

跨境电商在巴西的现状和前景研究

宣嘉怡 马显茹

(吉林外国语大学, 吉林 长春 130000)

摘要: 在全球经济一体化与互联网技术深度融合的大背景下, 跨境电商作为国际贸易的新兴模式, 正展现出强大的活力与潜力。本研究聚焦巴西这一拉丁美洲重要经济体, 深入剖析跨境电商在该国发展现状, 涵盖市场规模、主要参与者、消费者行为特征以及物流支付体系等关键方面, 同时对未来前景进行科学预测, 并提出针对性的发展策略, 尤其对巴西跨境电商发展面临的挑战及应对策略进行深入探讨, 为推动巴西跨境电商持续健康发展提供专业理论支撑与实践指导。

关键词: 跨境电商; 巴西; 现状; 前景

一、引言

(一) 研究背景和意义

跨境电商成为当今世界新的贸易增长发动机。作为拉美第一大经济体, 巴西在跨境电子商务领域发展潜力巨大, 人口基数大, 市场空间广阔。促进巴西经济转型升级, 提升国际竞争力, 为全球跨境电子商务发展提供经验和借鉴, 对研究巴西跨境电子商务的现状和前景具有十分重要的现实意义。

随着全球数字化进程的加快, 为跨境电子商务的发展创造了有利条件, 巴西的互联网普及率正在不断提高。与此同时, 巴西跨境电商在巴西的发展也受到巴西消费者日益增长的海外优质商品需求的进一步推动。

(二) 研究目的和方法

该研究旨在对巴西跨境电子商务的发展现状进行全面系统的了解, 并对其面临的挑战进行深入分析, 进而对未来前景进行准确预测, 进而提出切实可行的发展战略。

据统计, 拉丁美洲电商市场的分布为巴西占 29%, 墨西哥 24%, 阿根廷 16%, 其余国家占比 34%。

二、跨境电商的相关理论概述

(一) 跨境电商的定义和特点

跨境电商是指分属不同关境的交易主体, 通过电子商务平台达成交易、进行支付结算, 并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

与传统贸易相比, 跨境电商具有以下显著特点:

1. 全球化: 跨境电商打破了地域限制, 使商品能够在全球范围内流通, 消费者可以轻松购买到来自不同国家和地区的商品。
2. 便捷性: 消费者可以通过互联网随时随地进行购物, 无需受时间和空间的限制。同时, 跨境电商平台提供了丰富的商品信息和便捷的支付方式, 大大提高了购物的便捷性。
3. 高效性: 跨境电商借助互联网技术, 实现了信息的快速传递和交易的即时完成, 大大缩短了交易周期, 提高了交易效率。
4. 低成本: 跨境电商减少了中间环节, 降低了交易成本, 使商品价格更具竞争力。

(二) 跨境电商的发展历程

早期的国际贸易电子商务化尝试可以追溯到跨境电子商务的发展历程中。跨境电商经历了从萌芽期到快速发展期的演变, 随着互联网技术的不断进步以及全球化的。

在萌芽时期, 跨境电子商务以信息发布与沟通为主, 交易规模不大, 跨境电商主要以跨境电子商务为载体。跨境电子商务随着电子商务平台的不断涌现和支付、物流等配套服务的逐步完善而步入高速发展时期。在促进经济全球化、贸易自由化方面, 跨境电子商务已经成为世界贸易的重要一环, 发挥了举足轻重的作用。

据调查统计, 巴西: 2021 年巴西电子商务销售额超过 1610 亿雷亚尔 (1 美元约合 4.8 雷亚尔), 同比增长 27%, 创历史新高; 订单量增长 17%, 达到 3.53 亿单。2022 年, 巴西电商总销售额达到 1827 亿雷亚尔; 2023 年巴西消费者网购支出达 2050 亿雷亚尔。

通过对跨境电商相关理论的梳理, 我们已明晰其定义、特点与发展历程。在此基础上, 将目光聚焦于巴西这一特定市场, 深入探究跨境电商在巴西本土的实际发展状况, 从而全面剖析巴西跨境电商的现状全貌。

三、巴西跨境电商的现状

(一) 市场规模

在电子产品领域, 巴西消费者对智能手机、平板电脑等产品的需求旺盛。随着跨境电商的发展, 越来越多的巴西消费者选择通过跨境电商平台购买这些产品。据统计, 巴西电子商务协会公布的 2022 年销售电商总额为 696 亿雷亚尔。

在时尚服饰领域, 巴西消费者对国际知名品牌的服装、鞋子、配饰等情有独钟。跨境电商平台为巴西消费者提供了更多的时尚选择, 满足了他们对时尚的追求。巴西电商销售额达到 657 亿雷亚尔, 较 2022 年同期增长 10%。

(二) 主要参与者

1. 国际电商平台在巴西的布局和发展。国际电子商务平台在巴西市场占有重要地位, 如亚马逊、速卖通等。亚马逊在巴西跨境电子商务市场占有率很高, 凭借其丰富的商品种类、优质的服务以及强有力的品牌影响力而备受青睐。速卖通受到巴西消费者的青睐, 其价格优势和商品选择的多样化。

2. 巴西本土电商企业的崛起和竞争态势。MercadoLibre、B2W 数字等巴西本土的电子商务公司也在发展壮大。熟悉巴西市场的文化、消费习惯以及巴西法律、法规的本土企业, 可以较好地满足当地消费者的需要本土的。

(三) 消费者行为特征

1. 偏好。对于电子产品、时尚服饰、美妆护肤品等商品, 巴西消费者在跨境电子商务购物中表现出了很高的偏好。

此外, 对绿色、有机产品需求不断增长的巴西消费者也越来越重视绿色可持续发展的商品。

2. 需求。跨境电子商务购物中巴西消费者的需求主要有以下几个方面: 第一, 希望购买到高品质、价格合理的商品; 第二, 购物方便、安全, 要求电子商务平台提供购物界面简单易用、支付方式安全可靠、物流配送服务快速高效; 第三, 个性化服务, 希望电子商务平台根据自身需求提供个性化的推荐、定制服务电子商务。

3. 决策因素。巴西消费者在跨境电商购物中的决策因素主要包括商品价格、品牌知名度、用户评价、物流配送速度和售后服务等。

（四）物流与支付体系

1. 物流配送现状。巴西跨境电商的物流配送主要依靠国际快递、邮政小包和专线物流等方式。国际快递速度快、服务质量高，但成本较高；邮政小包价格便宜，但配送速度较慢，且容易出现丢包、损坏等问题；巴西的物流基础设施还不够完善，配送效率较低，物流成本较高。这给巴西跨境电商的发展带来了一定的挑战。

2. 支付方式的多样性和安全性。巴西跨境电商的支付方式主要包括信用卡、借记卡、电子钱包和货到付款等。信用卡和借记卡是巴西消费者最常用的支付方式，但由于巴西的信用卡欺诈率较高，电商平台需要采取严格的安全措施，保障消费者的支付安全。

尽管当前巴西跨境电商呈现出一定的发展活力，但在其发展进程中并非一帆风顺。诸多挑战都在不同程度上制约着巴西跨境电商的进一步拓展，有待深入分析与探讨应对之策。

四、巴西跨境电商面临的挑战

（一）法律法规限制

巴西在跨境电商方面的法律法规相对较为严格，对商品的进口、销售和税收等方面都有明确的规定。这些法律法规一方面保障了消费者的权益和国家的税收收入，但另一方面也给跨境电商企业带来了一定的经营压力。

（二）税收政策

税收政策是巴西跨境电商面临的另一个重要挑战。巴西对跨境电商商品征收的税收主要包括关税、增值税和消费税等。这些税收的征收标准和计算方法较为复杂，给跨境电商企业和消费者带来了一定的困扰。

（三）物流瓶颈

1. 物流基础设施不完善。巴西的物流基础设施相对较为薄弱，公路、铁路、港口等交通设施不够发达，物流配送网络覆盖范围有限。

2. 配送效率低。巴西的物流配送效率较低，主要表现在包裹处理速度慢、配送延误率高、丢包率高等方面。

面对重重挑战，巴西跨境电商的未来走向备受关注。巴西作为拉美重要经济体蕴含着巨大潜力，跨境电商的前景依然充满希望与机遇，值得我们深入展望与剖析。

五、巴西跨境电商的前景展望

（一）市场增长潜力

1. 经济发展。居民收入水平将随着巴西经济的持续稳定发展而不断提高，消费能力将得到进一步的提升。为增长跨境电子商务市场提供雄厚的经济基础。作为拉美最大经济体巴西经济发展后劲较大。

2. 消费升级。满足其消费需求的重要渠道是巴西消费者对高品质、多样化的商品需求的不断增长和跨境电子商务的日益增多。随着生活水平的提高，巴西消费者对品牌商品的关注度和需求度的不断提高，对绿色环保的重视程度。

3. 互联网普及。越来越多的消费者开始接受并习惯网上购物巴西的互联网普及率越来越高。这将为跨境电子商务的发展提供广阔的市场空间。

（二）技术创新驱动

1. 人工智能。随着跨境电子商务应用的越来越多地运用到人工智能的技术当中去。针对消费者提出的疑问，智能客户服务的快捷和准确的解答能够快速、确切的为顾客提供服务；商品推荐系统可以针对消费者的历史购买、浏览、提高销售转化率的个性化商品，为消费者推荐个性化的商品进行评论，根据消费者的历史购买记录、浏览行为进行评论。

2. 大数据。通过分析大量的消费人群数据来了解消费者以及

商品推荐及营销战略，提高商品的转化率，可以帮助跨境电子商务企业对消费者进行更好的认识，从而对商品进行优化推荐及营销策略，提高产品的销售转化率。通过对大量的消费者资料加以分析后企业便可以为消费者提供更加精准的服务从而了解消费者的兴趣爱好、购买习惯及消费。

3. 区块链。跨境电子商务交易，区块链技术能够提高其安全性和透明性，降低其弄虚作假及纠纷发生。可保证交易的真实性及安全性区块链技术的分散化及不可篡改的特点。同时在供应链管理中也应用区块链技术来实现商品的溯源及跟踪，从而对消费者的起到保障作用。

六、促进巴西跨境电商发展的策略建议

（一）加强国际合作

扩大市场，实现优势互补，与国外电子商务企业合作。各国的电子商务公司可以共享资源，技术以及市场渠道，一起开发出适合巴西市场的产品和服务，这是世界上电子商务公司所拥有的产品和服务的核心，也是世界上最大的电子商务企业所拥有的核心。

（二）优化物流和支付体系

1. 提高后勤效益，政府及企业共同加大基建的力度，加大基础建设的投入，促进各项基础工作的顺利开展。政府要加大对交通基建方面的投入，提高货物运输的速度和效率，改善公路、铁路、港口等物流通道的现状。

2. 支付方式要多样化满足消费需求及提高安全性等特点。移动支付、电子钱包等支付方式被引进较多方便、安全地为消费者提供更多的选择。加大对保障消费者资金安全支付安全技术研发应用、防范支付风险的力度提高支付及时性及稳定性金融机构支付。

（三）加强市场营销和品牌建设

1. 精确营销针对巴西市场的特点。对巴西消费者的文化背景、消费习惯、需求偏好等进行了深入的了解，并有针对性地制定了营销战略。利用新兴营销渠道，如社交媒体、网红营销等，在巴西提高品牌知名度和影响力。

2. 增强了品牌意识，提高了美誉度。以树立良好品牌形象为重点，注重产品品质、服务水平。提高消费者的满意度和忠诚度，通过为消费者提供优质的客服，及时处理消费者投诉。为扩大品牌曝光度，积极参加巴西各类商业活动和展会，展示品牌实力及产品优势。

七、结论

巴西跨境电子商务市场发展潜力巨大，市场规模持续增长，消费需求不断增加。但是，在很多方面的挑战也是存在的。需要加强国际合作、扩大市场渠道、实现资源共享和优势互补，以促进巴西跨境电子商务的良性发展。

本研究全面分析了巴西跨境电商现状和前景，总结了挑战及应对策略。巴西跨境电商市场有巨大发展潜力，但面临诸多挑战。为促进其健康发展，需加强国际合作、优化物流和支付体系、加强市场营销和品牌建设。同时，应认识到这是一个长期过程，需要各方共同努力。未来，随着技术进步和市场需求增长，巴西跨境电商有望迎来更广阔发展前景。

参考文献：

[1] 中华人民共和国商务部. 跨境电子商务零售进口商品清单 [R] [2022].

[2] 朱清歌. 巴西跨境电商发展障碍分析及建议 [J]. 老字号品牌营销, 2023 (05).

通讯作者：马显茹（1989-），女，汉族，吉林长春人，副教授，硕士，研究方向：葡萄牙语语言、文学与文化。