

“一带一路”倡议下广东 中小跨境电商企业发展机遇、困境及对策分析

崔金怡 梁舒晴 叶敏恩 丁语 陈丽莹 张梅

广东第二师范学院

摘要 在“一带一路”倡议背景下，广东中小企业在跨境电商领域展现出巨大的发展潜力。同时，中小跨境电商企业也面临着诸多挑战，如物流体系不完善、市场同质化严重、人才供需不匹配等。为应对这些问题，本文提出了一系列对策，包括发展多样化的物流体系、加强品牌创新、优化电子支付系统以及培养专业人才等，旨在推动广东中小企业在跨境电商领域的健康发展，并促进广东与“一带一路”沿线国家和地区的深度合作。

关键词 一带一路 跨境电商 中小企业 困境与对策

DOI <https://doi.org/10.6914/tpss.060102>

© 社会科学理论与实践 ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), 第 6 卷第 1 期, 2024 年 2 月出版, Email:wtocom@gmail.com.

“一带一路”倡议下广东中小跨境电商企业具有巨大的发展潜能。本文研究了广东省的跨境电商企业如何充分借助和发挥“一带一路”倡议带来的政策和资源红利，通过调查广东跨境电商中小企业面临的机遇和挑战，给出相关对策。

一、广东跨境电商发展现状

广东是我国跨境电商大省，广东跨境电商进出口从 2016 年的 228 亿元跃升至 2021 年 3310 亿元，年均增长 92.1%；市场采购出口从 2017 年的 815 亿元跃升至 2021 年的 3159 亿元，年均增长 40.3%。跨境电商作为外贸新业态、新模式，已成为推动广东外贸转型升级和高质量发展的新动能。随着移动互联网、大数据、云计算等信息网络技

术不断兴起，广东跨境电商平台全面升级。广东省内买家、卖家、工厂、金融机构等交易主体纷纷踏入电子商务金融领域，实现支付、金融、物流仓储等环节电子化以及产业链服务一体化。

2022年4月，商务部“2021年跨境电子商务综合试验区评估”结果出炉，深圳和广州跨境电子商务综合试验区评估结果为“成效明显”，综合排名位列第一档。深圳是全国第二批跨境电商综合试验区，聚集了全国最多的跨境电商市场主体，头部企业数量和通关便利化水平均居于全国前列。近年来，深圳综试区持续完善支持政策，推进制度和监管创新，优化通关环境，并制定支持独立站、海外仓建设等创新政策。广州抢抓RCEP机遇，出台全国首个跨境电商RCEP专项政策《广州市把握RCEP机遇促进跨境电子商务创新发展的若干措施》，与《关于推动电子商务跨越式发展的若干措施》《广州市推动跨境电子商务高质量发展若干措施》等政策措施形成合力，叠加市区联动打造的跨境电商政策矩阵，共同为市场保驾护航。

随着产业链逐渐完善，广东跨境电商企业及服务企业不断拓展供应链的相关环境，逐步提升完善销售、通关商检、物流、支付等体系，充分整合多方面的资源来提供综合服务，不断涌现出新的服务供应商，使得整个产业链和生态圈的服务链越来越清晰和完善。广东培育了一批跨境电商垂直独立站、发展自主品牌，开创“全球中心仓”“离港空运服务中心”等跨境电商集货新模式。创新海外仓模式，建立覆盖全球的海外仓网络，服务企业11.3万家。探索“互联网+市场采购”新模式，促进业态线上线下融合发展，推动出口线上化、收结汇线上化。打造集聚发展平台，全省建成跨境电商产业园区36个，推动广州、佛山等市场采购贸易备案主体超过5.7万家。

二、广东中小跨境电商企业发展的机遇和挑战

（一）政策环境良好

为加快推进广东省跨境电商高质量发展，广东省出台28条举措。《措施》包括进一步清理和规范口岸收费、进一步深化国际贸易“单一窗口”建设、进一步提升口岸整体通关服务水平等，这破解广东中小跨境电商企业发展中的深层次矛盾和体制性难题，打造广东跨境电子商务完整的产业链和生态链，逐步形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，为推动中国跨境电子商务健康发展提供可复制、可推广的经验。在“一带一路”倡议背景下，广东省通过亚洲基础设施投资银行和丝路基金建设为广东中小企业跨境电商产业发展开辟了广阔的市场。

（二）广东供应链更加完善

跨境电商是一个集产销、仓储一体、跨境物流为主的商业模式，对当地的供应链系统有着严苛的要求，而在这个领域，广东有先发优势。例如：在仓储环节，B2C跨

跨境电商的快速发展离不开海外仓服务的兴起。自建海外仓就是各跨境电商企业争夺的焦点，而广东依托千年商都强大的商业底蕴、完备的供应链体系，吸引一大批跨境电商企业集聚发展，这点是内陆城市无可比拟的先天优势。自2016年广州、深圳获批跨境电商电子商务综合试验区以来，广东跨境电商进出口年均增速70%，2022年初实现了21个地市综试区全覆盖，综试区数量居全国第一。

广东发挥全国少有的拥有“海、陆、空”3个综合保税区的一线城市优势，对南沙综保区、黄埔综保区和白云机场综保区三个综保区进行改造升级，使其地理位置更优越，配套更齐全，分别形成了跨境电商枢纽海港、枢纽陆港和枢纽空港，推动广东建设成为跨境电商国际枢纽城市。广东城市群效应成为跨境电商的有力支撑。不仅可以给跨境电商平台带来更多的仓储和物流选择，更可以带动经济发展，形成良性循环[3]。

（三）跨境物流体系不完善

与境内物流不同的是，跨境物流存在运输距离长、运输时间久，运输环节繁琐、运输不确定性高等问题，这些都导致了物流成本高昂。且物品积压海关，配送时间长、清关障碍、包裹丢失等情况，也是中小跨境企业需要面对的问题，因此，如何高效、低成本地进行跨境物流配送一直是广东跨境电商行业需要解决的一个难点。

此前，广东省政府出台《关于推进跨境电商高质量发展的若干政策措施》，鼓励企业在“一带一路”沿线国家和地区，RCEP成员建设海外仓，扩大欧美市场海外仓布局。2022年7月广东省商务厅还公示了第三批省级公共海外仓拟认定名单如下：

表1 第三批省级公共海外仓拟认定名单

序号	海外仓	所属企业
1	美国洛杉矶仓	深圳市递四方速递有限公司
2	美国新泽西州8号仓	深圳易可达科技有限公司
3	英国斯塔福德郡5号仓	深圳易可达科技有限公司
4	英国莱斯特仓	深圳易可达科技有限公司
5	中国香港仓	深圳市朗华供应链服务有限公司
6	美国新泽西一号仓	赛维时代科技股份有限公司
7	美国洛杉矶二号仓	赛维时代科技股份有限公司
8	美国加利福尼亚州盈仓1号仓	广东联宇物流有限公司

海外仓的运营成本是非常高的，海外人工昂贵是海外仓的主要成本，有些海外仓卖家的人工支出成本一度高达70%，低的也有30%。据调研，19%的自建仓大卖家有20个以上的海外仓员工，37%是10—20人，19%是6—10人，25%是6人以下。“一

带一路”沿线国家和地区的政治、经济和文化的差异更是增加了海外仓管理的难度。在俄罗斯以及巴基斯坦的海外仓，部分企业就会钻监管机制不连通这一漏洞，选择“灰色清关”。可见，对于广东省中小跨境电商企业来说，是否选择走上建仓之路还需要全方位地分析和思考。

（四）同质化严重

由于“一带一路”沿线国家和地区的文化、政治和经济都存在一定的差异，所以，在国内受欢迎的产品不一定能在国外畅销。在国际化进程中，广东中小企业通过专业的市场进行调研的投入不足，很少对国际市场开展针对性的专项研究或了解消费者的消费心理特点和消费行为特征，信息资料的处理和反馈功能比较弱，缺乏对国际市场全面、动态的了解，较容易失去对市场发展趋势和潜在机会的把握。由于跨境电商企业创立品牌能力仍然较弱，能走出“一带一路”的特色创新品牌更是少之又少。相似的宣传文案、相似的卖点、相似的包装等，让消费者难以辨别。因此，大多数广东中小跨境电商企业宁愿选择销售利润高，易复制生产的产品。如果跨境电商企业没有工厂，需要从供应商提货，由于产品的同质化，且产品的议价权在原供应商手中，最后大多数没什么竞争力的中小企业唯有打价格战才能获得市场份额。

（五）结算效率有待提升

跨境电商支付因为涉及跨国或跨地区支付的特殊性，整体较为复杂烦琐，且周期较长并存在一定交易风险，导致广东中小跨境电商企业需面临较高的交易成本和风险。以目前跨境电商较为常用的两种支付方式为例，一种是使用 PayPal、Cashpay、Moneybookers 等进行线上支付，需要企业支出一定的手续费，并伴随一些支付条件的限制；另一种是 T/T、MonefGram 等线下支付，通常面临手续繁琐和到账周期长等问题 [4]。

（六）跨境电商人才供需结构不平衡

根据中国企业数据库企查查调查，目前广东省存续和营业的跨境电商企业共 2857 家。可见，在快速发展的势头下，对相关人才的需求更加迫切。但是，由于跨境电子商务属于新兴产业，人才存储量不足，具备经验和实际操作能力的优秀人才更是凤毛麟角。由于疫情的冲击，不少竞争力低下的企业纷纷裁员，低迷的就业环境也劝退了更多毕业的大学生。另外，跨境电子商务行业内部人员流动性很大，一旦某家企业发展壮大，会迅速吸引人才向它集中。这就使行业内竞争力强的企业能够获得人才优势，而中小型跨境电子商务企业则很难获得优质人才，甚至面临中高级人才的流失。

随着“一带一路”更全面地建设，人才需求的结构也发生了新变化。部分高校和机构人才培养模式并未及时进行相应的变革，教育以理论为主，与企业经营实践脱节，对于瞬息万变的跨境电商行业，学校和机构很难做到知识、技能的及时更新。虽然广东省在 2019 年首次设立了跨境电商专业，旨在培养专业对口的学生。但是，在单一专

业背景下简单地传授电子商务专业的相关知识，只能培养“知识型”人才，而不能真正为国家培养更全面的复合型人才。

三、广东中小跨境电商企业发展对策

（一）完善跨境物流体系及构建综合服务体系

建立海外仓是跨境物流发展一项有效的手段，它能够有力地降低跨境物流成本。鉴于广东中小跨境电商企业无法支撑建立海外仓所需的资金、人力、物力等投入，一方面可以鼓励“一带一路”沿线各国大型企业投资建立海外仓，自己使用的同时租借给其他中小跨境电商企业，实现共赢；另一方面推动广东中小跨境电商企业同“一带一路”沿线各国中小跨境电商企业共同合作建立海外仓，不仅能够缓解中小企业跨境电商的压力，还能够高效利用海外仓，减少资源浪费。

广东依托 20 个战略性产业集群，实施外贸主体数字化转型工程，培育了一批贸易数字化标杆企业。开展中小企业数字化转型城市试点工作，推动上下游中小企业“链式”转型。培育数字服务和综合服务提供商，备案的 102 家外综服企业已服务超万家中小外贸企业。目前广州市正在加速构建培育跨境电商中小企业主体，构建便捷高效的服务体系，全力打造全球跨境电商“三中心”为中小企业赋能，帮助中小企业品牌出海。随着跨境电商的快速发展，跨境电商已从货物贸易上升为服务贸易和数字贸易，促使传统国际贸易走向泛数字化和便利化，新基建和硬基建必须有效结合。

（二）加强品牌创新意识

1. 做好当地市场调研

抓住目标人群的需求，根据自己的目标市场定位品牌特质，建设特色创新品牌。调研产品销往目的国的审美习惯风俗等，注重差异化定位，对产品进行研发，依据当地的特点对产品进行设计，以符合当地的行业质量要求和审美要求。广东中小跨境电商企业可以将品牌、企业产品、企业服务与当地特色进行融合，进一步扩大自身在当地的品牌知名度，在市场上获得更高的认可。

2. 注重品牌形象管理

注重品牌形象管理，品牌标志与品牌名称都是构成完整品牌概念的重要因素。品牌形象自身能够创造品牌认知、品牌联想和消费者的品牌偏好，进而影响品牌所体现的产品质量，激发顾客建立品牌忠诚度。专注传统文化，做好品牌识别系统建设，突出跨境电商品牌核心价值。在对品牌识别系统进行构建时，品牌名字是核心要素，广东中小跨境电商企业应在当地设置一个良好的品牌名字，这个名字可以有效激发消费者对品牌的各种联想，赋予其本土化特色。

3. 注重营销手段创新

注重传统营销手段同数字营销手段相结合。企业不仅需要重视媒体曝光、事件营销、社区传播营销、名人直播等，还需要利用网红、社交媒体等新兴途径，通过对品牌、客群的定位增加知名度，广东中小跨境电商企业可以在进行品牌推广时考虑在当地知名网站进行广告投放，采用当地知名艺人作为品牌代言人，不断曝光自身品牌，以便更好地加强品牌本土化经营传播。

4. 加大研发创新

广东中小跨境电商企业要加大自身产品研发力度，扩大自身产品宽度和深度，创建独具特色的产品类别。树立良好的质量安全理念，打造品牌高品质形象。广东中小跨境电商企业可以引用当地质量验证标准，以当地质量验证标准来吸引消费者的注意力，牢固树立高品质的品牌形象，以此吸引消费者更好地关注品牌，提高自身市场占有率。

（三）培养专业人才

政府部门需要统一标准、正确引导，建立跨境电子商务人才执业资格认证机制，相关部门应加大人才培养投入，采取人才鼓励政策，提倡与知名办学机构共同协作，致力于培养高水平跨文化能力、专业服务能力的跨境电子商务服务型人才。高校顺应时势整合理论知识，在相关专业中应适应“一带一路”要求，深化课程体系改革，加大实践教学比重，加快模式创新，校企加强合作，企业配合提供实践岗位，行业协会有效整合行业资源并提供行业指导，实现教学模式、教学方法、教学理念“多赢”。

（四）完善跨境电子支付系统

由于国家与地区间的经济发展状况、社会环境等存在较大的差异，不同国家及地区消费者的偏好也存在较大差异。电子支付的安全性是各方信任度的关键，决定着电子支付业务的成败。因此，有必要做到以下几点：首先，要增强计算机系统的关键技术和关键设备的安全防御能力，以进一步全面监察网上银行运行过程中的各项纪录，及时发现对网上银行安全造成威胁的情况并处理。其次，要加强技术创新。积极运用新技术，提高自动化程度，减少人为方面的因素对安全的影响。最后，要加强“一带一路”各国合作，借鉴和汲取各国先进经验，以各国曾出现的错误作为警示，使跨境电子支付系统更为便利。“一带一路”沿线国家和地区应从多方面加快电子支付业务相关标准的制定。

四、结语

综上所述，“一带一路”背景下广东中小跨境电商企业发展有着很大机遇，但同时也存在着困境，因此本文提出了相应的解决策略：完善跨境物流体系及构建综合服务体系、加强品牌创新意识、培养专业人才以及完善跨境电子支付系统等。随着粤港澳

大湾区发展建设的推进，“一带一路”沿线各国与广东贸易的深化发展，广东中小跨境电商企业在国际市场上将有更广阔的发展空间。

〔责任编辑：李昌奎〕

基金项目 2023 年度校级教学质量与教学改革工程项目：校企联合实验室立项（广东二师〔2023〕96 号文）；2021 年度省级高等教育教学改革项目（粤高教函〔2021〕29 号文）；粤港澳大湾区高校在线开放课程联盟 2023 年教育教学研究和改革项目（湾高课盟通〔2023〕5 号）。

作者简介 崔金怡，2003 年 4 月出生，广东茂名人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0001-9766-2881>。

叶敏恩，2001 年 5 月出生，广东湛江人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0007-9797-6649>。

梁舒晴，2003 年 12 月出生，广东电白人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0005-7545-6795>。

丁语，2003 年 5 月出生，安徽滁州人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0006-9285-6296>。

陈丽莹，2003 年 7 月出生，广东湛江人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0000-0002-8076-550X>。

张梅，女，1976 年 7 月出生于广东，广东第二师范学院外国语言文化学院商务英语专业副教授。通信地址：中国广东省广州市海珠区新港中路 351 号，邮政编码：510303。电子信箱 meizh@gdei.edu.cn，<https://orcid.org/0000-0002-4897-4619>。

收文记录 收文：2023 年 12 月 12 日；修改：2023 年 12 月 20 日；发表：2024 年 2 月 28 日。

引用本文 崔金怡，梁舒晴，叶敏恩，丁语，陈丽莹，张梅. “一带一路”倡议下广东中小跨境电商企业发展机遇、困境及对策分析 [J]. 社会科学理论与实践，2024, 6(1):13-21,<https://doi.org/10.6914/tpss.060102>

参考文献

- [1] 徐芳. 广州跨境电子商务发展的现状及思路分析 [J]. 对外经贸，2020(11):2.
- [2] 张俊涛. 基于 SWOT 分析的郑州跨境电子商务综合试验区发展策略研究 [D]. 广西师范大学，2018:3.
- [3] 袁波，王蕊，潘怡辰，赵晶.RCEP 正式实施对中国经济的影响及对策研究 [J]. 国际经济合作，2022(1):9.
- [4] 张晨牧，陈育柱. 广州全国首推 RCEP 地方配套措施“25 条” [N]. 人民网，2021:9.

[5] 贾夏红, 刘秋艳. 广东省跨境电子商务发展存在的问题及对策分析 [J]. 佳木斯大学社会科学学报, 2022(4):11.

[6] 李清, 商恬愉. RCEP 为跨境电子商务综合试验区发展带来的机遇与挑战——以河北正定为例, [J]. 国际经济与贸易, 2022(8):12.

An Analysis of Development Opportunities, Challenges, and Countermeasures of Small and Medium-sized Cross-border E-commerce Enterprises in Guangdong under the Belt and Road Initiative

Jinyi CUI, Shuqing LIANG, Minen YE, Yu DING, Liying CHEN, Mei ZHANG

Guangdong University of Education

Abstract Under the Belt and Road Initiative, small and medium-sized enterprises (SMEs) in Guangdong have demonstrated significant potentials and opportunities in cross-border e-commerce. However, these enterprises also face several challenges, such as an imperfect logistics system, severe market homogenization, and a mismatch in talent supply and demand. To address these issues, this paper proposes a set of countermeasures, including the development of a diversified logistics system, strengthening brand innovation, optimizing electronic payment systems, and cultivating professional talents. These measures aim to promote the healthy development of SMEs in cross-border e-commerce in Guangdong and enhance cooperation with countries along the Belt and Road.

Keywords Belt and Road Initiative; Cross-border E-commerce; Small and Medium-sized Enterprises; Challenges and Countermeasures

Cite This Article Jinyi CUI, Shuqing LIANG, Minen YE, Yu DING, Liying CHEN, Mei ZHANG (2024). An Analysis of Development Opportunities, Challenges, and Countermeasures of Small and Medium-sized Cross-border E-commerce Enterprises in Guangdong under the Belt and Road Initiative, *Theory and Practice of Social Science*, 6(1), 13-21, <https://doi.org/10.6914/tpss.060102>.

Copyrights © 2024 The author(s). *Theory and Practice of Social Science*, ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), Volume 6 Issue 1, published by Creative Publishing Co., Limited on 29 February 2024. <http://ssci.cc>, <http://cpcl.cc>, E-mail: wtocon@gmail.com.