加征关税对我国跨境电商企业的影响及对策研究

刘梦维
郑州食品工程职业学院　河南　郑州　451162

摘　要：近几年美国对华加征关税愈演愈烈，跨境电商作为连接国内国际的关键纽带。美国作为我国跨境电商出口的主要目的国之一，关税的不稳定给我国跨境电商企业带来一定的冲击。在此背景下，我国跨境电商企业应该积极调整产业结构、优化成本和供应链、降低对单一市场的依赖，形成企业的核心竞争力。

关键词：中美贸易摩擦；跨境电商；影响；对策

1 引言

在全球经济一体化的大背景下，中美两国经济总量在全球经济中占据着举足轻重的地位。任何一方的经济决策，都如同投入经济湖面的巨石，会激起层层涟漪，影响波及全球。自2018年中期起，美国无视世界贸易组织的相关准则，单方面对中国商品实施关税制裁。起初，美国对价值数百亿美元的中国产品加征25%的关税，后续税率不断攀升，部分商品关税历经多次上调，最终美国对中国商品加征的145%关税，达到相当高的水平。这场贸易战不仅给中美两国企业和人民带来了直接的利益损害，更在全球范围内引发了一系列连锁反应。传统国际贸易模式因关税壁垒受到严重影响，作为国际贸易新兴力量的跨境电商行业，也难以置身事外，在复杂的贸易环境中遭遇严峻挑战。本文旨在全面且深入地分析这些影响，探讨其数字突围的转型路径，为跨境电商行业的发展提供有益的参考和借鉴。

2 加征关税背景下跨境电商发展现状

2.1 中美贸易摩擦中关税政策的演变

中美贸易摩擦自2018年起呈现出愈演愈烈之势，成为全球经济领域备受瞩目的焦点。2018年7月6日，美国违反世贸规则对340亿美元中国产品强行加征25%的关税，由此拉开了贸易摩擦的大幕。双方关税措施不断升级，涉及商品范围持续扩大。2025年4月9日，美国对中国实施34%的对等关税政策正式落地生效。步入2025年，随着特朗普重新执政，美国于4月出台34%的关税政策并付诸实施，进一步加剧了双边贸易紧张局势。这场贸易纷争的背后，不仅有贸易保护主义回潮的驱动，还叠加了全球疫情余波的影响，二者共同作用，对全球经济一体化进程形成了前所未有的冲击。美国大规模的关税壁垒，严重扰乱了中美双边长期稳定的贸易生态，致使企业贸易成本急剧增加，供应链面临断裂风险。尽管双方在不同阶段展开多轮谈判，并达成阶段性共识，但由于核心矛盾尚未完全化解，贸易摩擦的未来走势依旧迷雾重重，充满诸多未知变量。

2.2 我国跨境电商行业发展特征与格局

近年来，中国跨境电商行业凭借规模扩张、模式革新与平台优化，已成为国际贸易体系中的重要新兴力量。在市场规模层面，跨境电商进出口业务呈现强劲增长态势。一方面，出口贸易持续向好，众多中小企业依托跨境电商平台开拓国际市场，推动出口规模稳步提升；另一方面，国内消费者对海外商品的旺盛需求，也带动进口跨境电商业务蓬勃发展。据不完全统计，2024年我国跨境电商进出口总额达2.63万亿元，同比增幅达10.8%，充分彰显“全球卖”的市场潜力与“全球买”的消费优势。

在技术创新驱动下，跨境电商营销模式不断迭代升级。直播带货作为新兴业态迅速崛起，中国商家借助直播平台向海外消费者直观展示商品，结合AI数字技术打破语言沟通壁垒，实现实时互动与在线交易，显著提升用户购物体验与商品转化率。同时，平台基础设施建设持续完善，阿里巴巴国际站、速卖通、亚马逊中国及TikTokShop等平台，为跨境电商发展提供了坚实支撑。

然而，中美贸易摩擦的持续升级，为中国跨境电商在美国市场的发展带来严峻考验。美国实施的高额关税政策，大幅增加了跨境电商企业的运营成本，削弱了中国商品的价格竞争力，导致市场份额萎缩、订单量下滑与利润空间压缩。特别是以小包裹模式为主、高度依赖美国市场的跨境电商企业，更是首当其冲，面临经营困境。

3 加征关税对我国跨境电商企业的影响

3.1 成本层面

关税提高直接导致跨境电商的商品成本大幅增加。美国对中国出口商品加征高额关税时，中国的跨境企业出口到美国的商品将需要缴纳更多的税款，这明显会导致商品的采购成本直线上升。成本的增加压缩了出口企

业的利润空间，凭借薄利多销经营模式的企业难以进入美国市场。在竞争激烈的跨境市场，消费者对价格十分敏感。当价格突然上涨，将会引起消费者的反感，从而转向价格更加亲民的替代品。跨境企业无法通过提价进一步消化关税，导致利润进一步压缩甚至突出市场。以我国的电子产品、机械设备、纺织品等主要出口品类为例，关税的增加使得这些商品在美国市场的价格优势被削弱。部分订单甚至转移到东南亚等低成本地区，对于利润率较低的中小企业而言，成本压力尤为明显。

3.2 市场层面

中美关税战引起市场需求和市场份额发生变动。随着关税的增加，跨境商品的价格上涨，进而引起消费者的购买成本增加，这将会导致消费市场的需求出现一定程度的萎缩。特别是对于一些价格弹性较大的商品，比如电子产品、服装纺织品和玩具等，商品的需求下降较为明显。例如，国内的服装产品以物美价廉在美国市场较为欢迎，随着中美贸易摩擦加剧和关税的进一步提高后，美国消费者将转向越南或者印度等国生产的服饰。这些国家在服装行业发展迅速，产品和价格上相较国内具有一定的竞争力。据海关总署所给的数据显示，关税提升后，美国市场对国内出口的跨境服装、玩具等商品的需求下降了20%-30%。

同时，加征关税也带来了市场的不确定性。税率的频繁调整，以及美方的态度不断摆动，使跨境电商企业很难进一步预测市场的走势和指定长期的市场策略。面临政策的不确定性，企业往往需要迅速调整经营策略和生产计划，这将增加企业的运行风险和采购成本。另外，关税带来的不确定性也会导致外商直接投资资本外流。投资者对跨境电商行业将失去信心，将减少对该行业的投资，进一步影响跨境电商的蓬勃发展。

3.3 供应链层面

中美加征关税对我国的跨境物流也造成了严重的影响。虽然我国对美方加征关税的行为采取了牵制和回击措施，但对物流的需求、成本、时效性产生了明显的冲击。加征关税导致双边的贸易量减少。由于征税范围的增大和税负的增加，许多企业调正自己的贸易策略，减少出口到美国的商品的货物量。面对跨境企业订单量的减少，物流企业的业务量也出现下滑，以消费品为主流业务的物流公司出现空箱闲置率上升、运输设备利用率降低等问题。

关税的加征导致物流的时效性降低。美国对化加征关税之后，海关将加强对我国出口到美国商品的监管和检验流程，货物的通关时间将会延长。对于一些高关税的商品，海关将会严查申报价格、原产地等信息的审核。这将导致货物滞留在口岸的风险和时间增加。同时，关税税负的不稳定性，也将可能引发物流企业的经营风险。例如，一些国际物流公司会减少中美航线的航班和运力的投入，随着航班的准点率的下降，货物的运输时间不可预测性将增加。尤其对于一些高时效性的商品，比如电子产品、生鲜食品等，这将会影响商品的销售情况和市场价值。

4 我国跨境电商企业应对加征关税的策略

面对国际环境的不确定性，我国提出双循环新发展格局，呈现出“以国内大循环为主，国内国际双循环相互促进的新发展格局”。跨境电商作为新型对外贸易形式，是连接国内国际市场的关键纽带。面对中美贸易的摩擦的不确定性，跨境电商或成为制胜的关键。

4.1 成本控制优化

为应对美国对华商品加征关税的直接冲击，跨境电商企业可以利用政策，通过关税豁免和原产地策略相结合，降低企业的成本，合理合规规避高税负。例如，2023年美国对中国产的木制家具加征25%的关税后，国内多家家具的跨境电商企业在行业的协会的帮助下想美国贸易代表办公室（USTR）申请关税排除。在申请的过程中，从各个方面证明国产木制家具对美国市场的重要性（国产木制家具在美国的市场占有率高达65%），最终大概70%的木制国产家具产品获得关税豁免资格。通过利用关税豁免的政策，这对于主营出口美式家具，出口额在3000万美元的跨境电商企业几乎可以每年节省超500万元的关税成本。

此外，企业还可以灵活运用自贸协定下的原产地筹划和产能迁移合理规避美国关税。作为出海先锋的小牛电动，通过仔细研究自贸协定，利用越南-美国自贸协定（VUSFTA）中的规定，在越南组装并符合区域价值成分的电动滑板车出口到美国可以享受零关税。小牛电动调整自己的供应链结构，将部分生产线转移到越南，最终以越南原产地的身份出口到美国。以中国产地出口，按照每台需缴纳25%的关税，一台500美元出厂价的电动滑板车要缴纳125美元的关税。迁移之后，凭借原产地改为越南，小牛企业成功减免相关关税降低企业的经营成本。

4.2 多元化市场拓展

在加征关税的影响下，跨境电商企业进入美国的门槛提高。面临美国市场仍然存在太多不确定性因素，我国跨境企业应该努力探索新的发展途径和市场潜力。随着我国“一带一路”政策的顺利推进和数字技术的快速发展，我国企业应积极主动转换新的消费市场，寻找

人口基础较大，网络技术渗透率高和政治环境比较稳定的新型市场。近年来，东南亚、中东、非洲、南美等新兴市场展现出较大的发展潜力。在这些地区，随着互联网的普及以及智能手机的广泛的应用，我国跨境电商企业应将市场转向这些新兴市场，推动电商市场的快速增长。根据Google-Temasekde预测，东南亚电商市场预计在2024年将实现约1165亿美元的总收入，并且从2024年到2029年，其复合年增长率（CAGR）将达到10.42%，有望在2029年达到1912亿美元的市场规模。通过开拓多元化市场，可以减少加征关税对我国跨境电商企业带来的不利影响。

在加征关税导致企业平台运营成本增加的背景下，跨境电商企业还应该积极开拓新兴销售渠道（如独立站、社交媒体电商、线下海外体验店），打破传统平台的限制。以安克创新（Anker）为例，通过搭建独立站，该企业不仅自主把握产品定价权，还通过优化SEO搜索引擎、社交媒体广告投放等方式，对海外消费者进行精准营销。通过建立独立站降低企业对传统跨境电商平台的依赖性。根据埃森哲最新预测显示，全球独立站的市场规模2025年将突破550亿美元，反映企业从对跨境电商平台的依赖到自主平排的的迁移趋势。同时，独立站可以灵活帮助企业进行促销策略的调整，还避免平台规则的变动或关税税负的增加导致企业利润减少。

4.3 供应链优化与重构

组建物流联盟可以帮助跨境企业应对关税壁垒和减少空箱闲置率。不同品类的跨境企业调整出口到美国的货物运输要求，通过统筹安排集装箱的使用来共享物流资源。当一家企业的集装箱还有空余的地方，可以跟联盟内的其他企业进行拼箱，提高集装箱的空间利用率。实际物流中，菜鸟网络和中外运（中国外运股份有限公司）积极与众多的跨境电商企业组建物流联盟和平台共享机制。根据中外运的实际运营数据显示，通过物流联盟和物流共享平台，集装箱的空箱率可以降低大约35%，运输设备的利用率可以提高大约25%左右。

为解决物流时效性的问题，企业应加强与海关的合作与沟通，提前准备好通关的相关材料。面对高光税的电子产品，企业要做好交易前的准备工作，严格审核报关所需要的价格、原产地等重要文件，避免因材料问题导致通关时间延长。物流的时效性还会受到航班的准点率和港口拥堵等问题的影响。针对这些问题，企业也可以构建多渠道的物流应急方案。例如，针对时效性较强的生鲜食品，除了主要的航空运输方式之外，企业还要与具备冷藏海运功能的船货公司签订应急合作协议。当出现紧急事件时，企业可以迅速切换海运冷菜方案，确保货物能够准时到达。

5 结论

本轮中美关税调整为跨境电商带来了一定的利好，但长期来看，未来仍有不确定性。跨境电商卖家应抓住当前的窗口期，优化供应链，拓展多平台多国家市场，提升自身的抗风险能力，避免过度依赖单一平台或国家，通过提前分散风险，对未来的不确定性进行布局。

参考文献

[1]陈芳娌.中美贸易摩擦对我国跨境电商企业的影响及对策研究[J].中国商论,2020,(04).

[2]于玲.中美贸易摩擦对跨境电商发展的影响[J].大众标准化,2019,(13):31-32.

[3]刘博文.中美贸易摩擦对跨境电商市场发展的影响及创新路径[J].商业经济研究,2018,(24):122-124.

[4]朱一青,朱占峰,朱耿,等.中美贸易摩擦背景下我国跨境电商物流发展路径剖析[J].物流科技,2019,42(11):52-56.