

第十七届“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛

江苏省选拔赛作品书

作品名称： “一带一路”背景下我国跨境电子商务发展现状

及对策研究——以苏州为例

项目组成员： 赵双娇 朱梦娟 张文凯 陈亚平 赵办 陈静静

指导教师： 刘婷 彭一刚 阮文娜

类别：

- 自然科学类学术论文
- 哲学社会科学类社会调查报告和学术论文
- 科技发明制作 A 类
- 科技发明制作 B 类

2021 年 4 月 6 日

目 录

目 录	I
图表目录	III
摘 要	IV
一、引言	1
(一) 研究背景	1
(二) 研究意义	2
(三) 研究方法	2
二、国内外相关研究综述	2
三、调研设计与组织实施	3
(一) 调研整体设计	3
(二) 问卷设计	4
(二) 现场访谈	5
四、调研资料及数据分析——以苏州为例	7
(一) 基于文献研究的跨境电商整体发展情况分析	7
1、跨境电商行业分析	7
2、跨境电商企业分析	8
3、服务“一带一路”分析	10
(二) 基于问卷调研的跨境电商企业运营状况分析	11
1、有效调研样本筛选	11
2、跨境电商企业基本情况分析	14
3、跨境电商企业销售情况分析	18
4、跨境电商物流仓储情况分析	20
5、跨境电商品牌培育情况分析	21
6、跨境电商人才培养情况分析	22
7、“一带一路”倡议认知情况分析	25
(三) 基于现场访谈的跨境电商行业认知状况分析	25

四、我国跨境电子商务发展现状分析.....	26
(一) 取得成效分析.....	26
1、政府对跨境电商扶持力度不断加大.....	26
2、企业对跨境电商转型升级不断深化.....	27
3、跨境电商产业链集群正在逐渐形成.....	27
4、跨境电商经营主体的质量持续提升.....	28
5、中欧班列助力“一带一路”倡议实施.....	28
(二) 存在不足分析.....	29
1、商标海外注册及品牌保护重视不够.....	29
2、中小跨境电商企业抗风险能力缺乏.....	30
3、跨境电商人才培养体系需不断完善.....	30
五、“一带一路”下我国跨境电子商务发展对策与建议.....	31
(一) 继续加大对跨境电商政策扶持力度，助力企业认知“一带一路”.....	31
(二) 引导企业做好商标注册和国际认证，助力企业建立品牌意识.....	31
(三) 鼓励校企一体化培养跨境电商人才，助力企业搭建人才梯队.....	32
(四) 加快与“一带一路”沿线国家的合作，助力企业建立预警机制.....	32
六、总结与未来研究.....	33
参考文献.....	34
附件 A 跨境电子商务企业调研问卷.....	35
附件 B 跨境电子商务发展情况访谈表.....	38
附件 C 依托该作品发表的文章、取得的荣誉.....	39
附件 D 作品研究过程中完成的政府委托项目、企业横向项目.....	39
附件 E 苏州跨境电子商务协会对作品研究成果采纳意见.....	40
附件 F 福建龙岩市电子商务协会对作品研究成果采纳意见.....	41
附件 G 华南跨境(广东省)电商研究院对作品研究成果采纳意见.....	42

图表目录

图 1 项目组赴苏州高新区商务局调研跨境电子商务政策.....	5
图 2 项目组赴苏州吴江农业农村局调研农产品跨境电子商务开展情况.....	6
图 3 项目组赴江苏省电子商务示范企业：苏州沃金网络科技有限公司调研.....	6
图 4 项目组赴苏州市十大自主品牌企业：苏州太湖雪丝绸股份有限公司调研..	6
图 5 数据分析方法.....	7
图 6 调研问卷页面.....	12
图 7 样本企业经营品类分析.....	15
图 8 样本企业规模分布.....	15
图 9 样本企业开展跨境电商平台分布.....	16
图 10 样本企业成熟度分析.....	17
图 11 样本企业面临的内部问题分析.....	17
图 12 样本企业出口额度及占比.....	19
图 13 样本企业物流运输方式选择分布.....	20
图 14 样本企业对 9610/1210 的认识分析.....	21
图 15 样本企业对海外品牌费用的投入.....	22
图 16 样本企业对人才的需求分析.....	23
图 17 样本企业最需的政府支持分析.....	24
图 18 样本企业校企合作意愿分析.....	24
图 19 样本企业对“一带一路”倡议的认知分析.....	25
表 1 调研设计和组织.....	4
表 2 问卷调研三级维度.....	5
表 3 各区域跨境电子商务企业数量和规模占比.....	9
表 4 各行业企业的数量和规模占比.....	10
表 5 有效调研样本信息.....	12
表 6 样本企业发展外部困境因素分析.....	18
表 7 样本企业出口地和产品分析.....	19
表 8 现场访谈结果分析.....	25
表 9 国家出台的最近跨境电子商务政策.....	27

摘要

后疫情时代，跨境电子商务新业态将成为稳外贸、促进国内国际双循环的主要力量，如何推动跨境电子商务发展，助力“一带一路”倡议则成为各地政府需重点考虑的课题。

在我国各大城市外贸发展中，**苏州外贸发展一直走在全国前列**，而且在 2016 年，苏州就已成为全国唯一获批设立跨境电子商务综合试验区的地级市，2019 年，中国（江苏）自贸试验区成立，苏州片区又是江苏自贸试验区面积最大的区域。由此可见，**苏州在江苏省，以及全国的跨境电子商务发展中，均处于领先地位，其跨境电子商务发展情况对其他各地有着重要的参考和借鉴。**

本作品以苏州为例，通过文献研究、问卷调研和现场访谈三种方式，基于问卷调研的数据，对服务“一带一路”情况以及跨境电子商务发展取得的成效和不足进行了深入剖析，主要存在商标海外注册重视不够、中小跨境电商企业抗风险能力缺乏、跨境电商人才培养体系需不断完善等问题，并从政策支持、品牌保护、人才培养、加快国际合作等方面提出对策与建议。

本作品研究成果一方面能够为我国以及各地政府发展跨境电子商务提供借鉴和参考；另一方面能够助力我国更好地开展“一带一路”倡议，促进国内国际双循环。

关键词：一带一路；跨境电子商务；苏州；问卷调研；对策

一、引言

(一) 研究背景

近年来，随着“一带一路”倡议的实施，以及我国对跨境电子商务发展的大力支持，各地政府都在积极地推动当地跨境电子商务产业的发展，传统外贸和新兴企业跨境电子商务发展驶入快车道。如今，随着疫情对全球的影响，在后疫情时代，跨境电子商务将成为稳外贸、促进国内国际双循环的主要力量，如何推动跨境电子商务发展则成为我国及各地政府需重点考虑的课题。

为了更好地研究我国跨境电子商务发展，需选取典型城市进行调研研究，以便为我国其他各地的跨境电子商务发展提供借鉴和参考。在我国各大城市外贸发展中，苏州外贸发展一直走在全国前列，2020年苏州外贸总额突破 2.23 万亿，占全国比重 6.9%，占江苏省比重 50.2%，在全国大中城市中排名上海、深圳、北京之后，名列第 4 位。而且在 2016 年，苏州就已成为全国唯一获批设立跨境电子商务综合试验区的地级市，2019 年，中国（江苏）自贸试验区成立，苏州片区又是江苏自贸试验区面积最大的区域。由此可见，苏州在江苏省乃至全国跨境电子商务发展中，均有着领先的地位。

基于以上背景，本作品选取苏州这一典型城市，对其跨境电子商务进行研究，通过调研和访谈，了解苏州跨境电子商务发展现状，重点对其存在的不足进行分析，在此基础上提出对策与建议，为我国其他各地的跨境电子商务发展提供借鉴和参考，研究成果具有一定的代表性和借鉴性。

（二）研究意义

本作品研究意义主要有以下两点：

1、目前我国正在大力发展跨境电子商务，本作品通过对苏州跨境电子商务发展现状的研究，能够窥探江苏乃至全国跨境电子商务发展情况，**为我国以及各地政府发展跨境电子商务提供借鉴和参考；**

2、后疫情时代，跨境电子商务将成为我国稳外贸、促发展的主要力量，本作品提出的对策与建议，**不仅能够助力我国更好地开展“一带一路”倡议，更能促进国内国际双循环。**

（三）研究方法

1、文献研究：通过文献资料的收集、查阅、整理和分析，从面上了解我国以及苏州跨境电子商务发展现状；

2、问卷调查：设计问卷，对苏州主要的跨境电子商务企业经营现状等情况进行调研，了解企业经营实际情况；

3、访谈调查：通过对苏州跨境电子商务业务主管单位负责人、跨境电子商务从业者的访谈，一方面进一步了解跨境电子商务行业发展情况，另一方面了解跨境电子商务从业主体对未来发展的建议。

二、国内外相关研究综述

关于跨境电子商务的研究，目前国内外文献主要集中在影响因素、现状与趋势、人才培养等方面。

在影响因素方面，国外 Maria Giuffrida 等（2017）认为良好的市场法律环境、企业的良性竞争和高效的物流网络等，是影响跨境电商发展的重要因素；Guy H.Gessner 等（2015）指出贸易壁垒、汇率波

动、风俗习惯差异等，都是影响跨境电商发展的重要因素。国内曹武军等（2020）从演化博弈论等视角，对政府规制影响跨境电商产业发展的机理进行了深入研究；张锡宝等（2020）指出贸易便利化政策促进了跨境电商的发展。

在现状与趋势方面，白丽（2021）指出中小外贸企业跨境电商发展迅速，但存在运营能力不高、产品质量参差不齐等问题；冯洁（2020）对长三角地区的跨境电商发展现状进行了研究，从人才培养、产品创新等方面提出对策与建议。

在人才培养方面，朱传丽等（2021）对我国跨境电商人才培养现状、问题及解决措施进行了深入研究；华国振（2018）针对目前跨境电商面临的人才瓶颈问题，提出多层次跨境电商人才的本土化培养策略。

基于以上分析可知，目前国内外针对跨境电商的研究已有很多，为本作品的研究提供了扎实的理论与实践基础。但**由于疫情的影响，政府以及企业对跨境电商的理解也发生了很大的变化**，而在目前的研究中，关于后疫情时代我国跨境电子商务发展的研究还不多见，针对这个问题，本作品选取苏州为研究对象，以便为**后疫情时代下我国跨境电商的发展提供对策，助力“一带一路”**，这也是本作品研究的出发点和创新点。

三、调研设计与组织实施

（一）调研整体设计

调研分为问卷调研和问题访谈两部分，具体设计如表 1 所示。

表 1 调研设计和组织

序号	阶段	项目内容	工作要求	工作成果	实施时间
1	调研问题界定	明确需要解决的具体问题	根据与相关学者、企业、专家研讨，明确具体问题	具体问题列表	2020年 5-6月
2	调研维度设计	确定调研维度	基于调研主题、调研问题等，结合已有资料及相关专家反馈，确定调研维度	调研维度及具体内容	
3	调研问卷设计	初步设计问卷	项目组根据收集的资料及调研经验设计调研问卷	苏州跨境电子商务行业发展现状调研问卷	2020年 7月
4		问卷预测试	项目组通过邮件发给部分企业进行调研	问卷预测试数据	
5		调整问卷并确定最终稿	与相关企业、专家讨论预测试结果并对问卷进行相关的调整，使之更科学化	调研问卷终稿	
6	调研实施	在线问卷实施	基于互联网平台调研	调研样本	2020年 8-9月
7		企业深度访谈	选择典型企业进行深度访谈，对访谈过程进行详细记录	访谈样本	
8	数据统计分析	数据统计分析	项目组根据回收数据进行分类统计并分析	对调研变量分类统计并分析	2020年 10月
9	报告撰写及汇报	报告撰写	项目组根据数据分析结果撰写报告	“一带一路”下我国跨境电商发展现状及对策研究报告——以苏州为例	2020年 11月-12月
10	报告完善	项目组根据专家反馈意见进行修改	项目组根据专家对报告内容反馈结果进行调整		2021年 1月-3月

(二) 问卷设计

问卷调研对象主要为苏州市内的典型跨境电子商务企业，为了体现调研的全面和科学性，本作品针对调研设计了三级维度，如表 2 所示。详细问卷见附件 A。

表 2 问卷调研三级维度

调研一级维度	调研二级维度	调研三级维度
企业整体经营情况	跨境电商企业基本情况	企业类型
		企业规模
		开展跨境电商模式
		开展跨境电商平台
		开展跨境电商时间
		开展跨境电商碰到的阻碍
	跨境电商企业销售情况	跨境电商销售市场
		跨境电商产品
		跨境电商交易额
		跨境电商运营成本
企业国际物流情况	跨境电商物流情况	跨境电商物流模式
		跨境电商物流成本
	跨境电商仓储情况	跨境电商仓储模式
跨境电商品牌培育情况	商品境外运营情况	商品境外注册情况
		商品境外宣传情况
	商品商标运营	商标认定情况
跨境电商人才培养情况	跨境电商人才招聘情况	跨境电商人才紧缺情况
		跨境电商人才招聘情况
	跨境电商人才培养情况	跨境电商人才培养周期
		跨境电商人才培养内容

(二) 现场访谈

为更好地了解苏州跨境电子商务行业发展情况，项目组设计了访谈表，见附件 B，并对政府、企业等单位进行了走访，现场走访部分如图 1、图 2、图 3、图 4 所示。



图 1 项目组赴苏州高新区商务局调研跨境电子商务政策



图 2 项目组赴苏州吴江农业农村局调研农产品跨境电子商务开展情况



图 3 项目组赴江苏省电子商务示范企业：苏州沃金网络科技有限公司调研



图 4 项目组赴苏州市十大自主品牌企业：苏州太湖雪丝绸股份有限公司调研

四、调研资料及数据分析——以苏州为例

针对调研过程中的数据分析，主要分为三个部分，如图 5 所示。一是基于文献资料对苏州跨境电子商务整体发展情况分析；二是基于问卷调研对苏州跨境电子商务企业运营状况的分析；三是基于现场访谈的苏州跨境电子商务行业认知状况的分析。

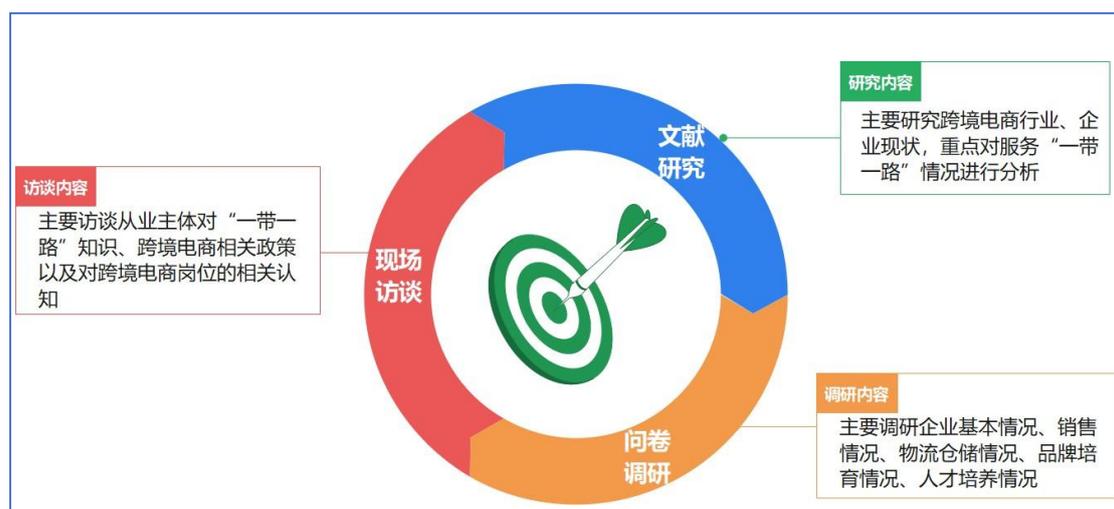


图 5 数据分析方法

（一）基于文献研究的跨境电商整体发展情况分析

1、跨境电商行业分析

（1）海关数据分析

根据苏州海关发布的数据显示，2020 年苏州市实现外贸进出口 22321.4 亿元，比上年增长 1.5%。在政策扶持和推动下，苏州市 2020 年以“跨境电子商务”贸易方式申报进出口报关单 31972 份、货值 38642.3 万元，分别增长 168.2%和 112.8%。其中，保税电商进出口 29436.6 万元，增长 124.1%；跨境直购进出口 8892 万元，增长 77.2%；作为新增贸易方式，跨境 B2B 直接出口 34.9 万元，跨境电子商务海外仓出口 278.8 万元。

(2) 跨境电商综合试验区数据分析

苏州跨境电子商务综试区线上综合服务平台已实现为跨境电子商务企业提供全模式业务的“一点接入、一站式服务”。与其他综试区城市相比，全程电子化打通关检汇税工商经信等相关部门，在全国率先打通平台 B2B 出口业务申报通道和开展业务。根据苏州市政府发布的数据显示，截至 2020 年 2 月，线上平台注册企业 489 家，受理申报 444.02 万单，业务金额逾 271 亿元。线上平台在全程电子化，与海关 H2010 系统、检验检疫 CIQ2000、人行金宏数据系统对接，以及建立外汇监测服务系统、与东盟单一窗口 GeTS 对接、个人跨境贸易三单电子申报、B2B 报关通道申报全国进出口业务等方面，实现了全国多个第一和唯一。

2、跨境电商企业分析

为对苏州跨境电子商务企业结构和分布有整体的了解，本作品以“跨境”、“外贸”、“信息科技”、“网络科技”等跨境电子商务相关企业常用的企业名称字段作为关键词，在企业信息检索平台进行全面搜索。

通过对企业经营情况（保留正常经营的企业）、企业简介（在企业简介中检索其业务是否有跨境相关业务）等方面的进一步筛选，共调取在工商备案的 2071 家企业，其中，以企业规模（注册资本）作为主要依据，共筛选出重点企业 265 家。针对 2071 家跨境电子商务相关企业，本作品从所属区域和分布行业两个角度，进行了整理和分析，具体如下。

(1) 企业所属区域分布分析

在掌握的 2071 家企业中，按照企业的注册地区，有 1535 家来自常熟市；41 家来自高新区；101 家来自姑苏区；59 家来自昆山市；28 家来自工业园区；27 家来自太仓市；138 家来自吴江区；45 家来自吴中区；12 家来自相城区；85 家来自张家港市，具体如表 3 所示。

表 3 各区域跨境电子商务企业数量和规模占比

区域	数量	占比	注册资本 (万元)	占比
常熟市	1535	74.12%	38871	10.13%
高新区	41	1.98%	10244.15	2.67%
姑苏区	101	4.88%	18727.83	4.88%
昆山市	59	2.85%	12181.1	3.17%
苏州工业园区	28	1.35%	134847.14	35.13%
太仓市	27	1.30%	37495.88	9.77%
吴江区	138	6.66%	54198.6	14.12%
吴中区	45	2.17%	39839.5	10.38%
相城区	12	0.58%	2526.6	0.66%
张家港市	85	4.10%	34871.5205	9.09%

从表 3 可以看出，常熟市跨境电子商务相关企业数量明显高于其他地区，主要是由于常熟市有大量的小规模外贸服装厂注册备案，从侧面也反映出，跨境电子商务的发展离不开当地产业链的集聚和支持。另外，从企业数量上来讲，常熟市由于大量的小型批发零售企业注册，因此数量占比较高，此外吴中区、姑苏区以及张家港市的企业数量也占据前列；但是从企业规模来讲，由于工业园区的企业规模普遍较大，因此占比较高，其次是吴江区和吴中区。

(2) 企业所属行业结构分析

从产品视角来看，由于批发和零售业的行业划分无法具体描绘主要经营产品，但结合企业名称和相关信息的搜集，仍可以看出苏州市跨境电子商务企业仍以纺织业和服装业为主，主要经营婚纱礼服之类

产品，这也跟苏州市全球较大的婚纱礼服市场有着紧密的关系。同时涉及电气机械和器材制造业、金属制品业和食品制造业；从企业类型上来看，科技推广和应用服务业、软件和信息技术服务业和商务服务业等服务配套企业在数量上略显不足，这从侧面也反映出，随着苏州跨境电子商务的发展，与其配套的服务型产业和企业也需要逐渐增加。

具体如表 4 所示。

表 4 各行业企业的数量和规模占比

行业	数量	占比	注册资本	占比
电气机械和器材制造业	2	0.10%	6973.94	1.82%
多式联运和运输代理业	3	0.15%	9900	2.58%
纺织服装、服饰业	6	0.29%	477	0.12%
纺织业	9	0.44%	384	0.10%
计算机、通信和其他电子设备制造业	2	0.10%	401	0.10%
金属制品业	1	0.05%	10	0.00%
居民服务业	2	0.10%	39	0.01%
科技推广和应用服务业	2	0.10%	5050	1.32%
软件和信息技术服务业	15	0.73%	18800	4.90%
商务服务业	19	0.92%	24700	6.44%
食品制造业	2	0.10%	10664.52	2.78%
水上运输业	2	0.10%	1510	0.39%
通用设备制造业	1	0.05%	2500	0.65%
文教、工美、体育和娱乐用品制造业	2	0.10%	70	0.02%
信息传输、软件和信息技术服务业	1	0.05%	317.65	0.08%
研究和试验发展	12	0.58%	13850	3.61%
印刷和记录媒介复制业	10	0.48%	4508	1.17%
专业技术服务业	4	0.19%	5500	1.43%
装卸搬运和仓储业	2	0.10%	510	0.13%
批发和零售业	1969	95.26%	277619.2105	72.34%

3、服务“一带一路”分析

通过调研了解到，始发于 2012 年 11 月的苏州中欧班列是国内市场化程度最高的中欧班列，现已发展形成集中欧、中亚、中俄进出口班列于一体的国际铁路货运体系。苏州中欧班列开行保持平稳发展，已先后开通至德国汉堡、俄罗斯莫斯科、越南河内等线路，累计发运960列，服务区域外贸企业上千家。苏州中欧班列作为响应“一带一路”

倡议，主动融入长三角一体化发展等重大机遇的重要载体，正获得长足发展与积极成果。自开行以来，苏州地方政府积极加强与铁路部门合作，以市场化为导向，将该班列打造成江苏国际贸易大通道之一。

另外，2020年7月3日，苏州海关首批通过“苏满欧”跨境电商中欧班列运输出境的跨境电商9610出口商品包裹，在苏州高新区综保区跨境电子商务监管区顺利通关，这标志着苏州跨境电商成功开启了苏满欧商业渠道的新里程、新业态和新通道。跨境电商班列是利用苏满欧中欧班列开设的一条国际铁路运输渠道，采用商业清关模式出口。专线从苏州始发，由满洲里站出境，途经俄罗斯、白俄罗斯至德国汉堡站或杜伊斯堡，全程13000公里，运行时间约20天。由于苏满欧途径国家少，关务过境便捷，出境环节稳定，运输实效性有保障。通达国家有意大利、法国、西班牙、荷兰、比利时、英国等20多个欧洲国家。目前，中欧班列运力、价格和时效相对稳定，为保障国际邮路通畅，发挥邮政物流网络资源优势，中国邮政集团苏州分公司与苏州高新区综保区跨境电商平台海贸通公司协作，跨境电商零售出口商品搭上中欧班列“快车”，将高效、低成本通往“一带一路”沿线国家和地区。

(二) 基于问卷调研的跨境电商企业运营状况分析

1、有效调研样本筛选

本作品的问卷通过问卷星调研平台进行发放，如图6所示，此次调研一共有201家跨境电子商务相关企业参与了问卷的填写，经过有效性的筛选，共保留175个调研样本，参与调研的有效企业信息表如

表 5 所示。本作品主要从企业基本情况、销售情况、物流仓储情况、品牌培育情况、人才培养情况等方面对数据进行深入分析。

苏州市跨境电子商务政策类需求调研问卷

您好，感谢您百忙之中填写本调查问卷。本次调查的目的在了解苏州市涉及跨境电商的各类主体的发展现状、对政府政策的需求及现行政策的反馈。您的回答将对后续政策的制定和决策提供重要指导建议。
本调查问卷共需要5分钟左右的时间，请您根据自身的情况和需求如实填写，再次感谢！
苏州市高新区商务局&中国（苏州）跨境电子商务综合试验区
2020

***第一部分 跨境电子商务企业基本情况**

1. 贵单位注册地址所在区域：

<input type="radio"/> 姑苏区
<input type="radio"/> 高新区
<input type="radio"/> 吴中区
<input type="radio"/> 相城区
<input type="radio"/> 吴江区
<input type="radio"/> 工业园区
<input type="radio"/> 常熟市
<input type="radio"/> 张家港市

图 6 调研问卷页面
表 5 有效调研样本信息

序号	名称	区域	序号	名称	区域
1	江苏白雪电器股份有限公司	常熟	89	苏州国信集团有限公司	太仓
2	江苏中服焦点跨境贸易服务有限公司	常熟	90	太仓工业对外贸易有限公司	太仓
3	苏州东旗林跨境电子商务有限公司	常熟	91	绿之通跨境电子商务（太仓）有限公司	太仓
4	江苏常熟服装城跨境贸易运营中心有限公司	常熟	92	太仓市强益对外贸易发展有限公司	太仓
5	常熟市海外贸易有限公司	常熟	93	苏州国信集团丰源进出口有限公司	太仓
6	金盈信息科技（苏州）有限公司	常熟	94	苏州盛仓航运有限公司	太仓
7	常熟市外贸印刷有限公司	常熟	95	苏州国信集团太仓日升进出口有限公司	太仓
8	常熟市对外贸易有限公司	常熟	96	江苏金银岛跨境电子商务有限公司	太仓
9	常熟进出口海外贸易有限责任公司	常熟	97	太仓市大江航运有限公司	太仓
10	常熟市龙腾纸塑包装彩印有限公司	常熟	98	苏州国信集团太仓恒祥进出口有限公司	太仓
11	常熟市常新国际货运代理有限公司	常熟	99	苏州国信集团新顺进出口有限公司	太仓
12	常熟市纺织品进出口有限责任公司	常熟	100	太仓华金电力配套公司	太仓
13	苏州诗情麻意服饰有限公司	常熟	101	太仓东吴外贸包装印刷有限公司	太仓
14	常熟捞品购物商城有限公司	常熟	102	太仓正得跨境电商有限公司	太仓
15	卓一跨境电子商务（苏州）有限公司	常熟	103	如薇化妆品（苏州）有限公司	吴江区
16	常熟市梦斯通对外贸易有限公司	常熟	104	吴江市高新纺织有限公司	吴江区
17	苏州格外香服饰贸易有限公司	常熟	105	苏州仁保纺织贸易有限公司	吴江区
18	常熟市华文外贸包装彩印有限公司	常熟	106	苏州诸悦纺织贸易有限公司	吴江区
19	常熟市第三外贸彩印包装有限公司	常熟	107	苏州好添纺织贸易有限公司	吴江区
20	常熟市豪威富外贸包装有限公司	常熟	108	苏州利多达纺织贸易有限公司	吴江区

序号	名称	区域	序号	名称	区域
21	常熟市五矿物资贸易有限责任公司	常熟	109	江苏立新进出口有限公司	吴江区
22	常熟缙外商贸有限公司	常熟	110	吴江市飞达纺织皮革有限公司	吴江区
23	常熟越外商贸有限公司	常熟	111	江苏楚尼纺织有限公司	吴江区
24	苏州法外商贸有限公司	常熟	112	苏州想彻志高节能设备有限公司	吴江区
25	苏州布外商贸有限公司	常熟	113	江苏立新面料科技有限公司	吴江区
26	常熟韵外商贸有限公司	常熟	114	苏州威风纺织有限公司	吴江区
27	常熟方外商贸有限公司	常熟	115	苏州梵诺纺织有限公司	吴江区
28	常熟若外商贸有限公司	常熟	116	苏州中食味道跨境电商贸易有限公司	吴江区
29	常熟花外商贸有限公司	常熟	117	吴江市金澜丝绸纺织品有限公司	吴江区
30	苏州赛九车贸易有限公司	常熟	118	吴江华海纺织有限公司	吴江区
31	常熟鸿君贸易有限公司	常熟	119	苏州君赢纺织有限公司	吴江区
32	常熟筱笛乐贸易有限公司	常熟	120	苏州科尔腾外贸有限公司	吴江区
33	常熟麦卡吉贸易有限公司	常熟	121	吴江市外贸集团东远进出口有限公司	吴江区
34	常熟万织绣贸易有限公司	常熟	122	吴江市外贸集团上威进出口有限公司	吴江区
35	常熟海焯贸易有限公司	常熟	123	吴江张氏纺织品有限公司	吴江区
36	常熟迪卡佳贸易有限公司	常熟	124	苏州洋年电子商务有限公司	吴江区
37	常熟市衣绣羞贸易有限公司	常熟	125	跨境购通用商业服务(苏州)有限公司	吴江区
38	常熟曼妮菲贸易有限公司	常熟	126	跨境鸟(苏州)供应链管理有限公司	吴江区
39	常熟科桓卓服饰有限公司	常熟	127	苏州华驿供应链有限公司	吴江区
40	常熟市京美贸易有限公司	常熟	128	吴江嘉伦纺织品进出口有限公司	吴江区
41	苏州蓝颜服装国际贸易有限公司	常熟	129	吴江市黎里对外经贸公司	吴江区
42	苏州尚州贸易有限公司	常熟	130	吴江市承兴纺织有限公司	吴江区
43	常熟莉莉娅贸易有限公司	常熟	131	吴江市华聚纺织发展有限公司	吴江区
44	常熟狂本贸易有限公司	常熟	132	苏州市锦佰新材料有限公司	吴江区
45	苏州海贸通跨境电商电子商务产业服务有限公司	高新区	133	苏州跨境鸟乐库物流科技有限公司	吴江区
46	苏州市典桥外贸包装有限公司	高新区	134	苏州成泰跨境电商供应链管理有限公司	吴江区
47	苏州雷洛网络科技有限公司	高新区	135	苏州甲米纺织有限公司	吴江区
48	苏州高新技术产业开发区对外贸易公司	高新区	136	跨境鸟(苏州)电子商务有限公司	吴江区
49	康耐森跨境电商电子商务(苏州)有限公司	高新区	137	苏州网谷电子商务产业发展有限公司	吴中区
50	苏州玖陆亿领跨境电商电子商务发展有限公司	高新区	138	江苏国速跨境电商电子商务发展有限公司	吴中区
51	苏州贝宝信息科技有限公司	高新区	139	中能泰可(苏州)网络科技有限公司	吴中区
52	苏州艺家因特电子科技有限公司	高新区	140	正赢环保科技(苏州)有限公司	吴中区
53	苏州江南姑苏堂跨境电商电子商务有限公司	高新区	141	苏州地贝电器科技有限公司	吴中区
54	中佑跨境电商电子商务有限公司	姑苏区	142	苏州欧尔迪威地暖科技有限公司	吴中区
55	苏州外贸物资总公司	姑苏区	143	苏州郎普外贸有限公司	吴中区
56	苏州电讯电机厂有限公司	姑苏区	144	世贸东盟跨境电商服务有限公司	吴中区
57	中设(苏州)机械设备工程有限公司	姑苏区	145	苏州世银万通跨境支付科技有限公司	吴中区

序号	名称	区域	序号	名称	区域
58	苏州市对外贸易有限公司	姑苏区	146	江苏国速科技有限公司	吴中区
59	苏州擎动励跨境电子商务咨询服务有限公司	姑苏区	147	江苏风库科技有限公司	吴中区
60	苏州市中翔进出口有限公司	姑苏区	148	苏州市卓亦恒外贸有限公司	吴中区
61	苏州外贸物产有限公司	姑苏区	149	康耐森五金（苏州）有限公司	吴中区
62	苏州楼外林贸易有限公司	姑苏区	150	苏州恒兴进出口贸易有限公司	吴中区
63	本上生活（苏州）跨境贸易有限公司	姑苏区	151	苏州优尼可捷跨境电商发展有限公司	吴中区
64	苏州沃金网络科技有限公司	姑苏区	152	苏州嘉垚企业管理咨询有限公司	吴中区
65	苏州市外贸恒达实业公司	姑苏区	153	苏州立熙计算机技术咨询服务服务有限公司	吴中区
66	苏州康宝瑞贸易有限公司	姑苏区	154	苏州大福外贸食品有限公司	吴中区
67	昆山市银桥跨境电子商务有限公司	昆山	155	苏州募新规云科技有限公司	吴中区
68	软通动力网络科技（昆山）有限公司	昆山	156	苏州唯道网络科技有限公司	吴中区
69	昆山市利都民营经济经济开发区	昆山	157	苏州奥登泰克商贸有限公司	吴中区
70	江苏恒驰国际货运代理有限公司	昆山	158	苏州仙晨贸易有限公司	吴中区
71	江苏小邮快跑跨境电商服务有限公司	昆山	159	苏州市艾里逊供应链管理有限公司	相城区
72	昆山市对外贸易鑫阳有限责任公司	昆山	160	苏州柯瑞德物流科技有限公司	相城区
73	昆山市对外贸易鑫立有限责任公司	昆山	161	苏州逸景对外贸易有限公司	相城区
74	昆山市对外贸易有限公司	昆山	162	苏州跨境者行文化传播有限公司	相城区
75	昆山福海对外贸易有限公司	昆山	163	苏州未莱智库电子商务有限公司	相城区
76	昆山松针通运贸易有限公司	昆山	164	江苏梁丰食品集团有限公司	张家港
77	苏州速转信息科技有限公司	昆山	165	张家港浦项码头有限公司	张家港
78	苏州物流中心有限公司	工业园区	166	天纬网络科技有限公司	张家港
79	费舍尔物流科技（苏州）有限公司	工业园区	167	天港网络科技有限公司	张家港
80	国药控股苏州有限公司	工业园区	168	张家港江贸石油外轮供应有限公司	张家港
81	苏州跨境电子商务有限公司	工业园区	169	上海外贸申港食品厂	张家港
82	江苏速来跨境电商科技有限公司	工业园区	170	张家港易连对外贸易有限公司	张家港
83	苏州工业园区中辰进出口有限公司	工业园区	171	江苏梁丰食品集团进出口有限公司	张家港
84	润步（苏州）跨境电子商务发展有限公司	工业园区	172	苏州涵络一跨境电商贸易有限公司	张家港
85	苏州中特伟力管理咨询有限公司	工业园区	173	苏州三客优网络科技有限公司	张家港
86	苏州市一键买卖贸易有限公司	工业园区	174	苏州易优创网络科技有限公司	张家港
87	苏州国信集团旺顺进出口有限公司	太仓	175	苏州百名子网络科技有限公司	张家港
88	苏州国信集团太仓怡和进出口有限公司	太仓			

2、跨境电商企业基本情况分析

（1）企业经营品类分析

样本企业中，近 50%的跨境电子商务企业类型为贸易型企业，超过 40%的企业同时涉足生产和贸易领域，9.09%的企业为配套服务企业，单纯的生产型企业仅占 4.55%，如图 7 所示。

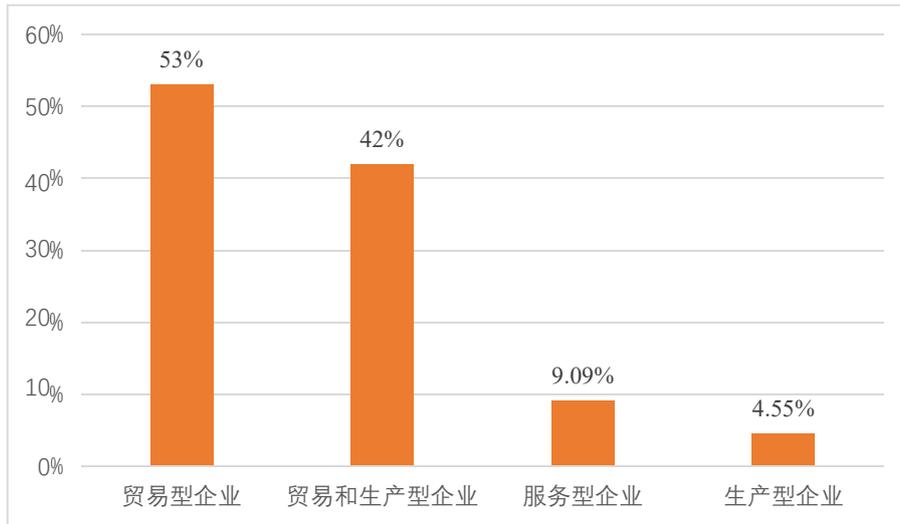


图 7 样本企业经营品类分析

由此可见，从事跨境电子商务企业的更多的还是以外贸企业为主，纯生产型企业还是以传统贸易为主。

(2) 企业经营规模分析

样本企业人数小于 10 人的占比达到 50%，在 11-50 人的占比为 31.82%，在 51-100 人的占比为 9.09%，100 人以上占比 9.09%，如图 8 所示，由此可见，从事跨境电子商务企业的以小型企业为主，中大型企业并不多。

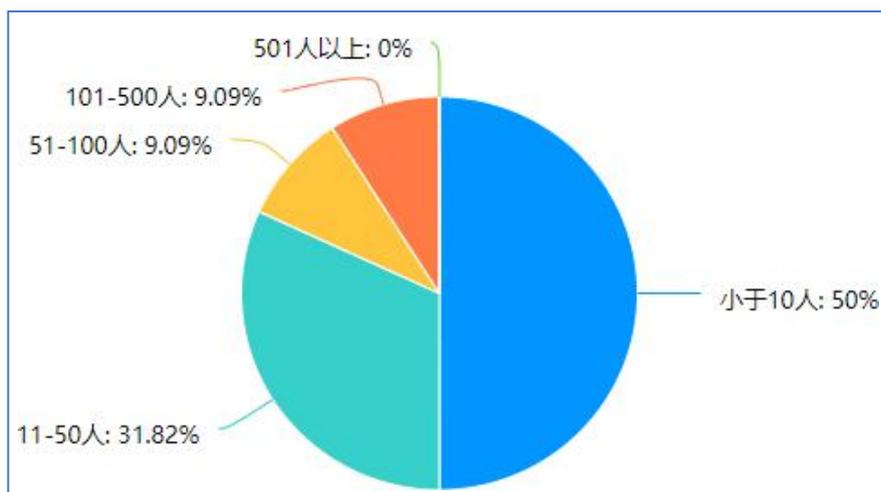


图 8 样本企业规模分布

(3) 业务开展模式分析

样本企业中，纯粹开展 B2B 业务的企业占比极低，仅为 4.55%，

半数以上的企业的业务涉及 B2B 和 B2C 两种模式，占比为 54.55%，虽然文献资料显示跨境电商 B2B 业务交易规模占比比较大，但是在众多企业中，仍然以 B2C 业务为主。

(4) 业务开展平台分析

样本企业中，在亚马逊平台上开展业务的企业占比为 72.73%，在速卖通平台上开展业务的企业占比为 50%，其次是敦煌网占比为 36.36%，eBay 占比为 27.27%、Wish 占比为 13.64%、阿里巴巴国际站占比为 18.18%，有 31.82%的跨境电商企业具有自己的独立站，另有 18.18%的企业在其他平台如乐天、雅虎进行经营，如图 9 所示。

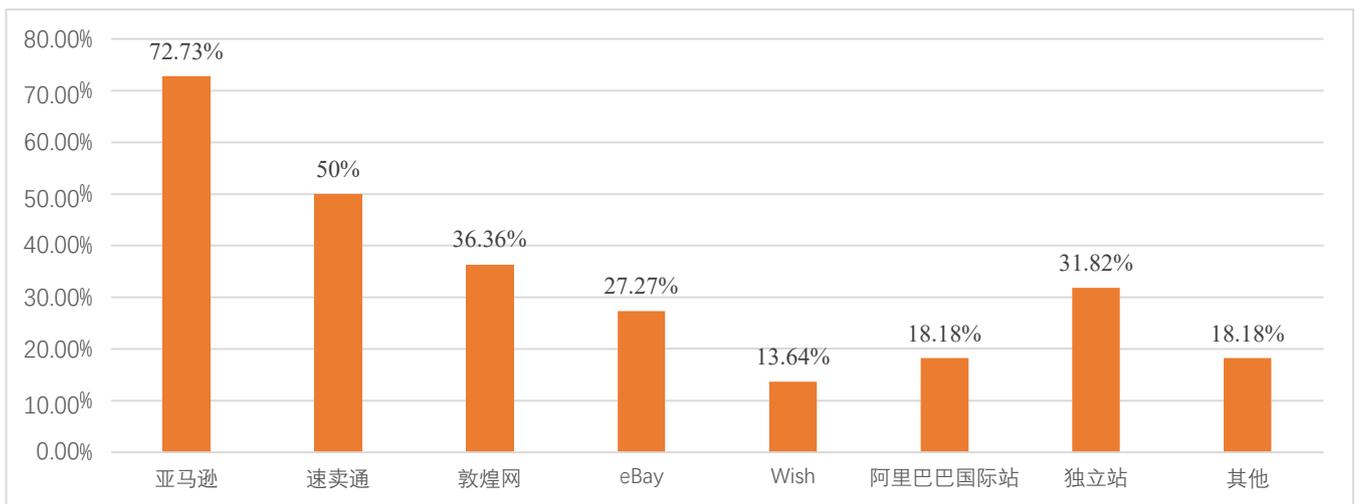


图 9 样本企业开展跨境电商平台分布

(5) 企业成熟度分析

以从事跨境电商的时间作为企业成熟度的衡量指标，本作品将从从事跨境电商活动 1 年以下的企业视为起步期企业，1-3 年的企业视为发展期企业，3-5 年的企业视为快速增长期企业，5 年以上企业视为成熟期企业。在样本企业中，45.45%的企业均处于发展期，22.73%的企业处于快速增长期，成熟期的企业占 1/3 左右，为 31.82%，如图 10

所示。

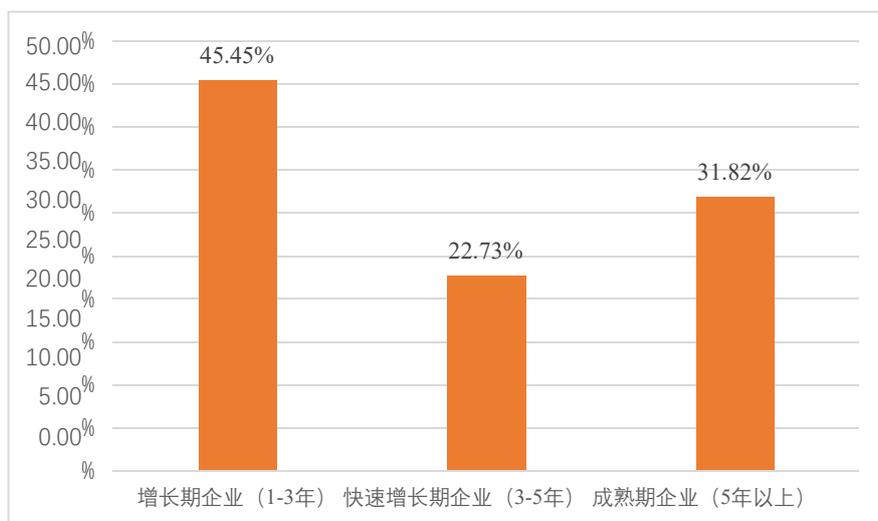


图 10 样本企业成熟度分析

(6) 企业发展内部问题分析

通过调研了解到，目前企业在经营过程中，面临的最大问题是人才短缺，占比达到 40.91%，其他的还有物流运输问题，占比为 36.36%，品牌建设问题占比为 36.36%，资金问题为 31.82%，详细的问题如图11所示。

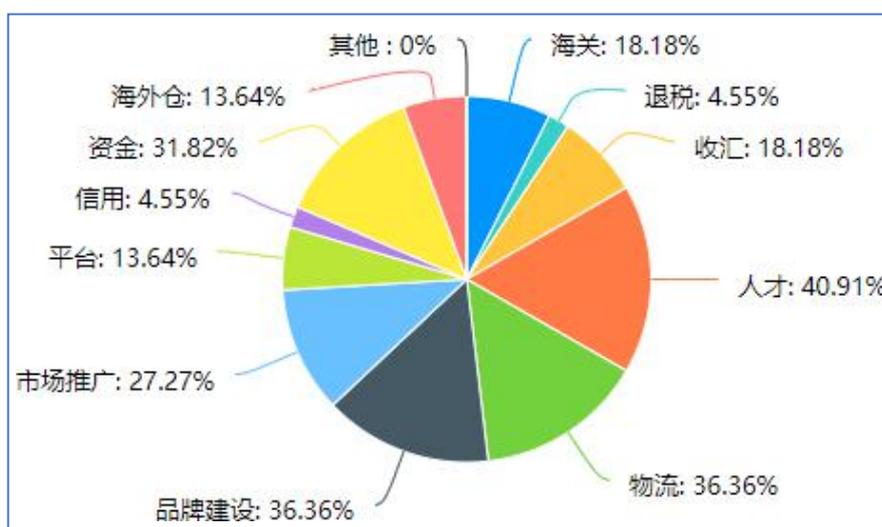


图 11 样本企业面临的内部问题分析

(7) 企业发展外部困境分析

通过调研可知，对于自身企业发展的外部主要影响因素，近半数，

约 40.91%的企业都认为中美贸易摩擦具有重要的影响。另外，36.36%的企业认为有市场产品的同质化和恶性竞争因素，31.82%的企业认为有国际市场需求不足因素，31.82%的企业认为有原材料价格上涨因素。另有 13.64%的企业认为在疫情影响背景下，国际物流不畅，运输周期延长，运输成本高成为了当下制约其发展的重要因素，如表 6 所示。

表 6 样本企业发展外部困境因素分析

序号	企业发展外部困境因素	企业数量	比例
1	中美贸易摩擦	72	40.91%
2	国际市场需求不足	56	31.82%
3	汇率风险	40	22.73%
4	原材料价格上涨	56	31.82%
5	出口国税收政策收紧	8	4.55%
6	出口订单转移	16	9.09%
7	融资难,融资成本高	40	22.73%
8	关检税汇等环节不便利	32	18.18%
9	进出口环节收费多杂	8	4.55%
10	产品同质化严重,恶性竞争激烈	64	36.36%
11	研发投入不足,创新能力不强	32	18.18%
12	缺乏海外营销网络,自主品牌培育滞后	32	18.18%
13	其他	24	13.64%

3、跨境电商企业销售情况分析

(1) 出口地和产品分析

通过调研可知，北美是苏州跨境电子商务相关企业的主要出口国家，超过 90%的企业都有北美的出口业务，欧洲占比为 63.64，日韩占比为 40.91%。在产品方面相对单一和集中，主要产品涉及服饰鞋帽，占比为 68.18%，母婴产品占比为 27.27%，具体情况如表 7 所示。

表 7 样本企业出口地和产品分析

出口区域	占比	出口产品	占比
北美	90.91%	服饰鞋包	68.18%
拉美	22.73%	3C 数码	9.09%
欧州	63.64%	食品保健	9.09%
东南亚/印度	13.64%	母婴产品	27.27%
韩国/日本	40.91%	医药卫生	4.55%
中东	13.64%	化工用品	4.55%
非洲或其他地区&国家	4.55%	其他	27.27%

(2) 出口销售额以及 9610、1210 使用情况分析

样本企业出口销售额均值为 2784.22 万元，呈“金字塔”型结构，50%左右企业的出口销售额在 50-500 万元，30%左右的企业出口销售额在 500-2000 万元之间，20%左右的企业销售额在 2000 万元以上，其出口贸易绝大多数通过跨境电商出口平台完成，均值 1538.8 万元，如图 12 所示。

在 9610/1210 的普及方面，企业通过 9610/1210 出口额均值为 649.22 万元，27.3%的企业完全没有涉足 9610/1210 模式，而多数企业均有一定比例，约占 30%左右的出口是通过 9610/1210 完成。

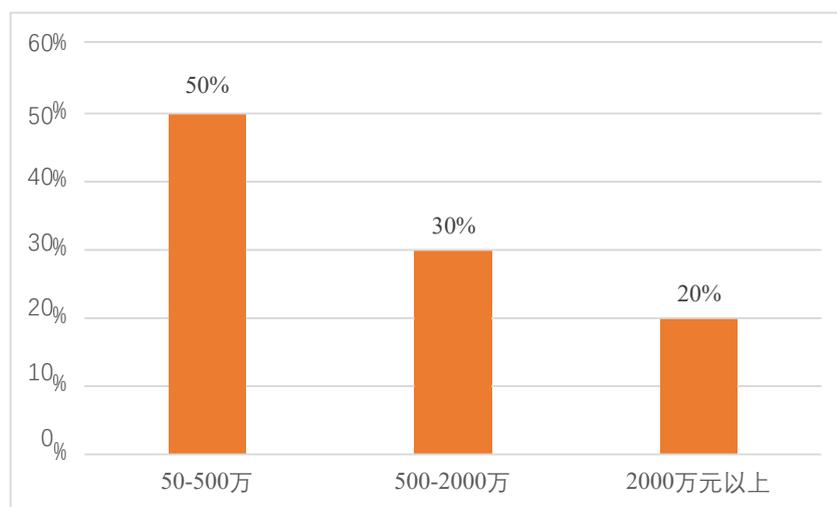


图 12 样本企业出口额度及占比

4、跨境电商物流仓储情况分析

(1) 物流运输方式分析

通过调研了解到，在样本企业中，72.73%的跨境电商企业目前不具备自营物流服务，采用的主要物流运输方式为邮政小包、跨境专线物流、国际快递和海外仓，分别占比为68.18%、68.18%、63.64%和45.45%。另外，有31.82%的企业卖家会根据平台线上指定选取物流运输方式，如图13所示。

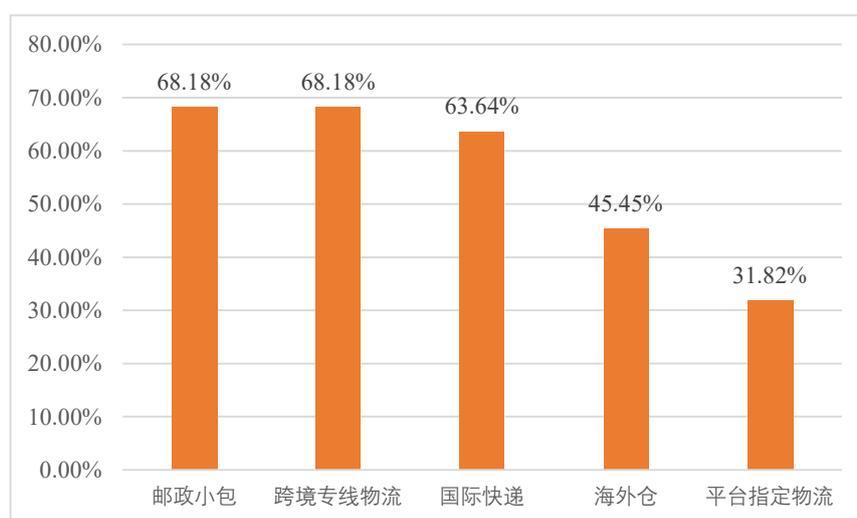


图 13 样本企业物流运输方式选择分布

(2) 物流成本分析

样本企业中，所有的跨境电商企业物流成本控制均在50%以下，并且呈较为均匀的分布，18.18%的企业将物流成本控制在小于10%；27.27%的企业将物流成本控制在11-20%；31.82%的企业物流成本在21%-30%；另有22.73%的企业物流成本在31%-50%。

(3) 退换货率及处理方式分析

通过调研了解到，大部分跨境电商企业的退换货率集中在0%-10%，占比达到81.82%，其中50%的企业小于5%；有4.55%的跨境

电商企业的退货率高于 20%。对于退换货的处理，45.45%的卖家选择退回国内处理，27.27%的卖家将产品打折处理，31.82%的卖家选择直接退款/换货，不要求退货的处理方式，另有 18.18%的卖家通过海外仓退换货。

(4) 海外仓形式分析

除了 22.27%的跨境电商企业不具备海外仓之外，63.64%的跨境电商企业选择亚马逊 FBA 仓，18.18%的企业具有自营海外仓，22.73%的企业选择其他第三方海外仓。

(5) 对 9610/1210 的顾虑分析

超过半数，59.09%的跨境电商企业目前对 9610/1210 没有相对完整的了解和认识，另有 27.27%的企业因为运输时效性和服务质量不倾向于选择 9610/1210，18.18%的卖家认为跨境平台难以获取符合 9610 报关所需订单、收款凭证、运单等电子信息，如图 14 所示。

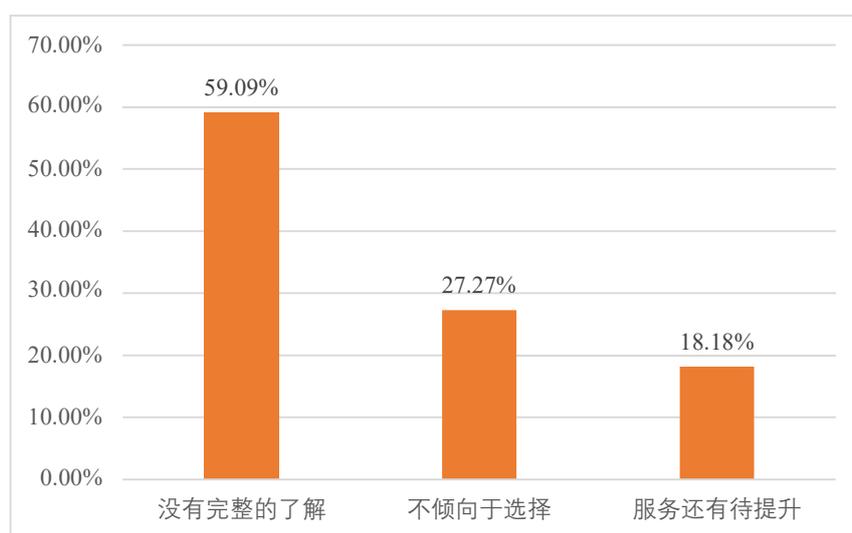


图 14 样本企业对 9610/1210 的认识分析

5、跨境电商品牌培育情况分析

(1) 品牌注册费用投入分析

通过调研了解到，多数跨境电商企业对于境外品牌注册的重视程度不高，77.27%的企业 2019 年境外商品注册的费用小于 10 万元，15.22%的企业投入 10-50 万元，仅有 4.55%的企业投入超过 50 万元，如图 15 所示。

（2）商标认证情况分析

近半数的跨境电商企业尚未取得商标认证，在取得商标认证的企业中，4.55%的企业为市级商标认证；9.09%获得国家级商标认证，31.82%的企业获得国际商标认证，另有 9.09%的企业对此方面问题不清楚。

（3）境外展示交易中心分析

77.27%的跨境电商企业不具备境外展示交易中心或体验中心，18.18 %的企业在北美，以及 4.55%的企业在欧盟设立了展示或体验中心。

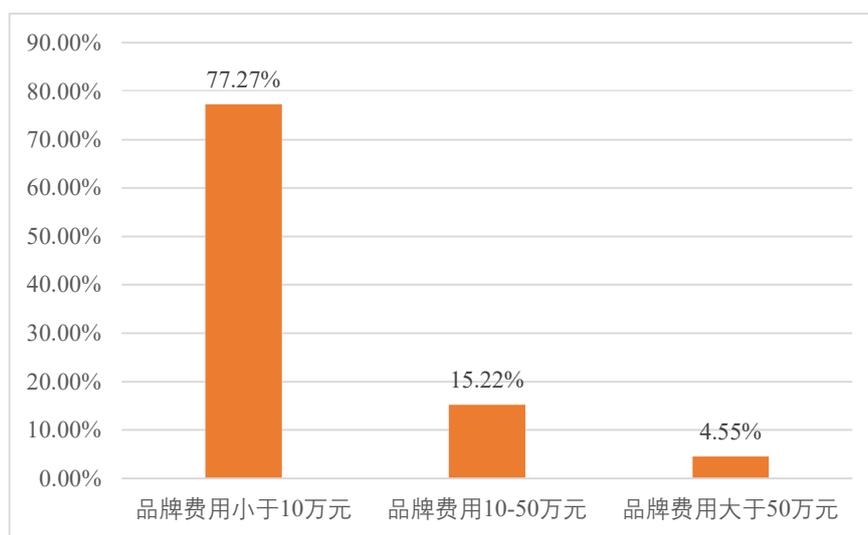


图 15 样本企业对海外品牌费用的投入

6、跨境电商人才培养情况分析

（1）人才能力需求分析

在对于跨境电商人才的能力需求方面，通过调研可知，63.64%的企业迫切需要运营类人才，50%的企业需要营销类人才，如销售、推广、客服等，31.82%的企业需要技术开发类人才，如平台建设、网页设计、网站维护等，18.18%的企业需要商贸类人才，如采购、物流、平台操作等，如图 16 所示。

（2）人才培育分析

通过调研可知，81.82%的跨境电商企业较为重视人才培育，会为员工进行培训，主流的方式是自由师资培训，包括外聘讲师培训和院校合作培训等方式，8.18%的企业从未对员工进行过培训。

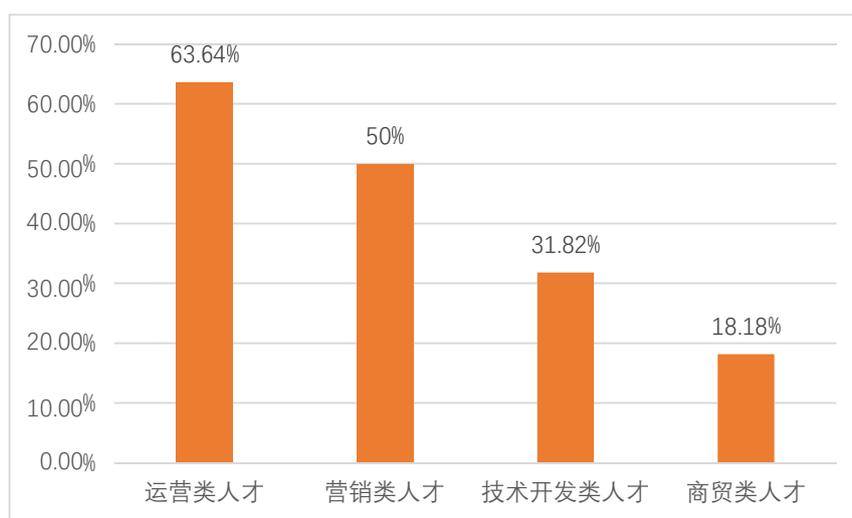


图 16 样本企业对人才的需求分析

（3）企业培训需求分析

企业对于员工的培训需求聚集于跨境平台实操课程，占比达到68.18%，另外对于惠企政策解读、企业管理及营销、跨境电商法律规范、跨境电商通关实务、跨境电商前沿热点均有关注，但热情度明显不如平台实操培训。

（4）最需要的人才政策支持分析

通过调研可知，目前跨境电商企业最需要人才引培方面的支持为政府引才和招聘补贴，各占 50%，还包括举办专场人才招聘会，占比为 45.45%、员工培训补贴，占比为 31.82%等，如图 17 所示。

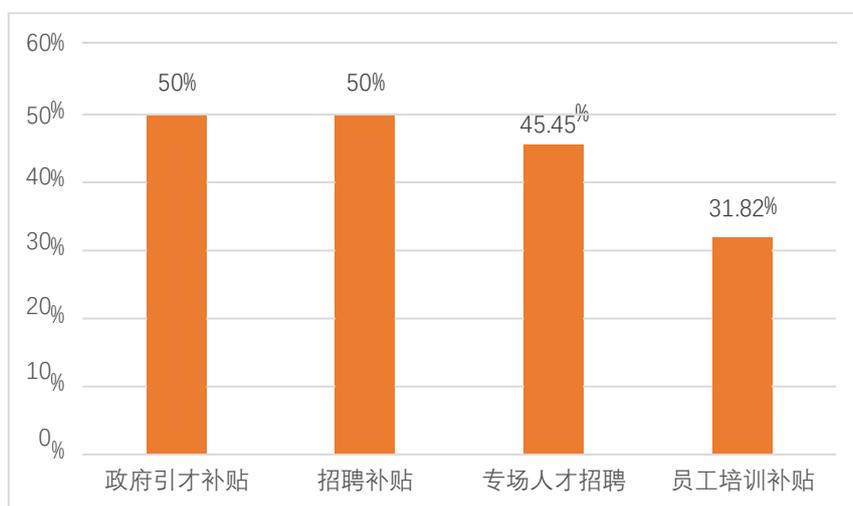


图 17 样本企业最需的政府支持分析

(5) 校企合作意愿分析

通过调研可知，80.28%的企业表现出较为强烈的校企合作意愿，18%的企业认为无所谓，只有 1.72%的企业不愿意进行校企合作，如图 18 所示。

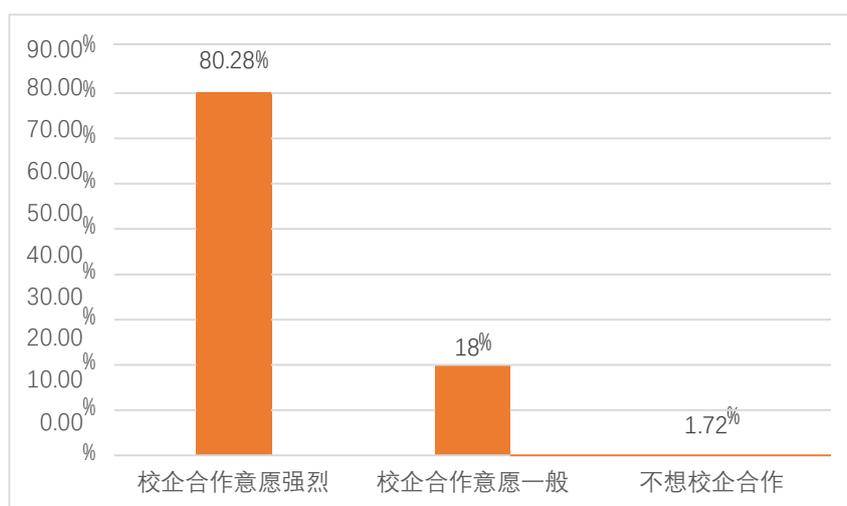


图 18 样本企业校企合作意愿分析

7、“一带一路”倡议认知情况分析

通过调研可知，100%的样本企业管理者听说过“一带一路”倡议，但是仅有 32.33%的企业会主动去了解国家关于“一带一路”倡议的相关政策，并对照企业实际情况去运用好政策，67.67%的企业表示并没有太多关注“一带一路”倡议的相关政策和活动，如图 19 所示。

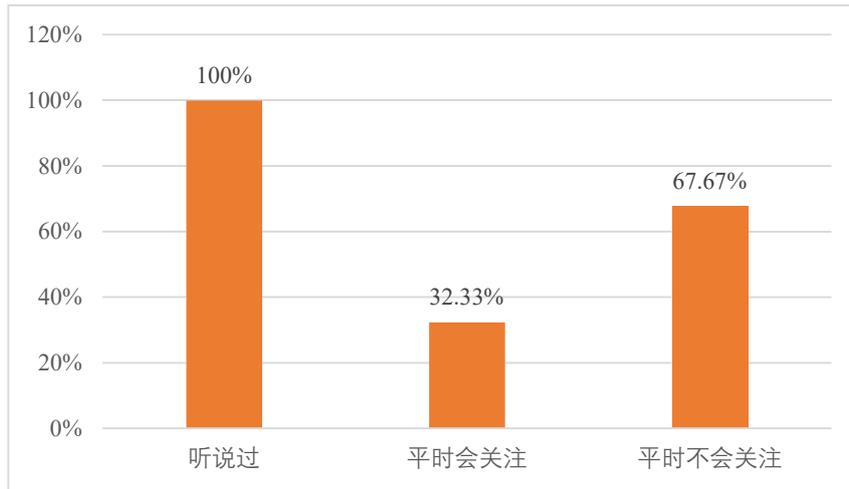


图 19 样本企业对“一带一路”倡议的认知分析

(三) 基于现场访谈的跨境电商行业认知状况分析

基于现场访谈表，本作品对访谈内容进行了梳理、归纳和总结，具体如表 8 所示

表 8 现场访谈结果分析

序号	访谈内容	访谈结果分析
1	您所在企业跨境电子商务业务开展整体情况如何	大部分企业表示疫情之前稳定发展，疫情发生后，婚纱礼服类企业受影响较大，纷纷转型，以求生存，而以家居类产品为主的企业表现还可以，除物流受影响外，部分企业订单反而递增。
2	您了解苏州政府目前出台的政策吗？	大部分企业表示并不了解苏州的跨境电商政策，尤其是小型企业，对政府政策这块，根本不怎么关注，政府政策的宣传还需加强。
3	政府应该从哪些方面给予跨境电子商务企业更好地发展？	几乎所有企业均表示希望疫情期间，在相关资金上给予补贴，以便帮助企业渡过难关。除此之外，还希望政府在税收、企业发展资源对接、人才培养上给予支持

序号	访谈内容	访谈结果分析
4	您公司跨境电商岗位的主要工作职责与要求有哪些？	按照受访企业谈及的频率，由高到底依次为第三方平台运营、产品选品、海外推广、物流供应链、客服等。
5	您对目前院校开展跨境电子商务人才培养有什么建议？	受访企业谈及最多的则是希望高校能够与其开展订单班培养，其次是希望高校教师能够指导企业开展跨境电商相关业务，对其员工进行培训。
6	其他建议	一是关于国家出台的政策，给企业带来优惠的，希望政府多宣传和指导；二是希望政府多牵线搭桥，帮助他们与高校建立合作，定制化培养人才；三是希望政府能够多在资金上给予支持和补贴。

四、我国跨境电子商务发展现状分析

基于问卷调研和访谈，本作品以苏州为例，对我国跨境电子商务发展取得的成效、存在的不足等方面进行深入分析，具体如下。

（一）取得成效分析

1、政府对跨境电商扶持力度不断加大

通过调研了解到，苏州自 2016 年出台了《关于促进中国(苏州)跨境电子商务综合试验区发展的若干政策》以来，陆续出台了多项政策，以便全方位地促进跨境电子商务发展，主要的有《苏州市推进商务高水平开放、高质量发展的若干政策的通知》、《关于进一步支持外贸企业稳定发展的政策意见》、《应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情支持外贸企业稳定发展的政策意见》等，这些政策的出台，对苏州外贸转型升级，跨境电商产业的发展都有很大的推动作用。

不仅苏州如此，我国以及各地政府目前也都在出台跨境电子商务发展支持政策，加快推进跨境电子商务的发展。如表 9 所示。

表 9 国家出台的最新跨境电子商务政策

时间	部门	政策
2020 年 1 月 17 日	商务部等六部委	《关于扩大跨境电商零售进口试点的通知》
2020 年 3 月 28 日	海关总署	《关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜公告》
2020 年 4 月 7 日	国务院常务会议	《推出增设跨境电商综合试验区、举办网交会等系列举措》
2020 年 5 月 6 日	国务院	《关于同意在雄安新区等 46 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》
2020 年 5 月 20 日	国家外汇管理局	《关于支持贸易新业态发展的通知》
2020 年 6 月 12 日	海关总署	《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》
2020 年 7 月 2 日	商务部	加快推动跨境电商健康有序发展
2020 年 11 月 15 日	15 国组织	《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）

2、企业对跨境电商转型升级不断深化

通过调研以及数据分析可知，目前绝大部分外贸型、生产型企业 在外贸出口过程中，都会选择依托第三方跨境电子商务平台进行销售，甚至有部分企业已经开始建立独立站，这说明企业管理者们已经意识到企业转型升级的重要性，都已经开始积极地接触跨境电子商务业务。虽然目前也面临着很多困难，尤其是疫情期间，困难更多，但是企业管理者们依然要开展跨境电子商务业务。这些都充分表明企业对跨境电子商务转型升级的迫切性，尤其在后疫情时代，必须借助于互联网业务才能更好地开展业务，企业对跨境电子商务业务的转型升级正在不断深化。

3、跨境电商产业链集群正在逐渐形成

通过调研及数据分析可知，苏州目前共有 2071 家跨境电子商务相关企业，这些企业几乎覆盖了整个产业链，包括生产制造型企业、外贸型企业、代运营企业、物流运输企业等。2016 年 9 月苏州工业园

综保区、苏州高新区综保区、吴中跨境电商产业园、昆山(花桥)跨境电商产业园等获批江苏省跨境电商产业园试点。

不仅苏州如此，我国其他城市也在不断形成跨境电子商务产业链集群，如北京计划到 2020 年培育 10 个跨境电子商务产业园区，形成国内一流、国际领先的电子商务产业集群，跨境电子商务出口额占地区出口总额的 5%。河南各地结合产业优势，培育形成一批跨境电商特色出口产业集群，其中发制品、食用菌、机械制造、服装鞋帽、休闲食品等特色鲜明的跨境电商园区迅速发展壮大。

4、跨境电商经营主体的质量持续提升

通过调研及数据分析可知，苏州跨境电子商务企业近年来在运营、销售、物流体系搭建、品牌培育等方面，都有所提升，这在一定程度上也体现了苏州跨境电子商务企业整体质量的提升，一方面得益于苏州政府大力出台政策支持，营造浓厚氛围，另一方面得益于企业管理者对跨境电子商务的重新认识和规划。

我国目前近 3 万家跨境电子商务企业，涉及跨境电子商务企业、跨境电子商务交易平台、物流企业、支付企业、监管场所运营人 5 种类型。另外，全国现在拥有 105 个跨境电商综合试验区，已经覆盖了 30 个省区市，从而形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。在跨境电商政策、跨境电商运营环境等方面越来越好的基础上，我国跨境电商经营主体的质量将得到持续提升。

5、中欧班列助力“一带一路”倡议实施

基于前文分析可知，苏州中欧班列作为响应“一带一路”倡议，主

动融入长三角一体化发展等重大机遇的重要载体，正获得长足发展与积极成果。不仅苏州，中欧班列正在助力疫情下我国对“一带一路”沿线国家进出口。

我国与“一带一路”沿线国家经济互补性强，外贸发展空间广阔，共建“一带一路”对于推动市场多元化和稳定我国外贸基本盘具有重要意义。根据国新办发布的数据可知，2020年第一季度，我国与“一带一路”沿线国家合计进出口 2.07 万亿元，同比增长 3.2%，高出我国外贸增速 9.6 个百分点，占比达到 31.4%，比重超过 3 成。从运输方式看，以航空运输和铁路运输方式进出口分别增长 21.5%和 14%。值得关注的是，中欧班列助力疫情下我国对沿线国家进出口，据中国国家铁路集团有限公司数据，2020 年第一季度，中欧班列共开行了 1941 列，同比增长 15%，有力保障了疫情时期我国对沿线国家的进出口贸易。

（二）存在不足分析

1、商标海外注册及品牌保护重视不够

通过数据分析可知，目前，绝大部分跨境电子商务企业在开拓海外业务过程中，对于境外品牌注册的重视程度不高，只有 5%不到的企业会有品牌保护意识。除了自身不重视品牌保护外，随着中国品牌在国际市场上日益引人注目，更为严重的是，中国企业商标在海外遭遇抢注的情形层出不穷，因此不少企业为了维权付出了不小的代价。中国企业商标在国外被抢注现象频发，另一重要原因是中国企业对商标国际注册缺乏足够重视。有的企业由于缺乏对品牌国际化的了解，

资金实力有限，对国际市场规则不熟悉等原因，忽视商标国际注册工作，意识不到品牌保护的重要性。等到要拓展某国市场时，才想到去该国申请注册商标，但此时往往发现其商标早已被他人抢注，商标国际注册的严重滞后。

2、中小跨境电商企业抗风险能力缺乏

通过数据分析可知，目前从事跨境电子商务相关业务的企业中，绝大部分都是小企业，这部分企业占比约 50%，企业员工在 10 人以内，而且约有 50%的企业成立还不到 1 年，对于这部分企业来说，不管是资金规模、运营资源、产品选品、物流运输等方面，都不具备主动权。另外，通过访谈也了解到，在疫情期间，对于绝大部分中小型跨境电子商务企业来说，他们的运营非常艰难，甚至很多都倒闭了，特别希望政府能够出台相关政策基于支持和补贴，以便帮助他们渡过难关。而在后疫情时代，随着我国对跨境电子商务发展的大力支持，以及跨境电子商务这一业务模式的普及，将会有越来越多个体和企业从事跨境电子商务业务，尤其是个体，但对于经营过程中的抗风险能力还有待提升。

3、跨境电商人才培养体系需不断完善

通过调研可知，几乎所有企业都提到跨境电子商务人才的缺乏，不仅仅是苏州，全国各地都面临着这样的问题，而随着越来越多的传统外贸企业以及新兴企业开始接触跨境电子商务业务，人才的匮乏将会更加明显。另外，通过调研也发现，企业对跨境电子商务平台运营、海外推广、国际物流等各类人才的需求在不断增加。如果不能满足企

业对以上各类跨境电子商务人才的需求，将会严重影响我国跨境电子商务产业的发展。而与内贸电子商务流程相比，跨境电子商务流程更为复杂，因此需要重新建立一套人才培养体系。

五、“一带一路”下我国跨境电子商务发展对策与建议

基于以上分析以及得出的结论，对于如何推动我国跨境电子商务产业发展，助力我国“一带一路”倡议，本作品提出以下对策与建议。

(一) 继续加大对跨境电商政策扶持力度，助力企业认知“一带一路”

跨境电子商务将成为我国各地政府重点关注的发展领域，虽然目前我国已出台多项政策，从不同角度支持跨境电子商务发展，但仍然存在着不足。基于前文的分析，在政策支持方面，一是继续加大资金支持，尤其是对中小型企业开展“一带一路”业务的扶持，既要鼓励通过跨境电子商务开展创新创业，同时对于中小企业在开业、退税、补贴等方面，各地可结合实际情况基于资金支持；二是在配套服务方面，可由政府牵头，定期给企业开展培训，普及跨境电商、“一带一路”相关政策，帮助企业对“一带一路”有更好地认知和理解，并充分用好政策，同时，要帮助搭建平台，为企业在资源匹配、金融支持等方面提供帮助；三是在跨境电商服支撑体系方面，逐步优化如跨境支付、物流、收结汇等服务体系。如在保税区、通关、检验检疫、工商等与跨境物流配送相关环节，进一步优化相关管理规范，推进贸易便利化，以便提高跨境电子商务交易效率。

(二) 引导企业做好商标注册和国际认证，助力企业建立品牌意识

由于现在各地都在加快跨境电子商务产业的发展，将会有更多中

国产品在国外市场上进行销售，对于如何引导企业做好国际认证和品牌保护，一方面政府可通过新媒体宣传、线下宣讲等方式，加强跨境电子商务从业主体对商标海外注册以及品牌保护的认识，尤其是要意识到该工作对于企业的保护和价值；另一方面，跨境电子商务卖家应当将被动化为主动，主动出击尽快将商标注册完成，卖家应当根据自身的发展来规划长远的海外市场，随后针对该产品将要推广的国家地区申请注册商标，这样的情况下商家可以非常有效的防御他人抢先在海外注册自身的商标，达到知识产权保护的目的。

（三）鼓励校企一体化培养跨境电商人才，助力企业搭建人才梯队

高校是培养跨境电子商务人才的一个主要来源，虽然部分地方政府已经出台相关政策鼓励高校开设跨境电子商务专业，如苏州、宁波等地，苏州市政府对于开设跨境电子商务专业的高校，给予 50 万元资金支持。但由于跨境电子商务人才的培养具有复杂性，更需要培养学生的动手和实践能力，因此高校在开展跨境电子商务人才培养过程中，务必要联合相关企业进行共同培养。各地政府除了给予资金支持高校外，还可进一步出台政策鼓励并支持各地高校与跨境电子商务服务企业进行人才的联合培养，一方面将跨境电子商务人才纳入区紧缺人才培养计划，另一方面对参与该项工作的企业给予项目申报支持等优惠。

（四）加快与“一带一路”沿线国家的合作，助力企业建立预警机制

目前，除了苏州，还有重庆、西安、广州、长沙、武汉、义乌、乌鲁木齐等地均有中欧班列，今后发展中，可在现有中欧班列取得的

成效基础上，继续加强与“一带一路”沿线国家的合作，开设更多的中欧班列。另外，除了中国主动扩大市场开放和进口之外，推动“一带一路”沿线国家的开放、贸易制度和规则建设、以及一体化贸易协定与市场的发展同样至关重要。在“一带一路”沿线国家的贸易开放上，可以通过双边、区域谈判逐步消除贸易壁垒，降低关税和非关税壁垒，推动贸易便利化和自由化。在开展合作的同时，面对合作过程中存在的风险，应建立完善的风险评估机制，对于潜在的风险进行及时评估，并建立预警机制，达到防范和规避风险的目的。

六、总结与未来研究

跨境电子商务已成为促进“一带一路”倡议实施、国内国际双循环的重要手段，本作品以苏州为例，通过文献研究、问卷调研和现场访谈等方面，基于数据分析，对我国跨境电子商务发展取得的成效及存在的不足进行了深入研究，并从政策支持、品牌保护、人才培养等方面提出对策建议。后疫情时代，我国将会继续加大对跨境电子商务发展的支持力度，在后续研究中，本作品将延伸调研范围，拓展到珠三角和长三角地区，开展更深入的调研和研究，以便更好地服务我国跨境电子商务的发展。

参考文献

- [1] 扬子晚报网.苏州发布 12 条政策支持外贸企业稳定发展
[EB/OL].<https://www.yangtse.com/zncontent/261467.html>, 2020-02-07.
- [2] Wish.盘点：中国跨境电商行业发展十二大政策建议[EB/OL].
<https://www.cifnews.com/article/33790>, 2018-03-20.
- [3] 何慧. 苏州跨境电商产业发展现状、问题及对策探析[J].物流科技,2020(9): 70-72.
- [4] 罗敏怡等. 苏州跨境电子商务发展现状及对策[J].物流与供应链,2020(33):163-164.
- [5] 李宇等.“一带一路”战略下江苏中小企业跨境电商出口的机遇与挑战[J].甘肃科技纵横,2020,49(4):74-76.
- [6] 曹武军,周马玲,薛朝改.政府规制对跨境电商产业发展的影响机理研究——基于演化博弈论和系统动力学视角[J].商业经济研究,2020(1):58-61
- [7] 张锡宝,石以涛,徐保昌.贸易便利化与我国跨境电商发展——基于双重差分法的实证分析[J].华东经济管理,2020,34(2):94-103
- [8] 王文杰. 江苏省跨境电商现状问题与对策[J]. 现代营销(下旬刊). 2021,(02):154-155.
- [9] 朱传丽,崔强. 跨境电商人才培养思考[J]. 合作经济与科技. 2021,(05):96-97.
- [10] 冯洁. 长三角地区跨境电商发展的现状与对策[J]. 产业与科技论坛. 2020,19(16):23-24.

附件 A 跨境电子商务企业调研问卷

第一部分 跨境电子商务企业基本情况

1. 贵单位的类型：
生产企业 贸易企业 生产+贸易企业 配套服务企业
2. 贵单位的规模：
小于 10 人 11-50 人 51-100 人 101-500 人 501 人以上
3. 贵单位的业务开展模式：
B2C B2B 二者都有
4. 贵单位的业务开展平台：
速卖通 亚马逊 EBAY wish 独立站 其他_____
5. 贵单位从事跨境电商的时间：
1 年以下 1-3 年 3-5 年 5 年以上
6. 贵单位认为当前跨境电商发展中的短板问题有：（可选 1-3 个选项）
海关 退税 收汇 人才 物流
品牌建设 市场推广 平台 信用 资金 其他
7. 当前影响本企业出口的主要因素和困难？（多选）
中美贸易摩擦 国际市场需求不足 汇率风险加大
原材料价格上涨 出口国税收政策收紧 出口订单转移
融资难,融资成本高 关检税汇等环节不便利 进出口环节收费多杂
产品同质化严重,恶性竞争激烈 研发投入不足,创新能力不强
缺乏海外营销网络,自主品牌培育滞后 其他(请列明)

第二部分 跨境电子商务企业销售情况

8. 在跨境电商业务中，贵公司主要销售出口以下哪些市场？（多选）
北美 拉美 欧盟 东南亚/印度
韩国/日本 中东 非洲或其他地区&国家
9. 贵单位跨境的产品涉及类型（多选，请在产品后注明货源采购地和比例）：
服饰鞋包_____ 3C 数码 _____
食品保健_____ 母婴产品_____
医药卫生_____ 化工用品_____
其他_____
10. 贵单位 2019 年度的对外贸易额为_____（请注明单位）。
11. 贵单位 2019 年度的运营成本为_____（请注明单位）。
12. 贵单位运营成本最高的项目为（ ）
推广成本 固定资产 人力成本

管理成本 材料成本 其他

第三部分 跨境电子商务企业的物流和仓储情况

13. 贵单位是否自营物流服务？

是 否

14. 贵单位物流运输方式？

中国邮政（邮政小包） 国际快递 国内快递的国际化服务 跨境专线物流 海外仓（边境仓） 平台线上指定

15. 贵单位物流成本占比？

小于 10% 11%-20% 21%-30% 31%-50% 51%以上

16. 贵单位商品的退换货申请率？

小于 5% 6%-10% 11%-15% 16%-20% 20%以上

17. 贵单位对于退换货的处理？

退回国内 打折处理 不退货退款/换货 海外仓退换货 其他

18. 贵单位海外仓的形式：

无 亚马逊 FBA 仓 自营海外仓 第三方海外仓

第四部分 跨境电子商务企业的品牌培育和展示情况

19. 贵单位 2019 年在境外商品注册的费用大约为（）

0-10 万元以下 10-20 万元 20-30 万元
30-40 万元 40 万元-50 万元 50 万元以上

20. 贵单位 2019 年在获得国际认证商品的交易额大约为（）

0-10 万美元以下 10-50 万美元 50-100 万美元
100-200 万美元 200 万美元以上

21. 贵单位 2019 年经营的跨境商品中是否获得相关部门的“商标认定”？

没有
有，国内市级商标认定
有，国内省级商标认定
有，国家级商标认定
有，其他组织认定

22. 贵单位在境内外设立展示交易中心（体验中心）的地点？

无 北美 拉美 欧盟
东南亚/印度 韩国/日本 中东 非洲或其他地区&国家

第五部分 跨境电子商务企业的人才引培情况

23. 贵单位目前最需要哪一类跨境电子商务人才？（可选 1-3 个选项）

营销类人才（销售、推广、客服）

- 商贸类人才（采购、物流、平台操作）
 - 技术类人才（平台建设、网页设计、网站维护等）
 - 运营、策划类人才（电子商务平台策划及运营管理）
 - 行政管理类人才（企业的运营）
 - 特殊类人才（小语种、法律事务、特殊商品鉴定等.....）
 - 其他
24. 贵单位每年在人才招聘&引进上的费用？
- 5 万以下 5-10 万 10-50 万
 - 50-100 万 100 万以上
25. 贵单位是否对员工开展跨境电子商务技能培训？（可选 1-2 个选项）
- 无培训
 - 有，企业自有师资内培
 - 有，企业外聘讲师培训
 - 有，企业委派员工外培
 - 有，企业外包培训机构
 - 有，企业与院校合作培训
26. 贵单位大约每年培训员工的费用？
- 1 万以下 1-5 万 5-20 万
 - 20-50 万 50-100 万 100 万以上
27. 贵单位最需要哪方面主题的培训？
- 跨境平台实操课程 惠企政策解读 企业管理及营销
 - 跨境电商法律规范 跨境电商通关实务 跨境电商前沿热点
 - 其他_____
28. 贵单位在跨境电商人才支撑方面最需要哪一类政府服务？（可选 1-2 个选项）
- 举办专场人才招聘会，协助引才
 - 获得政府引才&招聘补贴
 - 获得政府员工培训补贴
 - 获得政府人才公共福利（如人才公寓补助、签证等事务的绿色通道）
 - 其他（请举例说明）_____
29. 贵单位是否有校企合作意愿。
- 非常愿意 比较愿意 无所谓 较不愿意 不愿意

附件 B 跨境电子商务发展情况访谈表

跨境电子商务企业深度访谈记录表

单位名称		访谈对象姓名	
访谈时间		职务	
业务类型	出口/进口	公司类别	应用企业/交易平台/服务企业
1. 您所在企业跨境电子商务业务开展整体情况如何？			
2. 您了解苏州政府目前出台的政策吗？认为政府应该从哪些方面给予跨境电子商务企业更好地发展？			
3. 您公司跨境电子商务岗位的主要工作职责与能力要求有哪些？列举五项并作简要说明。			
4. 您对目前院校开展跨境电子商务人才培养有什么建议？如课程、师资、实训基地、校企合作等。			

附件 C 依托该作品发表的文章、取得的荣誉

发表的文章 (3 篇)

- 1、赵办等.数字经济背景下跨境电商企业数字化升级研究[J].现代营销, 2021, 已录用.
- 2、赵办、赵双娇等.“一带一路”下苏州跨境电子商务发展对策研究[J].科技经济市场, 2021, 已录用.
- 3、赵办、赵双娇等.跨境电商企业数字化升级模式解析—以安克创新为例[J].商场现代化,2021,已录用.

取得的荣誉 (7 项)

- 1、赵办获江苏省职业院校电子商务技能大赛三等奖, 2020 年;
- 2、赵双娇获校级电子商务技能大赛美工组三等奖, 2020 年;
- 3、张文凯获校级电子商务技能大赛运营组三等奖, 2020 年;
- 4、赵双娇获校级三好学生称号, 2020 年;
- 5、赵双娇获校级优秀学生干部称号, 2020 年;
- 6、赵双娇获校级一等人民奖学金奖励, 2020 年;
- 7、赵双娇获校级优秀共青团员称号, 2020 年.

附件 D 作品研究过程中完成的政府委托项目、企业横向项目

政府委托项目 (1 项)

- 1、苏州市高新区《高新区跨境电子商务高质量发展的实施细则 (征求意见稿)》项目, 已完成.

企业横向项目 (2 项)

- 1、跨境电商平台运营体系搭建.苏州成于贤文化咨询有限公司, 已完成.
- 2、苏州市跨境电商企业调研.苏州海贸通跨境电商产业服务有限公司, 已完成.

附件 E 苏州跨境电子商务协会对作品研究成果采纳意见

苏州跨境电子商务协会对作品研究成果的采纳意见

该作品在进行过程中，团队成员已多次来我处进行调研，就苏州跨境电子商务发展现状进行了深入的交流。该作品对调研数据进行了详细深入的分析，研究成果不仅能够让我处充分了解苏州跨境电子商务目前最新的发展情况，而且提出的对策与建议，尤其是跨境电子商务人才培养体系的搭建，我处认为非常的到位而具体，并将在会员单位中进行宣传，尽力促进更多的校企合作。

苏州跨境电子商务协会

2021年3月11日

3205021922655

附件 F 福建龙岩市电子商务协会对作品研究成果采纳意见

龙岩市电子商务协会对作品研究成果的采纳意见

龙岩市获批成为跨境电商综试区后，正在大力发展跨境电子商务，也面临着很多问题，该作品以苏州为例，通过问卷调研和访谈，总结了我国跨境电商发展现状，重点分析了存在的问题，对龙岩市跨境电商如何良性发展提供了很好的参考，尤其是在政策指导、人才培养等方面，该作品提出的加快跨境电商人才培养建议，具有很好的借鉴和启示意义。



附件 G 华南跨境（广东省）电商研究院对作品研究成果采纳意见

华南跨境电商研究院对作品研究成果的采纳意见

该作品在进行过程中，团队成员已多次来我处进行调研，就华南区跨境电子商务发展现状进行了深入的交流。该作品对调研数据进行了详细深入的分析，研究成果不仅能够让我处充分了解华南区跨境电子商务目前最新的发展情况，而且提出的对策与建议，尤其是跨境电子商务人才培养体系的搭建，我处认为非常的到位而具体，并将在会员单位中进行宣传，尽力促进更多的校企合作。

