

跨境电子商务供应链模式创新:属性特征、关系模型及前提条件

何继新

(天津城建大学,天津市 300384)

摘要: 跨境电子商务的快速发展对跨境电子商务供应链主体间关系及流程管理提出了更高的要求。为提高企业竞争力,实现可持续发展,必须重视供应链管理,创新跨境电子商务供应链管理与经营模式,不断产生新价值主张并形成完善的综合一体化服务,推动企业产品更好地进行海外扩展。基于跨境电子商务企业案例,运用扎根理论分析方法,从技术和功能角度探讨跨境电子商务供应链经营创新的属性特征及其理论关系概念化模型发现,无论是功能属性还是技术属性都对跨境电子商务具有重要影响,功能属性与技术属性间的交互作用和变化会引起跨境电子商务供应链经营创新的发生,且功能属性的创新离不开技术属性的实现,技术属性是功能属性革新的必要条件,是跨境电子商务供应链经营创新的重要保障。而面向塑造海外品牌的新价值主张、基于平台的供应链柔性组织、综合一体化服务系统构架、共享集聚嵌入性伙伴界面等是跨境电子商务供应链经营创新的主要特征,适宜的平台技术、供应链管理水平的提升、不同行业间进入壁垒的消除则是跨境电子商务供应链经营创新发生的前提和条件。

关键词: 跨境电子商务; 供应链管理; 全程化; 技术属性; 功能属性

中图分类号: F713.36

文献标识码: A

文章编号: 1007-8266(2017)03-0052-10

一、引言

随着跨境电子商务的兴起,跨境电子商务作为一种新型贸易模式,是电子商务发展的新业态。然而,传统的供应链管理已经无法满足跨境电子商务企业和市场发展需要,对跨境电子商务供应链主体间关系及流程管理提出了更高的要求。为提高企业竞争力,实现可持续发展,跨境

电商企业的竞争会转化为供应链管理的竞争,会更加重视供应链管理。但是,目前大多数跨境电商功能较为单一,缺乏有效的供应链管理模式。跨境电商企业供应链发展中存在诸多问题,一方面是跨境电子商务基础设施如何实现连接以及互联互通的问题;另一方面是如何保证海关质检、通关效率、信息对接以及税收等的标准化问题。这些问题导致跨境电子商务供应链管理乏力,随时

收稿日期:2017-01-23

基金项目:2015年度天津市技术创新引导优秀科技特派员项目“跨境电子商务企业国际供应链经营创新战略研究”(15JCT-PJC61000)

作者简介:何继新(1972—),男,吉林省吉林市人,天津城建大学经济与管理学院教授,博士,硕士生导师,主要研究方向为工商管理。

都有可能出现断链的风险,成为制约我国跨境电子商务发展的瓶颈。因此,现阶段亟需创新跨境电子商务企业供应链管理与经营模式。然而,创新是在一定的情境或条件下发生的,那么跨境电子商务供应链经营创新是否具备这样的基础呢?更为重要的是,即使具备创新的条件,实现跨境电子商务供应链经营创新的外在保障又包括哪些呢?这些都是跨境电子商务企业案例研究给我们提出的重点问题。为此,本研究主要以天津市跨境电子商务企业为例,重点研究跨境电子商务供应链创新经营特征与机制,有助于推动跨境电子商务供应链管理理论创新。

二、文献回顾

跨境电子商务指不同国家的交易主体,借助跨境电子商务平台实现交易签约、完成支付清算,并利用跨境物流进行商品配送的一种国际商务活动。^[1-3]目前,关于跨境电子商务的分类初步形成了两种观点:一种根据跨境电商企业在国际贸易环节中的作用以及商业模式的差异性,将跨境电子商务模式归结为小额批发零售平台、大宗交易平台以及第三方服务平台等三种模式;^[4-5]另一种根据跨境贸易交易主体的不同,将跨境电子商务分为企业对企业(B2B)、企业对消费者(B2C)、消费者对消费者(C2C)三种跨境电子商务模式。^[6-7]而现阶段跨境电子商务出现的问题主要集中在支付结算、人才培养、网上争议解决、海关监管、税收及第三方物流等方面。^[6]其中,跨境物流发展滞后、侵犯国外知识产权、物流成本高、时效慢、信息化水平不够、专业人才缺乏、供应链服务能力弱、风险可控性差与信息直接反馈难、跨境信用和网上争端处理难等问题都是跨境电子商务发展的制约因素。^[1,8-11]为推动跨境电子商务发展,需要从政策环境、发展应用及文化价值三个层面着手,不仅应制定贸易和电信自由化等政策,而且要加强电子商务立法,促进B2B、B2C模式跨境电子商务发展,^[12]其关键在于将网络与核心业务相融合,关注顾客购物体验,为顾客提供便利以及增加附加值等。^[13]

跨境供应链以整个供应链成本最低、效率最高为目标,包含从国内采购、运输、仓储、通关,到境外运输、仓储、分拨、配送等的整个一体化环节,

具有供应链结构复杂、风险可控性弱、技术壁垒高等特性。针对跨境供应链,主要包括跨境供应链以及管理的影响因素和绩效分析等两个方面,其中政策安全性、恐怖行为等不确定因素所形成的跨界中断效应会对供应链产生破坏性影响,^[14-15]而距离以及低成本生产、劳动力整合也是影响跨境供应链实现的因素。^[16]同时,汇率传递也是供应链跨国界的一个重要影响因素。^[17]

跨境电子商务供应链就是跨境电商+跨境供应链的模式,即跨境电商采用跨境供应链的方式管理整个跨境电商交易活动,涵盖网上电子交易、网上与网下跨境支付以及网下跨境物流配送等诸多业务内容。目前,有关跨境电子商务供应链的文献较为缺乏,且集中于跨境电商供应链运作绩效和风险分析等方面。在国际电子商务供应链背景下,跨境电商供应链成员之间的学习关系至关重要,其特征主要表现为文化差异和产品的复杂性。^[18]同时,跨境电商供应链断链可归因于货源组织不畅、供需双方信息不对称、物流滞后等,且跨境电商的供应链需要更有弹性,^[19]而跨境电商供应效率的提高则要加强“有效客户反应”“快速反应”在供应链上的应用。^[20]此外,跨境电商供应链的效率、柔性、响应、质量等方面都是影响供应链绩效的因素,^[21]且包含信用、跨境物流、信息以及法律、政治、自然环境等风险。^[22]

综上,跨境电子商务一体化供应链模式是融合跨境电子商务及供应链两个范畴运营模式的集成,已有研究更多从割裂和单一的视角分析跨境电子商务和跨境供应链的绩效、影响因素及结构体系,尚未从一体化视角审视跨境电子商务供应链结构、流程及运作机理关系,尚未识别出跨境电子商务与跨境供应链匹配要素的契合性,而形成跨境电子商务与供应链经营协同创新的一体化理论模型,正是本研究着力解决的关键问题。

三、研究方法与研究设计

由于研究属于探索性研究,且主要研究“如何”(How)的问题,因此最适合采用案例研究方法。企业在跨境电子商务中如何实现供应链的创新经营与集成管理是本案例研究的指导性问题,其目标是寻找企业开展跨境电子商务供应链经营

的关键因素和机理。

(一)案例研究对象的选择

近年来,天津市积极推进跨境电子商务产业发展,并结合自身优势,取得了突破性进展。天津港在跨境电子商务供应链一体化方面具有供应链整合优势,是全球供应链的重要节点。随着天津众多跨境电子商务创新试验区的建成,其供应链经营模式创新研究与实践逐渐取得成效,不断促使更多中小型外贸企业通过互联网络走出去,参与国际电子商务市场竞争。因此,本研究以天津市跨境电子商务企业为例,通过实地调研与深度访谈,探究目前我国跨境供应链经营模式发展的新问题、新思路和创新模式。访谈对象及访谈情况具体可参见表1。

(二)数据资料采集

在数据资料采集中,第一步是进行访谈提纲的设计。研究采用半结构式访谈,首先基于对跨境电子商务供应链相关文献的梳理,制定访谈提纲初稿。然后对由6名成员组成的小组进行访谈,并据此修改访谈提纲,形成正式的访谈提纲。主

要的访谈问题,一是客户对跨境电子商务供应链的主要需求是什么,企业存在哪些障碍;二是企业对跨境电子商务供应链市场发展、平台建设重点和创新点有哪些;三是企业目前形成了怎样的跨境供应链管理机制以及未来的发展计划是什么。第二步是预约访谈。访谈之前,通过电话和电子邮件的形式与被访谈公司领导进行访谈预约,说明访谈的具体内容和目的,尊重企业有关商业机密,承诺访谈资料仅作为学术研究之用。同时,确保受访者有充分的时间准备和思考相关问题,在时间上保证访谈的顺利进行。第三步是正式访谈,访谈时间为2016年3月至6月。首先访谈公司高层领导,然后根据项目研究需要确定下一次访谈的部门领导。访谈持续时间一般为90~120分钟,并由两位及以上的研究成员担任访谈者,访谈内容不受提纲的严格限制,可涉及相关领域。第四步是访谈资料整理。访谈结束后,研究成员将访谈录音资料逐字逐句转化为文本信息,形成书面资料,并向受访者反馈访谈内容的总结,以进一步加以补充修正。

(三)数据分析方法

为探究如何通过技术与商业模式创新实现国内生产企业与海外市场间供应链经营模式创新,本研究运用扎根理论对资料进行编码分析,通过开放式编码、轴心式编码、选择式编码螺旋式逐渐提出概念及其相互关系,挖掘资料的范畴,识别范畴的性质以及范畴间的关系,并最终发展成理论。为最大程度地保证数据处理过程的系统化,研究使用定性研究软件NVIVO 8.0来辅助完成,随机选择其中2/3的访谈记录用于编码分析,其余1/3的访谈

表1 案例对象及访谈对象

企业名称	基本简介	经营活动	地理位置	调查对象与时间
YDL公司	依托分布于世界各地的仓储中心,跨境电子商务平台面向全球市场进行销售的电子商务公司	跨境电子商务供应链整合	天津西青区	对公司创始人兼董事长、运营部总监各进行两个小时的访谈
DTF公司	跨国企业,总部设立在美国休斯敦,为中国企业提供跨境国际商务全程一体化平台	国际商务整体服务外包	天津高新区	与中国区公司董事长会谈三小时,并访谈营销部经理一小时
LH公司	现有直属外贸专业公司八家、海外企业三家,主要从事各类商品进出口业务	跨境电子商务	天津河西区	对公司企业发展部、业务部经理各进行一个半小时访谈
WC公司	专业从事大宗商品电子商务,为行业客户提供大宗商品电子商务一站式解决方案	专业化供应链集成服务	天津和平区	对公司某项目经理、市场营销部经理各进行两个小时的访谈
TS公司	经营保健食品、保健用品、美容护肤品、家居用品等的国际贸易公司	跨境电子商务	天津武清区	访谈公司总经理两个小时,访谈海外市场部总监一个半小时

注:因案例研究涉及保密性问题,公司名称改用代码表示。

记录用于理论饱和度检验。

四、数据分析过程

(一)开放式编码

在开放式编码过程中,首先通过持续比较分析获取初始概念,需要对原始资料逐行逐句地进行编码并选择标签。在进行标签选择时,为尽可能消除编码者个人偏见的影响,我们从受访者原话中直接抽取相关概念。同时,在深度挖掘跨境电子商务供应链创新经营模式时,对访谈记录中比较简单以及过于模糊的回答予以排除。表2反映了研究对原始访谈记录的概念化和范畴化过程,范畴化的结果

即为跨境电子商务供应链创新经营相关因素。据此,最终得到28个初始范畴。受篇幅限制,研究对每个范畴仅列举有代表性的原始访谈语句和初始范畴。

(二)轴心式编码

轴心式编码是在开放式编码基础上对访谈资料的又一次聚类分析,指运用“因果条件—现象—情境—影响因素—行动/互动策略—结果”这一典范模型把各范畴联系起来,发展主范畴及其副范畴。其中,主范畴由副范畴联结而成,是在概念层次上的进一步提升。本研究通过整理和分析开放式编码中不同范畴间的相互关系,归纳出几个主范畴,包括跨境电子商务的功能属性、技术属性、新价

值主张、基于平台的供应链柔性组织、综合一体化服务系统构架、共享集聚嵌入性伙伴界面、跨境供应链综合解决方案。具体可参见表3。

(三)选择式编码

选择式编码是指,从主范畴中总结提炼出核心范畴,系统建立核心范畴与其他范畴之间的联结关系。本研究通过对主范畴及其他范畴与跨境电子商务供应链之间关系的分析,确定了跨境电子商务供应链经营属性、经营创新、综合解决方案等三个有机相连的核心范畴,核心范畴与其他范畴之间的关系可参见图1。跨

表2 开放式编码示例

序号	原始访谈语句	初始范畴
1	中国产品不仅海外市场的品牌认知度低,且普遍被视为质次价低,缺乏服务,成功塑造品牌海外形象非常重要	塑造海外品牌
2	在供应链整合与集成中,需要加强各供给环节间的配套连接,优化供给流程,保证服务快捷高效	优化供给流程
3	充分利用互联网、大数据等信息技术手段,实现资源优化配置,降低企业成本,提高企业效益	降低运营成本
4	一些中小企业缺乏足够的资源建立一套完善的跨境供应链体系,可与专业跨境供应链集成商合作,减少企业自身投资压力	投融资压力
5	在供应链运营中很重视对物流、资金流、信息流的全面管理,并与合作企业加强沟通	物流、资金流、信息流三流合一
6	保证资金在支付、结算时的安全和流畅是供应链运营过程的基本保障	信息系统安全
7	尽量减少供应链中商品供应的中间环节,通过渠道扁平化管理来解决企业层级结构组织形式	扁平化组织构架
8	供应链中的大量服务以服务外包等形式存在,为保证服务质量,企业间必须建立良好而稳定的合作伙伴关系	合作伙伴关系
.....		
25	以合作伙伴及企业自主科技力量为支撑,我们能够为客户提供综合一体化的跨境供应链	可服务性
26	有自己的运输车队,配置了全球定位系统(GPS),进行运输实时追踪,在海外建立了多个配送中心,可保证订单处理的快速响应	响应性
27	支出透明度低、库存管理不完善、供应商和市场信息缺乏、供应商配合度差等都会导致供应链运营面临较大风险	风险性
28	海外市场的激烈竞争不断产生价格压力,为保证一定的利润水平,企业必须多方面考虑并寻求降低成本的方法	成本性

注:资料来源于笔者整理;鉴于问题较多,而篇幅有限,部分问题此处予以省略。

表3 轴心式编码过程

副范畴	主范畴
塑造海外品牌、优化供给流程、降低运营成本、减少投融资压力	跨境供应链的功能属性
物流、资金流、信息流三流合一,高效安全的信息系统,扁平化组织架构及合作伙伴关系	跨境供应链的技术属性
全程一体化服务、价值合作分享、海外本土化推广、提高自身品牌和技术创新能力	新价值主张
生产采购柔性化、仓储物流柔性化、分销推广柔性化、需求管理柔性化	基于平台的供应链柔性组织
战略营销服务、品牌规划服务、渠道搭建服务、幕后服务系统	综合一体化服务系统构架
嵌入性伙伴特性、信息共享水平、供应链物流能力	共享集聚嵌入性伙伴界面
可支撑性、可服务性	跨境供应链硬件解决方案
响应性、风险性、成本性	跨境供应链软件解决方案

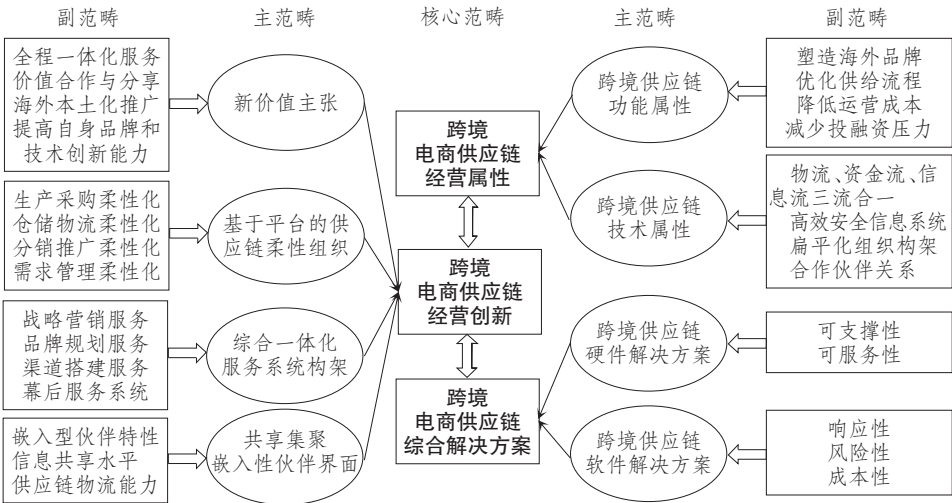


图1 跨境电子商务供应链编码过程及编码结果

境电子商务的发展对跨境供应链的内涵属性提出了新的要求,并倒逼跨境电子商务供应链经营模式创新,跨境电子商务经营创新成为研究的重点内容,并总结出四个主范畴对其进行阐释。

五、研究发现与概念模型

在对资料的编码与分析过程中有几类主要发

现:一是对跨境电子商务供应链经营创新的属性阐释;二是对跨境电子商务供应链经营模式创新主要特征的归纳;三是提出企业通过技术属性创新与功能属性创新实现跨境电子商务供应链的理论模型。

(一)跨境电子商务供应链经营创新属性

面对跨境电子商务这种新型的外贸方式,越来越多的企业希望通过跨境电子商务来进行转型升级和提升竞争力。而所谓跨境电子商务供应链,就是一个将跨境电子商务与跨境供应链相结合的全新概念,

可为国内中小企业开拓海外销售渠道提供物流、通关、仓储、海外推广、交易结算等一系列产品服务,是对传统供应链经营模式的创新与升级,其本质是根据最新的跨境电子商务发展模式和需求对产品供应链的功能和技术框架进行重新定义,通过跨境供应链功能与技术创新,降低供给成本,提高供给效率,吸引更多制造商和供应链服务商加入跨境供应链网络,促进跨境电子商务发展。

前述研究通过编码分析,将跨境电子商务供应链经营创新属性分为功能属性、技术属性两个范畴。它们之间的交互作用与变化会引起跨境电子商务供应链经营创新的发生,且跨境供应链经营模式创新在功能属性和技术属性上都对跨境电子商务产生了重要影响。如表4所示,一方面,从功能属性看,跨境电子商务供应链创新的功能属性是指,通过跨境供应链经营模式创新改变其原有功能属性体系,以完善其给中小企业客户带来的可感知价值,创造新的价值体验,并促进其产品在海外电子商务市场的发展。在功能属性中,跨境供应链运营企业通过新价值主张、海外本土化推广以及综合一体化服务,全面提高跨境电子商务的功能属性,实现供给流程优化、运营成本降低及海外品牌形象树立等。同时,跨境电子商务供应链创新对功能属性的改变主要体现在塑造海外品牌、优化供给流程、降低运营成本、减少投融资压力等方面。另一方面,从技术属性看,跨境电子商务供应链创新的技术属性是指,在跨境供应链经营创新中,不断提高以信息技术为主要支撑的开发与研究能力,以国内中小生产企业及海外消费者个性化需求为导向,实现跨境电子商务供给流程的集约管理,从而降低成本,提高跨境供应链经营效率。技术属性是跨境电子商务供应链经营创新的重要保障,是功能属性革新的必要条件,可以解决跨境供应链经营创新遇到的新问题。技术

属性功能的发挥往往通过构建扁平化组织框架,重视合作伙伴间信任与共赢关系,实现供应链物流、资金流、信息流的集成管理来达到基于自主知识产权的综合服务平台管理,柔性化组织并嵌入伙伴界面,确保从生产企业到海外消费者之间信息传递与管理的安全高效。跨境电子商务供应链创新对技术属性功能的改变主要体现在物流、资金流、信息流三流合一,高效安全信息系统,扁平化组织架构及合作伙伴关系等四个方面。

(二)跨境电子商务供应链经营创新特征

1. 面向塑造海外品牌的新价值主张

跨境供应链经营企业需要面对特殊的海外市场环境、多样的客户需求以及复杂的合作运营企业,形成有别于传统供应链的新价值主张。访谈调研后的实证分析表明,跨境电子商务供应链经营的新价值主张主要体现在四个方面:一是全程一体化服务。跨境电子商务供应链是从国内到国外的上下游环节到消费者手中的产品供应链条,贯穿产品生产、物流、推广、销售及逆向物流等一系列环节,并不断对各环节服务进行细化研究,且跨境供应链一体化服务面向的客户群包括供应链最前端的生产企业和最末端的海外消费者。二是价值合作与分享。跨境供应链需要在核心经营企业引导下,综合各方社会资源,与相关行业的服务外包商形成商业联盟,通过合理的利益分配和激励机制,将跨境供应链逐渐转型为跨境价值链,实现企业价值合作与分享。三是海外本土化推广。这就要求企业深入分析海外目标市场本土买家的搜索习惯和采购行为,不断创新外贸网络整合营销模式,而这一目标的实现需要跨境供应链建立更加专业化、本土化的海外营销团队。四是提高自身品牌与技术创新能力。其中,跨境供应链品牌是企业的无形资产,品牌管理就是将跨境供应链的服务质量放在突出位置,营造客户群体的品牌忠诚度;技术创新能力是通过人才引进与技术合作,打造拥有自主知识产权的供应链服务系统,为客户群创造更好的跨境供应链服务环境和品质,是跨境供应链可持续发展的必要条件。

2. 基于平台的供应链柔性组织

表4 跨境电子商务供应链属性与经营模式创新

		属性	属性判别	相应经营模式创新
跨境电子商务供应链经营企业	功能属性	是否塑造海外品牌	是	为跨境供应链提出新价值主张,借助海外本土化推广,提供综合一体化服务
		是否优化供给流程	是	
		是否降低运营成本	是	
		是否减少投融资压力	是	
	技术属性	是否物流、资金流、信息流三流合一	是	基于自主知识产权的综合服务平台管理,柔性化组织和嵌入性伙伴界面
		是否有高效安全信息系统	是	
		是否扁平化组织架构	是	
		是否重视合作伙伴关系	是	

由于跨境电子商务供应链在运营过程中存在不确定性,要求跨境供应链上所有的合作伙伴都要相互协同,建立跨境电子商务供应链柔性组织,合理利用供应链资源,通过物流、信息流、资金流协调活动来应对市场环境的不确定性,形成柔性运作。如图2所示,根据访谈记录构建以企业自主综合服务平台为核心的跨境电子商务供应链柔性组织和运营流程,具体包括国内供应链运营和海外供应链运营。在国内供应链运营中,首先要建立良好的客户群关系,包括生产商、电商等,此外还要与国内物流企业合作建立物流通道。同时,供应链企业可在国内和海外沿海港口地区建立跨境贸易集散中心,通过科学的库存预测和仓储管理来缩短产品跨境运输时间。其中,在跨境运输过程中,发挥重要枢纽与运营核心作用的是跨境供应链企业的综合服务平台,从货物调配到结算等一系列环节的信息都要通过综合服务平台进行集成管理。在海外供应链柔性化运营中,除仓储、物流等柔性组织外,还需要在消费终端市场进行品牌推广,如与海外平台商城、产品包装、产品展示等第三方组织或企业合作建立一个面向海外消费者提供本土需求服务的专业化运营团队。总之,通过柔性化组织,跨境供应链能以更多样化的产品、更快的物流运输、更好的消费体验来吸引更多的用户。

3. 综合一体化服务系统构架

跨境供应链商业模式的发展越来越趋向于综合一体化服务,为使产品得到海外消费者认可,跨境电子商务供应链服务创新的内容更加全面和细化,不再仅仅停留于运输和仓储技术能力层面,而是更多体现在海外营销推广、品牌规划、渠道搭建以及幕后服务系统上。首先是战略营销服务,包括海外市场调研、形象包装与设计、媒体推广、营

销策划、跨境供应链战略营销等都是围绕市场竞争展开的,它是一种创造市场的营销思想和手段,是对营销理念的发展和创新。其次是品牌规划服务,包括品牌定位、品牌塑造、品牌推广。其中,品牌塑造的核心是具有能够让消费者满意的产品质量以及优质的售前、售中、售后服务,品牌的建立必须以客户价值的增量为基点,并通过优质高效的服务来保障品牌生命力。其三是渠道搭建服务,包括自建电商平台、第三方电商平台、实体展销、企业对接等四个方面。企业在线上电子营销渠道广泛推广的同时,也不能忽视线下传统营销渠道的推广。其四是幕后服务系统,包括订单处理、收支结算、仓储物流、客服支持、逆向物流等。所谓幕后服务是指,海外消费者在通过电子商务平台从消费选择到消费体验的过程中,跨境供应链经营企业所提供的各项服务。这一系列幕后服务运行的流畅度决定了产品交易的成功率和客户的回头率,是产品能够长期生存于海外市场的重要保障。

4. 共享集聚嵌入性伙伴界面

跨境电子商务供应链是一个连接国内中小企业与海外消费者的复杂供应链条,其中所涉及的各项服务及运营流程不是任何企业都能依靠自身资源单独完成的,为弥补自身资源的不足,必须与相关企业建立长期稳定的互惠互利伙伴关系,形成共享、集聚企业资源的嵌入性伙伴界面,以快速响应市场多样化的需求。这主要体现在以下几个方面:一是嵌入性伙伴关系。主要包括四个维度,即供应链伙伴在资源方面的互补性、在企业文化方面的相似性、在运营上的相互协调性、在企业经营目标上的一致性。其中,资源互补性指供应链伙伴间可在资源、技术或市场方面相互弥补,能为对方提供独特的服务需求;企业文化相似性有助

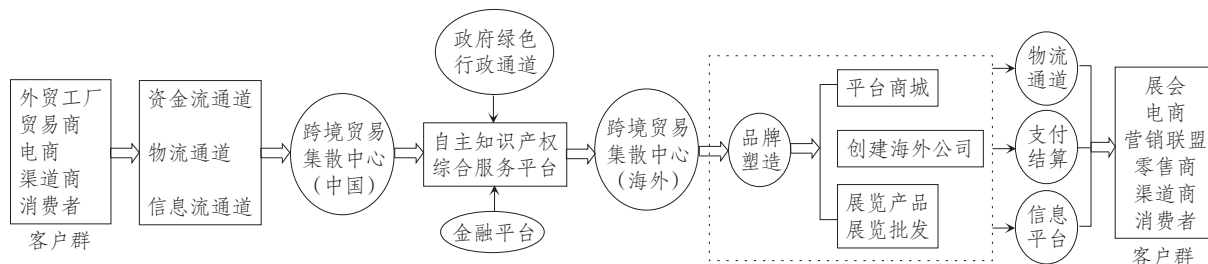


图2 跨境电子商务供应链柔性组织与运营流程

于减少日后彼此间的冲突,具体指供应链伙伴在企业文化、管理风格、经营方式上的相似性;目标一致性指供应链伙伴间具有相容或者共同的发展目标。二是信息共享集聚。供应链伙伴间的信息共享通常被认为是实现供应链管理的基础,跨境供应链上下游企业之间伙伴关系越紧密,彼此间越愿意共享信息,而只有通过信息共享,才能提高供应链绩效,双方才能在互动过程中实现互惠,彼此共享信息,相互信任,有利于在伙伴间建立起良好的合作关系。因此,跨境电子商务供应链在经营创新中,要重视塑造共享集聚型伙伴关系,发挥信息共享在跨境供应链中的重要作用。三是供应链物流能力高效。跨境供应链物流能力是顾客服务水平与物流总成本的综合表现,贯穿企业通过整合运用供应链成员各种资源,从原料供应到送往海外终端顾客以及产品逆向物流的全过程。其中,以需求定位的物流能力包括售前客户服务、交付可靠性、交付速度、售后客户服务、对目标市场的反应等;以供给定位的物流能力包括广泛的配送范围、选择性的配送范围、低成本配送等。因此,在跨境供应链嵌入伙伴界面中,企业需要通过针对性合作伙伴关系的建立,不断提高供应链物流能力和效率,以此作为跨境电子商务供应链生存的重要保障。

(三)跨境电子商务供应链经营创新概念化关系模型

由图3所示的概念化关系模型可以看出,跨境电子商务供应链经营创新是为了使跨境电子商务企业得到更加全面而系统的供应链服务,尤其针对海外供应链下游的服务薄弱环节,不断产生新价值主张并形成完善的综合一体化服务,帮助企业产品更好地进行海外扩展。其中,由于功能属性的创新离不开技术属性的创新,确保信息流、资

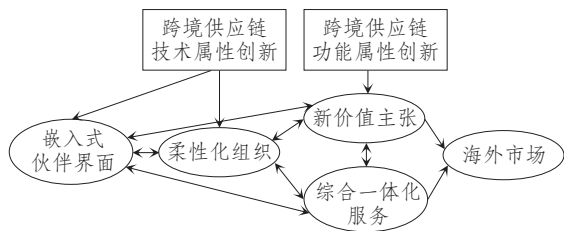


图3 跨境电子商务供应链经营创新概念化关系模型

金流、物流在跨境供应链中的正常运行及安全性是跨境供应链经营创新考虑的另外一个重点。为实现技术属性,经营企业在不断加强自身人才储备与资金资源实力的同时,更需要通过柔性化组织及嵌入式伙伴关系,加强资源整合,解决跨境供应链各服务环节的技术性难题,从而实现合作共赢,将整个跨境电子商务供应链转换为集聚共享的跨境价值链,增强面向海外市场的整体竞争力。

六、延展讨论

跨境电子商务的出现拓宽了国内产品的海外贸易渠道。然而,跨境电子商务供应链在通关结算、物流配送、海外营销等服务上缺少无缝对接,总体上仍然难以适应跨境电子商务供应链发展的需要。另外,跨境电子商务供应链经营创新需要一定的前提条件,将之置于特定环境下进行研究不仅可为实践应用提供理论基础,而且可促进更为深入的研究,并验证传统跨境经营模式在特定情形下的演变与创新。因此,从特定情境出发,对跨境电子商务企业供应链平台技术与经营模式创新发生的条件进行研究,可将跨境电子商务企业供应链管理理论基础向其他类似条件进行推演和纵深发展,且为使概念化关系模型成立,还需要以下创新的前提条件:

(一)是否有平台技术适合跨境电子商务企业供应链

跨境电子商务企业供应链需要适宜的平台技术,其特征表现在三个方面:一是可进行图片化商品信息展示的平台技术,这是跨境电子商务企业发展最基础的要求;二是可实现在线交流、下单、安全支付等交易功能的平台技术,在交易平台建构的基础中加入能够与潜在客户顺畅沟通、逐步完成下单、实现安全支付功能的网络平台;三是可提供详尽物流仓储的平台技术,这既是服务提供的必要途径,也是确保进货、配货、距离测算等方面协同高效的技术支撑。

(二)现有供应链管理能否引导和支撑跨境电子商务模式发展

企业市场活动中跨境问题的解决以及企业合作与依存关系的建立迫切需要形成跨境电子商务企业供应链。当制造业和互联网技术企业能够形

成较为完善的管理联系体系时,产业结构调整与价值提升方式转变可能为跨境电子商务企业供应链管理创新创造机会。受市场理性认识与组织能力限制,供应链管理模式的很多功能和产业化优势尚未被研究者发现,创新模式平台技术的出现可能为研究者提供导向和新思路,开拓跨境电子商务企业供应链管理的新视角,为供应链上的资源整合与协调发展创造条件,从而更好地进入新市场。在这样的情况下,现有的国内资源可以作为国外市场的互补性储备,为创造更好的商业模式提供支撑。当前跨境电子商务供应链的资源,也会受到国际制度、市场环境、网络技术互融等方面因素的影响从而使得供应链价值开发难度增大,而如果出现能将散落资源融入供应链价值提升过程的新型网络平台技术,就可大大提升跨境电子商务企业供应链价值。

(三)如何打通不同行业间进入壁垒

跨境电子商务面临着从国内市场转化到国际市场的转变,存在诸多风险因素,这就迫使参与者能够快速转变传统供应体系,对现有和可能存在的行业产品资源进行整合,实现创新发展。同时,跨境电子商务要求企业灵活掌握市场消费和产品需求趋向,特别是国外消费者定位,根据产品和服务需求制定创新解决方案。技术研发能力和产品营销调整是跨境电子商务创新商业模式与经营模式的重要前提。然而,跨境电子商务国际化市场创新所要求的企业技术研发和产品营销方案滞后,导致传统企业资源整合及技术能力与跨境电子商务的要求不相匹配,从而形成了跨境电子商务中不同产品行业的进入壁垒。另外,传统企业获取信息能力不强,信息掌握能力差,导致跨境电子商务企业很难抓住市场发展机遇,制造业企业难以形成与之合作的产业链,所制造的产品进入壁垒也会增强。基于以上分析,可总结出影响跨境电子商务供应链创新发展的三个主要条件,即平台技术对跨境电子商务的适用性、供应链管理水平对跨境电子商务的支撑性和不同行业进入跨境电子商务的壁垒因素。根据上文的分析,构建如图4所示的跨境电子商务供应链关键支撑要素分析体系。跨境电子商务供应链创新发生的条件三个因素共同作用的结果。由图4可以看出,越靠近原点位置,企业进行创新的可能性越小;反之,距离原点越远,企业越可依靠平台技术和功能

属性创新以及供应链管理来提升跨境电子商务供应链价值,从而改变现有资源整合模式,调整产业结构,提升企业经营能力。我国制造业门类多,产品种类丰富,产品质量层次分明,因此规避不同行业的壁垒也可为跨境电子商务提供创新方向。

参考文献:

- [1]徐松,张艳艳.应将跨境电商建成“中国制造”出口的新通道[J].经济纵横,2015(2):26-30.
- [2]刘幸赞.我国跨境电子商务发展的“跨境”影响因素分析[J].兰州教育学院学报,2015(2):44-45.
- [3]穆承刚.我国小额跨境电子商务模式研究[D].上海:上海社会科学院,2014.
- [4]倪娜.我国跨境电子商务贸易平台模式探讨[J].中国流通经济,2015(8):70-74.
- [5]沈丹阳,黄金利,何仕奇.我国跨境电商物流模式研究[J].对外经贸,2015(8):39-42.
- [6]鄂立彬,刘智勇.跨境电子商务阳光化通关问题研究[J].国际贸易,2014(9):32-34.
- [7]黄永稳.我国中小企业利用跨境电子商务研究[D].大连:东北财经大学,2014.
- [8]薛源.跨境电子商务交易全球性网上争议解决体系的构建[J].国际商务,2014(4):95-103.
- [9]赵广华.破解跨境电子商务物流难的新思路:第四方物流[J].中国经贸导刊,2014(26):16-20.
- [10]黄永江,韦继强,韦念好.关于构建我国跨境电子商务及支付外汇业务管理体系的研究[J].区域金融研究,2013(6):44-50.
- [11]曹淑艳,安然,辛昊彤.基于SWOT分析的跨境电子商务第三方物流研究[J].电子商务,2013(11):23-27.
- [12]JENNIFER G, KENNETH L K, JASON D.Environment

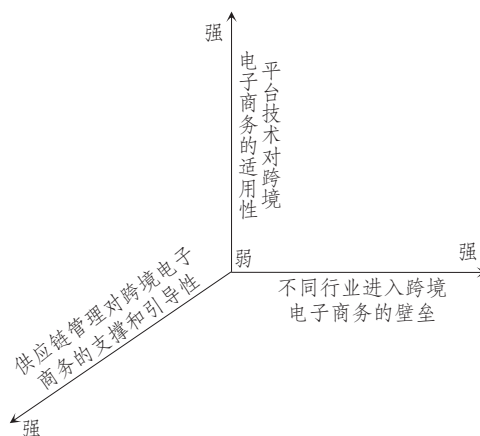


图4 跨境电子商务供应链支撑的关键要素分析体系

- and policy factor shaping global e-commerce diffusion; a cross-country comparison[J].The information society, 2003, 19(1):5-18.
- [13]LE K.Critical success factor for business-to-consumer e-business: lessons from amazon and dell[D].Massachusetts: MIT sloan school of management, 2000.
- [14]CEDILLO-CAMPOS M G, SÁNCHEZ-RAMÍREZ C, VADALI S, VILLA J C, MOZART B C M.Supply chain dynamics and the “cross-border effect”: the U.S.- Mexican border’s case[J].Computers & industrial engineering, 2014, 72(1):261-273.
- [15]BUENO-SOLANO A, CEDILLO-CAMPOS M G.Dynamic impact on global supply chains performance of disruptions propagation produced by terrorist acts[J].Transportation research part e january, 2014(1):1-21.
- [16]HAYTKO D L, KENT J L, HAUSMAN A.Mexican maquiladoras: helping or hurting the US/Mexico cross-border supply chain?[J].International journal of logistics management, 2007(3):347-363.
- [17]ASCHE F, RUI M, DIAS J F.Price transmission in cross boundary supply chains[J]. Empirica, 2007(34):477-489.
- [18]JEAN R J, SINKOVICS R R, KIM D.Drivers and performance outcomes of relationship learning for suppliers in cross-border customer-supplier relationships: the role of communication culture[J].Journal of international marketing, 2010(18):63-85.
- [19]赵方婷.供应链断链制约跨境电商海外拓市[N].现代物流报, 2015-01-02(2).
- [20]洪涛.跨境电商:得供应链者得天下[N].现代物流报, 2015-01-02(3).
- [21]钱莎莎.基于 ISM 模型的跨境生鲜电商的供应链绩效分析[J].物流工程与管理, 2014(8):68-70.
- [22]郭雪姣,刘学林.跨境电子商务服务供应链风险分析[J].企业科技与发展, 2014(16):7-9.

责任编辑:陈诗静

Innovation of Supply Chain Model in Cross Border E-commerce: Attribute Feature, Relation Model and Precondition

HE Ji-xin

(Tianjin Chengjian University, Tianjin300384, China)

Abstract: The rapid development of cross-border e-commerce imposes higher requirement on the relation among the main players of cross-border e-commerce supply chain and process management. To improve the enterprises’ competitiveness and realize the sustainable development, we must pay more attention to supply chain management, make innovation in cross-border e-commerce supply chain management and pattern of operation, produce more new value proposition, and perfect the comprehensive and integrated service, and promote the enterprises and their product to develop in the overseas markets. Based some cases of cross-border e-commerce enterprises, with the help of Grounded Theory, after exploring the attribute feature and relation model of innovation of supply chain model in cross-border e-commerce from the angle of technology and function, the author finds that: both the functional and technological attributes have significant impact on cross-border e-commerce; the interaction between functional attribute and technological attribute and changes in that will lead to innovation in cross-border e-commerce supply chain operation; the functional attribute will depend on the realization of technological attribute; and the technological attribute is the necessary condition of innovation in functional attribute and it is also the guarantee of innovation in cross-border e-commerce supply chain operation. There are also some main features of innovation in cross-border e-commerce supply chain operation, such as new value proposition facing the building of overseas brand, the platform-based supply chain flexible organization and the comprehensive and integrated service system; and the appropriate platform technology, the improvement of supply chain management and the elimination of entry barriers among different industries are the precondition of innovation in cross-border e-commerce supply chain operation.

Key words: cross-border e-commerce; supply chain management; Unit-Management; technological attribute; functional attribute