



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

跨境电子商务商家风险防控指南

Guidelines of risk prevention and control for cross-border e-commerce
merchants

（征求意见稿）

（本草案完成时间：2025/2/13）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

国家市场监督管理总局
中国国家标准化管理委员会

发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本原则 2

5 基础保障 2

6 跨境电子商务商家潜在风险因素 3

7 跨境电子商务商家风险防控过程 3

8 持续改进 6

附录 A（资料性） 跨境电商知识产权侵权风险防控示例 7

参考文献 10

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由全国电子商务质量管理标准化技术委员会（SAC/TC 563）提出并归口。

本文件起草单位：深圳市标准技术研究院（深圳市物品编码所）、深圳市众信电子商务交易保障促进中心等。

本文件主要起草人：。

跨境电子商务商家风险防控指南

1 范围

本文件给出了跨境电子商务商家风险防控的基本原则，提供了基础保障、跨境电子商务商家潜在风险因素、跨境电子商务商家风险防控过程、持续改进等方面的指南。

本文件适用于跨境电子商务商家对跨境电子商务经营过程中的风险进行防控。

2 规范性引用文件

下列文件的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 24353 风险管理 指南

GB/T 38652 电子商务业务术语

3 术语和定义

GB/T 24353 和 GB/T 38652 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

跨境电子商务 cross-border e-commerce

分属不同关境的交易主体，通过互联网达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的经营活动。

[来源：GB/T 38652，3.6]

3.2

商家 merchant

通过跨境电子商务平台、自建网站、其他网络服务等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的企业类型的卖家。

[来源：GB/T 38652，4.6]

3.3

风险 risk

不确定性对目标的影响。

注1：影响是指偏离预期，偏离可以是正面的和/或负面的，可能带来机会和威胁。

注2：目标可有不同维度和类型，可应用在不同层级。

注3：通常风险可以用风险源、潜在事件及其后果和可能性来描述。

[来源：GB/T 24353，3.1]

3.4

风险防控 risk prevention and control

实施风险管理措施以预防、减轻或降低风险负面后果的频率或严重程度的行动。

4 基本原则

4.1 可行性

跨境电子商务商家需根据自身经营状况选择可行的风险防控方法，采取具有可操作性的措施。

4.2 主动性

跨境电子商务商家要树立风险防范意识，主动开展风险防控，提前规避风险事件对自身的影响。

4.3 持续性

跨境电子商务商家需持续关注风险事件发展，根据内外部风险因素变化对风险防控措施进行持续性改进。

5 基础保障

5.1 组织保障

跨境电子商务商家宜建立风险防控组织体系，成立专门的风险防控管理部门，以便为风险防控战略落实提供保障。

5.2 制度保障

跨境电子商务商家可参考GB/T 24353构建风险防控制度。相关制度包括但不限于：

- a) 风险防控战略制度，如战略目标、工作原则等；
- b) 风险防控组织制度，如风险策略制度、风险报告制度、风险控制制度、风险改进制度等；
- c) 风险防控执行机制，如工作流程、实施步骤、内控管理、监督与记录等制度；
- d) 其他管理制度，如与风险防控相关的奖惩制度等。

5.3 资源保障

5.3.1 人员保障

跨境电子商务风险防控专兼职人员为开展具体的风险防控工作提供基础保障。工作人员的职责包括但不限于：

- 制定跨境电子商务风险相关规程、实施方案、检查及改进措施等；
- 开展风险防控研究、实施、检查、改进；
- 实施风险应对处理；
- 开展风险防控培训；
- 内外部资源协调等。

5.3.2 其他保障

跨境电子商务风险防控其他资源支持包括但不限于：

- 跨境电子商务风险防控专项资金；
- 必要的软硬件设备；
- 跨境电子商务相关的律师等资源；
- 教育和培训资源；
- 其他有必要的资源支持。

6 跨境电子商务商家潜在风险因素

跨境电子商务商家潜在风险类别包括宏观环境风险、组织管理风险、产品风险、运营管理风险和其他风险，具体风险因素见表1。

表 1 跨境电子商务商家潜在风险因素

序号	风险类别	风险因素	说明
1	宏观环境风险	政策与法律风险	违反贸易、关税、消费者保护、知识产权保护等方面法律法规所导致的风险
2		贸易环境风险	贸易保护主义、宗教文化、产品准入规则变化等因素带来的风险
3		市场与竞争风险	目标市场供需变化、企业间竞争带来的企业转型风险、囤货滞销风险等
4	组织管理风险	员工管理风险	员工技能不足、合规意识不强，人才流失或劳动纠纷等带来的风险
5		服务商风险	合作的服务商出现违规行为、失联、卷款携逃等导致的风险
6		制度建设风险	未建立完善的经营策略、安全保障制度等导致的风险
7	产品风险	产品质量风险	未取得进出口许可证、不符合目标市场认证要求带来的风险
8		产品信息风险	产品信息不合规带来的风险，如虚报错报产品信息、产品标签或说明书未按照目标市场的要求标注等
9	运营管理风险	运营合规风险	商家行为违反平台规则、现行法律法规带来的封号、下架、处罚等一系列风险，如侵犯消费者个人隐私、销售的商品被判定侵犯知识产权、被判定刷单炒信、发布的广告违反平台广告政策等
10		物流风险	前端运输、尾端配送、仓储等货物流转过程中产生的货损、丢件、交付延迟、转运及仓储成本上升等风险
11		通关风险	跨境通关、清关过程中，由于不符合海关政策要求导致货物扣押或延误风险
12		货品供应风险	供应商交货延迟、原材料短缺、发货补货不及时等导致的货品供应中断风险
13		支付结算风险	支付及结算过程中出现的风险，如技术故障导致的交易金额流失或交易中断风险、跨境结算周期长导致的资金风险、汇率波动导致的利润缩水风险
14		售后管理风险	退货、换货、返修等售后问题带来的风险，如返修流程复杂、退货成本高等
15		税务风险	税务申报不合规导致的无法顺利退税或者无法合规纳税风险
16		信息安全风险	交易网站遭到攻击、系统崩溃等导致的信息被窃取、篡改等安全风险
17	其他风险	其他风险	其他跨境电子商务商家面临的风险，如自然灾害、战争、暴动、罢工等不可抗力带来的风险

7 跨境电子商务商家风险防控过程

7.1 风险信息采集

7.1.1 概述

跨境电子商务商家可根据潜在风险因素，对风险资讯进行采集，包括可能导致风险的来源信息、已发生的风险事件、潜在的风险资讯等。

7.1.2 采集原则

跨境电子商务商家根据自身运营需要采集风险资讯，宜考虑以下原则：

- a) 时效性原则。及时采集最新信息，保证风险信息的时效性；
- b) 客观性原则。尽量采集客观的信息，避免带有主观观点的信息；
- c) 广泛性原则。力求信息内容全面，从多个渠道采集信息。

7.1.3 信息来源

风险信息来源包括但不限于：

- 跨境电商专业资讯平台；
- 跨境电商相关行业组织；
- 跨境电商平台；
- 商家内部；
- 其他商家；
- 政府监管部门。

7.2 风险识别

7.2.1 概述

跨境电子商务商家采集风险信息后，对风险信息进行分析研判，识别潜在风险，并形成风险预警信息。

7.2.2 识别方法

跨境电子商务商家开展风险识别，要确保具备适宜的能力和經驗，以便认识和识别风险信息及其影响。跨境电子商务商家风险识别的方法，包括但不限于：

- 跨境电商流程分析法：列举跨境电商交易中各环节流程，将风险信息与各环节中可能出现的安全风险进行对比分析；
- 排查法：通过询问与交流、检查、审查、观察等方法排查风险信息；
- 类比法：利用相同或相似的已发生案例、相关风险统计资料、重点风险资讯等进行类推、分析认定；
- 法规、标准对比法：根据风险信息涉及的法律法规、标准要求对比识别商家在跨境经营活动中的风险。

7.2.3 风险预警

经风险识别后，确定为商家潜在风险的，则发布风险预警。风险预警信息宜包含：

- 风险范围；
- 风险内容；
- 风险信息来源；
- 识别方法；
- 预警原因；
- 预计后果；
- 其他相关信息。

7.3 风险评估

7.3.1 评估总则

跨境电子商务商家在充分理解风险预警信息的基础上，及时开展风险评估。

风险评估包括风险发生可能性评估和后果影响程度评估。
风险评估尽量使用现有可获取的合理可信的科学信息，并确保信息的可靠、相关、适用和及时。
使用定性、定量或两者相结合的方式开展评估，当可获得适宜数据信息时宜优先考虑定量评估方法。

7.3.2 评估等级

风险评估可根据风险发生可能性和后果影响程度分为低风险、中风险、高风险等不同等级。风险等级描述和示例见表2。

表2 风险等级描述与示例

风险等级	描述	示例
低风险	发生的可能性小,对商家经营活动的损害和影响较轻	包括但不限于： ——低成本物流导致时效性差； ——通关效率低下； ——平台规则变化促使商家调整运营策略； ——产品供应同质化导致利润下降； ——遭遇顾客投诉。
中风险	有一定的风险事件发生可能性,造成较大的财产损失,对商家经营活动的影响较大	包括但不限于： ——市场预测失误造成囤货滞销； ——商品不符合目的市场准入规则遭遇下架或罚款； ——由于运输距离过长导致货物缺损、丢件，失去海外客户的信任； ——跨境结算成本上涨或不能按时结汇导致损失。
高风险	风险事件发生的可能性极大,经常发生伤害事件，造成重大财产损失,对商家经营活动造成重大影响	包括但不限于： ——违反目的国法律或发违反海关政策遭遇处罚； ——入驻平台关停导致商家重大损失； ——违反平台规则遭遇大批账号被封； ——选品不当，产品质量出现问题； ——产品侵权导致强制关店。
注：跨境电子商务商家可根据自身经营和风险控制的需要，细化风险等级。		

7.4 风险控制

7.4.1 概述

跨境电子商务商家可根据不同风险类型,对不同等级的风险采取相应措施,将风险控制在商家可承受的范围。级别高的风险宜优先采取控制措施予以应对，等级越高，优先级越高。
跨境电子商务商家风险的应对会涉及其他主体,商家除了在自身经营活动范围内开展风险应对，还宜考虑与跨境电子商务多元主体共同应对,强化各方的互动互助与沟通,共同控制和承担风险。

7.4.2 控制方法

跨境电子商务商家可根据经营过程的需要，在不同阶段采取不同的方法控制风险。风险控制可参考以下方法：

- 建立制度：根据相关的法律法规、标准、认证等建立内部工作制度；
- 配置资源：设立或调整相应的资源以避免风险；
- 制定预案：事先制定风险应对的计划、财务安排和应急措施；
- 提供培训：对关键岗位人员进行相关培训，提高风险防控能力；
- 其他。

跨境电子商务商家针对不同的风险类型可综合运用不同方法，采取具体的风险防控措施。

附录A以知识产权侵权风险为例，给出了具体的风险防控示例。

8 持续改进

8.1 概述

跨境电子商务商家宜对风险防控过程进行不断检查和改进，以实现有效防控风险的目标。

可通过常规检查、专项检查、监控已知风险等方式开展持续改进活动。

8.2 改进内容

在检查和改进过程中，需要关注已实施的过程、内部和外部的环境及风险因素的变化等。持续改进的相关内容包括但不限于：

- 监测、分析风险类型和风险因素的变化、发展趋势；
- 根据商家内部结构变化、事项决定、内外部政策法规等更新风险防控方案；
- 跟踪了解在不采取新措施的情况下可以接受的风险后果；
- 监督并记录风险事件发生到解决的过程；
- 发现新的风险，在需要时根据情况做相应处理。

附 录 A
(资料性)

跨境电子商务知识产权侵权风险防控示例

A.1 风险信息采集

跨境电子商务商家及时关注风险信息来源，采集跨境电商知识产权相关风险信息。通常涉及知识产权侵权的风险信息包括但不限于：

- 跨境电子商务平台关于知识产权的规则；
- 跨境电商侵权实例或案件；
- 跨境电子商务平台下架的侵权产品公示；
- 相关报告对于特定产品侵权的预警；
- 海关查获侵权产品新闻、公告；
- 品牌、知识产权所有者提起侵权诉讼的信息；
- 企业、品牌等提起侵权调查申请的信息；
- 国际市场关于知识产权保护的法律法规、政策措施等。

A.2 风险识别

A.2.1 风险识别常用方法

跨境电子商务商家识别知识产权侵权风险时，采用下列方法：

- 法规、标准对比法：根据跨境电子商务平台关于知识产权的规则，比对经营的产品是否满足知识产权要求；
- 类比法：根据跨境电商侵权实例或案件分析自身经营是否存在相似的侵权风险；
- 排查法：通过检查自身经营的产品，排查是否存在跨境电子商务平台下架的侵权产品或相关报告发出侵权预警的产品。

A.2.2 风险预警

跨境电子商务商家常见的知识产权侵权风险预警包括经营产品未取得知识产权、经营产品的知识产权证明不完整、经营的同款产品已因侵权遭到下架、经营产品描述存在侵权信息等。

风险预警信息根据具体风险内容可包含信息来源、识别方法、预警原因、预计后果等相关信息，以便开展风险评估及风险控制。

A.3 风险评估

跨境电子商务经营中，知识产权侵权通常会导致链接失效、产品下架、知识产权诉讼、责任赔偿等后果。

商家可根据自身情况确定风险等级，通常知识产权侵权风险属于中高级风险，需积极防范和应对。

A.4 风险控制

A.4.1 进出口前风险控制措施

A. 4. 1. 1 获得知识产权相关证明

商家在选品时关注产品的知识产权情况，认真核查并保留商品/服务的供应商注册备案信息、知识产权权属证明文件，最大限度降低经营的商品/服务的知识产权侵权风险。知识产权权属证明文件包括但不限于：

- 签订的知识产权合同；
- 知识产权证书，包括专利证书、版权权属证书、商标权证书等；
- 经授权的，需保留品牌授权书或体现品牌、型号或款式信息的授权销售证明，授权链应以商标持有人为源头，不能中断；
- 体现品牌、型号或款式信息的质检报告或者商品质量合格的证明文件；
- 体现品牌、型号或款式信息的采购证明、收发货证明；
- 进口商品需提供海关报关单及与质量相关的检验证书；
- 承诺书，证明对所提供材料的真实性、有效性负责；
- 其他证明材料。

A. 4. 1. 2 知识产权调查

商家可自行或聘请专业机构对商品的知识产权信息进行全面细致调查，充分了解目标市场同类商品主要竞争者及其知识产权布局情况，避免潜在侵权风险。

A. 4. 1. 3 获得转让/许可

当发现存在知识产权侵权风险时，商家宜积极与相关权利人签订专利、商标、版权的转让或授权许可使用协议，明确知识产权权属、权利义务和侵权责任等内容。

A. 4. 1. 4 侵权规避

商家如发现有侵权可能，可采取如下控制措施：

- 对商标标识进行变形处理以避免侵犯商标权；
- 停止经营涉嫌侵权的商品；
- 删除可能侵权的商品信息描述及参数语句、图片、背景音乐，上传自己创建的图片或文本，或注明已获得版权使用资格；
- 在说明产品与另一个品牌的产品的兼容性时，只用相关品牌的名称，不使用相关品牌的商标。

A. 4. 1. 5 海关备案

商家可根据自身情况，将拥有的已在目标市场注册的商标、版权、专利技术等知识产权及时向目标市场边境执法部门申请知识产权备案。

A. 4. 1. 6 不侵权证明

进入目标市场前，可聘请当地律师等专业人员对出口商品在当地出售是否具有知识产权风险出具意见书。

A. 4. 1. 7 自身权利保护

跨境电子商务商家可通过以下控制措施来保护自身知识产权，包括但不限于：

- 了解目标市场知识产权注册流程，及时将与商品相关的发明创造、外观设计、商标申请为授权专利和注册商标；
- 及时将商品相关的图片、文字、音乐等作品以技术加密、保留底稿及原件、加盖时间戳、及时

申请版权登记或加入当地电商平台版权保护计划等方式来获得保护；
——在进行商品/服务宣传推广策划或进行商标、版权登记时，宜遵守境外目标市场的法律法规，并充分考虑目标市场的文化、风俗习惯，合理设计图案、文字等，提高知识产权的申请通过率。

A. 4. 2 进出口后风险控制措施

A. 4. 2. 1 合规经营

商家宜研究、遵守目标市场知识产权法律法规条款及电子商务平台知识产权规则，自觉提交并接受平台有关经营者资质、知识产权证明文件等的查验。

A. 4. 2. 2 证据留存

商家宜时刻跟进自身经营活动并注意证据保存，必要时委托目标市场认可的专业技术服务机构有针对性地对知识产权相关数据进行固定和保存。

A. 4. 2. 3 调整策略

商家宜跟踪跨境电子商务知识产权动态，包括法律法规、贸易政策、侵权案件审理等情况，同步调整知识产权风险防范策略。

A. 4. 2. 4 培训指导

商家可加强与政府、行业协会、产业联盟、专业机构的沟通交流，积极参加海外知识产权维权培训，给予员工知识产权保护与管理的指导。

参 考 文 献

- [1] GB/T 27921—2023 风险管理 风险评估技术
 - [2] GB/T 33455—2016 公共事务活动风险管理指南
 - [3] GB/T 24353—2022 风险管理 指南
-