

“一带一路”倡议下跨境电商与 跨境物流协同研究

张夏恒

【摘要】跨境电商与跨境物流协同运作对于推动中国跨境电子商务发展,进而推进“一带一路”建设具有重要意义。通过构建跨境电商与跨境物流协同的博弈收益矩阵,并研究发现:跨境物流的通关能力与跨境电商监督概率呈负相关,跨境电商的监督成本与跨境物流积极合作的概率呈负相关,消费者对跨境电商的处罚额度与跨境物流积极合作的概率呈正相关。为了推动跨境电商物流协同,建议推动“一带一路”沿线国家的自贸区建设,关注跨境电子商务产业链的主要环节,加强相关基础设施的建设与完善,构建多维立体的监管机制。

【关键词】跨境电商;跨境物流;协同;“一带一路”倡议

【作者简介】张夏恒(1982-),男,山东济宁人,博士,西北政法大学商学院副教授(西安 710122),浙江大学经济学院应用经济学博士后,主要从事跨境电商物流协同研究(杭州 310027)。

【原文出处】《当代经济管理》(石家庄),2020.4.27~32

【基金项目】国家民委民族研究项目《面向丝绸之路经济带的西北民族地区跨境电子商务发展研究》(2018-GMD-021);陕西省软科学研究计划重点项目陕西省创新能力支撑计划资助《我省跨境电子商务全产业链集聚创新发展研究》(2019KRZ005);陕西省社会科学基金项目《我国跨境电子商务面向丝绸之路经济带的持续贸易促进研究》(2019S037);西北政法大学青年学术创新团队计划资助的阶段性成果。

一、引言

在互联网及信息技术的广泛应用与推广下,跨境电子商务发展得如火如荼,成为近两年全球经济发展的重要构成。随着大数据、云计算、人工智能等数字技术的广泛应用,跨境电子商务商业交易各环节的能力将得到大幅提升。这些技术的进步与逐渐普及应用也在推动跨境电子商务的飞速发展,同时影响着与之相关的跨境商品供应链、生产链、支付链、流通链的转型升级与创新发展。新一代信息技术的进步及应用推动了跨境电子商务的高速发展,正主导着新一代数字贸易体系的演化形成,并推动着与之配套的全球采购体系、生产体系、支付体系和

物流体系的转型发展^[1]。从另一个视角看,跨境电子商务商业逻辑类似于“互联网+外贸”,对传统国际贸易交易模式产生巨大影响,也驱动“传统产业+互联网”重构了制造业生产关系。

在“一带一路”倡议背景下,大力发展跨境电子商务既有利于推动“一带一路”建设,又能推动中国传统制造业转型升级,实现跨境电子商务的贸易新业态与制造产业深度融合。跨境电子商务在驱动贸易产业全球化的同时,也影响到跨境电子商务交易链的各主要环节,如商品制造业与消费产业、关联的支付产业与物流产业。在跨境电子商务飞速发展背景下,跨境物流短板日趋凸显,制约着跨境电商效率与发展^[2]。党的十九大报告明确提出,支持传统产业

优化升级,加快发展现代服务业……要以“一带一路”建设为重点……拓展对外贸易,培育贸易新业态新模式,推进贸易强国建设。在2018年12月19日至21日召开的中央经济工作会议中提出,要推动先进制造业和现代服务业深度融合,增强制造业技术创新能力。跨境电商与跨境物流是跨境电子商务产业链条中两个重要环节。在“一带一路”建设推进下,跨境电子商务产业链条需要协同运作。为推动跨境电子商务产业升级,需要关注中国跨境电商与跨境物流的融合,实现产业功能的优势互补与彼此延伸。在跨境电子商务交易活动中,跨境电商与跨境物流是两个重要的参与主体,同时存在竞争与合作关系。跨境电子商务发展之初,其关注度集中在商品选择与销售层面。跨境电子商务的蓬勃发展吸引了更多消费者、竞争者进入,跨境电子商务在市场竞争与消费者成熟等因素作用下,逐渐认识到跨境物流对跨境电子商务发展至关重要。消费者在关心商品、价格等因素的同时,更注重物流环节。这一现象倒逼着跨境电子商务与跨境物流尽快破解产业的界限,实现在产品、服务、技术与运作等方面的协同运作与融合发展^[1]。在两极结构合作模型的物流服务供应链的传统经典模型基础上,加入跨境电子商务特有的通关因素,使用完全信息下的静态博弈模型分析跨境电子商务活动中的跨境电商与跨境物流协同问题。

二、文献综述

习近平总书记在2018年8月27日的推进“一带一路”建设工作五周年座谈会上,明确提出要搭建更多贸易促进平台,发展跨境电子商务等贸易新业态、新模式。在“一带一路”倡议下,跨境电子商务是一种逐渐增强中国世界贸易地位的新动能。Gomez-Herrera等(2014)通过在线消费者调查小组的数据分析,发现物流因素会影响欧洲跨境电子商务成本构成^[3];Giuffrida等(2017)通过文献梳理,提出跨境物流是解决跨境电子商务效率的重要因素^[4]。国内有一些学者提出物流是跨境电子商务发展的主要障碍之一^[5-7]。通过国内外相关文献的梳理,发现一种共识,

即跨境物流制约跨境电商发展。如推动跨境电子商务的发展,需关注跨境电商与跨境物流协同问题。在跨境电商与跨境物流协同方面,国内学者进行了一些研究:钱慧敏和何江(2017)通过构建跨境电商与跨境物流协同的扎根理论模型,对影响两者协同的因素进行研究,发现这些因素有协同环境、协同机制、协同关系、协同能力、协同意愿、个体特征、协同预期等^[8];张夏恒与郭海玲(2016)从生态系统视角切入,基于物种、环境、供应链、地理空间等探究跨境电商与跨境物流之间的协同机制,提出跨境电商发展快于跨境物流,跨境物流尚未匹配跨境电商发展,并反向制约了跨境电商的发展^[9];曹允春和王曼曼(2017)通过分析产业链视角下跨境电子商务与物流业发展的现状,指出跨境电子商务与物流业协同发展的必要性以及二者协同发展的制约因素^[10];张夏恒和张荣刚(2018)以复合系统协同度模型为视角,提出跨境电商与跨境物流子系统序参量指标体系,构建了跨境电商与跨境物流协同评价模型,并对2013-2016年中国跨境电商和跨境物流系统能力进行综合评价,研究发现跨境电商与跨境物流子系统有序度持续增长,但跨境物流子系统有序度低于跨境电商子系统有序度,跨境电商与跨境物流复合系统处于协同状态,并呈上升趋势,但整体水平较低^[11]。现有的研究多从定性层面分析跨境电商与跨境物流协同的影响因素,或构建跨境电商与跨境物流的协同模型,较少定量分析二者的协同问题。跨境电商与跨境物流是跨境电子商务活动中的两个主要参与主体,二者既存在竞争又存在合作,适用于博弈论分析方法。此外,对于中国跨境电商与跨境物流产业而言,产业协同会影响企业竞争与合作的关系,产业间的界限也愈发模糊。通过跨产业的协同,既利于破解产业间的壁垒,还利于促进产业的效率提升,塑造产业竞争优势。

三、“一带一路”倡议下跨境电子商务运作机理

伴随“一带一路”建设的不断推进,跨境电子商务凭借其自身优势特征,在中国与“一带一路”沿线国家的经贸发展中作用越来越重要。“一带一路”倡

议使得跨境电子商务交易所涉及的相关国家更加紧密,也实现了在跨境电子商务产业链条中的资源共享与优化配置。通过一个简化的模型,分析跨境电子商务运行模式,假定甲国生产或供给产品,乙国销售产品,丙国购买或消费产品,如图1所示。生产要素与商品供应需要物流运输来实现,生产要素的购买、商品的制造与销售都会产生资金流动,还会产生商品流、信息流与物流。除此之外,当出现生产要素或商品的退换货时,那么又会产生退换货物流或逆向物流。在跨境电子商务模式下,跨境电商活动与跨境物流活动都无法脱离互联网与信息技术,资金流与信息流也是以互联网和信息技术为主要载体的。跨境物流不仅通过互联网与信息技术实现物流信息的流通与转化,订单信息的处理与追踪,还需要借助于线下的输出国物流、输出国海关与商检、国际运输、输入国海关与商检、输入国物流运输与商品配送等活动,其跨境物流链条更长、涉及环节更多、活动更复杂。这些活动也是信息流活动的目的与资金流活动的载体。为了推动跨境电子商务交易的完成,这就需要跨境电商与跨境物流这两个主要环节的协同运行与互融互推。通过二者的协同融合发展,推动跨境电子商务产业链各环节的价值转换、利益获取与综合运营能力的提升。

四、跨境电商与跨境物流协同评价

(一)研究假设

跨境电子商务中的跨境物流要复杂于国内电商物流,整个物流链条贯穿了输出国物流、国际运输、输入国物流与配送,还涉及输出国及输入国的海关与商检等环节。跨境电子商务活动存在信息不对称,跨境电商通过物流任务的完成情况来判定跨境物流的工作投入程度,并据此来判定跨境电商所掌握的物流服务信息,但无法较为完整或全面的掌握

跨境物流的具体运作流程或内容。在跨境电子商务中信息不对称程度与跨境电子商务整体绩效呈负相关关系,即信息不对称程度越低,跨境电商与跨境物流协同度越高,则跨境电子商务整体绩效则越高。在跨境电子商务活动中,因为复杂多变的经营环境,对跨境电商与跨境物流环节进行协同调试尤为重要。

假设在跨境电子商务活动中,存在一家跨境电商与一家跨境物流,即跨境电商A与跨境物流企业B。跨境电商A处于主导地位,跨境物流企业B为跨境电商A提供所需的物流服务。跨境电商A向跨境物流企业B支付其所获服务而支付的费用,该费用对于跨境电商A是成本,对于跨境物流企业B是收益。跨境电商A支付给跨境物流企业B的费用主要有两部分构成,即固定费用+绩效费用,其中固定费用使用 W 表示,绩效费用使用 $R[\Pi(\pi)-W]$ 表示, $\Pi(\pi)$ 代表跨境电子商务获得整体物流活动的总收益,是跨境物流企业B工作业绩的函数, R 是其收益的提取系数,跨境电商A因跨境物流活动带来的增值收益表示为: $(1-R)[\Pi(\pi)-W]$ 。

在跨境电子商务涉及的物流活动中,跨境电商A面临两种选择,即监督与不监督;跨境物流企业B也面临两种行为,即按照预先约定选择合作或进行欺骗。若跨境电商A通过第三方调研与监控、合同履行情况核查等相应的措施对跨境物流企业B进行监督,那么便会因为监督行为而承担一些额外的监督成本,如第三方费用、核查费用、沟通费用及可能的机会成本等,用 C 来表示。

跨境电子商务交易中的商品流通会涉及进出口国家的通关活动,通关是完成跨境物流服务的关键环节,也是跨境电商与跨境物流活动协调适应的重点所在。目前,中国在跨境电子商务活动中会遇到许多障碍,如通关速度较慢、效率不高,甚至会出现通关周期久、通关费用高等。这些障碍不仅导致跨

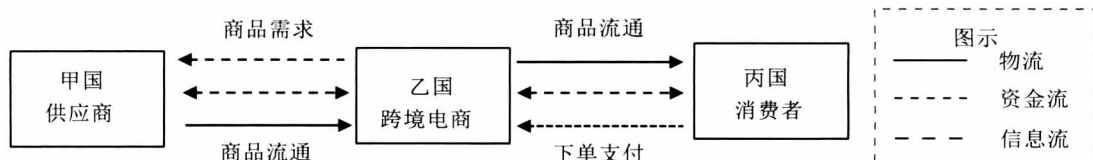


图1 跨境电商运行机理

境物流服务质量的降低,不利于跨境物流绩效实现,也影响到消费者的购物体验,并连带影响到跨境电商绩效实现。假设跨境物流企业B的通关能力系数为 ξ ,影响跨境物流通关能力的因素较多,主要有跨境物流在通关时的管理能力、沟通能力,以及配套的运输、仓储、信息设施等。假如跨境物流企业B按约定积极合作,会对跨境物流服务带来价值增值效应,用 I_1 来表示;当跨境物流不按约定进行,反而选择欺骗时,会对跨境物流服务带来价值减值效应,用 I_2 来表示。对于跨境电商A,在跨境物流选择积极合作时假定获得服务增值为 ξI_1 ;在跨境物流企业B选择欺骗时,跨境电商A获得的物流服务减值为 ξI_2 。模型假设跨境电子商务活动涉及的物流服务的增值与减值仍参照双方的分配比例R与1-R。

作为跨境物流服务的参与者、使用者与体验者,消费者对跨境物流服务的满意度评价至关重要,是影响跨境电商与跨境物流生存、发展与收益的关键指标。基于以上研究假设和收益模型,将消费者对跨境物流服务的收益影响程度引入模型。消费者以其感知的跨境物流服务体验为依据,评价跨境电商A。与消费者在接受跨境物流服务前对服务预期相比,若消费者对所获得的跨境物流服务感知低于消费者预期,便处罚跨境电商A,处罚额度为T。基于此,跨境电商A既要考虑对跨境物流企业B施加监督,也要考量消费者对跨境电商A的处罚情况。

本文涉及的符号及其含义主要有:A代表跨境电商,B代表跨境物流企业, I_1 代表价值增值, I_2 代表价值减值, ξ 代表通关系数,R代表分配比例,T代表处罚额度, π_1 代表跨境电商合作时的跨境物流企业努力程度, π_2 代表跨境电商欺骗时的跨境物流企业努力程度, μ 代表跨境物流企业所获私利, λ 代表A发现B欺骗行为的概率, δ 代表A对B的处罚,C代表监督成本,X代表通关时A对B进行监督的概率,Y代表B积极合作的概率。

(二)模型构建与分析

1.考虑监督因素的收益模型

在跨境电子商务活动中,当跨境物流企业B在通关环节积极合作时,跨境物流付出的努力程度将影响其收益,使用 π_1 表示跨境物流企业B的努力程

度,则跨境电子商务活动所获得的物流整体收益表示为 $\Pi(\pi_1)$ 。在此条件下,跨境物流企业B所获收益则为: $W+R[\Pi(\pi_1)-W+\xi I_1]=w(1-R)+R[\Pi(\pi_1)+\xi I_1]$ 。

将监督因素纳入收益模型中,跨境电商与跨境物流产生活活动协作时,若跨境电商A选择对跨境物流企业B进行监督,此时跨境电商A所获收益则为: $(1-R)[\Pi(\pi_1)-W+\xi I_1]-C$;若跨境电商A对跨境物流企业B不进行监督,此时跨境电商A所获收益则为: $(1-R)[\Pi(\pi_1)-W+\xi I_1]$ 。

2.考虑欺骗与处罚因素的收益模型

在跨境电子商务活动的通关环节,若跨境物流企业B选择欺骗,其付出的努力程度定义为 π_2 ,则跨境电子商务活动所获得的物流整体收益表示为 $\Pi(\pi_2)$,此时,跨境物流企业B将因其欺骗而获得一部分私利,用 μ 表示。

消费者在购物过程中的消费体验会受到跨境物流服务质量的影响,尤其当跨境物流为获得私利在通关环节选择欺骗行为,势必会影响到跨境物流服务质量,从而消费者据此处罚跨境电商A,其处罚额度为T。当跨境物流企业B不选择积极合作时,若跨境电商A不监管跨境物流企业B,则跨境电商A将因跨境物流企业B的消极合作而受到消费者的处罚,即T;与此同时,跨境物流企业B因为跨境电商A的忽视监管而因其利己主义行为继续消极合作,由此将获得额外的私利,即 μ 。在此条件下,跨境电商A所获收益为: $(1-R)[\Pi(\pi_2)-W-\xi I_2]-T$,跨境物流企业B所获收益为: $W+R[\Pi(\pi_2)-W-\xi I_2]+\mu$ 。

假如跨境电商A在跨境物流企业B消极合作时选择监督,因其监督行为的发生跨境电商A发现跨境物流企业B欺骗行为的概率为 λ ,跨境电商A将对跨境物流企业B施以处罚,即 δ 。假如跨境电商A对跨境物流企业B进行监督,但没有发现跨境物流企业B欺骗的概率为 $1-\lambda$,跨境电商A则受到消费者的处罚,即 $(1-\lambda)T$ 。在此条件下,跨境电商A获得收益为: $(1-R)[\Pi(\pi_2)-W-\xi I_2]-C+\lambda\delta-(1-\lambda)T$,跨境物流企业B所获收益为: $W+R[\Pi(\pi_2)-W-\xi I_2]+\mu-\lambda\delta$ 。

基于上述分析,可得跨境电商与跨境物流协同的博弈收益矩阵,如图2所示。其中,在每一个象限中,第一行代表跨境物流企业B获得的收益,第二行

代表跨境电商A获得的收益。

3. 博弈收益矩阵的纳什均衡解

跨境电商A对跨境物流企业B在通关环节进行监督的概率是X,选择不监督的概率是1-X;跨境物流企业B积极合作的概率是Y,那么采取欺骗的概率是1-Y。跨境电商A的收益函数如下:

$$U_A(X, Y) = X\{Y[(1-R)(\prod(\pi_1)-W-\xi I_1)-C] + (1-Y)[(1-R)(\prod(\pi_2)-W-\xi I_2)-C+\lambda\delta-(1-P)T]\} + (1-X)\{Y[(1-R)\times(\prod(\pi_1)-W+\xi I_1)] + (1-Y)[(1-R)\times(\prod(\pi_2)-W-\xi I_2-T)]\} \quad (1)$$

通过对公式(1)的X求偏导,则:

$$\partial U_A(X, Y)/\partial X = -C + (1-Y)\lambda(\delta+T) \quad (2)$$

令公式(2)=0,求解Y,可得:

$$Y = 1 - C/\lambda(\delta+T)$$

在上述条件下,可以获得跨境物流企业B的收益函数,即:

$$U_B(X, Y) = Y\{X[W(1-R)+R(\prod(\pi_1)+\xi I_1)] + (1-X)[W(1-R)+R(\prod(\pi_1)+\xi I_1)]\} + (1-Y)\{X[W+R(\prod(\pi_2)-W-\xi I_2)+\mu-\lambda\delta] + (1-X)[W+R(\prod(\pi_2)-W-\xi I_2)+\mu]\} \quad (3)$$

对公式(3)的Y求偏导,则:

$$\partial U_B(X, Y)/\partial Y = R[\prod(\pi_1)-\prod(\pi_2)+\xi I_1+\xi I_2]-\mu+\lambda\delta \quad (4)$$

令公式(4)=0,求解X,可得:

$$X = \{\mu+R[\prod(\pi_1)-\prod(\pi_2)]\}/\lambda\delta - R(\xi I_1+\xi I_2)/\lambda\delta$$

由此,可得纳什均衡解,即:

$$(X', Y') = \{\mu+R[\prod(\pi_1)-\prod(\pi_2)]\}/\lambda\delta - R(\xi I_1+\xi I_2)/\lambda\delta, 1-C/\lambda(\delta+T)$$

(三) 结果分析

通过对所构建模型的分析,提出促进跨境电商与跨境物流协同的建议与措施,具体如下:

(1) 跨境电子商务活动中,跨境电商A对跨境物流企业B进行监督的概率X与跨境物流企业B的通

关能力系数 ξ 呈负相关关系,即跨境物流的通关能力系数越大,则跨境电商对跨境物流进行监管的概率越小。这说明,跨境电商为了提高跨境电子商务活动的通关效率,应与那些通关能力较强的跨境物流合作。跨境电商A对跨境物流企业B进行监督的概率还与通关环节的物流服务增值 ξI_1 及物流服务减值 ξI_2 呈负相关关系。所以,跨境电商还应关注物流服务的增值与减值效应的变化趋势,并据此选择最佳的监督水平。

(2) 跨境电商A对跨境物流企业B的监督成本C与跨境物流企业B积极合作的概率Y呈负相关关系。这主要因为跨境物流企业B若知道跨境电商A对其监督所付出的成本C越大,则跨境电商A选择监督的概率越小,将导致跨境物流企业B为获取更多私利而选择偷懒,即与跨境电商A积极合作的概率将变小。为提高跨境电商与跨境物流在跨境电子商务活动中的协同效应,需要减弱因信息不对称而产生的利己主义行为,需要加强双方的沟通力度,强化彼此的协作信任感,跨境物流尤应具有提高自身服务的自发性与自觉性,从而降低跨境电商的监督成本。

(3) 跨境电商A进行监督的概率X与跨境物流企业B所获私利 μ 呈正相关关系,跨境电商A进行监督的概率会随着跨境物流企业B所获私利的增加而变大。在跨境电商与跨境物流进行活动协作时,跨境电商需扩大信息沟通与披露力度,通过必要的调查能够掌握跨境物流所获取私利的多少,并据此确定监督概率,这会减少跨境电商盲目或无效监督行为的发生,并有利于降低监督成本,提升监督效率,这有利于提升跨境电子商务活动的整体效益。

(4) 当增加消费者评价因素时,跨境物流企业B愿意积极合作的概率Y与消费者对跨境电商A的处

跨境电商A

		监督	不监督
跨境物流企业B	积极合作	$W(1-R)+R[\prod(\pi_1)+\xi I_1]$ $(1-R)[\prod(\pi_1)-W+\xi I_1]-C$	$W(1-R)+R[\prod(\pi_1)+\xi I_1]$ $(1-R)[\prod(\pi_1)-W+\xi I_1]$
	欺骗	$W+R[\prod(\pi_2)-W-\xi I_2]+\mu-\lambda\delta$ $(1-R)[\prod(\pi_2)-W-\xi I_2]-C+\lambda\delta-(1-\lambda)T$	$W+R[\prod(\pi_2)-W-\xi I_2]+\mu$ $(1-R)[\prod(\pi_2)-W+\xi I_2]-T$

图2 跨境电商与跨境物流协同的博弈收益矩阵

罚额度 T 存在正相关的关系。跨境物流企业 B 积极合作的概率会随着消费者对跨境电商 A 处罚额度的增加而变大。在跨境电子商务活动中,消费者对跨境电商的评价是一个非常重要的因素。所以,跨境电商在与跨境物流开展协作业务时,应重点关注消费者体验与评价,通过设置适当的参数、交流方式、服务工具改进消费者对其所获得的跨境物流服务质量的评价,进而提高跨境电子商务的整体收益。

(5)跨境电商 A 对跨境物流企业 B 的监督概率 X 与跨境电商 A 发现跨境物流企业 B 的欺骗概率 λ 呈负相关关系,跨境物流企业 B 选择积极合作的概率 Y 与欺骗概率 λ 呈正相关关系,跨境物流企业 B 积极合作的概率随着欺骗概率的增加而增加;跨境电商 A 对跨境物流企业 B 的监督概率 X 与跨境电商 A 对跨境物流企业 B 选择消极合作时对跨境物流企业 B 的处罚额度 δ 呈负相关关系,跨境物流企业 B 选择积极合作的概率 Y 与处罚额度 δ 呈正相关关系,跨境物流企业 B 积极合作的概率将随处罚额度的增加而增加。所以,跨境电商在与跨境物流发生工作协作时,需要加强对跨境物流欺骗行为的研究,通过设置适当的处罚额度,实现恰当的刺激目的,进而推动跨境物流积极合作,与此同时还利于减少跨境电商对跨境物流的监督成本,利于促进跨境电商与跨境物流的协同效应,并利于提高跨境电子商务的整体效益。

五、结论与建议

我国国家发展与改革委员会、外交部、商务部联合发布的《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》中,提出促进跨境电子商务的发展是实施“一带一路”倡议的重点内容之一,不仅如此,在传统国际贸易增长乏力背景下,跨境电子商务规模与速度都不容忽视,正成为新的跨国贸易驱动力。在跨境电子商务交易中,跨境物流愈发重要,尤其需要关注跨境电商与跨境物流协同问题。引入通关能力、消费者对服务评价等参数,构建了跨境电商与跨境物流协同的博弈收益矩阵,得出相关参数变化对跨境电商与跨境物流协同效果的影响,即跨境物流企业 B 的通关能力越强,则跨境电商 A

对其监督的概率越小;监督成本越大,则跨境电商 A 监督的概率越小,而跨境物流企业 B 选择积极合作的概率也越小;消费者对跨境电商 A 处罚额度越大,跨境物流企业 B 积极合作的概率也越大;当跨境物流企业 B 欺骗的概率越大,则跨境电商 A 对其监管的概率越小;跨境电商 A 对跨境物流企业 B 监管付出的成本越大,则跨境物流企业 B 积极合作的概率越小。

为了实现跨境电商与跨境物流的协同效应,实现跨境电子商务产业链优化升级,进而助力“一带一路”建设,建议从以下几点展开工作。

(一)借力“一带一路”沿线国家自贸区建设,推动跨境电商物流协同

随着“一带一路”建设的逐年推进,“一带一路”沿线国家具有建设自贸区的先天优势。通过自贸区的建设,能够借力“一带一路”相关红利,进而消除跨境电子商务交易壁垒,降低商品与服务自由流通的障碍,降低跨境贸易的关税,提升跨境贸易引发的清关效率等。围绕“一带一路”沿线国家的自贸区建设,无论是跨境电商企业,抑或跨境物流企业,都能够享受到自贸区的福利效应。如网易考拉就是一个典型的成功案例,作为跨境电商进口企业,网易考拉在“一带一路”沿线国家建立了二十多个办事处,与其合作的中外运、顺丰等跨境物流企业也在这些国家的自贸区构建物流中心,从而实现了跨境电商与跨境物流运作的协同效应。所以,我们应优先与重点开发与建设“一带一路”沿线国家的自贸区。我们陆续已于二十多个国家或地区签署了十几项自由贸易协定,旨在推动双边或多边贸易自由化与便利化。

(二)关注跨境电子商务产业链条的主要环节,推动跨境电商物流协同

作为全球第二大经济体,我国对外进出口贸易额跃居全球第一。再加上中国互联网经济、电子商务及跨境电子商务逐渐成为全球相关产业的优势集群。跨境电子商务产业链条因其跨国境的特征而更长、更复杂。在推动跨境电商与跨境物流协同时,要聚焦跨境电子商务产业链条中的主要环节,如供应商、消费者、支付、网络通讯等。通过关注跨境电子商务产业链条的主要成员,聚焦该链条中关键节点

的配合、协调与合作,贯通跨境电子商务上游与下游关联产业。通过贯通跨境电子商务产业链的上游与下游,能够形成我国与业务往来国家或地区共享优势资源、跨国间多行业的协同。所以,不能割裂跨境电商、跨境物流与跨境电子商务产业链条中其他主要成员的关系,要从系统论、集成论、柔性论的角度来综合推动跨境电子商务产业发展。利用跨境电子商务产业集群效应,推动分工不同的企业在跨境电子商务领域内进行协作,进而提升我国企业的国际竞争力。

(三)注重跨境电子商务产业链条的基础建设,推动跨境电商物流协同

如前文所言,不仅要关注跨境电子商务产业链条的主要成员,更要注重跨境电子商务产业链条所需的相关基础设施的建设与完善,尤其以网络、通讯、平台、物流、金融、交通等在内的核心活动所需的基础设施。基础设施的完善是跨境电子商务产业发展关键与基础,是跨境电商物流协同的核心根基。自“一带一路”倡议提出后,我国在加快与“一带一路”沿线国家或地区交流与合作的同时,也在协调各方资源积极参与跨境电子商务所需的基础设施建设。如巴基斯坦的瓜达尔港、印尼雅万高铁、中老铁路等。针对“一带一路”沿线基础设施薄弱、项目资金规模大、配套经济社会条件弱等现实问题,我国要发挥在基础设施及相关领域建设的优势,积极参与及助推“一带一路”沿线的港口和通信等互联互通建设,铁路、公路、航空、港口、管道、光缆等基础项目建设与完善。除了硬件方面的基础设施外,还要加强跨境电子商务交易所涉及的软件方面的基础设施建设与合作,如技术、资源、平台、产品和服务等。

(四)打造多维立体的跨境电商交易监管机制,推动跨境电商物流协同

通过实证研究发现,加强监督能够促进跨境电商物流协同,这既包括跨境电商对跨境物流的监督,也包括消费者的监督。但就跨境电商或跨境物流而言,他们属于企业范畴,企业又是一个以盈利为目的的经济性组织单位,逐利是他们的本质体现。跨境电子商务的虚拟化、数字化、跨境化等特征使得各类风险滋生,也为跨境电商或跨境物流企业的逐利提

供了机会。这就需要在跨境电子商务交易中,有效纳入监督机制。在跨境电商与跨境物流协同模型分析时,还需要加强跨境电商对跨境物流的监管,消费者也需参与到交易监督中。所构建的约束机制应该是多维的或立体的,不应只是跨境电子商务单一参与方,应需要体现各主要参与方的利益、责任与义务。这一约束机制不单是合约或虚拟约定,更应该是一种达成共识的机制与理念,并将其应用在跨境电商、跨境物流,乃至其他利益相关者的经营行为上。这个约束机制既要有政府管理部门或监管机构,也要有第三方的行业组织或机构,还要有跨境电商参与主体或企业,进而构建成“监管—他律—自律”共同体。

参考文献:

- [1]陈超凡,刘浩.全球数字贸易发展态势、限制因素及中国对策[J].理论学刊,2018(5):48-55.
- [2]张夏恒.跨境电商物流协同模型构建与实现路径研究[D].西安:长安大学,2016:61.
- [3]张夏恒.全球价值链视角下跨境电商与跨境物流协同的内生机理与发展路径[J].当代经济管理,2018,40(8):20-24.
- [4]COMEZ-HERRERA E, MARTENS B, TURLEA G. The drivers and impediments for cross-border e-commerce in the EU [J]. Information economics & policy, 2014, 28(1): 83-96.
- [5]GIUFFRIDA M, MANGIARACINA R, PERECO A, et al. Cross border B2C e-commerce to Greater China and the role of logistics: a literature review[J]. International journal of physical distribution & logistics management, 2017, 47(9): 772-795.
- [6]来有为,王开前.中国跨境电子商务发展形态、障碍性因素及其下一步[J].改革,2014(5):68-74.
- [7]谢尚果,彭振.“一带一路”倡议下我国边境地区发展跨境电商的困境与路径[J].中国行政管理,2017(10):150-152.
- [8]钱慧敏,何江.基于扎根理论模型的跨境电商与跨境物流协同影响因素分析[J].产经评论,2017(6):110-122.
- [9]张夏恒,郭海玲.跨境电商与跨境物流协同:机理与路径[J].中国流通经济,2016,30(11):83-92.
- [10]曹允春,王曼曼.基于产业链视角的跨境电子商务与物流业协同发展研究[J].价格月刊,2017(2):66-70.
- [11]张夏恒,张荣刚.跨境电商与跨境物流复合系统协同模型构建与应用研究[J].管理世界,2018(12):190-191.