



大数据背景下的 跨境电子商务体系研究

姚克勤 著



电子科技大学出版社

University of Electronic Science and Technology of China Press

大数据背景下的 跨境电子商务体系研究

姚克勤 著



电子科技大学出版社

University of Electronic Science and Technology of China Press

图书在版编目(CIP)数据

大数据背景下的跨境电子商务体系研究 / 姚克勤著

— 成都 : 电子科技大学出版社, 2018.2

ISBN 978-7-5647-5781-6

I. ①大… II. ①姚… III. ①电子商务-研究-中国

IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第034718号

大数据背景下的跨境电子商务体系研究

姚克勤 著

策划编辑 李述娜 李倩

责任编辑 于兰

出版发行 电子科技大学出版社

成都市一环路东一段159号电子信息产业大厦九楼 邮编 610051

主 页 www.uestp.com.cn

服务电话 028-83203399

邮购电话 028-83201495

印 刷 北京一鑫印务有限责任公司

成品尺寸 170mm × 240mm

印 张 19.75

字 数 334千字

版 次 2018年2月第一版

印 次 2018年2月第一次印刷

书 号 ISBN 978-7-5647-5781-6

定 价 72.00元

版权所有, 侵权必究

前言

跨境电子商务推动了世界经济一体化、贸易全球化的商业活动，跨境电子商务冲破了地域之间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时也正在引起世界经济贸易的巨大变革。

互联网技术的创新发展推动了跨境电子商务的发展，大数据在信息技术的背景下产生，大数据在跨境电子商务发展过程中发挥了很大的作用。跨境电子商务依托零售行业的发展和扩张，积累数据并分析提高电子商务平台的访问量。大数据的处理模式有助于信息数据的采集和筛选，促进有效信息的存储和实效信息的转化，为跨境电子商务的成交和整个行业的发展提供了巨大的推动力量。

跨境电子商务经历了三个时代：一是基于用户数的时代，此时跨境电子商务企业通过收取会员费、广告费等方式发展客户来赚取利润；二是基于销量的时代，跨境电商企业通过投放广告来实现销售量的增长，以此来提升品牌影响力和企业价值；三是基于数据的时代，跨境电子商务公司通过对消费者的海量数据的收集、分析、整合，挖掘出商业价值，促进个性化和精确化营销的开展。全球迎来大数据时代，数据成为越来越有用的资源，跨境电子商务企业在开发利用大数据的市场上存在着巨大的发展前景。

大数据背景下跨境电子商务为众多电商企业带来了新的机遇。企业可以分析和使用的数据在爆炸式增长，通过对大数据的收集、整合、分析，企业可以发现新的商机，创造新的价值，带来大市场、大利润和大发展。如果电商拥有了基于大数据的技术，在寻找潜在客户上、销售时间以及预测交易成功的概率上将会得到明显改善。另外，跨境电子商务企业也面临着大数据处理能力和隐私保护等方面的挑战。面对此挑战，跨境电子商务企业首先应该从思想上认识到大数据的价值，高度重视数据的收集工作。其次，企业需要重构 IT 架构，加大基础设施的承载能力，利用足够的空间，进一步加强信息化投资和建设，适应大数据时代的要求。

互联网最大的功能就是信息共享，大数据下的跨境电子商务要解决信息安全方面的问题。针对隐私保护方面的问题，建议电子商务企业 and 国家从以下三

方面着手：一是电子商务企业应该恪守行业道德，不能将消费者的个人信息进行交易和泄露；二是企业应该从技术层面上采用先进的隐私保护技术进一步加强用户的隐私保护，解决由于过度开发或者深度营销可能造成的用户隐私侵犯等问题；三是随着大数据应用的发展，隐私保护的问题和概念在不断地发展，因此，国家应该制定与之相应的隐私保护的法律法规，切实保护公民的隐私权。

本书以大数据为背景研究跨境电子商务体系的构成，内容包含跨境电子商务的发展、问题与瓶颈、跨境电子商务平台、跨境电子商务消费者、跨境物流、跨境支付、海关、法律、人才培养等。本书还列举了俄罗斯、澳大利亚、印度三个国家的跨境电子商务发展，从中对比我国的跨境电子商务发展，学习他国跨境电子商务的优点。最后列举杭州萧山园区、广州状元谷电子商务产业园、大连跨境电子商务综合试验区案例说明我国跨境电子商务的探索道路。通过此次研究，希望通过分析跨境电子商务体系发展的优势和劣势、存在的问题与瓶颈，提出中国跨境电子商务发展的思路与建议。

跨境电子商务正在飞速发展，此次编写时间仓促，选择的资料有一定的局限性。再加上作者水平有限，书中难免有不妥之处，出现的疏漏还望读者批评指正，以不断完善提高写作水平，为推动跨境电子商务发展做出应有的贡献。

姚克勤

2017年10月

目 录

第一章 大数据下的跨境电商研究导论 / 001

第一节 研究概述 / 001

第二节 研究路线 / 012

第二章 跨境电子商务概述 / 026

第一节 大数据跨境电子商务 / 026

第二节 中国跨境电子商务发展 / 038

第三节 国际跨境电子商务发展 / 055

第三章 跨境电子商务的机遇与障碍 / 074

第一节 中国城市跨境电子商务的发展状态 / 074

第二节 跨境电子商务发展机遇 / 092

第三节 跨境电子商务发展问题 / 098

第四章 中国跨境电子商务发展优势分析 / 106

第一节 中国跨境电子商务物流发展分析 / 106

第二节 中国跨境电子商务支付发展分析 / 109

第三节 中国跨境电子商务海关监管进展分析 / 111

第四节 中国跨境电子商务发展优劣势分析 / 113

第五章 中国跨境电子商务评价体系的发展思路 / 117

第一节 中国跨境电子商务评价体系 / 117

第二节 中国跨境电子商务指数构成 / 123

第三节 中国跨境电子商务发展策略 / 125

第六章 跨境电商平台 / 129

第一节 跨境电商平台概述 / 129

第二节 跨境电商平台分类 / 138

第三节 跨境电商平台应用 / 141

第七章 跨境电商中的消费者 / 145

第一节 中国跨境电子商务消费者特征 / 145

第二节 中国跨境电子商务消费者购物行为 / 147

第三节 中国跨境电子商务消费者评价与意愿 / 149

第四节 女性消费视角下的 B2C 模式分析 / 150

第五节 微商消费者的生存之道 / 157

第八章 跨境物流 / 162

第一节 跨境物流概述 / 162

第二节 跨境物流的模式 / 166

第三节 跨境物流的流程与类型 / 175

第四节 大数据背景下电商物流配送 / 177

第九章 跨境支付 / 182

第一节 跨境支付概述 / 182

第二节 跨境支付方式 / 186

第三节 不同国家跨境支付差异 / 189

第四节 跨境支付方式选择的影响因素 / 191

第五节 大数据电子商务安全 / 194

第十章 海关通关 / 207

第一节 中国跨境电商海关机构与流程 / 207

第二节 通关方面的问题 / 209

第十一章 跨境电商中的法律 / 214

第一节 法律对跨境电商的影响 / 214

第二节 中国跨境电子商务关联环节的法律问题 / 221

第十二章 跨境电子商务人才 / 227

第一节 跨境电子商务人才需求特征 / 227

第二节 跨境电子商务人才现状 / 230

第三节 跨境电子商务人才核心矛盾 / 234

第四节 跨境电子商务人才培养路径 / 235

第十三章 国际跨境电子商务市场分析 / 238

第一节 俄罗斯跨境电子商务市场分析 / 238

第二节 澳大利亚跨境电子商务市场分析 / 248

第三节 印度跨境电子商务市场分析 / 254

第十四章 中国跨境电子商务的展望 / 268

第一节 2015—2016 年中国跨境电子商务事件 / 268

第二节 全球跨境电子商务企业案例 / 279

第三节 中国跨境电子商务园区案例 / 288

第四节 跨境电商贸易发展趋势展望 / 295

第五节 跨境电商物流发展趋势展望 / 298

第六节 跨境电商服务评价的展望 / 301

参考资料 / 305

第一章 大数据下的跨境电商研究导论

互联网信息量的增多产生了大数据,“大数据”是一个虚拟化的概念,其容量范围远远超出了传统数据库软件的数据集合范围。从技术层面上分析,大数据与云计算结合在一起,应用于互联网行业。例如,大数据背景下的跨境电子商务就是其中的一项研究。跨境电子商务企业量以及规模的不断增多,人们已经不能用具体的数据来概括,学者将其划分到“大数据”领域,运用获取、存储、管理、分析等方式分析跨境电子商务。本章以大数据为背景,介绍跨境电子商务的研究背景、内容以及路线。

第一节 研究概述

大数据时代成为 21 世纪跨境电子商务发展新时期,它对跨境电子商务的发展产生深远的影响。本节介绍大数据背景下研究跨境电子商务的内容、意义以及国内外学者对跨境电子商务的研究综述。

一、研究背景

计算机互联网技术的快速普及为人们的网上购物提供了方便,而物流运输、电子支付等行业的越来越成熟为网上购物的发展进一步助力,相关法律法规的完善、电商企业日益提高的购物体验使更多的网民开始青睐“网购”。近几年,我国 C2C(消费者个人间的电子商务行为)市场稳中有升,B2C(企业对消费者个人的电子商务行为)市场由于在商品质量、售后保障、购物体验等多方面的优势,增长速度较快,得益于移动电商的发展,O2O(在线离线/线上到线下)市场也在不断拓展,跨境电子商务总体市场发展趋势较好。从另一方面来讲,我国进行网购的人群显著增长,消费者的购物观念逐渐成熟,早已从满足好奇心、追求低价、方便等需求,逐步转向

对商品品质、服务质量、购物体验等多方面的要求。互联网让人们的生活、购物变得没有距离，没有地域限制。例如，在中国生活的小夏，通过“天猫商城”购买韩国某品牌面膜；又如，顺丰开通了海淘业务，利用自家物流开展跨境电子商务业务，为公司的未来发展开通新业务。如何在当前的市场环境中不断赢得消费者、扩大市场占有率、继续保持高速增长，是所有跨境电商企业必须面对的问题。

据有关数据统计，2016年，我国电子商务市场交易额同比增长22.6%，占当年国内生产总值17.7%，交易规模达到10.07万亿元，预计2017年交易规模达到20万亿元。2016年我国网络购物交易规模1.84万亿元，比2015年增长了41.2%，远高于同期社会消费品零售总额13.1%的增长率。电子商务强势地向人们证明，中国的发展离不开电子商务，电子商务正在势不可当地推动我国的经济发展。

从另一方面来看，全世界的移动用户数占总人口近9成，移动化的趋势已经势不可当；超过1/4的消费者会对商品做出消极评价，社交媒体业务已经影响了超过4/5的人群，社交体验正在兴起；过去两年产生的数据量占世界数据总量的90%，预计未来5年将增长50倍。2017年，我国网民购物超过100亿元的“618”刚刚结束，“双十一”网购又接踵而至，预计各大电商企业在“自制节日”助力下纷纷赚得盆满钵满，同时也带来了数据量的激增。目前，跨境电商行业一致认为，跨境电子商务已经全面步入“大数据时代”。而瞬息万变的电商大数据时代，如何转变思维、把握机遇是每个电商企业都要认真解决好的难题。伴随着数据量的爆发，电子商务产业必须用大数据的观点重新审视。

从目前各大电商的应用状况分析，大数据的出现将为电子商务产业的发展带来革命性的变化。如果能对消费者以往购物信息进行快速、有效的分析，针对不同顾客推荐合适的商品，将会使电子商务的购物体验得到质的提高，同时极大地提高商家产品销量，降低营销推广费用。

中国的跨境电子商务产业经过了10多年的快速发展，经历多轮洗牌之后，跨境电商企业运营能力已经开始从粗放式向精细化转变。跨境电子商务产业与一般产业最大的不同，就是数据来源多样、数据量巨大，且与日俱增。特别是近年来，进行过网络购物的网民数量已经高达数亿人次。根据权威机构截至2016年12月底的统计数据显示，我国网民规模已达6.49

亿,其中有3.61亿人使用网络进行购物,同比增长19.7%;网民中进行网络购物的比例增长6.8个百分点,增至55.7%。如此多的购物行为所产生的数据量难以想象,为网上支付、物流运输、客户管理等相关产业的发展带来了革命性变化。在基础技术、运营经验、人力储备、市场营销等方面,我国跨境电子商务产业已经逐步成熟,产业体系逐渐成形。可以预见,能够发掘出大数据价值的跨境电子商务企业,才能够占领未来的市场。然而,企业并不能认为大数据本身就是一切,真正的重点在于能否用大数据的思维方式去解决问题,企业能否在海量数据中挖掘出价值,否则再多的数据也是垃圾数据。但是在全球范围内,除了业界公认的亚马逊外,所有跨境电子商务企业在大数据的收集、分析和应用上都还有很多的路要走,如何挖掘出数据价值,是所有跨境电商企业都必须面对的重大课题。因此对于跨境电子商务企业来说,要想在大数据时代驾驭好电子商务,很多问题需要认真解决。

二、研究的内容

跨境电子商务指处于不同国家或关境的交易主体,以电子商务平台为媒介,以信息技术、网络技术、支付技术等为技术支撑,通过互联网络实现商品的陈列、展示、浏览、比价、下单、处理、支付、客服等活动,通过线下跨境物流实现商品从卖方流向买方,并完成最后的商品配送,以及与之相关的其他活动内容,这是一种新型的电子商务应用模式。传统国际贸易通过电子商务应用,实现了商流、信息流、资金流等即时沟通与传递,削弱了时间与空间障碍。电子商务冲破国家界限,借助互联网络的无边界特征,能够满足不同国家消费者的需求,扩大了市场与商机。

对跨境电子商务的概念再进行细分,可以分为狭义的跨境电子商务与广义的跨境电子商务。从狭义上看,跨境电子商务基本上等同于跨境零售。跨境零售主要指分属于不同国家或关境的交易主体,借助于电子商务平台以及通信技术达成商品交易活动、进行支付结算,并通过线下的国际邮政包裹或国际快递等跨境物流方式,实现商品从卖家流向买家手中的一系列活动。从海关角度看,跨境零售多为通过互联网络进行小包的买卖,基本上针对个体消费者,主要形式为海淘、海外代购等。如果按照传统的电子商务模式,狭义的跨境电子商务多表现为C2C模式。从严格意义上看,随

着跨境电子商务发展,跨境零售消费者中也包含一部分碎片化小额买卖的小型用户,尤其在现实中这类小企业与个体消费者较难区分,也较难界定两者之间的严格界限。因此,从总体上看,这部分针对小企业的销售行为可以归属于跨境零售部分,也就是通常所说的 C2B 模式,可以纳入狭义的跨境电子商务范畴。

从广义上看,跨境电子商务类同于外贸电子商务,指的是分属不同国家或关境的交易主体,以电子商务为媒介,将传统进出口贸易活动中的商品展示、洽谈、交易环节电子化,通过线下的跨境物流送达商品的一种国际商业活动。从更加广泛意义上看,跨境电子商务是电子商务在进出口贸易中的应用,是传统国际贸易流程的电子化、数据化与网络化。广义上的跨境电子商务涉及许多方面的活动行为,包括商品的电子贸易、在线数据传递、电子资金划拨、电子货运单证等。从这个意义范畴看,在国际贸易环节中只要涉及电子商务应用都可以纳入广义的跨境电子商务范畴。如果按照传统的电子商务模式,广义的跨境电子商务多表现为 B2B 或 B2C 模式。

按照传统的电子商务模式划分标准,即交易主体形式的不同,跨境电子商务包括跨境 B2B、跨境 B2C、跨境 C2C 等主要模式。跨境 B2B 是指分属不同国家或关境的交易主体均为企业,通过电子商务平台,以信息技术、网络技术、支付技术等为技术支撑,通过互联网络实现商品的陈列、展示、浏览、比价、下单、处理、支付、客服等活动,通过线下的跨境物流实现商品从卖方流向买方,并完成最后的商品配送,以及与之相关的其他活动内容。跨境 B2C 是指一国的企业将商品通过电子商务平台销售给另一国家或关境的消费者。跨境 C2C 是指卖方为个人将商品通过电子商务平台销售给个体消费者。

本书中跨境电子商务采用广义的跨境电子商务概念,不仅包含跨境电子商务交易中的跨境零售,还包括跨境电子商务的 B2B 部分,此外,还包括跨境零售所未完全覆盖的跨境 B2C 部分。

本书将跨境电子商务与互联网大数据结合在一起,分析了大数据对电子商务产业的影响。从电子商务平台、消费者、跨境物流、跨境支付、海关通关、法律、跨境电子商务人才等体系分析跨境电子商务,本书还列举了阿里巴巴、亚马逊等知名电商企业,对我国跨境电子商务提出对策和建议,以驱动我国跨境电子商务产业的发展。

三、国内外研究综述

跨境电子商务的发展受益于互联网络普及、信息技术更新与应用、全球经济一体化与区域经济自由化趋势、电子商务跨越空间与时间特征。互联网络推动了地球村诞生,电子商务缩短了国家与地区、交易双方、个人之间、时间与空间的距离。跨境电子商务蓬勃发展促进了网络经济的及时性、无差异性、透明性、无国界性,以及消费的个性化与多样化。包括海淘、海外代购在内的跨境电子商务让中国制造的产品依托新渠道卖向全球消费者,同时中国居民也尽情享受指间挥动下随时随地购买来自海外的各类产品。在全球一体化发展的大背景下,越来越多的中国居民走出国门旅游购物,也有越来越多的外国人来到中国,给中国消费市场带来层层惊喜。跨境电子商务作为一种新兴的电子商务应用模式与商业模式,席卷全球。从欧美等发达国家到亚太地区,乃至拉美、非洲等地区,跨境电子商务备受关注,热度持续上升。

跨境电子商务出现时间较短,发展速度飞快,实践层面比学术层面表现活跃。以CNKI电子资源数据库为例,检索关键词“跨境电子商务”“跨境电商”,剔除无关文献后共获取相关文献1142篇。从分布年份看,2012年有9篇,2013年增至54篇,2014年增至288篇,2015年剧增至791篇,2012年出现了关于跨境电子商务的研究成果,随后呈现出逐年剧增态势;从文献类型看,期刊文献1109篇,硕博文献28篇,会议文献5篇,2012年有1篇硕博文献与8篇期刊文献,2013年有1篇会议文献与53篇期刊文献,2014年有2篇会议文学、11篇硕博文献与275篇期刊文献,2015年有2篇跨境电子商务生态系统研究会议文献、16篇硕博文献与773篇期刊文献。

跨境电子商务尚处于发展初期,研究成果虽逐年剧增,但是仍相对有限。跨境电子商务及其相关领域逐渐得到各方关注,研究成果正趋于规模化、多样化、深入化。概括起来,主要包括以下内容。

(1) 以行业咨询机构、企业研究机构、职能部门的研究机构与政策研究部门为主的针对跨境电子商务市场发展的跟踪研究。主要有:艾瑞咨询发布的《中国跨境支付市场调研报告》《中国跨境电商行业研究报告》《中国跨境网络购物用户研究》等,观察国际发布的《中国跨境电商产业研究报告之出口篇》《2015中国跨境进口电商市场专题研究报告》等,国信证券

关于一系列行业跨境电子商务研究报告等,国务院发展研究中心、商务部国际贸易经济合作研究院、商务部中国国际电子商务中心等机构的跟踪研究等,中国电子商务研究中心的《2015 跨境电商发展现状模式全解析及投资策略》等,PayPal 公司的《PayPal 全球跨境电子商务报告》,对外经济贸易大学国际商务研究中心与阿里研究院联合发布的《中国跨境电商人才研究报告》,埃森哲与阿里研究院联合发布的《全球跨境 B2C 电商市场展望:数字化消费重塑商业全球化》,新华社《经济参考报》与 visa 中国联合发布的《中国跨境消费年度指数报告 2015》等。此外,还有雨果网、物流指闻、跨境电商鹰熊汇微信公众平台、payvision 等定期或不定期发布一些关于跨境电子商务、跨境物流、跨境支付等方面的资讯。这些研究能够及时反映当前国内外跨境电子商务发展的实际情况,尤其针对中国国内资讯较为丰富,但是缺乏一些理论深度,对跨境电子商务及其关联领域的总体思考与综合分析仍有待进一步深化。

(2) 许多学者围绕跨境电子商务发展状态的研究,在肯定跨境电子商务发展趋势的同时,也提出跨境电子商务会面临诸多发展障碍。聚焦跨境电子商务发展趋势方面,主要有王惠敏、武玥等认为跨境电子商务能够促进中国对外贸易转型升级;崔雁冰认为随着电子信息技术与经济全球化的全面发展,跨境电子商务已成为中国对外贸易发展的重要趋势;陶涛在提出平台演进模式基础上,认为在跨境电子商务环境下,平台研究模式的新变化利于利用中国在电子商务方面的优势,克服中国跨境电子商务发展的瓶颈;邹磊提出跨境电商是新时期下应运而生的时代产物,是实现传统外贸信息化、网络化和智能化的重要途径,是将电商拓展至全球大市场,实现更高开放水平的重要发力点。剖析跨境电子商务发展障碍方面,主要有:来有为认为中国跨境电子商务在通关服务、市场监管体系、结汇方式等方面仍有待改进;金虹提出信息化的产业整合是中国跨境电子商务发展的根本,跨境法治规范体系、信用制度、跨境综合云服务与云监管平台、跨境电商国际话语权与主动权的争取、跨境物流云服务供应链的全球布局等方面仍有很大空间可挖;文瑞提出跨境电子商务会遇到诸如支付、物流、报关、商检、售后等许多痛点;杨坚争认为中国外贸企业对网络营销的使用仍停留在初级阶段,电子支付、通关、物流问题较多;徐松提出中国跨境电商发展存在质量、产权、通关、支付、信用、物流与政策等瓶颈;孙蕾认

为跨境电子商务存在诸多问题,如物流、支付、信用体系、争端解决机制、通关手续、法律和监管等;李伟认为中国跨境电子商务存在显著的政府监管问题,表现为偷税漏税现象严重、检验检疫问题、市场秩序问题。虽然,跨境电子商务意义重大,发展速度飞快,但是仍存在诸多问题,其中物流、支付、通关等问题最为显著。

(3) 针对跨境电子商务应用层面进行了研究。主要有:赵志田通过对中小制造企业跨境电子商务进行研究,发现中国跨境电子商务还存在很大发展空间,国际电子支付仍是目前制约各地区跨境电商发展的瓶颈问题;管荣伟对服务出口企业从事跨境电子商务活动面临的问题进行了剖析,并提出转型策略;崔艳红通过分析跨境电子商务对降低农产品出口成本的影响,探讨以跨境电子商务平台降低农产品出口成本的路径;湛楠提出中小企业的信息技术基础设施准确度与跨境电子商务采纳度显著关联,政策法律的支持程度对大型企业跨境电子商务采纳度的影响比中小企业更明显;杨坚争对不同规模企业跨境电子商务应用水平进行研究,发现应用水平由小型企业、中型企业到大型企业逐步升高,对不同规模企业而言,跨境电商的发展不同,且同一规模企业在跨境交易的不同环节运用电子商务的能力也存在差别。通过对一些应用层面的研究,发现跨境电子商务虽然存在诸多问题,但是发展趋势显著,其意义重大。

(4) 对跨境电商物流进行了研究,尤其是跨境物流模式等方面。主要有:朱琳提出电子商务物流系统的运作直接影响到交易实现与客户体验,是推动跨境电子商务发展的重要保证;李向阳提出要重视跨境物流网络建设,包括海外仓的建设与管理、物流监控与预测、供应链管理方式、不同国家采取不同的物流模式、积极正确的政府政策支持;冀芳对跨境电商物流模式进行研究,提出国际邮政包裹与国际快递等传统跨境物流模式,以及海外仓、边境仓、国际物流专线、自贸区物流、集货物流等新兴跨境物流模式;王春芝运用扎根理论,通过对装备产品服务备件跨境物流协同系统的要素与结构体系进行研究,建立了跨境物流通道协同系统模型;庞燕提出服务于跨境电商运作的国际物流出口模式,包括邮政快递(中国)、国际快速、海外仓(边境仓)、跨境专线物流和国内快递的国际化服务,国际物流进口模式包括直邮模式和转运模式;李旭东分析了跨境电商对物流服务的多层次需求,构建出适应跨境电商多层次需求的物流企业综合服务体

系,并提出综合服务体系的运作模式;柯颖认为应综合考虑经济制度环境、顾客行为偏好、技术管理方式、交易成本等方面对促进中国 B2C 跨境电子商务发展并提升其物流服务效率的影响;张滨认为中国跨境电商物流存在诸多问题,如政策支持不足、物流基础设施不完善、缺乏第三方物流的专业化服务、与跨境电子商务的需求不匹配,从而导致跨境电商物流成本高、效率低;笔者提出中国跨境电商物流存在诸多困境,如物流成本高、运输及配送周期长、面临诸多环境风险、汇率风险、退换货物流困难等,提出海外仓是一种有效的跨境电商物流解决方案。通过研究发现,跨境物流成为制约跨境电商发展的关键障碍,虽然跨境物流新型模式不断涌现,但是国际邮政包裹与国际快递等传统物流模式使用比重很大,新型跨境物流模式应用仍有待推广。

(5) 从全球各区域角度出发,笔者围绕俄罗斯、澳大利亚、日本、拉丁美洲、非洲、东南亚等不同国家和地区的跨境电子商务进行研究。主要成果有:笔者认为随着俄罗斯推行东向战略与中国“一带一路”倡议,中俄两国将建立起更加紧密的经贸关系,跨境电子商务作为中俄经贸领域的新生事物,将成为中俄经贸发展的新模式与新引擎;通过跨境电子商务从中国购买商品已成为俄罗斯消费潮流,但是中俄跨境电子商务存在人才短缺、恶性竞争、通道不畅与物流滞后等诸多问题。笔者对拉丁美洲跨境电子商务市场进行研究,提出拉丁美洲跨境电子商务存在一些发展共性与特性;拉丁美洲在内的新兴国家与地区同中国对外经贸合作发展迅速,拉丁美洲市场具有巨大的扩展空间,开发拉丁美洲跨境电子商务市场,有利于促进中拉贸易的新发展。笔者研究了澳大利亚跨境电子商务市场,提出澳大利亚独有的烦冗法律体系、严密的税收监管、地理位置决定的特殊物流运输方式以及用户消费习惯将困扰着澳大利亚跨境电子商务的发展。笔者认为非洲跨境电子商务市场将成为重点关注区域,并提出一系列开发的具体措施;笔者还对东南亚跨境电子商务进行了调查研究;聚焦中日跨境电子商务中的中国消费者维权问题,认为维权之路会面临立法、退货、信息、监管与信誉等各方面的障碍;同时,笔者还提出在开发新兴市场跨境电子商务市场时,网站语言实现境外消费市场本土化,尊重客户的消费文化,建立全面的、安全的客户数据库,卖家需要树立友善、诚信、高效的企业形象,注重与客户的在线交流技巧。这些研究成果有利于了解这些地区的

跨境电子商务市场,对研究、开发与运作这些地区的跨境电子商务业务具有参考价值。

(6) 聚焦中国跨境电子商务市场,众多外学者围绕河南、吉林、福建、上海自贸区、哈尔滨、义乌、平潭等单个区域进行研究。研究成果主要有:李剑力认为河南跨境电子商务处于发展初期,存在试点进出口不协调、配套服务不完善、电子商务意识不强、缺乏高端人才等突出问题;孙伟对吉林省跨境电子商务服务平台构建进行了研究,提出服务平台要包含信息传递模块、物流跟踪模块、内部交易模块、信息发布模块、交易支付模块、服务决策模块等;程宇提出在福建省跨境电子商务发展迅猛的同时,也面临着发展相对滞后、产业链支撑能力相对较弱等问题,并提出了一系列应对措施;王冠凤提出上海作为国际贸易中心城市之一,跨境电子商务要树立大市场、大资源的自由贸易试验区意识,抓住自贸区建设的机遇,拓展与加深区内外企业电子商务的经贸合作;郭晓合认为上海自贸区跨境电子商务创新主要通过实行“跨境通”电商平台来实现,创新发展的基本定位是新型贸易业态功能培育与海关监管模式创新的探索者;李涛肯定了哈尔滨在对俄跨境电子商务中的比较优势,如区位条件、人才资源储备和金融服务等;笔者呼吁义乌应积极争取跨境电商国家试点,加快现有设施功能的转型升级,搭建跨境电商信息服务平台,实现与物流金融业务的联动发展;高云莺以平潭综合试验区开展跨境电子商务为研究对象,提出跨境电子商务生态圈构成要素模型。通过对中国国内各地区跨境电子商务进行研究,既可以对地区性跨境电子商务有所了解,也能够对更广层面的跨境电子商务起到参考价值。

(7) 针对跨境电子商务涉及的法律与监管方面进行了研究。主要有:杨松提出跨境电子支付服务中存在多重风险,多归因于支付主体与接收主体的多样性,不同国家电子支付监管规则的差异性,需要完善相关国际法规则,协调主权国家之间进行电子支付法律规范及加强法律技术合作等;上海社会科学院经济研究所课题组认为中国现行管理体制、政策、法规及现有商业环境等条件还远远无法满足小额跨境电子商务的发展需求,偷税漏税、检疫检测与市场监管三大问题突出;薛源对跨境电子商务交易全球性网上争议进行了研究,提出网上争议程序的设计、适用法律以及争议解决结果的跨境执行时全球性网上争议解决体系需要解决的主要法律问题;