

国贸专业 2015-2016 年学年论文

摘 要

尽管跨境电商发展存在诸多问题,但近年来跨境电商占中国进出口总额比例逐渐增高、增速强劲,拉动着我国外贸增长、优化调整外贸结构、扩展出口企业的生存空间。通过分析跨境电商发展中存在的优势、劣势、机会、威胁,我认为我国跨境电商在市场基础、国内电商平台建设中占有优势,但在生产企业品牌意识和第三方平台国际服务的提供上存在劣势。在国际间经济合作加强、国家政策利好的环境下,虽有国外生产企业和第三方服务企业的竞争威胁,但外部机遇仍然大于挑战。基于此,从政府、第三方平台和出口企业的层面提出发展跨境

电商的相关对策重点在于企业自身应提高产品质量，走品牌化经营道路，借助第三方平台发展跨境电商，最终做大做强，实现自营跨境电商。

关键词：跨境电商；SWOT分析；第三方平台；大数据

Abstract

Although the development of cross —boarder electronic commerce exists many problems, the ratio of cross —boarder electronic commerce accounted for China's total import and export has increased strongly. Cross —boarder electronic commerce can stimulate China's foreign trade growth, optimize the adjustment of trade structure and expand of export enterprises living space. Through the analysis of the advantages, disadvantages, opportunities and threats in the development of cross —boarder electronic commerce, it is believed that China's cross —boarder electronic commerce has an advantage in the construction of the market and the domestic electronic business platform, but disadvantage still exists in the production enterprise brand awareness and the third party platform international service. With the international economic cooperation and strengthening the national policy of good environment, although there are foreign manufacturers and third-party service enterprises competitive threat, external opportunities are still greater than the challenge. Based on this, from the level of the government, third-party platform and export enterprises, we should improve the quality to production, branding as management method, develop cross —boarder electronic commerce with the support from third party platform and, finally, become big and strong, achieving self-manage cross —boarder electronic commerce.

Keyword: C_{ross} —boarder electronic commerce; SWOT analysis; Third party platform; Big data

目 录

一、引言.....-1-

 （一）研究背景与意义.....-1-

 （二）文献综述.....-1-

二、跨境电商概述.....-2-

 （一）跨境电商发展的背景.....-2-

 （二）跨境电商发展的现状.....-2-

 （三）规模.....-2-

三、跨境电商对我国发展的作用.....

.....

-4-

四、跨境电商发展的 SWOT 分析.....

.....

-5-

（一）S—— 优 势 分 析.....

.....

..... -5-

（二）W—— 劣 势 分 析.....

.....

..... -6-

（三）O—— 机 会 分 析.....

.....

..... -6-

（四）T—— 威 胁 分 析.....

.....

..... -7-

五、跨境电商发展的对策建议.....

.....

..... -8-

（一）国

1.2Literature	
review.....	
..... -1-	
2.Summary of Cross-board electronic	
business.....-2-	
2.1The background of	
development.....-2-	
2.2The status of	
development.....	
... -2-	
2.3Size.....	
..... -2-	
3.The benefits of cross-board electronic	
business.....-4-	
4.The SWOT analysis of cross-board electronic	
business.....-5-	
4.1Strength	
analysis.....	
..... -5-	
4.2Weakness	
analysis.....	
..... -6-	

4.3Opportunity	
analysis.....	
.....	-6-
4.4Threaten	
analysis.....	
.....	-7-
5.Advice.....	
.....	-8-
5.1Country.....	
.....	-8-
5.2Supervising.....	
.....	-8-
5.3Service.....	
.....	-9-
6.References.....	
.....	-9-

一、引言

（一）研究背景与意义

改革开放以来，我国的经济实力不断提升。在突飞猛进发展的国际贸易结构

中，跨境电商正成为一股不可小觑的新兴力量迅猛发展。“跨境电商是指分属不同关境的个人或企业，通过互联网及其相关信息平台实现的交易，在支付平台实行支付计算，使用跨境物流运送货物、完成交易的一种国际贸易活动。”

自从 1999 年我国进入跨境电商 1.0 阶段起，我国跨境电商得到的长足的发展。据《2016-2017 中国跨境电商市场研究报告》的数据显示，2016 年中国进出口跨境电商整体交易规模达到 6.3 万亿。跨境电子商务已经进入高速增长期，中国成为全球跨境电商中心之一。飞速发展的网络时代刺激形成新的商业模式，最终实现经济的新增长点。同时，电子商务的快速成长对传统商业的市场冲击是强大的，影响也是显著的，传统商业企业不得不正视这样的转变，被迫向电子商务领域转型。

经济全球化的发展无法限制世界各国对资本的跨境流动，电子商务的普及和发展让信息获取的成本大大降低了，跨境电子商务为我国传统行业进入国际市场搭建了桥梁。

（二）文献综述

中国学者也对跨境电商提出了发展策略，大家对我国跨境电商有不尽相同的看法。

杨坚争、于露（2014）认为，我国大部分企业在进行跨境电商时会优先使用第三方平台，而影响平台使用效果的因素按重要程度分别是网络运用程度、支付条件、通关条件、法律规范、跨国物流等因子，目前我国的跨境电商发展也多受制于上述因素。

张夏恒（2016）侧重对物流业的分析，他认为阶段的跨境电子商务生态系统协同偏低，这与跨境电子商务尚处于发展的初期相匹配；跨境电商与跨境物流作

为两个重要物种,对跨境电子商务生态系统协同影响很大,需要加以重点剖析。在跨境电子商务生态系统中,跨境电商与跨境物流占据着重要地位,也是影响跨境电子商务生态系统协同的重要物种。跨境电商与跨境物流相伴共生,相互影响、相互促进。

唐峰(2015)侧重于对物流企业的竞争环境的分析,提出了差别化经营和成本领先的竞争战略。严圣阳对我国跨境电商支付现状和发展趋势进行分析,认为一站式跨境综合支付服务是非常必要的,支付方应与电商平台加强合作,延长产业链,从商品展示、货款结算、出口退税甚至更多相关的金融业务都进行参与,既可拓展自身业务,也可以为客户提供更好的服务支持。

吴春芬(2015)认为,针对跨境电商交易过程中产品不适合消费者需求及跨境电商特点的情况,外贸企业应了解跨境消费的特点,根据这些特点选择适合的产品,并从企业和政府方面入手大力扶持培育知名品牌,对产品结构进行合理调整。提出通过和高校及培训机构合作及利用高待遇的导向作用构建合理的跨境电商人才结构,使跨境交易人才结构适应跨境电商的发展,促进传统外贸企业转型。

从国内外研究现状可以看到,目前学者大多集中在某个特定领域对跨境电商进行研究,如支付层面、物流层面等等,本文尝试从行业整体发展层面,全面

探索发展过程中出现的问题并提出更加全面的结论和建议。

二、跨境电商概述

（一）跨境电商发展的背景

近年来，我国传统外贸发展速度放缓，跨境电子商务却保持了快速增长的态势。跨境电子商务服务业为跨境电子商务应用提供了各种专业服务，包括交易平台服务以及物流配送、电子支付、信用服务等。由于我国电子商务服务业已经初具规模，因此推动了跨境电子商务的快速发展。

（二）跨境电商发展的现状

1. 呈现规模巨大、增长快速的发展趋势。根据国家发改委的数据，2016 年我国跨境贸易的交易额达到 5.85 万亿元人民币，同比增长 28.2%；跨境网络零售交易额达到 1.25 万亿元人民币，占总交易规模的 21.4%。其中，跨境电子商务的零售进口额达 3060 亿元人民币，出口额达 9440 亿元人民币。此外，中国海淘用户达到 4100 万，增速为 78.3%。中国跨境电商的发展呈现出规模巨大，增速明显的态势。

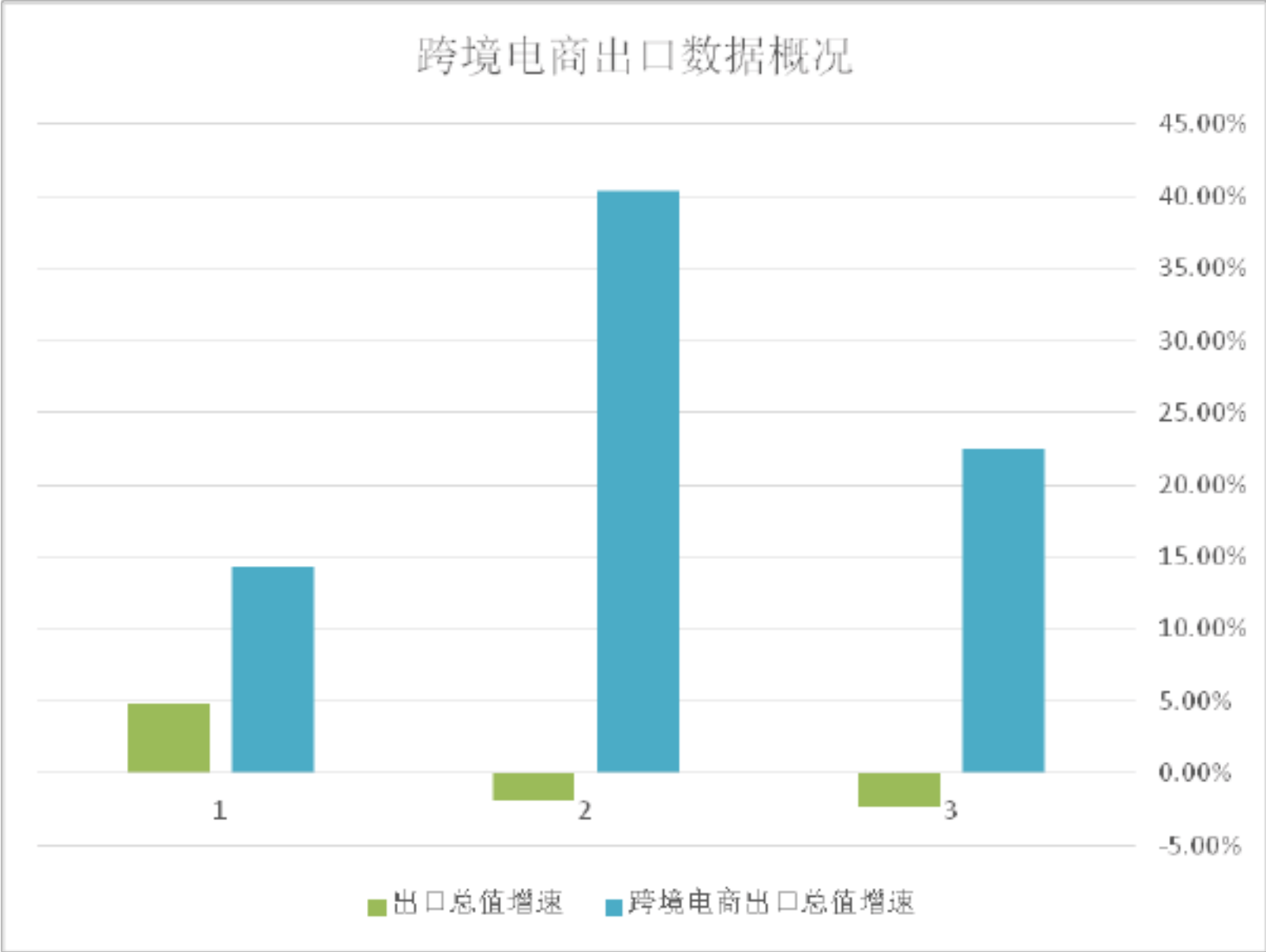
阿里巴巴 2017 年全年国际零售业务收入 73.36 亿元，同比 2016 年的 22.04 亿元增长了 233%，阿里巴巴中国零售平台全年 GMV 达到 3.767 万亿元人民币，较 2016 财年增长了 22%，中国零售平台年度活跃买家增至 4.54 亿，移动端月度活跃用户高达 5.07 亿。大量入场的买家数量为跨境电商的持续发展创造了可能性，形成了跨境电商交易继续扩大的上行动力。

2. 出现主体落后、配套不良的发展瓶颈中小企业作为跨境电商的经营主体，

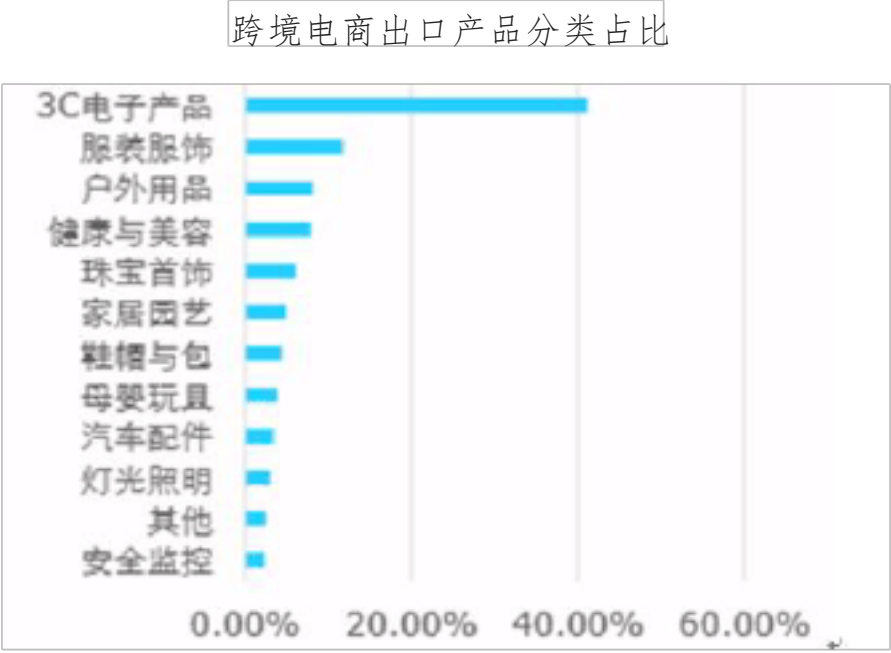
新兴的跨境电商模式不敢做、不会做。海关、税务等监管部门缺乏顺畅的信息沟通和具体的执行规则，在跨境电商货物通关、退税等方面存在制约；国际支付、物流等贸易服务欠缺必要的国际化和便利化支撑；现今应用于国际电子商务贸易的法律不健全，我国相关法律制度的制定更是远远滞后于信息产业的发展，亟需制定一些相应的法律法规，以解决电子商务上发生的各种纠纷。这些都是制约跨境电商发展的重要因素。

(三) 规模

1. 根据海关总署统计的数据显示,2016 年中国出口总额 13.8 万亿元,比 2015 年要降低 2.27%, 连续两年出现了缓慢降低的趋势。但是根据中国国际电子商务中心检测数据显示, 2016 年跨境出口电商增速能达到 22.5%, 继续保持着高速增长。在 2015 年跨境出口 B2B 增速达到 30%, 逐渐成为拉动我国进出口贸易的主要力量。



2. 就产品种类来看，3C 类电子产品受欢迎度远高于其他产品，其中以低价手机、手机配件、平板电脑、电脑配件等性价比较高的产品为主；服装服饰也借助价格和品类优势受到了广泛的欢迎。从业务模式来看，B2B 仍旧是当前业务的主导模式，主要原因是传统贸易下我国本土生产商未能塑造出自身品牌的国际影响力，而更多的是以国际品牌代工厂的身份出现，但随着互联网、电子商务的发展以及产品质量和服务的提升，国外消费者对国内品牌的认可度逐步提高，加之跨境电商积极的营销策略，未来B2C 份额有望得到进一步提高。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/128032133103006137>