子商务的发展征途上有着重大的意义。

二、健全跨境电子商务的相关法律体系

跨境电子商务要良好健康的发展，完善的法律体系是一个有力的保证。我国跨境电子商务管理系统，主要从传统的监管模式，即根据责任属性来划分领域和区域，分别由相关部门进行监管。

三、注重跨境电子商务的人才引进培育

人才的培育要适应社会的发展需求，跨境电子商务推动跨境电子商务人民币结算业务的创新，需要招纳更多具有专业知识与技能的综合性的高标准的人才。然而，人才的招募是跨境电子商务领域现在面临的较难挑战之一。

四、完善跨境电子商务运营的环境

内地和香港由于存在制度上的差异，在一些发展方面信息不同步。在中国区内以及境内区外区域政策的差异在一定程度上对跨境电子商务人民币业务发展有着很严重的而影响，对其创新发展中起着抑制作用。

五、完善跨境电子商务结算信用体系

跨境电子商务的范围覆盖的领域以及涉及到的地区都是庞大的，参与跨境电子商务交易的国家及地区更是无法给出准确结果，相关的法律法规及相关政策也不同，各方面都无法达到统一的效果。

六、加强跨境电子商务结算风险控制

一些电子商务交易存在隐患风险，是由于跨境电子商务存在远程性、虚拟性、不规则性的特点，这些特性都危及着电子商务的发展，例如说：假冒伪劣、网络骗子、个人信息被披露、虚假的广告营销等等。

作业：课后拓展练习

项目五	跨境电子商务物流
教学目标	知识目标：我国跨境电子商务物流发展特点 跨境物流模式对比 跨境电子商务与跨境物流的演进 技能目标：了解跨境电子商务物流发展现状及特点

	<p>了解跨境电子商务物流模式</p> <p>了解跨境电子商务物流发展态势</p> <p>思政目标：通过国内外跨境物流发展状况比较，让学生在增强民族自豪感和政治认同感的同时，认识到我们存在的差距，从而增强历史使命感和时代感。</p>
教学内容	<p>项目五 跨境电子商务物流</p> <p>任务一 跨境电子商务物流发展现状及特点</p> <p>任务二 跨境电子商务物流模式</p> <p>任务三 跨境电子商务物流发展态势</p>
教学重点	跨境电子商务物流模式
教学难点	跨境电子商务物流模式
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	跨境电子商务物流模式有哪些？

教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）

【课堂导入】

近几年，跨境电子商务在我国受到了巨大关注。政府出台政策文件支持，各类电商纷纷开展相关业务，依靠互联网进行创业的零散商户瞄准了送个机遇，消费者对跨境电子商务的热情也逐渐高涨，这些都促进了跨境电子商务的蓬勃发展。由于跨境电子商务交易必须依靠物流将商品运送到消费者手中才能顺利完成，因此跨境物流的发展同时受到了关注。

一、激趣导入

案例赏析：华贸物流：通过跨境电子商务物流多维优势，打造新增长级

华贸物流是国际货代央企巨头，在上海证券交易所挂牌上市，其基于货量规模、资源整合、客户结构三维度优势夯实传统空海货代业务底盘网络，同时通过积极外延并购切分跨境电子商务物流市场成长红利，华贸物流国际货代业务在全球同行中同样位居前列，根据 A&A 《2020 年全球货代和全球空运货代 TOP25 排行榜》，公司位居全球货代、空运货代的第 15 位和第 14 位。

任务一 跨境电子商务物流发展现状及特点

案例导入：

近年来，跨境电商市场交易规模稳步增长，全球网购渗透率快速提升，使得跨境电商行业迎来发展高峰。目前，跨境电商已成为外贸发展新动能、转型升级新渠道和高质量发展新抓手。

从供给端来看，由于新冠肺炎疫情和地缘政治因素的叠加影响，供应链不确定性加剧，跨境电商供应链的协同与整合正变得更加重要。消费者对物流时效、服务差异化的要求，也使得跨境电商的物流交付需要具备更强的全球响应能力。因此，建立一体化的跨境供应链系统成为同质化竞争加剧下跨境电商企业突围的关键。同时，由于海外消费者需求个性化和订单碎片化等特点，柔性供应链更能满足跨境消费需求，实现降本增效。供应链上下游密切高效合作能缩短产品信息流通渠道，加速供应链环节中的信息流通，实现整个流程中的供需平衡。

从需求端来看，由于海外的消费习惯和文化差异天然存在，因此精准的市场及用户洞察对跨境电商更加重要。针对不同消费群体，需构建差异化营销策略。面向对价格较为敏感的消费群体，提供高性价比商品，构建平台社交功能，通过精准营销提升用户黏性。同时，针对不同地区和国家的特色节日、南北半球不同季节，也可以推出差异化选品和定制等服务。

在不确定性增加的环境下，高性价比、丰富的产品矩阵、良好的口碑和知名度将帮助跨境电商企业进一步打开海外市场。而品牌力、渠道力和运营力将成为行业竞争力的核心指标。同时，跨境电商平台应进一步优化交易、支付、物流、营销、技术等商业基

基础设施建设，打造一站式服务生态，从而帮助更多中国优质企业成功出海。

一、跨境电子商务和物流的关系

在跨境电子商务进行交易的过程中，包括交易的洽谈，合同的商榷及签订、国际物流的运送以及支付的完成等多个步骤。跨境电子商务属于国际贸易范围中的一种新产生的贸易方式，因此在交易的谈判、合同的签订和商品的买卖等方面均和传统的国际贸易方式不同，它是通过网络和第三方平台而进行的，但是卖方将商品运送给买方却必须通过线下的国际物流进行运送。

二、跨境电子商务物流发展趋势：

总的来说，随着跨境电子商务的逐步发展，我国跨境物流行业也在不断努力，配合其发展需要，顺丰速运、中国邮政等企业也在不断完善和改进，但在运输时间和成本、物流信息的跟踪，国际物流的系统性管理等方面，还存在着许多需要解决的问题。

三、我国跨境电子商务物流发展特点

跨境电商物流的发展与跨境电子商务的发展是互相影响的，跨境电商的发展促进着跨境物流行业的发展速度的增长。

- (一) 需要海关的监管
- (二) 需要对货物进行商检
- (三) 物流模式更加多样化

四、我国跨境物流存在的问题

- (一) 跨境物流对商品品类限制较多，制约跨境电子商务发展
 - (二) 跨境物流体系不成熟，客户体验较差
 - (三) 跨境物流信息他程度低，与跨境电子商务协调性较差
1. 境内境外信息交换不畅。
 2. 传统跨境物流模式无法实时跟踪货物的状态。
 3. 物流信息反馈缺失或滞后，不利于货物追踪。
 4. 缺少增值服务。

任务二 跨境电子商务物流模式

伴随着“海淘”或“代购”模式逐渐向跨境电子商务模式转变，跨境物流模式也逐渐趋于正规化、合法化、多样化。在跨境电子商务的发展过程中，国际邮政包裹（尤其是国际邮政小包）与国际快递扮演着极其重要的角色，在众多跨境物流模式中这两种的使用比重最大。

一、传统物流模式

- (一) 国际邮政包裹（国际邮政小包）。
- (二) 国际快递。

二、新型物流模式

- (一) 海外仓
- (二) 边境仓
- (三) 国际物流专线
- (四) 保税区、自贸区物流
- (五) 集货物流
- (六) 第三方物流。
- (七) 第四方物流。

三、跨境物流模式对比分析

通过分析各跨境物流模式在时效性、成本、适用性以及目前的使用率等方面的表征,能够对各类跨境物流模式有较为清晰的了解。在主要的跨境物流模式中,国际邮政小包与国际快递使用较早,并是主要的跨境物流使用模式。国际邮政小包得益于万国邮政联盟的物流网络体系,在全球范围内网络最密集,能够辐射到全球近 200 个国家或地区。

任务三 跨境电子商务物流发展态势

一、跨境物流发展现状

在跨境电子商务市场中,商品突破了国家界限,通过跨境物流实现商品在不同国境间的流通。快速增长的跨境电子商务市场推动了跨境物流需求的井喷。跨境物流虽然仍集中在国际邮政包裹与国际快递方面,但是跨境电子商务的发展刺激了跨境物流模式的创新,海外仓作为一种全新的跨境物流解决方案得到了广泛推广,如 Amazon、e Bay、阿里巴巴等电商企业纷纷在全球主要市场建立海外仓。

二、跨境物流企业类型

跨境电子商务的发展推动着跨境物流的发展,诸多行业与企业尝试着涉足跨境物流业务,刺激了跨境物流市场的火热。经过近几年的发展,通过梳理现有跨境物流企业的类型,将其归为以下几类:

(一) 传统零售企业通过发展跨境电子商务业务,自有的业务量足以支撑跨境物流的需求,纷纷成立跨境物流网络,代表企业有沃尔玛、家得宝、Cdiscount 等;

(二) 传统交通运输业、邮政业的企业顺应跨境电子商务市场的需求,纷纷增加跨境物流业务,代表企业有中远、中集、马士基、万国邮政体系等;

(三) 大型制造企业或传统行业的大型企业凭借原有的物流资源,一般隶属于集团的物流公司或物流职能部门,伴随自身跨境电子商务市场的扩张,开始涉入跨境物流业务,代表企业有海尔物流、安得物流等;

(四) 传统电商企业随着跨境电子商务业务的扩张,刺激了跨境物流的需求,在国内市场自建了物流体系,并尝到自建物流带来的优势,随之将其扩散到跨境物流市场,自建跨境物流网络,代表企业有京东物流、阿里巴巴的菜鸟物流、兰亭集势的兰亭智通、Amazon、Ulmart 等;

(五) 传统快递企业不愿错失跨境物流市场,纷纷切入跨境物流业务,代表企业有 UPS、Fed Ex、顺丰物流、申通物流、Pony Express、OCA 等;

(六) 新兴的跨境物流企业,成立之初就专注于跨境物流市场,代表企业有俄速通、SPSR、Intelipost、Axado、Loggi、递四方、出口易等。

三、跨境电子商务与跨境物流的演进

(一) 跨境电子商务与传统电商的关系与演进

1. 与国际贸易相比,跨境电子商务既有相同点,也有显著的不同之处。

- (1) 交易主体的性质:
- (2) 交易媒介:
- (3) 物流:
- (4) 支付:

2. 与国内电商相比,跨境电子商务虽然属于电商的大范畴,与国内电商具有

较多共同点，但是因为跨越国家的界限，也体现出一些显著的不同点。

- (1) 交易主体的空间位置:
- (2) 支付:
- (3) 物流:
- (4) 环境

(二) 跨境物流与传统物流的关系与演进

跨境物流、国内物流与国际货运分别对应于跨境电子商务、国内电商与国际贸易。虽然都隶属于物流范畴，且彼此间有共通之处，但三者仍不完全互相等同。国内物流指在同一国家空间范围内实现商品从卖方流向买方过程中涉及到的物流环节以及最后的配送环节。国际货运指将货物从一个国家以一种或多种运输方式运到另外国家。

(三) 跨境电子商务发展对跨境物流的影响

跨境物流依附于跨境电子商务而存在，并受到跨境电子商务的深远影响。由于跨境电子商务的交易主体突破了国家的界限，即买方与卖方不在同一国家，从而决定了商品物流也突破了国家的界限。

1. 多边化:
2. 直接化:
3. 批量小:
4. 频次高:

四、中国跨境电子商务面临的物流服务问题

(一) 物流服务基础问题

1. 物流基础设施不完善
2. 缺乏健全的物流人才培养体系
3. 物流信息化程度低

(二) 物流服务过程问题

1. 物流配送周期长
2. 物流配送成本高

(三) 物流服务结果问题

1. 退换货问题十分繁琐
2. 消费者满意度低

五、案例分析——京东商城的跨境物流服务

京东国际物流持续提供优质服务助力中国制造和中国品牌一站出海，并为全球客户提供优质、高效全面的一体化供应链解决方案。

(一) 京东跨境物流模式

(二) 京东跨境物流发展现状

(三) 京东跨境物流面临的困境

1. 物流成本偏高从平均数据来看，跨境电子商务的物流成本占跨境电子商务交易额的 30%-40%，运输费用、关税、行邮税、增值税和海外物流成本组成了跨境物流成本。

2. 京东的跨境物流配送效率低
3. 京东物流服务水平较低
4. 京东跨境物流出现信息不对称

六、跨境电子商务物流服务的相关改进措施

(一) 完善海外仓的建立和管理

- (二) 加强物流监控和预测
- (三) 提高跨境电子商务的物流售后服务水平
- (四) 加强跨境电子商务物流的信息技术
- (五) 提升跨境电子商务物流的资源禀赋条件
- (六) 培养物流相关人才
- (七) 政府给予相关政策支持

七、总结

在经济全球化的发展和我国海淘用户增加的背景下，跨境电子商务交易越来越成为我国对外贸易总额的重要组成部分。跨境电子商务的发展离不开跨境物流，而跨境物流又取决于物流服务水平质量的高低，三者之间相互影响、相互制约。欧美等发达国家跨境物流发展相对成熟，相比较之下我国跨境物流起步时间晚，但发展速度快，得益于我国对外开放政策和海外购物方式对网民的渗透，这些因素为我国跨境电子商务的健康发展提供了非常有利的发展保障。

作业：课后拓展练习

项目六	主流跨境电子商务平台
教学目标	知识目标：亚马逊平台商业模式 阿里巴巴全球速卖通平台业务产业链 亚马逊与全球速卖通商业模式的比较 我国跨境电子商务平台发展策略 技能目标：了解亚马逊平台 了解阿里巴巴全球速卖通平台 了解阿里巴巴与亚马逊跨境经营国际化发展情况对比 了解我国跨境电子商务平台发展策略 思政目标：介绍主流跨境电商平台规则，使学生掌握跨境电商第三方平台选择原则和方法，养成遵守规则良好习惯有利于日后开展国际竞争，培养学生创新思维和创业精神。
教学内容	项目六 主流跨境电子商务平台 任务一 亚马逊平台认知 任务二 阿里巴巴全球速卖通平台认知 任务三 阿里巴巴与亚马逊跨境经营国际化发展 任务四 我国跨境电子商务平台发展策略
教学重点	阿里巴巴与亚马逊跨境经营国际化发展
教学难点	阿里巴巴与亚马逊跨境经营国际化发展
教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法

课外作业	我国跨境电子商务平台发展策略主要有哪些？
<p>教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）</p> <p>【课堂导入】</p> <p>在互联网技术及信息技术快速发展的推动下，跨境电子商务交易规模不断扩大，其在我国对外贸易中所占的比重也在不断增加。相对于传统贸易而言，跨境电子商务借助电子商务平台就能完成交易，使得交易环节获得有效缩短，与之相应的商业成本也实现降低。这对于中国实体经济与外贸经济而言意味着带来新的发展机会。在我国政府方面，也已经意识到跨境电子商务所具有的巨大潜力，并积极在政策层面上提供支持，为我国电商企业开展跨境电子商务业务提供政策保障，进而促使跨境电子商务行业实现规范化及健康发展。</p> <p>激趣导入</p> <p>案例赏析：90后老板从亚马逊到阿里国际站，一年成行业 TOP10</p> <p>她是林思思，佛山市捷瑞美化妆品有限公司的90后老板，2021年度外贸新势力“有戏”大奖的获得者。连续6年获得亚马逊化妆刷 TOP 1，2020年加入阿里巴巴国际站，年成交新客户数超过600个，一年成长为国际站行业 TOP 10。</p> <p>她是如何运用C端生存之法，快速在B端扎稳脚跟，并且一路开挂，成功开辟企业第二增长曲线的呢？</p> <p>【教学实施】</p> <p>案例导入：疫情反复叠加外部因素，2022年的跨境电商并不好过</p> <p>业内人士告诉记者，疫情后的几年国际物流成本逐年递增，加之营销费用居高不下，给行业带来了成本上的挑战。</p> <p>但也有平台认为情况在好转。7月5日，在接受记者采访时，亚马逊中国副总裁、亚马逊海外购中国区负责人李岩川称，“目前最困难的时期已经过去，我们对2022年下半年充满信心。整体来说，跨境电商这块蛋糕足够大。”</p> <p>任务一、亚马逊平台</p> <p>亚马逊目前是美国最大一家网络电子商务公司，其业务营收在总营收中所占的比重超过三成，相比阿里巴巴的不足一成，其国际化程度较高，此外，亚马逊在欧洲、北美、亚洲市场均已实现国际化经营并取得了成功。</p> <p>一、亚马逊跨境经营国际化发展</p> <p>二、亚马逊业务范畴</p> <p>三、亚马逊国际化布局</p> <p>（一）亚马逊业务的国际化</p> <p>（二）亚马逊物流的国际化</p> <p>（三）亚马逊 AWS 云服务</p>	

(四) 亚马逊商业模式

任务二 阿里巴巴全球速卖通平台

阿里巴巴是由马云等投资人于 1999 年创立的网络技术公司，他们看到了互联网为中小企业发展带来的机遇，认为互联网能够构建公平、优质、高效的竞争平台，有助于改善我国企业现有的竞争环境。阿里巴巴业务涵盖范围较广，通过对阿里巴巴事业部划分结构、阿里巴巴提供的产品及相应服务进行分析，归类如下：一是交易平台服务。包括 1688 网、天猫、淘宝、阿里巴巴国际交易市场和全球速卖通等。二是信息服务。包括菜鸟网络、阿里妈妈、一淘网、阿里云等。三是互联网金融服务。主要是以蚂蚁金融服务集团为代表。

一、阿里巴巴全球速卖通业务环境分析

(一) 宏观环境分析

1. 政治法律环境分析
2. 经济环境分析
3. 技术环境分析

(二) 行业环境分析

1. 行业现状
2. 行业发展趋势分析
 - (1) 目前跨境电子商务贸易的最大壁垒仍是一一通关
 - (2) 小额跨境电子商务交易信用问题严重
 - (3) 跨境物流业发展滞后
3. 行业主要竞争对手简介
 - (1) 敦煌网
 - (2) eBay
4. 行业生命周期分析
5. 行业竞争结构分析
 - (1) 买方讨价还价能力
 - (2) 供应商讨价还价能力
 - (3) 替代品的威胁
 - (4) 新进入者的威胁

(三) 微观环境分析

1. 阿里巴巴公全球速卖通业务发展定位
2. 全球速卖通业务的产业链条
 - (1) 供应商
 - (2) 顾客及社会公众
3. 阿里巴巴全球速卖通运营中存在的问题

(

- 1) 知识产权问题
 - (2) 物流和出口退税问题
 - (3) 国际支付问题
 - (4) 信用评价机制存在缺陷

二、阿里巴巴全球速卖通竞争战略的实施

(一) 低成本的市场渗透

- (二) 大力推广国际支付宝，解决出口退税问题
- (三) 推广人民币跨境结算
- (四) 加强人力资源建设
- (五) 拓宽盈利模式，降低运营风险
- (六) 提高阿里巴巴全球速卖通海外知名度
- (七) 加大产品审核力度，保护品牌产品知识产权
- (八) 完善信用评价体系
- (九) 构筑行业屏障，提升核心竞争力
- (十) 营造优秀企业文化

任务三 阿里巴巴与亚马逊跨境经营国际化发展情况对比

一、阿里巴巴与亚马逊国际化水平对比

阿里巴巴亚马逊在注重国内投资的同时，还积极拓展海外市场且在竞争方面非常激烈。

二、阿里巴巴和亚马逊国际化布局对比

电商业务在发达国家以及中国电商市场的红利逐渐过去是必然，这是市场发展规律之体现，对此，电商公司出于生存及发展的需要，均积极谋求业务方面的多元化。

三、阿里巴巴和亚马逊国际化战略对比

阿里巴巴国际化进入战略主要是通过收购，投资和战略合作三种方式进行，并以投资为主要方式。阿里巴巴在 2010 年 4 月正式推出全球速卖通，开始进入跨境电子商务服务市场，为中国出口商直接与全球消费者进行接触及交易提供服务平台支持。

四、亚马逊与全球速卖通商业模式的比较

亚马逊与全球速卖通同作为 B2C 跨境电子商务平台，通过互联网平台连接全球消费者和商家。

- (一) 平台盈利模式
- (二) 跨国物流体系
- (三) 资金支付方式

五、亚马逊与全球速卖通商业模式比较研究的结论

纵观亚马逊和全球速卖通的发展历程，通过分析二者的产品流、资金流及物流，并比较研究二者的盈利模式、跨境物流体系、资金支付方式及运营效果，得出以下几点结论。

- 一是亚马逊的盈利来源丰富多元，而全球速卖通的盈利渠道仍有待扩充。
- 二是亚马逊与全球速卖通的跨境物流体系各成一家。
- 三是亚马逊与全球速卖通的资金支付方式大同小异。
- 四是亚马逊在全球市场体系庞大，但增速较缓，而全球速卖通增长势头强劲。

任务四 我国跨境电子商务平台发展策略

通过上文对跨境电子商务行业以及阿里巴巴和亚马逊两家代表性跨境电子商务的分析，可以得出我国跨境电子商务行业在技术、物流、支付、品牌建

设、信用、人才方面还存在不足，因此，针对这几个方面，本文提出了以下几点策略建议。

- 一、重视技术创新，并大力发展云服务
- 二、紧密结合国家发展规划，加大海外物流新模式的探索
- 三、建立健全支付结算体系
- 四、加强国际营销方面的投入，打造跨境电子商务的国际品牌
- 五、加强信用体系建设，营造跨境电子商务良好交易环境
- 六、加大人才培养力度
- 七、丰富平台盈利模式
- 八、加强知识产权保护

项目七	跨境电子商务法律与政策解读及风险防范
教学目标	<p>知识目标：物流通关法律与政策</p> <p>进出口税收征管法律与政策</p> <p>跨境电子商务知识产权海关保护制度</p> <p>跨境电子商务走私监管法律</p> <p>技能目标：了解物流通关法律与政策</p> <p>了解进出口税收征管法律与政策</p> <p>了解跨境电子商务知识产权海关保护制度</p> <p>了解跨境电子商务走私监管法律问题</p> <p>思政目标：结合近年来我国跨境电商领域的纠纷，尤其是知识产权侵权（包括商标侵权、专利侵权、品牌侵权、图片侵权和 listing 侵权等），对学生进行宪法法治教育，提升学生的法治意识，了解知识产权法，既避免侵犯了其他卖家的知识产权，也保护了自己。</p>
教学内容	<p>项目七 跨境电子商务法律与政策解读及风险防范</p> <p>任务一 物流通关法律与政策解读</p> <p>任务二 进出口税收征管法律与政策</p> <p>任务三 跨境电子商务知识产权海关保护制度分析</p> <p>任务四 跨境电子商务走私监管法律问题分析</p>
教学重点	<p>跨境电子商务法律与政策解读及风险防范</p>
教学难点	<p>跨境电子商务法律与政策解读及风险防范</p>
教学学时	<p>2 课时</p>

教学方法	讲授法、实践法
课外作业	跨境电子商务走私监管法律问题分析
<p>教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）</p> <p>【课堂导入】</p> <p style="text-align: center;">案例赏析：政策助力安克创新成为跨境电子商务领军者</p> <p>国家政策鼓励出口模式创新，释放政策红利。随着互联网技术和全球电商平台的迅速发展，以及带来的新一轮跨境贸易、消费、服务和中小企业的全球化，跨境 B2C 电商零售正在发展成为国际贸易的新业态和重要组成部分。近年来，中国政府和社会各界高度重视跨境电子商务的发展，将其视为新时期中国经济发展的新引擎、产业转型的新业态和对外开放的新窗口。</p> <p>【教学实施】</p> <p>今年以来，我国对外贸易开局平稳。1月至5月，我国进出口总值达 16.04 万亿元，比去年同期增长 8.3%。与此同时，受一些因素影响，外贸企业也遇到生产经营方面的困难，外贸还面临一系列挑战。</p> <p>为此，根据党中央、国务院决策部署，商务部等多个部门研究出台了一系列针对性较强的稳外贸政策“组合拳”，为外贸企业纾困解难，不断激发市场主体活力，持续推进外贸创新发展。</p> <p>任务一 物流通关法律与政策解读</p> <p>我国海关法将通关监管对象分为进出境运输工具、进出境货物和进出境物品，而与跨境电子商务密切相关的是进出境货物与进出境物品。二者的区别主要体现在用途、数量、外汇、税收、许可等方面。跨境电子商务作为一种营商新业态，在未出台特殊优惠政策前，通常采用全口径方式进行通关，既包含一般货物贸易报关进口，也包含以个人物品名义进出境，接受海关的通用监管规定。</p> <p>一、进出口货物与进出境物品通关法律制度</p> <p>（一）“货物”与“物品”的海关法释义</p> <p>（二）“关检一体化”的规范解析</p> <p>（三）外贸综合服务企业新业态解读</p> <p>外贸综合服务企业与传统外贸代理企业的区别体现在以下三个方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 对外贸易合同的签订主体 2. 标准化、集约化服务 3. 关于“交付成本”和“信用认证”两大难题审视 <p>二、跨境电子商务商品物流通关政策体系述评</p> <p>（一）跨境电子商务商品含义</p> <p>（二）跨境电子商务进口海关监管政策</p>	

(三) 跨境电子商务出口海关监管政策

(四) 市场采购模式的优势与风险

市场采购的政策优势同时也引发多种合规风险：

1. 主体多元复杂
 2. 商品质量参差不齐
 3. 收汇监管困难，问题突出
 4. 税收风险
 5. 海关申报不实的走私风险
- 三、跨境电子商务特殊商品与特殊区域的通关政策

(一) 特殊进出口商品监管政策的价值定位

(二) 跨境电子商务综合试验区通关便利化改革

在物流通关方面，“跨境电子商务综试区”对跨境电子商务实行“清单核放、集中纳税、代扣代缴”的便利化、一体化、无纸化通关模式，着力在跨境电子商务 B2B 方式相关环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，形成了众多成熟经验做法。

1. 线上“一站式”服务系统，
2. 以“单一窗口”为平台，
3. 针对 B2C 进口模式，
4. 针对 B2B 出口模式，
5. 简化通关手续，实行“简化申报、清单核放、汇总统计”，

任务二 进出口税收征管法律与政策

税收征管法律关系是货物和物品在进出关境时所涉及的重要法律关系，对于跨境电子商务而言也不例外。与一般的进出口货物和物品相比较，跨境电子商务商品的进出口税收征管以一般的进出口环节税款征收的法律和政策规定为基础依据，但同时因为涉及到电子商务的相关规定以及国家对跨境电子商务的特殊管理规定而又有重要区别。

一、跨境电子商务商品关税征收法律制度规范

(一) 进出口货物关税法律制度概述

进口关税税率

最惠国税率。

协定税率。

特惠税率。

普通税率。

出口关税税率

根据《中华人民共和国进出口关税条例》第 9 条和第 11 条，对出口货物在一定期限内可以实行暂定税率，在适用上，暂定税率优先于出口税率。

不同标准下的进出口货物关税计征方式分析

1. 从价关税
2. 从量关税

3. 复合关税

(二) 影响货物关税的三重因素

1. 进出口货物完税价格
2. 货物原产地
3. 商品归类

现行关于进口商品在实际进口之前的预归类包括两种类型，分别是：

第一类：行政裁定。

第二类：归类预裁定。

二、跨境电子商务商品进口消费税征收法律与政策

根据《中华人民共和国消费税暂行条例》（2008 修订）的规定，消费税的征收具有以下特征：

1. 不同产品适用不同税率，同一产品同等税率；
2. 只在应税消费品的生产、委托加工和进口环节缴纳；
3. 消费税实行价内税，税款被含在商品价格中，最终由消费者承担。
3. 进口消费品的纳税义务人是消费品的进口人，进口的应税消费品，应当向报关地海关申报纳税；对出口应税消费品免征消费税，国务院另有规定的除外；
5. 纳税期限是自海关填发海关进口消费税专用缴款书之日起 15 日内，由海关部门在其报关进口时予以代征。进口的应税消费品，按照组成计税价格计算纳税。

对于实行从价计征的消费品，组成计税价格=（完税价格+关税）/（1-消费

费比例税率）；应纳税额=组成计税价格*消费税税率。

对于实行复合计税办法计征的消费品，组成计税价格=（完税价格+关税+进口数量×消费税定额税率）/（1-消费税比例税率）；应纳税额=组成计税价格*消费税税率。

三、跨境电子商务商品进出口增值税征收法律与政策

对进口商品征收增值税的税目和税率依据主要来自《中华人民共和国增值税暂行条例》以及财政部和国家税务总局出台的关于调整增值税税率的通知。根据《财政部 税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号），自 2018 年 5 月 1 日起，货物进出口的增值税税率为：

1. 纳税人进口货物的基本税率是 16%；
2. 进口特殊货物税率为 10%，包括暖气等部分居民用能源；粮食等农产品、食用植物油、食用盐；图书、报纸、杂志、音像制品、电子出版物等；
3. 出口税率为零，另有规定的除外。

四、跨境电子商务零售进口税收政策的演进与评析

(一) 跨境电子商务零售进口综合税率的形成与展现

(二) 跨境电子商务零售进口计税方法

根据财政部、海关总署、国家税务总局发布的《关于完善跨境电子商务零售进口税收政策的通知》（财关税〔2018〕49 号），跨境电子商务零售进口商品的税款征收公式根据该商品的单次交易情况，可能存在 2 种税额计算结果：

第一，在限值人民币 5000 元以内并且不超过个人年度交易限值人民币 26000 元：

应征关税=完税价格*0%；

应征消费税=法定计征的消费税*0.7

= (完税价格+关税税额) / (1-消费税税率) * 消费税税率*0.7;

应征增值税=法定计征的增值税*0.7

= (完税价格+关税税额+法定计征的消费税税额) * 增值税税率*0.7;

简化之后:

应纳税额=应征关税+应征消费税+应征增值税=0+完税价格/ (1-消费税税率) * 消费税税率*0.7+ (完税价格+法定计征的消费税税额) * 增值税税率 = 完税价格* (消费税税率+增值税税率) * 0.7/ (1-消费税税率)

第二, 单次交易完税价格超过 5000 元限值但低于 26000 元年度交易限值、且订单下仅一件商品的, 按照跨境电子商务零售渠道进口; 其他的按照一般贸易模式进口。应纳税额=完税价格*关税税率+法定计征的消费税+法定计征的增值税。

(三) “汇总征税” 的制度建构与实践优势

(四) “代收代缴义务人” 的身份与责任

1. 基于电子商务零售进口相关税收的风险
2. 基于代收代缴义务而产生的“先缴后追” 的风险
3. 基于汇总申报方式而产生的较大数额偷漏税责任的风险
4. 基于退货而产生的自行承担税款成本的风险

五、跨境电子商务出口退税政策定位与机制设置

出口货物退(免)税是指对出口货物退还其在国内生产和流通环节实际缴纳的消费税和增值税, 或者免征应缴纳的消费税和增值税。

任务三 跨境电子商务知识产权海关保护制度分析

知识产权, 也称为“智慧成果权”、“智力成果权”, 是人们依法对其创造性智力活动成果和经营管理活动中的标记、信誉享有的专有权利。

一、跨境电子商务知识产权海关保护法律制度

(一) 国内外法律与政策概述

(二) 跨境电子商务海关执法案例与执法特征

二、跨境电子商务知识产权侵权认定

(一) 海关特殊监管区的法律适用认定

无论是从教义学角度释法析法还是基于社会现实的需要, 海关对于特殊监管区内的侵权商品都应具有执法权力, 理由如下:

1. 从体系解释的方法论来看
 2. 从自贸区的建设需求来看
 3. 从“境内关外” 的实践含义来看
 4. 从现实角度出发
 - (二) 海关执法对象的认定
 - (三) 行邮渠道海关监管
- 三、跨境电子商务知识产权侵权风险规避
- (一) 跨境电子商务避免侵权策略——基于《电子商务法》的要求
 - (二) 跨境电子商务避免被侵权策略——基于《商标法》的要求

任务四 跨境电子商务走私监管法律问题分析

一、跨境电子商务走私的司法实践背景

（一）跨境电子商务走私类型与特征

跨境电子商务走私特征：

1. 科技化
2. 碎片化
3. 主体多元化

（二）跨境电子商务企业与平台走私动机审视

二、跨境电子商务走私风险检视——从不同类型的典型案例为切入

（一）电商平台“化整为零”包税进口走私案

（二）电商企业伪报贸易方式走私案

（三）超出“自用、合理数量”的代购走私案

三、实践视域下的跨境电子商务走私风险防范指引

（一）电商经营者风险规避方案

（二）电商平台经营者风险规避方案

（三）代购转型建议

- 作业：课后拓展练习

项目八	跨境电子商务职业规划
教学目标	<p>知识目标：跨境电子商务职业资格认证单位</p> <p>跨境电子商务职业资格认证考核内容</p> <p>跨境电子商务职业培训</p> <p>技能目标：跨境电子商务职业资格认证必备条件</p> <p style="padding-left: 40px;">跨境电子商务职业资格认证考核过程</p> <p style="padding-left: 40px;">跨境电子商务职业生涯规划</p> <p>思政目标：思政内容可以结合诚信经营，不存在盗取其它卖家商品、图片、视频和 listing 的情况;另外，该课程整个教学过程中，教师应传输跨境电商行业的职业精神和职业规范，培养学生遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯，引导学生深刻理解并自觉实践职业精神和职业规范，增强职业责任感。</p>
教学内容	<p>项目八 跨境电子商务职业规划</p> <p>任务一 跨境电子商务职业资格认证</p> <p>任务二 跨境电子商务职业资格认证考核</p> <p>任务三 跨境电子商务职业生涯规划</p>
教学重点	跨境电子商务职业生涯规划
教学难点	跨境电子商务职业生涯规划

教学学时	2 课时
教学方法	讲授法、实践法
课外作业	个人跨境电子商务职业生涯规划
<p>教学设计：（包括教学准备、课堂导入、教学实施、作业布置等各个环节的教学内容（活动安排）、教学方法和时间分配等）</p> <p>【课堂导入】</p> <p style="text-align: center;">案例赏析：吉利汽车：打造企业的“人才森林”</p> <p>随着科技革命持续推动汽车产业变革，这对汽车研发人才提出更高要求。在此背景下，吉利汽车于 2018 年提出人才森林战略。基于集团新的人才战略，为满足公司对内生型工程师及储备人才的需求，吉利汽车研究院针对汽车研发工程师，设计了“卓越工程师人才培养项目”。项目通过搭建工程师通用能力模型，明确各层级研发工程师的能力要求、相关专业知识和岗位技能，采用阶段研修、场景实践、项目挑战相结合的方式，持续推进研发工程师专业赋能与绩效提升。项目最终实现汽车各模块工程师在组织中的互动融合，有效萃取个人经验形成组织沉淀，推动优秀技术经验的快速复制，构建了研发人才生态梯队。培养对象是汽车研发技术人才。</p> <p>【教学实施】</p> <p>目前跨境电子商务相关企业人员涉及的岗位主要包括营销策划总监、运营主管、物流主管、国际市场推广专员、营销专员、客服专员、海外仓专员、网站开发专员、UI 设计师、网络编辑等。在产业分布中，第三产业所占比例最高，为 45.24%，在目前经济增速整体放缓的大环境下，跨境电子商务受到国家和政府的高度支持重视，随着第三产业发展跨境电子商务应用越来越高，对人才的比例需求每年都在增加，根据全国跨境电子商务教指委的调查数据和无锡跨境电子商务协会调查数据表示未来三年无锡周边地区企业均有对跨境电商人才的需求，超过 5 人的需求达到了 71.43%，其中未来三年对跨境电商人才需求数量超过 20 人的超过了 33.33%。可以预见的是，整个跨境电子商务行业对人才的需求数量还是非常可观的，尤其是对于隶属第三产业的跨境电商的服务企业，对人员的需求更甚。</p> <p>任务一 跨境电子商务职业资格认证</p> <p>一、职业资格认证的必要性</p> <p>（一）对外贸易是促进中国不断发展的必要因素</p> <p>自从中国 2001 年加入 WTO 以来，我国深入对外开放，在平等互利、合作</p>	

共赢的基础上积极推进同世界各国的经贸合作。经过多年发展，我国进出口总额从2001年的4.2万亿元上升至2020年的32.2万亿元，占国内生产总值(GDP)30%以上。因此，扩大对外贸易必将成为我国可持续发展的目标和机遇之一。但是传统的外贸模式遇到了瓶颈，甚至出现了下降的趋势。

(二) 跨境电子商务成为对外贸易的发展契机

(三) 跨境电子商务发展的瓶颈与困境

(四) 跨境电子商务师的兴起

二、跨境电子商务职业资格认证单位

(一) 国家级认证单位

1. 中华人民共和国工业和信息化部

2. 中国跨境电子商务专业委员会

(二) 企业认证单位

1. 国家服务外包人力资源研究院

2. 阿里巴巴(中国)网络技术有限公司

拓展阅读:

(1) 国家单位认证———国务院国资委国际商务职业资格认证(ICPC)国际电子商务师。

(2) 国家单位认证。———中国电子商务协会

三、职业资格认证需具备的条件

根据跨境电子商务专业技能培训网显示，凡是报考中国跨境电子商务师，都应满足以下两个条件之一：具有完全民事行为能力的中华人民共和国公民；取得合法来华身份、年满18周岁的外国来华人员。

除此之外，标准跨境电子商务师共分为三个等级：跨境电子商务员、助理跨境电子商务师和跨境电子商务师。

(一) 跨境电子商务员(具备以下条件之一者)

在本专业工作岗位见习工作一年以上，经本专业正规培训达规定标准学时数，并取得毕业证书者；取得经教育行政部门和劳动保障行政部门审核认定的、以中

级技能培养为目标的中等以上职业学校本专业毕业证书者；相关专业的中等以上职业学校的在读学生。

(二) 助理跨境电子商务师(具备以下条件之一者)

在本专业岗位工作一年以上，经本专业正规培训达规定标准学时数，并取得毕(结)业证书者；取得跨境电子商务员、电电子口岸操作员、电子单证员、国际贸易单证员、国际贸易业务员、加工贸易报审员等国际贸易相关证书者；相关专业的高等以上职业院校在读学生。

(三) 跨境电子商务师(具备以下条件之一者)

在本专业岗位工作三年以上，经本专业正规培训达规定标准学时数，并取得毕(结)业证书者；取得助理跨境电子商务师、电子单证师、师助理国际贸易单证师、助理国际贸易师、加工贸易报审师等国际贸易相关证书者。

拓展阅读:

1. 中国电子商务师

2. 国际电子商务师。

任务二 跨境电子商务职业资格认证考核

一、职业资格认证考核内容

（一）跨境电子商务员

通过本级别专业理论知识学习和操作技能训练，培养对象能够掌握电子商务的基本知识、网店开设与维护、商务信息处理、客户服务的基本技能、跨境作业操作。

1. 基础知识
2. 操作技能训练

（二）助理跨境电子商务师

通过本级别专业理论知识学习和操作技能训练，培训对象能够掌握电子商务的基本知识、网店搭建与管理、网络营销、网上交易、跨境作业运营。

1. 基础知识
2. 操作技能

（三）跨境电子商务师

通过本级别专业理论知识学习和操作技能训练，培训对象能够掌握电子商务的基本知识、电子商务网站功能内容设计、网络营销、电子商务网站运营管理、跨境作业管理与策划。

1. 技能操作

二、考试形式

考试由理论知识考试和技能操作考核两部分组成。理论知识考试采用闭卷上机考试以及在相关考点进行纸质考试的方式；技能操作考核采用上机操作和远程机考的方式，由两名考评员组成考评小组，根据考生实际操作结果和综合表现，参照统一标准评定得分。两部分考核都合格的考生通过本次考试。

理论知识考试：时间 60 分钟，总分 100 分，考试得 60 分及以上者为合格。

技能操作考核：时间 90 分钟，总分 100 分，考试得分 60 分及以上者为合格。

（一）理论知识考试

理论知识考试大致分为两个板块：选择题（含多项选择题）以及判断题。主要考查学生对于跨境电子商务领域的理论知识和基础概念的理解程度和掌握情况。

（二）技能操作考核

技能操作考试主要是针对考生上机操作能力的考核，主要考查考生对跨境电子商务综合业务分析、理解、处理等能力。

三、职业资格认证考核过程

跨境电子商务师考试时间由全国跨境电子商务专业技能培训考试管理办公室下达年度考试计划，承办机构根据年度考试计划在相应的考试时间段内选择适当的考试时间，并且自行申报、确定考试时间。考生可根据每个考点相应的考试时间进行考试申请。

每年上半年和下半年分别都有一场考试。

任务三 跨境电子商务职业生涯规划

一、跨境电子商务职业培训与发展

(一) 员工培训计划

触，相互交流，促进新员工的健康成长)。

(二) 员工培训方法

以下是几种常见的员工培训方法：

1. 讲授法
2. 角色扮演法
3. 案例研究法
4. 工作中学习法
5. 工作指导法
6. 工作轮换法
7. 网络培训法

(三) 管理人员培训

管理人员的培训方法有以下几种。

工作轮换：

敏感性训练：

多样化培训：

二、跨境电子商务职业生涯规划

(一) 职业生涯管理

(二) 职业生涯设计

1. 自我评估
2. 组织与社会环境分析
3. 目标设定
4. 行动规划
5. 职业生涯评估

(三) 员工职业生涯规划下的员工培训

员工培训主要是企业围绕自身业务开展的需要通过各种形式针对员工开展有目的和有计划的训练与培养活动，现代企业人力资源管理认为职业生涯管理在培训中有非常重要的内容，其目的是协助企业员工制定一系列职业生涯规划和帮助实现职业生涯发展的一个过程。

作业：课后拓展练习