

RCEP 生效对中越跨境电商高质量发展的影响及对策

陈柔燧

广西大学经济学院, 广西壮族自治区, 530000;

摘要: 全球跨境电商市场的迅猛发展源于信息技术的进步和消费方式的转变, 其中中国与越南的跨境电商尤为引人注目。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 的正式生效为不仅涵盖服务贸易、货物贸易和争端解决等传统议题, 还在通关便利化、线上消费者保护和关税减免等方面具有政策优势。与此同时, 中越跨境电商的发展也面临一系列阻碍, 例如越南物流基础设施薄弱、支付方式缺乏统一性、跨境电商人才短缺以及售后服务体系不健全等问题。因此, 需要加强越南基础设施建设、优化跨境支付生态环境、培养跨境电商复合型人才以及完善售后服务保障体系, 把握 RCEP 实施带来的发展机遇, 推动中越跨境电商实现高质量发展。

关键词: RCEP; 中越贸易; 跨境电商; 高质量发展

DOI: 10.69979/3029-2700.24.11.045

自 2008 年中越确立全面战略伙伴关系以来, 两国在经贸领域合作不断加深, 双边贸易额从 2008 年的 19 4.6 亿美元增长至 2023 年的 2297.9 亿美元, 实现了 11.8 倍的增长。中国自 2004 年起连续二十年稳居越南最大贸易伙伴地位, 双边贸易额占越南对外贸易总额的 20% 以上。近年来, 随着互联网信息技术的迅猛发展和消费模式的飞速转变, 中越在跨境电商领域的合作显著深化。中国凭借丰富的跨境电商平台运营经验和完善的供应链体系, 为双边合作提供了坚实技术支撑; 越南庞大的消费市场及对中国产品的强劲需求成为推动跨境电商快速发展的重要动力。中国商务部发布的《中国电子商务报告 2022》数据显示, 越南在我国跨境电商出口额前十的国家中排名第五, 双边跨境电商合作势头强劲。

2022 年 1 月 1 日, 《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 正式生效, 首批生效的国家包括东盟十国。RCEP 在关税减免、通关便利化和电子商务合作等方面提供支持, 为中越跨境电商发展注入新动力。协定通过降低税费成本和削弱贸易壁垒, 有效提升了双边贸易便利性。然而, 越南物流网络布局不均衡、支付方式缺乏统一性以及基础设施和信息化水平相对落后, 仍是制约跨境电商进一步发展的主要障碍。尤其是在农村地区, 物流配送成本高、消费者信任不足以及售后服务体系不完善等问题亟需解决。因此, 如何抓住 RCEP 带来的机遇, 有效应对基础设施建设和市场环境优化等现实问题, 成为推动中越跨境电商高质量发展的关键议题。

1 RCEP 生效对中越跨境电商发展带来的机遇

RCEP 的正式生效, 标志着中越两国在跨境电商领域迈入了一个全新的发展阶段。这一多边贸易协定不仅为中越两国提供了更为广阔的市场空间, 还通过一系列政策优惠和技术合作, 为两国跨境电商的高质量发展创造了有利条件。

1.1 政策支持力度不断加强

RCEP 的生效, 为中越跨境电商带来了显著的政策支持与关税优惠。成员国间的关税减让政策, 特别是在电商产品领域, 使得中越两国间的跨境商品成本大幅降低。这一变化不仅提升了电商企业在区域内的价格竞争力, 还促进了中越两国跨境电商消费的快速增长。具体而言, RCEP 的实施使得超过 90% 的货物贸易实现了零关税, 这对于跨境电商企业而言, 意味着商品的最终售价将大幅下降, 从而吸引更多消费者, 推动市场扩张。此外, RCEP 还削弱了非关税壁垒, 如原产地规则的“区域累积原则”, 进一步降低了供应链成本, 提升了企业的盈利水平。

1.2 跨境电商供应链愈发完善

近年来, 随着两国物流通道和基础设施的不断优化, 供应链效率显著提高, 跨境电商订单的交付速度也得以加快。特别是在国际物流成本持续上升的背景下, RCEP 框架内的合作显得尤为重要。通过加强区域内的物流与电商平台标准化, RCEP 鼓励跨境电商企业在目标市场设立海外仓, 以加强物流网络。这不仅有助于实现错峰配送, 降低物流运输成本, 还能加快商品配送速度, 提升消费者体验。越南作为东南亚重要的物流枢纽, 其海外

仓的建设和运营将进一步推动中越跨境电商的物流效率提升。

1.3 中越市场边际不断扩展

RCEP 的实施,为中越两国电商企业提供了广阔的市场扩展空间。越南的年轻消费群体和中国巨大的内需市场,均展现出巨大的增长潜力。随着 RCEP 的生效,两国电商企业则可以更轻松地进入对方市场,实现产品多样化与市场扩展。这不仅有助于满足两国消费者的消费升级需求,还能推动两国电商产业的协同发展。此外, RCEP 还促进了区域内数字技术的合作与共享,特别是在支付技术、数据互联等领域的创新,为中越两国电商企业提供了更多提升服务质量、优化用户体验的机会。

1.4 数字技术提供底层保障

RCEP 的推进,对区域内数字技术的合作与创新起到了十分重要的影响。在支付技术方面, RCEP 推动了跨境支付系统向电子化与标准化转型,解决了成员国支付系统间的兼容性和安全性问题。这为中越两国电商企业提供了更加高效便捷的支付解决方案,减少了结算时间,提高了交易的安全性及便利性。在数据互联和人工智能领域, RCEP 鼓励成员国加强合作,共同推动技术创新与应用。这将有助于中越两国电商企业利用大数据和人工智能技术优化运营策略、提升用户体验、增强竞争力。

2 RCEP 生效对中越跨境电商发展带来的挑战

2.1 越南物流基础设施相对落后

尽管越南电子商务市场发展快速,但物流基础设施建设仍面临诸多挑战。据《2019 年全球竞争力报告》一项针对东盟国家基础设施建设情况的评分显示,截止 2019 年底,在满分 10 分为基准的评定中,越南公路基础设施质量 (3.4)、铁路运输服务效率 (3.6)、港口运输服务效率 (3.8)、航空运输服务效率 (4.0) 均在 4 分及以下。究其原因,其一,越南地形复杂,交通运输网络尚不完善,尤其是越南农村和偏远地区,物流配送效率低。其二,越南的港口、道路、铁路等交通设施现代化水平较低,难以承载日益增长的物流需求。比如蒋玉山 (2018) 在一项基于越南交通基础设施建设的考察中发现,其中的双车道公路设施,其在高峰期就频繁出现交通拥堵,进一步延长了配送时间。其三, RCEP 生效后,越南物流基础设施难以适应新型国际经贸规则。截止 2023 年,越南的物流绩效指数在全球 150 多个国家

及地区中仅排名第 43 位,不能很好地符合数字经济和绿色经济的要求。

2.2 越南跨境电商支付方式分散化

构建高效完善的跨境电商支付体系,是促进中越跨境电商发展的关键因素。越南政府《国家电子商贸发展总体规划》(2021-2025)中,期望 2021 年至 2025 年期间,该国 B2C 跨境电商的销售额可以实现年增长 25%,让 90%以上的越南用户,都可以选择使用手机 App 进行网购。然而截止至 2023 年,越南全境电子商务支付方式占比中,仅有数字钱包/移动钱包 (25%)、银行转账 (24%)、货到付款 (23%)、信用卡 (17%),以及借记卡 (6%) 占比偏高,其他支付方式占比几乎可以忽略不计。相比之下,据《2023 年全球支付报告》显示 (见表 2),数字钱包已成为中国电子商务的主要支付方式,占 2022 年交易总额的 81%。由此可见,由于两国经济发展水平差异,越南的电子商务支付方式与中国存在较大不同,呈现出高度分散化的特征。

表 2 中国—越南电子商务支付方式 (单位: %)

国家	数字钱包	账户对账户	货到付款	信用卡	借记卡	先买后付	预付卡	预付费
中国	81	2	2	4	7	4	0	0
越南	31	21	18	18	9	1	1	1

数据来源: 根据《2023 年全球支付报告》数据整理

2.3 越南跨境电商人才供求失衡

跨境电商行业的发展要求从业者不仅具备坚实的理论知识,还要拥有优秀的实操能力。然而,当前越南跨境电商人才供求失衡的问题日益突出。从数量上看,随着中国与东盟跨境电商领域合作的不断升温,跨境电商人才缺口迅速扩大。据《2019 中国进口发展报告》的资料,中国跨境电商人才缺口已接近 450 万人,并以每年 30%的增速持续扩大。在质量方面,中国大部分电商专业的毕业生虽然具备丰富的理论知识,但实操能力不足,无法满足企业对复合型人才的需求。与此同时,越南的教育资源也相对匮乏且教育成本较高。该国从 1980 年全国职业教育机构 366 所,发展至 2020 年 397 所技职学院, 519 所中等职业学校、1032 所职业训练中心。虽然其规模在不断扩大,但是其教育成本仍然较高,其根本原因系受外资投资的影响。据丁钜河 (2020) 调研可知,该国的电商教育受外资投资成本从 2014 年的 12 5 亿美元一直升到 2018 年的 191 亿美元,创下了外商直

接投资历史新高。此外，当前中越两国跨境电商从业人员的英语能力普遍较强，但小语种能力相对薄弱，特别是熟练掌握越南语的跨境电商人才严重短缺。

2.4 越南跨境电商售后服务待加强

越南工贸部 2023 年数据显示，该国当前网络使用人数有 7560 万人，且有 32% 的越南消费者会每周至少网购一次。可见伴随着互联网在越南的兴起，会使越来越多消费者对跨境电商售后服务提出高要求。值得注意的是越南跨境电商的进一步发展，将面临着消费者信任和售后服务保障方面的严峻挑战。提升消费者信任有助于壮大电商用户基础，而完善的售后服务可增强用户体验，帮助建立电商购物的信任度。在信任方面，由于部分越南电商平台及商家存在虚假宣传及假冒商品问题，消费者对线上购物的信任度受到影响，促使许多消费者考虑选择货到付款。并且据 Statista 市场分析可知，越南的货到付款方式在电商交易中的比例仍在 40% 左右，大幅高于线上支付普及率，进一步凸显了信任问题对电商发展的影响。与此同时，越南复杂的地理环境和相对落后的交通网络对跨境物流和“最后一公里”配送形成了较大阻碍。

3 促进中国越南跨境电商高质量发展的对策建议

3.1 推进中国与越南物流一体化建设

3.1.1 加强基础设施互联互通

增强中越发展战略的对接力度，推动“一带一路”倡议与“两廊一圈”框架的合作规划，以加快两国铁路、公路和口岸基础设施的互联互通。具体而言，在公路运输上，加速坝洒至巴刹红河界河大桥建设，加强公路技术交流，提升智慧海关“软联通”功能；在铁路运输方面，双方将充分发挥中越铁路合作机制的作用，加速推进老街-河内-海防及同登-河内、芒街-下龙-海防三条标轨铁路的可行性和规划编制，加快河口至老街铁路连接线的建设，为跨境电商企业提供集仓储、分拣、配送于一体的综合物流服务，降低物流成本，提升物流效率；在口岸建设上，推动友谊关-友谊口岸、浦寨-新清货运专用通道的智慧口岸试点建设，通过引入智能化、自动化技术，进一步提升通关效率。同时，加强两国在铁路运营、维护等方面的合作，提升铁路物流服务的可靠性和安全性。

3.1.2 支持企业海外仓建设

政府应出台相关政策，鼓励和支持跨境电商企业在越南设立海外仓，提供税收减免、资金补贴等优惠政策。并设立专项基金，支持海外仓项目的建设和运营，降低企业成本。此外，各级管理部门则可以鼓励企业探索多样化的海外仓发展模式，如自建仓库、公共海外仓、与当地政府和第三方物流公司合作等。充分利用现有技术，针对不同规模和业务需求的企业组建专业团队，提供定制化的海外仓解决方案，强化数据分析和应用能力，以提高海外仓的综合服务水平。

3.2 完善中越跨境电商支付生态环境

为促进中越跨境电商支付的高效发展，应深化跨境支付系统的互联互通。具体而言，可以加强银联国际与越南国家支付公司（NAPAS）的合作，推动双方支付系统的无缝对接，实现扫码支付的互通，由此加快构建跨境支付的互联互通体系，共建开放的支付生态环境，为中越电商合作提供便捷、高效的支付服务。同时，还可以鼓励两国支付企业加强技术合作与创新，共同研发适用于跨境电商的支付产品和服务，推动支付接口的标准化和支付协议的统一，进一步降低支付成本，提高支付效率。此外，为构建完善的跨境支付信用机制，中越两国政府应制定具体的信用统计及评估标准，以统一对跨境电商企业的信用评价。比如，中越两国应共同制定一套适用于跨境电商支付的信用统计及评估标准，并主要涵盖企业资质、经营历史、交易记录、用户评价等多个维度，以确保信用评价的全面性和准确性，也可以探索利用大数据、人工智能等技术手段提升信用评价的准确性和效率；从而推动信用机制在跨境电商支付场景中的广泛应用，如信用担保、信用融资等，以降低交易成本，提升市场效率。

3.3 加快中越跨境电商复合型人才培养

3.3.1 政府层面的政策激励

中越跨境电商的迅速发展对具备复合技能的人才提出了紧迫需求，政府应加大对跨境电商人才培养的投入，建立有效的激励机制，以促进人才的保留和发展。具体措施包括设立专项奖励计划，对在跨境电商领域取得突出成绩的个人和团队给予表彰和奖励。同时，政府应推动企业为员工提供福利和生活支持，如住房补贴、子女教育优惠等，以增强员工的归属感和忠诚度。

3.3.2 高校层面的课程优化

高校应积极响应市场需求，优化课程设置，加强越

南小语种课程的建设与教学。比如将越南小语种课程列为重点学科,增加资源投入,提升教学质量。同时,鼓励高校开展“多语种+专业”培养项目,将电子商务、物流、国际贸易等专业知识与越南小语种相结合,培养具备跨领域能力的复合型人才,以支持中越外贸的持续发展。此外,高校还应加强实践教学,因此可以考虑通过产学研方式,与跨境电商企业建立合作关系,为学生提供实习机会和创业指导,提升其实操能力和就业竞争力。

3.4 提高中越平台的售后服务体系

3.4.1 全面提升电商平台售后服务体系

由于跨境购物退换货时的物流与时间成本较高,该问题已成为消费者的一大顾虑。因此,越南平台应深刻认识到售后服务在提升消费者信任中的关键作用,并采取切实有效的措施加以改进。一方面,平台应引入退换货运费保险机制,由平台或合作保险公司提供,让消费者在跨境购物时能够购买低额的运费险,以抵御高昂的跨境运输风险。在有效减轻消费者的经济负担同时,显著提升其购物体验。另一方面,平台应在越南主要城市合理布局海外仓和售后服务点,建立专业的售后服务团队,确保在商品出现问题时能够迅速响应并处理。通过减少用户等待时间,降低物流相关支出,进一步提升消费者的满意度和信任度。

3.4.2 政企合作推动第三方支付系统建设

为了增强消费者对跨境电商平台的信任,政府应与企业合作推动第三方支付系统的建设。政府可提供政策支持和监管指导,鼓励国内有实力的支付机构与越南当地金融机构合作,共同打造安全、便捷的第三方支付平台。这一平台应允许消费者在下单后将货款支付给第三方公司,待确认收货后再将款项结算至电商企业账户。这样不仅能够保障消费者的购物安全与权益,还能促使电商企业在产品质量和售后服务方面持续改进,从而赢得消费者的信任和支持。

3.3.3 加强物流基础设施建设与效率提升

针对越南复杂的地理环境以及相对落后的交通网络,对跨境物流和“最后一公里”配送形成的阻碍,政府和企业应共同努力加强物流基础设施建设。一方面,政府应加大对交通网络的投入,提升运输效率,降低物

流成本;另一方面,企业应积极利用现代科技手段,如智能物流系统、无人机配送等,提高配送时效和服务质量。同时,政府和企业还应加强合作,推动区域物流协同发展,缩小不同地区在物流基础设施建设、运输效率提升等方面的差距,为跨境电商在越南的稳健发展提供有力支撑。

参考文献

- [1]VU THI L Y. 中越货物贸易的不对称相互依赖[D]. 华中师范大学,2020.
- [2]程成,胡亚琪,王云龙. 中国-东盟贸易流网络生长特征与国别角色识别[J]. 世界地理研究,2024,33(5): 1-17.
- [3]赵桂茹. 《中国电子商务报告(2022)》[R]. 北京: 中华人民共和国商务部,2022.
- [4]刘颖. 浅析RCEP对国际贸易和物流的影响[J]. 汽车博览,2022(31):62-64.
- [5]徐保昌,许晓妮,孙一菡. RCEP生效对中国—东盟跨境电商高质量发展带来的机遇和挑战[J]. 国际贸易,2022(10):53-59.
- [6]蒋玉山. “一带一路”视阈下中越合作机遇与前景——基于越南交通基础设施建设的考察[J]. 钦州学院学报,2018,33(07):26-32.
- [7]张海清. 东南亚产业经济快速发展物流需求增加[J]. 中国远洋海运,2023(11):34-38.
- [8]TRAN THUY TRANG. 越南(Shopee)虾皮跨境电商平台用户体验对用户满意度的影响研究[D]. 华南理工大学,2022.
- [9]李玉翠,黄智铭,韦金玲. 基于ARIMA模型的中越跨境电商发展趋势分析[J]. 对外经贸,2023(7):6-10.
- [10]<https://world-pay.globalpaymentsreport.com>
- [11]魏浩. 《2019中国进口发展报告》[R]. 北京: 中国经济出版社出版,2020:1-14.
- [12]丁钜河,阮氏美香. 产业需求互动视角下的越南职业教育发展[J]. 职业技术教育,2020,41(36):77-80.
- [13]余铨. 东盟电子商务水平对中国—东盟双边贸易的影响研究[D]. 云南财经大学,2023.
- [14]李大伟. 东亚“10+3”地区内部加快构建跨境电商规则的思路及建议[J]. 中国经贸导刊,2024(1):80-82.