doi:10.3969/j.issn.1003-5559.2020.10.007

跨境电商零售出口的现状及应对措施

■ 蒋 诚 李月娥 同济大学浙江学院

摘 要:我国跨境电商零售出口市场规模逐年增长,优势明显。跨境电商零售出口既受到国际外贸形式的影响,也受到政策规定和监管措施的影响,产品附加值不高,人才不足,法律纠纷问题较多,通关、结汇不便利,支付体系不完善,跨境物流成本高周期长。为了推动跨境电商零售出口健康可持续发展,提出以整体产业链为视角,加强协同治理,营造开放包容、安全顺畅的环境,不仅仅依靠口岸监管,也要发挥市场规则的作用等应对措施。

关键词:跨境电商零售;出口;政策措施;监管模式

当今世界经贸摩擦不断,保护贸易时有发生,国际经贸规则也在不断适应新业态的出现而更新,特别是世界跨境电子商务流行,这种新业态,给传统的贸易带来了新的活力,也加速了传统外贸企业的转型升级。

一、我国跨境电商零售出口的现状

(一)我国跨境电商零售出口市场情况

网经社——电子商务研究中心2020年6月发布的《2019年度中国跨境电商市场数据检测报告》指出:2019年我国出口跨境电商网络零售市场交易规模为1.73万亿元,其中跨境电商B2C(企业对个人的商业模式)交易占比23.57%,同比增长6.77%。2019年我国跨境电商总体交易规模达到10.5万亿元,占中国进出口总值31.54万亿元的33.29%,占据三分之一有余,是我国进出口新的增长活力点,并将不断扩大;在进出口结构上,2019年我国跨境电商的出口占比达到76.5%,出口交易规模8.03万亿元,同比上涨13.09%;进口交易规模2.47万亿元,同比上涨30%。

(二)我国跨境电商零售出口商的分布情况

因为经济发展开放程度、政策条件及地理因素,开展跨境电商商务零售出口的商家主要集中在东南沿海城市,中部地区和西部地区偏少。东南沿海地区,商家主要集中在广东省、浙江省和上海市。近几年,随着"一带一路"倡议的提出,"一带一路"沿线国家和地区不断完善其基础设施和物流水平,将会带动我国中西部地区跨境电子商务零售出口的发展。

(三)依托第三方跨境电商平台开展业务

目前,开展跨境电商零售出口业务的中小商家主要是通过第三方跨境电商平台进行产品的零售出口,依次选择的第三方跨境电商平台有:速卖通、Wish、eBay和亚马逊。跨境电商零售出口的主要市场和我国传统对外贸易市场基本保持一致,集中在日韩、美国、俄罗斯、东盟和欧盟等地区。

二、我国跨境电商零售出口的优势

(一)便捷高效

跨境电商零售出口因为依托互联网,能够更好便捷地配置资源,可以从出口商的供给端直达海外个体消费者的需求端,不受传统国际贸易销售模式的时空限制,同时能够创造更多的贸易机会。跨境电商零售出口能实现出口数据共享,直达消费终端,提高了跨境交易的成功率。加之我国在电子支付和智慧物流方面优势明显,更为跨境电商零售出口助力。

(二)低准入更灵活

跨境电商"碎片化"的出口方

[基金项目]本文系教育部2019年第一批产学合作协同育人项目"同浙与中博共建复合型商科人才培养基地"(项目号:201901109065)和2019年浙江省社科联课题—"一带一路"沿线国家经贸概览之浙江读本(项目号:20KPD07YB)的阶段性成果之一。

[作者简介]蒋诚(1986—),女,同济大学浙江学院讲师;研究方向:国际贸易理论与实务、"一带一路"沿线国家的经贸合作。李月娥(1964—),女,同济大学浙江学院副教授;研究方向:进出口贸易实务、国际金融。

式进入国际市场门槛低更灵活，对低值的小包裹，世界各国普遍采取免税、低税率或减税制。跨境电商零售出口一般选用最便捷、最优价的分销渠道，通过邮包快件、邮递包裹、“海外仓”等灵活多样的供应链形式进入海外市场。因准入标准低，因而容易避免各类市场准入壁垒。

（三）受限较少

因为是直接面向消费者，因此相对不易受贸易保护主义的影响，特别是像欧美、日韩等注重个人权利保护的国家，网络购物和消费受限较少。根据电商行业数据，当前全球网民41.57亿人，互联网普及率54.4%，2019年全球在线购物者19.2亿人。这种直接连接个人消费者的贸易新业态，能够使消费和贸易融合得更深入、更广泛。

三、我国跨境电商零售出口面临的问题

（一）出口产品附加值低，专业人才不足

我国跨境电商零售出口的产品主要集中在纺织品和日用品。这些产品的货值一般不高，因为产品附加值就不高，以低价获得国际市场上的竞争优势，并不长久，随着人工和原材料成本的上升，很容易被取代和替换，因此缺乏核心国际竞争力，不利于跨境电商零售的长期可持续发展。

目前，国内开展跨境电商业务的中小型外贸企业越来越多，据不完全统计已超过20万家，而相应的跨境电子商务人才却是严重不足。2019年教育部才增设跨境电子商务专业，之前一直没有对口专业，都是在国际经济与贸易、国际商务、商务英语、电子商务等专业中开设一些跨境电子商务方面的课程，因为没有统一的教育部学科标准，因此各个学校培养计划不一致，培养的侧重点也不同，培养的量也远远不够市场需求和要求。跨境电商人才需要同时具备英语交流、计算机操作、国际贸易知识和法律知识，这类复合型人才更是凤毛麟角。市场需求和人才供给的严重失衡，也给跨境电商零售出口业务的扩展增加了难度。

（二）法律纠纷频繁，知识产权意识薄弱

目前我国仅有《电子商务》法，针对跨境电子商务的监管不完善，没有相应的法律法规，惩罚机制不明确，因此跨境电商零售出口商的违法成本不高。大部分第三方跨境电商平台对中小零售商的资质审核和信用评级门槛不高，因此海外投诉率偏高。一些商家利用跨境电商平台发布虚假信息，销售假冒伪劣商品，使得海外消费者投诉增加，引起较多的法律纠纷案件，不仅影响了我国跨境电商零售商的形象，也制约了我国跨境电商零售出口的可持续发展。

由于现阶段，我国跨境电商零售出口的产品多以附加值低、价优物美的中低端小商品为主，存在较多假冒商品或仿制品，因此经常会碰到侵犯知识产权的事情，而后续的诉讼和赔偿又会增加中小商家的成本。由于多起的知识产权纠纷，海外市场会对我国跨境电商零售出口的邮政包裹和快递包裹从严检查，扣留的包裹需要不交或被退回，导致商品退货或赔款，都会增加中小商家的经营成本。

（三）海关通关便利性不够，缺乏支付体系保障

因为跨境电商零售出口多以中小卖家为主，其业务架构和运作都比较简单，相较于传统外贸企业其合规度不高，不愿纳入海关出口监管的管理模式中，对“三单”（订单、支付单和物流单）联网下缴纳所得税等成本的增加存在芥蒂。因为合规化运营手续繁琐，且一般性贸易退运方式的监管，不适应经常性无理由退换货的需求，“一站式”服务还不到位，一些现实需求不能满足。因而跨境电商零售出口商自愿纳入海关统一监管的意愿不高。

虽然我国在电子支付方面的发展有先决优势，但是针对跨境电商零售出口商的支付保障体系还不完善。跨境B2B（企业对企业的跨境电商业务）业务，因为金额一般比较大，可以与传统外贸业务一样采用银行开立信用证或银行汇款等形式，但跨境B2C（企业对个人的跨境电商业务）业务，因为其交易频繁，单笔交易额不高，因此买卖双方借助第三方支付平台交易，买方将货款支付给第三方，卖家看到支付后安排发货，等买家确认收货后卖方才能收到第三方平台打款。因此交易周期长，资金流转不灵活。

（四）“碎片化”贸易监管和风控难度增加，新市场拓展有难度

跨境电商零售出口多以小单、多频、低价的形式呈现，给一线监管和风控带来压力：一是人力资源紧张、工作量大；二是检查手段传统，智慧监管能力水平不足；三是涉及健康、武器、毒品等货品风险存在；四是瞒报价格、夹带清关等偷逃税风险上升。

在积极拓展国际新兴市场的

过程中，难免碰到一些营商环境不佳、物流基础设施不足、贸易规则不成熟、通关不便利的国家和地区，但是这些国家和地区对跨境电商零售出口的需求又很大。其次一些“一带一路”沿线国家采用欧美标准，要求严且新规频繁，认证和注册条件苛刻，费用高；执法监管透明度低，存在歧视性和随意性。

（五）跨境电商零售出口物流方面的问题

国际物流运输成本高。一般海外消费者购买跨境电商零售出口的商品，单笔数量少且金额不高，因而对运输费用的支付能力也不高，但是国际物流运输毕竟线路长，各个运输环节多，国内运输通关，国际运输通关，一般运输成本相较国内运输贵出不少。同时，因为低价竞争，卖家一般采用包邮，无形也增加了中小商家的经营成本。

国际物流运输时间长。一般跨境电商零售出口商品的运输时间长，在运输基础设施完善的欧美等国家需要 1-2 个星期，而一些物流基础一般不太完善的国家的运输时间就会更长，如果碰到节日或者跨境电商促销的高峰季，物流速度会更慢。如果送达的国家因为一些原因查扣，那么送达的时间就会更长，因此也是买家经常投诉的一点。

四、应对我国跨境电商零售出口面临问题的措施

（一）增加产品附加值，政校企联合培养跨境电商人才

因为跨境电商零售出口商可以直接联系海外消费者，可以直接根据海外消费者的个人需求和偏好，修改或定制产品，从而通过个性化和创新性的设计，增加产品附加值，提升产品国际市场竞争力，实现良性循环。

应对跨境电商的高速发展对相应复合型人才的需求，建议政、校、企三方联动起来培养跨境电商综合性人才。首先，政府可以提供相关鼓励政策支持高校设立跨境电子商务专业，引导跨境电商企业与高校联合制订培养计划，保障培养的学生能够一毕业就就业，缩短企业培训时间，直接在课程中就穿插企业所需人才的实践部分培养课程。同时高校可以定期邀请企业专家参与专业建设、课程设计和实践环节，通过建立校内外实训基地或者订单班、定向班等多种形式合作来共同培养人才。

（二）完善法律法规，加强知识产权保护意识

政府针对跨境电商零售出口要尽快出台相关的法律法规，来规范跨境电商零售出口商的行为，并约束出口商的投机侥幸行为。同时，政府需要完善跨境电商法律体系，并且组织跨境电商零售出口商定期学习相关海外法律知识和风险防范措施，提醒商家们提前做好海外市场调研的准备，避免因为不同国家法律法规不同，文化习俗不同，商业环境和经济发展水平不同而引起的纠纷。

坚持源头治理，加强口岸边境管理和国内市场监管体系的协同与衔接；加强国际侵权诉讼法律援助救济，依托贸促会、行业协会等第三方力量维护中小卖家合法权益，并加强中小卖家对知识产权保护的认识。同时推动产业转型升级，支持创新驱动，提升自主品牌竞争力。

（三）优化通关手续，完善支付体系

各地政府和海关部门根据各地情况，可以组织跨境电商零售出口商统一入住某个跨境电商园区，在园区内进行统一管理，可以将园区内商家的商品统一办理产品出口的批量通关单，再定期对已经出口的商品进行汇总，安排集中申报退税、结汇等操作。海关可以根据第三方平台上订单数据、支付数据和物流数据来认证出口商品，一站式优化报关、退税和结汇的手续。针对我国跨境电商零售的中小卖家特点，指定相应的配套政策，包括外汇收支、贷款融资、数据服务、商业保险等一系列支持措施。同时加快政策出台后的落实速度，确保中小卖家实际收益。

第三方支付平台应该加强对注册商的信息管理，完善基础信息，增强信息安全维护，保护注册商的信息和资金安全，减少商家的财产损失和信息泄露风险。同时，政府部门可以联合银行和外汇管理局一起加强对第三方平台的监管，出台相应的行业标准和法律法规约束第三方平台，为商家提供具有公信力的第三方平台，为商家和第三方支付平台提供政府保障。同时，加强跨部门数据互认。

（四）建立高效安全的监管模式，推广中国技术标准和认证

加强完善信用认定指标和管理措施，积极发挥第三方服务商作用，让规则前置，协同防范知识产权、质量安全、他国安全准入等风险。应用大数据加强智慧管理，依托各地公共服务平台整合碎片化

（下转第 47 页）