

新时代背景下跨境电商的发展困境与解决策略

胡冰洁

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年3月29日; 录用日期: 2025年4月14日; 发布日期: 2025年5月19日

摘要

随着我国进入新时代, 外贸快速发展, 逐渐成为促进经济增长的重要引擎, 其中跨境电商展现出了极大的发展潜力, 并成为学界与业内的关注焦点。跨境电商凭借飞速发展的互联网技术, 不断打破国界壁垒, 搭建全球商品流通的新桥梁, 既有助于企业开拓国际市场, 也让消费者有了畅享多元产品的机会。在国际贸易的格局中占据了愈加重要的地位, 并不断重塑全球商业布局。近些年来, 我国的跨境电商呈现出爆发式增长, 但也存在许多急需破解的难题, 如产品质量不足、物流配送成本高、相关人才短缺、贸易风险加剧等, 为此应综合发挥多方功能, 协同合作, 采取有效的解决策略, 破解困境, 推动跨境电商行业在新时代背景下的进一步发展。

关键词

跨境电商, 新时代, 发展困境, 解决策略

Development Dilemma and Solution Strategy of Cross-Border E-Commerce in the Context of New Era

Bingjie Hu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Mar. 29th, 2025; accepted: Apr. 14th, 2025; published: May 19th, 2025

Abstract

As China enters a new era, the rapid development of foreign trade has gradually become an important engine for economic growth, in which cross-border e-commerce has shown great potential for development and has become the focus of attention in the academic and industry sectors. By virtue of the rapid development of Internet technology, cross-border e-commerce continue to break

down national barriers, to build a new bridge for the flow of global commodities, not only help enterprises to develop the international market, but also allow consumers to have the opportunity to enjoy a variety of products. In the pattern of international trade, cross-border e-commerce plays a more and more important role, and reshapes the global business layout. In recent years, China's cross-border e-commerce has shown explosive growth, but there are also many urgent problems to be solved, such as insufficient product quality, high cost of logistics and distribution, shortage of relevant talents, and intensified trade risks, etc. Therefore, China should comprehensively play the functions of multiple parties, collaborate and adopt effective solution strategies to crack the dilemma and promote the further development of cross-border e-commerce industry in the new era.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, New Era, Development Dilemma, Solution 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

在新时代的背景下，中国科学技术水平有了显著提高，进入数字经济发展的新阶段。近几年以来，我国的数字经济发展飞速，“作为我国经济发展中最为活跃的领域，与经济社会各领域融合的广度和深度不断拓展，在激发消费、拉动投资、创造就业等方面发挥重要作用。” [1] 预计未来全球数字经济规模将进一步扩大，数字经济总量将进一步增长，该领域也将被各国作为促进经济复苏和推动创新发展的重要引擎。对此，我国抓住了历史机遇，高度关注我国数字经济发展，将其作为拉动经济高质量发展的抓手。政府采取系统性举措，抓紧战略规划，大力发展数字经济。在政府引领下，我国数字经济发展势头强劲，增速远远超过传统产业，逐渐成为驱动经济增长的关键力量。

电子商务是数字经济发展的关键领域，具有极大的发展潜力，随着我国迈入新时代，电子商务不断深入其他领域，加快与其他产业之间的融合。在农业领域，电子商务助力农产品销售，为许多不为人知的优质农产品扩展销售渠道，进入全国销售市场甚至销往全球，既解决原先信息闭塞带来的销售难题，还助力乡村振兴；在工业领域，电子商务推动工业产业向服务化、智能化、数字化方向转型，推动供应链体系的重构，实现贸易链上不同企业之间的协同合作，既有助于企业的生产成本的降低，也能提高企业在国际贸易中的竞争力；在跨境贸易领域，跨境电商成为一种全新的贸易模式，其强势发展不但大大地拓展了市场空间，还倒逼国内产业升级，助力我国经济的高质量发展。

我国跨境电商增速远超我国外贸整体增速，动力与发展潜力巨大。根据商务部数据显示，2024 年前三季度，中国跨境电商进出口总额达到 1.88 万亿元人民币，同比增长 11.5%，其中出口额为 1.48 万亿元，增长 15.2%。“飞速发展的跨境电子商务正在主导着互联网经济和贸易体系的形成与发展，并影响着与之配套的全球消费体系、生产体系、支付体系和物流体系的转型与升级，成为推动全球经济增长与经济体系变革的新动力。” [2] “作为数字经济大国，中国一直将跨境电商作为扩大高水平对外开放的重要着力点。” [3] 因此，深入研究新时代背景下跨进电商发展困境以及寻求有效的解决策略至关重要，这既有助于我国跨境电商行业未来的持续发展，又能为我国在全球数字经济的竞争中培育新优势，推动我国向跨境电商强国前进。

2. 跨境电商简述

跨境电商，即跨境电子商务，“是指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贸易活动。”^[4]与传统贸易相比，跨境电商具有以下特点。首先，数字化、信息化程度高。从商品展示、交易洽谈、订单处理、支付结算等各个环节都在虚拟数字空间处理，交易信息可以实时传输和处理，贸易效率大大提高。其次是便捷性、高效性显著。借助互联网平台，买卖双方无需见面就可完成交易，打破了传统交易繁琐的中间环节和复杂程序，降低了交易成本，也大大缩短了交易周期。最后是具备全球化市场。跨境电商使企业直接面对全球消费者，扩大了市场边界，使发达国家和发展中国家的消费者都能参与跨境购物。

跨境电商可根据交易主体的差异分为以下几种商业模式，即企业对企业(B2B)、企业对消费者(B2C)和消费者对消费者(C2C)。B2B 模式主要服务于大宗商品、原材料和零配件的跨境贸易。在这种模式下，企业通过第三方电商平台来搭建一个数字化的交易空间，在这一空间中进行交易并建立长期稳定的合作关系，既发挥了供应链上下游企业间的协同效应，也可以提高交易规模。B2C 模式主要聚焦于终端用户市场，海外的消费者直接对接企业，企业直接向海外消费者进行销售，目前主要覆盖服装服饰、小型随身电子设备、美容美妆等产业，满足了消费者多元化、个性化的需求。C2C 模式在个人之间搭起了一座桥梁，主要针对个人间的跨境交易，如二手商品、传统手工工艺品的跨境交易等。此外，现在还出现一种基于社交网络的非传统型销售模式，即社交电商，其依托社交平台，通过社群流量和社交关系网进行产品推广与间接销售，创新发展了营销渠道。

新时代，我国政府对跨境电商的发展持鼓励、支持的态度，为跨境电商的持续发展推出许多政策。税收上延续跨境电商零售出口“无票免税”政策，通关上推出“智慧通关”系统以实现 24 小时快速清关，海外仓建设上设立专项资金给予补贴，跨境结算上允许直接以人民币结算出口收入来规避汇率波动风险，监管上建立跨境电商企业“黑名单”制度。以上措施不但促进贸易便利化，还能保障商品质量以及交易安全。

3. 新时代背景下推动跨境电商发展的重要性

3.1. 拓展国际市场，打破地域限制

在传统的跨国贸易模式下，拓展企业国际市场总会面临多重障碍。跨国经营的实现需在国外建立多层分销体系、提前布局营销网络和了解海外国家的相关的法律法规及贸易政策，以上均要投入高额的资本和培养专业化人才团队，耗费大量的人力、物力与财力。因此，这种高准入的市场壁垒使得许多公司尤其是中小企业望而却步，致使其回归本土市场，在一定程度上局限了市场参与主体，固化了国际市场格局。但随着跨境电商的兴起，这一局面被改变，并重构了国际市场准入机制。依托数字平台，不但降低了企业的成本，使其产品在国际竞争中获得优势，而且能够突破地理边界、时差和经济规模带来的限制。以我国的中小企业为例，以前由于资源约束和渠道有限，致使其销售市场常局限于本土市场，难以进入国际贸易市场，但通过跨境电商平台，这些中小企业成功进入了欧美成熟市场与中东新兴市场，订单量激增，交易规模扩大，销售额及利润也随之大幅上升。

跨境电商还促进了全球资源的有效整合与合理分配，通过跨境电商平台，各国各地区的产业优势与全球需求进行精准对接。如跨境电商平台不仅使得澳大利亚与新西兰的优质产品直接触及亚洲市场的消费群体，填补了该地优质食品供给不足的缺口，还使得中国的服装和小型电子产品销往全球并在各国获得良好口碑。这可优化各国的资源配置，拉动经济持续健康发展。

跨境电商的发展也促进了多边贸易。其通过技术赋能降低了传统国际贸易模式下的市场壁垒，使得

市场参与主体朝着多元化方向发展，纳入全球贸易体系的国家和企业大幅增加。这有助于削弱了单边贸易政策带来的负面影响，推动全球贸易新秩序的形成，使得国际贸易环境更加公平、自由，助力国际市场的互联互通以及经济全球化的深化发展，让企业获得更好发展的同时，也让消费者接触到更优更好的产品。

3.2. 促进产业转型，推动消费升级

跨境电商的发展对我国产业体系调整和消费市场变革产生了重大影响。从产业升级角度看，跨境电商不断深入国际贸易市场的同时，国际市场也对产品的质量与创新提出了要求，倒逼国内企业优化产业链和调整产业结构。具体来说，以往国内市场多为生产模式，表现为长期依赖劳动密集型产业与低附加值的产品，竞争力不足，与跨境电商市场提出的新需求不匹配。因此，在倒逼机制下，我国企业不得不加大研发投入，实现设计创新，培养品牌势能，使产品附加值增长，实现从“规模扩张”到“质量占优”的转变。从消费角度来看，跨境电商丰富了消费者的商品选择。通过跨境电商平台，消费者既可以接触到韩国的美妆产品，也可以购买到德国的高端厨房设备，还可以用上日本的精致家具好物，这不仅提高国民的消费品质，而且优化了消费结构。与此同时，跨境平台将企业纳入全球竞争体系，促使其实施创新战略，产品质量大幅提升，消费者购得更优质的产品，消费体验大大提升，促进本国消费市场持续升级。

与此同时，跨境电商的不断发展也带动了一些关联企业的发展。跨境电商的迫切需求促进三大关键相关行业的转型升级：物流业优化物流运输线路，兴建海外仓，实时追踪监控货物，有效提高了供应链的效率；跨境支付机构研发多币种结算平台，提升支付效率，降低交易成本，打破全球贸易中的资金流通壁垒；金融机构重构银行、清算组织、生产者之间的利益格局，加快传统金融机构改革的进程。三大关键产业之间的协同合作优化了跨境电商生态，推动国家产业结构向服务型、高技术型转型。

3.3. 加强文化交流，助力文化传播

跨境电商搭建了一座特殊的桥梁，促进了不同国家、地区的人民之间的文化交流。首先，在跨境电商交易中，商品是至关重要的。这些商品不再仅仅是满足消费者需要的物质产品，它们在具备物质属性的同时，还具备了文化属性，成为文化的载体，凝聚了不同国家民族的文化精髓，是文化有形的实体表现形式，是无声的文化使者。通过跨境电商平台，国内消费者可以接触到国外的文化产品，如英国的文学巨著、法国的艺术画作等等，国外消费者也可以感受到中国文化的魅力与底蕴，如故宫的文创、中医养生产品等等，更能助力许多小众文化艺术商品的流通，促进它们从“小众”走向“大众”。这些以商品为基础的文化交流，促进了文化的多元性，破解了文化交流的障碍，拉近了不同国家、地区的人民之间的距离。其次，人与人之间的交流在跨境电商中也是必不可少的，这既可以是文字的形式，也可以是图画的形式。在交易达成前的了解沟通和交易达成后的售后环节，在跨境电商平台的商品图片、标语与广告中，都存在着文化交流。在进行跨境电商交易时，要注意对方的文化、价值观与风俗习惯，选择合适的交流方式，这有助于了解国外的文化，也可以展示我国礼仪之邦的风范，尊重、欣赏不同国家、地区的文化，让文化在交流中再展光芒。

在新时代背景下的全球数字贸易中，文化交流与跨境电商的发展是相互促进、相辅相成的。随着文化交流的增加，消费者的产品偏好发生了一些改变，激发其对其他国家、地区的文化产品的兴趣，对这些产品的需求大幅上升，从而扩大跨境电商交易规模，有助于跨境电商市场的扩张。随着跨境电商平台的不断发展，接触到更多国家、地区，文化交流的渠道与机会也增多了，并向全球扩散文化符号，催生文化创意，促进世界文明互鉴，推动文化创新发展良好循环格局的进一步形成。

4. 跨境电商发展的困境

4.1. 产品质量不足

在跨境电商转型升级的重要阶段，产品质量管控已成为制约行业发展的瓶颈。部分经营者片面追求短期收益，罔顾社会责任，忽视行业规范，通过偷工减料、使用劣质原材料等方式来降低成本、提高利润空间，这既造成了产品质量同行业标准的偏离，也严重损害消费者的合法权益，还不利于行业整体形象与可持续发展，如纺织服装行业中问题频发，存在面料成分虚标现象，既给消费者带来不好的穿着体验，又可能出现过敏等健康问题。

由于跨境电商面向全球，各国质量标准与规范差异较大。很多商家对目标市场规范研究不足，产品虽符合本国标准，却难以满足进口国要求，致使退货、投诉不断。这不仅造成了资源浪费，也严重影响了中国跨境电商产品在国际市场的口碑与信誉，还破坏了行业生态。因此，提升产品质量，是维护消费者权益、增强我国跨境电商国际竞争力的必然选择。

4.2. 物流配送效率低、成本高

在跨境电商向全球拓展的进程中，跨境物流始终是制约其可持续发展的关键因素。跨境物流的配送流程较为复杂，包含国内揽收、出口报关审批、跨国运输、目的国通关检查、终端配送等等环节，任一环节运作效率都会影响货物的交付周期。据海关署的数据显示，若遇到贸易政策变动、物流旺季或高峰期时，包裹常会面临较长的通关流程，长期滞留于海关，这不仅会降低消费者的购物体验 and 满意度，还会削弱了国外消费者对我国电商平台的信任度，从而不利于我国跨境电商在国际市场竞争优势的培育。

物流成本居高不下，国际运输费加上仓储、保险等附加费，占商品总成本比例过高，给跨境电商企业带来了沉重负担，尤其是对中小企业，沉重的物流成本严重压缩了利润空间，限制了企业的发展与壮大。除此之外，海外仓建设运营难度大，前期资金投入高，后期库存与人员管理复杂，稍有差错就会造成库存问题，进一步增加物流成本。因此，提升物流效率、降低成本，是推动跨境电商持续发展的必然要求。

4.3. 人才短缺

跨境电商的快速发展对复合型人才需求激增，但当前人才供给与需求之间存在明显缺口。高校人才培养不能满足现实的需要，相关专业课程设置滞后于行业实际，过分强调理论知识，轻视实践教学环节，毕业生实操能力不足从而无法匹配企业需求，这既造成了教育资源浪费，也阻碍了跨境电商行业的长远发展。

从业者职业能力与知识更新也面临困境。跨境电商平台运营规则的动态调整，数字营销技术手段的频繁迭代，国际贸易政策的不断变动，都对从业者造成了复合压力。但学习渠道的局限使得从业者跟不上行业发展的步伐，这种人才短缺的困境导致企业在店铺运营、数字营销、客户服务等核心业务板块出现人手不足或能力不够的情况，直接限制了企业市场扩张进程。

4.4. 贸易风险加剧

在复杂多变的国际经贸环境下，贸易政策的调整变动，跨境电商面临的贸易风险呈现日益严峻的状态。部分国家出台贸易保护性政策，贸易保护主义抬头，其纷纷通过设置关税壁垒、提高市场准入门槛等措施来保障自身利益，不仅大幅推高企业运营成本，还压榨产品价格的利润空间，致使企业竞争力衰退，给企业带来了多维度的经营压力。这种逆全球化的政策既扭曲了国际贸易发展趋势，也不利于国际经贸体系公平原则的进一步深化，还制约了我国跨境电商企业的全球布局。

汇率波动同样对跨境电商的持续发展带来了挑战。跨境电商交易常涉及多货币结算，如中国某客户购买不同的产品线，本地仓使用人民币结算，海外仓用美元结算，并且从签订订单到尾款结算之间存在时间差，汇率可能出现波动，致使企业外汇损益也异常波动，企业的利润空间会在一定程度被压缩。

此外，许多跨境电商贸易参与主体存在知识产权认知滞后的问题，易出现侵权争议。一旦陷入其中或被定为侵权，企业会出现经济损失，严重威胁企业未来在国际市场上的发展。

5. 解决跨境电商发展困境的策略

5.1. 重视质量监管

在新时代背景下，数字经济发展的新阶段中，产品质量越来越成为影响跨境电商长远发展的重要因素。为了推动跨境电商生态的健康发展，政府要发挥其主导作用，必须严抓质量关，健全跨境电商产品的质量管理体系。具体来说，不仅要制定跨境产品质量分级标准，出台质量把控的相关政策，明确惩处措施，以立法的形式明确责任主体，推动质量监督管理法律法规的落地与实施，还要推进我国跨境电商产品质量标准同国际接轨，同国际公认的质量监管机构合作，积极引导企业适应国际市场的质量要求，促进企业和出口目的国市场的质量标准深度融合，“提升产品在世界市场的竞争力，根据国际市场反馈做出及时反馈和调整。” [5]此外，跨境电商平台也要对入驻商家加强审核，采取不定时不定期的方式对商家产品进行抽检，公示且下架不合格产品，建立商家“黑名单”。

5.2. 优化物流配送体系

物流配送是制约跨境电商发展的关键因素，物流体系的优化迫在眉睫。首先，推进跨境物流基础设施建设，加大对基础设施建设的投入。既需构建涵盖航空、海运、铁路和公路的多样化运输网络，通过多式联运实现优势互补，也需积极促进海外仓的建设，加快货物流转，提升运输时效。其次，借助大数据、物联网、区块链等前沿技术，不仅可以“搭建国内外物流信息化系统，将各环节的物流信息进行串联” [6]，实现物流信息的追踪与共享，还可以优化运输路线，降低成本，推动物流业向智能化方向发展。再次，加强参与主体之间的协同合作，有助于流程梗阻的及时疏通，提升消费者的体验感与满意度，降低物流纠纷的发生率。

5.3. 加强人才培养与引进

人才是跨境电商创新发展的持续动能，需全方位加强人才培养与引进工作。在人才培养方面，应“加快制定跨境电商人才标准，建立多层次的跨境电商人才培养体系，推进政府、行业协会、企业、高校协同培养跨境电商人才。” [7]政府应制定相关政策，发挥其引导的作用，并给予一定的资金补贴；行业应积极作为，制定行业人员职业规范，明确评价和考核标准；高校应紧密结合市场需求，优化课程设置，强调实践环节，提升学生对岗位的适应能力。在人才引进方面，制定并落实有吸引力的人才引进政策，通过优惠待遇增加人才的认同感和归属感，并建立海外人才联络中心，主动去海外招聘人才，形成人才引进一站式服务，积极解决人才的后顾之忧。

5.4. 积极应对贸易风险

面对复杂多变的国际经贸环境，跨境电商应积极应对并主动作为。针对部分国家推行的贸易关税政策，国家可通过对话与协商来解决分歧，避免局势紧张，必要时可采取合理合规的反制措施；企业应积极布局全球市场，拓展多个国家和地区的市场，降低对单一市场的依赖，有助于贸易风险的减轻。面对汇率波动，国家应审慎权衡应对策略，通过财政政策、货币政策，以税收优惠、专项补贴等形式，运用公

开市场操作调整利率等手段，将汇率波动保持在合理区间内；企业也要关注汇率波动，灵活调整自己的生产计划、经营计划。此外，强化知识产权意识，通过上市前产品审核等方式来规避侵权争议，且及时申请专利或商标，注重自有品牌的形成。

参考文献

- [1] 赵涛, 张智, 梁上坤. 数字经济、创业活跃度与高质量发展——来自中国城市的经验验证[J]. 管理世界, 2020, 36(10): 65-76.
- [2] 鞠雪楠, 赵宣凯, 孙宝文. 跨境电商平台克服了哪些贸易成本?——来自“敦煌网”数据的经验证据[J]. 经济研究, 2020, 55(2): 181-196.
- [3] 马述忠, 杜特, 房超. 美国电商税法与中国跨境电商出口及其税收负担[J]. 经济研究, 2025, 60(1): 91-107.
- [4] 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(5): 68-74.
- [5] 徐学超, 戴明锋. 疫情冲击下我国跨境电商发展研究[J]. 国际贸易, 2022(2): 32-38.
- [6] 廖润东. 中小型外贸企业跨境电商零售出口的困境及对策[J]. 企业经济, 2017, 36(11): 62-67.
- [7] 徐学超, 戴明锋. 疫情冲击下我国跨境电商发展研究[J]. 国际贸易, 2022(2): 32-38.