



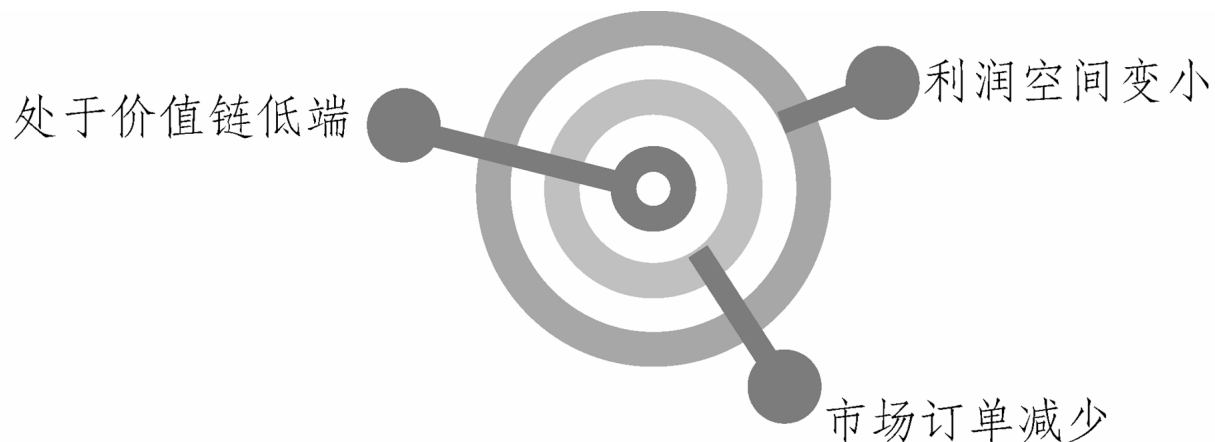
项目一

——跨境电商概述 (2) Cross-border E-commerce



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。





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。



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

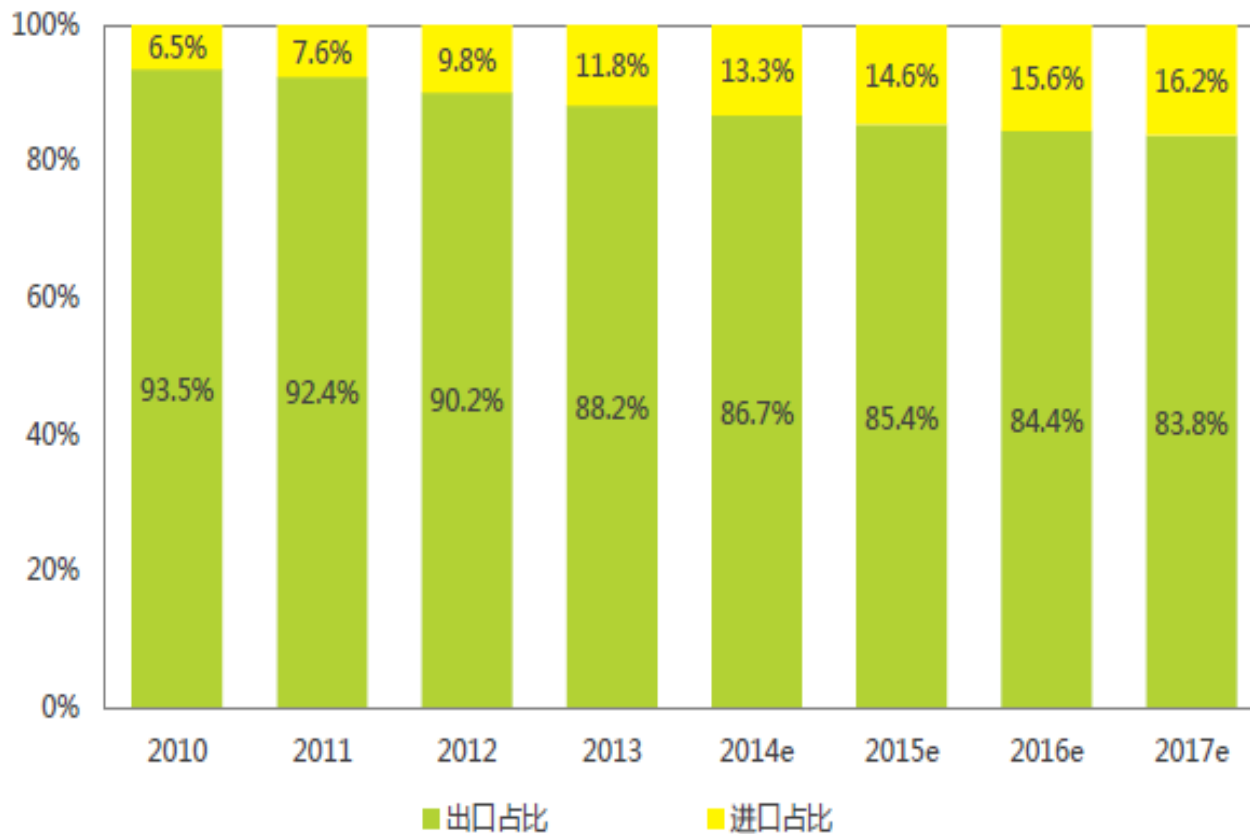


1. 进出口比例

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

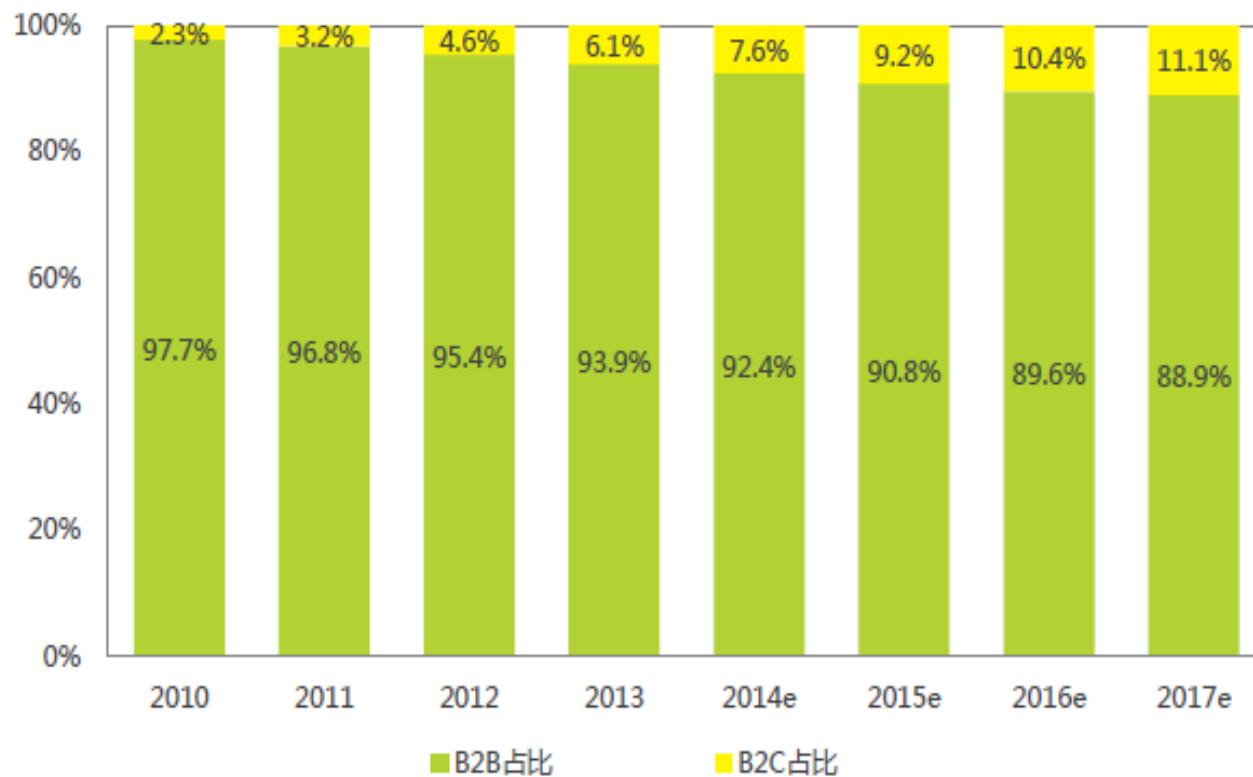




2. 交易模式

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



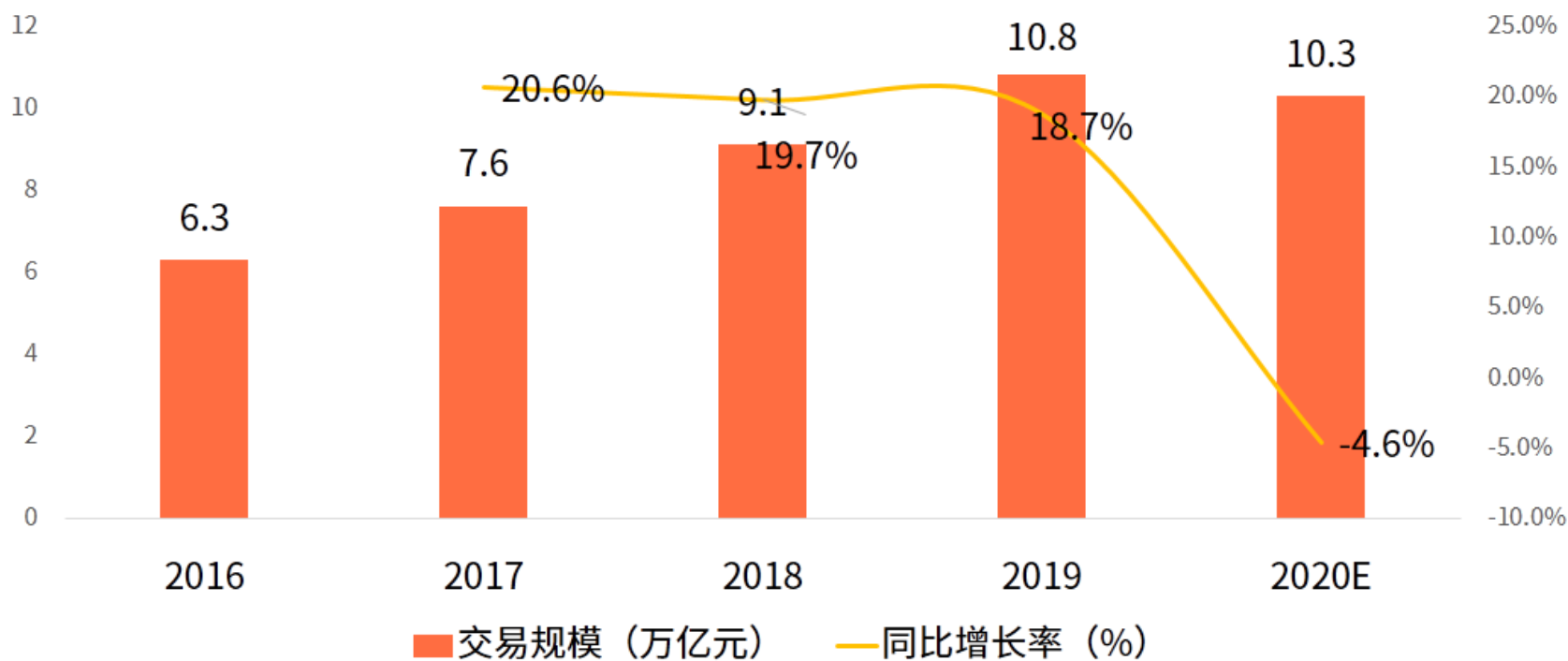


2020中国跨境电商市场交易规模预计达10万亿元



2016-2020中国跨境电商交易规模及预测（万亿元）

China's cross-border e-commerce transaction scale and forecast from 2016 to 2020 (trillion yuan)



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)



政策红利不断释放

1. 利好政策酝酿已久

发展
阶段

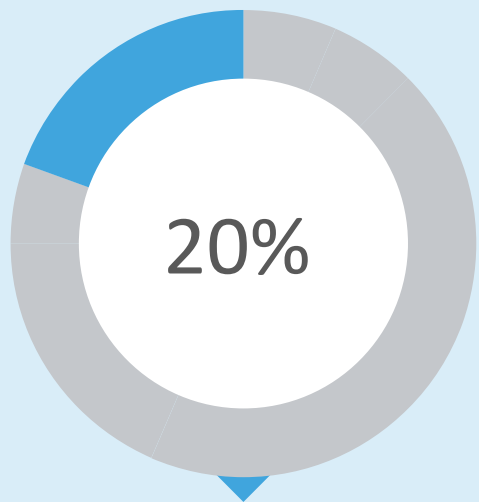
政策起步期：侧重规范行业。

政策成长期：侧重支持引导。

政策喷发期：向实施层全面推进。

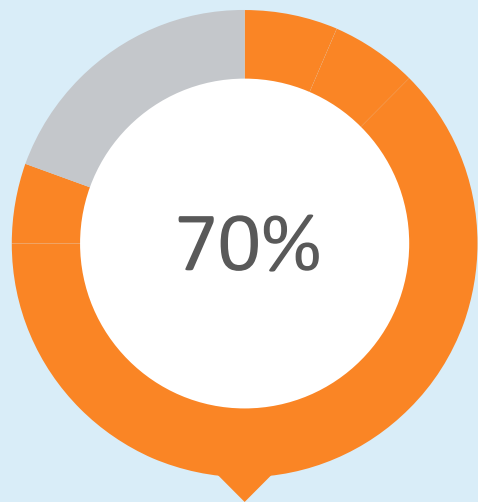


2. 关于跨境电商发展的政策浅析



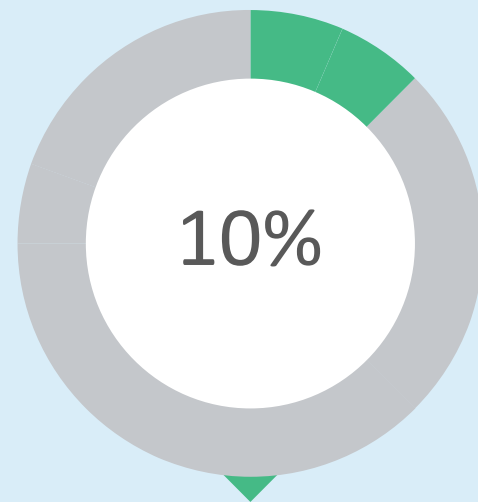
三类平台企业

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



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



国务院批复德宏设立**跨境电子商务综合试验区**

国务院日前发布关于同意在雄安新区等46个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复，德宏傣族景颇族自治州名列其中，这是继昆明后，我省入选的第2个跨境电子商务综合试验区。

【地方动态】 时间：2020-05-14

广东省人民政府关于印发中国（汕头）、中国（佛山）**跨境电子商务综合试验区**实施方案的通知

建设中国（汕头）、中国（佛山）跨境电子商务综合试验区对促进我省跨境电子商务健康发展和推动贸易高质量发展具有重要意义。

【政策法规】 时间：2020-03-08

中国（长沙）**跨境电子商务综合试验区**启动

中国(长沙)跨境电子商务综合试验区23日在长沙金霞保税物流中心启动。

【地方动态】 时间：2019-01-25

《中国（西安）**跨境电子商务综合试验区**实施方案》公布

陕西省政府办公厅日前印发《中国（西安）跨境电子商务综合试验区实施方案》（以下简称《方案》）。

【地方动态】 时间：2018-12-18

广西打造中国—东盟**跨境电子商务**基地

《广西电子商务发展三年行动计划》提出，2018—2020年，广西将加快中国—东盟跨境电子商务发展，吸引跨境电商企业落户广西，设立面向东盟的电子商务总部。

【地方动态】 时间：2018-12-15

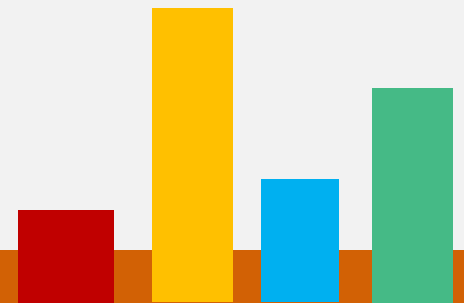
中国决定延续和完善**跨境电子商务**零售进口政策并扩大适用范围



1. 亚马逊公司

亚马逊公司，成立于1995年7月，总部位于美国西雅图，是美国最大的一家网络电子商务公司，一开始只经营书籍销售业务，目前已成为全球商品种类最多的网上零售商。亚马逊及其他销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品，类别涉及广泛。

亚马逊目前旗下的网站除美国外，还有澳大利亚、新西兰、巴西、加拿大、中国、法国、德国、印度、墨西哥、意大利、日本、英国、西班牙和挪威。其中，为其美国网站服务的员工就超过24万名。亚马逊公司并不仅仅是一家网络电商公司，公司创始人贝索斯对公司的定位是科技公司。

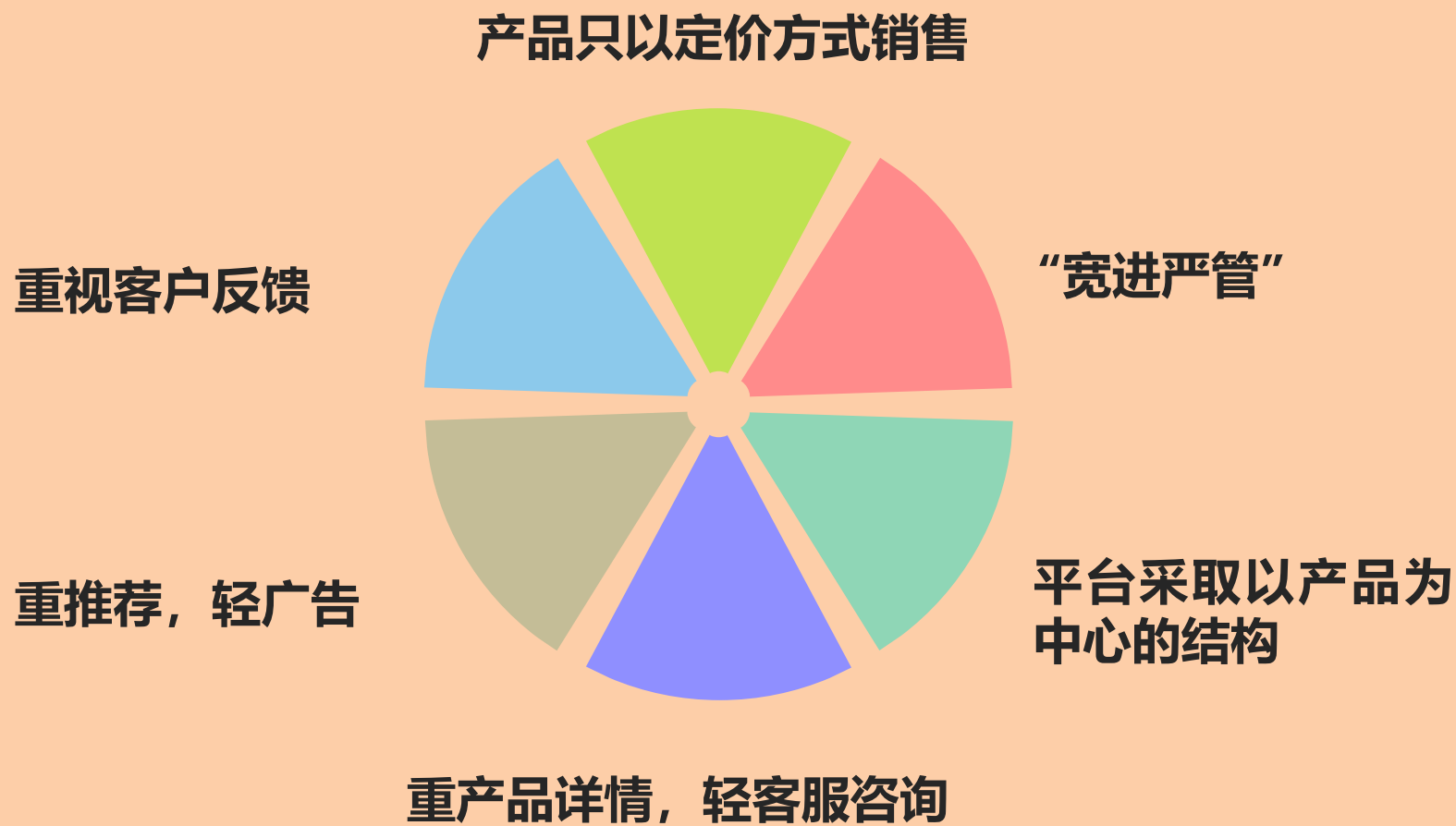




2. 亚马逊中国

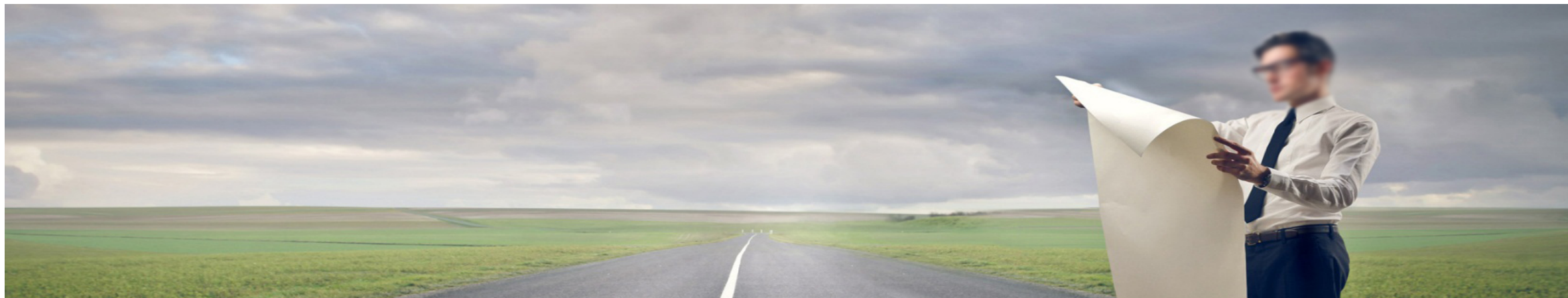
亚马逊中国，前身为卓越网，被亚马逊公司收购后，成为其子公司，经营图书音像软件、图书等。卓越网创立于2000年，为客户提供各类图书、音像、软件、玩具礼品、百货等商品。亚马逊中国总部设在北京，并成立了上海和广州分公司，至今已经成为中国网上零售的领先者，是全球领先的电子商务公司。亚马逊中国坚持“以客户为中心”的理念，承诺“天天低价，正品行货”，致力于从低价、选品、便利3个方面为消费者打造一个百分百可信赖的网上购物环境。

亚马逊中国目前有15个运营中心总运营面积超过70万平方米，拥有世界一流的自动化包装流水线、商品摄影棚和图片处理平台，以及先进的订单处理系统和库存管理系统。亚马逊运营中心主要负责厂商收货、仓储、库存管理、订单发货、调拨发货、客户退货、返厂、商品质量安全等。





2.1.3 亚马逊的优势



1 国际货源丰富

在国外运作多年，已经聚集了大量的海外供应商。消费者可享受来自亚马逊美国、德国、西班牙、法国、英国和意大利在内的共计8000多万种国际选品，开通直邮的品类包括鞋靴、服饰、母婴、营养健康及个人护理产品等。

2 物流全链条的系统性

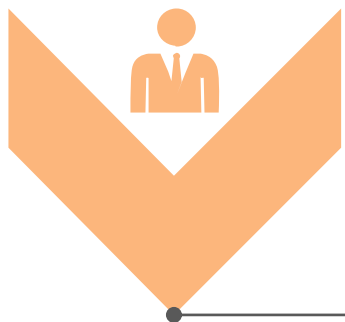
通过布局大型仓储运营中心，将供应商或者消费者分散的信息流和物流集中起来，发挥规模效应，降低了整个供应链的运行成本，最终打败了竞争对手，抢占更多市场份额。

3 规模化

与上海自贸区、上海市信息投资股份有限公司签订合作备忘录，三方将在自贸区合作展开跨境电商业务，亚马逊将通过该跨境通平台开展规模化运营。



2.1.4 亚马逊的服务模式



物流服务

通过亚马逊快捷可靠的多渠道物流服务，FBA 的库存也可以用于卖家自己的网站或其他第三方网站上产生的订单，为卖家提供简单方便的跨国扩展业务方式。



推广服务

亚马逊平台提供免费的站内推广服务，商家的商品可以在主题活动中得到免费推广；亚马逊也提供付费推广，包括关键词搜索、页面广告等。



商业顾问

亚马逊拥有专业的顾问团队，向平台商家免费提供首次上线的技术支持和咨询服务，并定期提供网络培训服务。



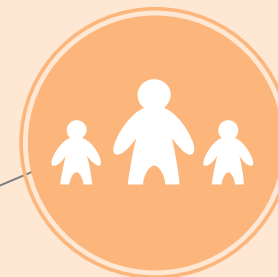
2.1.5 亚马逊卖家账户的类型



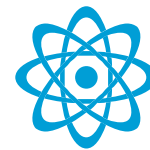
个人账号



公司全球开店账号



美国公司账号





2.1.6 亚马逊的收费标准



月租费

亚马逊为卖家提供有两种售卖方案，专业卖家（Professional Sellers）计划和个人卖家（Individual Sellers）计划，若计划每月销售超过40种物品，可选择参与专业卖家计划；若每月销售的物品少于40种，可选择参与个人卖家计划。



销售费用

当产品成功售出之后，卖家要向亚马逊支付一定的销售费用，主要包括成交手续费、运费、佣金和可变结算费。



大批量刊登费

根据每月在亚马逊上发布的活跃非媒体类商品的SKU，卖家需要支付一部分大批量刊登费用。



敦煌网成立于2004年，是中国第一个B2B跨境电商平台，致力于帮助中国中小企业通过电子商务平台走向全球市场。敦煌网的发展历程如图所示。

敦煌网上销售的产品品类主要是电子产品、手机配件、计算机及网络、婚礼用品等，主要目标是欧美、澳大利亚等达市场。目前，敦煌网已经实现120多万国内供应商在线、3000多万种商品，遍布全球224个国家和地区以及1000万买家在线购买的规模。每小时有10万买家实时在线采购，每3秒产生一张订单！

- 2004年
敦煌网成立
- 2005年
DHgate.com 国际交易平台正式上线
- 2006年
获得第一笔融资，公司日益壮大
- 2007年
推出进货港内贸业务，成为 Google 中国市场的重要战略伙伴，双方共同致力于推动中国中小微企业走向世界
- 2008年
DHgate2.0 版正式上线，8月敦煌网与 eBay 结成战略合作伙伴
- 2009年4月
与 UPS 结成业务合作伙伴，UPS 服务嵌入敦煌网平台，支持 DHpay 线上发货
- 2010年
开展客户体验项目，在深圳正式成立华南总部，向华南中小微企业卖家提供贴身服务；与中国建行共同推出“建行敦煌 e 保通”在线小额贷款服务
- 2011年
发布“敦煌一站通”服务平台
- 2012年
推出中国首款外贸交易移动管理平台；12月与中国物品编码中心签订战略合作协议，成为亚洲第一个拥有全球“身份证”的在线外贸 B2B 电子商务交易平台
- 2013年
正式上线“义务全球网货中心”；开通在线发货服务，推出国际 e 邮宝；正式成为 Google 在中国的广告代理商；移动访问量占比三分之一
- 2014年
获得第四轮融资，敦煌网俄语平台上线



1. 交易佣金模式

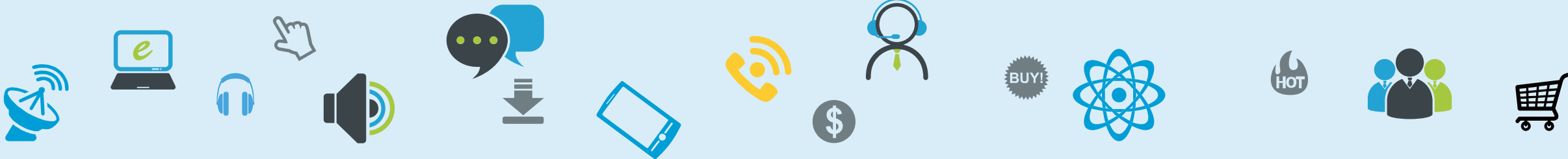
敦煌网为交易双方提供一个交易平台，买卖双方可以在该平台上完成交易，交易成功后，平台向买家收取一定比例的佣金。敦煌网的交易佣金收取方式如图所示。

交易佣金

敦煌网为卖家提供免费注册、免费上传产品、免费展示等服务，只有交易达成后按照交易金额向买家收取一定的佣金

佣金模式

敦煌网采用统一佣金率，实行“阶梯佣金”政策。当单笔订单金额少于300美元时，平台佣金率为8.5%~15.5%，单笔订单金额越高平台佣金率越低，当单笔订单金额达到10000美元时，平台佣金率为0.5%





2. 服务费模式

由于跨境电商交易所面对的市场是全球200多个国家及十几万个城市，且跨境电商的整个交易流程更加复杂，也就需要更多的服务环节来支持。基于跨境电商的这个特点，敦煌网会为用户提供物流、金融服务、代运营等一系列服务，并从中收取相应服务费，如图所示。

服务费

敦煌网为商家提供入驻开店、平台运营、营销推广、资金结算等一系列服务

营销推广

为了帮助商家提高产品曝光度，平台提供有营销工具，包括定价广告、竞价广告、展示计划等，商家通过购买敦煌币的方式进行付费

代运营服务

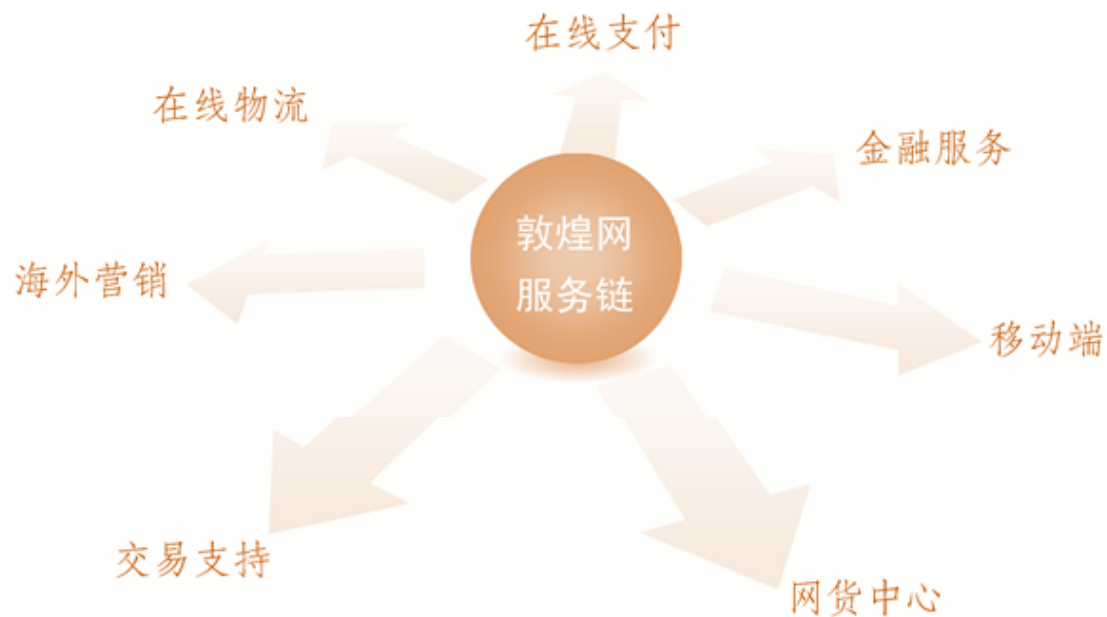
平台为商家提供培训、店铺装修及优化、账号托管等服务，并根据服务类型收取相应的费用

一体化外贸服务

平台能够为商家提供跨境交易一体化服务，包括互联网金融服务、物流集约化品牌、国内仓和海外仓仓储服务、通关、退税、质检等，并收取相应的服务费



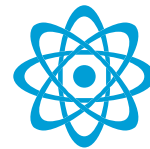
作为跨境电商领域B2B 出口贸易的创新者，敦煌网是中国最早将信息流、资金流、物流实现“三流合一”的出口电商平台。敦煌网发挥整合优势，为平台用户提供完整的平台资源整合业务，如图所示。





敦煌网的优势

以全国供应商为服务对象





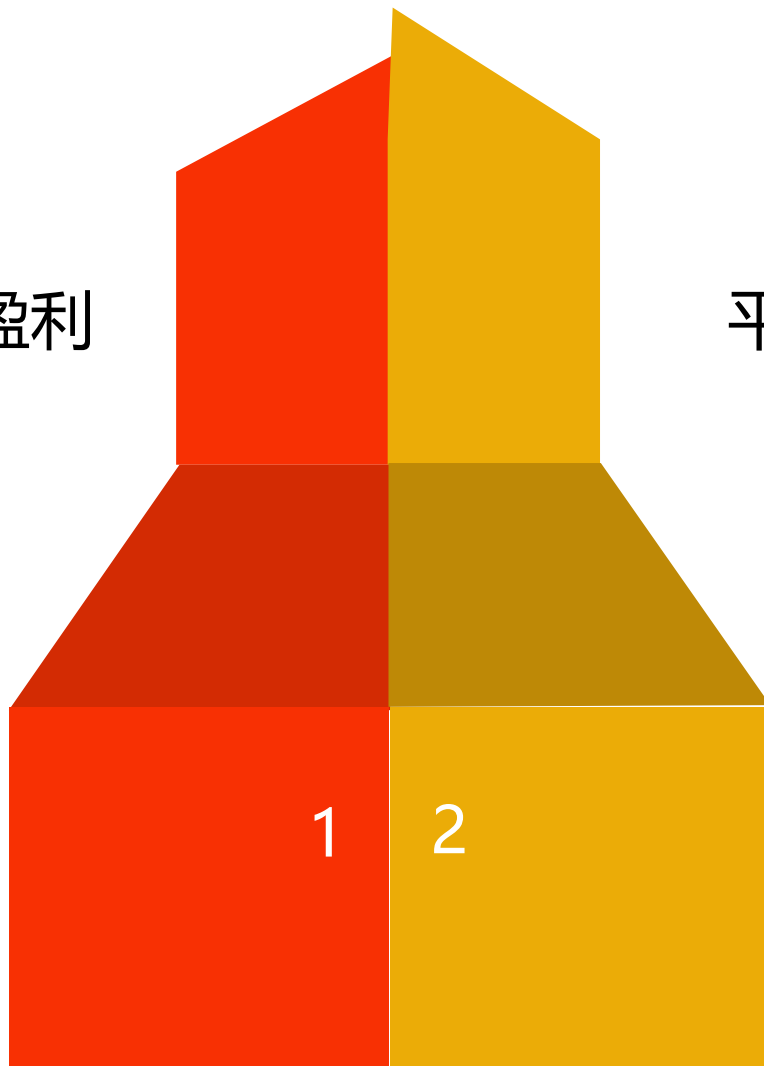
兰亭集势于2007年成立，最初主要销售的产品是婚纱礼服，后来公司销售的产品品类不断拓展，目前销售的产品涵盖电子产品、服装、玩具、饰品、家居用品等14大类，主要销售市场为欧洲、北美洲等。兰亭集势的发展历程如图所示。

- 2007年
兰亭集势成立，主营电子产品，以 B2B 小额外贸批发为主
- 2008年
兰亭集势控股公司成立；获得 500 万美元的第一轮投资；婚纱产品线上线，并在深圳建立第一个仓库
- 2009年
获得 1127 万美元的第二轮投资；在苏州建立第二个仓库
- 2010年
获得 3500 万美元的第三轮投资；收购内贸 3C 网站欧酷商城
- 2011年
办北京兰亭高创技术有限公司（VIIE）
- 2013年
在深圳建立第三个仓库；兰亭集势在纽交所上市；以自营及特卖模式打入成衣领域
- 2014年
在欧洲建成物流中心；建立成都移动互联网研发中心；成立婚纱设计中心



自营：以进销差价获取盈利

平台：以收取分成获得盈利





兰亭集势的特点



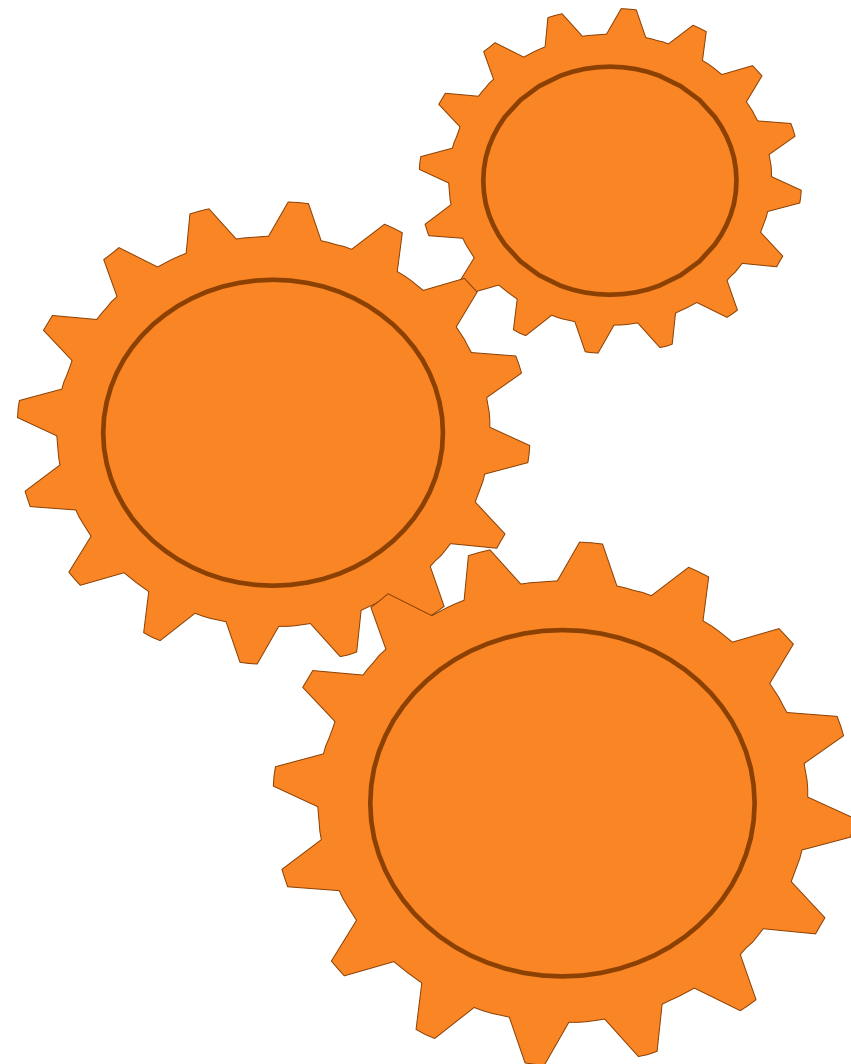
世界一流的供应链体系



领先精准的网络营销技术

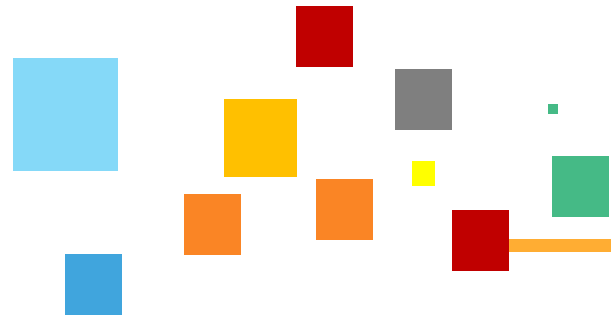


完整的本地化举措





速卖通概况



跨境电商速卖通创建于2009年，2010年4月免费对外开放注册。经过6年多的发展，其覆盖全球220多个国家及地区，海量资源助力中国品牌出海。速卖通中交易额最高的5个国家分别是美国、俄罗斯、西班牙、法国、英国。

速卖通的买家以个人消费者为主，约占平台买家总数的80%，还有20%为海外批发商和零售商，所以速卖通的定位是外贸零售网站。

全球速卖通的核心优势是在全球贸易新形势下，全球买家采购方式正在发生剧烈变化，小批量、多批次正在形成一股新的采购潮流，更多的终端批发零售商直接上网采购，直接向终端批发零售商供货，更短的流通零售渠道，直接在线零售支付收款，拓展了小批量多批次产品利润空间，创造批发零售商的更多收益。

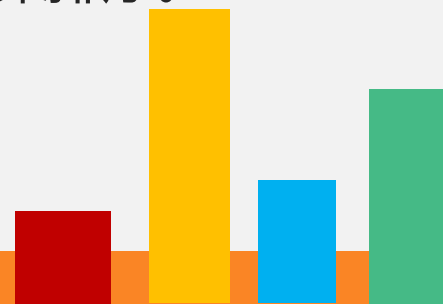


跨境速卖通的商家分3类：第一类是在淘宝、天猫做得很好的商家，第二类是做传统外贸起家的商家，第三类是速卖通平台上成长起来的商家。

不管是普通商家还是天猫商家，国际物流对他们来说都是一件非常困难的事。为此，速卖通将建立跨境物流骨干网——无忧物流来解决难题。未来速卖通会建立跨境物流调度中心，建成后，使用跨境物流的商家如果使用无忧物流，会像国内的天猫商家一样方便。

阿里巴巴CEO张勇曾多次提到要利用大数据赋能商家。2016年商业服务生态峰会上，阿里巴巴发布了最新的大数据商家服务平台聚星台。有人形容速卖通“天生就得依赖大数据”，面对来自200多个国家和地区的消费者，单靠人力运营不现实。3月份的俄罗斯是冬天，巴西是夏天，针对不同国家的用户，搜索“服装”时就会有不同的推荐结果排序。

除了大数据，以人为中心的内容也是速卖通非常看重的导购方式。





为了帮助更多的优质企业、优质品牌出海，速卖通推出“中国好卖家”项目，为企业量身定制了各种资源及保障，为其出海保驾护航。成为速卖通的“中国好卖家”可以享受一系列的优惠措施，如图所示。

流量支持

专属搜索首页直通车广告位，在搜索首页直通车广告位只有“中国好卖家”才能竞价

营销资源

独享品牌闪购及无线抢购周六专场

品牌保护

专属二级域名服务，为品牌保驾护航

申诉保障

享有充足的申诉响应时间，提供知识产权专享培训

提前放款

直接开通且享受最高额度，发货后3~5个工作日即可收到最高98%的货款

服务升级

专人对接，交易仲裁享受48小时优先处理