

项目一 认知跨境电商

任务1: 了解跨境电商概念及发展趋势

教学目标

- 1.学习跨境电商的概念和流程
- 2.了解跨境电商发展现状及趋势
- 3.了解我国跨境电商发展过程中存在的问题
- 4. 了解主要的跨境电商平台

教学目标

■ 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和行为习惯;
- 3.培养学生精益求精的大国工匠精神。

目 录

Contents



1

跨境电商定义及其模式分类

2

跨境电商与传统国际贸易

3

跨境电商的发展趋势

4

跨境电商岗位及职位能力分析

导入案例

- 山东日照综合保税区跨境电商进口商品展示中心正式运营



- 展示中心位于山东日照综合保税区内，是山东省日照市首家利用“1210”保税备货模式开展业务的进口商品展示中心，能够实现“线上跨境电商+线下门店体验”于一体的一站式购物服务。
- “与传统跨境电商模式相比，展示中心具有现场展示、现场体验等功能，消费者可以在中心实际了解、体验商品后在网上下单购买，实现所见即所得。”展示中心负责人曾杰表示。
- 消费者在现场选中商品后，可通过扫码登录电商平台进行下单购买，电商企业将商品交易、支付、物流等“三单”信息向海关申报，系统比对无误后可自动放行，随后商品将通过邮寄方式直接送达消费者手中。
- 目前，中心与多家跨境电商经营平台签约合作，主要代理销售来自欧洲、日韩等地区的高端消费品3000多种，主要涵盖母婴、个人护理、美妆、保健品等商品类别。

粤港澳大湾区中欧班列2021年首趟跨境电商年货专列开出



- 2月2日15时37分，满载中国“年味儿”的X8428次列车从广铁集团广州货运中心平湖南站鸣笛启程，奔赴万里外的匈牙利布达佩斯、德国杜伊斯堡等地，这是2021年粤港澳大湾区发出的首趟跨境电商中欧“年货专列”。
- 据了解，该专列共50个集装箱，主要是家居电器、潮流服饰、日用百货、玩具等商品，通过B2C和B2B的方式，从深圳平湖南站出发，经阿拉山口出境，预计16天后抵达德国，发往当地年货市场。

- 随着粤港澳大湾区制造业不断转型升级，“双循环”战略的稳步实施，集装箱、纺织服装、医疗用品等多个行业出现井喷式发展，呈现供不应求的局面。
- 此外，新冠肺炎疫情发生以后，跨境电商作为新业态，发展迅猛，“国货”海外订单数量激增。尽管国际航班大面积停航减班，运力骤减，但作为“一带一路”示范性工程的中欧班列，实现了逆势上扬。

1.1.1 跨境电商的定义

狭义的跨境电商

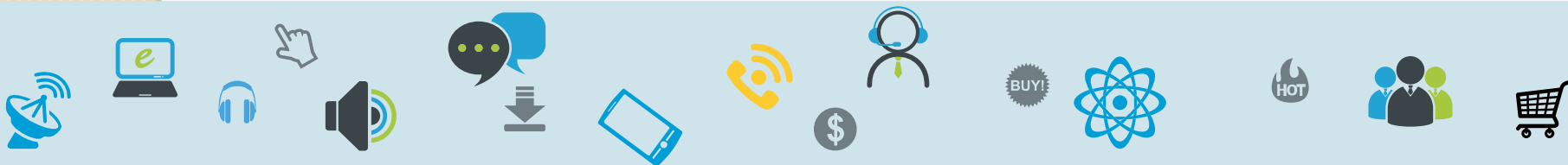
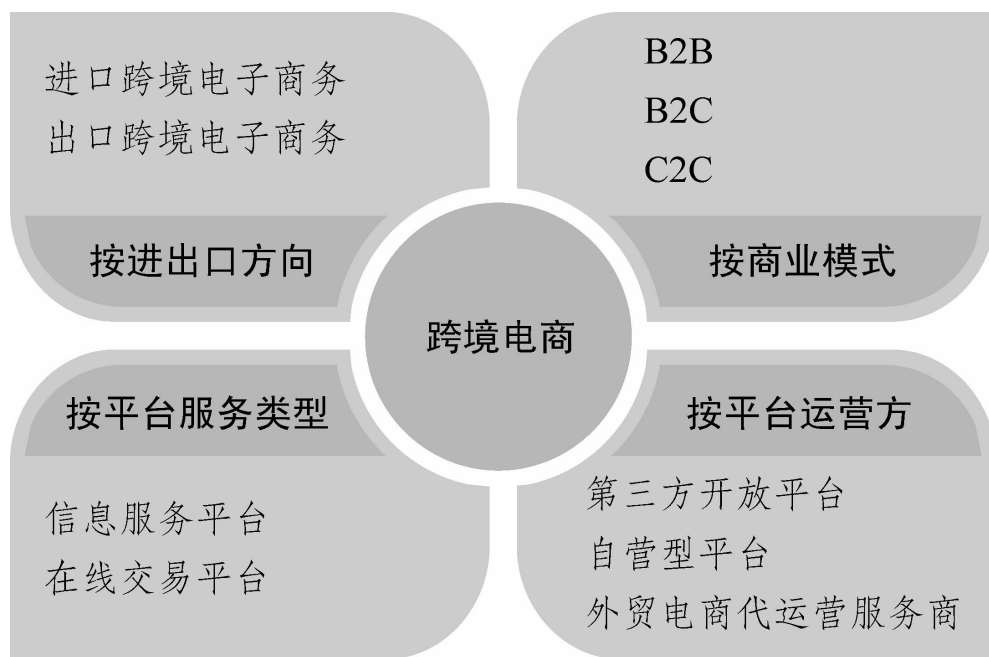
狭义的跨境电商相当于跨境零售。所谓跨境零售，是指分属于不同关境的交易主体，通过计算机网络完成交易，进行支付结算，并利用小包、快件等方式通过跨境物流将商品送达消费者手中的商业活动。



广义的跨境电商

广义上的跨境电商基本上指的就是外贸电商，即分属于不同关境的交易主体，利用网络将传统外贸中的展示、洽谈以及成交等各环节电子化，并借助跨境物流运送商品、完成交易的一种国际商业活动。

1.1.2 跨境电商的模式分类



目 录

Contents



1

跨境电商定义及其模式分类

2

跨境电商与传统国际贸易

3

跨境电商的发展趋势

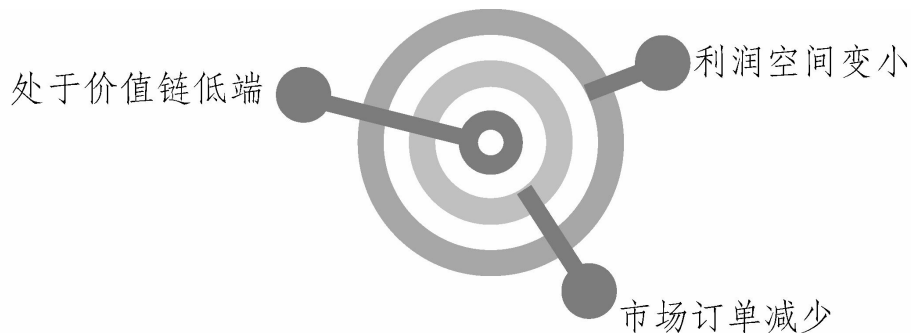
4

跨境电商岗位及职位能力分析

1.2.1 传统国际贸易的衰落与跨境电商的兴起

1. 传统国际贸易的衰落

近年来，中国传统外贸形势日趋严峻，陷入议价能力差、毛利增长有限的困境，在世界经济下行压力加大的不利形势下，一些企业的订单逐渐减少。多数传统外贸企业都面临“夺命三枪”的威胁。



1.2.1 传统国际贸易的衰落与跨境电商的兴起

2. 跨境电商的兴起

在中国，跨境电商的发展历史与电子商务的发展是同步的。自1999年电子商务产生，也就有了跨境电商，其标志是1999年阿里巴巴成立。随后敦煌网、兰亭集势成立，跨境电商由最初的线下交易向线上交易发展；随着阿里巴巴速卖通的成立，国内跨境电商开始兴起。

1999 年

阿里巴巴成立

- 最初的阿里巴巴中国供应商只是互联网上的黄页，定位 B2B 大宗贸易，在网页上向全球客户展示中国企业的产品信息，买方通过阿里巴巴平台了解卖方的产品信息，然后买卖双方在线下洽谈成交。
- 大部分交易是在线下完成。

2000 年前后

在国外平台销售商品

- 国内的一部分人开始尝试在 eBay 和 Amazon 等国外平台从事跨境电商业务。
- 并没有形成规模。

2004 年

敦煌网成立

- 与阿里巴巴中国供应网上黄页的定位不同，其侧重买卖双方的在线交易，其业务以小额 B2B 为主。

2007 年

兰亭集势成立

- 其定位于 B2C 业务，整合国内供应链，以兰亭集势的名义将产品销售至国外。

2009 年

阿里巴巴速卖通成立

- 以 B2B 和 C2C 为主要模式，随着速卖通的发展，更多的中小型卖家开始加入到跨境电商的队伍中。
- 新一轮的跨境电商在中国正式兴起。

1.2.1 传统国际贸易的衰落与跨境电商的兴起

3. 跨境电商对传统外贸的机遇

机遇

缩短对外贸易中间环节，提升进出口贸易效率

跨境电商有利于实现外贸客户资源管理

跨境电商降低了交易成本和采购成本，交易透明度高

跨境电商有利于外贸企业越过贸易壁垒，扩大贸易机会

跨境电商有利于减轻外贸企业对实物基础设施的依赖

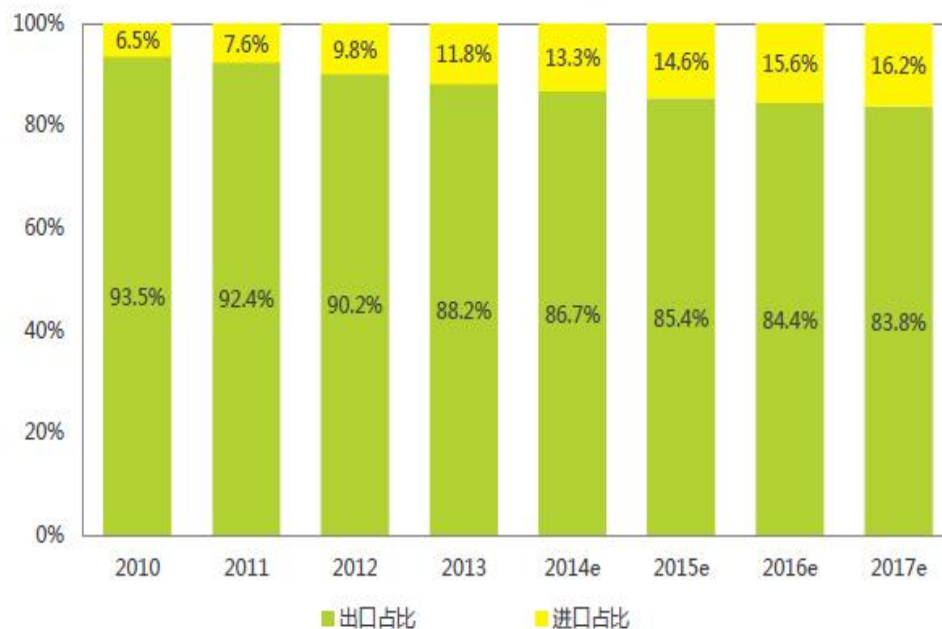
1.2.2 跨境电商的发展规模

1. 进出口比例

从进出口结构上来看，在一定时期内，跨境出口电商的比例将持续高于跨境进口电商的比例。

从进出口增长速度来看，跨境进口电商的增速将长期快于跨境出口电商的增速。

2010-2017年中国跨境电商交易规模进出口结构

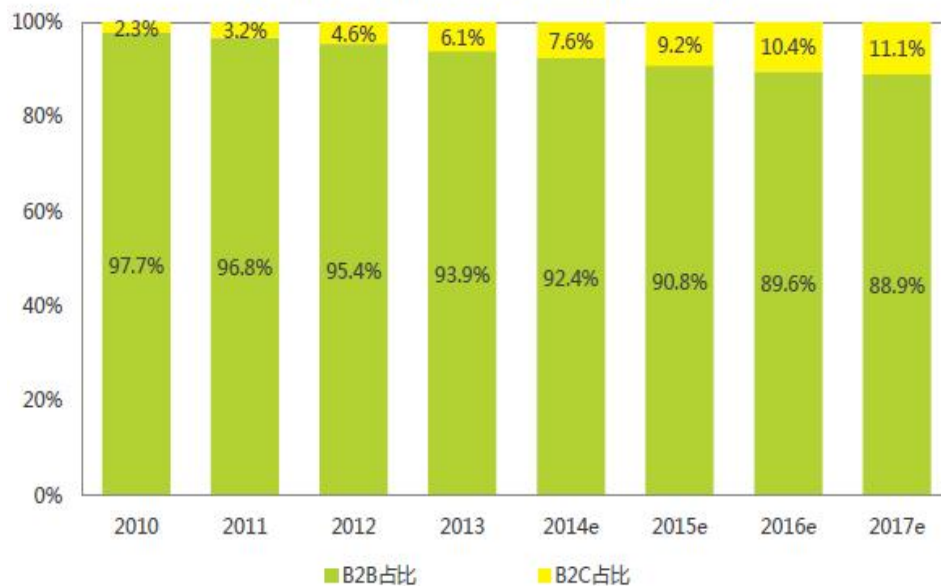


1.2.2 跨境电商的发展规模

2. 交易模式

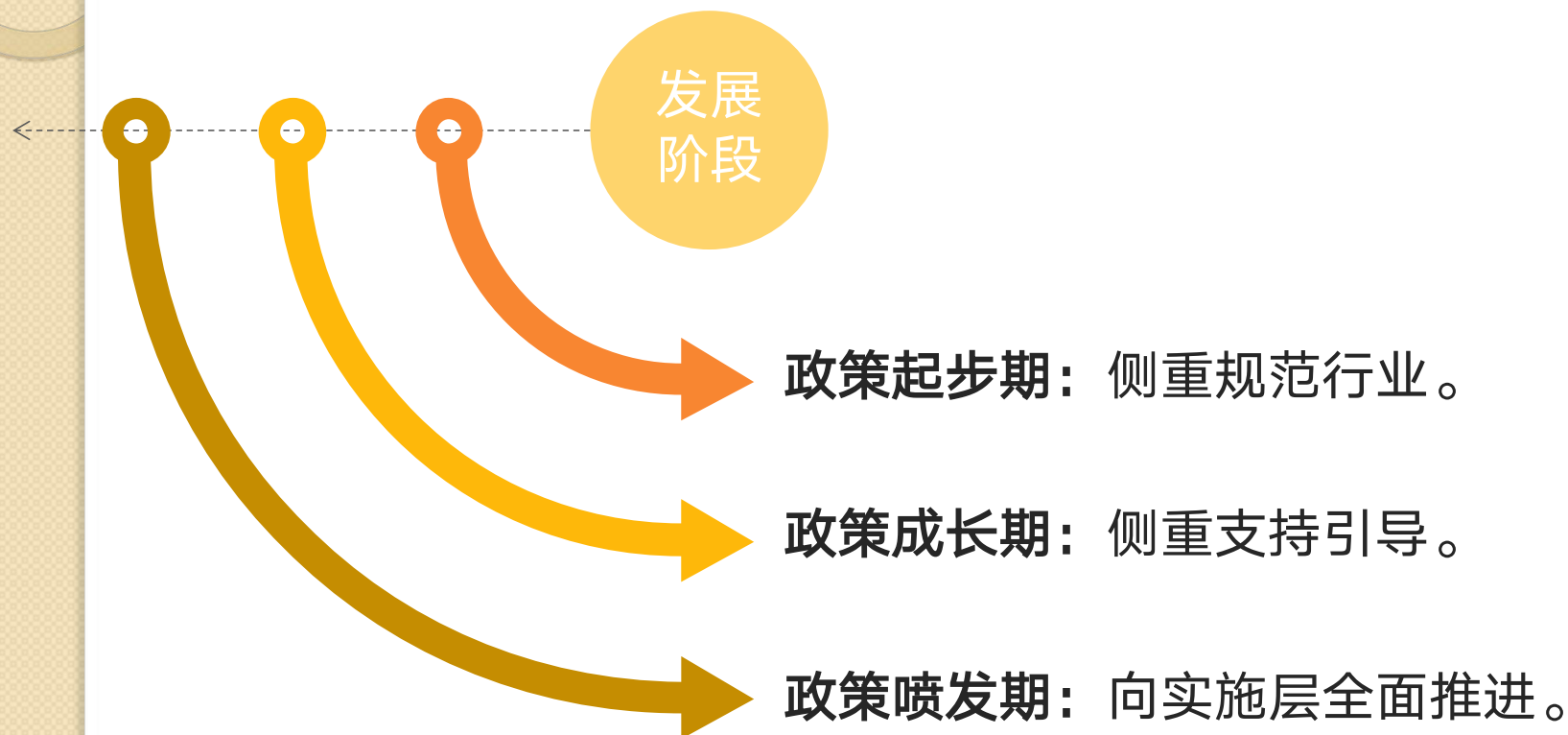
从中国跨境电商的交易模式来看，据调查显示2015 年跨境电商B2B 交易占比达88.5%，跨境电商基础与实务跨境电商 B2C 交易占比11.5%，跨境电商B2B 交易模式占有绝对优势。从商业模式上看，由于B2B 交易具有交易量大、订单较为稳定的特点，因此未来跨境电商交易中B2B 仍然是主流，且此种模式已趋成熟，未来行业发展格局趋于稳定。

2010-2017年中国跨境电商交易规模B2B与B2C结构



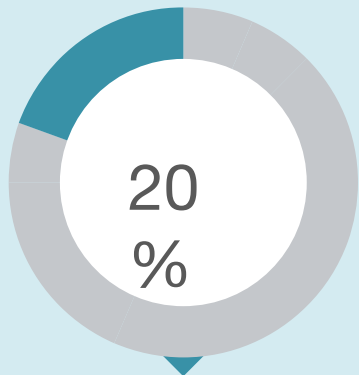
1.2.3 政策红利不断释放

1. 利好政策酝酿已久



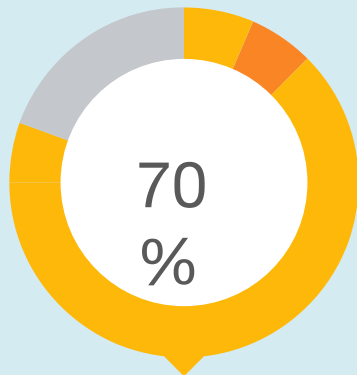
1.2.3 政策红利不断释放

2. 关于跨境电商发展的政策浅析



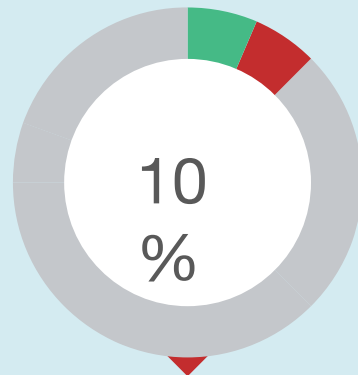
三类平台企业

公共平台、外贸综合服务企业、自建平台



四个相关部门

海关、商检、财税、外管



两类试验区

跨境电商综合试验区和海峡两岸电子商务经济合作实验区

1.2.3 政策红利不断释放

3. 逐步推广跨境电商试点城市

批次	批准时间	试点城市	审批单位
试点启动	2012年	郑州、上海、重庆、杭州、宁波	海关总署
全面铺展期	2013-2015年	广州、深圳、苏州、青岛、长沙、平潭、银川、牡丹江、哈尔滨、西安、长春、舟山、东莞等城市	海关总署

表 跨境电商试点城市审批情况

目 录

Contents



1

跨境电商定义及其模式分类

2

跨境电商与传统国际贸易

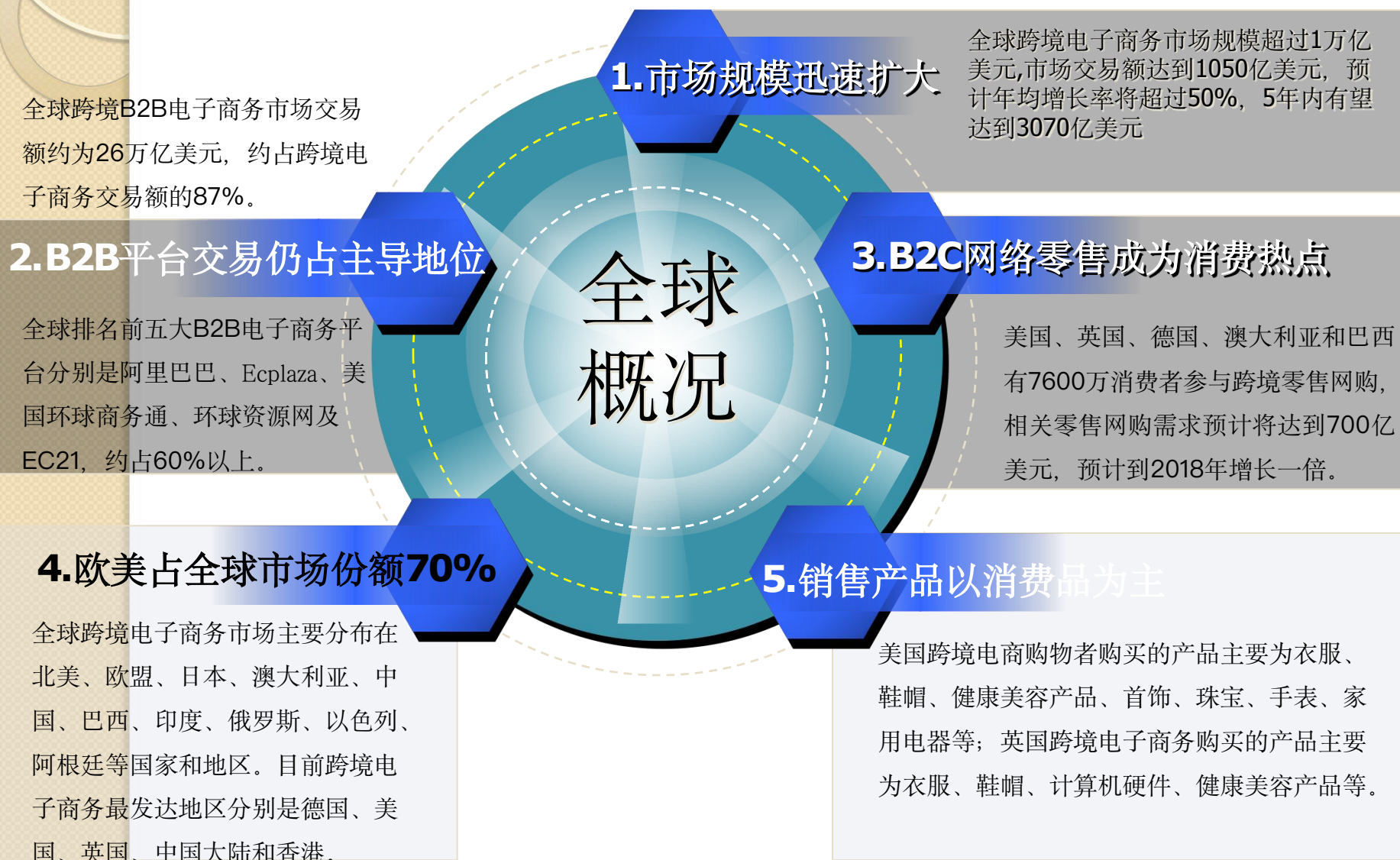
3

跨境电商的发展趋势

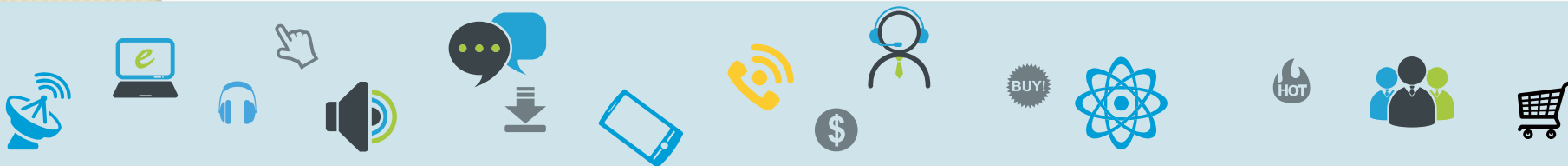
4

跨境电商岗位及职位能力分析

国际跨境电子商务发展情况



1.3 跨境电商的发展趋势



目 录

Contents



1

跨境电商定义及其模式分类

2

跨境电商与传统国际贸易

3

跨境电商的发展趋势

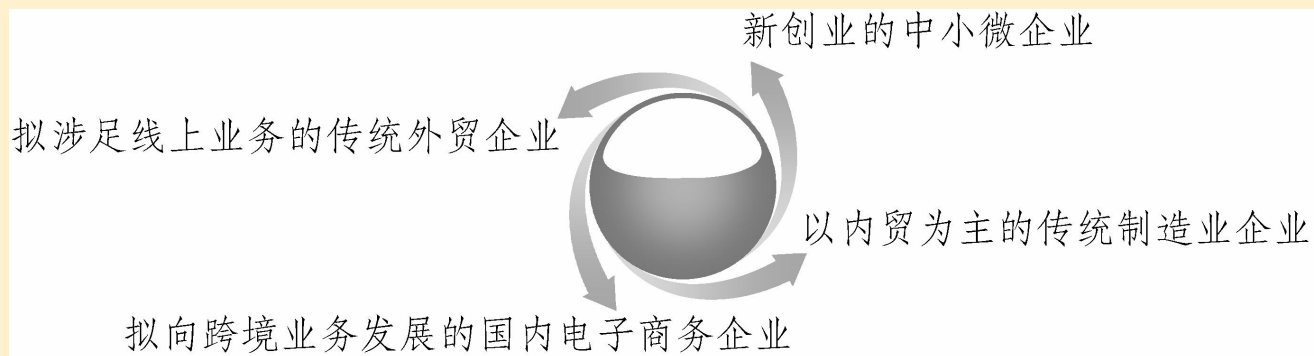
4

跨境电商岗位及职位能力分析

1.4.1 跨境电商各环节概述

1. 跨境电商的参与主体

(1) 自建网站或通过第三方平台进行跨境电商经营的企业



1.4.1 跨境电商各环节概述

1. 跨境电商的参与主体

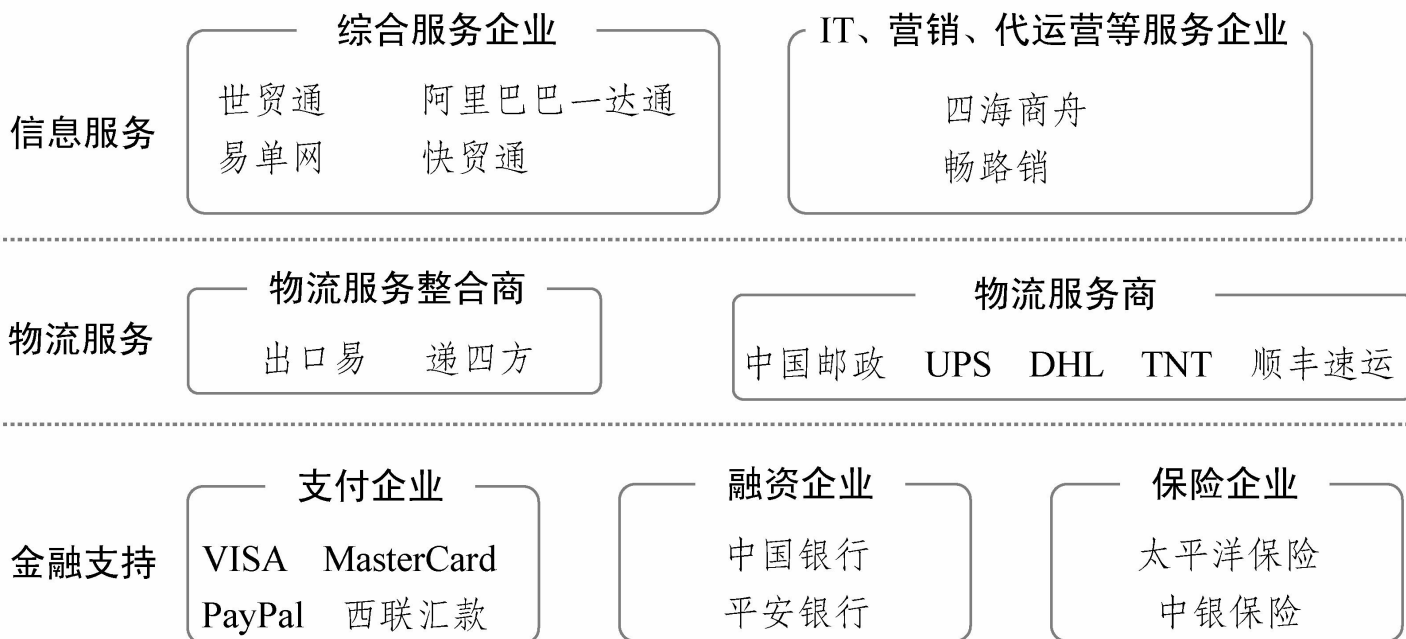
(2) 跨境电商企业

平台	B2B		B2C	
	信息服务平台 中国制造网 环球资源 阿里巴巴国际站	交易服务平台 敦煌网 大龙网 易唐网	全球速卖通 亚马逊 敦煌网 eBay	跨境购 洋码头 兰亭集势 跨境通
自营	进口中国 黎明重工科技 大龙网		DX 米兰网	
导购网站	海淘城 海淘贝 什么值得买			

1.4.1 跨境电商各环节概述

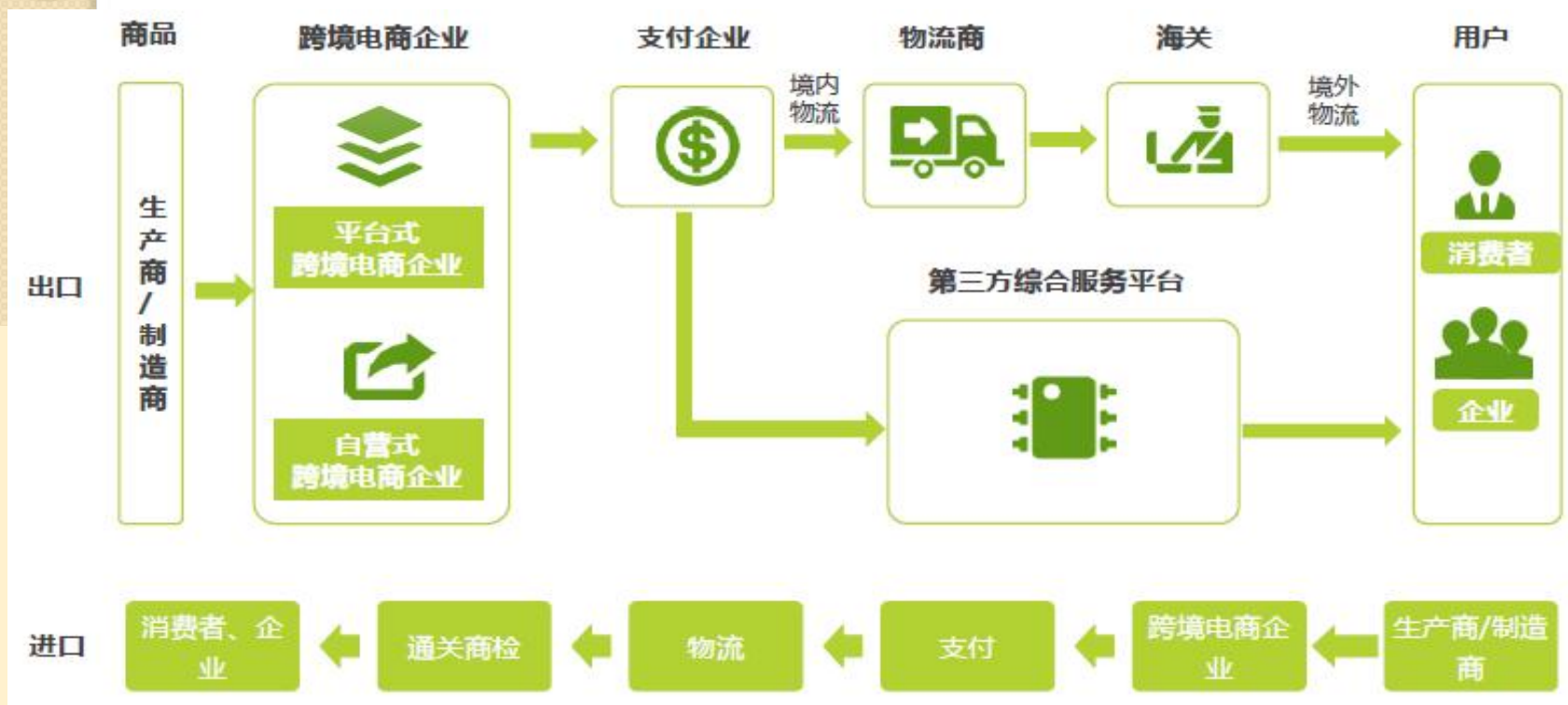
1. 跨境电商的参与主体

(3) 跨境电商第三方服务企业



1.4.1 跨境电商各环节概述

2. 跨境电商的交易流程



1.4.2 跨境电商岗位分析

1. B2B公司核心岗位

岗位名称	主要职责
建站与后台维护	搭建网站框架：能搭建网站主页面、自定义页面、滚动页面及增加的栏目 熟悉后台功能：能够熟练地上传产品，熟练地使用数据管家 掌握关键词的使用：熟悉客户的搜索习惯，能够提炼关键词，并在后台对关键词的热搜度进行验证 编辑图片：能够熟练地上传橱窗图片，用图片完美地展示商品 产品描述：能清晰、简洁地描述产品的特征、功能、技术、价格、竞争优势
询盘转换订单	分析客户信息，清楚地了解询盘内容 判断客户询盘的目的以及对产品价格的态度 策划合理的活动，积极促使询盘转化为订单 对客户的回信做出积极回复，以完善的沟通与客户建立信任
订单操作与单证	包括确认样品、物流方式、支付方式、交易时间、交货地点等，并做好后期客户的跟进与服务
生产安排与跟单管理	在产品生产前核对原材料 跟踪生产过程以及每个时间段的进度 确保产品的生产技术以及质量符合要求 保证正常包装出运

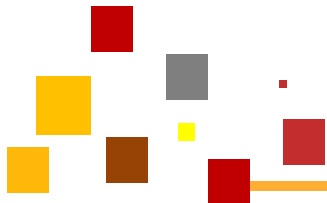
1.4.2 跨境电商岗位分析

2. B2C公司主要岗位



1.4.3 跨境电商职业能力分析

1. 跨境电商人才需求现状



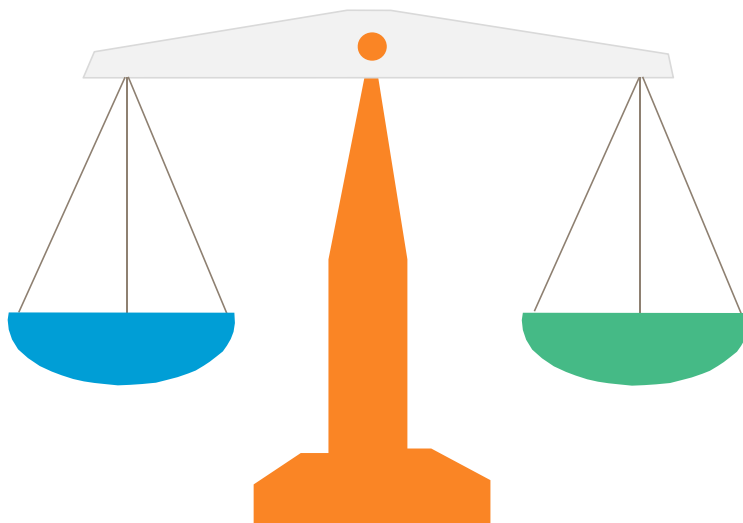
跨境电商属于一种交叉性学科，既有国际贸易的特点，又有电子商务的特点，单一的专业可能无法满足企业对人才的需求，企业更需要兼具国际贸易和电子商务特征的综合型人才。

1.4.3 跨境电商职业能力分析

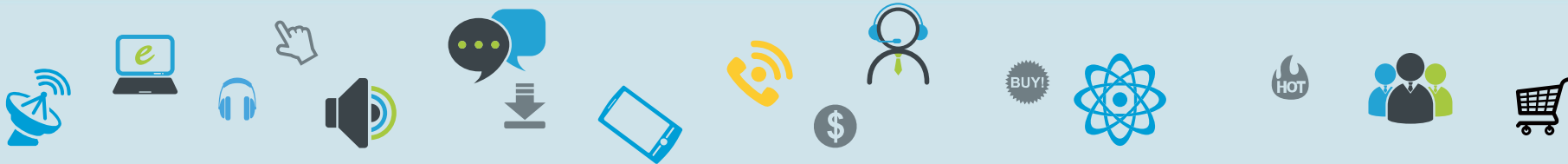
2. 跨境电商人才应具备的职业能力

力

综合素质



职业能力要求



跨境贸易电子商务职业素养

- 1、意识
- 2、思维
- 3、技能
- 4、职业人格



素养是指人个性特征，包括能力、气质、性格、体质、习惯等因素而形成的个性特征。综合素养是指外在的文化知识与社会规范内化为一体的心理结构而形成的身心品质，包括人文素养和专业素养。



1. 意识

风险意识



跨境电商的客人来自世界各地，有着不同的语言和风俗，复杂性和不可控性大大增加，存在着很多风险，如产品质量、资金支付、网络安全、交易主体信用等风险。

法律意识



在产品交易前，要注意进行专利、商标注册、品牌授权的查询，以防造成侵权。

竞争意识



国际市场上卖家之间的竞争异常激烈，有的“唯低价是举”，甚至恶性竞争。

2. 思维

思维就是基于互联网技术变革商业关系、优化跨境电商业务流程，为不同贸易主体创造商业价值，表现为商业模式创新、业务流程创新、业务能力创新、用户体验创新等。

通过业务分析、商业模式设计，运用在线技术和营销策略进行创新，是贸易手段、网络技术、经营模式的变革。



以核心产品或服务为导向，充分利用跨境电商的信息流、资金流和物流，重新构建资源配置模式，降低经营成本，提高用户体验。



3. 技能

国际贸易基本技能

电子商务技能

外语沟通技能

计算机操作技能

市场营销基本技能

物流配送管理技能

客户服务基本技能



4. 职业人格

职业人格是个人在真实的职业情境中，按照行业准则、规范、标准、要求，承担并胜任企业岗位各种工作角色的需要而具备的基本品德、资格及心理面貌，是价值取向、理想情操、行为方式在某个人职业活动过程中的综合体现。



跨境电商业务较为碎片化和分散化，这要求从业者有足够的耐心和细心、善于灵活应变。

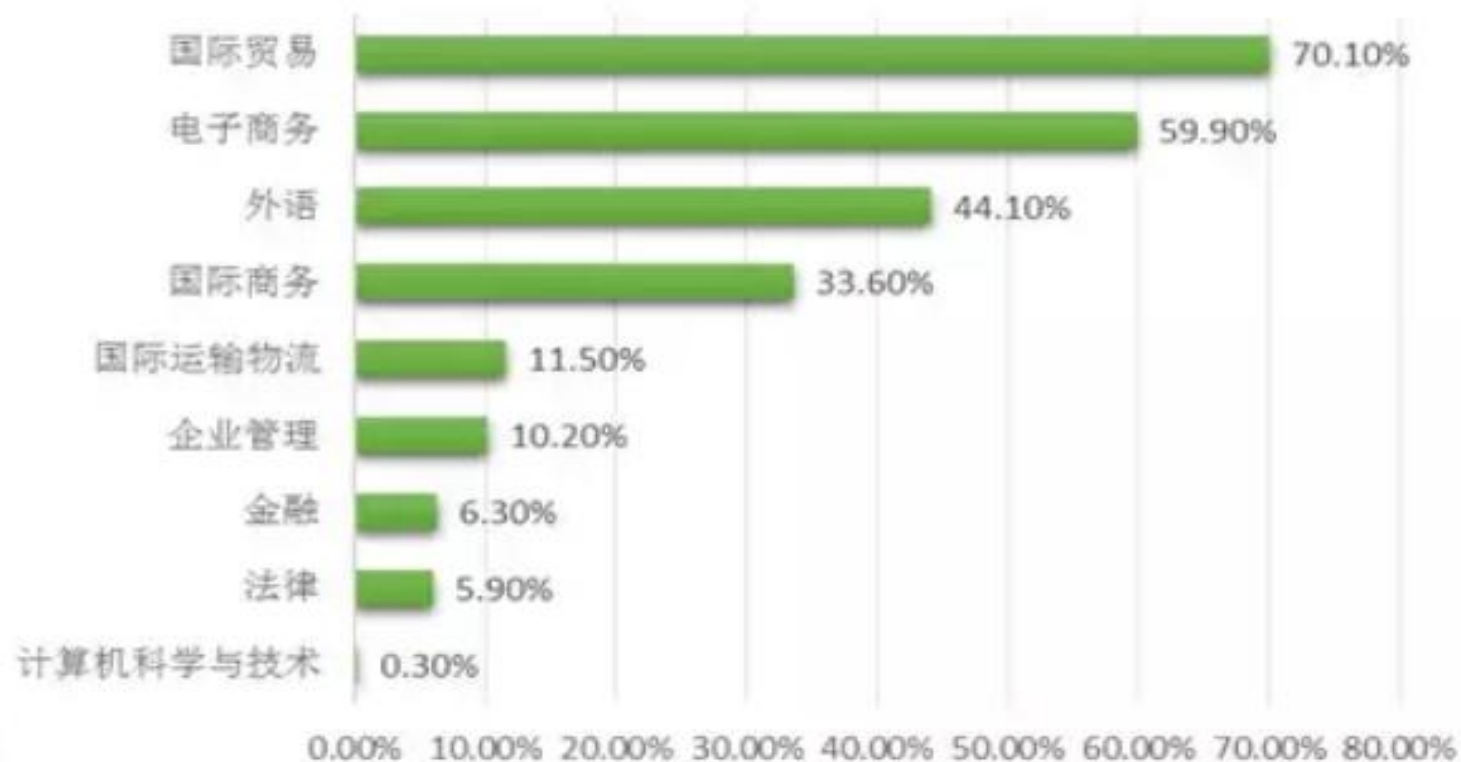
具有跨境电商职业人格的员工会更加在意在专业能力与专业目标方面的进展，懂得有选择性地获取新知识，获得专业素养的积累和提升。

跨境电商需要什么样的人

- 跨境电商涉及国际贸易和电子商务两大领域，既需要推广运营、跨境物流、美工摄影等专业型人才，又需要拥有平台运营技能，对大数据、用户体验、金融服务熟知的综合型人才。

跨境电商需要哪个专业的人

企业选择跨境电商人才倾向的专业



小结

针对所学的知识，解释跨境电商的概念，列出跨境电商的发展历程，探探跨境电商与传统国际贸易的区别。

了解跨境电商公司及其岗位要求。



练习题

1. 跨境电子商务发展现状如何？
2. 跨境电子商务人才应该具备哪些职业素养？

