

项目一任务一 教案

教学目标:

知识目标

了解跨境电商概念及分类

能力目标

熟悉各跨境电商，能清楚区分各跨境电商从属类别

素质目标

- 1.养成积极主动学习意识;
- 2.养成分析事物存在及发展趋势的能力;

思政目标:

1. 培养爱国、敬业的社会主义核心价值观;
- 2.培养学生正确的职业观; 培养遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、开拓创新的职业品格

教学内容:

- 了解跨境电商的概念及现状
- 清楚区分跨境电商与传统外贸及电子商务的区别
- 跨境电商的模式分类标准

教学重点: 跨境电商的概念及内容。

教学难点: 掌握根据不同模式分类标准分类

一、知识概念板块

1、跨境电子商务的概念

问题导入：

你知道跨境电子商务的交易主体有哪些吗？

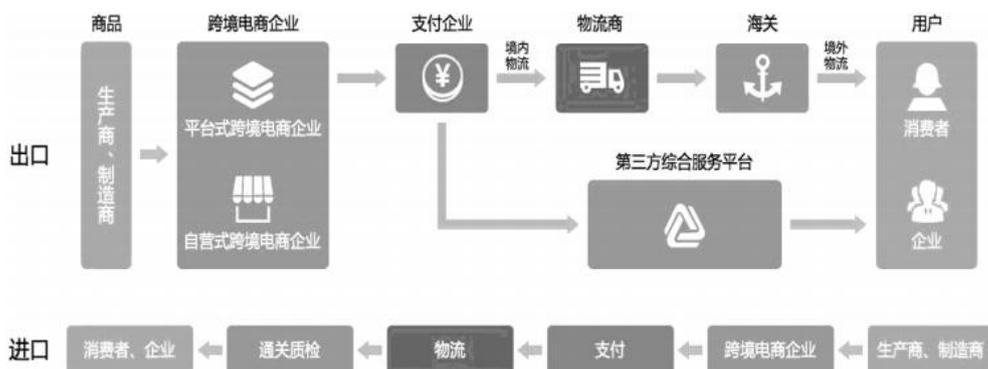
你知道跨境电商的分类有哪些吗？

跨境电商概念：

跨境电子商务（Cross Border E-commerce）

狭义上，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。

从广义上看，跨境电商是指分属于不同关境的交易主体，通过电子商务的手段将传统进出口贸易中的展示、洽谈和成交环节电子化，并通过跨境物流运达商品，完皮交员的一种国际商业活动。这一过程基本等同于外贸电商。



广义的跨境电商统计对象以跨境电子商务中商品交易部分为主(不含服务部分)，它既包含跨境电商交易中的跨境零售(狭义部分)，又包含跨境电商 B2B 部分，其中 B2B 部分不但包括通过跨境交易平台实现线上成交的部分，还包括通过互联网渠道线上进行交易洽谈，促成线下实现成交的部分，它与传统外贸的交易流程存在较大区别。

2、跨境电子商务与国内电子商务的区别



区别	跨境电子商务	国内电子商务
业务环节	业务环节复杂，需要经过海关通关、检验检疫、外汇结算、出口退税、进口征税等环节。	业务环节简单。
交易主体	跨境电子商务的交易主体是不同关境的主体，可能是国内企业对境外企业、国内企业对境外个人或者国内个人对境外个人。交易主体遍及全球，有不同的消费习惯、文化心理、生活习俗。	国内电子商务交易主体一般在国内，国内企业对企业、国内企业对个人或者国内个人对个人。
交易风险	跨境电子商务行为发生在不同的国家，每个国家的法律都不相同。	交易双方对商标、品牌等知识产权的认识比较一致，侵权纠纷较少。
适用规则	跨境电子商务需要适应的规则多、细、复杂。	国内电子商务只需遵循一般的电子商务规则。

3、跨境电商现状之进口交易规模稳定增长，市场规模可期

2015 年我国跨境电商交易规模约 5.2 万亿，同比增长约 30%，网民跨境网购的渗透率达到 10%。中国有望成为全球最大跨境零售消费市场，带动全球跨境消费年均增速提高近 4%。。

我国电子商务平台企业已超过 5000 家，境内通过各类平台开展跨境电子商务业务的外贸企业已超过 20 万家。目前每年在跨境电子商务平台上注册的新经营主体中，中小企业和个体商户已经占到 90%以上。

我国 80% 以上的外贸企业已经开始应用电子商务开拓海外市场。

2017 年跨境电商整体交易规模（含零售及 B2B）达 7.6 万亿元人民币。中国出口电商卖家主要集中在广东、江苏、浙江等东部沿海城市，但以湖北、河北、河南、四川为代表的中西部省市正在快速发展，产品方面，3C 电子产品、服装等传统优势品类借助自身标准化及便于运输等优势表现强劲，户外、健康美容和汽配等新品类随着消费者需求增长而快速增长。

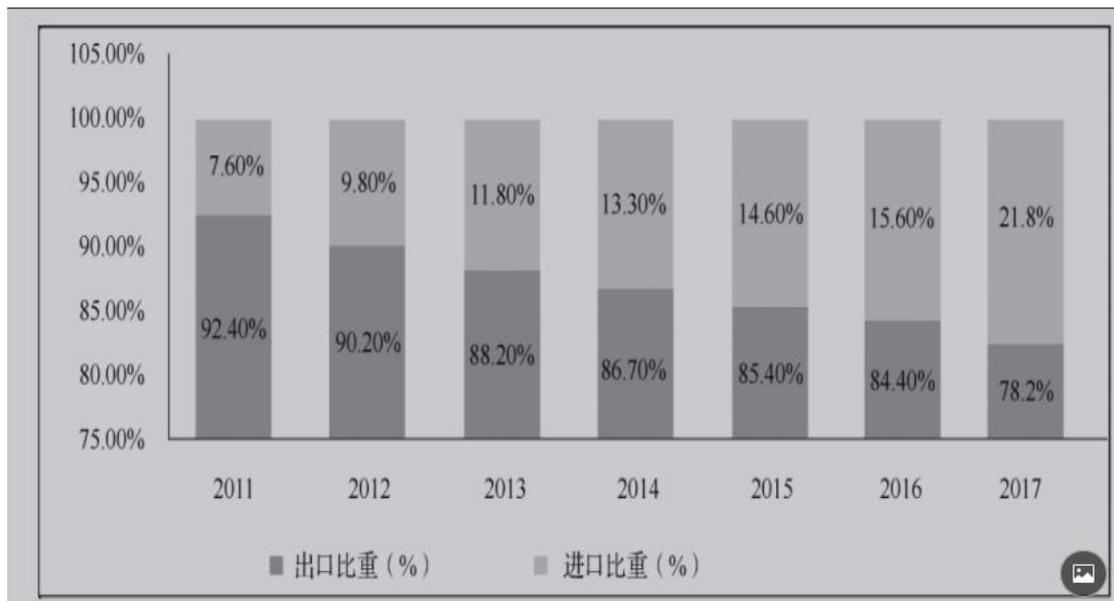
2016 年我国货物贸易进出口总额 24.33 万亿元，同比下降 0.9%。其中跨境电商交易规模达 6.7 万亿，同比增长 24.07%；传统进出口贸易额 17.6 万亿，同比下滑 8.33%，连续三年呈下滑态势。从 2010~2016

年期间交易规模来看，跨境电商保持 33.19%的复合增速，预计到 2020 年跨境电商交易规模仍将保持 15.68%的复合增速，进高于传统进出口贸易 3.12%的复合增速，跨境电商的高速增长一方面来自对传统贸易业务的时代，另一方面对新业务、新领域、新模式的探索发展。



2017年跨境电商整体交易规模(含零售及B2B)达7.6万亿元人民币，2018年跨境电商交易规模有望增至9.0万亿元。

4、我国跨境电子商务业务是以出口为主，进口为辅



5、跨境电商出口品类以 3C 电子产品、服装服饰为主



6、跨境电子商务的模式分类



7、总结及作业

列举身边自己熟悉的跨境电商平台并试着按一个标准说出所属的类行。