

# 国际经贸背景下我国跨境电商发展的挑战

王丛丛

对外经济贸易大学国际经济贸易学院, 中国·北京 100029

**【摘要】**跨境电商具有全球性、无形性与匿名性等特征, 在进行交易的过程中, 存在着物流较慢、供应链不稳定、品牌建设难度高、贸易摩擦影响大等挑战, 不利于跨境电商积极发展。结合跨境电商实际的工作情况, 从五个方面提出加强品牌建设、提升物流运输效率、注重对各类凭证的收集等应对对策, 希望能够推动跨境电商快速发展, 增强其经营水平。

**【关键词】**国际经贸; 跨境电商发展; 挑战; 电子商务

## The Development Challenges of Cross-Border E-Commerce in China Under the Background of International Economy and Trade

Wang Congcong

School of International Business and Economics, University of International Business and Economics

[Abstract] Cross-border e-commerce has the characteristics of global, invisible and anonymous. In the process of trading, there are challenges such as slow logistics, unstable supply chain, high difficulty in brand building, and great impact of trade frictions, which are not conducive to the positive development of cross-border e-commerce. Combined with the actual work situation of cross-border e-commerce, this paper puts forward countermeasures from five aspects, such as strengthening brand building, improving logistics and transportation efficiency, and paying attention to the collection of all kinds of vouchers, hoping to promote the rapid development of cross-border e-commerce and enhance its operation level.

[Keywords] International economy and trade; Cross-border e-commerce development; Challenges; The electronic commerce

### 前言

随着互联网技术创新, 网络购物成为全球范围内十分普遍的消费习惯。跨境电商通过开放的全球贸易平台, 实现生产、服务、物流等环节的全球经济链。我国的跨境电商起步虽然相对较晚, 但是发展速度十分快, 逐步转变成品牌化、多渠道、规模化的交易模式。就目前而言, 跨境电商所面临的挑战较多, 因此, 应当深入分析跨境电商的实际经营状况, 明确影响发展的因素, 进而从多个角度、多个领域推动跨境电商的发展。

### 1 跨境电商的特征

#### 1.1 全球性特征

跨境电商的内涵较为广泛, 在全球任何一个国家和地区, 都能够进行跨境电商活动。所以, 跨境电商具有较强的全球性, 并不具备中心化特征。相比传统的跨境商贸, 跨境电商不会受到地域和时间的限制, 只需要将交通运输方面的问题解决, 就能够成功完成交易。但是同时, 跨境电商也需要注意物流的速度与安全性, 将商品完好送到客户手中<sup>[1]</sup>。电子商务模式之下的企业可以通过互联网推广自身产品, 不但能够节约线下实体店所需要的成本, 也能够提高交易的效率。在跨境电商的支撑下, 消费者仅需要从多个同类产品之中考虑性价比, 具有更高的可选择性。

#### 1.2 无形性特征

电子商务具有较强的无形性特征, 尤其是交易的内容并不局限在实物, 还包含虚拟产品与特定服务。在这之中, 虚拟产品之中包括电子游戏中的道具与虚拟货币等等。跨境电商利用互联网平台, 可以对其他国家的客户售卖虚拟产品, 提供相应的服务, 满足消费者的需求<sup>[2]</sup>。在这种状况下, 无实物的交易具有明显的无形性特征。同时, 消费者也可以通过互联网

平台寻找可以上门提供维修、安装等服务的电商, 在进行支付, 确定上门时间后, 工作人员就会上门提供服务, 不但较为便利, 而且会提升服务质量。

#### 1.3 匿名性特征

全球性特征使跨境电商具有一定的隐匿能力, 具体地理位置无法被确认, 电子商务用户的身份也无法被识别。在这种状况下, 跨境电商的匿名性较强。我国电商监管法律法规正在逐步完善, 尤其是对买家与卖家的信息要求较为严格, 需要双方实名制进行交易, 以保障交易双方的信息具有真实性<sup>[3]</sup>。但是跨境电商与普通点上存在着较大的差异, 第一, 某一国家的监管法律法规仅能够对国家内部的电商用户进行规范, 对境外相关人员的约束能力相对较弱。第二, 由于国家与国家之间的差异相对较大, 会出现跨境电商在进行交易的过程中主动隐藏个人信息的情况。所以, 跨境电商的交易常常在匿名的状况下完成。

## 2 国际经贸背景下我国跨境电商发展的挑战

### 2.1 贸易摩擦影响经营利润

就当下而言, 世界经济格局不够稳定, 利益分配不够均衡, 导致贸易保护主义较为严重, 出现较为频繁的贸易争端, 而且所产生的问题愈发复杂。并且, 随着国家政策的变化, 关税壁垒的改变, 会使跨境电商的供应链布局完全改变, 不利于其积极健康发展。另外, 中美贸易摩擦的情况较为严重, 且成为国际焦点, 再加上对我国进口商品的大规模征税情况, 为中美方面的跨境电商带来十分多的不确定性。商品价格飙升较为严重, 会使我国产品出口美国的难度提升, 进而增高交易成本, 使跨境电商与出口企业的销售受到阻碍, 利润大大降低。在这种状况下, 跨境电商的供应链存在混乱风险, 甚至一些供应链不稳定的跨境电商会存在供应链断裂的问题。

## 2.2 品牌建设难度过高

就目前的跨境电商经营环境来看,只有发挥出品牌的作用,才能够有效提升产品的销售利润。许多平台上的企业都更加关注品牌建设,试图通过品牌溢价来提升产品的价值与企业能够创造价值的能力。而且,消费者在丰富的产品选项之中,更加强调产品的质量,跨境电商所产出的产品质量越高,品牌价值越高,就会越受到消费者的喜爱,如果跨境电商仅仅通过低价走量的方式销售,将会失去竞争优势。就当前而言,我国所建立起来的跨境电商品牌数量相对较小,而且品牌的影响力相对较差,另外,许多产品依然具有较强的局限性,处于加工阶段,附加值较高的产品数量较少。再加上大多数跨境电商对品牌建设的重视程度不足,意识较为薄弱,导致跨境电商的品牌建设难度较大,品牌建设能力不足,无法大范围传播商品。

## 2.3 供应链物流存在问题

跨境电商之间的竞争不仅包含前端销售,同样也包括后端的供应链竞争。与国内电商相比较,跨境电商的供应链覆盖范围更广,流程更多,包含采购、物流、清关、支付与售后等必要工作,而且各个环节之间需要进行密切配合,如果存在环节问题,将会大大影响跨境电商的发展。采购之中的成本与品控工作由于跨境的因素存在较多问题,不但缺少实效性,而且合规性与安全性会受到较强的影响,导致跨境电商的供应链较为混乱。在跨境电商发展的过程中,对发展起到制约的要素往往是物流,不但物流费用相对较贵,而且物流的时间比较长。跨境电商所形成的市场较为新型,不仅仅会受到行业发展程度与城市建设具体程度的影响,而且会存在清关与配送问题。在此状况下,物流的效率受到极大的影响。虽然一些企业会选择建立海外仓储,但是所需要支付的成本过高,管理难度无法下降,信息化服务能力也存在较大差异。

## 3 国际经贸背景下我国跨境电商的发展策略

### 3.1 抓住机遇提升跨境电商优势

我国跨境电商想要加快发展,需要较为安全积极的环境。对此,需要更加良好的处理我国与其他大国的经济贸易关系,比如美国、欧盟、东盟等。这些地区是我国跨境电商经营的关键领域,只有打开视野,更加开放的对外扩展,才能够得到一定的市场优势。在我国跨境电商发展的过程中,外部空间的大小会在一定程度上影响发展质量,因此,需要加强推进区域经济合作,加强多边贸易体制建设,使跨境电商能够在更加有利的环境下完善全球自由贸易机制。而且,需要跨境电商针对贸易摩擦制定出完善的应对对策,不但需要提升合法合规的意识,增强自端应对摩擦的能力,而且也需要更为妥善的解决已经存在的摩擦,保护贸易摩擦可以产生一定的优势,提升跨境电商的经营效益,促使跨境电商可以抓住机遇,提升发展活力。

### 3.2 加强跨境电商品牌建设

跨境电商需要加强品牌建设,只有立足于消费者的视角,把用户流转向品牌价值,才能够有效提升对客户的吸引力。对此,跨境电商需要更加重视品牌建设,营造出属于自身的品牌特征,使品牌的知名度逐渐提升,比如,跨境电商可以与国内外的知名品牌进行合作,通过合作提升自身的品牌效应。另外,跨境电商需要建立起完善的具有功能性价值与精神性价值的产品基础,对客户进行有效分类,划分出高端客户与中端用户,针

对不同的客户进行针对性较强的个性化服务,使客户粘性有所提升。而且,跨境电商可以采取营销的方式提升产品的知名度,加强品牌多渠道传播,使品牌的白牌率逐步降低,增强消费者对品牌的认同感,进而更加信任品牌。在这种情况下,知名度会逐渐提升,品牌优势也会逐步建立起来。

### 3.3 注重提升物流运输效率

物流的效率是跨境电商经营之中最为主要的一环,能够凭借物流的快速与安全得到消费者的认同与信任,无论是物流的实效性还是可能存在的包裹纠纷,都可能成为评判物流质量的要素。供应链的完整可以保障物流运输的整体效率,只有跨境电商大力提升供应链的完整性,才能够有效增强物流的准确性与时效性。第一,跨境电商可以通过建立海外仓储的方式加强服务质量,保障物流运输速度加快,提高仓储的作用,保障与当地资源的高度对接。第二,跨境电商需要注重建立智慧仓储管理系统,完善全自动分拣系统,引进先进的分拣设备与智能终端,通过多个智能设备结合,提高海外仓储的整体工作效率。而且,也可以利用海外仓储系统的分析能力对客户进行分类,进而更加便捷的配送商品,保障配送方案为最佳,提升销售额数、售后服务质量与维修能力,增强消费者的认同度。

### 3.4 探索疫情大环境中的机遇

虽然疫情为跨境电商带来较大的挑战与考验,但是跨境电商也可以从中找到较大的发展机遇。首先,应当积极发现市场之中存在的机会,发现特定区域市场中可能存在的机遇,加强对未来消费模式的分析,能够为跨境电商创造出更加广阔的发展空间。其次,跨境电商需要结合自身的优势,强化线上购买的便捷性,对海外消费进行引导与刺激,使其更加信任线上电商,而且,跨境电商也可以加强跨境电商整合的力度,保障企业整体运行能力进一步提升。在这样的状况下,跨境电商能够抓住更大的机遇,尤其是在疫情形势逐渐转好的当下,跨境电商的风险也会随之而降低,发展空间进一步加大,把控消费者的需求与心理,扩大销售范围。

## 4 结语

综上所述,跨境电商受到我国政策支持,在国际市场之中占据优势地位,发展前景较好,虽然起步较晚,但是已经得到一定的成绩。就目前而言,只有跨境电商更加注重品牌建设,从贸易摩擦之中寻找机会,提高物流运输的便捷性与安全性,保障供应链稳定,才能够有效增强跨境电商的经营能力,使其快速发展,占据竞争优势。

## 参考文献:

- [1] 郁菊萍. 国际经贸新形势下我国跨境电商发展困境与对策[J]. 商业经济研究, 2022(09): 153-156.
- [2] 杨明泽. 跨境电商背景下国际经济与贸易的发展[J]. 北方经贸, 2022(04): 31-33.
- [3] 王琳. 跨境电商在国际经济与贸易中的利与弊研究[J]. 商场现代化, 2022(06): 79-81.

## 作者简介:

王丛丛(1995-)女,汉,山东潍坊人,大学本科,实施顾问,研究方向:国际贸易学。对外经济贸易大学国际经济贸易学院在职人员高级课程研修班学员。