

我国跨境电商面临的问题及建议浅析

董波

(河南对外经济贸易职业学院 河南 郑州 450002)

[摘要] 本文从跨境电商的主要的平台和运营模式, 国内跨境电商的行业市场调研与现状分析、以及国内跨境电商面临的挑战及相关政策建议等方面作出了阐述。

[关键词] 跨境电商; 政策支持; 机制改革

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.07.416

一、跨境电商相关概念

跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体, 通过电子商务平台达成交易、进行支付结算, 并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。广义的跨境电子商务分为出口和进口两种贸易类型。

跨境电子商务模式主要有B2B(企业对企业)、B2C(企业对消费者)和C2C(个人对消费者)。在B2B模式中, 企业主要用电子商务作为广告及发布信息的手段, 而将交易及通关等一系列流程放在线下完成, 与传统贸易本质上是一样的, 被海关纳入了一般贸易统计范畴。在B2C模式中, 我国的跨境电商企业直接面向境外消费者, 主要使用邮政小包、航空快递等方式销售个人用品, 邮政和快递公司主要负责报关, 因此海关对于大多数交易并未登记。

目前主要有速卖通、亚马孙、ebay、Wish等跨境电商平台。

二、我国跨境电商总体发展状况

我国企业出口商品的国模较大, 增速较快, 但主要以服装、小家电、3C产品、饰品等为主。而我国的跨境电商进口处于快速增长的初级阶段, 化妆品等女士用品、母婴用品、食品、保健品、奢侈品及服装、进口3C产品等占据了跨境电商进口商品的主流。

我国跨境电商按运营模式来分为两大类, 包括企业和企业间(B2B)的电子商务模式的贸易, 以及企业和消费者之间(B2C)的网络零售模式。2014年外贸企业对消费者(B2C)之间的零售电子商务在、天猫、苏宁、一号店、唯品会、聚美优品等各大网络零售平台上线。根据阿里巴巴提供的数据分析显示, 217个国家和地区的企业2014年“双十一”期间, 在阿里巴巴平台向消费者提供产品和服务和交易, 标志着我国大众消费进入了全球化跨境电商时代。

从市场的结构来看, 企业和企业(B2B)之间的贸易一直占据着国内跨境电商的主导地位。跨境B2B贸易企业主要依托电商平台发布信息以及匹配符合企业自身的交易信息, 目前企业主要使用的平台包括阿里巴巴、敦煌网、中国制造网、环球市场集团等电商平台进, 这些电商平台能够很大程度帮助企业完成信息匹配。很多外贸企业实际出口交易的货物量及金额都较大, 线上只能完成整个交易的部分流程, 并不能实现完全的线上化交易。目前跨境电商主要以平台信息的服务为主, 但不断向着跨境贸易流程全线上化努力发展。

三、我国跨境电商面临的挑战

1、本土化运营缓慢且艰难

中国跨境电商需要走出国门, 向客户提供包含本土化服务与本土化营销的, 本土化的运营服务。而能否实现本土化服务是跨境电商进行可持续性发展的重要参考。但当前中国跨境电商本土化尝试局限强, 发展慢, 效果差, 故中国跨境电商发展处于初级阶段的小众市场, 并没有打入主体渠道和主体宣传渠道。

2、两极分化严重

两级分化的马太效应是我国跨境电商行业目前面临的现状, 即强者愈强, 弱者愈弱。小卖家不管是销售额和利润相对都落后于往年大卖家, 大卖家能够深层次的把握和理解跨境电商, 能够有效地进行营销, 方案和渠道也运用良好, 供应与团队方面更加成熟与效率高, 所以能够更好地利用跨境电商的优势; 大卖家对网络营销渠道手段上手快, 运营成熟, 而小卖家只是开店卖货, 必然困于价格乱斗与同质竞争之内, 难以走出瓶颈。

3、品牌资源风暴

2015年, 我国的跨境电商企业开始意识到品牌的重要性, 各家电商平台都在着力打造自己的独特品牌属性, 中小型电商企业也在残酷的价格战争中意识到影响力品牌的重要性。但是有影响力的品牌的创立并不容易, 冰冻三尺非一日之寒。品牌建立需要一定的运行背景, 市场条件和有情怀的企业文化等多种因素。

4、跨境经营过程中的各种问题

跨境经营过程中主要有三个问题: 物流问题、资金及信息安全问题、以及人才缺乏的问题。

首先面临的是物流问题。跨境电商业务经营的物品, 一般要协调至少两个国家的相关企业, 跨境物流的对接就成了一个大问题。跨境电商不仅要协调各个供应商, 还要协调各个国家的经销商、政府部门尤其是海关税务部门、跨国物流企业、不同国家内的物流企业, 整个过程十分复杂、政策环境变化非常大。从一个国家的供应商手中到目标客户的手上, 货物一般会经过数目较多的转运, 包装是否能够完整、货物是否安全, 是很难确保的, 丢件、破损等问题经常发生。

其次是资金和信息安全问题。跨境电商的资金交易一般都是在网上, 跨境金融交易监管一直都是个巨大的难题, 一些不法分子通过跨境电商支付漏洞进行洗钱、诈骗、行贿受贿等违

法犯罪活动,严重影响跨境电商的正面形象,更阻碍跨境电商业务正常发展。此外,在互联网大数据背景下,信息安全问题也困扰业界和政府监管部门。跨境电商资金往来,一般需要借助第三方机构,这就大大增加了信息泄露的风险,给了违法分子以可乘之机。

最后是人才缺乏的问题。跨境电商业务规模爆发性增长,企业数量、规模都在不断扩大,急需知晓信息技术和跨境电商业务的多面手人才才能满足企业的业务需求。同时,跨境电商是一种新兴的业务形式,人才紧缺,传统的外贸从业者不一定了解电商业务,电商从业者也不一定掌握得了外贸业务。国家和学校短期内还无法提供充足的跨境电商专业人才,怎样培养人才、留住人才,就成了目前制约跨境电商发展的重要因素。

四、相关政策建议浅谈

1、建立切合实际的政策体系、建立完善的监督管理体制,使政策方面具备适应和支持跨境电商发展的特点。我国海关总署非常支持作为新业态的跨境电商的发展,在通关监管的模式上不断调整,推出六大支持政策,跨境电子商务试点城市给予跨境电商税收上的优惠政策以。2014年,海关总署在认可保税进口模式的基础上,进行了进出口通关的作业流程,提高海关货物的检验检疫流程,提高工作效率,完善监管机制,并向企业提供财政金融等方面的积极支持,切实解决跨境电商发展中的绊脚石问题,维护和保证跨境电商的健康发展。

2、不断优化跨境电子商务的发展环境。跨境网络零售呈现出小金额、多批次、高频率的交易特征。企业对消费者的跨境零售业务主要使用邮政小包、航空快递的方式进行货物配送,这使得传统的通关保管流程并不适合跨境电商零售业务。国内多数的中小型跨境电商企业由于没有进出口经营权,无法进行跨境电商零售中的报关,结汇、退税等操作。这些都需要海关部门、检验检疫部门、商务部门、工商等部门之间建立有效的沟通机制,对报关通关、支付、物流以及结汇等流程进行机制上的改革创新,政策上的优化,通过提高商检动检等工作效率,提高行政服务的效能,切实降低跨境电商企业的经营成本。同样需要各部门在提升效率的同时,争对进出口的产品进行有效的监管,对质量等安全风险问题进行把控,保护消费者权益。

3、促进跨境电子商务直购进口、保税备货、闪购等新业态发展。近些年,随着各大平台海淘业务的兴起,国内的消费者非常热衷于使用海外直邮的方式进行商品购物,这些由海外货源地直接快递发到消费者手中的产品,具有高质量和商品真伪方面的优势。在跨境电商直购中,平台进行了注册备案,对商品的税费、价格、质量以及售后等方面进行了详细的标注,使消费者的权益得到了保障。杭州于2015年在跨境电商试验区推出了保税备货模式,为了提高企业与海关、商检等部门的协同效率,也提升商品的流通效率,允许企业以租用等方式使用

保税仓库,提前在保税仓备置热销产品。保税仓通过一套有效的系统,直接在平台上对接海关、商检等部门,使订单从产生到正常通关在一个小时内完成,迅速完成清关,大大提高了工作效率。亚马逊中国上线全球购·闪购项目,预选热销的海外产品,将货物提前备货至保税仓或者香港仓,使用我国物流进行发货,可以让消费者最快三天内拿到自己购买的商品。我国国内目前开展类似闪购业务的企业有京东、唯品会等。因此,今后我国政府要在政策方面不断进行探索和创新,促进跨境电商多种模式,多种业态的发展,在满足消费者个性化需求的基础上,提升我国跨境电商的发展以及服务的质量。

4、着力提升我国跨境电商服务业的发展水平,增强我国跨境电商的国际竞争力。商品买卖的全球化发展,需要高水平的跨境电子商务服务业来进行有效支撑。跨境电子商务服务业主要是为电商应用提供各种服务,包括跨境电商交易平台服务、物流和配送服务、以及电子支付等。

首先,要促进跨境电商的长期发展,最根本的是产品质量的保证,要用长远的眼光看问题,忠实产品的质量,保障消费者的权益。同时,要加强品牌建设,提升市场的拓展能力和客户服务的能力;二是站在海外布局的角度上,从跨境电商企业的竞争力出发,大力发展海外仓,降低企业的物流成本,提高企业服务水平 and 售后服务水平,有效的缩短订单周期;三是向优秀的国内外服务商学习,提升效率规范经营,提升服务,研究属于自己的切实可行的跨境电商模式。

其次,制约我国跨境电商发展的主要因素是物流配送。要鼓励和支持国内物流快递企业的国际化发展,开展国际物流网络,大力提升配送效率,在服务中力求为客户量身打造仓配一体的一站式物流供应链服务。

最后在跨境电商交易支付中,支付的类型多种多样,包括银行转账、信用卡以及第三方支付等。近些年我国诞生了诸如支付宝,财付通等一些优秀的第三方支付平台,均已获得外汇支付业务试点资格、跨境人民币支付业务试点资格、跨境汇款业务试点资格等。尽管我国的跨境支付第三方支付企业发展速度很快,但尚不具备国际竞争力。接下来在降低金融风险的前提下,通过优化监管政策等方式进一步优化支付环境,扩大支付限额,对国内优秀的金融机构进行正确的引导和支持,鼓励国内优秀的金融机构特别是支付企业走出去,为国内外企业以及个人的支付需求提供好的服务,促进跨境电子商务的健康发展。

参考文献

- [1] 来有为,王开前.中国跨境电子商务发展形态、障碍性因素及其下一步[J].改革,2014(05):68-74.
- [2] 来有为,王开前,李广乾.我国跨境电子商务面对的主要挑战与政策建议[N].中国经济时报,2014-06-19(005).
- [3] 赵海娟.深化改革突破瓶颈 开拓跨境电子商务发展新空间[N].中国经济时报,2015-05-12(001).