

中小企业跨境电商生态圈构建的路径探析

■ 程炜杰 姜丽丽 山东外贸职业学院

摘要:在过去的几年,我国跨境电商经历了井喷式发展,中小企业成为主力军。随着用户需求逐步提升、内外监督管理逐步规范,跨境电子商务的发展更加稳健、更加理性。它不仅是单纯的新型商业形式,更是带动了整个产业链的发展,构成了跨境电商生态圈。从交易服务、技术信息、政府管理、基础设施等四个维度来布局跨境电商生态圈,并提出中小企业构建生态圈的路径建议。

关键词:跨境电商;生态圈;产业升级;技术创新;中小企业

跨境电商为中小企业的发展提供了新的增长点,它并不是传统贸易的网络化,而是外贸新业态的重要表现形式,这种新型的商业模式具有强大的生命力和辐射作用,商业利益增值的同时也使相关的产业部门和政府部门面临挑战,这已经不是单纯外贸形态的新变化,它引起相关上游和下游、中心和外围等复杂产业集群中产生共振和蝴蝶效应,形成了各个主体相互依存、各个产业交织联动、各个部门相互协作的多维度网络体系,这个体系中不仅包括核心的电子商务产业,还包括全方面的交易服务、强大的技术信息支持、有效便利的政府管理机制、扎实的基础设施建设,由此即为我们探讨的“跨境电商电子商务生态圈”,它犹如生物群落共存的生态系统,彼此不可或缺。跨境电商生态圈中的每一个链条和环节都应该是可管可控的,每一位参与者都应该受共同的契约约束。中小企业要实现电子商务模式的成功突破,必须了解跨境电商生态圈的构建路径并在商业实践中反复摸索。

一、构建跨境电商生态圈的 交易服务维度

交易服务维度中包括兼顾仓储运输与分拣配送的物流服务、兼顾严格监管与促进进出关便利的通关服务、兼顾确保账户安全与实现便捷收付款的支付结算服务、兼顾风险控制与保障资金周转的金融服务等。

(一)整合物流资源,参与供应链升级

跨境电商所需要的物流服务需要建立在传统的国际贸易物流体系之上,但传统贸易的通关模式不适用于分散零星的小额电商贸易,通关四部曲无法满足跨境电商的时效性,无法满足消费者对货品的即时需求和快速反应,需要借助于保税仓库、保税物流中心等海关特殊监管区域以实现便利的通关模式。跨境物流业务的关键节点主要包括头程运输、国际运输、输入国物流和末端配送,中小型外贸企业常用的物流模式涉及邮政小包、国际快递、专线物流、海外仓,和大型外贸公司相

比,中小企业没有自己独立的物流系统,大多利用现有的物流渠道,碎片化的货运量很难形成物流规模经济,同时社会物流成本普遍提高,比如万国联盟就宣布提高了国际小包终端费用,到2025年这项费用预计将比2019年累计增长164%。海外仓是电商平台和出口企业布局境外物流体系的重要渠道,能够优化和整合原有的跨境物流运输方案,对买方购买需求和售后要求快速响应并且降低通关障碍。

中小企业应该加大与大型跨境电商服务平台的合作,借助其完善的供应链体系,优化物流方案,促进物流资源整合,降低以租赁费用和精细化仓储管理费用为主的物流成本。同时可以合作建立物流联盟,以提升物流规模经济,共享物流信息,获得物流折扣。创新的海关通关模式也为中小企业跨境电商发展提供了便利。比如利用保税区实现“严进优出”秒通关的郑州模式,整批货物先运至保税区,“一线”用海关备案来代替报关手续,网上有订单后再清关配送,以国际邮包的方式清关放行。

[作者简介]程炜杰(1978—),女,山东外贸职业学院教授,山东省跨境电子商务工程技术研究中心营销技术研究所负责人;研究方向:国际贸易、跨境电商、蓝色经济。姜丽丽(1982—),女,山东外贸职业学院讲师;研究方向:跨境电商。

（二）优选金融结算，健全企业资金链

跨境电子商务流程中的资金流主要涉及货款的收付，传统贸易中使用的信用证、电汇、托收等支付方式很难满足碎片化的订单需求。信用卡模式是电子商务中比较常用的方式，是欧美较流行的支付方式，用户人群庞大，跨境电商平台和独立的B2C商家均可使用。另外就是各种第三方支付工具模式，比如Paypal和PaysafeCard等，这是目前我国中小企业跨境电商业务主要采用的方式，它能够为买卖双方提供较为公平和安全的付款保障。

从金融服务来看，中小企业的跨境电商交易额一般较小，小额资金要求有较快的周转速度，零售性的小额金融服务此时便有了用武之地，目前主要有仓单质押融资、应收账款转让融资和大数据风控融资等模式。仓单质押以仓储公司出具的仓单为质押标的，解决贸易商存放在国内保税仓库的货物挤占资金带来的融资需求；应收账款转让融资模式属于传统的供应链金融业务，贸易商为跨境电商平台供货一般都会有30-90天不等的账期，保理公司和银行等金融机构就可以为贸易商提供八成左右的应收账款融资服务，帮助其尽快回款；大数据风控融资模式是互联网金融公司偏爱的一种模式，不存在控制货物、应收账款造假、重复质押等诸多问题，审批快，效率较高，属于典型的“轻资产模式”。

稳定的资金链是中小企业的生命线，安全灵活的跨境电商支付方式、完善的应收账款管理体系和丰富畅通的融资渠道都至关重要。支付方式方面，我国跨境中小企业最

常使用的第三方支付平台也存在一定弊端，由于平台收到买方付款后需要等确认收货再释放款项给卖方，所以存在资金占压和信息丢失风险。政府相关部门应该加快跨境支付平台的完善升级，以优惠政策鼓励其发展，比如适当减免税、推出跨境电商专项补贴等，同时实施有效监督管理，比如制定相应的行业标准 and 法律法规等。第三方跨境支付平台加强用户管理，建立完善的用户信息库，加大网络安全控制以维护用户信息，在一定授信范围内提供资金周转便利并优化交易流程。跨境电商企业也应该加强对应收账款的管理，减少因纠纷、退款等导致的货款无法回收；谨慎选择物流公司，避免因清关延误、操作异常、包裹丢失等造成损失；建立健全的财务制度，合理规划资金使用、控制债权债务；同时应充分利用各种保理业务，拓宽融资渠道。

二、构建跨境电商生态圈的技术信息维度

跨境电商的发展必须以海量数据为基础，而信息技术的创新发展则是跨境电商智慧化的驱动力，所以技术信息维度主要涉及数据的开发利用和技术的创新提升。

（一）释放数据价值，拓展企业商机

信息化的时代使数据的流动突破了空间的限制，各种数据信息在全球得以同步流动并使大数据分析的应用成为可能。全方位、公开的信息沟通是跨境电商得以发展的重要前提，在跨境交易的平台上，全球的供应链主体都彼此相连、交织并存，从上游的制造商、供应商到下游的

分销商和消费者，不管企业规模如何，各个主体获取信息的渠道都是相同的，竞争环境更加公平。在传统的跨境交易中，从生产到销售到消费者反馈，需要经过很长的周期，有的商品甚至没有渠道进行售后的反馈，商家大多根据自身的情况来确定生产，所以他们更青睐于提供标准化商品，而很难满足灵活的定制商品需求。在这个交易平台中，还包括物流、保险、海关等各部门，他们既可以为彼此提供诸如企业信用、知识产权备案、班轮作业等相关服务的信息，也可以利用平台数据的反馈来进行恰当的监管、寻求合作机会，在全球产业链中发挥各自的作用。

数据就是财富，交易数据的沉淀对中小跨境电商企业至关重要，在业务数据化的同时，呈现数据业务化的特征。跨境电商业务的开展涉及全球用户信息和交易数据，消费者从以往的信息被动接收者角色转变为主动获取者，他们可以通过庞大的信息库获得更多有用信息，包括商家的信用、商品的品质和价格比对、其他消费者的评价等，可以据此做出更加理性的消费决策。跨境电商企业之间的竞争更多依赖对数据的敏感度，中小企业如果想获得更多的贸易机会，就应该充分利用数据分析工具，了解消费者的偏好、洞察市场的发展趋势，沉淀交易数据、提升信用额度，利用数据反哺得到更多信任更多订单。比如通过线上数据分析出产品的生命周期，开展产品研发，开发出高利润高销量新品；根据数据调研分析市场，提升产品的市场定位，对消费评价实时反馈，提升服务品质、强化消费黏性。

(二) 重视技术创新, 分享技术红利

新技术的应用支撑和推动了新业态的发展, 智慧化的商业发展使销售额增加的同时, 实现自营化服务和标准。人工智能、大数据、虚拟现实技术等技术创新逐步渗入到电子商务行业, 并掀起了全球的技术热潮。比如区块链带来的技术变革, 吸引了阿里巴巴等巨头的积极参与, 将区块链底层技术与电子商务进行融合, 体现其去中心化、去中介化的优势, 创造技术福利。在跨境电商生态圈中, 管理平台、结算系统和信用评估系统都必须具有强大的风险防范能力, 需要进行不断的完善, 而这些任务都必须依靠创新的应用技术得以实现。

技术创新让跨境电商日新月异、迅猛发展, 众多的中小跨境电商企业为了获得可持续发展的动力必须关注到技术带来的变革, 掌握科技力量, 顺应发展趋势, 将创新的应用技术为我所用, 解决商机拓展、交易管理、通关物流、金融成本等各种实际问题。首先, 中小企业应该重视技术创新, 组建核心技术中心, 根据市场反馈信息, 提高企业营销的精准度, 利用小规模灵活特色, 探索个性化产品, 避免同质化竞争; 其次, 关注技术创新带来的消费习惯改变, 移动设备已成为重要的购物工具和物联网技术媒介, 移动社交圈引发分享经济和口碑经济的激增, 中小企业可以在经济新模式中寻找突破口, 打破交易壁垒, 保持竞争力; 最后, 中小企业应该积极融入智慧商业, 利用海关、税务、金融等多部门搭建的智能外贸服务平台, 精准定位商机, 分享技术新红利。

三、构建跨境电商生态圈的政府监管维度

跨境电商生态圈的合理布局和健康运行需要有宏观政策环境和政府管理措施为其提供重要的制度保障, 包括提供法规服务、制定适宜的产业政策、维护良好产业发展环境和秩序、维护生态环境等方面均需要不断的尝试, 逐步优化生态圈监管体系。

(一) 完善政策配套, 推广经验复制

宏观政策环境首先涉及跨境电商相关法律法规, 我国跨境电商发展从萌芽期到发展期到爆发期, 经历了短短的十年, 期间不断出台各种管理办法、指导意见, 直到 2019 年 1 月, 我国颁布了《电子商务法》, 这部电商领域的专有法律使跨境电商发展有法可依、逐步规范, 中小企业最关心的优惠税收政策也得到体现。与此同时需要维护法律法规的执行力, 实现“有法必依、执法必严”。其次是利于产业可持续发展的政策支持, 选择部分地区先行先试。杭州跨境电子商务综合试验区是我国首个跨境电商试验区, 之后陆续批准了 59 个, 今年 4 月的国务院常务会议中又新设了 46 个跨境电商试验区, 试验区在跨境交易、支付结算、物流通关、结汇退税等方面都开展了积极的探索, 在技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设方面积累了丰富经验, 推广先行先试地区的成功经验, 以点带面辐射带动。

(二) 严格信用监管, 促进利润回归

政府的管理措施主要体现在信用体系的构建和监管, 营造诚信的

商业生态圈, 形成公平竞争、良性示范带动的闭路循环, 对作为跨境电商中坚力量的中小企业尤为重要。处于不同国家的买卖双方很难在众多的交易对象中判断对方的信用如何, 监管机构难以确认每个交易主体的诚信等级, 亟需构建信用体系来解决这个“成长痛点”, 信用体系的构建应首先从信息公开开始, 要求跨境电商的参与者将信息向监管部门共享, 包括交易主体信息、产品信息、物流信息、支付信息等, 并保持信息的动态更新, 否则将面对被控制平台权限、被要求其退出平台等各种限制和处罚。同时为了提升监管成效, 可设置黑红名单进行分级管理。如果跨境电商交易主体没有及时提供充分的信息或者在平台交易中存在销售假货、恶意购买等不良行为, 都可以列入黑名单, 在贷款融资额度、开展业务范围、通关缴税便利等方面均设置一定限制。参照海关的 AEO 制度 (“企业分类管理”制度), 对跨境电商主体进行风险评估, 对高级认证企业可享受一系列通关便利和优惠政策, 对失信企业则严格监管, 做到“管得住放得开”, 将有限的监管资源进行合理配置。

由于网上交易产品难以追溯难以追责, 知识产权的管理力度不够, 中小企业没有充分重视, 电子商务曾经是知识产权的重灾区。而在跨越国界的虚拟空间中进行交易, 则会面对较多的知识产权维权问题, 特别是在保护比较严格的欧美市场。一旦被诉侵权, 国内的卖家就必须将商品下架, 甚至被封店, 损失惨重。国内很多商家, 特别是没有树立自有品牌的中小企业, 还没有意识到问题的严重, 知识产权保护意识

不强。同时,很多卖家由于没有做好自我保护,被侵权后也很难获得赔偿。目前中国海关已经越来越重视在电子商务领域的知识产权保护问题,集中执法力量,严厉打击侵犯知识产权的进出口行为。

四、构建跨境电商生态圈的基础设施维度

全球化背景下的物流基础网络赋予了中小企业更多发展空间,跨境电商对物流配送的要求往往高于传统国际贸易,更加要求时效性和便捷性。在基础设施维度需要有交通网络、特殊功能区以及互联网设施等要素的相互配合,包括畅通无阻的立体运输网路和平稳高效的物理网络通道。

(一)打通立体网路,推进模式创新

近几年我国的综合运力提升较快,以航空运输为例,根据中国民航快报数据显示,2019年全行业完成货邮运输量为753.2万吨,同比增长2%,其中国际航线完成货邮运输量242万吨,航空行业的发展为跨境电商的快速运输配送提供了基本的设施保障。作为主要的跨境包裹投递渠道,邮政网络的发展至关重要。目前中国邮政有大约60个互换局在运营,并且在全国21个省建立了130个跨境电商产业园和82个跨境电商仓储场地,在美国、英国、德国、澳大利亚等国家建立了分支机构。

跨境电商的很多创新模式都建立在特殊功能区的基础之上,我们之前提到了郑州的海关的保税区备货模式就是利用了保税区“境内区外”的政策特点,中小企业可以充分

利用这个监管便利,将集中采购的跨境电商进口货物先整批运至国内的保税区,完成海关的备案手续和相应的检验检疫,再根据网上订单情况安排货物快速出仓报关,将海关监管手续前置,压缩流通的环节,降低税收成本。海外仓是随着跨境电商的发展而频繁出现的,它是跨境电商的重要物流配套设施,体现了跨境物流运输方案的优化与整合,中小企业通常选择和第三方平台合作共建共享海外仓。2018年,杭州海关创新了特殊区域出口模式,将国外的海外仓搬到国内的海关特殊监管区域里,相当于“提前备货”,国外买家下单后货物就可以快速通过海关审核并运至目的地,减少了国外仓库的库存处理成本。

(二)拓宽网络通道,打造智慧品质

信息通信基础设施也是跨境电商不可或缺的一部分,为信息的广泛传播提供载体。中国是互联网大国,信息通信产业的发展处于国际领先地位,2017年政府工作报告首次提到了5G(第五代移动通信技术),5G商用牌照已于2019年6月在我国发放,中国成为继美国、韩国、瑞士、英国之后的第五个商用5G的国家,中国电信在2019年建成4万个5G基站,并在2020年启动独立混合组网的升级。根据中国互联网络发展状况统计报告,截止2019年6月,我国的网民规模已经达到8.54亿,互联网的普及率达61.2%,新型信息基础设施建设成果丰硕,信息技术创新能力与日俱增。信息化逐步实现跨界融合,体现在跨境电商行业则是智慧网络和智慧服务的发展升级,跨境电商的综合服务体系也取得了创新与突破。

五、结束语

跨境电商经过几年的发展呈现出强大的生命力,它为中小企业的发展提供了巨大的机会和广阔的市场,李克强总理在最近的国务院常务会议上特别提到了“以新业态助力外贸克难前行”。促进生态圈的良性发展也已经不单纯是某个国家的任务,而是国际社会共同关心的问题。中国在数字化贸易发展方面具有明显的先发优势,充分发挥中国智慧维护跨境电商发展的良好国际秩序,我们应该关注如何打造良好交易服务平台,促进跨境电商“生态化”发展;如何提升数据管理水平,促进跨境电商的“智慧化”发展;如何完善生态圈制度体系,促进跨境电商“规范化”发展;如何加强跨国交流与合作,促进跨境电商“国际化”发展。▲

参考文献:

- [1] 陈文玲等. E国际贸易 - 下一代贸易方式的理论内涵与基础框架 [M]. 北京: 中国经济出版社, 2018.
- [2] 于佩. 中国跨境电商零售进口监管面临的挑战与对策 [J]. 海关与经贸研究, 2018(1): 45-59.
- [3] 何江, 钱慧敏, 关娇. 我国跨境电商研究能量分布与热点前沿知识图谱 [J]. 产业经济评论, 2017(9): 91-111.
- [4] 曹磊, 张周平. 跨境电商全产业链时代: 政策红利下迎机遇期 [M]. 北京: 中国海关出版社, 2019.
- [5] 李鹏博, 马峰. 进口跨境电商启示录 [M]. 北京: 电子工业出版社, 2016.
- [6] 沈玉良. 全球数字贸易规则研究 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2018.