

跨境电子商务发展的机遇与挑战研究

康馨文

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月25日; 发布日期: 2025年5月29日

摘要

在数字化浪潮的席卷下, 跨境电商正在经历深刻变革, 成为全球贸易领域中最具有活力的增长点。跨境电商是推动外贸实现高质量发展的核心动力, 其为国家的发展进程与经济的增长带来了全新的动力源泉, 正重塑着传统的国际贸易架构与商业生态。然而, 跨境电商作为一种新兴贸易形式, 获取巨大商机的同时也遇到一些挑战。本文在探析跨境电商发展的机遇基础上, 进一步指出跨境电商发展的困境, 并提出应对措施, 以期促进我国跨境电商健康发展。

关键词

跨境电商, 市场需求, 数字贸易, 售后服务, 复合型人才

Research on the Opportunities and Challenges of Cross-Border E-Commerce Development

Xinwen Kang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 25th, 2025; published: May 29th, 2025

Abstract

Swept by the wave of digitalization, cross-border e-commerce is undergoing profound changes and has become the most dynamic growth point in the field of global trade. Cross-border e-commerce is the core driving force to promote the high-quality development of foreign trade, which has brought a new source of power to the country's development process and economic growth, and is reshaping the traditional international trade structure and business ecology. However, as an emerging form of trade, cross-border e-commerce has encountered some challenges while gaining huge business

opportunities. On the basis of exploring the opportunities for the development of cross-border e-commerce, this paper further points out the dilemma of cross-border e-commerce development and proposes countermeasures to promote the healthy development of cross-border e-commerce in China.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Market Demand, Digital Trade, After-Sales Service, Compound Talents

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

跨境电子商务作为一种新兴的贸易形态，利用电子化和网络化手段革新了传统的国际贸易流程，使得位于不同地域和国家的买卖双方能够借助互联网及其相关信息平台，更加便利且迅速地完成交易过程[1]。在全球化与数字化的双重浪潮中，跨境电子商务已从一种新兴贸易模式演变为重塑全球经济格局的核心力量。它不仅是商品与服务流动的渠道革新，更是国家间经济互动、规则博弈与文化交融的复合载体。跨境电子商务在全球范围内迅速崛起，成为数字经济时代国际贸易变革的重要引擎。

当前，国际政治经济格局加速重构，技术革命持续深化，消费者行为快速迭代，跨境电子商务既承载着数字经济时代的增长希望，也深陷于多重矛盾的漩涡之中。这一领域的发展已超越了单纯的市场扩张逻辑，转而成为观察全球贸易秩序转型、国家竞争力重构以及数字主权博弈的重要窗口。

从技术驱动的视角看，互联网基础设施的普及、大数据与人工智能的应用、区块链技术的探索，为跨境电子商务提供了前所未有的效率支撑。传统贸易中冗长的中间环节被数字平台压缩，供应链的透明度与响应速度显著提升，中小微企业得以绕过传统跨国公司的资源壁垒，直接参与全球分工。与此同时，数字支付体系的全球化布局与物流网络的智能化升级，正在重构“买全球、卖全球”的时空维度。这些技术赋能让跨境贸易的民主化特征愈发显著，但也衍生出新的权力结构——平台经济的垄断倾向、数据资源的争夺与算法权力的集中化，正在挑战传统国际贸易的公平性框架。

国际政治经济格局的维度考察，跨境电子商务的发展深嵌于全球化与区域化的张力之中。一方面，世界主要经济体通过区域贸易协定加速推动数字贸易规则统一，试图在跨境数据流动、电子认证、消费者权益保护等领域建立新秩序；另一方面，地缘政治冲突、贸易保护主义与技术脱钩风险，又使得跨境电子商务面临市场分割、规则碎片化的威胁。

2. 跨境电商的发展机遇

(一) 国家政策环境的支持

我国政府对跨境电商的政策支持具有鲜明的战略导向性和系统性特征。这一支持体系不仅体现在行业专项规划的制定上，更通过制度创新、试点探索与资源整合，为跨境电商构建了“政策红利期”，使其成为推动外贸转型升级、培育国际竞争新优势的重要抓手。

跨境电商被纳入国家数字经济与对外开放的战略框架。近年来，中国通过设立跨境电商综合试验区、优化海关监管模式、完善税收政策等一系列举措，系统性降低企业的制度性交易成本。自2012年底国家发改委着手开展跨境电子商务试点城市建设以来，国家层面相继推出了一系列重要指导文件。国家信息

化领导小组与商务部先后发布了《2006~2020 年国家信息化发展战略》《“十二五”期间商务发展主要任务与工作重点》以及《“十二五”电子商务发展指导意见》，为跨境电商的发展提供了政策导向[2]。2013 年 8 月，国务院转发了《关于推行支持跨境电子商务零售出口相关政策的指导意见》，其核心目的在于促进跨境电子商务行业的成长，通过强化政府部门间的协作，优化跨境商品交易的海关监管流程，以加速商品通关效率。进入 2015 年，为进一步体现对跨境电子商务发展的扶持态度，财政部携手国家税务总局颁布了《跨境电子商务零售出口税收政策通告》，在税收层面明确了相应的支持措施[3]。

中国积极参与国际数字贸易规则制定，并通过区域合作机制为跨境电商扫清制度障碍。国际协定中关于电子签名认证、跨境数据流动、消费者权益保护的条款，为中国企业拓展东南亚市场提供了规则保障。国内政策则进一步聚焦于试点创新：保税进口模式允许商品在海关特殊监管区域内存储并分批发货，降低了企业的库存压力；“无票免税”政策简化了中小卖家的税务申报流程，激发了市场活力。

全球化的深入发展，各国深入交流与协作，为跨境电商带来了机遇。“一带一路”倡议的提出为我国电子商务开拓了更为广阔的国际市场空间。伴随全球经济一体化步伐的加快，中国步入了经济发展“新常态”，国际影响力显著提升。在此背景下，首个由中国倡议成立的多边开发银行——亚洲基础设施投资银行(亚投行)应运而生，此举对推动跨境电子商务在亚洲乃至全球范围内的发展具有积极意义[4]。

(二) 国内物流等相关产业的发展

中国物流产业的跨越式升级为跨境电商奠定了坚实的物理基础设施。从仓配网络智能化到跨境运输体系完善，从供应链整合到绿色物流创新，物流能力的全面提升已成为支撑跨境电商全球化布局的核心竞争力。

物流技术的突破进一步释放了效率潜能。国内智能仓储系统通过自动化分拣、无人配送、物联网监控等技术，将订单处理时效从“天级”压缩至“小时级”；海外仓布局则通过“前置库存”模式，将跨境配送周期缩短，提升了消费者的购物体验。这种“国内仓网密度”与“海外节点覆盖”的结合，构建了跨境电商“买全球、卖全球”的物理基础。大数据驱动的智能路由规划，可实时优化跨境运输路径，动态平衡成本与时效；区块链技术在物流追溯中的应用，实现了商品从生产端到消费端的全链条透明化，有效缓解了假货争议；无人机、自动驾驶卡车等新型运载工具的测试应用，则正在突破偏远地区的“最后一公里”配送瓶颈。同时我国跨境电商的物流服务体系中融入数字智能技术，逐步以人工智能技术替代重复的人力劳动。通过模拟实际工作场景中可能出现的各类状况，来锻炼相关人员的应变能力以及危机处理能力[5]。

供应链整合能力的提升是另一关键机遇。跨境电商推动物流企业从单一运输服务商向供应链综合解决方案提供者转型。部分头部物流平台通过整合报关清关、国际运输、海外仓储、本地配送等环节，为企业提供“端到端”的一站式服务；冷链物流技术的成熟，则使生鲜、医药等特殊品类得以突破运输限制，拓展跨境贸易边界。这种从“物流配送”到“供应链赋能”的跃迁，显著降低了中小企业的出海门槛。

(三) 市场需求转向可持续发展

全球消费市场对可持续发展的强烈诉求，正在重塑跨境电商的价值逻辑与竞争维度。环保消费理念的普及、循环经济模式的探索，市场需求的结构性转向为行业创造了差异化增长的新赛道。

消费者行为的深刻变革是首要驱动力。依据尼尔森开展的一项全球性调研，超过 80%的消费者表明，他们甘愿为环保型产品支付更高的费用。这一倾向在千禧一代与 Z 世代中尤为显著，其比例分别攀升至 85%与 90% [6]。新一代消费者尤其是 Z 世代群体，愈发关注产品的环保属性、碳足迹透明度及企业社会责任表现。调研显示，超过半数的全球消费者愿意为可持续商品支付溢价，这直接推动跨境电商平台调整选品策略，可降解包装材料、有机认证食品、低碳电子产品等品类的交易额年均增长率超过传统商品。这种需求转向倒逼企业重构产品生命周期管理，从原材料采购、生产加工到物流配送全程嵌入可持续标准。

企业的战略转型压力同样构成机遇。国际碳关税机制的酝酿、欧盟国际行动计划的推行，迫使跨境电商参与者将可持续发展从“道德选项”升级为“生存刚需”。头部平台通过搭建碳核算系统，实时追踪商品从工厂到消费者手中的碳排放数据；部分企业试点“绿色积分”制度，鼓励消费者选择合并配送或低碳包装。

循环经济模式的创新则为行业开辟了新增长极。二手商品跨境交易平台的兴起，使闲置物品的全球流转成为可能；订阅制服务通过延长产品使用寿命，减少了资源浪费；逆向物流体系的完善，则支持电子设备、服装等品类的跨境回收与再制造。

3. 跨境电子商务发展的挑战

(一) 数字贸易规则不统一

各国在构建数字贸易规则体系时，深受其基本国情、经济发展状况等多重因素的影响，从而导致所制定的规则与制度呈现出一定的差异性。中国政府倾向于加大对数字领域研究的支持力度，制定相关政策；而一些发达国家在数字贸易领域占据领先地位，并已逐步形成了诸如“美式”与“欧式”的数字贸易规则模板[7]。

全球数字贸易规则的碎片化，是跨境电商面临的首要制度性障碍。当前，国际社会尚未就数据主权、隐私保护、平台责任等关键议题达成共识，各国规则体系的差异直接抬高了企业的合规成本与运营风险。欧盟以严格的数据本地化要求著称，强调个人隐私权优先；而部分新兴经济体为吸引数字投资，倾向于宽松的数据流动政策。这种规则冲突迫使跨境电商企业必须在不同司法管辖区搭建多重合规体系。同时，区域贸易协定中数字条款的“规则竞争”愈演愈烈：部分协定倡导数据自由流动，而其他部分则允许成员国保留数据本地化措施。这种“规则拼图”不仅割裂了全球数字市场，还催生出新型非关税壁垒——企业可能因无法满足某国数字服务税标准而丧失准入资格。

规则真空地带的存在进一步加剧了不确定性。虚拟商品的产权认定、人工智能生成内容的版权归属、算法推荐的责任界定等问题，均缺乏国际通行的治理框架。因算法推送导致消费者购买违禁品，平台是否承担法律责任？此类争议的司法管辖权模糊，使得企业陷入被动应对诉讼的困境。

(二) 消费者信任与售后服务难题

消费者信任的脆弱性与售后服务的低效性，是跨境电商区别于传统国际贸易的核心痛点。一项全球消费者调查报告，由国际权威市场研究机构发布，揭示出超过 60% 的跨境购物群体明确表示，他们在决定是否进行购买时，会将售后服务的顾虑作为一个重要的考量因素[8]。由于交易双方地理分隔、文化认知差异及法律管辖权的复杂性，消费者对产品质量、交付时效与权益保障的疑虑始终存在。消费者通过跨境电商平台购买产品后，可能会因产品参数与描述不符发起退货，但面临跨国物流成本高、退换流程繁琐等问题，导致选择放弃维权进而公开在社交媒体发布负面评价之情况。

同时，文化差异与信息不对称加剧了信任构建的难度。不同市场对产品质量标准、售后服务响应速度的期待存在显著差异：欧美消费者普遍要求“无理由退货”与快速客服响应，而部分新兴市场受限于物流基础设施，退换货周期可能长达两周。此外，语言障碍导致的产品描述偏差、售后沟通低效，进一步削弱了消费体验。另外，售后服务的物理边界与责任归属模糊。跨境退换货涉及海关申报、税费核算、逆向物流等多环节，成本往往超过商品本身价值，迫使企业选择“只换不修”或“补偿代替退货”等折中方案。然而，这些方案难以满足消费者对“无忧售后”的期待，尤其在高单价商品(如电子产品、奢侈品)领域更为突出。

(三) 跨境电商高素养专业人员短缺

从事跨境电商行业的专业人士不仅需具备优秀的抗压能力、精湛的外语沟通技巧及强大的信息技术

应用能力，还需深入理解电子商务、物流管理以及国际贸易等领域的专业知识。随着传统外贸领域的转型与升级，众多企业对具备专业跨境电商技能的人才需求日益迫切，但现实中创新性且高素质的跨境电商专业人才却极为稀缺[9]。这种复合型人才的结构性短缺，已成为制约行业转型升级的关键瓶颈。例如数字运营岗位需掌握大数据分析、社交媒体算法，同时理解海外消费者行为模式；合规风控岗位需精通多国税收政策、知识产权法规与数据安全标准；本土化营销岗位则需具备文化敏感度，能针对目标市场设计差异化策略。然而，高校课程体系多聚焦传统电子商务理论，缺乏跨境支付、国际商法等实践模块，毕业生往往需经历漫长适应期才能胜任岗位。

企业内部培养机制同样面临挑战。中小型企业受资源限制，多依赖“师徒制”传授经验，难以系统提升团队专业深度；大型企业虽能建立培训体系，但全球化运营所需的多语种能力、跨时区协作经验仍需长期积累。同时国际人才竞争加剧了本土精英流失。跨国电商平台通过高薪酬、全球化轮岗机制吸引顶尖人才，而本土企业则因职业发展路径不明、国际化管理经验不足，难以构建有效留人机制。海外本土化团队的建设同样困难重重：文化差异导致管理理念冲突，本地员工对中国总部的战略理解偏差，往往降低决策执行效率。

4. 跨境电子商务发展的应对

（一）统一数字贸易规则

随着数字技术驱动全球贸易体系深度变革，数字贸易规则碎片化已成为阻碍跨境数据流动与数字经济协同发展的关键瓶颈。WTO 电子商务谈判自 1998 年启动以来进展缓慢，164 个成员国在数据主权、源代码披露等核心议题上存在根本性分歧。2023 年最新谈判数据显示，仅有 56% 的条款达成初步共识，数字产品关税征收等关键问题仍悬而未决。

在价值取向的二元对立背景下，美国倡导的“数据自由流动”原则与中国的“数据安全评估”制度形成结构性冲突。同时，人工智能伦理标准、算法透明度等技术规范缺乏国际共识，发展中国家缺乏参与规则制定的技术能力与话语权。这种数字鸿沟导致统一规则可能加剧发展失衡。

渐进式统一路径构建对统一数字贸易规则至关重要。近期目标是，各个国家应建立统一数字贸易负面清单，美国贸易政策实为影响全球经济安全的“单边霸凌”，远期目标应着眼于构建包容性多边框架，纳入数字货币结算、元宇宙交易等新型规则。特别是要建立分级分类流动机制、设立全球数字贸易发展基金，资助发展中国家基础设施建设等关键领域突破重点。另外，建立由技术专家、企业代表、政府官员组成的常设性数字贸易理事会，每两年评估规则适用性作为动态调整机制设计。

数字贸易规则统一本质是重构全球经济治理权的战略性进程。需要构建兼具原则统一性与实施灵活性的制度框架，在维护国家数字主权与促进全球数字经济发展间寻求动态平衡。

（二）增强跨境电商品牌竞争力

跨境电商平台应着力构建品牌价值提升体系，通过精准化市场渗透与产品力升级形成竞争壁垒。首要举措在于实施个性化市场定位策略，具体操作维度包括：优化数字营销资源配置结构，重点强化视觉传达系统的创新性设计，例如运用三维建模技术构建虚拟商品展厅；开发文化适配型内容营销方案，结合目标市场地域特征进行本土化文案创作等。跨境电商企业要做好市场调研，实现个性化、差异化的产品定制服务[10]。

跨境电商品牌竞争力重点在于产品质量。一是通过对已生产的产品进行检查，确认产品是否符合客户的要求，此为品质检查阶段；二是通过一些统计技术对品质的趋势进行分析，从而提前进行预防，此为品质管理阶段。品质管理不仅是企业静态的品质检查，即只是将生产出来的不良品进行剔除，从而保证不流出不良品。更为重要的，是动态品质监查/品质保证，即运用各种品质管理的手法，对过程进行分

析、改善，从而保证不制造不良品，进行预防管理，降低质量瑕疵的风险，减少售后服务成本。

针对客户投诉，客户退货等不良情报，作成“产品不良履历”，使相关人员明确、及时的知道不良信息，从而在后续生产中加以重点管控。对客户投诉内容进行整理统计，而且对过程中的不良信息进行统计，找出质量问题的根源，提高售后服务质量。针对语言、时差问题，建立 24 小时轮班制工作制度，并购买系统自动翻译系统，以此提高响应率。

(三) 培养跨境电商高素质专业人员

首先应推进与他方的深度合作。构建“政、企、行、校、社”协同联动的(综合)培训机制，以政府作为战略导向与政策支持方，紧密贴合企业实际需求；以行业作为连接桥梁与资源整合平台，促进各方协同；以高校作为知识传授与技能培养的主阵地及培训实施的重要载体；以社区作为基础服务单元与人才辐射网络。通过充分挖掘政府、企业、行业、高校、社区在跨境电子商务培训领域的独特优势，实现资源优化配置与功能互补，各司其职、协同共进，共同培育符合企业与行业发展需求的复合型跨境电子商务专业人才。

其次严控从业资格标准，完善从业者薪酬福利架构。一方面，在跨境电商从业人员的甄选过程中，应制定更为严苛的准入条件，涉及学历程度、专业能力、知识储备等多个方面，以此提高行业整体的人才素质基准。另一方面，跨境电商企业也需积极作为，通过提升薪资报酬、优化工作与生活环境等举措，增强行业的吸引力，吸引更多卓越人才投身跨境电商领域。

最后加强跨境电商从业者的专业培训体系构建。首先，应充实并深化岗前培训内容，保障新入职人员能迅速适应岗位需求，增强其岗位适应能力。其次，加大在职培训的投入，企业可定期安排员工参加跨境电商行业的专业培训活动，以持续提升员工的职业技能与整体素养。

5. 结论

总之，我国迎来了新时期新征程，面临新任务与新挑战。跨境电商作为链接中国经济与世界发展的重要一环，研究其广阔前景与潜在挑战具有前瞻性意义。本文紧跟现实热点，立足于数字化背景、国际经济贸易形势等现状进行研究分析，得出跨境电商发展机遇包括国家政策环境支持、国内物流等相关产业的发展、市场需求转向可持续发展等，同时，跨境电商亦面临数字贸易规则不统一、消费者信任与售后服务难题、跨境电商高素质专业人员短缺等挑战，在此基础上，必须合力统一数字贸易规则、增强跨境电商品牌竞争力、培养跨境电商高素质专业人员作为发力点。但纵观全文，由于国际形势动态变化，本文无法进行追踪研究，呈现客观性限制，未来研究可以考虑采取多种研究方法进行深入探讨。

参考文献

- [1] 马天玲. 内蒙古发展跨境电子商务的机遇与挑战[J]. 现代商业, 2016(16): 82-83.
- [2] 谢金智. 新疆发展中亚跨境电子商务的机遇挑战与对策建议[J]. 长春金融高等专科学校学报, 2017(1): 90-96.
- [3] 杨建清. 跨境电子商务发展的机遇与挑战探析[J]. 湖南商学院学报, 2016, 23(3): 91-95.
- [4] 韩萌, 李玉芬. “一带一路”倡议下我国发展跨境电子商务的机遇和挑战[J]. 全国流通经济, 2018(7): 9-10.
- [5] 葛飞秀, 夏君宁. 数字贸易背景下我国跨境电商发展路径优化研究[J]. 投资与合作, 2023(2): 63-65.
- [6] 李泳佳. 数字经济背景下跨境电子商务发展的机遇与挑战研究[J]. 中国商论, 2025, 34(3): 39-42.
- [7] 王宝彬. 数字贸易背景下跨境电商的发展问题研究[J]. 中小企业管理与科技, 2022(17): 142-144.
- [8] 孙畅, 姚丹洋. 数字贸易背景下跨境电商的发展困境与解决对策[J]. 现代商业研究, 2024(16): 23-25.
- [9] 相博文, 张浩. 安徽省跨境电子商务的发展机遇、现实挑战与应对策略[J]. 阜阳职业技术学院学报, 2022, 33(4): 86-89.
- [10] 孙蕾, 王芳. 中国跨境电子商务发展现状及对策[J]. 中国流通经济, 2015, 29(3): 38-41.