

DOI:10.12361/2661-3263-05-08-115570

特殊时期我国跨境电商出口企业物流困境 及对策研究

乔培琪 张文锦

佛山科学技术学院, 中国·广东 佛山 528000

【摘要】在跨境电商的发展过程中,跨境物流也在不断地发展,这就需要配备更专业的跨境物流。然而对于突发事件,我国的跨境电商出口企业猝不及防。为此,本文针对特殊时期对跨境电商出口企业的冲击,从交易规模、进出口结构、细分市场构成这三个方面对跨境电商的发展现状进行分析,然后从政策、技术、成本这三个层面对跨境物流在特殊时期影响下面临的困境进行分析,最后提出了完善相关的法律法规体系、培养跨境电商方面的相关人才以及完善物流服务体系的建议。期望能够为我国跨境电商出口企业在疫情下的发展提供一些帮助,从而推动我国跨境电商出口企业朝着更好的方向发展。

【关键词】特殊时期;跨境电商企业;跨境物流

Research on the Logistics Dilemma and Countermeasures of China's Cross-border E-commerce Export Enterprises in the Special Period

Qiao Peiqi, Zhang Wenjin

Foshan Institute of Science and Technology, Foshan 528,000, Guangdong, China

[Abstract] In the development process of cross-border e-commerce, cross-border logistics is also constantly developing, which requires more professional cross-border logistics. However, for emergencies, China's cross-border e-commerce export enterprises were caught off guard. Therefore, this paper for the special period of cross-border electricity export enterprises, from the transaction scale, import and export structure, market segments constitute the three aspects of the development of cross-border electricity, and then from the policy, technology, cost of cross-border logistics under the influence of the special period, finally put forward the relevant laws and regulations system, cultivate cross-border electricity related talents and improve the logistics service system. It is expected to provide some help for the development of China's cross-border e-commerce export enterprises under the epidemic situation, so as to promote the development of China's cross-border e-commerce export enterprises in a better direction.

[Keywords] Special period; cross-border e-commerce enterprises; cross-border logistics

1 跨境电商的发展现状

1.1 交易规模方面

近些年来,我国跨境电商行业发展日新月异。2017年只有80600亿元,2019年增加至105000亿元,2020年增长至125000亿元,与2017年相比,行业交易规模增加了44400亿元。从2020年至2022年,即使受到了突发事件的影响,跨境电商的行业交易规模也在持续增加,从2020年的125000亿元增加到了2022年的157000亿元。与此同时,起始于2017年,截止到2022年,跨境电商的业务规模发展速度从20.29%降低到了10.56%(见图1.1)。这是因为在2019年年末的突发事件。虽然很多人的购物方式从线下转移到了线上,给跨境电商的发展带来了契机,但受到其影响,跨境物流也受到了冲击,导致跨境货物交易增长率逐年降低。

1.2 进出口结构方面

出口在我国的跨境电商交易结构中占据主导地位。从2017年到2021,我国的对外跨境电商活动占据76%以上。一方面是我国作为出口大国,另一方面得益于我国政府的大力支持。除此之外,相对于出口贸易来说,我国的进口贸易所占的比重也在逐年增加,在2017年占比为21.84%,到2019年提升到了23.52%。这说明我国也注重进口。但是,我国的进口仍处于起步阶段,随着我国在线购物市场的开放、国民收入的不断增加以及人们购买力的提高,海外商品需求量也在不断增加。根据目前的情况预计,

我国的进口跨境电商比重会不断提升。

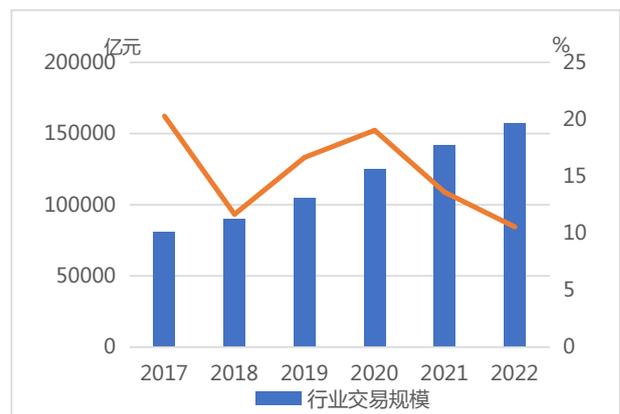


图1.1 2017年-2022年跨境电商行业交易规模及增长率
资料来源:网经社-电子商务研究中心

1.3 细分市场构成方面

2021年,中国出口的跨境电商产品销售主要包括工业制成品、机械及运输设备、杂项制品、按原料分类的制成品、化学品及有关产品,分别占47.92%、24.05%、11.3%、8.04%和3.93%,而非食用原料和矿物燃料、润滑油及有关原料占比最小,分别占0.33%和0.64%。这说明我国在非食用原料和矿

物燃料、润滑油及有关原料方面较为缺乏, 与其他国家之间存在一定的竞争力, 但是仍然有很大的提升空间。

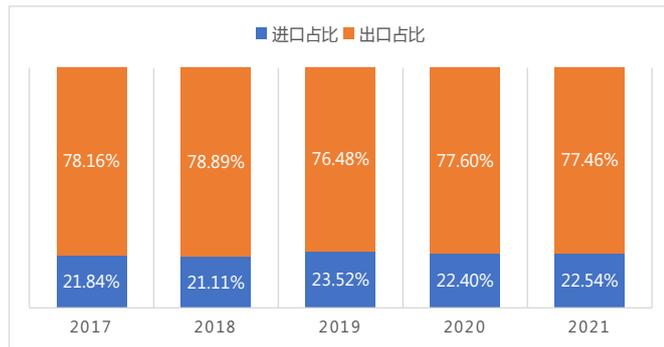


图 1.2 2017 年—2021 年中国跨境电商进出口占比

数据来源: 网经社—电子商务研究中心

2 特殊时期下跨境物流面临的困境

2.1 政策层面

受全球突发事件的影响, 国内外的物流政策变化频繁。一方面, 跨境电商的业务范围跨度大, 涵盖了各个国家和各个地区不同交易主体, 在有关法律法规方面存在一定的差距。以欧美国家和我国为例, 在跨境商品的诚信监管方面, 欧美国家的相对较完善, 而我国的则相反。另一方面, 由于当前贸易保护主义盛行, 对国际扩张造成了一定的影响, 而近些年来国际关系紧张程度加剧, 我国与发达国家的贸易摩擦也不断增加, 目标市场为了保证自身的利益、已经拥有的市场份额或者行业优势, 采用地方保护主义, 这些都会增加我国跨境电商企业的成本。

2.2 技术层面

目前, 我国在跨境电商方面的人才较少, 还需要 400 多万人, 而且这个数量还在增加。目前很多跨境电商卖家都采取物流直邮的模式, 这种模式涉及的链条较长, 对物流供应链的要求较高。据相关数据显示, 疫情期间通过 E 邮宝产品直邮模式寄件的商品, 物流时长最长达到了 90 天以上。物流时效的延长给跨境和电商卖家带来了较大的压力。所以, 在物流供应链方面我国的技术也要有所改进, 在供应链的各个环节争取时间, 提高效率。

2.3 成本层面

在运输成本方面, 由于特殊时期的影响, 在进口商品时, 需要对其进行消毒杀菌、报关、接受报检、抽样等流程, 如此一来, 商品的出口效率下降, 订单可能会被迫延迟甚至是终止, 导致商品出口难度增加, 企业不仅不能获利, 也增加了物流运输成本。在用地成本方面, 商品出口时物流配送受到阻碍, 全球备货困难。除此以外, 国外的许多国家对此的态度是紧急的“闭关锁国”, 这一措施造成的直接后果就是海运、空运等国际物流方式受到一定程度的影响, 而我国的许多跨境电商企业在国外建立了海外仓储, 这样一来, 许多商品无法被正常送入海外仓, 从而中断了物流运输, 这也造成了用地成本的增加。

3 促进跨境电商出口企业顺利发展的对策

3.1 完善相关的法律法规体系

一方面, 我国需要因地制宜, 有针对性地制定不同的帮扶政策: 在减税降费上下功夫, 通过税收减免、让企业延迟纳

税等方式, 减轻跨境电商公司的税收负担, 为他们有效缓解劳务成本、用地成本的问题, 帮助企业攻坚克难。另一方面, 我国在高新技术产品的生产方面与欧美发达国家还存在较大的差距, 我国作为“世界工厂”, 深度融入全球产业链, 在此次“无硝烟战争”中, 全国各地有 200 多个国家和地区都获得了我国提供的抗疫材料。虽然如此, 我国输出的产品依旧是劳动密集型、低附加值产品。所以, 党和政府应该加强科技创新及科技成果的转化, 使我国的产品能够在国际上获得一定的竞争力。除此之外, 我国也应关注跨境商品的出口在知识产权保护以及诚信监管等方面的法律缺陷, 并且健全相关的法律法规, 为跨境电商企业的发展保驾护航。

3.2 培养跨境电商方面的相关人才

与国内的电商贸易相比, 跨境电商需要的流程更复杂, 所需的人力资源也更多, 应该有针对性、目的地培养跨境电商人才, 大到整个行业, 小到每个岗位, 都要进行精细化培养。对于国家来说, 需要在大学设置更多有关跨境电商方面的专业, 开设相应的对口课程, 投入资金, 聘请专职教师, 鼓励学生积极报考相关专业。对于企业来说, 要加强跨境电商人才的工资待遇, 花时间精力培养他们。另外, 也要培养跨境营销方面的人才, 在消费者洞察、预算管理、行业营销理解等软技能方面重点培养; 在社交媒体营销能力、搜索营销能力、软文撰写等硬技能方面重点培养。

3.3 完善物流服务体系

一方面, 通过建立海外仓的方式将商品储存起来, 直接从海外仓发出, 缩短运输时间, 简化流程, 提高效率, 增加客户物流服务满意度。对于规模较大的企业可以建立自己的物流专线, 唯品会就自建了关键的物流干线, 由自家仓储中心配送至目标城市, 再选择当地的快递公司做到送货上门, 从而实现二次落地配送。另一方面, 还可以借助互联网、大数据等科技构建物流信息共享平台, 提高信息处理速度及客户端服务水平, 使物流运输当中的每个环节工作人员都能强化交流沟通, 促进物流效率的提升。对于消费者来说, 消费者可以通过物流信息共享平台实时监控购买商品的物流信息, 从而获得更好的体验。

参考文献:

- [1] 陈琪玉. 疫情下跨境电商的物流发展新契机[J]. 中国物流与采购, 2022, (01): 109.
- [2] 何美君, 王炳煊. 疫情背景下跨境电商出口企业物流困境及对策[J]. 合作经济与科技, 2022, (02): 82-84.
- [3] 刘娟. 突发事件对跨境电商的影响研究[D]. 对外经济贸易大学, 2021.
- [4] 王建丰, 靳聪颖. 跨境电子商务发展文献综述[J]. 商业经济, 2021, (11): 100-104.
- [5] 张艺萌. 突发公共卫生事件下陕西跨境电商物流行业发展现状和应对策略[J]. 中国物流与采购, 2021, (24): 65.

作者简介:

乔培琪(1998.2-)女, 汉族, 河南平顶山人, 硕士研究生学历, 专业: 国际商务, 研究方向: 国际物流与跨境电商。