

中国跨境医药电商的兴起：发展模式、挑战与机遇分析

肖 赅

武汉科技大学法学与经济学院，湖北 武汉

收稿日期：2024年3月13日；录用日期：2024年3月28日；发布日期：2024年5月15日

摘 要

随着全球化进程的加速和互联网技术的飞速发展，跨境医药电商在中国迅速兴起并展现出强大的生命力。本文通过对“天猫国际”等平台的深入分析，探讨了中国跨境医药电商的发展模式、面临的挑战以及未来的机遇。研究发现，跨境医药电商以其独特的优势，如广泛的国际合作网络、严格的质量控制、完善的物流配送体系以及全面的售后服务，为国内消费者提供了更加丰富和便捷的医药产品选择。然而，监管合规性、物流配送效率、市场竞争压力以及消费者信任度等问题仍然是其发展的主要挑战。文章最后提出了针对性的政策建议，旨在促进中国跨境医药电商的健康发展，推动医药行业的国际化进程。

关键词

跨境医药电商，天猫国际，发展模式，挑战，机遇

The Rise of Cross-Border Pharmaceutical E-Commerce in China: An Analysis of Development Models, Challenges and Opportunities

Yun Xiao

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

Received: Mar. 13th, 2024; accepted: Mar. 28th, 2024; published: May 15th, 2024

Abstract

With the acceleration of globalization and the rapid development of internet technology, cross-border

pharmaceutical e-commerce has rapidly emerged in China, demonstrating strong vitality. By conducting an in-depth analysis of platforms such as “Tmall International”, this paper discusses the development model, challenges, and future opportunities of China’s cross-border pharmaceutical e-commerce. The study finds that cross-border pharmaceutical e-commerce provides domestic consumers with a richer and more convenient selection of pharmaceutical products through its unique advantages, such as a broad international cooperation network, strict quality control, a perfect logistics and distribution system, and comprehensive after-sales service. However, regulatory compliance, logistics and distribution efficiency, market competition pressure, and consumer trust remain major challenges to its development. The paper concludes with targeted policy recommendations aimed at promoting the healthy development of China’s cross-border pharmaceutical e-commerce and advancing the internationalization process of the pharmaceutical industry.

Keywords

Cross-Border Pharmaceutical E-Commerce, Tmall International, Development Model, Challenges, Opportunities

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. 前言

在全球化的浪潮中，跨境电商作为国际贸易的新兴模式，正在以前所未有的速度发展和扩张。特别是在医药领域，随着人们健康意识的增强和跨国医疗需求的上升，跨境医药电商展现出巨大的发展潜力和市场需求。中国，作为世界上最大的电子商务市场之一，其跨境医药电商的发展尤为引人注目。

随着国际贸易壁垒的逐步降低和电子商务技术的快速发展，跨境医药电商在中国迎来了前所未有的发展机遇。然而，与此同时，国际法律法规的复杂性、物流配送的效率问题，以及消费者对跨境医药产品的安全性和有效性的担忧，也给行业的发展带来了不小的挑战。因此，深入研究中国跨境医药电商的发展模式及其面临的问题，对于指导行业实践、促进政策制定，以及推动中国乃至全球医药电商领域的健康发展具有重要的理论和实践意义。

2. 文献综述

随着信息技术的飞速发展和全球化经济的深度融合，医药电商已成为医药行业创新发展的重要方向。在中国，医药电商经历了从起步到快速发展的过程，形成了多样化的经营模式。我国医药电商的发展模式主要包括 B2C 模式、B2B 模式和 O2O 模式。

B2C 模式是医药电商最直接的营销方式，面向最终消费者销售产品。在这一模式下，中国学者齐世杰(2013)指出，我国 B2C 网络平台趋向成熟，但医药企业规模参差不齐，信息化水平普遍偏低，导致网上药店多为传统连锁业态的补充[1]。翟运开和张然(2021)进一步强调，B2C 医药电商通过提高药品流通效率和降低成本，表现出快速发展势头[2]。

B2B 模式，面向企业间交易，主要服务于中小连锁药店。郝岚(2016)认为医药 B2B 有较为清晰的盈利模式，因此也存在更大的发展空间或更多的探索可能性[3]。高弘扬(2021)的研究表明，B2B 医药电商能够解决传统批发采购中的信息不对称和流通效率低下问题。益药仓、药师帮等平台，通过政策创新和

服务优化, 逐渐受到产业链关注[4]。

O2O 模式将线上服务和线下实体店结合起来, 为消费者提供更加便捷的购药体验。张小广等人分析认为, 自 1998 年上海首家在线药房成立以来, O2O 模式在中国持续发展, 提高了消费者对药品的获取效率[5]。梁枢认为 O2O 模式是以“互联网+”为基础, 以市场为导向, 以网络为纽带, 将行业的供需双方联系起来, 形成一种线上与线下相结合的业务模式[6]。

关于跨境医药电商的研究, 国内学者对该领域的关注度较低, 跨境医药电商作为新兴模式, 响应了国内外医药市场需求的变化。尹萌(2016)认为由于医药产品的市场和价格竞争十分激烈, 贸易双方会因为彼此信息不透明、购销渠道受限等原因, 不能占有更多的市场份额, 也不能获得更好的性价比, 这就迫切需要一个共同的平台来解决信息的不对称和资源的分散性问题[7]。陈利辉(2020)强调, 消费者对国外药品的需求不断增长, 但跨境电商平台面临药品质量难以保证的挑战[8]。黄梦琴(2022)的研究指出, 河南省跨境电商销售试点的实施, 为跨境医药电商开辟了新路径, 同时也暴露了产品种类单一和准入限制等问题[9]。

通过对国内医药电商不同模式的研究综述, 可以发现, 尽管我国医药电商在 B2C、B2B、O2O 等模式上取得了显著进展, 但在跨境医药电商领域还面临着多重挑战和发展机遇。跨境医药电商的发展不仅需要解决药品质量、物流配送、法律法规等方面的问题, 也需要创新业务模式, 以适应国内外市场的需求变化。随着技术进步和政策环境的优化, 跨境医药电商有望成为推动我国医药行业国际化发展的重要力量。

此外, 跨境医药电商的发展亦反映出国内外医药市场的需求互补性, 指出了中国医药电商未来发展的方向。因此, 对跨境医药电商的深入研究不仅对行业具有指导意义, 也对制定相关政策和推动医药行业的国际合作具有重要价值。

3. 跨境医药电商概论

3.1. 跨境医药电商的定义及特点

跨境医药电商是一种通过互联网平台, 将医药产品从一个国家或地区销售到另一个国家或地区的商业模式。它的基本过程包括: 海外采购, 物流运输, 海关报关, 国内配送几个环节。

跨境医药电商具有如下特点: 一是信息透明: 跨境医药电商通过互联网平台, 使消费者能够更加方便地获取医药产品的信息, 包括医药产品的价格、产地、生产商等。二是方便快捷: 跨境医药电商消除了传统医药交易中的时间和空间限制, 消费者可以随时随地通过互联网平台购买所需的医药产品, 无需受到地理位置的限制。三是价格优势: 跨境医药电商通过直接采购和去除中间环节, 减少了产品的流通成本, 从而在一定程度上降低了产品价格, 为消费者提供了更具竞争力的价格。四是大数据应用: 跨境医药电商通过互联网平台积累了大量的交易数据和用户行为数据, 可以通过数据分析和应用, 为企业提供更好的市场洞察和决策支持。五是跨国合作: 跨境医药电商促进了不同国家和地区之间的合作与交流, 有助于推动医药产业的国际化发展。

3.2. 跨境医药电商的发展历程

我国跨境医药电商发展起步虽然较晚, 但是发展速度较快, 特别是近年来, 我国跨境医药电商迎来了巨大的发展机遇。其具体发展历程如下:

初期探索阶段(2014 年~2016 年): 2014 年, 我国政府推出了“跨境电商”政策, 允许符合条件的跨境电商企业通过电商平台进行跨境贸易。在这一阶段, 一些创业公司开始在跨境电商平台上售卖进口的保健品、营养品等医药产品。

规模扩张阶段(2016年~2018年): 伴随着跨境电商政策的逐步落地和政策的扶持, 跨境医药电商快速发展。许多跨境电商平台开始涌现, 专门从事医药产品的跨境销售。同时, 一些传统的药企和医药零售商也开始通过跨境电商平台扩展业务, 引入境外医药产品。

规范管理阶段(2018年~2020年): 随着跨境医药电商行业快速发展, 监管部门也开始加大跨境医药电商监管力度。2018年, 我国政府颁布了《关于促进跨境电子商务健康发展的意见》, 明确了指出了跨境医药电子商务的经营条件和管理要求, 此《意见》的出台有利于加强对医药产品进口的监管。

创新发展阶段(2020年至今): 近年来, 我国跨境医药电商在创新业务模式和推动行业升级方面取得了积极进展。一些企业通过建立自有的跨境物流、医药信息平台、互联网医院等方式, 推动了跨境医药电商的创新发展。此外, 我国政府还积极推动医药电商与传统医药零售、互联网医疗等业态的融合发展, 推动跨境医药电商行业的升级和提质增效。

总的来说, 我国跨境医药电商在过去几年里取得了显著的发展, 政策环境逐渐规范, 企业不断创新业务模式, 行业也在不断推动升级和发展。未来, 随着技术的不断进步和消费者对健康需求的增加, 预计我国跨境医药电商将继续保持较快的增长势头, 并在创新、合规、跨界融合等方面持续发展。

3.3. 我国跨境医药电商发展的机遇与挑战

近年来, 随着互联网技术的不断进步和全球化贸易的深入发展, 我国跨境医药电商迎来了快速发展的机遇期。特别是在政府政策的支持和市场需求的驱动下, 越来越多的医药企业开始探索跨境电商模式, 旨在通过互联网平台扩大国际市场的药品销售。2019年北京“跨境电商医药零售试点”政策的实施, 标志着我国跨境医药电商正式进入政策支持的新阶段, 为行业的进一步发展提供了制度保障。随着“一带一路”等国家战略的推进和全球医药市场的日益融合, 中国医药企业有机会借助跨境电商平台, 将优质的医药产品和服务输出到全球市场。同时, 国家对跨境电商行业的政策支持, 为医药电商提供了更加广阔的发展空间。此外, 随着技术的进步, 特别是大数据、云计算、人工智能等技术在医药电商领域的应用, 有望解决物流配送、支付结算、药品追溯等方面的问题, 提高跨境医药电商的效率和服务质量。

尽管我国跨境医药电商领域取得了一定的进展, 但仍面临诸多挑战。首先, 药品质量是跨境医药电商最为关键的问题之一。由于跨国药品流通涉及不同国家的医药监管体系, 如何确保药品在跨境流通过程中的质量安全成为摆在企业和监管部门面前的首要问题。其次, 法律法规的不同和物流配送的复杂性也是跨境医药电商发展中需要解决的难题。不同国家对医药产品的法律法规有着严格而复杂的要求, 企业在进行跨境交易时必须充分了解并遵守相关法律法规, 避免违规操作。此外, 跨境物流的高成本和长配送周期也限制了跨境医药电商的服务效率和用户体验。

总而言之, 我国跨境医药电商正处于快速发展阶段, 既面临诸多挑战, 也拥有巨大的发展机遇。未来, 随着相关政策的进一步完善和技术的不断创新, 跨境医药电商有望成为我国医药行业国际化发展的重要推动力。

4. 我国跨境医药电商的应用环境和主要发展模式

4.1. 我国跨境医药电商的发展环境分析

4.1.1. 跨境医药电商的发展政策渐趋宽松

我国政府一直推动医药跨境电商发展, 并出台了一系列相关政策和法规, 包括《跨境电子商务综合试验区外贸政策措施》《跨境电商综合试验区综合政策措施》等, 为跨境医药电商提供了政策支持和优惠政策, 促进了行业的发展。

《北京市跨境电商销售医药产品试点工作实施方案》于2019年12月30日公布, 北京医药产品跨境

电商销售试点政策得到了国家药品监督管理局的批准，首次为我国药品的 B2C 进口打开了一条合法、规范的通道。2021 年 5 月，河南被批准为国家唯一的跨境电商“进口药试点”，并于 2022 年 4 月 11 日在跨境电商平台上进行了第一笔跨境电商的交易，正式开启了跨境电商的试点工作。2021 年 7 月，国务院办公厅印发《加快发展外贸新业态新模式的意见》，其中明确指出，“稳定推进以电子商务为基础的医药进口试点”。《关于推进自由贸易试验区贸易投资便利化改革创新若干措施的通知》在 2021 年 9 月 4 日发布，明确指出：“在符合条件的自贸区内，可以在自贸区内开展部分药品及医疗器械的跨境电商进口业务。”

4.1.2. 跨境医药电商需求日益增长

生活水平的提高使得人民群众更加重视医药健康，医疗保健产品需求量越来越大。跨境电商给消费者带来更方便快捷的购药方式和优质医药产品需求。在互联网时代来临之际，网购成了人们消费的主要方式。据艾媒咨询统计，2020 年“双十一”期间海外营养保健类产品采购海淘用户数量最多，达到 32.4%，美容彩妆产品次之，占比 28.7%，汽车用品采购比较少，占比 11.1%。由此可见，随着人们生活水平的不断提高，消费者对健康方面的要求也更高，这就增大了对海外医药产品的需求。根据亚马逊 2020 年度我国海外采购数据显示，个护健康类别的销售额位居产品品类第二，个护健康又细分为维生素与膳食补充品、运动营养品、医疗用品与装备以及婴幼儿护理等。

4.1.3. 跨境医药电商数字化转型不断深入

随着数字化技术的不断发展，包括互联网、大数据、人工智能等在医药行业的应用不断推进，跨境医药电商可以借助这些技术实现更加高效的物流管理、智能化的供应链管理、精细化的市场定位等，提升了行业的发展速度和效率。

具体表现如下：一是医药物流的数字化升级：随着人们对医药跨境电商的追捧，医药物流面临着挑战。为了解决这些问题，许多医药跨境电商开始探索数字化物流方案，采用智能化、自动化的仓储和配送系统，提高物流效率。二是数据分析和人工智能技术的应用：跨境医药电商平台开始采用数据分析和人工智能技术，对用户需求和行为进行分析，优化产品和服务。比如通过分析消费者购物行为、搜索习惯等因素，医药跨境电商能够推出更加符合消费者需求的商品与服务。

4.1.4. 跨境医药电商供应链优化

跨境医药电商可以通过优化供应链，实现全球范围内的药品采购和物流配送，从而获得更加丰富和多样化的药品资源，提供更加多样化和满足个性化需求的药品选择，满足了消费者对个性化医疗保健产品的需求。

4.2. 我国跨境医药电商发展的主要模式

国内常见医药电商模式有 B2B 模式、B2C 模式和 O2O 模式。国内医药 B2B 电商平台数量较多，产业竞争也十分激烈。鉴于医药流通行业的巨大市场空间，各大互联网巨头、医药制造企业、第三方物流企业等均在积极拓展药品流通业务、进军药品销售及物流领域[10]。在 O2O 模式和 B2C 模式的支持，以及疫情推动下，2021 年上半年，互联网业务实现销售收入高达 5.05 亿元，其中 O2O 销售收入占比 67.02%，同比增长 140%；B2C 销售收入占比 32.98%，同比增长 40.55% [11]。近年来这三种主要的发展模式在促进我国医药电商事业发展过程中发挥着巨大作用。关于跨境医药电商的发展模式，由于医药属于特殊的商品，其开展跨境电商贸易受诸多政策法规的限制。

疫情开始前，在跨境模式上，以海淘和跨境直邮模式主导。新冠疫情的爆发，使得海淘等传统的跨境医药电商贸易发展放缓，当前，在政府政策的支持和引导下，我国跨境医药电商的发展模式主要以 B2C

模式和 BBC 模式为主。

4.2.1. 跨境直邮模式

跨境直邮模式是指通过电商平台进行医药产品的国际贸易，将产品直接从境外直接至消费者所在的国家或地区。在药品结构上，主要以安全性高、用药风险低的外用药为主，大多都是中国用户熟悉且热衷购买的日本、香港品牌。除此之外，各大电商平台还开通了海外直邮服务，此举有利于推动海外药品采购。在疫情期间，中医药产品在国外电商平台销售十分火热，供不应求。一些疗效好、口碑好的中成药也在平台建立网络店铺进行销售。中医药借助跨境电商的便利性，大大地缩减中医药出口的繁复程序，而且直邮模式只涉及终端发货，销售并不进入实体销售环节，有效避开了中医药出口销售壁垒[12]。

4.2.2. B2C (Business-to-Consumer)模式

B2C 模式是指医药企业将医药商品通过其自有或者第三方平台直接出售给终端消费者。在 B2C 模式中，消费者可以通过在线商城、电商平台等途径购买跨境医药商品，并通过国际物流渠道将商品从境外运送至目的国家或地区。目前，国内主要的跨境医药电商平台有天猫国际、京东健康、1 药网等。

4.2.3. BBC (保税仓)模式

保税仓模式是指在跨境医药电商运营中，使用保税仓库作为存储和分销中心，以实现商品的快速通关和合规性，并提供高效的订单处理和物流服务。在这一模式下，跨境电商先将海外商品以批量报关的方式存入海关特殊监管区域内的保税仓，由海关实施电子账册管理。境内消费者下单购买后，商品再从保税仓发出，最快 1 至 3 天即可送达消费者。

5. “天猫国际” 跨境医药电商平台发展模式探析

“天猫国际”是我国目前发展较为成熟的跨境医药电商平台，其发展模式为 B2C 模式，本章“天猫国际”这一跨境医药电商平台为例，具体分析我国医药跨境电商主要发展模式“B2C 模式”的基本特点，并讨论其发展的挑战与机遇。

5.1. “天猫国际” 发展模式的基本特点

“天猫国际”平台是阿里巴巴集团旗下的一家跨境电商平台，专门为中国消费者提供海外商品的购买渠道，“天猫国际”销售的产品种类非常丰富，包括美妆护肤品、母婴用品、服饰鞋包、食品保健等。“天猫国际”还开设了医药专区，为消费者提供境外医药产品的购买渠道。目前，该平台已汇聚了强生，拜耳，赛诺菲，利洁时等世界著名医药公司。宝洁等公司拥有多个 OTC 药品牌，并与其他公司进行了广泛的合作，包括亚洲，澳洲，欧美等国家。

“天猫国际”主要提供跨境医药 B2C 交易服务，研究发现，“天猫国际”目前尚未涉足 B2B、O2O 等其他模式，其属于较为典型的第三方跨境医药 B2C 模式。“天猫国际”这一跨境医药电商平台的发展模式有如下特点：

第一，广泛的国际合作网络。“天猫国际”与世界著名医药品牌和供应商建立了广泛的合作，包括强生、拜耳、赛诺菲等，确保了平台上销售的医药产品种类丰富、质量可靠。第二，严格的质量控制和合规性。“天猫国际”严格遵守中国的法律法规，与相关监管机构紧密合作，确保所有进口医药产品均符合国内法律法规和质量标准。第三，完善的物流和配送系统。通过与多个物流合作伙伴合作，“天猫国际”能够确保医药产品的安全、快速地运送到消费者手中，特别是对于需要特殊存储条件的医药产品，提供了温度控制和防伪包装等服务。第四，全面的售后服务。“天猫国际”为消费者提供良好的售后服务，包括退货退款、咨询解答等，确保消费者的权益得到保护。

5.2. “天猫国际”面临的挑战与机遇

然而，即便拥有如此多的优势，天猫国际在跨境医药电商领域仍面临着诸多挑战。首先，监管和合规要求问题是其面临的首要挑战，随着跨境电商政策的不断变化，平台需要不断适应新的法律法规要求，以确保所有医药产品的合规性。其次，物流和供应链管理以及市场竞争压力也不容忽视，跨境物流的复杂性和成本较高，特别是对于需要特殊储存条件的医药产品，物流配送面临更大的挑战。随着越来越多的跨境电商平台的出现，市场竞争日趋激烈，如何保持品牌竞争力成为一个挑战。最后，消费者信任建设也是制约其发展的关键因素，对于跨境购买的医药产品，消费者可能会有质量和安全方面的担忧，建立和维护消费者的信任至关重要。

随着国内消费者对优质医药产品需求的持续增长，跨境医药电商市场迎来了前所未有的发展机遇。消费者对高标准医疗产品的追求推动了市场的扩大，预示着这一领域具有广阔的成长空间。为了支持这一发展趋势，国家政策也做出了积极响应，通过简化进出口流程、提供税收优惠等措施，为跨境医药电商创造了一个更加有利的外部环境。这些政策的支持极大地促进了行业的健康和快速发展。

此外，数字化转型和技术创新的浪潮也为跨境医药电商开辟了新的道路。通过大数据、人工智能等先进技术的应用，企业能够优化供应链管理，提升用户购物体验，同时探索和开拓新的市场机会。这些技术不仅增强了跨境电商平台的运营效率，也为消费者提供了更加便捷和安全的购物环境。

进一步地，全球医药市场的日益一体化也为跨境医药电商提供了丰富的国际合作机会。通过与全球医药企业的合作，可以引入更多优质的医药产品，满足国内消费者多样化的需求。这种国际合作不仅能够丰富商品种类，还有助于提升整个行业的服务标准和产品质量，从而推动跨境医药电商行业的长远发展。

6. 结论与政策建议

本文深入探讨了中国跨境医药电商的发展现状、模式、挑战与机遇。通过对“天猫国际”等平台的分析，我们发现跨境医药电商在提供国际医药产品、优化消费者购药体验、推动行业数字化转型等方面展现出巨大潜力。然而，监管合规性的挑战、物流配送的效率问题、以及消费者对跨境医药产品安全性和有效性的担忧是制约其发展的主要障碍。

跨境医药电商的发展不仅对提高国内医药供应的多样性和可及性具有积极意义，还有助于促进全球医药市场的一体化和医药行业的国际交流合作。随着技术的进步和政策环境的优化，跨境医药电商有望成为推动中国医药行业国际化发展的重要力量。

为促进跨境医药电商的健康发展，本文提出如下建议：

- 1) 加强监管框架的建设与完善：政府应进一步完善跨境医药电商的法律法规体系，明确监管要求，加强对跨境医药产品的质量安全监管，建立健全的跨境医药电商信用体系，保障消费者权益。
- 2) 优化跨境物流配送体系：推动物流基础设施建设，简化清关程序，提高跨境物流效率和降低成本。支持建立跨境医药电商物流信息平台，实现信息共享，提高物流配送的透明度和可追溯性。
- 3) 推动技术创新与应用：鼓励和支持跨境医药电商企业利用大数据、云计算、人工智能等先进技术，提升服务水平，优化用户体验。支持企业开展国际合作，引进国外先进技术和管理经验。
- 4) 促进国际交流与合作：政府应积极与其他国家和地区的医药监管机构进行交流合作，推动建立国际医药电商交流合作机制，共同制定国际医药电商标准和规范，促进医药贸易的便利化。

通过实施上述政策建议，可以有效促进中国跨境医药电商的健康发展，加速医药行业的国际化进程，为消费者提供更多、更好、更安全的医药产品和服务，促进全球医药产业的共同发展。

参考文献

- [1] 齐世杰. 药品网销在传统 B2C 电商运行模式下的问题与对策[J]. 价值工程, 2014, 33(25): 167-168.
- [2] 翟运开, 张然, 李颖超, 孙东旭, 李思琪, 赵杰. 基于顾客感知的 B2C 医药电商服务质量研究[J]. 中国卫生事业管理, 2021, 38(3): 164-167+187.
- [3] 郝岚. B2B 的风口[J]. 中国药店, 2016(5): 4.
- [4] 高弘杨. 医药 B2B, 潮头涌动[J]. 中国药店, 2021(5): 34-37.
- [5] 张小广. 我国医药电子商务应用模式研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 湖北工业大学, 2017.
- [6] 梁枢, 王益民. “互联网+”视域下体育制造业供给侧改革研究——O2O 商业模式的开发与应用[J]. 体育与科学, 2016(4): 36-41.
- [7] 尹萌. 医药跨境电子商务公共平台探讨[J]. 电子商务, 2016(10): 27-28.
- [8] 陈利辉, 石巧玲. 跨境医药电商破冰之旅——以北京试点为例[J]. 海峡科技与产业, 2020(9): 72-74.
- [9] 黄梦琴, 谈在祥. 跨境电商零售进口药品的问题与对策研究[J]. 卫生经济研究, 2022, 39(7): 49-52.
- [10] 周玉涛. B2C 向左, O2O 向右 2021 年中国药店医药电商发展报告[J]. 中国药店, 2022(4): 94-99.
- [11] 刘洋, 邱玲. 区块链技术下跨境电商“信任”鸿沟问题的解决机制[J]. 商业经济研究, 2020(7): 150-153.
- [12] 田娟, 黄雪娇, 刘玉英. “一带一路”倡议下中医药出口开展跨境电商的机遇、挑战及实现路径[J]. 商业经济, 2021(6): 85-86, 180.