

# Research on the Development of International Trade and Its Countermeasures under the Background of the Internet in the New Era

Ningyi Ding

School of International Business and Economics, UIBE, Beijing, 100029, China

## Abstract

The rapid development of the Internet has changed people's way of work and life, and provided a new direction for the development of social economy. The popularization of computer and network technology has also brought new opportunities for the development of foreign trade enterprises, which is undoubtedly a new journey for the global foreign trade in the post-financial crisis era. Based on the strong role of cross-border e-commerce in boosting social and economic development under the background of the Internet, many developing countries have given foreign trade institutional and policy dividends. Internet + foreign trade is still a brand new field for China's international trade. Based on its positive role on the development of enterprises and national economic development, this article aims to discuss the problems and strategies faced by international trade development under the background of the Internet in the new era.

## Keywords

the internet; international trade; problems and countermeasures

## 新时期互联网背景下国际贸易发展问题及对策研究

丁宁一

对外经济贸易大学国际经济贸易学院, 中国·北京 100029

## 摘要

互联网的快速发展改变了人们的工作和生活方式, 为社会经济的发展提供了一个新的方向。计算机和网络技术的普及也为外贸企业的发展带来了新的机遇, 对于后金融危机时代全球对外贸易来说无疑是开拓了新的征程。基于互联网背景下跨境电子商务为社会经济发展带来的强劲助推作用, 不少发展中国家纷纷给予对外贸易以制度和政策上的红利。“互联网+”对外贸易对我国国际贸易来说依然是一个全新的领域, 基于其对企业发展和国家经济发展带来的积极作用, 论文旨在探讨新时期互联网背景下国际贸易发展面临的问题及策略。

## 关键词

互联网; 国际贸易; 问题及对策

## 1 引言

早在2015年, 李克强总理便政府工作报告中提出了“互联网+”行动计划, 标志着发展基于互联网的对外贸易正式上升到了国家层面。“互联网+”作为网络技术发展的新产物, 将其进行产业化是世界各国发展商品经济、推动社会发展的主流趋势。传统的国际贸易交易金额大、交易形式和地点大多固定, 互联网快速发展带来了国际贸易的新业态, 由此出现的“B2B”模式和“B2C”模式也为对外贸易企业提供了新的贸易方式和销售渠道。但是互联网在国际贸易

中作为一把双刃剑存在, 对我国传统贸易业态带来的冲击也不容忽视, 中国对于国际贸易和“互联网+”的研究尚不成熟, 与美、日等电子商务强国相比依然有较大差距<sup>[1]</sup>。对此从国家层面和企业层面出发均需要对当前遇到的国际贸易发展问题进行研究, 完善体制尽快适应互联网发展下的时代背景, 在享受互联网带来的利好同时把握不确定风险。

## 2 新时期互联网背景下国际贸易发展存在的问题

### 2.1 通关问题

互联网的迅速发展改变了传统国家贸易业态, 由此带来的跨境电子商务无论是对企业还是国家都是一个新的领域。与传统国际贸易一样, “互联网+”国际贸易依然要经过海关和国税等部门的检验和批准<sup>[2]</sup>。跨境电子商务贸易各

【作者简介】丁宁一(1987-), 男, 中国山东人, 本科, 现为对外经济贸易大学国际经济贸易学院在职人员高级课程研修班学员。

环节对于整体性的要求较强,商品的进出口需要接受海关、税务等部门的监督和管理,但是由于企业和政府部门经验的匮乏,保税商品容易出现多头管控的情况,各部门之间的信息断层会严重影响国际贸易的效率,商品货物的送达及时率甚至不及传统国际贸易形式(“互联网+”对外贸易与传统国际贸易在通关环节的对比如表1所示)。

表1 “互联网+”对外贸易与传统国际贸易在通关环节的对比

贸易形式	分类	交易金额	频次	实践经验	国家监管
“互联网+” 对外贸易	B2B	大	少	成熟	规范
	B2C	小	多	尚待完善	尚待完善
传统国际贸易		大	少	成熟	规范

## 2.2 物流问题

随着电商经济的快速发展,加上中国基础建设的日益完善,网上购物的理念在国内消费者中早已深入人心。一方面网购商品能够送往祖国的大江南北,另一方面凭借高水平的物流运输网购商品能够在短时间内送到消费者的手中。甚至顺丰、京东等企业还开通了“次日达”的高速物流服务渠道。对于电子商务来说,客户/消费者的满意度是贸易成败的关键,但是由于国际物流体系和监管制度的差异,“互联网+”国际贸易普遍面临物流速度慢,物流信息跟进不及时的问题,无论是出口货物还是进口货物的物流成本都相对较高,运送周期较慢,一定程度上阻碍了我国互联网国际贸易的发展。

## 2.3 贸易环境问题

互联网的快速发展使得世界各国政府对于互联网经济给予了高度的关注,互联网经济市场的“大蛋糕”吸引了越来越多的国家和企业投入巨量的资本。在全球经济低迷的后金融危机时代,互联网经济的出现无疑是一针“强心剂”,凭借其独特的竞争优势迅速影响全球经济。基于“互联网+”行动计划的国家战略,近年来我国政府相继出台了多项政策用以推动“互联网+”国际贸易的发展。但是相对于欧美发达国家中国在互联网经济和国际贸易的研究和实践均处于起步阶段,市场竞争愈发激烈。互联网背景下国际贸易的竞争不仅是企业之间的竞争同时也是国家实力之间的竞争。

## 3 新时期互联网背景下国际贸易发展策略

### 3.1 政府层面

#### 3.1.1 完善海关、税务等部门监管体制

首先,互联网背景下的跨境电商新业态对于中国海关、税务等部门的监管工作体系也带来了一定的冲击,传统监管体制与新贸易形势的矛盾一定程度上影响了通关效率。对此各部门需要创新检验和通关流程,积极引入5G技术和大数据技术提高国际贸易监管智能化程度,减少人为因素带来的误差。

其次,质检、税务等部门要对“互联网+”国际贸易的实体企业进行有效监督,针对国际贸易参与实体要做到合法

监管,确保进出口商品全过程追踪和监管。

最后,应当完善中国的质量监管与风险预警、防控体系,为下级海关、税务等部门逐步下放审批权限,为互联网背景下参与国际贸易的市场主体提供规范化、标准化的监管服务,提高通关效率。

#### 3.1.2 加大政府对对外贸易企业的政策倾斜力度

上文提到,互联网背景下国际贸易的竞争不仅停留在企业之间,竞争力在一定程度上也能体现国家对于国际贸易的政策和资金投入力度。

首先,中国政府需从政策层面引导对外贸易企业的发展,提高企业在国际大环境中的竞争力。例如,可以建立针对对外贸易企业的海关、融资等绿色通道,提高中国企业在办理对外贸易手续时的效率和便利程度<sup>[3]</sup>。

其次,要逐步完善互联网背景下国际贸易的法律和法规,保护和依法开展经营活动的企业,规范我国国际贸易环境,同时针对国际贸易中违法违规的行为也要予以一定的制裁。

最后,还要通过宏观政策完善“互联网+”国际贸易的配套服务,如第三方支付结算服务、物流服务等,帮助企业建立全球性的国际贸易配套服务体系。

#### 3.1.3 建立安全的互联网环境

网络技术是一把双刃剑,对于国际贸易来说同样如此,网络安全问题伴随着网络技术的诞生和发展至今都是领域内研究的重点。随着我国在国际上影响力不断提高,中国政府部门、相关企业受到境外网络攻击的频率也在不断提高,一定程度上对我国国际贸易的开展构成了威胁。建立安全的互联网环境是发展“互联网+”国际贸易的重要保障。对此中国政府应当充分了解互联网和国际贸易的特点以及与传统国际贸易的区别,联合银行、第三方技术企业、支付平台等开发安全管理软件,加强网络环境监控<sup>[4]</sup>。同时要建立完善的网络安全体系,外汇管理等部门应当充分发挥其监管职能,针对对外贸易企业经济活动中的异常行为进行风险识别,保证交易和支付的安全性和规范性。

### 3.2 企业层面

#### 3.2.1 逐步树立品牌知名度

中国改革开放的时间较晚,在国际贸易中的参与度不足,对于国际市场竞争的研究尚处于初级阶段。对于参与国际贸易的企业来说一方面需要不断加强自身的信息化建设,尤其是要扩大与网络服务提供商的合作,为国际用户访问企业网站提供畅通的渠道,减少由于网络服务问题带来的客户损失。另一方面企业需要逐步加强本地化宣传,首要工作在于加强对网站的维护,针对客户群体的文化层次、掌握语言以及当地历史背景提供多语种翻译服务、节日促销和当地名人代言,提高海外客户群体的归属感和亲切感,进而增强客户黏性。

另外,第三方电商平台还应当加强对入驻企业的资质

审核,定期开展入驻企业征信评估,针对存在违法违规的行为要开展调查工作,同时定期公布入驻企业的审核和调查信息,营造良好、健康的购物环境,提高广大消费者对跨境电商企业的信任度。

### 3.2.2 制定符合企业发展的电子商务战略规划

“互联网+”国际贸易为广大对外贸易企业的发展既带来了机遇也带来了挑战,在瞬息万变的互联网经济市场中,各企业唯有根据自身情况制定合理的战略规划才有可能在激烈的市场环境中平稳前进。例如随着近年来无线网络和智能移动设备的快速普及,中国的网民群体不断扩大,移动端网民数量不断增多。对此对外贸易企业应当充分调查用户的购物习惯,根据当前移动手机用户不断增长的趋势开发和维护移动端的购物软件。正如Paypal中国区中小企业部门总经理冯铮所言,基于移动端的跨境电商贸易将是今后国际贸易的主流发展趋势。我国的对外贸易企业应当对科技、文化以及消费者的购物习惯变化有高度的敏感性,进而对自身的战略规划进行调整。

### 3.2.3 逐步完善售后服务体系

由于政策、物流等方面的限制,货物退换等售后服务难以开展向来是国际贸易的痛点问题。随着电子商务的进一步发展,人们对于国际贸易售后服务的关注度也在不断提高<sup>[9]</sup>。基于此相关企业需要重视售后服务在国际贸易中的重要性,根据业务需要在目标国家和地区成立专门的售后服务部门,优化售后服务流程,降低客户售后服务的难度。

在保障消费者合法权益的基础上减少客户因产品质量和服务而带来的不良消费体验,将其作为巩固和拓展市场的重要保障。

## 4 结语

综上所述,互联网的快速发展转变了传统国际贸易业态,互联网经济的发展为中国经济社会的发展提供了新的增长点。但是互联网带来的不只有机遇还有挑战,对此中国政府和对外贸易企业需要对“互联网+”国际贸易引起高度的重视,针对跨境电商发展初期存在的缺陷尽快进行弥补,在享受互联网经济带来的红利同时也要充分把握国际环境的复杂形势和严峻挑战,提高中国国际贸易在互联网背景下的竞争力。

## 参考文献

- [1] 王素超,周勇.试析互联网背景下跨境电商对我国国际贸易产生的影响[J].商讯,2021(35):149-151.
- [2] 张新治.互联网金融对国际贸易的影响[J].中国外资,2021(20):68-69.
- [3] 陈欣.新时代下“互联网+国际贸易”的创新发展探析[J].商讯,2021(27):139-141.
- [4] 丁钰露.互联网环境下我国国际贸易的发展现状分析[J].商展经济,2021(16):49-51.
- [5] 国晖.移动互联网营销对国际贸易的影响及对策[J].财富时代,2021(8):22-23.