

RCEP 框架下我国跨境电商出口贸易竞争力提升路径研究

肖玲

东南大学苏州研究生院

DOI:10.32629/ej.v9i6.3545

[摘要] 全球产业链供应链受逆全球化的影响,WTO多边贸易规则运行受阻,区域自由贸易协定成为外贸纾困的主要手段。在此背景下,包含中日韩、东盟等15个国家的RCEP协定正式落地生效,重新塑造了亚太地区的经贸与跨境电商产业格局,为我国跨境电商出口降本增效、开拓海外市场提供制度红利。本文根据我国产业发展的实际情况,对RCEP框架下我国跨境电商出口竞争力存在的问题及原因进行分析,并从政策活用、品牌建设、供应链优化、政企协同四个方面提出提高我国跨境电商出口贸易竞争力的途径,以期跨境电商抓住区域贸易机遇、巩固外贸出口优势提供帮助。

[关键词] RCEP协定; 跨境电商; 出口贸易; 贸易竞争力

中图分类号: F746.12 文献标识码: A

Research on the Path to Enhancing China's Cross border E-commerce Export Trade Competitiveness under the RCEP Framework

Ling Xiao

Southeast University Suzhou Graduate School

[Abstract] The global industrial and supply chains are affected by anti globalization, and the operation of WTO multilateral trade rules is hindered. Regional free trade agreements have become the main means of foreign trade relief. In this context, the RCEP agreement, which includes 15 countries such as China, Japan, South Korea, and ASEAN, has officially come into effect, reshaping the economic, trade, and cross-border e-commerce industry pattern in the Asia Pacific region, providing institutional dividends for China's cross-border e-commerce exports to reduce costs and increase efficiency, and to explore overseas markets. This article analyzes the problems and reasons for China's cross-border e-commerce export competitiveness under the RCEP framework based on the actual situation of industrial development in China. It proposes ways to improve China's cross-border e-commerce export competitiveness from four aspects: policy application, brand building, supply chain optimization, and government enterprise collaboration, in order to provide assistance for cross-border e-commerce to seize regional trade opportunities and consolidate its advantages in foreign trade exports.

[Key words] RCEP agreement; Cross border e-commerce; Export trade; Trade competitiveness

后疫情时代,全球外贸需求疲软、国际贸易摩擦加剧、地缘经济波动加剧,RCEP规则体系是试图缓解WTO规则陷入“空转”的不利影响,促进亚太地区自由贸易的发展。跨境电商已经成为我国稳外贸、拓海外市场的核心支柱产业,亚太地区又是我国跨境电商出口的主要目标市场。RCEP是全球体量最大的自由贸易协定,统一区域内跨境电商通关、关税、知识产权、物流、电商监管规则,大幅降低成员国之间进出口关税、简化跨境清关手续,打破区域内贸易壁垒,为我国跨境电商出口开拓了新的发展空间。

1 RCEP核心条款以及我国跨境电商出口发展现状

1.1 RCEP协定中跨境电商相关核心利好条款解读

RCEP对亚太跨境电商贸易制定专项规则,涵盖关税减免、原产地累积规则、通关流程简化、无纸化贸易、跨境物流协同、电商知识产权保护、线上消费者权益保护七大方面,全方位适应跨境电商小额、碎片化、高频次出口贸易特点。从关税角度来讲,协定十年内将区域内90%以上的货物进出口关税降为零关税,轻工、家居、数码、服饰等我国跨境电商主要出口商品率先享受零关税的优惠,直接削减企业的出口税费负担,原产地累积规则冲破单一区域原产地认定的束缚,允许产品原料、加工工序在15个成员国累积核算原产地资质,明显提高我国跨境商品关税申领通过率。

1.2我国面向RCEP成员国跨境电商出口规模与市场布局

自2022年RCEP正式生效以来,我国同东盟、日本、韩国、澳大利亚等RCEP成员国跨境电商出口贸易额一直呈增长趋势,亚太地区已经成为我国跨境电商出口第一大市场,主要出口品类为家居百货、3C数码、纺织服装、智能家居、农用机械五大刚需品类。从市场结构来看,东盟十国为新增长点,东南亚新兴经济体的消费能力较强、电商发展较快,是中小跨境电商企业主要的布局区域;日韩高端消费市场门槛高、主打精品跨境电商出口模式;澳新市场侧重于生鲜、工业品跨境供需对接。整体市场布局表现出“东南亚集中、日韩澳渗透不足”的失衡状况,东部沿海的广东、浙江、福建是出口的主要货源地,中西部的企业区域出口参与度较低。根据海关统计数据,我国对RCEP区域跨境B2B出口增速比B2C零售出口快很多,产业带工厂出海成为主流,但企业市场开发集中在头部热门国家,老挝、缅甸、文莱等潜力小众市场开发滞后,区域市场布局同质化、扎堆化问题严重,市场全域开发能力欠缺。

2 RCEP框架下我国跨境电商出口竞争力现存问题

2.1政策红利利用浅层化,跨境合规运营水平偏低

现阶段,我国超过60%的中小跨境电商企业对于RCEP原产地累积规则、梯度关税减免、区域通关便利化条款的理解不到位,政策红利挖掘只是表象上的理解,很多出口企业没有按照要求申请RCEP原产地证书,甚至主动放弃关税减免优惠。或者是依然沿用原来的跨境出口报关、税务、仓储的经营模式,未根据RCEP统一监管规则来改进经营流程,对于区域内知识产权规则、广告合规、售后退换货统一标准把握不足,造成产品侵权、文案违规、售后纠纷等现象时有发生,被海外平台处罚、本土监管追责,削弱了依靠政策提高成本的竞争优势。

2.2出口产品同质化严重,本土化适配与品牌实力薄弱

我国布局RCEP区域的跨境电商出口企业大多采用低价铺货的方式占领市场,家居、服饰、小家电等主流出口产品抄袭复刻现象严重,产品功能、外观、定价高度同质化,低价内卷恶性竞争问题突出,产品附加值和利润空间不断被压缩。企业产品研发投入不足,未根据不同地域人群的消费习惯、宗教文化、消费能力等因素来对产品进行设计,导致产品退货率、滞销率居高不下。行业以白牌、贴牌出口为主,深耕区域市场的自主本土品牌稀缺,品牌辨识度极低,产品核心市场竞争力明显不足。

2.3区域跨境供应链不完善,物流仓储协同效能不足

依托RCEP区域物流协同条款,亚太跨境物流链路不断健全,但是我国跨境电商区域供应链、海外仓储布局还存在明显的不足。由于区域海外仓布局不平衡,东南亚的头部核心城市仓体集中,二线城市、内陆国家缺少仓储网点,跨境末端配送时效不一样,跨境冷链、大件商品专业仓储不足。国内跨境物流企业没有依托RCEP多边物流协议整合海陆空运输资源,跨境干线物流成本高,多式联运衔接不畅,物流周转周期长。企业供应链柔性化程度低,依靠传统的大批量备货模式进行经营,无法满足RCEP各国碎片化、小批量跨境订单的需求,库存积压的风险较大。

3 RCEP框架下我国跨境电商出口竞争力制约成因分析

3.1企业经营理念滞后,政策专项人才储备短缺

国内中小跨境电商企业管理者大多持有短期盈利、铺货套利的经营思想,缺少长远的区域市场布局、品牌化发展战略。企业人才架构出现明显空缺,存在国际贸易规则、RCEP协定条款、跨境电商运营、小语种外语、海外市场营销等复合型人才供应短缺。大部分企业没有对RCEP进行专门的岗前培训和在岗研修,人才培养体系缺失。导致企业政策解读、合规经营、市场开拓、风险防控方面的能力欠缺,是影响竞争力提升的内部主要因素。

3.2行业协同机制缺失,产业集群联动能力不足

国内跨境电商产业带、货代物流企业、外贸服务机构、制造工厂之间缺少常态化的行业协同机制,行业协会的统筹引导作用减弱,存在低价内卷、恶意竞价等无序竞争的问题。货源制造企业、跨境出口卖家、区域物流企业信息割裂,上游生产端对RCEP成员国的产品准入标准认知不足,下游电商卖家无法对接到优质的差异化货源,导致产销协同断层。沿海跨境电商运营企业、内陆生产制造产业带依靠独立链路出口,未搭建跨区域联合生产、联合出口模式,区域产业链分工优势没有得到释放。行业缺少公共服务平台,政策解读、市场行情、风险预警、本土化数据资源不能共享,企业单打独斗布局海外市场,行业整体规模化、集群化优势无法发挥,产业整体出口竞争力受到限制。

3.3公共配套服务不完善,政府扶持精准度不足

地方政府跨境电商扶持政策侧重于园区建设、平台招商、物流补贴,缺少对RCEP专项政策宣讲、合规指导、原产地申报帮扶公共服务供给,中小微企业免费政策解读、一对一报关指导服务覆盖面不足。跨境电商综合试验区公共服务平台功能单一,缺少RCEP专属关税测算、合规风险预警、海外市场大数据、海外仓资源对接一体化服务模块,公共数字化赋能不足。政府跨境电商人才专项引育、校企定向培养扶持力度不足,高校国际商务、跨境电商专业课程没有加入RCEP贸易实务内容,人才输出和行业岗位需求不匹配。另外由于缺少RCEP跨境出口信用保险、汇率避险金融扶持产品,企业对外贸中的汇率风险、买方违约风险、贸易壁垒风险等没有有效的保障措施,公共政策和服务供给滞后,造成行业出口质量及效益降低的问题。

4 RCEP框架下我国跨境电商出口贸易竞争力提升路径

4.1深挖协定政策红利,构建企业跨境合规经营体系

企业、行业、政府三者一起用RCEP的红利来提高政策的适配性以及合规性。政府同跨境电商行业协会定期举办RCEP原产地规则、关税减免、通关流程、知识产权合规等领域的公益宣讲活动,创建起线上政策答疑平台,就中小卖家展开原产地证书一键申报的实操培训,缩减申报程序,提高关税优惠申领率。企业内部设置跨境合规专门岗位,整理出对日、韩、东盟、澳新的差异化的监管标准,改进报关流程、产品文案、资质文件,避开侵权、售后、税务合规的风险,依靠原产地累积规则将国内的原

材料、加工产能进行整合,改良产品的生产工序,最大程度地享受关税减免政策。并创建事前风险预警体系,对接官方外贸风险平台,控制区域贸易壁垒、政策变动风险,依靠协定贸易争端解决机制解决跨境商贸纠纷,用合规经营筑牢成本竞争优势,放大多边贸易政策赋能价值。

4.2 推进产品差异化升级,深耕本土化品牌出海运营

企业放弃低价铺货粗放经营方式,增加产品研发和工艺改进投入,根据RCEP成员国消费分层、文化习俗、本土行业质量标准来改进产品设计,针对东南亚刚需平价市场、日韩高端精品市场、穆斯林宗教市场打造分层产品矩阵,冲破同质化内卷困境。依靠区域消费大数据来改变产品的功能、外观、包装以及定价,导致跨境产品滞销和退货的费用增加。推进贴牌代工向自主品牌转型,依靠TikTok、本土社交平台、海外网红营销开展本土化内容运营,契合区域用户传播习惯搭建品牌口碑体系,细分垂直赛道打造家居、智能小家电、国风文创细分标杆品牌,形成产品差异化+品牌溢价双重优势。按照RCEP知识产权保护条例完成海外商标、专利注册,构筑起品牌产权的防火墙。依靠区域跨境电商本土服务商创建线下体验店、本地售后网点,改善本土化服务体系,从产品、品牌、服务三个方面加强核心出口市场的竞争力。

4.3 优化区域供应链布局,完善政企协同长效保障机制

依托RCEP区域物流协同协议,规划出亚太分层海外仓储体系,重点在东盟二线城市和日韩内陆设置仓储网点,创建起干线物流同本土末端配送一体化的链条,健全冷链、大件专项物流和跨境逆向退换货物流体系,整合海陆空多式联运资源削减物流成本。行业牵头创建产销、物流、运营协同平台,依靠原产地累积规则创建国内产业带+跨境电商联合出口模式,加强产业集群协同优势。政府对优化专项扶持政策进行完善,RCEP跨境出口金融保险、汇率避险产品得到加强,海外仓建设、复合型人才校企定向培养补贴得到加大,跨境电商综合服务平台的功能被升级,新增RCEP市场数据、风险预警、资源对接等模块。企业对人才管理制度进行改革,在引进和培养自贸规则、跨境经营双方面都具备一定能力的复合型人才,并构建系统的绩效考评机制。实现

企业转型、行业统筹、政府赋能三个相互促进、共同发展的新格局,提升我国跨境电商在RCEP区域长期出口的核心竞争力。

5 结语

RCEP协定落地生效重新塑造了亚太跨境电商贸易格局,给我国跨境电商出口降本、拓市、提质赋予了得天独厚的制度红利,成了行业提升出口贸易竞争力,巩固外贸市场份额的关键机会。本文的研究结果表明,目前我国跨境电商出口存在着政策利用不够、产品同质化严重、供应链滞后、人才缺乏、配套不健全等诸多问题,阻碍着自贸协定红利的释放以及产业的长久发展。企业要转变经营思想,深耕政策红利,推进品牌本土化升级,行业构建协同联动体系,政府改善公共服务和政策扶持。依托RCEP区域产业链、供应链、贸易规则协同的优势,不断优化亚太市场的布局,由原来的规模出口转向高质量的品牌出海,持续加强区域外贸的核心竞争力。

[参考文献]

- [1]占律涵,曾紫怡,孙瑶函,等.浙江省“跨境电商+产业带”融合发展研究:挑战、机制与对策[J].中国商论,2026,35(5):5-8.
- [2]郭飞,郭慧敏.跨境电商、政府关注与企业新质生产力发展——基于跨境电商综合试验区设立的准自然实验[J].经济与管理研究,2026,47(3):36-51.
- [3]刘文霞,张杭晓,沈斌晓,等.中国数字服务贸易出口竞争力的提升机制研究——以RCEP国家为例[J].商展经济,2026,(5):19-24.
- [4]程云洁,宋政.中国对RCEP国家直接投资效率的影响因素探究[J].武汉商学院学报,2026,40(1):40-47.
- [5]宋周莺,徐婧雅,陶蕾.RCEP对中国对外贸易格局的重塑效应研究[J].地理学报,2025,80(10):2830-2844.
- [6]李加林,陈炎伟,陈秋华.RCEP成员国贸易便利化对中国外贸的影响研究[J].亚太经济,2023,(6):62-71.

作者简介:

肖玲(1997--),女,汉族,江西萍乡人,硕士生,单位:东南大学苏州研究生院,研究方向:国际商务。