

浅谈出口跨境电商供应链优化—以纺织品为例 The Study on the Optimization of Export Cross-Border E-Commerce Supply Chain—Take Textile as an Example

谢德鑫^{1*} 吴琪²
Te-Hsin Hsieh Qi Wu

摘要

本研究以跨境出口企业供应链管理绩效作为衡量企业供应链管理水平的标准，以国内 SCPR 准则为基础，结合出口跨境电商特点选取指标，以纺织品的跨境出口供应链为例，对我国跨境电商出口供应链优化进行研究。通过问卷调查的形式，采用因子分析处理问卷，结果表明采购环节、物流环节、售后环节和供应链水平是影响企业供应链绩效的主要因素，并根据得出的结论提出优化建议。

关键词：跨境出口、供应链、纺织品、SCPR 模型、因子分析

Abstract

In this study, the supply chain management performance of cross-border export enterprises is taken as the standard to measure the level of enterprises' supply chain management. Based on the domestic SCPR criterion, indicators are selected based on the characteristics of cross-border export e-commerce, and the cross-border textile export supply chain is taken as an example to study the optimization of China's cross-border e-commerce export supply chain. Questionnaire survey is processed by factor analysis and the results show that procurement, logistics, after-sales and supply chain level are the main factors affecting the supply chain performance of enterprises. Optimization suggestions are put forward according to the derived conclusion.

Keywords: Cross-border Export, Supply Chain, Textile, SCPR Model, Factor Analysis

1. 前言

随着全球人均购买力的提高、互联网的普及率、物流的进一步成熟等，网购已成为人们日益增长的消费习惯。随着跨境电子商务不断代替传统贸易市场，通过构建一个自由、开放的全球性的贸易平台，通过互联网连接世界，跨境电子商务有望成为未来贸易的主要形式（蓝伯雄等，2000）。出口跨境电子商务是我国的主体，虽然进口电子商务所占比例在不断增加，但是由于我国制造业在成本和规模上具有较高的优势，我国跨境电商主要以出口为主，其中纺织品出口占了非常重要的一部分。

本研究通过对出口跨境电子商务和供应链管理概念的阐述，将供应链绩效的概念作为衡量供应链管理水平的一个指标。在中国供应链委员会颁布的企业供应链绩

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商务学院副教授 thsieh@xujc.com*通讯作者

² 厦门大学嘉庚学院国际商务学院本科生

效水平评价模型 SCPR1.0 的基础上，结合出口跨境电商特点，构建了评价指标。

2. 跨境电子商务和供应链概念界定与理论基础

2.1 跨境电商含义及分类

跨境电商是跨境贸易电子商务的简称，是电子商务发展过程中一种比较高级的形态。它指的是分别属于不同环境的交易主体，在电子商务平台上达成交易、支付结算，并通过跨境物流运输商品，完成交易的一种形式（钱玉，2017），主要包括海外市场的开拓、通关、国际结算、国际货运、货物保险等内容。

跨境电商是属于不同海关的交易主体，通过电子商务平台达成交易并进行支付结算，通过跨境物流配送商品并完成交易的国际商务活动（陈芳婵，2016）。根据交易类型，主要分为 B2B、B2C、C2C 等（王外连等，2013），其中 B2C、C2C 是针对终端消费者，又称跨境网上零售。从业务实体的角度，跨境电子商务可分为平台类型、自营型和混合动力型（平台+自营类型），电子商务平台类型的收入主要来自委员会的形式和广告费用，而自营电子商务依赖产品的买卖价差利润。

2.2 跨境电商供应链对比传统供应链

与传统贸易商相比，出口跨境电商产品具有更明显的价格优势、更高的利润、更强的实时性和更好的消费体验。传统贸易公司因为通过许多中间环节，通常需要至少五个渠道，产品才到达消费者手中；然而，跨境电商企业跳过了传统外贸漫长的流通环节，直接面对消费者，大大降低了商品出口的成本，使得商品价格优势更加明显，利润更高（耿世慧，2018）。对于消费者来说，跨境电商可以为他们提供更丰富的产品选择和直接的实时沟通，更具有及时性、性价比和消费体验。

2.3 供应链管理理论

2.3.1 长尾理论

长尾理论由克里斯·安德森（Kris Anderson）于 2004 年提出，是互联网时代兴起的一种新理论。根据传统的二八理论，企业的销售量取决于传统需求曲线上代表畅销商品的头部，而代表冷门商品的尾部由于带来的效益不多而经常被遗忘，但长尾理论认为众多小市场汇聚的力量也可以与主流商品匹敌（克里斯·安德森，2016）。

长尾理论的基本原理是随着商品流通成本、生产成本、销售成本等的下降，只要产品的存放和运输的渠道足够大，需求不高或销量不好的商品所占据的市场份额，可以和那些少的热卖商品占据的市场份额相比。互联网使得小批量、品种多的产品需求得到提升，而不仅仅是停留在工业时代的规模经济阶段。

2.3.2 价值链模型理论

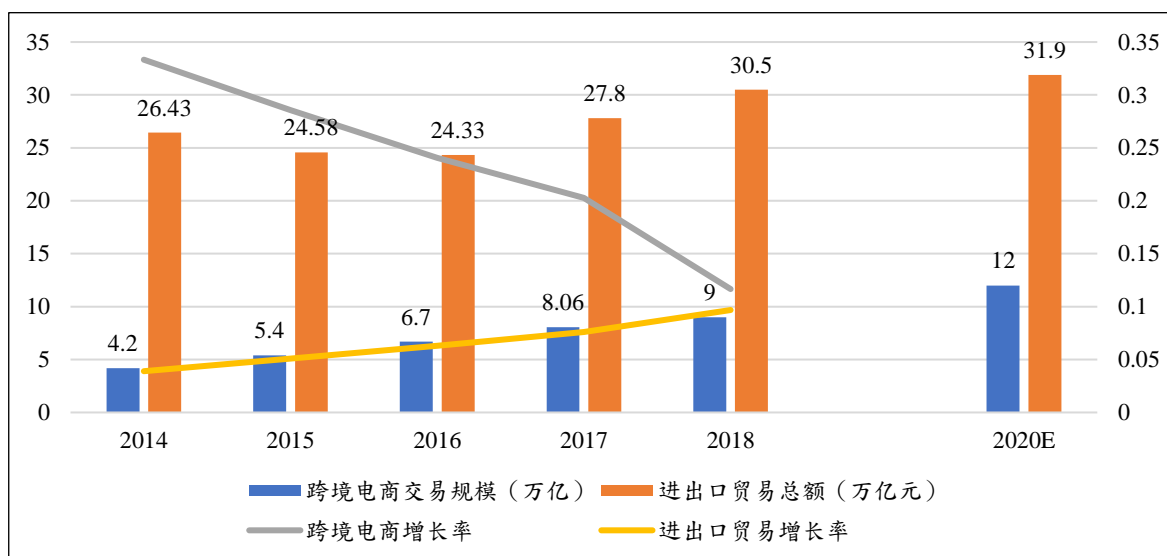
价值链理论的源头是企业战略管理理论，由迈克尔·波特（Michael E. Porter）首次提出。波特从企业内部经营环境的角度出发，提出建立在价值链基础之上的战略分析，当时波特把价值链比喻成一个企业用以设计、生产、销售、交货以及维护其产品的内部过程或作业，其核心思想是：一个企业所创造出的总价值，是由顾客愿意购买该企业的产品或者服务的价格与购买数量乘积的加总后的总数所决定的；也就是说，从竞争的角度出发，价值是客户对企业所提供的产品或服务，所能够且愿意支付的价格。如果企业得到的总价值大于生产的该产品所消耗的各种成本总和，那么该企业就是盈利的（施军与魏建新，2013）。

3. 我国出口跨境电商纺织品供应链管理现状

3.1 我国跨境电商现状分析

随着全球人均购买力的增强、互联网普及率的提高、物流等的完善，网购成为了人们兴起的一种消费习惯。跨境电商通过组建一个自由、开放的贸易平台，不断替代传统贸易市场，有希望成为贸易的主要形式（吴洁华，2017）。

我国海关数据显示，2018 年我国进出口的贸易额 30.5 万亿元，同比增长 9.68%。而网经社数据显示，我国 2018 年的电商交易额 9 万亿元，同比增长 11.66%。根据阿里的数据测算，我国 2020 年跨境电商交易额将达到 12 万亿，三年复合增长率为 15.47%，发展空间很大。



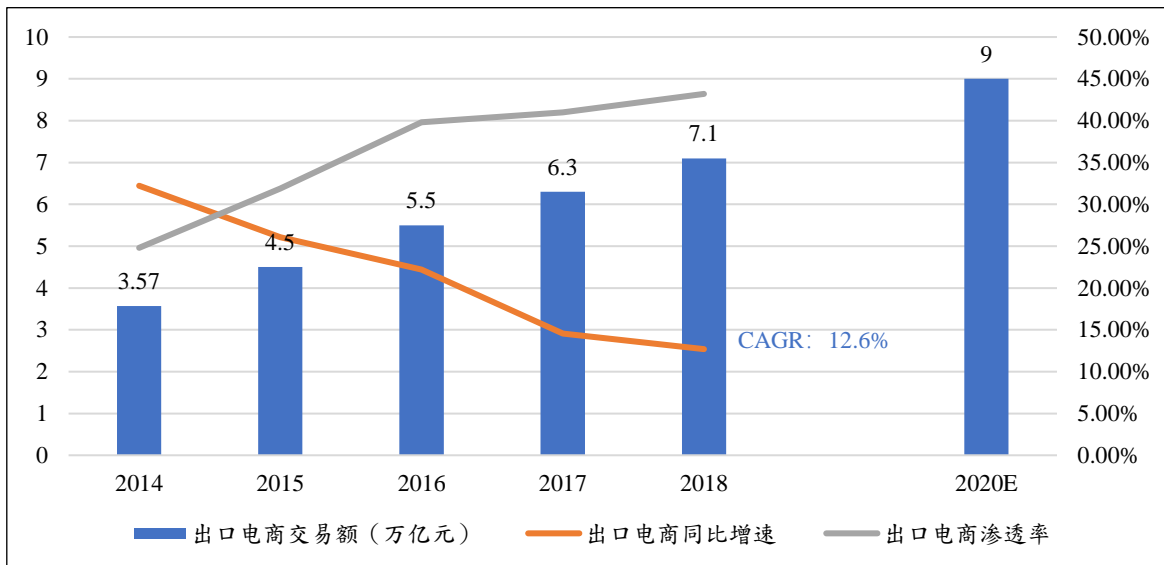
资料来源：网经社

图 1. 我国跨境电商交易现状（单位：万亿元）

3.2 我国出口跨境电商现状分析

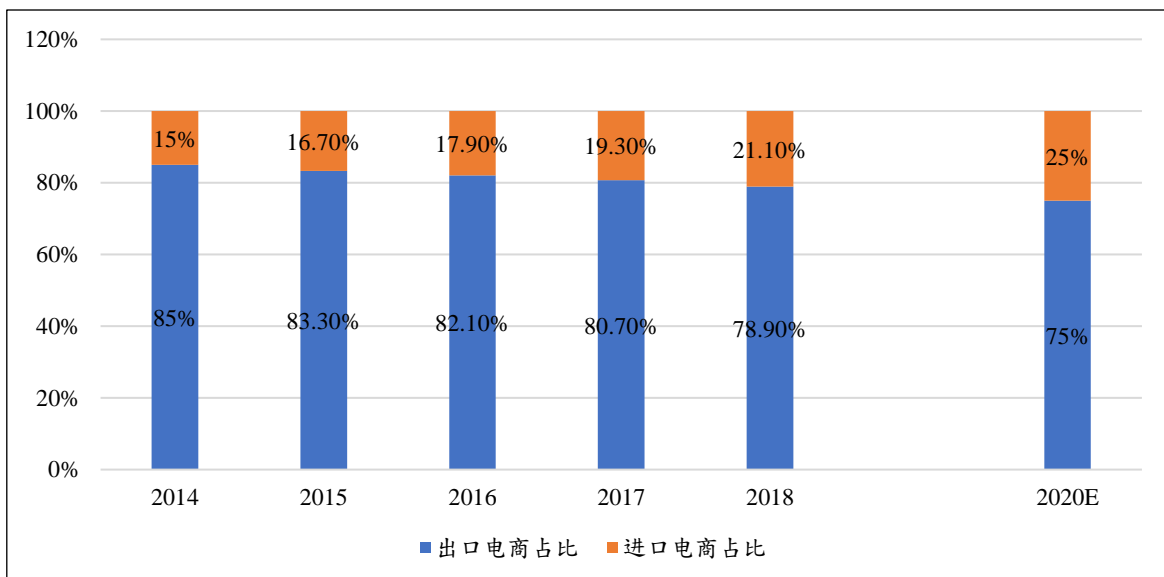
我国当前的跨境电商主体是出口跨境电商，虽然进口电商占比不断提高，但由于我国制造业在成本及规模上有较高优势，并且受到一带一路政策的影响，所以我国目前跨境电商仍然以出口为主。

根据海关总署和网经社统计数据，2018 年，我国跨境电商交易额中，出口/进口的比例为 78.9%/21.1%，其中出口交易规模达 7.1 万亿元，同比增长 12.69%，渗透率达 43.2%。根据阿里的数据预测，预计 2020 年我国进出口跨境电商将继续保持较快增速，随着进口电商的高速增长，2020 年进口电商占比有望达到 25%。



资料来源：网经社

图 2. 我国出口电商及交易额情况（单位：万亿元）

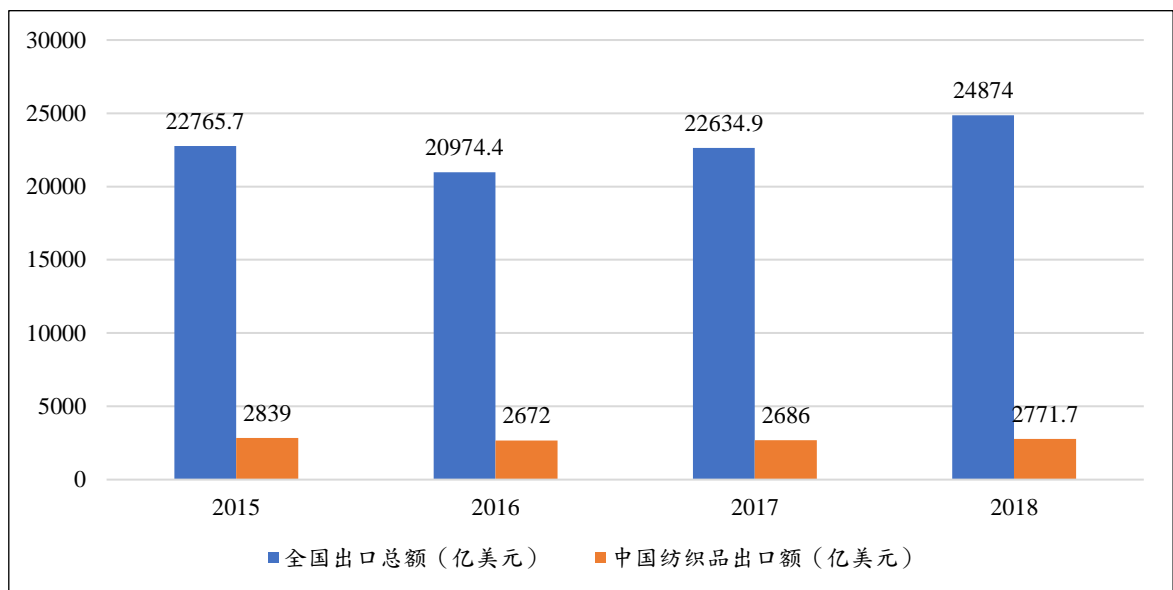


资料来源：网经社

图 3. 我国跨境电商进出口交易额占比

3.3 我国跨境电商纺织品现状分析

根据中国纺织品进出口商会数据统计，我国纺织品出口总额在2018年为2,771.1亿美元。自从中国加入WTO以来，中国成为世界上最大的纺织品出口国，纺织品在出口总额中的占比占到很重要的一部分，纺织业的发展在我国已经有悠久的历史，外国市场对我国纺织品依赖性强（倪炳哲，2018）。



资料来源：网经社

图 4. 纺织品出口总额（单位：亿美元）

4. 出口跨境电商纺织品供应链管理优化影响因素分析

4.1 优化影响因素指标选取—基于 SCPR1.0 模型

本研究把供应链管理绩效这一指标，作为衡量纺织品跨境出口供应链管理水平的标准，并且结合 SCPR1.0 构成方案中的供应链绩效指标，将可能影响它的因素筛选出 15 个指标设计调查问卷，将问卷得出的数据进行信度和效度检验、因子分析等检测，找出并确认影响跨境电商纺织品出口企业供应链优化的因素（中国企业供应链管理绩效水平评价参考模型（SCPR1.0）构成方案，2003 年）。

4.1.1 指标选取

纺织品跨境出口供应链管理优化的研究中，最为重要的就是评估指标的选择（王亭亭，2016；陈洁娜，2019）。中国电子商务供应链管理委员会（CSCC）颁发了《中国企业供应链管理绩效水平评价参考模型（SCPR1.0）构成方案》（具体指标见表 1）。SCPR1.0 包括 5 个一级指标，18 个二级指标和 45 个三级指标。

表 1. 中国企业供应链管理绩效水平评价参考模型

中国企业供应链管理绩效水平评价参考模型		
一级指标	二级指标	三级指标
订单反应能力 (15%)	反应速度	订单信息处理方式 (15%)
		订单完成总平均周期 (10%)
		订单延迟率 (10%)
		订单货件延迟率 (5%)
	反应可靠性	订单处理准确率 (10%)
		订单满足率 (10%)
		订单协调程度 (10%)
	反应适应性	销售预测准确率 (15%)

		按照订单生产比率（10%）
		订单风险管理能力（5%）
客户满意度 （15%）	产品质量	质量合格率（5%）
	产品价格	同比价格比较优势（5%）
		平均单价促销频率（10%）
	客户服务水平	客户抱怨处理率（15%）
		异常事件处理能力（5%）
		顾客查询回复时间（5%）
		对账能力（15%）
	产品可靠性	退换货处理（10%）
准时交货率（15%）		
		客户抱怨率（15%）
业务标准协同指标 （20%）	业务标准相关性	与系统功能的耦合性（15%）
		与现有业务能力的相关性（10%）
	业务协同性	业务活动协同（15%）
		管理活动协同（5%）
	业务标准灵活性	财务与资金协同（10%）
		持续优化机制（10%）
业务标准执行力	内外标准协同（15%）	
	业务标准是否尽知（10%）	
		执行控制力（10%）
节点网络效应 （25%）	系统覆盖率	协同使用供应链管理系统（15%）
		外部节点覆盖深度（10%）
		最低单一节点覆盖面（10%）
	节点互动性	是否支持移动应用（10%）
		能否信息跟踪和实时提醒（15%）
	系统依赖性	业务对系统的依赖程度（15%）
业务人员对系统依赖程度（15%）		
管理人员对系统依赖程度（10%）		
系统适应性 （25%）	系统拥有成本	一次性投入成本（15%）
		使用成本（10%）
		升级成本（10%）
	系统实现方式	系统建设方式（10%）
		系统接入方式（5%）
	系统扩展性	系统改进能力（15%）
		新增用户能力（15%）
系统建设风险		服务提供商专业能力（20%）

资料来源：中国电子商务供应链管理委员会

本研究对纺织品跨境出口供应链的影响因子进行研究，跨境电商出口企业供应链上游环节是供应商，下游是终端消费者，中间环节是物流和支付，由于国内跨境网购多采用第三方平台支付，所以指标的选择不考虑支付环节。考虑到跨境出口供

应链具有一定的特殊性，SCPR 准则中的有些指标可能不会涉及，所以在进行问卷设计的时候，去除了与跨境电商出口供应链特征无关的绩效指标，补充了与之密切相关的指标（表 2），并且对问卷的研究对象进行了限制。

表 2. 跨境电商出口供应链绩效评价指标

序号	指标内容	序号	指标内容
1	客户下单率	9	客户满意度
2	产品质量	10	客户投诉率
3	订单处理及时率	11	产品价格优势
4	物流成本	12	退换货时间
5	物流时间	13	企业投入建设成本
6	订单完成时间	14	市场预测准确率
7	库存成本	15	供应链专业人才
8	通关便利化		

资料来源：本研究分析整理

4.1.2 问卷设计

本问卷采取随机取样的方式进行发放，问卷预示时间为 2019 年 11 月 29 至 11 月 30 日，问卷正式发放时间为 12 月 1 日至 12 月 2 日，对跨境电商从业人员进行问卷调查，问卷发放给厦门中友通供应链公司员工及其商业合作伙伴。

本问卷采取线上形式通过问卷星进行调查。在设计问题选项时采用 Likert 五级量表，问题由“非常重要”、“很重要”、“一般重要”、“作用不大”、“不重要”五种回答组成，分别计分 5-1 分。本问卷调查的对象包括跨境电商企业从业人员、跨境电商消费者、高校电子商务专业研究人员，一定程度上保证了问卷结果的专业性；问卷的发放地区集中在厦门、泉州、福州。福建是“一带一路”海上丝绸之路经济带的核心区域之一，通过制度创新、跨境电商产业链建设、生态服务集群等方式，积极推动跨境电商发展（王建文等，2015）；泉州作为“一带一路”海上丝绸之路试验区，跨境出口发展势头良好；厦门跨境电商在品类上已初步形成多元化优势。

因子分析的任务是分析变量间的内在关联结构，因此要求样本量比较充足，否则结果不可靠。一般而言，样本量应当是变量数的 10 倍以上，如果想得到比较理想的结果，则最好是变量数的 25 倍以上。本次累计发出问卷 100 份，收回有效问卷 60 份。从样本量的角度，虽然以 15 个变量做因子分析，60 个案例不符合因子分析对样本量要求，但在实际的经济和社会问题中，多样本量确实无法达到要求，模型可能不稳定，需合理谨慎地解释结果。

4.2 数据处理与因子分析

4.2.1 问卷数据信度检验

由于数据是借助问卷调查获得，为测量问卷是否具有足够的真实性，在因子分析之前需要用 SPSS 软件进行克隆巴赫系数信度检验，该系数愈高，工具的信度愈高。信度至少需要达到 0.80 才可接受；在探索性研究中，信度只要达到 0.70 就可接受，0.70-0.98 属高信度，如果低于 0.35 则为低信度。本研究的问卷调查数据信度检验为 0.818，说明具有较高信度，可进行接下来的因子分析。

表 3. 信度检验统计量

可靠性统计	
克隆巴赫 Alpha	项数
0.818	15

资料来源：本研究分析整理

4.2.2 效度检验

效度检验是用来检验问卷内容能否测量出想要测量的内容，各变量间应该具有相关性。如果变量间彼此独立，则无法从中提取公因子，就谈不上应用因子分析，这可以通过 Bartlett's 球形检验或者 KMO 检验来判断。如果 KMO 检验统计量越接近 1，说明变量间的偏相关越强；KMO 检验统计量为 0.9 时最佳，大于 0.7 时效果较好，小于 0.6 时较差，小于 0.5 时不适合做因子分析，应当考虑采取其他统计方法。

由表 4 可见 KMO 统计量达到 0.722，说明因子分析中各变量间信息的重叠程度较好。Bartlett's 球形检验也具有统计学意义，说明变量间存在相关性，可以提取公因子，所以应当有可能得出较为满意的因子分析模型。

表 4. KMO 和 Bartlett 检验

KMO 和 Bartlett 检验		
KMO 取样适切性量数		.722
	近似卡方	568.325
巴特利特球形度检验	自由度	105
	显著性	.000

资料来源：本研究分析整理

4.2.3 问卷数据的统计性描述

对问卷进行收集与数据处理后，样本中影响因素变量的整体描述统计如表 5 所示，影响因素的均值和标准差都较为稳定，被调查者对这些指标的认可度较高。

表 5. 供应链绩效影响因素的描述统计

	描述统计		
	个案数	平均值	标准差
客户下单率	60	4.20	.860
市场预测准确率	60	4.77	.427
供应链专业人才	60	4.50	.504
企业投入建设成本	60	4.45	.502
商品质量	60	3.90	.630
订单完成时间	60	3.50	.651
库存成本	60	3.88	.666
退换货时间	60	4.22	.640
客户满意度	60	4.38	.691
客户投诉率	60	4.15	.820

产品价格优势	60	3.90	.775
物流时间	60	3.57	.810
物流成本	60	3.75	.836
通关便利化	60	3.93	.756
订单处理及时率	60	4.13	.596
有效个案数（成列）	60		

资料来源：本研究分析整理

4.2.4 特征值与方差贡献

供应链绩效影响因素的公因子方差如表 6，表示各变量中所含的原始信息能被提取的公因子代表的程度，大部分变量的信息提取比例都在 60% 以上，总体上按照默认数量提取出的公因子对大多数变量的解释能力是较强的。

表 6. 供应链绩效影响因素的公因子方差

公因子方差		
	初始	提取
客户下单率	1.000	.817
市场预测准确率	1.000	.729
供应链专业人才	1.000	.833
企业投入建设成本	1.000	.739
商品质量	1.000	.645
订单完成时间	1.000	.367
库存成本	1.000	.486
退换货时间	1.000	.208
客户满意度	1.000	.845
客户投诉率	1.000	.840
产品价格优势	1.000	.878
物流时间	1.000	.856
物流成本	1.000	.885
通关便利化	1.000	.817
订单处理及时率	1.000	.599

提取方法：主成分分析法

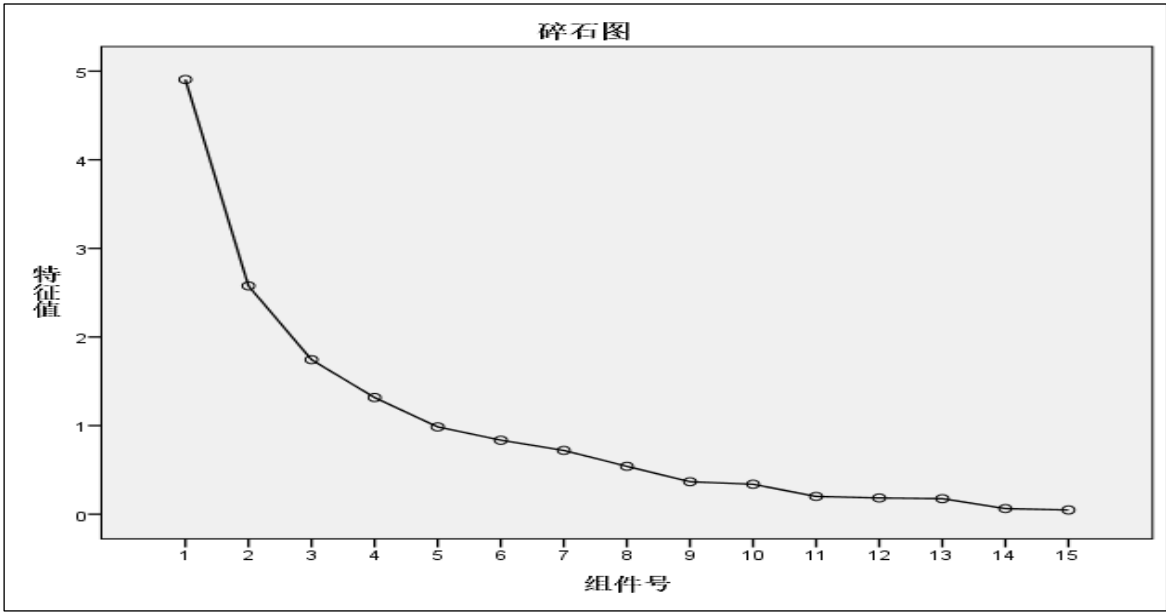
资料来源：本研究分析整理

其次对问卷所收集到的 15 个因子进行因子分析来确定公共因子，根据特征值大于 1 的原则，如表 7 所示。前 4 个因子的特征值大于 1，这四个公共因子的方差贡献率占了 70.282%，这说明这 4 个公因子可以解释原变量的大部分信息。图 5 是各成分的碎石图，前 4 个主成分的折线坡度较陡而后面趋于平缓，说明可以选择这 4 个公因子。

表 7. 经主成分分析的总方差解释

成分	初始特征值			总方差解释			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积%	总计	方差百分比	累积%	总计	方差百分比	累积%
1	4.906	32.703	32.703	4.906	32.703	32.703	4.531	30.209	30.209
2	2.577	17.178	49.882	2.577	17.178	49.882	2.198	14.653	44.863
3	1.744	11.624	61.506	1.744	11.624	61.506	1.963	13.087	57.950
4	1.316	8.776	70.282	1.316	8.776	70.282	1.850	12.332	70.282
5	.986	6.571	76.853						
6	.835	5.570	82.422						
7	.720	4.799	87.222						
8	.541	3.605	90.827						
9	.367	2.444	93.271						
10	.338	2.256	95.527						
11	.200	1.337	96.863						
12	.183	1.222	98.085						
13	.175	1.169	99.255						
14	.064	.425	99.680						
15	.048	.320	100.000						

提取方法：主成分分析法
资料来源：本研究分析整理



资料来源：本研究分析整理

图 5. 各成分碎石图

4.2.5 成分矩阵

为了解决因子对变量的贡献不明确的现象，选择采用最大方差法的因子旋转，最后得到旋转后的成分矩阵。结合指标的特征，对 4 个公因子分别命名如表 8。公因子 1 包括物流成本、产品价格优势、物流时间、通关便利化、订单处理及时率、库存成

本和订单完成时间，根据这些因子的特征将其命名为物流通关环节；公因子 2 中包括企业投入建设成本、市场预测准确率以及供应链专业人才，所以将其命名为供应链整体环节；公因子 3 包括客户满意度、客户投诉率以及退换货时间，这些因子与售后环节的消费者有关，因此将公因子 3 命名为售后环节；公因子 4 包括客户下单率、商品质量，将公因子 4 命名为采购环节。

表 8. 旋转后的成分矩阵

旋转后的成分矩阵 a				
	成分			
	1	2	3	4
物流成本	.934			
产品价格优势	.920			
物流时间	.896			
通关便利化	.892			
订单处理及时率	.680			
库存成本	.551			.404
订单完成时间	.481			
企业投入建设成本		.841		
市场预测准确率		.832		
供应链专业人才		.755		.491
客户满意度			.878	
客户投诉率			.848	
退换货时间			-.413	
客户下单率				.891
商品质量				.747

提取方法：主成分分析法；旋转方法：凯撒正态化最大方差法；旋转在 6 次迭代后已收敛。

资料来源：本研究分析整理

根据 SPSS 提供的因子得分，根据成分得分系数矩阵，得出各因子计算公式为：

$$\begin{aligned}
 F_1 &= -0.017x_1 - 0.019x_2 - 0.031x_3 + 0.027x_4 - 0.052x_5 + 0.124x_6 + 0.120x_7 + \\
 & 0.079x_8 - 0.027x_9 - 0.006x_{10} + 0.239x_{11} + 0.193x_{12} + 0.215x_{13} + 0.201x_{14} + 0.137x_{15} \\
 F_2 &= -0.168x_1 + 0.425x_2 + 0.299x_3 + 0.395x_4 + 0.007x_5 + 0.179x_6 + 0.013x_7 \\
 & -0.035x_8 - 0.022x_9 - 0.034x_{10} - 0.013x_{11} - 0.016x_{12} - 0.009x_{13} - 0.022x_{14} + 0.007x_{15} \\
 F_3 &= -0.064x_1 + 0.093x_2 + 0.027x_3 - 0.079x_4 + 0.02x_5 - 0.084x_6 - 0.108x_7 \\
 & -0.245x_8 + 0.47x_9 + 0.444x_{10} - 0.187x_{11} + 0.014x_{12} - 0.04x_{13} - 0.011x_{14} + 0.148x_{15} \\
 F_4 &= 0.550x_1 - 0.206x_2 + 0.180x_3 - 0.034x_4 + 0.41x_5 - 0.057x_6 + 0.211x_7 \\
 & + 0.013x_8 - 0.042x_9 - 0.032x_{10} - 0.013x_{11} + 0.019x_{12} - 0.015x_{13} - 0.022x_{14} - 0.139x_{15}
 \end{aligned}$$

5. 跨境电商纺织品出口供应链管理优化建议

因子分析结论得出纺织品跨境出口供应链管理优化主要受到采购环节、物流通关环节、售后环节、供应链整体环节因素的影响（刘朋，2017；牛锐，2017），根据这四个环节以及其中包括的影响因子，对纺织品跨境出口供应链给出四方面的优化建议：

5.1 采购环节优化建议

根据因子分析结果，采购环节指标包括客户下单率和商品质量，从这两个指标对采购环节进行优化。

首先是客户订单率的影响因素。对于纺织品出口的目的国，中国的纺织品和服装出口中，纺织品的主要出口地区是越南、香港、柬埔寨等，这主要是上游原材料和半成品，再加工和制造之前转移到发达国家；服装的主要出口地区是发达国家，如美国、欧盟、日本和韩国。国际油价上涨、贸易战、乌克兰危机等国际政治局势的不稳定也在一定程度上影响了中国的纺织贸易（中国银河证券研究所，2019）。

此外，由于各大电商平台在节假日期间开展的各种促销活动，消费者在收到商品时如果发现商品不符合预期就会退货，这增加了逆向物流，因此可以尽可能详细地提供产品信息。如果客户想取消订单并退款，在询问原因后可以尽快处理，以降低退货率；企业还需对退货原因进行分析总结以优化管理方法，可以利用跨境电商平台的大数据，寻找热销产品，利用产品的概念开发爆款，提高商家利润（胡治芳，2018）。因此，对采购过程的优化建议为更加关注出口目标国的国际形势、优化供应商管理、加强产品质量、严格控制货源。

5.2 物流通关环节优化建议

物流通关环节包括物流成本、产品价格优势、物流时间、通关便利化、订单处理及时率、库存成本和订单完成时间，需对这些因子进行分析给出物流通关环节的优化建议。

首先是物流成本、库存成本以及产品价格优势。电商企业对自身物流成本进行有效控制是增强企业自身市场竞争力的客观需求，是其能够长远发展的参考依据（李静，2015）。除了之前在采购环节提到的需要减少退换货率，减少不必要的运费支出外，在物流环节加强与物流企业合作推动当地特色重点产业和电商相结合，更快更好地发展；其次是物流时间以及通关便利化。我国跨境电商物流存在配送时间长，成本高，服务能力弱等问题（赵广华，2014），在物流管理优化方面，可以健全物流保障机制，让供应商能够对产品整条供应链进行持续的关注，这样就能够及时处理消费者退换货问题。跨境电商供应链的“去中间化”相比传统供应链已经很便利了，但消费者的需求多变，加强信息流以及及时提供信息来应付消费者多变的想法，以及个性化定制是节约成本的有效方法。

最后订单的及时处理非常重要，订单完成时间对消费者的消费体验也有很大的影响。

5.3 售后环节优化建议

售后环节包括客户满意度、退换货时间、客户投诉率，这三个指标对跨境电商平台店铺的评分非常重要。因为各个平台的把控要求标准不一样，在国内符合安全或标准的商品可能在国外行不通，所以应该加强对电商资质的关注，对根据消费者投诉率

对卖家进行评级的平台，更加严谨的处理。在被投诉后，要重点关注并加强管理，对产品进行监控，加强质量检测，加强客户的购物体验感，以达到优化店铺评价的目的（黄广群，2019）；对于其他对消费者评价不评级的平台，也可以加强关注，以达到增加店铺曝光率的目的。

5.4 供应链整体优化建议

供应链整体环节包括、企业投入建设成本、市场预测准确率、供应链专业人才。对于出口跨境电商企业来说，面临消费者跨境网购的需求越来越大，行业内竞争日益激烈，企业应加强供应链的信息化建设。首先是对于市场的预测准确率，如果对于市场没有进行预测，就会增加不必要的成本支出，导致货卖不出去。对于跨境电商来说，很多因素都影响商品是否能够卖出去，可以对出口目的国消费者的喜好进行分析，出口他们喜欢的产品；也可以根据季度、节日等各种因素进行分析，并且考虑到物流时间，商品到达消费者手中的时间来预测他们所想要购买的商品类型，来达到供应链优化的目的。

供应链的整体优化也可以通过培训供应链专业人员来实现（徐萌萌，2016）。对任何行业来说，人才都是一个可持续的优势，专业人才对供应链的了解也更加全面。因此，保证教学内容专业性，增加教师数量，开设跨境电商或供应链相关课程非常重要；要加大资金投入，完善高校电子商务教育基础设施建设，企业可以增加对供应链人才的投入。

参考文献

1. 蓝伯雄、郑晓娜、徐心（2000）。电子商务时代的供应链管理。中国管理科学，3，2-8。
2. 钱玉（2017）。中国出口跨境电商产业链研究（未出版之硕士论文）。安徽省：安徽大学
3. 陈芳婵（2016）。跨境电商对传统国际贸易的变革。中国商论，1，126-128。
4. 王外连、王明宇、刘淑贞（2013）。中国跨境电子商务的现状分析及建议。电子商务，9，23-24。
5. 耿世慧（2018）。基于扎根理论的跨境电商供应链模式创新研究。商业经济研究，18，96-98。
6. 克里斯·安德森（2016）。长尾理论。北京：北京中信出版社。
7. 施军、魏建新（2013）。价值链理论与应用研究评述。中国管理信息化，16，40-43。
8. 吴洁华（2017）。七面贸易公司跨境电商进口贸易模式选择研究（未出版之硕士论文）。浙江省：浙江工业大学。
9. 倪炳哲（2018）。基于纺织品跨境电商发展的PEST分析。科技经济市场，7，158-160。
10. 中国企业供应链管理绩效水平评价参考模型（SCPR1.0）构成方案。中国电子商务协会供应链管理委员会。
11. 王亭亭（2016）。跨境电子商务的供应链优化研究（未出版之硕士论文）。天津：天津大学
12. 陈洁娜（2019）。跨境电商进口企业供应链管理优化研究（未出版之硕士论文）。北京：商务部国际贸易经济合作研究院。

13. 王建文、蔡勇志、陈新(2015)。福建自贸试验区跨境电子商务发展对策研究。中共福建省委党校学报, 12, 44-50。
14. 刘朋(2017)。跨境电商的运营模式优化研究(未出版之硕士论文)。浙江省: 浙江工业大学。
15. 牛锐(2017)。S公司基于跨境电商模式的供应链优化及评价研究(未出版之硕士论文)。天津: 天津大学。
16. 中国银河证券研究所(2019)。纺织制造行业深度报告: 纺织龙头海外布局加速, 竞争壁垒不断加强。
17. 胡治芳(2018)。跨境电商卖家成功选品的几个策略技巧。对外经贸实务, 8, 67-70。
18. 李静(2015)。电商企业的物流成本控制与研究。商场现代化, 12, 69-70。
19. 赵广华(2014)。破解跨境电子商务物流难的新思想, 第四方物流。中国经贸导刊, 26, 16-20。
20. 黄广群(2019)。非洲跨境电商平台Kilimal运营研究。无锡商业职业技术学院学报, 19(2), 38-41。
21. 徐萌萌(2016)。中国跨境电商发展的现状及问题研究-基于阿里巴巴的SWOT分析(未出版之硕士论文)。安徽省: 安徽大学。

收稿日期: 2020-03-24
责任编辑、校对: 张颖、吴鹭瑶