



0基础跨境新手 一站式宝典

课程路径图及内容



1.1 0基础跨境新手必读：做跨境电商有哪些必须了解的事？

本章节可以帮助卖家了解跨境电商基础知识及开启跨境电商的准备事项。



1.2 做跨境电商构建核心竞争力，究竟是什么？

本章节可以帮助卖家了解如何结合外在机遇和自身内在因素，挖掘核心竞争力。



1.3 做跨境电商如何借助强势渠道力布局赛道？

本章节可以帮助卖家了解在亚马逊开店的模式、优势、全阶段扶持和优惠政策。



1.4 做跨境电商如何构建高效运营力？

本章节可以帮助卖家了解在亚马逊开店前中后期的准备工作，顺利合规运营，高效起步。



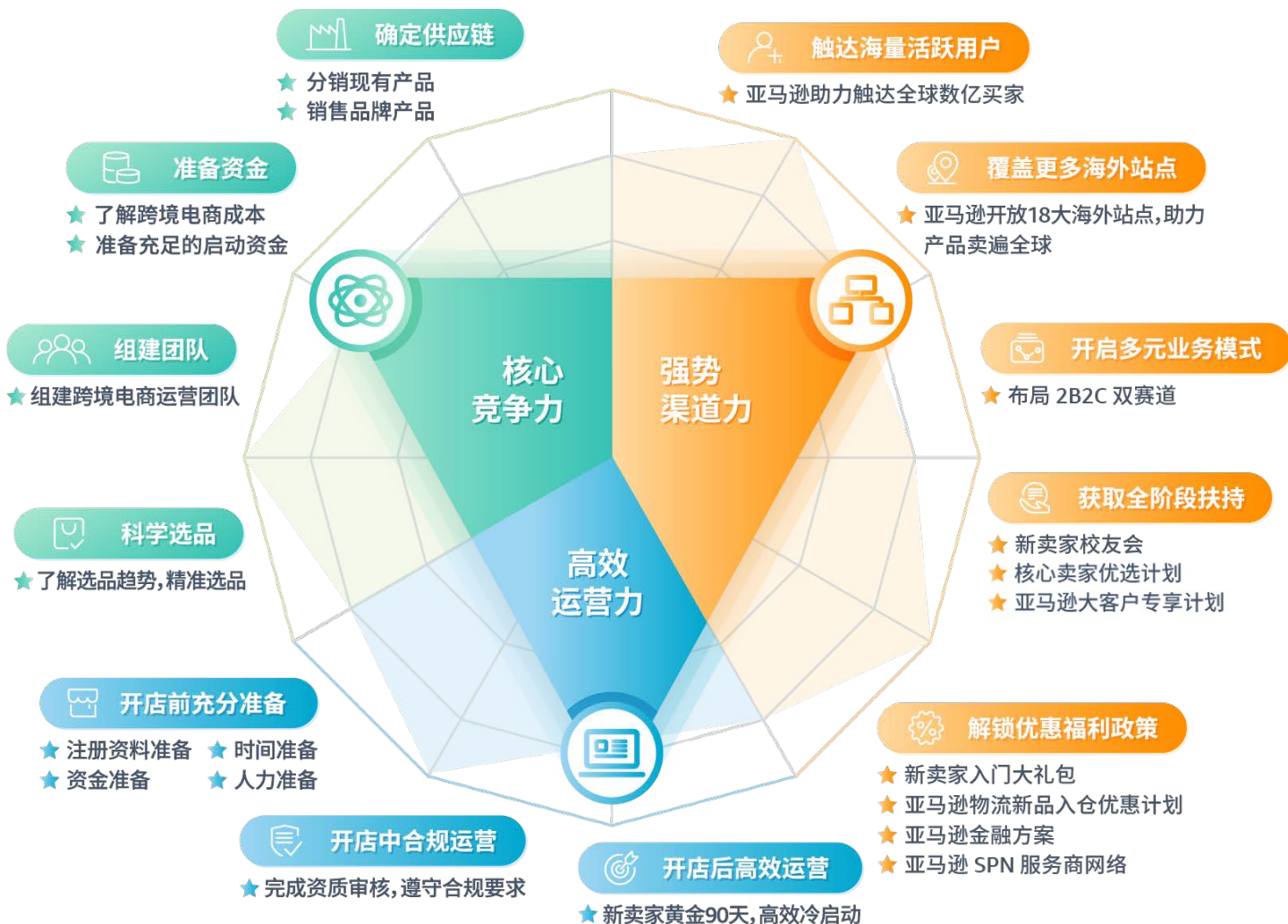


目录

1.0 基础跨境新手必读：做跨境电商有哪些必须了解的事？	2
1.1 什么是跨境电商?与传统外贸/国内电商的区别是什么？	4
1.2 现在入局跨境电商还来得及吗？	10
1.3 做跨境电商需要考虑的成本有哪些？	12
1.4 做跨境电商需要考虑的三大因素是什么？	14



跨境电商准备事项雷达图



您可以通过上图速览跨境电商准备事项，心中有数，起步不慌！您也不必将上述12大维度做到100%准备再启航，而是可以借助上图自查当前准备不够充足的事项，查缺补漏，补全短板，扩大优势！

纵览全球，跨境电商规模持续走高，线上消费成为大势所趋！预计2023年全球零售电商销售额将突破**60,000亿美元**，大片红海、蓝海炙手可热，无限商机触手可及，只待您来逐浪风口！

不知道跨境电商前期大概需要投入多少成本？想开启跨境业务却无从下手、不知道该进行哪些准备？**0基础跨境电商新手必读宝典**奉上，带您了解跨境电商基础知识，塑跨境核心竞争力、借跨境强势渠道力、修跨境高效运营力。万事俱备乘东风，即刻站上出海起跑线，扬帆起航！



1.1 什么是跨境电商？与传统外贸/国内电商的区别是什么？

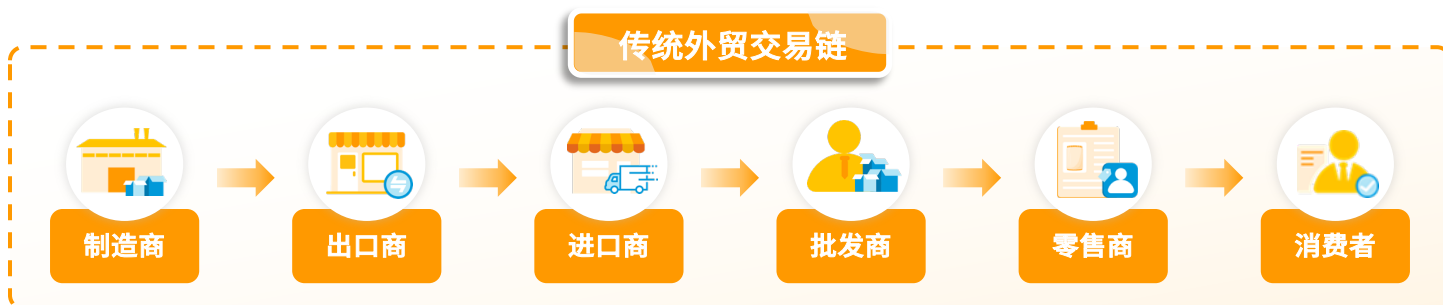
跨境电商是指不同国境地域的交易主体之间，以电子商务的方式进行在线订购、支付结算，并通过跨境物流递送商品、清关、最终送达、完成交易的一种国际商业活动。没有传统外贸模式中的进口商和批发商，通过跨境出口电商网站，卖家可缩短交易链条、减少中间环节、提升利润空间。



那么，跨境电商与传统工厂/传统外贸/国内电商的区别是什么？
以下为您解读！

1.1.1 什么是传统外贸？

传统外贸一般指对外贸易，是指一个国家（地区）与另一个国家（地区）之间的商品、劳务和技术的交换活动。



在整个贸易交易链条中，**传统工厂是最直接的生产源头，也可以理解为上图中的制造商**。具体来说又可分为以生产为主的内贸型工厂，以及工贸一体、参与生产和出口销售环节的外贸型工厂。制造商想要将产品售卖给消费者，将经过出口商、进口商、批发商、零售商等众多的环节。链条中某个环节的实体，通常只能和这个环节的上游或是下游打交道。

以下为您介绍详细介绍传统外贸交易中的不同角色：



制造商：

制造商就是通常所说的工厂或是“代工厂”，有制造能力、甚至一定的设计能力，但没有自己的品牌。这些工厂的主要业务除了为国内品牌代工生产外，也承接国外企业的订单，从而成为外贸的重要环节之一。



品牌商：

品牌商就是那些拥有自己品牌的企业。随着国内市场日趋饱和，越来越多中国品牌开始设法将自有品牌的产品销售到海外。相比代工厂，品牌商更了解客户的需求，他们会向代工厂提出产品的要求，根据消费者反馈要求工厂不断改进产品。



出口商/贸易商：

出口商也叫做贸易商，是传统外贸中的一个关键角色，他们将中国的制造商、品牌商与海外的客户对接起来。如果没有出口商，当一个中国制造商需要将自己的产品出口到国外，会面临非常多的实际问题，包括：贸易目的国的选择、产品合规、语言以及相关贸易目的国的专业知识。

(接下页)

**进口商：**

和出口一样，进口也是一件非常专业的事情。专业的进口商通常有着长期合作的中国出口商，甚至熟悉的工厂，可以快速帮助海外客户找到合适的“货”。

**批发商：**

批发商和下文中的零售商都涉及到“零售渠道”的分工问题，批发商会从品牌商那里大批采购商品，然后化整为零向市场上的各种卖货渠道供货。在实际经营过程中，一名批发商下面可能还会有多个子层级的批发商。通常一个国家的地域面积越大，批发商的层级越多。

**零售商：**

零售商可以理解为最终向消费者卖货的渠道，例如超市、便利店，包括一些电商网站等。零售商因为直接面对消费者，他们知道哪些商品好卖，哪些并不畅销。甚至未来可能什么样的商品才会有更好的市场表现。

**消费者：**

就是最终采购商品的人。不同国家的消费者，基于文化、地理、经济发展程度的差异都会产生不同的购买喜好。在向他们销售商品的时候，应当考虑“投其所好”。另外，一些企业主会以公司的身份到零售渠道购买东西，这时的企业用户也是一种特殊的“消费者”。

1.1.2 跨境电商与传统外贸的区别

跨境电商和传统外贸之间有相似之处，本质上都是把中国商品卖到国外。不同之处在于，跨境电商交易各个环节的效率都得到了极大提升，最终，量变引起了质的飞越。

从两者各自的业务模式和环节来看，跨境电商具有以下优势：



您可通过下方表格直观对比二者的区别：

传统外贸	跨境出口电商
交易环节多，利润低	直接卖货给消费者，利润高
不了解消费者需求，产品设计和需求不容易匹配	直面消费者，针对性设计产品，保持长期竞争力
过程不透明，不可控因素多	直接通过跨境出口电商网站做生意，信息实时透明，业务尽在掌控
没有定价权，相对被动	拥有行业定价权，从而占据业务决策的主动位置

1.1.3 跨境电商与国内电商的区别

相比于国内电商，跨境电商因买卖双方不在同一个国家，卖家借由中国完整的供应链资源，有机会以**更有优势的产品**参与到**更广阔的全球零售市场**中，打造属于自己的全球品牌。在拥有更广阔市场和机遇的同时，也具有更多挑战。具体来说，跨境电商不同于国内电商，有以下特点：

需要与全球性的电子商务网站合作

不同国家的消费者在语言、文化、消费倾向和消费习惯上存在巨大差异，了解当地需求和偏好差异，是生意成功的第一步。与在当地经营多年的跨境电商网站合作，可以借助其品牌知名度、庞大的消费者群体，更好地开启和扩大生意。

(接下页)

需要通过跨境物流进行配送和完成交易

跨境物流，主要是指将卖家的商品**从国内发货至海外并配送至消费者手中**。您可通过下图直观了解跨境物流各环节：



跨境电商卖家需要选择专业的跨境物流服务，完成运输、报关、仓储、配送等专业工作。您可[点此](#)进一步了解跨境物流相关知识。

(接下页)

需要处理不同货币的收款

跨境出口电商网站上的国外消费者通常以当地的货币（如美元、日元、欧元等）支付，所以卖家在结算货款时，需要考虑将外币转换成人民币的相关汇率以及跨境金融合规所涉及的问题。

亚马逊为广大卖家提供相关的金融服务和支持，更多详情可参考本系列课程《0基础跨境新手一站式宝典 1.3 - 做跨境电商如何借助强势渠道力布局赛道？》。

需要注意相关税务要求

首先，做跨境出口电商要交关税。关税是指当中国的商品要出口国外（准确来说是“关境”），境外国家要向商品收税，并且关税税率受到出口国、商品性质、贸易政策等诸多因素影响。另外，每个国家（对应的关境）还有各自需要征收的其它税种。例如，欧盟政府会向电商卖家收取增值税（VAT）。

Tips: 什么是关境？

关境是“海关境界”的简称，是执行统一海关法令的领土范围。在通常情况下，关境与国境是一致的。而有些国家和地区关境同国境并不完全一致，如一国境内有自由港或自由区，则不属于该国关境范围之内，此时关境小于国境；而在缔结关税同盟的国家，它们的领土成为统一的关境。



跨境出口电商看似比传统电商复杂，但其实上述这些环节均可借助跨境电商网站所提供的专业配套服务来解决，从而顺利出海，拥抱更广阔的商机。

1.2 现在入局跨境电商还来得及吗？

在中国国内受政策利好驱使和产业集群带动，**跨境出海正在成为众多品牌、卖家的增长新机遇**。在全球市场，随着数字化平台发展，越来越多的消费者也更倾向于线上购物。当前，**全球跨境电商业务飞速发展，前景可观！**



1.2.1 国内跨境电商高速发展，积极政策利好不断

数据显示，2023年上半年中国出口跨境电商**同比增长19.9%**，是2022全年中国出口跨境电商增速的**2倍**左右，有望于2024年达到2.95万亿元。^[1]

2.95万亿元

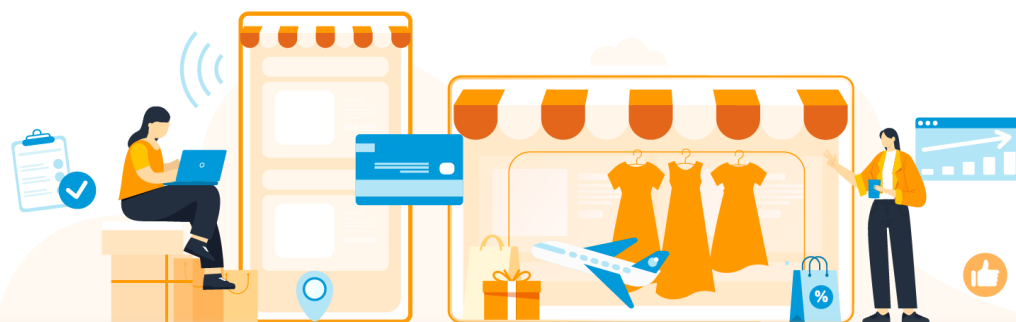
过去五年我国跨境电商综试区也逐步**覆盖全国31省**，仅2022年中国跨境电商综试区就**新增60个**，总计165个。^[2]

165个
跨境电商综试区

从政策来看，**利好措施纷纷出台**，助力降成本、促发展、提效率，大力推动中国卖家走向世界。

- ✔ 2022年9月，商务部出台《支持外贸稳定发展若干政策措施》。
- ✔ 2022年11月，国务院颁布《关于同意在廊坊等33个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》。
- ✔ 2023年2月，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电子商务出口退运商品税收政策的公告》。

1.2.2 全球消费持续转向线上，跨境电商潜力无限



从未来发展前景来看，随着互联网与智能手机的渗透率不断增加，**消费者越来越习惯在线购物**，深受网络影响的 Z 世代正在成为线上消费的主力军，2023年全球14岁及以上人口将有三分之一进行线上购物，人数将超过**27.3亿**。^[3]

27.3亿

约三分之一

4万亿美元

更多数据显示，预计2024年海外零售电商总额将近3.13万亿美元，占海外零售比重为12.8%；预计到2027年，海外零售电商总量将达到**4万亿美元**，增速将是全球零售增速的**2倍+**。^[4]

北美、欧洲和日本为代表的发达电商地区继续保持**稳健增长**，以中东、拉美为代表的新兴电商区域**强势崛起**，是2023年全球电商增速最快的两个区域；超过**9成**的海外受访者对中国品牌持有友好态度，且更加乐意购买中国品牌；**中国品牌型卖家**在2021-2022的年年复合增长率，相较于非品牌卖家平均高出**50%+**。^[5]

50%

P9-10数据来源：

1. 艾媒咨询
2. 海关总署
3. Worldwide Ecommerce Forecast Update 2022, eMarketer , 2022
4. eMarketer、Grand View Research
5. 亚马逊中国卖家调研2022；益普索 Ipsos 《2021中国品牌全球信任指数》

1.3 做跨境电商需要考虑的成本包括哪些？

开启跨境电商生意前，准备充足的启动资金十分重要。接下来将手把手带您“算算账”，看看跨境电商从注册开店到商品售出，究竟会包含哪些成本项吧！



*客单价：在固定时间段内您销售的所有 ASIN 的平均售价（刨除折扣后）。



具体成本解读

在与亚马逊相关的各项成本中，亚马逊专业销售计划月服务费（即站点开店佣金）、亚马逊销售佣金相对销售额是固定的，而物流关税成本和其他可能产生的成本，则会根据生产、销售和运营情况有所浮动。



销售佣金

大致占8%-15%之间，费用将根据开通的站点而存在差异。



物流关税费用

大致占15%-20%之间，包含头程物流费用、仓储成本、尾程物流成本、进口清关缴税、目的国消费税等。



专业销售计划月服务费（站点开店佣金）

建议选择“一键注册通全球”，只需一份39.99美元月租的资料，即可开通18大站点*，注册省时省钱！目前，入驻新加坡、中东（阿联酋、沙特）及印度4大新兴站点，还可享限时免月租活动。

*注：18大站点包括北美（美国、加拿大、墨西哥）/欧洲（英国、法国、德国、西班牙、意大利、波兰、瑞典、荷兰、比利时）/日本/澳大利亚/新加坡/中东（阿联酋、沙特）/印度。



其他可能产生变动的成本

考量在亚马逊上做生意的全部成本时，除了上述成本之外，一定要考虑还有可能会遇到的额外费用，如**商品成本**、**商品退货产生的耗损成本**、**运费**、**人工成本**、**退款手续费**、**清单费**、**选择第三方服务提供商的费用**，以及其它帮助您提高销量的可选方案，如**广告营销费用**，以及学习相关官方付费课程的费用。其中，**常见的广告营销费用（包含亚马逊广告及站外营销）占比，大致在10%-15%之间。**

1.4 做跨境电商需要考虑的三大因素是什么？

跨境电商前景如此波澜壮阔，新卖家出海到底应该如何迎接挑战、抓住机遇？

亚马逊建议您从“三力”着眼，借巧劲、展实力，顺利开启跨境之路！



首先，在您决定开启新事业或启动新项目时，通常需要先分析自身的优势和劣势，从资金、团队供应链等角度，分析面临的挑战和机遇，**构建自身核心竞争力**，再制定发展策略。



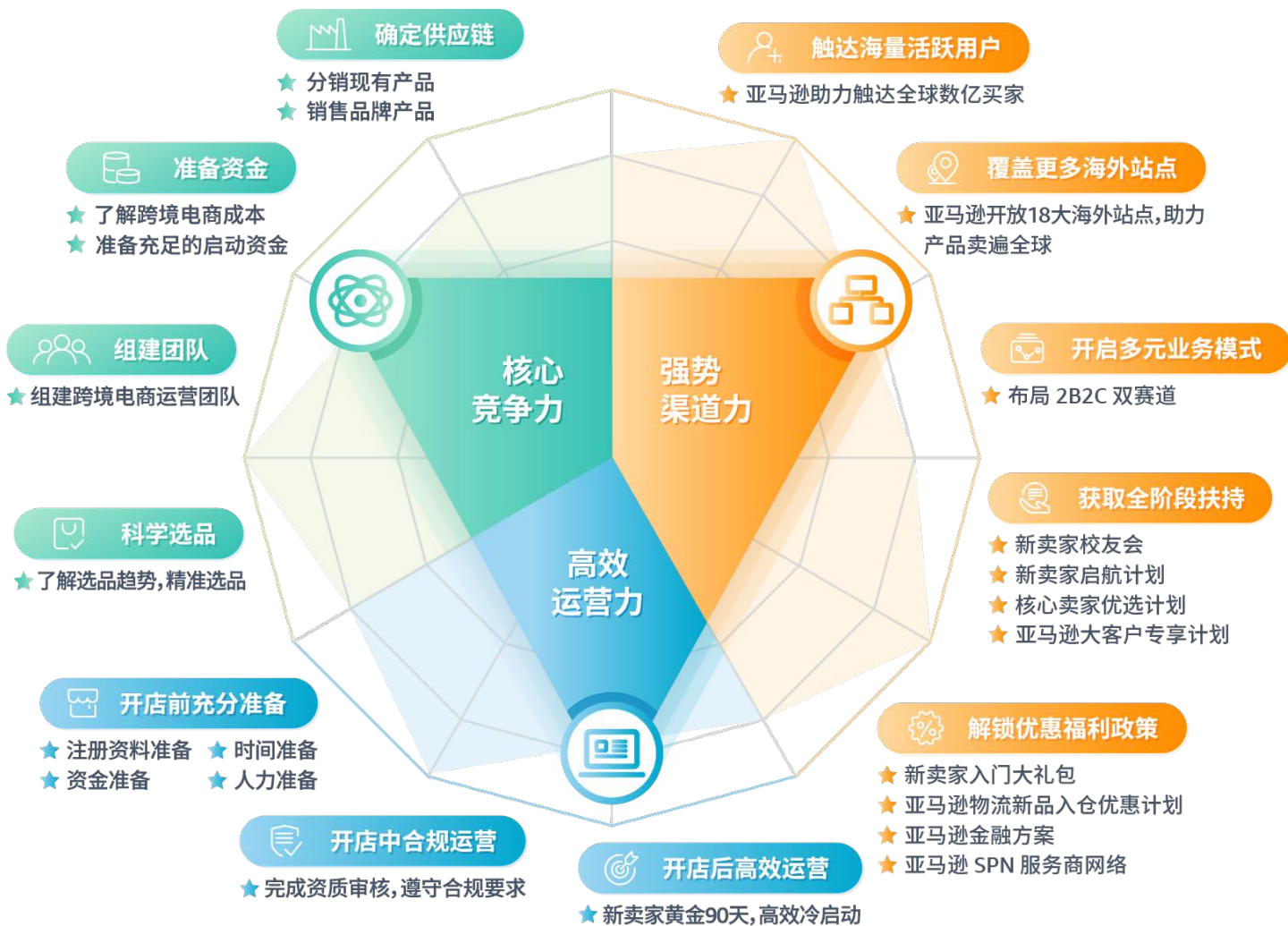
接下来关键的一步，是**找到合适的出海渠道加持您的跨境事业**，而亚马逊可以为您提供广阔站点选择、海量活跃用户、多元业务模式、全阶段扶持和丰富优惠福利，助您强势起步！



在选定好渠道后，建议您了解在亚马逊开店前中后阶段的运营注意事项和策略，帮助您实现从0到1快速起步，**修炼高效运营力**，成为您跨境事业持续强劲发展的引擎！



总体了解完跨境电商准备事项后，您可通过下图再次完成准备阶段的自查工作：



整个《0基础跨境新手一站式宝典》课件将围绕上述三力（核心竞争力、强势渠道力和高效运营力）展开，为大家逐一介绍跨境新手启航要点，手把手带您顺利起步，更好地实现业务成功！

恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

1.1 0基础跨境新手必读：
做跨境电商有哪些必须了解的事？

1.2 做跨境电商构建核心竞争力，究竟是什么？

1.3 做跨境电商如何借助强势渠道力布局赛道？



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



拓展全球业务

- 0基础跨境新手一站式宝典
- 亚马逊站点介绍
- 亚马逊项目介绍
- 亚马逊卖家成功案例

除了本章的0基础跨境新手一站式宝典，拓展全球业务系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多…



Level 0：零基础快速出单实操

实操演示教新手运营

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手运营要点，快来获取优质学习体验吧！



扫码了解更多