

# 上海高职院校学生技能大赛

## 跨境电子商务赛项进口模块

### 样题

#### 一、背景资料

上海启慧贸易有限公司从事国内贸易行业多年，随着近几年跨境电商的迅猛发展，公司业务上出现了较大瓶颈，销量下滑。为了摆脱困境，寻找更大、更有潜力的市场，公司决定依托现有优势，组建运营团队，选取海外进口商品，继续开拓国内市场。在经营之初，公司划拨一笔 100 万元的运营启动资金。

#### （一）公司注册

请按照以下信息完成公司注册：

公司名称	上海启慧贸易有限公司
行业类型	批发和零售业
所在区域	上海市，上海市
联系人	李恒旭
电话	13820394641
详细地址	闵行区浦锦路 279 号
邮编	201100

#### （二）店铺注册

请按照以下信息完成店铺注册：

公司/企业名称	上海启慧贸易有限公司 Shang hai qi hui mao yi you xian gong si
店铺类型	旗舰店

品牌	QiHUi
主要经营大类	美妆个护>美妆护肤 美妆个护>个人护理/美容工具
发货国家	中国
公司授权代表人	李恒旭
身份信息-身份证号	310109199202072557
公司成立时间	2018. 4. 3
店铺负责人	陈思宇
负责人英文名	Chen si yu
手机号	18645783856
公司注册国家	中国
公司注册地址	上海市闵行区浦锦路 279 号
店铺名称	自定义

## 二、市场环境

近年来，中国的跨境电子商务进口持续增长，不断涌现一批活跃的进口 B2C 电商平台，“海淘”、海外代购等购物形式盛行，化妆品、护肤品、奢侈品、新潮服装、电子消费品、食品和保健品等进口量增速强劲。

当前中国居民消费结构正处于持续升级阶段，多层次、多样化需求特征明显，消费市场潜力大、韧性强、具有广阔发展空间。随着人民生活水平不断提高，新型城镇化稳步推进，年轻一代成长，中等收入群体规模逐步扩大，我国消费品进口将保持平稳增长态势，消费升

级带来了跨境进口消费新趋势。

1、从品类上看，伴随消费结构不断升级，跨境进口消费呈现出多元化、个性化特点。从成交额占比来看，食品保健、母婴、化妆护肤、3C 品类和医药品类位列其平台跨境进口消费占比 TOP5。

2、从增速看，2022 年 3C 类、个人护理、鞋服类、家用电器、酒类和美妆护肤品类的跨境进口消费成交额同比增速最快。

### 三、市场快讯（第一季度）

近年来，全球美妆个护行业面临着一些挑战，但市场仍然保持稳步增长。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，进口美妆个护产品的消费需求持续增长。消费者对产品的品质、功效和安全性提出更高要求，追求更加健康、天然、环保的护肤产品。

在疫情的影响下，全球供应链中断，工厂关闭、劳动力和集装箱数量短缺、港口拥堵和装运延误等一系列连锁反应给进口美妆个护市场带来了挑战。跨境电商平台的兴起为进口美妆个护市场提供了更加便捷的购物渠道，消费者可以更加方便地购买到全球各地的优质美妆个护产品。同时，跨境电商的兴起也促进了进口美妆个护市场的竞争，品牌和产品选择更加丰富。

总的来说，进口美妆个护市场呈现出稳步发展的趋势，消费者的需求不断增长，对产品的品质和功效要求也越来越高。同时，线上渠道成为消费者首选的购物方式，这也给市场带来了新的机遇和挑战。

### 销售目标

公司一直致力于进口商品转国内电商平台销售，根据上述市场快讯，本季度精选护手霜、身体乳、润唇膏 3 款美妆个护产品进行销售，请完成本季度的商品销售目标。

## 市场快讯（第二季度）

2023 年，全球美妆市场规模不断增长，美妆工具进出口贸易规模也呈快速增长态势。中国作为重要的美妆工具制造国和消费国，2022 年美妆工具进出口总额达到了 138.24 亿元，约为 2018 年的两倍。然而，值得注意的是，从 2018 年以来，我国美妆工具进口规模总体呈下滑态势，其中 2020 年和 2022 年受新冠疫情和经济下滑压力等因素的影响，美妆工具进口额均出现了大幅下滑，2022 年我国美妆工具进口额为 3.12 亿元，同比下滑 22.6%

在全球美妆市场规模不断增长的背景下，美妆工具市场也展现出良好的发展趋势。一方面，美妆工具的创新势头不减，各品牌越来越注重产品的自主创新，包括从包装、品类、功效再到生产工艺、原料的创新。另一方面，随着国内新一代消费者追求颜值与悦己的热潮兴起，未来年复合增速仍有望保持 10.0% 以上。总的来说，2023 年进口美妆工具市场在全球美妆市场规模扩大的背景下，表现出良好的发展趋势，特别是在产品创新方面。

## 销售目标

根据上述市场快讯，本季度精选化妆镜、黑头吸出器、眼部按摩仪 3 款美妆工具进行销售，请完成本季度的商品销售目标。

## 四、任务要求

### （一）创建公司和国内进口电商平台店铺

比赛开始时首先需要完成公司注册和国内进口电商平台店铺注册，完成注册后会获得店铺经营许可。

### （二）市场调研

#### 1、市场环境

(1) 了解市场环境，分析市场信息，确定企业经验方向赛道，合理制定运营策略。

## (2) 银行费用

了解各家银行支付手续费、贷款金额、利率、还贷周期等信息。

## 2、仓储物流

了解不同物流服务的时效与价格，根据所售产品的特点以及物流服务的价格和时效性来选择合适的物流方式。

### (1) 物流服务

了解不同物流公司物品计费重量的计算方法，以及不同物流方式运送到不同地区的时效情况，可查询估算物流的运费时效。

### (2) 保税区仓库

了解保税区仓库的仓储大小、费率以及库存商品爆仓后存储价格的计算方法。

## (三) 采购管理

海外商品采购平台提供不同种类的商品，每款商品包括图片、价格、包装、商品描述等信息。选手可根据公司运营策略对应季畅销商品进行选品，并制定采购计划。



(所有业务采用统一的保险条款及投保加成，海运方式下按照“平安险（FPA）+水渍险（WA）+一切险（all risks）”进行投保，且投

保加成统一为 110%; )

### (1) 商务洽谈

使用英文电函形式与海外卖家进行询盘、还盘、同意采购的洽谈环节，选手需要根据邮件回复内容进行准确答复，以致最后双方同意

### (2) 合同签约

选手需根据洽谈结果，完成采购合同的填写，需全英文填写采购合同。

### (3) 成本预算表

选手需根据洽谈结果，完成成本预算表的填写，所需信息可在船务、网上银行、报关行和采购商品详情中的企业介绍中提炼。

所需公式：

$\text{FOB 价} = \text{CIF 价} \times [1 - (1 + \text{投保加成}) \times \text{保险费率}] - \text{运费};$

$\text{CFR 价} = \text{CIF 价} \times [1 - (1 + \text{投保加成}) \times \text{保险费率}];$

国外运费=订船费；

国外保费=投保金额×总保费率；

总保费率=见公告；

投保加成=10%；

投保金额=CIF/CIP 成交价×(1+投保加成)；

进口关税=商品 CIF/CIP 总价×进口关税税率（采购商品详情中）；

完税成本=CIF/CIP 成交价+进口关税；

商检费=CIF 价×商检费率；

报关费=报关行可见；

消费税=(该项商品 CIF/CIP 总价+进口关税税额)×消费税税率/(1 - 消费税税率)=完税成本×消费税税率/(1 - 消费税税率)；

增值税=(该项商品 CIF/CIP 总价+进口关税税额+消费税税额)×增值税税率;  
增值税税率=(完税成本+消费税税额)×增值税税率;

其他=没有其他费用, 填 0;

国内费用=商检费+报关费+消费税+增值税;

银行费用=信用证费用+付款手续费

付款手续费=支付金额×银行费率(根据商家指定支付方式在网上银行处查询费率)

未涉及的款项=没有费用, 无需填写

总成本=完税成本+国内费用+银行费用

#### (四) 船务运输

根据商品交付时间, 选择合适的班轮运输船, 与船务公司进行订舱, 填写和提交相关的订舱信息; 商品到港后与船务公司进行换单。

#### (五) 报关申请

商品送出/到港后需要及时向报关行委托报关报检, 提交商品信息。向报关行填写并提交报关单、采购合同、提货单(D/O)手续材料。

#### (六) 保税区仓库管理

查看库存商品清单, 通过调仓计划将库存商品在不同的仓库之间进行调拨, 调仓需要花费一定的时间周期来完成。可对库存商品进行清仓促销抛售以盘活资金

##### (1) 库存清单

查看商品在各个仓库详细的库存数量等信息。

##### (2) 保税区仓库租赁

可租赁多个仓库, 选择合适的保税区仓库进行租赁。

### (3) 提货

向仓库申请提货，将商品送至租赁的保税区仓库。

### (七) 订单处理

查看订单最晚交付时间，安排订单处理，将商品从签订采购合同开始到保税区仓库发货全流程的销售策略。

### (八) 财务管理

#### 1、资金

查询当前回合所有支出和收入的项目明细及可使用资金。

#### 2、贷款

可通过银行贷款进行融资。

### (七) 运营结果分析

运营结果数据在每天动态产生，反映截止到当前，一段时间的决策质量和成果。选手需要通过挖掘提取订单、利润、库存三大类运营结果的关键数据，结合市场快讯、仓储物流及海外仓信息、亚马逊电商平台的政策等进行深入分析，制定运营战略及决策。

#### 1、库存分析

##### (1) 库存清单

查询过往回合的商品在保税区仓库的库存明细。

##### (2) 发货信息

分析各个商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等，查看订单的履行情况。

#### 2、订单分析

订单收入包括订单总收入和商品订单收入。具体包括每日的订单



数量、销售商品的收入、运费以及订单总额，统计并分析公司在亚马逊电商平台的总体销售业绩。

### 3、收支分析

从利润层面分析跨境电商公司的运营情况，包括营业收入、销售利润和单个商品销售利润，通过运营过程中的具体收入、成本、毛利以及毛利率，分析盈利或亏损的原因。

净现金流=赛终库存现金-初始库存现金

### 4、库存分析

#### （1）库存清单

查询过往回合的商品库存情况,包括国内/外仓的库存明细。

#### （2）发货信息

分析各个商品发货情况，包括订单的产生时间、最迟发货时间、订单数量、对应的出库地点、物流方式和实际发货时间等，查看订单的履行情况。