

直播电商与跨境电商融合发展研究：趋势、挑战与策略

李鑫泽, 朱 迅

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月6日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年6月5日

摘 要

本研究分析了直播电商与跨境电商融合发展的趋势与挑战, 并提出相应的应对策略。研究通过文献综述和理论分析, 归纳了直播电商与跨境电商各自的发展现状和特征, 发现两者融合主要表现为新业态的兴起、区域合作的推进以及营销模式的转型升级。研究同时发现, 融合发展存在监管体系不完善、物流配送速度缓慢、专业人才短缺以及制度协调困难等问题。这些问题极大地影响了融合模式的进一步发展。文章指出, 直播与跨境电商的融合能够推动传统贸易模式向数字化和内容驱动转型, 这一转型依赖于政策监管的完善、基础设施的加强、专业人才的培养以及企业营销模式的创新。

关键词

直播电商, 跨境电商, 融合发展

Research on the Integrated Development of Live Streaming E-Commerce and Cross-Border E-Commerce: Trends, Challenges and Strategies

Xinze Li, Xun Zhu

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 6th, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: Jun. 5th, 2025

Abstract

This study analyzes the trends and challenges in the integrated development of live streaming e-

commerce and cross-border e-commerce, proposing corresponding strategies. Through literature review and theoretical analysis, the research summarizes the current development status and characteristics of both sectors, revealing that their integration is primarily manifested in the emergence of new business models, the advancement of regional collaboration, and the transformation and upgrading of marketing models. The study also identifies challenges in their convergence, including imperfect regulatory systems, slow logistics and delivery, shortage of professional talent, and difficulties in institutional coordination, which significantly hinder further development. The article emphasizes that the integration of live streaming and cross-border e-commerce can drive the transformation of traditional trade models toward digitalization and content-driven approaches. This transformation relies on improving policy supervision, strengthening infrastructure, cultivating specialized talent, and innovating corporate marketing strategies.

Keywords

Live Streaming E-Commerce, Cross-Border E-Commerce, Integrated Development

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

近年来,以互联网为依托的新兴商业模式蓬勃发展。其中,跨境电子商务作为融合电子商务与国际贸易的新业态,已成为推动国际贸易数字化、信息化的重要力量,也代表着未来贸易发展的重要方向[1]。同时,直播电商兴起于社交媒体和电商平台的深度结合,作为电子商务的新模式正在迅猛发展[2]。直播电商通过实时互动的内容营销,极大提升了消费者参与度和信任度,为电子商务注入新的活力。随着数字经济与实体经济的深度融合,直播电商和跨境电商的交汇融合逐渐成为产业创新的新热点。在 RCEP 协定正式生效和海南自由贸易港建设等重大制度变革背景下,我国跨境电商迎来新机遇的同时也面临新的挑战[3][4]。本文将在梳理直播电商与跨境电商发展现状的基础上,运用交易成本理论、资源基础观等理论视角,深入剖析二者融合发展的内在机制与驱动因素,分析其对传统贸易模式的具体影响路径,探讨面临的主要挑战,进而提出促进融合发展的对策建议。

2. 直播电商与跨境电商的发展概述

2.1. 直播电商的发展现状

直播电商是指通过网络直播形式进行商品展示和实时互动销售的电商模式。近年来,直播电商在我国蓬勃兴起并逐步走向成熟,已成为线上消费的重要形态之一。各大电商平台不断推出直播功能,培养专业主播和带货团队,吸引海量流量参与消费。直播电商的特征是在实时互动中加强消费者信任,通过主播的展示与讲解拉近了商品与消费者的距离,提升了交易转化率。这种以内容驱动消费的模式丰富了电商生态,与传统图文电商形成互补。在政策层面,直播电商作为新业态也受到监管部门关注,要求直播机构和平台全面准确披露商品信息,保障消费者知情权和合法权益[2]。直播电商以其直观、生动的营销方式,成为我国电商创新发展的鲜明代表。

2.2. 跨境电商的发展现状

跨境电商是指利用互联网平台达成跨境商品交易的新型贸易方式,包括跨境出口和进口两大领域。

近年来,我国跨境电商规模高速增长,已成为外贸发展的新引擎和经济增长点[1]。据统计,2023年我国跨境电商进出口总额达2.38万亿元,同比增长15.6%,其中出口1.83万亿元,增长19.6% [5]。政府高度重视跨境电商发展,自2014年以来连续多年在政府工作报告中强调推进跨境电商等贸易新模式,“十四五”规划亦将积极发展跨境电商列为重要任务之一。这推动各地加快布局跨境电商综合试验区建设,截至目前我国已在多个省市设立165个跨境电商综合试验区,以完善跨境电商生态体系。政策支持方面,海关总署、税务总局等部门陆续出台通关便利化、零售进口税收优惠等措施,优化跨境交易环境[6]。跨境电商零售进口业务自试点以来持续扩围,其监管政策经历了宽松管理、试点探索、过渡调整到逐步推广的过程,当前已进入全面推进的新阶段。

2.3. 融合发展的内在机制

直播电商与跨境电商的融合并非简单渠道叠加,而是基于双方核心能力互补与协同潜力形成的深度整合。其内在机制深刻体现于:一方面,借助直播的实时互动、场景化内容展示特性,有效克服了传统跨境贸易中严重的信息不对称问题,结合跨境电商完善的全球物流与支付体系支撑,显著降低了买卖双方的信息搜寻、信任建立、谈判沟通及履约监督等环节的交易成本,提升了整体效率[7]。另一方面,这种融合催生并强化了企业独特的、难以模仿的核心竞争力,例如,通过整合直播互动数据与跨境交易数据实现精准决策的数据分析能力,适应目标市场需求的跨文化内容营销与品牌塑造能力,以及能够快速响应前端需求、联动全球资源的柔性供应链整合能力。这种以降低交易成本和构筑独特资源为核心的融合机制,正深刻地重塑传统贸易模式:它打破了原有层层代理的分销格局,实现了渠道的变革与部分的去中介化;推动贸易范式从过去单一注重产品规格与价格的“产品中心”模式,向更侧重互动体验和品牌价值传递的“体验与内容中心”模式转变;显著降低了中小企业进入国际市场的门槛,促进了贸易主体的多元化;并且使得基于实时数据的全球化精细运营成为可能。最终,通过直播的前端引流、互动转化与跨境电商的后端履约支撑形成的双向赋能,融合模式重构了“内容引流-即时互动-跨境交付”的新型贸易链路,代表着国际贸易向数字化、智能化、体验化转型升级的关键方向。

3. 直播电商与跨境电商融合发展的趋势分析

3.1. 新业态融合成为发展趋势

在数字经济背景下,直播电商与跨境电商的融合顺应了贸易新业态演进的大势。疫情以来,全球消费和采购行为加速线上化,小微企业和个人消费者纷纷涌向跨境电商平台,推动交易模式由跨国公司主导的集中式模式向分散化、平台化模式转变[8]。这背后体现了交易成本的降低使得更多小微主体得以参与全球贸易,同时,平台汇聚买卖双方和内容创作者,产生了显著的网络效应,加速了这一趋势。跨境电商等新商业模式在国际贸易中发挥着日益重要的作用,即使是小微企业也可借助线上平台直接面对全球市场,打破传统跨国经营的高门槛。与此趋势相适应,基于虚拟聚集平台的跨境电商新模式不断涌现,海外仓、保税仓、“全托管”运营等业态创新层出不穷,共同形成当前我国外贸发展的新动能[9]。在这一大背景下,直播电商作为内容驱动的营销新业态,开始融入跨境贸易流程,成为跨境电商模式多元化的重要一环。可以预见,跨境电商将从单纯的平台交易向“平台+内容”的复合模式演进,直播带货、社交分享等内容电商形式与跨境交易深度融合的新业态将日趋普遍。

3.2. 区域合作与制度创新提供机遇

区域层面的经贸合作和制度创新为直播电商与跨境电商融合发展提供了良好契机。RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)的生效统一了区域内跨境电商的规则标准,在关税减免、无纸化贸易、线上消费

者保护、电子商务争端解决等方面达成共识,有效推动了协议成员间跨境电商的发展[3]。RCEP 为中国与东盟国家跨境电商合作带来制度红利,促进贸易便利化和供应链优化,同时鼓励各国加强跨境电商领域的本土化运营与对话机制,这将进一步激发直播电商在区域跨境贸易中的应用潜力。此外,海南自由贸易港的建设为跨境电商探索新模式提供了试验田。海南自贸港实行“一线放开、二线管住”的特殊海关监管制度和具有竞争力的税制安排,将推动跨境电商在海南开展保税直播、离岛免税直播等多模式业务,减少传统税收制度对跨境购物的阻碍[4]。随着海南自贸港封关运作日益临近,现有国内跨境电商监管方式和零售进口商品清单可能需要调整,以适应自贸港的高度开放环境。这预示着在更高水平开放的框架下,直播电商与跨境电商融合将得到更大胆的实践和更完善的制度支撑。

3.3. 营销模式升级与供应链协同趋势

直播电商与跨境电商融合发展的另一个重要趋势是营销模式和供应链的同步升级。一方面,跨境电商企业正从以往单纯依赖低价竞争,转向通过内容营销树立品牌价值的新路径。企业更加注重差异化营销和产品品质,以直播等方式直接接触到海外消费者,传递品牌故事与文化内涵,培育忠实客户群体[7]。这种从价格导向向价值导向的转变,提高了跨境电商的附加值和用户黏性,推动“买全球、卖全球”的模式走向高质量发展。另一方面,供应链韧性的提升为直播跨境带货提供了坚实支撑。研究表明,跨境电商的发展有助于提升企业供应链的抵抗、恢复和创新能力,各地数字基础设施和企业创新能力的提高成为关键机制[5]。目前我国跨境电商企业普遍构建了海外仓、本地化售后服务等供应链节点,以缩短跨境物流时效、降低退换货成本。随着全球供应链空间格局的重构,中国正加快打造引领性的物流枢纽和国际物流中心,以适应跨境电商即时交付的需求。可以看到,直播电商的即时促销与跨境电商的全球配送正在协同演进,形成从前端营销到后端履约的全链路优化趋势。这种协同有望提升跨境交易的用户体验和运营效率,进一步巩固融合发展的竞争优势。

4. 直播电商与跨境电商融合发展中的主要挑战

4.1. 监管与诚信体系的协同困境

业态融合面临跨境监管滞后与信用机制缺失的双重制约。跨境电商涉及海关、税务等多部门协同,但现行监管框架难以匹配动态发展的行业需求,尤其在数字产品和小额包裹领域存在监管真空,易滋生走私逃税等问题。直播场景的即时性与跨境特性叠加,导致虚假宣传、支付标准差异等风险倍增。当前跨国消费维权机制存在显著短板,跨境退换货流程复杂且周期漫长,消费者权益保护力度不足。信用体系建设方面,跨境电商的跨国信用数据共享机制尚未建立,黑名单制度难以覆盖境外交易主体,导致信用评价体系呈现碎片化特征[1]。

4.2. 物流时效与供应链弹性的矛盾

跨境物流的高成本低时效与直播电商的即时需求形成结构性冲突。国际运输与清关环节导致配送周期延长,难以满足生鲜等时效敏感商品的直播销售需求。海外仓模式虽可提升效率,但其资金投入与商品管理复杂度制约了中小企业的应。供应链层面,全球贸易环境波动加剧了货源组织的不确定性,疫情引发的航运阻滞与成本上涨问题持续影响供应链韧性。值得注意的是,直播促销带来的订单峰值常超出常规备货能力,暴露出中小企业在供应链管理方面的数字化短板。

4.3. 人才缺口与技术适配的双重制约

复合型人才短缺成为业态融合的突出瓶颈。兼具直播运营、国际贸易与跨文化沟通能力的专业人才

供给严重不足, 目标市场本地化人才培养体系尚未健全。技术层面存在多维适配难题: 语言翻译系统难以满足直播实时互动需求, 跨境支付安全体系仍需完善, 数据分析技术对跨国用户行为的捕捉精度不足。数字基础设施的区域差异进一步加剧技术落地难度, 部分地区的网络条件严重制约直播效果[3]。中小企业的技术升级能力薄弱, 难以有效利用直播产生的海量数据优化运营。

4.4. 税收政策与制度衔接的复杂性

全球税收规则的差异显著增加企业合规成本。跨境电商零售进口的征税原则模糊, 平台代缴责任划分不清, 境外企业注册登记缺失等问题加剧征管难度。随着海南自贸港等新型开放区域的出现, 现有监管制度面临适应性挑战。国际层面, 数字产品征税规则与数据跨境流动监管尚未形成统一标准, 企业常因不熟悉东道国税则遭遇法律风险。制度摩擦在区域贸易协定与地方政策的衔接中尤为明显, 制约了商业模式的创新空间。

5. 直播电商与跨境电商融合发展的对策建议

5.1. 完善协同监管与构筑跨境信任体系

应对监管滞后和信任缺失的挑战, 需政府与平台协同发力, 构建适应融合业态发展需求的监管框架和信任机制。加强跨部门协同监管: 建立由海关、税务、市场监管、网信等多部门参与的常态化跨境电商监管协调机制, 明确各方职责, 实现信息共享和执法互助。探索设立“监管沙盒”制度, 允许新模式、新技术在风险可控的前提下进行试点, 及时发现并解决监管盲区。利用大数据、人工智能等技术提升监管效能, 例如开发智能审单系统, 对高风险交易进行精准识别, 变“大海捞针”为“精准打击”。积极参与或主导相关国际规则制定, 推动在商品质量安全、广告宣传、消费者权益保护等领域达成更高水平的国际标准互认。

构筑跨境信任传递机制: 加快建设跨境电商信用信息共享平台, 在保障数据安全和隐私前提下, 逐步实现国内外相关主体(如平台、商家、物流商)信用信息的互通互认, 建立跨境“红黑名单”制度。支持发展独立的第三方跨境电商争议在线解决(ODR)平台, 提供便捷、低成本的调解与仲裁服务。强化平台主体责任, 要求平台建立更严格的商家入驻审核与动态评级机制, 推行先行赔付、无理由退货等消费者保障措施, 并公示执行情况, 利用技术手段打击刷单、虚假评论等失信行为。

5.2. 强化基础设施与供应链支撑

破解跨境电商物流与供应链瓶颈需多方协同发力, 重点围绕基础设施、供应链韧性及数字技术三方面强化基础保障。应鼓励对海外仓进行差异化投入与布局优化, 例如在重点市场邻近消费区域建设集成自动化分拣、数据分析功能的共享型智慧仓和满足快速响应需求的前置仓, 以缩短末端配送时间; 并需持续优化口岸通关效率, 具体措施可包括全面推广运用“提前申报”、应用 AI 技术的智能审图以及 H986 等非侵入式查验设备, 依托国际贸易“单一窗口”实现申报、查验、放行各环节的流程简化与信息协同, 压缩货物整体在途时间。供应链韧性提升需建立多元化货源与安全库存机制, 政府可以引导企业构建多元供应网络, 如实施关键物料“一主多备”或“多点寻源”的供应商策略, 并基于销售预测及直播实时数据, 运用算法模型进行动态库存的精准调整与安全预警。积极推广应用物联网(IoT)、大数据、人工智能(AI)等数字技术, 具体可通过部署传感器实现物流全程可视化追踪与温湿度监控, 利用大数据分析进行更精准的需求预测与智能补货决策, 最终提升供应链的整体响应速度、抗风险能力和资本周转效率。

5.3. 培育专业人才与深化技术融合

融合发展的实现离不开人才和技术融合应用的提升。构建从基础支撑到生态优化的系统性解决方案。

针对复合型人才短缺问题, 应鼓励高校开设跨境电商与数字营销交叉学科, 系统培养直播运营与国际贸易兼备的专业人才。同时大力推行“产教融合”模式, 支持行业协会、平台企业与职业院校共建产业学院或实训基地, 面向市场需求合作开发课程, 开展如本土化主播、国际 MCN 运营、广告投放优化、独立站运维等岗位的技能认证培训与实战训练营。政府层面需完善人才引进机制, 针对海外优秀运营管理人才和本土市场所需的小语种主播等提供签证居留、个税减免、安家补贴等便利, 并搭建区域性的人才供需信息发布与智能匹配平台。支持研发和应用更精准、更符合直播场景需求的人工智能实时翻译技术, 降低跨语言沟通障碍。推动跨境支付安全技术升级, 如生物识别、多重验证等, 保障交易安全。鼓励开发针对跨境用户行为的深度数据分析模型与工具, 提升用户画像精准度和营销转化率。针对部分地区网络基础设施短板, 可鼓励电信运营商在跨境电商产业园区、物流枢纽等关键节点优先布局 5G、高速光纤网络, 探索卫星互联网等技术作为补充。引导大型平台开放部分数据接口或提供标准化数据分析工具, 赋能中小企业利用数据优化运营。

5.4. 税收规则与制度衔接优化

为应对税收与制度衔接的复杂性挑战, 应提升政策清晰度并加强国内外协调。需尽快出台针对跨境电商等新业态的税收征管实施细则, 明确平台、商家、主播等主体在不同交易模式下的增值税、消费税等代扣代缴责任, 并研究制定适应数字经济特点的常设机构认定标准, 以减少税收争议和不确定性。可探索在自贸试验区、海南自贸港等特定区域内试点更加简化的申报流程和税收优惠政策, 同时建设全国统一的跨境电商数字化税务服务平台, 集成注册、申报、缴税等功能, 降低企业跨境合规成本。此外, 国家层面应积极参与并影响 OECD 等框架下的国际数字税规则制定, 并主动加强与 RCEP 成员国等主要贸易伙伴在海关监管标准、税收信息交换、数据跨境流动规则等方面的政策沟通、规则对接与监管互认。通过建立常态化政企沟通反馈机制, 及时评估政策效果, 动态优化调整国内配套措施, 为融合发展营造稳定、透明、可预期的制度环境。

6. 结论

研究发现, 直播电商与跨境电商融合是数字经济时代国际贸易发展的重要趋势。其内在机制在于通过内容互动降低交易成本、整合独特资源形成新的竞争优势, 从而深刻地推动我国贸易模式向数字化和内容驱动转型。这具体表现为对传统贸易渠道的去中介化、贸易范式向体验和内容中心的转变、中小企业出海门槛的降低以及数据驱动的全球化运营能力的提升。然而, 融合发展仍受监管政策滞后、物流效率不足、专业人才缺乏以及制度协调性差的制约。政府需要完善法律法规, 明确主体责任, 加快监管技术更新并推动国际合作。同时, 物流基础设施和供应链网络的建设应加强, 以提高跨境配送效率。政府与教育机构应合作培养跨界人才, 企业也需加强品牌建设和口碑管理, 以提高国际竞争力。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 李金华. 中国电子商务发展的现实水平与未来路径[J]. 浙江工商大学学报, 2022(4): 99-108.
- [3] 徐保昌, 许晓妮, 孙一菡. RCEP 生效对中国-东盟跨境电商高质量发展带来的机遇和挑战[J]. 国际贸易, 2022(10): 53-59.
- [4] 王健, 诸子怡. 海南自贸港封关运作对跨境电商发展的影响及相关制度设计研究[J]. 国际贸易, 2024(4): 36-44.
- [5] 王煜昊, 马野青, 承朋飞. 跨境电商赋能企业供应链韧性提升: 来自中国上市公司的微观证据[J]. 世界经济研究, 2024(6): 105-119, 137.
- [6] 刘政昆. 我国跨境电商零售进口税收制度面临的困境及解决路径研究[J]. 税务与经济, 2025(2): 39-48.

- [7] 马晓君, 徐晓晴, 范祎洁. 在线流量对跨境电商企业溢价能力的双重效应——来自企业微观数据的经验证据[J]. 中国流通经济, 2023, 37(4): 60-71.
- [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] 余典范, 贾咏琪, 王超. 跨境电子商务与企业供应链效率——基于跨境电商政策的经验研究[J]. 国际贸易问题, 2024(10): 53-69.