

“一带一路”背景下苏州市跨境电商出口 企业发展对策探究

邹瑞 倪琳 万晨霖¹

(苏州大学 应用技术学院, 江苏 苏州 215325)

【摘要】: 通过对苏州市跨境电商企业的发展现状的研究, 剖析苏州市跨境电商企业发展存在的问题, 探寻可行的方法和策略。为更好的发展, 企业应当积极和当地高校进行合作, 加快培养相关专业人才, 同时也应当注重强化自身品牌意识, 积极推动品牌出海, 优化品牌营销方案, 发挥地方产业集聚优势; 平台与政府合力打造适用于买卖双方的信用保障体系, 提升交易的可靠性; 政府、平台、企业三者共同努力建设海外仓库, 提高配送效率, 改善海外消费者购物体验, 为加快苏州跨境电商企业发展打下坚实基础。

【关键词】: “一带一路” 跨境电商 发展对策

【中图分类号】: F74 **【文献标识码】:** A

0 引言

“一带一路”倡议的提出, 极大促进了沿线国家之间的合作交流, 对我国跨境电商的发展具有重要意义。在该倡议的推动下, 沿线许多国家政府积极响应, 纷纷与我国进行合作, 大力推动基础设施建设, 改善贸易环境, 拓宽了跨境电商企业在“一带一路”沿线国家的发展空间。从表 1 中可以看到, 我国跨境电商的交易规模呈现不断扩大的趋势, 占进出口交易的总比重从 2013 年的 9.3% 增加到 2018 年的 25.2%, 约占进出口贸易总规模的四分之一, 数据实为喜人。在当前传统外贸规模增速缓慢的情况下, 跨境电商模式逐渐成为传统贸易企业发展的新方向。

表 1 2013-2018 年我国进出口贸易及跨境电商交易规模 单位: 万亿元人民币

年份	进出口交易规模	跨境电商交易规模
2013	25.8	2.4
2014	29.1	3.3
2015	26.8	4.5
2016	24.9	5.5

¹**基金项目:** 本文为江苏省大学生创新创业训练计划项目(201813984007Y)阶段性研究成果。

作者简介: 邹瑞, 苏州大学应用技术学院; 倪琳, 女, 江苏无锡人, 硕士, 苏州大学应用技术学院副教授; 研究方向: 外贸商务(通讯作者); 万晨霖, 苏州大学应用技术学院。

2017	27.8	6.3
2018	30.5	7.9

1 苏州市跨境电商企业发展概况

自 2016 年苏州获批跨境电商综合试验区以来,苏州综试区将发展跨境电商 B2B 出口作为业务发展的重中之重,鼓励引导本地制造业企业和传统外贸企业通过综试区线上综合服务平台 B2B 出口申报通道报关报检,确定了首批 115 家重点企业、15 个重点项目,苏州综试区打通线上综合服务平台 B2B 出口通道促进 B2B 出口等方面的经验做法获得商务部等 14 个部门复制推广。2018 年跨境电商综试区线上综合服务平台 B2B 出口数据累计超 157 亿元,网购保税进口突破 29 万票,金额超 968 万美元,9610 模式 B2C 出口超 195 万美元,B2C 直购进口 126 万美元,成绩显著。

2 苏州市跨境电商发展存在的问题

2.1 复合型跨境电商人才较为匮乏

苏州坐落于中国的长三角发达地带,是“21 世纪海上丝绸之路”的重要节点城市和跨境电商示范城市,具有优越的地理位置和政策优势,但是在对口跨境电商人才方面严重缺乏。由于苏州市当前仅有 24 所高等院校,其中仅有一所“211 工程”重点建设高校——苏州大学,且当前苏州跨境电商仍以中小企业为主,规模小、实力弱、薪资低,难以吸引高端复合型跨境电商人才。

2.2 品牌意识薄弱

近年来,苏州跨境电商贸易发展迅猛,但是大多数中小型企业,由于不注重培养品牌营销方面的人才,仍然使用一些传统的销售手段,在开拓市场和稳定市场中打价格战,重视眼前利益,不注重品牌价值,欠缺品牌规划意识,长期来看,产品利润只会越来越少,无法稳定生存,进而导致企业竞争力下降。

2.3 跨境物流发展不佳

跨境电商相对于传统外贸,其订单具体表现为小额化、碎片化、数量多等特点。据统计,目前苏州大部分跨境电商企业的商品大多通过第三方物流运输,企业主要使用的国内快递为中国邮政,虽然其通关速度相对较快,但是在运输途中往往会花费大量时间,较大程度上地影响了消费者的购物体验;相比较而言,国外的快递运输时效较短,运送质量高,用户的购物体验好,但是物流费用高,占商品价值比重大,降低了商品的利润空间。随着消费者对购物体验的要求越来越高,跨境物流的时效性逐渐成为抑制跨境电商企业健康发展的一大因素。

2.4 交易信用保障程度难以得到保障

由于跨境电商发展迅速,而相关的法律法规的建设却相对滞后,完善相关法律法规,在消费者权益保护、隐私保护、争端解决机制等方面,缺乏明确的法律法规保护;其次,管理模式较为单一,目前的管理模式仅仅是由平台进行买卖双方的监管,缺少具有一定公信力的第三方信用保障体系。尤其是处于跨境电商层面,地域的政治经济文化差异较大,很多国外消费者不了解我国的有关法律,当自身合法权益受损时,大多只能通过相关跨境电商平台进行反馈申诉,长此以往,对苏州当地的跨境电商发展来说,损害颇大。

2.5 跨境市场竞争激烈、推广困难

虽然“一带一路”沿线的国家具有很大的市场前景,但是由于这些国家之间的互联网普及程度、基础设施建设水平参差不齐,不同地区的文化差异较大,给跨境电商平台和企业的推广带来了不少的困扰。大部分苏州跨境电商企业在贸易过程中还是主要依托跨境电商平台来推广品牌,由此造成了产品同质化,品牌影响力弱等一系列问题,再加上其它地区企业的激烈竞争,最终导致企业的利润一低再低,企业想把贸易做大做强变得愈加困难。

3 苏州市跨境电商发展策略

3.1 学校与企业进行合作,加快培养相关专业人才

为尽快解决复合型跨境电商人才较为缺乏这一问题,苏州市政府应尽快推动本地高校、电商企业、物流企业等多方联盟,结合企业对所需人才岗位的要求和标准,共同制定培养计划,采用岗位外包、培训移植等模式,最终,为企业提供一批熟悉产品,掌握服务运营,供应链与物流,网络营销,法律法规的综合型技术人才,增强苏州跨境电商企业的竞争力。

3.2 提升企业品牌意识,鼓励品牌出海

为使得苏州市跨境电商企业竞争力进一步得到提升,尽快达成“互联网+中国制造 2025+自主品牌国际化”的目标,苏州政府应该尽快引领本地跨境电商企业打造具有本土特色的品牌,实现从普通品牌到本土特色品牌的重要转变,并为出海品牌提供一定的资金和政策支持,减轻其在海外拓展时面临的压力。企业也应当尽快调整品牌价值认知,提炼品牌核心价值,培养更多品牌营销相关的人才,加大资金投入研发新产品,不断的提高产品的附加价值。

3.3 政府牵线跨境电商企业和平台共同建设海外仓库

政府应当联合物流公司、企业、跨境电商平台,在商品销售量高的国家(地区)自行投资建设或与当地物流企业合作共同建设海外仓库。海外仓这一新的物流模式,能够给买方和卖方带来很多的好处。在申请退换货服务时,不用再像以往一样通过二次清关、商检等环节,从而极大提升消费者购物体验,帮助企业提升消费者重复购买率。对于平台和卖家来说,便捷的物流服务不仅可以提升消费者黏性,而且会在一定程度上提升跨境电商平台和企业的知名度,扩大市场份额,建立物流海外仓的意义之重大不言而喻。

3.4 建立适用于买卖双方的信用保障体系,提升交易的可靠性

政府应当利用自身职能,完善跨境电商法律的信用体系,充分发挥云计算、大数据和物联网等新兴技术的作用加强监管,对侵犯知识产权、欺诈、销售伪劣产品等不诚信行为进行严厉处罚,完善企业的信用评级制度。建立综合信息平台,联合第三方机构和政府部门对信息数据库进行规范。对平台来说,提高平台准入门槛,增加投入,逐渐完善平台的信用评级标准。企业方面,建立内部客户信息管理系统,对客户的信用进行评估,谨慎交易,规避风险。政府、平台、企业相互合作,为苏州构建更加健康的跨境电商氛围而努力。

3.5 优化营销方案,发挥地方产业集聚优势

以制造业作为支柱型产业的苏州,在多年的发展之下,拥有丰富的产品制造经验。面对竞争激烈的国内外市场,加快产业转型,通过多样化营销方式推广,将具有苏州本土特色的产品销往全球。对政府来说,稳固传统支柱性产业的发展的同时也应当积极扶植新兴产业,充分发挥产业集聚优势。在企业方面,结合企业自身情况,利用各大社交网站、搜索引擎、电子邮件等方式进行线上

推广,吸引更多的流量。在国家和地方政府政策的大力支持下,苏州市跨境电商企业发展后劲十足,全力征战跨境市场。

参考文献:

[1]周芳,孙泽元.苏州跨境电商产业竞争力现状、问题及对策探析.商业经济研究,2017,(21).

[2]王妍.跨境电子商务贸易中政府作用的研究[D].苏州:苏州大学,2015.

[3]顾文瑾.苏州中小企业跨境电子商务出口的发展研究[D].苏州:苏州大学,2018.