

助理跨境电子商务师复习题

第一部分：理论基础

一、单项选择

- “56号文”由哪一天发布（ B ）
A. 8月15日
B. 7月29日
C. 7月25日
D. 7月21日
- 电子商务平台常用的交易模式有B2B、B2C、C2C等，其中B2C是指（B）。
A、企业对企业
B、企业对个人
C、企业对政府
D、个人对企业
- 跨境电子商务按平台运营方式分为三种其中自营型平台代表企业有四个，下列哪个不属于？（ D ）
A 兰亭集势 B 米兰网 C 大龙网 D 神马汇
- 属于M2C模式的企业是（ A ）
A 天猫国际 B 京东 C 淘宝全球购 D 京东海外购
- 建议资金实力不是特别雄厚的跨境电子商务入门卖家，对于商品的推广投入成本维持在（A）。
A、10%~35%
B、35%~50%
C、60%以上
D、50%~65%
- （A）是跨境电商所有业务活动的执行基础。
A. 合同
B. 保险
C. 进出口税
D. 客户
- 京东海外购所代表的模式的不足是：（ C ）
A 第三方代运营，价位高，品牌端管控力弱，正在不断改进完善模式中
B 服务体验的掌控度差，个人代购存在法律政策风险
C 品类单一；须在海关备案；资金回流慢；商检法规影响大
D 订单需先在境内产生；必要时，境外须有个集货点
- 阿里巴巴国际站的主要营销模式是：（ B ）
A 商机搜索与浏览、专用域名与商铺、中国供应商认证、网商活动与培训、线下会展及刊物、管理软件、贸易通等
B 国际站点击各大洲相关联盟站点、谷歌等线上推广渠道；买家服务部、国际商会、行业协会、展会等线下推广渠道；售后服务推广渠道
C 阿里巴巴国际市场的主要收入来源于会员费、广告收入以及针对会员推出的竞价排名、展位服务等增值服务收入
D 以消费者为中心的价值观；技术创新：kindle为消费者提供更好的购买和阅读体验；品种多样：为消费者提供更多的选择
- 下列属于跨境电商发展趋势的是（ A ）。
A. 强弱分化
B. 海外仓发展缓慢
C. 小语种市场渐冷
D. 整合分销趋势平稳
- 金砖5国是指哪5个国家（ D ）
A. 中国、欧洲、美国、德国、法国
B. 中国、印尼、俄罗斯、南非、巴西
C. 中国、泰国、俄罗斯、日本、巴西
D. 中国、印度、俄罗斯、南非、巴西
- 在商品分类编码中，普遍采用的符号有（D）。

A、数字代码
C、数字字母混合代码

B、字母代码
D、条形码

12. 西联汇款属于以下哪种交易模式：（A）

A、新型交易模式
C、现代交易模式

B、传统交易模式

D、以上都不是

13. 跨境支付方式这一支付过程中，支付公司只是起到代理购汇手续的中间人，实际的购汇主体仍是（A）

A个人买家 B跨境银行 C卖家 D收款方

14. （C）年是中国跨境电子商务的转折年。

A2013年 B2012年 C2015年 D2014年

15. 下面哪一个包括了跨境电子商务的全部特征：（A）

A. 全球性、即时性、无纸化、演变性 B. 全球性、无形性、全面性、无纸化
C. 即时性、演变性、有纸化、风险性 D. 全面性、无纸化、不变性、即时性

16. 跨境电子商务出口商可以通过搭建店铺将商品铺货到的跨境电子商务平台是：（A）

A. 阿里巴巴国际站 B. 天猫国际 C. 苏宁云商海外购 D. 淘宝全球购

17. 下列属于中国跨境出口B2C模式所选择的跨境电子商务平台的是：（B）

A. 天猫 B. 速卖通 C. 京东 D. 苏宁易购

18. （C）对于跨境电子商务的销售来说非常关键，也是店铺盈利的核心策略。

A. 产品选择 B. 产品定位 C. 产品定价 D. 产品市场调研

19. 具备网络营销、网上交易、跨境作业管理与策划、客户服务与订单处理能力的岗位是（A）

A. 跨境电子商务操作岗位 B. 跨境电子合同处理岗位
C. 跨境电子运营与维护岗位 D. 电子口岸操作岗位

20. 跨境电子商务店铺的核心目的需要赢利，所以首先要正确核算真正的（A），这也是之后开展产品定价策略的基础。

A. 产品成本 B. 产品价值 C. 产品品质 D. 产品数量

21. 平台店铺的（A）直接影响店铺产品的销售量，是店铺运营成功与否的关键因素。

A. 搜索排名 B. 好评率 C. 物流速度 D. 服务水平

22. 网络营销的企业竞争是一种以（C）为焦点的竞争形态。

A. 供应商 B. 市场
C. 顾客 D. 眼球

23. 比传统的由客户凭《出境货物换单凭证》到报关地检验检疫机构换发《出境货物通关单》的方式，（B）具有数据信息共享、简化操作程序、降低外贸成本、提高通关速度的优点。

A、电子审单 B、电子转单
C、电子验单 D、电子查单

24. 洽商交易一般包含4个环节，即询盘、发盘、还盘和接受。其中，（B）和（ ）是保证合同成立的两个基本要素，也是交易洽商环节中必不可少的。

A. 发盘、还盘 B. 发盘、接受
C. 还盘、接受 D. 询盘、还盘

25. 以下报价的基本原则错误的是（ B ）
A.争取有利交易条件 B.宁低勿高
C.知己知彼 D.有舍有留
26. 海关行政审批事项实行一点接入，由（B）实现行政审批事项的录入和附件上传，各直属海关实行“一个窗口”受理。
A 、 海 关 无 纸 化 通 关 系 统 B 、 电 子 口 岸 预 录 入 系 统
C、海关官网 D、电子口岸平台
27. 跨境电子商务专员在开发产品时，需要与（ A ）进行直接的沟通。
A.供应商 B.经销商
C.消费者 D.物流
28. （ D ）是海关总署联合国家外汇管理总局共同开发的出口收汇核销单和出口收汇报关单联网核查系统。
A 、 出 口 计 费 系 统 B 、 出 口 审 计 系 统
C、出口结汇系统 D、出口收汇系统
29. SET 协议又称为（ B ）
A.安全套接层协议 B.安全电子交易协议
C.信息传输安全协议 D.网上购物协议
30. （ B ）是将收集的数据通过加工、整理和分析、使其转化为信息。
A. 收集数据 B. 分析数据
C. 识别信息 D. 过程改进
31. （ B ）是指通过一定的结算工具和支付系统对于因贸易或投资发生的资金实现两个或两个以上国家或地区之间的转移行为。
A 、 支 付 B 、 跨 境 支 付
C、交易 D、物流
32. 中国电子口岸是（ B ）的重要标志，是提高行政执法透明度，实现政府部门行政执法公平、公正、公开的重要途径。
A. 对外贸易 B. 贸易现代化 C. 贸易自由化 D. 国际贸易
33. 中国电子口岸作为中国电子口岸系统的一个子系统，与中国电子口岸其它业务系统相连接，改善了目前（ C）申报系统录入烦琐、界面复杂的不足，从界面到功能设计都力图达到录入方便，界面简洁，功能齐全。
A. 消费税 B. 增值税
C. 减免税 D. 出口退税
34. 下列属于报检人在申请开展电子报检时应提供的资料是：（ C ）
A. 《电子业务登记申请表》 B. 《电子报检备案表》
C. 《电子报检登记申请表》 D. 《电子业务备案表》
35. 以下流程顺序正确的是（ A ）
A. 报关-退单-核销-退税 B. 核销-退税-报关-退单
C. 退单-核销-退税-报关 D. 退税-核销-退单-报关
36. 下列地区不属于单独关境区的是（ B ）
A.香港 B.深圳
C.澳门 D.台湾

51. (A) 在整个跨境电子商务中的比重最大, 约占整个电子商务出口的 90%, () 虽只占跨境电子商务总量的 10%左右, 但却是增长最为迅速的部分。
- A. B2B、B2C B. B2C、B2B
C. C2B、C2C D. C2C、C2B
52. 目的地检验检疫机构根据电子转单信息, 对入境检验检疫关系人未在规定期限内办理报检的, 将有关信息通过 (D) 电子转单中心反馈给入境口岸检验检疫机构。
- A 、 检 验 检 疫 机 构 B 、 海 关
C、电子口岸 D、国家质检总局
53. 线上询盘发送的方式有哪些? (C)
- A 、 电 话 、 邮 件 B 、 传 真 、 电 话
C、邮件、聊天工具 D、邮寄、邮件
54. 影响定价的四个方面因素是:市场需求、成本费用、同业竞争和 (D)
- A. 物价政策 B. 生意好坏
C. 市口地段 D. 定价策略
55. 除出口活动物、重点检查有关名单内企业申报的货物、以及国家质检总局确定的货物等必须逐批核查货证外, 其他货物的口岸查验核查货证的比例为申报查验批次的 (A) 。
- A 、 1-3% B 、 1-4%
C、1-5% D、1-6%
56. 关于发布新产品,以下描述正确的是 (A)
- A.产品属性要填写完整,专业 B.只要关键词设置了,标题中没有也是没关系的
C.产品图片要越大越好 D.产品的类目可以在推荐的 3 个类目中随便选一个
57. 商店生成系统主要可分为三个大模块: 前台商务系统、商家店面管理系统和 (B)
- A. 信息发布系统 B. 后台管理系统 C. 管理员系统 D. 基本资料输入系统
58. 为了确保检验检疫机构对出入境货物的监管有效、方便进出, 加快进出口货物通关速度, 国家质检总局和海关总署开发了 (A) 。
- A 、 电 子 通 关 单 联 网 核 查 系 统 B 、 电 子 口 岸 系 统
C、电子审查系统 D、检验检疫系统
59. 在阿里巴巴国际站发布产品如果需要给产品图片添加水印功能是在 (B)
- A. 系统设置 B. 发布产品页面 C. 管理产品页面 D. 图片银行页面
60. 入境检验检疫关系人应持有关报检单证和口岸检验检疫机构签发的 (C) 副本或复印件, 向目的地检验检疫机构申请实施检验检疫。
- A 、 电 子 业 务 登 记 申 请 表 B 、 电 子 报 检 登 记 申 请 表
C、入境货物通关单 D、出境货物通关单
61. 跨境电商的未来发展呈现出以下哪些趋势 (D)
- A. 产品品类和销售市场更加多元化 B. B2C 占比提升, B2B 和 B2C 协同发展
C. 产业生态更为完善, 各环节协同发展 D. 以上都对
62. 客户希望我们找船, 把货物运到澳大利亚的悉尼港, 但是保险由他们来购买, 这种情况下, 我们应该给客户报什么价格 (C)
- A. FOB Shanghai B. CIF Sydney C. CFR Sydney D. CIF Shanghai
63. (C) 是为电商企业提供信息备案或申报活动的企业。
- A 、 电 商 企 业 B 、 电 商 平 台
C、报关企业 D、监管场所经营人

64. 信用证是一种（B）信用。
A 、 商 业
C、企业
D、民间
B 、 银 行
65. “通关单联网核查”的基本要求一是先（A）后（ ），二是通关单纸质单证信息与通关单电子数据必须一致。
A. 报检、报关
B. 报关、报检
C. 报检、通关
D. 报关、通关
66. 企业发送电子报检数据，（ A ）按计算机系统数据规范和有关要求对数据进行自动审核。
A. 电子审单中心
B. 电子查验中心
C. 电子数据中心
D. 电子核实中心
67. 电子报检是指报检人使用报检软件通过（ A ）将报检数据以电子方式传输给检验检疫机构，经检验检疫业务管理系统和检务人员处理后，将受理报检信息反馈报检人，实现远程办理出入境检验检疫报检的行为。
A. 检验检疫电子业务服务平台
B. 海关
C. 检验检疫局
D. 检验检疫网站
68. 跨境电商和境内电商的物流区别错误的是（ C ）
A. 跨境物流周期长
B. 跨境物流成本占比低
C. 跨境物流流程复杂
D. 跨境物流风险大
69. 配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，是（ A ）紧密结合
A. 商流与物流
B. 商流和资金流
C. 物流与信息流
D. 物流与资金流
70. 商家要开展电子商务活动，应该用（ A ）作为其主要的生意平台。
A. 在线商店
B. BBS
C. 电子邮件
D. 电话订购
71. 跨境电子商务进出口商，实现跨境电子商务销售的主要渠道（ B ）。
A. 跨境贸易
B. 跨境电子商务平台
C. 进出口贸易
D. 货运代理公司
72. 在 P4P 中，关键词共分为几个级别星级（ C ）
A. 4
B. 5
C. 6
D. 7
73. 《电子商务示范法》由谁颁发（ C ）
A. 美国商业部国际贸易管理局
B. 中国商务部
C. 联合国国际贸易法委员会
D. 国际贸易组织机构
74. （ A ）即电子商务交易平台上从事交易及有关服务活动的经营者，包括自然人、法人和其他组织。
A 、 电 商 企 业
B 、 电 商 平 台
C、报关企业
D、监管场所经营人
75. 对电子商务网络正确的说法是 （ B ）
A. 电子商务网络只包括商流和信息流网络
B. 配送网络是电子商务网络的组成部分
C. 电子商务网络由局域网和配送网两部分组成
D. 电子商务网络中不包括配送网络
76. （C）就是利用企业内部网络进行电子交易
A. 基于 Extranet（企业外部网）网络的电子商务
B. 基于 Internet 网络的电子商务
C. 基于 Intranet（企业内部网）网络的电子商务
D. 基于局域网的电子商务

77. 企业确定物流服务水平，正确的选择是（ C ）
A. 在成本与服务之间选择最高水平服务 B. 在成本与服务之间选择最低成本
C. 在成本与销售额之间选择最大利润 D. 在成本与销售额之间选择最低成本
78. 对经入境口岸办理通关手续，需到（B）实施检验检疫的货物，口岸检验检疫机构通过网络，将相关信息传输到电子转单中心。
A 、 发 货 地 B 、 目 的 地
C、产地 D、报检地
79. 跨境贸易电子商务通关服务平台系统是由中国电子口岸数据中心开发的，方便电子商务企业等单位向（D）报送通过电子商务模式成交的进出境物品的通关数据。
A 、 报 关 企 业 B 、 电 子 口 岸
C、商务部 D、海关
80. 亚马逊海外仓的名字叫（ A ）
A.FBA B.CBM
C.GUM D.KIF
81. 以下哪个不是 LinkedIn 网站的收入途径（ B ）
A. 付费服务 B. 媒体宣传
C. 为招聘机构提供定制软件解决方案 D. 广告
82. 出口货物装运之后，出口商即应按(A)要求缮制单据，并在()规定的交单有效期内，向有关银行办理议付、结汇手续。
A. 信用证 B. 发票
C. 装货清单 D. 物流单据
83. （ A ）指为电商提供物流配送的企业。
A 、 物 流 企 业 B 、 电 商 平 台
C、报关企业 D、监管场所经营人
84. 企业间网络交易是电子商务的哪一种基本形式。（ D ）
A. G2B B. G2C C. B2C D. B2B
85. 以下哪个不是 Email 营销的三个基本因素（ B ）。
A. 用户许可 B. 法律效益
C. 电子邮件传递信息 D. 信息对用户有价值
86. （ C ）是指在统计周期内，平均每个访客所浏览的页面量。人均页面浏览量反应的是网站的粘性。是指在统计周期内，平均每个访客所浏览的页面量。
A. 页面访问时长 B. 跳出率 C. 人均页面浏览量 D. 页面浏览量
87. （ B ）指在一定时期内有消费或登录行为的会员总数。
A. 注册会员数 B. 活跃会员数 C. 会员数 D. 高级会员数
88. （ B ）指上一期末活跃会员在下一期时间内有购买行为的会员比率。
A. 活跃会员率 B. 会员复购率 C. 会员回购率 D. 会员留存率
89. 出口收汇系统为出口收汇核销单建立了电子底账数据，核销单的基本信息以及各部门对核销单的操作情况都将保存在（C），供外汇管理局查询并进行核销单挂失等各项操作。
A 、 电 子 口 岸 B 、 电 子 审 计 系 统
C、电子口岸数据中心 D、电子计费中心

90. 关于阿里巴巴 SWOTF 的分析错误的是（ B ）
- A. 市场占有率高 B. 市场壁垒较低
C. 市场容量大 D. 市场认可度高

二、多项选择

1. 传统外贸与国际贸易的区别在哪？（ ABCD ）
A 直接接触终端客户 B 主动制造 C 利润足够释放 D 订单小、频次高
2. 跨境电子商务相对传统贸易的优点有 （ ACD ）
A 主动制造 B 利润空间小 C 订单小、频次高、分险分担 D 直接接触终端客户
3. 传统外贸相对跨境电子商务来说多了哪几个流程（ AC ）
A 国内贸易商 B 国内制造商 C 国外分销商 D 国外消费者
4. B2C 跨境电商或平台的代表企业不包括下列哪几种（ CD ）
A 速卖通 B 兰亭集势 C 环球资源网 DEbay
5. 中国跨境出口 B2C 模式所选择的跨境电子商务平台是（ ABCD ）
A. 速卖通 B. Amazon
C. eBay D. wish
6. 跨境电商岗位的三个层次分别是（ ABC ）。
A.跨境电商业务员 B.助理跨境电商商务师
C.跨境电商商务师 D.助理跨境电商业务员
7. 跨境电子商务的特征不包括下列 （ BC ）
A 全球性 B 方便性 C 永恒性 D 无纸化
8. 网上市场调研的不同方式，可将利用互联网获取信息的方法分为（ ABCD ）。
A. 网上搜索法 B. 在线调查表 C. 电子邮件调查 D. 网站跟踪法
9. 跨境电子商务产品定价策略（ ABCD ）。
A. 折扣定价策略 B. 引流型定价策略 C. 赢利款式的定价格策略 D. 中性定价策略
10. 发盘内容的确定性包括 3 个方面要素（ ABD ）。
A. 应标明货物的名称 B. 明示或默示地规定货物的数量
C. 明示或默认运费 D. 应明示或默示地规定货物的价格
11. 跨境电子商务合同中的主要内容，包括（ ABCD ）
A. 商品条款 B. 价格条款 C. 装运条款 D. 保险条款
12. 适开展跨境电子商务的产品需要同时具备哪些条件？（ BCD ）
A. 需要售后服务、或售后服务简单的产品。 B. 不需要组装、安装的产品
C. 不得违反平台和目的国的法律法规 D. 独特的产品设计、包装设计
13. 按照进出境货物流向，跨境电子商务可分为（AC）。
A 、 跨 境 电 子 商 务 出 口 B 、 跨 境 网 络 零 售 出 口
C、跨境电子商务进口 D、跨境零售出口
14. 网络营销的主要工作内容有（BCD）。
A 、 线 下 销 售 B 、 网 络 推 广

C、网络促销

D、产品策划

15. BBC 保税区模式：跨境供应链服务商的优势为（BC）。

A、资金无需回流

B、缩短物流时间

C、集运模式，节约成本

D、无需经过商检

16. 合适开展跨境电子商务的产品需要同时具备以下哪些条件（AD）。

A、市场潜力大、利润较高，具有快速消费品的特性的产品

B、体积较大、重量较重、易于包装、不易破碎的产品

C、便于操作、不需要组装、安装的产品

D、不需要售后服务、或售后服务简单的产品

17. 下列属于跨境电子商务进口信息化系统运营企业的是：（A、B、C、D、E）

A. 电商企业 B. 物流企业 C. 支付企业 D. 报关企业 E. 监管场所经营人

18. 如何提高微博粉丝数量（ABCDE）

A. 花足够的时间把玩体验 B. 寻找微博网感，熟悉微博网性（与博客的区别）

C. 寻找并关注你感兴趣的人：找共同兴趣者（话题标签）

D. 寻找并参与相关话题的讨论：通过有水平的评论来争取别人的关注（舆论导向）

E. 发起有趣或新鲜的帖子吸引他人参与讨论（互动）

19. 以下属于老客户维护工具的是（ABCE）

A. 短信

B. 电话

C. 微信

D. 传真

E. 微博

20. 网络营销的特点有（ACDE）

A. 营销过程虚拟化

B. 营销形式传统化

C. 需求满足个性化

D. 成本低廉化

E. 网络营销过程互动化

21. 如何提高微博粉丝数量（ABCDE）

A. 花足够的时间把玩体验

B. 寻找微博网感，熟悉微博网性（与博客的区别）

C. 寻找并关注你感兴趣的人：找共同兴趣者（话题标签）

D. 寻找并参与相关话题的讨论：通过有水平的评论来争取别人的关注（舆论导向）

E. 发起有趣或新鲜的帖子吸引他人参与讨论（互动）

22. 在来源构成中的付费流量不包含以下哪个渠道引入的流量：（CD）

A. 直通车

B. 淘宝客

C. 聚划算

D. 淘金币

E. 钻石展位

23. 下列属于电子转单优点的是（ABCE）

A. 数据信息共享

B. 简化操作程序

C. 降低外贸成本

D. 实现无纸化

E. 提高通关速度

24. 目前的物流专线主要有（ABCD）

A. 航空专线

B. 铁路专线

C. 海运专线

D. 多式联运专线

25. 一个搜索引擎由什么组成？（A、B、C、D）

A. 搜索器

B. 索引器

C. 检索器

D. 用户接口

E. 主电脑

26. 搜索引擎营销的步骤：（A、B、C、D、E）

A. 构造适合于搜索引擎检索的信息源 B. 创造网站/网页被搜索引擎收录的机会

C. 让网站信息出现在搜索结果中靠前位置 D. 以搜索结果中有限的信息获得用户关注

E. 为用户获取信息提供方便

27. 跨境电子商务合同的基本特征（ABCD）。

A、民事法律行为

B、交易主体虚拟和广泛

C、合同订立电子化

D、技术化、标准化

28. 下列属于电子口岸作用的是（ABCD）。

A、加强政府部门与企业的业务沟通

B、降低企业的贸易成本，提高企业的经营效率和效益

C、有利于提高对外贸易业务操作的透明度

D、实现各有关方面的信息资源共享

29. 下列属于风险控制类指标的是（AC）。

A、买家评价指标

B、市场营销活动指标

C、买家投诉类指标

D、产品总数指标

三、判断题

1. 亚马逊是以客户为服务中心的企业。 正确

2. 跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。 正确

3. 跨境电子商务的定义是“通过互联网达成进出口的 2B/2C 信息交换、交易等应用，以及与这些应用关联的各类服务和环境”。 正确

4. 按照交易主体类型可以分为 B2B, B2C, C2C 三种 正确

5. B2B 的代表企业是亚马逊，速卖通×

6. 敦煌网的定位是全球中小供应商与采购商，盈利模式是交易成功的佣金制 正确

7. 阿里巴巴的 SWOT 分析缺点是盈利模式单一，市场饱和度增加等 正确

8. 亚马逊是以客户为中心的服务型企业 正确

9. BBC 保税区模式的优势：缩短物流时间；集运模式，节约成本；电子通关，渠道正规。 正确

10. 结合当前的跨境电子商务的发展状况及人才需求的趋势，大体可以把跨境电子商务的岗位划分为三个层次五个岗位。 错误

11. 微信的点对点产品形态注定了其能够通过互动的形式将普通关系发展成强关系，从而产生更大的价值。（√）

12. 电子商务的数据可分为两类：前端行为数据和后端商业数据。（√）

13. 申请电子报检的报检人应在国家质检总局指定的机构办理电子业务开户手续。（√）

14. 集报企业资质和集报商品内容发生变更后，需要向海关申请集报备案变更。（√）

15. 代理报关企业即对外贸易仓储、国际运输工具、国际运输工具服务及代理等业务，兼营报关服务业务的企业。（√）

16. 在出口合同中买卖双方约定采用信用证支付货款时，一般都有催证、审证和改证等工作，这 3 项工作是互相联系的不同业务环节。√

17. 跨境支付服务目前主要是支持跨境 B2C 业务、B2C 进口业务和 B2B 中的小额批发交易业务。√

18. 按照运营模式，我国跨境电子商务可分为跨境 B2B 贸易服务和跨境网络零售两大类。 正确

19. 电子商务是指通过包括互联网在内的计算机网络来实现商品、服务、信息的购买、销售与交换的商务活动。 正确
20. 懂得快速利用互联网获取有价值的商务信息是当今电子商务人士必须具备的生存技能。 ✓
21. 中国电子集中申报预录入系统主要包括集报备案、集报清单录入申报、集报清单归并生成报关单、集报报关单、集报清单查询、集报清单与报关单对应关系查询等功能。（✓）
22. 对于按照法律法规规定需要落实检验检疫的进出口货物，必须在检验检疫机构签发通关单，并将通关单电子数据发送到海关，与海关报关单数据进行对碰，通过数据校验之后才能报关。（✓）
23. “通关单联网核查”的基本要求一是先报检后报关，二是通关单纸质单证信息与通关单电子数据必须一致。（✓）
24. 跨境电子商务合同只是商业性质不具备民事法律行为 ×
25. 敦煌网平台收款只需要一张银行卡就行了 ✓
26. 亚马逊需要一台电脑专门登陆亚马逊账号,一台电脑只能登陆一个账号. ✓
27. 买家评价指标包括买家评价数，买家评价卖家数、买家评价上传图片数、买家评价率、买家好评率以及卖家差评率。（✓）
28. 电子报检人对已发送的报检申请需更改或撤消报检时，无需发更改或撤消报检申请。（×）
29. 近年来，我国海关特殊监管区域发展步入快车道，区域内保税加工、保税物流业务快速发展，区域间企业产业链、供应链关联度日益增强，相关保税货物出区深加工结转以及跨区域流转的需求增长显著。（✓）
30. 识别信息需求是管理者的职责,管理者应根据决策和过程控制的需求，提出对信息的需求。（✓）
31. 企业只要与电信公网“一点接入”就可以透过公共数据中心在网上直接向海关、国检、外贸、外汇、工商、税务、银行等政府管理机关申办各种进出口手续，从而真正实现了政府对企业的“一站式”服务。 正确
32. 对运输造成包装破损或短装等原因需要减少数重量的，应报检人和产地检验检疫机构要求，在不违反有关法律法规及规章的情况下，出境口岸检验检疫机构可以对电子转单有关信息予以更改。 ✓
33. 在阿里巴巴平台上固定排名的展示位优于 P4P 的展示位。 正确
34. 阿里巴巴多语言市场，已于 2013 年 7 月 17 日正式向供应商开放，现包括西班牙语、葡萄牙语、法语、俄语等 15 个主流语种。 ✓
35. 与传统报检方式相比，货物报检平均每批节省了 1.2 小时，节约费用 50 元；电子签证平均每份节省 0.5 天，节约费用 80 元；电子转单平均每批节省 1.5 天，节约费用 500 元。 正确
36. 中国电子口岸“进口付汇”系统为企业提供了强大的查询统计服务功能，而且还为企业设计了通过登录电子口岸利用网络将报关单电子数据交由指定银行或外汇局进行付汇业务和直接持 IC 卡到指定银行或外汇局进行付汇业务两种模式，企业用户可以根据自己的需要自主选择。 ✓
37. 代理出口是没有进出口经营权的生产企业积极参区国际贸易的最佳途径。正确
38. 跨境电子商务进口通关服务系统依托信息化手段，结合大数据、云计算等新技术应用，建设全国统一的通关高效、监管严密、便利企业的跨境进口通关系统。 ✓

39. 代理报关单位打印出经海关审核通过的报关单，并携带其他单证去海关办理其他通关手续。
√
40. 电子通关不仅加快了通关速度，还有效控制了报检数据与报关数据不符问题的发生，同时能有效遏制不法份子伪造、变造通关证单的不法行为。 正确
41. 我国进口业务中，大多数是采用 CIF 价格条件成交，少数零星商品交易采用 FOB 价格条件成交，并且绝大多数是采用即期信用证支付方式。×
42. 代理出口是指外贸企业或其他出口企业，受委托单位的委托，代办出口货物销售的一种出口业务。
(√)
43. 第三方物流是由物流劳务的供方、需方之外的第三方去完成物流服务的物流运作方式。(√)
44. 运营在网店工作中需要做到对网店流量监控分析、目标用户行为研究、网店日常更新及内容编辑、网络营销策划推广这些工作。(√)
45. 推行“电子报检”后，检验检疫部门集中电子审单，企业就近或自愿选择交单地点，加快了报检速度。√
46. 如今能够进行电子报检的业务包括出境货物报检、入境货物报检、产地证书报检和出境包装报检等。√
47. 出口收汇系统将海关总署采集的各口岸海关《出口报关单核销联》电子数据经电子口岸数据中心传送至外汇管理局，方便外汇管理局核查报关单和核销单的真实性。(√)
48. 中国电子口岸，借助于高科技手段，使管理部门各项进出口管理作业更规范、统一、透明，各部门、各操作环节相互制约，相互监督，从机制上加强了管理部门廉政建设。(√)
49. 创业，就是创业者通过创办企业对自己拥有的资源或通过努力能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。(√)
50. 跨境电商面向全球市场，虽然市场规模大但受地域限制，增长速度相对缓慢 错误
51. 一般我们指的跨境电商是指广义的跨境电商，不仅包含 B2B，还包括 B2C 部分，不仅包括跨境电商 B2B 中通过跨境交易平台实现线上成交的部分，还包括跨境电商 B2B 中通过互联网渠道线上进行交易撮合线下实现成交的部分。 正确
52. 跨境电商交易环节简单（生产商-零售商-消费者或生产商-消费者）涉及中间环节较少 正确
53. 从订单类型看,跨境电商具有小批量、多批次、订单分散、周期短的特点。 正确
54. 交易成功后的 30 天之内，双方均有权对对方交易的情况作一个评价×
55. 发盘一旦发出将不能撤回、撤销×
56. 跨境电商面向全球市场,市场规模大,增长速度快。 正确
57. 跨境电商需要有很强的政策、规则敏感性,要及时了解国际贸易体系、规则,进出口管制、关税细则、政策的变化,对进出口形势也要有更深入的了解和分析能力。 正确
58. 在现行的“电子口岸”企业用户新入网资格审核、企业基本信息变更及办理操作员卡、报关员卡业务过程中，企业无需自行到各个部门进行审批。(×)

59. 报关单录入、申报子系统提供进出口单位通过网上填写申报委托书或者备案数据下载协议，委托有权代理报关业务的单位代其办理某项报关业务，如：报关单录入、报关单审核、报关单申报或报关单审核和申报。（√）
60. 为促进我国跨境电子商务的健康发展，应重视以下工作：优化通关、支付、物流、结汇等服务支撑体系。（√）
61. 物流作为跨境电商顺利实现的基础与保障，是电商客户满意度的重要衡量指标 正确
62. 物流是物品从供应地到接受地的实体流动过程。√
63. 跨境物流成本是商品实际成本的重要组成部分，会根据跨境物流模式的不同有所不同×
64. 跨境电子商务领域支付方式由传统模式变为银行转账、信用卡等多种支付方式并存的绝对安全模式。（×）
65. 跨境支付方式包括代理购汇支付和线下统一购汇支付。（√）
66. M2C 模式不足是品类受限。（×）
67. 跨境电子商务的参与企业比例偏高，增长潜力巨大。（×）
68. 电子商务与传统的交易方式相比，一个重要特点在于电子商务是一种无边界交易，丧失了传统交易所具有的地理因素。（√）
69. 跨境电子商务岗位可以细分为国际物流操作岗位、出口退税操作岗位、成本核算操作岗位、跨境电商操作岗位、电子口岸操作岗位、跨境电商运营与维护岗位。（√）
70. 跨境电子商务流程为：国内贸易商→跨境电商平台→国外消费者。（×）
71. 顺丰的主要业务是针对高端客户和民用快递×
72. “海购丰运”主要针对国外的消费者 错误
73. 装运通知的发出日期不能超过信用证规定的时间。（√）
74. 非价格因素在外贸业务谈判中具有非常重要的地位。（√）
75. 在国内快递市场趋于饱和之际，跨境物流和跨境电商市场将是未来数年内各方角逐的焦点 正确
76. 专线物流的优势在于其能够集中大批量到某一特定国家或地区的货物，通过规模效应降低成本 正确
77. 传统的跨境贸易大部分主要由一国的进出口商通过另一国的进出口商经过多级分销，至少要跨越3个渠道。 正确
78. 海外仓的头程将零散的国际小包转化成大宗运输，会大大增加物流成本 错误
79. 海外仓的退货处理流程高效便捷，适应当地买家的购物习惯，让买家在购物时更加放心，能够解决传统的国际间退换货问题 正确
80. 设置海外仓的商品，境内配送速度更快、安全性更高 正确
81. 全球顺主要面向国内的电商企业，即卖家服务。 正确

82. 对跨境电商卖家来说，想要获取更高利润，客户是一个不得不破的壁垒 错误
83. 凡是给潜在客户或者是客户发送电子邮件都可以被看作是电子邮件营销 正确
84. 中国香港特别行政区是世界上经济最发达的地区性单独关税自由关税区。 错误
85. 免费注册分类目录的方式已经越来越不适应实际的需求，将逐步退出网络推广的舞台 正确
86. 市场占有率指电商网站交易额占同期所有同类型电商网站整体交易额的比重。 正确
87. 用户份额指购物网站独立访问用户数占同期所有 B2C 购物网站合计独立访问用户数的比例。正确
88. SWOT 分析法是用来确定企业自身的竞争优势、竞争劣势、机会和威胁，进而将企业的战略与企业内部资源、外部环境有机地结合起来的一种科学的分析方法。✓

第二部分：实务

一、简答计算题

1、简述电子支付的几种方式。

答：电子货币类——电子现金
电子信用卡类——智能卡、借记卡、电话卡等
电子支票类——电子支票、电子汇款、电子划款等

2、国内某公司从日本购进轿车 10 辆，成交价格合计为 FOB 东京 120000.00 美元，实际支付运费 5000 美元，保险费 800 美元。已知汽车的规格为 4 座位，汽缸容量 2000cc，**计算应征进口关税**。（1 美元=人民币 6.12 元）确定税则归类，汽缸容量 2000cc 的小轿车归入税号 8703.2314；原产国日本适用最惠国税率 25%；

参考答案：

审定完税价格为：（120000.00 美元+5000 美元+800 美元）=125800 美元

将外币价格折算成人民币为：（125800 美元×6.12）=769896 元。

应征进口关税税额=完税价格×法定进口关税税率

$$=769896 \times 25\%$$

$$=192474.00 \text{（元）}$$

3、天津 A 进出口公司出口某商品进价为人民币 800000 元（含增值税 17%），出口退税 15%，**试求该批商品的出口成本**。（计算结果保留 2 位小数，四舍五入）（只有结果没有过程不给分）

解：出口成本=800000-800000÷（1+17%）×15%

$$=800000-102564.1$$

$$=697435.90 \text{ 元（人民币）}$$

4、请使用中国邮政小包与 ePacket 计算出重量为 1750 克，尺寸为：20*35*15 的商品发往俄罗斯莫斯科的物流运费。（中国邮政小包发往俄罗斯的标准价格 90.5/1000 克，挂号费为 8 元/票，ePacket 发往美国的标准价格为 75/1000 克，挂号费为 9 元/票）

参考答案：

中国邮政小包：

$$1750 \times 90.5 / 1000 + 8 = 166.375 \text{ 元}$$

ePacket：

$$1750 \times 75 / 1000 + 9 = 140.25 \text{ 元}$$

5、国内某公司从美国购进柴油船用发动机 4 台，成交价格合计为 CIF 广州 1360000.00 美元。经批准该发动机进口关税税率减按 1%计征。实际支付运费 5000 美元，保险费 800 美元。已知汽车的规格为 4 座位，汽缸容量 2000cc，确定税则归类，该发动机归入税号 8408.1000，计算应征进口关税。（1 美元=人民币 6.20 元）

参考答案：

完税价格=1360000 美元×6.20= 8432000 元人民币

应征进口关税税额=完税价格×减按进口关税税率

$$=8432000 \times 1\%$$
$$=84320.00 \text{ (元)}$$

二、流程题

1、传统贸易包含了商品的生产，流通，结算所进行的全部活动的总称。传统的跨境贸易大部分主要由一国的进出口商通过另一国的进出口商，进出口大批量货物，然后通过境内流通企业经过多级分销，进出口环节多，时间长，成本高。根据实际操作完成下面两个流程图，并完整分析传统外贸与跨境电子商务的异同？

传统外贸流程：

跨境电子商务流程：

传统外贸与跨境电子商务的异同点分析？

参考答案：

传统外贸流程：

跨境电子商务流程：

2、“电子转单”是指通过系统网络，将产地检验检疫机构和口岸检验检疫的相关信息相互连通，出境货物经产地检验检疫机构将检验检疫合格后的相关电子信息传输到出境口岸检验检疫机构；入境货物经入境口岸检验检疫机构签发《入境货物通关单》后的相关电子信息传输到目的地检验检疫机构实施检验检疫的监管模式。比传统的由客户凭《出境货物换单凭证》到报关地检验检疫机构换发《出境货物通关单》的方式，电子转单具有数据信息共享、简化操作程序、降低外贸成本、提高通关速度的优点。（适合等级员、助师）

完成下列电子转单的流程图：

（1）、电子转单（产地和口岸商检之间）：出境转单

（2）、电子转单（产地和口岸商检之间）：出境转单

参考答案：

(1)、电子转单（产地和口岸商检之间）：出境转单

(2)、电子转单（产地和口岸商检之间）：出境转单

3、请将保税备货直邮服务的流程说明填写在横线上。

注：服务通过海外通进行，海外通是威时沛运全新的跨境电商综合服务项目，旨在为跨境电商提供更加快速、便捷、低成本、高质量、高规范的综合服务。



流程说明

- 1、海外收货
电商平台通过海外通海外仓储进行收货。
- 2、海外清关
海外通帮助电商企业进行海外清关。
- 3、国际运输
根据电商平台企业的需求海外通提供多种运输方式帮助企业将货品运输至国内。
- 4、备货通关
电商平台对于经常性国内用户购买的产品集中备货保税仓库。
- 5、保税仓储
保税仓储备货完成后货品将会储存在海外通的保税仓内。
- 6、分拣包装
工作人员对保税仓相应货物进行分拣、包装、贴标装货、出库等操作执行。
- 7、进境电子清关
海外通综合服务平台收到订单信息后立即进行自动化电子清关，清关状态会通过接口反馈给电商平台。
- 8、国内派送
国内派送货物出区后，海外通将对货物进行集中派送，根据地域不同会选择有不同国内派送服务商进行派送。

三、 分析题

1、中国是世界制造中心，丰富产品线，低廉的价格的也有天然的优势，但是面对如此多产品，如何选择符合国外客户需求的产品就成难题了。从市场角色关系看，选品，即选品人员从供应市场中选择适合目标市场需求的产品。从这个角度看，选品人员必须一方面把握用户需求，另一方面，要从众多供应市场中选出质量、价格和外观最符合目标市场需求的产品。成功的选品，最终实现供应商、客户、选品人员三者共赢的结果。此为选品价值之所在。从用户需求的角度看，选品要满足用户对某种效用的需求，比如带来生活方便、满足虚荣心、消除痛苦等方面的心理或生理需求。从产品的角度看，选出的产品，即在外观、质量和价格等方面符合目标用户需求的产品。由于需求和供应都处于不断变化之中，选品也是一个无休止的过程。

试分析合适开展跨境电子商务的产品需要同时具备的条件？

（适合等级员、助理）

参考答案

1. 市场潜力大、利润较高，具有快速消费品的特性。
2. 产品体积较小、重量较轻、易于包装，不易破碎。
3. 便于操作、不需要组装、安装的产品。
4. 不需要售后服务、或售后服务简单的产品。
5. 有自己独特的产品设计、包装设计。
6. 产品不得违反平台和目的国的法律法规，特别是盗版或者违禁品。这种产品不仅赚不了钱，甚至需要付出法律代价。

2、推行搜索引擎营销 SEM 最根本的原因之一是搜索者会购买产品：33%的搜索者在进行购物，并且44%的网民利用搜索站点来为购物做调研。中国互联网络信息中心 CNNIC 的统计表明，截至 2006 年 12 月 31 日，中国的网民总人数已经达到 13700 万人。如果你公司的网站没有被列在最前面的几个搜索结

果里面，那就意味着你已经不在顾客的备选之列。如果没有被列入备选名单，你就根本没有机会推销你的产品。就算你网站的目的不是做在线销售，顾客也必须能够找到网站，以便了解你们的产品、下载信息或是找到零售店的地址。

根据以上资料试分析搜索引擎工具可以实现那些营销目标？（适合等级员、助师）

参考答案：

- （1）被搜索引擎收录；
- （2）在搜索结果中排名靠前；
- （3）增加用户的点击（点进）率；
- （4）将浏览者转化为顾客。

在这四个层次中，前三个可以理解为搜索引擎营销的过程，而只有将浏览者转化为顾客才是最终目的。在一般的搜索引擎优化中，通过设计网页标题、META 标签中的内容等，通常可以实现前两个初级目标（如果付费登录，当然直接就可以实现这个目标了，甚至不需要考虑网站优化问题）。实现高层次的目标，还需要进一步对搜索引擎进行优化设计，或者说，设计从整体上对搜索引擎友好的网站。

3、网上“海淘”只能看见照片不能摸到实物，是不是正品？售后服务如何确保？这些海淘族多年的困扰都能在杭州下沙开业的首家跨境电商 O2O 体验店中得到解决。消费者不仅可以亲身体验来自世界各地的优质进口商品，还可以实时进行在线下单，过程与一般网购无异。

开业当天，当记者来到位于物美二楼的体验中心时，已有不少消费者在向工作人员进行咨询选购。近 100 平方米的体验中心内陈列着荷兰奶粉、日本纸尿裤、澳洲深海鱼油、韩国奇迹马油霜等时下最热销产品，每一款商品旁边都有一个其独有的二维码，消费者只要拿出手机对着它扫描就能在线下单。其中最受热捧的莫过于母婴专区，店内的工作人员说，才开业几小时就已经接了好几个订单。

王晴是一个年轻的“80 后”辣妈，也是一个资深海淘族。王女士给记者讲述她的海淘“辛酸史”：“觉得网上东西不靠谱，就托朋友直接从国外代购，但时间长不说，还有好几次东西直接就丢了。”说到这里王女士显得有些无奈：“不过现在好了，可以直接在这里选购然后下单，过几天东西就到家了，也不用担心假货问题，价钱还便宜。”记者看到王女士的手就没有停过，一直忙着扫码下单。

据店员介绍，与一般商场购物不同，体验店不收钱

找零，线下体验，线上购买。店里样品只供展示不能直接购买，消费者在现场扫二维码或电脑下单后，将由下沙保税仓库发货。

该体验中心是杭州首家由政府主导、强调公共服务的跨境 O2O 体验中心，店内所有销售的商品都为下沙跨贸园内的跨境商品，商品在进口报关、检验检疫、网上销售中，全程实行阳光监管，确保商品的品质和安全。体验中心里有母婴、食品、保健品、化妆家居等类别 3000 多个商品，为消费者解决“国内海淘怕假货，国外海淘怕丢货”的顾虑。

2014 年，网络购物交易额为 2.8 万亿元，占社会消费品总额的 10.7%，网络购物对实体经济的渗透越发明显。线上线下融合已经成为无法阻挡的趋势。

在电商的倾轧下，实体行业深陷泥沼。而与此同时，电商企业又有攫取更大市场份额的野心，两者的合作成为了现今消费形式下的必然选择。阿里巴巴创始人马云在第一届世界互联网大会上说：“DT（数据科技）时代一个非常重要的特征是体验，体验就是感受，客户要的不是服务，客户要的是体验。”而 O2O 模式，线上与线下的融合，目的就是为了打造一种完美的客户体验，事实也证明这种新的消费模式具有极大竞争力和创造力。

据了解，在首家体验店的基础上，开发区还会陆续开设更多的体验网店，实现线上线下、园内园外的融合发展。据悉，未来体验中心有可能在杭州市区亮相，运作方式或将由政府主导变为企业主导，并支持电商企业建设体验馆。

结合上述案例，请回答下列问题

1. 说明什么是 O2O 模式，并请写出英语全程。

2. 结合进口 B2B2C 服务，论述保税仓库在跨境电子商务中的作用？

答案要点

1. 说明什么是 O2O 模式，并请写出英语全程。

O2O 即 Online To Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，(1) 让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。(2) 线下体验，线上成交。如本案所述，与一般商场购物不同，体验店不收钱

找零，线下体验，线上购买。店里样品只供展示不能直接购买，消费者在现场扫二维码或电脑下单后，将由下沙保税仓库发货。

2. 结合进口 B2B2C 服务，论述保税仓库在跨境电子商务中的作用？

进口 B2B2C 服务，主要为跨境电商平台提供从国外运输，国内保税区备货，保税仓储、并在订单产生时直接从保税仓通关、分拣包装并发货的一体化服务。

进口 B2B2C 服务按照“整批进、分散出”的形式进行；“整批进”就是整批进口货物通过海外通综合服务平台向海关备案并申报进入海关保税区；“分散出”就是跨境电商将个人网购后产生的订单传送至海外通服务平台，平台立即向海关申报，实现自动化电子清关，清关成功后将根据订单分批运出保税仓并安排派送。

4、在安全电子交易架构中，SET 协议规定了交易流程，规定了交易各方购买和支付信息流的传送流程。试绘流程图说明电子商务参与者（持卡人，商家，支付网关三者）的实现方式。

答：（1）持卡人决定购买时，验证商家身份，将订购信息和支付信息（信用卡号等）安全传输给商家；

（2）商家验证持卡人身份，获取定购信息，支付信息对商家是不可见的，商家验证银行支付网关身份，将支付信息发送给银行支付网关；

（3）银行支付网关验证商家身份，验证持卡人的支付信息是否有效，返回结果给商家，商家返回结果给持卡人。

5、2018 年 9 月 28 日，财政部、税务总局、商务部、海关总署联合发布《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》，通知指出，对跨境电商出口未取得有效进货凭证的货物，同时符合一定条件的，试行增值税、消费税免税政策。

为进一步促进跨境电子商务健康快速发展，培育贸易新业态新模式，现将跨境电子商务综合试验区(以下简称综试区)内的跨境电子商务零售出口（以下简称电子商务出口）货物有关税收政策通知如下：

一、对综试区电子商务出口企业出口未取得有效进货凭证的货物，同时符合下列条件的，试行增值税、消费税免税政策：

（一）电子商务出口企业在综试区注册，并在注册地跨境电子商务线上综合服务平台登记出口日期、货物名称、计量单位、数量、单价、金额。

（二）出口货物通过综试区所在地海关办理电子商务出口申报手续。

（三）出口货物不属于财政部和税务总局根据国务院决定明确取消出口退(免)税的货物。

二、各综试区建设领导小组办公室和商务主管部门应统筹推进部门之间的沟通协作和相关政策落实，加快建立电子商务出口统计监测体系，促进跨境电子商务健康快速发展。

三、海关总署定期将电子商务出口商品申报清单电子信息传输给税务总局。各综试区税务机关根据税务总局清分的出口商品申报清单电子信息加强出口货物免税管理。具体免税管理办法由省级税务部门商财政、商务部门制定。

四、本通知所称综试区，是指经国务院批准的跨境电子商务综合试验区；本通知所称电子商务出口企业，是指自建跨境电子商务销售平台或利用第三方跨境电子商务平台开展电子商务出口的单位 and 个体工商户。

五、本通知自 2018 年 10 月 1 日起执行，具体日期以出口商品申报清单注明的出口日期为准。

解读上述国家关于跨境电商的相关政策，论述跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的主要影响？

参考答案：

9610 模式仍存在未解决的难题。在一般贸易中，企业是先交纳增值税，然后再实现退税的。但对于跨境零售出口模式，因为商户本身采用采销的模式，所以很多企业都没有增值税发票。这就造成在 9610 模式中，尽管企业不需要退税，但仍是需要先交纳增值税。或者说税务部门有权要求零售出口商户补缴增值税。

在此背景下，财政部、税务总局、商务部、海关总署联合发布《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》。对综试区电子商务出口企业出口未取得有效进货凭证的货物，同时符合下列条件的，试行增值税、消费税免税政策：（1）电子商务出口企业在综试区注册，并在注册地跨境电子商务线上综合服务平台登记出口日期、货物名称、计量单位、数量、单价、金额；（2）出口货物通过综试区所在地海关办理电子商务出口申报手续；（3）出口货物不属于财政部和税务总局根据国务院决定明确取消出口退（免）税的货物。

近年来，我国跨境电子商务快速发展，已经形成了一定的产业集群和交易规模。支持跨境电子商务发展，有利于用“互联网+外贸”实现优进优出，发挥我国制造业大国优势，扩大海外营销渠道，促进企业和外贸转型升级；有利于增加就业，推进大众创业、万众创新，打造新的经济增长点；有利于加快实施共建“一带一路”等国家战略，推动开放型经济发展升级。

跨境出口电商作为跨境电商的重要组成部分，一直受到国家相关部门的密切关注。

6、案例分析

（一）典型案例——wish

公司简介 Wish 是 2011 年成立的一家高科技独角兽公司,有 90%的卖家来自中国,也是北美和欧洲最大的移动电商平台。它使用一种优化算法大规模获取数据,并快速了解如何为每个客户提供最相关的商品。Wish 旗下共拥有 6 个垂直的 App: Wish、Geek、Mama、Cute、Home、Wish for Merchants。2017 年 9 月, Wish 进行新一轮 2.5 亿美元融资, 估值超过 80 亿美元。截止 2017 年 8 月, Wish 平台有 33.8 万的独立注册账号(商户)。平台有 4.2 亿的注册用户, 日活跃用户超过 1000 万, 月活跃用户为 7000 万, 活跃 SKU 达 1.5 亿个。

1.商业模式选品策略: 严格把控商品发货的时效性, 商户应该拥有稳定货源的商品; 参考热门收藏品; 明确公司或店铺的定位, 选择相应的商品; 了解目标客户群的需求, 有的放矢。

(1) 产品与服务: 利用 baynote、barrillance、bunting、richelevance、monetate、ibm product recommendations、adobe target 等有效的产品推荐工具创造自己的个性化服务。

(2) 盈利模式: 主要收入来源每次交易的佣金, 目前收费是交易额的 15% (即产品和运费的总和的 15%), 商家入驻 Wish 不收取平台费, 也不需要缴纳保证金, 押金, 更不用交推广费用, 商家上传产品后, Wish APP 会根据你的产品进行定向推送。

(3) 技术模式: Wish 淡化了品类浏览和搜索, 去掉促销, 专注于关联推荐。优势在于 Wish 能通过智能化推荐技术, 与用户保持一种无形的互动, 从而极大的增强用户的黏性。此外, Wish 跟 wanelo 等社交导购网站一样, 能够为用户推荐商品, 也跟 pinterest 的社交网站一样, 以一种瀑布流的方式为用户展示精美图片。

(4) 经营模式: Wish 优势在于技术, 智能推送算法技术完全运用到电商中, 采用本土化的网站建设方式, 针对不同国家采用当地的语言, 简易可读。网站门槛低, 以免费的方式吸引卖家注册用户, 成为会员, 汇聚商流, 活跃市场, 创造了商机。

2.业务推广 Wish 鼓励用户通过社交媒体注册: 鼓励新用户使用 Facebook 和 Google+ 等社交媒体账户与站点互动, 这样 Wish 就能根据用户兴趣向其展示产品, 专注于社交媒体也使得 Wish 保持顾客和客户的透明度。

3.Wish 专注于核心产品: 由于 Wish 采用的是移动技术, 因此公司载用户界面及移动应用程序方面花费了大量心思, 将资源集中投入于核心平台的改进工作, 而不是分散关注多个不同的收入流。

4.Wish 将社交媒体于购物相结合: Wish 应用程序本身就像是一个社交媒体站点, 用户可以相互关注, 查看彼此喜欢的产品和交换 Wish 清单。Wish 乐于帮助消费者省钱: 与其他电子商务应用程序和网站不同的是, 大部分商品直接打 3-5 折, 顾客不需要花费时间找优惠券, 也不需要等到店内促销, 就能以优惠的价格买到他们喜欢的产品。

（二）典型案例——海翼股份

公司简介海翼股份成立于 2011 年 12 月, 2016 年 6 月完成股改, 9 月正式挂牌新三板, 12 月完成首笔融资, 获得由 IDG 领投的 3.27 亿元, 2017 年 7 月完成第二笔融资, 企业估值达到 46 亿元。公司目前员工约 700 人, 专业从事智能移动周边产品、智能生活周边产品及计算机周边产品的研发和销售; 产品主要围绕移动通讯设备、智能设备的充电和数据传输等领域。

公司旗下品牌 Anker 已经成为美国、欧洲、日本线上销售市场份额第一的智能配件品牌, 位列 Amazon 全球品牌卖家排行榜第一, 并继续开拓线下市场, 至今已畅销海内外 100 多个国家和地区, 吸引超过 3000 万用户, 在国际上塑造了中国数码配件品牌的良好声誉。

1.商业模式公司产品主要采用“自主品牌研发设计+外协加工生产”模式。根据前端市场需求确定设计方案, 经考察、甄选, 与外协单位签订订购单。外协厂根据公司要求采购原材料并进行工艺加工, 产成品经公司质检部门检测合格后进行入库及发货。定价机制: 首先, 根据市场同类工艺加工费的一般价格进行同类外协厂商报价对比筛选; 其次, 对整机的材料、部件进行专业成本评估; 最后, 对产品利润率进行行业调查后与外协厂商协商确认外协生产价格。

(1) 质量管控: 公司定期对外协厂进行资质评估, 包括品质、交付、成本三方面的考核, 公司专门职能部门人员对外协厂进行现场检查, 对现场工艺、设备精度、量具、人员流动性等全流程进行管理。

(2) 外协加工模式优势巨大: 由于公司掌握了产品设计及满足市场需求的解决方案等核心竞争力, 外协厂不存在拥有专有设计、技术工艺的情形; 此外, 因为电池、充电器、数据线等消费电子产品加工市场竞争激烈、供应充足, 公司议价能力较好, 且不存在对单个特定外协厂商的依赖。

2.销售渠道线上 B2C 业务: 公司线上 B2C 业务约占总业务的 70%, 主要面对欧美市场, 以 Amazon

渠道为主。分为：一是海外 B2C 渠道。公司深耕 Amazon，是 Amazon 全球最大的第三方卖家之一。Amazon 的运作基本依照第三方独立卖家模式操作，即公司自主管理产品、价格、库存等核心运营项目。同时，公司也以第三方卖家身份在 eBay 等 B2C 平台直接销售至海外消费者。二是国内 B2C 渠道：公司在国内的 B2C 线上销售平台以京东、天猫为主，产品以 Anker 品牌充电类产品为主。

3. 线下批发业务：公司线下业务约占总业务的 30%，通过线下渠道拓张布局全球营销网络。线下业务主要包括线下批发业务和线下直销业务。直销即直接面对企业客户为其提供 Anker 产品和服务。在线下批发业务中，公司针对不同市场设立销售团队专门化经营，线下批发客户主要包括以下几类：区域经销商：负责 Anker 产品在特定区域的市场开拓、再分销和零售业务。连锁卖场和超市：以专业的 3C 卖场为主，如美国 WalMart、Staples、BestBuy、Radioshack 等。专业销售渠道：以移动运营商为主，提供定制版的产品并在其终端店面进行销售，如日本的 KDDI、Softbank 等。

比较分析以上两个案例 wish 和海翼股份，分析两种电商模式的异同。（答案略）

7、案例分析

2018 年 9 月，中国贸促会研究院近日在京发布《贸易便利化对中国-东盟跨境电商的影响和促进作用》。报告认为，贸易便利化能有效促进中国-东盟跨境电商的发展，应根据跨境电商的发展特点，进一步夯实中国-东盟跨境电商发展基础，提升贸易便利化水平，构建中国-东盟跨境电商合作机制。

报告指出，随着互联网技术迅速发展，跨境电子商务正成为拉动中国与东盟贸易发展的新引擎。近年来，阿里巴巴、京东等中国主流电商企业通过收购、入股等方式加大对东盟电商、支付等企业的投资，带动东盟国家相关产业发展，推动双边跨境电子商务发展。目前，中国企业在东盟开展的跨境电商业务主要集中于泰国、马来西亚、新加坡和印度尼西亚，其他东盟国家的跨境电商业务大多处在培育阶段。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍指出，高水平贸易便利化能够有效促进跨境电商发展。跨境电商同传统贸易方式不同，具有订单分散、批量小、批次多的特点，因此其对于贸易便利化的要求也同传统贸易方式存在差异。在海关通关方面，跨境电商每批次产品以单件为基础、出货频次高、商品品类多，导致报关成本高，通关效率在很大程度上影响了跨境电商的运输效率；在物流运输方面，小批量、高频率的购买方式让物流成为跨境电商产品流通过程中的短板，相比国内电商运送时间长，物流距离长和损耗率高导致物流成本高企；在便利化基础设施方面，跨境电商的网络化、电子化特点决定了国家的互联网基础设施建设是跨境电商发展的基础。因此，贸易便利化水平的提高对跨境电商的发展具有极大的促进作用，而跨境电商发展水平的不断提高会对贸易便利化提出更高的要求，从而带动贸易便利化的发展。

调查显示，有 17.95% 的企业对当前东盟区域的贸易便利化水平表示满意；82.05% 的企业认为东盟发展跨境电商的贸易便利化整体水平有待提升，其中 23.08% 的企业认为东盟贸易便利化整体水平亟待提升。

报告建议，首先要夯实中国—东盟跨境电商发展基础，加强网络、物流设施建设互联互通，构建中国—东盟区域物流中心，提升跨境电商产品的标准化水平，加快推进中国和东盟双边标准互认。其次，进一步提升中国和东盟贸易便利化水平。第三，成立中国—东盟跨境电商政府间协调机构，具体负责基础设施建设规划、标准制定、人才培养、后勤保障、信息共享等工作。

案例分析：针对以上案例中关中国--东盟跨境电商的相关分析，试对未来中国--东盟跨境电商市场未来发展进行分析。（500-800 字）（答案略）

8、案例分析

2018 年 9 月 19 日，国内知名电商智库——电子商务研究中心发布《2018 年（上）中国跨境电商市场数据监测报告》。报告显示，2018 上半年中国跨境电商交易规模为 4.5 万亿元，同比增长 25%。报告对 2018 上半年中国跨境电商行业发展概况、进出口电商发展情况、未来趋势等进行了详细分析与解读。

报告显示，2018 上半年中国跨境电商交易规模为 4.5 万亿元，同比增长 25%。政策持续加持红利。上半年国务院再设 22 个跨境电子商务综合试验区，政策持续加持促进行业发展，跨境电商成为外贸新增长点。庞大市场驱动发展。不管是进口还是出口跨境电商，都存在着巨大的市场机遇，进口市场近年来在国内消费升级的背景下，巨大的市场需求促使跨境电商得到快速发展。

跨境电商进出口结构：出口占比超七成

报告显示，在跨境电商进出口结构上，2018 上半年中国跨境电商的进出口结构上出口占比达到 77.1%，进口比例 22.9%。上半年，跨境出口和跨境进口增长速度都较快，但随着国内消费升级，市场

对跨境进口的需求更为迫切。在跨境电商进出口结构上，进口电商的比例正逐步扩大。“海淘族”迅速壮大，跨境电商将继续受益于国内消费者对海外优质商品需求的强劲增长。

跨境电商交易模式：B2B 模式占比超八成

在跨境电商交易模式结构上，2018 上半年中国跨境电商的交易模式跨境电商 B2B 交易占比达 84.6%，跨境电商 B2C 交易占比 15.4%。跨境 B2B 模式依然是占据主导地位的模式，该模式产业链条长，服务需求多。跨境 B2B 所需要的服务门类众多，包括营销、支付、供应链金融、关检税汇、物流仓储、法律等各种服务。从国家政策及各地方跨境电商政策来看，B2B 模式是未来跨境电商发展的重要商业模式。

出口跨境电商融资事件

报告显示，在今年上半年出口跨境电商融资事件方面，2018 上半年中国出口跨境电商行业已披露及中心监测到的投融资事件主要有：卖到非洲网、嘉云数据、PingPong 金融、启赞金融、纵腾网络、PatPat、执御信息、卖家成长网、全之脉等。上半年，国内出口跨境电商融资事件中，融资金额超亿元的有执御获数亿美元 C 轮融资、全之脉获 7.8 亿元 C 轮融资、嘉云数据获 1 亿美元 C 轮融资、PatPat 获 3 亿元 C 轮融资、启赞金融获数亿元 B1 轮融资、纵腾网络获数亿元战略投资等。并有 4 起融资是在 C 轮的阶段。

我国跨境网购用户达 7500 万人

在用户规模上，据电子商务研究中心监测数据显示，截至 2018 年 6 月底，我国经常进行跨境网购的用户达 7500 万人，人数大幅度增长。预计到 2018 年底用户数量将达 8800 万人。用户基数日趋庞大，增长率将会逐渐降低然后趋于缓和。由于国家政策以及地方政策支持推动，跨境进口电商发展迅速，越来越多的消费者开始海淘购物；物流速度的不断提高，跨境网购的购物周期大大缩短。

案例分析：针对以上案例中关于 2018 年跨境电商市场监测数据及相关分析，试对 2018 年下半年以后的中国跨境电商市场情况进行分析。（500-800 字）（答案略）

9、案例分析

波士顿龙虾来了，在淘宝上卖得正欢，团购一开单就达到 2800 只。在上海市民“忘乎所以”地享受着这场波士顿龙虾盛宴的同时，殊不知其背后隐藏的种种变革的信号。

2005 年，一个美国记者在《基督教科学箴言报》发表了《离开中国制造的一年》，文章详细叙述了 Made In China 如何大规模进入美国市场，如果离开中国制造的产品，美国人的生活苦不堪言……文章发表后，在美国本土引起巨大反响，加深了美国人对美国制造的忧虑，以至于引发后来奥巴马政府重振美国制造的计划。

如今十年过去了，中国经济一日千里，花旗银行一项研究表明，五年后中国新富阶层总资产是美国的两倍。但是中国新富阶层在赢得巨大财富的同时，却失去了对中国本土制造的信心。新富人群从奢侈品开始，如今已转向到连日用消费品都要选用进口货。如果说上一个十年阿里巴巴成功地把中国廉价商品卖到了全世界，如今海淘一族从婴儿奶粉、牛奶、水果到洗发水、面膜、服装等吃喝拉撒睡的所有产品都将从国外进口，海淘正大规模的向普通大众消费群体迈进。新西兰和澳大利亚的奶粉，日本、韩国的儿童零食，德国的厨具等等，都吸引了大批的中国消费者。因此不难看出海淘正在改变中国人的生活方式。

海淘与出境消费不同，随着跨境电商的兴起，给广大消费者带来了另一种购买海外商品的途径，通过互联网检索海外商品信息，随时都能在境外购物网站上下单，由海外购物网站通过国际快递发货，或是由转运公司代收货物再转寄回国内，坐在家就能买到海外的产品。利用跨境电商，“海淘客”们一方面不想在国内专柜购买价格昂贵的进口商品，另一方面又想拥有高品质的生活，更重要的一点是对国内商品质量的不信任，这促使人们纷纷转向海淘。

《2014 年中国国际收支报告》显示：2014 年全年“海淘”支出超过 15 亿美元。受国内网络购物活动影响以及在某些西方国家节日时间进行打折促销活动中，我国个人跨境网购支出在此期间表现尤为活跃，尤其在 11 月、12 月海淘支出连续超过 2 亿美元。随着境外大型零售网站与我国支付机构的对接，2014 年跨境网购支出金额逐月增长，海淘客不断增多，坐在家就可以“拯救”全球消费市场。

海淘现象跟中国制造业出现的危机或许有着千丝万缕的联系。

这些年因为中国游客境外扫货而导致物品脱销、断货的声音不绝于耳。日本统计数据显示，去年中国大陆游客赴日总数超过了 240 万人次，较上一年度增加了 83%，增长了近百万人，达到历史新高，而且每人平均消费 7000 余元，比其他外国人高近 3000 元。中国人的消费能力世界人民有目共睹，恰有一种把国外的水和空气也搬到国内的架势。

据美国 quartz 新闻网站报道，2015 年春节期间，许多中国游客赴日疯抢“智能马桶盖”，拿回

家后却发现不少产品实为中国生产。这是中国制造的尴尬处境，即使是中国制造，中国游客也多认为在国外买到的产品，质量更加让人放心。

一位杭州的王先生在网上发布了一则微博称，其在旅游时发现，日本大阪销售的一款智能马桶盖产地竟然是杭州下沙，不由得发表感慨“兜了一大圈，买到的居然是自家门前生产的东西，名副其实的当了一次人肉搬运工啊”。而事实上，中国人蜂拥日本购买的马桶盖一点也不便宜，售价在 2000 元人民币左右，比国内的高出一大截。在海外，因为购买力惊人，中国游客成了“土豪”的象征。

如今，跨境电商的兴起将对中国制造产生深远影响。如果中国的中产阶级连“吃喝拉撒睡”的各种生活用品都用海淘从海外购买，中国的制造业将进一步空心化，中国人的生活方式也将面临一场改变。

试根据以上案例资料，结合当前实际情况对国内国际跨境电子商务发展的现状与趋势进行分析？（500-800 字）（答案略）