

免费提供
精品教学资料包
服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com

跨境电子商务物流管理

KUAJING DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

特约编辑: 刘建
责任编辑: 张明星
责任校对: 乔雷
封面设计: 刘文东

ISBN 978-7-5504-5988-5



9 787550 459885 >

定价: 45.00元

跨境电子商务物流管理

主编 刘蓓



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

跨境电子商务 物流管理

KUAJING DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

主编 刘蓓
副主编 李君
张玉娜



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

跨境电子商务 物流管理

KUAJING DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

主 编 刘 蓓
副主编 李 君
张玉娜



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

跨境电子商务物流管理/刘蓓主编;李君,张玉娜副主编.—成都:西南财经大学出版社,2024.3
ISBN 978-7-5504-5988-5

I. ①跨… II. ①刘…②李…③张… III. ①电子商务—物流管理—高等学校—教材 IV. ①F713.365.1

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2023)第 257676 号

跨境电子商务物流管理

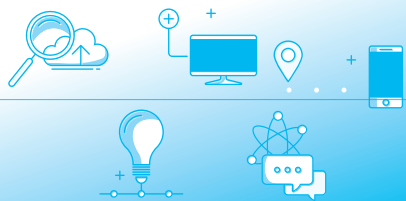
KUAJING DIANZI SHANGWU WULIU GUANLI

主 编 刘 蓓
副主编 李 君 张玉娜

特约编辑:刘 建
责任编辑:张明星
责任校对:乔 雷
封面设计:刘文东
责任印制:朱曼丽

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://cbs.swufe.edu.cn
电子邮件	bookcj@swufe.edu.cn
邮政编码	610074
电 话	028-87353785
印 刷	三河市骏杰印刷有限公司
成品尺寸	185mm×260mm
印 张	15.5
字 数	318 千字
版 次	2024 年 3 月第 1 版
印 次	2024 年 3 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-5988-5
定 价	48.00 元

版权所有,翻印必究。



前言

PREFACE

在经济和信息全球化的背景下，我国的各行各业都在飞速发展。而随着我国“一带一路”倡议的不断推进，跨境电子商务已逐步成为我国对外贸易新的增长点。跨境电子商务的高质量发展使得消费者关注的焦点不再是低廉的产品价格，而是跨境电子商务物流的服务质量和服务效率。相应地，跨境电子商务物流行业对专业人才的需求也在逐渐增加。

党的二十大报告指出：“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”作为电子商务中不可或缺的一员——跨境电子商务，对于推动跨境数字经济的发展也将起着举足轻重的作用。

“跨境电子商务物流管理”是跨境电子商务专业的一门核心课程，在整个跨境电子商务专业课程体系中占据着十分重要的地位。本书基于“实践导向，项目引领”的理念，介绍了跨境电子商务物流的相关内容，可使学生较为全面地了解跨境电子商务进出口物流的具体流程与运作。

本书推荐学时安排见下表（具体教学安排要以实际情况为准，此表仅供参考）。

项目序号	教学内容	推荐学时
1	跨境电子商务物流及其管理	4
2	跨境电子商务出口物流模式	6
3	跨境电子商务进口物流模式	6
4	跨境电子商务采购	6
5	跨境电子商务产品包装	6
6	跨境电子商务运输	6
7	跨境电子商务仓储与库存管理	6
8	海外仓	6

(续表)

项目序号	教学内容	推荐学时
9	海关清关常识	4
10	跨境电子商务物流服务及成本控制	4
合计		54

本书在编写过程中,力求体现如下特点:

(1) 以提高学生的职业素养和专业能力为导向,在跨境电子商务物流中融入“互联网+”思维,具有较强的可操作性和前沿性。

(2) 突出实际应用能力的培养。本书在每个项目后均设置了自测与练习环节,旨在培养学生的专业实操能力。

(3) 重视课程思政的建设。本书结合每个项目的教学内容选择与之联系紧密的思政内容,对学生进行思政教育。

(4) 本书在每个项目中设置了小常识、知识链接等栏目,旨在提升学生的学习迁移能力,拓展学生的知识领域。

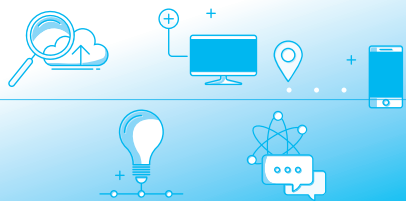
(5) 本书将部分拓展知识以数字资源的形式体现,学生只需用手机扫描二维码即可进行阅读学习。

本书由天津轻工职业技术学院刘蓓任主编,天津工业职业学院李君和天津轻工职业技术学院张玉娜任副主编。具体编写分工如下:项目1、项目5、项目8、项目10由刘蓓编写,项目2、项目3、项目9由李君编写,项目4、项目6和项目7由张玉娜编写。

在编写本书的过程中,编者参考了大量书籍、期刊和网络资料,在此谨向有关作者表示诚挚的谢意!

由于编者水平有限,书中难免存在疏漏之处,恳请广大读者批评指正。

编 者



目录

CONTENTS

项目 1 跨境电子商务物流及其管理 / 1

- 1.1 相关概念与特征 / 3
- 1.2 跨境电子商务与国际物流 / 8
- 1.3 我国跨境电子商务物流现状及发展趋势 / 16
- 1.4 跨境电子商务物流管理的概念、内容和目的 / 18
- 思政园地 / 20
- 自测与练习 / 21

项目 2 跨境电子商务出口物流模式 / 23

- 2.1 邮政物流模式 / 25
- 2.2 国际快递物流模式 / 33
- 2.3 国际专线物流模式 / 39
- 思政园地 / 48
- 自测与练习 / 50

项目 3 跨境电子商务进口物流模式 / 53

- 3.1 直邮模式 / 55
- 3.2 保税物流模式 / 59
- 3.3 跨境电子商务进口税 / 64
- 思政园地 / 74
- 自测与练习 / 75

项目 4 跨境电子商务采购 / 77

- 4.1 跨境电子商务采购概述 / 79
- 4.2 跨境电子商务采购的模式 / 82
- 4.3 跨境电子商务采购管理 / 85
- 4.4 跨境电子商务采购成本 / 94

思政园地 / 98

自测与练习 / 100

项目 5 跨境电子商务产品包装 / 103

- 5.1 产品包装概述 / 105
- 5.2 包装材料及包装容器 / 111
- 5.3 包装方法 / 118

思政园地 / 123

自测与练习 / 125

项目 6 跨境电子商务运输 / 127

- 6.1 跨境电子商务运输概述 / 129
- 6.2 集装箱运输方式 / 135
- 6.3 航空运输方式 / 141
- 6.4 班轮运输方式 / 144

思政园地 / 148

自测与练习 / 149

项目 7 跨境电子商务仓储与库存管理 / 151

- 7.1 跨境电子商务仓储管理 / 153
- 7.2 跨境电子商务库存管理 / 160

思政园地 / 167

自测与练习 / 168

项目 8 海外仓 / 171

8.1 海外仓概述 / 173

8.2 常见的海外仓模式 / 183

思政园地 / 187

自测与练习 / 188

项目 9 海关清关常识 / 191

9.1 海关的性质、职能和权力 / 193

9.2 关税与海关退税流程 / 202

9.3 常见的海关清关问题 / 205

思政园地 / 213

自测与练习 / 214

项目 10 跨境电子商务物流服务及成本控制 / 217

10.1 跨境电子商务物流服务及成本 / 219

10.2 跨境电子商务物流成本管理与控制 / 230

思政园地 / 236

自测与练习 / 238

参考文献 / 240



项目 1

跨境电子商务物流及其管理



知识目标

- (1) 掌握跨境电子商务物流的概念与特征。
- (2) 熟悉跨境电子商务与国际物流的关系。
- (3) 了解跨境电子商务物流现状及发展趋势。
- (4) 熟悉跨境电子商务物流管理的概念和内容。



技能目标

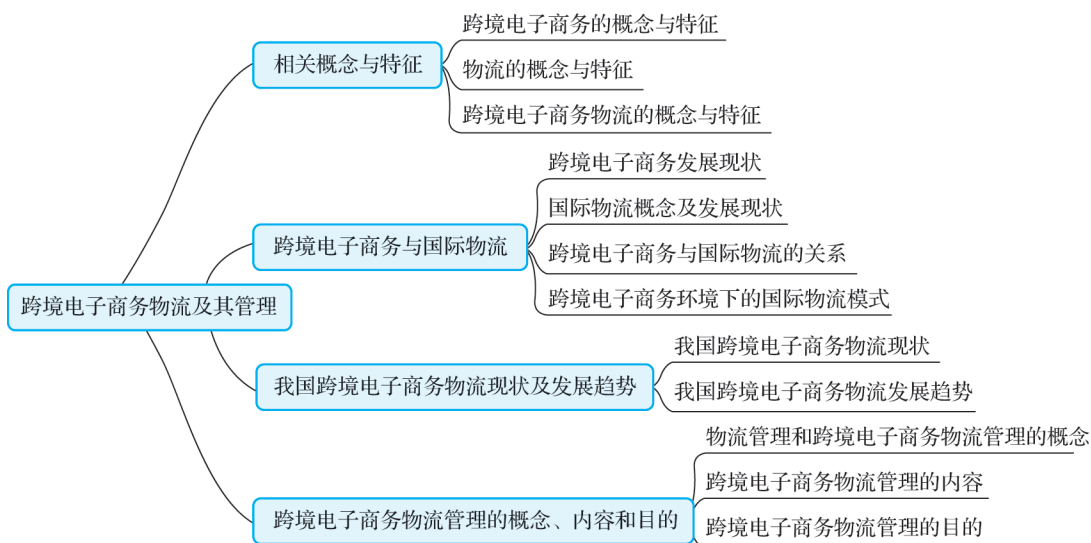
- (1) 能够分析跨境电子商务与国际物流的关系。
- (2) 能够利用网络与信息技术，实时了解跨境电子商务物流的发展与现状。
- (3) 深刻理解跨境电子商务物流管理的目标，并进行案例分析。



思政目标

- (1) 坚定“四个自信”，拓宽国际视野。
- (2) 进行爱国主义教育，增强爱国意识。

知识结构图



案例导入

中建材易单网“跨境电子商务+海外仓”创新发展

中国建材集团（简称中建材）是全球最大的综合性建材产业集团、世界领先的新材料开发商和综合服务商，连续 10 年入围世界五百强。中建材创新服务理念，以信息技术打造建材行业云平台。易单网跨境电子商务平台由中建材国际贸易有限公司在传统外贸的基础上升级转型而来，通过线上线下相结合的方式，打造专注于材料及设备的 B2B 产业跨境电子商务平台和外贸综合服务平台。

易单网跨境电子商务平台聚焦材料与设备行业，包含 1 500 个品类，20 多万种产品，与国内 3 万多家优质工厂建立合作关系，为海外客户提供一站式采购服务。海外买家首先通过易单网跨境电子商务平台实现对产品的在线购买，然后利用易单网在全球范围内布局的本地化海外仓储、物流系统实现货品的及时运输、配送。易单网通过规模化采购和集约物流，降低采购成本和运输成本，为海外买家缩短采购周期，节约资金占压成本，并提升购买效率和便利性。

易单网“跨境电子商务+海外仓”的商业模式正是这样突破传统模式，创新发展而来的。

为提升国际化服务水平，中建材在迪拜建立起 52 000 平方米的海外仓，并推进南

非海外仓、越南海外仓、津巴布韦海外仓的建设，深耕国际市场。

物流服务方面，易单网海运招标系统已整合全国各口岸 200 多家货代，与全球排名前 10 的集装箱船东都建立了紧密合作关系。可以为国内生产企业提供更加便捷完善的物流服务，同时从验厂到港口集货，全国范围提供 24 小时及时响应服务。利用遍布全球的合作海外仓储资源，提供海外仓储配送、备件、寄售等服务。易单网物流在线系统，与集团下属平台“我找车”进行深度合作，实时跟踪货物流向，确保货物全程可控。

资料来源：https://www.ebrun.com/20200906/400856.shtml?eb=search_chan_pco1_content，有改动。

案例思考：

- (1) 中建材的物流措施有哪些？
- (2) 易单网的业务类型及特点有哪些？

1.1 相关概念与特征

1.1.1 跨境电子商务的概念与特征

1.1.1.1 跨境电子商务的概念

跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务的手段将传统进出口贸易的展示、洽谈和成交环节电子化，通过跨境物流或异地仓储送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

1.1.1.2 跨境电子商务的特征

跨境电子商务是基于网络发展起来的。网络空间独特的价值标准和行为模式深刻影响着跨境电子商务，使其呈现出自己的特点，具体特征如下：

① 全球性。网络是没有边界的，具有全球性和非中心化的特征。依附于网络发生的跨境电子商务也因此具有了全球性和非中心化的特征。互联网用户不需要跨越国界就可以把产品尤其是高附加值产品和服务提交到网络市场。网络的全球性特征带来的积极影响是信息的最大程度的共享，消极影响是用户必须面临因文化、政治和法律的不同而产生的风



视频
什么是跨境电商？做跨境电商该怎么解决物流问题？

险。任何人只要具备一定的技术手段，在任何时候、任何地方都可以让信息进入网络，相互联系进行交易。

② 无形性。网络的发展使数字化产品和服务的传输盛行。数字化产品和服务基于数字传输活动的特性也必然具有无形性。传统交易以实物交易为主，而在电子商务中，无形产品却可以替代实物成为交易的对象。例如，书籍在电子商务交易中，消费者只需要购买网上的数据权便可以使用书中的知识和信息。



图文
跨境电子商务与传统
国际贸易的区别

③ 匿名性。由于跨境电子商务具有全球性和非中心化的特征，因此很难识别电子商务用户的身份和其所处的地理位置。在线交易的消费者往往不显示自己的真实身份和其所处的地理位置，重要的是这些因素丝毫不影响交易的进行，网络的匿名性也允许消费者这样做。

④ 即时性。对于网络而言，传输的速度和地理距离基本无关。传统交易模式中的信息交流，如信函、电报、传真等，在信息的发送与接收间，存在着长短不同的时间差。而电子商务中的信息交流，无论实际距离远近，一方发送信息与另一方接收信息几乎是同步的，就如同生活中面对面交谈。某些数字化产品（如音像制品、软件等）的交易，还可以即时清结，订货、付款、交货都可以在瞬间完成。

⑤ 无纸化。电子商务主要采取无纸化操作的方式，这是以电子商务形式进行交易的主要特征。在电子商务中，电子计算机通信记录取代了一系列的纸面交易文件。用户发送或接收电子信息，由于电子信息以比特的形式存在和传送，整个信息发送和接收过程实现了无纸化。

⑥ 快速演进。互联网相对算是一个新生事物，未来发展尚具有很大的不确定性，必将以前所未有的速度和无法预知的方式不断演进，基于互联网的电子商务活动也处在瞬息万变的过程中，短短数年，电子交易便经历了从电子数据交换（electronic data interchange, EDI）到电子商务零售业的兴起的过程，而数字化产品和服务更是千变万化，不断地改变着人类的生活。

小常识

EDI

EDI 是指将商业或行政事务处理按照一个公认的标准，形成结构化的事务处理或报文数据格式，从计算机到计算机的电子传输方法。

1.1.2 物流的概念与特征

1.1.2.1 物流的概念

《物流术语》(GB/T 18354—2021)将物流定义为:根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合,使物品从供应地向接收地进行实体流动的过程。

1.1.2.2 物流的特征

现代物流将信息管理、运输、仓储、库存、装卸、搬运及包装等物流活动有机集合,其任务是尽可能降低物流的总成本,为顾客提供更好的服务。现代物流的主要特征可归纳为以下几个方面:

① 物流过程一体化。现代物流具有系统性和总成本控制的思想,它从系统的角度出发,统筹规划整体的各种物流活动,将供应、生产、销售、运输、库存及相关的信息流动等活动视为一个动态的系统。

② 物流手段现代化。计算机技术、通信技术、机电一体化技术、语音识别技术等现代信息技术在物流活动中得到了广泛的应用,物流技术、设备及管理越来越现代化。例如,条形码技术、EDI技术、自动化技术、网络技术、智能化和柔性化技术等物流系统中普遍采用。运输、装卸、仓储等也普遍采用专业化、标准化、智能化的物流设施设备。

③ 物流反应快速化。物流服务提供者通过加快物流作业工具的速度、重新设计物流系统、优化物流作业流程及建立供应链等方法,缩短物流系统的订货处理周期和前置时间,使配送间隔越来越短,物流配送速度越来越快,商品周转次数越来越多。物流服务企业对于上游、下游的物流、配送需求的反应速度也越来越快。

④ 物流管理(logistics management)信息化。物流信息化是整个社会信息化的必然需求。现代物流高度依赖于对大量数据、信息的采集、分析、处理和及时更新。在信息技术、网络技术高度发达的现代社会,从客户资料取得和订单处理的数据库化、代码化,物流信息处理的电子化和计算机化,到信息传递的实时化和标准化,信息化渗透至物流的每一个领域。

⑤ 物流服务社会化。随着社会分工的深化和市场需求的日益复杂,生产经营对物流技术和物流管理的要求也越来越高。一方面,众多工商企业逐渐认识到依靠企业自身的力量不可能在每一个领域都获得竞争优势。它们更倾向于采用外包方式,将本企业不擅长的物流环节交由专业的物流公司,或者在企业内部设立相对独立的物流专业部门,而将有限的资源集中于自己真正的优势领域。另一方面,现代物流经营通常采用市场机制。无论是企业自己组织物流,还是委托社会化物流企业承担物流任务,都以“服务-成本”的最佳配合为总目标。谁能提供最佳的“服务-成本”组合,就找谁服务。国际上既有亚马逊自

营物流的成功实例，也有大量利用第三方物流企业提供物流服务的案例，比较而言，物流的社会化、专业化已经占到主流。

物流服务社会化突出表现为第三方物流与物流中心的迅猛发展。专业的物流部门由于具有人才优势、技术优势和信息优势，可以采用更为先进的物流技术和管理方式，取得规模经济效益，从而达到物流合理化，即在产品从供方到需方的全过程中，达到环节最少、时间最短、路程最短、费用最省。

⑥ 物流功能集成化。现代物流着重于将物流与供应链的其他环节进行集成，包括物流渠道与商流渠道的集成、物流渠道之间的集成、物流功能的集成、物流环节与制造环节的集成等。

⑦ 物流服务系列化。现代物流强调物流服务功能的恰当定位与完善化、系列化。除了传统的储存、运输、包装、流通加工等服务外，现代物流服务在外延上向上扩展至市场调查与预测、采购及订单处理，向下延伸至配送、物流咨询、物流方案的选择与规划、库存控制策略建议、货款回收与结算、教育培训等增值服务；在内涵上则提高了以上服务对决策的支持作用。

⑧ 物流作业规范化。现代物流强调功能、作业流程、作业、动作的标准化与程式化，使复杂的作业变成简单的易于推广与考核的动作。

⑨ 物流组织网络化。为了保证对产品促销提供快速、全方位的物流支持，现代物流需要有完善、健全的物流网络体系。物流网络上点与点之间的物流活动保持系统性、一致性，这样可以保证整个物流网络有最优的库存总水平及库存分布，运输与配送快速、机动，既能铺开又能收拢。分散的物流单体只有形成网络，才能满足现代生产与流通的需要。

⑩ 物流活动国际化。在产业全球化的浪潮中，跨国公司普遍采取全球战略，即在全球范围内选择原材料、零部件的来源，选择产品和服务的销售市场。因此，其物流的选择和配置也超出国界，着眼于全球大市场。大型跨国公司普遍的做法是：选择一个适应全球分配的分配中心及关键供应物的集散仓库，在获得原材料及分配新产品时使用当地现存的物流网络，并且把这种先进的物流技术推广到新地区的市场。



知识链接

常见的跨境物流运输方式

跨境物流是许多从事跨境电子商务和进出口贸易的服务商必须了解的知识，当他们对跨境物流的基础流程有了一定的认知后，便能熟练地掌握与该领域相关的物流方式。常见的跨境物流运输方式有国际快递、海运运输和空运运输。卖家可以结合自己的商品

属性和业务需求,准确地判断和选择适合自己的运输方式,从而轻松地把自己的商品运输到世界各地。

(1) 国际快递。国际快递是指在两个或两个以上的国家(或地区)之间所进行的快递、物流业务。当国际快件到达目的国家(或地区)之后,需要在目的国家(或地区)进行配送才能将快件送达最终目的地。国际快递包裹运送速度快、服务优,但价格也相对较高。常见的物流承运商有 UPS、DHL Express、FedEx 等。

(2) 海运运输。海运运输是使用船舶通过海上航道在不同国家(或地区)的港口之间运送货物的一种方式,包括海运整箱(full container load, FCL)和海运拼箱(less container load, LCL)。

① 海运整箱。海运整箱是指整箱货物仅有一个发货人,并由发货人来负责装箱、计数、积载并加以铅封的货运。国际统一标准的集装箱常见尺寸为 20'GP, 40'GP, 40'HQ 和 45'HQ。

② 海运拼箱。海运拼箱是指发货人托运的货物为不足整箱的小票货,通过代理人(或承运人)分类整理货物,把发往同一目的地的货物集中到一定数量拼装入箱。

选择海运整箱还是海运拼箱根据需要托运货物的体积而定。海运标准集装箱的最小柜型为 6.096 米,若托运的货物体积小于 20 立方米,则建议使用海运拼箱运输;若大于 20 立方米,则使用海运整箱运输。

(3) 空运运输。空运运输是指使用飞机作为运输工具进行货物跨境运输的一种运输方式。

资料来源: http://www.tg560.com/knowledge/tgwlzs_614.shtml, 有改动。

1.1.3 跨境电子商务物流的概念与特征

1.1.3.1 跨境电子商务物流的概念

跨境电子商务物流是指位于不同关境的交易主体通过跨境网络销售平台达成交易并进行支付清算后,物品通过国际化物流网络,从供应地到不同关境地域范围接收地的实体流动过程,是包括国际运输、包装配送、信息处理等环节在内的一种商务活动。

1.1.3.2 跨境电子商务物流的特征

区别于传统国际物流,跨境电子商务物流有着反应快速化、功能集成化、作业规范化、信息电子化、服务系统化等特征;相较于国内物流,跨境电子商务物流具有广阔性、国际性、高风险性、高技术性、复杂性等特征。跨境电子商务物流的基本特征具体表现在以下四个方面:



视频
跨境电商怎样选择合适的物流

(1) 周期长。由于跨境电子商务物流是分属于不同关境的交易主体的活动,因此距离远、周期长是跨境电子商务物流与国内物流的标志性差异。

(2) 成本高。对于跨境电子商务物流来说,物流过程中的运输成本、损耗等问题也是困扰跨境电子商务企业的主要问题之一。与国内的一般电子商务物流运输相比,跨境电子商务物流由于客观的地理距离,其不仅要承担本国境内的物流运输成本,还要兼顾国际物流的运输,同时涉及物品在通过海关时产生的清关费用。因此,跨境电子商务物流成本在总成本中占比较高。

(3) 流程复杂。跨境电子商务物流除了涉及包装、国内头程交货、国际运输、产品配送之外,还涉及清关报关等一系列的税务问题。在国际物流运输过程中,物流作业流程更加复杂了。

(4) 形式多样化。由于跨境电子商务物流所涉及的环节比较多,因此在各个层级也诞生了诸多形式,如头程清关就可分为海运、陆运、空运、国际专线等。



小常识

头程

头程一般是指转运运输中的第一程,从起运地开始算到转运点截止。

1.2 跨境电子商务与国际物流

1.2.1 跨境电子商务发展现状

1.2.1.1 全球跨境电子商务发展现状

随着全球人均购买力增强、互联网普及率提升、第三方支付软件的进一步成熟、物流等配套设施的完善,网络购物已经成为全球兴起的消费习惯。跨境电子商务通过搭建一个自由、开放、通用、惠普的全球贸易平台,并借助互联网实现了与全世界的连接,逐渐成为全球贸易的重要形式。因此,全球跨境电子商务保持高增长态势。信息通信技术推动传统货物贸易方式升级改造,跨境电子商务平台、智慧物流、智能监管等新模式和业态给国际贸易注入了新的活力。

从电子商务国别（或地区）发展来看，发达经济体电子商务发展较成熟，但发展中国家（或地区）潜力巨大。首先，发展中国家（或地区）电子商务发展环境更佳。联合国贸易和发展会议（United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD）发布的电子商务指数是国际上反映电子商务服务体系的重要指标，针对全球 152 个国家和地区，从互联网渗透率、互联网服务安全性、基于万国邮政联盟（Universal Postal Union, UPU）的邮政服务可靠性、移动金融服务普及度等角度进行评分。其次，发展中国家展现出极高的增长潜质。2018—2022 年，印度、印度尼西亚、南非、墨西哥等发展中国家电子商务平均复合增长率约为 15%，美国、加拿大、韩国、日本等发达国家则大约为 7%。

从电子商务交易主体来看，企业与企业（B2B）之间的交易额占绝大多数，企业与消费者（B2C）之间的交易额影响相对有限。虽然全球范围内 B2B 电子商务平台仍然较少、交易频率也更低，但是企业间线上交易规模巨大。随着企业管理者越来越善于使用信息化手段进行交易，整个价值链被更紧密地联系在了一起，同时也带来了电子商务交易额的高速增长。

亚马逊和全球速卖通成为跨境购物的两大选择。调查显示，全球消费者使用跨境电子商务平台进行跨境购物，24% 的消费者选择了亚马逊，16% 的消费者选择了阿里巴巴旗下的全球速卖通（AliExpress），14% 的消费者选择了 eBay，10% 的消费者选择了 Lazada。

相比其他地区，中东地区使用跨境电子商务进行网购的消费者占中东地区网购者的比例最高，达到 70%，而亚太地区和北美地区的跨境电子商务使用者不足五成，欧洲和南美地区的海淘消费者则不足六成。澳大利亚国内电子商务占据了线上消费的绝大份额，占比 74.6%，但只有 25.4% 的线上消费在跨境电子商务平台进行。加拿大有 63% 的网购消费者使用过跨境电子商务购买产品，加拿大的跨境电子商务使用者青睐购买美国、中国、墨西哥和德国的产品。巴西作为拉丁美洲最大的电子商务市场，占拉丁美洲 42% 的市场份额；墨西哥是拉丁美洲的第二电子商务市场，占拉丁美洲 15.6% 的市场份额；而阿根廷是拉丁美洲增长最快的电子商务市场。

《数字市场前景分析报告》Statista Digital Market Outlook 的数据显示，2021 年全球电子商务市场价值超过 3.8 万亿美元，2022 年总收入达到 3.59 万亿美元。《亚洲经济前景及一体化进程 2023 年度报告》显示，2022 年，全球前十大电子商务销售额的国家排名中，中国、日本、韩国、印度和印度尼西亚分列第一、三、六、七、九位。

1.2.1.2 我国跨境电子商务发展现状

我国跨境电子商务渗透率逐渐提升，未来发展空间巨大。截至 2020 年年底，中国货物贸易进出口总值达到 32.16 万亿元，比 2019 年增长 1.9%。其中，2020 年中国跨境电子商务进出口 1.69 万亿元，增长了 31.1%，出口 1.12 万亿元，增长 40.1%，进口 0.57 万亿元，增长 16.5%。数据显示，2010 年以来，我国跨境电子商务行业的交易规模几乎保持了每年 20% 以上的增速。

2022 年 8 月 29 日，网经社电子商务研究中心与网经社跨境电商平台共同发布《2022 年（上）中国跨境电商市场数据报告》（以下简称《报告》），《报告》显示，2022 年中国跨境电子商务市场规模达 7.1 万亿元，同比增长 10.56%。2022 年上半年中国跨境电子商务交易额占我国货物贸易进出口总值 19.8 万亿元的 35.86%。

《报告》显示，2022 年上半年中国出口跨境电子商务市场规模 5.5 万亿元。在进出口结构方面，2022 年上半年中国跨境电子商务的出口占比达 77.47%，进口比例为 22.53%。跨境电子商务进出口结构总体相对稳定，但随着进口市场的不断扩大，市场占比也将不断提升。在跨境电子商务模式结构方面，2022 年上半年中国跨境电子商务的交易模式中，跨境电子商务 B2B 交易占比达 76%，跨境电子商务 B2C 交易占比为 24%。跨境电子商务零售模式发展迅猛，政策助力等也带来了跨境电子商务零售模式在跨境电子商务交易模式中占比的提升。

（1）跨境电子商务仍处于红利期。2018 年以来，跨境电子商务行业迎来政策性利好。此外，提高个人跨境电子商务消费限额、新增跨境电子商务综合试验区，为跨境电子商务行业进一步发展营造了良好的政策环境。与此同时，中国消费者的购买力不断提升，跨境电子商务市场内需庞大，为跨境电子商务企业带来了更多的发展机遇。

（2）跨境电子商务行业规范化发展。伴随着跨境电子商务行业快速发展，假货、维权困难、捆绑搭售、大数据杀熟等乱象不断滋生。《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）及一系列跨境电子商务新政的出台，对商品安全、税收、物流、售后等方面做出了明确规定，有利于改变原有跨境电子商务平台良莠不齐、行业“野蛮生长”的状况，使企业有章可循、规范发展，推动市场有序竞争；同时，也加强了对消费者权益的保护，有利于推动行业发展。

（3）平台开启全渠道模式。网易考拉、天猫国际等跨境电子商务平台纷纷开设线下体验店，将渠道从线上发展到线下，开启了“线上 + 线下”全渠道模式。这种模式不仅能够将线上的产品信息与线下的用户体验相结合，拉近平台与用户之间的距离，提高平台与用

户的互动频率，促进用户购买，还能提升品牌的知名度。

1.2.2 国际物流概念及发展现状

1.2.2.1 国际物流概念

国际物流有广义和狭义之分。从广义上来说，国际物流是指国际贸易及非贸易物流、国际物流投资及合作等。从狭义上来说，国际物流是指存在于两个不同关境的交易主体的物流服务模式，如较有影响力的 UPS、出口易、递四方等都属于国际物流范畴。

所谓国际物流，是指国内物流的延伸和进一步拓展，是跨越国界的、流通范围扩大了“物的流通”，是实现货物在两个或两个以上国家（或地区）间的物理性移动而发生的国际贸易活动。从本质上看，国际物流是按照国际分工协作的原则，依照国际惯例，利用国际化的物流网络、物流设施和物流技术，实现货物在国际的流动和交换，以促进区域经济和世界资源优化配置。

1.2.2.2 国际物流发展现状

全球跨境电子商务市场的增长带动着物流配送模式的多样化发展，但是由于各个区域电子商务市场发展程度和基础设施建设的不同，其对物流配送的期待值也有所差别。亚洲在线购物者对配送时效的要求最高，欧美消费者则更看重多样化、定制化的物流配送服务。

当前，从各区域市场来看，在线购物者对物流配送服务的要求与当地物流体系的实际发展情况有所不同。

我国跨境电子商务物流以国际快递模式为主。联邦快递（FedEx）、联合包裹（UPS）、DHL、TNT 等国际物流快递公司是跨境包裹的主要承运商。除快递公司外，还有马士基等国际海运公司也参与其中。中国邮政速递物流开通“国际 e 邮宝”服务，顺丰速运上线“SFBuy”进入海淘转运市场。自 2013 年 6 月起，顺丰速运对中国出口至美国、日本、马来西亚、韩国、新加坡的正式报关快件免收代理报关费。2017 年，顺丰控股联合 UPS 布局国际市场，通过双方的优势结合为中国企业和全球消费者提供更多进入海外市场的新机会。

国内几大快递企业纷纷在海外布局，包括主流的三通一达（圆通、中通、申通、韵达）、顺丰快递、德邦快递、远成物流等，通过自建网点或寻找当地合作伙伴，为国内外跨境电子商务提供跨境快递物流服务，形式包括“自营 + 代理”、专线代理、加盟、派件

合作等，收购兼并案例也不在少数。例如，申通收购美国优晟速递，中通收购美国天马迅达，圆通以 10.41 亿港元收购香港上市公司先达国际物流控股等。

此外，一些电子商务平台也推出整合物流服务，如敦煌网上线“在线发货”专线物流服务，为外贸商家提供快递服务，覆盖全球 107 个国家及地区。PayPal 在邮政、速递、海外仓储方面与多家国际知名服务商合作，推出 14 条海外专线物流解决方案，针对欧洲五国（英、德、荷、法、意）、加拿大、澳大利亚、日本、巴西、俄罗斯、西班牙、韩国、中东主要国家和地区，为中国用户提供跨境物流服务。我国国际物流发展存在的主要问题如下：

（1）国际物流发展速度与跨境电子商务需求不匹配。我国跨境电子商务发展速度十分惊人，与之相对应的物流企业，从事跨境电子商务的则比较少，大多数是由国际快递公司完成物流配送服务。如此大的物流量，仅仅依靠国际快递企业是远远不够的，尤其在购物旺季，经常会出现快件积压、爆仓等现象，这为跨境电子商务的发展带来了巨大的障碍。

（2）我国物流基础设施不完善。我国整体物流环境还有待进一步提升，特别是在跨境电子商务的发展背景下，传统物流的配送时效、配送设备、配送服务等都难以满足跨境电子商务的发展。而跨境电子商务涉及的仓储、配送、运输、报关、核税等一系列问题若要解决，需建立合理高效的物流体系，并且需要更先进和完备的物流设施。

（3）缺乏第三方物流提供专业化服务。我国第三方物流企业数量较多，但是大型的、专业化程度较高的第三方物流企业较少。为跨境电子商务提供国际快递服务的企业除联邦快递（UPS）、敦豪速递（DHL）、中国邮政速递（China Post）、顺丰速运等传统物流快递企业外，专业的第三方物流企业也正在崛起，但和跨境电子商务高速发展的形势相比较，市场还是较为缺乏专业的第三方物流企业。物流企业应当从全局出发，实行供应链管理模式下的一体化物流，并提供相对应的物流解决方案，进而深入物流的整个过程，为客户提供一系列的延伸服务。

（4）国际物流在各地区间发展不均衡。长江三角洲、珠江三角洲、京津冀等地区的进出口贸易额长期稳居全国的前列，得益于其经济发展模式。这些地方的区位优势明显，同时在劳动密集型产业方面也具备相当大的优势，使得其在国际贸易活动中对国际物流服务的需求远远大于中西部地区，所以这些地区国际物流发展较快。相较之下，位于内陆的西

部地区区位优势不明显，基础产业相对于其他地区略显薄弱，其对国际物流的需求也相对较低。



知识链接

国际物流的优势

(1) 可以促进世界范围内的物品合理流动。物品的合理流动其实也是一个资金周转的过程，我们平时在选择的时候也可以看看哪些卖家销售的产品更适合自己。通过了解整个跨境电子商务行业的发展，我们可以知道国际物流所表现出来的具体优势。

(2) 流通成本更低。我们研究整个流通成本后可以发现，基本上专业的国际物流公司在整体的流通成本上非常低，国际化信息系统的支持和世界范围内的物资交流，让更多人对国际市场中的产品有了更多的认知，也促进了世界经济的交流与发展。

(3) 通过物流行业可以改善国际之间的友好交往。从大的角度来看，人们通过国际物流行业确实可以更好地改善国际交往，可以促进人类物质文化和精神文化的发展。当然，我们也需要通过文明的方式进行操作，让卖家也可以销售更多的产品。

资料来源：<https://www.eo100.com/h-nd-149.html>，有改动。

1.2.3 跨境电子商务与国际物流的关系

1.2.3.1 跨境电子商务与国际物流相互促进

一方面，跨境电子商务要求国际物流进行多元化的渠道整合，提供全球化的高效服务，并且对国际物流作业效率的系统性和智能性提出了标准化的要求。另一方面，高效的国际物流体系为跨境电子商务带来了更低的物流成本和更好的物流体验，国际物流的全球化也扩大了跨境电子商务的市场发展范围。

1.2.3.2 跨境电子商务和国际物流相互依存

对于跨境电子商务企业而言，产品是王道，物流是链条。国际物流是跨境电子商务运作过程中的重要保障，跨境电子商务活动需要国际物流来完成。在跨境电子商务运作过程中，不同的交易方式会产生不同的物流模式。在跨境电子商务企业的成本中，采购成本、物流成本在其总成本中占据了很大的比例，如果没有多元化的国际物流体系为跨境电子商务服务，那么这些物流成本的比重将会更大。所以，跨境电子商务与国际物流不仅是相互促进的关系，更重要的是相互依存的关系。

1.2.4 跨境电子商务环境下的国际物流模式

1.2.4.1 邮政物流

邮政网络基本覆盖全球，比其他任何物流渠道都要广。这主要得益于万国邮政联盟和卡哈拉邮政组织（Kahala Postal Organization, KPG）。万国邮政联盟是联合国下设的一个关于国际邮政事务的专门机构，通过一些公约法规来改善国际邮政业务，发展邮政方面的国际合作。万国邮政联盟由于会员众多，而且会员之间的邮政系统发展很不平衡，因此很难促成会员之间的深度合作。于是在 2002 年，邮政系统相对发达的 5 个国家（中、美、日、澳、韩）和中国香港地区的邮政部门在美国召开了邮政 CEO 峰会，并成立了卡哈拉邮政组织，后来西班牙和英国也加入了该组织。卡哈拉组织要求所有成员的投递时限要达到 98% 的质量标准。如果货物没能在指定日期投递给收件人，那么负责投递的运营商要按货物价格的 100% 赔付客户。这些严格的要求促使成员之间深化合作，努力提升服务水平。据不完全统计，中国出口跨境电子商务 70% 的包裹是通过邮政系统投递的，其中中国邮政占 50% 左右。中国卖家使用的其他邮政包括新加坡邮政等。

邮政网络基本覆盖全球，比其他任何物流渠道都要广。而且，由于邮政一般为国营，有国家税收补贴，因此价格非常便宜。但是，邮政物流一般以私人包裹的方式出境，不便于海关统计，也无法享受正常的出口退税。同时，速度较慢，丢包率高。

1.2.4.2 国际快递

国际快递主要是指 UPS、FedEx、DHL、TNT。国际快递对信息的提供、收集与管理有很高的要求，以全球自建网络及国际化信息系统为支撑。这些国际快递服务商通过自建的全球网络，利用强大的 IT 系统和遍布世界各地的本地化服务，为网购用户带来极好的跨境购物的物流体验。

国际快递的优势是速度快、服务好、丢包率低，尤其是发往欧美发达国家，非常方便；其劣势是价格昂贵，且价格变化较大。一般跨境电子商务卖家只有在客户强烈要求时效性的情况下才会使用国际快递，并且还会向客户收取运费。

1.2.4.3 跨境专线物流

跨境专线物流是指针对特定国家和地区推出的跨境专用物流线路，具有“五固定”特征，即物流起点、物流终点、运输工具、运输路线、运输时间基本固定。跨境电子商务专线物流按照运输工具进行分类，可以分为航空专线、港口专线、铁路专线、大陆桥专线、

海运专线及固定多式联运专线。跨境电子商务专线物流按照服务对象进行分类,可以分为跨境电子商务平台企业专线物流和国际物流企业专线物流。其中跨境电子商务平台企业专线物流是大型电子商务平台专门为电子商务平台内中小卖家开发的物流项目,通过在某一国内设立仓库实现操作简单且成本较低的跨境电子商务物流服务。例如,敦煌网的在线发货 e-ulink 专线物流就是这类物流的典型代表。国际物流企业专线物流则是专门往返于某一国家或地区的物流运输线路,如专业从事中俄两国物流的俄速通。

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。因此,其价格一般比商业快递低。在时效上,专线物流稍慢于商业快递,但比邮政包裹快很多。常见的专线物流产品有美国专线、欧洲专线、大洋洲专线、俄罗斯专线等,也有不少物流公司推出了中东专线、南美专线、南非专线等。



知识链接

专线、干线、支线三个物流名词之间的联系与区别

(1) 专线。在专线、干线、支线三个物流名词中,我们最熟悉的应该是专线。专线是某个物流公司专门从一个城市直达另一个城市的整车、零担配载运输线路。而且,发货地到接货地都有自己的公司和货运部。而在官方的解释中,专线是指两个城市的整车点到点线路。例如,在上海物流园区的成都、重庆专线,就是专门跑从上海到成都、重庆的运输。

(2) 干线。干线就是再把货物分到二级城市去的运输路线,是专线的一种延伸。通俗地讲,就是物流界常说的货运中转公司。例如,如果发货方有到四川宜宾的货物,中转宜宾的货运公司就派上了用场。所以,采用干线的物流公司,其在发货地或接货地一般都会合作另一家货运站。

(3) 支线。支线是相对于干线来说的,货运公司按照干线运输线路的就近原则,通过支线将剩余线路的货物从最近的地方卸货,然后换其他车辆单独处理。如果把专线比喻成一线城市和一线城市门对门的货物运输,那么干线就是一线到二线城市门对门的货物运输,显然,支线就是二线城市到三线县城与村镇的门对门货物运输。例如,当货物中转到宜宾这个二线城市后,如果还需要下派到县、区甚至村镇,就必须继续按照支线运转下去。

资料来源: http://www.tg560.com/knowledge/tgw1zs_446.shtml, 有改动。

1.2.4.4 海外仓

海外仓也称海外仓储，是发展较快的跨境物流模式。其一般运作方式为：企业在输入国预先建设或租赁仓库，再采用国际运输提前将商品送达该仓库，然后通过跨境电子商务实现商品的销售，最后采用输入国物流直接从仓库发货，配送给消费者。简言之，海外仓是从事出口跨境电子商务的企业在国外自建或租用仓库，将货物批量发送至国外仓库，实现国外销售、配送的跨国物流形式。

确切来说，海外仓应该包括头程运输、仓储管理和本地配送三个部分。

(1) 头程运输。中国商家通过海运、空运、陆运或者联运将商品运送至海外仓库。

(2) 仓储管理。中国商家通过物流信息系统，远程操作海外仓储货物，实时管理库存。

(3) 本地配送。海外仓储中心根据订单信息，通过当地邮政或快递将商品配送给客户。



图文
海外仓模式介绍

海外仓这种新的跨国物流形式有利于解决发展跨境电子商务的种种痛点，鼓励电子商务企业走出去。客户下单后，出口企业通过海外仓直接在本地发货，大大缩短了配送时间，也降低了清关障碍；货物批量运输，降低了运输成本；客户收到货物后能轻松实现退换货，也改善了其购物体验。

1.3 我国跨境电子商务物流现状及发展趋势

1.3.1 我国跨境电子商务物流现状

1.3.1.1 国家政策的大力支持

我国跨境电子商务物流行业起步得比较晚，相关政策法规正在逐渐普及。国家不断出台对发展跨境电子商务有利的相关政策制度，以此来促进跨境电子商务的有效发展。2019年1月1日正式施行的《中华人民共和国电子商务法》，进一步规范了电子商务活动的实施，使电子商务活动流程更加有法可依。同时国家相关管理部门也逐渐对一些新生的中、小型跨境物流服务公司提供政策性扶持，促使跨境电子商务有力发展。我国通过在试点城市大力建设跨境电子商务创新发展综合体、综合试验区、保税区等，以基建拉动、政

策加持，积极开发跨境电子商务发展的新模式。

1.3.1.2 跨境电子商务物流市场规模不断壮大

我国电子商务平台交易模式逐渐走向成熟，电子商务平台使用人数也在不断增加。越来越多的企业进军跨境电子商务领域，使得跨境电子商务平台的交易额不断提高，进一步激发了跨境电子商务物流发展活力，从而使市场规模不断扩大。市场规模的扩大为跨境电子商务物流提供了机会，进一步促进了国际贸易与国际物流产业的发展。

1.3.1.3 跨境电子商务物流模式呈多元化

我国跨境电子商务呈现多元化形势，由于跨境电子商务交易产品的多样化以及物流方式多样性，运输不同价值与规模的跨境商品的物流体系也有所区别。跨境电子商务物流模式多种多样，海外仓物流模式、第三方物流模式、物流联盟模式为主要跨境电子商务物流模式。跨境电子商务物流公司纷纷开始建立海外仓，国际物流、保税仓与国内快递形式相结合的电子商务物流模式不断发展，大型的跨境电子商务平台也开始利用海外仓建立跨境物流体系。未来，随着跨境电子商务模式的创新驱动，跨境电子商务物流模式也会革新转变。

1.3.2 我国跨境电子商务物流发展趋势

1.3.2.1 跨境电子商务物流将面临行业的洗牌

随着行业的发展，产品和服务选择权逐渐转移到消费者手中，消费者对消费体验的要求越来越高，因此，我国跨境电子商务物流行业必将优胜劣汰，面临行业洗牌。

1.3.2.2 跨境电子商务巨头和中型平台物流系统继续共存

随着跨境电子商务平台的发展和市场细分的中小跨境电子商务的成熟，相应地，我国跨境电子商务物流也逐渐分化，出现了跨境电子商务平台的自营物流和中小平台的第三方综合服务物流。因此，跨境电子商务巨头和中型平台物流系统的持续共存是一个必然趋势。

1.3.2.3 第三方物流综合服务体系崛起

随着市场被分割，越来越多的中小型跨境电子商务平台出现。中小型跨境电子商务平台主要集中在产品销售和客户维护上，因此没有足够的资金建立自己的物流系统，所以只能依靠第三方物流企业。这是促进第三方物流综合服务发展的理由。

1.3.2.4 跨境电子商务物流专业人才需求增加

无论是跨境电子商务巨头自建物流，还是中小型第三方综合物流平台，对人才的需求

将继续增加，专业要求也将越来越高。这是企业成本控制的必然结果，也是产业发展的必然趋势。

1.4 跨境电子商务物流管理的概念、内容和目的

1.4.1 物流管理和跨境电子商务物流管理的概念

1.4.1.1 物流管理的概念

物流管理是指在社会再生产过程中，根据物质资料实体流动的规律，应用管理的基本原理和科学方法，对物流活动进行计划、组织、指挥、协调、控制和监督，使各项物流活动实现最佳的协调与配合，以降低物流成本，提高物流效率和经济效益。

物流管理的内涵包括如下内容：

- (1) 以实现客户满意为第一目标。
- (2) 以企业整体最优为目的。
- (3) 以信息为中心。
- (4) 重效率更重效果。

1.4.1.2 跨境电子商务物流管理的概念

跨境电子商务物流管理是指采用现代物流技术，利用国际化的物流网络，选择最佳的方式与路径，以最低的费用和最小的风险，实现不同国家或地区之间货物与信息的有效流动和仓储计划的实施，以及控制管理的过程。

1.4.2 跨境电子商务物流管理的内容

现代物流管理是建立在系统论、信息论和控制论基础上的。物流管理的内容包括三个方面：对物流活动诸要素的管理，包括对运输、储存等环节的管理；对物流系统诸要素的管理，即对其中人力、财力、物力、设备、方法和信息六大要素的管理；对物流活动中具体职能的管理，主要包括对物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。跨境电子商务物流管理与现代物流管理的内容基本一致，具体包括以下几个方面：

- (1) 物流作业管理。物流作业管理是指对物流活动或功能要素的管理，主要包括运输

与配送管理、仓储与物料管理、包装管理、装卸搬运管理、流通加工管理、物流信息管理等。跨境电子商务则主要表现为国际运输、国际快递、海外仓等。

(2) 物流战略管理。物流战略管理是对跨境电子商务企业的物流活动实行的总体性管理,企业制定、实施、控制和评价物流战略的一系列管理决策与行动,其核心问题是使企业的物流活动与环境相适应,以实现物流的长期、可持续发展,如企业国际物流模式的选择等。

(3) 物流成本管理。物流成本管理是指有关物流成本方面的一切管理工作的总称,即对物流成本所进行的计划、组织、指挥、监督和调控。物流成本管理的主要内容包括物流成本核算、物流成本预测、物流成本计划、物流成本决策、物流成本分析、物流成本控制等。

(4) 物流服务管理。所谓物流服务,是指国际物流企业或跨境电子商务企业的物流部门从处理客户订单开始,直至商品送交客户的过程中,为满足客户的要求,有效地完成商品供应所进行的全部活动。

(5) 物流组织与人力资源管理。物流组织是指专门从事物流经营和管理活动的组织机构,既包括企业内部的物流管理和运作部门、企业间的物流联盟组织,也包括从事物流及其中介服务的部门、企业及政府物流管理机构。

(6) 供应链管理。供应链管理是指用系统的观点通过对供应链中的物流、信息流和资金流进行设计、规划、控制与优化,以求建立供、产、销企业以及客户间的战略合作伙伴关系,最大程度地减少内耗与浪费,实现供应链整体效率的最优化,并保证供应链成员取得相应的绩效和利益,来满足顾客需求的整个管理过程。

1.4.3 跨境电子商务物流管理的目的

广泛采用现代物流的组织方式和现代物流技术,提高物流合理化水平,降低物流成本,提供优质的物流服务成为现代物流管理的基本出发点。也就是说,物流管理最基本的目标就是以最低的成本向用户提供满意的物流服务。

实施跨境电子商务物流管理的目的就是要在尽可能低的总成本条件下实现既定的客户服务水平,寻求服务优势和成本优势的一种动态平衡,并由此创造企业在竞争中的战略优势。根据这个目标,跨境电子商务物流管理要解决的基本问题,就是把合适的产品以合适

的数量和合适的价格在合适的时间和合适的地点提供给客户。

跨境电子商务物流管理强调运用系统方法解决问题。系统方法就是利用现代管理方法和现代技术,使各个环节共享总体信息,把所有环节作为一个整体化的系统进行组织和管理,以使系统能够在尽可能低的总成本条件下,提供有竞争优势的客户服务。系统的效益并不是各个局部环节效益的简单相加,而是要对全部的影响因素进行分析和评价。跨境电子商务物流系统并不简单地追求在各环节上各自的最低成本,因为物流各环节的效益之间存在着相互影响、相互制约的倾向,也存在着交替易损的关系。例如,过分强调包装材料的节约,就可能因其易于破损造成运输和装卸费用的上升。因此,系统方法强调要进行总成本分析,以及避免次佳效应和成本权衡应用的分析,以达到总成本最低,同时满足既定的客户服务水平的目的。

思政园地

问题与思考

通过学习,我们已经了解了跨境电子商务的概念与内涵,从事跨境电子商务的交易主体是分属于不同关境的,关境与国境是不同的。那么,大家想一想,中国香港地区的买家通过淘宝网购买商品是否属于跨境电子商务呢?虽然这种方式是跨境电子商务,但是我们一定要牢记,香港是我们的一个特别行政区,是我国不可分割的一部分。

思政课堂

“一国两制”即“一个国家,两种制度”,是中国政府为实现国家和平统一而提出的基本国策。按照邓小平同志的论述,“一国两制”是指在一个中国的前提下,国家的主体坚持社会主义制度,香港、澳门、台湾地区保持原有的资本主义制度长期不变。

2020年5月28日下午,十三届全国人大三次会议以高票表决通过《全国人民代表大会关于建立健全香港特别行政区维护国家安全的法律制度和执行机制的决定》。这是“一国两制”实践中具有重大意义和深远影响的大事,充分体现了中央维护国家安全的坚强意志和坚定决心,充分体现了中央对香港整体利益和香港同胞根本福祉的坚决维护和最大关切。

项目实训 对比四大国际快递的优势和劣势

实训目的

- (1) 了解四大国际快递的优势和劣势。
- (2) 能够根据实际情况选择合适的快递。

实训内容

A 公司的小陈有一件重 20 千克的货物要从深圳发到阿尔及利亚, 请比较四大国际快递的优势和劣势, 并最终确定一家快递发货。

实训步骤

- (1) 通过浏览四大国际快递公司网站查找相关信息。
- (2) 总结每个快递公司的优势和劣势, 以及价格说明, 填写表 1-1。

表 1-1 四大国际快递公司对比

快递公司	优势	劣势	价格说明
DHL			
UPS			
TNT			
FedEx			

- (3) 确定最终选择的快递公司并分析原因。

自测与练习

1. 多项选择题

- (1) 跨境电子商务物流的基本特征有()。
 - A. 周期长
 - B. 成本高
 - C. 流程复杂
 - D. 形式多样化
- (2) 跨境电子商务的特征有()。
 - A. 全球性
 - B. 虚拟性
 - C. 匿名性
 - D. 即时性
- (3) 跨境电子商务与国际物流的关系有()。
 - A. 相互影响
 - B. 相互依存
 - C. 相互促进
 - D. 相互制约

(4) 跨境电子商务物流模式包括()。

- A. 邮政物流 B. 国际快递 C. 跨境专线物流 D. 海外仓

(5) 海外仓储流程应该包括()。

- A. 头程运输 B. 仓储管理 C. 本地配送 D. 报关

(6) 跨境电子商务物流管理的内容包括()。

- A. 物流作业管理 B. 物流成本管理
C. 物流服务管理 D. 物流战略管理

2. 判断题

(1) 邮政物流网络基本覆盖全球,比其他任何物流渠道都要广,因此邮政物流价格较高。 ()

(2) 国际快递的优势是速度快、服务好、费用低、丢包率低,尤其发往欧美发达国家非常方便。 ()

(3) 跨境电子商务物流市场规模不断扩大,跨境电子商务物流模式呈多元化发展。 ()

(4) 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。因此,其价格一般比商业快递低。 ()

(5) 广泛采用现代物流的组织方式和现代物流技术,提高物流合理化水平,降低物流成本,是现代物流管理的基本出发点。 ()

(6) 亚马逊和eBay平台成为跨境购物的两大选择。 ()

3. 简答题

(1) 简述跨境电子商务的概念与特征。

(2) 简述跨境电子商务物流的概念与特征。

(3) 跨境电子商务与国际物流的关系是怎样的?

(4) 简述跨境电子商务物流模式及各自的优缺点。

(5) 简述跨境电子商务物流管理的概念及内容。