

Research on Deep Cooperation and Collaborative Development Between China and Indonesia Cross-Border E-commerce Based on Silk Road E-Commerce

“丝路电商”背景下中国与印尼跨境电子商务深度合作与协同发展研究

| Zhang Li^{1,*} | Yang Yalin² | Jiang Jiarui³ | Ni Guangxian⁴ |

^{1,2,3,4}School of Economics,
Xihua University, Chengdu,
China

*593727158@qq.com

yangyalin.xhu@gmail.com

jiangjiarui@gmail.com

guangxianni@gmail.com

ABSTRACT

With the rapid development of "Silk Road E-commerce", the cross-border e-commerce cooperation between China and countries along the "Belt and Road" is gradually deepening. As a major e-commerce country and the initiator of "Silk Road E-Commerce", China has rich experience and good material foundation. As the largest economy of ASEAN and one of the partner countries of "Silk Road E-Commerce", Indonesia has a broad market and a huge consumer base. The cross-border e-commerce sector between China and Indonesia has shown strong complementary and synergistic development capabilities. This paper first analyzes the basic situation of "Silk Road E-commerce", followed by an in-depth analysis of the current situation, development pain points and cooperation space of cross-border e-commerce in China and Indonesia, and puts forward six suggestions for the development of cross-border e-commerce in China and Indonesia, which provide a strong academic support for scholars in this field.

KEYWORDS

silk road e-commerce; belt and road; china-indonesia cross-border e-commerce; bilateral cooperation

引言

自 2016 年“丝路电商”战略提出以来，中国已与智利等 26 个国家签署了跨境电商发展双边合作机制，促进了“一带一路”沿线国家积极合作共赢，助推电商国际合作深入发展。“丝路电商”作为国际经贸合作的新渠道、新亮点、新引擎(王琳；王英伟，2021)，在持续深化有效政策对话沟通、加快有效设施项目联通、推动经济贸易合作畅通、促进双向资金相互融通、增进双方民心相通交流中，为区域各国合作共同促进发展进程创造重大机遇、提供动力，助推了电商国际合作深入发展。与此同时，跨境电商作为近年来国际贸易的新业态及新手段，它的蓬勃发展也对传统贸易监管、海关通关效率(王娟娟，2017)、跨境电商物流供应链(付帅帅等，2021)等

领域提出了挑战，国家与地区间跨境电商协同发展成了“一带一路”沿线国家和地区的共同诉求。中国作为“一带一路”的发起国、“丝路电商”发展的中坚力量，在其中发挥着举足轻重的作用。印度尼西亚资源十分丰富，作为全球第四大人口大国，是公认的世界上最有发展潜力的东南亚电商市场之一，它在人口和经济发展方面具有绝对优势(贺婉，2022)，拥有庞大的电子商务报体量以及广阔的市场。同样作为人口大国的中国，其电子商务发展迅猛，拥有技术、资本、商业模式、消费者等发展跨境电商的基础条件。据亚马逊平台统计，亚马逊 70%的卖家均来自中国，中国在跨境电商领域已经形成了成熟完整的产业链，两国跨境电商蓄势待发。

国内外学者多从中国与东盟、“一带一路”沿线国家间跨境电商，或是印尼电子商务、数字经济等角度展开了研究。例如，Chen 等(Chen, 2019)指出，在地区经济发展差异巨大的挑战之下，数字经济和电子商务的发展已成为东盟国家广泛关注的热点问题。郑颖瑜(郑颖瑜，2022)就 RCEP 背景下中国与东盟跨境电商的创新发展路径进行分析发现，印尼是近年来中国跨境电商合作的重要国家之一。鉴于此，不少学者从不同的角度对中印尼两国间跨境电商进行了研究。例如，严文韬(严文韬；方友熙，2021)指出现今新冠肺炎疫情仍在全国各地较为猖獗，世界格局日新月异，全球经济乏力，中国与印尼跨境电商合作仍有诸多问题亟待解决，其中加深企业合作、加快电商专业人才培养、借助数字经济持续发力不乏为解决这一问题的重要举措。贺婉(贺婉，2022)通过构建引力模型分析中国与东盟跨境电商协同合作情况，证实了中国出口印尼跨境电商发展潜力巨大，同时分析发现了现存支付、基础设施、仓储等问题尚未解决。相应地，刘丹(刘丹，2021)也指出了强化基础设施建设、大力推行“跨境电商+海外仓”模式是中印尼跨境电商持续赋能数字经济的重要举措。Putri 等(Putri 等，2019)通过研究印尼消费者网络购物时选取的不同支付方式，指出印尼电商市场支付体系不完善，支付数据的安全性、信息的保密性等仍是当今印尼发展电商的重大阻碍。Guan 等(Guan Yue, 2019)通过定性分析中国和印尼电子商务法律对跨境在线服务的比较，指出印尼作为东南亚电商发展最快的国家，利用出台专门的电商法律法规有效解决了跨境电商网络购物附加费不明确、第三方平台责任不清晰等问题。此外，林梅等(林梅；周漱瑜，2020)指出在“下南洋”投资热潮中，中国企业投资印尼数字经济主要集中在两个领域，其中之一便是电子商务，同时证实了在“一带一路”框架下，中国与印尼数字经济发展前景巨大。涂晓庆(刘露，2020)指出印尼作为东盟国家的领导者，具有良好的经济、金融条件，而“一带一路”战略的实施有助于加强中印尼间的贸易投资合作关系。Ariansyah 等(Ariansyah 等，2021)通过调查印尼消费者网上购买决策的影响因素，指明了电子商务相较于传统商务的优势之处，提出了数字技术、计算机环境和配套基础设施完善是印尼电商长远发展的关键点。

但是，现有研究仍存在以下不足。一是“丝路电商”概念虽已提出数年，但学术界关于“丝路电商”背景下国家间跨境电商协同发展研究领域几乎空白。二是现有文献对跨境电商的研究多是关于中国与东盟或者“一带一路”沿线国家，缺乏聚焦于某一国家的双边跨境电商合作及协同发展研究。

因此，本文以中国与印尼跨境电商协同发展为研究对象，以其协同合作情况、现存瓶颈问题为研究重点，旨在对如何加强中国与印尼跨境电商协同发展路径进行探究。

本文希望在深度剖析双方跨境电商深度合作与协同发展的基础上，找出痛点和瓶颈问题，力争找到中国和印尼跨境电商发展的新思路、新路径，为跨境电商领域学者、各行业，中国及印尼政府甚至东南亚各国和“一带一路”沿线国家对跨境电商协同发展提供了理论支撑。同时提出具体的一揽子行动方案，以期更好惠及双边产业、企业及消费者，助力中印尼跨境电商的健康发展，也对中国与其他国家或地区的跨境电商协同发展提供了一定的借鉴意义。

研究方法

2.1. 文献分析法

通过对查阅大量关于“一带一路”背景下的跨境电商文献资料，在深入学习后进行分析和比较，全面地、正确地了解掌握以印尼为主的跨境电商国际经验和借鉴价值。

2.2. 定性分析法

通过对中国与印尼跨境电商进行“质”的研究，对双边跨境电商发展性质及发展趋势加以分析。

研究结果及探讨

丝路电商基本情况分析

丝路电商主要目标

健全国际跨境物流合作体系

“一带一路”沿线国家多为新兴市场经济体和发展中国家，基础设施建设普遍落后，不同区域、不同国家物流体系建设不平衡现象突出，一定程度上制约了“丝路电商”的可持续发展。因此，如何健全国际跨境物流合作体系成为推动丝路电商发展的一大重要目标。要求积极搭建并逐步完善运输交通网络，踊跃参与沿线国家跨境电商物流体系建设，加快促进沿线各国物流互联互通；积极打造国际陆海贸易新通道，努力提升丝路电商物流运输效率，加快实现跨境物流数智化建设。

促进数字基础设施互联互通

“一带一路”沿线各国在经济发展水平、数字基础设施、网络普及率、网民数量与网购群体规模方面表现出较大的发展差异。从数字基础设施建设布局看，除欧洲、部分中东发达国家建设水平较高外，其他各国数字基础设施水平都较差，大多数国家普遍存在较大的“数字鸿沟”（陈福炯，2021）。差异较大的网络设施水平及网络通信畅通能力制约着沿线国家跨境电商发展，因此，加大数字基础设施投入，带动沿线国家互联互通成为亟须解决的一大难点。中国推进丝路电商战略，充分发挥其在资金、技术和人才等方面的优势，共享我国数字基础设施建设经验，助力沿线各

国数字基础设施建设迈步发展，缩小各国间的“数字鸿沟”，从而打造较为完善的互联互通数字基础设施。

提升沿线各国海关通关效率

“一带一路”沿线各国家或地区间现存的国际贸易法律规则、海关贸易政策、清关物流效率政策以及现行国际海上多式联运业务操作相关标准都存在一定差异，通关手续繁杂、准则规范不统一、整体通关效率低下，制约了各国跨境电商的可持续发展。丝路电商背景下，海关会采取海关监管系统对接交换与国际通关单证互认、信息资源的共享整合利用创新等先进的创新模式，推动海关围绕加强沿线区域经济贸易便利化通关与监管执法一体化合作，推进电子商务和相关跨境海关监管领域业务模式创新；通过推动各地简化电子贸易货物原产地核准通关审批程序或行政批复放行报关的流程，统一电商货物电子通关技术检验评估标准，提升我国区域及跨境贸易货物、电商业务以及国际通关业务整体效率，降低区域跨境物流企业电子商务跨境通关物流成本，以此提高海关电子商务通关流程审批效率，破除制约沿线各国跨境电商发展壁垒，为丝路电商发展减少阻力和不确定性因素。

丝路电商发展现状

丝路电商成就外贸新业态

丝路电商战略已初步成为深入推进亚欧“一带一路”战略双边经贸与合作的新亮点，积极稳妥发展以现代跨境电商服务为重要代表业态的跨境外贸新经营业态结构和外贸新模式，既是做好当前外贸稳定促进外贸创新的一大重要抓手，也是进一步适应我国贸易管理方式的数字化和转型化趋势到来的一大必然内在要求。跨境电商作为丝路电商发展的重要工作切入点，通过大规模发展全球跨境电商网络可以显著提升“一带一路”沿线各国社会数字经济水平。调查研究数据显示，2017—2021年，亚太地区中国计划跨境电商规模已从约902.4亿元大幅增长到1.98万亿元，5年增长近22倍，年均增速高达55.5%。中国跨境电商综合试验区已达132个。作为一种新兴的贸易手段，丝路电商已成为发展外贸新业态的重要抓手。

丝路电商下商务合作紧密

丝路电商建设使沿线各国跨境电商进出口和数字贸易发展迅速。据阿里巴巴编制的“一带一路”沿线国家跨境电商连接指数（ECI）数据显示，与中国跨境电商联系最密切的沿线国家和地区分别来自东欧、西亚和东盟（李云龙等，2022）。其中，东盟作为“一带一路”的重要组成部分，已展现出强大的生命力。借助跨境电商平台，中国商品正在大量出口至俄罗斯、乌克兰、波兰等54个欧盟“一带一路”沿线国家。同时，中国的消费模式正在不断升级，这给来自丝路电商沿线国家和地区的旅游商品市场带来了新一轮的巨大购买需求，更好地惠及当地旅游民众。

丝路电商畅通度不断提高

虽然丝路电商沿线国家互联网发展水平参差不齐、落差明显，与发达国家相比存在着巨大的“数字鸿沟”，但通过近年来在西方国家的“丝路电商”建设计划的带动及支持推动，互联网、物流网站平台等大型信息化的基础设施项目也加快地投入建设，移动智能互联网、大流量数据、云计算技术平台等这一系列网络新经济信息技术被推广并普及与运用，沿线世界各国城市的电商网民、网络电商应用终端普及率、电商消费者人数均呈现着较为明显加速上升趋势。跨境网络电商与交易也在整个“一带一路”沿线国家和地区得以快速、健康、稳定发展，市场潜力巨大。此外，“丝路电商”建设为各大平台提供了良好发展契机，特别是提升了沿线国家跨境电商的畅通，进一步破除跨境电商发展壁垒。

中国跨境电商规模扩大

在丝路电商政策推动下，中国政府对跨境电商加大政策扶持，使得线上平台增多、产品定制特征显著，跨境电商用户规模逐渐扩大，进入全产业链时代。跨境电商带动整个产业链协同发展，助推中国品牌出海，拉动了中国经济增长。据商务部统计，2021年跨境电商进出口交易额为1.98万亿元。随着跨境电商的蓬勃发展，预计到2025年，中国跨境电商交易额将达到2.5万亿元，发展势头强劲、前景广阔。

中印尼跨境电商发展研究

中印尼跨境电商发展现状

“一带一路”倡议驱动

2013年，中国提出“一带一路”倡议，通过借助已有的、行之有效的区域合作平台，依靠中国与一带一路沿线国家既有的双多边机制，积极发展与沿线国家的经济合作伙伴关系，共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。中国与印尼双边跨境电商得以有效推进。

丝路电商战略驱动

为深入推动中国跨境电商发展，中国政府在“一带一路”基础上，于2016年出台了“丝路电商”战略，构建了电子商务合作机制，有效促进了相关领域合作，进一步发挥电子商务技术相关应用、经营管理模式革新和市场规模等资源优势，积极推进电子商务国际合作。截至目前，“丝路电商”已蓬勃发展八年有余，且已初具规模，“买全球、卖全球”的贸易结构已基本实现。同时，“丝路电商”可以有效拓展中印尼两国经贸合作新空间，探索构建数字经济国际规则体系，推动构建中印尼跨境电商新发展格局。

互联网应用日益普及

印尼跨境电商具有巨大的发展前景。截至2021年底，印尼互联网普及率达77%。公开数据显示，2021年，已有75%的印尼消费者愿意通过移动端进行电商购物，印尼电商市场规模已超2万亿元。同年，中国互联网普及率达43.2%，跨境电商进出口规

模已达 14.2 万亿元，中国跨境电商发展迅猛。基于此，中国和印尼可以有效借助互联网的强大动力，通过中印尼两国间交流及技术合作，带动双边跨境电商发展，促进两国经济互补，实现互利双赢。

双边贸易持续上升

在“一带一路”倡议以及相关政策的持续推动之下，中印尼双边贸易成效显著。自 2017 年以来，中国对印尼进口额和出口额持续增加，进出口总额呈现井喷式发展。但是受 2019 年新冠疫情影响，两国跨境电商进出口贸易增速放缓，经过两国政策的迅速调整，2021 年达到峰值 1245.36 亿美元。2022 年底，中国疫情防控放开，海关关口、通关报关等将逐步恢复至“前疫情”时期，双边跨境电商贸易一路向好。

跨境电商领域扩大

近年来，印尼借助得天独厚的资源优势 and 全球互联网风潮，经济实力大增，中国电商企业瞄准印尼市场潜力，提早布局印尼。据统计，截至 2020 年，已有约 1000 家中国企业与印尼在跨境贸易、投资和数字支付等多个领域展开经贸合作，中印尼双边贸易呈现持续上升趋势。各大电商知名企业（阿里巴巴集团、蚂蚁科技集团、京东印尼和 Lazada 等）充分发挥自身平台优势，带领本地企业发展。在上述企业的积极响应下，中印尼跨境电商合作规模不断扩大，助力了两国数字经济领域的贸易合作，加深了双方在跨境电商、数字经济等第三产业的合作。

港口合作机制创建

印尼港口码头吞吐量严重饱和，为解决此问题，2018 年至今，中国与印尼签署了一系列港口合作机制，明确了今后双方在港口建设、航运信息共享、跨境电商物流建设、人员技术交流等领域的长期合作规划。充分利用现有合作机制，创新双方在港口基建与运营方面的合作模式，共同建设境外经贸合作区，积极参与港口运营与建设。此外，印尼与中国宁波舟山港港口公司合作，着手扩建印尼最大货运港口——丹戎不碌港，为中印尼跨境电商发展提供机制保障，进一步减少了货物运输途中所带来的问题。

中印尼跨境电商合作痛点

印尼支付方式落后

印尼线上支付方式手段传统。摩根调查数据显示，2021 年，整个印尼电商业务 GMV 中银行转账占比 32.21%，直接付款、数字钱包、货到付款、银行卡占比分别为 3.18%、25.72%、17.15%、14.94%，消费方式传统且并未迭代升级。截至目前，印尼消费者并未形成良好的线上支付习惯，借助第三方平台开展电商交易的方式并不普及。相比之下，中国用户则能通过使用微信、支付宝、信用卡通等各类第三方手机支付系统平台直接完成手机支付，支付方式及支付体系较为完善。正是由于中国与印尼跨境电商支付方式严重不匹配，严重影响中国卖家与印尼消费者的支付效率与安全，从而阻碍双边跨境电商合作。

印尼基础设施落后

一是印尼物流模式落后。当前，邮政物流、国内快递、国际快递、专线物流等四种模式仍然是中国出口印尼的传统跨境包裹物流模式(陆富益, 2021)。但上述传统跨境物流模式仍然存在快递配送业务周期时间长、溯源信息跟踪追溯机制稳定性差、清关配送环节顺畅便利度低、包裹货物破损率普遍偏高、丢包率过高、退换货时效无法保证等问题, 制约着双边跨境电商发展。

二是印尼物流渠道不畅通。由于印尼群岛国家的属性, 其物流渠道存在惊人的不一致性, 导致印尼电商只能覆盖到一、二线城市, 其他大部分地区的消费者没有线上通过电商平台购物的条件, 只能通过线下渠道购买商品, 从而制约了印尼跨境电商发展。

三是印尼基础设施欠缺。据统计, 印尼全国境内高速公路仅有 28 条, 港口、公路、铁路站场等交通设施投资发展还不均衡, 海外仓建设阻力大。各贸易岛屿基础设施建设较为缓慢, 岛屿间缺乏直接有效连接的交通设施互相通信。跨境运输物流速度已跟不上跨境电商发展建设速度, 使得中国许多中小企业卖家对印尼未来的跨境电商发展缺乏信心(宋睿, 2019)。同时, 低水平落后的城市物流基础设施水平也在极大限度影响了“最后一公里”城市配送体系的总体服务及质量, 影响广大消费者正常的城市购物使用体验。

印尼市场体系紊乱

一是印尼营商环境薄弱。《2020 年营商环境报告》资料显示, 在全球超过 190 个重要经济体中, 印尼排名世界第 73 位, 营商环境并不优越, 腐败已成为制约印尼国内经济发展的桎梏。加之印尼庞杂且繁琐冗长的劳工审批行政法规、低下的司法办事行政效率、过于严苛的劳工自由保护法律条例, 制约着中印尼跨境电商发展。

二是印尼平台规则繁杂。相较于中国天猫国际、京东国际等电商平台具有相似又独具特色的平台规则(钟丽玲, 2021), 印尼的各大电商平台在平台规则、目标客户以及运营模式等方面尚未形成统一规范, 从而导致各平台间恶性竞争加剧, 影响中印尼跨境电商良性发展。

三是印尼币汇率波动大。当前, 随着人民币国际化深入实施以及跨境支付市场规模不断扩大, 中国跨境电商贸易交易时间间隔较长, 外币计价结算情况复杂, 且随人民币币值波动变化, 将导致我国跨境电商出口企业将遭遇重大金融风险, 不利于中印尼跨境电商的持续性发展(Hi11, 2018)。

双边海关机制不健全

一是海关监管方式不对称。中国和印尼在海关通关、收税、商检等法律、政策上差异较大, 两国互联网发展水平不同步, 监管方式不对称, 导致快递通关滞留、产品质量漏洞、买卖双方争议投诉等现象频发(李颖, 陈迪琳, 2022)。从印尼来看, 印尼原有的海关机制主要面向大批量、低频率的 B2B 大宗货物贸易, 不适应小批量、高频率的跨境电商通关需求(章雁峰, 杨芬, 2022)。加之印尼电子化程度相对落后, 无法实现跨境电商数据共享, 影响跨境电商产品的通关效率。从中国来看, 我国跨

境电商零售通关实行“清单核放、汇总申报”，真正做到高效便捷、监管有效。因此，两国不对称的海关通关制度，严重影响消费者的购物体验，加大了双边商品流通难度，使得两国跨境电商面临严峻挑战。

二是海关通关流程效率不高。中国与印尼的通关时间、通关费用、通关手续办理流程悬殊。数据显示，中印尼两国通关时间一般超过 15 天，相较于中国境内电商一般 3 天内到达任何地区的速度，具有极长的时间成本，不符合中国消费者消费习惯，从而阻碍中印尼两国跨境电商发展。从印尼来看，印尼海关会联合其他执法部门对进口清关进行严查，清关手续繁琐、清关时间较长、清关费用较高，严重影响通关效率，降低消费者购买意愿，增加消费者时间成本。

两国文化差异大

一是印尼宗教文化影响强。印尼人口中包含伊斯兰教、基督教、天主教、印度教等教徒，宗教信仰多样，人口构成复杂，导致印尼消费者生活习性多样，消费偏好不同。然而，商品选品受文化、习俗、消费者偏好等因素影响，导致中国企业产品不一定契合印尼消费者消费偏好，从而导致平台商品种类受限(张松建，2022)。

跨境电商人才缺口大

公开数据显示，2020 年，我国各院校印尼语毕业生中约有 73%的毕业生从事与印尼语相关工作，专业对口率较高。一方面，以应届毕业生为主体的印尼语人才供给并不能满足跨境电商偏好，不能满足掌握印尼语的相关跨境电商高端复合型人才的需要。另一方面，掌握跨境电商知识，具有跨境电商运营能力的电商人才并不精通印尼语，存在语言沟通障碍。从而导致中国跨境电商复合型人才缺口较大(王影，梁祺，吴白云，2022)。随着跨境电商平台对于高质量人才的需求增大，这种人才缺口将持续扩大。反观印尼跨境电商人才市场，因印尼曾采取“禁华”政策，印尼中文教育严重断层，有限的语言能力无法满足企业之间对于高端人才的需求。这就导致中印尼想要在“丝路电商”背景下开展更深层次、更广泛领域的跨境电商合作存在更大难题。

中印尼跨境电商合作空间

RCEP 的签署与生效，加速贸易关系升温

中国致力于消除内部贸易壁垒、创造和完善自由的投资环境、扩大服务贸易。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP 协议)于 2021 年通过核准，中国成为首批批准该协定的国家，此后，中国与印尼双方在区域内达成了共识，获得了范围全面广泛、高水平的多边电子商务规则成果，有效降低中印尼跨境电商供应链各环节成本，有力推动双边跨境电商发展，助力深化中印尼双边关系、扩大经济贸易合作，为两国交流发展提供了全新平台。

企业合作日益紧密，基础设施逐步优化

近年来，印尼人口大量增长、电商消费市场逐渐成熟，基础设施不断完善，两国跨境电商合作日益密切。一是中方企业加强印尼电商基础设施建设，为两国跨境电商合作提供了保证。2018年，阿里巴巴在印尼构建庞大且完善的电商生态体系；同年，京东也在印尼布局覆盖6500个区县的庞大电商网络，设立7个规模庞大的中转仓，开通中国直飞印尼的国际物流航线，大力促进双边跨境电商合作。二是中国与印尼跨境电商出口企业正在不断完善自身系统，推动物流体系智能化方向发展。例如，京东印尼自主建造了跨境电商物流系统，在仓储、装卸、运输、分拣以及终端配送等环节应用智能物流运输装备系统，实现了跨境电商“智慧物流”。中国电商企业在印尼的加速布局和中印尼电商企业的紧密合作，使印尼电商基础设施得到了迅速强化，为双边跨境电商合作打开了空间。

全新生态体系建成，推动双边合作共赢

当前，“一带一路”经贸合作活跃程度高、发展潜力大的新引擎当属电子商务。丝路电商作为促进中国与东盟经贸合作走深走实、拉动经济增长的新血液和新引擎，在双边务实合作中促成了一批项目签约落地，建成了全新跨境电商生态体系(王文正, 2023)。例如，建设中国—东盟跨境电商网红直播基地、策划“直播+农产品”直播带活动、打造“论坛+跨境直播带货”平台，学习中国先进经验，助推中国—东盟直播电商产业发展。充分利用中国区位优势、人才力量、先进技术，打造并且完善面向印尼等多个国家的跨境电商供应链，促进各国数字经济的合作与升级。对中印尼两国而言，全新跨境电商生态体系建成，有利于整合双边市场资源，协同国内外市场主体，实现各国之间跨境电商全链路服务成熟化发展、市场多层次体系合作。

跨境物流通道畅通，形成全新发展格局

近年来，中国重点投入了跨境电子商务综合试验区，在此支持之下，中国建设完成建成了跨境电商大数据中心、东盟跨境电商孵化中心、跨境电商大数据中心、跨境电商冷链设施等一批重点项目(余度, 2021)。为进一步畅通物流通道提高物流效率，综试区正在积极探索和发展“跨境电商+国际联运”新模式，多方位多维度多角度打造跨境电商物流通道建设，逐步形成完善的面向整个印尼的跨境物流体系，逐步打通并扫除中印尼跨境电商物流运输障碍，助力中印尼跨境电商发展新格局建立。

中国电商企业渗透，助推印尼电商发展

2020年，印尼消费者主要依赖于各大跨境电商平台进行线上购物行为，主流电商平台访问量创新高。然而，在印尼前六大电商平台中，有五个是由中国互联网巨头企业投资。中国本土企业或由中国企业控股的跨境电商企业看到了印尼电商市场的巨大潜力，纷纷渗透印尼电商市场，扩大市场份额，推动印尼电商转型升级。新冠疫情后，消费者通过跨境电商平台购买进口商品的习惯得以形成，进一步促使后疫情时期两国跨境电商合作更加密切。

跨境电商政策完善，激励双方深度合作

近年来，中国出台了一系列跨境电商政策，例如跨境商品税收和跨境物流等方面的相关政策优惠，颁布了促进电商发展的各项法规和政策，旨在鼓励中国跨境电商出口和中印尼跨境电商的深度合作，支持“互联网+外贸”新形势。印尼政府依据发展战略形势，调整相关跨境电商政策措施，打开该国电商市场并正式向中国等国外投资者开放，制定与中国跨境电商合作的计划与发展线路图，加强中国投资者对开发印尼电商市场的信心。

中印尼跨境电商发展建议

培养跨境电商高端复合型人才

明确人才培养目标，提升人才综合素养。在“丝路电商”发展新阶段，应明确跨境电商人才培养目标，以“见得多、学得会、干得好”为人才培养大方向，从单一操作型人才培养转变为思想前沿、专业交叉、学科融合、创新实干、随机应变的复合型、复合型人才。大力培养语言与电商“双通”，具备电商、市场营销、供应链管理、物流等跨专业知识，具有国际化视野、数据思维、创新想法和创业能力等综合素质的高端复合型人才(胡炜，2020)。同时，两国携手共抓青年学生人才培养，重视青年人才发展的无限潜力。一方面，中印尼两国通过开展企业与高校联合培养，提升青年学生人才理论与实践结合的综合能力；两国政府相关职能部门定期开展电商从业人员培训与考核，鼓励较为先进的跨境电商企业开设跨境电商人才培训课程，以此加强公司内外部交流，分享公司优秀经验(李颖，陈迪琳，2022)，从而推动跨境电商人才拓展转型，培养符合当今世界跨境电商大势所需的高端复合型人才(章雁峰，杨芬，2022)。另一方面，进一步完善中印尼两国间高校留学生的交换机制，鼓励两国学生申请对方高校的留学机会，形成中印尼留学生交换机制，完善留学生培养计划，加强留学生综合能力培养，为双边跨境电商发展储备丰富的人才资源。

协同完善基础物流设施建设

加大基础设施建设投入，保障跨境电商高效运转。一是打造中印尼跨境物流智慧网络。基于大数据，利用互联网、北斗卫星、数据挖掘等手段，构建中印尼跨境物流智慧网络，加强两国间物流沟通及协作，带动两国跨境电商发展。二是由中国牵头，不断探索开拓“跨境电商+国际联运”的新模式，多方面、多途径疏通中国跨境电商出口印尼的物流通道，提高物流运输效率。充分发挥中国的全产业链优势，主动参与并帮助印尼完成多功能物流枢纽等项目的规划建设、落成和运营，与印尼携手实现两国跨境电商物流一体化。三是中国与印尼携手打造智能仓储物流中心，搭建统一标准的跨境物流监控平台，以此实现中国与印尼所有跨境物流运输信息互联互通、运输车辆跟踪、仓储货物管理、结算支付、货源智能匹配等数据集成与商业运营，并通过设置中心仓、分仓、直邮专线等方式，集成本地资源做好配送服务，从而降低配送成本、提升消费者消费体验、缩短跨境电商物流周转时间(吴月甜，2018)。

推进人民币跨境电子支付系统建设

健全电商支付体系，推进人民币跨境电子支付系统建设(苏昌蕾，2016)。随着人民币国际化程度日益提高，越来越多的国家和地区已通过使用人民币进行跨境支付。一方面，中国政府应视情况降低企业选择商业银行办理人民币跨境支付业务时需承担的手续费，提升商业银行办理人民币跨境支付业务的支付效率，提高退税收入比例，从而降低企业汇兑成本和贸易融资费用，为企业降低成本，提高金融资金的周转效率。另一方面，中国消费群体庞大、消费能力极强。印尼若能综合考量中国消费者实际情况以及消费偏好、考虑本国消费者支付便利度问题，采用微信、支付宝支付等中国人民常用支付方式，辅以印尼第三方支付方式（如 GoPay 等），进一步完善和健全两国双边跨境电商支付体系，为双边跨境电商合作带来更大的空间(卢文雯，2021)。

加强支付网络安全保障

一是依靠云计算、大数据(何进，2016)等先进技术，严格把控中印尼跨境电商货物质量，对产品进行统一优化，完善相关程序和标准，实现中国和印尼双边标准互认，保障两国跨境电商商品品质。二是针对印尼国家实际国情定制若干款出口信用保险产品，依托强大的国家财政设立专项基金为企业发放津贴，保障进出口银行的信贷安全以及出口商的收汇安全。三是健全有关跨境支付体系、结汇制度的监管体系(宛洁茹，2022)，两国有关部门应联动建立信息申报平台、支付监管机构，同步共享申报、监管所需数据，提高跨境交易的监测效率。四是运用大数据技术搭建风险管理架构(张雄，2019)，加强行业内部的风险共享和合作，提高整体支付风险防控及承担能力。五是继续加大研发投入，完善支付系统的唯一性和私密性，为双边跨境电商交易提供有更安全、更有保障的支付环境(刘琳，2018)。

推动“跨境电商+”模式落地

一是加快推动“跨境电商+海外仓”模式(刘露，2020)。中印尼加强跨境物流及仓储建设方面的合作，引导中国和印尼有实力的电商企业和物流企业，在印尼建设设施齐备、功能齐全的公共仓库，推动产品出海，形成强有力的市场竞争优势。鼓励各部门推广“跨境电商+海外仓”物流模式，积极引导中国跨境电商企业在印尼进行公共海外仓布局，出台政策鼓励物流公司建设第三方“海外仓”，从而有效解决印尼物流成本居高不下及效率低下问题，为跨境卖家带来更大的利润空间。二是加快“跨境电商+转运仓”建设(刘翠萍，2018)。中国应加强与印尼本土实力强劲的物流企业的战略合作，在“海外仓”建设基础上，充分利用当地物流公司已有的仓储资源，共同推进“转运仓”建设，并加以运用和强化，而为中国卖家提升市场竞争力和更迅速地开拓印尼电商市场奠定良好基础。

促进市场准入和投资便利化

目前，中国与印尼跨境电商在市场准入、关境管理、交通设施、物流管理、运输服务、信息化以及生态管理和华侨资金管理方式等方面存在诸多制度制约。鼓励印尼

投资者积极参与中国相关专业领域业务合作，并给予资质互认，鼓励带动华侨投资者积极在电商、商品交易等方面投资兴业或创新创业，大力创新构筑“全球买、全球卖”的交易流通现代化模式，积极引导并帮助跨境 B2B、B2C 全链条垂直电商平台落地运营，方可促进印尼跨境电商企业涉足中国市场(唐文倩，2020)。

结论

本文围绕“丝路电商”背景，以中印尼两国间跨境电商痛点问题及未来发展为导向，通过分析其发展现状、痛点问题、合作空间、互补性等内容，积极探索双边跨境电商未来发展方向，使两国跨境电商合作再上台阶。本文研究结论如下：一是随着“丝路电商”政策出台，成就了外贸新业态，也使得中国与印尼跨境电商发展得到了新的生机。二是目前中印尼在“一带一路”和“丝路电商”政策驱动下，双边贸易额持续上升，跨境电商交易领域逐步扩大。三是目前中印尼跨境电商发展还受印尼支付方式、基础设施、市场体系紊乱等因素制约，此外，双边海关机制不健全、双边文化差异及人才缺口也制约了中印尼跨境电商发展。四是受新政策、新体系建设、新基建影响，中印尼跨境电商合作空间巨大。五是未来中印尼可以通过人才培养、基础设施建设、支付体系建设等方式加深合作，实现协同发展。

参考文献

- [1] Ariansyah, K., E. R. E. Sirait, B. A. Nugroho and M. Suryanegara (2021). "Drivers of and barriers to e-commerce adoption in Indonesia: Individuals' perspectives and the implications." *Telecommunications Policy* 45(8).
- [2] Chen, L. (2019). ASEAN in the digital era: Enabling cross-border e-commerce. *Developing the digital economy in ASEAN*, Routledge: 259-275.
- [3] FENG, Lang. (2022). The Innovation of Consumption Code Innovation Set Off by The Sharing Economy: Xianyu Platform as An Example: 共享经济掀起的消费符码革新——以闲鱼为例. *MANDARINABLE : Journal of Chinese Studies*, 1(1), 37-41. <https://doi.org/10.20961/mandarinable.v1i1.330>
- [4] Guan Yue, D. P., Anita Kamilah (2019). "A comparison between Chinese e-commerce laws and Indonesian information and electronic transactions laws against cross-border online services." *International Journal of Scientific and Technology Research* 8(10): 3189-3194.
- [5] Hill (2018). "Asia's Third Giant: A Survey of the Indonesian Economy." *ECONOMIC RECORD* 94(307).
- [6] Putri, Y. E., S. K. Wiryono, Y. A. Nainggolan and T. D. Cahyono (2019). "Method of payment adoption in Indonesia e-commerce." *The Asian Journal of Technology Management* 12(2): 94-102.
- [7] Qian, Yujie. (2022). The Collision of New Media Era and Chinese Culture: 新媒体时代与中华文化的碰撞. *MANDARINABLE : Journal of Chinese Studies*, 1(2), 69-74. <https://doi.org/10.20961/mandarinable.v1i2.446>
- [8] 王文正 (2023) 探析“一带一路”下对外投资合作的共赢机制，《商展经济》。
- [9] 章雁峰，杨芬 (2022). "中国—东盟跨境电子商务发展趋势与对策——基于后疫情

时代的研究。”北方经贸(01): 21-24.

- [10] 郑颖瑜 (2022) RCEP 背景下中国——东盟跨境电商创新发展路径探析, 《对外经贸》。
- [11] 张松建 (2022) 黑婴的左翼之心: 印尼、中国与文化冷战, 《汉语言文学研究》。
- [12] 王影, 梁祺, 吴白云 (2022) 数字经济背景下跨境电商人才培养体系研究, 《科技创业月刊》。
- [13] 李云龙等 (2022) 泰国数字经济发展与中泰“数字丝绸之路”建设, 《广西社会科学》。
- [14] 宛洁茹 (2022) 央行数字货币的跨境支付问题研究, 《新金融》。
- [15] 李颖, 陈迪琳 (2022) “一带一路”背景下印尼贸易便利化对中印贸易流量的影响研究, 《商业经济》。
- [16] 贺婉 (2022) 中国对印尼跨境电商出口潜力研究, 硕士学位论文。
- [17] 严文韬; 方友熙 (2021) RCEP 下中国——东盟跨境电商合作的问题与路径, 《国际视野》。
- [18] 钟丽玲 (2021) 京东商城印尼市场营销策略研究, 贵州硕士学位论文。
- [19] 余度 (2021) 跨境电商成为中国—东盟贸易发展新引擎, 《中国对外贸易》。
- [20] 付帅帅等 (2021) 跨境电商物流供应链协同发展研究, 《东北大学学报(社会科学版)》。
- [21] 陈福炯 (2021) 跨境电商助推“数字丝绸之路”建设的机遇、挑战与策略, 《新疆社科论坛》。
- [22] 王琳; 王英伟 (2021) “丝路电商”背景下吉林省地理标志农产品发展研究, 《山西农经》。
- [23] 陆富益 (2021) 中国-东盟跨境电商出口海外仓选择的影响因素分析, 《营销界》。
- [24] 卢文雯 (2021) 中国与东盟跨境电商合作研究, 《亚太经济》。
- [25] 刘丹 (2021) 中国与印尼数字经济投资合作的现实基础及推进策略, 《对外经贸实务》。
- [26] 刘露 (2020) 跨境电商海外仓发展模式研究, 硕士学位论文。
- [27] 胡炜 (2020) 人工智能背景下计算机应用专业创新创业人才培养模式研究, 《造纸装备及材料》。
- [28] 林梅; 周漱瑜 (2020) 印尼数字经济发展及中国与印尼的数字经济投资合作, 《亚太经济》。
- [29] 唐文倩 (2020) 中国—印尼“两国双园”建设的初步探索与发展对策, 《中国财政》。
- [30] 张雄 (2019) 人工智能时代大数据风险管理的建议, 《信息与电脑》。
- [31] 宋睿 (2019) “一带一路”背景下印度尼西亚港航投资潜力分析, 《中国水运》
- [32] 刘琳 (2018) 浅析跨境电子商务支付风险防范, 《现代营销: 上》。
- [33] 刘翠萍 (2018) 我国跨境电商海外仓建设研究, 硕士学位论文。
- [34] 吴月甜 (2018) 印尼国际物流发展问题研究, 硕士学位论文。
- [35] 王娟娟 (2017) “一带一路”区域通关一体化建设问题研究——基于跨境电商视角

的分析，《北京工商大学学报：社会科学版》。

- [36] 苏昌蕾 (2016) 从国际经验看人民币跨境支付，《银行家》。
- [37] 何进 (2016) 基于云计算网络安全研究，博士学位论文。