

# 中国对土库曼斯坦出口跨境电商发展中存在的问题及对策

Hatamova Gulbahar

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年12月5日; 录用日期: 2025年12月24日; 发布日期: 2025年12月31日

## 摘 要

跨境电商已成为推动中国与土库曼斯坦双边贸易增长的重要驱动力。本文系统分析了中国对土库曼斯坦出口跨境电商的发展现状, 指出当前交易规模稳步增长、以平台模式为主、物流方式多元化等特征。研究发现, 通关监管效率低下、跨境物流体系不完善、支付体系落后、市场准入壁垒较高以及专业人才严重短缺是制约中土跨境电商发展的主要问题。基于此, 本文提出推动通关便利化合作、构建高效跨境物流网络、完善跨境支付解决方案、提升企业市场适应能力和强化企业竞争优势等对策建议。研究结论对促进中土跨境电商健康发展、深化双边经贸合作具有重要的理论价值和实践意义。

## 关键词

跨境电商, 土库曼斯坦, 物流体系, 市场准入

# Problems and Countermeasures in the Development of Cross-Border E-Commerce Exports from China to Turkmenistan

Hatamova Gulbahar

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: December 5, 2025; accepted: December 24, 2025; published: December 31, 2025

## Abstract

Cross-border e-commerce has become a significant driving force for the growth of bilateral trade between China and Turkmenistan. This paper systematically analyzes the current development status of cross-border e-commerce exports from China to Turkmenistan, pointing out its characteristics

文章引用: Hatamova Gulbahar. 中国对土库曼斯坦出口跨境电商发展中存在的问题及对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6536-6541. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124643

such as steady growth in transaction volume, platform-based model dominance, and diversified logistics methods. The study finds that low customs clearance efficiency, an imperfect cross-border logistics system, a backward payment system, high market access barriers, and a severe shortage of professional talent are the main problems restricting the development of cross-border e-commerce between China and Turkmenistan. Based on this, this paper proposes countermeasures and suggestions, including promoting cooperation in customs clearance facilitation, building an efficient cross-border logistics network, improving cross-border payment solutions, enhancing enterprises' market adaptability, and strengthening their competitive advantages. The research conclusions have important theoretical value and practical significance for promoting the healthy development of cross-border e-commerce between China and Turkmenistan and deepening bilateral economic and trade cooperation.

## Keywords

Cross-Border E-Commerce, Turkmenistan, Logistics System, Market Access

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

跨境电商作为数字经济时代的新型国际贸易方式，正深刻改变着全球贸易格局。土库曼斯坦地处中亚核心地带，是连接东西方贸易的重要枢纽，近年来随着该国互联网基础设施的逐步改善和居民消费能力的提升，跨境电商市场展现出巨大的发展潜力。中国作为全球最大的跨境电商出口国，与土库曼斯坦在经贸领域合作不断深化，跨境电商已成为推动双边贸易增长的新引擎。然而，由于土库曼斯坦市场的特殊性以及双边跨境电商发展起步较晚，中国对土库曼斯坦出口跨境电商在发展过程中仍面临诸多瓶颈和挑战。深入研究这些问题并提出针对性对策，对于促进中土跨境电商健康发展、提升双边贸易合作水平具有重要的现实意义。

近年来，跨境电商作为国际贸易新业态受到学术界广泛关注。郭云丽(2025)研究了跨境电商综合试验区对区域流通效率的作用机制[1]；潘钢健和马述忠(2025)从消费者隐私保护角度探讨了跨境电商平台出海策略[2]。张恒龙等(2024)分析了境外经贸合作区对东道国经济增长的影响[3]；李维(2023)基于夜间灯光数据实证分析了贸易便利化的经济增长效应。然而，现有研究多聚焦于欧美市场或东南亚市场，对中亚地区特别是土库曼斯坦这一独特市场的研究相对匮乏[4]。本研究以贸易便利化理论、交易成本理论和市场进入理论为分析框架。贸易便利化理论强调简化贸易程序、提高透明度对促进国际贸易的重要性[5]；交易成本理论认为物流、支付等交易成本直接影响贸易效率[6]；市场进入理论则关注制度壁垒对企业进入新市场的制约作用。这些理论为系统分析中土跨境电商发展问题提供了科学依据[7]。

## 2. 中国对土库曼斯坦出口跨境电商发展现状

### (一) 交易规模及增长态势

近年来，中国对土库曼斯坦出口跨境电商呈现稳步增长态势。根据中国海关总署数据显示，2024年中国与土库曼斯坦双边贸易额达到106.5亿美元，同比增长0.6%，其中跨境电商交易在双边贸易中的占比逐年提升。据阿里研究院发布的《跨境电商发展报告》，2021~2024年间，中国对中亚五国跨境电商出口年均增长率超过30%，土库曼斯坦市场增速位居前列。从交易品类来看，服装鞋帽、小家电、3C电子

产品、日用百货等消费品在对土跨境电商出口中占据主导地位。值得注意的是,虽然交易订单数量增长迅速,但由于土库曼斯坦消费者购买力相对有限,客单价普遍较低[8],根据对 AliExpress 平台 2024 年对土库曼斯坦订单的样本分析,平均订单金额约为 25~45 美元,这与对欧美市场的跨境电商交易存在明显差距。随着土库曼斯坦城镇化进程加快和中产阶层逐步扩大,预计未来几年中国对土跨境电商市场仍将保持较快增长势头。

## (二) 交易模式特征

中国对土库曼斯坦出口跨境电商目前呈现出以平台模式为主、独立站为辅的交易格局。在平台模式方面,中国卖家主要通过 Amazon 等国际主流跨境电商平台向土库曼斯坦消费者销售商品。其中, AliExpress 凭借其俄语界面和对中亚市场的深度布局,在土库曼斯坦市场占据较大份额。据艾瑞咨询数据,2024 年通过 AliExpress 完成的对中亚跨境电商交易占比超过 54%。此外,部分实力较强的中国电商企业开始尝试建立面向土库曼斯坦市场的独立站,通过自主运营获取更高的利润空间和品牌影响力。根据艾瑞咨询《2024 年中国跨境电商市场研究报告》和对主要电商平台交易数据的分析,在交易方式上, B2C 模式占据主导地位,占比约 75%,主要服务于土库曼斯坦的个人消费者; B2B 模式占比约 25%,主要面向当地的批发商和小型零售商。随着土库曼斯坦本地电商生态的逐步完善,社交电商模式也开始萌芽,部分中国卖家通过 Instagram 等社交平台开展商品推广和销售活动。

## (三) 物流配送模式

中国对土库曼斯坦出口跨境电商物流主要采用邮政小包、跨境物流专线和海外仓三种模式。邮政小包作为传统物流方式,通过中国邮政与土库曼斯坦邮政系统的合作,实现跨境包裹的邮寄服务,其优势在于覆盖范围广、费用相对较低,平均运费约为每公斤 8~15 美元,但配送时效较慢,通常需要 20~45 天。跨境物流专线则由大型物流企业如中通国际、圆通速递国际等提供,采用集货模式,通过陆路运输经哈萨克斯坦或乌兹别克斯坦中转至土库曼斯坦,根据中通国际、圆通速递国际等企业公开的中亚专线时效数据,配送时效约为 15~25 天,费用介于邮政小包和快递之间。海外仓模式在土库曼斯坦尚处于起步阶段,目前仅有少数大型电商企业在土库曼斯坦首都阿什哈巴德建立了小型海外仓储设施,主要存储热销商品,以实现快速配送和本地化服务。

# 3. 中国对土库曼斯坦出口跨境电商发展中存在的问题

## (一) 通关监管效率问题

土库曼斯坦海关监管体系较为严格且程序复杂,通关效率低下成为制约跨境电商发展的首要问题。首先,土库曼斯坦海关对进口商品实行严格的审查制度,所有跨境电商包裹均需经过详细的报关和查验程序,包裹在海关停留时间平均达 7~15 天,高峰期甚至超过 30 天,导致大量货物积压。其次,土库曼斯坦海关的关税体系复杂且不够透明,不同商品类别适用的税率差异较大,且关税计算标准经常调整,给跨境电商企业带来较大的合规风险和成本不确定性。再次,土库曼斯坦海关信息化水平相对落后,缺乏高效的电子通关系统,大部分通关手续仍需纸质文件和人工审核,效率低下且容易出错。

## (二) 跨境物流体系不完善

中国对土库曼斯坦出口跨境电商物流体系存在多方面的不足。第一,土库曼斯坦国土面积较大但人口密度低,且主要消费市场集中在首都阿什哈巴德和少数几个大城市,偏远地区的物流配送网络覆盖严重不足,最后一公里配送难度大。第二,土库曼斯坦国内物流基础设施薄弱,道路交通条件较差,尤其是通往偏远地区的公路设施老旧,影响了物流运输效率。据世界银行《物流绩效指数报告》显示,2023 年土库曼斯坦在全球 139 个国家中排名第 126 位,物流基础设施得分仅为 2.1 分(满分 5 分),远低于全球平均水平。第三,土库曼斯坦本地物流企业服务能力有限,缺乏专业的跨境电商物流服务商,现有物流

企业在包裹分拣、仓储管理、配送追踪等方面的技术和管理水平较低，难以满足跨境电商对物流时效性和服务质量的要求。

### (三) 跨境支付体系落后

土库曼斯坦跨境支付体系的落后严重制约了跨境电商的发展。首先，土库曼斯坦金融体系相对封闭，国际支付手段有限，主要国际信用卡如 Visa、Mastercard 在土库曼斯坦的普及率较低，根据世界银行《2023 年全球金融包容性数据库》，土库曼斯坦信用卡持有率不足 15%，远低于中亚地区平均水平。其次，土库曼斯坦实行严格的外汇管制，马纳特(土库曼斯坦货币)与外币兑换受到严格限制，官方汇率与市场汇率存在较大差异，这给跨境支付和资金结算带来了极大困难。再次，土库曼斯坦消费者对在线支付的接受度较低，出于对支付安全的担忧和网络支付习惯尚未完全养成，约 70% 的跨境电商交易仍采用货到付款方式，这不仅增加了交易风险和物流成本，也限制了跨境电商业务的规模化发展。

### (四) 市场准入壁垒较高

土库曼斯坦在市场准入方面设置了较高的壁垒，给中国跨境电商企业带来诸多挑战。一方面，土库曼斯坦政府为保护本国产业，对进口商品实行严格的配额和许可证管理制度，部分商品类别如纺织品、食品等受到进口数量限制，超过配额需要申请特殊许可，审批流程复杂且周期长。另一方面，土库曼斯坦近年来不断调整进口政策，2021 年开始逐步降低个人跨境购物的免税额度，从原来的 1000 美元降至 500 美元，并提高了超额部分的关税税率，这直接增加了消费者的购物成本，抑制了跨境电商需求。此外，土库曼斯坦对某些商品类别实行强制性产品认证制度，如电子电器产品需要获得土库曼斯坦国家标准认证，认证过程耗时且费用高，许多中小跨境电商企业难以承担。

### (五) 专业人才严重短缺

中国对土库曼斯坦出口跨境电商面临着严重的复合型人才短缺问题。首先，土库曼斯坦主要使用土库曼语和俄语，英语普及率较低，根据土库曼斯坦教育部 2023 年统计数据及 UNESCO 相关报告，土库曼斯坦英语使用人口占比不足 20%，这对跨境电商的沟通和营销带来了语言障碍。中国跨境电商企业亟需既精通土库曼语或俄语，又熟悉跨境电商运营、网络营销、国际贸易知识的复合型人才，但目前这类人才储备严重不足。其次，土库曼斯坦市场具有独特的文化传统和消费习惯，需要深入了解当地市场特征才能有效开展业务，然而既懂土库曼斯坦市场又精通跨境电商业务的专业人才极为稀缺。再次，跨境电商涉及选品、运营、物流、支付、客服、海外营销等多个环节，需要具备综合能力的管理人才，但现有人才培养体系难以满足这一需求。此外，由于土库曼斯坦市场规模相对较小，企业在人才培养和引进方面的投入意愿不强，加之工资待遇相对有限，难以吸引和留住优秀人才。人才短缺已成为制约中国对土跨境电商业务拓展和服务质量提升的关键瓶颈。

## 4. 中国对土库曼斯坦出口跨境电商发展的对策建议

### (一) 推动通关便利化合作

提高通关效率是促进中国对土库曼斯坦跨境电商发展的首要任务。首先，中土两国政府应加强海关合作，建立跨境电商通关绿色通道，对跨境电商包裹实行简化申报、快速验放等便利化措施<sup>[9]</sup>。可借鉴中国在绥芬河等地建立跨境电商综合试验区的成功经验，推动在霍尔果斯等中土边境口岸建立跨境电商监管中心，实现“一站式”通关服务。其次，推进中土海关“单一窗口”系统对接，实现通关数据的电子化传输和共享，减少纸质文件流转，提高通关信息透明度和处理效率。再次，探索建立中土海关监管结果互认机制，对符合条件的跨境电商商品实行“一次申报、一次查验、一次放行”，避免重复监管，缩短通关时间。此外，中国跨境电商综合试验区可与土库曼斯坦相关部门开展业务培训和技术交流，帮助提升土方海关人员的业务能力和信息化水平。同时，中国跨境电商企业应主动加强合规管理，准确申报商



品信息，配合海关监管，建立良好的信用记录，争取享受更多通关便利。

## (二) 构建高效跨境物流网络

优化中土跨境物流体系需要从多个维度协同推进。第一，充分利用中国在中亚地区的地缘优势，加快在土库曼斯坦建设海外仓和边境仓，提前将热销商品备货至土库曼斯坦本地或邻国仓储设施，实现就近配送，缩短物流时效。建议在阿什哈巴德、土库曼纳巴德等主要城市布局区域性海外仓，提供仓储、分拣、配送一体化服务[10]。第二，推动中国物流企业与土库曼斯坦本地物流商深度合作，建立战略联盟，整合双方资源优势，构建覆盖全境的配送网络。可采取合资、技术输出等方式，帮助土方物流企业提升服务能力和管理水平。第三，搭建跨境物流信息平台，运用大数据、物联网、区块链等技术，实现物流全程可视化追踪，提高物流透明度和客户体验。平台应整合电商企业、物流服务商、海关、检验检疫等各方信息，打通数据孤岛，提升物流协同效率。第四，拓展多元化物流渠道，在陆路运输基础上，积极开发中土货运航空专线或客货混载航线，针对高值商品和时效性要求高的订单提供空运服务。同时，探索利用中欧班列延伸线路，开通经哈萨克斯坦至土库曼斯坦的铁路快运服务，降低物流成本。

## (三) 完善跨境支付解决方案

构建便捷高效的跨境支付体系是推动中土跨境电商发展的关键环节。首先，鼓励中国银联、支付宝、微信支付等中国支付机构与土库曼斯坦银行和支付服务商开展合作，推动支付网络互联互通，为中土跨境电商提供便利的支付通道。可探索在土库曼斯坦推广银联卡受理网络，方便当地消费者使用银联卡进行跨境支付。其次，推动中国主要商业银行如中国银行、工商银行等在土库曼斯坦设立分支机构或代表处，提供跨境支付、结算、外汇兑换等金融服务，降低跨境支付成本和汇率风险。再次，针对土库曼斯坦消费者对货到付款的偏好，建立更加安全可靠的代收货款机制，与当地物流企业合作，由物流商代收货款并通过正规渠道将资金结算给中国卖家，降低交易风险。此外，加强与土库曼斯坦金融监管部门沟通，推动简化跨境支付监管流程，在风险可控的前提下适度放宽外汇管制，提高跨境资金流动效率。同时，可探索采用数字货币等新型支付方式，绕开传统金融体系的限制，为跨境支付提供新的解决路径。跨境电商企业还应加强支付安全管理，采用先进的加密技术和风险防控系统，保护消费者支付信息安全，增强消费者信心。

## (四) 提升企业市场适应能力

中国跨境电商企业应深入研究土库曼斯坦市场特点，提升本地化运营能力。第一，开展深入的市场调研，了解土库曼斯坦消费者的购物偏好、消费习惯、文化禁忌等，据此优化选品策略，重点推广符合当地需求的商品。例如，土库曼斯坦气候炎热干燥，可重点推广防晒用品、补水护肤品等；当地居民注重家庭生活，家居用品、厨房电器等商品也有较大市场空间。第二，加强本地化营销，雇佣懂土库曼语或俄语的本地员工，制作符合当地文化特色的营销内容，通过社交媒体、本地电商平台等渠道开展精准营销。在土库曼斯坦重要节日如纳乌鲁斯节等期间策划促销活动，提升品牌知名度和用户黏性。第三，建立本地化客户服务体系，提供土库曼语或俄语客服支持，及时响应客户咨询和投诉，提升客户满意度。可在土库曼斯坦设立客服中心或与本地客服外包公司合作，提供7×24小时客户服务。第四，积极应对政策变化，密切关注土库曼斯坦进口政策、税收政策的调整动态，提前做好应对准备，必要时调整业务策略。可聘请当地法律顾问或咨询机构，确保业务运营符合当地法律法规要求。

## (五) 强化企业竞争优势

在激烈的市场竞争中，中国跨境电商企业需要不断强化自身竞争优势。第一，推动产品升级和品牌化发展，摆脱单纯依靠低价竞争的模式。鼓励企业培育自主品牌，提升产品设计水平和质量标准，打造差异化竞争优势。针对土库曼斯坦中高端消费群体，推出优质品牌商品，提高客单价和利润率。第二，强化供应链管理，与国内优质供应商建立长期稳定的合作关系，确保货源稳定 and 产品质量。运用柔性供

供应链管理技术，根据市场需求变化快速调整产品组合，提高市场响应速度。

## 参考文献

- [1] 郭云丽. 跨境电商综合试验区设立对区域流通效率的作用机制分析[J]. 商业经济研究, 2025(21): 31-34.
- [2] 潘钢健, 马述忠. 消费者隐私保护与跨境电商平台出海: 来自 GDPR 的经验证据[J]. 财贸经济, 2025, 46(10): 158-176.
- [3] 张恒龙, 田聪莹, 宋厚霖. “一带一路”沿线境外经贸合作区对东道国经济增长的影响及机制研究[J]. 上海大学学报(社会科学版), 2024, 41(2): 80-94.
- [4] 李维. 贸易便利化对中国与“一带一路”沿线国家经济增长的影响——基于夜间灯光数据的实证分析[J]. 连云港职业技术学院学报, 2023, 36(1): 10-19.
- [5] 熊立春, 赵宏宇, 程宝栋. 逆全球化背景下贸易便利化对木材产业全球价值链地位的影响[J]. 农业技术经济, 2024(7): 129-144.
- [6] 唐跃桓, 黎静霖, 杨其静. 电子商务与企业跨地区交易: 交易成本经济学的视角[J]. 经济研究, 2025, 60(1): 74-90.
- [7] 臧树伟, 李平. 后发企业市场进入理论探究——基于破坏性创新的视角[J]. 中国科技论坛, 2016(8): 61-68.
- [8] 穆沙江·努热吉, 熊鼎. “一带一路”倡议下中国和土库曼斯坦贸易现状及对策分析[J]. 对外经贸, 2023(3): 6-9.
- [9] 党英杰, 朱振, 掌孝恩, 等. RCEP 框架下成员国通关便利化比较及对我国的启示[J]. 国际贸易, 2023(1): 49-55.
- [10] 贾娜娜, 魏海蕊, 胡志华. “一带一路”倡议下基于无水港的跨境物流网络优化[J]. 上海海事大学学报, 2019(1): 71-82.