

我国跨境电商发展现状、问题及趋势

向宇翔

(湖南外国语职业学院, 湖南 长沙 410211)

摘要:近年来,随着国家跨境电商政策文件的颁布和产业蓬勃发展,跨境电商在中国进出口贸易领域呈现出了极大的发展潜力,已成为中国贸易发展的主要动力。尤其是自新冠肺炎疫情以来,中国的传统对外贸易虽然遭受很大的打击,但跨境电商却逆势上升,成为我国外贸发展的重要渠道。本文在分析我国跨境电商发展现状的基础上,总结跨境电商发展面临的困境,并提出相应的对策,进一步预测跨境电商的发展趋势。

关键词:跨境电商;电子商务;发展趋势

一、我国跨境电商发展现状

(一)我国跨境电商出口额持续增长

2020年新冠肺炎疫情的蔓延,导致世界经济急速下滑,我国积极采取行之有效的疫情管控措施,迅速步入复工复产前线。据海关总署发布的数据:2019年我国跨境电商出口额为7981亿元,累计比2018年同期增长30.5%;2020年我国跨境电商出口额为10850亿元,累计比2019年同期增长39.2%;2021年我国跨境电商出口额为13918亿元,累计比2020年同期增长28.3%,由此可见,我国跨境电商出口额呈现持续上升趋势,而且在整个外贸过程中成为了主导力量,促进了经济的发展。

(二)进口跨境电商用户规模扩大

疫情期间人们的购物方式有所改变,人们更愿意选择线上购物,因此,电商用户人数日渐增多。商务部数据显示,2019年,我国进口跨境电商用户规模已经达到1.25亿人,同比增长率为35.5%;2020年我国进口跨境电商用户规模已高达1.4亿人,较2019年同比增长率为11.99%,2021年上半年我国进口跨境电商用户规模已超出1.6亿人,可见,我国进口跨境电商用户规模稳步扩增。

(三)B2B成为跨境电商业务模式的主流

跨境电商根据交易主体不同,分为B2B、B2C和C2C三种模式。其中B2B模式占主导地位,但因B2C模式在物流配送、第三方支付及服务售后方面占有一定的优势,而且还有平台为其担保,发展速度更迅猛,出现了一些采用B2C模式的跨境电商企业,如天猫国际等。2020年我国跨境电商B2B和B2C交易占比分别为77.3%和22.7%,到2021年,我国跨境电商B2B和B2C交易占比分别为68.6%和31.4%。目前我国跨境电商交易仍以B2B为主,B2C的占比逐年上升。

二、我国跨境电商发展面临的困境

(一)信用保障体系缺乏

信用保障对跨境电商安全发展有着至关重要的作用,产品质量、发货、支付等都会因缺乏信用保障而存在风险,因此,可靠的信用保障体系直接影响跨境电商的发展。我国跨境电商在起步阶段由于信用保障未建立,发展比较缓慢。目前,我国对外贸易遭受贸易摩擦,跨境电商国际争端问题日渐突出,尤其是在支付安全等方面,跨境支付流程在虚拟网络存在安全隐患,交易安全无得到保障。另外,由于买卖双方存在文化、法律等因素的差异,交易方容易出现信息不对称的问题,跨境纠纷更频繁,从而阻碍

跨境电商的进一步发展。

(二)综合服务能力不强

随着我国跨境电商的快速发展,国内综合服务水平表现出滞后现象,制约了跨境电商的发展。流程方面,因跨境电子商务涉及的中间环节较多,商品的储藏、运输及通关等程序烦琐、效率也比较低,造成跨境电商企业的运营成本增加;物流方面,跨境电商物流体系不健全,基础设施相对匮乏,导致的物流成本过高,影响跨境电商的发展。因此,亟须在跨境电商发展过程中提升综合服务能力,确保我国跨境电商顺利发展。

(三)品牌建设能力不足

品牌孵化是跨境电商高质量发展的一个难题。一是企业品牌建设意识较弱。我国许多跨境电商企业管理者主要关注平台建设、投融资等方面,缺乏对品牌价值的重视,造成品牌建设落后。二是品牌建设能力不足。我国跨境电商出口品类以服装鞋帽、家具家居、电子产品、户外体育等日常消费品为主,价格较低,且经营方多为中小企业,即使拥有品牌建设意识,但因能力不足而受阻。三是跨境电商企业品牌建设成本上涨。品牌建设与推广的主要渠道有谷歌等,目前,在谷歌平台购买流量,成本同比增长了一半,所以随着海外营销成本的逐年增加,我国跨境电商品牌建设难度更大。

(四)跨境电商人才缺乏

发展跨境电商,人才是关键。随着跨境电商的推进,市场对跨境电商人才的需求发生了改变,仅拥有传统技能已不能满足新时代跨境电商的发展要求,而需要培养一批懂外语、电子商务、法律法规等方面知识且具有国际视野和创新精神的复合型人才。当下,全国跨境电商人才缺口较大,许多跨境电商企业经常出现招聘不到合适人才的现象。未来,企业对电商人才的要求与传统培养模式之间的不协调将会更加突出,跨境电商人才的培养模式需要及时更新。

三、我国跨境电商发展策略

(一)构建信用监管体系,助力行业发展

跨境电商的健康发展,离不开信用监管体系的建立,健全的法律规范体系、合理的数据立法进程与健全的数据产权制度都是信用监管的重要因素。首先,加快建立合适的政策体系和监管体系,提高各贸易环节便利化水平。鼓励企业实现贸易全程在线交易,不断扩大交易商品维度。其次,优化配套海关监管措施。在总结前期工作基础上,进一步完善跨境电子商务进出境货物、物品管理模式,优化跨境电子商务海关进出口通关作业流程。再次,改进检验检疫监管政策措施。跨境电子商务进出口商品的申报、查验和放行等要实施集中管理措施。加强跨境电子商务质量安全监管,实施备案管理制度,突出质量安全主体责任,开展商品质量安全风险监管。最后,完善电子商务支付结算管理。推进外汇支付业务试点,鼓励境内相关机构依法合规开展跨境电子支付业务,满足跨境电子支付需要。引用“线上线下一体化监管”的原则和监管方法,建立、落实与细化各监管环节,构建信用监管体系。

（二）搭建多元化平台，提高综合服务能力

多元化平台的建设直接影响跨境电商的发展。首先，搭建多元化跨境电商平台，支持平台企业做大做强；其次，连线不同服务机构，培育具有竞争力的跨境电商综合服务企业；再次，鼓励有实力的跨境电商企业建立起第三方仓库制度，开启一个店铺多个仓库的模式，提升物品的运输效率。同时，积极学习国外优秀的物流管理经验，针对我国物流现状，积极探索新的物流管理模式，不断提升物流的运输效率，进一步促进我国跨境电商的发展。结合自贸区、综合保税区等政策机遇，加快建设供应链体系，提高综合服务能力，促进跨境电商高效发展。

（三）创建跨境电商品牌，提升国际市场竞争力

跨境电商持续发展，需要对品牌建设发力。由于消费用户群体各有不同，品牌往往无法满足所有用户的个性化要求，因此，了解用户的消费特性，分析并总结核心用户及其诉求，促进跨境电商品牌出海。完整的消费者画像和全动态路径指标体系都是打造品牌过程中要特别重视的。我国跨境电商应合理利用用户数据，驱动营销推广和产品研发等业务，确保客户良好的体验和复购意向。在分析用户画像时，运用内部调研和外部分析工具来获取相关数据，然后根据该类核心人群进行产品研发与市场营销，完成品牌的清晰定位，创建跨境电商品牌，提升我国出口产品在国际市场的竞争力。

（三）筹建人才培育与引进机制，赋能跨境电商发展

在我国跨境电商的发展过程中，人才的培育与引进工作是不可或缺的。人才的培养方面，首先，在高校跨境电商人才培养过程中，应重视教学过程中学生实践能力的培养，需以企业的实际需求为教学导向，培养具备专业能力和知识灵活运用能力的全面型人才。教学过程中，许多学校重理论轻实践，应有意地去提升实践课程比例，以培育更多具备独立思考能力，且有良好创新创业精神的跨境电商人才。同时，高校可以鼓励学生们运用网络了解跨境电商行业的最新动向，以便学生们在毕业后能够更及时地适应社会，为我国跨境电商行业的发展做出自己的贡献。其次，运用以赛促学的方式，鼓励学生积极参加专业方面的各种比赛，通过比赛过程，进一步提升学生的知识储备和思维能力，从而帮助学生成长为新时代综合型跨境电商人才。最后，在高校与企业之间建立起良好的合作关系，双方同步调整培育方案，协调发力培育真正适应市场岗位需求的跨境电商人才，实现产教深度融合。人才引进方面，鼓励高层次人才和紧缺人才参加国内外交流、培训资助等项目，以跨境电商人才集聚和引进为目的实行国际合作，用市场化激励机制引进国际高层次专业人才。同步人才培育与引进工作，赋能跨境电商发展。

四、我国跨境电商发展新趋势

（一）出口产品品牌化

随着跨境电商由消费者终端向贸易链中心的转型，企业将本土化的成熟品牌输入海外，借助第三方平台销售产品。企业以品牌价值为出发点，以独立站模式为主、第三方平台模式为辅的形式，把品牌的定位、文化和目标输入海外市场。良好的品牌形象，先进的品牌文化及理念，有效的品牌标签有助于跨境电商企业扩大市场份额，获取品牌收益。未来，跨境电商会从“产品出海”跨入“品牌出海”，不断更新产品，建立并维护品牌效应，加快我国跨境电商出口产品的品牌化发展速度。

（二）品类服务化。

服务贸易快速发展形势下，我国跨境电商产品逐渐向服务类产品扩展。跨境电商政策文件引导我国外贸发展方式从“制造驱动”向“服务驱动”转型，同时服务贸易领域深化改革对跨境电商服务类产品发展起到推动作用。据海关统计，2021年我国服务贸易进出口总额达52982.7亿元，充分体现了我国在服务贸易领域的优越性。另外，据商务部统计，2021年，我国知识密集型服务出口增长18%；其中，个人文化和娱乐服务、知识产权使用费、电信计算机和信息服务出口分别增长35%、26.9%、22.3%，显示出较强的出口竞争力。未来，在持续推进服务贸易创新发展试点及各项政策举措落地后，我国跨境电商进出口品类中的服务类产品将步入新台阶。

（三）全流程数字化

我国跨境电商正在迈入全流程数字化的变革期，随着大数据、云计算、区块链等新一代信息技术与各领域的深度融合，未来跨境电商将在平台搭建金融、支付、物流、通关、汇兑等全流程数字化服务体系，促进传统外贸平台向数字化服务平台转型。民营中小企业借助跨境电商模式实现外贸数字化转型，实现贸易可持续发展。

（四）行业规范化

2019年《中华人民共和国电子商务法》正式实施，指导了电子商务的发展方向，同时也规范了电子商务活动。近期发布的四项跨境电子商务国家标准包括《中小微企业跨境电商综合业务管理规范》《跨境电子商务交易类产品信息多语种描述智能手机》《跨境电子商务交易类产品多语种分类与命名陶瓷产品》以及《跨境电子商务交易服务质量评价》，4项新标准的出台有助于在跨境电商综合服务领域形成统一规范，提高跨境电商整体服务水平，给跨境电商产品详情描述提供参照，促进跨境电商产品合规化，约束跨境电商企业行为，实现跨境电商领域高质量规范化可持续发展。

五、总结

跨境电商从起步发展至今，经历了多阶段的发展与完善，改变了世界范围内商品交易方式，为企业打造国际品牌提供了新机会，同时也促进了经济的发展。我国跨境电商处于高速发展阶段，同时也出现了一些问题，这些问题既是跨境电商企业面临的困境也是挑战，跨境电商行业需构建信用保障体系，搭建多元化平台、创建国际化品牌，筹建人才培育与引进机制，促进跨境电商行业健康、规范和持续发展。

参考文献：

- [1] 徐德顺. 后疫情时代中国跨境电商发展的政策建议 [J]. 对外经贸实务, 2021 (7): 4-7.
- [2] 孙琪. 我国跨境电商发展现状与前景分析 [J]. 商业经济研究, 2020 (1): 113-115.
- [3] 叶丽丽. 我国跨境电子商务物流现状及运作模式 [J]. 电子商务, 2020 (1): 5-6.
- [4] 刘莉. 后疫情时代跨境电商发展的机遇与挑战 [J]. 现代商业, 2022 (1): 47-49.
- [5] 王建丰, 新聪颖. 跨境电子商务发展文献综述 [J]. 商业经济, 2021 (11): 100-104.
- [6] 程中海, 王小月. 中国跨境电商出口贸易便利化影响因素研究 [J]. 商业经济研究, 2020 (05): 139-143.