

# 跨境电子商务企业物流信用问题及对策研究

陈国雄<sup>1</sup> 李碎妹<sup>1</sup> 蒋景东<sup>1</sup> 祝宝江<sup>2</sup>

1、广西贺州学院 广西贺州 542899

2、江苏盐城工业职业技术学院 江苏盐城 224000

**【摘要】** 跨境电子商务的发展与物流密不可分，本文从跨境电子商务（以下简称跨境电商）企业物流现状入手，分析了跨境电商企业物流信用存在的问题，并提出了降低物流成本、提高客户体验、完善服务体系和加强信用监管等措施，以促进跨境电子商务持续科学发展。

**【关键词】** 跨境；电子商务；物流；信用

## Research on logistics credit problems and countermeasures of cross-border e-commerce enterprises

Chen Guoxiong<sup>1</sup> Li Suimei<sup>1</sup> Jiang Jingdong<sup>1</sup> Zhu Baojiang<sup>2</sup>

1. Guangxi Hezhou College, Hezhou, Guangxi, 542899

2. Jiangsu Yancheng Industrial Vocational and Technical College, Yancheng, Jiangsu 224000

**Abstract:** The development of cross-border e-commerce is inseparable from logistics. This paper starts with the current situation of cross-border e-commerce (hereinafter referred to as cross-border e-commerce) enterprise logistics, analyzes the problems existing in the logistics credit of cross-border e-commerce enterprises, and proposes to reduce logistics cost, improve customer experience, improve service system and strengthen credit supervision and other measures to promote the sustainable and scientific development of cross-border e-commerce.

**Key words:** cross-border; e-commerce; logistics; credit

### 1 引言

随着我国跨境电子商务快速发展，也带动了跨境物流持续增长，经运联估算，2021年中国跨境电商物流约为25000亿元的市场规模。跨境电商物流流程、手续、环节等更复杂，跨境电商物流业竞争加剧，出现部分影响行业健康发展的信用问题，需要引起我们的重视，建立健全跨境电商物流信用，以促进跨境电商行业平稳有序发展。

### 2 跨境电子商务企业物流现状

跨境电商企业的不断增长，加剧了行业的竞争，客户从关注产品、价格基本需求，升级为对服务、信用的关注。本文通过对跨境电商企业进行问卷调查，有关物流调查情况如下：

#### 2.1 物流模式方面

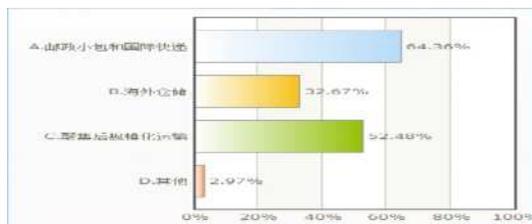


图1 物流模式方面

从被调查的510家企业物流模式选择来看，邮政小包占比64.36%；国际快递占比为64.36%；海外仓储占比为32.67%；选择聚集后规模化运输，比值为52.48%；其他性质，占比2.97%。由此可知，物流快递与邮政小包是现有各企业主要的物流模式，其次为聚集后规模化运输，较少企业采用海外仓储。

#### 2.2 物流瓶颈方面



图2 物流瓶颈方面

在物流瓶颈方面，认为需要完善相关法律，保障买卖双方合法权益的企业占比66.44%；认为需要提高物流服务质量的占比61.39%；认为需要增加跨境物流服务方式的企业占比48.51%；认为需要提高物流服务安全

性的企业占比48.51%；认为需要发展快捷低价高效物流服务的企业占比48.51%；其他占比1.98%。从本次调查可知，企业在物流方面应该着重提高物流服务质量，政府在完善相关法律，保障买卖双方的合法权益方面有待提高，增加跨境物流服务方式，提高物流服务的安全性和发展快捷低价高效的物流服务也很重要。

### 2.3 物流环境方面



图3 物流环境方面

对物流环境方面发展影响因素的调查中，认为影响最大的是法律环境占比15.84%；认为影响最大的是技术环境占比26.73%；认为影响最大的是经济环境占比33.66%；认为影响最大的是政策环境占比20.79%，其他占比2.97%。从本次调查可知，大部分企业认为跨境电子商务企业物流环境方面影响最大的是经济环境。

### 2.4 物流因素方面

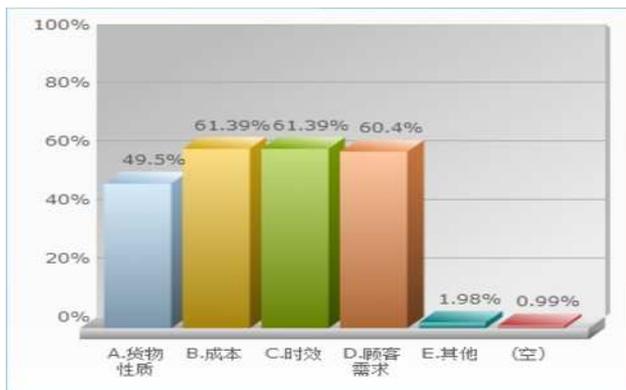


图4 物流因素方面

在对企业选择跨境电商物流模式考虑因素的调查上，选择货物性质占比值为49.5%；选择成本比值为61.39%；选择时效比值为61.39%；选择顾客需求比值为60.4%；其他比值为2.97%。从本次调查可知，各个企业认为在选择跨境电商物流模式时考虑的因素主要是物流成本和时效，其次为顾客需求与货物性质。

## 3 跨境电子商务企业物流信用问题

### 3.1 物流成本高

跨境电商货物运输距离比国内电商往往要远，清关

费、检验费、手续费、运杂费等比国内物流要多，此外受到新冠疫情的影响，有的出现国际班轮舱位紧张等，所以跨境电商物流运输成本更高。国际EMS快递、国际航空快递都比国内快递都要高。有的跨境电商企业没有海外仓，进出口手续更复杂，如果国外客户退货或换货的成本较高。有的货物在包装上重量过重或者体积过量，都导致的物流运输成本的增加，在保障货物安全时，也需要优化货物的重量与体积。

### 3.2 客户体验差

由于跨境电商商品是在网络上进行销售，国外的客户没有到达实体店进行试用、试穿或试戴，有时线上看到图片光鲜亮丽，但是收到的实际货物可能和线上的展现相关较大，造成客户的不满意，要求退款或退货。另外，由于跨境电商物流运输经常要跨越国界，中间清关手续环关多，时效性慢；如果客户要求退换货，成本可能超过商品自身的价格，“七天无理由退货”难以开展，影响了客户的整体满意度。

### 3.3 体系不完善

虽然近年来跨境电商物流发展飞速，但是跨境电商物流体系建设仍不完善，科技赋通跨境电商物流的力度还不够。行业内仍存在着运费持续上涨、时效保障不足、供需信息不同步，尤其是受到新冠疫情等公共突发事件的冲击，导致物流不畅、缺货断货、甚至境外包裹携带新冠病毒等问题。不仅阻碍了跨境电商企业物流业的发展，还影响跨境电商物流行业的整体信用与口碑。

### 3.4 配送周期长

跨境电商物流往往需要跨越多个国家或地区，与国内电商相比其运输方式多、距离远、路线长；跨境电商物流运输过程更多复杂，环节多、手续多、流程多。跨境电商的货物会受海关清关、货物检验等政策和办理时间的影响，如果涉及到跨境电商货物的退换货等手续更繁杂。国内电商物流通常的配送时间在一周以内，而跨境电商物流一般的配送时间在一周以内，多的一个月，如果遇到全球“双十一”或重大节日促销活动，造成跨境物流爆仓，配送周期更长。

## 4 跨境电子商务企业提升物流信用策略

### 4.1 降低物流成本

推进跨境电商物流海外仓建立，跨境电商海外仓头程运输把国际小包集成大宗运输，从而降低物流成本。客户下单后再通过目的国物流商，从海外仓尤其是当地发货给客户，成本比从中国境内直接发国际快递要低，这样也缩短跨境电商物流发货时间，提升了跨境电商同

企业的竞争力。通过大宗运输,进行一次申报,一次查验,一次放行,减少了重复报关商检次数及各环节停留时间,也简化了相关手续。如果遇到海外客户需要退货或换货,有海外仓可以直接处理,既减少了退换货时间,也减少了退换货成本。

#### 4.2 提高客户体验

跨境电商企业应该建设为消费者提供退换货渠道的平台,为消费者解决退换货难的问题,让消费者在购买产品时更加放心。跨境电商运输中可能会出现货物错发、包裹破损、包裹丢失等情况,如果通过海外仓处理客户的重新发货、退换货等,海外本土发货,可以为客户节约发货时间,节省物流成本,减少货物破损,降低物流出错率,提高物流的时效性和准确率。从而为买家带来更好的跨境电商购货体验和可信赖度。

#### 4.3 完善服务体系

进一步加强跨境电商物流基础设施建设,优化跨境电商物流信息系统,建立跨境电商物流智能仓库,构建标准化、智能化、专业化的跨境电商物流体系,持续提升跨境电商物流服务水平。将AI人工智能、大数据、云计算、物联网等新技术应用赋能于跨境电商物流,促进物流信用管理优化,促进运输路线优化,促进资源配置

优化,提高跨境电商企业物流效能。进一步构建跨境物流多式联运体系、智能制造物流体系、跨境商贸物流体系等,促进国内外的良性双循环以及全国统一大市场的建设。

#### 4.4 加强信用监管

进一步加强跨境电商企业物流信用管理,建立健全跨境电商企业物流等级制度,营造跨境电商企业“守法合规,诚信经营”的氛围。建立健全跨境电商企业、航空邮政、物流部门、海关、税务、边防、保险等部门信息共享机制。完善跨境电商物流经营体的信用信息,建立健全诚信激励制度和失信惩罚制度,进一步发挥舆论监督作用,宣传正能量诚信经营案例,对于违法违规失信经营的不良企业进行曝光。发挥好信用管理在跨境电商物流发展中的作用,

加快跨境电商企业物流信用体系的完善与构建。

跨境电商行业要发展,跨境电商物流是关键,需要我们持续提升跨境电商企业物流的“硬实力”和“软实力”,即一方面运用现代科技,打造跨境智慧物流,另一方面加强跨境电商物流服务质量,加强信用监管,有效防范信用缺失,从而助力我国跨境电商行业的茁壮成长。

### 参考文献

- [1]王楚楚.跨境电子商务与物流融合的困境及对策[J].中国储运,2021(10).
- [2]张琴.大数据背景下跨境电商物流发展现状与对策分析[J].中国管理信息化,2021,24(18).
- [3]吴益晶,曾海鹰.数字贸易背景下跨境电商的发展问题研究[J].物流工程与管理,2020(4).
- [4]王晗,孙雨晨.基于交易三阶段的电子商务卖家信用评价模型研究[J].征信,2020.38(03).
- [5]邓建新,苏小根,贺秋瑶.信用问题驱动的公路物流信息平台的交易信用评价[J].物流技术,2020.39(01).
- [6]韦绍波.零担物流信用问题及其规制策略研究[J].中国市场,2018(24).
- [7]祝由.供应链金融环境下中小企业信用风险评估研究[D].湖南大学,2017.
- [8]李辰.我国大数据征信发展的现状、困境和经验借鉴[J].征信,2016.
- [9]田江,陈晨.第三方物流企业信用风险评估指标体系研究—基于供应链金融视角[J].科学与管理,2016,36(02).
- [10]刘新海,丁伟.大数据征信应用与启示—以美国互联网金融公司ZestFinance为例[J].清华金融评论,2014.

#### 基金项目:

江苏省高等教育教改研究项目:革命与构建:学训创一体化的云课堂教学研究(编号:2021JSJG569);

江苏省现代教育技术研究项目:基于云技术的跨境电商“学训创一体化”教学有效性研究(编号:2019-R-78522);

广西职业教育教学改革研究项目:产教融合背景下商贸类“训研创一体化”人才培养模式的研究与实践(桂教职成[2019]41号-项目编号SWZDKT201911)阶段性成果;

教育部产学合作协同育人项目:大数据视角下跨境电商人才培养路径研究(教高司函[2019]12号-项目编号201802202005)。