

中国跨境电商发展的困境及其对策研究

余元¹, 吕莹¹, 葛兵²

¹贵州大学医学院, 贵州 贵阳

²贵阳市第四人民医院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月28日; 录用日期: 2025年5月16日; 发布日期: 2025年6月13日

摘要

近年来, 数字经济的蓬勃发展为跨境电子商务带来了巨大的机遇。凭借丰富的商品资源、超大规模的市场和政策支持等优势, 跨境电商已成为推动中国对外贸易发展的新生力量, 有力地促进了传统外贸的转型升级。本文通过对中国跨境电商的发展历程、主要特点进行分析, 针对存在的问题展开讨论, 为中国跨境电商的未来发展提出对策建议。

关键词

跨境电商, 现实困境, 对策研究

Research on the Dilemma of China's Cross-Border E-Commerce Development and Its Countermeasures

Yuan Yu¹, Ying Lyu¹, Bing Ge²

¹The Medical School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

²The Fourth People's Hospital of Guiyang City, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 28th, 2025; accepted: May 16th, 2025; published: Jun. 13th, 2025

Abstract

In recent years, the booming development of digital economy has brought great opportunities for cross-border e-commerce. With the advantages of rich commodity resources, super-sized market and policy support, cross-border e-commerce has become a new force to promote the development of China's foreign trade, and has strongly promoted the transformation and upgrading of traditional foreign trade. This paper analyzes the development history and main features of China's cross-

border e-commerce, discusses the existing issues, and puts forward suggestions for the future development of China's cross-border e-commerce.

Keywords

Cross Border E-Commerce, Realistic Dilemma, Countermeasure Research

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,在全球贸易保护主义兴起和经济持续低迷的双重压力下,传统外贸模式遭遇前所未有的挑战。在此形势下,跨境电商作为融合商业模式创新与科技创新的新兴业态迅速崛起,逐渐成为推动外贸增长的重要引擎[1]。跨境电子商务是指分属不同国家或地区的交易主体,通过电子商务平台完成交易并实现跨境支付结算的新型国际贸易形式[2]。跨境电商涵盖货物贸易和服务贸易两大领域,但由于相关服务贸易数据较难获取,本文研究将聚焦于货物贸易部分。本研究系统梳理中国跨境电商的发展历程与现状特征,深入分析其发展存在的核心问题,并提出相应的对策建议以推动中国跨境电商实现可持续发展。

2. 中国跨境电商的发展概况

中国跨境电商的发展历程可追溯至 20 世纪末,经历了从无到有、从小到大的跨越式发展。它是一部中国数字经济融入全球市场的创新史,从 20 世纪末的初步尝试到如今的全球领先地位,其发展脉络可清晰地划分为四个关键阶段:

(1) 萌芽阶段(1999~2004 年)以阿里巴巴国际站成立为标志,开创了线上外贸的新模式。这一时期的跨境电商主要服务于 B2B 大宗贸易,交易流程仍以线下为主。由于电子支付、国际物流等基础设施尚不完善,行业发展较为缓慢,但为后续爆发式增长奠定了重要基础。

(2) 探索发展阶段(2005~2012 年)见证了行业模式的多元化创新。敦煌网等平台率先尝试小额 B2C 业务,打破了传统外贸的壁垒。随着 PayPal 等国际支付工具进入中国,以及国际快递服务的完善,跨境电商的便利性显著提升。2008 年全球金融危机后,中国制造的价格优势进一步推动了跨境电商业态的发展。

(3) 高速增长期(2013~2019 年)是行业发展的黄金时期。国家先后设立多个跨境电商综合试验区,配套政策密集出台。天猫国际、网易考拉等平台快速崛起,海外仓模式日趋成熟,年均增速保持在 20%以上。2016 年“四八新政”虽然短期内造成波动,但最终推动行业向规范化方向发展。

(4) 2020 年至今的高质量发展阶段,行业呈现出新的特征。疫情推动了全球线上消费习惯的养成,RCEP 等自贸协定为区域贸易注入新动力。独立站、社交电商、直播带货等新模式不断涌现,智能物流、大数据选品等技术深度应用。当前,中国跨境电商正从价格竞争转向品牌竞争,从规模扩张转向效益提升,在全球数字经济贸易格局中扮演着越来越重要的角色。

3. 当前中国跨境电商发展的主要特点

当前中国跨境电商发展呈现出全方位、多层次的特点,展现出蓬勃的创新活力和强劲的发展韧性。作为数字经济时代国际贸易的新业态,中国跨境电商已形成独具特色的发展模式。

一是市场规模方面,中国跨境电商保持强劲增长势头。得益于跨境电子商务灵活多样的交易模式,

不仅可以有效简化传统贸易流程,有助于减少交易环节的沟通成本。在数字技术快速迭代和政策红利持续释放的双重驱动下,推动中国跨境电商实现稳健发展[3]。海关总署最新初步测算数据显示,2024 年前三季度,我国跨境电商进出口 1.88 万亿元,同比增长 11.5%,高于同期我国外贸整体增速 6.2 个百分点[4]。

二是在商业模式方面,行业呈现出多元化创新态势。首先,平台类型日益丰富,除了常见的 B2B (企业对企业)、B2C (企业对消费者),还有 C2C (消费者对消费者)、B2B2C (商家到电商平台再到消费者)、M2C (生产厂家对消费者)等[5]。其次,独立站模式蓬勃发展,据艾媒咨询《2021~2022 年中国跨境出口电商行业及独立站模式发展现状及趋势研究报告》数据显示中国企业在海外建立的独立站数量已达到了 20 万个,从跨境电商 B2C 市场结构上看,独立站份额从 2016 年的 9.8% 提升至 2020 年的 20.3% [6]。

三是在政策环境方面,贸易伙伴多元化趋势明显。中国跨境电子商务的多边合作呈现出层次多元、规模深化和范围拓展的显著特征。我国已经成为 150 多个国家和地区的主要贸易伙伴,外贸“朋友圈”越来越大,货物贸易总额连续 7 年居全球第一[7]。2016 年底,商务部与智利外交部签署的首个双边电子商务合作谅解备忘录具有里程碑意义,标志着“丝路电商”合作机制的正式建立。这一重要举措充分体现了中国依托“一带一路”倡议框架,不仅推动我国对外贸易的纵深发展,更显著提升中国在全球数字贸易治理中的参与度和影响力[3]。从总体上看,中国跨境电商的贸易伙伴呈现多元化趋势,从过去以欧美国家为主向多元化方向转变,特别是东南亚、拉美等地区成为增幅最快的新型市场[8]。

4. 中国跨境电商发展中存在的问题

当前中国跨境电商在快速发展的同时,也面临着诸多挑战和问题,包括但不限于监管制度不够健全、物流效率有限、国际竞争加剧、支付风险高等方面[9]。这些问题制约着我国跨境电商的健康可持续发展。

(一) 监管制度尚未健全

科学规范的监管机制是我国跨境电商稳健发展的基础保障。现阶段,我国跨境电商领域在监管体系建设方面仍面临制度设计不健全与监管效能不足的双重困境。首先,我国尚未健全关于跨境电商方面的法律法规,大多缺乏罚则标准,可操作性的管理办法较少[10]。此外,相较于传统外贸进出口,跨境电商具有小额、高频、周期短的特点,且其所涉及通关、物流、支付、税收等多个业务环节,比较复杂,所涉及管理部门也较多,导致监管部门间协调机制不畅,监管效率有待提升。

(二) 物流效率较为有限

高效可靠的物流体系是跨境电商可持续发展的物质前提。目前,跨境物流发展仍因其成本较高、物流效率低下等问题滞后不前。一是跨境物流成本较高。由于跨境电商存在金额小、频次高等特点,且物流流程复杂、环节繁多[11],导致跨境物流的成本压力逐渐成为跨境电商面临的主要压力之一。二是物流效率低下,不同国家的物流基础设施水平参差不齐,这使得跨境电商企业不同市场间运营协调的难度较高,效率较低。此外,跨境退换货的难题也进一步限制了中国跨境电商的持续发展[12]。

(三) 国际竞争逐渐加剧

现目前全球贸易格局面临着诸多不确定因素,这给我国跨境电商发展带来了巨大的挑战。当前全球经济发展呈现不均衡态势,各国经济政策分化明显,汇率市场剧烈波动,显著推高了跨境交易的成本与风险。同时,地缘政治冲突不断升级,贸易保护主义抬头,使跨境电商企业面临更大的经营不确定性。全球供应链受贸易摩擦冲击,物流成本持续攀升、交货周期延长等问题日益突出,严重制约跨境电商的运营效率。

(四) 跨境支付风险较高

我国在世界经济中具有坚实的地位,并且具有很强的国际风险承担能力,这一点在国际上是公认的。

但是, 由于外汇管制制约着国际间的流动性和贸易往来, 使得我国的外贸企业在进行国际贸易时, 遇到了交易的安全性和有效性两个方面的难题。第三方支付是一种便捷、高效、安全的第三方支付方式[13]。然而, 由于跨境交易中存在的各种风险, 使得第三方支付的发展遇到了很大的挑战。虽然我国的第三方支付系统在逐步完善, 但是由于跨国经营和相关法律法规的存在, 使得用户的财产安全受到了威胁[14]。

(五) 诚信体系建设不健全

在全球化的大背景下, 跨境电商作为一种新兴贸易形式, 其产品质量、知识产权等问题也得到了广泛关注。然而, 由于中国跨境电商的从业门槛相对较低, 加上交易过程中的信息不对称, 容易出现虚假宣传、恶意刷单、销售赝品和售后不到位等问题, 主要在于中国跨境电商诚信体系建设不完善[8]。这样, 容易引发消费者对跨境电子商务交易的严重不信任。此外, 因各国法律法规差异较大, 跨境权益保护也成为了一个比较突出的难题。

(六) 跨境电商复合型人才缺乏

在数字经济与数智化转型的驱动下, 中国跨境电商已迈入专业化分工的新阶段, 对复合型、战略型及运营管理人才的需求与市场发展亟需匹配。从人力资源管理理论视角来看, 这些问题主要体现在人才规划、培养和激励等多个方面。首先, 跨境电商作为新业态, 其复合型人才需求与传统人才培养模式存在明显断层。高校教育体系尚未建立起与行业动态相匹配的课程体系, 造成毕业生技能与企业需求之间的鸿沟。其次, 当前企业对人才的培训多停留在基础操作层面, 对数字工具应用、国际贸易合规等前沿内容的覆盖不足。与此同时, 随着人工智能技术的普及, 跨境电商人才不仅需掌握国际贸易规则、专业术语、品牌运营及国际营销等核心知识体系, 还需具备数字素养, 熟练运用 AI 等智能工具, 以推动行业的数字化转型与智能化升级[15]。

5. 中国跨境电商发展的对策建议

(一) 完善法律法规体系建设

我国应完善跨境电商相关的监管制度, 提高监管水平。一是国家要从法律法规层面规范跨境电商, 不断完善《中华人民共和国电子商务法》等法律法规, 特别是要明确各监管部门权责边界和市场主体的权利和义务, 细化罚则标准。目前, 海关对跨境电商零售进口业务现有的执法依据主要是《海关法》和《关税条例》, 而这两部法律法规尚未具体描述跨境电商框架等内容。二是创新智能监管, 更新线上综合服务平台, 简化通关、税收等服务流程, 为确保监管的时效性, 需要不断加强数字技术的运用, 提高智能监管水平[16]。除此之外, 因跨境电商涉及知识产权的问题尤为突出, 如商标侵权、专利侵权等, 应加强知识产权保护, 建立健全知识产权保护机制, 打击侵权行为, 规范市场秩序。

(二) 优化跨境物流体系

为解决跨境物流效率低下和成本高的难题, 首先, 政府应出台相应鼓励政策, 鼓励跨境电商企业探索多元化物流通道[17]。其次, 跨境电商企业要将区块链、物联网等技术应用到物流中来, 实现物流全程可视化追踪, 从而提高物流效率。此外, 跨境电商企业应完善跨境退换货服务体系, 建立海外售后服务中心, 简化退换货流程, 使得客户满意度得到提高[12]。

(三) 构建风险预警体系

面对复杂多变的国际贸易环境, 首先政府应通过整合海关、商务和外交等多方面的大数据, 建立涵盖政治、经济和贸易的风险评价指标体系, 及时准确地向企业提供风险预警。其次, 跨境电商企业需要突破传统的单一供应链模式, 构建多元化的全球供应网络。这不仅包括在重点市场布局智能海外仓, 发展多式联运物流解决方案, 还要与当地优质供应商建立战略合作关系, 建立风险预警和快速响应机制[18]。此外, 跨境电商企业间应建立行业协作平台, 推动成立跨境电商行业联盟, 加强企业间信息共享和经验

交流,提高行业整体抗风险能力。

(四) 健全支付结算体系

在跨境电商的支付环节中,政府相关部门要加强对第三方支付的监管,提高跨境支付的安全性。同时,政府相关部门要加大对第三方支付机构的检查力度,并向公众公开,提高政务透明度。此外,第三方支付机构应通过加密算法、防火墙等技术,提高信息安全保护的风险识别和处理能力。

(五) 健全跨境电商行业信用体系

为解决跨境电商市场信息不对称的难题,政府应当通过第三方征信体系的建设来完善跨境电商信用管理,具体包括:建立企业信用档案数据库,推进信用评级制度,提供基础信用查询服务,并配套建立信用奖惩联动机制,从而构建规范的行业信用体系[10]。面对假冒伪劣产品,政府应成立跨境电商专项监管机构,实施“黑白名单”管理,严惩失信及走私企业。同时,鼓励行业协会出台行业规范,约束违规经营行为,杜绝问题商品流通,并通过消费者教育提升其真伪辨别能力。

(六) 构建系统化的人才培养战略

中国跨境电商要实现可持续发展,企业应构建系统化的人才培养战略。一是建立科学的人才培养机制与激励体系,有效提高员工积极性,充分激发员工潜能。二是不断深化产教融合,通过推进校企合作项目、校企共建实训基地等方式拓宽人才培养渠道[19]。三是塑造积极向上的企业文化,增强组织凝聚力,从而提升团队在动态市场环境中的适应力与竞争力。

参考文献

- [1] 李帅. 促进跨境电商综合改革试验区高水平发展的路径研究[J]. 国际商务财会, 2023(6): 18-23+28.
- [2] 郭四维, 张明昂, 王庆, 等. 新常态下的“外贸新引擎”: 我国跨境电子商务发展与传统外贸转型升级[J]. 经济学家, 2018(8): 42-49.
- [3] 王子心, 武悦. 新发展格局下我国跨境电商高质量发展的机遇与挑战[J]. 新经济, 2023(5): 80-87.
- [4] 季晓莉. 前三季度我国跨境电商继续“加速跑”[N]. 中国经济导报, 2024-10-17(003).
- [5] 唐力维. 跨境电商交易发展现状及外汇管理政策探析——以成都跨境电商发展为例[J]. 西南金融, 2017(12): 23-28.
- [6] 艾媒咨询. 2021-2022 年中国跨境出口电商行业及独立站模式发展现状及趋势研究报告[Z]. 2021.
- [7] 侯露露, 白紫薇. 引领开放合作潮流的中坚力量[N]. 人民日报, 2024-10-07(001).
- [8] 王星丽. 中国跨境电商发展存在的问题及对策研究[J]. 江苏商论, 2025(3): 39-42.
- [9] 杨登, 冯晟腾. 中国与 RCEP 成员国数字服务贸易之间的竞争力分析与建议[J]. 国际商务财会, 2024(18): 24-28+32.
- [10] 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.
- [11] 魏浩, 王超男. 中国跨境电商进口发展存在的问题与对策[J]. 国际贸易, 2021(11): 44-50+69.
- [12] 金彩灵, 刘芳, 朱刘红, 等. RCEP 背景下我国跨境电商发展的困局与消解路径[J]. 江苏科技信息, 2025, 42(5): 26-30.
- [13] 杨兰, 张楠楠. 中国跨境电商发展对策分析[J]. 知识经济, 2023(33): 16-18, 48.
- [14] 胡珍. 数字经济背景下我国跨境电商面临的挑战及优化路径[J]. 销售与管理, 2024(28): 18-20.
- [15] 张聪, 李元龙, 张卫东, 等. 数字经济背景下我国跨境电商产业发展趋势及路径研究[J]. 老字号品牌营销, 2025(5): 79-81.
- [16] 那朝英. 大数据时代跨境电子商务中的多元治理主体及其协同治理结构研究[J]. 经济社会体制比较, 2021(6): 122-130.
- [17] 林琳. 跨境电商高质量发展的现实困境与优化路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(3): 1088-1093.
- [18] 王莺霓. 跨境电商背景下中国国际贸易发展趋势、影响及对策研究[J]. 中国商论, 2024, 33(21): 68-71.
- [19] 胡榜琪, 梅燕. 跨境电商企业出海的经验探析——以冬海集团为例[J]. 电子商务评论, 2022, 11(3): 34-41.