

# 学科动态专题报道

2022 年第 1 期

总第 (67) 期

## 跨境电商专题

主办者：图书馆学科服务部

2022.01

为传播科学知识，促进业界交流，特编辑《学科动态专题报道》，仅供个人学习、研究使用。

# 前言

跨境电商(Cross-border E-commerce)是指不同关境的交易主体,通过网络进行交易、进行网上支付,并采用行邮的方式将商品送达消费者手中的一个完整的交易过程。跨境电子商务作为一种技术基础,在推动经济一体化、贸易全球化等方面具有非常重要的战略意义。

图书馆作为科研人员的“耳目”和“助手”,在对经济贸易学院教师进行走访调研的基础上,确定了本期学科动态主题。特将国内外有关“跨境电商”的研究、发展动态等进行系统梳理,为广大科研人员提供研究参考资料。

本期学科动态主要分以下专栏:

《海外资讯》专栏的信息主要来源于福布斯、美国交通杂志、亚洲零售等。

《国内资讯》专栏信息主要来自新浪财经、网易、快资讯等网站,将国内关于跨境电商的最新报道呈现给大家,以供交流参考。

《国内分析报告》板块主要选取农业农村部、零壹智库、亿欧智库、艾瑞咨询中有关跨境电商的分析报告。

《国际分析报告》板块主要选取亚太经济社会委员会、美国 BTI 研究所等机构中有关跨境电商的分析报告。

《国家社科基金项目统计分析》版块主要对国家社科基金项目中跨境电商相关立项进行统计和分析,以便了解跨境电商领域课题研究动态。

《知识可视化分析》板块运用文献计量工具 Citespace,对目前跨境电商研究的发文趋势、研究热点、研究机构进行分析,以帮助科研人员快速了解该领域的研究发展现状和热点。

《资源获取门户网站》主要汇总“跨境电商”相关信息和资料的免费获取网站及门户。

《馆内图书》将我馆现有跨境电商相关图书进行展示。

# 目 录

<b>【海外资讯】</b> .....	1
SEKO Ecommerce 推出将主要的全球供应链与电子商务连接起来 1	
如何在供应链危机时期确保成功的国际电子商务.....	4
专访柬埔寨公司 CEO: RCEP 推动跨境电商, 缩小发展差距.....	6
2022 年跨境物流六大趋势.....	7
<b>【国内资讯】</b> .....	10
首个跨境电商海外仓国家标准正式启动.....	10
接近 40 万亿! 去年外贸数据出炉, 这些看点值得关注.....	11
天津机场物流开通快件出口跨境电商业务.....	13
农产品跨境电商规模扩大.....	14
<b>【国内分析报告】</b> .....	15
全国农产品跨境电子商务发展研究报告.....	15
2021 中国跨境电商发展报告.....	17
大戏刚刚启幕, 前方星辰大海——跨境电商行业专题报告.....	19
2021 年中国新跨境出口 B2B 电商行业研究报告.....	21
中国跨境出口 B2C 电商 2020-2021 年年度发展报告: 北美篇....	22
预见风险: 2021 跨境电商发展报告.....	24
2021 年中国跨境电商物流行业概览.....	26
2021 年中国跨境电商出口物流综合服务行业研究报告.....	27
<b>【国际分析报告】</b> .....	30

亚洲及太平洋地区跨境电子商务发展的若干问题.....	30
以新兴技术应对跨境电子商务挑战.....	32
制胜跨境电商.....	35
<b>【国家社科基金项目统计分析】</b> .....	37
“跨境电商”国家社科基金项目统计.....	37
“跨境电商”国家社科基金项目分析.....	37
<b>【知识可视化分析】</b> .....	40
模块一：年度发文趋势.....	40
模块二：研究热点分析.....	40
模块三：作者合作分析.....	44
模块四：机构分析.....	45
<b>【资源获取门户网站】</b> .....	46
<b>【馆内图书】</b> .....	47

## 【海外资讯】

### SEKO Ecommerce 推出将主要的全球供应链与电子商务连接起来

SEKO Logistics 正在利用其早期进入全球电子商务市场的优势，推出新的 SEKO 电子商务业务部门，将其国际跨境运输、全球履行、重量级最后一英里以及退货和再商务解决方案发展为数十亿美元——到 2025 年加上业务。

2020 年，全球电子商务市场增长了 24%，产生了 4.2 万亿美元的市场销售收入。预计 2021 年又是创纪录增长的一年，销售额将增至接近 4.9 万亿美元。SEKO Ecommerce 的推出反映了直接面向消费者 (DTC) 品牌的兴起，这些品牌利用 Shopify 等平台通过自己的渠道进行销售。SEKO 已预先集成到所有主要电子商务平台，包括 Shopify、Magento、Commerce Cloud 和 Demandware，允许更快的入职和无摩擦的实施，从而为客户加速全球增长。现有客户包括直接面向消费品牌的数字原生客户、转向电子商务的零售商、市场、商家、电子商务技术合作伙伴以及不断增长和多样化的电子商务市场中的更多客户。

SEKO Ecommerce 预计通过与通过多个渠道和市场销售的品牌合作实现快速增长，包括阿里巴巴、亚马逊、eBay、天猫、沃尔玛等，因为它继续建立将电子商务与主要供应链连接起来的全球物流提供商的声誉。

现在占 SEKO Logistics 年收入的 40%，SEKO 的电子商务业务在过去 12 个月中扩大了一倍以上，因为在 COVID 锁定期间在线消费者购买加速。SEKO 能够为首次进入电子商务市场的零售品牌、数字原生品牌、初创企业和现有在线商家提供快速的“即插即用”解决方案，从而推动了这一增长。

新业务部门由 SEKO 电子商务高级副总裁 David Emerson 领导。他于 2003 年加入 SEKO，成为 SEKO 英国的合伙人。在接受这一新的全球角色之前，他曾担任欧洲、中东和非洲地区销售副总裁，负责扩大 SEKO 在欧洲、亚洲和美洲之间的足迹。

Chris Zheng 还被提升为 SEKO 电子商务全球跨境高级副总裁。Chris 曾在 SEKO 于 2019 年收购 Air-City 时担任 Air-City 的执行副总裁，并在引领和

发展 SEKO 的跨境包裹解决方案(包括 T86 包裹清关和进入美国的最后一英里)方面发挥了重要作用。

SEKO 于 2011 年进入全球电子商务领域,成为日益全球化的电子商务履行市场的首批进入者之一,自 2013 年以来,通过有机增长和战略收购,其国际跨境包裹量迅速增长。SEKO 不断增长的市场份额得益于其单一平台技术解决方案和在中国大陆和香港、美国、澳大利亚和欧洲的 15 个区域电子商务履行中心 - 提供无缝进入主要电子商务市场的全球影响力。除了集成商和邮政运营商的运量外,SEKO 已经在美国入境电子商务包裹市场占有相当可观的份额。

SEKO Logistics 总裁兼首席执行官 James Gagne 表示:“就同比快速增长而言,COVID 的影响加速了全球电子商务市场已经发生的事情。”“SEKO Ecommerce 的推出通过将我们所有的电子商务解决方案整合到一个领导团队中,提高了我们满足这一需求的能力。SEKO 是 2011 年电子商务的早期采用者,接下来的发展使我们能够从一个角度看待市场,并使我们提供的产品全球化。电子商务渗透率在一夜之间大幅加速了五年。通过利用我们商业模式的可衡量优势,我们处于独特的发展位置,无论是有机增长还是通过收购。客户将把 SEKO Ecommerce 视为一个灵活、有创意和反应迅速的合作伙伴,以实现他们自己的全球增长雄心,同时为全球高速电子商务物流解决方案提供无缝部署。他们可以与我们一起构建解决方案,因为我们处于将全球供应链与电子商务连接的最前沿,我们将帮助他们快速、可持续地发展。”

SEKO Ecommerce 为客户提供四个核心解决方案:

SEKO Ecommerce 将继续主要与时尚、美容、化妆品、科技和生活方式客户合作,这些客户在 10 多年来一直引领着他们的电子商务增长——使他们能够处理国际订单和跟踪单个包裹在一个 SEKO 平台上。SEKO Ecommerce 还与其他聚合商和邮政运营商合作,以更好地促进全球国际电子商务包裹运输。在美国,SEKO 还将为更大的消费者购买增加服务。

- 国际电子商务运输和交付服务——包括针对美国跨境入境交付的第 321 条/第 86 类清关,以及在英国、欧盟、大中华区、澳大利亚和其他主要国际市场的专业海关管理和端到端解决方案。

- 全球电子商务履行——在 SEKO 自己的设施中,为客户提供对多个全球地

点的无摩擦可见性的集成,使客户能够通过多种渠道在世界各地部署可替代的库存。

- 全球包裹退货和再商务 -使用 SEKO 和集成合作伙伴的技术,结合 SEKO 设施和“中间一英里”解决方案,提供真正的端到端服务。

- 重量级电子商务运输和最后一英里交付——利用 SEKO 在美国的轻资产直接面向消费者的白手套交付解决方案,用于超大件交付,包括家具、电视和家居装饰产品。

新的业务部门将支持知识越来越丰富的电子商务零售商和商家,他们在选择电子商务合作伙伴时变得更加精明。

“对于很多品牌来说,使用集成商来移动他们的产品是他们刚开始时的‘简单按钮’,但我们的模式根本不同。集成商服务本质上是为规模而构建的,但规模并不总是客户想要的。他们需要像 SEKO 这样真正了解他们业务的合作伙伴的速度、可靠性、责任感和支持。价格点也很关键;一件 12 美元的连衣裙不需要 25 美元的运费,”大卫·艾默生说。

“SEKO 在国际电子商务方面具有很大优势,因为我们拥有自己的中间环节——空运——而我们的许多竞争对手都必须购买它。我们还通过对战略性地位于全球的全球履行中心的投资赢得了业务,并且所有这些都通过一个单一的技术平台连接起来。这最适合需要同地库存的客户。例如,如果一家公司需要在香港、墨尔本和洛杉矶的库存,那么可以提供帮助的公司并不多,而 SEKO Ecommerce 可以。

“随着许多传统电子商务市场进入邮件市场,这也适用于我们的商业模式,我们也看到了一个重要的机会,可以进入集成商的世界,从他们每个包裹的 6 亿个包裹中分得一杯羹一个月来美国。许多品牌都在质疑他们是否需要使用全关税、为期两天的服务。我们将为他们提供最适合其业务模式的选择,”全球跨境高级副总裁 Chris Zheng 补充道。

SEKO Ecommerce 预计将赢得更多合同,以从源头管理入境电子商务供应链,因为客户希望 SEKO 的单一技术平台提供更好的控制和可见性。“使用我们的端到端解决方案意味着客户将产品从亚洲转移到英国,例如,在产品落地前 28 天就能看到他们的产品。这使他们对他们可以销售的产品具有更大的可预测性,这

就是为什么我们的商业模式正在演变为工厂到消费者的模式，”艾默生补充道。

艾默生承认电子商务的发展正在鼓励更多的传统货运代理寻找进入市场的途径。他说：“电子商务的发展速度如此之快，所以很多货运代理现在都在跟风。客户只需要看看他们提供了什么，然后问：‘这是真的吗？合规吗？解决方案现在可用还是只是 Powerpoint？他们可以真正移动或储存您的包裹吗？自 2013 年以来，跨境包裹一直在 SEKO 的网络中移动，因此我们有能力与电子商务市场上最大和最雄心勃勃的参与者打交道。我们还有一个独特的机会，可以将我们的电子商务解决方案与 SEKO 的主要供应链产品连接起来，供希望快速实施和发展的公司使用。我们已经为这些客户对话做好了准备。”

编译自：

<https://ajot.com/news/seko-ecommerce-launch-connects-primary-global-supply-chain-to-ecommerce>

## 如何在供应链危机时期确保成功的国际电子商务

Logistyx Technologies 公司最近委托进行了一项关于消费者在线购买其他国家商品的意愿的调查。结果表明，57%的参与者都是网购者，他们在 2020 年 8 月至 2021 年 8 月期间至少从本国以外的公司进行一次网购。此外，43%的受访者表示他们因大流行而导致的在线购物使他们更有可能“考虑跨境电子商务购买”。

这与跨境电子商务的增长相吻合，从 2020 年 1 月 1 日到 6 月 14 日，与 2019 年同期相比增长了 21%。到 2022 年，跨境电子商务预计将占 22 实体产品电子商务出货量的百分比，比 2016 年高出 7 个百分点。

毫无疑问，全球大流行在促进跨境电子商务增长方面发挥了重要作用。不能去商店、电影院和餐馆的消费者转向电子商务来满足他们的消费需求。这种增加的使用量使他们对在线购买的过程和履行更加满意。

然而，由于持续的全球供应链危机，由于工人短缺和原材料缺乏等问题，产品制造商无法生产足够的供应来满足需求。再加上主要承运人的积压和旺季价格上涨以及司机短缺导致的运输能力问题，情况很快变得乌云密布。堆积如山的港口、导致延误和港口关闭的重大天气事件以及英国脱欧等国际事件的影响，零售

商在试图利用重大机遇时面临严重障碍。

那么，跨境电商零售商可以做些什么来增加他们的成功几率呢？首先，确保消息传递解决了不习惯下国际订单的消费者常见的危险信号。然后，通过这些产品的横截面来满足消费者的期望——酌情与产品相匹配——以完成销售。

制定明确的退货政策和策略。

一些零售商在包装箱中包含一个退货运输标签，其中预先选择了承运人和服务，这为客户节省了一步。其他人更喜欢客户发起的退货流程，其中公司代表通过电话验证和批准退货，选择合适的运营商和服务，并通过电子邮件发送标签。一些公司选择让客户保留产品，因为有时这样做比支付退货更便宜，同时还要让客户等待新的交付到达。最适合特定零售商的方法取决于产品、它们的位置和运输成本。但无论选择何种方式，都必须对消费者简单明了。

利用易于查看的订单跟踪。

尽管包裹跟踪已变得普遍，但仍有待改进。跟踪应在销售时开始。然后，应在产品创建或从仓库中挑选、正式发货和运输途中进行更新。还应提供预计的到达时间，特别是当客户必须在家才能收到它时。从销售到最终交付的全面视图让客户放心，并帮助他们调整到达预期。

采用多承运人运输战略，通过全球承运人网络为每个地区提供服务。

多承运人运输策略有助于减少因运力限制而造成的延误，通过提供灵活的服务和费率来降低价格，并通过提供即时更换承运人的能力来避免因运力过剩而产生的费用。挖掘最后一英里运输的替代选项，包括通常比大型国际承运人提供更快、更便宜的运输的本地和区域承运人。在可能的情况下，采用散货策略，将发往某个地区的订单合并到一个货物中。然后，从那里换成包裹递送，以减少文书工作和成本。

整理好你的文书工作。

港口以订单为后盾，争先恐后地迎头赶上。不同国家对海关文书工作的要求不同，进出口文书工作不正确会导致进一步放缓。由于积压，港口工人可能没有时间和兴趣解决错误，这意味着一些文件不正确的包裹可能永远不会离开海关仓库，因此永远不会到达消费者手中。在货物运出之前，双重和三重检查所有必要的文书工作是否有序。

通过采取这些措施，即使在全球供应链危机时期，电子商务零售商也可以利用越来越多愿意跨境购买商品的消费者。

编译自：

<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/12/13/how-to-ensure-successful-international-e-commerce-in-the-time-of-supply-chain-crises/?sh=56b70d2d2cbd>

## 专访柬埔寨公司 CEO：RCEP 推动跨境电商，缩小发展差距

柬埔寨在线市场 Smile Shop 的首席执行官兼创始人 Jack Lee 说，将于 2022 年 1 月 1 日生效的区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）将促进跨境电子商务，缩小发达国家与发达国家之间的发展差距。

RCEP 于 2020 年 11 月 15 日签署，是 10 个东盟成员国（文莱、柬埔寨、印度尼西亚、老挝、马来西亚、缅甸、菲律宾、新加坡、泰国和越南）与其自由贸易协定伙伴之间的大型自由贸易协定，即中国、日本、韩国、澳大利亚和新西兰。

该协议将在未来 20 年内取消签署国之间高达 90% 的商品贸易关税。

Lee 说，RCEP 将为包括柬埔寨在内的地区经济发展带来巨大机遇。

“RCEP 的实施将促使各国政府改善其内部投资环境，促进经济多元化，并提高后 COVID-19 大流行时代经济复苏的确定性和可靠性，”他表示，RCEP 还将敦促各国政府进一步透明化法律框架，保护投资者利益，吸引更多外资，实现经济发展目标。

Lee 补充说，该协议简化了通关程序，提高了通关效率，将带来贸易便利、跨境物流及时性和贸易成本降低。

“对于电子商务，RCEP 在电子认证和电子签名、消费者权益保护、关税、透明度、争议等方面做出了相关规定，这不仅将促进跨境电子商务的发展，而且极大地促进了柬埔寨当地电子业务的发展，” Lee 说，“例如，一项不对跨境电子商务征收关税的协议将对柬埔寨国内电子商务相关税收法规产生积极影响。”

Lee 说，RCEP 的实施带来的好处是巨大的，该协议将吸引更多的“风险资本”投资跨境电子商务。

“RCEP 还将有助于缩小发达国家与发展中国家之间的发展差距，并将在后

COVID-19 大流行时代促进自由贸易和经济全球化，”他说。

他相信，通过 RCEP，将会有更多的中国投资者来柬埔寨投资先进的物流系统、支付系统、电子商务系统等领域。

他补充说，中国可以更好地将部分产业转移到柬埔寨，实现中国产业的全球布局，柬埔寨也可以更好地参与全球分工。

Lee 说，RCEP 将为电子商务、支付系统、金融科技、数字人民币支付等领域带来合作机遇。

同时，他说他并不担心 RCEP 带来的激烈竞争，并援引协议第 15 章明确规定了缔约方之间经济技术合作的目标和合作范围。

编译自：

[http://www.china.org.cn/world/Off\\_the\\_Wire/2021-12/30/content\\_77961796.htm](http://www.china.org.cn/world/Off_the_Wire/2021-12/30/content_77961796.htm)

## 2022 年跨境物流六大趋势

回顾这一年，供应链和物流行业面临的挑战和环境比以往任何时候都更加受到关注。展望 2022 年，Nuvocargo 是美国/墨西哥贸易的第一家数字货运代理和报关行，以下是未来一年值得关注的一些主要趋势和优先事项。

**整个供应链的数据平台化和整合。**大流行推动了数字平台的采用，以降低摩擦以尝试新的解决方案，这些解决方案将推动从非正式和手动通信平台向专业产品的迁移，通过提供一个事实来源和更高的可见性，使他们的工作日更加“自动化”。根据合金技术公司的报告 Inc.，92% 的高管认为供应链可见性对成功很重要，只有 27% 的高管找到了实现这一目标的方法。这意味着，我们可能会看到从离散软件到管理特定用例（TMS 和仓库软件）到平台化和跨整个供应链的数据集成的转变，这将使运营更加顺畅，公司更具竞争力。为实现这一目标，区块链技术可用于将所有供应链组件集成到一个平台中，并在流程中提供更高的透明度。

**根据弹性和适应性审查供应商和供应商。**随着数字化变革物流行业并带来更高效的流程、信息交换和可见性，我们将看到该行业转变为根据技术能力和洞察力精心挑选合作伙伴。墨西哥的情况将很明显，因为新的税收法规正在迫使公司调整和优化其流程以符合要求。在没有经纪人技术基础设施的情况下直接与客

户打交道时，较小的运营商公司将难以遵守要求。每家物流公司的会计团队都将受到考验，而那些设法利用高效和自动化流程的会计团队将避免每批货物的准时合规危机。从那个角度，

**供应链区域化和近岸外包。**组织受到 COVID-19 供应链中断的影响，这导致公司寻找离家更近的供应商以降低成本并减少更复杂的物流或不确定性的影响。麦肯锡关于 冠状病毒对全球经济情绪影响的报告 表示 COVID-19 的不确定性不再是高管们最担心的经济问题。相反，他们认为供应链和通货膨胀的日益严重的影响是其公司和经济增长的最大威胁。“公司已经了解到敏捷、适应和巩固的重要性，以便能够在动荡和不可预测的环境中茁壮成长。这包括业务核心、技术实施、区域化、合作伙伴等的重组，” Nuvocargo 产品负责人 Anaid Chacón 说。“企业已经开始在其供应链上实施新战略，我们可以预期这些转变将在未来几年继续。”

**解决司机短缺问题的创新和技术解决方案。**延迟交货是多方面因素的累积。据 美国卡车运输协会 (ATA)称，为了跟上当前的经济需求，将有超过 100 万卡车司机加入该行业。到 2022 年，我们将看到该行业如何通过挖掘来自其他领域或人口统计数据的人才来满足这一需求，而这些人才此前在司机中的比例较低。2019 年 美国交通部报告 指出，目前 28% 的重型卡车驾驶劳动力将在未来十年达到 65 岁以上。这意味着该行业将不得不向年轻人和女性推广和提供更多福利，因为目前美国卡车司机的平均年龄为 48 岁。我们还可能会看到基于流程自动化或自助服务系统的解决方案，供客户处理这些劳动力短缺问题。由于大型运输线开始购买和测试效率和成本，自动驾驶卡车也在增加。

**供应链的创新融资解决方案。**持续为合作伙伴提供有助于为其运营融资和改善现金流的替代方案，将使各方在增加产能和保持供应链运转方面受益。“我们的数据收集和体验告诉了我们合作伙伴的痛点，他们的费用很高，在交付货物后 30 到 60 天就可以收到付款，并且经常需要高额费用的贷款才能继续运营，” Chacón 说。“如果我们希望继续加强和发展该行业，这是一个需要关注的全行业状况。融资是应对需求激增所需的现金流不可预测性的解决方案之一。”

**更环保的供应链。**物流和运输公司正在推动环保努力，以降低其供应链的侵入性或危害性。这可能包括具有先进能源管理系统的生态友好型仓库、气候智能

型供应链规划等。我们可以预期这些举措将随着时间的推移继续上升并变得更加复杂。

编译自：

<https://sccu.org/six-big-trends-in-cross-border-logistics-for-2022/>

## 【国内资讯】

### 首个跨境电商海外仓国家标准正式启动

近日,《跨境电子商务海外仓运营管理要求》国家标准启动会顺利召开。这是跨境电商海外仓领域的第一个国家标准,实现了零的突破。

2021年10月,国家标准化管理委员会下达2021年第三批推荐性国家标准计划及相关标准外文版计划的通知,《跨境电子商务海外仓运营管理要求》(计划号:20214345-T-469)推荐性国家标准被批准立项。

根据国标委意见,本项跨境电子商务海外仓运营管理要求国家标准进行双归口管理。全国物流标准化技术委员会作为第一技术归口单位,第二技术归口单位则是由全国电子商务质量管理标准化技术委员会担任。

商务部外贸司促进处副处长张睿指出,海外仓领域标准化建设意义很大,国家标准制订是复制推广海外仓好经验好做法的有效途径,因而要充分发挥国家标准的示范引领作用,在制订国家标准时要充分反应业态趋势和变化,具备行业的代表性、创新性和一定的前瞻性。

本次标准的主要起草单位之一,杭州跨境电子商务协会常务副会长、秘书长李星慧表示,作为全国首个跨境电商海外仓国家标准,该项标准的制订应具有创新性、挑战性、应用性,在扩展“跨境电商”“海外仓”定义、规范行业运营管理上发挥积极作用。

各参会企业也纷纷表示,愿意在标准制订环节贡献一份力量。

乐链科技创始人王薇认为,海外仓有卖家自建仓、平台仓、第三方公共仓,如何从不同性质的海外仓运营中总结出共性的标准,这是后期制定标准时的着重点。

杭州泛捷供应链管理有限公司董事长刘波表示,未来海外仓的服务也需要进一步优化和升级,除仓储或配送等基本服务外,更多例如退换货过程中售前与售后的增值服务正在逐步拓展。

目前,我国海外仓数量已超2000个,面积超1600万平方米,跨境电商领域国家、行业、地方、团体和企业标准共计40余项,但是其中海外仓相关的国家

标准仍是空白。

因此，本次跨境电子商务海外仓运营管理要求标准作为首个跨境电商海外仓相关的国家标准，将进一步丰富该领域国家标准的内容，为以后该领域标准的制订提供借鉴，也为推动海外仓等外贸新业态新模式的发展做好铺垫。

李星慧表示，下一步，浙江省标准化研究院与杭州跨境电子商务协会作为主要起草单位，将组织业内相关企业，继续推进全国范围内的调研工作，广泛征求各地区各领域专家意见建议，进一步提升标准的适用性和可操作性，为《跨境电子商务海外仓运营管理要求》国家标准顺利制订提供有力保障。

链接地址：

[https://www.360kuai.com/pc/924461a002e13602f?cota=3&kuai\\_so=1&refer\\_scene=s\\_o\\_3&sign=360\\_da20e874&tj\\_url=so\\_rec](https://www.360kuai.com/pc/924461a002e13602f?cota=3&kuai_so=1&refer_scene=s_o_3&sign=360_da20e874&tj_url=so_rec)

## 接近 40 万亿！去年外贸数据出炉，这些看点值得关注

2021 年首组年度经济数据出炉。

1 月 14 日，海关总署公布了 2021 年全年进出口情况。数据显示，2021 年，以人民币计，我国进出口总值接近 40 万亿关口，比 2020 年增长 21.4%。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文表示，以美元计，我国进出口规模达到了 6.05 万亿美元，在 2013 年首次达到 4 万亿美元的 8 年后，年内跨过 5 万亿、6 万亿美元两大台阶，达到了历史高点。

进一步看，与“一带一路”国家贸易规模提升对 2021 年外贸增长有重要贡献。我国对“一带一路”沿线国家进出口增长 23.6%，比整体增速高 2.2 个百分点。我国与“一带一路”沿线国家进出口总值占同期我国外贸总值的比重也提升至 29.7%。

从产品看，在上年高速增长的基础上，2021 年我国笔记本电脑、平板电脑、家用电器等宅经济相关产品出口合计又增长了 13.2%；医药材及药品出口增长 101.2%，有力支持了全球抗疫。

### 年度进出口规模再上新台阶

据海关统计，2021 年我国货物贸易进出口总值 39.1 万亿元人民币，比 2020 年增长 21.4%。其中，出口 21.73 万亿元，增长 21.2%；进口 17.37 万亿元，增

长 21.5%。以美元计，我国进出口规模达到了 6.05 万亿美元。

李魁文说，2021 年，我国外贸进出口实现了较快增长，年内突破 5 万亿、6 万亿美元两个关口，达到了历史高点。这一年的外贸增量达到了 1.4 万亿美元。2021 年，我国年度进出口规模再上新台阶。从产品看，在上年高增长的基础上，2021 年我国笔记本电脑、平板电脑、家用电器等宅经济相关产品出口合计又增长了 13.2%；医药材及药品出口增长 101.2%，有力支持了全球抗疫。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明对记者表示，2021 年中国货物贸易规模全球占比大概率进一步提高。

### 与“一带一路”沿线国家贸易贡献大

从主要贸易伙伴来看，2021 年，我国前五大贸易伙伴依次为东盟、欧盟、美国、日本和韩国，对上述贸易伙伴进出口分别为 5.67、5.35、4.88、2.4 和 2.34 万亿元，分别增长 19.7%、19.1%、20.2%、9.4%和 18.4%。

记者注意到，对比 2020 年，前五大贸易伙伴进出口总值占同期我国外贸总值的比重有所下降。而同期，我国对“一带一路”沿线国家进出口增长 23.6%，比整体增速高 2.2 个百分点。我国与“一带一路”沿线国家进出口总值占同期我国外贸总值的比重也提升至 29.7%。

白明表示，这体现了我国推进贸易市场多元化取得新进展。一方面体现在前五大贸易伙伴占比略降，另一方面还体现在扣除东盟外的其他“一带一路”沿线国家进出口总值增速高于整体水平。未来，我国与“一带一路”沿线国家贸易高速增长仍将持续。

“当然，也需要看到，我国与主要贸易伙伴进出口总值都取得了较快增长。”白明强调。

李魁文指出，2021 年是“一带一路”倡议提出 8 周年。这八年间，彼此产业链供应链合作更加密切，能源、农业、矿产等领域合作向好，民营企业也成为我国与“一带一路”沿线国家外贸的主力军。

数据显示，2021 年，中间产品占我国对“一带一路”沿线国家的出口比重为 56.2%，2021 年出口汽车零配件、纺织品、锂离子蓄电池分别增长 26.7%、14.1%和 50.4%。此外，2021 年我国自“一带一路”沿线国家进口原油 1.18 万亿元，增长 44%；农产品(6.250, -0.08, -1.26%)3265.5 亿元，增长 26.1%；金属矿砂 2127.7

亿元，增长 24.9%；天然气 1854.5 亿元，增长 38.9%。

### 跨境电商呈现蓬勃发展态势

2021 年，我国跨境电商出口同比增长 24.5%，市场采购出口增长 32.1%。

李魁文表示，跨境电商、市场采购等新业态新模式是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。我国促进外贸新业态新模式健康持续创新发展的政策措施效应持续显现。

具体来看，在跨境电商方面，B2B 出口试点全面铺开，“中欧班列”“集拼转口”等新模式融合发展。为助力跨境电商出口企业更好开拓国际市场，2021 年下半年，跨境电商 B2B 出口监管试点在全国海关正式复制推广，配套政策不断完善。

与此同时，“上合示范区—明斯克”“义新欧”“苏新欧”、合肥至德国汉堡、威廉港等跨境电商专列先后开通并常态化开行，实现了“中欧班列”与跨境电商模式融合。海关统计数据显示，2021 年我国跨境电商进出口 1.98 万亿元，增长 15%；其中出口 1.44 万亿元，增长 24.5%。

在市场采购方面，出口规模突破九千亿元。随着全国市场采购试点的扩大，2021 年我国市场采购出口 9303.9 亿元，增长 32.1%，占同期出口总值的 4.3%，拉动出口增长 1.3 个百分点。

李魁文指出，2021 年我国综合保税区、自由贸易试验区、海南自由贸易港进出口分别增长了 24.3%、26.4%和 57.7%，呈现出蓬勃发展的态势

链接地址：

<https://finance.sina.com.cn/roll/2022-01-14/doc-ikyarmz5144527.shtml?cref=cj>

## 天津机场物流开通快件出口跨境电商业务

2021 年，天津机场物流公司在海关、安检等联检单位的大力支持下，重点推进出口跨境电商 9610 业务。12 月 31 日，天津机场物流公司海关快件监管中心进行了首票出口跨境电商货物测试。

近年来，天津机场物流公司为满足市场发展需求，相继开通个人物品业务、进口跨境电商业务，按照海关相关文件规定，对库区场所进行改造，设置约 1400 平方米的独立区域作为出口跨境电商业务操作区域，并安装具备同屏比对功能的查

验线，以及符合海关监管要求的24小时监控系统。同时，物流公司结合生产情况，制定合规、高效的操作流程，确保业务顺利开展。

经过多方共同努力，天津机场物流公司顺利获得出口跨境电商业务开展资质的批复，并进行了操作测试。出口跨境电商业务的开展，在很大程度上满足了市场需求，完善了天津机场的口岸功能，弥补了天津航空快件业务的空白，有效推动了天津航空货运市场的发展。

链接地址：<https://finance.sina.cn/2022-01-07/detail-ikyammz3685370.d.html>

## 农产品跨境电商规模扩大

近年来，随着互联网电商的流行和进出口贸易的发展，农产品的销售渠道颇丰。与从前仰仗批发商不同，如今，电商直销，远销海外是很多农产品的主旋律。尤其是不少具有地域特色，别的地方买不到的农产品，很受消费者欢迎。

值得注意的是，如今，不少城市在乡村振兴上都会选择合适的农产品种植或者开发旅游业。不少已经很少有人中的农产品再次走近餐桌。而随着现代农业的发展，如今务农再也不是纯粹的体力活儿。通过建立合作社，不少农村人选择在家务农或者照看电商商铺生意而不是外出打工。

数据显示，目前，我国已稳居全球第二大农产品贸易国、第一大进口国、第五大出口国，2020年农产品贸易额达2468亿美元。我国是大豆、油菜籽、棉花、猪肉、羊肉、奶粉等大宗农产品全球最大买家，也是大蒜、生姜、罗非鱼、苹果、茶叶等产品的最大出口国。

事实上，自2017年以来，我国通过19个自贸协定与全球26个国家和地区建立了稳定的优惠贸易安排，2020年与自贸伙伴间的农产品贸易额达884.1亿美元，占农产品贸易总额的35.8%。

此外，农产品跨境电商规模不断扩大。2020年，我国农产品跨境电商零售进出口总额为63.4亿美元，同比增长19.8%。其中，进口额为61.8亿美元，同比增长24.1%；出口额为1.6亿美元，同比减少48.4%。

链接地址：<https://www.163.com/dy/article/GRBR0OEE0552B1RO.html>

## 【国内分析报告】

### 全国农产品跨境电子商务发展研究报告

该报告主要包括以下部分内容：

#### 一、农产品跨境电商发展形势

（一）国际方面

（二）国内方面

#### 二、我国农产品跨境电商发展特点

（一）农产品跨境电商试点政策务实创新

（二）农产品跨境电商市场活力凸显

（三）农产品跨境电商渠道日渐多元化

（四）农产品跨境电商特色商品更受欢迎

#### 三、农产品跨境电商创新实践和发展经验

（一）创新引领发展，重塑农产品出口贸易数字化新格局

（二）制度开放先行，释放进口农产品多元消费新活力

#### 四、农产品跨境电商发展建议

（一）因地制宜精准施策，激发农产品跨境电商高质量发展新动力

（二）聚焦特色产品，培育区域农产品跨境电商新业态

（三）深化供应链联动，推动形成国内国际双循环相互促进新发展格局

（四）借力跨境电商赋能农产品品牌化，拉动我国农业迈入国际化快车道

附件 1：中国与重要贸易伙伴合作情况

附件 2：跨境电商监管模式介绍



图1 2015-2019年中国跨境电子商务零售进出口总额

数据来源：中国海关总署



图2 2016-2019年中国农产品进出口总额及增速

数据来源：农业农村部

附件：全国农产品跨境电子商务发展研究报告.pdf

链接地址：[http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202009/t20200922\\_6352785.htm](http://www.moa.gov.cn/xw/bmdt/202009/t20200922_6352785.htm)

# 2021 中国跨境电商发展报告

## 前言

2020 年是不平凡的一年，疫情后的新常态对全球消费者的消费心理及行为带来了极大的颠覆，也对全球零售格局带来了深远的影响。这样复杂多变的市场环境将中国跨境电商行业带到了新的发展阶段，也给我们的客户与合作伙伴带来了许多机遇与挑战，因此，Google 谷歌与德勤再次合作发布《2021 中国跨境电商发展报告》，希望为客户带来最新的行业洞察。

国内跨境电商出海已历经十余年，受益于国家对于跨境电商的持续鼓励政策、中国强大的供应链基础及丰富的人才资源，许多跨境电商企业已经初具规模，积累了较强的产品、供应链能力及一定的独立站运营经验，但用户粘性有限、利润承压等正逐渐成为制约部分企业下一步发展的拦路石。我们一直持续关注着合作伙伴的动向及行业趋势，并深刻认识到未来拥有较强品牌力、在消费者群体中构建起明显辨识度及忠诚度的品牌大站将能够摆脱流量及低价竞争，在提升用户复购、打造产品溢价等方面脱颖而出，同时品牌大站对于诸如疫情等风险因素也能起到很好的抵御作用。因此这次行业报告将重点聚焦于品牌化运营及品牌大站的打造，希望为客户的品牌化发展提供一定参考。

过去一年全球零售线上化趋势加速，为许多电商子品类如女装、男装、鞋履等带来较大红利。越来越多线上消费者选择在品牌官网购买、亦热衷于尝试新的品牌，品牌官网迎来新一轮发展及重塑。DTC 品牌可通过优化品牌官网运营、持续提升产品功能性及建立品牌与消费者的情感联结等方式抓住此次机遇。在消费者行为变化的同时，过去一年电商各主要品类的竞争格局也发生了一定改变。服饰时尚、家居园艺、3C、美妆个护等品类涌现出了众多增长迅猛的 DTC 品牌，展现出了强劲潜力。

本报告包含了以下几部分内容：

### 一 消费者趋势洞察

疫情催化下电商加速发展

电商多个品类收获不同程度的红利

品牌官网迎来新一轮发展和重塑

消费者线上购物心智涌现新特点

### 趋势总结

## 二 海外赛道分析

服饰时尚类品牌大展身手

家居园艺品牌风发泉涌

3C 垂类品牌雨后春笋

美妆个护品牌蓄势待发

### 趋势总结

## 三 中国跨境电商出海现状

中国六类跨境电商画像及特点

中国跨境电商转型升级的核心关注点

## 四 成功 DTC 企业的最佳实践

用户洞察赋能精细化用户运营

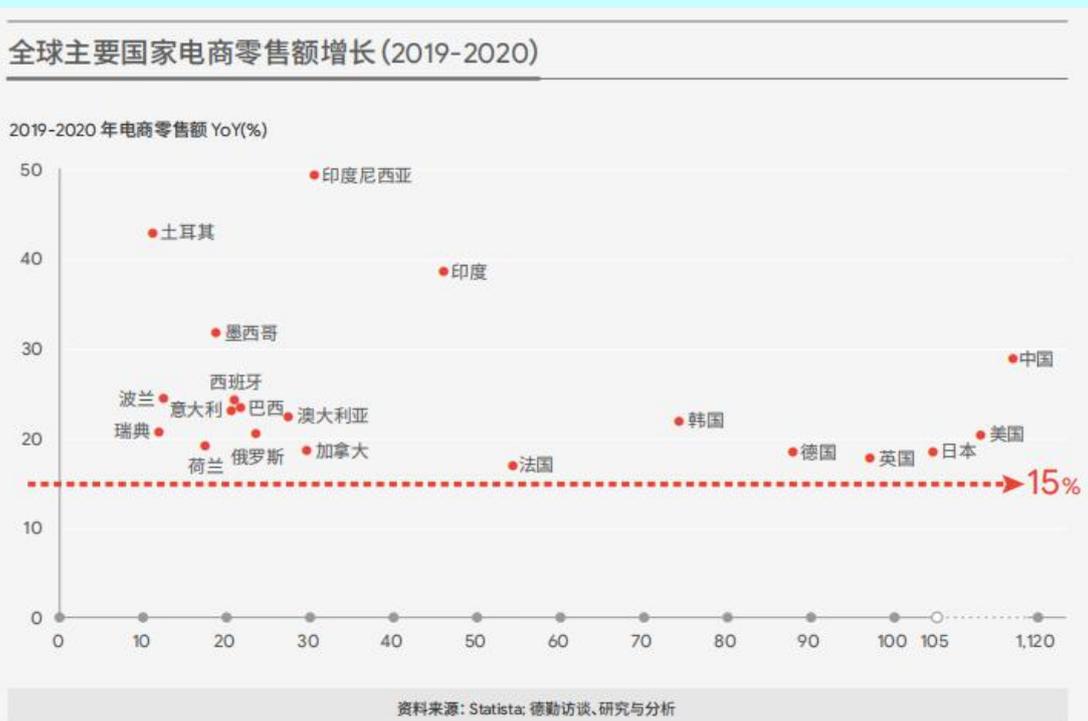
需求导向和数据洞察驱动产品规划

清晰的品牌故事及形象占领消费者心智

最佳实践启示总结

## 五 研究思路与方法

## 六 致谢



### 全球主要地区零售电商市场总览

	美国	英国	德国	西班牙	法国
2019 年 人均 GDP (美元/人/年)	65,300	42,300	46,400	29,600	40,500
2020 年 电商用户渗透率 (%)	77%	84%	74%	60%	71%
2019 年-2020 年 电商用户数增长率 (%)	4%	4%	4%	3%	4%

注释: 电商用户渗透率指线上购物的消费者占总人口的比例

资料来源: Statista; The World Bank; 德勤访谈、研究与分析



附件: 2021 中国跨境电商发展报告.pdf

链接地址: <https://www.01caijing.com/article/277877.htm>

## 大戏刚刚启幕，前方星辰大海——跨境电商行业专题报告

本报告主要内容:

### 1、行业背景：跨境电商市场空间大，增速高

2020 年，我国跨境电商行业实现加速发展：海关数据显示，2020 年中国跨境电商进出口 1.69 万亿元，增长 31.1%。其中，出口 1.12 万亿元，同比增长 40.1%；进口 0.57 万亿元，同比增长 16.5%。通过海关跨境电子商务管理平台验放进出口

清单达 24.5 亿票，同比增加 63.3%。

## 2、行业层面，疫情永久改变商业行为

行业层面，疫情催化商业行为习惯的改变，这种习惯变化将会从消费端传导到产业基建上，进而导致海外电商产业整体效率的提升，海外电商的渗透率提升速度相比疫情前会加快，跨境电商产业链是一个长期的机会。

## 3、2021Q1 跨境电商将迎来低基数时间窗口

基于疫情，市场直觉上认为跨境电商 2020 全年经营整体会保持稳定，但实际上在 2020Q1 这个时段，发物流履约环节无论是国内还是国外都遇到了巨大障碍，因此 2021Q1 整个跨境产业链将迎来低基数的时间窗口，市场会看到整个跨境电商产业链的同比大幅增长。

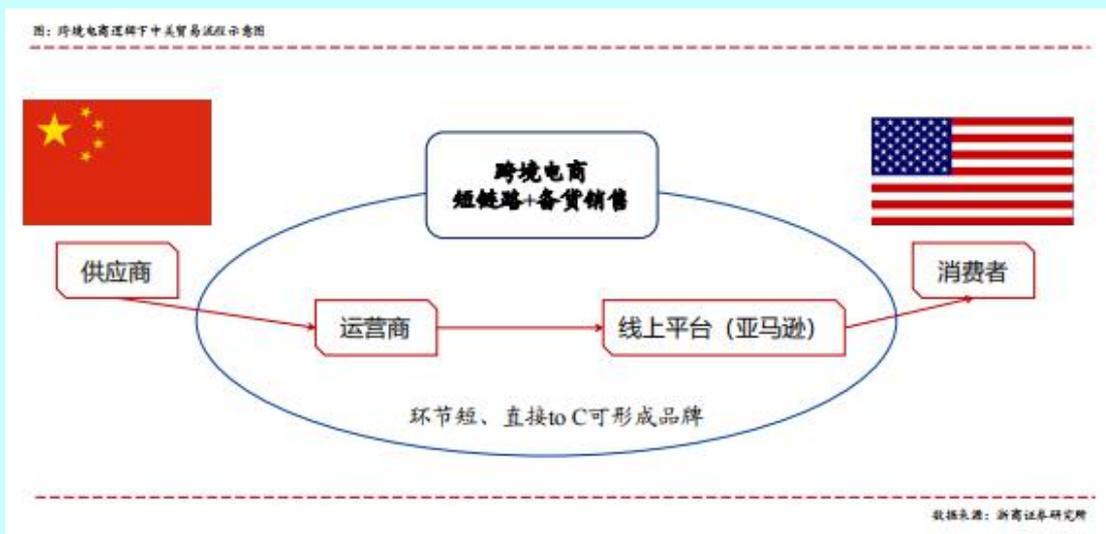
## 4、中国跨境电商运营及供应链能力全球领先

中国的电商渗透率以及电商运营能力处于全球领先水平。在复工复产节奏上，受益于我国优秀的疫情控制能力，中国在供给能力率先恢复，并将维持高水平。

## 5、行业层面服务商机会最为稳定

跨境电商板块整体环节参与者众多，每个环节均可能出现率先实现规模效应的公司。在整个跨境产业链中，服务商的机会预计最为稳定，比如 B2B 全链路服务商龙头焦点科技；同时新型制造工厂、品牌商、渠道商都存在发展机会，包括 2021 年将 IPO 的 Shein、安克创新、吉宏股份、VESYNC 等。





附件：大戏刚刚启幕，前方星辰大海:跨境电商行业专题报告.pdf

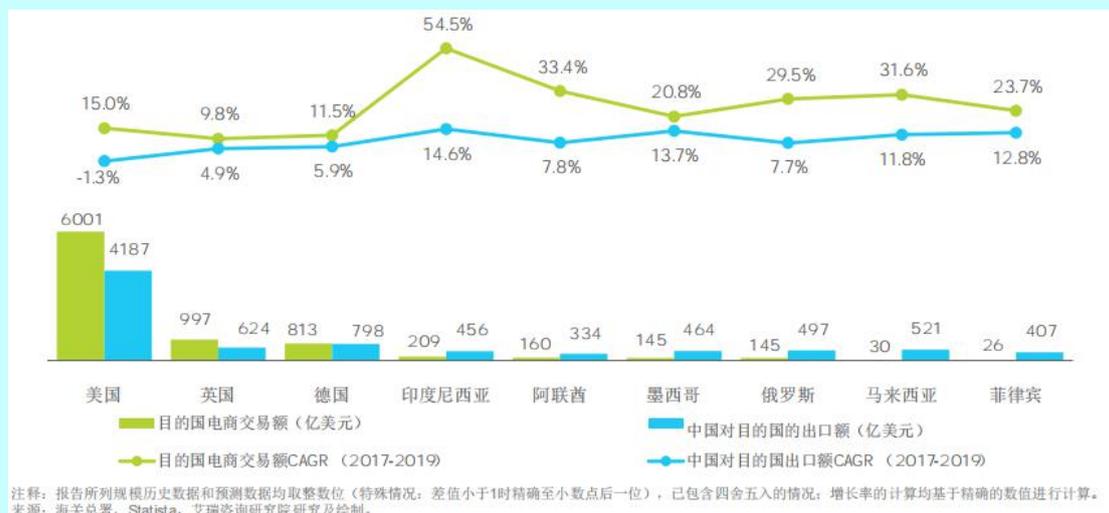
链接地址：<https://www.iyiou.com/research/20200729724>

## 2021 年中国新跨境出口 B2B 电商行业研究报告

本报告包含了以下几部分内容：

- 中国新跨境出口电商行业背景分析
- 中国新跨境出口 B2B 电商市场分析
- 中国新跨境出口 B2B 生态型平台分析
- 典型企业案例分析
- 行业未来发展趋





附件：2021年中国新跨境出口B2B电商行业研究报告.pdf

链接地址：<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3737&isfree=0>

## 中国跨境出口B2C电商2020-2021年年度发展报告：北美篇

### 摘要

北美市场对于中国跨境出口卖家来说仍是第一大目标市场，市场体量领先。虽然竞争较为激烈，但是北美市场凭借较高的网购渗透率、强盛的消费能力、完善的物流与支付服务体系、丰富的渠道平台等特征仍然成为追求销售最大化卖家

以及初级卖家的首选。

2019年中国跨境出口B2C电商在北美市场的成交额可达3305亿元人民币，虽然没有其他新兴市场的强爆发力，但是鉴于疫情有着相对长期的促进作用，北美市场在2020年同比增速可超过35%，可达4573亿元。2021-2022年的增速约为20%-30%，因此，艾瑞预计2022年中国跨境出口B2C电商的市场规模可达7479亿元。

模式上，第三方与自营平台各有千秋，北美市场为参与者提供了更为丰富的选择，目前在自营平台的交易额占主导地位，同时独立站规模在高速增长，越来越多的卖家采取第三方平台与独立站组合的多渠道销售模式。

运营方面，粗放式铺货模式被逐渐淘汰，卖家的选品策略更加的理智巧妙，热门品类的小众类目与长尾品类增长较为迅速，尤其是疫情居家相关的类目，出现爆发式增长。

物流方面，海外仓发货的优势在疫情期间更为明显，北美仍是仓发服务体系最为完善，最适合仓发的市场。

该报告主要包括以下部分内容：

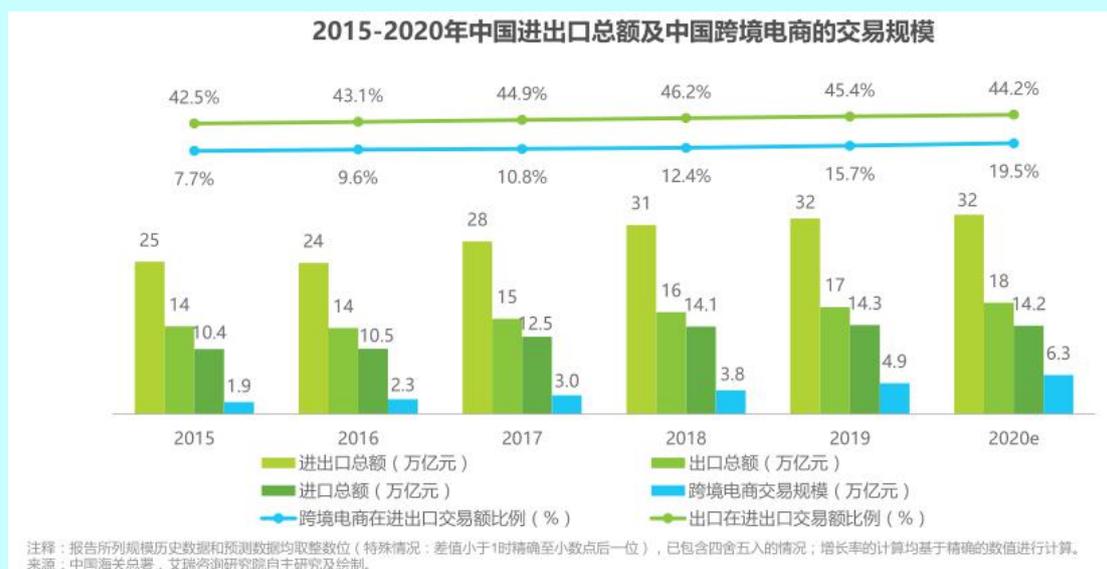
中国跨境出口B2C电商目的市场分析

中国跨境出口电商行业研究—北美篇

竞争力与典型平台介绍

未来趋势





附件：中国跨境出口 B2C 电商 2020-2021 年年度发展报告：北美篇.pdf

链接地址：<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3736&isfree=0>

## 预见风险：2021 跨境电商发展报告

### 前言

2021 年，中国跨境电商进入历史性拐点，从产品出海时代迈向品牌出海时代。

突破万亿之后，跨境电商的粗放式发展开始面临贸易规则、平台规则、全球消费市场治理和全球知识产权治理的多重挑战。独立站崛起和亚马逊封店事件的双重刺激下，跨境电商企业开始重新思考自身发展模式，在规模增长和品牌价值之间做出新的权衡。在整个生态层面，一方面，中国供应链与全球新消费发生化学反应，跨境电商原生品牌引领，传统品牌、新消费品牌跟进，形成中国品牌出海新势力；另一方面，独立站 SaaS、海外营销、知识产权类企业加入，持续完善品牌出海服务生态。

在跨境电商发展的关键点上，亿邦智库旗下研究院将系统研究跨境电商发展最新态势，撰写发布《2021 跨境电商发展报告》，以供跨境产业生态各相关方参考。

物流方面，海外仓发货的优势在疫情期间的更为明显，北美仍是仓发服务体系最为完善，最适合仓发的市场。

该报告主要包括以下部分内容：

- 1 跨境电商市场概况
- 2 出海企业生存现状
- 3 跨境电商风险扫描
- 4 跨境电商趋势研判



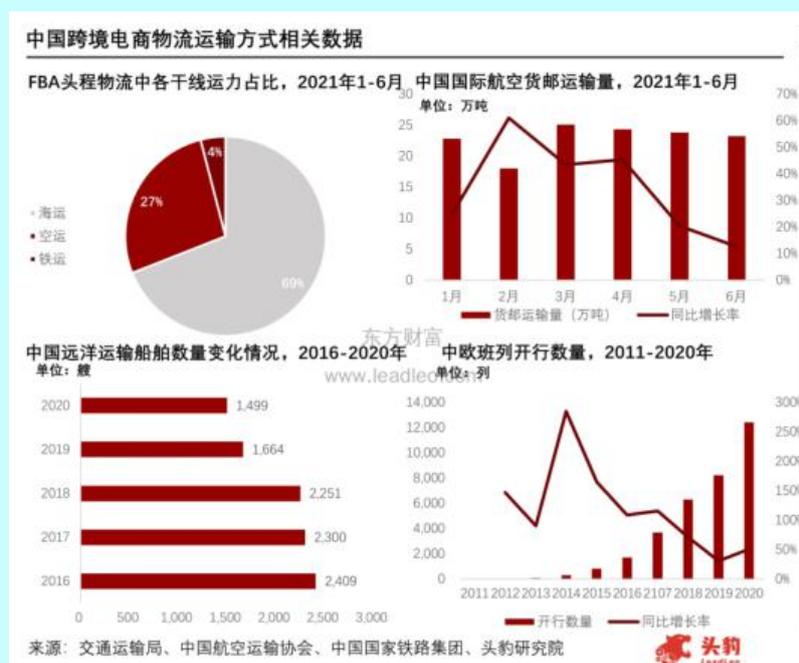
附件：预见风险：2021 跨境电商发展报告.pdf

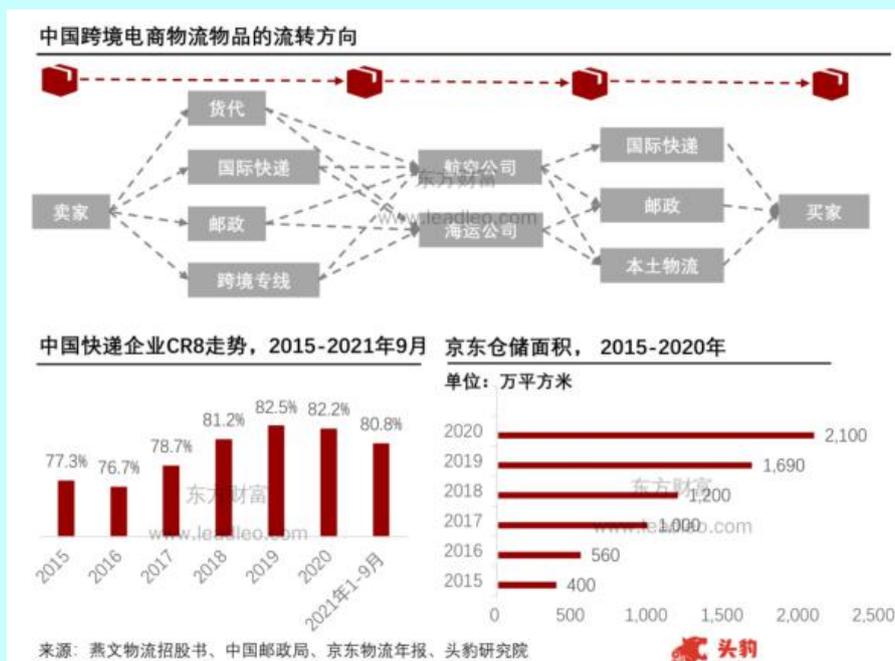
链接地址：[https://www.djyanbao.com/report/detail?id=2730978&from=search\\_list](https://www.djyanbao.com/report/detail?id=2730978&from=search_list)

## 2021年中国跨境电商物流行业概览

该报告主要包括以下部分内容：

- 1 中国跨境电商物流行业概述
- 2 中国跨境电商物流行业产业链分析
- 3 中国跨境电商物流行业市场规模
- 4 中国跨境电商物流行业竞争格局
- 5 中国跨境电商物流行业驱动因素
- 6 中国跨境电商物流行业制约因素
- 7 中国跨境电商物流行业政策分析
- 8 中国跨境电商物流行业代表性企业介绍
- 9 方法论
- 10 法律声明





附件：2021 年中国跨境电商物流行业概览.pdf

链接地址：<https://www.01caijing.com/article/286616.htm>

## 2021 年中国跨境电商出口物流综合服务行业研究报告

### 摘要

跨境电商出口物流行业之所以得以持续向前发展，艾瑞认为有以下三方面：

- (1) 国家对物流行业地位认同以及对跨境电商出口物流这一新业态的政策支持；
- (2) 跨境出口电商平台的不断增长，推动商流、物流共振。高频、碎片、柔性等新商流趋势特征推动符合当下商流需求的跨境电商出口物流快速发展；
- (3) 智能技术与传统物流行业有效结合，提高了跨境电商出口物流服务商在处理大单量、多 SKU 等问题时的能力。

跨境电商出口物流行业发展已有近 20 年，跨境电商出口物流目前以直邮、海外仓为主要业务模式，这两类业务模式的发展都是基于平台上卖家及线下外贸卖家对货运需求的演变而来。直邮模式中传统的邮政网络模式受万国邮盟资费调整影响，跨境专线获得发展空间；海外仓模式虽然可以通过目的国备货方式来优化海外消费者购物体验，但对海外仓服务方而言，存在资金运作成本较高等问题。

跨境电商出口物流服务行业目前仍处于行业发展初期，由于跨境电商出口物流链条较长、复杂程度高，跨境电商出口物流服务商采用“总包-分包”方式来

完成全链条交付。跨境出口物流服务商通过（1）提升与跨境出口电商平台的合作深度、广度来扩大优质货量规模；（2）利用货量规模优势提高物流各环节的利润空间；（3）掌控出口电商物流链条关键节点、打造专有品牌产品来提升客户黏度，从而充分利用规模效应、网络效应获得行业竞争优势。

受益于跨境电商行业的发展、“一带一路”等国家政策的持续扶持等大背景下，叠加疫情促使海外消费者的消费习惯向线上转移，而海外的供应能力还没有得到完全恢复，因此通过中国购买商品的需求提高从而带动跨境物流需求上涨的短期影响，跨境电商出口物流行业具备广阔的发展空间。对比我国国内电商物流服务商的发展历程，艾瑞预计，具备强大物流资源运营整合能力的综合型跨境电商出口物流企业会持续扩大市场占比，逐步形成龙头企业。

该报告主要包括以下部分内容：

- 1 跨境出口电商综合物流服务行业驱动分析
- 2 跨境出口电商综合物流服务行业发展现状
- 3 跨境出口电商综合物流服务商竞争优势分析
- 4 跨境出口电商综合物流服务行业发展趋势





附件：2021 年中国跨境电商出口物流综合服务行业研究报告.pdf

链接地址：<https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3797&isfree=0>

# 【国际分析报告】

## 亚洲及太平洋地区跨境电子商务发展的若干问题

报告主要内容：

### 第一章 亚太地区的跨境电子商务：概述

- A. 电子商务和跨境电子商务的演变性质
- B. 区域跨境电商规模
- C. 区内购物者广泛使用的重点跨境电商平台
- D. 本章总结和政策影响

### 第二章 跨境电子商务：政策和监管问题

- A. 全球治理
- B. 区域治理
- C. 国家治理
- D. 本章总结和政策影响

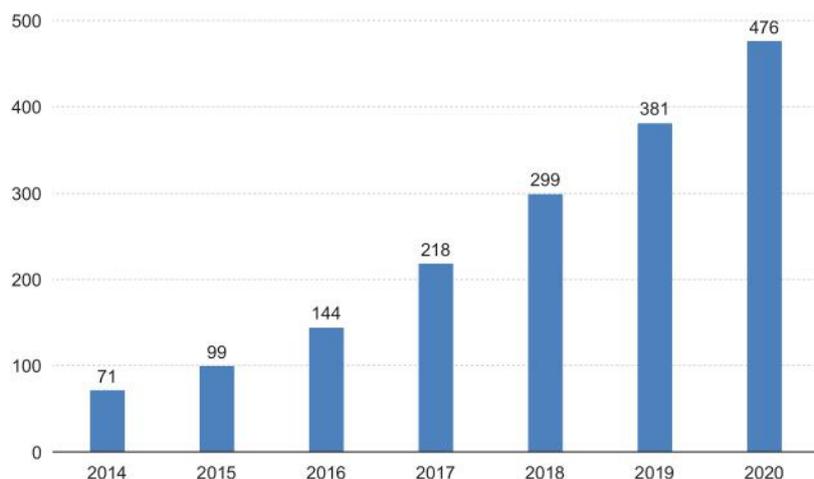
### 第三章 跨境电商物流

- A. 跨境电商物流的性质
- B. 跨境电商物流服务商分类
- C. 各国政府为跨境电子商务物流提供便利
- D. 本章总结和政策影响

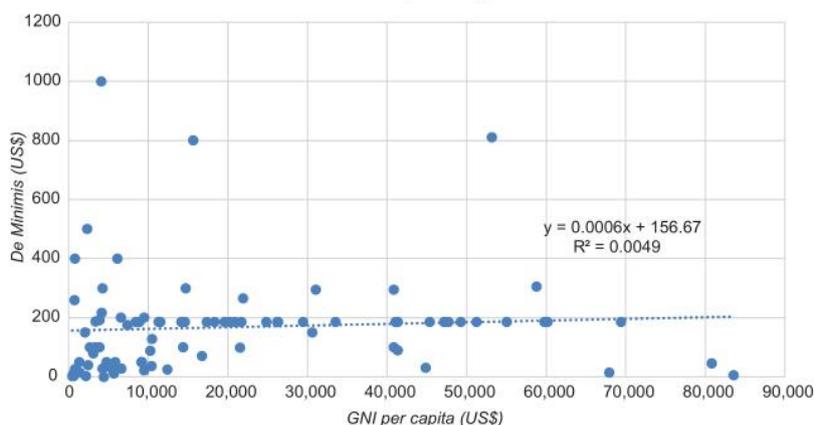
### 第四章 跨境电子商务的最低限度规定

- A. 与跨境电子商务有关的最低限度的性质
- B. 国际公约和建议如何处理微量问题？
- C. 选定亚太国家的最低限度门槛
- D. 本章总结和政策影响

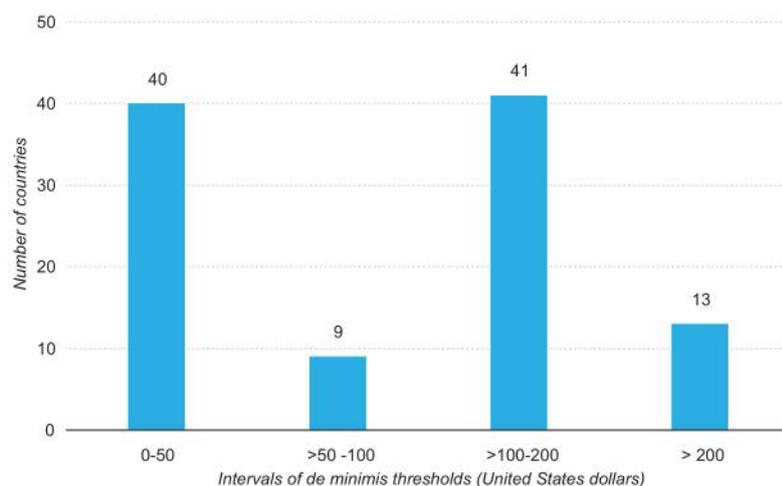
**Figure 1.3 Cross-border B2C sales by value in Asia and the Pacific 2014–2020 (billions of United States dollars)**



**Figure 4.1 De minimis versus GNI per capita of 85 countries worldwide**



**Figure 4.2 Distribution of *de minimis* thresholds in selected countries worldwide**



原文链接:

[https://www.unescap.org/sites/default/files/publications/STII%20No.91\\_20200115.](https://www.unescap.org/sites/default/files/publications/STII%20No.91_20200115.pdf)

pdf

## 以新兴技术应对跨境电子商务挑战

### 摘要

电子商务市场刺激了竞争加剧、价格降低和品种增多。通过提供便捷的访问方式和更多完成交易的方式,电子商务正迅速成为消费者和企业进入全球市场的平台。研究估计,电子商务占全球实物商品贸易的 12%,包括企业对企业 (B2B) 和企业对消费者 (B2C 或零售) 销售。美国国际贸易委员会报告称,2016 年全球电子商务总额超过 27 万亿美元,其中 B2B 占总额的 85% 以上。

CBP 在获取完整、准确的跨境电子商务货物数据方面存在特定的差距和挑战,例如: (i) 中介机构持有的数据; (ii) 没有实际存在的卖方或中间人; (iii) 零散的数据; (iv) 数据质量低。所有这些都导致海关当局无法有效处理跨境电子商务进口交易和货物的数据不足。

本报告评估了应对电子商务数据共享挑战的选项、如何利用新兴技术来增强和增强数据共享、整合新兴技术的经济成本和收益,以及改进的 CBP 风险评估和定位能力。解决电子商务数据共享挑战的选项包括:

- 为跨境电子商务环境量身定制新的 AEO 计划。
- 通过证明符合海关要求并与其他电子商务利益相关者合作,允许受信任的中介机构或在线卖家获得 AEO 认证。
- 考虑到微型、小型和中型企业 (MSME) 的挑战。
- 设计有效的电子商务 AEO 计划,尽管新兴的数据本地化法律要求数据共享。
- 创建联合数据平台和 ICT 基础设施。

人工智能/机器学习、数字分布式账本和链接数据相关技术等技术可以带来好处,包括提高数据质量、降低中介和卖家的劳动力成本、提高自动化程度、丰富数据源、增强数据互操作性、减少欺诈,并改进了问责制。

我们的经济分析框架采用基于风险的模型来评估利益相关者在海关环境中从当前数据共享系统转移到数字分布式账本的成本和收益。这种详细分析方法的结果表明,利用数字分布式账本技术等高级数据共享选项将产生以下影响:

- 利益相关者合作并共享足够数据以方便进入的货运份额将会增加。
- CBP 和其他监管机构获得足够数据以加快入境的可能性将会增加。
- 利益相关者未共享足够数据的发货数量将会减少。

- 到岸成本不受数字分布式账本技术成本的显著影响。
- 通过数字分布式账本海关环境提高进口流程的经济效率。这包括对消费者、进口商和其他利益相关者的效率影响。

电子商务中的链接开放数据可以通过从原始和异构数据资源中捕获数据来提高 CBP 的风险评估和定位能力。先进的数据共享将允许海关当局将包裹运输与市场、卖家的在线商店和市场上列出的产品联系起来。此外，关联数据标准和技术为从公共数据源（结构化数据和非结构化数据）构建基于知识的电子商务数据库创造了机会。为加快电子商务输入处理共享足够数据的能力和这样做的激励都增加了，进口过程的经济效率也提高了。全利益相关者数据共享模型也可以应用于电子商务包裹和包裹的邮政投递。

报告主要内容：

- 1 摘要
  - 2 问题定义
  - 3 项目目标
  - 4 映射电子商务数据流
  - 5 电子商务数据共享与标准
  - 6 技术的作用
  - 7 经济影响分析
  - 8 数据共享和邮政网络
  - 9 监测与评价
  - 10 结论
- 附录

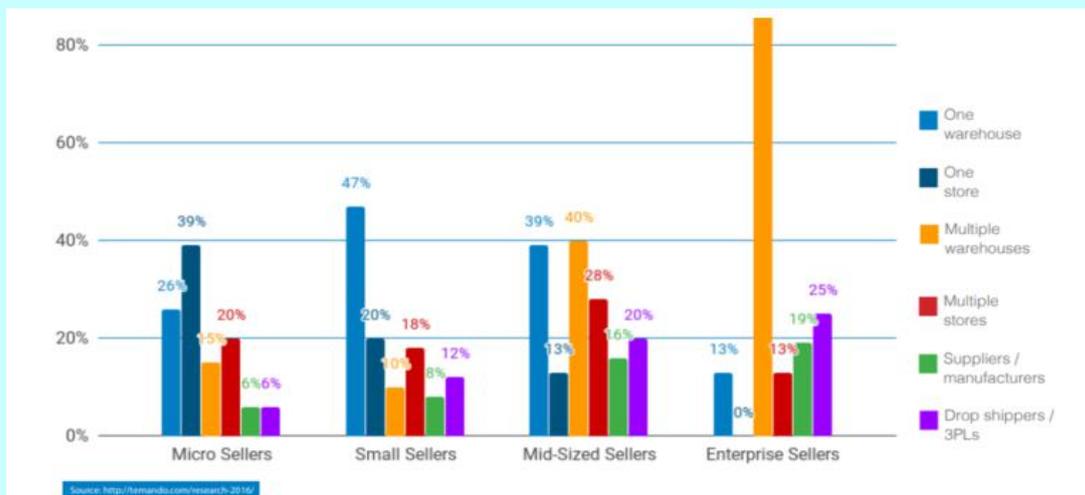


Figure 4.3: Complexity of fulfillment. Sellers apply variety approaches to order fulfillment, source: E-fulfillment research report [46].

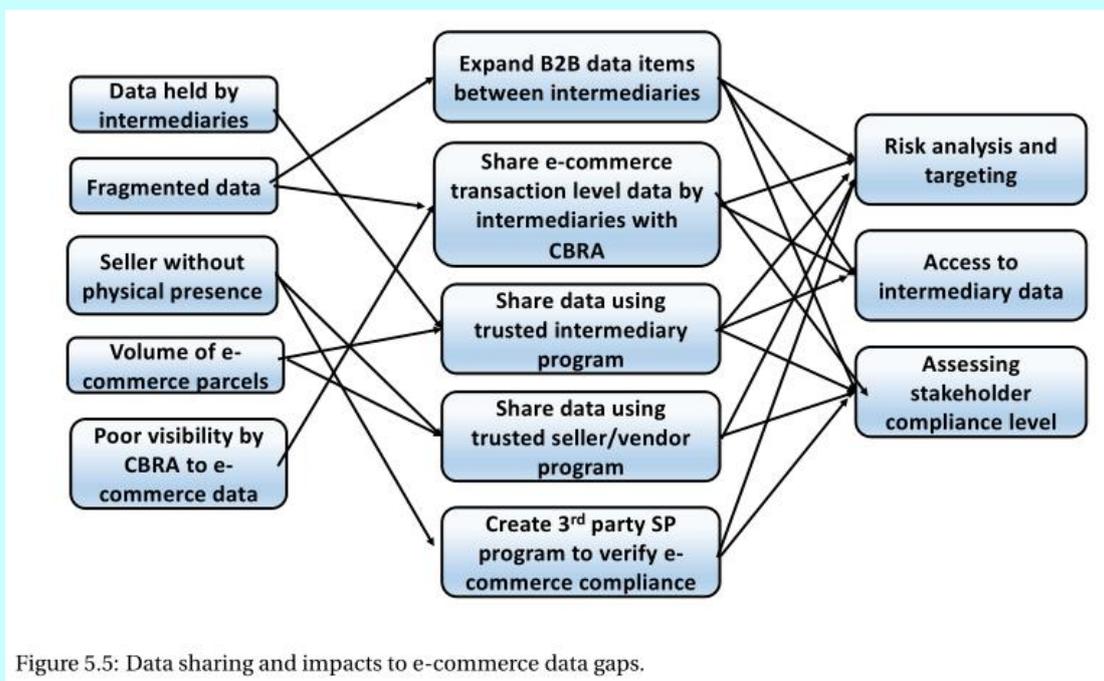


Figure 5.5: Data sharing and impacts to e-commerce data gaps.

原文链接:

<https://www.uh.edu/bti/research/ecommerce-shi/bti-ecommerce-finalreport-24feb21-released.pdf>

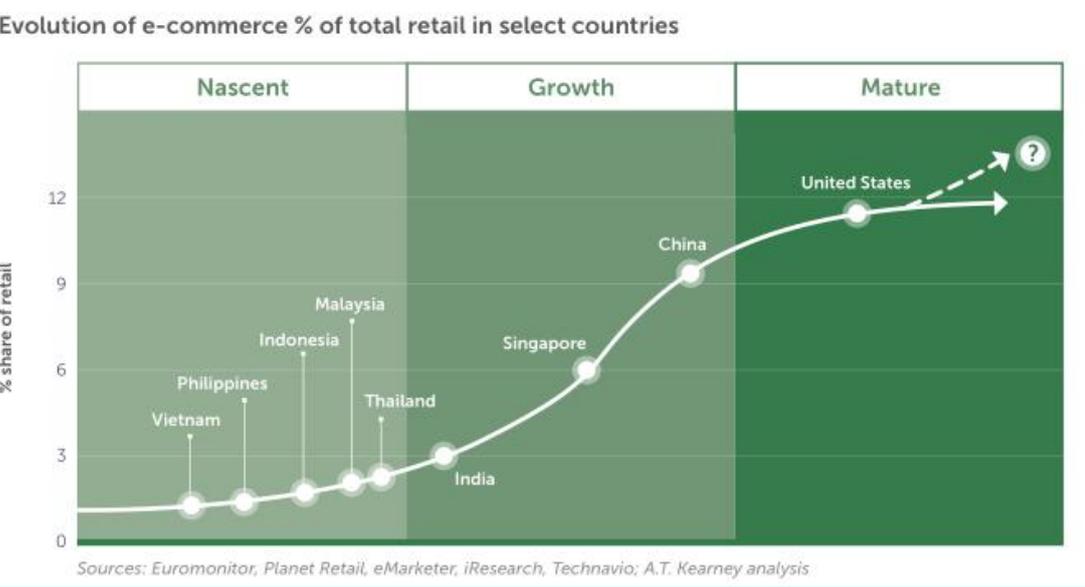
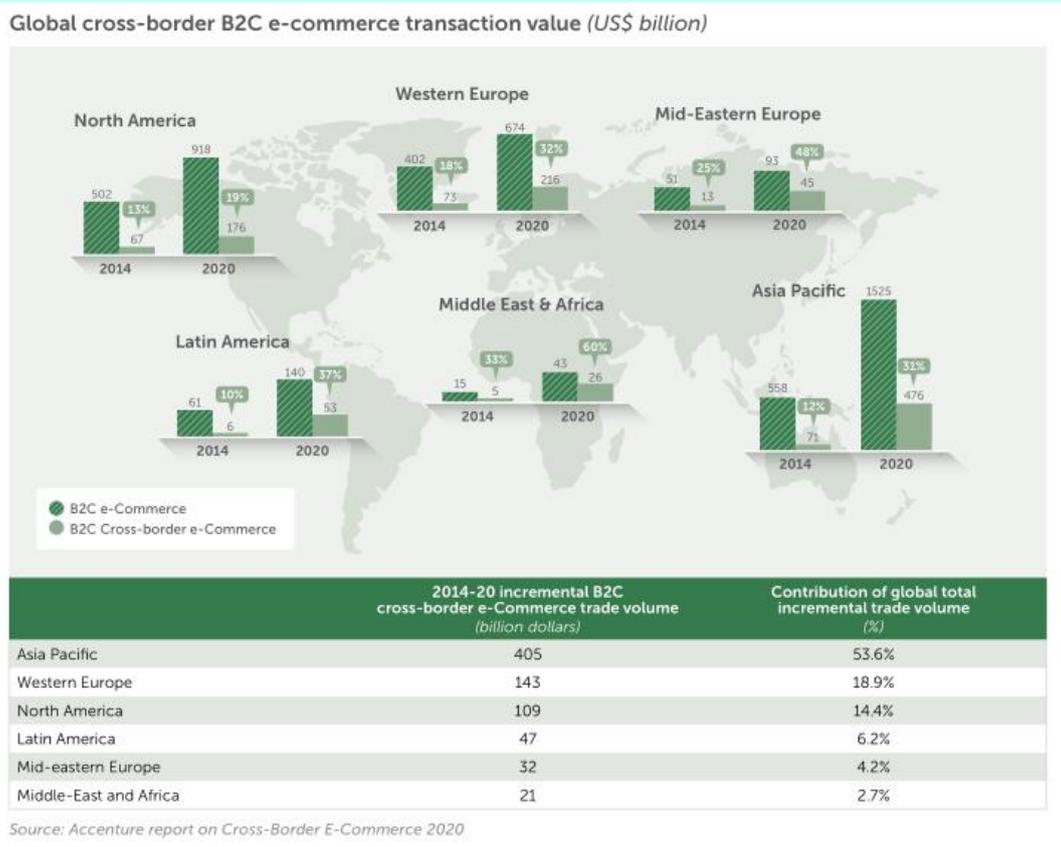
## 制胜跨境电商

### 内容介绍

在过去的十年中，电子商务销售额以惊人的速度增长。与线下零售不同，电子商务使品牌能够随时随地接触到全球客户，并为忙碌和苛刻的客户提供便利。除了线下渠道和自己的网店，品牌还通过亚马逊、Lazada、eBay 和阿里巴巴的中国零售市场等电子商务市场接触客户。鉴于客户偏好跨渠道购物，在线销售的百分比可能会继续显著增长。根据埃森哲的数据，到 2020 年，将有超过 20 亿 的电子购物者在线交易其整体零售消费的 13.5%，这相当于 3.4 万亿美元（全球 B2C GMV）的市场价值。

电子商务的蓬勃发展刺激了跨境电子商务的出现和发展，越来越多的品牌现在通过线上或线下渠道跨境销售产品。预计 2022 年跨境 B2C 电子商务贸易额将达到 1.5 万亿美元左右（毕马威报告），几乎是 2017 年的三倍。东南亚已成为跨境电子商务市场的中心，占东南亚地区电子商务市场总额的 40% 以上（Mordor Intelligence 报告\*），并可能增长到 3 万亿美元。

为准备本报告，我们采访了与品牌、市场和零售商合作的业务负责人、战略负责人、高层管理人员和决策者。他们的见解与我们自己的研究相结合，以确定品牌可利用的机会接触全球客户。该报告还强调了当前和未来的增长趋势，重点关注亚太地区以及实现这一目标所面临的挑战。



原文链接:

[https://www.luxasia.com/wp-content/uploads/2019/05/11-March\\_eTail-Asia-Winning-at-Cross-Border-E-commerce.pdf](https://www.luxasia.com/wp-content/uploads/2019/05/11-March_eTail-Asia-Winning-at-Cross-Border-E-commerce.pdf)

## 【国家社科基金项目统计分析】

本模块通过统计及分析“国家社科基金项目数据库”中“跨境电商”相关项目的数据信息，以便学者了解跨境电商领域课题研究动态。

### “跨境电商”国家社科基金项目统计

项目类别	学科分类	项目名称	立项时间	项目负责人	工作单位
后期资助项目	管理学	数字经济时代跨境电商流通组织创新研究	2020/10/14	李冠艺	南京财经大学
一般项目	理论经济	新冠肺炎疫情下贸易摩擦对跨境电商的经济效应与对策研究	2020/9/27	霍达	中央财经大学
青年项目	管理学	新疆跨境电商的发展战略研究	2019/7/15	阿布都热合曼阿布都艾	新疆财经大学
青年项目	管理学	方法目的链视角下跨境电商消费者价值阶层模型和决策机制研究	2019/7/15	徐晓瑜	西安交通大学
青年项目	管理学	跨境电商促进中小微企业嵌入全球价值链的模式与路径研究	2018/6/21	潘李鹏	杭州电子科技大学
一般项目	管理学	两岸跨境电商海外布仓研究	2018/6/21	王咏令	闽江学院
西部项目	管理学	边民互市贸易政策背景下促进中国—东盟跨境电商发展的体制机制研究	2016/6/30	李隽波	桂林理工大学
青年项目	应用经济	跨境电商与物流产业链的融合发展研究	2015/6/16	王莹	闽江学院

数据来源：国家社科基金项目数据库

### “跨境电商”国家社科基金项目分析

根据“跨境电商”国家社科基金项目统计表中的项目名称，分别在知网中进

行基金搜索，共检出相关基金项目成果文献共 17 篇，对这些文献进行了以下分析。

### (一) 学科分布



国家社科基金“跨境电商”相关项目中，学科分类主要集中在“经济与管理科学”（88.24%）、“社会科学”（47.06%）学科类别。

### (二) 关键词共现

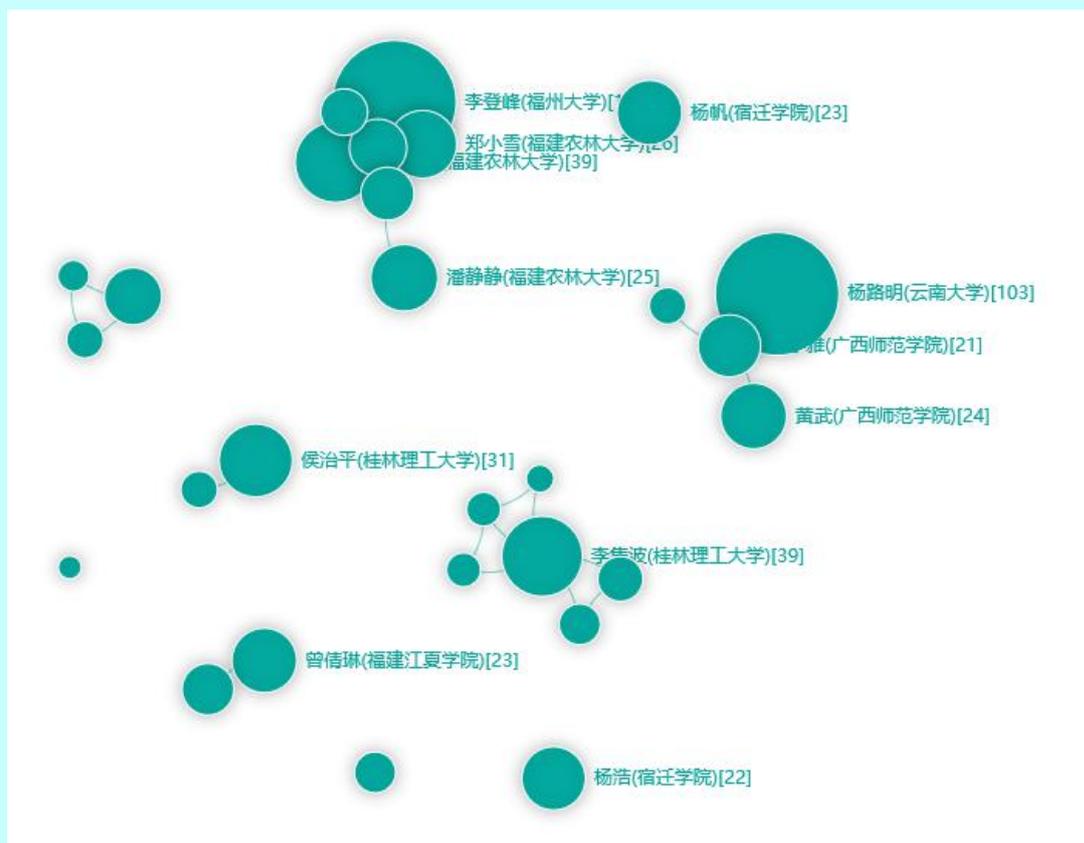


从上图的关键词共现网络可以看出，出现频率较高的关键词主要有：跨境

电商、物流、互动关系、互动贸易、互联互通、金融改革等。这些主题都是“跨境电商”相关国家社科基金项目研究的热点话题。

### （三）作者合作分析

对检出 17 篇基金项目成果文献进行作者合作网络分析，得出下图。

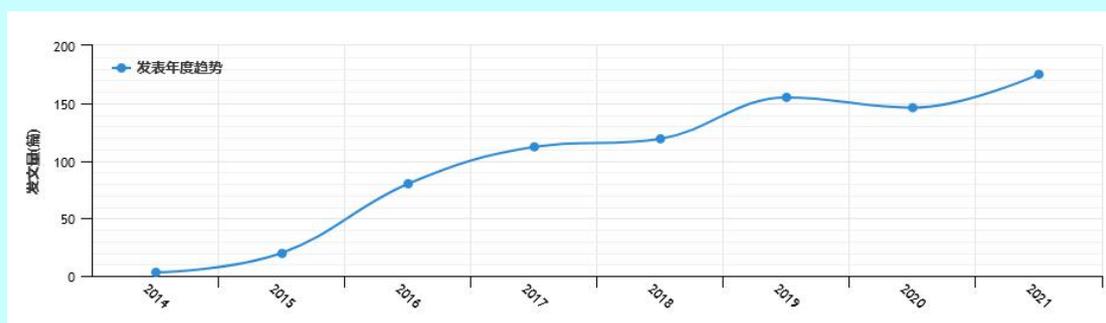


如上图所知可知，“跨境电商”相关国家社科基金项目研究中，研究该领域较多的作者合作形成以项目负责人为中心，同机构研究人员为主的研究团队模式，如李隽波（桂林理工大学）等都与同机构研究人员形成研究团队进行相关国家社科基金项目的研究。

## 【知识可视化分析】

### 模块一：年度发文趋势

以“篇名”或“关键词”包含“跨境电商”，来源类别选择“CSSCI”和“北大核心”，时间不限，在知网进行检索，得到754篇文献，对检索结果进行知网自带的计量可视化分析，得到下图“跨境电商”年度发文趋势。



由上图可知，我国关于跨境电商的研究始于2014年，在最开始，跨境电商相关文献数量较少，但是几年来一直呈稳步上升的趋势，反映了跨境电商当前正在成为前沿热点研究领域。

### 模块二：研究热点分析

运用文献计量工具Citespace对检索出的754篇文献进行研究热点分析。



6	电子商务	19	17	出口	7
7	海外仓	19	18	影响因素	7
8	大数据	18	19	电商平台	6
9	对外贸易	17	20	策略	6
10	区块链	15	21	人才培养	6
11	出口贸易	14	22	服务质量	6

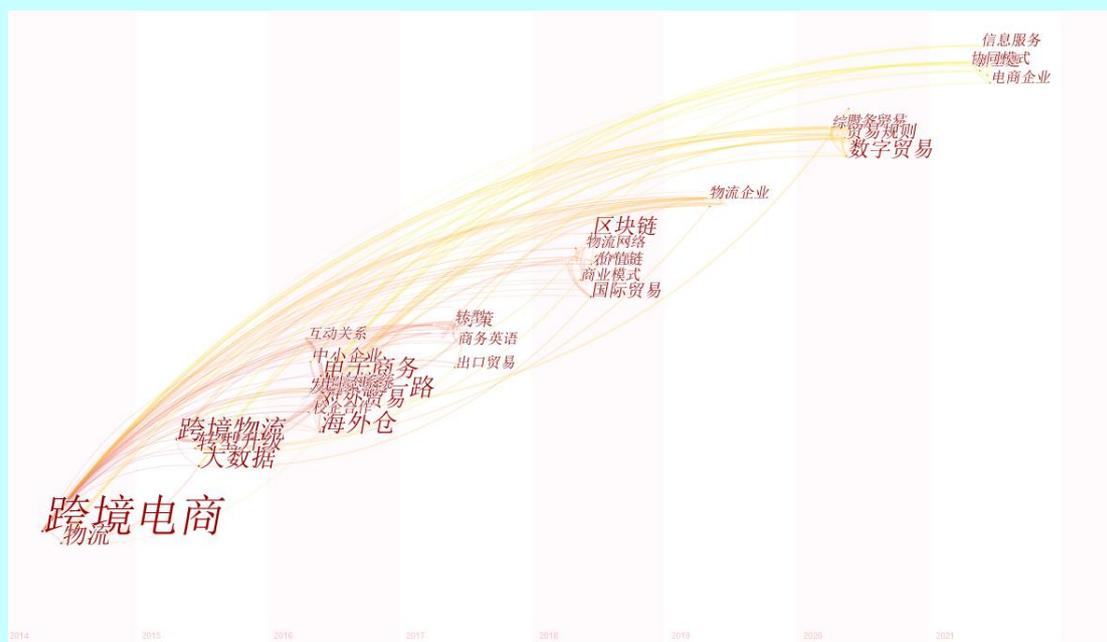
表 2 中心度大于 0.1 的跨境电商关键词

序号	关键词	中心度
1	跨境电商	1.7
2	跨境物流	0.18
3	电子商务	0.15
4	海外仓	0.17

在综合关键词共现图谱、高频词表、中心度表后，我们可以直观看出，跨境电商、跨境物流、电子商务、海外仓、农产品、一带一路等关键词最为突出，反映了跨境电商领域的研究热点。

### (二) “跨境电商”研究演进

运用 CiteSpace 软件生成 2014 年至今跨境电商研究的时区图谱如下。图谱上的每一个关键词所处的时区，即这个关键词首次出现的时间，彼此之间的相连接线条体现了关键词间相互联系，由此反映出跨境电商领域研究热点的演化过程。

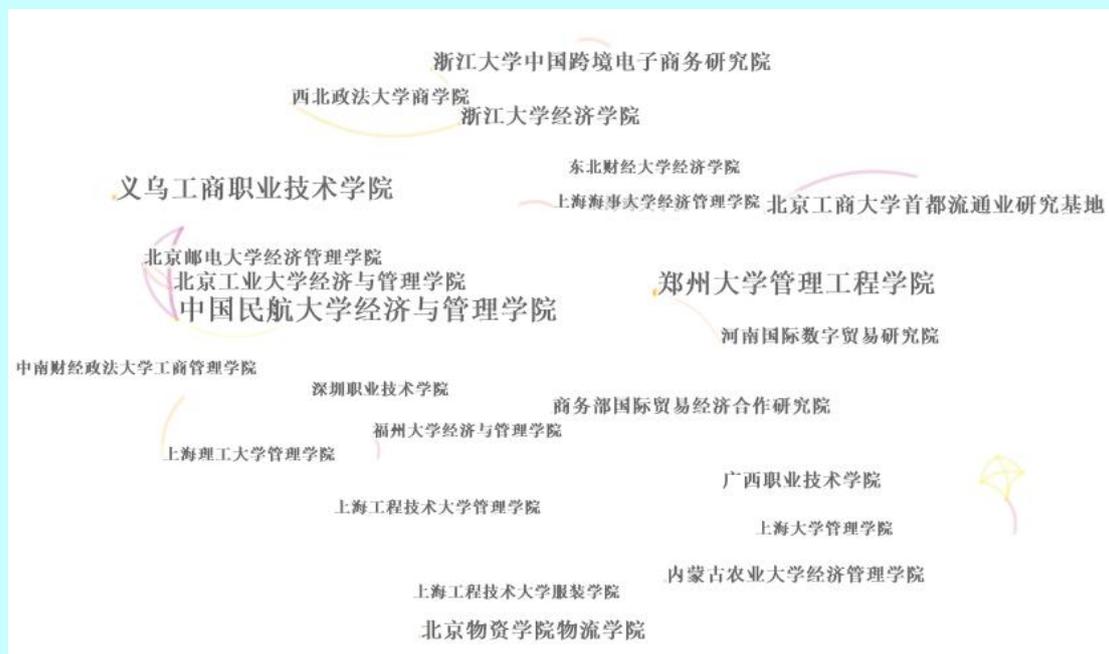


几年间的跨境电商相关研究演进图谱如上图所示，每年都会出现新的热点关





## 模块四：机构分析



发文机构共现图谱

由上图发文机构共现图谱可知，节点较大的机构，发文数量也较多，如中国民航大学经济与管理学院（11 篇）、义乌工商职业技术学院（10 篇）、郑州大学管理工程学院（10 篇）等。有关跨境电商方面的研究，机构间的合作多为同地区机构的合作，如中国民航大学经济与管理学院、北京邮电大学经济管理学院、北京工业大学经济与管理学院之间的合作。跨地区机构合作并不密切。

## 【资源获取门户网站】

1. 跨境电商网: <https://www.100ec.cn/zt/wmds/>
2. 跨境进口电商网: <http://www.100ec.cn/zt/jkds/>
3. 中国邮政跨境电商服务平台:  
<https://4pl.routdata.com/4pl-website/web/index?csrfTk=c1c52336095f4df68c93148f0401f78c>
4. 阿里巴巴国际站: <https://supplier.alibaba.com/>
5. 艾瑞咨询: <https://www.iresearch.com.cn/>
6. 零壹财经: <https://www.01caijing.com/>
7. 中国国际电子商务网: <https://www.ec.com.cn/>

## 【馆内图书】

序号	索书号	题名	出版者
1	F724.6/Z097:2021	中国跨境电商发展报告. 2021: 双循环格局下跨境电商发展	社会科学文献出版社
2	F713.365.2/G123	跨境电商全产业链时代: 政策红利下迎机遇期	中国海关出版社
3	F713.365.1/S933	中国跨境电商保税仓物流服务质量研究	浙江大学出版社
4	F724.6/F535	电商大课堂: 跨境电商潮	浙江大学出版社
5	F724.6/G631	进口B2C跨境电商产品质量风险评估与预警体系研究	经济科学出版社
6	F713.365.2/H528	探索与发展: 跨境电商理论与实务研究	中国商务出版社
7	F724.6/X293	中国模式: 中国跨境电商综合试验区试点实践与创新经验	浙江工商大学出版社
8	F713.36/G226	洞察现实, 探索跨境电商未来	中国时代经济出版社

---

主编: 刘雁 周莉

编辑: 邸焯梅 王凯艳 苑艺 张琪