

跨境电商进口零售的业务模式创新与海关监管法规的适配性研究

刘刚明

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年12月16日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2026年1月23日

摘要

在数字经济与全球化深度融合的背景下, 跨境电商进口零售成为国际贸易新增长点, 其业务模式从传统保税备货、直邮模式向直播电商、社交电商、O2O体验等新兴形态快速演进。但海关监管法规因滞后性、刚性特征与模式创新产生适配冲突, 引发商品归类模糊、税款征收困难、退换货监管失灵等问题。本文基于电子商务与海关法交叉研究视角, 梳理业务模式演进脉络与创新特性, 剖析监管适配挑战, 借鉴国际经验, 提出监管理念革新、法规制度完善、监管技术升级与协同治理构建的适配策略, 为行业健康发展与海关监管现代化提供理论支撑与实践参考。

关键词

跨境电商进口零售, 业务模式创新, 海关监管法规, 适配性

Research on the Innovation of Business Models in Cross-Border E-Commerce Import Retail and Their Adaptability to Customs Supervision Laws and Regulations

Gangming Liu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 16, 2025; accepted: December 26, 2025; published: January 23, 2026

Abstract

Against the backdrop of the deep integration of the digital economy and globalization, cross-border

文章引用: 刘刚明. 跨境电商进口零售的业务模式创新与海关监管法规的适配性研究[J]. 电子商务评论, 2026, 15(1): 42-47. DOI: 10.12677/ec.2026.151006

e-commerce import retail has emerged as a new growth driver in international trade. Its business models have evolved rapidly from traditional bonded warehousing and direct mail models to emerging forms such as live-streaming e-commerce, social e-commerce, and O2O experiences. However, due to their lag and rigidity, customs supervision laws and regulations have encountered adaptability conflicts with model innovations, leading to issues such as ambiguous commodity classification, difficulties in tax collection, and ineffective supervision of returns and exchanges. Based on an interdisciplinary research perspective of e-commerce and customs law, this paper sorts out the evolution context and innovative characteristics of business models, analyzes the challenges of regulatory adaptability, draws on international experience, and proposes adaptation strategies including the innovation of regulatory concepts, improvement of legal systems, upgrading of regulatory technologies, and construction of collaborative governance. It aims to provide theoretical support and practical reference for the healthy development of the industry and the modernization of customs supervision.

Keywords

Cross-Border E-Commerce Import Retail, Business Model Innovation, Customs Supervision Laws and Regulations, Adaptability

Copyright © 2026 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

党的二十届三中全会提出，要“依托我国超大规模市场优势，在扩大国际合作中提升开放能力，建设更高水平开放型经济新体制”[1]。作为国际合作的重要方面，进口贸易结构优化和质量提升有助于促进经济增长[2]。跨境电商零售进口是跨境电子商务进口的一个分支，具体指的是中国境内的消费者，通过互联网在电子商务网站上预览、商谈、交易、支付中国关境之外的商品，并通过跨境物流方式获得商品的过程[3]。我国跨境电商行业起步于20世纪末21世纪初[4]，中国跨境进口零售电商市场不仅继承了传统的保税备货和海外直邮模式，更是不断创新，涌现出了直播电商、社交电商以及线上线下融合的O2O体验店等多种新颖业态，展现了其强大的适应性和创新能力。然而，当前的海关监管法律法规仍沿袭着传统的国际贸易监管框架，这一框架与跨境电商领域的小额、分散且高频率交易模式之间存在着本质上的不匹配，由此产生了一种内在的冲突，使得某些创新业务活动处于法律模糊地带，进而对行业的标准化和规范化进程构成了限制。基于此目标，本研究聚焦于电子商务与海关法的交汇点，旨在深入探究业务模式演变的内在规律，系统分析现有监管机制与之间的适应性挑战，并汲取国际最佳实践，从而构建一套能够灵活应对、高效协同的动态监管架构。理论上，为了超越现有学科边界的限制，深化并丰富跨境电商与相关监管法规的匹配性理论框架，我们有必要开展深入的研究。实践中，这一研究成果能够为监管机构在制定政策时提供科学依据，帮助企业有效防范运营风险，并在此基础上实现监管效率与市场活力之间的和谐共存。通过这样的研究，旨在构建一个既严格合规又充满生机的跨境电商生态系统。基于现有国内外研究对业务模式分类及监管挑战的探讨，尽管不乏深入分析，却鲜有系统地剖析适应性及其国际经验的本土化应用。本研究旨在通过文献综述、比较分析以及规范性评估方法，搭建一套由“业务模式演进”、“监管适应性冲突”至“协同解决路径”的分析体系，进而提出定制化的应对策略。

2. 跨境电商进口零售业务模式的演进历程与创新实践

(一) 传统跨境电商进口零售业务模式解析

传统模式以“商品流转效率”为核心，形成了两大主流形态。第一种模式为保税备货模式，即企业提前将海外商品大批量进口到保税仓，消费者下单后 1~3 天发货，物流采购成本低、监管适配度高，天猫国际、京东全球购早期均采用该模式，但对企业的资金实力要求较高，容易导致库存积压。另一种为海外直邮模式，即消费者下单后商品从海外直接发货，品类丰富、库存风险低，适合小众商品。其中亚马逊海外购直邮业务为代表，物流周期长为 7 天到 15 天，成本高，商品真伪及质量监管难。

(二) 新兴跨境电商进口零售业务模式的创新特性

2020 年中国跨境电商进口业务占到跨境电商进出口结构的 25%，并依然呈上升趋势[5]。数字技术与消费升级推动模式向场景化、社交化、融合化演进。直播跨境电商以“实时互动 + 场景沉浸”为主，主播卖货、即时回答消费者问题，部分采取预售集货模式降低库存风险。社交跨境电商依靠社交关系链，经由用户分享、达人推荐来完成低成本地获取客户资源，并且利用大数据精准匹配商品和需求，小红书“内容种草 - 社交分享 - 下单购买”闭环是典型的。O2O 跨境体验店线下体验与线上购买结合，解决跨境电商“看不见、摸不着”的痛点，网易考拉曾在杭州、上海开设过体验店，实现“体验无界、购买无缝”。

(三) 跨境电商进口零售不同业务模式的对比分析

传统模式和新兴模式在核心上有着明显的不同，前者的核心是“商品流转”，其关注点在于物流效率以及成本控制，在此情况下适用于爆款高频品或者小众定制品，并且对于监管的要求主要集中在对商品的备案、税款征收等基础环节；而后者则以“用户需求”为核心来开展业务活动并侧重于场景体验与社交互动方面的工作，适合那些具备可视化特点的商品类型、口碑良好的产品以及高客单价级别的单品，则需要对其宣传的真实性加以检查、订单核验还有信息对接等诸多复杂环节进行监管。从核心优势来看，保税备货模式物流快、成本低；海外直邮模式品类全、库存风险小；直播电商转化率高、互动性强；社交电商获客成本低、用户粘性大；O2O 模式体验感强、信任度高。

(四) 跨境电商进口零售业务模式创新的推动因素

近年来我国跨境电商零售进口发展迅猛，据《2018 年度中国进口跨境电商发展报告》显示，2018 年包括 B2B、B2C、C2C 和 O2O 等模式在内的中国进口跨境电商交易规模达 19,000 亿元，同比增长 26.7%；截至 2018 年 12 月底，我国经常进行跨境网购的用户达 8850 万人，同比增长 34% [6]。根据中国电商门户网站网经社发布的数据，截至 2020 年底，我国跨境电商进口市场规模已经扩大到 3.67 亿元，比 2019 年增长 48.5%，近三年平均年增长率均超过 30%。根据国家统计局数据，“2013~2017 年 GDP 仍处于稳定上升阶段，整体形势良好[7]。以三大产业对 GDP 的贡献率为标准，第三产业已经成为中国的支柱产业，且产业比重逐步加重，2017 年第三产业比例已经达到 58.8%” [8]。2021 年上半年，中国跨境电商进口的用户数量为 1.48 亿人，预计到 2021 年年底用户数量将达到 1.6 亿人[9]，跨境电商进口零售业务模式不断更新，技术进步给模式革新赋予关键支撑，直播、大数据、物流、支付以及区块链技术破解了传统交易的时空约束；消费升级促使需求朝着个性化和品质化方向转变，传统的单一销售方式已无法适应这种变化；政策扶持给予行业发展宽松环境，跨境电商综合试验区设立、商品清单改进、行邮税调整等利好措施持续释放；市场竞争倒逼企业求新，传统电商与新兴平台利用差异化的模式抢夺市场份额，从而产生“同质化竞争 - 模式创新 - 差异化发展”的良性循环。

3. 海关监管法规体系以及对跨境电商进口零售业务创新的挑战

(一) 现行海关监管法规体系概述

我国形成了“法律－部门规章－规范性文件”三级监管架构，《海关法》是根本依据，但没有就跨境电商作出专门规定，《海关对跨境电子商务零售进口监管暂行办法》等规章对传统模式的监管流程作出了规定，《跨境电子商务零售进口商品清单》等政策动态调整税收和商品范围。该体系以传统模式为基础建立起来，在规范传统业务、保证国家税收安全方面起到了重要作用，但是随着业务模式的创新，滞后性和不适应性问题越来越突出。

（二）海关监管法规与跨境电商进口零售业务创新的适配难题

跨境电商模式的创新速度远远大于法规的修订速度，很多新的模式没有明确的监管依据。直播跨境电商预售加集货模式的商品流转路径不同于传统模式，现行法规没有明确其备案主体、时间和流程；社交电商拼团购买模式具有多单合一的特点，现行税收征管法规以单一订单为计税单位，不能适应拼团购买模式的税款征收需求。现行监管采取一刀切的方式，没有按照模式的特点来制定不同的规则。小众品牌美妆、定制化日用品等没有明确的归类依据，企业在申报和海关查验时都遇到困难；不同模式的风险等级差异很大，传统保税备货模式风险低，海外直邮模式风险高，但是目前的法规没有设置不同的查验比例和监管强度，造成监管资源配置不合理。新兴模式包含跨境电商平台、海外卖家、主播、物流企业等诸多主体，现行法规对于新增主体的责任没有规定。直播主播的商品备案、质量审核责任不明，商品合规问题发生后，平台、主播、卖家之间责任划分没有依据；社交平台作为流量入口，是否承担跨境电商监管审核义务没有明确的规定，造成监管责任悬空。

（三）跨境电商进口零售具体监管实务中的操作难点

2020年，中国跨境电商进口仍然呈现出“多市场多渠道布局”的鲜明特点，跨境网购群体偏好购买日本、韩国等国家的商品[10]。跨境电商商品品类杂、批次多、价值低，小众商品、定制化商品归类争议频发，美妆工具既可以归类为化妆用具，也可以归类为塑料制品，不同归类税率相差很大。同时直播间优惠价、拼团价等交易价格含有折扣因素，现行法律规范未对折扣标准及优惠券计税规则作出规定，完税价格的确定缺乏明确依据，加之部分模式“先下单后采购”的特点，使得完税价格的确定更加困难。新兴模式下消费者退换货的需求更为突出，但是现行法规对退换货流程的规定比较模糊。拆封商品的退换货标准、跨境退换货清关流程、税款退还机制不明确；部分退换货商品存在质量问题或者假冒伪劣的风险，海关怎样查验监管、防范以退代进规避监管，成为现有流程所面临的问题。现行法规没有规定企业数据上报义务、格式标准及安全要求，直播电商等模式的分散订单数据不能全部监管，虚假交易、偷逃税款等违法行为无法防范。同时海关与跨境电商平台、物流企业、支付机构等之间信息共享机制不健全，数据分散存储形成“信息孤岛”，海关不能获得完整的交易链条信息，影响监管效能。

（四）国际跨境电商进口零售监管经验对比与启示

美国以“技术赋能＋风险导向”为主，ACE系统把多部门的数据融合起来，用大数据、人工智能识别出高风险订单，从而实行有区别对待的监管；通过《跨境电商公平法》来明确平台责任，简化小额商品清关手续。欧盟创建了“统一标准＋协同治理”的体系，IOSS系统完成增值税的一站式申报，创建多部门协同监管机制，提倡行业自律，对新兴模式采取包容审慎的监管态度。日本推行便利化与精细化相结合的监管，简化申报程序，对小额低风险商品实行先放行后查验；根据商品与企业的信用等级制定不同的监管规则，规定退换货通关程序和税款退还制度。综合各国的经验，我国可以得到如下启示，一要技术赋能打造智能化监管平台，二要建立差异化的监管规则，不能“一刀切”，三要明确各方责任主体形成全链条监管，四要协同治理建立信息共享和联动机制，五要包容审慎监管为模式创新留有空间。

4. 促进跨境电商进口零售业务模式与海关监管法规适配的策略

（一）监管理念的创新方向：以促进跨境电商进口零售发展为核心

监管理念要从“管控型”转变为“服务型、包容型”：一是秉持包容审慎的理念，在确定税收安全、消费者权益保护等监管底线的基础上，给新兴模式赋予“观察期”，经由试点来累积经验并完善法规；二是推进服务导向理念，创建归类预裁定机制以及创新业务咨询窗口，改善通关流程，缩减企业合规成本；三是采取风险导向理念，依照模式的风险等级来安排监管资源，对高风险订单加强查验，对低风险订单实行无感通关，从而优化监管效能并提高通关效率。

（二）完善针对跨境电商进口零售业务的法规制度

修订《海关对跨境电子商务零售进口监管暂行办法》，明确直播电商、社交电商、O2O 模式等监管边界、业务流程和主体责任；动态调整跨境电子商务零售进口商品清单，把消费者需求旺盛的新兴商品列入清单，扩大监管范围。建立跨境电商商品归类专项数据库及归类指南，明确小众商品、定制化商品的归类标准；完善完税价格审定规则，明确折扣因素扣除标准和优惠券计税规则，建立价格数据库，为审定提供参考。修订退换货相关的政策，对拆封的商品进行检查，明确标准的跨境退换货快速通道和税费退还机制，加强风险控制，企业对于退回商品需进行质量检验，海关随机抽查以防止假冒伪劣商品进入国内市场。

经由法规来确定平台的审核监管及连带责任，主播的宣传责任，物流企业的运输责任以及支付机构的数据报送责任，构建起全链条的责任体系，促使各个主体担负起合规的责任。

（三）通过监管技术的创新应用助力跨境电商进口零售

整合已有的监管系统，把商品备案、订单申报、清关查验等各个环节全部数字化，并且与多个部门的数据系统实现对接，消除“信息孤岛”，具有智能审核、风险预警以及自助服务等功能，可以提高监管和办事的效率。利用区块链的不可篡改、可追溯的特点来创建商品全链条溯源系统，包含商品、物流、交易、监管等信息，便于海关监管和消费者查询，提高监管的精准度以及消费者的信任度。用 AI 图像识别技术加快核对商品和申报信息，用机器学习改进查验方案，打造智能查验流水线，推行非侵入式查验技术，加快通关速度，减小商品受损的风险。

（四）协同治理机制的构建推动跨境电商进口零售健康发展

加强海关同财政、税务、市场监管、商务等部门的协同合作，创建联席会议制度以及信息共享平台，完成数据实时共享以及业务协同办理，对商品质量开展联合监管工作，互认企业信用等级。建立企业内部合规制度和培训体系，使用技术手段加强风险防控；发挥行业协会作用，制定行业规范、行为准则，组织合规交流活动，协助政策宣传、诉求反馈。建立消费者投诉举报平台，及时处理相关问题；加大与媒体的合作力度，曝光违法乱纪的企业。

5. 结论

跨境电商进口零售业务模式正在由传统的形态朝着场景化、社交化、融合化的新兴形态迭代演进，这既助力于行业的规模扩展，又对延续传统贸易逻辑的海关监管法规提出了适配上的考验，现行监管法规与业务创新适配冲突主要体现为法规滞后、标准僵化、责任不清等方面的具体操作困难：商品归类、完税价格审定、退换货监管、数据共享等。借鉴美国、欧盟、日本的国际经验，结合我国实际，要形成“理念－制度－技术－机制”四维适配：监管理念从严格监管向包容审慎、服务导向、风险导向转变；法规制度增补新兴模式规则、完善归类完税价格机制、规范退换货流程、明确全链条责任；监管技术创建智慧平台、推广区块链溯源与 AI 查验；协同治理搭建跨部门联动、企业自律和社会监督体系。既保障国家税收安全和消费者权益又给新模式留出发展空间，推动实现行业规范化发展和海关监管现代化良性互动。未来，随着数字技术不断迭代更新，跨境电商进口零售会出现更多新的形态，海关监管法规也应具有一定的动态调整灵活度，后续还可以针对元宇宙跨境电商等新型模式进行研究，并结合实证情况制

定策略,以期对行业高质量发展给予更加精准的支持。

参考文献

- [1] 新华社. 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[EB/OL]. 2024-07-21.
<http://www.news.cn/politics/20240721/cec09ea2bde840dfb99331c48ab5523a/c.html>, 2025-11-10.
- [2] 裴长洪. 进口贸易结构与经济增长: 规律与启示[J]. 经济研究, 2013, 48(7): 4-19.
- [3] 李昱蓉. 我国零售进口跨境电商面临的问题与对策[J]. 现代营销(下旬刊), 2018(36): 163-164.
- [4] 张夏恒. 共生抑或迭代: 再议跨境电子商务与全球数字贸易[J]. 当代经济管理, 2020, 42(11): 43-50.
- [5] 王希颖. 中国跨境电商网购保税进口业务发展的制约因素及完善建议[J]. 对外经贸实务, 2021(3): 63-66.
- [6] 兰芳. 我国零售进口跨境电商面临的问题与对策[J]. 商场现代化, 2019(24): 31-32.
- [7] 尹侠君, 谢婷. 跨境进口电商平台消费者满意向消费者忠诚转化路径探究[J]. 商业经济研究, 2021(1): 90-93.
- [8] 朱瑶. 跨境进口零售电商企业商业模式创新研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2019.
- [9] 中国电子商务研究中心. 2021 年(上)中国跨境电商市场数据报告[EB/OL].
<https://www.100ec.cn/zt/2021skjdsbg/>, 2025-11-10.
- [10] 姜菁斐. 关于我国与“一带一路”国家发展跨境电商的思考[J]. 国际贸易, 2018(6): 56-60.