

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

1. 跨境电子商务可以将信息流、资金流和物流集合在一个平台上完成，而且可以同时进行，因此相对于传统贸易而言，交易双方的交易频率大幅提高。这种现象我们称之为什么（ B ）
A. 多边化 B. 高频度
C. 透明化 D. 便捷化
2. 跨境电子商务主要的支付方式是（ D ）支付和第三方支付工具的账户支付。
A 转账 B 红包 C 面对面付款 D 信用卡
3. 不属于跨境电子商务员的职业功能是（ A ）
A 网店搭建与管理 B 商务信息处理 C 跨境作业操作 D 客户服务
4. 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
5. 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
6. 跨境电子商务员职业功能，以下不属于的是（ D ）
A 网店开设与维护 B 商务信息处理 C 客户服务 D 店铺管理
7. 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
8. 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
9. 全球使用最广泛的跨境交易在线支付工具是：（ A ）
A 美国的第三方支付系统贝宝 PayPal B 国际支付宝 Escrow
C 信用卡支付 D 便利网小额汇兑支付
10. 中国跨境电商第一批试点不包括（ C ）。
A 上海 B 重庆 C 青岛 D 郑州
11. 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

12. 国内流行过的 4 大类主流微博平台不包括（ D ）
A. 新浪微博 B. 腾讯微博
C. 搜狐微博 D. 雅虎微博
13. 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
14. 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
15. （ C ）年是中国跨境电子商务的转折年。
A2013 年 B2012 年 C2015 年 D2014 年
16. 以下属于固定资产的是（ B ）
A. 图书馆的书籍 B. 五金店的锤子
C. 木匠的工资 D. 兼职得到的奖金
17. 跨境电子商务企业可以通过采用网上的（ A ）选择合适的国际客户。
A. 客户信息 B. 国际市场调研 C. 交易平台 D. 国际交易数据
18. 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
19. 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
20. （ C ）对于跨境电子商务的销售来说非常关键，也是店铺赢利的核心策略。
A. 产品选择 B. 产品定位 C. 产品定价 D. 产品市场调研
21. 跨境电子商务店铺的核心目的需要赢利，所以首先要核算真正的（ 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
22. 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
23. 在 T/T 付款方式下, 单据是通过（ A ）传递的。
A. 卖方直接向买方 B. 卖方向买方银行
C. 卖方向买方货代 D. 买方向卖方银行
24. 以下报价的基本原则的是（ A ）
A. 争取有利交易条件 B. 宁低勿高
C. 知己知彼 D. 有舍有留
25. 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
26. 在 P4P 中，关键词共分为几个级别星级（ C ）
A. 4 B. 5 C. 6 D. 7 C
27. 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

28. 按（ A ）或（ ）条件成交时，租船、订舱由我方负责，而我方可将此项工作委托给中国对外贸易运输公司办理。
A. CIF、CFR B. CIF、FOB C. FOB、CFR D. CNF、CFR
29. 货物装船后，在信用证规定的时间内，卖方应及时向买方发出装船通知。若按（ ）或（ D ）价成交，卖方向买方发出装船通知，以便买方及时办理进口投保手续及做好接货准备。
A. FOB、CIF B. CIF、FOB C. CFR、FOB D. FOB、CFR
30. （ 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
31. （ A ）是按照装货重量成交的货物，在装运时出口商必须向进口商提供的一种证明文件，它证明所装货物的重量与合同规定相符，货到目的港有缺重量时出口商不负责任。
A. 重量单 B. 装箱单 C. 尺码单 D. 货物清单
32. 敦煌网在中国各种电子商务网站中最突出的特征（ C ）。
A. 注册简单化 B. 支付安全 C. 按交易额收取佣金 D. 相关产品营销
33. 《电子商务示范法》由（ C ）颁发
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
34. 国际贸易交易中的货物，除了很少部分属于（ B ）货物外，绝大多数货物都需要包装。
A. 一般货物 B. 少数的散装货物或裸装货物 C. 易碎货物 D. 细小货物
35. 下列哪个选项是国际市场调研的步骤：（ C ）
A. 明确调研中存在的目标→制定调研计划→执行调研计划→分析、解释调研结果并撰写调研报告
B. 制定调研计划→执行调研计划→分析、解释调研结果并撰写调研报告→明确调研中存在的目
C. 明确调研中存在的目标→制定调研计划→分析、解释调研结果并撰写调研报告→执行调研计
D. 明确调研中存在的目标→分析、解释调研结果并撰写调研报告→制定调研计划→执行调研计划
36. 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
37. 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》
38. 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
39. 报检计费由（ C ）自动完成，接到施检部门转来的全套单据后，对照单据进行计费复核。
A. 电子计费中心 B. 电子核查中心
C. 电子审单系统 D. 电子管理中心
40. 在未实行“电子报检”前，办理报检企业在手续齐全的情况下，检验检疫要经过（ D ）个环节，需要派专人跑 2~3 次才能办完。在实行“电子报检”后，减少了近一半环节，企业只一次就可完成所有业务程序。
A. 6 B. 7 C. 8 D. 9
41. “电子转单”是指通过系统网络，出境货物经（ A ）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。

- A. 产地检验检疫机构 B. 报检地检验检疫机构
C. 发货地检验检疫机构 D. 目的地检验检疫机构

42. 信用证的第一付款责任人应该是 (B)
A. 议付行 B. 开证行
C. 转让行 D. 通知行
43. 按 (A) 需核查货证的, 出境检验检疫关系人应配合出境口岸检验检疫机构完成检验检疫工作。
A. 口岸查验管理规定 B. 出境货物换单凭证 C. 口岸检验检疫规定 D. 出境货物通关单
44. 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%
45. 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, 下列情况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的是: (B)
A. 申报总值按有关比重换算或变更申报总值幅度超过 10% 的
B. 对运输造成包装破损或短装等原因需要减少数重量的
C. 经口岸检验检疫机构和产地检验检疫机构协商仍不同意更改有关内容的
D. 不需要在出境口岸更改运输工具名称、发货日期、集装箱规格及数量等有关内容的
46. (C) 是整个海关进出口业务的核心环节, 也是电子口岸执法系统中的重要组成部分。
A. 检验检疫 B. 电子转单 C. 报关业务 D. 电子审单
47. 集报企业资质和集报商品内容发生变更后, 需要向 (B) 申请集报备案变更。
A. 检验检疫机构 B. 海关 C. 电子口岸 D. 质检局
48. 用户在企管系统中完成企业备案操作, 海关审批通过后, 电商企业/电商平台系统首先要在跨境贸易电子商务通关服务平台上向 (B) 申报商品备案, 并获得批准。
A. 电子口岸 B. 海关 C. 商检局 D. 质检局
49. 在跨境贸易电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的第三方电子商务交易平台的企业。该企业所提供的电子商务交易平台称为 (B)。
A. 电商企业 B. 电商平台 C. 报关企业 D. 监管场所经营人
50. (A) 是在跨境电子商务交易过程中提供支付服务的第三方支付平台。
A. 支付企业 B. 电商平台 C. 报关企业 D. 监管场所经营人
51. 中国电子口岸“进口付汇”系统是将海关总署采集的全国各口岸海关《进口报关单外汇证明联》电子底帐数据, 存放到 (B), 提供全国各外汇管理分支局和外汇指定银行实时进行联网核查。
A. 电子核查中心 B. 中国电子口岸数据平台 C. 电子审单系统 D. 电子管理中心
52. 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
53. 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
54. 所有结汇单据中最重要的一张单据是: (D)
A. 保险单 B. 装箱单 C. 提单 D. 商业发票
55. 以下哪个不是 Email 营销有三个基本因素: (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
56. 以下不是 Facebook 推广要素的是 (C)
A. 市场品牌 B. 推广粉丝 C. 搜索排名 D. 增加与粉丝的互动性

57. 以下不属于微信营销的特点的有 (A)
A. 传递迅速 B. 点对点精准营销 C. 形式灵活多样 D. 强关系的机遇
58. 企业与消费者间电子商务的英文缩写是 (A)
A. B2C B. G2C C. B2R D. B2O
59. 关于电商发展说法错误的是 (C)
A. 用户规模及人均支出双轮驱动网购增长 B. 未来网购用户从 pC 端转移到移动端
C. 未来网购从用户角度转移到供应商角度 D. 未来网购用户从搜索型电商转移到社会化电商
60. 一个标准的运营需要具备很多条件, 下列不符的是 (C)
A. 丰富的知识储备 B. 用数据说话的能力 C. 财务运营能力 D. 良好的沟通协调能力
61. 企业进行成本核算时, 一般将运营成本分为固定成本和 (C)
A. 生产成本 B. 管理费用 C. 变动成本 D. 机会成本
62. O2O 营销模式的特错误的是 (D)
A. 获取更丰富、全面的商家及其服务的内容信息 B. 更加便捷的向商家在线咨询并进行预售
C. 获得相比线下直接消费较为便宜的价格 D. O2O 可以托管代运营
63. 启用 SWOT 分析中的优势“S”是指 (C)
A. 个人或企业外部可改变的因素 B. 个人或企业外部不可改变的因素
C. 个人或企业内部可改变因素 D. 个人或企业内部不可改变的因素
64. 关于自媒体说法错误的是 (A)
A. 挑战传统媒体, 并会取代传统媒体 B. “共享媒体”挑战“一对多”的传播模式
C. 打破时间地理局限, 受众成为新闻源 D. 微内容对传统新闻理念的挑战
65. 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
66. 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
67. 以下关于 PI 的说法 错误 的是 (A)
A. 形式发票没有法律效力 B. 形式发票是一种数量化的报价
C. 买方可以用形式发票申请外汇许可、进口许可和开立信用证
D. 形式发票可以当做销售合同
68. 以下哪项不是制约跨境电商发展的主要因素? (A)
A. 通关结汇易 B. 产品同质化严重 C. 品牌化未建立 D. 政府政策
69. 哪里查看客户来访的行为记录? (A)
A. 访客详情 B. RFQ C. 营销管理 D. 我的效果
70. 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
71. 影响产品曝光到点击的最主要因素是什么? (C)
A. 产品标题 B. 公司信息 C. 产品图片 D. 产品交易信息
72. 产品相关性最主要表现在什么地方? (A)

A. 类目相关性 B. 产品标题相关性 C. 产品描述相关性 D. 关键词相关性

73. 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
74. 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
75. 跨境电商的物流难点错误的是（ C ）
A. 物流链条长、作业复杂 B. 自动化、信息化程度不高
C. 仓库面积大 D. 退换货等逆向物流活动复杂
76. 四大商业快递巨头 的是（ A ）
A. 顺丰快递 B. DHL C. TNT D. UPS
77. 下列地区属于单独关境区的是（ B ）
A. 香港 B. 深圳 C. 澳门 D. 台湾
78. 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
79. 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
80. 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
81. 电子商务” 是通过（ C ）进行销售商品、提供服务等的经营活动。
A. 增值网 B. 虚拟网 C. 互联网 D. 局域网
82. 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
83. 在 P4P 中, 关键词共分为几个级别星级（ C ）
A. 4 B. 5 C. 6 D. 7
84. 《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
85. 国际贸易交易中的货物, 除了很少部分属于（ B ）货物外, 绝大多数货物都需要包装。
A. 一般货物 B. 少数的散装货物或裸装货物 C. 易碎货物 D. 细小货物
86. 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
87. 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
88. 下列不属于顺丰旗下的产业是（ C ）
A. SF B. 全球顺

C. EMS

D. 顺丰优选

89. 保税仓库中储存的是（ D ）
A. 免税货物 B. 减税货物 C. 退税货物 D. 暂未纳税的货物
90. 下列哪一项不是包装中需要注意的问题（ B ）
A. 包装时注意防水与防摔的处理 B. 包装都不需要另外的填充物
C. 尽量在一个固定的桌子上包装 D. 根据分拣容器和商品要求进行包装
91. 配送是一种“门到门”的服务形式，“门到门”指的是（ C ）
A. 从客户到客户 B. 从客户到配送中心 C. 从配送中心到客户 D. 从配送中心到配送中心
92. 亚马逊海外仓的名字叫（ A ）
A. FBA B. CBM
C. GUM D. KIF
93. 配送中心库房通道的宽度主要取决于（ D ）
A. 叉车长度 B. 叉车速度 C. 叉车坡度 D. 叉车最小转弯半径
94. （ A ）是指用适当的统计分析方法对收集来的大量数据进行分析，提取有用信息和形成结论而对数据加以详细研究和概括总结的过程。
A. 数据分析 B. 数据采集 C. 数据管理 D. 过程改进
95. 有目的的（ A ），是确保数据分析过程有效的基础。
A. 收集数据 B. 分析数据 C. 识别信息 D. 过程改进
96. 信用证是一种（ B ）信用
A. 商业 B. 银行 C. 企业 D. 民间
97. 在什么情况下，物权危险性最高，如买家与船公司无提货单凭证提货？（ C ）
A. CER B. CFR C. FOB D. CIF
98. 检索工具按照信息搜集方法的不同，可分为：目录式搜索引擎、元搜索引擎和（ A ）
A. 全文数据库搜索引擎 B. 英文搜索引擎
C. 主题指南类搜索引擎 D. 机器人搜索引擎
99. （ C ）需求是确保数据分析过程有效性的首要条件，可以为收集数据、分析数据提供清晰的目标。
A. 收集数据 B. 分析数据
C. 识别信息 D. 过程改进
100. 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
101. 关于电子商务信息的传递以下正确的是（ A ）
A. 网络信息更新及时、传递速度快，只要信息收集者及时发现信息，就可以保证信息的实效性。
B. 电子商务信息，由于传递速度慢、传递渠道不畅，经常导致“信息获得了但也失效了”。
C. 无论怎么样，网络信息都是最快最准确的。
D. 电子商务信息，都是很迟后的。
102. （ A ）是指，用户可以通过商品信息管理模块来维护自身在网站上出售的商品信息。
A. 商品信息管理 B. 商店信息维护 C. 选择支付方式 D. 商店商品预览 V
103. 电子商务系统必须保证具有十分可靠的安全保密技术，必须保证网络安全的四大要素，即信息传输的保密性、数据交换的完整性、发送信息的不可否认性（ D ）。

A. 不可修改性 B. 信息的稳定性 C. 数据的可靠性 D. 交易者身份的确定性

104. 物流的信息化包括(A)和数据库的建立、运输网络合理化、销售网络系统化和物流中心管理电子化等。A. 商品代码 B. 条形码 C. 配送网络 D. 信息系统

105. 关于网络营销, 下列哪个表述是错误的?(C)
A. 网络营销是企业借助于互联网特性来实现营销目标的一种营销手段。
B. 网络营销是电子商务的重要组成部分。
C. 网络营销是通过互联网将企业原有的营销网络连接起来的一种新型市场营销方式。
D. 网络营销是现代市场营销的重要组成部分。

106. 电子商务一般的交易过程分为 5 个阶段, “卖方为本企业的商品做好市场调查和分析, 制订销售策略和方式, 不断利用互联网站发布广告, 诱发客户的需求, 给出报价和优惠消息, 寻找贸易伙伴和商机, 想方设法扩大市场份额等”, 这些行为属于(A)
A. “交易前准备”阶段 B. “洽谈和签订合同”阶段
C. “办理合同履行前手续”阶段 D. “交易后处理”阶段

107. 网上搜索所利用的工具是(C)
A. 数据库 B. 价搜索平台
C. 搜索引擎 D. 信息网站

108. (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

109. (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

110. (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

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 D eBay
5. 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
6. 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
7. 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
8. 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
9. 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
10. 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
11. 集报清单录入申报包括 (AB) 和 ()
A. 一般贸易集报清单录入申报 B. 保税货物集报清单录入申报
C. 对外贸易集报清单录入申报 D. 一般货物集报清单录入申报
12. 下列属于跨境电子商务进口信息化系统运营企业的是: (ABCD)
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
13. 下列情形不转单的是: (ABC)
A. 出境货物产地预检的 B. 出境口岸不明的 C. 需在口岸检疫并出证的
D. 出境口岸明确的 E. 无需在口岸检疫并出证的
14. 空运舱单录入申报包括 (BCD) 录入申报。
A. 总流单 B. 总运单 C. 分运单 D. 分流单 E. 货运单
15. 报关单录入、申报子系统提供 (ABC) 网上办理所需的转关运输提前录入、申报业务
A. 自理报关企业 B. 专业报关企业 C. 代理报关企业 D. 报关员 E. 货代公司
16. 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)
17. 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
18. 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
19. 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
20. 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
21. 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
22. 口岸局出具的书面商检资料有 (ABD)
A. 报检单号 B. 转单号 C. 运单号
D. 密码 E. 报关单号
23. 国际物流发展趋势有 (ABCD)

- A. 全球化的供应链管理 B. 信息化, 电子化, 科技化
C. 绿色物流 D. 物流服务范围更广

24. 第 4 方物流要成功整合第 3 方物流企业, 需要具备 (AC)
A. 第 4 方必须不是物流的利益 B. 第 4 方物流必须拥有先进的物流设备
C. 第 4 方物流必须有能力整合所有物流资源 D. 为第 3 方物流提供高价服务项目
25. 按照物流系统的作用, 属性及作用的空间范围, 可从不同角度对物流进行分类, 按照物流活动的作用分类, 可分为 (BC)
A. 地区物流 B. 供应物流 C. 销售物流 D. 国内物流
26. 一个搜索引擎由什么组成? (ABCD)
A. 搜索器 B. 索引器 C. 检索器 D. 用户接口 E. 主电脑
27. 搜索引擎营销的步骤: (ABCDE)
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
28. 为了从搜索引擎中获得更多的免费流量, 可以从 (ABCD) 角度进行合理规划。
A. 网站结构 B. 内容建设方案 C. 用户互动传播 D. 页面 E. 媒体宣传
29. 下列属于网站销售 (转化率) 类指标的是: (AC)
A. 购物车类指标 B. 流量类指标 C. 支付类指标 D. 订单产生效率指标 E. 整体指标
30. Facebook 的功能服务: (ABCE)
A. 墙程序和插程序 B. 礼物功能和活动 C. 上传
D. 媒体宣传 E. 市场和标识语言

三、判断题

1. 国际贸易的实质是“国际贸易搭台, 电子商务唱戏” ✓
2. 亚马逊是以客户为服务中心的企业。 ✓
3. 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。 ✓
4. 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”。 ✓
5. 跨境电子商务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
✓
6. 按照交易主体类型可以分为 B2B, B2C, C2C 三种 ✓
7. 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 ✓
8. 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 ✓
9. 亚马逊是以客户为中心的服务型企业 ✓
10. 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。 ✓

11. 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。 X
12. 跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础,具有非常重要的战略意义。 ✓
13. 跨境电商对接“中国制造”激活了“买卖全球”,而与跨境电商联合则成为“中国制造”在全球崛起的重要支点。 ✓
14. C2C 跨境电商或平台面对的最终客户为个人消费者,商家也是个人卖方。 ✓
15. 跨境电子商务的运营模式实质是物流和商流的分离,即物的实体流动与商品所有权的分离。 ✓
16. 亚马逊的定位是以客户为中心的服务型企业。 ✓
17. 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。 ✓
18. 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。 ✓
19. M2C 模式的运营模式是平台招商,它的不足是品类受限。 X
20. B2B 跨境电商的代表企业有敦煌网、阿里巴巴国际站、环球资源网。 ✓
21. 市场适销商品调研。包括品种、规格、用料、颜色、包装、商标、运费等。 ✓
22. 收妥结汇又称收妥付款,是指信用证议付行收到出口企业的出口单据后,经审查无误,将单据寄交国外付款行索取货款的结汇做法。 ✓
23. 所谓交易洽商,是指买卖双方以一定的方式并通过一定的程序就交易的货物及各项交易条件进行协商,最后达成协议的整个过程。 ✓
24. 口头洽商 (Desk Negotiation) 是指在网络等通讯软件上进行谈判。 X
25. 书面洽商 (Letter Negotiation) 是指通过信件、电传、电报、EDI 等通信方式来洽谈交易。 ✓
26. 内部数据是已上架的产品产生的销售信息,是我们作为选品成功与否的验证,也可用于以后选品方向的指导。
27. 通过口头洽谈和书面洽商,双方对交易条件达成协议后,即可制作正式书面合同。这两种洽商方式在法律上具有同等的效力。 ✓
28. 按 CIF 和 CFR 条件进口的货物由卖方负责租船订舱和安排装运。在此情况下,买方可以不用及时与卖方联系,以掌握对方备货与装运动态。 X
29. 信用证付款方式对卖方没有收汇风险。 X
30. 跨境电子商务合同只是商业性质不具备民事法律行为 X
31. 敦煌网平台收款只需要一张银行卡就行了 ✓
32. 跨境电子商务平台选择要广撒网,选择主流跨境电子商务平台就可以广收益 X
33. 跨境电子商务的特征是全球性,无形性,即时性,无纸化,演变性。 ✓
34. 接受和还盘既属于商业行为又属于法律行为 ✓

35. 搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。
√
36. 网上检索通常作为收集第一手资料的手段。 X
37. 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。√
38. 检验检疫机构应及时对申请开展电子报检业务的报检人进行审查。经审查合格的报检人可以开展电子报检业务。√
39. 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。 X
40. 在阿里巴巴平台上固定排名的展示位优于 P4P 的展示位。
41. 企业在电子申报时企业端软件有必要的提示，如果所附的单据不齐全，返回的信息会明确告知所缺证单，这就有效地保证了企业一次性申报的成功率。√
42. 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。√
43. 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。√
44. 库存过多，库存不足，都是库存不合理的表现，都会造成企业资金周转困难。√
45. 经口岸检验检疫机构和产地检验检疫机构协商同意更改有关内容的，经口岸检验检疫机构和产地检验检疫机构协商同意更改有关内容的。√
46. 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。√
47. 搜索引擎包括全文索引、目录索引、元搜索引擎、垂直搜索引擎、集合式搜索引擎、门户搜索引擎与免费链接列表等。√
48. 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。√
49. 有权进行代理报关业务的单位可在网上接受并确认委托单位的报关委托申请，并在备案数据下载协议和报关委托书的授权范围内代理委托单位网上办理相应的报关业务。√
50. 跨境电子商务的发展带动了跨境物流服务和支付服务的快速发展。√
51. 为了向通关时效要求较高、进出口商品重复性强的企业提供快速便捷通关服务，海关针对信誉优良企业开展集中申报业务。√
52. 索引器的功能是理解搜索器所搜索的信息，从中抽取出索引项，用于表示文档以及生成文档库的索引表。√
53. 按照发送信息是否事先经过用户许可划分，可以将 Email 营销分为许可 Email 营销和未经许可的 Email 营销。√
54. 海外仓储及其配套系统节省更多的时间，减少出错率。√
55. 为了避免分散买家的注意力，详情页中最好不要显示关联销售的产品 X

56. 报关业务是整个海关进出口业务的核心环节，也是电子口岸执法系统中的重要组成部分。 ✓
57. 汇票的签发日期可以比发票的签发日期早的做法是可行的, 这种说法正确 么? ✓
58. 在接待客户参观时, 带领客户参观工厂内部是不必要的, 不需要安排在参观行程中。 X
59. 产品曝光越高, 反馈一定越高 X
60. 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 X
61. 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。 ✓
62. SEO 是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目的网站在有关所有引擎内排名的方式 ✓
63. 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 ✓
64. 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。 ✓
65. 通过对外贸流程的学习, 我们发现在往来磋商阶段主要围绕价格术语和付款方式进行洽谈 ✓
66. 通常业务员自己联系的客户, 并经过几次磋商后为了使客户更深入了解自己的产品可以考虑邮寄样品 ✓
67. 网络促销是指利用现代化的网络技术向虚拟市场传递有关商品和劳务的信息, 以启发需求, 引起网络消费者的购买欲望和购买行为的各种活动。 ✓
68. 跨境电商面向全球市场, 市场规模大, 增长速度快。 ✓
69. 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。 ✓
70. 海外仓能将传统的国际派送转化为当地派送, 确保商品更快速、更安全、更准确地到达消费者手中, 完善消费者跨境贸易购物体验。 ✓
71. 海外仓的订单生成后, 卖家可以通过 EXCEL 表格或 API 的方式通知第三方进行发货 ✓
72. 海外仓批量发货是零散货物清关方式, 清关检查严格, 要求提供相关证明 X
73. 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 ✓
74. 新加坡是世界上惟一的主权国家全境自由关税区 ✓
75. 通过 UPS 寄送到美国的包裹, 最快可在 24 小时内到达 X
76. C2C 主要指个人用户提供买卖交易的平台的电子商务交易业务。目前主要的 C2C 电子商务企业有: 淘宝、易趣等。 X
77. 跨境专线物流指针对特定国家或地区推出的跨境专用物流线路, 物流起点、终点、线路、运输工具、时间、周期不固定 X
78. 自贸区或保税区物流能够实现规模经济效益, 利于降低物流成本、缩短物流时间, 还利于享受自贸区或保税区的优惠政策 ✓

79. 跨境电子商务的信息服务平台主要是为境外会员商户提供网络营销平台。 ✓
80. 速四方等第三方物流公司只提供物流专线服务 X
81. “海购丰运”主要针对国外的消费者 X
82. 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 ✓
83. 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 ✓
84. 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。 ✓
85. 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 X
86. 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 ✓
87. 设置海外仓的商品，境内配送速度更快、安全性更高 ✓
88. 全球顺主要面向国内的电商企业，即卖家服务。 X
89. 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 X
90. 卖家通过转变销售策略，提升销售速度，促进当地市场增长，有效处理滞销品 ✓
91. 在 2017 年，品牌厂商将对零售渠道商的广告投放预算提出更严格的要求，需要以更准确、公正的方式衡量 ROI。 ✓
92. 营销人员需要多加关注市场的趋势变化，并制定相应的营销策略，才能在万变的市场中站稳脚跟。 ✓
93. 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 ✓
94. 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。 ✓
95. 免费登录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 ✓
96. 搜索引擎优化 SEO 是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目前网站在有关搜索引擎内的自然排名的方式。 ✓
97. 电子合同形式上的变化对与合同密切相关的法律没有造成太大影响。 X
98. 跨境电商与国内电商最大的区别就是把货物卖到国外。 ✓
99. 跨境电子商务 B2B 网站平台的宗旨就是为企业服务，让买家与卖家的市场销售成本降低，降低交易成本，提高订单利润。 ✓
100. 电商总体运营整体指标主要面向的人群电商运营的高层，通过总体运营指标评估电商运营的整体效果。 ✓
101. 人均页面访问数 (PV)，即页面浏览量，用户每一次对电商网站或着移动电商应用中的每个网页访问均被记录一次，用户对同一页面的多次访问，访问量累计。 X
102. 电商模式可以重组国际贸易。 X

103. 网站成交额（GMV），电商成交金额，即只要网民下单，生成订单号，便可以计算在 GMV 里面。
✓
104. 无论这个订单最终是否成交，有些订单下单未付款或取消，都算 GMV（网站成交额），销售金额一般只指实际成交金额，所以，GMV 的数字一般比销售金额大。 X
105. 第三方海外仓会把实时的库存信息共享给卖家，卖家根据商品销量和库存预警值确定是否需要提前准备往海外仓发货。 ✓
106. 页访问时长是指单个页面被访问的时间。并不是页面访问时长越长越好，要视情况而定。 ✓
107. 人均页面浏览量反应的是网站的粘性。 ✓
108. 留存率反应的是电商留住会员的能力。 ✓
109. 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。 ✓
110. 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。 ✓

第二部分：实务

一、简答题

- 1、简述电子支付的几种方式。

参考答案：

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
=769896×25%
=192474.00（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）

参考答案：

出口成本=800000-800000÷（1+17%）×15%
=800000-102564.1
=697435.90 元（人民币）

4、我国的电子商务实践在哪些领域得到了应用和发展？试举例说明（不少于5个）。

参考答案：

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| 1、证券市场 | 2、179 电子商务系统 |
| 3、BP 机成交回报 | 4、商品交易系统 |
| 5、网上银行银企对帐系统 | 6、网上银行银企转帐系统 |
| 7、电话银行系统 | 8、CA 安全认证系统 |
| 9、首都电子商务工程 | 10、网上预订飞机票、火车票 |
| 11、网上客房预订 | 12、网上购物、购书 |
| 13、网上拍卖 | 14、网上旅游交易会、农副产品交易 |
| 15、网上销售娱乐、游戏、电子书籍、软件等知识产品 | |
| 16、提供 ISP、ICP、IDP 等网络技术服务 | |

5、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。

参考答案：

- 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，将支付信息传送给银行支付网关；
- (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。

6、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：

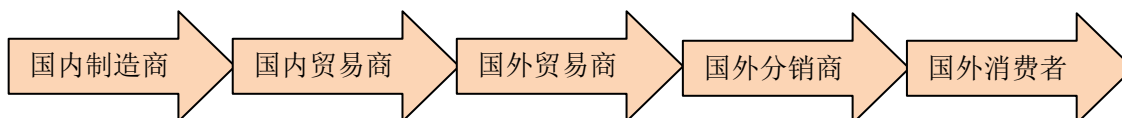
完税价格=1360000 美元×6.20= 8432000 元人民币
应征进口关税税额=完税价格×减按进口关税税率
=8432000×1%
=84320.00（元）

二、流程题

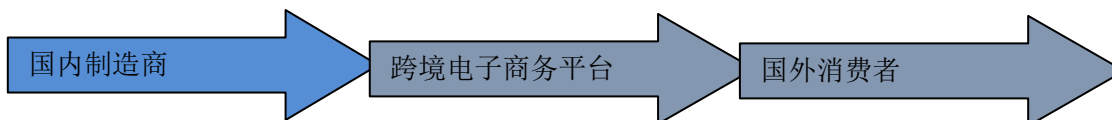
1、传统贸易包含了商品的生产，流通，结算所进行的全部活动的总称。传统的跨境贸易大部分主要由一国的进出口商通过另一国的进出口商，进出口大批量货物，然后通过境内流通企业经过多级分销，进出口环节多，时间长，成本高。根据实际操作完成下面两个流程图，并完整分析传统外贸与跨境电子商务的异同？

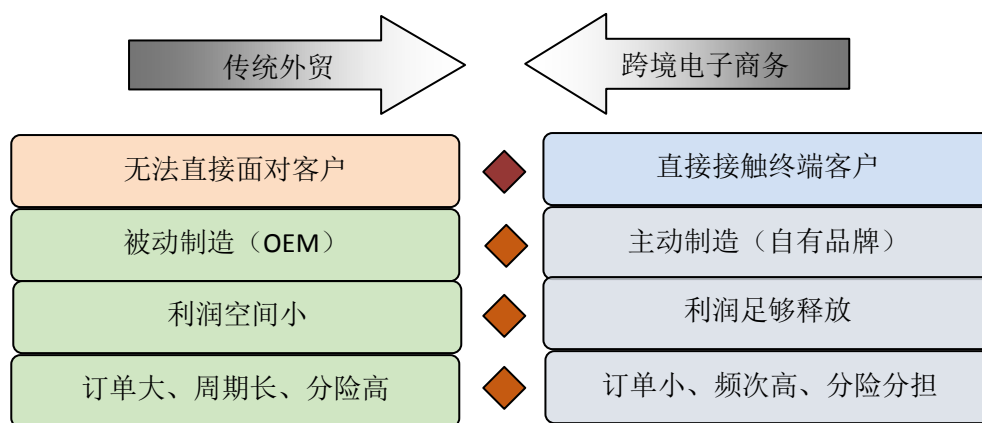
参考答案：

传统外贸流程：



跨境电子商务流程：



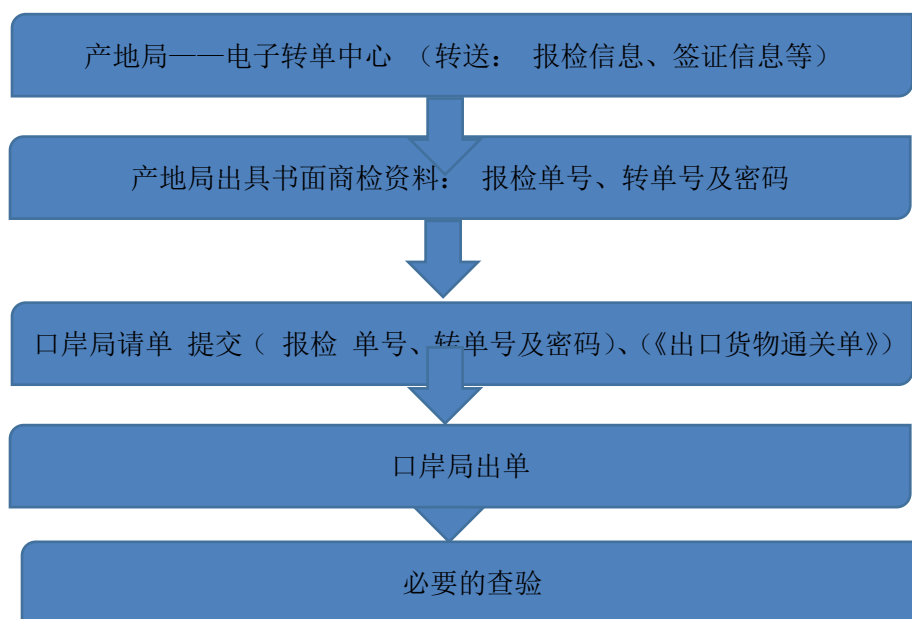


2、“电子转单”是指通过系统网络，将产地检验检疫机构和口岸检验检疫的相关信息相互连通，出境货物经产地检验检疫机构将检验检疫合格后的相关电子信息传输到出境口岸检验检疫机构；入境货物经入境口岸检验检疫机构签发《入境货物通关单》后的相关电子信息传输到目的地检验检疫机构实施检验检疫的监管模式。比传统的由客户凭《出境货物换单凭证》到报关地检验检疫机构换发《出境货物通关单》的方式，电子转单具有数据信息共享、简化操作程序、降低外贸成本、提高通关速度的优点。（适合等级员、助理）

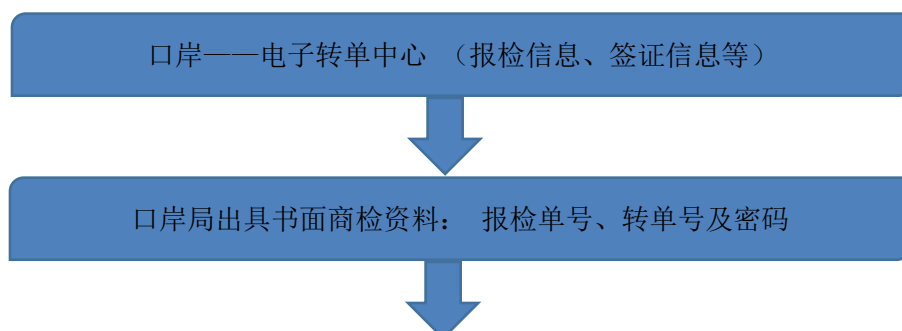
完成下列电子转单的流程图：

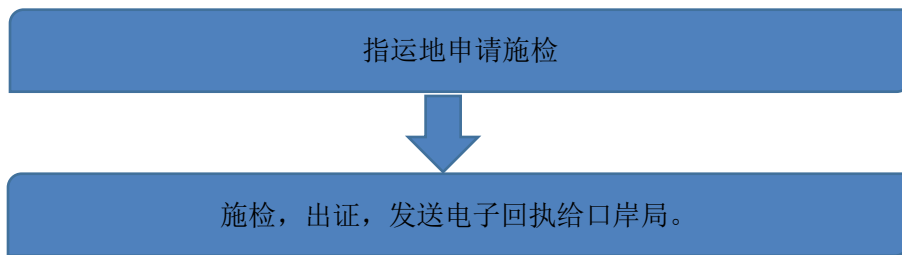
参考答案：

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。



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、助师）

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，体验店不收钱不找零，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境园内的跨境商品，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？

参考答案：

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，体验店不收钱不找零，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到海外通服务平台，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。

四、填空题

1、跨境电子商务的运营模式多种多样，不同模式都有其优劣长短之分，但在不同商业运营环境中，不同模式体现出来的生命力会有所不同。跨境电子商务的运营模式实质是物流和商流的分离，即物的实体流动与商品所有权的分离。根据平台的实际运营完成下表：

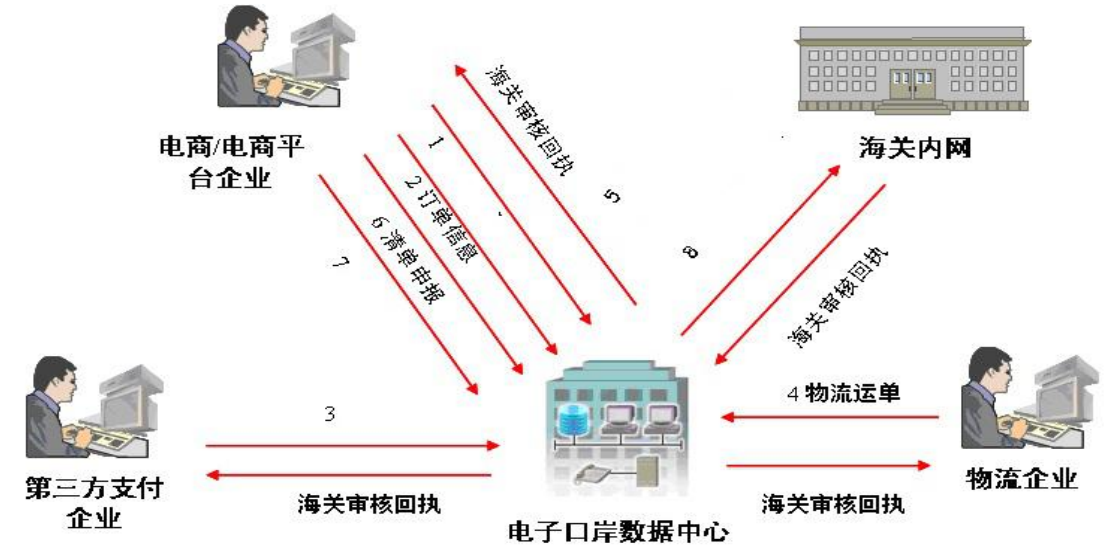
运营模式	典型代表	比较分析	
		优势	不足
M2C 模式：平台招商	天猫国际	用户信任度高，商家需有海外零售资质和授权，商品海外直邮，并且提供本地退换货服务。	
B2C 模式：保税自营+直采	京东		品类受限。
BBC 保税区模式：跨境供应链服务商	京东海外购	缩短物流时间；集运模式，节约成本；电子通关，渠道阳光。	
海外电商直邮	亚马逊		订单需先在境内产生；必要时，境外须有个集货点。

参考答案

运营模式	典型代表	比较分析	
		优势	不足
M2C 模式：平台招商	天猫国际	用户信任度高，商家需有海外零售资质和授权，商品海外直邮，并且提供本地退换货服务。	TP（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。
B2C 模式：保税自营+直采	京东	平台直接参与货源组织、物流仓储买卖流程，销售流转高，时效性好，通常 B2C 玩家还会附以“直邮+闪购特卖”等模式补充 SKU(库存量单位)丰富度和缓解供应链压力。	品类受限。
BBC 保税区模式：跨境供应链服务商	京东海外购	缩短物流时间；集运模式，节约成本；电子通关，渠道阳光。	品类单一；须在海关备案；资金回流慢；商检法规影响大。
海外电商直邮	亚马逊	缩短物流时间；减少中间环节，节约成本；快速通关，渠道正规；全程一链式服务，跟踪透明；品项不限；无需经过商检；资金无需回流。	订单需先在境内产生；必要时，境外须有个集货点。

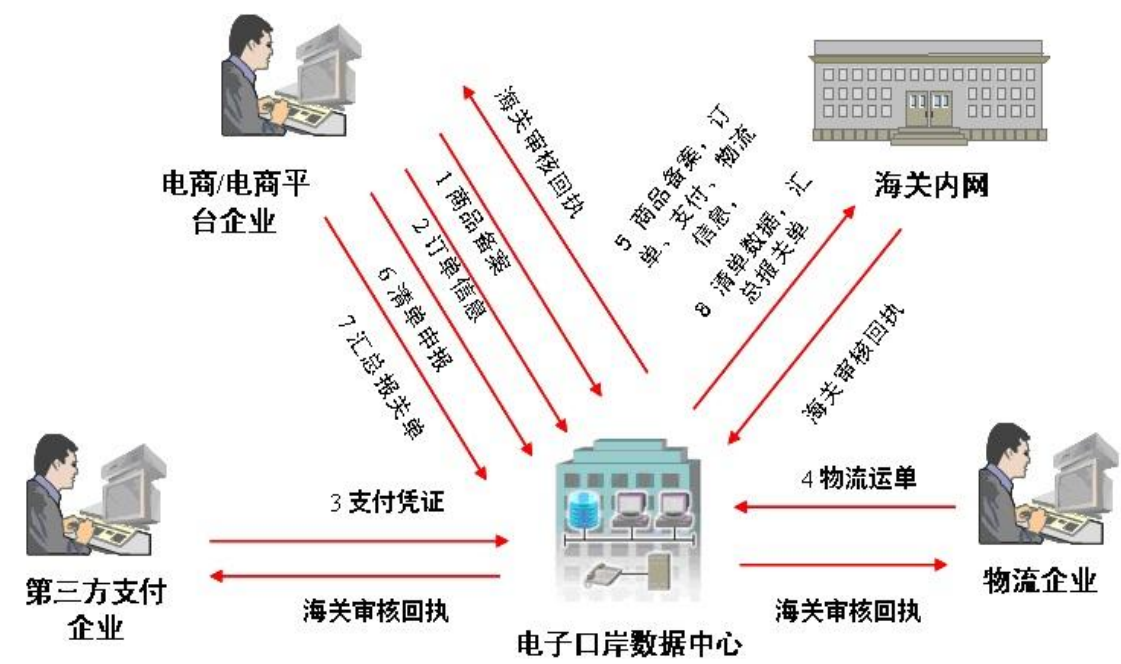
2、跨境贸易电子商务通关服务平台系统是由中国电子口岸数据中心开发的，方便电子商务企业等单位向海关报送通过电子商务模式成交的进出境物品的通关数据。目前，仅实现了出口业务的申报功能。该项目“依托地方电子口岸，优化通关监管模式，提高通关管理和服务水平，实现外贸电子商务企业与口岸管理相关部门的业务协同与数据共享”为手段来解决以邮、快件运输出境的跨境贸易电子商务预售商品快速通关、结汇、退税问题。

根据以上论述完成以下跨境贸易电子商务通关服务平台系统数据流程图：

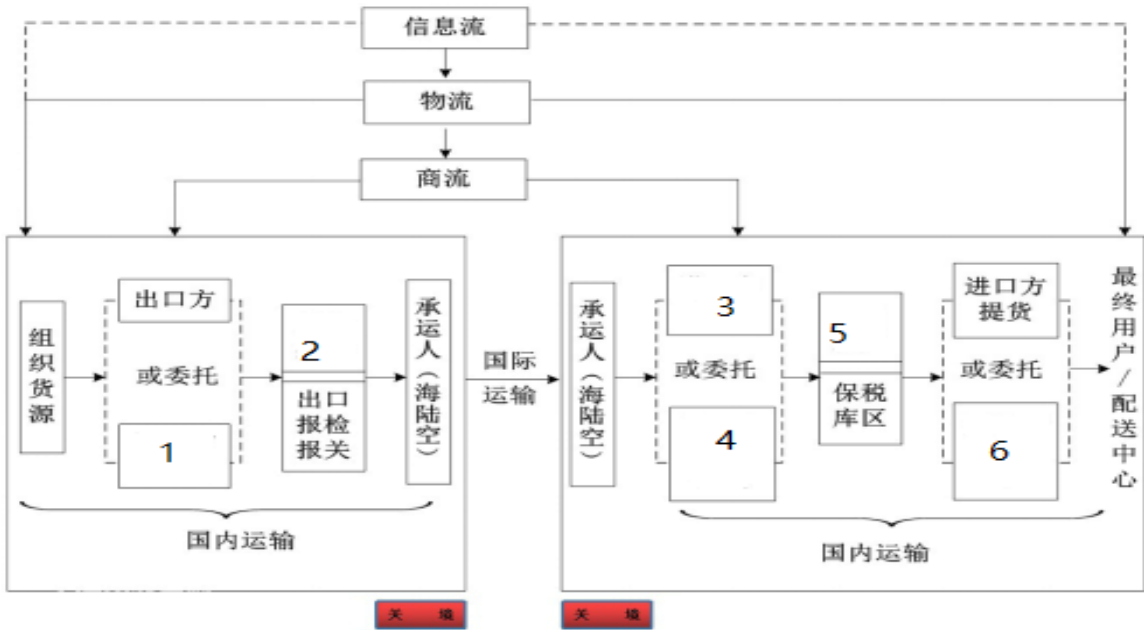


2. _____ 3. _____ 5. _____
7. _____ 8. _____

参考答案：

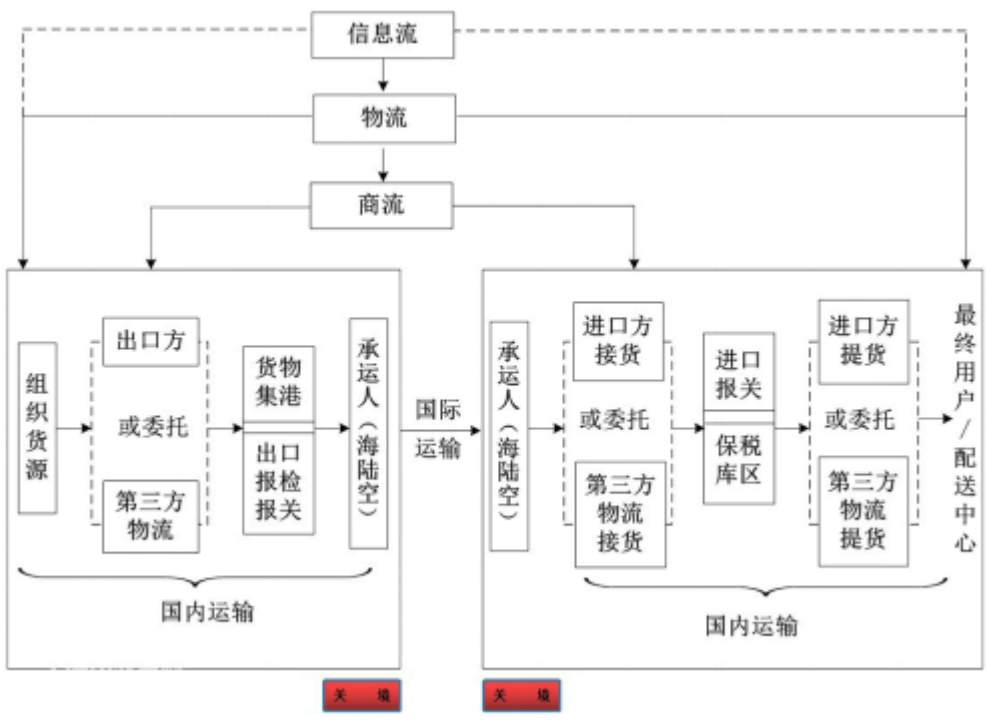


3、物流作为跨境电商顺利实现的基础与保障，作为电商客户满意度的重要衡量指标，跨境电商让消费者不出家门便能购买全球优质产品，实现物品所有权转移既商流过程。为了顺利实现商流，信息流是跨境电商供应链各环节使用价值畅通的重要保障。完成下列跨境电商物流活动流程图。



1. _____ 2. _____ 3. _____
4. _____ 5. _____ 6. _____

参考答案：



4、跨境电子商务数据分析指标体系分为八大类指标，包括总体运营指标、网站流量累指标、销售转化指标、客户价值指标、商品及供应链指标、营销活动指标、风险控制指标和市场竞争指标。不同类

别指标对应电商运营的不同环节，如网站流量指标对应的是网站运营环节，销售转化、客户价值和营销活动指标对应的是电商销售环节。完成下面跨境电子商务总体运营指标表。

总体运营指标	
流量类指标	1
	2
	3
订单产生效率指标	4
	5
总体销售业绩指标	6
	7
	8
整体指标	9
	10

参考答案：

总体运营指标	
流量类指标	独立访客数（UV）
	页面访问数（PV）
	人均页面访问数
订单产生效率指标	总订单数量
	访问到下单转化率
总体销售业绩指标	成交金额（GMV）
	销售金额
	客单价
整体指标	销售毛利
	毛利率

5、跨境电子商务数据分析指标体系分为八大类指标，包括总体运营指标、网站流量指标、销售转化指标、客户价值指标、商品及供应链指标、营销活动指标、风险控制指标和市场竞争指标。不同类别指标对应电商运营的不同环节，如网站流量指标对应的是网站运营环节，销售转化、客户价值和营销活动指标对应的是电商销售环节。

完成下面跨境**网站流量**指标表。

常用流量类指标	
流量规模类指标	1
	2
流量成本类指标	访客获取成本
流量质量类指标	3
	页面访问时长
	4
会员类指标	5
	6
	7
	8
	9
	会员回购率
	10

参考答案

常用流量类指标	
流量规模类指标	独立访客数（UV）
	页面访问数（PV）
流量成本类指标	访客获取成本
流量质量类指标	跳出率
	页面访问时长
	人均页面访问数
会员类指标	注册会员数
	活跃会员数
	活跃会员率
	会员复购率
	会员平均购买次数
	会员回购率
	会员留存率

6、请将 B2C 海外直邮服务的流程说明填写在横线上。

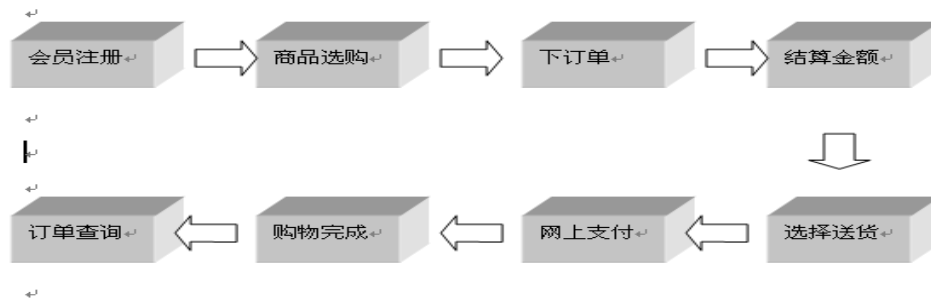


参考答案：

- 海外收货
电商平台通过海外通海外仓储进行收货。
- 海外清关
海外通帮助电商企业进行海外清关。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

7、网店的前台功能

B2C 网站的网上购物的流程，一般是会员注册→商品搜索选购→下订单→结算金额→选择送货方式→网上支付→购物完成→订单查询，如图 2-12 所示。



上图是前台的一个示例，给下列的常用功能描述填入小标题：（如）1）未注册用户。

参考答案：

1) 未注册用户。未注册用户是指系统中没有其注册信息的所有用户，此类用户可浏览商品，并将商品放入购物蓝，但无法进行结账，一旦需要结账，则需完成注册后方可购买。

2) 已注册用户。已注册用户是指系统中已有其注册信息的用户。此类用户可完成整个购买流程。

3) 会员服务。新会员注册，填写同意书并输入个人信息表及送货信息表。注册会员修改会员基本资料。提供使用者查询密码，忘记密码并以电子邮件的形式通知。可查询订单详细信息并查看订单处理状态。可登录后查看已有积分余额情况。

4) 营销服务。商品浏览及搜索，可浏览商品详细信息，包括价格、规格型号、产地、介绍等信息，并能提供搜索引擎，根据商品名称、型号等信息查询指定的商品信息。如果是折扣商品，显示其折扣价格。

5) 产品搜索和比较。特色产品一般呈现在主页，用户可以通过产品目录查询商品信息，也可以通过关键字和参数搜索所需物品。

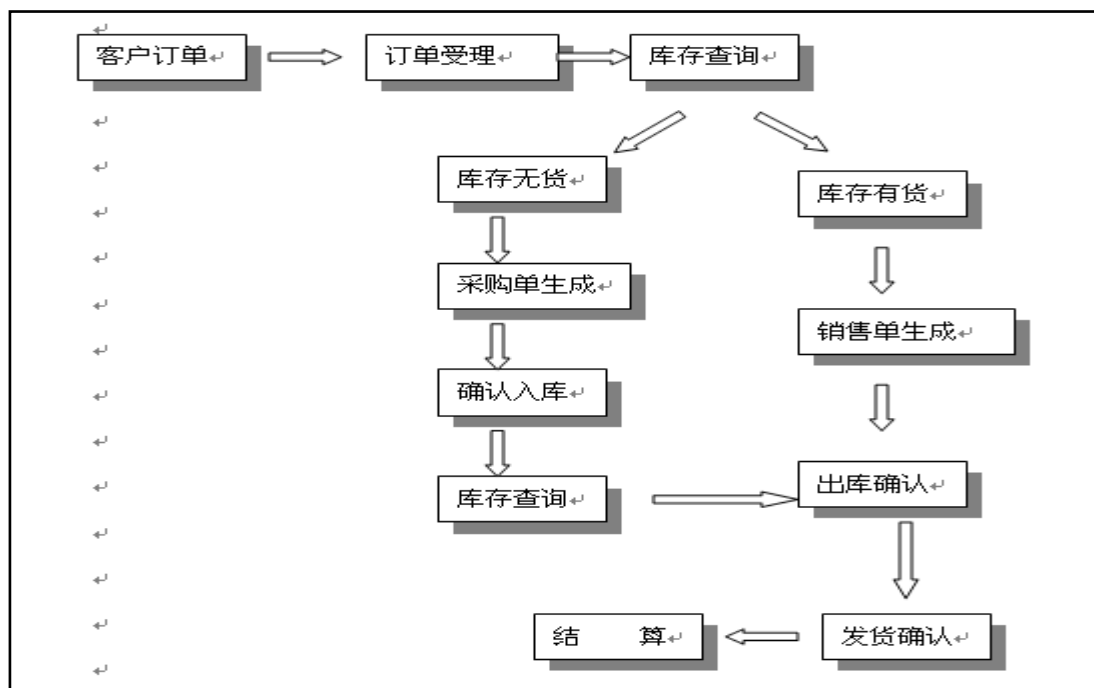
6) 产品评级。用户可以为每件商品评级，和其他用户交流自己的看法和观点。管理者可以通过后台查看用户的评级和观点，并加以管理。

7) 提醒功能。提醒功能是指通过告诫的方法引起消费者的注意。提醒功能为注册用户提供及时的降价和到货信息。

8) 购物车功能。常用的购物流程：1. 查找商品>2. 放入购物车>3. 提交订单>4. 查看订单状态>5. 收货确认。用户可以查看，选择商品并将他们加入购物车中，购物车中的每一项显示以选定的商品名称，数目，运输地址，付款方式和其他附加信息。

9) 订单管理。已经交付的订单会被存储起来，方便用户以后搜索和查看，用户也可以通过此方式跟踪已购商品的状态。

8、



参考答案：

1. 订单管理。订单管理主要涉及到搜集，显示、查询订单内容，可根据订单号、用户名查询订单，并显示订单详细信息。确认从前台发送过来的定单，或者直接导出到外部系统。订单管理可实现单次及批量订单，订单管理与库存管理相连接，并且在下订单时有库存预警及提示功能，订单管理同时与客户管理相连接，可查询历史订单情况以及订单的执行情况。

2. 付款方式管理。可新增付款种类，修改付款种类，删除付款种类，并设定各角色提供的付款种类。付款种类举例：网上银行卡支付；邮局汇款；银行电汇；银行转账和支票；货到付款。

3. 配送方式管理。可新增配送种类，修改配送种类，删除配送种类。并设定各角色提供的配送种类，如送货上门、平邮等。

4. 订单状态管理。可新增订单状态，修改订单状态，删除订单状态。订单状态举例：未确认；已确认；已确认未发货；已发货；已拒绝。

5. 订单流程管理。可新增订单流程，修改订单流程，删除订单流程。

6. 订单资料转出。可将订单信息按要求的格式转出到企业内部系统内，以便后端人员处理。如物流配送，财务结算系统。