

<https://doi.org/10.52288/jbi.26636204.2019.07.02>

福建省出口跨境电子商务的现状与发展研究 —以“一带一路”背景下在泰国的发展策略为例

Research on the Status and Development of Cross-border E-commerce Export in Fujian Province —Taking the Development Strategy in Thailand as an Example under the Background of the Belt and Road

李铭伟¹ 谢德鑫^{2*}
Ming-Wei Li Te-Hsin Hsieh

摘要

福建省是“一带一路”中“21世纪海上丝绸之路”的起点，也是“21世纪海上丝绸之路”的核心区。泰国闽籍华人一方面与当地社会高度融合，另一方面又与祖国保持着千丝万缕的关系，我们应继续发挥泰国闽籍华人的优势地位，在建设“一带一路”中充分发挥他们的桥梁作用。本研究以泰国作为目标市场国，探究福建省出口跨境电子商务发展策略。本研究对福建和泰国的跨境电商发展现状进行分析，并结合“一带一路”的优惠政策，为福建省出口跨境电商提供发展策略。

关键词：福建省、一带一路、泰国、出口跨境电子商务。

Abstract

Fujian Province is the starting point and the core area of the 21st Century Maritime Silk Road in the Belt and Road. On the one hand, the Thai Chinese are highly integrated with the local society and on the other hand they maintain a close relationship with motherland. They should continue to play the dominant role and give full energy as bridges in building the Belt and Road. This study takes Thailand as the target market country, analyzes the status of cross-border e-commerce development in Fujian and Thailand, and combines the preferential policies of the Belt and Road for export cross-border e-commerce of Fujian Province. We try to provide a development strategy for the export of Fujian Province.

Keywords: Fujian Province, The Belt and Road, Thailand, Export Cross-border E-commerce

1. 前言

福建省是“一带一路”中“21世纪海上丝绸之路”的起点和核心区，由于它与东盟各个国家有地缘、人缘、商缘优势，在“一带一路”推进方面具有人文关系密切、产业互补性明显等独特优势，有利于福建融入“一带一路”这个大环境。由于东盟包含多个国家，各个国家的情况又有所不同，所以作者挑出了一个对建设“一带一路”有重要意

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院学生

² 厦门大学嘉庚学院国际商务学院副教授 thsieh@xujc.com*通讯作者

义，同时又与福建省联系密切的国家——泰国——进行分析。泰国闽籍华人在与中国保持密切联系的同时，又很好地融入了当地社会。因此，在推动“一带一路”的过程中，应充分发挥他们在中泰两国贸易往来等方面的重要纽带作用。本研究以泰国作为目标市场国，探究福建省出口跨境电子商务发展策略，对福建和泰国的跨境电商发展现状进行分析，并结合“一带一路”的优惠政策，为福建省出口跨境电商提供发展策略。

2. 泰国跨境电商现状分析

此部分对泰国在“一带一路”背景下从事跨境电商的整体优势以及面临的挑战和机遇进行了分析。

2.1 泰国的优势地位

2.1.1 优越的地理位置

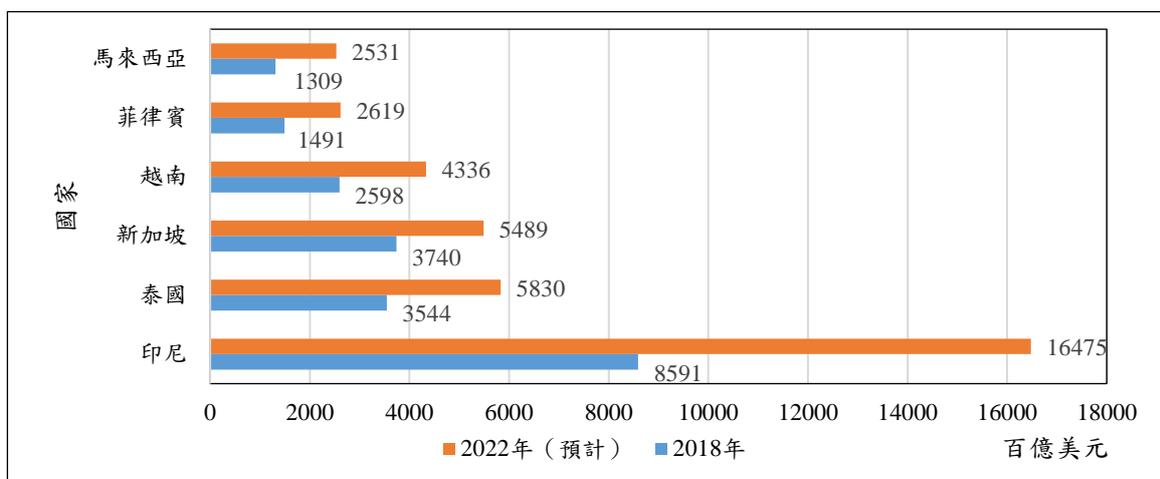
泰国位于东南亚的核心，通过泰国，中国可以从陆路到达南北，通过水路到达东西，因此在地理上泰国对中国而言具有十分重要的战略意义。从印度洋以西往东运来的货物，尤其是从中东出发且对中国十分重要的能源，必经此地。因此中国在泰国建设“一带一路”及高铁，不仅仅是经济利益上的考虑，同时也涉及到战略布局与政治博弈。

2.1.2 相对完善的铁路系统

泰国作为曾经的亚洲四小虎之一，得益于之前的经济发展，其国内的铁路建设在整个东南亚数一数二。虽然基础较好，但其境内并没有建设高速铁路，铁路系统技术仍旧停留在低速时代。这种空缺也为中国高铁进入泰国打下了基础，泰国曼谷位于整个泛亚铁路的核心，泰国的铁路系统对于整个泛亚铁路的推进尤其重要。

2.1.3 可观的电商发展趋势

随着越来越多的泰国消费者转向便捷的网购，泰国将会成为东南亚第二大电商市场，泰国的市场潜力是显而易见的。如图1显示，在对2018年与2022年东南亚各国电商行业的营收的预估和比较中可以看出，虽然目前第二大电商市场是新加坡，但泰国预计将在2020年超过新加坡，跃居第二位。



数据源：亿邦动力网 (<http://www.ebrun.com/20180530/279759.shtml>)

图1. 2018与2022年东南亚各国电商行业预估营收

Statista也预测东南亚的电商营收增长率会有所放缓，其中泰国将从2018年的19.65%降至9.75%。就泰国来说，它在2022年的增长率只排名第五。

2.1.4 泰国政府支持“一带一路”的政策

泰国政府相继推出“泰国4.0”、“数字泰国”、“东部经济走廊”等发展模式，构建以创新驱动为主线的经济发展模式，这与“一带一路”发展理念、发展方式和发展目标有很高的契合度，同时泰国政府将国家发展战略积极对接中国“一带一路”倡议。

2.2 跨境电商面临的挑战

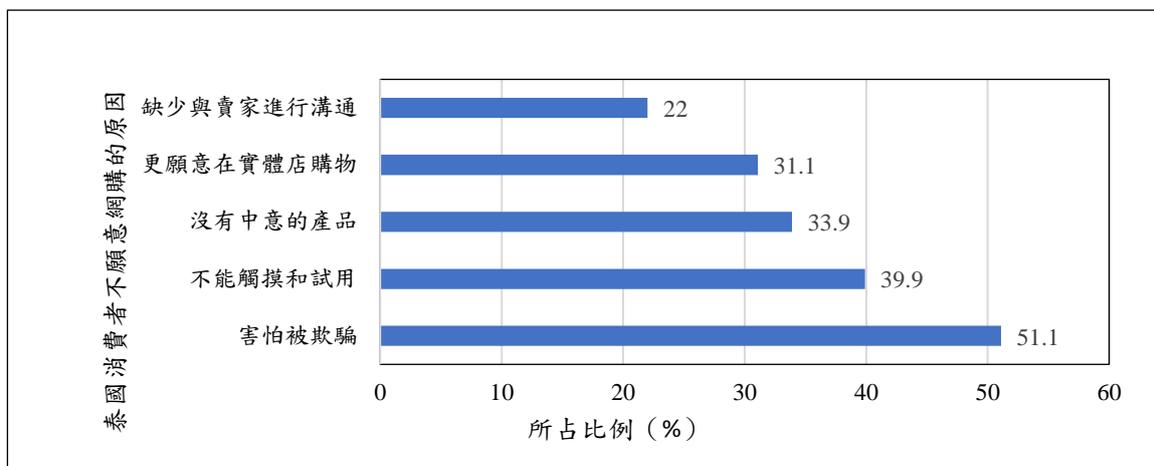
尽管泰国电子商务在东南亚国家中较为突出，但其发展环境也面临多个挑战。

2.2.1 泰国电商支付方式主流仍然是货到付款

这两年当地政府半强制性推动了Prompt pay和二维码支付的发展。另外，虽然泰国信用卡的持有率只有6%左右，但总体上金融服务较为发达，有78%的人口拥有银行账户，所以其在移动支付方面有一些收获，但目前并没有扭转国民的支付习惯，网购的支付主流仍然是货到付款—COD（Cash on delivery）。支付的问题不是一时半会儿就能解决的问题，而COD产生的成本显而易见，这样的支付方式下退单率非常高，从而导致卖家要采取提高售价来平衡退单后所造成的损失。此外更多的是买卖双方在支付工具加持和冗长的交易流程情况，造成的转化率偏低的成本，而这种情况造成的损失是无法估量的。泰国电商代运营企业aCommerce的数据显示，货到付款仍然是泰国客户首选的主要支付方式。

2.2.2 泰国电子商务基础设施不健全并且地区发展不平衡

随着电子商务的兴起，泰国涌现出了不少提供“次日达”服务的快递公司，其中包括在内的快递公司有泰国邮政、香港 Kerry Logistic 嘉里物流、Skootar、Lalamove 和 LINEMAN 等。但是在除去曼谷这样的大城市，在偏远地区中公路建设都非常落后，完成较短时间配送使命较为困难，所以对于泰国的电商企业来说，重点发展的地区现在仍然被限制在曼谷和几个重要城市。根据 eCommerceIQ 收集的消费者资料，长时间交货是泰国购物者不喜欢网购的一个关键原因。以下图 2 是泰国对网购体验不满意的原因占比。

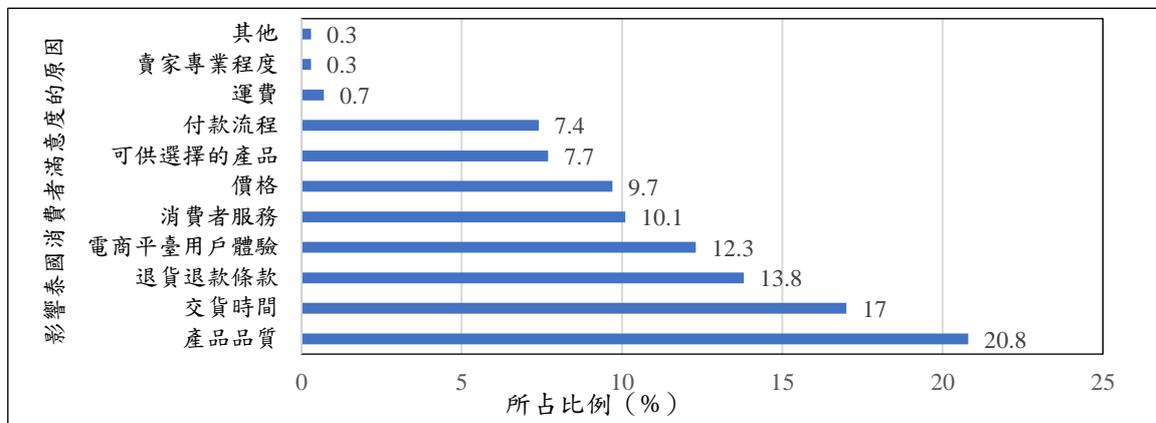


数据源：eCommerceIQ (<https://ecommerceiq.asia/top-ecommerce-sites-thailand/>)

图 2. 影响泰国消费者满意度的原因

2.2.3 泰国民众对网购安全性的担忧

根据泰国电子交易发展部（ETDA）的统计，泰国40%的人口没有尝试过网购，主要担心的就是被欺骗，其中，每个月报到ETDA的用户投诉中有超过一半是因为遇到了欺诈。图3数据显示有51.1%的泰国人害怕网购时被骗。



数据源：泰国电子交易发展部

(http://sh.qq.com/pc/9226d546f53d3ff6e?cota=3&refer_scene=so_1&sign=360_e39369d1)

图3. 泰国消费者不愿意网购的原因

2.3 面临的机遇与发展趋势

虽然泰国电子商务发展遇到了一些问题和挑战，但是我们仍能从一些数据中察觉到在与泰国发展跨境电商的过程中的机遇，进而总结出泰国电子商务发展的趋势。

2.3.1 3C类产品是泰国热门网购产品

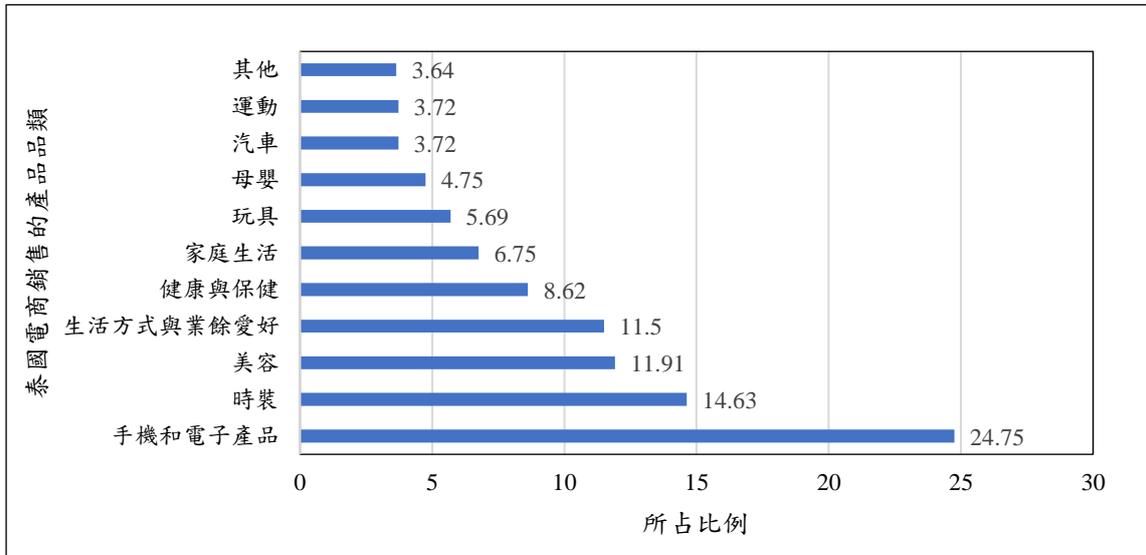
近年来，随着泰国电商的迅速发展，越来越多的泰国人开始选择网购这类商品，目前，在泰国人民最喜爱网购商品排行榜里3C类产品排在首位。根据Lazada公布的销售资料来看，在双十一双十二这样的电商购物节，3C类产品继续居于销售额首位。图4数据显示泰国电商销售产品的品类。

2.3.2 垂直类电商为新的蓝海

东南亚电商市场中，已经有多家耳熟能详的全品类电商平台：Shopee、Lazada、JD.com和Central等。泰国电商代运营aCommerce的首席营销官ShejieHo，根据他多年的经验和对东南亚电商市场的了解，指出了泰国电商存在的蓝海——基于内容生态且精细化的垂直电商。

2.3.3 对于国际品牌的需求

研究机构 Y&R Thailand 在 2018 年做了一个调查，发现泰国的消费者对于知名国际品牌情有独钟，当某些海外品牌开业的时候门口都大排长龙。在过去几年里，已经有 100 多家外国品牌在泰国开了旗舰店。除了线下的实体店，很多泰国财团瞄准时机，开启了在线销售外来品牌的模式，抢占市场份额。



数据源：ecommerceIQ (<https://ecommerceiq.asia/top-e-commerce-sites-thailand/>)

图 4. 泰国电商销售的产品品类

2.3.4 移动电子商务和移动支付有望兴起

一个值得注意的趋势是泰国移动电商的激增。泰国手机用户占总人口的96%，其中70%的人拥有智能手机。泰国的移动流量占比为79%，仅次于印度尼西亚。虽然现在泰国网络购物仍然主要采用货到付款，但泰国人对移动支付还是抱有信心的，因为61%的人相信将来他们不再需要携带卡或现金，而是可以使用移动支付进行日常消费。Visa的泰国区经理Suripong认为，泰国人一旦接受新的安保手段，他们可能会加大移动支付的使用频率。

2.4 与泰国贸易情况

据表1相关数据显示，在2011年至2016年中，福建与泰国进出口贸易额基本在稳定上升的趋势中。泰国是福建在东盟中仅次于菲律宾、印度尼西亚和马来西亚的第四大贸易伙伴国。

表1. 2011-2016年福建对东盟各国进出口贸易

国家	2011	2012	2013	2014	2015	2016
文莱	0.70	1.41	0.74	1.89	0.80	0.23
缅甸	1.19	1.57	2.21	3.21	3.52	3.12
柬埔寨	0.94	1.20	1.58	1.70	2.52	2.51
印度尼西亚	41.22	44.82	47.04	46.99	38.69	41.61
老挝	0.07	0.39	0.08	0.19	0.48	0.69
马来西亚	37.35	42.79	51.51	51.02	43.07	37.60
菲律宾	28.81	43.20	50.94	49.63	56.28	69.13
新加坡	22.07	25.48	25.42	30.03	25.57	22.37
泰国	26.11	29.69	32.34	34.03	45.27	36.50
越南	24.74	24.94	30.89	32.19	29.94	34.10

数据源：中国海关，福建省统计局（姜文辉、杨扬、黄钰宁，2018）

3. 福建省跨境电商发展现状

本节首先对福建省跨境电商的发展现状进行PEST分析。其次，除了对福建省的宏观环境进行分析发现的问题，福建省跨境电商还存在一些明显的问题，接下来的一部分就对福建省面临的其他问题进行深入剖析。

3.1 PEST分析

3.1.1 政治环境

3.1.1.1 中国—东盟自由贸易区的建立

自21世纪初中国—东盟自由贸易区建设开始，双边关税大大降低了，中国对东盟的平均关税由自贸区成立前的将近10%降为之后的0.1%，东盟对中国的平均关税则由原来的将近13%降为现今的0.6%，自贸区里有大约7,000种产品在进出口时享受“零关税”，由此带来的贸易效应也迅速显现。

3.1.1.2 海上丝绸之路核心区的地位

2015年，国家发展改革委员会等部委联合发布了《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》，明确指出：支持福建建设21世纪海上丝绸之路核心区。

3.1.1.3 关于支持跨境电商的档陆续出台

福建省进一步加强跨境电子商务方面的制度、管理和服务创新。密集出台的支持跨境电商的部分政策如表2所示。

3.1.2 经济环境

福建省出口跨境电商发展增速已经连续三年保持35%以上，是全国发展最快的跨境电商进出口地区之一。根据网经社数据显示，福建跨境电商拥有卖家数量较多，总共占全国11%，仅次于广东省的57%和浙江省的13%，但数量远远少于广东省。福建省3C产品、鞋服箱包、户外运动、家居家具、工艺配饰等商品在国际市场上属于畅销品类。

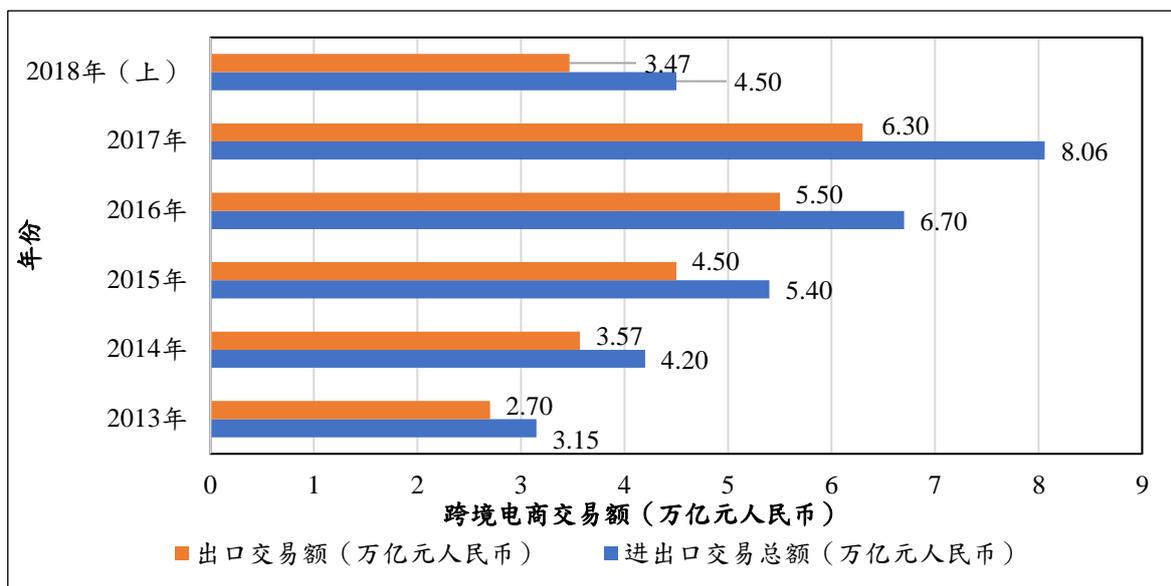
表2. 密集出台的支持跨境电商的政策

	出台政策	主要内容
2014	《关于加快电子商务发展九条措施》	培育壮大龙头企业，大力发展电子商务，支持城乡市场建设，积极扩大闽货销售
2015	《进一步推进跨境电子商务发展行动方案》	完善政策支持，构建发展环境，培育优势品牌
2017	《关于推进跨境电子商务海外仓建设的实施意见》	鼓励企业海外仓建设，创建公共海外仓示范，提升海外仓公共服务
2018	《福建省口岸通关进一步提质增效促进跨境贸易便利化实施方案》	提升口岸通关效率，降低通关费用

数据源：福建省电商：新业态助力高质量发展

(<http://m.people.cn/n4/2018/1018/c1142-11754429.html>)

根据电子商务中心相关数据显示，从2013年至2018年，中国跨境电商市场交易规模逐渐变大。这种增长体现在从2013年中国跨境电商进出口总额3.15万亿元人民币，到仅仅2018年上半年就实现跨境电商进出口总额4.50万亿元人民币。可以看出，中国跨境电商发展稳中向好。图5是2013~2018年中国跨境电商市场交易规模和2013~2018年中国出口跨境电商市场交易规模。



数据源：2018年（上）中国跨境电商市场数据监测报告
 (<https://www.useit.com.cn/thread-20532-1-1.html>)

图 5. 2013 年-2018 年上半年中国跨境电商市场交易规模

如今B2B模式依然是企业在跨境电商往来中运用的主要模式，同时B2C模式增长速度较快。B2B模式所需的服务种类繁多，其中包括支付、物流仓储、法律、通关、报检、纳税和外汇等等服务。根据电子商务中心《2018年（上）中国跨境电商市场数据监测报告》显示，从2013年至2018年上，B2B模式在中国跨境电商交易额占比一直维持在80%以上。而出口B2C发展时间短，规模增速较快，其在跨境电商交易额占比由2013年交易规模的5.2%到2018年上的15.4%。

我国跨境电商B2B的“领头羊”—阿里巴巴中小企业国际贸易事业部联合阿里研究院，特别编辑并发布了《2018中小企业跨境B2B发展报告》，报告显示Alibaba.com前15位主要的跨境电商出口地区，第一至三位分别是美国、印度和英国。亚洲国家总共占了七位，其中东南亚国家有越南、泰国和菲律宾，共占三位。可见虽然美国仍然是我国跨境电商的主要出口地，但是亚洲乃至东南亚对我国跨境电商发展的推动作用仍然不容小觑。

3.1.3 社会环境

3.1.3.1 福建与“一带一路”

自“一带一路”倡议实施五年来，福建省结合自身优势，充分发挥区位、港口、人文、历史等独特优势，以东南亚为重点区域，以海外乡亲为重要纽带，在“海丝”互联互通通道建设、经贸平台建设、人文交流活动、体制机制创新方面取得了积极进展。

3.1.3.2 福建与泰国

在泰国华人中，福建籍华人定居泰国时间较早。据相关数据显示，闽籍华人占据了泰国总体华人数量的15%左右。20世纪以来，泰国闽籍华人在泰国的橡胶业、锡矿业和茶业等经济领域上有很高的话语权，在新兴产业也发挥了重要作用。在文化上同时认同中泰两国文化，是中泰文化交流的桥梁，为推进“一带一路”发挥了重要作用。

3.1.4 技术环境

3.1.4.1 港口建设

互联互通是福建省在推进“一带一路”进程中的先导性、基础性工作。为了实现互联互通，福建省正努力加快专业化、规模化、集约化的港口群建设和海上通道拓展。作为“海上丝绸之路”核心区的福建在这5年来，在港口等基础设施建设方面每年投入超过100亿元，建成了一批大型泊位和深水航道，以适应当前航运发展的专业化和现代化趋势。

3.1.4.2 对境外“一带一路”沿线国家投资

福建省正加快促进省内企业于境外参加经贸和投资活动。5年来，全省对外协议投资额达到了266亿美元。其中，对“一带一路”沿线国家地区协议投资61.5亿美元，占到了对外协议投资总额的23.12%。福建省鼓励省内企业到境外进行直接投资，设立仓储基地、商贸物流基地、跨境电商配送中心、营运中心等。同时，加强与东盟国家在贸易活动中的对接，展开在集散地、港口、物流园和配送中心等与东盟国家管理方面的合作。

3.2 面临的其他问题及挑战

3.2.1 物流体系较为薄弱

3.2.1.1 缺少物流龙头企业

根据数据显示，福建省五分之四左右的现有及新增物流企业的注册资本金低于1,000万元人民币，注册资本在一亿元人民币以上的物流企业仅占总数的1%。同时，在全国排名前10名的物流企业，仅有一家福建省企业。由此可以看出，福建省物流企业龙头企业极少（如表3所示）。另外依据“一带一路”沿线省市物流发展能力综合得分及排名分析（如表4所示），福建省物流建设在全国排名较后，位于第八名。

表3. 2016年中国物流百强企业排名

排名	企业名称	排名	企业名称
1	中外运股份有限公司	6	德邦物流股份有限公司
2	中远海运物流有限公司	7	福建省交通运输集团有限责任公司
3	顺丰控股股份有限公司	8	圆通速递有限公司
4	中国石油天然气运输公司	9	锦程国际物流集团控股有限公司
5	远成物流股份有限公司	10	冀中能源国际物流有限公司

数据来源：物流协会（朱莉莉，2018）

3.2.1.2 物流政策支持不足

福建省跨境电子商务物流的发展离不开政府政策的大力支持。目前，福建省跨境电商物流的政府政策支持不足。因为跨境物流的管理涉及多个部门，比如海关部门、交通运输部门等等，各个部门和单位之间的管理职责各有不同也有交叉重叠。这

就使得福建省跨境电子商务物流管理体制没有理顺，在政策的制订与施行方面做不到明确分工，管理职责的部分重迭也导致了某些部门在具体事项的管理方面不认真，有推卸责任的现象。

表4.“一带一路”沿线省市物流发展综合能力排名

排名	省市	排名	省市
1	广东	10	新疆
2	浙江	11	重庆
3	云南	12	甘肃
4	内蒙古	13	吉林
5	陕西	14	上海
6	辽宁	15	青海
7	广西	16	西藏
8	福建	17	宁夏
9	黑龙江	18	海南

数据源：王杰、闫军、徐旦，2019

3.2.1.3 福建省跨境物流基础设施不够完善

尽管福建省已大力推进跨境电子商务物流基础设施建设，建立了大量的物流园区等基础设施，但多数物流园区的功能单一，无法全面开展跨境物流服务。港口、航空、公路等跨境电商基础设施，由于不同运输方式之间的转接服务薄弱，影响了跨境电商的效率。

3.2.1.4 物流配送周期过长

福建省跨境电子商务物流运输距离过长，流程繁杂。从卖家发货到货物送达买家手中，时间短的要十几天，时间长的甚至要一个月，这在无形中影响了货物的安全和客户体验。周期过长也增加了经营者的经营成本，而对于泰国等国家或者地区的消费者来说，物流配送周期过长，大大影响了消费者的购物体验。

3.2.1.5 第三方物流服务专业化程度不高

在福建省跨境物流的第三方企业中，国际物流公司长期提供跨境物流服务，专业化水平相对较高。但大量本土第三方物流企业属于资产基础供货商，并不具备专业的顾客管理能力、优质的人力资源支持和先进的物流管理系统。此类物流服务专业化水平不高，对于国际物流业务活动中存在的问题解决能力弱，业务活动信息化程度不高，业务覆盖范围狭窄。对于像泰国一样现阶段仍然采用货到付款的国家来说，由于需要一手交钱一手交货，物流与收付款紧紧联系在一起，如果第三方物流服务专业化程度不高，就会造成交易效率低下。

3.2.2 地区发展不平衡

根据表5数据显示，福建省外对贸易在各地区间的发展极不平衡，据厦门海关统计，厦门市2019年2月份的进出口贸易额达到了346.3亿元人民币，占全省的48.05%。泉州市达到了108.8亿人民币，占同时期全省的15.10%。而龙岩市在同时期的进出口贸易总额仅为厦门市的4.33%，仅为全省进出口贸易总额的2.08%。可见，省内进出口贸易发展极不平衡。

表5. 2019年2月份福建省四市及全省进出口贸易额

指标		人民币值（亿元）	同比变动百分比（%）
厦门市	进出口总额	346.3	-16.2
	出口额	181.1	-22.3
泉州市	进出口总额	108.8	-10.3
	出口额	57.4	-27.1
漳州市	进出口总额	36.4	-7.90
	出口额	23.4	-24.7
龙岩市	进出口总额	15.0	-13.9
	出口额	9.1	-20.0
全省	进出口总额	720.7	-14.4
	出口额	417.6	-18.5

数据源：厦门海关（<http://xiamen.customs.gov.cn/>）

福建省9个地级市跨境电商发展极不平衡。从表6数据可以看出，仅仅泉州、厦门和福州这3个城市，在2015年的跨境电商贸易额总和占之比就达到了全省跨境电商总交易额的70%以上。另一方面可以看出，虽然其它地级市在规模上相对较小，但有些城市跨境电商发展速度较快，例如龙岩可以达到95.2%，增速第一，另外南平的发展速度也奋起直追。

表6. 2015年福建省九市跨境电商交易额及占比

排名	市	交易额（亿元）	增长速度（%）	占全省比例（%）
1	泉州	2,021	45.2	28.4
2	厦门	1,914	34.9	26.9
3	福州	1,146	34.3	16.1
4	莆田	676	45.7	9.5
5	漳州	348	75.0	5.4
6	宁德	306	33.3	4.3
7	三明	249	38.5	3.5
8	南平	235	79.6	3.3
9	龙岩	185	95.2	2.6

数据源：正统网（<http://120.35.29.59/>）

3.2.3 支付系统及信用体系

福建跨境电商跨境支付尚未成型。在跨境电子商务整个运作体系中，支付体系尤其重要，但目前福建在这方面仍处于起步阶段，技术支撑和制度监管都滞后于跨境电商企业的需要。

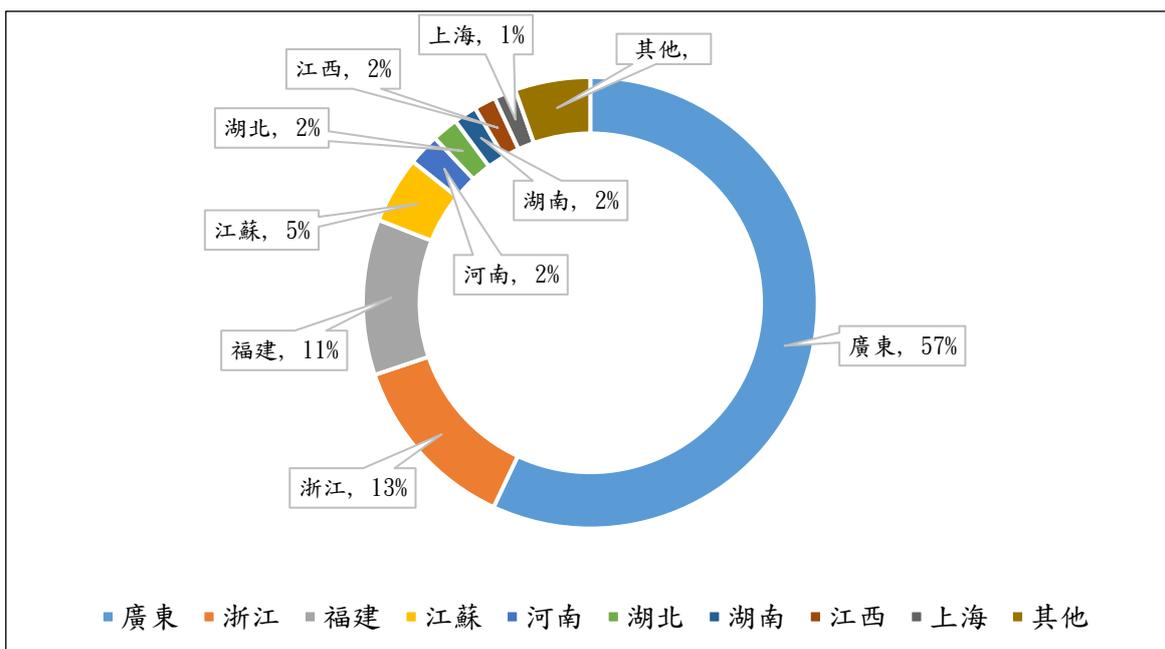
大部分的跨境电商平台都会遇到支付方面的问题。目前福建跨境电子商务平台大多采用的是网上银行支付方式，由于款项支付与收货不能同步，可能会给交易的其中一方带来较大的威胁；另外一些福建省跨境电子商务平台为了保险起见采用了第三方支付平台，但是其中也有一些弊端。因为跨境交易的周期性较长，第三方平台需

要管理大量暂时性存留的资金，若此时资金管理出现问题、相关信息丢失或者信息更新滞后，则会使涉及交易的各方产生极大的损失。

此外针对于泰国甚至于东南亚，货到付款仍然是跨境电商在其地域使用的主要的收付款方式，这种支付方式的风险是显而易见的。首先是支付效率问题，比起网上银行支付和第三方平台支付，货到付款要慢许多，可能使卖家收到货款的时间延长许多，甚至使资金链断裂；其次是支付安全问题，比起网上银行支付以及第三方平台支付的方式，货到付款的方式可能受到假币致使卖家钱货两空；再次是交易成本问题，不同于借助专门专业化的平台，货到付款由于要找代收款点、收款代理人等，又增加了卖家的成本。最后是退换货发生率高的问题，相比之下，货到付款的方式由于在买家看到真实货物的情况下才以后搜交钱一手交货，退换货相较而言更方便，因此无形中提高了退换货率。而这部分无形成本卖家只能通过提高商品售价来弥补，较高的售价又会导致销售量下降。

3.2.4 创业积极性不高

根据阿里研究院对跨境电商在2016年做的调查显示，全国二十五佳创业县(市)分布省份所占比例如图6所示，其中仅有2家福建省企业上榜，在全国数量中占比较低，相比浙江、江苏这些沿海电子商务发展较完善的省份，福建省所占数量过少。可以看出福建省跨境电子商务企业发展程度相对较差，且新增企业的创业积极性不高。



数据源：阿里研究院 (www.aliresearch.com)

图6. 2016年中国跨境电商创业二十五佳县(市)分布省份所占比例

3.2.5 人才培养问题

3.2.5.1 人才培养数量不佳

首先，福建省跨境电子商务在物流方面缺乏专业的人才。据不完全统计，我国跨境电商行业一系列专业缺口在2017年还以将近百分之四十的速度继续高速增加，目前这方面人才大约缺少450万（陈海权，2018）。目前省内高校大多设有有物流管理

专业、电子商务专业、国际贸易专业、英语专业，但很少有将多者融合的专业。因此，跨境电子商务方面的专业人才供应非常少。

其次，福建省跨境电子商务物流缺乏专业的小语种人才，语言障碍、文化障碍频繁出现在跨国贸易中，目前跨境电商企业普遍缺乏小语种人才，这种人才的缺失会导致缺乏对相关国家语言和文化的理解，从而不能很好地推销产品。

再次，培养跨境电商人才的师资力量短缺。据调查，65%的学校表示很难对跨境电商课程进行师资安排，师资匮乏就导致了人才培养的困难，从而使得跨境电商人才紧缺（王艳，2018）。

3.2.5.2 人才培养质量不高

跨境电商不同于传统的对外贸易，也不同于国内电子商务，涉及所需技能广泛，这就对人才的综合实力提出了更高的要求。但是通过有关调查发现，跨境电商企业并不满意于从高校引入的跨境电商的人才质量（王艳，2018）。

3.2.6 产品同质化严重，品牌建设意识弱

福建省一般贸易出口占主导地位，相对于全国平均水平来说，机电产品出口占比小，高新技术产品出口占比小。据厦门海关统计，2019年1月份，福建省劳动密集型产品出口又迎来大幅增长。福建省出口纺织服装、箱包、鞋类、玩具等6大类劳动密集型产品306.7亿元，较去年同期增长21.6%。2019年1月份福建省劳动密集型产品出口统计如表7所示。

表7. 2019年1月份福建省劳动密集型产品出口统计

商品品类	出口值（亿元）	同比（%）	占比（%）
合计	306.7	21.6	100
纺织服装	143.8	14.1	46.9
鞋类	91.6	22.2	29.9
家具及其零件	28.6	24.2	9.3
塑料制品	19.3	40.8	6.3
箱包及类似容器	18.3	47.2	5.9
玩具	5.1	155.5	1.7

数据源：厦门海关（<http://xiamen.customs.gov.cn/>）

在厦门海关的公开资料中经常能看到此类劳动密集型产品出口又迎来增长的统计，可见劳动密集型产品在福建出口额中所占的比例之大、增长之快。这也造成了另一个问题——产品过于同质化。目前，跨境电商环境、经济转型环境和产业结构升级大环境都表明企业简单粗狂的运行模式基本已经成为过去式，从长远以及可持续发展方面来看，跨境电商企业之间的竞争必须要更大程度上依靠优质产品和知名品牌。

4. 福建省跨境电商发展策略

本节主要是借“一带一路”的政策红利，以泰国作为目标市场国，对福建省从事跨境电商行业的企业提出发展建议。

4.1 完善物流体系

4.1.1 发展物流龙头企业

总体而言省内物流方面的龙头企业并不多。政府应该做好扶持工作。

首先，对于省内大小物流企业而言，其一，对福建省物流龙头企业，例如福建省交通运输集团有限责任公司，对其业绩通过媒体进行表扬，以逐渐增加企业的知名度。还可以根据企业绩效，适当地减税免税。其二，可以针对于中小物流公司提供相应的减免税收优惠，出台促进其发展的相关政策，例如成立省跨境电商物流基金会以及对中小物流企业提供低息或者免息贷款，从而促进省内龙头物流企业更好发展，促进省内规模较小的物流企业更快发展。

此外，对于省外物流企业而言，可以通过政策支持、条件放宽等鼓励国内多家优质物流公司入驻省内，发展跨境物流业务，实现良性竞争，提高物流业整体发展水平，通过省内支持以及省外引进优秀的物流企业共同培养福建省自身的物流龙头企业。

4.1.2 完善相关物流政策

给予跨境电商物流发展相关的政策支持是非常有必要的。而政策制定一定要抓住问题的关键所在，一定要有效地解决问题的关键，例如通关时间及效率。

上海市关对有关福建省跨境电子商务物流的制度创新做了一个很好的榜样。目前，跨境电商的快速通关机制于上海市建立起来了，这意味着通关时间的大大缩短，目前货物运抵上海海关监管场所到货物通关放行最长不超过24小时，申报货物中的“低风险”类可做到“秒放行”。通过相关制度的改革，简化通关步骤，上海市将通常需要3天的通关时间缩短至最少8小时。

4.1.3 完善跨境物流基础设施

福建省应从多个方面支持跨境电子商务物流基础设施建设，从跨境电子商务物流发展的宏观方面出发，进行物流基础设施建设的规划。协调各物流环节的功能和效率，实现港口、航空、公路等不同运输方式之间的转接服务能力的增强、运转效率的提高，最终实现提升自身跨境电子商务物流基础设施的使用效率，改进基础设施功能，提高物流基础设施的运作效率，减少商品在路途中的损耗与物流成本（李云清，2018）。

4.1.4 建立海外仓

借助“一带一路”建设的政策优势支持海外仓发展，是另一个提高福建省跨境电商效率的方式。海外仓是针对跨境电商卖家的需求而提供的一站式服务，包括仓储服务、分拣服务、包装服务和派送服务等。海外仓储的物流模式有两个明显的优点：第一，买家与商品的距离极大地缩短，能够降低 20% 左右的购物开销，同时大大降低配送时长；第二，容易处理商品物流中的安全问题与质量问题，售后服务中退换货服务也变得灵活高效。

2018年2月，福建省商务厅发布了《推进跨境电子商务海外仓建设的实施意见》，提出了争取到2020年，建设共计100个海外仓和1,000个服务网点，建设地点包括欧洲、美洲、东南亚、东北亚、东南非等超过20个国家和地区。目前，福建省跨境电商领军企业也意识到了建设海外仓的重要性和紧迫性，外租或者自建海外仓，加快在海外进行跨境电商布局。

为了促进建设海外仓，一方面，省政府可以相关企业设立专项资金，并进行投资，对于设立在与福建省联系密切的泰国，甚至东南亚等重点地区的海外仓进行重点投资；另一方面，省政府可以引导金融机构设立项目贷款，对扎根于泰国甚至东南亚这一“一带一路”沿线地区的重点海外仓，贷款数量可相应加大。同时，通过衔接福建省跨境物流企业与海外仓、海外仓与境外物流体系提高配送货物的效率，缩短跨境货物配送时间。

4.1.5 提高第三方物流企业专业化程度

当前福建省本土的第三方物流企业专业度还不够。在配送效率、信息服务，清关服务等方面都需要提高，更不用说提供一些像在泰国这种特殊的国家和地区代收货款之类的拓展服务。为了改善省内第三方物流企业的专业化程度，一方面要引导省内第三方物流企业增强其基础业务能力，例如仓储、分拣、物流配送和清关服务等。同时促进福建省内第三方物流企业增强其提供物流跟踪信息、类似代收货款等特色服务的能力，同时可以提供优秀的人力资源、先进的物流管理系统和专业管理咨询。

4.2 协调地区发展

福建省跨境电商区域间发展不平衡的现象主要有三个原因：

第一个原因，省内本身经济发展便不平衡，泉州、福州和厦门三个城市的经济发展大大领先于其他六个地级市的发展。根据福建省统计局统计数据显示，2018年泉州、福州和厦门GDP总量分别是8,467.97亿元、7,856.81亿元和4,791.41亿元，三个地区GDP总和占了全省的59%，剩余六个地级市GDP总和占全省GDP的41%。

第二个原因，相关政府部门管理水平差别大，导致对跨境电商的管理水平较低，泉州、福州和厦门三个地区是比较早发展起来的，管理理念及相关政策措施较全面，而其他六个地级市发展起步较晚，管理水平偏低。

第三个原因，在融资方面，泉州、福州和厦门融资能力较强，而其他六个地级市融资能力以及吸收人才能力远不如上述三个城市。

因此，欲解决不同地区跨境电商发展不平衡的问题，根源性的举措就是想办法缩小各地区经济发展差距。政府及相关部门要“有所为有所不为”，一方面可大力扶持省内经济发展相对滞后的地区，协助这些地区的跨境电商企业引进符合企业要求的管理人员，提高管理效率，还要引进相应的小语种商务人才，加强企业沟通能力和满足境外消费者需求的能力。为了推进“一带一路”，高校可开设跨境电商相关的学院或专业，更大数量更高质量地培养跨境电商人才。另一方面，政府要懂得有所不为的道理，公布跨境电商行业负面清单，放松监管，简化跨境电商相关程序，以最大程度释放企业活力。

4.3 完善支付体系和信用体系

一方面为了完善福建省的支付体系，可以通过扩展包括在线和线下的支付管道，建设符合境外消费者支付习惯的支付环境。引导出口跨境电商地区消费者和企业完善信用体制。针对泰国特殊的情况，可以增强第三方支付平台或者网上银行支付的安全度，增加新的安保手段，例如加密令牌，引导泰国消费者增加移动支付的使用频率。

另一方面还要完善福建省出口跨境电商的信用体系。福建省跨境电商的阻碍还体现在部分不诚信企业利用电子商务的虚拟性特点销售假货，侵犯其他企业知识产权，要求福建省企业应该在遵守国际贸易规则的基础上实现自身发展。为此，一方面

各大中小企业要时刻警惕自身要严守信用，特别是泰国目前还主要采用货到付款，如果销售假冒伪劣产品只会徒增成本，同时也要遵守泰国境内的法律法规，以免得不偿失。另一方面，政府要完善其监督体系，出台明确的规范并严厉打击对福建省跨境电商企业信用体系造成危害的行为。

4.4 提高创业者积极性

福建省跨境电商的创业积极性欠缺，主要有两个方面的原因：一个是创业企业自身原因。跨境电商同境内电商相比有其特殊复杂的地方，例如不同的文化、语言、消费偏好等，而福建省跨境电商企业复合型人力资源相对短缺，跨境电商企业需要人才具备语言、支付、通关、物流和网络等综合知识技能。此外是外界因素，虽然有许多优惠政策加持，但跨境电商初创企业仍然面临巨大的挑战，如跨境电商平台安全性问题及收费问题、资金周转问题、支付安全问题、网络诈骗问题等。

为应对此挑战，首先政府可提供低息贷款、创立专项创业基金，提高创业企业积极性。其次，可以降低跨境电商平台费用，如入账手续费、转账费用和提现费用，降低创业成本。再次，完善第三方支付平台及第三方支付体系。同时要出台相关法律法规，严厉打击企业进行境外网络诈骗等违法犯罪行为。

4.5 完善人才培养体系

福建省在促进“一带一路”建设过程中主要往来区域是东南亚，东南亚不同的国家在法律法规、风俗习惯、金融政策上又有所不同，这就对跨境电商人才有了更多的要求：一是对人才关于跨境电商行业的硬性技能有更高要求，不仅要熟练掌握东南亚主流跨境电商平台的操作和运营，还要进行客户开发和维护，以及在主流社交网站对企业进行营销和宣传。二是对人才的文化素养要求很高，要了解泰国甚至于东南亚不同国家的风俗习惯、消费偏好以及特殊的审美。三是对领导者提出了更高的要求，要求管理人员要进行国际管理，领导泰国甚至东南亚国家的员工，并应对泰国甚至东南亚国家消费者的需求。

为了完善人才培养体系跨境电商企业要制定复合型人才培养计划，需做到一方面通过扶持政策，吸引管理型人才、技术型人才完善薪酬体系留住人才，激励人才；另一方面通过高校教育培养各种类型的人才，包括物流管理、小语种、国际贸易、国际金融、互联网型人才；在第三方方面，要求教师具备专业化的、与时俱进的跨境电商知识，可以定期到企业考察、锻炼，了解跨境电商企业快速变化的人才需求。四是更好利用教师的队伍，协调外语、国际贸易、电子商务等不同专业的师资力量以组成跨境电商教师团队，开发专门的跨境电商课程。

另外，由于泰国教育体系较为发达，因此要引导福建本土企业在泰国开拓市场时充分挖掘泰国在管理、物流等等专业的人才，以更加了解泰国本土的商业环境，更快打开泰国市场。依据进驻泰的企业评价，泰国工人比较踏实友善，性价比高，因此，福建本土企业在进驻泰国时，加大力度招聘和培训当地的工人也非常重要。

4.6 注重产品创新，培养本土品牌

目前省内的3C产品、鞋服产品、家居产品、工户外运动产品等在国际上热销，但是由于这些产品多属于劳动密集型产品，产品间的同质化较严重，缺少产品创新，可能影响到长期内本土品牌的培养，不利于企业的长期发展。因此要着重注意产品创新，培养本土品牌。

为此可尝试从以下几个方面入手：一方面，促进产品的本土化。例如，在泰国3C类产品是其最热销的一类产品，3C类产品亦称“信息家电”，通常指的是计算机、平板计算机、移动电话、数码相机、电视机等。可以通过完善设计，使产品既有福建特色又符合泰国消费者的审美，因为两地人缘亲近，所以可将联系两地的文化元素加入。也可以通过完善设计，使产品更符合泰国消费者的使用习惯，而增强福建省品牌的好感度。

另一方面，进行深加工以生产高附加值的产品。例如，对于出口到泰国的水果、茶叶和花卉来说，都可以进行深加工，可以将水果进行深加工以提取或者获得水果提取物、保鲜水果、冷冻水果、速冻水果。

由于目前垂直类电商是泰国电商存在的新的蓝海市场，因此福建省企业可以大力发展垂直电商企业，在某一个领域里集中发力进行营销，从而打造一个自主的、精细化产品的品牌，然后通过社群化的运营方式，来增强顾客对该平台的忠诚度和黏度。要实现比较成功的社群化运营，就要时刻注意以人为中心，为用户创造价值，要进行信任背书，建立信任关系，实现高效的互动连接。

参考文献

1. 姜文辉、杨扬、黄钰宁（2018）。福建与东盟产业合作现状及推进路径分析。集美大学学报（哲社版），21(2)，78-88。
2. 李慧芬、康晓丽（2018）。20世纪泰国闽籍华人社会变迁与族群认同。东南学术，6，227-232。
3. 朱莉莉（2018）。“一带一路”背景下福建跨境电商的发展策略分析。对外经贸，6，75-77。
4. 王杰、闫军、徐旦（2019）。基于因子分析法的“一带一路”沿线省市物流能力比较研究。科技与创新，4，26-27+30。
5. 李云清（2018）。福建省跨境电子商务物流现状及对策研究。纳税，17，201。
6. 吴慧君（2015）。福建自贸区跨境电商发展战略研究。时代金融，33，13+17。
7. 孙艳艳（2014）。我国跨境电子商务的发展现状分析。现代经济信息，15，169-170。
8. 陈海权。跨境电商人才培养与普惠贸易的发展〔EB/OL〕（2017-10-27）（2018-04-25）。
9. 王艳（2018）。“一带一路”背景下福建省跨境电商人才培养研究。农村经济与科技，29(8)，169-170。
10. 王艳（2018）。跨境电商人才培养调查研究—以福建省为例。商场现代化，9，41-42。

收稿时间：2019-06-06
责任编辑、校对：刘舒霖、林雨熙