

基于移动互联网的跨境电子商务商业模式研究

冯 凯 张昕蔚

(南开大学经济学院, 天津 300071)

摘 要: 基于移动互联网的跨境电子商务是移动互联网与国际贸易的全新组合, 是突破当前国际贸易形势低迷现状的新途径。基于移动互联网的跨境电子商务的商业模式, 将现有的商业模式归纳为跨境大额 B2B、跨境垂直 B2C 以及跨境 C2C 等 3 种模式, 比较分析了不同模式的运行机制, 发现物流仓储与质量控制是制约移动跨境电商发展的主要因素。由于跨境大额 B2B 和跨境垂直 B2C 有较为完善的物流和售后解决方案, 因此二者将成为未来移动跨境电商发展的主要模式, 而跨境 C2C 将通过提供差异化商品与服务以填补二者之间存在的商业空隙。移动跨境电商既是传统国际贸易在互联网时代的变革, 又是电子商务进一步发展的必然趋势。

关键词: 移动互联网; 跨境电子商务; 商业模式

中图分类号: F752

文献标识码: A

文章编号: 1006-1894 (2020) 01-0039-11

面对当前国际贸易现状的低迷和未来的不确定性, 跨境电子商务为我国传统国际贸易的转型升级提供了新的路径, 也是电子商务在“移动互联网+”时代进一步发展的方向。跨境电子商务通过小额多批订单逐步取代了传统外贸的大额单笔订单, 使得贸易规模不再是贸易发展的制约因素, 吸引大量的企业开始在跨境电商领域拓展业务, 为国际贸易的困局打开了局面。

借助移动互联网的便捷性, 基于移动互联网的跨境电子商务(简称移动跨境电商或移动跨境电商)可以突破传统的贸易壁垒, 催生新的商业模式, 为国际贸易增长提供了新的动力。这不仅有利于提振现阶段国际贸易的低迷形势, 也有利于现有资源在世界范围内的重新优化与本国消费者福利的最大化。

一、文献综述

互联网技术与电子商务的迅猛发展昭示着数字经济时代的悄然到来。伴随着 4G 技术的普及与 5G 技术的发展, 移动通信也已经取代固定通信成为主流。将互联网与移动通信相结合的移动互联网, 突破了桌面互联网的终端限制, 使得个人可以通过无线网络访问网络资源, 在移动终端之间交换数据, 开启了计算机领域内第 5 个技

作者简介: 冯凯, 南开大学经济学院博士研究生, 研究方向: 国际贸易理论与政策; 张昕蔚, 南开大学经济学院博士研究生, 研究方向: 创新经济理论与政策。

基金项目: 本文得到中国特色社会主义经济建设协同创新中心及南开大学博士研究生科研创新基金(项目编号: 91822006)资助。

术发展周期（吴吉义等，2015）。用户通过移动互联网可以随时随地进行沟通，商业服务在终端之间可控，可操作。移动互联网的出现拓展了桌面互联网，为新的商业模式提供了技术基础。目前，国内外学者对移动跨境电商进行了比较广泛的研究。

首先是关于移动电子商务发展特点的研究。移动电子商务的关键是移动互联网技术对传统电商的改变，其主要特点可以概括为社交化、本地化与移动化，电商企业更加关注移动互联网时代用户行为的变化，以便提供更加针对性的服务（张玉忠等，2012）。这种变化不仅会对电商企业与消费者产生影响，也会对移动运营商和终端制造商造成冲击，它们之间的正面竞争将导致计费、运营、协作等方面的重塑，使得原有互联网格局发生深刻改变（杨晓芳，2013）。移动电子商务的发展需要更多相关产业支撑，在此基础上形成新的移动电商产业价值链，这将比原有的电商产业价值链更长。企业要想在移动电商领域获得持续的利润，需要更强的产业价值链整合能力，完善商业模式无疑是最关键的一环。但目前来看，移动电商面临的不确定性很大，前景存在不确定性，尚无成熟的商业模式可以借鉴（牟绍霞，2014）。

其次是关于移动电子商务发展现状及问题的研究。移动电子商务重塑了国际贸易的传统业务流程，将商品流、资金流与物流集中在同一个平台上，加速了贸易企业的资金周转，极大地提高了国际贸易的效率（段艳萍，2009）。因此，移动电子商务具有无可比拟的优势，是传统国际贸易在智能化、无纸化与全球化领域内的最新发展方向。但是，移动跨境电子商务在我国的发展现状并不完美，物流体系、支付方式以及人才储备等方面还存在很多的问题（王外连等，2013）。这其中最为重要的瓶颈当属移动支付方式，如何保证在移动通信时代支付系统的安全是企业急需解决的难题（古春杰，2015）。面对移动跨境电商的制约因素，一方面需要政府制定合理的政策体系，另一方面需要企业选择合适的解决方案，两方共同努力，才能保证其健康发展。

最后是关于跨境电子商务发展模式的研究。跨境电子商务大体上可以分为B2B、B2C和C2C等3种模式，其中B2B与B2C模式最为常见。B2B模式下的跨境电子商务由信息层、业务层以及内容层3个方面构成，其中涵盖了进口商、出口商、海关、区域与国家单一窗口之间的互动关系（Asosheh et al, 2012），企业应根据这种互动关系来选择具体的跨境B2B解决方案。B2C模式的跨境电子商务在我国主要包括百货商店、综合商场以及垂直商店这3种模式（张红英，2014），其核心仍然是“中国制造”的强劲动力。但是这种模式也存在品牌趋同、物流乏力等弱点，而其以一般贸易模式为跨境B2C出口报关的做法（刘嘉旻，2012），也存在很多灰色监管区域，亟需进一步地完善（李海莲等，2015）。

综上所述，现有的关于移动跨境电子商务的研究主要关注其发展现状、发展特点以及存在的问题，对移动跨境电商的商业模式尚未形成统一的分类标准，缺乏对其具体运行机制的分析。因此本文将以移动跨境电商的商业模式为研究对象，将各

种移动跨境电商的商业模式抽象化,比较分析其各自的商业模式和具体运行机制,找出其商业模式的演化发展趋势,为我国移动跨境电子商务的发展提供有益的借鉴。

二、移动跨境电子商务的运行机制及商业模式

(一) 移动跨境电子商务概述

移动跨境电子商务既包括跨境电子商务的传统含义,也涵盖了移动互联网的新特性。目前虽然对于移动跨境电子商务并没有形成统一的定义,但普遍认为其应是电子商务、移动互联网与国际贸易的结合体。从一般意义上讲,移动跨境电子商务是指隶属不同关境的交易主体以移动互联网为媒介,在此基础上进行跨境交易、跨境物流运输和跨境支付结算的新型国际贸易模式(冯凯,2016)。移动跨境电子商务的独特性主要体现在以下3个方面:(1)交易的便捷性。移动跨境电子商务将新一代移动通信技术引入传统的电子商务交易流程中,基于移动端的交易更具便利性和快捷性;(2)贸易的实时性。新一代移动互联网技术的发展和普及使得贸易双方可以实现实时的互动和信息反馈,从而将交易过程中时滞的影响降到最低;(3)业务的个性化。利用新一代移动互联网和数据分析技术,商家可以进一步区分消费者的类型,针对消费者的异质性需求,实现更具柔性的生产和设计过程。

移动跨境电商的分类存在多重标准。从移动跨境电商参与主体的角度看,其可以分为B2B、B2C以及C2C等3种形式;从进出口角度看,其又可以分为移动跨境进口和移动跨境出口2种形式。具体分类如图1所示。

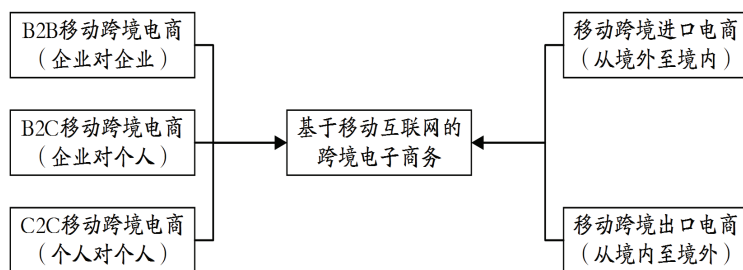


图1 移动跨境电子商务的分类

从移动跨境电商实际业务的角度来看,目

前,上述形式的移动跨境电商业务都有开展,但相互交叠现象十分明显。以B2B移动跨境电商为例,一般来讲,B2B跨境电商的买卖双方均为企业,买卖方向可以从境外至境内的跨境进口业务,也可以是从境内至境外的跨境出口业务,但在移动互联网时代,这种以交易发起主体为标准划分的界限比较模糊。一方面,借助移动互联网的便捷性与实时性,移动跨境电商企业既可以与其他企业开展业务(2B),也可以同时与个人开展业务(2C),如果企业规模较小,又可以将其归为跨境C2C范畴;另一方面,移动跨境电商不依赖传统国际贸易中的国家比较优势,企业与个人可以依照自己的喜好选择任意交易对手方开展进口或出口业务。这使得移动跨境电商具有传统国际贸易不具备的灵活性,进一步降低了跨境贸易对交易主体规模与资金量的限制,更好地满足企业与个人对国际贸易的异质性需求。

（二）移动跨境电子商务的运行机制

从移动跨境电子商务产业链参与的主体角度看，移动跨境电子商务的买卖双方之间存在一个较长的产业链，其主要以移动运营商为基础，以平台运营商、软件服务商、支付服务商、物流服务商、移动终端制造商等部分为主体，通过承接移动跨境电子商务卖方的外包服务需求，将买卖双方通过移动互联网链接起来，最终实现移动跨境电子商务的全部业务流程，其相互间的互动规则与运行机制如图2所示。首先，网络设备供应商主要负责为移动跨境电子商务中的服务供应商与移动运营商提供移动互联网所需要的硬件与软件基础并保证网络的稳定性，这是移动跨境电子商务能够顺利开展的前提。其次，移动互联网中的内容供应商为服务供应商与移动运营商提供可供交易展示的内容，服务供应商进一步为移动跨境电子商务提供配套的定制服务，二者的加入使得移动跨境电子商务可以顺利运营。再次，移动运营商会与渠道供应商之间开展渠道合作，探索在不同渠道下移动跨境电子商务的具体实现形式，拓宽移动跨境电商的业务覆盖范围。最后，移动运营商也会通过自营或定制的方式，与移动终端制造商之间展开合作，为消费者提供可以接入移动互联网的设备，使得移动跨境电子商务最终得以实现。

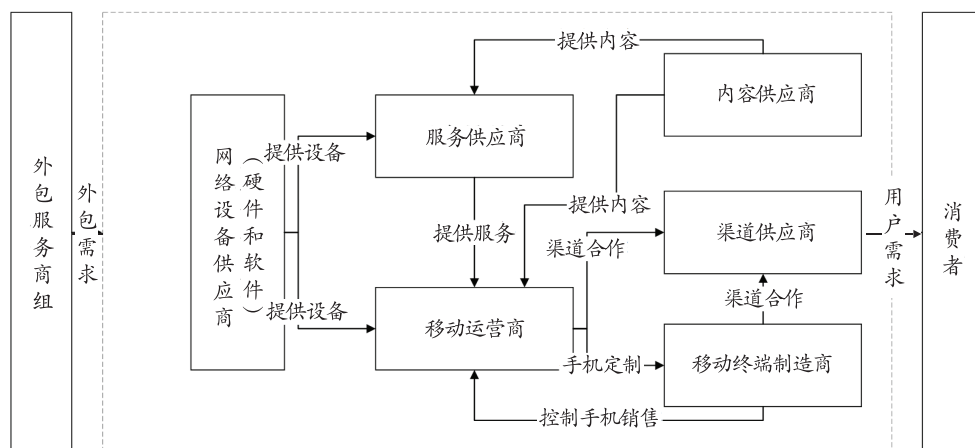


图2 移动跨境电子商务的参与主体及其运行机制

总的来看，一方面，移动跨境电商各参与主体在设备、内容、服务、渠道等多方面存在合作关系，其提供的服务协同保证移动跨境电商的顺利运行；另一方面，移动跨境电子商务各参与主体可以采取多样化的合作方式，从而形成不同的运行模式和商业生态。遵照传统的电子商务研究分类方法，结合移动跨境电子商务的特点，本文将移动跨境电子商务的商业模式细分为载体型跨境大额交易平台、综合型跨境小额批发零售平台和垂直型跨境小额批发零售平台3类。

（三）载体型跨境大额交易平台

移动跨境电商的载体型模式简称跨境大额B2B，其核心的商业模式是信息中介。

其运行逻辑是电商平台企业提供平台级服务, 买卖双方的供求信息和货物买卖交易等均在平台运营商提供的交易平台上进行, 其移动支付和物流配送服务则由第三方公司负责提供。平台型电商模式具有产品丰富、信息传播迅速、支付和物流体系完善等优点。其具体商业模式如图 3 所示。

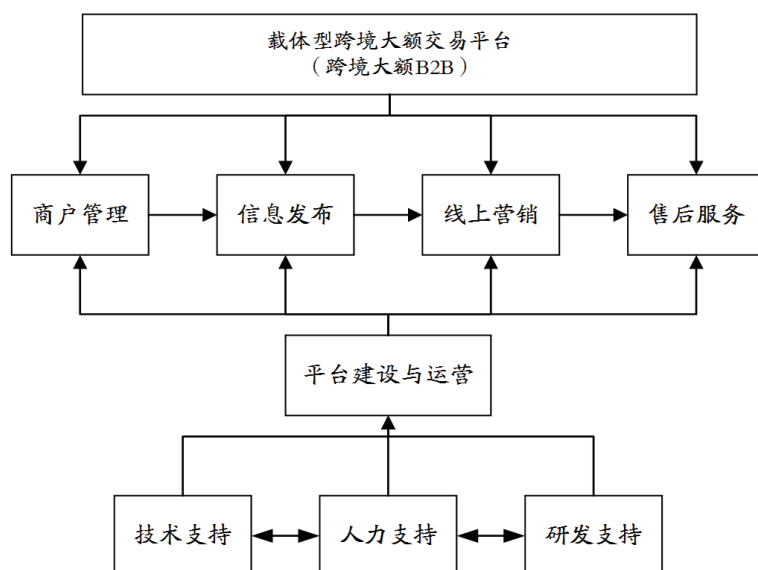


图3 载体型跨境大额交易平台的商业模式

载体型跨境大额交易平台中的供求双方需要在平台上完成相应的认证后并注册成平台会员, 平台运营商则负责搭建和运营基于移动网络的电子商务交易平台, 并以此为基础沟通境内外买卖双方, 买卖双方依托平台提供的服务, 在移动端即可发布各自的供求信息以促成交易。同时, 基于平台企业的技术支持, 卖方可以在线提供售后、客服、信息查询等服务支持。为了不断优化平台的服务和保证服务的稳定性, 载体型跨境大额交易平台一般通过优化其人力资源管理和进行相应的技术研发, 以完善其后台建设与管理。

(四) 垂直型跨境小额批发零售平台

垂直型小额批发零售平台简称跨境垂直 B2C, 其核心的商业模式是自营业务。自营业务是传统电子商务的重要组成部分, 电商企业一般会采用标准化的流程, 对所售商品进行统一采购, 并通过标准化的商品展示、交易结算和配套的物流配送体系等最终完成与消费者之间商品交易的商业模式, 其具有品牌效应强、产品质量控制稳定和管理体系完善等优点。其具体商业模式如图 4 所示。

跨境垂直 B2C 平台一般具有自建的仓储物流、结算支付和客服售后等较为完备的配套服务体系, 其一般具备直接将商品销往海外的能力。差异化营销是跨境垂直 B2C 平台主要的销售策略, 跨境垂直 B2C 平台各自运营的商品类别具有较强的异质性, 每个平台一般只专注于一类或几类商品, 如美妆、数码、图书等, 并且其还能够利用移动互联网特有的地理定位功能, 精准推送营销信息。从消费群体看, 跨境垂直 B2C 平台以个人消费者为主要买方群体, 因此其物流服务多以小包快件为主要形式, 将商品从国外仓库或国内综合保税区仓库运送到消费者手中。

（五）综合型跨境小额批发零售平台

综合型小额批发零售平台简称跨境 C2C 或跨境小额 B2B，其核心商业模式是导购营销。导购营销模式以提供一站式的服务为主要特点，电商平台还将提供如移动支付、仓储物流、商业保险等一系列增值服务，最终形成更为全面的多种类、多层次的服务体系。

跨境 C2C 平台一般由专业的第三方负责建设，主要功能是通过移动互联网技术的应用，为规模较小和分布较为分散的买卖双方提供商品的线上展示和交易平台，在此基础上平台运营商还将提供完备的移动支付结算体系、物流配送服务和小额消费贷款等增值服务。这些增值服务既可以由平台运营商自行建设，也可以将其外包给专业的第三方服务提供商。跨境 C2C 平台上的交易流程与传统的电商平台很类似，交易请求均由买方发起，卖方回应发货，不同之处在于其支付时采用的货币以及物流配送手段的多样性。其具体运行机制如图 5 所示。

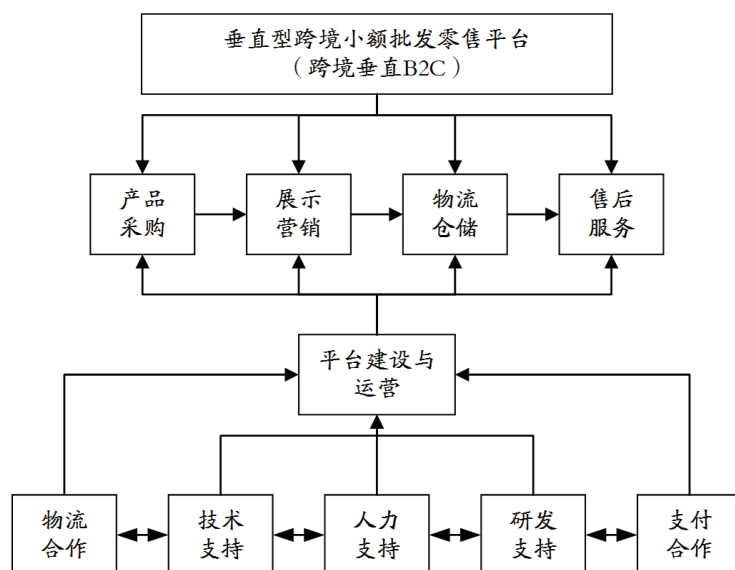


图 4 垂直型跨境小额批发零售平台的商业模式

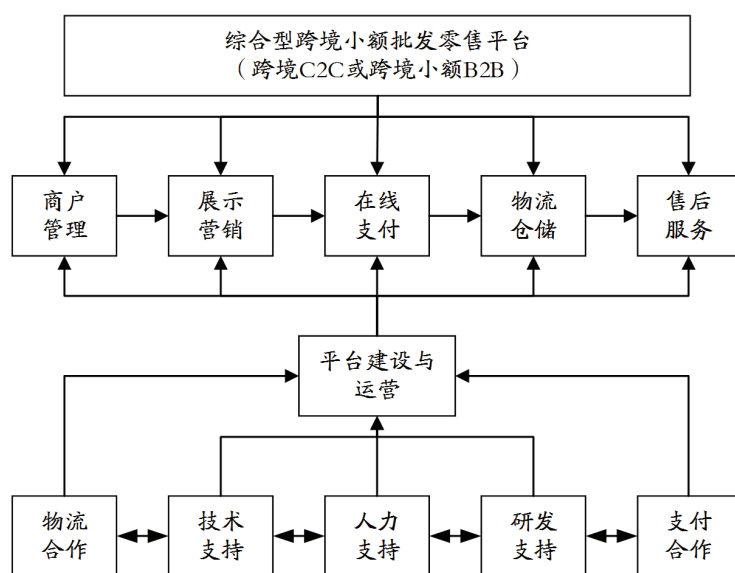


图 5 综合型跨境小额批发零售平台的商业模式

三、移动跨境电子商务的商业模式比较分析

（一）盈利模式比较分析

跨境大额 B2B 采用信息中介模式,其目标客户群是有大额需求的批发商和供应商。首先,跨境大额 B2B 平台运营商通过对平台的建设来吸引卖家注册为平台会员;其次,通过平台的商业生态吸引买家浏览,通过匹配买卖双方之间的需求与供给,促使交易的完成。在每笔交易中,买方和卖方均需要为使用平台的服务而支付相应金额的费用。在这种模式下,会员费和广告费是平台运营商的主要收入来源。

跨境垂直 B2C 采用自营业务模式,其目标客户为普通消费者。首先,跨境垂直 B2C 平台运营商将通过专业化和纵向一体化的组织方式拓展业务,利用规模经济降低商品成本;其次,通过自营业务的展示营销,增加产品的销售量,使企业获得利润。在这种模式下,企业主要的盈利来自自营商品的销售。

跨境 C2C 或跨境小额 B2B 采用导购营销模式,其目标客户群为小额买家和小额卖家。跨境 C2C 平台运营商通过自身的建设,为小额买家和卖家提供了包括信息发布和交易、移动支付、配送物流、商业保险等一系列服务体系。这些服务的费用不同,买方和卖方可以根据自身的实际情况选择使用。导购营销型模式的收入来源相对更多样,交易佣金、会员费、广告费等增值服务费均为其收入来源。

(二) 物流仓储比较分析

物流仓储服务是移动跨境电商商业模式中最为重要的一环。现阶段跨境电商的物流主要有 3 种形式可供选择:小包快件运送、自建仓储运输以及组建货运联盟。小包快件运送主要依靠国际快递,每笔跨境订单均产生单独的运单,这种形式适合小额跨境电商交易规模小、交易地点分散的特点,但跨境单独运输的成本较高。自建仓储运输是指跨境电商企业在境内外建立相应的转运仓库,货物在一定时期内成批进行跨境运输,在抵达综合保税区仓库后,再根据不同用户的订单,将货物拆分后通过国内物流实现配送。这种做法使得跨境物流的成本大大降低,但需要跨境电商企业前期投入大量资金进行海外仓储建设与综合保税区仓储维护,因此存在一定的门槛与风险。货运联盟是一种以联合运输为基础的物流模式,对同种类或同目的地的商品进行集中的运输可以在一定程度上降低物流成本,其可以将小订单聚集为较大规模的订单,并采用集装箱运输方式,但其运输过程由于存在分类和聚集的过程,运输的时效性相对较差。根据仓库所在地不同,仓储服务可以进一步分为发货地、转运地以及海外等 3 种。发货地仓储一般建立在保税区内,适合现阶段国内货运联盟的需求;转运地仓储一般由转运公司建立在重要的物流转运节点上,既可以作为囤货的仓库,也可以作为避税的平台;海外仓库一般由跨境电商在境外建立,方便在当地采购商品后直接发回国内。

跨境大额 B2B 主要负责向买卖双方提供货物信息中介服务,物流仓储一般由买卖双方协商解决。由于贸易金额较大,跨境大额 B2B 仓储运输方式与传统国际贸易类似,一般采取国际货运与国内货代相结合的方式进行海运或空运。

跨境垂直 B2C 的自营业务一般选择在国内综合保税区自建仓库、在国外合作配

送的方式完成跨境电商运输。在此模式下,跨境垂直 B2C 平台可以提前通过国际物流将货物先行运送至综合保税区仓库,收到客户订单后再将每一笔订单的信息报送海关完成清关,货物离开综合保税区后便交由本地物流配送。跨境垂直 B2C 平台与物流商之间建立物流信息对接,买卖双方可以随时查询其订单的通关与配送情况。

跨境 C2C 或跨境小额 B2B 的订单具有小额高频的特点,自建仓储的成本太高,因此其物流仓储多采用货运联盟加国际物流的方式。与大额订单或自营订单相比,这种小额高频订单的转运过程较为复杂,运输周期较长,同时个人履行入境货物清关报税流程的难度也较高。

因此,跨境大额 B2B 平台通常选择具有一定资质的第三方仓储物流公司合作来完成货物的存储与运输,平台本身并不介入具体的物流配送环节,但会为买卖双方提供物流信息查询与跟踪服务,并向其推介合适的物流服务商。跨境 C2C 或跨境小额 B2B 平台的物流服务主要采用小包快件或组建货运联盟的方式完成运输,但由于转运流程比较复杂,存在货物损失的风险。而跨境垂直 B2C 平台一般采用自建仓储与本地化配送相结合的方案,对于个人消费者来说较为便捷。

(三) 跨境支付比较分析

跨境支付是移动跨境电商商业模式的重要组成部分。从支付方向来看,跨境支付可以分为跨境购汇与跨境结汇两种。跨境购汇即货币出境,指境内资金通过购汇结算至境外账户,其一般由企业或消费者在移动跨境电商平台上下单后同步发起,购汇信息经由移动支付第三方平台转报国内收单行,在征得国家外汇管理局的批准后,再将货款汇付给境外企业的收款行。跨境结汇即货币入境,指境外资金通过售汇结算至境内账户,其一般由移动跨境电商平台发起,将相关订单信息发送给移动支付第三方平台,比对无误后,移动支付平台向银行发起结汇请求,将外币转换成人民币后再结算至企业或消费者账户中。从上述分析中可以看出,无论是对企业的支付(2B)还是对个人的支付(2C),移动跨境支付的基本流程不变,移动跨境电商平台只负责支付信息的传递,并不涉及具体的购汇与结汇业务,同时单笔支付金额一般以 5 万美元为界,超出界限的部分将需要平台进行拆单处理。

一般而言,跨境购汇和跨境结汇是跨境大额 B2B、跨境垂直 B2C 和跨境 C2C 在跨境支付时均要涉及的环节,其主要差异在于支付对象的不同。如果以企业的名义进行跨境支付,则为 2B;如以消费者个人的名义进行跨境支付,则为 2C。由于企业订单金额较大,在跨境支付时多选用网银转账的方式,方便企业入账。个人消费者多会选用具有维萨标志或万事达标志的国际信用卡绑定移动支付平台完成支付,而带有银联标志的信用卡能够支付的场景较少,尚不能取而代之。随着支付宝、微信支付的普及和消费习惯的养成,一些移动跨境电商也将其纳入支付的选择范围,以方便个人消费者。此外,由于移动跨境电子商务中的订单结算货币多样,与国际贸易中美元结算不同,因此各移动支付第三方平台均提供实时结售汇业务,方

便消费者以本国货币进行支付。

（四）质量控制比较分析

由于信息的不对称性，质量控制一直是制约电子商务发展的瓶颈。而对于移动跨境电子商务来说，由于买卖双方所在的国家对产品质量的检验标准与检验效果不同，且有不法商家利用各国之间法律的差异违法制假售假，因此质量控制是限制国内跨境电商进一步发展的痛点。如何建立海外商品的质量评价和质量控制体系、如何实现有效的售后服务是各移动跨境电商亟需解决的问题。

第三方质量检验机构是跨境大额 B2B 质量控制的主要承接方。然而国内第三方质检发展尚未成熟，其约束力和权威性仍然需要实践的检验。由于单笔订单金额较大，卖方一般都会提供较为完善的售后服务，平台只需在出现问题时协助沟通即可。

对于跨境垂直 B2C 而言，自营商品质量是其口碑建立的重要基石，是维系平台客户忠诚度的重要手段，直接影响企业核心竞争力。因此，垂直 B2C 一般会制定较为严格的自营商品质控标准，并为客户提供更加完善的售后服务，如 7 天无理由退换货、质量问题先行赔付等，其目的均是为维护自身良好的形象，避免客户大规模流失。

跨境 C2C 或跨境小额 B2B 的质量控制主要靠个人卖家的信用，这使得跨境 C2C 平台对质量的控制远不及以自营业务为主导的跨境垂直 B2C 对质量控制的程度。虽然通过对卖家实名注册和买家评价反馈可以在一定程度上淘汰不合格的卖家和商品，但这种评价信息又有可能存在大量假冒与违规刷单的问题，加之售后服务多由卖家个人承担，在跨境交易的背景下，很多买家收到货物出现问题时难以得到有效的售后服务。

四、总结与展望

本文以移动跨境电商的商业模式为研究重点，运用理论抽象与比较分析相结合的研究方法，对移动跨境电商的各类商业模式和具体运行机制进行了总结和比较研究，从盈利模式、物流仓储、跨境支付与质量控制等 4 个方面，对现阶段移动跨境电商主要采用的 3 种商业模式即载体型跨境大额交易平台（跨境大额 B2B）、垂直型跨境小额批发零售平台（跨境垂直 B2C）以及综合型跨境小额批发零售平台（跨境 C2C 或跨境小额 B2B）进行了详细的比较分析，相关总结如表 1 所示。

表 1 移动跨境电子商务的商业模式比较

	跨境大额 B2B	跨境垂直 B2C	跨境 C2C 或跨境小额 B2B
商业模式	信息中介	自营业务	导购营销
盈利模式	会员费与广告费	销售收入	交易佣金与增值服务费
物流仓储	国际物流合作与国内货运代理	国际物流合作与自建国内仓储	国际物流合作与货运仓储联盟
跨境支付	跨境购汇与结汇（2B/2C）	跨境购汇与结汇（2B/2C）	跨境购汇与结汇（2B/2C）
质量控制	第三方质量检验与卖方保障	严格控制自营产品质量	自身质量控制

移动跨境电子商务的 3 种商业模式涵盖了传统电子商务中的 B2B、B2C 和 C2C

这3个领域及国际贸易中的进口与出口两个方向,不同商业模式之间的差异主要在于平台定位与盈利模式、仓储物流和质量控制方式等方面。

首先,在平台定位与盈利模式方面,跨境大额B2B主要针对大宗商品交易,因此采用信息中介的模式为买卖双方牵线搭桥,主要盈利来自会员费与广告费;跨境垂直B2C采用自营模式,平台本身也是销售企业,销售收入构成其主要的利润来源;跨境C2C主要服务于个人买家与个人卖家,平台从中起导购的作用,并对每一笔交易收取相应的佣金或增值服务费。

其次,在物流仓储方面,3种商业模式都会选择与国际物流合作完成境外运输,但由于货物量大小不同,境内运输方式有所不同。在跨境支付方面,每一种商业模式都涉及跨境购付汇与收结汇,但由于存在外汇管制,对于单笔订单超过5万美元的,需要平台进行拆单处理。

最后,在质量控制方面,B2B与B2C都有相对可靠的质检方式,且售后服务相对较为完整,而依靠个人卖家信用进行质保的C2C模式存在明显的短板,在无可靠的第三方机构进行信用背书的情况下,很难保证商品的质量和售后服务。

移动互联网的快速发展与移动设备的飞速普及使得电子商务进一步突破了桌面互联网与固定设备的束缚,真正实现了购物的实时性与交易的自由性。伴随着跨境电子商务的进一步发展,基于移动互联网实现的跨境电商订单金额也必将逐步提升,成为未来跨境电商的主导方式。移动跨境电商的商业模式包含跨境大额B2B、跨境垂直B2C与跨境C2C3个方面,企业和个人可以根据贸易金额选择合适的移动跨境电商平台。通过本文的分析可以看出,制约移动跨境电子商务商业模式发展的主要问题来自物流仓储与质量控制2个方面。跨境大额B2B的物流仓储类似传统的国际贸易,由于订单金额较大,卖方一般都有较为完善的售后管理办法;跨境垂直B2C采用自营模式,自建仓储物流,提供售后服务。而对于移动跨境电商中存在的质量控制难题,跨境大额B2B和跨境垂直B2C通过第三方质检或自身质量控制均能使问题在一定程度上得到缓解,但未来还应进一步引入第三方质量保险作为补充。由于跨境大额B2B和跨境垂直B2C都有相对完善的物流和售后解决方案,可以预见的是,未来移动跨境电商的商业模式也将以二者为主,而跨境C2C或跨境小额B2B作为一种补充手段,通过提供差异化商品来满足消费者更细分的消费需求,以填补跨境大额B2B和跨境垂直B2C之间的商业空隙。

参考文献:

- [1] 段艳萍. 电子商务在国际贸易中的应用分析 [D]. 广东:暨南大学, 2009.
- [2] 冯凯. 基于移动互联网的跨境电子商务研究 [D]. 天津:天津商业大学, 2016.
- [3] 古春杰. 移动电子商务发展趋势研究 [J]. 电子商务, 2015,(1).
- [4] 李海莲, 陈荣红. 跨境电子商务通关制度的国际比较及其完善路径研究 [J]. 国际商务 (对外经济贸易大学学报), 2015, (3).
- [5] 刘嘉旻. 出境电子商务海关监管模式初探——以企业对消费者 (B2C) 电子商务贸易方式为例 [J]. 海关与国际商务研究 2020 年第 1 期 · 48 ·

经贸研究, 2012, 33(5).

- [6] 牟绍霞. 基于智能终端的移动电子商务商业模式研究 [D]. 山东: 山东师范大学, 2014.
- [7] 王外连, 王明宇, 刘淑贞. 中国跨境电子商务的现状分析及建议 [J]. 电子商务, 2013, (9).
- [8] 吴吉义, 李文娟, 黄剑平, 章剑林, 陈德人. 移动互联网研究综述 [J]. 中国科学: 信息科学, 2015, (1).
- [9] 杨晓芳. 基于移动互联网的新业务发展模式研究 [D]. 北京: 北京邮电大学, 2013.
- [10] 张红英. 中国 B2C 跨境电子商务的发展问题研究——以兰亭集势和全球速卖通为例 [D]. 山东: 山东大学, 2014.
- [11] 张玉忠, 袁立宇, 徐雄. 个性化推荐在移动互联网业务中的应用 [J]. 电信科学, 2012, (3).
- [12] Abbas, Asosheh. Shahidi-Nejad, Hadi, Khodkari, Hourieh. A Model of a Localized Cross-Border E-commerce[J]. Scientific Research, 2012, (4).

Research on the Business Model of Cross-border E-commerce Based on Mobile Internet

FENG Kai ZHANG Xinwei

Abstract: Cross-border e-commerce based on mobile internet is a new combination of mobile internet and international trade, as well as a refreshing way to break through the stagnant situation of current international trade. In the light of different business models of cross-border e-commerce based on mobile internet, this paper classifies the current business models into three types: cross-border large-scale B2B, cross-border vertical B2C and cross-border C2C and analyses their developing trends with the comparison of the operating mechanism of these three modes. We find that logistics warehousing and quality control are the two main restrict factors. As cross-border large-scale B2B and cross-border vertical B2C have better logistics and after-sales solutions, they will become the main mode for future development, while cross-border C2C will provide differentiated goods and services filling the commercial gap between the two. Cross-border e-commerce based on mobile internet is not only an innovation of traditional international trade in the internet era but also the inevitable development of e-commerce for the next step.

Keywords: mobile internet; cross-border e-commerce; business model

(责任编辑: 张建华)

(上接第 38 页)

Research on the Factors Affecting the Trade in Services between China and the Countries along the Belt and Road

LIU Xiuling CHEN Hao

Abstract: This paper analyzes the influence mechanism of the trade in services along the Belt and Road, and explores the pattern of services trade between China and the countries along the Belt and Road, based on the panel data of 22 countries along the routes from 2006 to 2015. It analyses the factors affecting the services trade between China and the countries along the Belt and Road, through setting up a trade gravity model taking into consideration economic development level, service industry level, openness of services trade, geographical distance, urbanization and institutional environment. According to the conclusions of the study, it puts forward the relevant policy enlightenment about promoting the development of services trade between China and the countries along the Belt and Road, and enhancing the competitiveness of China's services trade.

Keywords: the Belt and Road; services trade; gravity model

(责任编辑: 梁丽华)