

# 跨境电商发展对我国出口贸易增长的影响效应

高倩

曹妃甸综合保税区管理委员会

**摘要：**疫情冲击和外需低迷使我国传统贸易增长遭到严重冲击，跨境电商的兴起成为我国对外贸易增长的新引擎。由于跨境电商具有开放性和便捷性优势，能起到提高商务活动效率和增强企业的竞争力的作用。因此，面对外需低迷，我国出口贸易增长乏力的情况，提出优化专业人才能力、营造良好营商环境和完善物流体系等有效策略以应对危机和挑战。

**关键词：**跨境电商；出口贸易；影响效应

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.11.169

伴随着网络信息的进步与消费者购买方式的变化，跨境电商已在世界范围内展现出强大的潜力并迅速崛起。这对其国际商业活动产生了深远的影响。利用第三方的交易平台，跨境电商打破了传统贸易模式下的时间及地理界限，提高了买家和卖家之间的交流和反馈效率，不仅能助力中国出口贸易增长，还能提供更多的工作岗位。然而，尽管跨境电商有助于改善中国的外贸环境，但是这种新型的交易模式所伴随的风险和变革却给传统的出口贸易带来了巨大的压力。因此，深入了解如何最大化地发挥跨境电商的正向效应，以便让出口商能在跨境电商的大潮中把握住发展良机，从而进一步推进中国的出口贸易事业，这对推动中国的出口贸易进程有着极大的理论价值。

## 一、我国出口贸易的发展状况

### （一）出口贸易规模分析

我国十分重视出口贸易的发展，尤其是提出“双循环”的经济发展新常态后，出口导向型战略发生了根本性变化。从2008年至今，国内出口规模稳步增长，截至到2021年底，已经达到33640亿美元，是2008年的14307亿美元的三倍左右<sup>[1]</sup>。在此期间，除2009年出现过-16.1%的逆向增长之外，其余时间段内，出口贸易均呈现上升趋势。然而，通过图1可知，从2012年开始，这一态势逐渐减弱，表明中国的出口贸易正面临着增长乏力的问题。而2021年一年，我国出口贸易增速达29%，这说明我国在海内外疫情和多种国际局势共同影响下顶住了压力，稳定了出口贸易规模。

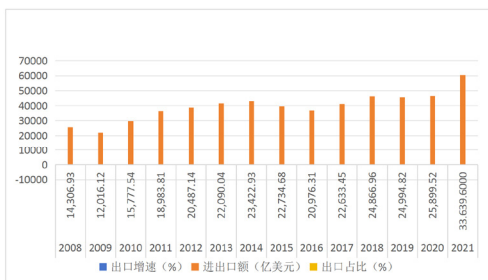


图1 我国出口贸易发展趋势柱形图

### （二）出口贸易结构分析

从产品结构上划分，我国出口商品可划分为工业制成品和初级产品。其中工业制成品比最大，超过九成以

上。而初级产品的进口规模占比仅在一成以内。由图2可知，2001年以来，我国工业制成品出口规模稳步上升，由2001年的90.1%上升到2012年的95.09%。此后，我国工业制成品长期稳定在95%左右。与此同时，我国初级产品比重整体呈下降趋势，2012年至今长期稳定在5%左右。

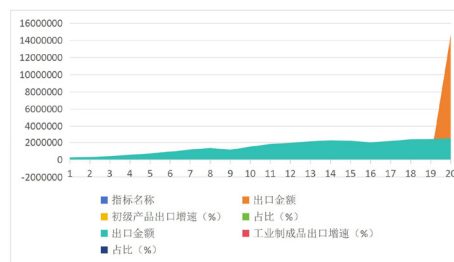


图2 我国初级产品和工业制成品状况面积图

### （三）出口贸易方式分析

据图3显示，2008—2020年，我国一般贸易在出口贸易中所占比例较大，2013年至今一直占据主导地位。加工贸易在2012年之前所占比重较大，但从2013年开始逐渐下降，低于一般贸易比重。而其他贸易虽然在出口贸易总额中占比始终最低，但总体上仍呈现稳步增长态势。总体而言，进入新时代我国出口贸易重点从加工贸易逐渐向一般贸易开始进行转变，一般贸易和其他贸易两者的地位在逐渐稳步提高，这表明我国贸易方式的转变方向更加趋于合理。

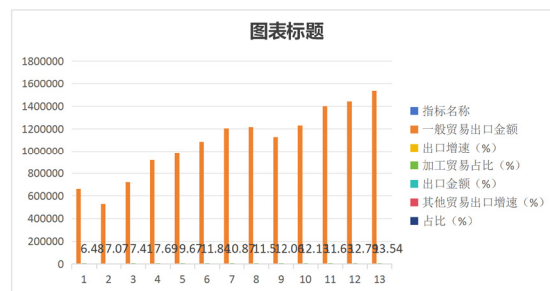


图3 我国出口贸易方式柱形图

## 二、我国跨境电商的发展状况

### （一）萌芽阶段

中国跨境电商起步较晚，其发展历程可以划分为三

个时期，第一时期开始于1999年，到2003年结束。这一时期也是我国互联网和电子商务企业协同发展的萌芽时期<sup>[2]</sup>。这一时期以主导型经营方式为主，产品通过线上展示、从线下进行交易，并且由第三方平台负责发布商品信息与供需情况。然而该类平台并未直接参与产品的实际购买过程且仅靠售卖商家支付的服务费用或会费来盈利，之后通过发展也推出了竞价推广、服务咨询等更多更新的业务模式。在这个时期代机具表性企业有中国制造网、阿里巴巴国际站和环球资源网等。这几家平台为售卖商家提供的主要是关于买家卖家市场的数据分析以解决因缺乏相关资料而导致的封闭问题，但由于无法线上交易的局限性，只能充当市场信息的整合者。

### （二）发展阶段

第二个时期开始于2004年，结束于2012年，以敦煌网跨境电商为典型代表，标志着跨境电商平台的发展进入了一个崭新的历史时期。这一时期，跨境电商平台不仅能展示商品并提供市场信息，还成功地完成了线下的买卖、支付与物流流程的数字化处理，线上交易平台的功能也变得更丰富多元。相较于前一阶段，这一阶段更深入挖掘出跨境电商平台的核心特性，形成了初期的在线交易方式，并且连接起了各行业间的供应链。在B2B和B2C这两个主流商业模式中，B2B占据主导地位，它允许电商平台直接向中小企业供应产品和服务，从而减少了中间步骤，简化了原本复杂的产业链，有效降低了中间环节产生的损失费用。

### （三）成熟阶段

第三个时期开始于2013年，这一年也成了我国跨境电商的又一转型之年。这一时期国家及各地级市行政部门对于跨境电商重要性的认识逐渐增强并积极推动该领域的发展，优化现有的管理体系并在确保合法经营的同时有效减少潜在的风险因素，颁布一系列有利于促进跨境电商平台发展的相关法规，为出口企业提供必要的法制保护来推进其国际商务活动进程。与此同时，这个期间里跨境电商平台的商业模式发生了巨大转变。一方面，国内外的交易者正在逐步适应由传统的外贸方式向新型电商模式的转变以及生产模式从生产导向向需求导向的转变，其对供应链的管理能力和市场的敏感程度也有着更高的要求。另外一方面，如平板电脑等智能设备使用率的大幅提升，使得基于这些工具的新一代网络购物体验得到了空前的普及化。随着淘宝、天猫和京东等等新兴线上平台的崛起，跨境电商的平台模式也开始向B2C转移，进一步拓展出的全新经济机会空间，带来了新的贸易机遇。

## 三、当前跨境电商发展存在的问题

### （一）跨境电商人才欠缺

央视财经节目和不同媒体对跨境电商人才情况都进行过大量报道。阿里国际网站曾经预测，不久后的中国跨境电商行业将可能出现约600多万用工需求。人才短缺已成为阻碍我国跨境电商进出口贸易发展的主要障碍。此外，目前的行业内部人才素质也不能高效率适应

行业的快速发展之需要。随着互联网的快速发展，跨境电商业务范围也飞速扩展，从业者需要对平台法规、不同地域国家不同群体的消费习惯、经济文化、物流、法律等进行深入了解，还需要掌握云服务、云技术、区块链等互联网技术。近几年，许多高校顺应人才发展需要的客观规律设置了跨境电商专业，并建立了跨境电商人才培养系统，但培养出的人才素质与企业对人才的需求之间存在着一定的差距。据中国国贸2018年10月发布的调查显示，有超过一半的公司认为当前招聘的员工不能满足公司的业务和发展需要，将近20%的公司甚至表示无法找到能够胜任工作的人才。

### （二）跨境物流配送成本高

通过利用电子商务来推动全球贸易的发展，克服传统的商业活动中存在于物流环节上的封闭性难题，从而实现了物流、信息流、资金流和商流的体系化进步。然而，信息网络技术下的物流距离已成了跨境电商发展的现实障碍。为了保证交易的便利性和服务的优质性，必须解决如货物运输时间过长、费用昂贵且易受损等问题。此外，各国的繁琐海关手续也会极大地拖慢运输速度。对于跨境电商来说，其抗风险能力和应对运输损失的能力相对较弱，这会对其长期稳定的运营产生重大威胁。

### （三）产品缺乏品牌建设

某一产品热销，必会出现大量同质产品涌入的现象在产品市场上屡见不鲜。大量产品涌入后，又会掀起价格战，订单微利化只为追求销量吸引潜在顾客，致使跨境电商平台千篇一律，缺乏独有魅力。这种传统单一的商业模式不仅难以获利，还助长了平台对热销产品的依赖性，制约了平台良性可持续发展与差异化竞争力的形成。建立外贸品牌，不仅要考虑出口国家的市场需求还要考虑宗教信仰、消费习惯等因素，然而我国跨境电商大多照搬国内模式，认为跨境电商平台仅仅是把汉字译为外文，同时在质量控制方面与服务意识存在不足，因此无法建设特色品牌吸引外商。

## 四、我国跨境电商模式对出口贸易的影响机理分析

### （一）贸易便利化对出口贸易的影响

从贸易便利化的视角来看，跨境电商推动进出口商品交易中的海关手续数字化及网络技术应用，借助电子商务平台可迅速创建电子商务报告并立即调度装运工作；跨境电商加快构建全球物流体系，众出口企业积极于国外建立仓储中心来缩减库存停留期，实现在当地出售并在当地发货，这既能缩短运输所需时长，又能有效降低出口风险。跨境电商电子支付方式的发展进一步优化国际间买卖流程，提供了方便快捷的服务体验，客户可通过向第三方的账户转账的方式购买物品、商家则负责将货物送达后由顾客核对货物情况以此确保钱物两清且无任何损失的风险发生。另外，跨境电商的信息化让B2C模式下个人用户能实时获取到产品的详细资讯而无须耗费大量时间和精力去挑选或查找资料，这种做法既能够使客户在更清晰明朗的市场环境里做出选购决定也

有利于提高整体商贸活动的流畅性和高效性。

## （二）节约交易成本对出口贸易的影响

跨境电商通过简化产品流通过程来有效地降低出口总体成本。但由于目标消费者群体扩张到全球范围内，因此增加了公司的出口量，并拓展了交易成本的影响路径。因为跨境电商创建了一种更具包容性和多元化的市场环境，并且贸易的信息化促进了进出口公司间的信息交流和互动。所以，买卖双方可以通过网络信息技术精确了解供应和需求情况，并实现了交易过程中各种文件的电子化，这样既能缩短谈判时间，又能省去印刷费等开支。另外，转运仓库也有助于减轻储存费用负担，达到零库存的目标。

## （三）贸易风险对出口贸易的影响

就贸易风险的角度而言，跨境电商依赖于网络信息技术与电子商务平台以完成其运作<sup>[3]</sup>。然而，这也导致了某些黑客能够通过攻击这些平台的系统并获取客户的交易密码，发布假冒商品的信息或者破解账号等问题，从而对消费者产生一定程度的技术安全威胁。另外，因为跨境电商涉及不同国家或地区甚至是位于全球对立端的买家卖家，所以跨境电商的权益维护过程相当复杂。监管部门针对那些违规运营的跨境电商企业实施有效的监督也是一项挑战。再者，因各国的法律法规及规章制度的不一致，使跨境电商模式下的进出口业务增加了更多如信贷风险、产品质量问题等风险因素。

## 五、优化跨境电商对出口贸易影响的对策和建议

### （一）强化人才培育，释放跨境电商活力

随着跨境电商在国际各商业领域活动中及人们日常生活中的需求和影响力不断增加，跨境电商行业对高素质人才和专业型人才的需求也越来越大。因此政府和教育部门要加快完善跨境电商人才培育体系，为跨境电商提供高素质实用型复合人才。为跨境电商创新创业型人才释放潜力提供良好的外部条件和政策支持，支持创新创业型项目，推进人才项目企业和资本的高效对接。企业要把握市场需求，与高校合作，推进产学研深度融合，培育出跨境电商发展急需的技能型人才。各高校要探索个性化人才培育方式，与企业合作培育企业所需的实用型人才，加快人才与市场供需匹配度。只有强化人才培育，发挥人才创造性，充分释放跨境电商发展潜力。

### （二）营造良好发展环境，提升通关效率

跨境电商企业在向国际化发展和扩张的过程中需要良好的营商环境和营商氛围。我国跨境电商的发展进程存在着与外部政策不相匹配的客观问题。如信息安全问题、商品质量问题等等。诸多问题制约和阻碍了我国跨境电商的进一步快速发展。因此，为了规避这些问题，需要大力度营造良好的跨境电商经营环境和发展氛围，提升本土跨境电商的行业出口核心竞争力。首先，尽快推动海关通关程序的数字与程序化进程，利用新媒体时代的大数据分析、人工智能等技术提升企业通关效率；其次，海关要加快推动我国各部门通关程序、步骤等必

备条件的一体化建设，营造更高效的海关通关环境。

## （三）打造自主品牌，提高产品附加值

拥有自主品牌的跨境电商企业在产品设计、采购、生产、包装、销售等方面拥有更多主动权，并将这些产品销售给消费者。例如，亚马逊在中国市场最大的电子商务平台上有近千个中国品牌。跨境电商企业可以与线下实体零售企业共建线下精品购物店，为其提供更好的客户体验和优质产品。也可以和海外知名品牌合作或者自创品牌，不断创造出符合消费者需求的新产品。在跨境电商初期，跨境电商企业需要投入大量的人力、物力、财力来打造自己的品牌；在跨境电商成熟阶段，可以利用海外仓提供的线上展示和仓储配送服务，逐步提高产品品牌知名度；跨境电商后期可以通过海外仓提高产品附加值，逐步扩大产品销售市场。

## （四）进一步完善物流体系建设

现阶段，跨境电商出口通关便利化和海外配送服务效率仍需进一步增强。在通关便利化方面，应积极推动海关与检验机构的信息整合，参考上海自由贸易试验区和海南自由贸易区的做法，允许出口货物首先进入保税区域，采用保税方式出境以增加通关速度。同时，针对不同类型的出口商品和服务，实施个性化的通关策略。例如，对于时限要求较高的农产品和海产品，应当加强关检一体化的构建，减少通关所需时间。为了提升海外配送的服务质量，应激励跨境电商平台企业、外贸企业和物流企业分享资源，共同建立海外仓库，并持续升级其智能程度和数字化水平，努力改善物流运送和分发的方式，力求最小化物流费用支出。

## 六、结论

近年来，在互联网经济的带动下，跨境电商发展越来越快，在促进国际贸易便利化、拉动出口贸易增长、提升出口贸易质量等方面发挥了积极作用，推动了我国外贸经济高质量发展。但同时，也存在一些亟待解决的问题。比如跨境电商人才欠缺，产品缺乏品牌建设，跨境电商物流体系不到位等。因此，必须清醒地认识到发展跨境电商对提高我国出口贸易质量和效率的积极影响，并根据存在的问题和不足积极探索解决方案，以促进我国跨境电商的快速发展。

## 参考文献

- [1] 宋东杰. 跨境电商发展水平对我国出口贸易的影响研究[D]. 浙江大学, 2022.
- [2] 王忠顺. 跨境电商发展水平对我国出口贸易的影响研究[D]. 江西财经大学, 2020.
- [3] 李佳宇. 跨境电商模式对我国出口贸易的影响研究[J]. 北方经贸, 2021, (08): 18-20.
- [4] 庞东升. 中小企业跨境电商出口贸易中存在的问题及对策[J]. 办公自动化, 2021, 26(03): 31-32+30.
- [5] 陈欢欢. 跨境电商促进我国出口贸易转型升级的路径选择[J]. 价格理论与实践, 2021, (02): 145-148+175.