

“一带一路”倡议与中国的跨境电商

于笑野

辽宁大学国际经济政治学院

DOI:10.12238/ej.v4i4.743

[摘要] 三年前,“一带一路”倡议下的各国年轻一代,把线上销售与公共自行车、扫码支付和高速铁路一起,誉为“当代中国的伟大创造”。作为消费领域新技术革命的杰出成果,网购走出国门,以“跨境电商”的身份,在数字丝绸之路的建设中发挥着重要作用。让我们发扬“亲、诚、惠、容”的中国气度,沿着“统筹兼顾”的中国路径,让“互联互通”的中国方案造福世界人民。

[关键词] 跨境电商; 数字丝绸之路; 互联互通

中图分类号: F33/37 **文献标识码:** A

"One Belt, One Road" Initiative and Cross-border E-commerce of China

Xiaoye Yu

School of International Economics and International Relations, Liaoning University

[Abstract] Three years ago, the younger generation of all countries under the initiative of "one belt, one road", called online sales and public bicycles together with sweeping codes and high-speed railways as "great creation of contemporary China". As an outstanding achievement of the new technological revolution in the field of consumption, online shopping goes abroad and plays an important role in the construction of the digital silk road with the role of "cross-border e-commerce". Let's carry forward the Chinese spirit of "affinity, sincerity, benefit and tolerance", follow the Chinese path of "overall consideration", and make the Chinese program of "interconnection" benefit the people of the world.

[Key words] cross-border e-commerce; digital silk road; interconnection

1 跨境电商与“数字丝绸之路”的蓬勃发展

“数字丝绸之路”倡导合作共赢的理念,将“共商、共建、共享”的中国理念发挥得淋漓尽致,将古老的东方文明与高科技的现代元素相结合,打破了传统西方国际政治学“零和博弈”的思维定式,更是“人类命运共同体”的生动实践。^①“一带一路”倡议得到了沿线近80个国家和地区的积极响应,沿线近50亿人口,占全球总人口的六成以上,每年创造20多亿美元的GDP,因此,存在广阔的消费市场。此外,作为后发现代化地区,该地区国家急需引进充足的资金、先进的技术和高效的管理经验,在维护国家安全,完善国家治理体系等方面更是有着旺盛的需求,是名副其实的“潜力股”。^②

截止目前,跨境电商走出去的发展已经取得了举世瞩目的成就。据相关国际组织调查报告显示,“一带一路”所覆盖的国家和地区中,电商发展的普及率高达55%,高于世界平均水平的46%。^③由此可见,在一带一路沿线国家,发展电子商务不仅前景广阔,更是具有扎实的发展基础,这一新兴领域正在驶入快车道。反观国内,无论是中央政府,还是地方政府,都十分关心和支持电商行业的发展,成规模的电商孵化基地数以万计。^④

伴随着在国际市场上的竞争优势的不断累积,中国企业正积极参与全球公共物品的供给,在全球贸易规则制定中的话语权也相应得到提高。2016年9月,阿里巴巴集团提出建设全球电子商务平台,即eWTP,以打造开放包容、竞争有序的市场环境,让更多的企业,特别是中小

企业有机会参与进来,抓住全球化浪潮的历史机遇。这一具有开创性价值的倡议被G20峰会公报所收录。未来,eWTP还将与更多“一带一路”沿线国家深入对接,推动基于双边贸易的B2C模式跨境电商建设向沿线重点国家延伸。^⑤

借助于电子商务带来的庞大用户和相关数据,阿里巴巴还在积极通过阿里云在港澳台、东南亚、中东、西欧等地建设数据中心,在全世界范围内广泛设立地域节点,自主研发的远程计算系统“飞天”也一道走出国门提供精密计算这一全球公共服务产品。^⑥

2 跨境电商在“数字丝绸之路”建设中的重要作用

当前,建设“跨境电商”的发展已经成为“数字丝绸之路”建设的最新动力,其动能主要来自于经济效益和社会效益

这两个“重要引擎”形象地说,财富是基础,民心是关键。在经济效益方面,跨境电商作为一种跨境贸易的新形式,为分属于不同国家的交易主体与交易客体搭建起纽带桥梁,通过线上的商务洽谈、款项付结,进而以跨境货物运输为实现途径,实现跨国商务往来。^⑦

这种带动作用,一是体现在筑通网络服务的“信息高速公路”上。数字丝绸之路,旨在运用新数字技术革命的成果,把沿线国家碎片化的利益吸附在同一平台上,并加速整合升级,构建起沿线国家间的经贸合作网络,形成“一带一路”国家间连接、协作、开放、共享的合作的大平台,从而实现互联互通、互利共赢。^⑧这种带动作用,还体现在促进我国国内经济的转型发展,扩大、优化对外开放格局上,一是挖掘新兴市场潜力,降低随外市场单一化的风险;二是增加产品的科技附加值。^⑨

在社会效益方面,首先,“跨境电商”实现了生产与消费的精准对接,在降低物流成本的同时,使广大民众共享“数字经济”带来的发展红利。从而有力地推动社会发展,提高人民的生活水平。进而,可以利用互联网通讯网络为人类构建的全新的、不受地域限制的社交网络空间,对新型开放窗口进行创建,^⑩和“一带一路”国家展开密切的交流与互动,增进友谊,让“民心相通”落到实处。^⑪

3 现阶段跨境电商发展面临的突出问题

“一带一路”沿线国家总人口约44亿,经济总量约21万亿美元,分别约占全球的63%和29%,是新兴市场中的“潜力股”。因此,大力发展跨境电商,推进“数字丝绸之路”建设,^⑫对于打造我国经济新的增长点具有重要的建设性作用。但首先需要面对三大突出问题:

第一,相关企业运营水平滞后。部分企业的网站内容严重地匮乏,对企业定位不精准,对产品介绍比较模糊,缺乏专业人员对网站进行信息更新,不能及时对客户意见予以反馈,导致了订单的大量流失。^⑬

第二,“一带一路”沿线国家网络基

础设施建设水平参差不齐,部分国家和地区的网络基础设施建设严重滞后,这势必会导致“跨境电商”在不过国家和地区发展的巨大差异。^⑭

第三,物流效率和成本难以满足快节奏跨境电商贸易的发展。由国际物流企业负责产品的运输和配送,鉴于运量不大,降低交易成本有一定难度,且物流动态得不到有效监控。^⑮同时,碎片化订单的集中监管难度大,海关难以查验,这就导致难以获取到较高的货物监管、查验和通关效率。^⑯

4 以跨境电商的发展推进“数字丝绸之路”建设

互联网发展不受国界和边界的限制,想要将互联网空间发展好,利用好和整治好,应该就此展开紧密的国际合作,以网络空间为核心进行命运共同体的打造。^⑰我们应秉承“共商、共建、共享”的中国理念,坚持“实事求是”的中国担当,以“具体问题具体分析”的中国哲学为指导,沿着“统筹兼顾”的中国路径,让“互联互通”的中国方案造福世界人民。^⑱

首先要促进我国电商及相关行业的持续健康发展。欲使跨境电商成为“数字丝绸之路”建设的重要推动力,培育我国经济新的增长点,就必须严把质量关,培育一批在国际舞台上具有重要影响力的电商平台。^⑲总的来说,就是充分利用现有的和将来的合作资源,并进一步挖掘合作资源和空间,提升企业国际化经营的能力和水平。一是打造快捷高效的物流体系。^⑳利用“中欧班列”的开行、港口和道路基础设施完备水平大幅度提高等通道建设的历史性机遇,推进跨境物流业降低成本,提高效益。二是提升企业在“走出去”的过程中应对风险和纠纷的能力。^㉑

其次要充分把握国际合作的契机,对接产能合作,取长补短,相得益彰。一是必须把握与不同国家和地区合作的重点。^㉒俗语道:“萝卜白菜,各有所爱。”一带一路沿线国家处于不同的经济发展水平,各有产业优势与劣势,参与合作的需求也不尽相同。如果能精准把握不同

国家的“痛点”与“痒点”,势必能取得互利共赢、事半功倍的成效。

最后要扩大民间交流与沟通,增进了解,加深友谊,为跨境电商行业的发展培育“有生力量”。^㉓跨境电商行业的发展同样离不开各国民众这一消费市场的主体力量。通过完善跨境电子商务的全流程交易渠道,使广大民众深切体会到跨境电商发展带来的“幸福感”与“获得感”,从而发自内心地接受、认同并采纳这种便捷的消费方式。^㉔

5 结论

跨境电商行业作为互联网及数字技术在国际贸易领域的先行应用,开创了消费方式的“新技术革命”,对“数字丝绸之路”的建设具有重要的推动作用。首先,它具有高效便捷的交易方式,可以创造出巨大的经济效益,拓宽“一带一路”国家间的贸易往来渠道,进而降低交易成本,使“一带一路”国家的国民共享开放合作红利;进而,它为国家和地区之间、人民之间、文化之间、不同信仰之间沟通搭建了纽带桥梁,为构建网络命运共同体贡献出中国智慧、中国力量,具有“功在当代,利在千秋”的社会效益。我们可以通过持续引导行业健康发展、推进产能对接、优化营商环境,以及促进民心相通等措施,推动这一新型行业的发展壮大,使之更好地推进“数字丝绸之路”建设,更好地服务我国经济社会发展,更好地造福世界人民。

注释:

[1]习近平:《习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上的演讲》,新华网2017年5月4日.最后查阅日期:2021年6月18日.http://www.xinhuanet.com/world/2017-05/14/c_11120969677.htm.

[2]杨默如,李平.《“一带一路”战略下国际公共产品供给研究》,载于《价格理论与实践》,2015年第11期.

[3]王振,赵付春,王滢波.《发展数字经济点亮创新之路》,载于《人民日报》,2017年5月22日第22版.

[4]王振,赵付春,王滢波.《发展数字经济点亮创新之路》,载于《人民日报》,2017年5月22日第22版.

- [5]魏强.《深入推进数字丝绸之路建设》,中国电子信息产业发展研究院赛迪智库,2017年12月7日.最后查阅日期:2019年3月1日.<http://www.ccidgroup.com/sdgc/10552.htm>.
- [6]魏强.《深入推进数字丝绸之路建设》,中国电子信息产业发展研究院赛迪智库,2017年12月7日.最后查阅日期:2019年3月1日.<http://www.ccidgroup.com/sdgc/10552.htm>.
- [7]向洪,李向前主编.《新丝路新梦想“一带一路”战略知识读本》,北京:红旗出版社,2015年9月版,第87页.
- [8]李云蝶.《向世界贡献数字经济中国方案》,载于《财经国家周刊》,2017年12月7日.
- [9]新天域互联:《中国的“数字丝绸之路”怎么走?》,搜狐网,2018年5月28日.最后查阅日期:2021年6月2日,https://www.sohu.com/a/233139395_100161396.
- [10](美)曼纽尔·卡斯特著,傅玉辉等译:《移动通讯与社会变迁:全球视角下的传播变革》,北京:清华大学出版社,第76页.
- [11]杨飞.《让互联网发展成果更好造福世界人民》,环球网评论,2018年11月7日.最后查阅日期:2021年6月3日,http://opinion.huanqiu.com/opinion_world/2018-11/13477830.html?agt=1.
- [12]《“一带一路”国家和地区跨境电商一片蓝海》,一带一路门户网,2017年12月4日.最后查阅日期:2021年3月10日.http://www.sohu.com/a/208415076_683301.
- [13]王丽丽,王静岩.《“一带一路”背景下苏州跨境电商发展的障碍性因素与对策》,载于《经营与管理》2018年第10期.
- [14]新浪智库:《“一带一路”沿线国家网络覆盖率调查》.最后查阅日期:2021年5月11日.<http://news.sina.com.cn/zhiku/zkcg/2015-10-10/doc-ifxirmqc4996679.shtml>.
- [15]邹凤,林友,雷楚莲,等《“一带一路”背景下跨境电商平台发展问题与对策研究》,载于《理论观察》2016年第7期.
- [16]22环球网财经:《一带一路:投资价值与风险》.最后查阅日期:2021年3月13日.<http://finance.huanqiu.com/br/focus/2016-03/8644392.html?agt=15438>.
- [17]洪谊雅,林怀艺.《尊重各国网络空间主权》,人民网,2017年1月20日.最后查阅日期:2021年3月3日.<http://theory.people.com.cn/n1/2017/0120/c40531-2937424.html>.
- [18]郑浩昊,程亚莎.《跨境进口电商发展形势、问题及对策研究》,载于《企业导报》2016年第9期.
- [19]张莉.《以跨境电子商务引领21世纪数字丝绸之路建设》,载于《中国经贸导刊》,2017年8月上旬刊.
- [20]茉莉:《支付“跨”越》,《新疆界》,2018年10月20日,总第494期.
- [21]王丽丽,王静岩.《“一带一路”背景下苏州跨境电商发展的障碍性因素与对策》,载于《经营与管理》2018年第10期.
- [22]环球网财经:《一带一路:投资价值与风险》.
- [23]《中国的对外贸易》,国务院新闻办公室,2011年12月.
- [24]向洪,李向前主编.《新丝路新梦想“一带一路”战略知识读本》,北京:红旗出版社,2015年9月版,第187页.

【参考文献】

- [1]朱锦萍.“一带一路”倡议背景下东盟贸易便利化对中国跨境电商贸易的影响分析[J].营销界,2020,(25):57-58.
- [2]凌敏.“一带一路”背景下中俄跨境电商贸易发展研究[D].吉林财经大学,2019.
- [3]弓永钦.“一带一路”跨境电商出口的难点及对策分析[J].北京劳动保障职业学院学报,2019,13(01):47-51.