

# “一带一路”背景下我国皮革产品 跨境电商创新模式研究

刘婉莹

(西安航空职业技术学院, 陕西 西安 710089)

**摘 要:** 一带一路为我国皮革产品跨境贸易发展提供了动力与活力, 不仅有助于扩大皮革产品国际市场规模, 还有助于对内推动产业结构转型优化。针对皮革产品, 分析了“一带一路”背景下皮革企业跨境电商现状, 提出了一系列科学可行的创新模式, 具体为: 制定强有力的支持政策, 推进电商平台多元发展, 建立综合型的人才结构, 构建海外仓以健全物流体系, 有效保障支付与平台安全性。

**关 键 词:** 一带一路; 皮革产品; 皮革企业; 跨境电商

中图分类号 TQ 58 文献标识码 A DOI: 10. 13536/j. cnki. issn1001-6813. 2021-003-008

## Research on cross-border e-commerce innovation model of leather products in China under the background of “One Belt One Road”

*LIU Wanying*

(Xi'an Aeronautical Polytechnic Institute, Xi'an 710089, China)

**Abstract:** One Belt One Road has provided impetus and vitality for the development of cross-border trade of leather products in China, which is not only conducive to expanding the scale of international market of leather products, but also conducive to promoting the internal transformation and optimization of industrial structure. The leather enterprise cross-border electricity situation under the background of One Belt One Road was analyzed. A series of scientific and feasible innovation models were put forward including making the specific strong support policy, promoting the diversified development of electric business platform, establishing a comprehensive talent structure, building overseas warehouse to improve the logistics system, and providing the effective guarantee for the payment and security platform.

**Key words:** One Belt One Road; leather products; leather enterprises; cross-border electricity

### 引 言

跨境电商作为新兴电子商务贸易模式, 突破了传统对外贸易海外渠道的垄断局面, 减少了中间环节, 节约了产品流转成本, 为企业增加了经济效益, 同时

也为消费群体提供了便利。当前跨境电商发展迅猛, 交易额始终呈现上涨趋势, 就外贸市场空间而言, 跨境电商也迎来了全新的黄金时代。但是当前外贸企业转型依旧受各种因素影响, 就皮革产品来讲, 皮革

收稿日期: 2020-12-09; 修订日期: 2021-01-13

基金项目: 2019 年度陕西省职业教育研究规划课题 (SZJGH19-020); 2018 年度西安航空职业技术学院院级教改课题 (18XHJG\_002); 陕西省教改课题 (19GY011)

作者简介: 刘婉莹 (1987-), 女, 硕士, 讲师, liuw7891@126.com, 研究方向为跨境电商运营、电商人才模式创新等

企业是典型的生产型产业,国内专业市场规模与影响力都非常大。在“一带一路”倡导下,在沿线国家关系愈发密切的同时,皮革产品的相关贸易产业也迎来了新发展路径,而跨境电商的全球化发展形势,对我国皮革产品跨境贸易实现进一步突破性发展具有重大现实意义<sup>[1]</sup>。

## 1 皮革产品跨境电商现状分析

一直以来,我国跨境电商贸易始终保持不断上涨的良好趋势,传统外贸模式现状则不容乐观,动力与活力明显不足,跨境电商已逐步成为我国外贸发展的新趋势。在“一带一路”背景下,我国与沿线国家的皮革产品电商贸易开始走向稳定、成熟的发展道路。相对于我国,沿线国家电商起步晚,发展缓慢,但在网络技术更新发展,以及政府对于跨境电商认识逐步优化的形势下,跨境电商在沿线国家也迎来了新高潮,而我国也将会在沿线国家拥有更为宽泛的跨境电商市场空间与发展视域<sup>[2]</sup>。对此,我国开始高度重视沿线国家跨境电商市场扩展,基于构建跨境电商平台,持续提高双方跨境电商平台建设力度与服务水平。

目前国内市场上皮革制品企业的基础设施得到了有效改善,产业体系逐渐健全,员工素质明显提升,在对外贸易中形成了强大的综合性优势。皮革制品企业也在一定程度上带动了各种生产物资与生活必需品的进口增长,在专业市场中增加了一些高科技产品进出口。由国内市场延伸到国外市场业务的流动性,跨境电子支付业务势必会涉猎收付汇与资金结售汇。就现阶段跨境电商的国际贸易市场现状而言,我国跨境电子支付业务倍受监管政策与人民币全球地位影响,在政策上逐步开放跨境支付市场的基础上,第三方非金融机构逐渐增多,尽管其丰富了跨境电子支付结算方式,促进了跨境电商发展,但也在一定程度上为支付市场引进了不良竞争,影响了支付市场的正常运行。现阶段全球经济形势依旧倍受金融危机影响,国外进口商不再只是单纯趋向于长期采购、大额交易贸易模式,开始逐步呈现出碎片化采购模式,海外进口商购买能力显著下降,以此严重影响了企业的经济效益。而且皮革制品企业跨境电商属于新兴产业,人资力量明显欠缺,大量皮革制品企业难以通过外部直接招聘经验丰富的跨境电商人才,从而制约了跨境电商的长远发展,阻碍了企业的转型升级。

## 2 “一带一路”背景下皮革产品跨境电商创新模式

### 2.1 制定强有力的支持政策

“一带一路”背景下,皮革外贸企业的转型深受政策与监督管理机制的影响<sup>[3]</sup>,因此应基于皮革产品企业案例,制定与跨境电商发展要求相符的、强有力的支持政策体系,明确规定电商主体权利与义务,科学设置信用数据信息与知识产权保护机制,为跨境电商支持政策建设提供有力依据。在确定与皮革企业规范化发展标准相符的基础上,引导政策创新优化,在跨境电商业务的整个流程中全面贯彻实施,从制度、管理、服务等角度,打破皮革外贸企业跨境电商转型的政策性困境。

在制定强有力的支持政策时,皮革产品企业应切实与全球金融组织、司法机关实时交互,以探索寻求与跨境电商创新发展相适应的国际营商氛围,创新优化管理体系,从而推动皮革企业实现健康可持续发展。与此同时,设置地方性自贸试验区,以推动贸易伙伴与皮革产品企业之间的深层次良性合作,强化二者间电商贸易的实时交互,并逐渐探索制定可靠性与稳定性较高的双向自由贸易机制,与国家市场迅速接轨,促进国际资源无缝衔接与共享交流。此外,由于皮革产品企业的跨境电商业务很有可能存在一定的矛盾<sup>[4]</sup>,应基于尊重多方主体与保护多方权益的原则,构建与国际电商企业需要相符的责任与预警机制,科学设计跨境电商处置模式,加强经营者与电商平台主体责任意识,持续健全优化产品售后服务制度,确保消费者的合法权益不受损害,并强化监督管理机构之间的联动执法效应,以保障跨境电商经营的可靠性与安全性。

### 2.2 推进电商平台多元发展

尽管我国部分电商平台逐步进入了皮革产品跨境电商活动体系,但是相较于国内电商来说,跨境电商对于电商企业的规模与实力要求都非常高<sup>[5]</sup>。这就导致一些中小型企业无法参加皮革产品跨境电商销售活动,从而大大降低了皮革产品跨境电商行业的整体活力。为了保障我国皮革产品实现跨境电商规模与影响力持续扩大,在后续工作中应适度出台行之有效的措施,加快跨境电商平台多元发展进程<sup>[6]</sup>。首先,应着重发展皮革企业跨境电商的直购直销业务,构建面向皮革产品的O2O模式展示平台;其次,政府

应鼓励、支持皮革产品跨境电商企业自行创建电商平台,以此为皮革企业的移动端跨境电商创新发展提供有力保障;再次,基于政府与企业协同努力,举办线下招商推介活动,以开展皮革产品跨境电商论坛,强化皮革产品企业的国际影响力与竞争力,从而密切国内皮革企业与“一带一路”沿线国家的关系。

### 2.3 建立综合型的人才结构

皮革产品企业可与高校建立长期合作关系,开设跨境电商专业人才培养课程,以助于培养出领域、专业、业务不同的综合型优秀人才,确保其具有较强的专业能力与职业素养。基于所开设课程,促使综合型人才同时具备国际市场与国内市场的专业知识与能力,并熟练掌握多种小语种与英语,充分了解供应链管理有关知识。此外,皮革产品企业还可输送企业已有人才进入培训机构,就实际需要开设课程,在培训结束之后输送回企业,以助于企业已有人才的专业能力与素质的提升,以此提高企业综合竞争力。由于皮革产品企业转型现状不容乐观,深受技术、人才、物流等多重因素影响,在跨境电商层面,综合型人才质量与数量难以紧追国际步伐<sup>[7]</sup>。而人才培养需消耗很多时间、精力等,且面对紧急状况时,无法迅速满足企业人才需求,对此,可以从猎头公司或者其他途径,由国外输入吸收综合型人才,从而使得皮革产品企业拥有高水平、高能力、高素质人才,避免跨境电商转型时人才严重缺失的现象。

### 2.4 构建海外仓健全物流体系

当前皮革产品物流模式大体有邮政业务、国际快递、第三方物流模式,垂直型皮革产品跨境批发零售模式,口岸主导式物流模式。其中,邮政业务由于便捷、成本低,被划分为当前跨境电商主要物流模式,国际快递比较适用于出货时间比较短且价值较高的生鲜类产品,为皮革产品跨境电商物流服务的第三方物流企业相对较少<sup>[8]</sup>。皮革产品跨境电商物流体系构建,需以建设完善且强有力的物流基础设施为前提,在“一带一路”倡议下,我国与沿线国家陆路与水路均相互连通,因此需强化多种运输方式相关的基础设施建设。在此基础上,还需加快皮革产品物流的信息化建设进程,尤其是物流信息采集与分类处理,物流单据传输与跟踪反馈等整个信息系统建设,以确保可

全程掌握皮革产品物流动态信息,从而实现物流效率提升与物流成本降低。与此同时,极力发展海外仓,创新独具特色的物流模式,以提升物流配送效率与质量。海外仓的构建,既利于跨境电商企业节省成本,又利于国外消费群体及时收到产品,有效简化了整个交易流程,缩短了交付时间。

### 2.5 有效保障支付与平台安全性

在“一带一路”背景下,皮革产品企业跨境电商最关键的安全问题主要体现在跨境电商电子支付部分,此环节倍受企业与消费群体等主体的关注,怎样在跨境电商电子支付时保护主体信息安全性,一直都是外贸企业最为注重的问题<sup>[9]</sup>。消费者信息与支付信息都属于敏感且机密信息,对此,可引进数据加密技术针对信息进行加密处理,并基于安全协议,传输加密信息,接收方通过同样的方式接收机密信息,在保障信息安全的基础上,确保满足各方主体对于信息完整性的要求。在跨境电商业务中,在信息加密的前提下,为进一步确保信息传输者与接受者之间的信任,还需在信息文件中添加个人标注,以保障信息真实性与有效性。所添加的个人信息他人无法伪造,以此方式保证所传输信息内容只准许传输者与接受者双向了解,从而确保信息充分安全。就皮革产品企业跨境电商电子支付问题,可采用 SET 安全协议,其是当前使用最为频繁且最有效的在线支付安全协议,其既可保障消费者的账号与密码安全,又可在消费者支付前加密保护个人信息,以防止泄露,确保个人信息只基于消费者与银行实时传输,可切实避免商家或者第三方以非法手段获取消费者个人信息。SET 安全协议认证流程<sup>[10]</sup>如图 1 所示。

SET 安全协议明确规定了全部交易方式的安全交易流程,确保数据信息安全与完整,数据安全以数字信封与双重签名的方式加以保障,还可避免交易时发生抵赖现象。

## 3 结 论

综上所述,在与国际贸易市场逐渐接轨的趋势下,跨境电商逐步兴起,发展成了前景良好,深受青睐的新型产业,其推动了国际外贸进出口,满足了国内外人们的生产生活需求。“一带一路”背景为我国跨境电商创新发展奠定了坚实的经济与政治条件,使得

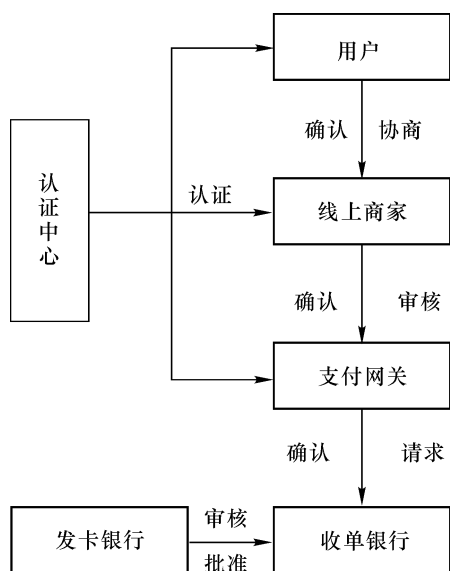


图1 SET流程示意图

Fig. 1 SET flow diagram

外贸企业迎来了全新发展机遇。据此,本文针对“一带一路”背景下皮革企业跨境电商现状,提出了一系列切实可行、科学有效的创新模式及建议,以期能够在一定程度上为皮革企业实现跨境电商的创新发展提供有利帮助。

### 参 考 文 献

- [1] 王筱敏.跨境电商平台商业模式创新研究——以速卖通为例[D].浙江:浙江工业大学,2016.  
Wang X M. Research on cross-border e-commerce platform business model innovation: A case study of aliexpress [D]. Zhejiang: Zhejiang University of Technology, 2016.
- [2] 耿世慧.基于扎根理论的跨境电商供应链模式创新研究[J].商业经济研究,2018(18):96-98.  
Geng S H. Research on cross-border e-commerce supply chain model innovation based on grounded theory [J]. Research on Business Economics, 2018(18):96-98.
- [3] 徐冉.“一带一路”背景下河南省农产品跨境电商物流系统优化研究[J].经济研究导刊,2020(9):61-62,69.  
Xu R. Optimization of cross-border e-commerce logistics system for agricultural products in henan province under the background of "One Belt and One Road" [J]. Guide to Economic Research, 2020(9):61-62,69.
- [4] 吴俊红.“一带一路”背景下我国农产品跨境电商发展的问题与对策[J].农业经济,2017(7):115-116.  
Wu J H. Problems and countermeasures of cross-border e-commerce development of agricultural products in China under the background of "One Belt and One Road" [J]. Agricultural Economics, 2017(7):115-116.
- [5] 马静怡.“一带一路”背景下黄河流域农产品跨境电商物流系统构建研究[J].对外经贸实务,2019(8):89-93.  
Ma J Y. Research on the construction of cross-border e-commerce logistics system for agricultural products in the Yellow River basin under the background of "One Belt and One Road" [J]. Foreign Economic and Trade Practice, 2019(8):89-93.
- [6] 杨吉.“一带一路”倡议下我国农产品跨境电商发展研究[J].江西农业,2020(6):139-140.  
Yang J. Research on the development of cross-border e-commerce of agricultural products in China under the One Belt and One Road initiative [J]. Jiangxi Agriculture, 2020(6):139-140.
- [7] 周叮波.“一带一路”背景下中国与东盟农产品跨境出口电商模式创新[J].商业经济研究,2018(4):141-144.  
Zhou D B. Innovation of e-commerce model of cross-border agricultural exports between China and asean in the context of "One Belt and One Road" [J]. Research in Business Economics, 2018(4):141-144.
- [8] 冯琳.外贸企业发展跨境电商的现状及其转型升级对策——以皮革制品企业为例[J].中国皮革,2020,49(10):64-68.  
Feng L. Current situation of foreign trade enterprises developing cross-border e-commerce and its transformation and upgrading countermeasures: A case study of leather products enterprises [J]. China Leather, 2020, 49(10):64-68.
- [9] 方贝贝.“一带一路”背景下茶叶产品跨境电商模式研究[J].福建茶叶,2018,40(1):44-45.  
Fang B B. Research on cross-border e-commerce model of tea products under the background of One Belt and One Road [J]. Fujian Tea, 2018, 40(1):44-45.
- [10] 丁珏.“一带一路”倡议下浙江跨境农产品电商发展态势分析[J].经济论坛,2020(5):98-104.  
Ding J. Development trend analysis of cross-border agricultural products e-commerce in Zhejiang under the "One Belt and One Road" initiative [J]. Economic Forum, 2020(5):98-104.