

# B2C跨境电商的运营模式对比分析

## ——以速卖通与亚马逊为例

汪亚丹

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月12日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2025年1月8日

### 摘要

近些年来, 经济一体化和信息化的深入发展, 推进着跨境电子商务的发展并且迅速崛起, 使跨境电子商务成为国际贸易之间的新方式, 也是我国对外贸易发展中新的经济增长点。如何有效地利用互联网这一平台去开展国际贸易, 成为了企业 and 国家值得探究的重要问题。该文章主要查阅相关地跨境电商的材料和信息, 探究我国跨境电商目前所发展的状况。主要以速卖通与亚马逊两大平台的运营模式进行对比探究, 探索我国跨境电商平台和国外的跨境电商平台有哪些不一样。

### 关键词

跨境电商, 亚马逊, 速卖通平台, 运营模式

# Comparative Analysis of B2C Cross-Border E-Commerce Operation Models

## —Taking AliExpress and Amazon.com as Examples

Yadan Wang

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 12<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 17<sup>th</sup>, 2024; published: Jan. 8<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

In recent years, the deep development of economic integration and informatization has promoted the development and rapid rise of cross-border electronic commerce, making cross-border e-commerce a new way between international trade and a new economic growth point in China's foreign trade development. How to effectively use the Internet platform to conduct international trade has

become an important issue worth exploring for enterprises and countries. This article mainly examines the materials and information of relevant cross-border e-commerce enterprises and explores the current development of cross-border electronic commerce in China. It mainly compares the operation modes of AliExpress and Amazon.com to explore the differences between China's cross-border e-commerce platforms and foreign cross-border e-commerce platforms.

## Keywords

Cross-Border E-Commerce, Amazon.com, AliExpress Platform, Operational Model

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着互联网技术的飞速发展和全球化的深入推进,跨境电子商务(Cross-Border E-commerce, 简称 CBE)已成为连接全球消费者与商品的重要桥梁,其中 B2C (Business-to-Consumer)模式更是凭借其便捷性、高效性和广泛的覆盖面,在全球范围内迅速崛起[1]。近年来,中国作为世界第二大经济体和全球最大的电子商务市场之一,其 B2C 跨境电商行业更是蓬勃发展,不仅推动了国内企业走向国际市场,也极大地丰富了全球消费者的购物选择。速卖通(AliExpress)与亚马逊(Amazon)作为该领域的两大巨头,分别代表了中国和全球跨境电商的顶尖力量,它们各自独特的运营模式、市场定位及发展战略,成为了业界研究和探讨的热点。

## 2. 跨境电子商务概述

根据贸易方式,可以将跨境电商划分为 B2C 与 B2B 两种方式。而在跨境电子商务贸易中,公司与公司之间的贸易则是最多的。因特网技术的进步使得这个世界变得更加统一,更加连通[2]。随着时间的推移,跨境电商平台呈现出迅猛发展的态势。随着互联网基础设施的完善,国际物流网的完善,为跨境电商电子商务平台的发展提供了有利条件。跨境电商是一种基于国家与国家间的贸易关系,借助电商平台进行的电商活动。它是一种通过海关来控制商品的运输,而卖家在接到商品之后,就会在这个平台上进行确认。跨境电商的发展以互联网为依托,它与传统的贸易方式相比,以互联网为依托,并在其发展历程中逐渐发展出自己的特点,互联网的发展对其产生了深远的影响。在分类上,跨境电商可以被划分成两种类型:一种是交易模式,另一种是进出口模式。在进出口模式中,可以被划分成进口和出口跨境电商。在交易模式中,跨境电子商务可以被划分成企业对消费者和企业对企业两种。但是在 2013 年, E 贸易提出,跨境电商分为一般跨境电商和 E 贸易跨境电商[3]。

速卖通作为阿里巴巴集团旗下的国际零售电商平台,自成立以来便致力于为中国制造商、供应商及小微商家提供直接面向海外消费者的销售渠道,以其丰富的商品种类、高性价比的产品及便捷的物流服务,在全球范围内赢得了广泛的市场认可。而亚马逊,作为全球最大的综合性电商平台之一,其跨境电商业务遍布全球多个国家和地区,凭借强大的品牌影响力、先进的物流技术、完善的售后服务体系以及丰富的第三方卖家生态,构建了难以撼动的市场地位[4]。因此,对速卖通与亚马逊的 B2C 跨境电商运营模式进行深入对比分析,不仅有助于理解当前跨境电商行业的竞争格局,还能为行业参与者提供宝贵的借鉴与启示。

### 3. 我国跨境电子商务的发展现状及其分析

#### 3.1. 跨境电子商务的发展现状

当前，我国跨境电子商务正处于快速发展阶段，展现出蓬勃的生命力和广阔的发展前景。全国范围内已设立了 165 个跨境电商综合试验区，这些试验区结合各地的产业禀赋和区位优势，推动地方特色产品进入国际市场。跨境电商综合试验区不仅优化了服务平台功能，提供“一点接入、一站式”的综合服务，还通过政策支持和监管改革，提升了跨境电商的便利性和效率[5]。数据显示，2024 年上半年，中国跨境电商进出口额达到 1.22 万亿元人民币，同比增长 10.5%，这一增长势头强劲，显示出跨境电商已成为拉动我国外贸增长的新引擎。

在市场规模方面，随着全球消费者对在线购物的接受度不断提高，以及跨境电商平台的持续创新和优化，跨境电商市场规模持续增长。预计到 2027 年，海外零售电商市场规模将达到 4 万亿美元，中国制造业产品凭借高性价比和完善的产业链，在全球市场占据重要地位。此外，跨境电商涵盖的商品种类也日益丰富，从服饰鞋履、消费电子产品到家居用品、美妆护肤等，满足了全球消费者的多样化需求。

#### 3.2. 跨境电子商务的发展分析

**政策支持与监管改革：**我国政府对跨境电商的发展给予了高度重视，出台了一系列政策措施以促进其健康有序发展。例如，设立跨境电商综合试验区，提供税收优惠、简化清关流程等支持；同时，加强海关跨境电商通关服务系统的信息化建设，提升通关便利性。此外，政府部门还积极探索推广跨境电商出口拼箱“先查验后装运”模式，并考虑扩大跨境电商零售出口跨关区退货试点，以进一步降低企业运营成本，提高市场竞争力[6]。

**技术创新与应用：**大数据、云计算、人工智能等技术的广泛应用，为跨境电商的发展注入了新的活力。这些技术不仅提升了跨境电商的运营效率，还为消费者提供了更加个性化、智能化的购物体验。例如，通过数据分析，企业可以更准确地把握市场需求，优化产品结构和库存管理；同时，智能推荐系统能够根据消费者的购物历史和偏好，提供个性化的商品推荐，提高转化率。

**品牌出海与合规运营：**随着跨境电商市场的日益成熟，品牌出海已成为重要趋势。越来越多的中国企业通过跨境电商平台寻求海外市场，通过品牌建设提升产品附加值和市场竞争力。同时，合规运营也成为跨境电商企业必须面对的重要课题。企业需要了解并遵守目标市场的法律法规、税收政策等，确保产品合规、税务合规和数据合规，以降低合规风险。

**新兴市场与消费者体验：**中东、拉美、东南亚等新兴市场的电商增长迅猛，为跨境电商提供了新的发展机遇。这些市场具有巨大的消费潜力和增长空间，为跨境电商企业提供了广阔的发展空间[7]。此外，跨境电商企业还注重提升消费者体验，通过优化物流配送、提供个性化推荐等方式提高用户满意度。未来，随着技术的不断进步和市场的不断成熟，跨境电商将更加注重本地化服务和消费者体验的提升，以更好地适应不同市场的消费习惯和文化背景。

### 4. 速卖通与亚马逊的运营模式现状

#### 4.1. 销售模式

营销方式对一个电商平台有很大的影响，其营销效果的好坏在很大程度上取决于其营销方式。B2C 与 B2B 是速卖通的两种营销模式，其交易量集中于发达国家与发展中国家，其中大部分的交易量来源于发展中国家。速卖通和淘宝差不多，里面的商品更多，而且很多商品对价格的需求都不是很一致，因此在盈利上，速卖通给他们的提成也更高。

亚马逊以 B2B 为主导的市场推广模式，其大部分的信用卡客户都是富裕阶层，且拥有相当高的收入。

亚马逊的商品类型更多，对于商品的品质也更高。商品的品质必须是好的，不能是劣质，不能是假冒伪劣，对于平台的要求就更高了。不管怎么说，亚马逊都是商业化的，他们的产品，必须要有最好的品质，绝对不能出现山寨货，这也是为什么他们对山寨货严格禁止的原因。

#### 4.2. 亚马逊、速卖通的物流模式

第一，我们选择了销售方式的外包。亚马逊的电商平台，更倾向于专注于自己的主业，至于快递，则更倾向于美国的 UPS 和邮递员。要是到了国外，亚马逊肯定会找专门的货运公司，甚至还会找专门的货运公司，将货物送到国外[8]。

第二，小规模存货，广泛实行“零存货”经营模式。亚马逊通常把重点放在与供货商的合作上，因此在存货上占了一些便宜。至于藏书，亚马逊通常存放的都是热门图书，而且都是上百本。一般来说，只有当顾客下了订单之后，亚马逊的网站上才会有这本书的订购，买家通过移动设备付款，而在书卖完之后，亚马逊的网站再向出版社付款，这就让交易变得更加简单了。也正因为如此，这家公司的存货才会更快。

第三，减少回收品的比例。在亚马逊网站上，尽管货品品种不多，但由于亚马逊网站讲究的是品质至上，而且价钱还算公道，一般很难出现退货的现象。再加上亚马逊一直以来，都是以品质为先，所以口碑还是不错的。

速卖通以无忧物流、在线配送和境外仓储为核心的物流方式。速卖通是速卖通的官方公司，主要负责给顾客送货，追踪顾客，处理顾客的损失。网上配送指的是全球速卖通按照各国地区的差异，以及市场的差异，对其进行配送的物流管理[9]。而国外仓库则是全球速卖通与国外仓库进行合作，进行本土化的业务，为国外仓库储备货物。顾客订购了货物，再将货物送到当地的港口，这样既节省了大量的时间，还能提供更好的服务。

亚马逊对新来的买家做出了一项政策，那就是要长期在亚马逊销售，而且还需要通过亚马逊的 FBA 发货，这也让他们没有太多的选择余地。但是速卖通的商品，却是需要快递和快递的。这样一来，物流就有了更多的选择。(以邮递、快递为主)运输之前的运行费用也比较低。

#### 4.3. 亚马逊、速卖通的海外仓方面

亚马逊还拥有自己的国外仓库和 FBA 业务。而采用 FBA 的话，则是要给亚马逊公司缴纳一定的手续费，当然，如果你有足够的钱，也可以考虑采用 FBA，因为这样会给顾客带来更好的体验。

若是没有足够的钱，那就得与第三方的境外仓进行合作了，从速度和速度上来说，第三方的境外仓并不会比 FBA 的速度快多少，并且 FBA 不能使用自己的品牌，但是通过第三方境外仓运输，就可以使用自己的品牌了[10]。亚马逊也有三种运输方式，那就是 SFP，不过 SFP 要符合亚马逊的要求，而且收费也很便宜。相比于其他电商，海外物流仓储和 FBA 是亚马逊平台的特别之处。

目前，在“速卖通”所涵盖的国际贸易中，俄罗斯、巴西等国家的贸易订单占很大比重。60%的定单是俄罗斯，25%至 30%是巴西和南美。这两个地方的通关难度都很大，巴西更是号称南美洲第一通关难度最高的地方。在国际速卖通，清关问题可以用国外仓库来解决。由于要从陆地到达俄罗斯，一般要花上一个多月，而且还要经过关卡。这需要更多的时间。万一出了什么差错，那就亏大了。而在这个过程中，国外仓起到了很大的作用。卖家并不是为了节省成本，而是为了节省时间，哪怕多花点钱也无所谓，因为发一次发货和一次性发货是两个概念[11]。

#### 4.4. 线上与线下的发展以及售后服务方面

以书籍为例，在亚马逊网站上，网上和网上的销量各不相同。与网上不同，网上书店很少能找到这

些书，一些书店甚至拒绝出售亚马逊出版的书。一些企业则表示，亚马逊公司与一些作者签订了独家合同，使得他们的著作只有亚马逊公司的会员才可以阅读，这对他们公司造成了很大的损害。佛罗里达州一家书店的拥有者米切尔·卡普兰曾说过，他不希望与亚马逊公司有任何关系，作为亚马逊公司的有形书籍展示区。同时，亚马逊纽约出版社在和一些作家争论之后，其所签合同的书籍数目大幅减少。这是由于这家公司把重点放在了薪酬更少而收益更高的工作上。在速卖通的返还政策上，这个平台提倡返还商品。而亚马逊则是另一种情况，卖家需要支付所有的手续费。这是一个类似于电商的行业，一个电商平台，必须要在用户的购物过程中，提升自己的产品质量，提高顾客的购物体验，这样才能让自己的电商公司，走的更远。

## 5. 速卖通与亚马逊的运营模式相关建议

### 5.1. 平台选择策略

在中国的跨境电商企业进行 B2C 的 B2C 贸易平台的选取时，需要综合考虑产品种类、市场分布以及平台的影响。再以你的商品为基础，挑选适合市场需求的平台。因为不同的平台具有不同的特殊性和市场适销性，所以在建立平台的时候，公司应该按照自己的商品种类来挑选相应的具有优势的商品，并且在相应的商品中建立起自己的市场竞争优势。另外，要基于你的商业模式来选择适合你的平台。它可以是一家工厂、一家商行、一家集工业、一家实业于一身的公司[12]。对于 B2C 跨境电子商务平台，各类公司应该关注的要素也不尽相同。

### 5.2. 平台营销策略

正确的企业品牌定位是企业经营的先决条件。品牌定位指的是一个具体的品牌，以市场定位和产品定位为基础，就其文化导向和人格差异所作出的商业决策过程：它是一个构建与目标市场有关的品牌形象的过程和结果[13]。一个公司要想获得顾客的青睐，就必须按照自己的喜好对其进行有效的市场分割。在此基础上进行的精确营销，能够最大限度地利用顾客的经验，使顾客对品牌产生亲和力。因此，在进行市场促销时，要将自己的特色与市场相结合，做到差别化，发挥自己的优点，以更大的市场份额来吸引更多的顾客。公司要对目前的市场环境以及公司的品牌现状有一个全面的认识，并将重点放在对品牌的构建和对品牌的营销上，从而制订出一套适合公司发展的品牌营销战略，从而实现公司的高速、稳定、可持续发展。

而在此基础上，对企业的品牌营销进行了具体的实践，并提出了相应的对策。在网络技术向纵深发展的今天，企业的品牌沟通方式越来越多元化，顾客的认知也越来越多元化，企业的营销领域也越来越广。从以“人类体验”为基础的现代社会，到以“智能技术”为基础的现代社会，再到以智慧为基础的现代社会[14]。所以，在市场运作的时候，要善于运用新的媒介，新的渠道，新的技术，来做好品牌的宣传工作。藉由行销方式的革新，可以将个别的品牌行销讯息传达至可能的顾客，取得较佳的行销成效，进而提高零售商的行销认知。

## 6. 结论

本文着重探讨了我国电子商务发展的历史和发展进程中电子商务所具有的重要意义。本文通过对亚马逊与速卖通公司的业务模型的比较和研究，得出了我国跨境电商发展中亟待解决的问题。从速卖通与亚马逊的运作方式上，我们可以看出，在政府的扶持下，跨境电商的发展，还有他们自己的运作方式，都是以顾客为中心，只有以顾客的利益为中心，他们的发展，才能走得更远，更长久[15]。在互联网的带动下，跨境电商的贸易规模迅速增长，这种新型的贸易方式受到了国家的关注与扶持。尽管由于政府的

大力扶持,跨境电商的发展取得了很大的进展,但是不可否认的是,跨境电商的发展仍然面临着诸多问题和挑战。针对这种情况,我们应加强对平台的监管,健全相关的法规,并构建激励机制,来支持和促进跨境电子商务的发展。

## 参考文献

- [1] 卢东亮. B2C 跨境电商平台运营模式对比分析[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京邮电大学, 2023.
- [2] 魏修建, 黄秋爽. 电子物流联盟的运行结构[D]: [硕士学位论文]. 陕西: 西安交通大学, 2017.
- [3] 谭佳音. 电子商务环境下考虑供应链成员行为的渠道选择策略研究[D]: [博士学位论文]. 天津: 天津大学, 2012.
- [4] 牟娟娟. 中国跨境电商平台海外仓模式选择研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州财经大学, 2018.
- [5] 王俊程. 跨境电商时代: 义乌小商品出口的海外仓建设模式选择[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2018.
- [6] 柴利, 张晨, 何若然. 跨境电商发展环境评价与优化研究[J]. 价格理论与实践, 2019(10): 120-123.
- [7] 廖润东. 中小型跨境电商平台零售出口(B2C)海外仓使用困境及对策[J]. 平台经济, 2019(6): 76-80.
- [8] 陈娴, 李谷. 中小型跨境电商平台海外建仓模式选择研究[J]. 中国市场, 2020, 33(1): 189-190.
- [9] 郝永军. 我国跨境电商的发展现状及问题研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 东北师范大学, 2023.
- [10] 张薇. 跨境电商发展水平对我国出口贸易的影响研究[J]. 商业经济研究, 2019(19): 150-153.
- [11] 黄文涛. “互联网+”背景下中国跨境电商运营模式对比分析[J]. 全国流通经济, 2018(31): 15-16.
- [12] 李妹慧. 跨境电商海外仓发展现状及对策研究[J]. 现代商业, 2019(27): 26-28.
- [13] 许迅安. 新时期中国跨境物流海外仓建设发展现状及策略研究[J]. 对外经贸实务, 2019(9): 89-92.
- [14] 朱雅娜, 谢洁, 吴婷, 印凯璐. 我国跨境电商物流的海外仓模式研究[J]. 现代商贸工业, 2018, 39(34): 25-26.
- [15] 罗凯健, 徐海艳, 林温乔. 我国海外仓的发展现状及对策研究[J]. 全国流通经济, 2018(15): 28-29.