

## “一带一路”背景下中俄跨境电商发展的 机遇、挑战与对策

姜 岩 郭连成 刘 慧

**【内容提要】** 近年来,中俄两国的贸易规模持续扩大,俄罗斯目前已成为“一带一路”沿线国家与中国跨境电商交易规模最大的国家。中俄跨境电商在获得快速发展的同时,也面临着来自电商交易平台单一尚需完善、商品结构不尽合理、支付体系有待健全、物流成本较高且效率偏低以及俄跨境电商政策不确定性所带来的潜在风险等诸多方面的挑战。为解决这些制约中俄跨境电商深入发展的问题,应采取以下有效措施:进一步优化中俄跨境电商的平台运营模式,加强第三方服务平台建设;不断丰富中俄跨境电商的商品结构,促进中俄双边贸易共同发展;引入大数据、物联网等先进科学技术,完善中俄跨境电商的支付体系;加强中俄跨境电商的物流系统建设,拓宽双方跨境物流的运输渠道,优化跨境物流的通关服务体系,搭建综合的跨境物流服务平台。此外,还应建立健全中俄跨境电商的信用体系,加强专业人才培养。

**【关键词】** 中国 俄罗斯 跨境电商 跨境物流 “一带一路”

**【基金项目】** 国家社会科学基金重大项目《建设面向东北亚开放合作高地与推进新时代东北振兴研究》(项目编号:20&ZD098);国家社会科学基金后期资助重点项目《俄罗斯经济发展道路与发展态势论析》(项目编号:19FGJA002)。

**【作者简介】** 姜岩,大连交通大学“一带一路”研究院常务副院长、教授、博士;郭连成,东北财经大学国际经济贸易学院研究员、博士生导师,大连交通大学特聘教授,“一带一路”研究院首席专家;刘慧,大连交通大学经济管理学院硕士研究生。

“一带一路”倡议的提出及由“大写意”向“工笔画”的有效推进,得到了

包括俄罗斯在内的沿线国家的大力支持。作为“一带一路”倡议的重要支点国家和中蒙俄经济走廊建设的重要通道,俄罗斯不仅拥有广袤的消费市场,还拥有巨大的经济发展潜力。近年来,在“一带一路”国际合作背景下,中俄全面战略协作伙伴关系发展迅速,两国的经济合作日益密切。2013~2019年,习近平主席访俄8次,中俄两国元首会晤高达30次。在坚实的合作关系基础上,中俄双边贸易规模持续扩大,俄罗斯已经成为“一带一路”沿线国家中与中国跨境电商交易规模最大的国家。在俄罗斯跨境电商的交易订单中,中国商品订单占比高达80%,中国是俄罗斯跨境电商市场份额最高的国家。为促进双方跨境电商发展,中俄两国政府于2018年6月签署了《关于电子商务合作的谅解备忘录》,明确两国将继续深化电子商务合作机制,共同推动跨境电商领域合作,并把推进贸易自由化和便利化作为中俄跨境电商合作的重点内容。在“一带一路”倡议和“互联网+”的浪潮推动下,中俄跨境电商发展迅速,跨境电商平台的发展模式不断升级,跨境物流基础设施建设也日益完善,为中俄跨境电商的进一步发展提供了更加广阔的平台。但是,中俄跨境电商的发展背后也面临着来自跨境贸易平台相对单一、商品结构不够合理、跨境物流成本较高、跨境支付存在风险和专业人才短缺等诸多方面的挑战。如何抓住“一带一路”建设带来的重大机遇,通过政策红利应对中俄跨境电商发展中面临的挑战,已经日益引起学术界的广泛关注。与此同时,企业如何根据跨境电商市场发展的趋势和自身资源打造高效的电商服务平台,对企业自身的良好发展和中俄两国跨境贸易的进一步扩展也具有极其重要的意义。

## 一 中俄跨境电商相关研究综述

自2015年以来,在“一带一路”倡议的推动下,中俄跨境电商进入快速发展阶段,吸引了越来越多的学者对该领域展开研究。通过中国知网(CNKI)查询到的“一带一路”背景下中俄跨境电商主题词的文献共有267篇,这些文献涉及交通运输经济学、金融学、企业经济、互联网技术和外国语言文学等多个学科领域。作者通过对上述相关文献资料的系统整理和分析,将中俄跨境电商研究归纳为如下四个方面。

### (一) 中俄跨境电商发展优势及机遇研究

中俄跨境电商近年来能够发展如此之快,主要得益于其兼具内部优势与外部机遇。首先,俄罗斯国内经济结构不平衡,轻工业基础设施比较落后,而中国在制造业领域却有着独特的优势,中俄两国能够在经济资源方面形成互

补。因此,建立完善的跨境电商平台,有助于促进中俄商品的流通<sup>①</sup>。其次,俄罗斯强大的消费市场为跨境电商的发展创造了先决条件。在国内经济不景气的情况下,实际可支配收入下降的俄罗斯消费者从线下逐步转到线上,在此过程中,中国电商在俄罗斯的市场份额呈不断上升之势<sup>②</sup>。再次,不断完善跨境支付和跨境物流系统建设为跨境电商的发展提供了重要的保障。近年来,中俄跨境电商贸易正以每年50%的速度不断上涨,网络在线支付日渐完善,跨境物流线路逐步增多<sup>③</sup>。此外,中国和俄罗斯在物流、支付和仓储等环节的合作都有实质性进展,并且不断转化为新时期两国贸易增长的新动力<sup>④</sup>。如果在网上购物不超过4万卢布(约合54美元),则无须在交付商品时支付关税,这也是俄罗斯居民对在中国网上商店进行跨境购物感兴趣的原因。最后,“一带一路”倡议释放的政策红利可以为跨境电商的发展保驾护航。为促进双边经贸合作快速发展,中俄两国政府签署了一系列关于促进两国跨境电商发展的合作文件,这为进一步深化两国经贸合作与交流提供了法律支撑和制度保障<sup>⑤</sup>。总之,“一带一路”的区位优势、信息技术的快速发展、电商市场的巨大潜力、基础设施的不断完善和国家层面的政策保障等都为中俄跨境电商的发展创造了良好的机遇<sup>⑥</sup>。中俄跨境电商凭借其独有的优势和良好的机遇,双边的网上销售额今后会继续增加,电子商务将成为最有希望的业务发展领域之一<sup>⑦</sup>。在俄罗斯,电子商务份额约占零售业总额的4%,但与此同时,俄罗斯却是在线贸易增长率最高的国家之一。2018年,外国和本地投资者在俄罗斯在线交易市场上投资超过7.5亿美元<sup>⑧</sup>。

---

① 哈里托诺夫·艾安(Kharitonov Aian):《中俄电子商务市场对比分析》,哈尔滨工业大学2016年硕士学位论文。

② 李洋:《俄罗斯电商贸易现状与中俄跨境电商贸易合作》,《东北亚经济研究》2017年第3期。

③ 易海峰:《中俄跨境电商贸易发展的前景分析》,《对外经贸实务》2017年第4期。

④ 同②。

⑤ 彭子、陈梦:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展策略研究》,《物流科技》2020年第6期。

⑥ 俞容龄:《“一带一路”倡议下内陆地区亟须发展跨境电子商务》,《中国发展观察》2015年第9期。

⑦ J. V. Gnezdova, V. I. Barilenko, N. N. Semenov, Current Trends in the Development of Russia's E-commerce Sector, European Research Studies Journal, 2017, No. 4.

⑧ Электронная коммерция в России. <https://yandex.ru/turbo/adindex.ru/s/specprojects/market-6/commerce/index.phtml>

## (二) 中俄跨境电商发展模式研究

在跨境电商不断发展的过程中,消费者对商品多样化和个性化的追求不断提升。为了迎合消费者不断变化的需求,中俄跨境电商的发展模式也逐渐向多元化的方向迈进。目前 B2B(Business-to-Business,企业之间的电商交易)、B2C(Business-to-Consumer,企业与消费者之间的电商交易)、B2B2C(Business-to-Business-to-Consumer,供应商、电商企业与消费者之间的电商交易)、C2C(Consumer-to-Consumer,消费者之间的电商交易)、M2C(Manufacturers-to-Consumer,生产厂家与消费者的电商交易)和 O2O(Online-to-Offline,线上线下一体化)是中俄跨境电商的主要交易模式<sup>①</sup>。为进一步提高物流效率和服务水平,中俄跨境电商发展的新趋势则是采用海外仓模式。海外仓的构建主要有三种方式,分别为自建海外仓、与专业公司合作和提供“一站式”的配套服务<sup>②</sup>。基于海外仓和共享仓的集约化发展模式较为理想的是 M2B2C(M 为外贸出口商或者制造企业,B 为海外执行环节,C 为俄罗斯消费者)和 B2S2C(S 为仓库)模式,通过采用这种综合服务型的海外仓模式有利于减少自建海外仓的成本,提高资源利用率,同时还能够为客户提供一种良好的购物体验<sup>③</sup>。伴随“一带一路”和“互联网+”战略的深入发展,借助物联网、云计算、大数据等现代信息技术建设中俄跨境电子商务云服务平台模式,包括物流信息平台、支付结算平台、通关信息平台和信用认证平台模式,从而实现“一站式”服务将成为企业发展迫切的需求<sup>④</sup>。因此,应抓住中俄跨境电商发展的机遇,充分利用现有的社会资源,不断探索跨境电商发展的新模式,持续推动中俄两国双边贸易结构的优化。

## (三) 中俄跨境电商发展影响因素研究

把握中俄跨境电商发展的影响因素,是促进跨境电商深入发展的关键。相关学者对此进行了研究。刘家国等人采用扎根理论方法构建了中俄跨境电子商务的影响因素模型,并通过理论饱和度检验得出宏观环境、行业竞合

<sup>①</sup> 顾晓滨:《黑龙江省跨境电子商务发展现状及对策研究》,《对外经贸》2015 年第 10 期。

<sup>②</sup> 刘祎:《“一带一路”背景下中俄跨境电商海外仓的建设对策》,《当代经济》2018 年第 9 期。

<sup>③</sup> 景侠、王馨桐、梁颖:《“一带一路”视域下中俄跨境电商发展面临的挑战及实现路径》,《哈尔滨商业大学学报(社会科学版)》2019 年第 3 期。

<sup>④</sup> 李建军、苏泺元、杨玉:《“一带一路”战略视域下中俄跨境电商云服务平台发展模式研究》,《商业经济》2017 年第 2 期。

关系、企业自身对俄业务开展能力和跨境实现中介4个影响中俄跨境电商发展的主范畴因素<sup>①</sup>。刘珣则通过灰色关联分析法进行实证分析,得出人均GDP、进出口贸易额、俄罗斯网络渗透率(网民/人口)、俄罗斯网购比例(网购用户/网民)和俄罗斯电子商务贸易总额5个显著影响中俄跨境电商发展的因素<sup>②</sup>。此外,还有学者的研究运用固定效应方法选取相关指标分析“一带一路”沿线国家跨境电商贸易发展的影响因素,并得出政策透明度和互联网渗透率指标会对其产生正向影响的结论<sup>③</sup>。由于中俄目前缺乏自由贸易安排,海关通关效率和税收的潜在变化正在提高中俄跨境电子商务的成本<sup>④</sup>。上述中俄跨境电商发展的影响因素均涉及宏观范畴,而从微观层面来看,价格因素仍是当前影响俄罗斯消费者跨境网购的重要因素。俄消费者通过网站跨境购物时,看重的因素分别是商品的价格、品牌和消费者的评价。尽管中国商品凭借价格优势可以获得俄消费者的青睐,但也有一些俄消费者更看重商品质量,这就使商品的品牌价值得以显现<sup>⑤</sup>。通过对中俄跨境电商发展状况进行全方位的研究分析,确定影响其发展的关键因素,从而提出有针对性的发展策略,对中俄跨境电商的未来发展具有重要意义。

#### (四) 中俄跨境电商发展阻碍因素研究

中俄两国跨境电商的发展水平差异较大。2012年以来,俄消费者主要通过跨境电商平台购买中国的电子产品、服饰和化妆品等。但目前俄电商平台的发展尚处于劣势。首先,俄罗斯向国外出售商品的程序复杂、通关费用高、缺少完善的监督体系,从而导致俄品牌的国际化发展受阻。如果这种不平衡的经营条件继续下去,外国企业很有可能会占据俄罗斯的整个互联网市场<sup>⑥</sup>。其次,俄罗斯消费者对在线购物缺乏信任。通过对1499名没有在线交易经历的俄罗斯消费者研究发现,其主要顾虑是担心在线购物无法感知商

① 刘家国、刘巍、刘潇琦等:《基于扎根理论方法的中俄跨境电子商务发展研究》,《中国软科学》2015年第9期。

② 刘珣:《中俄跨境电商发展与潜力分析》,《俄罗斯东欧中亚研究》2018年第2期。

③ 李艳:《“一带一路”主要国家贸易便利化对我国跨境电子商务交易规模的影响研究》,大连海事大学2018年硕士学位论文。

④ 张雪梅、李海峰、陈虹:《“一带一路”背景下中俄跨境电子商务发展研究》,《现代营销(信息版)》2019年第6期。

⑤ 许永继:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展面临的风险及路径选择》,《学术交流》2020年第2期。

⑥ J. V. Gnezdova, V. I. Barilenko, N. N. Semenov, Current Trends in the Development of Russia's E-commerce Sector, European Research Studies Journal, 2017, No. 4.



品的真实性,使用信用卡支付的风险性高等,从而使他们对网购的方式提出质疑<sup>①</sup>。同时,由于在跨境电商平台购买的商品出现退货时缺乏通用的退货规则,买卖双方发生争端时也没有规范的在线预审和仲裁机制,这也导致俄罗斯消费者对在线商店的投诉增加<sup>②</sup>。最后,中俄跨境电商在发展中出现了交易平台模式单一、支付体系不健全、物流基础设施不完备、通关效率低下、市场监管不到位和缺乏政策保障等多方面的问题。以跨境物流方面为例,由于俄罗斯的市场较为分散,中国发往俄罗斯的货物在物流配送方面存在一定难度:一方面,物流配送时间较长,发往俄罗斯的货物通关时间一般需要 20~60 天,这导致大量货物积压在海关,送达客户手中的时间较长;另一方面,物流配送效率较低,由于俄罗斯基础设施相对落后,铁路干线也不够发达,导致物流运输和配送缺乏时效性。根据有关调研显示,俄罗斯目前共有 12 个海外仓(其中莫斯科 8 个,远东地区 1 个),如果采用“白色清关”方式,不仅花费成本高,而且程序复杂、周期长,因此,尽管存在较大风险,很多客户还是无奈转向“灰色清关”。伴随俄罗斯消费者对跨境商品服务需求的不断上升,跨境商品的物流配送和售后服务已很难满足消费者的需求,尤其在远东地区仅建有 1 个海外仓,更难以满足该地区消费者快速发展的网购需求,也难以实现对该地区经济发展的拉动作用<sup>③</sup>。

从现有文献研究来看,对中俄跨境电商领域已有不少学者进行了相关探索,并取得了一系列研究成果。然而从总体看,对“一带一路”国际经济合作背景下中俄跨境电商发展问题的研究尚处于起步阶段,更缺乏深入系统的实证性分析。尤其是在“一带一路”倡议背景下如何推动中俄跨境电商快速和规模化发展方面,仍存在很大的研究空间。

## 二 “一带一路”倡议背景下中俄跨境电商的快速发展

俄罗斯地处新亚欧大陆桥经济走廊的必经之地,是“一带一路”沿线的重要国家和欧洲互联网用户最多的国家,拥有发展跨境电商的巨大市场潜力。

---

① Santiago Iglesias – Pradas, Félix Pascual – Miguel, Ángel Hernández – García, Julián Chaparro – Peláez, Barriers and Drivers for Non – shoppers in B2C E – commerce: A Latent Class Exploratory Analysis, Computers in Human Behavior, 2013, No. 2.

② 许永继:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展面临的风险及路径选择》,《学术交流》2020 年第 2 期。

③ 同②。

2013年的乌克兰危机促使美国等西方国家对俄罗斯实施严厉的经济制裁,引发俄货币卢布的汇率持续下降,对俄罗斯人的日常生活产生了严重影响,进而导致俄消费者对消费品价格更为敏感,促使其将购买视野转向以中国为代表的产品价格相对便宜的跨境商品国家,从而使中俄跨境电商获得了巨大的发展。而且,由于俄罗斯国内轻工产业不够发达,生活用品较为缺乏,虽然近年俄积极推行进口替代政策,但总体收效甚微,目前日用品等商品品类进口依赖度依然较高。这就为在价格和服务方面具有比较优势的中国跨境电商进入俄罗斯市场带来了巨大的机遇,俄罗斯因此也成为中国最为重要的跨境电商交易目标市场。

### (一) 中俄跨境电商贸易规模增长迅速

在全球跨境贸易不断增长的背景下,俄罗斯电子商务市场也随之迅速发展,这就为俄跨境电商市场提供了崭新的机遇,包括中国电商企业在内的越来越多境外企业进军俄电子商务市场,极大促进了俄罗斯经济的发展。俄电子商务企业协会(AKIT)的数据显示,2018年俄电商市场规模高达1.66万亿卢布(约合255亿美元),创造了59.3%的空前增长率,并且近三年的市场平均增长率约为20%<sup>①</sup>。此外,据“eShop World”数据显示,2018年俄电商零售额占其零售总额比重为1.9%,而全球平均水平为6.5%,与国际平均水平相比,俄电商零售额占零售总额的比重仍然很低<sup>②</sup>。然而,据俄罗斯专家预测,到2023年,俄B2C网上交易市场将增至2.4万亿卢布(约合325亿美元),占零售总额的比重达到6%<sup>③</sup>。另据预测,到2024年俄罗斯电子商务市场规模将达到3.5万亿卢布(约合488亿美元)<sup>④</sup>。在跨境电商方面,2017年俄罗斯联邦的跨境互联网商品贸易量增长了24%,达到3743亿卢布(约合52亿美元),而市场的增长主要来自中国的在线商店。以货币计算的市场总量一半以上购买的是服装、鞋类、电子产品和家用电器,并且市场还会继续增长,到2021年其交易量将达到2017年水平的177%<sup>⑤</sup>。

---

① 《2018年俄罗斯电子商务市场规模达255亿美元》, <https://www.ebrun.com/20190625/339090.shtml>

② 郭稳:《“一带一路”背景下中俄跨境电商发展》,《中国经贸导刊》2018年第31期。

③ Электронная коммерция в России. <https://yandex.ru/turbo/adindex.ru/s/specprojects/market-6/commerce/index.phtml>

④ 同③。

⑤ Российский рынок трансграничной Интернет – торговли в 2012 – 2021 гг. [https://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/](https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/)

近年来,俄罗斯和蒙古国积极响应并参与“一带一路”倡议,中、蒙、俄三国以中蒙俄经济走廊建设为核心深入开展经贸合作,有力促进了跨境电商的快速发展。作为“一带一路”沿线国家中跨境电商发展潜力最大的市场,俄罗斯的跨境电商交易发展迅速。相关数据显示,来自中国跨境电商企业的订单已占据俄电商市场订单总量的80%以上。就包裹数量来看,中国电商企业发往俄罗斯的包裹数量最多,占境外对俄包裹总量的90%;其次为欧盟,占4%;美国排在第三位,占2%;其他国家则共同分享4%的份额。就市场交易规模来看,俄罗斯消费者在中国的购物支出比重已超过50%,其余依次是欧盟、美国和其他国家<sup>①</sup>。根据中国电子商务协会发布的统计数据,中俄跨境电商交易额呈现逐年上升态势:2015年为27.2亿美元,2016年小幅回落至25亿美元,2017年达到35亿美元,2018年增至40亿美元,2019年则突破50亿美元。2020年受新冠肺炎疫情影响,中俄跨境电商交易规模将进一步增长。由此也说明俄罗斯的电子商务市场仍有颇为利好的发展机会,中俄跨境电商交易的规模无疑也必将持续增长。

## (二) 中俄跨境电商的交易平台不断完善

互联网信息技术的高速发展使中俄两国的网购消费者规模不断扩大,随之也涌现了一大批跨境电商平台。根据分析公司“Data Insight”的数据,截至2018年年初,俄罗斯至少有30万家具具有在线商店功能的网站在运营。俄消费者访问量较高的电商平台有“速卖通”(AliExpress)、“Ozon”、“Eldorado”、“Wildberries”、“Joom”、“Lamoda”和“Yandex. Market”等(见表1)。俄罗斯跨境电商交易72%的份额由“速卖通”、“Amazon”和“Ebay”三家平台占据。其中,被称为国际版淘宝的“速卖通”于2012年正式进入俄罗斯,用了不到5年的时间,在俄用户已超过2200万,并于2015年在莫斯科正式成立俄罗斯分公司。“速卖通”凭借物美价廉的商品和优质的物流服务已成为俄罗斯最大及最受欢迎的跨境电商交易平台。目前,中国对俄跨境电商交易平台的数量也逐渐增多,主要包括国内各级政府牵头搭建的电子商务服务平台(如黑龙江省绥芬河市重点打造的“一路网”、“幸福边城”和“阿拉丁”等平台)以及由京东、阿里巴巴等电子商务龙头企业运营建设的服务平台。中俄跨境电商通关服务平台2015年在绥芬河开通后,可将货物通关、跨境支付、结汇退税一次性完成,实现了对俄跨境电商服务平台的全面升级。近年来,伴随中

<sup>①</sup> 许永继:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展面临的风险及路径选择》,《学术交流》2020年第2期。



俄跨境电商的快速发展,越来越多的对俄电商交易平台陆续上线,如“俄优选”和“俄品多”等。其中“俄品多”现已发展成为国内最大的对俄 O2O 跨境电商交易平台。在消费者需求多样化和同行竞争的驱动下,中俄跨境电商的交易平台正在不断发展成熟。

表 1 俄罗斯主要跨境电商平台

电商平台	成立时间	销售品类	优势
“速卖通” (AliExpress)	2010 年	综合品类	通过支付宝国际账户进行担保交易,使用国际快递发货,是全球第三大英文在线购物网站。
“Ozon”	1998 年	综合品类	第一家也是领先的俄罗斯在线零售商,并且是俄最大的在线多品种电子商务平台之一。
“Lamoda”	2010 年	综合品类, 提供超过 200 万种产品	拥有完善的基础设施:强大的 IT 平台、仓库综合体、送货服务、呼叫中心和照相馆。此外,还提供导购服务、为顾客出谋划策、及时退换货服务等。
“UMKA”	2016 年	综合品类,涵盖电子产品、家庭用品、影音器材、户外运动和汽车配件等	俄语地区最大的中国商品在线购物网站之一,依托完善的仓配物流体系和管理团队本土化的核心优势,为消费者提供多种支付、退换货和专业客服等高标准化的本地化购物体验。
“Joom”	2016 年	综合品类, 提供超过 930 万种产品	定位于移动端购物平台,目标群体主要针对俄罗斯消费者,其平台上来自中国的卖家超过 90%,是中国跨境卖家热衷的平台之一。
“Wildberries”	2004 年	俄本土鞋类、服饰和品牌配件等	俄罗斯本土服饰和鞋类的在线销售平台,提供全国免运费快递服务。
“Yandex. Market”	2018 年	综合品类	比价购物网站,是俄最大的跨境电商企业,货源多且价格便宜,支持多种下单方式。

资料来源:作者根据亿邦动力网相关资料整理, <https://www.ebrun.com>

### (三) 中俄跨境电商的商品种类日趋丰富

俄罗斯在轻工业方面的基础比较薄弱,而中国由于劳动力资源比较充足,具有完整的制造业产业链和丰富的产品品类,在该领域有着较强的竞争力。由于中俄两国的经济结构和资源结构不同,因此,发展跨境电商能够促进两国之间的合作并使双方得到互补。目前,中俄跨境电商平台上热销的商品种类主要包括服装鞋帽、电子产品、美容化妆品、家居用品和汽车配件等,这几类商品占有较大比重。根据“AKIT”提供的数据显示,2018年,深受俄罗斯消费者欢迎的中国商品类别主要包括服装和鞋类(38%)、电子产品和家用电器(33%)、香水和化妆品(8%)、汽车零部件(4%)以及其他商品(12%)<sup>①</sup>(见表2)。另据“ROMIR”的数据,2018年俄罗斯在线快速消费品市场与2017年相比平均增长32.2%,而食品类的增速超过了平均增长率,达到了40%(其中新鲜食品增长51%),而非食品类其他类别的增长为31.2%,服装和鞋类的增长为13.2%<sup>②</sup>。根据上述数据,食品这一子类别已经成为俄罗斯整个快速消费品的主要增长动力之一。此外,随着卢布汇率下跌,中俄跨境电商出现另一个趋势,即贸易流向改变——通过电商平台从俄出口到中国的商品明显增多,生态环保的蜂蜜、面粉、果汁、糖果、天然护肤化妆品以及转口的皮革制品、欧美奢侈品等产品日益受到中国网购消费者的欢迎。同时,非实物网络服务也日趋丰富,其中旅游、酒店和机票等服务所占比重最大,越来越多的俄罗斯消费者加入网络订购行列。在“一带一路”政策红利的驱动下,中俄两国的中小企业正凭借跨境电商的销售渠道迅速拓展国际业务,未来两国跨境电商贸易的商品种类也将进一步丰富。

表2 俄罗斯消费者跨境购物的中国商品种类

商品种类	占比(%)
电子产品和家用电器	33
服装和鞋类	38
汽车零部件	4
香水和化妆品	8
家居产品	3
体育用品	2
其他	12

资料来源:同表1。

① 《2018年俄罗斯电子商务市场规模达255亿美元》, <https://www.ebrun.com/20190625/339090.shtml>

② 同①。

#### (四) 中俄跨境电商的支付方式日益多元化

支付体系是保障跨境电商顺利、安全交易的重要条件,近年来中俄双方都在致力于加强支付体系建设,跨境电商交易的支付方式日益多元化。

俄罗斯方面,俄罗斯消费者由于缺乏对网上支付的信任,并且办理网上支付的程序比较烦琐,所以大都选择现金到付的方式。但随着第三方支付平台的不断完善,越来越多的消费者开始使用网上结算的方式。目前,俄罗斯比较流行的第三方支付工具有“Qiwi”、“Yandex. Money”和“WebMoney”。其中,“Qiwi”类似于拉卡拉与支付宝的结合体,它可以让消费者在线上、线下或者通过手机完成支付。“Qiwi”作为俄罗斯最大的第三方支付工具,其操作流程比较简便,且不需要保证金,因而受到俄消费者的普遍信任。“Yandex. Money”成立于 2002 年,它是俄罗斯首个电子支付系统。买家注册后,即可通过俄罗斯所有地区的支付终端、电子货币、预付卡和银行转账(银行卡)等方式向钱包内充值,支持美元和卢布等交易币种,并且能够实现即时到账。“WebMoney”是俄罗斯最为普及的第三方支付工具,是由“WebMoney Transfer Technology”公司开发的一种在线电子商务支付系统,其安全系数较高,可以在包括中国在内的全球 70 个国家使用。除了以上三种主流支付方式外,俄罗斯还有其他的支付方式,如“RBK Money”、“Robokassa”、“PayU”、“PayOnline”和“MoneyMail”等,但相对而言,这几种支付方式在俄罗斯的普及率并不高。

中国方面,哈尔滨银行自主开发的中俄跨境电商在线支付平台于 2015 年 3 月正式上线,它与俄罗斯联邦储蓄银行和阿尔法银行等俄罗斯大型银行进行合作,能够提供 20 多种境外支付方式,它不仅支持跨境在线快捷支付收单,还支持俄境内的移动支付,成为跨境电商企业高效利用的支付平台。2015 年 9 月,绥芬河市政府与北京易支付科技有限公司共同开发了专门针对俄罗斯市场的跨境电子商务平台“绥易通”。该平台可以为绥芬河本地企业提供对俄跨境支付,大大降低了使用费率,为用户提供了更加可靠的支付保障系统,成为帮助“中国制造”销往俄罗斯的便捷专业平台。此外,作为俄最受欢迎的“速卖通”在线交易平台,它的主要支付方式为支付宝国际账户(Alipay Account)。与国内支付宝不同,它只用于跨境交易,而且是一种美元与人民币并存的双币种账户。此外,2018 年 5 月,中国敦煌网(DHgate.com)与俄罗斯在线支付平台“Yandex. Money”开展合作,俄消费者可以通过该支付平台实现多种付款方式,从而实现了支付形式的多样化。

#### (五) 中俄跨境电商的物流模式逐步成熟

中俄跨境电商的物流模式主要分为五大类:第一类为邮政小包形式,因

其时效快、价格低的优势而被广泛使用。据不完全统计,中国跨境电商出口业务中有 70% 的包裹选择邮政快递。第二类为国际快递,联邦快递、联合包裹、敦豪速递和天地快运四家快递公司占据了中俄绝大多数国际快递的市场份额。国际快递凭借其强大的信息支持系统,为网购中国产品的俄罗斯消费者提供了优质的物流服务。第三类为专线物流模式,目前,俄罗斯专线是业内使用最普遍的物流专线之一,中环运控股集团有限公司的“俄邮宝”、俄速通国际物流有限公司的“Ruston”中俄专线都属于跨境专线物流推出的特定产品。第四类为海外仓模式,卖家通过自建或租赁俄罗斯当地的仓库将货物提前运输到海外仓进行存储,当买家有需求时第一时间作出响应。采用海外仓的方式可以降低物流运输成本,提高售后服务水平,提升顾客满意度,但也存在货品积压的风险。第五类为国内快递的跨国业务,顺丰的国际化业务相比于“三通一达”(即申通快递、圆通快递、中通快递和韵达快递)等快递企业要成熟些,发往亚洲国家的快件一般 2~3 天即可送达,而且启动了中国大陆至俄罗斯的跨境 B2C 航空专线服务,跨境物流系统的建设对跨境电商的发展起到直接的影响作用(见表 3)。

表 3 中俄跨境电商物流模式对比

项目	邮政小包	国际快递	专线物流	海外仓	国内快递的跨国业务
价格	低	高	较高	较低	较高
时效性	慢	快	较快	快	较快
清关风险	低	高	较高	较低	高
派送范围	最广	较广	有限	较广	有限
丢包率	一般	低	较低	低	较低

资料来源:作者根据敦煌网相关资料整理, <https://www.dhgate.com>

#### (六) 中俄跨境电商的支持政策不断完善

作为新型的经济形态与商业模式,跨境电商具有全球化、开放性、低成本和高效率等显著特点,其在推动经济增长方式转变、产业结构调整 and 促进国际贸易发展等方面可以发挥重要作用。在传统外贸增速逐渐放缓的情况下,跨境电商将成为中国开展对外贸易的新热点,也将成为中国转变外贸发展方式的新途径。“一带一路”倡议提出之后,中国政府为支持跨境电商发展,相应出台了一系列促进跨境电商发展的政策,为中俄跨境电商发展释放了政策红利。2015 年颁布实施的《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》、《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》两份文件都对发

展跨境电商给予了大力的支持。同时,国务院有关部门还针对跨境电商发展制定相关政策及配套措施,并定期对政策的执行效果进行总结评估,以指导和帮助各地区进一步出台具体政策。例如,由财政部和国家税务总局联合发布的有关《跨境电商零售出口税收政策》就从税收角度大大降低了企业成本,为中俄跨境电商贸易的实施提供了极大的便利,为商品服务的双向流通提供了潜在市场。2020 年受新冠肺炎疫情影响,跨境电商作为推动外贸转型升级、打造新经济增长点的重要突破口,政策也不断加持跨境电商的发展(见表 4)。从跨境零售进口试点、增设跨境电商综合试验区以及开展跨境 B2B 出口监管试点等措施看,中国政府出台的一系列政策不仅覆盖进出口市场,还覆盖零售和批发模式,这些政策也必将对中俄跨境电商的发展起到重要的推动作用。

表 4 2020 年中国出台的跨境电商相关支持政策

时间	出台机构	相关政策
2020 年 1 月 17 日	商务部、国家发展和改革委员会等	《关于扩大跨境电商零售进口试点的通知》
2020 年 3 月 28 日	国家海关总署	《关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜的公告》
2020 年 4 月 7 日	国务院常务会议	推出增设跨境电商综合试验区、举办网交会等系列举措
2020 年 5 月 6 日	国务院	《关于同意在雄安新区等 46 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》
2020 年 5 月 20 日	国家外汇管理局	《关于支持贸易新业态发展的通知》
2020 年 6 月 12 日	国家海关总署	《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》
2020 年 7 月 2 日	商务部	加快推动跨境电商健康有序发展
2020 年 11 月 15 日	亚太 15 个国家共同签署	《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)

资料来源:作者根据网经社相关资料整理, <https://www.100ec.cn>

### 三 中俄跨境电商发展面临的挑战

“一带一路”倡议提出之后,中俄跨境电子商务持续升温并已成为两国经贸合作的新形式。以互联网和信息技术为依托的跨境电子商务进入发展的



黄金时期,这就对跨境电商平台、跨境支付、跨境物流和专业人才等方面提出了更高的要求,中俄跨境电商贸易发展具有新的机遇,但同时也面临着诸多挑战。

### (一) 中俄跨境电商交易平台尚需完善

近年来,伴随“一带一路”倡议的深入推进,跨境电商得到进一步发展,这为中国相关企业摆脱国内电子商务市场的瓶颈、开拓国际市场提供了新契机,同样也为中国企业发展对俄电商贸易创造了难得的机遇。但是,跨境电商不同于国内电子商务,其运作流程相对复杂,交易链条较长,且需要面对清关和物流两个关键环节,难以实现商品快速交付,导致结算时间长、消费者回款缓慢,从而也影响了生产者的再生产效率,这在一定程度上导致中俄跨境电商交易以 B2B 模式为主,并且以俄罗斯的零售商为主要客户。由于 B2B 交易模式能够实现商品的大规模批量运输,并使订单量能够保持相对稳定,因此在中俄跨境电商的市场份额中一直占据非常大的比重。2018 年 B2B 业务在中俄跨境电商交易中占比为 83.3%,而面向个人消费者的 B2C 业务仅占 16.7%。然而,随着俄罗斯分散消费者群体的日益庞大,仅凭借单一的 B2B 平台模式已经很难满足用户对商品的多样化与个性化需求。随着 B2B 交易逐步达到顶峰,中俄跨境电商的发展速度也呈下降趋势,2019 年中俄双边跨境电商贸易增速仅为 3.4%,低于 2017 年和 2018 年的增长率<sup>①</sup>。在俄罗斯经济逐渐复苏的情况下,俄电商市场的消费潜力得到进一步释放,俄罗斯消费者对手机和电子产品等智能设备的需求正快速上升,B2B 交易模式已经难以满足俄消费者的多样化消费需求,如何在俄电商市场中有效发展 B2C 交易,并实现跨境电商平台的多元化模式融合发展就显得至关重要。

### (二) 中俄跨境电商商品交易结构仍不尽合理

俄罗斯消费者对中国的时尚用品、视频娱乐和通信服务也充满热情和兴趣。根据俄罗斯电商企业协会统计,2018 年俄消费者在跨境电商平台购买的商品,从包裹数量上看中国占 92%,但从金额上看中国仅占 54%,而欧盟商品却以 3% 的包裹量占据了 22% 的贸易额。可见,中国出口俄罗斯的多为低价值的商品,缺乏单位价值高的奢侈品。中俄跨境电商贸易以中国对俄罗斯的单向出口为主,约占中俄两国电子商务交易额的 90%,而俄罗斯对中国的

---

<sup>①</sup> 谭丽涛:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展的挑战与策略》,《商业经济研究》2020 年第 22 期。

出口所占比重则较低<sup>①</sup>。据“Data Insight”的数据显示,在俄网上零售出口市场中,2018年俄罗斯出口中国的商品仅占2.3%,其中糖果、蜂蜜和天然护肤化妆品等商品种类占据较大比重。由此可以看出,中俄两国的跨境电商商品交易结构仍不尽合理,需要进一步完善。

### (三) 中俄跨境电商支付体系有待进一步健全

随着中俄跨境电商的发展,支付方式也越来越多,但是跨境支付体系仍不够健全。由于俄罗斯消费者对线上支付系统的信任度不高,现金支付目前仍然是他们主流的支付方式。信用卡的使用率在俄罗斯也处于较低水平,许多俄罗斯消费者的信用卡还没有开通线上支付功能。俄罗斯大部分的第三方跨境支付平台尚处于起步阶段,许多功能还有待开发,并且用户操作程序相对复杂,给使用者带来较大不便。首先,支付有很大的局限性,作为俄罗斯最受欢迎的第三方支付工具,“WebMoney”可以支持多币种交易,但用户的申请流程复杂、周期长,对交易额也有明显的限制。其次,第三方支付平台的监管也存在漏洞,很难做到对每一位用户的身份进行精确的审核,对实际发生的交易过程也很难进行全方位的监督管理,这就可能造成交易失败或者非法资金违规入境的后果,因而买卖双方都要承担对方违约的风险。最后,由于中俄两国使用的币种不同,汇率变动将会对跨境电商企业进行交易带来一定的风险。例如,跨境电商企业的利润、成本、商品定价和销售策略等都会因汇率变动而可能发生变化。此外,由于人民币跨境贸易结算尚没有广泛推广,外币汇率又经常出现波动,从而使中国对俄跨境电商企业的交易和收入风险增加。

### (四) 中俄跨境电商物流成本较高且效率偏低

中俄跨境物流由于受到多方面因素的限制,造成高成本、低效率的状况。首先,地域因素的限制。俄罗斯地域宽广,是世界上国土面积最大的国家,市场布局分散,因此,向东部等偏远地区及时运输与配送的难度较大,容易出现物流设施不完备、货物积压和配送速度慢等现象。其次,物流通关效率低。俄罗斯海关的通关手续复杂,关税杂乱,甚至需要专门的通关公司来完成清关,而且海关的人员配备不合理,这都在很大程度上降低了商品的通关效率,影响物流时效,从而进一步导致“灰色清关”现象的发生。再次,基础设施不健全。俄罗斯区域经济发展不平衡,某些地区道路基础设施、物流网络 and 智能

---

<sup>①</sup> 陈晶:《“一带一路”背景下中俄跨境电商纵深发展研究》,《现代商贸工业》2018年第9期。

分拣配送等设施欠发达。随着消费者在线购物量的激增,电子商务类小包裹的数量快速增加,物流方面由于缺乏相关经验和处理能力,加之落后的基础设施,致使大量货物被积压,甚至经常出现大量的货物灭失,俄海关也缺少跨境货物安全解决机制和方案。最后,俄罗斯物流区域性发展不平衡。由于俄罗斯的中心城市主要集中于欧洲部分,所以相关的线路规划、海外仓建设等物流服务也主要围绕欧洲的市场展开。物流系统的区域性差异和投资的地域分化使得其综合物流能力较低,配送成本较高,无法满足跨境产品对高水平物流的需求。

#### (五) 俄罗斯发展跨境电商的政策不够宽松且存在不确定性

中国的跨境电商企业进入俄罗斯,在俄的市场份额越来越大,发展势头较好,中俄跨境电商合作呈蓬勃发展之势,但依然面临着很多不确定的因素。俄罗斯联邦政府为保护本国市场,多次调整对境外网上购物的征税方案。还规定由国外进口的商品,其报关价格如果低于俄罗斯最低海关限价,进口商应当支付附加关税,并且发往俄罗斯的境外包裹要向海关部门提供收货人的护照复印件。2014年以来,俄联邦政府有关部门出台了多项关于跨境电商行业的贸易政策(见表5)。面对俄罗斯的政策保护,中国跨境电商原有的价格、物流和成本等方面的优势可能会因此逐步丧失,中国的跨境电商企业必须关注由此带来的物流风险和政策风险,并不断调整相应的经营策略<sup>①</sup>。

表5 2014年以来俄罗斯出台的涉及跨境电商的政策

时间	出台机构	相关政策
2014年7月	俄罗斯财政部	进入俄罗斯境内超过150欧元或10千克的包裹收取30%关税。
2014年9月	俄罗斯邮政	禁止国际平邮小包进入俄罗斯境内。
2016年2月	俄罗斯海关局	报关价格低于俄罗斯海关最低限价的进口商品,进口商需要补交关税和增值税。
2017年1月	俄罗斯海关局	个人网购商品进口免税额由1000欧元降至22欧元。
2017年11月	俄罗斯联邦委员会	2019年1月1日起,跨境商品免税限额≤500欧元,重量≤31千克; 2020年1月1日起,跨境商品免税限额≤200欧元,重量≤31千克; 2022年1月1日,跨境商品免税限额降至20欧元。

资料来源:作者根据俄罗斯海关网站资料整理, <http://customs.gov.ru>

<sup>①</sup> 宫艳华:《中俄跨境电商:现状、风险与制度安排》,《俄罗斯东欧中亚研究》2019年第2期。

由表5可见,俄罗斯联邦政府出台的有关跨境电商政策并不主张采取积极的自由贸易,而倾向于对跨境电商发展实行严格的限制,以保护俄国内电商企业的发展。俄罗斯的商务风格就是对外国企业保持高度警惕,而对本土企业实行保护,这种风格会使俄罗斯与其他国家的跨境电商发展受到阻碍<sup>①</sup>。尽管有些跨境电商政策尚未正式施行,也没有对中俄跨境电商发展带来直接的影响,但不可否认,这种贸易保护政策导向将会对中国跨境电商企业产生很大影响,进而使中俄跨境电商贸易的处境变得更加复杂。例如,俄罗斯已计划向境外网上商店征收相应税收,这将会提升本土电商的生存能力,同时也在一定程度上削弱境外电商的竞争力。此外,由于中俄两国在海关政策、贸易政策和税收政策等方面均存在较大的差异,导致中国对俄跨境贸易的成本过高,这在一定程度上也阻碍了中国跨境电商企业在俄建立海外仓的进程,为此可能需要选择其他的商品仓储方式,无形中又提升了跨境电商交易的成本。

#### (六) 中俄跨境电商发展存在的其他风险

一是中俄跨境电商信用体系不够健全。中俄跨境电商交易面对的消费群体、消费文化和市场环境等都存在较大差异,容易造成信任危机,不利于营造良好的跨境电商市场环境。尤其是由于存在语言文化的差异,消费者所购买的商品可能与其需求的描述不符,或者商品长途运输所造成的损坏,都会引发退换货行为的发生。此外,用户也面临网站技术故障所造成的错误问题。例如,消费者的实际付款金额与平台所显示的商品信息不符,无法实时追踪订单的运输情况等。因此,为了营造良好的跨境电商交易环境,政府和相关企业应建立健全跨境电商信用体系。

二是中俄跨境电商贸易存在一定的结算风险。跨境贸易的结算风险主要来自汇率变动,汇率变动将对跨境电商企业的利润、成本、商品定价和销售策略等方面带来较大影响。近年来,由于以美国为首的西方国家对俄罗斯实施经济制裁,使俄卢布汇率不断下跌,卢布对美元的汇率持续走低,加之人民币跨境贸易结算还没有推广,进一步使中国与俄罗斯跨境电商企业交易的金融风险加大<sup>②</sup>。

---

① 许永继:《“一带一路”倡议下中俄跨境电商发展面临的风险及路径选择》,《学术交流》2020年第2期。

② 陈晶:《“一带一路”背景下中俄跨境电商纵深发展研究》,《现代商贸工业》2018年第9期。

三是跨境电商人才短缺问题。为促进中俄跨境电商快速发展,需要同时具备国际贸易、电子商务和俄语专业知识的复合型人才,目前这方面人才仍显匮乏。中俄跨境电商的从业人员大多没有受过专业、系统的培养,其中一些人员更是来自传统贸易或者电子商务领域,其专业知识和语言能力都有所欠缺。

## 四 “一带一路”倡议背景下中俄跨境电商的发展对策

中俄跨境电商的发展突破了时间和地域的限制,弥补了传统贸易的短板,进一步加强了两国的经贸合作。“一带一路”国际合作更是为中俄跨境电商的深入发展提供了巨大的机遇和广阔的市场。因此,中俄跨境电商企业应当充分利用“一带一路”倡议释放的政策红利,采取有效的对策,加速中俄跨境电商的发展。

### (一) 优化中俄跨境电商的平台运营模式

推动中俄跨境电商深入发展不仅要充分利用传统的平台模式,还应当积极发展第三方服务平台。一方面,培育多种模式的跨境电商平台。随着俄罗斯分散个体消费者的增多,网购的订单呈现小批量、多频次的特点。为了满足个体消费者的需求,可以促进 B2C、C2C 和 O2O 模式的融合发展。跨境 B2C 在中俄跨境电商交易中的地位越来越突出,在 B2C 模式下,中国商家可以直接面向俄罗斯消费者提供产品或服务,从而实现产品小批量、多频次的快速销售,比较适合中小型生产企业跨境电商渠道的选择。跨境 C2C 模式就是个人代购通过在跨境电商平台上开设网店与消费者进行交易,该种模式增加了消费者选择商品的种类和宽度,从而更好地满足人们多元化、差异化的需求。O2O 模式则整合了传统贸易的有形性和电商贸易的无形性,采用线上展示和线下体验的方式,既满足了消费者对于购物便捷性的需求,又使其能够感受到商品的真实性,从而提升消费者的购物体验。在“一带一路”倡议的驱动下,中俄之间的贸易往来更加频繁,贸易形式也更加多样。在这种情况下,仅凭借单一的 B2B 模式难以满足变化的需求,融合发展多层次的跨境电商模式成为必然的发展方向。另一方面,规范入驻跨境电商平台的规则。根据“一带一路”倡议关于贸易畅通的客观要求,进一步规范商家的竞争行为,让企业有组织、有原则地竞争和交流,中俄跨境电商平台应规范信用认证体系,严格把控入驻的商家资质,以确保跨境电商贸易的良性有序发展。作为买卖双方达成交易的服务平台,中



俄跨境电商平台应通过实行企业认证、支付认证、开展等级评价、建立保证金和黑名单制度等措施来保障平台健康稳定运营。同时,应将中俄跨境电商平台入驻商家的利益与服务直接挂钩,引导其通过诚信经营累积信用,持续提升交易的信用水平和服务质量,进而促进中俄跨境电商贸易的长期繁荣。

此外,应加强俄罗斯市场的海外仓、边境仓建设。建立海外仓可以提高物流配送的速度,有效规避商品滞留国外的风险,加快实现国内外仓储一体化的进程。目前,俄罗斯的海外仓主要分布在莫斯科地区,伴随中俄跨境电商的快速发展,在俄罗斯其他区域布局规划海外仓就显得十分必要。俄罗斯正在远东地区着力建设超前经济发展区,有实力的中国企业应在俄远东地区加快建设海外仓,充分利用俄罗斯当地的人财物资源,加强远东地区的物流体系建设,以满足俄远东地区的市场需求。同时,还应该考虑在黑龙江省的哈尔滨、黑河和绥芬河等地区建立境内集货仓,以改变以往的分散邮寄方式,实行境内仓储、集货、收货和分发模式,以便缩短物流的中间环节,提高商品运输和配送效率,这将对海外仓模式非常有益的补充。

## (二) 调整中俄跨境电商的商品贸易结构

随着俄经济的逐步恢复,俄居民的可支配收入也在增加,随之消费需求也发生了相应的转变,俄消费者从热衷于购买中国服装、鞋帽和配饰等低价实惠的商品,正逐步发展为对高品质、高价值中国商品的追求,珠宝和电子产品已成为最受俄消费者欢迎的两类产品。“AKIT”报告指出,珠宝在俄罗斯网上销售增长迅速,2016年网上渠道仅占俄罗斯珠宝销售的1%,而2017年则增至3%,2018年更增至5.6%,2019年增幅达到7%<sup>①</sup>。来自中国的手机和电子产品也越来越成为俄消费者购买的重要选择,俄消费者在“速卖通”和天猫上搜索最多的是中国手机,且搜索人群不断扩大<sup>②</sup>。据此,中国电商企业应关注俄消费者的需求变化,并及时调整对俄跨境销售的商品结构,进一步丰富珠宝、手机、家电及其他电子产品等高价值商品的种类。此外,俄电商也应进一步提升对中国零售出口的份额。根据“Data Insight”的数据,2018年俄网上零售出口市场中,来自中国的订单仅占2.3%<sup>③</sup>。为此,俄电商平台企

① 《意想不到,俄罗斯电商最畅销的产品竟是这两大类》, <http://www.hair43.com/meizhuang/2019/1227/666250.html>

② 《俄媒:俄罗斯人越来越爱网购中国货》,《参考消息》2018年9月14日。

③ 《俄罗斯电商发展概况》, <http://ru.mofcom.gov.cn/article/ddgk/201910/20191002904886.shtml>

业应通过对中国消费市场的深入调研,选择恰当的消费品种类,并不断优化商品结构,以促进中俄双边贸易的共同发展。

### (三) 加强中俄跨境电商的支付体系建设

现有的跨境支付系统远不能满足中俄跨境电商贸易发展的需求。就俄罗斯而言,除莫斯科以外通常没有可靠且安全的电子支付系统<sup>①</sup>。因此,加快建设跨境支付体系势在必行。首先,要制定相关的政策法规。中俄两国政府可就跨境支付问题进行协商,制定和完善相关的法律法规,从而对现有的支付平台进行正确引导和规范,使两国的跨境支付向着规范化、标准化的方向发展。其次,要加强监管。政府部门要健全相关跨境支付、结汇的监管体系,强化监管手段,将大数据、物联网等技术手段有效引进跨境电商服务体系,同时加大专项治理和执法力度,提升监管的有效性。第三方支付平台企业也要加强内部的监管,完善跨境交易的支付流程,对用户实施实名制管理,通过大数据技术对跨境交易进行实时监控,为买方和卖方提供绝对安全的交易渠道,提升用户的满意度。以此来打造一个更加安全、高效和畅通的跨境电商支付通道,增加俄罗斯消费者对在线支付的信心。再次,加强对俄贸易风险意识。面对卢布币值的不断变化,应及时选择其他合适的货币进行兑换,提高其他货币的兑换比率,最大限度地降低卢布币值动荡带来的支付风险,减少不必要的损失。最后,在交易平台功能多样性方面,应从用户的角度出发,开发多种满足客户需求的功能,如采用电子钱包、网银和移动端支付等多种支付形式和多币种的支付结算方式。通过开发多样化的金融服务功能,提升用户的在线支付体验,增强客户黏性。在银行层面,鼓励中国国内银行与俄罗斯本土银行进行合作,积极拓宽金融服务领域,使中俄跨境支付平台的覆盖面更宽,金融渠道更加多样化。

### (四) 加快中俄跨境电商的物流体系建设

俄罗斯是世界上国土面积最大的国家,横跨9个时区,广阔的国土为物流配送带来了巨大的挑战,因而跨境物流一直是制约中俄电商发展的核心问题。为此,必须加快中俄跨境电商的物流体系建设。

首先,针对俄罗斯境内物流产业区域发展不平衡的问题,有必要采取多种跨境物流模式的联合运作,拓宽中俄跨境物流的运输渠道。此外,加强跨境电商企业与当地物流企业合作。俄罗斯邮政占据了俄罗斯物流市场的绝

---

<sup>①</sup> Российский рынок трансграничной Интернет – торговли в 2012 – 2021 гг.  
[https://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/](https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/)

大部分份额,其物流网点多,配送范围广并且运输费用较低,满足碎片化网融订单的需求,适合中国中小型电商企业的发展要求。为应对邮件数量,尤其是来自中国邮件的大规模增长,俄罗斯邮政已决定2021年在哈巴罗夫斯克建设新的物流邮政中心,这将有效增强俄跨境物流的处理能力,帮助进口到俄罗斯的邮件和货物运往俄罗斯各地<sup>①</sup>。通过加强两国电商企业与物流企业的合作,可以更好地解决商品的运输问题,从而有利于中俄双边贸易的进一步发展。

其次,应该充分利用“一带一路”带来的机遇,优化跨境物流的通关服务体系。对于跨境电商企业来说,应选择通关能力强的跨境物流企业进行合作,建立健全跨境物流通关服务体系,这样能够降低监督的成本,提高企业收益<sup>②</sup>。可以借鉴绥芬河对俄通关服务平台的成功经验,在其他城市也布局对俄通关服务平台,一方面可以使海关实现在线监管职能,另一方面也能够使企业享受退税等优惠政策。在与俄罗斯在线贸易领域迅速发展的背景下,满洲里海关通过加强与地方政府的交流与合作,促进满洲里国际邮政通道的恢复,刺激与俄罗斯的国际邮政业务发展,并建立将包裹寄往内蒙古东部的通道,促进中俄跨境电商与物流的协同发展。

最后,应借助“互联网+”的优势,实现物流产业与信息技术的高度融合。通过对大数据、云计算、物联网和移动互联网等技术的应用,整合相关物流资源,搭建立体化的跨境物流服务平台,集成跨境物流信息,实现对物流包裹的实时追踪和对物流线路的选择优化,还可以为跨国运输、仓储、配送和售后等提供保障。通过加快跨境物流系统建设,让更多的中小型企业也拥有像大型跨国企业一样的全球货物流通能力,并使国际物流的全程供应链得到优化<sup>③</sup>。

#### (五) 强化中俄跨境电商发展的其他措施

首先,建立健全支持中俄跨境电商发展的信用体系。针对中俄跨境电商发展过程中出现的信用制度缺失,中俄双方政府应当进一步贯彻落实“一带一路”倡议有关政策沟通的要求,制定保障中俄跨境电商发展的相关

---

① 田宁:《俄罗斯邮政或于明年建成哈巴罗夫斯克物流中心》,《电商报》2020年12月21日。

② 王逸文:《博弈论视角下中俄跨境电商与跨境物流协同发展研究》,《物流工程与管理》2020年第6期。

③ 刘璠、单洁如、游金幸:《“龙江陆海丝绸之路”背景下对俄跨境电商发展战略研究》,《东北亚经济研究》2019年第12期。

信用制度,以促进行业规范发展。对于目前中俄跨境电商发展中出现的恶意压价、假货横行和售后服务不完善等突出问题,中俄双方有必要在沟通和协商基础上,出台统一的中俄跨境电商行业标准,并引入完备的信用监管制度,以便从制度方面为跨境电商信用体系建设奠定基础。中俄双方还应当积极加强在银行信贷、金融科技和数字经济等领域法律法规方面的信息交流,推进中俄两国银行代理行关系的建立。在人民币国际化的背景下,应积极鼓励中俄跨境电商交易采用人民币进行结算,并与俄方协商构建人民币跨境贸易支付的结算体系,以防范卢布汇率波动的风险。此外,还应当设立中俄跨境电商纠纷解决机制,建立面向客户的消费诉求服务平台,为消费者维权提供解决渠道,让中俄跨境电商的交易纠纷能够有章可循、有法可依。

其次,在“一带一路”倡议背景下,跨境电商企业需要把握与俄罗斯进一步开展贸易合作的机会,消除跨境电商平台的贸易壁垒,加强双边经贸往来。在此过程中,政府部门应该积极引导海关建立针对“一带一路”跨境电商产品的绿色通道,为跨境商品提供一个快速、便捷的通关渠道。此外,要充分发挥官方网站的宣传渠道优势,有针对性地选择跨境电商企业,将其传播的品牌文化与中国传统文化相结合,从而打造良好的跨境电商品牌形象。还应该与俄罗斯达成共识,为跨境电商的发展营造良好的贸易环境,进一步推动双边经贸交流,为跨境电商企业顺畅进入俄罗斯市场提供保障。

最后,加强中俄跨境电商发展所需的专业人才培养。中俄跨境电商行业的迅猛发展使专业化人才短缺的问题日益凸显。中俄跨境电商发展所需的人才不仅需要具备丰富的国际贸易业务经验和良好的俄语语言沟通能力,还应当掌握跨境电商平台的运营方法和熟悉中俄跨境贸易经营的规则,并具备开展跨国商务沟通及业务谈判的能力。

为解决当前中俄跨境电商专业化人才匮乏的问题,加快专业人才培养步伐,一方面,建议在国内有关高校开设对俄跨境电商贸易专业,加强中俄跨境电商发展所需的专业化和技能化人才的系统培养。同时,中俄两国政府及有关高等院校应增进在跨境电商人才培养中的交流合作,如互派留学生等。另一方面,建议以中俄跨境电商企业的岗位需求为导向,加强高等院校相关专业与行业优秀跨境电商企业的合作,通过开展订单式人才培养,建立一套面向市场需求的校企合作式高质量人才培养体系,并重点培养专业人员的中俄跨境电商实践操作能力。

## 结 语

近年来,跨境电子商务的强劲发展,不仅有力促进了中俄双边贸易发展,而且也逐渐成为俄罗斯经济复苏和快速发展的新动力。对于俄罗斯而言,今后几年将面临的最大问题就是如何保持经济稳定和持续发展。事实上,为推进经济稳定发展,俄罗斯联邦政府自2015年以来已尝试将数字经济、物流与跨境贸易作为拉动经济增长的三种新动力,扭转了较长一段时期俄政府推行的能源“三驾马车”(即石油、天然气、核电)支撑经济增长的做法。这种经济政策转向为推进中俄跨境电子商务深入发展提供了新机遇。在2017年11月举行的中俄总理第22次定期会晤发表的联合公报中强调,两国要促进贸易稳定增长,着力改善贸易结构,支持跨境电商等新型贸易方式发展。在这之后,中俄两国跨境电商在平台、支付和物流等方面的建设日趋成熟和完善,正逐步向低成本、高效率、多元化和提供优质服务的目标迈进。但在中俄跨境电商快速发展的同时,与其相关配套的基础设施还处于相对落后的状态,在一定程度上制约着中俄跨境电商的进一步扩展。因此,要保持中俄跨境电商的快速发展态势,必须致力于解决电商平台、商品结构、跨境支付、跨境物流和市场环境等方面存在的问题。

作为欧洲互联网用户总量排名第一的国家,俄罗斯在其1.43亿常住人口中有8300万人是活跃的互联网用户,而这其中又有超过4000万人正在或曾经使用互联网购物方式,可见俄罗斯具有发展电子商务的强大人口优势。同时,电商零售额占零售总额比重的国际平均水平为6.5%,而俄罗斯这一比重却仅为1.9%,远低于国际平均水平,这表明俄罗斯电商零售额占零售总额的比重较低,俄罗斯因此也被视为全球跨境电商潜力最大的市场,具有巨大的跨境电商发展空间。

为此可以乐观地预测,不论俄罗斯未来的政治、经济等方面的状况发生怎样的变动,其电子商务市场都将会不可逆转地发展和扩张,并迎来持续、快速增长。因而中俄跨境电商企业必须抓住机遇,借助电子信息技术的支持和经济全球化浪潮的推动,有效整合社会资源,致力于构建低成本、高效率的跨境电子商务渠道,实现信息流、资金流和物流的有效融合,加速跨境电商的发展。相信中俄跨境电商企业能够共同搭上全球跨境电商发展的快车,实现共同发展、共同繁荣的目标。

(责任编辑:高晓慧)