

我国跨境电商物流发展策略研究

于 晴

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年2月23日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年4月8日

摘 要

随着全球贸易经济环境的改变, 我国跨境电商行业的发展进程也在不断加快, 跨境电商物流的重要性也不断凸显。本文就跨境电商物流的现状进行分析并探索未来发展策略。当前我国跨境电商物流主要呈现出以下特点: 市场规模持续扩大、地域集中分布、模式多元化、政府支持政策倾斜等。然而, 我国跨境电商目前也存在着物流成本提升、用户需求提高、政策法律风险以及人力资源缺失等诸多问题。文章就目前所存在的问题提出了加强跨境电商物流数字化转型, 构建多元化物流网络; 开通多样增值服务; 完善政策环境, 强化风险管控以及加强人才培养等方案。未来跨境电商物流需持续创新优化, 以适应全球经济复苏和市场变化, 在国际贸易中发挥更重要的作用。

关键词

跨境电商, 物流, 发展策略

Research on the Development Strategy of Cross-Border E-Commerce Logistics in China

Qing Yu

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Feb. 23rd, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Apr. 8th, 2025

Abstract

Changes in the global trade pattern have promoted the rapid development of cross-border e-commerce in China, and the importance of cross-border e-commerce logistics has become prominent. This study aims to analyze its development status and explore the optimization path. Now, China's cross-border e-commerce logistics market continues to expand in scale, with centralized regional

distribution, diversified models, and enjoys strong support from the government. However, it faces challenges such as rising logistics costs, upgrading of consumer demand, policy and legal risks, and talent shortage. Therefore, we should strengthen digital transformation, build diversified logistics network, open diversified value-added services, improve policy environment, strengthen risk control, and strengthen talent training. In the future, cross-border e-commerce logistics needs to continue to innovate and optimize, to adapt to global economic recovery and market changes, and play a more important role in international trade.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Logistics, Development Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

数字化加速了全球化进程，跨境电商成为了新形势下新的风口，线上消费成为了新的风潮。在此背景之下，国内企业将重心发展到了海外，开拓国际市场，跨境电商数量得到快速发展，跨境电商成为了我国贸易发展的新动力[1]。跨境电商的迅速发展对物流体系也提出了更高的标准[2]。跨境电商物流，作为商品与消费者的沟通桥梁，对消费者的消费体验和商家的成本起着决定性作用。本文分析了目前我国跨境电商物流的发展现状及存在的问题，找出跨境电商物流未来发展的措施，进一步促进我国跨境电商物流的发展。

2. 概念及相关理论基础

2.1. 跨境电商物流概念

跨境电商物流指为了满足不同国家的消费者和卖家进行的跨境电商交易行为的物流服务。由于交易对象为不同国家，所以跨境电商物流不仅仅涉及运输、配送服务，还涉及地域性差异的海关体制、法规、国际政治、国际税收等，因此跨境电商物流为多国合作、多环节协调的复杂服务过程。

2.2. 供应链管理理论

供应链管理理论是一种管理方式综合化的管理理论，其利用计算机网络技术，将商店、仓库、供应商、制造商等资源纳入统一的供应链体系之中，并且对信息流、物流、商流等实施综合统筹以及综合管理，其终极目的是以最优配置资源和共享信息技术。供应链管理理论强调协调各方合作的管理手段，完成最短的时间实现商品配送至指定的地点，把效率最大化。而跨境物流作为跨境电商的重要构成部分，也是跨境电商供应链管理系统的的重要组成部分。

3. 跨境电商物流的现状分析

3.1. 市场规模持续扩大

相关研究显示，突发的公共卫生事件促进了线上消费的进一步发展[3]，跨境在线消费释放，成为推动跨境电商持续较高增长的重要支撑。据人民日报发布数据显示，2024 年中国跨境电商进出口 2.63 万亿元，同比增长 10.8% [4]。线上消费的火爆给跨境电商物流生态建设带来新一轮动力。例如，互联网巨头

阿里巴巴、腾讯相继建设了全球物流生态基础设施，这些企业的加盟加快了国际物流网络的形成并提升了跨境电商物流服务能力。

3.2. 地域集中分布

在跨境电商物流企业空间分布上，物流企业主要集聚在中国东南沿海。根据东方财富网报告的数据显示，广东省作为中国的制造业大省，依托广阔的货源，集聚了 30.49% 的跨境电商物流企业，有效构建出一条完善的跨境产业链。上海市由于国际化大都市的区位优势，凭借优越的营商环境，集聚了跨境电商物流企业数量占 13.86% 的业务量；山东省以 11.73% 占比排第三，依托青岛、烟台、日照沿海港优势，实现了大宗商品、地方特产等多类型商品出海。其余还有浙江省、江苏省、天津市……上述跨境电商物流企业空间集中度高的地区，加在一起占到 87.33% 的企业数量[5]。这些省份因为产业集群的分工关系，产生了资源共享、合作寻找商机的效果，成为当前跨境电商创业人群的热门之地，从而也为跨境电商贸易流通提供了源源不断的动力。

3.3. 物流模式多元化

自全球化进程加快以来，跨境电商物流模式呈现出多样化。跨境电商物流在各国调整供应链以及多元化的消费者需求驱动下，传统的单一物流模式已经无法满足跨境电商需求。

当前跨境电商物流模式主要包含跨境铁路物流、跨境海运、跨境空运、国际邮政包裹、国际商业快递和海外仓等[6]。其中，跨境铁路物流、跨境海运和跨境空运主要提供运输路段的服务，通常不包含揽收、清关和末端配送，因此这三种跨境电商物流模式主要适用于 B2B 场景。国际邮政包裹和国际商业快递属于第三方物流模式[7]。当前，在亚洲地区，邮政快递包裹可实现 3-4 天完成快递送达，在欧美地区，时间也已缩短到一周内。国际商业快递比较有代表性的企业有 TNT、UPS、FEDEX 以及 DHL，这些国际物流企业靠资本在全球设网络服务点，以强大 IT 技术服务全球客户，所以服务质量更高、运输快，但是价格较高。海外仓物流模式，是电商平台卖家在海外销售目的地设立仓库，为商品提供仓储、分拣、包装并派送的一站式物流解决方案。海外仓模式优势显著，大幅提高了物流时效和物流稳定性，同时能够为退换货服务提供渠道和保障，提高了商品竞争力和用户黏性。近几年，全球海外仓数量显著攀升。据海关统计，到 2023 年 6 月止，在中国海关有正式备案的跨境电商海外仓企业已经达到 1713 家[8]。

3.4. 政府支持力度不断加大

近年来，我国政府多角度全方位支持跨境电商物流发展。从顶层设计方面，2024 年 6 月，商务部、国家发改委等九部门联合印发的《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》提出“指导地方依托跨境电商综合试验区、跨境电商产业园区、优势产业集群和外贸转型升级基地等，培育跨境电商赋能产业带模式发展标杆”[9]。从试点政策方面，截止至 2023 年 10 月，我国已有 165 个城市设立了跨境电子商务综合试验区，跨境电商综合实验区内有便利化措施[10]。从专项资金方面，从外经贸专项资金及服务业务发展专项资金上对跨境电商平台建设、海外仓建设、物流设施建设、物流信息化建设以及物流人才等提供了支持。

4. 跨境电商物流面临的挑战

4.1. 物流成本上升

电商物流成本上升。首先，跨境电商零售自身具有碎片化、小批次、多频次等特点，在跨境物流运输过程中较难形成较高的规模优势，而且跨境电商物流在环节流程等方面都比较复杂，导致跨境电商物

流成本占跨境电商总体成本比例较高[11]。其次,从运力方面来看,一方面,航空和海运都面临困境。目前航空货运量持续上升,但运力供给相对乏力,在需求快速增长的情况下运力供给不足,运价上涨;在海运方面,受红海危机、港口拥堵和关税战威胁引发的需求激增等影响,海运运费大幅上涨。另一方面,新业态跨境电商运营模式提高了物流成本。一些中小微实体企业利用全托管、半托管模式进入跨境电商行列[12],卖家必须通过海运向海外仓提前备货,为了避开年末旺季的大笔运费和舱位不足,不得不提前安排,在六七月份出货,增加了海运压力,推动物流成本上升。对于整个行业来说,物流成本增加,推高了商品价格,客户感受物流配送过程中的时效性和价格问题也会影响客户体验,限制了跨境电商行业进一步发展。

4.2. 消费者需求升级

随着消费者消费水平提高及消费升级,消费者消费理念也从价格导向转变为服务导向[13]。首先,跨境电商物流时效是消费者最重要的关注点之一,此前跨境购物动辄需要数周甚至更长时间,对消费者的购物体验造成了严重的影响。而如今随着海外仓模式的推广、物流网络的延伸、通关效率的提高,跨境电商物流时效明显提高,“天级”配送甚至实现“小时级”配送都有可能。消费者更期待能像在国内一样,在短时间内快速、方便地买到自己的心仪产品。其次,跨境电商涉及到跨境运输、清关等环节,消费者往往担心商品安全性和可靠性。不仅要求商品在运输途中无损伤、无破损,消费者还希望知道商品的位置、运输情况,做到随时可追溯。消费者对正品保障性也愈发重视,希望物流企业对商品溯源、质检等服务进行保障。最后,个性化服务上,跨境电商的消费者来自不同国家、不同地区,文化差异、消费习惯各异,对物流的诉求更加个性化。例如,某些消费者希望商品能在某些时间段内进行收件,某些消费者希望能使用更加环保材料的包装等等。这就需要跨境电子商务物流企业给予更加灵活、个性的送货要求,如送货时间的预约、送货方式的选择、送货地点的选择等。

4.3. 政策与法律风险

各国及地区涉及的进出口商品的关税、配额、许可证等政策都有所不同,会根据国际形势等因素进行调整,增加了跨境电商物流的不确定性和成本。另外,各国及地区海关对跨境电商商品的监管、查验标准、通关标准都不统一,会造成清关延误、扣留、货物退回等情况发生。

法律风险主要包含两个。其一,因跨境物流主体识别不清所造成的法律风险。以跨境物流过程中涉及的海运为例,其涉及主体一般包括托运人、货代(即货运代理人)、承运人、船代(船运代理人)、收货人等。由于跨境物流涉及的主体较多,如果主体法律地位识别不清,就可能导致参与货物运输的一方可能相互推诿责任而引起纠纷。二是在目的港(地)滞港或被拒收所引发的法律风险。货物由于不符合目的港国的清关政策是货物滞留于目的港(地)的第一原因。另外,跨境物流主体多、流程多、问题多,这些因素叠加又增加了货物运输的延迟可能性、被拒收的可能性也相应增加。货被拒收,托运人既面临商业风险又面临法律风险[14]。

4.4. 人才短缺问题凸显

随着世界经济一体化的进一步加强,跨境电商作为全球贸易、经济交流合作的重要组成部分,发展迅速。跨境电商交易量不断加大,跨境电商物流行业对于国际化物流人才的需求量也陡然剧增,但是如今的跨境电商物流人才需求却陷入了人才瓶颈阶段。

其一,高校的人才培养体系存在明显滞后性。存在滞后性的原因具体表现为课程设置与教学方法未能与时俱进,企业的课程设置与行业发展的实际动态需求脱节。这导致所培养的人才在知识结构与实践

技能方面与企业实际所需存在较大差距,无法契合行业对复合型、应用型人才的紧迫需求。

其二,着眼于企业内部,人员流动频繁,人才的招聘及保留不易也造成了行业内人才短缺。例如,薪酬福利待遇状况、工作环境问题等导致高层次人才的流失现象较为严重。有的落后地区或是安全问题不足的地区,因为不能给予较高的薪酬与理想的福利以及良好的工作环境,大部分优秀的跨境物流人才难以接受工作条件,从而使得人才招聘困难现象越来越严重。

其三,国际货运物流的经营范围非常复杂,涉及的专业知识和技能非常广博,从业人员既要精通常规物流业务知识,又要了解国际货运物流相关特殊要求法律条例,不同运输方式下业务办理的法律法规,各种运输方式下复杂的关税体系和国际货物运输管理的专业知识。目前的大部分货运从业人员缺乏相关国际物流业务扩展知识技能。除此以外,从业人员在相关业务沟通和联系时存在由于文化差异、语言和沟通的障碍,极易引起业务分歧和矛盾,使货运业务难以顺利开展。

其四,一些欠发达地区物流业的信息化、智能化水平滞后,专业性技术人员欠缺,阻碍了物流业运作效率的提高[15],削弱了该地区跨境物流业的市场竞争力,也在一定程度上阻碍了我国跨境电商物流业的协调发展。

5. 跨境电商物流的发展策略

5.1. 强化跨境电商物流数字化转型, 构建多元化物流网络

跨境电子商务物流企业在进行电子商务转型中,需要加强区块链[16]、物联网、大数据、云计算技术的使用,通过这些技术在物流供应链的各个环节实现智能化的决策、实时监测、数据自动采集,实现精细化管理,提高管理效率。其中,区块链技术在金融、供应链等行业已成熟应用,技术相对成熟,在国外甚至已有多家快递公司(如京东物流)利用区块链技术实现物流信息追踪。初期需要的技术开发成本、硬件设备投入、业务人员培训等投资较大,但从长远发展来看,区块链技术利于企业大幅降低物流信息管理成本,可以减少由于信息不对称原因所产生的争议和延误。例如,在冷链物流运输中,企业可以利用区块链技术提供智能物流优化调度、智能数字仓等服务,通过物联网以及信息科技监控冷链物流领域中的生鲜食品运输过程。物流企业可以通过大数据建设的信息化管理系统增加系统的可靠性、稳定性,对物流数据进行实时的监测,提高风险管控意识。

另一方面,构建多元化物流网络提高物流时效性。在国际物流端,跨境物流企业需依据商品特性和进口来源地差异,灵活采用海运、邮运、空运混合衔接的多式联运方式,积极开辟物流新通道。充分借助“一带一路”建设和 RCEP 生效的契机,深入挖掘中欧、中蒙等回程班列的潜力,强化班列与跨境电商的融合,降低国际物流成本,增强物流通达能力。在国内物流端,应统筹物流体系布局,发挥跨境电商综合试验区的区位优势,优化商品分拨、仓储和中转基地的选址,从而缩短运输距离,提高运输时效,降低国内物流成本。另外,重视海外仓、分拨中心等基础设施建设,将我国国际干线物流和海外终端配送体系链接起来,构建起以海外仓为主节点、以海陆空铁跨境运输为干线、以境外终端配送为支线、以国际主要地区为市场辐射面的“点线面”结合的国际物流体系。

5.2. 开通多样的跨境电商物流增值服务

现今,跨境电商物流服务面临新的市场环境与多样化的服务需求。因此,跨境电商物流企业可以通过提供多种形式的增值服务,以此提升物流竞争力、满足市场需求,这已然成为行业发展的一大方向。第一,物流企业为消费者提供的增值服务可以从个性包装定制着手,针对不同的商品、不同的运输距离、不同的客户进行不同的包装材质选择和不同的包装形式设计,为客户提供个性化和多样化的包装形式。第二,物流企业同时还能够提供灵活配送时间的增值服务,常规配送之外设置定时配送、夜间配送等形

式的定制配送时间,为客户提供根据自身需要的不同配送时间形式。第三,物流企业也能够根据自身技术条件,为电商商家提供数据增值服务,根据大数据时代物流数据的价值性挖掘,为电商平台商家提供销售预测、销售库存相关建议等物流数据增值服务形式。第四,物流企业可凭借自身技术条件与背景特色,对物流信息数据进行综合挖掘与分析,进而向消费者输出有价值的物流资料信息。例如,通过大数据分析挖掘客户下单记录,并且结合当地商品特性、物流信息配送、售后服务进行客户数据分析,对客户的订单进行个性化信息的推送和处理,也可对于其他物流相关事务的信息数据进行分析处理后,对相关客户服务提供关于货品的合理保存、购买或者客户退货等处理方式进行综合的系统化服务。第五,为了给予跨境电商物流相关客户足够的保障措施,物流企业可以和相关保险公司建立联系,给客户制定好的物流保险相关保障措施,例如退货运费险、货物运输保险等。另外,跨境电商物流保险的保费收入能够为保险公司带来新的利润增长点,同时为跨境电商企业提供风险保障,降低因物流问题导致的损失。建设多样的物流增值服务初期投入主要包括数据采集和分析系统的建设,成本较高。但个性化服务能够显著提升消费者满意度和忠诚度,增加企业的市场竞争力。

5.3. 完善跨境电商物流健康发展政策环境, 强化风险管控

在依法治国大背景下,政府应着力加强政策环境建设工作,重点聚焦交通运输领域,全面理顺相关法律法规的立法体系,确保政策法规的科学性、系统性与协同性,为行业稳健发展筑牢法治根基。例如,明确实际托运人、实际承运人的地位和范围责任,发挥最高法院制定相关政策指导意见的重要作用(骆庆国,王瑛),同时增加法院在具体主体识别等相关运输纠纷领域的司法解释。除健全立法外,政府也应构建海关、商务部、工商局、税务局、金融机构等部门的协作联动机制,形成联合监管机制,加大对跨境物流的扶持政策,认真倾听企业呼声,帮助企业解决现实中的难题[17]。

其次要强化风险防控。政府要搭建外贸征信平台,把恶意拒收、无单放货的不诚信行为人纳入黑名单,禁止其从事贸易活动,规范市场环境。跨境电商物流企业自身也要积极与政府合作,建立健全的内部风险防控机制,加大风险识别、评估、研判和预警力度,从制度流程上避免管理风险,提升抵御风险能力。

5.4. 加强跨境电商物流人才培养

跨境电商物流的复杂性和系统性对物流人才培养提出更高的要求。第一,在高校教育上,学校一方面要做好跨境电商物流人才的专业教育,以信息化为主攻方向,围绕物联网、云计算、区块链、人工智能、大数据分析等领域,重点培养跨境电商行业所需的复合型技术人才;另一方面要举办用人单位座谈会,针对跨境物流人才需求、专业人才培养和学生就业、发展情况等方面工作开展常态化、灵活化、多样化、实效化的沟通与交流,提升跨境电商物流人才培养的针对性[18]。高职院校则要以企业对实操需求为重点,立足于“以项目为导向的教学过程”,培养实用型的基层人才,从而达到培养不同层次专业人才的目。国家高度关注跨境电商和物流行业的发展,出台了一系列鼓励政策。校企合作培养模式符合国家政策导向,有望获得政府资金、政策支持。在成本上,校企合作培养模式的投入初期主要包括课程制作、实训基地建设、师资培训,成本偏高,但从长期效果来看可以显著提高人才培养的质量,满足行业对于高素质人才的需要。第二,企业可以根据员工职责的不同,对应不同内容的培训。例如,操作人员需要提升操作技能,销售人员需要提升商务沟通洽谈的能力,可考虑师带徒助力人才成长。第三,单位要健全人力资源管理,做好人才培养,根据发展需要制定人才方案,明确不同发展路径下对人才的需求,制定中长期人才能力培养路线,并配有合适的人才激励政策,吸引人才、留住人才,多方面地保证跨境电商物流相关行业人才供应。

6. 结语

跨境电子商务物流是世界经济互联互通的基础与重要载体。目前,跨境电子商务物流在市场空间、业务模式快速增长和多变的同时,还面临着跨境电商物流成本增加、跨境电商消费者需求多样化、法律合规风险以及人才供给不足等问题。跨境电子商务物流企业要重视与之匹配的供应链物流运营数字化、跨境电商物流增值服务、政策与制度优化与人才培养,从而提高跨境物流效率与服务质量,促使跨境物流行业稳定、均衡、可持续地发展,让跨境电商物流在国际市场中发挥更大的作用,引导世界经济更好地复苏。

参考文献

- [1] 唐莉琼. 跨境电商平台内容营销对消费者忠诚度的影响——平台信任度的调节效应[J]. 商业经济研究, 2025(1): 61-64.
- [2] Qi, X., Qin, W. and Lin, B. (2024) Case Study on Synergistic Development Strategy of Cross-Border E-Commerce and Logistics: An Empirically Model Estimation. *PLOS ONE*, **19**, e0304393. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0304393>
- [3] 王文隆, 刘祺, 冯耕中, 等. 疫情下双渠道供应链恢复努力决策及契约研究[J]. 系统工程理论与实践, 2023, 43(3): 857-870.
- [4] 欧阳洁. 超四十三万亿元, 外贸规模再创新高[N]. 人民日报, 2025-01-14(002).
- [5] 东方财富网. 2023 年跨境物流行业发展趋势报告[EB/OL]. <https://caifuhao.eastmoney.com/news/20231027162559568224070>, 2023-10-27.
- [6] 王玉柱, 冯家上. 跨境电商重构中亚地缘经济空间[J]. 俄罗斯研究, 2023(5): 79-100.
- [7] 孙博, 王超. 我国跨境物流模式分析及优化[J]. 商业经济研究, 2019(10): 87-89.
- [8] 王如玉, 柴忠东, 林家兴. 全球供应链空间重构下的中国外贸“三新”: 新格局、新动能与新质生产力[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2024, 30(3): 18-35.
- [9] 中国政府网. 商务部等 9 部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202406/content_6956847.html, 2024-06-12.
- [10] 张兵兵, 王新燕, 曹历娟. 绿色工厂认定与企业对外直接投资[J]. 国际贸易问题, 2024(12): 57-75.
- [11] 魏浩, 涂悦. 中国跨境电商零售进口: 发展特点、存在问题与政策建议[J]. 国际贸易, 2023(4): 31-39.
- [12] 张夏恒. 跨境电商驱动新质生产力生成的逻辑解构[J]. 学术论坛, 2024, 47(5): 1-10.
- [13] Liu, Y.H., Lee, E.S. and Ding, J.M. (2023) Logistics Service Quality in Cross-Border E-Commerce and Consumer Repurchase Intention: The Moderating Effects of Consumer Ethnocentrism and Cosmopolitanism. *Korean Review of Management Consulting*, **23**, 179-192.
- [14] 骆庆国, 王瑛. 中国-东盟跨境物流法律问题研究[J]. 广西社会科学, 2024(1): 70-76.
- [15] 刘彬, 杨航. 中阿跨境电子商务合作的现状、挑战与对策建议[J]. 阿拉伯世界研究, 2023(3): 3-20+158.
- [16] 赖丽萍. 区块链技术应用视角下我国跨境电商出口贸易问题与对策探讨[J]. 商业经济研究, 2024(16): 126-129.
- [17] 黄利荣, 田钧. 电商平台跨境物流风险管理探讨[J]. 商业经济研究, 2023(21): 105-107.
- [18] 李耀波, 常虹, 焦朝霞. 双循环背景下跨境物流绩效对农产品外贸影响的机理[J]. 商业经济研究, 2024(20): 123-126.