

ICS 61.020

CCS A 10

# 团 体 标 准

T/GTES 12-2025, T/ZSFX 023-2025

## 纺织服装跨境电商运营指南

Guidelines for cross-border e-commerce operations of textiles and apparel

2025-02-28 发布

2025-03-10 实施

广东省纺织工程学会  
中山市纺织工程学会

发布

## 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》给出的规则起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广东省纺织工程学会和中山市纺织工程学会联合提出。

本文件由广东省纺织科技专家技术委员会和中山市纺织工程学会归口。

本文件起草单位：广州番禺职业技术学院、中山市职业教育发展中心、中广测（中山）检测技术有限公司、深圳技术大学、中山市沙溪理工学校、陆河县服装协会、中山市买它网络科技有限公司、广东理工学院、广东省纺织工程学会、港雅防护（中山）有限公司、中山职业技术学院、深圳市布先生服装有限公司、中山市大和企业管理有限公司、广东职业技术学院、中山市纺织工程学会、中山市服装设计师协会。

本文件起草人：田丹丹、肖忠、罗中南、贾鹏、孔维振、卢永辉、杨廷桦、黄明华、冯克江、陈秀梅、郭冬冬、黄欣雯、闵雯、李海钱、唐靖楠、刘周海、陈畅足、陈锦康、陈颖彤、李竹君、刘亮、石金鑫、张杰、许刚、唐铁罗、王颖滢、陈国涛、邱祖怀、周瑞丰、陈杨、包俊朝。

# 纺织服装跨境电商运营指南

## 1 范围

本文件规定了纺织服装跨境电商运营的管理，包括客户服务、市场研究、商品选品、市场推广、订单管理、物流配送、数据分析和平台选择。

本文件适用于纺织服装跨境电商运营的管理。

## 2 规范性引用文件

下列文件中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 18401 国家纺织产品基本安全技术规范

GB/T 38652—2020 电子商务业务术语

GB/T 43291—2023 跨境电子商务海外仓运营管理要求

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件

### 3.1

**跨境电商** *cross-border electronic 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。

## 4 客户服务

在跨境电商平台上，客户服务人员为购买纺织服装类产品的客户提供专业、高效、便捷的服务，其中包括售前咨询、售中交易、售后服务三个环节，以满足客户需求，提升客户购物体验。

### 4.1 客户服务体系

构建完善的客户服务体系，提供多渠道的咨询及售后服务如电话、邮件、平台在线聊天等。

### 4.2 退换货政策

制定明确、合理的退换货政策，保障消费者权益，预防纠纷，减少客户投诉；简化退换货流程，提升客户满意度。

### 4.3 服务人员

跨境电子商务第三方平台、跨境电子商务经营者应配备与销售规模相适应，具有一定跨境电商运营专业知识与能力的工作人员。

#### 4.3.1 服务要求

服务人员应及时响应客户反馈，具有良好的服务态度和商务礼仪；能够借助人工智能技术或翻译工具等与顾客进行书面或口头沟通；熟悉跨境电商平台交易规则，了解不同国家和地区的语言文化、风俗习惯、法律法规以及文化禁忌等；定期参加培训以提升服务专业度。

#### 4.3.2 服务内容

服务人员应当解答客户对商品内容、价格、付款方式、物流等方面问题。面对客户对服务质量的投诉电话或信件等，服务人员应保持真诚态度，满足消费者的服务需求。面对商品质量纠纷，服务人员应及时受理并给予客户相应合理的退换货服务。面对争议时，服务人员应及时了解并核实内容，依据相关法律法规等协调双方达成一致。服务人员应将交易过程中的有效信息进行保留，如出现纠纷，可将其作为证据来帮助解决问题。交易过程中，服务人员应能够及时充分地举证，将相关信息提供给客户进行协调，或者提供给平台帮助裁决。

### 5 市场研究

对跨境电商平台上的各大纺织服装行业进行系统的数据收集、分析和解析，以识别市场趋势、消费者行为、竞争对手动态和潜在商业机会，从而为自身企业的产品开发和升级、品牌建设、营销策略和运营管理提供科学依据。

#### 5.1 市场定位

明确潜在市场，分析消费习惯、法律法规、文化特点及市场规模；开展竞争对手分析，掌握市场内主要参与者及其策略。

### 6 商品选品

在跨境电商平台上，根据现在的市场趋势、消费者需求、物流及供应链的能力和**企业品牌定位**，选择并推出具有市场潜力的纺织服装产品。这其中包括对产品材质、尺码、颜色和风格等要素的挑选和分组，以确保企业自身的产品能够满足目标市场的需求。

#### 6.1 产品要求

纺织服装产品应符合国际及目标市场质量标准，包括材质、工艺等**技术要求**以及法律法规要求。在中国境内生产和销售的纺织服装产品应符合 GB 18401 的标准要求；销往目的国的纺织服装产品应符合目的国的标准要求，请关注法律法规的实时变化情况。产品的设计应符合知识产权的要求，不得抄袭、仿制其他品牌。

注：附录A列出了部分国家行业的常见法规。

#### 6.2 尺码规范

提供清晰的尺码标识，遵循不同市场的尺寸标准，以确保产品适合消费者。

#### 6.3 供应链管理

##### 6.3.1 供应商选择

对供应商的生产能力、质量控制流程及交货能力进行评估。甄选并与具有资质的供应商建立合作关系，确保产品的及时供给及质量稳定。

### 6.3.2 流程优化

确保原材料采购、生产加工及成品发货全过程的高效运转。定期监测供应链，及时识别和解决潜在问题，如生产延误、库存积压等。

### 6.3.3 库存管理

建立动态库存管理机制，以适应市场需求波动，避免缺货或库存过剩现象。考虑采用预测工具，通过分析历史销售数据及市场动态，优化库存水平。

## 7 市场推广

通过各种营销策略和网络平台，结合当今流行和传统的销售方式，向目标消费者宣传和推广企业自身的纺织服装产品，以增加品牌知名度、吸引潜在市场的客户，提升产品销售额和市场份额。不得虚假宣传。

### 7.1 品牌建设

加强品牌宣传，塑造品牌形象与理念，提升市场认知度。利用社交媒体、博客及意见领袖（KOL）营销等多元渠道，扩大品牌影响力。

### 7.2 促销活动

制定合理的促销策略，结合节假日或重大活动进行营销推广，促进消费；促销活动应符合平台运营规则。

## 8 订单管理

在跨境电商平台上，对顾客订单的接收、处理、跟踪和完成一系列活动的系统管理。这其中包括从顾客下单、支付处理、订单审核、库存分配及打包、物流安排、运输跟踪到退换货的全过程。

### 8.1 订单接收与确认

通过电商平台或自建网站实时接收客户的订单信息。系统自动生成唯一订单号，用于跟踪和管理。及时审核订单信息，包括商品、数量、地址和支付状态。若发现订单信息不完整或有误，及时联系客户进行确认和修改。

### 8.2 支付处理

提供多种支付方式，满足不同国家与地区消费者偏好的需求。支付方式包括但不限于：信用卡、第三方支付平台、银行转账、信用证等，具体情况需参考跨境电商平台支付规则以及特定市场情况。

#### 8.2.1 支付安全措施

确保支付流程保障客户支付信息的安全性。定期进行安全检查，防止支付信息泄露和网络攻击。提供客户常见支付问题的解答与帮助指南，增强客户的信任感。

## 8.2.2 报表与对账

定期生成交易报表，核对支付信息与订单数据，确保记录的准确性。建立完善的财务对账流程，及时处理退款、退货交易。

## 8.3 包装

纺织服装的包装材料应选择环保、耐用的包装材料，避免使用不可降解物质。根据物流运输方式，选择合适包装。包装应符合对纺织服装产品的保护，符合物流包装要求，增加安全标识、防潮标识等。包装标识及材料使用应符合目的国的相关政策要求。

### 8.3.1 包装设计

显示品牌标识和商品标签，确保信息清晰易识别。标签包括商品成分、洗护说明等，材料应耐磨且不易脱落。包装尺寸合理，以节省资源并提高运输效率。

### 8.3.2 包装质量

进行质量检查和材料测试，确保包装安全有效；培训包装人员，制定标准化流程以提高效率。

## 9 物流配送

为确保跨境电子商务平台上的纺织服装产品从卖家到买家之间安全、准时、高效的转移，所涉及的一系列物流运作管理包括但不限于仓储管理、包装、运输、清关以及退换货处理等环节。

### 9.1 对接

跨境电子商务运营平台应具有与电子商务交易相适应的基本功能，如为国际物流、快递等企业与产业园进行业务对接。

### 9.2 物流

跨境电子商务平台的物流方式主要有国际快递、航空货运、海运、邮政小包、第三方物流、跨境电商专线、直邮、集运服务、自建物流服务等。

#### 9.2.1 国际快递

国际快递的特点是速度快，服务全面，提供门到门的配送。适合对时效要求高、价值较高的纺织服装商品。国际快递通常提供快速的物流解决方案，一般在3到7个工作日内完成配送，适合急需货物的情况下使用。成本较高，服务质量和时效性较好。

#### 9.2.2 航空货运

通过货运航空公司运输，适合大宗货物的快速运输。相对成本较高，对重量和体积有限制。

#### 9.2.3 海运

适合大宗商品的运输，通常通过集装箱进行，时效较慢，一般需数周。成本相对低廉，适合大批量的低价值商品。运输时间较长，且受天气和港口拥堵影响。

#### 9.2.4 邮政小包

主要是通过各国邮政系统进行配送，如中国邮政小包、ePacket等，运费相对较低，适合低价值商品。通常需要10天到数周不等的時間，时效较慢，但在某些市场上受欢迎。

### 9.2.5 第三方物流

电商企业选择与第三方物流公司合作来处理发货和配送的复杂性。可以提供仓储、订单处理以及配送等综合服务，帮助跨境电商企业优化物流管理。

### 9.2.6 跨境电商专线

针对特定市场或国家设计的专门物流渠道，通常采用直达运输方式。时效性较好，成本相对适中，适合电商平台批量发货。可用性受限于特定线路，可能不适合所有目的地。

### 9.2.7 直邮

商家直接将商品从发货地寄送到消费者手中，通常采用国际快递或邮政。简化了中间环节，但可能存在关税和清关问题，费用较高。

### 9.2.8 集运服务

通过集运公司，多个商家或顾客的包裹可以集中到一个地点，由集运服务统一发货到目的地。减少了每个包裹的物流成本，适合小型商家。

### 9.2.9 自建物流服务

一些大型电商平台选择自建物流网络，采用直营模式，能够更好地控制成本与时效。这通常需要较高的投资和复杂的运营管理。

## 9.3 清关

清关是指商品在跨境电商平台交易中，经过海关进行的检查和审核过程。这一过程确保商品符合进口国的法律法规，并且所有应缴纳的关税和税费得以支付。

### 9.3.1 法规与要求

不同国家对纺织服装产品的关税税率各不相同，需要提前了解。某些国家对特定类型的纺织品可能有配额限制。关注目标市场的合规标准，例如纺织品成分标识、产品安全标准等。跨境电商环境和法规可能发生变化，需及时更新相关知识以避免违反法律。

### 9.3.2 提交文件

确保所有文件的真实、准确和一致性。常见单证如下：

- 1) 商业发票：包括产品描述、数量、单价、总价等信息。
  - 2) 装箱单：详细列出货物的包装情况。
  - 3) 进口许可证：某些国家可能要求进口许可证。
  - 4) 运输文件：如提单、运单等。
  - 5) 原产地证明：需要提供以确保符合优惠关税政策。
- 以及配合提交海关需要的其他单证。

### 9.3.3 商品分类

使用合适的商品编码（HS编码），确保商品分类正确，符合关税和合规要求。

#### 9.3.4 关税和增值税

根据目的国规定支付相应的关税、增值税或其他税费，税率因国家和商品类别而异。

### 10 数据分析

对跨境电商业务中涉及的纺织服装产品的销售量、市场需求、客户行为，物流和供应链调整等各方面的数据进行收集、处理、解析和评估，以提取有价值的信息来支持优化运营策略、增强顾客对品牌的粘性等。这其中包括但不限于对市场发展趋势的分析、产品表现的评价、不同类群的客户细分、库存管理的优化，销售及价格策略的调整、物流运输速度的提升等。

#### 10.1 服务质量

应定期收集来自顾客、电子商务企业对服务质量和产品等评价，并对这些评价进行分析，以优化运营策略，改进服务质量。

### 11 平台选择

根据主营类目的、供应链及资金实力分析各平台特点，选择合适的跨境电商平台。

#### 11.1 平台评估

选择适合的跨境电商平台进行产品销售。对平台的流量、手续费、物流支持及客户服务进行综合评估。

**附录 A**  
**(资料性)**  
**部分国家的相关标准及法律法规**

部分国外主要国家的相关标准及法律法规，以美国、欧洲和日本为例。

**A.1. 欧洲**

(1) REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) 法规：欧盟法规，确保产品中不含对人体健康有害的化学物质。

(2) PPE个人防护用品认证：对于具有防护功能的纺织品，如防护服、防护手套等，出口欧洲时需要符合个人防护用品 (PPE) 的法规要求。

(3) Green Button认证：德国联邦经济合作与发展部推出的可持续纺织品徽章，推动纺织品生产过程中的人类和环境保护。

(4) OEKOTEX® STANDARD 100：通用的独立认证体系，针对所有加工环节的纺织品原材料、半成品和成品以及所有辅料进行有害物质检测。

**A.2. 美国**

(1) American Association of Textile Chemists and Colorists (AATCC) 美国纺织化学家和染料师协会：提供了关于纺织品的测试标准和方法，涵盖了染色、整理、材料性能等各个方面。

(2) Care Labeling of Textile Wearing Apparel & Certain Piece Goods：包含纺织穿着服装及某些片装商品的常规护理标签要求。

(3) Flammable Fabrics Act (FFA)：涉及易燃织物法案，对织物的燃烧性能有要求。

(4) Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA)：消费者产品安全改进法案，对儿童产品中的铅和邻苯二甲酸盐含量有限制。

(5) ASTM Textiles Standards：美国材料与试验协会的纺织品标准，包括多种产品类别，部分法规可能通过引用这些标准使其成为强制性要求。

**A.2. 日本**

(1) 《JIS L 0001：2014纺织品的洗涤维护标签标识》

(2) 《关于部分修改化学物质评估及制造法律施行令的政令》

以上是出口到这些国家和地区时需要参照的主要纺织服装产品质量标准。遵守这些标准有助于确保产品符合目标市场的法规要求，并保护消费者的健康与安全。