

跨境电子商务发展现状、挑战及对策研究

徐一唯¹, 徐伟幸²

¹江苏大学管理学院, 江苏 镇江

²江苏大学能源与动力工程学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年4月15日; 录用日期: 2025年5月8日; 发布日期: 2025年6月10日

摘要

随着全球数字经济的蓬勃发展, 跨境电子商务已成为推动国际贸易增长的重要引擎。中国凭借政策支持、技术优势及供应链能力, 在全球跨境电商领域占据重要地位。本文通过系统梳理国内外相关文献, 分析了当前全球及中国跨境电商的发展现状, 总结了中国在政策法规不完善、物流体系不健全以及支付安全风险等方面所面临的主要挑战。在此基础上, 提出了完善政策监管体系、优化跨境物流网络、提升支付安全水平等对策建议, 以期为中国跨境电商的高质量可持续发展提供理论参考与实践路径。

关键词

跨境电子商务, 物流体系, 支付安全, 对策建议

Research on the Development Status, Challenges and Countermeasures of Cross-Border E-Commerce

Yiwei Xu¹, Weixing Xu²

¹School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

²School of Energy and Power Engineering, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Apr. 15th, 2025; accepted: May 8th, 2025; published: Jun. 10th, 2025

Abstract

With the rapid development of the global digital economy, cross-border e-commerce has become a key driver of international trade growth. China, supported by favorable policies, technological advancement, and supply chain capabilities, plays a pivotal role in the global cross-border e-commerce landscape. This paper reviews relevant domestic and international literature, analyzes the current

development status of cross-border e-commerce both globally and in China, and identifies key challenges faced by China, including regulatory gaps, insufficient logistics infrastructure, and payment security risks. Based on these findings, the paper proposes countermeasures such as improving regulatory systems, optimizing cross-border logistics networks, and enhancing payment security mechanisms, aiming to provide theoretical guidance and practical solutions for the sustainable and high-quality development of China's cross-border e-commerce sector.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, Logistics System, Payment Security, Countermeasures and Suggestions

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

在全球经济数字化转型的背景下, 跨境电子商务(Cross-border E-commerce)作为国际贸易的一种新兴形式, 已成为推动全球贸易增长的重要动力。随着互联网基础设施的完善、支付方式的多样化以及全球物流网络的不断优化, 跨境电商逐渐重塑传统贸易格局, 拓展了中小企业的国际化路径, 也为全球消费者提供了更丰富、便捷的购物体验。

中国作为全球最大的发展中经济体, 在政策引导、平台建设、技术创新等多重因素推动下, 跨境电商产业实现了高速发展。国家级政策支持与跨境电商综合试验区的持续推进, 推动出口导向型企业积极布局海外市场, 提升了中国制造的全球影响力。然而, 随着国际贸易环境的不断变化, 中国跨境电商在快速发展的同时也暴露出一系列结构性问题, 如跨国政策法规差异、物流体系不健全、支付安全机制不完善等, 均在不同程度上制约着行业的可持续发展。

鉴于此, 本文基于已有研究成果与现实数据, 梳理当前中国跨境电商的发展现状, 系统分析其在政策、物流与金融等方面面临的主要挑战, 并提出针对性的对策建议, 旨在为推动中国跨境电商高质量发展提供理论支持与实践路径。

2. 文献综述

2.1. 跨境电商发展模式影响因素研究

国内学者对跨境电商发展模式影响因素的研究主要集中于技术应用、政策环境以及供应链管理等方。徐书魁(2021) [1]指出, 信息技术的不断进步和企业对大数据、云计算等现代技术的应用, 是推动跨境电商模式不断升级的内在驱动力, 同时政府出台的各项优惠政策和监管措施为企业进入国际市场提供了有力保障。庞燕(2019) [2]讨论了供应链整合与物流效率在跨境电商模式中的重要作用, 他们认为跨境电商企业需要通过优化供应链管理、提升物流配送能力以降低运营成本并增强市场竞争力。卢萍等(2015) [3]强调了消费者行为变化和市场需求多样性对企业跨境电商模式调整的影响, 认为企业应根据不同目标市场的特征制定差异化战略, 提升品牌的国际化竞争力。

国外学者对跨境电商发展模式影响因素的研究同样具有较高关注度。Wang 等(2023) [4]探讨了全球供应链优化和技术应用对跨境电商模式的推动作用, 指出企业通过利用人工智能、大数据和区块链等技术, 不仅能够提高运营效率, 还能增强交易透明度和信任度。Sleuwaegen 和 Smith (2022) [5]对跨境电商

成功因素进行了比较研究，强调文化差异、法律法规及市场本地化策略对跨境电商模式构建的深远影响，认为企业应根据目标市场的制度和文化环境灵活调整其商业策略。Salim (2022) [6] 重点关注技术创新与市场适应性的协同作用，提出在不断变化的全球市场环境下，跨境电商企业应注重技术更新和市场动态的同步响应，以应对复杂多变的外部环境。

2.2. 跨境电商发展现状研究

近年来，跨境电商研究从发展现状和挑战两个维度展开。发展现状方面，Wang 等(2023) [4] 通过对全球市场数据梳理，指出数字化与智能化技术显著提升了交易效率和透明度；邹婷婷(2024) [7] 基于中国跨境电商综合试验区数据，评估了政策扶持对进出口交易额的促进作用；刘倩等(2024) [8] 则从物流网络完善度和海外仓布局角度，探讨了中国跨境电商区域覆盖与服务质量提升。挑战研究方面，张夏恒(2016) [9] 认为传统物流模式在跨境背景下亟需向智能化转型以应对成本和时效压力；Salim (2022) [6] 强调数字营销与支付安全风险对企业绩效的制约；Ma 等(2019) [10] 关注品牌国际化过程中知识产权保护与市场信任建设问题。除此之外，国内外学者还指出，跨境支付汇率波动、海关合规成本以及末端配送网络不完善等都是亟待解决的关键障碍，这些研究为后文对策建议提供了坚实的理论基础。

3. 跨境电子商务发展现状

3.1. 全球视角

全球跨境电商市场规模持续扩大，据统计，2024 年全球跨境电商交易额达到 6.3 万亿美元，较 2021 年的 4.8 万亿美元增长逾 30%¹。欧美市场仍占据约 45% 的份额，但东南亚、拉美和中东等新兴市场增速显著，2024 年东南亚市场增速约 15%，成为最具潜力的区域之一²。技术驱动方面，区块链在支付与供应链溯源中的应用加速推进，大数据与人工智能助力平台实现精准营销和智能推荐，显著提升用户粘性和复购率。与此同时，欧盟“增值税(VAT)电子商务改革”与美国对中国产品的关税调整，对跨境电商的市场结构和成本构成产生了深远影响。主要平台如 Amazon Global Selling、eBay Global、Shopify 跨境解决方案持续优化卖家服务，推出本地化仓储、多语种客服与一站式合规支持，显著降低中小企业出海门槛。国际物流方面，DHL、FedEx、UPS 等跨国快递企业加大对最后一公里配送网络的投入，并与当地物流服务商深度合作，实现快速清关与派送。

3.2. 中国视角

中国跨境电商发展呈现多元化与高质量并进的格局。2024 年，中国跨境电商进出口交易额达到 2.85 万亿元人民币，其中出口占比约 70%，进口占比 30%³。政府已设立近 170 个跨境电商综合试验区，2024 年试验区累计交易额超过 1.3 万亿元，重点试验区如杭州、广州、深圳等地通过“保税 + 直购”模式和智能化通关系统，将平均通关时间压缩至 4 小时以内⁴。数字人民币跨境支付试点在粤港澳大湾区和海南自由贸易港初见成效，显著提升了跨境支付的效率和安全性。平台方面，阿里巴巴国际站、京东国际、拼多多跨境购以及新兴的 TikTok Shop、Temu，通过全球海外仓网络布局，已在欧洲、北美和东南亚等市场建立 200 余个海外仓，库存周转率提升 15%⁵。随着 RCEP 协议的生效，中国与东南亚国家的贸易壁垒

¹ 数据来源：<https://www.dsb.cn/236693.html>。

² 数据来源：中国国际贸易促进委员会东莞市委会 https://www.dg.gov.cn/dgsmch/gkmlpt/content/4/4326/mpost_4326537.html#1540。

³ 数据来源：https://www.toutiao.com/article/7459259590161580582/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect&wid=1745665058907。

⁴ 数据来源：中华人民共和国商务部

https://www.mofcom.gov.cn/zfxgk/fdzdgknr/ztfj/qgrdjydf/art/2024/art_c0bf41b2778a40098f1a9251395d48f8.html。

⁵ 数据来源：https://www.dg.gov.cn/dgsmch/gkmlpt/content/4/4326/mpost_4326537.html#1540。

进一步降低, 为跨境电商企业提供了更广阔的市场空间。中国企业在全球供应链中的地位不断提升, 3C 电子、服装鞋帽、家居日用品等传统优势品类外, 化妆品、健康保健品与生鲜农产品等新兴品类也成为新的增长亮点。

4. 中国跨境电商存在的问题与挑战

在深入分析全球及中国跨境电商发展现状的基础上, 本文梳理了中国跨境电商在政策法规、物流体系及支付安全等方面面临的主要挑战。

4.1. 政策法规不完善

尽管国家已出台了一系列促进跨境电商发展的政策, 但由于国际贸易环境复杂且各国法律法规差异较大, 企业在实际运营中常常遇到合规性问题和政策不确定性。例如, 进出口环节中的海关监管、税收政策及知识产权保护等政策存在一定模糊空间, 导致企业面临较高的合规成本和法律风险。欧盟 IOSS 增值税申报、美国 FCC 认证等各国海关监管差异导致企业合规成本增加 20%~30%⁶。此外, 监管体系尚未完全跟上跨境电商的快速发展, 使得直播电商、社交电商等新型交易模式和跨境电商活动处于监管灰色地带, 知识产权纠纷案件年增 15%。

4.2. 物流体系有待优化

物流体系问题是制约中国跨境电商发展的另一大瓶颈。虽然近年来我国在构建全球物流网络和海外仓布局上取得了一定进展, 但整体而言, 跨境物流成本仍然较高, 干线运输依赖国际货代(自主运力占比 < 30%)⁷, 海运时效波动率达 40%⁸, 导致配送时效性不足在末端配送环节, 部分地区的物流服务水平较低, 尤其是在新兴市场, 末端配送覆盖率不足 60%, “最后一公里”成本占物流总成本 45%⁹。物流的不畅不仅延长了商品到达消费者手中的时间, 也增加了企业的运营风险和成本, 直接影响了消费者的购物体验和企业在国际市场上的竞争力。

4.3. 支付安全与金融风险

支付安全与金融风险方面也存在明显问题。跨境支付通常涉及多币种交易和国际结算, 据统计¹⁰, 多币种结算导致汇率损失平均占交易额 1.2%, 同时第三方支付平台欺诈率高于本地支付的 2 倍, 达到 0.8%, 这使得企业容易受到汇率波动、支付欺诈和结算延迟等风险的影响。目前部分线上支付平台在安全性和风控机制上仍有不足, 加上金融监管与技术应用之间存在一定脱节, 跨境资金清算周期长达 3~5 个工作日, 使得跨境电商企业在资金流转和支付安全上面临较大挑战。这不仅限制了交易规模的扩大, 也影响了消费者对跨境电商平台的信任。

5. 对策建议

针对第四章中所揭示的中国跨境电子商务在政策法规、物流体系以及支付安全等方面存在的突出问题, 为实现行业的高质量发展和全球竞争力提升, 亟需从制度优化、基础设施建设及金融服务保障等多

⁶ 数据来源: 欧盟委员会《2024 年跨境电商增值税合规报告》、德勤《全球供应链展望》、美国联邦通信委员会(FCC)年度报告、AMZ123 跨境导航行业调研、世界银行《物流绩效指数》、麦肯锡《全球贸易合规成本白皮书》。

⁷ 数据来源:

<https://www.prnewswire.com/il/news-releases/freightos-reports-first-quarter-2024-results-with-double-digit-revenue-growth-302149934.html>。

⁸ 数据来源: <https://www.sea-intelligence.com/press-room/277-global-schedule-reliability-continues-to-stay-within-50-55>。

⁹ 数据来源: <https://lpi.worldbank.org/>。

¹⁰ 数据来源: 艾贝盈 跨境咨询 https://www.ipaylinks.com/information_details.php?id=14754&recommendCode=10193。

个层面着手, 提出切实可行的改进措施。本章将围绕完善政策环境、提升物流效率和强化支付安全三大方面, 系统提出应对策略, 以期为推动我国跨境电商行业健康、可持续发展提供实践路径和政策参考。

5.1. 完善政策法规与监管体系, 降低合规成本

面对政策法规不完善和跨国监管差异大的问题, 政府应加强国际协调与合作, 推动建立区域性和多边监管合作机制, 逐步实现进出口合规标准的相对统一。借助“一带一路”合作平台, 推动与主要贸易伙伴就增值税申报、知识产权保护等重点领域达成互认或协调框架。

同时, 针对当前海关监管与税收政策繁杂、时效性不足的问题, 政府应加快推进智能化通关改革, 扩大“单一窗口”覆盖范围, 推广电子化报关和在线税务申报系统, 进一步压缩通关时间, 提升政策执行效率。此外, 应尽快出台针对跨境直播电商、社交电商等新业态的监管细则, 消除政策灰色地带, 为企业创新提供明确的制度保障。

5.2. 提升跨境物流能力, 优化“最后一公里”服务

为了提升跨境物流体系韧性, 政府可通过财政补贴、贷款贴息等方式, 引导物流企业建设专属航线与铁路通道, 进而推动干线运输自主化发展, 鼓励企业加大自有运力建设, 提升抗风险能力, 降低对第三方国际货代的依赖。其次, 企业应聚焦新兴市场“最后一公里”配送短板, 推动本地化物流网络建设, 鼓励国内企业与东南亚、拉美等新兴市场的本地物流公司合作, 构建联合仓储、配送网络, 提升末端配送覆盖率。同时, 企业应加快海外仓智能化升级, 推广自动化分拣、数字化库存管理等技术, 提升库存周转效率, 缓解因物流不畅带来的客户体验下降问题, 提升全球仓储体系的覆盖率和服务能力。此外, 政府与企业应共同推动跨境物流标准建设, 实现海关数据互通和运输追踪标准统一, 缩短清关时间, 降低因监管差异导致的中转延误。

5.3. 加强跨境支付安全管理与金融支持体系建设

从技术创新角度来看, 一方面企业应扩大区块链、人工智能等新技术在跨境支付领域的应用。政府应鼓励、促进金融科技企业与跨境电商平台合作, 开发智能风控系统和实时交易监测机制, 提高可疑交易识别能力, 降低欺诈率。另一方面, 政府应优化外汇对冲工具供给, 鼓励商业银行与支付平台推出灵活汇率锁定产品, 帮助企业和消费者规避汇率波动风险, 稳定成本预期。

从制度协同角度来看, 一方面, 相关政府应推动跨境支付清算系统改革, 借鉴数字人民币跨境支付试点经验, 探索建设高效、安全、合规的人民币跨境清算网络, 提升资金结算速度。另一方面, 政府应建立国际金融监管协作机制, 加强与主要市场国家在反洗钱、数据合规、支付透明度等领域的标准对接与信息共享, 构建更稳健的跨境金融风险防控体系。

6. 结论

本文在系统回顾相关文献的基础上, 分析了跨境电子商务的全球与中国发展现状, 归纳了政策法规、物流体系、支付安全等方面的主要挑战, 并提出了针对性的对策建议。未来, 随着数字技术进步和国际合作深化, 中国跨境电商将迎来更广阔的发展空间。

基金项目

江苏省普通高校研究生科研创新计划项目(KYCX23_3798)。

参考文献

- [1] 徐书魁. 跨境电子商务企业商业模式及影响因素分析[J]. 企业改革与管理, 2021(16): 61-62.

-
- [2] 庞燕. 跨境电商服务供应链与服务集成商能力的提升[J]. 中国流通经济, 2019, 33(9): 64-72.
 - [3] 卢萍, 林开标, 吴石珑. 基于消费者体验的跨境电商模式选择[J]. 厦门理工学院学报, 2015(4): 39-44.
 - [4] Wang, G., Zhang, Z., Li, S. and Shin, C. (2023) Research on the Influencing Factors of Sustainable Supply Chain Development of Agri-Food Products Based on Cross-Border Live-Streaming E-Commerce in China. *Foods*, **12**, Article 3323. <https://doi.org/10.3390/foods12173323>
 - [5] Sleuwaegen, L. and Smith, P.M. (2020) Who Purchases Cross-Border? Individual and Country Level Determinants of the Decision to Purchase Cross-Border in the European Single Market. *Electronic Commerce Research*, **22**, 749-785. <https://doi.org/10.1007/s10660-020-09440-1>
 - [6] Salim, A.M. (2022) The Moderating Roles of Digital Marketing and E-Commerce on the Relationship between IT Business Alignment Factors and SMEs Performance in Baghdad City of Iraq. Ph.D. Thesis, University Tun Hussein Onn Malaysia.
 - [7] 邹婷婷. 跨境电商供应链管理模式研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(2): 2561-2566. <https://doi.org/10.12677/ecl.2024.132314>
 - [8] 刘倩, 钟颖, 林梅. 大数据技术背景下跨境电商物流优化路径研究[J]. 中国商论, 2024, 33(23): 85-88.
 - [9] 张夏恒. 跨境电商物流协同模型构建与实现路径研究[D]: [博士学位论文]. 西安: 长安大学, 2016.
 - [10] Ma, Y., Ruangkanjanases, A. and Chen, S. (2019) Investigating the Impact of Critical Factors on Continuance Intention Towards Cross-Border Shopping Websites. *Sustainability*, **11**, Article 5914. <https://doi.org/10.3390/su11215914>