

大连工业大学

毕业设计(论文)

题目: 跨境电商在国际贸易中的机遇与挑战

专 业: 国际经济与贸易 指导教师: 孙健博

学生姓名: 苏利德 班级-学号: 219M06

2023 年 6 月

# 大连工业大学本科毕业设计（论文）

## 大连工业大学毕业设计（论文）题目

Subject of Undergraduate Graduation Project (Thesis) of DLPU

设计（论文）完成日期 2023 年 6 月 2 日

学 院： 大连工业大学

专 业： 国际经济与贸易

学 生 姓 名： 苏利德

班 级 学 号： 219M06

指 导 教 师： 孙健博

评 阅 教 师： 

2023 年 6 月

## 摘 要

跨境电子商务被定义为位于不同国家/地区的企业/在线卖家和客户/消费者两个实体之间的在线交易或销售过程。通过电商平台达成交易,进行电子支付结算,通过跨境电商物流、远程仓储配送货物,完成交易。基于网络发展跨境电子商务;这是一个相对于物理空间的新空间,是一个由 URL 和密码组成的虚拟但客观存在的世界。

2016 年,跨境电子商务占全球电子商务总量的 15%,而 2022 年为 22%。这表明跨境电子商务在数字世界中变得多么突出。由于 2019 年底爆发了 Covid-19,这是明智的,世界事务变得更加以电子为中心。这为许多人和企业带来了许多优势。然而,它也有一些缺点。

通过对跨境电子商务的机遇和挑战的研究,以中国和美国等主要国家为重点的文章,并根据对蒙古人和居住在蒙古的人进行的实际调研,分析出跨境电子商务在蒙古的发展趋势和在国际贸易中所处的地位。

**关键词:** 机遇; 挑战; 跨境电商



## Abstract

Cross border e-commerce is defined as the process of online trading or selling between two entities, a business/online seller and a customer/consumer who are based in different countries. Transactions are reached through e-commerce platforms, electronic payment settlements are conducted, and goods are delivered through cross-border e-commerce logistics and remote warehousing, so as to complete transactions. Cross-border e-commerce is developed based on the network; which is a new space relative to the physical space; and is a virtual but objectively existing world composed of URLs and passwords.

Cross-border e-commerce as share of total e-commerce worldwide in 2016 is 15% while 2022 has 22%. This signifies how prominent the cross-border e-commerce became in digital world. This is sensible due to outbreak of Covid-19 in late 2019, and the affairs of world became more electronic-centered. This ushered numerous advantages for many people and businesses. Yet it also has certain drawbacks.

Through the study of the opportunities and challenges of cross-border e-commerce, articles focusing on major countries such as China and the United States, and based on actual research conducted among Mongolians and people living in Mongolia, the development trend of cross-border e-commerce in Mongolia and its position in international trade are analyzed.

**Key Words:** Cross-border E-commerce; Opportunities; Challenges

## 目 录

摘 要 .....	I
Abstract .....	III
引 言 .....	1
第一章 跨境电商贸易模式 .....	2
1.1 电子商务的起源: .....	2
1.2 电子商务模式: .....	3
1.3 研究方法: .....	6
第二章 跨境电商的国际营销渠道 .....	7
2.1 海外搜索引擎营销 .....	7
2.2 海外社交媒体营销 .....	7
2.3 视频营销网站 .....	7
2.4 海外电子邮件营销 .....	8
2.5 大数据营销 .....	8
第三章 跨境电商在国际贸易中的机遇与挑战 .....	9
3.1 跨境电商在国际贸易中的机遇: .....	9
3.2 跨境电商在国际贸易中的挑战: .....	12
3.3 计算分析: .....	15
第四章 跨境电商在国际贸易中的优化方向 .....	17
4.1 不断提升经济贸易企业的物流配送效率 .....	17
4.2 明确跨境电商过程中的买卖双方交易合同 .....	17
4.3 聚焦重点贸易区域, 加强信息化支持 .....	17
结 论 .....	18
参考文献 .....	20
附录 A 附录内容名称 .....	22
致 谢 .....	27

## 引 言

跨境电子商务网络是一种具有全球维度的无国界媒介。网络的发展使数字产品和服务的传输变得普遍。基于数字传输活动特点的数字产品和服务也必须具有无形性,传统交易主要是实物交易,而在电子商务中,无形产品可以取代实物成为交易对象。

在现代世界中,它正在成为一种无处不在的贸易形式。为了给客户提供更多的便利和可用性,世界各地越来越多的公司正在提供在线商品,以消除地理位置的障碍。它们还旨在减少传统交易模式造成的时差,因为信件、电报和传真等信息交换方式会导致信息发送和接收之间的时间差。

尽管跨境电子商务已经存在了十多年,但它已经是现代世界的重要贸易方式,既有机遇也有挑战。机遇可能为世界经济的发展提供新的途径,而挑战可能给国际政治和经济环境带来不确定性的风险。

根据跨境电子商务推动者 Global-e 的数据,与 2019 年相比,2020 年的跨境电子商务销售额增长了 21%,而支付处理商 Worldpay 发现 55% 的在线购物者在 2020 年进行了跨境购买。根据 Fxcintelligence 的数据,由于 COVID-19 以及博客、视频内容、指南和其他在线营销内容的相关性,2020 年入站国际邮件激增了约 2.2 亿件。这与未来数字时代的相关性密切相关,电子商务甚至可以提供更抽象的产品,例如在线课程。这是美国的一个案例。我们的主要研究领域将是 B2C 和 B2B 跨境电子商务模式,因为市场上的大多数互动都是企业和客户之间的互动。

因此,跨境电商在国际贸易中的机遇与挑战备受关注,如何在新的市场环境中不断发展,并结合跨境电商在国际贸易中所特有的优势来创造机遇,以及跨境电商随着不断成熟与发展所面临的挑战将成为很多企业与管理者探讨、研究及分析的重点。

## 第一章 跨境电商贸易模式

### 1.1 电子商务的起源:

电子商务的研究始于 1970 年代后期。电子商务的实施可以分为两个阶段。EDI 业务始于 1980 年代中期, 互联网业务始于 1990 年代初。在蒙古, 电子商务及其研究起步较晚, 但进展迅速。

1997 年底, 在亚太经济合作组织非正式高级别会议上, 当时的美国总统克林顿鼓励世界支持电子商务的发展, 引起了全世界的关注。1998 年 11 月 18 日, 时任中国国家主席江泽民在亚太经合组织领导人第六次非正式会议上就电子商务发表意见: 电子商务是未来网络业务发展方向的标志, 有助于为每个成员国带来许多商机。

一般来说, 电子商务的发展一直分为基于 EDI 的在线业务和基于互联网的在线贸易两个阶段。

#### (1) 基于 EDI 的电子商务 (1960 年代-1990 年代)

EDI 于 1960 年代末在美国成立, 当时的商人使用计算机处理所有类型的商业文件, 随后发现了 EDI。通过这样做, 信息的真实性和工作效率受到积极影响, 并通过在贸易伙伴之间自动更改计算机上的数据来开始测试。

EDI (电子数据交换) 是通过电子传输方法在计算机之间传输公认标准的业务文档的过程。EDI 被视为“无纸化交易”, 因为它减少了纸张消耗。

#### (2) 基于国际系统的电子商务 (1990 年代至今)

1990 年代中期以后, 互联网在从学术领域到企业和公民的许多圈子中迅速扩展, 并在信息领域带来了最大的影响。从 1991 年开始, 互联网网络之外的商业零售业务正式过渡到这一时期。

美国知名戴尔公司于 1994 年推出戴尔网站。基于微软的 Windows NT 操作系统, 戴尔运营着世界上最大的互联网商务网站。本网站的销售额开始占公司总收入的 40%~50%。



## 1.2 电子商务模式:

电子商务模式可分为以下三种类型:企业对企业 (B2B)、企业对消费者 (B2C) 和消费者对消费者 (C2C)。

### ■ B2B 模式

B2B 模式意为 Business to Business, B2B 电子商务指的是企业和企业之间基于互联网作为媒介对对应的产品、提供的服务以及信息数据的交换所产生的一系列的电子商务活动。B2B 电子商务平台指的是市场的领域的一种,也是现代市场的一种具体主要的表现形式,它是企业与企业之间所产生的一种营销关系。

在进行电子商务时,公司必须在电子环境中承担重要的业务流程并创建虚拟业务。在这种环境下,很难区分哪家公司开展业务。一家在一台台式计算机、网络 PC 或笔记本电脑上工作的公司将有机会为公司的业务运营提供供应。

通过 B2B 的模式,可以将企业内部网络,通过 B2B 网站与所关系的客户之间建立一种紧密的联系,通过网络的及时性和有效性进行快速信息交互,可以为客户提供更便捷、更快速、更准确、更有特色的服务,从而达到有效促进企业的业务持续快速的飞跃发展。B2B 电子商务模式也是当前电子商务模式中所占份额最大、最具操作性、最易成功的模式。

Forrester 估计,到 2027 年,美国 B2B 电子商务将达到 3 万亿美元,占美国 B2B 总销售额的 24%。截至 2021 年底,B2B 电子商务达到 1.7 万亿美元,占美国 B2B 总销售额的 16%。这显示了美国 B2B 电子商务市场在卖家类型中的潜力。如图 1 所示:



图 1

■ B2C 模式

B2C 模式意为 Business To Consumer，B2C 电子商务指的是企业针对个人开展的电子商务活动的总称。B2C 是指通过信息网络为媒介并结合电子数据信息的方式从而实现企业或商家机构与消费者之间的各种商务活动、贸易交易活动、金融活动和综合服务活动等，是消费者利用 Internet 直接参与经济活动的形式。由于 World Wide Web 技术，双方之间的互联网供应关系和在线购物变得流行。这种商业模式节省了消费者和企业之间的时间和空间，增加了商业利润，从而节省了其他不必要的成本。因此，这种类型的服务正在迅速发展。在中国，具有代表性的成功案例有：天猫、京东。

B2C 模式也是最 知名的商业模式。  
如图 2 所示：

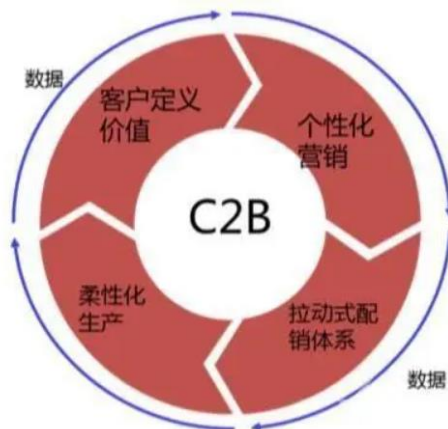


图 2

■ C2C 模式

C2B 模式意为 Customer to Business，指的是消费者到企业，是互联网经济时代新的商业模式。这种模式改变了企业和机构与消费者之间的关系，传统的商业模式是以企业或机构为主导引领消费者的模式，从而体现企业和机构消费价值。而 C2B 的模式产生与发展体现的是一种消费者贡献价值，即以消费者为核心，从而引导和影响企业或机构的产品衍生与创新，自此模式的产生，消费者转变为市场中当家做主的角色。

C2C 电子商务模式为买卖双方打造了商务平台，提供卖方会发布产品信息或在线订购产品，而买方会选择购买产品或通过提供价格建议来参与



线上订单。目前 C2C 模式的成功应用，经典案例包括 Ebay，亚马逊，淘宝等。然而，由于它们的进一步发展，它们也被认为是 B2C。如图 3 所示：

图 3

随着更多电子商务商业模式的不断变革和演变，结合其商业模式的特性，更多有鲜明代表性的商业模式如雨后春笋般不断涌现和产生。并通过其独有的商业模式，在贸易的发展中起到重要作用。例如：B2G（企业对政府）、C2G（客户对政府）和 B2M（企业对多）。跨境电子商务将是最突出的电子商务形式，其所呈现的机遇和所面临的挑战必将成为新时代国际贸易发展的核心。

### 1.3 研究方法:

本文包含支持辅助信息。支持信息来自网站、博客、统计档案、已发表的论文和在线调查。因此，使用初级和次级研究方法。通过阅读多篇书籍文献和电子文献，总结相关研究方法与伦据分析应用于论文阐述的论点中。同时采用调查问卷的方式收集数据并基于数据进行有效的分析与研究，调研周期为：2023/05/08-2023/05/22。调研的范围包括蒙古人和居住在蒙古的人。调研方式：面对面交流，调研样本量：104 人。

## 第二章 跨境电商的国际营销渠道

随着国际市场利润的逐渐饱和，跨境贸易已经成为全球的趋势。跨境调上的未来将是无限的可能，应该采用什么样的营销渠道和方式，才能有效的开拓国际贸易试产，将成为主要的研究方向，一般涉及五种营销模式：

### 2.1 海外搜索引擎营销

通过搜索引擎，客户可以了解企业和产品，找到他们需要的产品并进行贸易的操作与实施，为了更好的拓展国际贸易，海外搜索引擎营销渠道至关重要，例如世界上大多客户采用谷歌，但约有 24% 的客户使用本国引擎进行搜索，对于这些客户，熟悉不同国家的本地搜索引擎寻求商务机遇显得尤为重要。目前主要推荐 Google, Yahoo, Bing, 百度, 特别是 Google, 全球搜索份额排名前 10 中有 7 个是 Google 及部分国家版本。而百度也是中国最为常用和信息收索引擎搜索引擎，在收索引擎应用的时候，主要考察关键词优化及广告同步操作，通过其数据收集和发布的优势，进行信息交互与数据采集，从而实现其商务价值。

### 2.2 海外社交媒体营销

目前，社交媒体网站的发展越来越强大，在蒙古、中国、美国，社交媒体，自媒体等一系列媒体网站中，每天都充满着人们的生活，社交媒体的功能和重要性不断体现出来。社交媒体很多，如 Facebook、Twitter、LinkedIn、Instagram 等；这些都可以做。建议主流的社交媒体都先覆盖，建公共主页，设置关键词，发布信息。

### 2.3 视频营销网站

随着互联网的发展，短视频越来越受到大众喜欢，在互联网上广泛传播。作为一种全新的营销方式，短视频已成为各大品牌营销的重要手段之一。例如在中国：抖音、快手尤为收到商家的追捧，并可通过账号设定，

开展国际贸易活动。

## 2.4 海外电子邮件营销

海外跨境贸易，就必然要了解不同国家客户的需求和习惯已经社交网络模式，很多国家的商务人事、企业负责人都习惯于采用电子邮件进行信息交互、商务沟通、产品采购、订单下达等，基于习惯性的电子邮件模式，仍然可以有针对性的与特定企业即产品商直接对接，并快速有效的达成商务合作，节省了很多额外的商务沟通和探寻成本，利用好电子邮件渠道，有利于快速交流，开拓市场。

## 2.5 大数据营销

大数据营销是基于多平台的大量数据，依托大数据技术的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。大数据营销的核心在于让网络广告在合适的时间，通过合适的载体，以合适的方式，投给合适的人。

大数据营销衍生于互联网行业，又作用于互联网行业。依托多平台的大数据采集，以及大数据技术的分析与预测能力，能够使广告更加精准有效，为品牌企业带来更高的投资回报率。

应用大数据开展营销活动是一种良好的营销模式改革与拓展，也必将成为将来的趋势。通过对大数据的收集与分析，可以更准确、更专业的了解和分析市场动态，成就商业合作。

### 第三章 跨境电商在国际贸易中的机遇与挑战

随着全球经济一体化的形成,跨境电商的运营模式已经成为了国际贸易的一种新的贸易方式,它将成为推动国际贸易飞速增长的关键核心力量。跨境电商从本质上改变了传统国际贸易的运营模式,促使各个国家经济的活动和运营范围逐渐扩大,同时跨境电商在国际贸易中面临着巨大的机遇与挑战。

#### 3.1 跨境电商在国际贸易中的机遇 :

##### ■ 降低了国际贸易的成本

传统的国际贸易一般都是通过参加各种展会、贸易交流会、外贸博览会等方式来展示产品和技术、拓展渠道、促进销售、传播品牌以及寻求合作而进行贸易活动。通过对产品及贸易需求进行展示与交流,从而达到贸易的完成。各类展会具有客流、信息流、资金流等优势,让企业以搞笑推广企业的产品,提高知名度,还能为企业提供技术和服务的机会。

通过展会的形式,使得企业可以提升自身的竞争力,让企业的生存和发展在展会的平台商取得突破。而在跨境电商中,无需组织展会,搭建会场,花费场地及服务成本,只需要在互联网上建立网站或平台即可进行广泛的信息交流和贸易往来。

节省了大量的场地租赁费、物流交通费、设施搭建费、材料宣传费等成本;并且跨境电商模式可以依据国家之间的相关扶持政策,能够大力推广营销机会,成就贸易关系的同时还可以降低经营成本,提升市场竞争力:

例如:某跨境电商每年从韩国进口共 14 万美元的洗衣剂和柔顺剂在国内平台销售,利用中韩 FTA 降低经营成本,提升市场竞争力。

该电商每年进口洗衣剂约 8 万美元,进口税率为 10%,按此计算每年需缴纳关税 8000 美元。中韩自由贸易协定生效后,该产品落入减税清单内,其降税类型为 PR-35,也就是说在协定生效之日起 5 年内等比减让基准税率的 35%,第 5 年 1 月 1 日起保持基准税率的 65%。

如图 4 所示：

年	税率（%）
MFN	10
2015	9.3
2016	8.6
2017	7.9
2018	7.2
2019	6.5

图 4

由此可见，该产品在 2018 年可享受中国-韩国 FTA 项下进口税率 7.2%，需缴纳税金 5760 美元，节约关税 2240 美元。

柔顺剂年进口额约 6 万美元，产品原税率 6.5%，需缴纳关税 3900 美元。中韩自贸协定生效后，该产品也落入了减税清单内，其降税类型为 5-，也就是说协定生效之日起五年内等比减让，第 5 年 1 月 1 日起零关税。由此可见，该产品在 2018 年可享受中国-韩国 FTA 项下进口税率为 1.3%，需缴纳税金 780 美元，可节约关税 3120 美元。如图 5 所示

年	税率（%）
MFN	6.5
2015	5.2
2016	3.9
2017	2.6
2018	1.3
2019	0

图 5

由此可见：中国-韩国 FTA 的实施可为该电商企业每年节约关税共计 5360 美元。

通过此案例分析后，结合实际调查数据显示 54.8%的蒙古人和居住在蒙古的人认为这是主要优势，超过其他优势。

■ 拓宽了市场销售途径



受到会场场地区域面积的局限性影响,以及会场设定的地理位置对参会企业及人员的局限性影响,许多展会接纳的参会企业有限,且全球各地的企业不能在合理有效的时间到达并参加展会,导致产品和技术不能有效的展示和交流,销售途径变得狭隘且不足;而跨境电商拓展了市场销售的途径,在网络上不受场地面积和地域的局限性,拖过简单的搭建一个国际化的销售网络,企业和商家就可以更快捷的参加线上展会,并更广泛的向海外市场进行推销商品,优化产业结构,提高利润。初步研究调查显示,20.2%的受访者认为这是一个机会。这可能是大多数受访者是学生(包括学校和大学),因此没有洞察力。

### ■ 国际市场范围

无论企业规模如何,跨境电子商务都有助于进入国外市场并提高整体底线。开拓国际市场还可以将产品的覆盖范围扩大到数千名没有机会访问产品的潜在在线购物者。这增加了客户群,将新客户引入业务,并允许更大的业务扩展。26%的受访者认为这是一个机会,由于调查的普遍共识,情况可能如此。

### ■ 增加销售额和收入

跨境电子商务使企业能够接触到更大的客户群,从而增加需求和销售。跨境采购可以通过满足更大的需求来帮助企业提高销售额和收入。将公司多元化进入海外市场还可以增加现金流,同时降低业务风险。18.3%的受访者认为这是一个机会。

### ■ 全年需求

如果商家集中在一个国家,根据季节、政治变化和经济需求,自然会经历需求的低谷和高峰,这使得当地的消费行为影响了商家。跨境电子商务利用了全球不同的市场周期。每个国家/地区都有自己的假日季节、购物活动和促销期。根据其当前情况,该业务可能会在一年中的不同时间经历销售额激增。因此,每当另一个地区的需求下降时,公司总是可以专注于经历业务高峰的国家。

蒙古农历新年通常发生在一月或二月,是蒙古人最大的购物节日。蒙古国家统计局估计,2016年每户家庭的食物、饮料和礼品消费为553美元。

这些礼物中约有 80%是进口的。14.4%的受访者认为这是一个优势，将其列为最低的机会。这可能是由于对此事的了解不完整，因为一半的受访者对电子商务有所了解。

### ■ 更广泛的品牌认知度

拥有一个具有可靠营销策略的知名品牌是拥有成功业务的一部分。当企业进入国际市场时，它可以产生全球品牌知名度。与优质产品搭配，可以建立全球客户的追随者。由于 Facebook, Instagram 和 Twitter 等社交媒体工具在这个时代占据主导地位，因此利用它们也可以在全球范围内成为品牌的助推器。30.8%的受访者认为这是一个优势，使其成为第三大机会。

### ■ 获得竞争优势

跨境电子商务是许多公司用来超越竞争对手的策略。通过抓住机会填补国际市场空白，产品可以领先于竞争对手进入国际视野。通过拥有这种先发优势，可以增加与竞争对手相比获得更高品牌认知度的机会，使公司保持领先地位。34.6%的受访者认为这是一个优势。综合调查结果如图 6 所示：

## 3.2 跨境电商在国际贸易中的挑战：

### ■ 货币换算

随着全球市场的波动，货币兑换对消费者来说可能是一个麻烦。在电子商务平台上购买商品时，一些消费者可能会因为不知道他们用自己的当地货币支付多少而过早退出。事实上，49%的受访者认为这是仅次于航运的挑战。因此，在建立网站时，电子商务市场拥有转换器应用程序以简化客户购买体验非常重要。

### ■ 付款方式

在开拓新的多元化市场时，客户可以通过多种方式在线支付产品和服务。数字和在线支付在世界各地高度分散，很少有数字支付方式成功渗透到每个市场。即使是全球公认支付方式，如 PayPal 和 Visa 信用卡，在目标国家甚至可能也不是最受欢迎或最容易获得的。根据对蒙古人和居住在蒙古的人进行的初步调查，31.7%的受访者认为付款问题是一个问题。虽

然这被认为是问题最少的,但它仍然可以通过适当地引入支付平台来缓解,尤其是 PayPal。

蒙古的四家银行引入了在线支付系统: Golomt; Khan 银行;贸易和开发银行;和 XacBank。 蒙古尚未开发和实施基于商家的支付系统。

### ■ 专项成本增加

随着国际贸易的成本升高、利润空间压缩,与日俱增的物流成本仍是跨境卖家最忌的问题之一,疫情暴发以后,全球范围内劳动力短缺、缺箱、爆仓、甩柜、跳港、运费疯狂上涨的状况持续,全球海运价格持续高位震荡抬高了跨境电商运输成本。在海外运输时,了解管理公司运送到的国家/地区的各种规则和法规非常重要。处理清关、计算运输成本和关税、跨境支付中的税收或征税以及管理仓储可能会让人筋疲力尽。调查显示,59.6%的受访者认为这是跨境电子商务的问题方面,这是最大的挑战。这是可以理解的,因为运输保证并不令人满意,受访者认为货物在运输过程中可能会损坏。同时,境外税务政策复杂多变,税费成本上升。近年来,跨境电商出口受“贸易保护主义、国外保护性关税税费”影响日益上升,如欧盟 VAT 代扣代缴政策,取消了进口 22 欧元免增值税政策等。

### ■ 合规化的重要性

随着跨境电商在国际贸易市场中的地位不断提升,在备受推崇和关注的同时,跨境电商合规化意识仍有待加强。跨境电商政策平台日益完善,导致很多仍然靠传统方式做国际贸易的卖家优势正在被削弱,产品出口涉及财务、税务、海关、知识产权等多方面,这导致合规化运营是首要的。通过跨境电商模式进行国际贸易的卖家不仅需要关注财税合规,还需关注知识产权等合规。跨境出口平台不同规则、市场环境、运营模式的区别,导致卖家容易忽视合规的重要性,但这也恰恰是跨境电商所面临的挑战之一。

### ■ 售后保障

期望和现实。由于互联网购物故障很常见,因此,在线购物的客户应该对他们购买的产品格外谨慎,尤其是在没有退货政策的情况下。36.5%的受访者认为这是一个挑战。拥有灵活的退货政策是跨境电子商务的好方法,

不仅可以对公司的商品表现出诚意，还可以向客户保证他们会物有所值。这是信任的基础。

### ■ 地方化与信任

有可能遇到一个看起来像谷歌翻译的网站，语法和句子结构很差。如果公司不说当地语言或语境，就会给人留下不好的印象。迷失在翻译中会降低客户订购产品的可信度和可能性。欺诈者寻找可以利用的弱点，而新兴的跨境电子商务提供商正是他们正在寻找的标志。国际网络犯罪分子拥有复杂的自动化工具。

41.3%的受访者认为这是一个挑战，因为欺诈，隐私泄露和语言问题的可能性迫在眉睫这就是为什么来自不同国家的消费者需要不同的电子商务策略，关注海外消费者的不同文化和态度。拥有本地化团队是关键。与此同时，东南亚的问题也类似。

随着买家从中国作为主要制造业来源地，并开始欣赏东南亚的质量、价格和多样性，监管机构一直无法赶上。各种产品类别的导入和导出也不同。现有的市场（如 Lazada 和亚马逊）专注于从中国采购，或者只满足各自当地市场的供需。

由于熟悉度和信任密切相关，本地化问题也伴随着信任问题。信任是健康社会的粘合剂，是经济生产力的纽带，跨境电商企业与客户之间应该有信任保证。

### ■ 人才的匮乏

随着跨境电商模式的改善和发展，在国际贸易中管理跨境电商的运营模式至关重要，如何合理有效地监督和管理跨境电商的运营成为其竞争力的本质。因此，跨境电商领域对有能力和经验丰富的人才的需求变得更加明显。

目前，人才市场中在跨境电商复合型人才缺口较大，业内企业不断增加，且不稳定，相对人才流失率大；行业人才培养周期长，需求多，引进难，不少企业人才难求，对公司业务增长业绩提高带来局限。如何能有效培养专业的跨境电商运营及管理人才，为其保驾护航必将成为所面临的另一挑战。

虽然没有正式纳入调查,但这一挑战可以归因于本地化和信任,特别是信任部分。缺乏专家会降低信任度,通过本地化招聘和发现专家的挑战是相关的。

### 3.3 计算分析：

由于我们的主要主题是机遇和挑战,因此将对调查统计数据计算和后续分析。由于答案的多样性,九个问题中的三个被选为主要因素。选定的部分是电子商务的机遇,挑战和理解(评级)。请参阅图 11、12 和 14。

节的名称	平均	方差	标准差	变异系数
机会	29.57	172	13.11	0.44
挑战	45.4	104.24	10.21	0.22
理解(评级)	20.8	255.76	16	0.77

以下是使用的公式：

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N} \quad \sigma^2 = \frac{\sum (X - \mu)^2}{N} \quad SD = \sqrt{\frac{\sum |x - \mu|^2}{N}} \quad \mathbf{CV = s / \bar{x}}$$

1) (机会) 平均 = 207/7=29.57 方差 =  $\Sigma (57-29.57)^2 + \dots + (36-29.57)^2 / 7 = 1203.71 / 7 = 172$  标准差 =  $\sqrt{172} = 13.11$  变异系数 =  $13.11 / 29.57 = 0.44$

2) (挑战) 平均 = 227/5=45.4 方差 =  $\Sigma (51-45.4)^2 + \dots + (43-45.4)^2 / 5 = 521.2 / 5 = 104.24$  标准差 =  $\sqrt{104.24} = 10.21$  变异系数 =  $10.21 / 45.4 = 0.22$

3) (理解(评级)) 平均 = 104/5=20.8 方差 =  $\Sigma (51-20.8)^2 + \dots + (20-$

$20.8)^2/5=255.76$  标准差= $\sqrt{255.76}=16$  变异系数= $16/20.8=0.77$

参考上述计算，可以理解为，当变异系数低于 1 时，数据是可靠的。但是，“机遇”的方差和标准差高于“挑战”。这表明受访者的意见不同，许多受访者认为许多“挑战”同样相关，而认为实际相关的“机会”较少。如果我们采取三大机遇（降低了国际贸易的成本，获得竞争优势和更广泛的 brand 认知度）和三大挑战（航运/专项成本增加，货币换算和地方化与信任）：

节的名称	平均	方差	标准差	变异系数
三大机会	41.7	120.22	11	0.26
三大挑战	52	60.33	8	0.15

同样，即使数量减少，“机会”也具有较高的标准差和变异系数，巩固了调查中列出的“挑战”更有可能被认为与受访者相关的假设，而“机会”不太可能被视为案例。

## 第四章跨境电商在国际贸易中的优化方向

### 4.1 不断提升经济贸易企业的物流配送效率

和传统国际贸易相比较，跨境电商的贸易需要借助全球物流运输系统的支持与促进，对电子商务贸易中的产品进行运输。在运输过程中，物流速度相对较慢，并且物流成本较高。因此，跨境调上的贸易如果需要优化，物流成本和模式的优化就显得尤为重要。建立海外仓，采用公铁水的多式联运等方式，不仅可以优化和节省物流的仓储成本、运输成本，更有利于贸易的稳定合作和价格的顺利达成。

### 4.2 明确跨境电商过程中的买卖双方交易合同

跨境电商在国际贸易开展中，双方签署的贸易合同时贸易达成的基础和保障，需要依据不同的国际贸易形式已经双方国家的法律法规进行标准、专业的拟定和签署，以便于对贸易实施和开展提供有力的保障。

### 4.3 聚焦重点贸易区域，加强信息化支持

随着跨境电商在国际贸易中模式的不断更新与完善，基于贸易本身的需求与数据的收集分析，可以更精准的分析 and 获得贸易的重点区域。通过智能化、数字化信息的加持与协助，有利于跨境电商对国际贸易的发展与优化。

## 结 论

虽然在现代世界中跨境电子商务的发展存在许多挑战,但它无处不在,以至于整个贸易世界的发展现在都依赖于它。因此,机遇远远多于挑战。

在蒙古等发展中国家,跨境电子商务势必很快发展起来。尽管蒙古没有数据来确定跨境电子商务及其平台的影响,但由于亚太地区跨境电子商务交易总额生效(基于 2022/04/28),规范在线购物的法律受到青睐。其他法律环境包括关于“货物买卖国际公约”的《威尼斯公约》和关于“承认法院关于民商事事项的判决”的布鲁塞尔公约。

中国和俄罗斯,蒙古永远的邻居,统治着蒙古市场。蒙古 90%以上的出口产品运往中国或通过中国;俄罗斯提供了蒙古 90%的精炼石油产品和 20%的电力。此外,蒙古是内陆国家,截至 2023 年人口为 340 万。虽然这可能会使蒙古处于跨境电子商务的成熟状态,但高通货膨胀,运输和特殊成本以及本地化和信任问题总是会带来问题。

虽然 33.7%的受访者从未在线订购,但 47.1%的受访者通过亚马逊订购,其次是 eBay (17.3%) 和 Ali Express (17.3%)。这是可以理解的,因为亚马逊在 Digital Commerce 360 全球在线市场数据库中排名第三,该数据库按总价值或销售总商品价值对市场进行排名。这表明,即使在蒙古这样的发展中国家,这些平台仍然具有突出地位和认可度。

49%的受访者表示“对跨境电子商务的理解有些熟悉”,相当于 3 分(满分 5 分)。它表明大约一半的人口至少有一些了解,因此巩固了跨境电子商务的相关性。如图 13、14 所示:根据研究,81.7%的受访者认为跨境电子商务在蒙古需要近 5-10 年的时间才能发展。这是可以理解的,因为蒙古对网上购物的态度是积极的。因此,预计挑战将被机遇所征服,跨境电商模式必然会成为国际贸易发展的成功核心竞争力。

根据世界银行的数据,2015-2021 年间,蒙古使用互联网的个人(占人口的百分比)从 23%增加到 84%。通过适当的调整,预计跨境电子商务将在蒙古和其他发展中国家蓬勃发展。此外,它还为五个国际营销渠道的蓬勃



发展提供了成熟的环境。最相关的是海外社交媒体营销，视频营销网站和海外搜索引擎营销，因为它们是巨头。海外电子邮件营销和大数据营销也可以蓬勃发展，因为它们也是其中的一部分。

根据亚行发布的《2022年亚洲发展展望》(ADO)报告，在内需、投资以及工业、农业和服务业复苏的推动下，蒙古的经济增长预计将在2023年攀升至5.6%。虽然俄罗斯在通货膨胀已经很高、经济增长受到抑制的环境中入侵乌克兰使局势复杂化，但中国在2023年初全面开放边境已经派上用场。虽然由于贸易中断、俄乌战争导致的燃料价格上涨以及供应冲击，平均通胀率在2022年进一步加速至12.4%，但随着这些因素的平静，预计2023年通胀率将缓解至9.3%。

由此可见，当前跨境电商模式与传统的商业模式呈现出完全不同的状态，新格局的变化使得跨境电商引起了广泛关注。一方面，国内电商竞争越发激烈，在一片市场红海中，企业想要谋求发展十分艰难，因此迫切需要寻找海外市场开展业务；另一方面，国内供应链优势已经逐步完善，并从成本优势转化为产品及质量优势，跨境电商在国际贸易中的强大和发展已经成为大势所趋。

## 参考文献

- [1] MAARTEN HEMMES. The thesis for cross-border eCommerce in Southeast Asia [EB/OL].[2022-09-08].<https://maartenhemmes.medium.com/the-thesis-for-cross-border-trade-in-southeast-asia-55c52f02dc52>.
- [2] JIAJIA Hu. Cross-border e-commerce comes with its Risks and Benefits [EB/OL].[2022-03-17].<https://medium.com/digital-society/cross-border-e-commerce-comes-with-its-risks-and-benefits-6cb3eb22cbd9>.
- [3] DANIEL WEBBER. Cross-Border Ecommerce: Three Challenges Defining The Next Decade[EB/OL].[2021-03-24].<https://www.forbes.com/sites/danielwebber/2021/03/24/cross-border-ecommerce-three-challenges-defining-the-next-decade/?sh=7e4ffc5f3a3a>.
- [4] LUCY INGHAM. How important is cross-border to ecommerce? [EB/OL]. [2022-11-25].<https://www.fxintel.com/research/analysis/how-important-is-cross-border-to-ecommerce>.
- [5] DANIELA COPPOLA. Cross-border e-commerce as share of total e-commerce worldwide in 2016 and 2022 [EB/OL].[2023-02-16].<https://www.statista.com/statistics/867991/cross-border-e-commerce-share-world/>.
- [6] MUKHISA KITUYI. The intricacies, impact and opportunities of e-commerce for trade and development [EB/OL].[2022-06-02]. <https://unctad.org/news/intricacies-impact-and-opportunities-e-commerce-trade-and-development>.
- [7] PITNEY BOWES. 8 common challenges of cross-border ecommerce [EB/OL].[2021-04-08]. <https://www.pitneybowes.com/us/blog/8-common-challenges-of-cross-border-ecommerce-strategy-growth.html>
- [8] DON DAVIS. Amazon and Alibaba lead in cross-border ecommerce [EB/OL].[2023-02-03]. <https://www.digitalcommerce360.com/2023/02/03/amazon-and-alibaba-lead-in-cross-border-ecommerce/>
- [9] TIM HANSTAD. Trust is the glue of a healthy society. Here's how to bring it back [EB/OL].[2022-12-17]. <https://www.weforum.org/agenda/2020/12/trust-is-the-glue-of-a-healthy-society-heres-how-to-bring-it-back/>.

[10]

<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2021&locations=MN&start=2015>.

[11] <https://www.ctils.com/articles/4567>

[12] <https://zhuanlan.zhihu.com/p/565452211>

[13] <https://www.export.gov/apex/article?id=Mongolia-ECommerce>

[14] <https://www.forrester.com/press-newsroom/forrester-us-b2b-e-commerce-will-reach-an-estimated-3-trillion-by-2027/>

[15] <https://mddc.gov.mn/mn/4476/>

[16]

<https://baike.baidu.com/item/%E6%88%B4%E5%B0%94%E5%85%AC%E5%8F%B8/1559839>

[17] <https://www.adb.org/news/mongolia-growth-stay-muted-2022-2-3-climbing-2023-adb#:~:text=ULAANBAATAR%2C%20MONGOLIA%20%286%20April%202022%29%20%E2%80%94%20Mongolia%E2%80%99s%20economic,by%20the%20Asian%20Development%20Bank%20%28ADB%29%20released%20today>.

## 附录 A 附录内容名称

[1]

<https://docs.google.com/forms/d/1pBeJdc4oxrhY5TG8E2Vob95xRFCvJ3q9GBLm72GhByk/e/dit?pli=1>

[2] 调查结果:

### 1. Таны хүйс (您的性别)

104 responses

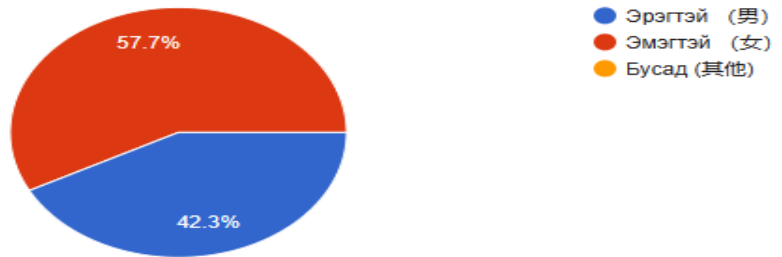


图 7

### 2. Таны нас (您的年龄)

104 responses

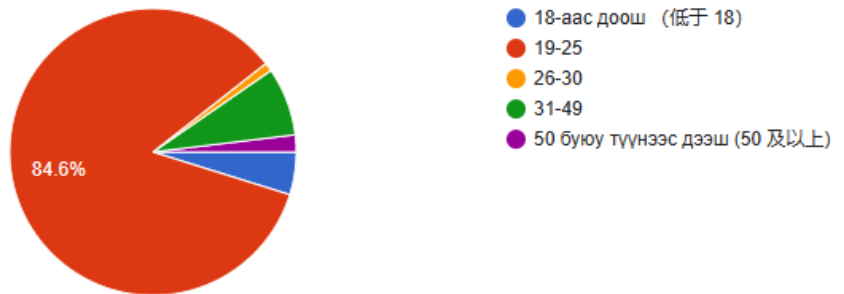


图 8

### 3. Таны мэргэжил (您的职业)

104 responses

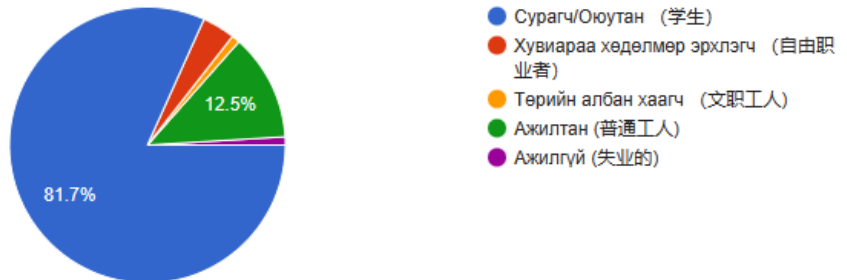


图 9

### 4. Таны сарын орлого (您的月收入)

104 responses

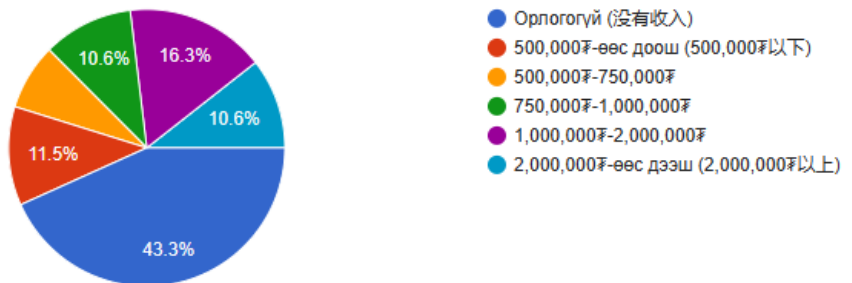


图 10

5. Та хил дамнасан цахим худалдан авалт хийж байсан бол дараах хил дамнасан цахим худалдааны платформуудаас алийг нь ашиглаж байсан бэ? (хоёр буюу түүнээс дээш байж болно) (如果您曾经进行过跨境电子商务购买, 您使用过哪些平台? (可以是两个或更多))



104 responses

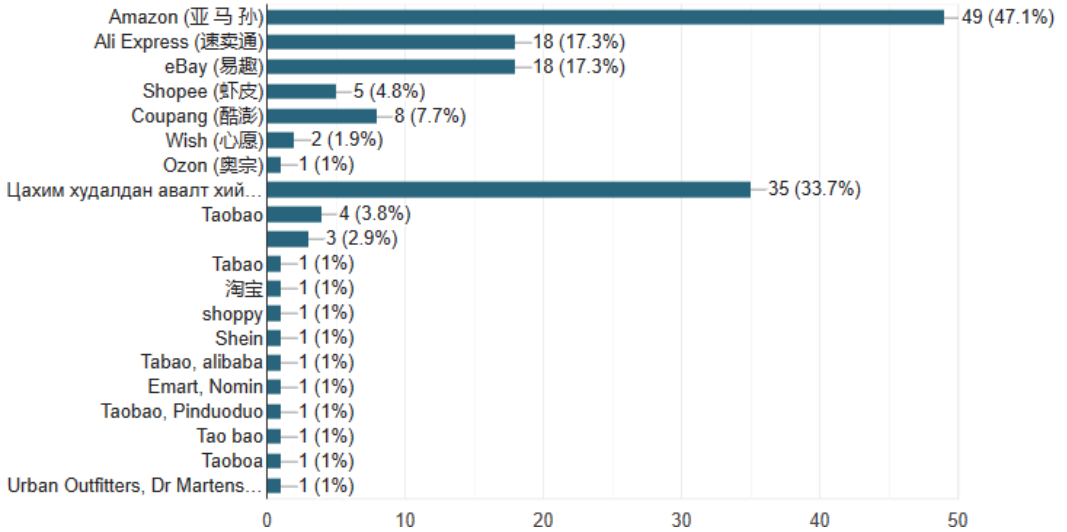


图 11

6. Таны хувьд хил дамнасан цахим худалдааны давуу талуудад аль аль нь багтдаг гэж үздэг вэ? (您认为以下哪些是跨境电子商务的机遇?)



104 responses

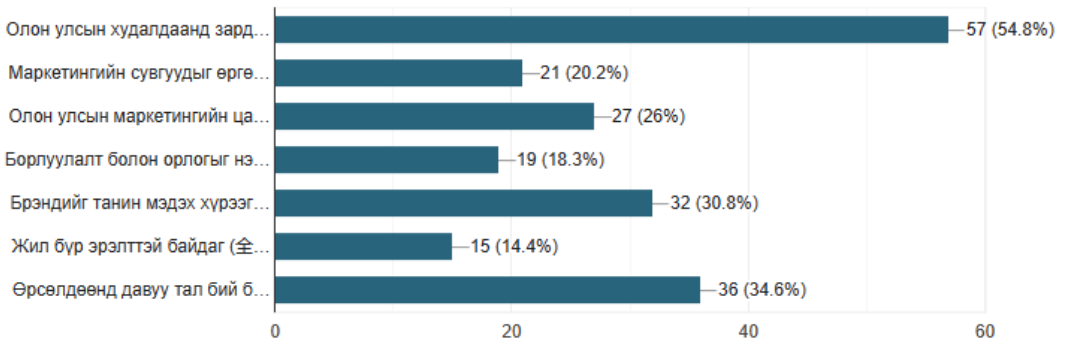


图 12

7. Таны хувьд хил дамнасан цахим худалдааны сул талуудад аль аль нь багтдаг гэж үздэг вэ? (您认为以下哪些是跨境电子商务面临的挑战?)



104 responses

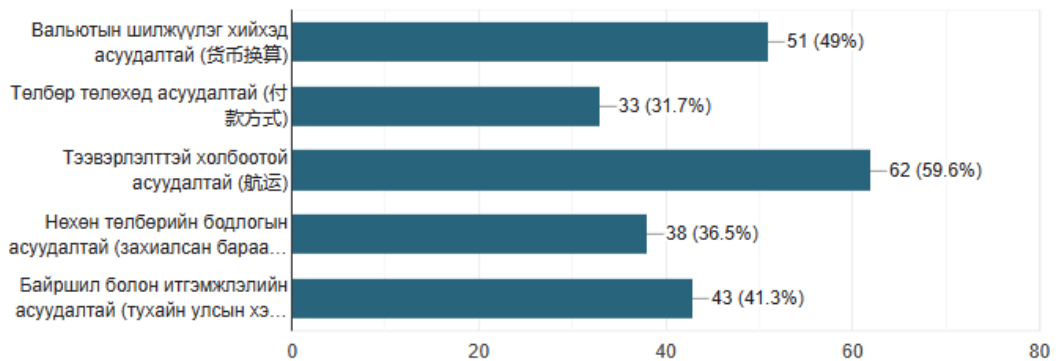


图 13

8. Таны цахим худалдааны (хил дамнасан цахим худалдаа нь нэг төрөл болно) талаарх ойлголт хэр вэ? 1-5 хооронд үнэлэнэ үү. (您对电子商务的理解是什么 (跨境电商是电子商务的一部分) ? (请评分在1-5之间) )

104 responses

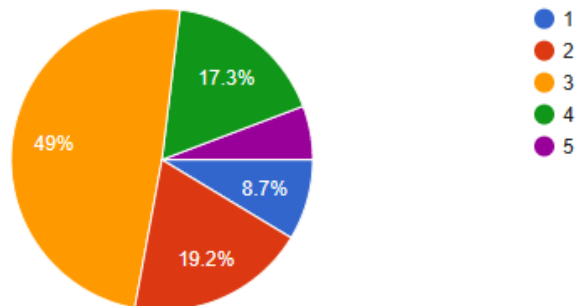


图 14

9. Таны хувьд хил дамнасан цахим худалдаа Монголд хөгжихөд хэр их хугацаа шаардлагатай гэж үздэг вэ? (您认为跨境电子商务在蒙古发展需要多少年?)

104 responses

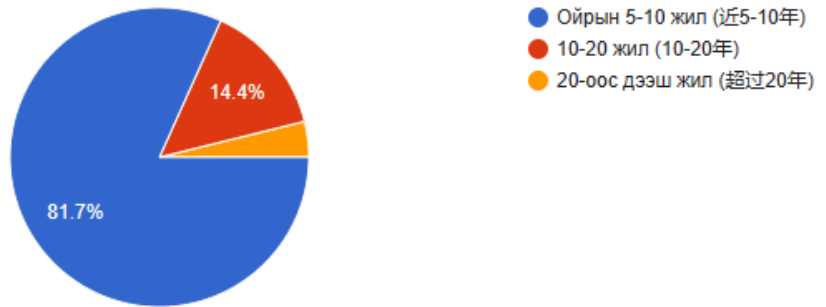


图 15



## 致 谢

本科生的学习和生活已经接近尾声，在本论文即将完成之际，请允许我对本科学习生活中那些引导、帮组、激励过我的老师和同学们道一声谢谢！特别感谢孙健博老师在论文的每个阶段对我的指导和帮助。

首先要感谢老师们对我的传道授业，在学习生活中不断教导我学习和理解专业知识，在知识的海洋中不断获取有益的营养，让我更加从理论与实际中应用所学的知识并加以应用与实践。当我遇到疑惑时候，能够给予我帮组答疑解惑，让我对老师们对知识的洞察力、渊博的学时以及严谨的教学态度和精益求精的工作作风表示钦佩和感谢；

同时，真诚的感谢同学们的相互帮助、鼓励、支持，让我充分体会到家庭的温暖，并一同开心快乐的完成学业。

在论文的协作过程中，在老师引导和自我学习下，我不断领悟论文中论点的意义，通过对论据的收集与分析，得到了最后的论证。论文中应会有些许的不足，我将随着不断学习及努力在未来的学习、工作和生活中不断完善与提高。

谨此，向所有关心和帮助我的人献上最诚挚的感谢！