

一带一路经济区跨境电子商务发展模式探索

王娟娟,杜佳麟

(兰州财经大学经济学院,甘肃兰州730020)

摘要:经济因素与非经济因素的相似性、同构性及互补性促使一带一路沿线国家和地区突破行政区划限制,加强经济合作,并向经济区方向演进。然而,伴随着消费理念的转变,传统经济模式下有限的销售半径已经难以及时对应一带一路经济区的的市场需求,发展跨境电子商务是必然选择。考虑到一带一路区域内经济往来频繁、网络合作平台匮乏和人民币国际化进程加快等现实因素,跨境电子商务平台可由第三方或者亚投行或者联盟搭建。无论搭建主体如何选择,跨境电子商务模块都必须充分体现区域经济特色,适应硬通货流通力度小、文化特色显著、语种繁多、宗教信仰虔诚等区域特点。为低成本、高效率打造优质跨境电子商务平台,在积极建设适应性强的各电子商务模块的同时,必须着力于相关配套建设,以保障支付安全,实现通关标准互联互通、境内仓境外仓有效对接、云计算和大数据全面介入,同时鼓励优质企业主导建设海外仓,强力推进跨境电子支付进程。

关键词: 一带一路经济区; 跨境电子商务; 海外仓; 云计算; 大数据

中图分类号: F713.36

文献标识码: A

文章编号: 1007-8266(2016)09-0100-08

一、引言

信息技术的日新月异使互联网的普及度迅速提高,人们的信息源因此多元化、精确化。新经济元素的介入使人们的消费理念发生转变,以实体经济形态服务于经济社会系统的传统商务业态受到强烈冲击,以虚拟经济形态开启商务活动的电子商务出现并以井喷态势发展。作为新型商务业态,电子商务为区域经济发展注入强大动力,已经成为缩小区域发展差距的新介质,对世界经济视角下的“经济凹陷区”——一带一路沿线的60多个国家和地区而言,这是重要契机。尽管一带一路

区域内各经济体有相似的文化支撑与合作基础深厚的经济结构等,且基于对一带一路战略的认可正在跨越行政区界限向经济区方向发展,但受制于语言、偏好、标准、汇率等因素的影响,一带一路经济区不能将任何一国的境内电子商务直接视作经济区共同的电子商务平台,很显然,跨境电子商务有别于境内电子商务。在跨境电子商务平台,语言、报价、展示、支付、储运等模块均不同于境内电子商务,需要云计算、大数据等现代技术充分介入^[1],国内企业积极参与国际分工融入全球产业链^[2],各国之间强化交流构建跨境电子商务监管体系^[3]。虽然跨境电子商务能够极大地丰富一国居

收稿日期: 2016-06-05

基金项目: 国家社会科学基金项目“青藏高原区生态补偿成本计量及分摊研究”(12XJY006);甘肃省杰出青年基金项目“计入物价因素的甘南草地生态系统成本核算”(1606RJDA316);甘肃省科技厅自然科学基金项目“云计算和大数据在甘肃食品安全预警与溯源中的应用研究”(1606RJZA060);兰州财经大学2016年教学研究项目“基于创新型人才培养的财经类专业实践性教学体系构建”(201620)

作者简介: 王娟娟(1981—),女,甘肃省兰州市人,兰州财经大学教授,硕士生导师,经济学博士,主要研究方向为区域经济学、生态经济学、电子商务、物流管理、供应链管理;杜家麟(1993—),女,甘肃省白银市人,兰州财经大学教师,兰州大学博士研究生,主要研究方向为区域经济学。

民的网络消费选择^[4],但必须清楚地认识到,由于跨境电子商务售后服务难度大、国际物流成本高等因素的存在,以跨境电子商务促进国际贸易方式转型需要一定的时间周期^[5]。鉴于经济发展水平的差异,主导服务市场不同的跨境电子商务必然存在个性差异。在经济发展水平低下的一带一路经济区搭建跨境电子商务平台,必须考虑民族、文化、收入等因素,其发展模式应具有自身特点。

二、一带一路经济区发展跨境电子商务的经济基础分析

(一) 一带一路经济区内部经济往来频繁

一带一路经济区涉及的60多个国家和地区多为新兴经济体和发展中经济体,人口规模达44亿,占全球人口的63%,经济总量达21万亿美元,占全球经济总量的21%。由于经济结构的相似性和互补性,经济区内各经济体的经济合作日趋增多,2013年,中国与哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯斯坦四国的贸易额达420亿美元,比2012年增长13%。在中国与欧洲、美国、日本等经济体的贸易量增长空间有限的当下,与一带一路经济区贸易量的增长有效地扩展了中国对外贸易空间。同时,一带一路经济区能源合作通道日益丰富,2013年9月中缅天然气管道新增了中国大陆资源进入通道;2015年1月中东和非洲输往中国的原油管道也已全面启用^[6]。

(二) 一带一路经济区网络合作平台少

电子商务技术的日趋成熟推动了跨境电子商务的全面发展,越来越多的国家通过这一介质完成国际贸易。据欧洲权威电子商务网站yStats报告,全球跨境电商出口排名前六位的国家和地区依次为美国、英国、德国、斯堪的纳维亚、荷兰和法国,跨境电子商务进口居于前6位的国家分别是中国、美国、英国、德国、巴西和澳大利亚。^[7]与此相比,一带一路经济区跨境电子商务发展相对落后,多以外贸企业入驻一国电子商务平台的形式开展网络国际经济合作。例如,2010年以来,入驻中国电子商务平台的外贸企业不断增多,据统计,2016年,入驻中国电子商务平台的外贸企业累计将达到1794.8万家^[6]。尽管部分大型电子商务平台开设了一带一路专营主题,如敦煌网2011年推出了

“网上丝绸之路”专题,但不能充分契合一带一路经济区对网络经济合作平台的要求,综合经济区各经济体特点的跨境电子商务平台的缺乏已经成为这一地区经济发展的短板。

(三) 拓展一带一路经济区优势产品销售半径

一带一路经济区的优势产品涉及农产品、海洋生物制药、煤炭、石油、天然气、金属矿产等传统产品和能源,以及水电、核电、太阳能等可再生资源。这些产品附加值较低,基本以传统商务渠道销售,销售半径十分有限。例如,中国将苹果、梨等生鲜农产品的销售地仅拓展至东盟;将海洋生物制药跳跃式辐射至欧洲国家,但对中亚、西亚、中东等地区的辐射力度较小,即使对外依存度高的产品如石油、天然气、矿产等,与中国往来的国家也极其有限。由于传统销售渠道以实体推介手段为主,信息辐射范围有限,致使一带一路经济区的优势产品难以最大限度地实现其价值。

(四) 市场消费理念逐渐转变

消费理念受收入、物价、预期等经济因素和文化水平、风俗习惯、宗教信仰等非经济因素的影响。随着信息渠道的多元化和商务介质的多样化,人们的消费理念逐渐发生转变,由从众消费阶段进入标准化消费阶段后,目前正在向个性化、多样化消费阶段迈进。市场消费理念的转变使人们消费的关注点发生变化,由单一关注商品质量、品牌逐渐向品质、个性、舒适、感受等多维化方面转变。面对差异极大的消费要求,传统商务模式难以在有限的地理空间内充分满足,唯有新型商务业态才能顺应市场变化,为消费者满足彰显个性的多样化需求提供可能性。

(五) 人民币国际化进程不断加快

在一带一路经济区内,中国的综合国力较强,近年来,随着中国经济发展水平的稳步提升,人民币的国际认可度不断提高。目前,人民币跨境结算业务已覆盖全球98%的国家,2014年,人民币跨境结算业务额达到6.55万亿元,而2009年这一总额还不足36亿元^[8]。2015年年底,人民币成功入篮,成为国际货币基金组织(IMF)特别提款权(SDR)的计价货币,这为人民币国际化提供了便利。在跨境电子商务平台上开展的交易均需要以网络支付完成,以共同认可的币种作为交换媒介有助于规避多币种诱发的汇率波动风险。与世界主要外汇币种比较,人民币币值较为稳定,是入选

一带一路经济区跨境电子商务结算业务的占优币种,而且在实践中,我国政府已经对很多选择人民币为结算币种的经济体予以不同程度的经济优惠。

三、一带一路经济区跨境电子商务平台搭建

(一)借助第三方跨境电子商务平台

借助第三方平台发展跨境电子商务,就是在全中国范围内筛选各项指标较好的跨境电子商务平台,引导一带一路经济区各经济体入驻平台开展跨境电子商务活动。实质上,在一国境内电子商务发展中这一方式已经极为普遍。例如,中国的经济主体多依附阿里巴巴、唯品会等专业电子商务平台拓展网络市场空间。这种方式能够为商家提供标准化服务、节省发展成本,但是能够吸引一带一路经济区各经济主体入驻的第三方跨境电子商务平台必然是发展成熟的国际化平台,如eBay、亚马逊等^[9],而目前这些电子商务平台的入驻主体多为发达经济体,为顺应消费群体偏好,商务平台的标准化模块设计则以发达经济体消费者的关注点为基础,有助于凸显这类消费者偏好的商品充分展现特色。一带一路经济区的消费群体、优势产品、需求偏好等均与发达经济体存在诸多差异,将经济区的优势产品以固定模块嵌入第三方跨境电子商务平台,能否将产品的特质充分展示、能够拓展多大的市场空间等均需深入思考。

(二)依托亚投行搭建跨境电子商务平台

亚投行主营业务是为亚洲区域内具有全局性的重大民生利益的基础设施项目提供投融资便利,是由中国发起成立的国际性金融组织。亚投行的主要服务地区为亚洲区域,为顺利开展投融资业务,必然要对服务区域深入调研,对亚洲区域各经济体的状况较为了解。一带一路经济区内的经济体也与经济区内隶属于亚洲的经济体发展水平相近。由亚投行搭建面向一带一路经济区市场的跨境电子商务平台,借助亚投行对新兴经济体和发展中经济体经济发展的了解,电子商务模块的设计能够较好地契合一带一路经济区人们的消费要求,能够充分展示经济区优势产品的特质,而且由于亚投行与诸多国家的央行和商业银行往来

频繁,能够担负起跨境电子商务网络支付的任务,为经济主体提供互联网金融便利。但需要明确的是,由亚投行搭建面向一带一路经济区的跨境电子商务平台,因缺乏面向欠发达经济体的跨境电子商务平台模块作为参照,则必然面临搭建成本高、发展风险大的困难。

(三)一带一路经济区各经济体联合搭建

一带一路经济区内的经济体普遍具有强烈的经济发展愿望,搭建跨境电子商务平台符合经济区的发展要求。通过交流沟通,由经济区各经济体共同制订跨境电子商务发展方案,设计商务模块,则必然能以适宜的商务运行模式充分展示优势产品特色,满足经济区大部分消费者对电子商务平台的要求。然而,在实践中,这一方式存在一系列困难。

1. 协商达成一致的难度大。目前,一带一路经济区涉及60多个国家和地区,且存在增加成员的可能性,诸多个体协商并就搭建跨境电子商务平台达成一致需要较高的时间成本、等待成本等,这是瞬息万变的市场经济环境难以承受的成本。

2. 主导经济体难以选择。搭建跨境电子商务平台关乎一带一路经济区每一个经济体的利益,需要电子商务发展经验丰富、经济发展能力强的经济体主导、各经济体参与,但由于经济区缺乏具有绝对经济优势的世界经济强国,因此,筛选能够主导跨境电子商务平台搭建的经济体就较为困难。如果缺失主导经济体,一带一路经济区跨境电子商务平台的搭建必然陷入无序状态。

3. 各经济体基础设施水平差别较大。较之传统商务业态,电子商务业态对基础设施要求较高。一带一路经济区集合了全世界大部分的欠发达经济体,基础设施水平差别较大。例如,中国与俄罗斯、中亚国家铁路轨道宽度不同,严重制约了物流发展;缅甸的电信密度2015年为50%,而新加坡则是全世界移动电话拥有率最高的国家之一,IT社会影响力指数长期居于世界首位,网络能力指数连续多年名列世界前茅^[10]。显然,巨大的基础设施差距会严重影响一带一路经济区跨境电子商务平台的顺利搭建。

四、一带一路经济区跨境电子商务模块设计

尽管搭建跨境电子商务平台存在诸多困难,

但在现代经济模式日益成为主导的情况下,开辟网络经济渠道发展经济是一带一路经济区的必然选择。考虑到一带一路经济区对网络经济的要求,无论搭建跨境电子商务平台的主体、方式及其内涵与外延的广度和深度如何选择,面向经济区的跨境电子商务模块都必须具有一带一路特色。

(一)商品展示模块

在商务活动中,商品展示环节决定着经济交易能否达成。在实体商务环境中,买方可以直接从对商品的实际感知中获取交易决策信息,在虚拟商务环境中,则需要一系列相关信息的网络传输达到相同的效果,即在商品展示模块使消费者通过浏览信息达到信任商品质量的目的。一带一路经济区跨境电子商务平台的商品展示模块具有一般电子商务商品展示模块的共性,但还需兼顾经济区的实际(如图1所示)。

1. 具有多语种展示功能。经济区涉及国家众多,语言差异大,为保障电子商务顺利开展,平台必须具有多语种商品展示功能。由于部分国家和地区存在民族语言和宗教语言,因此,应将经济区涉及的语言种类尽可能纳入可选择集合,且同步支持相应语种的语音展示功能,以满足没有文字的语言区域和文盲率较高区域人们的网络经济需求。与诸多跨境电子商务平台一样,初始页面以英文展示,用户在选择项中选择浏览语种。对不懂英文的用户而言,打开页面时,通过定位用户所在位置以当地语种或文字或语音方式引导用户选择语种以便浏览页面。

2. 具有商品推荐功能。依据消费和浏览记录,为客户推介商品。在客户浏览某一商品页面时,为客户提供同类商品咨询,其中包括商品价格、卖家所在地、优惠力度、商品标准级别、存货状况、物流期限等信息。由于经济区内宗教人口比重大,因此,除注明达到的国际标准外,商品品质

达到标准的相关信息中还必须注明产品达到的宗教认证级别。

3. 具有动态演示功能。一带一路经济区特色产品众多,区域性极强。为拓展产品市场,应将产品的功能、使用方法、贮藏方式等以附有音频的视频方式进行演示,尤其是食品、药材、生鲜品,还需明确适应人群和体质要求等。

(二)报价模块

报价模块是客户选定商品打开对应页面时的商品报价。境内电子商务平台由于较少涉及其他币种支付、汇率等因素,因此报价以单币种报价为主,买卖双方议价内容多限于价位水平,报价模块设计较为简单。在跨境电子商务平台,浏览商品的客户使用的货币币种是多样化的,因此,报价模块必须支持多币种报价,且充分考虑汇率因素。具体来说,客户选定商品打开对应页面时选择报价币种,而后入驻此平台的不同产地、不同经销商、达到相同标准的所有该商品报价出现,客户依据自身偏好选择交易对象。由于一带一路经济区民间交易中国际硬通货使用频次有限,所以报价模块支持的可报价币种应包括国际硬通货和经济区流通的所有币种。对客户而言,可选择本国货币报价,也可选择他国货币报价,因为各国对同种商品的市场认识不同、生产成本有别,尤其是以产地国币种报价还存在优惠力度差异。为方便客户比较价差,对某商品以本国币种报价后,可选择他国货币报价,且同时显现以汇率现价折算为本币之后的本币报价,并附他国货币对本币汇率的未来走势,在方便客户比较价格的同时,为客户决定交易时间提供帮助,以增加消费者剩余。

(三)信息传输模块

信息流是电子商务系统的重要子系统。在网络经济环境中,信息成为人们经济行为的重要依据,信息的及时性、准确性极为重要。信息传输模块涉及跨境电子商务的各个环节。例如,为报价模块提供各国商品价格信息、国际汇率信息等;为展示模块提供商品各种指标状况、商品执行标准说明及链接等;为物流模块提供实时定位监测信息、物流商营运能力等。通过分析客户浏览、购买等记录,信息传

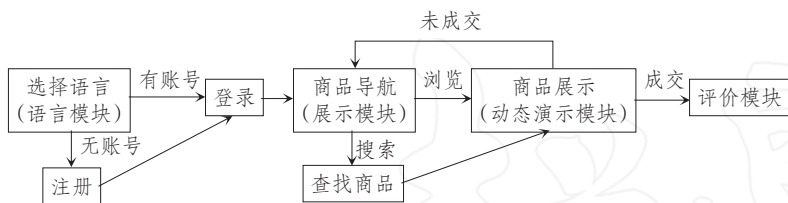


图1 商品展示模块流程

输模块能够提供较为准确的商品选择信息,增加客户收益。客户关于商品情况与商家沟通的介质必须支持同声传译,尤其要对一带一路经济区部分仅能以民族语言、宗教语言交流的客户也能够提供服务。现代经济模式下,信息传输模块不仅是信息汇集平台,而且要进行分类、筛选、整合、配置信息,从而使信息增值,这就需要云计算、大数据等技术手段的充分介入。

(四)支付模块

支付是客户关于商品与商家达成合作意向的付款环节。在电子商务环境下,这一环节在互联网金融平台完成,由于与客户账户密切相关,因此,一带一路经济区跨境电子商务平台的支付模块必须处理好以下几个方面:

1. 确保客户账户安全。在专业团队的作用下,跨境电子商务平台应打造安全可靠的后台维护系统、拦截病毒攻击入侵系统,并及时更新升级各种程序和应用软件。

2. 沉淀资金收益透明。电子商务模式下,付款与收货存在时滞,为保障消费者权益,第三方支付平台介入交易。买方将货款打入支付平台,待收货评价后,支付平台将款项打入卖方账户,对买方收货后因种种原因未及时进行评价的,支付平台在超过一定期限后以买方默认满意将款项打入卖方账户。买方付款至卖方收款期间,沉淀在支付平台的资金或由平台保管,或委托专业机构保管,而这段时间内保管方是否利用沉淀资金、相关获益情况等均须对客户透明,如果获益,平台、买方、卖方共同协商分配。对滞留于客户支付账户的余额也应如此处理。

3. 支付币种多元化。跨境电子商务涉及不同币种市场的消费者,因此,平台必须做到支撑支付币种多元化、汇兑便利化。客户满意本国币种报价时,可以以本国币种支付;满意他国币种报价时,若未持有对应币种,则可支付依据汇率折算后的本国货币,但须向平台支付一定比例的汇兑费用,若持有对应币种,则可直接支付他国币种。显然,若客户经常使用某一种或几种他国货币,则持有有一定量对应货币是占优选择。

(五)物流模块

电子商务突破时空约束为消费者提供商业服务,对物流极度依赖。在跨境电子商务中,对物流品质的要求更高。

1. 物流方案选择多样化。国际经济环境下,文化、收入等差异使消费者偏好的差异性更大,但商品源与物流承运商也趋于多元化,为提升消费者剩余水平,应尽可能丰富消费者的选择。依据消费者选择商品的特点和物流要求,云物流将符合要求的物流商、物流工具、物流线路等进行搭配,为客户提供多种物流方案让客户选择^[11-12]。

2. 物流信息跟踪实时化。电子商务模式下,付款与收货的时滞使消费者的不安全感增加,为提升消费者满意度和安全感,物流模块能够将商品运输过程中的信息及时反馈于消费者,包括货物所在位置、货物状态等,使消费者及时了解商品信息。

3. 物流标准国际化。一带一路经济区属于国际经济范畴,以国际标准建设每一环节是基本条件。因此,物流模块必须在人才队伍、仓储、运输工具、物流设备等方面以国际标准建设,尤其是国际仓储选址,因为经济区部分国家没有建设国际标准仓的条件,必须将货品置于国际仓库才能高效开展跨境电子商务。以国际标准发展物流有助于经济区跨境电子商务覆盖更广阔的市场。

(六)评价模块

评价是消费者对商品满意度的主观表达,是对商品在虚拟环境和实体空间品质偏离度的描述(参见图2)。由于在电子商务环境下,消费者只能通过浏览商品信息、商家介绍、图片影像等选择商品达成交易,鲜有机会即刻感受实体商品,所以,已购买者的评价对消费者至关重要。在跨境电子商务中,评价突破国界影响更广范围的消费者决策,故更为重要。鉴于一带一路经济区的实际,评价模块应支持音频、视频、图片、文字等多种评价模式,且附有翻译版本,客户选择语种后,无论何种模式的评价均可同步翻译为选择语种,以便于客户浏览。为确保评价信息的真实性,经济区跨境电子商务应构建完善的监管体系,坚决杜绝规避恶意差评、寻租删除差评、虚假评价等违规行为误导消费者决策的行为。

五、推进一带一路经济区跨境电子商务发展的保障

(一)支付安全保障

在跨境电子商务平台,保障客户的支付安全

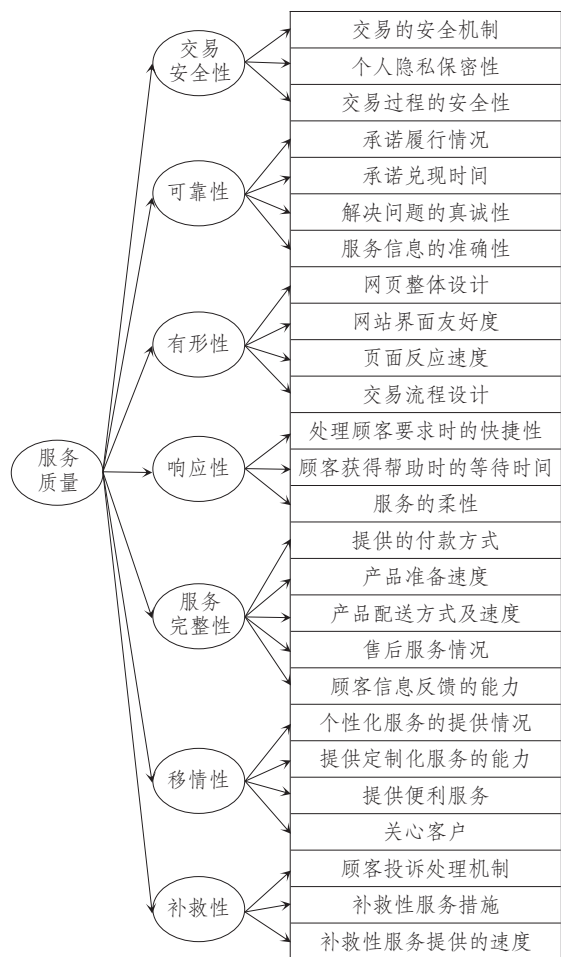


图2 评价模块所含内容

至关重要。

1. 建立完善的信用体系。跨境电子商务是国际经济的组成部分,若客户遭遇支付风险,则为国际经济纠纷,影响广度和深度远大于国内经济纠纷,为减少支付风险,必须建立完善的信用体系。严格审核参与跨境电子商务客户的金融信誉,在一定程度上限制存在不良金融记录的客户进入。

2. 支持多元化的支付方式。与境内电子商务一样,跨境电子商务同样支持多元支付方式,如本人支付、他人支付、货到付款等,但需要更为完善的跨境电子商务安全保障体系,以保障买卖双方的经济利益。

3. 接受多币种支付。跨境电子商务的客户分布于不同的国家和地区,接受多币种支付是基本功能。一带一路经济区各经济体市场广泛流通的

货币币种基本都是国际软通货,跨境电子商务的第三方支付平台不仅要接受这些软通货支付,而且能够为客户提供本币支付的汇率变化进行预期,以便于客户选择相对保值的币种为支付币种。此外,如果买卖双方愿意接受的币种不一致时,应依据协商结果,在收取一定费用的条件下提供汇兑便利。在实践中,可参照美国贝宝(Paypal)的发展经验,目前,贝宝用户达1.32万亿,支持25种货币付款交易^[13]。

4. 及时反馈余额变化信息。一带一路经济区各国和地区应积极推进金融网络和通信网络的跨境联通,确保客户因商务活动引起的账户余额变化信息能得到同步反馈。

(二) 通关标准互联互通

通关是国际经济活动的重要环节,各国通关标准的差异度直接决定着货物通关时长甚至能否通关。一带一路经济区各国经济发展水平普遍不高,大多仅以本国利益最大化为目标制定通关标准,协同发展理念薄弱,因此,通关条款的制定标准差异极大,直接导致商品通关不畅,严重制约着经济区跨境电子商务的发展效率。通关标准互联互通对提升一带一路经济区发展效率至关重要,一带一路战略实施以来,各国已经着力于通关一体化建设。据杭州海关测算,实施区域通关一体化后,货物通关时间平均为2.78小时,较之前省时20%~30%。为进一步推进经济区通关标准互联互通,第一,应赋予企业更多自主选择权。^[13]允许企业根据物流需要自主选择通关方式,简化手续,节省成本。第二,通关语言标准化。结合经济区实际,统一通关单证模式,单证语言或选择出口国语言,或选择进口国语言,或选择英语。第三,货品计量单位标准化。为实现经济区跨境电子商务的可持续发展,应当以国际通行标准划分商品种类、统一服务计费和计量单位。

(三) 境内仓境外仓有效对接

仓储是物流系统的重要组成部分,符合国际标准的专业化仓储是国际仓。立足一国角度,达到这一水平的境内仓库是境内仓,在他国境内的则为境外仓。在国际标准仓储存、保管货品可以最大化保证产品质量,大幅提升通关效率。目前,在一带一路经济区各经济体多以本国企业货仓为主,通关效率低下,使消费者参与跨境电子商务的

积极性明显低于境内电子商务。据eBay统计,中国境内到境外的网络外贸交易物流配送周期一般为5~30天。物流期限波动幅度大,使消费者交易成本增加,对电子商务的满意度和信任感下降。为此,在一带一路经济区跨境电子商务中,应允许在经济区成员范围内经由国际仓的货品通过绿色通道甚至免检通关,提升电子商务效率。为确保效率和品质共进,首先,以国际标准建仓,确保入库质检、库存管理、接收订单、订单分拣、订单复核等环节均以现行国际标准进行。其次,科学选址境内仓和境外仓。以线路直达和中转便利为原则选址建境内仓和境外仓,以便于开展一站式国际物流服务。为达到预期目标,经济区各国应强化交流,彼此了解,均以国际标准建仓,使境内仓和境外仓有效对接。

(四)全面应用云计算和大数据

不同于境内电子商务,跨境电子商务涉及更广泛的市场,商品种类、消费群体差异、交易规模等均是境内电子商务无法比拟的。面对海量的经济信息,传统手段难以处理,必须借助云计算和大数据。云计算和大数据为经济信息汇集提供平台,并通过整合实现信息增值。鉴于一带一路经济区经济发展水平低下的现状,为确保跨境电子商务能够实现可持续发展,首先,要有大容量的云端,以保证愿意入驻电子商务平台的经济主体均能将相关信息汇集于商务信息库。其次,建立高标准审查机制。受经济发展水平制约,一带一路经济区的诸多国家标准、行业标准、产品标准等低于国际标准,但发展跨境电子商务时,不能因此便降低标准来发展国际商务。为确保产品品质,经济区应当以国际标准为准绳制定检验检疫制度,在云平台智能审查汇集于电子商务平台产品信息真伪、产品品质等。尽管可能使部分仅符合国内标准的产品不能参与跨境电子商务活动,但整体上有助于保障参与平台交易产品的质量,同时激活企业提升市场竞争力的内生动力。再次,能够高效整合信息。较之汇集信息的功用,云计算和大数据的主要价值体现为整合信息。在海量信息云集的当下,依据要求高效萃取可用信息并进行信息配置是极为必要的。事实证明,不同的配置组合会产生效益差别极大的发展结果,面对一带一路经济区多样化的消费要求,在云计算和大数据的辅助下,跨境电子商务能够有效地收敛于消费者对商品的需求预期。

(五)鼓励企业参与海外仓建设

海外仓是一种跨境物流形式,引导企业将商品批量发送至国外仓库,以实现本地销售、本地配送。海外仓多源于企业的内生需求,借助海外仓,企业能够及时把握国外市场商机,扩大利润空间,提升产品竞争力。为推进中国跨境电子商务的可持续发展,国家已经将建设海外仓列入“十三五”发展规划。有别于境外仓的国家主导建设,海外仓应当以企业为主导,因此,国家应辅以各种激励和支持措施鼓励产品国际竞争力强的企业积极参与海外仓建设。目前,德邦物流、斑马物联网等物流企业的海外仓已进入运行状态,但鲜有制造企业参与海外仓建设,这在很大程度上制约了我国的海外仓发展。立足已有发展基础和一带一路经济区跨境电子商务的发展需求,第一,尽可能重合境外仓和海外仓,既有助于提升仓储配送效率,又能有效降低成本。第二,鼓励产品在一带一路经济区国家和地区市场占有率高的企业积极参与海外仓建设,确保仓储配送与产品性质高度匹配。第三,由于海外仓是企业依据对市场需求的预期提前进行库存,所以存在因市场需求变化导致产品积压的风险,为此,政府应当适时地为企业提供及时准确的市场信息,或者畅通企业获取信息的渠道,以降低企业参与海外仓建设与发展的风险。

(六)加快跨境电子支付发展进程

跨境电子支付是跨境电子商务系统的重要支撑。2013年,支付宝等17家国内第三方支付平台获得试点资格;2015年,获得试点资格的机构增加到269家,为客户提供了便捷度较高的支付服务^[4]。然而,有别于境内电子支付,跨境电子支付容易受到国际经济形势和汇率波动的影响。考虑到一带一路经济区金融体系不完善的现状,配合于跨境电子商务的发展要求,以降低经济风险为原则,在跨境电子支付体系构建中,需要完善以下方面:

1. 着力缩短收付款的时间周期。鉴于电子商务中发货与收货的时滞,与跨境电子商务相联系的跨境电子支付必然会存在更长时滞的可能性,汇率的高频率变动增加了款项收付方的收益变化风险。因此,在一带一路经济区,除完善升级物流系统、打造高端物联网之外,应快速疏通各国商业银行之间、央行之间的金融合作渠道,规避因软性约束使资金滞留而引发的金融风险,这需要各国积极交流金融

规制,以事前防范替代事后弥补。

2. 为客户提供币值走势信息。鉴于跨境电子支付存在时滞,为保障买卖双方的利益,金融机构应当为客户提供电子商务平台接受的各种货币的币值变化及其走势,方便客户选择币值相对稳定的币种为支付币种,从而保障买卖双方的经济利益。

3. 完善金融监管。在一带一路经济区,跨境电子商务和跨境电子支付均为新兴事物,诸多配套设施尚处于在建状态。由于涉及国际经济合作,因此,完善金融监管体系则极为紧迫。为保障跨境电子支付顺畅,各国应合作开展金融监管,防止跨境洗钱等违法行为发生;敦促各金融机构、电子商务平台等及时更新病毒数据库,确保网络经济运行平台安全;制定合理的支付额度限制,确保网络交易有序推进;各经济体应积极交流跨境电子支付法律监管细则,力争形成较为统一的法律监管和奖惩条例,保障跨境电子支付合理有序发展。

参考文献:

- [1]王玉玉.“一带一路”战略背景下跨境电商发展相关问题研究[J].商业视角, 2015:27-28.
- [2]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].中国与全球化,2014(5):68-74.
- [3]王娟娟,秦炜.一带一路战略区电子商务新常态模式探索[J].中国流通经济,2015(5):46-54.
- [4]樊文静.跨境电子商务发展与我国对外贸易模式转型[J].

对外经贸,2015(1):4-7.

- [5]郭晓合,赖庆晟.上海自贸区跨境电子商务创新发展研究[J].北华大学学报,2015(4):27-32.
- [6]王娟娟.一带一路经济区现代物流体系构建[J].中国流通经济,2016(3):25-31.
- [7]中国电子商务研究中心.全球跨境电商发展现状及监管等详解[EB/OL].(2015-09-05).http://www.chn sourcing.com.cn/out sourcing-news/article/100272.html.
- [8]王娟娟,杜佳麟.基于亚投行平台构建人民币国际化模型[J].经济问题,2016(2):50-55.
- [9]张燕平,覃聪.中国跨境电子商务模式及发展对策[J].广东农工商职业技术学院学报,2015(3):42-45.
- [10]杨磊.“互联网+”在“一带一路”战略中的作用探析[J].学术论坛,2015(6):82-85.
- [11]王娟娟.基于电子商务平台的农产品云物流发展[J].中国流通经济,2014(11):37-42.
- [12]王娟娟,王瑞.基于农产品云物流完善食品安全体系[J].西北民族大学学报,2015(5):54-61.
- [13]李虹含.跨境电子支付促进人民币结算的路径与策略[J].北方金融,2015(11):29-31.
- [14]王娟娟.京津冀协同区、长江经济带和一带一路互联互通研究[J].中国流通经济,2015(10):64-70.

责任编辑:林英泽

Exploring the Cross-border E-commerce Development Model in the Belt and Road Economic Regions

WANG Juan-juan and DU Jia-lin

(Lanzhou University of Finance and Economics, Lanzhou, Gansu730020, China)

Abstract: The similarity, isomorphism and complementarity between economic factors and non-economic factors makes countries and regions along the Belt and Road to breakthrough the administrative border to strengthen economic cooperation. However, with the change of consumption idea, the limited sales radius in the model of traditional economy can not meet the requirement of the Belt and Road economic regions, and the development of cross-border e-commerce is the inevitable choice for us. With the consideration of the special economic nature of the Belt and Road economic regions, the lack of online economic cooperation platform, and the level of RMB internationalization, the platform of cross-border e-commerce can be built by the third party, AIIB or the alliance. No matter what is the choice of the main players, the special economic nature of these regions should be demonstrated by the modular of cross-border e-commerce. To efficiently build the high quality cross-border e-commerce platform with lower cost, we should pay more attention to the development of supporting constructions to guarantee the safety of payment, realize the connectivity of clearance standard, the connection between domestic and overseas warehouses, and the introduction of cloud computing and big data, encourage more enterprises with high quality to lead the construction of overseas warehouses, and promote the development cross-border e-payment.

Key words: the Belt and Road economic area; cross-border e-commerce; overseas warehouse; cloud computing; big data