

跨境电商赋能经济高质量发展的机理与路径

陈雨晴

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年2月27日; 录用日期: 2024年3月11日; 发布日期: 2024年5月13日

摘要

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。互联网技术不断升级与广泛应用, 带动着跨境电商成为发展的重要一环, 并为高质量发展提供新思路。基于消费者对跨境电商的需求多元化、跨境电商趋于数字化和智能化、跨境电商推动产业升级和品牌创新、提升管理效率、降低企业经营成本机理, 为经济高质量发展提供新方向。跨境电商通过提供更广阔的市场, 推动绿色发展, 供应链的优化和协同, 实现本土化和品牌化的发展, 为经济高质量发展提供发展路径。

关键词

跨境电商, 高质量发展, 党的二十大, 数字经济

Mechanism and Path of Cross-Border E-Commerce Enabling High-Quality Economic Development

Yuqing Chen

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Feb. 27th, 2024; accepted: Mar. 11th, 2024; published: May 13th, 2024

Abstract

High-quality development is the primary task of building a modern socialist country in an all-round way. The continuous upgrading and wide application of Internet technology has driven cross-border e-commerce to become an important part of the development, and provides new ideas for high-quality development. Based on the diversified demand of consumers for cross-border e-commerce, cross-border e-commerce tends to be digital and intelligent, cross-border e-commerce promotes indus-

trial upgrading and brand innovation, improves management efficiency, and reduces enterprise operating costs, providing a new direction for high-quality economic development. Cross-border e-commerce provides a development path for high-quality economic development by providing a broader market, promoting green development, optimizing and coordinating the supply chain, achieving localization and branding development.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, High-Quality Development, The 20th CPC National Congress, Digital Economy

Copyright © 2024 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

党的十八大以来，中国迎来了站起来、富起来到强起来的阶段，有着坚实的物质基础，中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程。发展党执政兴国的第一要务，在党的二十大报告中，习近平总书记鲜明地指出，“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”，在新发展格局中，要重视高质量发展，毕竟我们现在已经不具备经济高速增长的条件，所以我们需要把目光由“量”聚焦到“质”，既要有质的有效提升也要有量的合理增长，从要素驱动转变为效率驱动，要清晰意识到，现阶段的矛盾是我国人民日益增长的生活同不平衡不发展之间的矛盾。只有坚持高质量发展，才能提升国际竞争力，为中国夺得更大的话语权，这个话题符合党的路线。

数字经济的发展始于数字技术的发明创新，技术进步推动了数据要素的普及应用，数据要素的全面深入普及应用带来了要素市场的成长成熟，随着市场体系的不断完善，与数字经济相关的一系列制度体系不断建立健全，促进并最终实现了数字经济与数字社会的高度融合。1999年国务院办公厅转发的信息产业部国家计委的《关于加快移动通信产业发展若干意见的通知》和2001年《关于促进我国国家空间信息基础设施建设和应用若干意见的通知》，该阶段主要在于搭建信息化的基础设施体系，为进一步的通信技术发展以及衍生的产业转型夯实基础。在信息基础设施逐步完善的过程中，通信技术的不断演进带来了通讯设备成本的降低和通信服务可得的便捷，这一阶段的突出表现是以电子商务为代表的互联网经济蓬勃发展。

随着数字经济的崛起，一种新的贸易模式应运而生——跨境电商。跨境电商是通过互联网这个渠道，进行询盘问盘，使来自不同国家的交易双方完成交易、支付、结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，完成交易的一种商业性质活动。跨境电商具有成本低、全球性、无形性、无纸化的特征，带领国际贸易迎来新一轮变革，拓宽了进入其他国家市场的路径，对追求战略多元化企业提供新赛道，对推动高质量发展具有重大的战略意义。

近年来，新冠疫情的爆发，经济受到重大影响，市场信心不足，但跨境电商保持着良好势态，根据海关数据显示，2022年我国跨境电商进出口(含B2B) 2.11万亿元，同比增长9.8%，2023年，我国跨境电商进出口2.38万亿元，增长15.6%。根据海关总署、网经社、36氪研究院显示，2015~2021年跨境电商行业渗透率分别为22%、27.5%、29%、29.5%、33.3%、38.9%、36.3% [1]。这一趋势为企业提供了更广阔的市场和更多的机会。

由于地缘政治、贸易摩擦等频发，国内外的局势不太稳定，实体经济备受冲击的同时跨境电商稳定发展，社会信息化成为常态。跨境电商呈现三个主要趋势，第一是市场需求常态化，人们的线上消费需求大幅增长；第二，规则完善化，随着跨境电商的发展，相关的协议与规则也在不断升级，形成安全可靠的交易环境；第三，独立站的兴起，私域流量在电商平台不断增加。随着价值链、产业链、供应链的不断升级，以及技术端的成熟。“互联网 + 外贸”，这个新的贸易模式已然为对外贸易的发展注入新动能[2]。海关总署在国务院新闻发布会表示，我国网民规模突破 10 亿，是世界第一大网络零售市场，跨境电商增长尤为迅猛。参与跨境电商进口的消费人数逐年增加，2023 年达到 1.63 亿。与此同时，跨境电商渗透率不断提高，2015~2021 年我国跨境电商交易额占我国货物进出口交易额的比重呈上升趋势，2021 年占比高达 36.3% [3]。跨境电商市场规模逐渐扩大，帮助企业品牌“出海”，跨境电商赋能高质量发展在现实和理论上都有可行性。

2. 跨境电商赋能经济高质量发展的机理分析

跨境电商赋能高质量发展趋于数字化、智能化、多元化、个性化、供应链优化、品牌化和本土化、社交电商和内容电商等方向的深度融合和创新发展。这将有助于提高跨境电商的竞争力和盈利能力，推动整个行业的可持续和高质量发展[2]。

2.1. 消费者对跨境电商的需求多元化

由于消费群体的扩大，国界的模糊性，消费者需求的多样化和个性化的趋势，跨境电商将更加注重多元化的业务模式和产品种类，增加消费者剩余，满足消费者不同的购物习惯和需求。他们不仅希望购买到全球各地的优质产品，还希望平台能够提供更多个性化的定制服务。同时，消费者对跨境电商平台的服务质量和用户体验的要求也越来越高。他们希望平台能够提供更加便捷、快速的物流服务，以及完善的售后服务。平台也将提供更加个性化的服务和体验，提高客户忠诚度和品牌影响力。消费者对跨境电商平台的支付方式的需求也越来越多样化。他们希望平台能够提供多种支付方式，包括信用卡、借记卡、移动支付等。这要求入驻跨境电商企业支持多种支付方式，包括信用卡、借记卡、支付宝、微信支付等。

通过跨境电商，企业可以有效地向不同市场提供多样化或定制化产品，而这种多样性和定制化在大规模生产中可以得到成本效益的平衡。为了满足多样化的需求，企业可能扩大生产规模，从而降低单位成本。同时，企业可能通过扩展产品线来更有效利用资源和能力。

例如 SHEIN (中文名：希音，位于广州的快时尚电子商务公司，主要经营女装，但也提供男装、童装、饰品、鞋、包等时尚用品)不断推出新产品和款式，满足消费者的多元化需求。此外，SHEIN 还注重与全球设计师和品牌的合作，推出联名款和限量版产品，增加了品牌的吸引力和独特性。SHEIN 注重用户体验，提供了便捷的购物流程、快速的配送服务、完善的售后服务等。这使得消费者在购买过程中感到满意和放心，从而增加了购买意愿和忠诚度。2021 年 5 月，应用追踪公司 App Annie 和 Sensor Tower 数据显示，SHEIN 取代亚马逊(AMAZON)成为美国 iOS 和 Android 平台下载量最多的购物应用。

SHEIN 采用快速时尚模式，快速响应市场趋势和消费者需求，不断更新产品线，提供大量多样化的时尚选择。除了服装，SHEIN 还扩展到其他品类，如美妆、家居等，以满足不同消费者的更广泛需求。通过利用快速时尚模式、灵活的供应链管理和多元化产品策略，SHEIN 能够有效地利用消费者需求的多元化来盈利，并在全球范围内扩大其市场份额。

消费者多元化需求为跨境电商高质量发展提供了新思路和机遇。多元化的需求促使企业创新产品和服务，以满足不同市场和消费者群体的特定需求。这种创新不仅推动产品质量的提升，也促进了新技术

和新业态的发展[4]。消费者需求的多元化不仅推动了企业的创新和市场的扩展，也有助于提升整体的生产效率和消费者福利，促进了经济的高质量发展。

2.2. 跨境电商趋于数字化和智能化

数字技术和人工智能的发展在不断进步，跨境电商将更加数字化和智能化。平台将通过大数据、云计算、人工智能等技术，实现更精准的选品、营销、库存管理和售后服务，提高运营效率。

通过大数据分析、人工智能等技术，跨境电商可以对市场趋势、消费者需求、竞争对手情况进行深入分析，从而精准选品，提高产品差异化，增加销售额。通过数字化和智能化技术，跨境电商可以实时掌握供应链情况，实现库存优化、物流跟踪、订单管理等功能，提高供应链效率和客户满意度。通过自然语言处理等技术，跨境电商可以提供智能客服、智能推荐等服务，提高客户忠诚度。通过数字化和智能化技术，跨境电商可以对销售数据、用户行为数据等进行深入分析，从而优化产品策略、营销策略等，提高运营效率和盈利能力。

跨境电商中 DTC 模式受热捧，DTC (directed to customer) 模式指企业自己建立官网、商场、邮箱、社媒等渠道，直接与消费者接触并产生互动，提高品牌知名度。这种模式受到许多出海企业的热捧，通过建立自己的销售渠道，提高对市场的掌控力和抗风险能力。在这种模式下，品牌直接掌握消费者行为数据，能够精准、快速、及时、灵活发现用户需求，并且实现精细化运营。

DTC 模式的特点包括：减少分销和层级代理商的营销成本，通过自营电商、私域运营等形式，从品牌直达消费者，从而降低交易成本。品牌直接掌握消费者行为数据，能够精准、快速、及时、灵活发现用户需求，并且实现精细化运营。

在 DTC 模式下，较为成功的案例如元气森林在抖音小店、小红书旗舰店、天猫、京东、拼多多、联名快闪店、全家、罗森等各个直销渠道的 DTC。

作为全球知名的电商巨头，阿里巴巴利用先进的数据分析和云计算技术，优化了其跨境电商平台(如阿里巴巴国际站、天猫国际)。通过这些技术，阿里巴巴帮助中小企业更容易地进入国际市场，提高了交易效率和消费者体验。亚马逊是另一个跨境电商的优秀例子。它通过使用高度自动化的仓库管理系统和先进的物流网络，显著提高了供应链效率。亚马逊的推荐算法也帮助消费者发现新产品，提高了销售量。

数字化和智能化在跨境电商中的应用可以提高运营效率、客户满意度和销售额，推动整个行业的高质量发展。

2.3. 跨境电商推动产业升级和品牌创新

跨境电商平台为企业提供了更高效的供应链管理方式。企业可以利用跨境电商平台的数据分析和预测功能，优化库存管理、物流配送等环节，提高供应链的效率和灵活性。这种优化有助于降低企业运营成本，提高生产效率，推动产业升级。同样，跨境电商平台通过提供更大的市场空间，形成产业集聚效应，有助于促进产业集群的发展。产业集群的形成可以促进企业之间的合作与交流，提高产业整体竞争力，推动产业升级，解决社会各方面产品和服务供给“有没有”“大不大”“足不足”转向解决“好不好”“优不优”“美不美”的问题，

党的二十大报告中提出，跨境电商可以与实体店的相互融合，能加快升级。实体店可以通过与知名跨境电商合作，将自身的产品在线上销售，拓宽市场和消费群体。同时，跨境电商也能够借助实体店铺的资源渠道，提高商品的实际体验和售后服务，实现线上线下的优势互补，最终实现产品品牌化，并更多地利用信息技术，使产业融入产业链的全球分工，共同作用让产业结构不断优化并向合理化和高度化的方向演进，最终实现中国品牌“出海”[5]。

2.4. 跨境电商提升管理效率，降低企业经营成本

跨境电商通过数字化平台实现供应链的优化。采用高效的库存管理系统(如 JIT, 即时库存系统)减少库存成本, 同时提高产品的流通效率。企业往往倾向于追求库存成本最小化来有效管理库存来降低总成本, 减少仓储费用、保险费用、资金成本, 企业在保证供应连续性和满足客户需求的同时, 有效地控制库存成本。

跨境电商使企业能够轻松进入国际市场, 相比于传统的出口模式, 它能更快速、低成本地触及全球消费者。这种市场的扩大有助于企业增加销售量, 实现规模经济。随着销售量的增加, 固定成本(如技术研发、平台建设、市场营销等)被分摊到更多的产品上, 导致每单位产品的边际成本下降。通过大规模生产, 企业能够在采购原材料、生产、物流等环节获得更优惠的价格和更高效的服务, 进一步降低成本。通过这些途径, 跨境电商能够帮助企业降低单位成本, 提高市场竞争力, 从而实现规模经济。

同时, 跨境电商通过信息获取成本降低、沟通和谈判成本减少和合同执行和监管成本降低来降低交易成本。跨境电商平台提供丰富的市场信息, 包括产品、价格、供应商和消费者评价等, 使得买家和卖家能够快速、低成本地获得所需信息。线上交易平台简化了买卖双方的沟通流程。多语言支持、即时通讯工具和自动化翻译服务进一步降低了跨国沟通的难度和成本。电子合同和自动化支付系统简化了合同执行过程, 减少了监管成本。此外, 许多电商平台还提供纠纷解决服务, 降低了解决交易纠纷的成本。通过这些方式, 跨境电商有效地减少了国际交易的总体成本, 提高了市场效率。

3. 跨境电商赋能经济高质量发展的路径分析

3.1. 跨境电商提供更广阔的市场，给予高质量发展资源与支持

由于全球化情绪的高涨, 跨越国界的贸易已经成为普遍现象。跨境电商平台降低了企业进入市场的门槛, 尤其是对于中小企业而言。在传统外贸中, 中小企业往往受到资金、人力、物力等方面的限制, 难以拓展海外市场。而跨境电商平台提供了更加灵活、便捷的方式, 让中小企业能够以更低的成本和更高的效率进入海外市场。

由于入驻门槛低、操作简便以及国际市场的吸引力, 国内卖家纷纷抓住这个风口, 向国际市场来追寻利润。跨境电商平台为企业提供了将产品和服务销售到全球市场的机会, 突破了传统外贸销售的地域限制。通过跨境电商平台, 企业可以接触到更多的潜在客户, 拓展销售渠道, 扩大市场份额。跨境电商在当前国内的消费能力减弱趋势下, 能够为产能过剩的行业寻找新的市场空间, 解决出口企业上下端的供应链的正常维系, 帮助国内相关产业的就业, 提升了经济效益, 增加出口额。跨境电商为企业提供更广阔的市场和更多的机会, 企业可以进一步提高竞争力和市场适应性, 参与经济活动, 实现高质量发展。

广阔的市场能够涌入大量的竞争者, 激烈的竞争带动技术, 赋予高质量发展核心动力。技术通常会导导致生产可能性边界(PPF)向外扩张, 这意味着在相同的资源条件下, 经济体可以生产更多的商品和服务。技术进步会使得生产点更接近生产可能性边界(PPF), 企业可以最大效率利用资源, 最终社会总福利增加, 经济实现高质量发展。

3.2. 跨境电商推动绿色发展，实现高质量发展的可持续

跨境电商的发展推动了绿色发展和可持续发展, 响应二十大报告提出的绿色发展, 促进自然和谐共生, 贯彻当下的政策所传达的理念。跨境电商可以与供应商合作, 推广使用环保材料和绿色包装, 资源环境成本低。例如, 使用可回收材料制作包装, 减少一次性塑料的使用, 降低对环境的污染。同时, 也

可以推广使用生物降解材料，引导消费者购买环保、低碳、可再利用的产品，减少对自然资源的消耗。

跨境电商可以通过优化物流配送，减少运输过程中的能源消耗和排放。采用低碳排放的运输方式，如电动车、自行车等，减少对环境的污染。同时，也可以通过智能化的物流管理系统，优化运输路线和配送时间，提高运输效率，减少能源消耗。

跨境电商实施这些措施有助于降低环境污染、减少能源消耗以及降低对自然资源的消耗，为行业的可持续发展做出贡献，发展理念高质量、经济结构、供给体系高质量，社会保障支持体系高质量，综合效益高质量等方面。

3.3. 跨境电商注重供应链优化和协同

供应链优化和协同在跨境电商中发挥着重要的作用，通过供应链优化，企业可以降低生产、库存、运输等成本。例如，SHEIN 通过与供应商建立紧密的合作关系，实现了快速反应和高效的生产流程，从而降低了生产成本。此外，通过智能化的库存管理，可以减少库存积压和闲置，避免浪费和降低成本。通过供应链协同，企业可以与供应商、物流服务商等合作伙伴实现信息共享和流程协同，提高整体运营效率。SHEIN 通过与物流服务商合作，实现了订单的快速处理和及时配送，缩短了配送时间和提高了客户满意度。供应链优化和协同可以提高企业的灵活性和适应性。

京东利用其强大的物流网络和自动化仓储系统，在中国及其他市场提供高效的跨境电商服务。它通过智能化的供应链解决方案，提高了配送速度和准确性。京东投资于自动化仓库和智能物流技术，如无人仓库和无人机配送，有效降低人工成本和提高物流效率，这使得京东能够以更低的成本提供更快的配送服务。京东建立了广泛的物流网络，覆盖中国的大部分地区。这种广泛的覆盖能力使京东能够快速响应消费者需求，提供更可靠的配送服务。快速可靠的配送服务提高了顾客满意度，从而增强了顾客忠诚度。这对于增加重复购买率和维持稳定的客户基础至关重要。京东的物流系统还包括强大的供应链管理能力和减少库存积压和提高库存周转率，进一步降低成本。

供应链优化和协同在跨境电商中可以降低成本、提高效率、增强灵活性和提高客户满意度等方面发挥重要作用。通过建立紧密的合作关系、实现信息共享和流程协同、提供灵活的产品和服务等方式，企业可以更好地应对市场变化和消费者需求的变化，提高竞争力和盈利能力。

3.4. 跨境电商平台实现本土化和品牌化发展

由于经济全球化，世界紧密地联系在一起，市场的需求也能很快被捕捉，消费品行业直接面向消费者，因此本土化和品牌化发展对其影响更为显著。在消费品行业，企业需要根据不同地区的消费者需求和文化背景进行产品设计、营销和品牌建设，以满足当地市场的需求。而消费品行业的竞争主要是成本的竞争，跨境电商能够将此类商品的价值创造活动放于最佳区位，能够降低价值创造的成本来帮助企业面临降低成本的压力。而且，新兴市场通常具有较大的增长潜力和市场空间，因此本土化和品牌化发展对企业在这些地区的高质量发展至关重要。企业需要根据当地市场的特点和需求进行产品设计、营销和品牌建设，以迅速占领市场份额。跨境电商本土化能直接面对客户，增强客户的忠诚度，本土化和品牌化发展可以帮助企业更好地了解当地市场的政治、经济、文化等方面的情况，降低经营风险，这些对于追求盈利和寻找利润的企业来说至关重要。从而使整个交易的达成因为数字化更加便利和高效，顺着数字化的浪潮来推进跨境电商行业的发展。数字化是跨境电商发展的重要方向之一，政府和企业应该加大数字化建设的投入力度[6]推广电子支付、智能物流等新技术应用，提高交易效率和用户体验。加强市场开放和国际合作，拓宽市场范围并带动技术革新[7]。国际合作在当今全球化时代是促进经济高质量发展的关键因素。

4. 结语

在世界未有之大变局下，跨境电商呈现消费需求多元化、发展趋于数字化和智能化、帮助推动产业转型和品牌创新、提升效率、降低交易成本的趋势，这些趋势能为经济高质量发展提供一个良好的营商环境。发展跨境电商能增加经济高质量发展目标的可行性，不仅提供了广阔的市场和资源，助力绿色低碳增长，而且有助于供应链优化和协同，实现本土化和品牌化发展，最终实现品牌“出海”。

跨境电商的蓬勃发展，引发了消费升级和需求的变化，不仅加速推动供给侧改革，而且满足了人们对美好生活的需要。跨境电商在与经济高质量发展融合的过程中，也出现较多难点，比如新兴贸易保护主义影响着市场的开发、国际合作以及技术的交流与合作。但随之而来战略的强化与采用，跨境电商能够倾力强化投资，推动经济高质量发展。

新格局下，依然实施更加积极主动的开放战略，形成更大范围、更宽领域、更深层次对外开放格局。到二零三五年，我国发展的总体目标在经济方面包括人均国内生产总值迈上新的大台阶、基本实现新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化、经济高质量发展取得新突破、绿色发展等，这些都在为跨境电商推动经济高质量发展提供新路径。

参考文献

- [1] 张希颖, 金兰兰, 刘梦威. 数字经济背景下我国跨境电商发展困境及对策研究[J]. 商业经济, 2023(12): 14-16+56.
- [2] 张鹏. 数字经济时代中国跨境电商高质量发展探索[J]. 北方经贸, 2024(2): 121-124.
- [3] 张夏恒, 金贵朝. 党的二十大精神下跨境电商赋能共同富裕的趋势与逻辑[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2023, 37(10): 72-79.
- [4] 孙黎, 张弛. 跨境电商对中国企业出口产品质量的影响——基于双循环新发展格局的视角[J]. 经济问题探索, 2023(11): 37-55.
- [5] 景国文, 汪达. 跨境电商综合试验区对 FDI 流入的影响——基于准自然实验的证据[J]. 当代经济管理, 2024(2): 1-16.
- [6] 刘萍, 郭洁, 胡蔚然. 双循环背景下数字贸易推动中国贸易高质量发展研究[J]. 价格月刊, 2022(5): 70-75.
- [7] 唐艺萌. 新发展格局下中国数字贸易竞争优势和高质量发展路径研究[J]. 全国流通经济, 2023(7): 60-63.