

跨境电商成拉动外贸新动能

2023年

国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》提出，支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌。积极发展“跨境电商+产业带”模式。加快出台跨境电商知识产权保护指南。指导企业用好跨境电商零售出口相关税收政策措施等

今年一季度

我国跨境电商进出口
同比增长 9.6%

其中

跨境电商海外仓出口
同比增长 11.8%

近日召开的国务院常务会议指出，发展跨境电商、海外仓等外贸新业态，有利于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势。要积极培育跨境电商经营主体，鼓励地方立足特色优势支持传统外贸企业发展跨境电商，加强跨境电商人才培养，为企业提供更多展示对接平台，持续推进品牌建设。2023年跨境电商进出口达2.38万亿元，增长15.6%。在政策与新技术赋能下，跨境电商在技术、模式、供应链等方面已形成全新业态，成为拉动外贸增长的新动能之一。

技术创新驱动

2023年，我国跨境电商主体超过10万家，海外仓已达1800个，全货机达255架。随着跨境电商整体规模的扩大，我国跨境电商在平台运营、供应链整合发展等方面呈现出全新态势。

技术创新是推动跨境电商发展的重要驱动力。当前，数字化赋能让企业能够快速准确地识别海外不同市场的消费趋势，进而灵活调整工厂的生产计划及策略；人工智能技术助力供需“一键匹配”，从“人找货”转变为“货找人”，大幅提升交易撮合效率。

近年来，直播电商发展迅速，跨境电商平台也积极探索利用新模式、新工具助力我国企业“出海”，其中，跨境直播成为新亮点。早期外贸企业跑展会，成本很高，而且通常只能见到样品，无法了解产品背后的情况。随着数字化外贸的兴起，外贸企业可以通过数字化平台进行沟通，借助直播探厂，还可以实时了解生产线状况，外贸交易更加高效透明。

与国内面向消费者的直播不同，跨境电商领域的B类跨境直播除了商品展示外，更大的意义在于为国内卖家和海外买家提供面对面的深度沟通场景，真人接待、直播探厂、实时沉浸式体验，帮助双方建立信任、达成交易。

当前，阿里巴巴国际站、希音等跨境电商平台已开始探索跨境直播，并取得了不错的效果。阿里巴巴国际站上的深圳硕腾科技有限公司参与直播的9个业务员，每天抵达工位后，只需打开设备，就能一键开播。公司CEO罗畅说：“以前是设计脚本引流，现在更多是客户来询盘，我们可以实时互动。”希音也尝试通过其APP内的互动式购物直播节目发布新品。

AI等技术也是近两年跨境电商的关键词。阿里巴巴国际站总裁张阔对记者说，AI外贸产品推出不到半年，已有1.2万家外贸企业订购使用，AI正驱动外贸行业走向全面智能化。

改善物流时效

今年以来，各大平台不仅在直播等新模式、新技术上持续探索，更在供应链、仓储等方面发力。几家跨境电商平台纷纷推出了半托管模式。

全托管模式下，平台为商家提供“一站式”服务，降低了企业“出海”门槛，拓宽了订单渠道，不仅为出海企业提供了全新的商业基础设施，而且更加自主可控。半托管模式与全托管模式的主要区别体现在仓储物流上。半托管模式更适合拥有海外仓库物流合作商的跨境商家。全托管商家如果拥有相应的仓储物流能力，也可以选择半托管模式。

多多跨境和阿里巴巴国际站今年都推出了半托管服务。以多多跨境为例，目前，多多跨境可以提供国内头程运输—国际干线—海外尾程运输的三段式物流服务。在全托管模式下，卖家将商品发往国内仓后，多多跨境从国内仓通过第三方物流服务商直邮至海外转运枢纽，再由当地物流公司配送给海外消费者。随着半托管模式的落地，在目的国拥有仓库物流合作商的商家实现了“本对本”发货，这对于当地消费者意味着商家履约能力增强、收货等待时间缩短，尤其是中大件产品的消费体验得到了进一步改善。

物流时效是驱动跨境电商平台提升单量的突破口之一。对消费者而言，物流时效性是其复购与否的考量因素之一；对电商平台而言，高效的物流有助于塑造平台的差异化优势，打破同质化难题。

据了解，希音在美国、波兰、加拿大等地设有海外仓，在全球多个地区建立了大型配送中心，通过实现物流系统的数字化，大大提升了物流配送的效率。希音美国业务相关负责人此前表示，公司计划在美国建立大型配送中心，以将物流配送时间缩短3天至4天。此外，速卖通与菜鸟国际合作，双方联手推出了“全球5日达”国际快递快线产品，率先覆盖美国、西班牙、荷兰、比利时和韩国等国家。今年3月份，“全球5日达”拓展至包括德国、法国、美国等在内的11国市场。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示，中国商品在海外通过海外仓可以降低物流成本，但还需要完善售后和物流生态，以此来优化海外消费者售后体验。

带动产业发展

跨境电商连接着国内产业链供应链与海外出口消费端，如何将生产端与消费端快速匹配，提高效率？业内人士分析，新一代跨境电商的制胜之道在于“柔性、按需”，供应通

过“小单快反”模式持续提升生产效率来满足海外消费者的需求。

新一代电商平台出海依托国内供应链优势，多家跨境电商平台通过深入全国产业带，助力中国制造实现转型升级与“出海”。

希音相关负责人介绍，希音柔性按需供应链模式，利用实际市场需求来预测销售和控制生产，最终减少生产过剩。如果销售趋势好立刻返单，如果销售不达预期则中止生产。希音希望通过此模式，解决服装行业高库存问题。

柔性按需供应链模式的背后，需要对产业链上下游进行高度信息化、数字化改造。据了解，一些跨境电商平台帮助产业链上下游合作伙伴从开发、生产、仓储、物流等各环节实现全链路的信息化升级，让整体的信息流转、匹配和协同变得更高效、更精准，从而带来整体效率的提升。

多多跨境负责人告诉记者，Temu(拼多多跨境电商平台)已实现对国内制造业品类的全覆盖，先后推动服装、数码、家电、箱包、户外、配饰、玩具、文具等上万家制造业企业成功“出海”。据悉，阿里巴巴国际站为国内中小企业提供包括获客转化、数字营销、线上交易、跨境物流、外贸SaaS等在内的全流程、一站式数字外贸服务，方便更多中小企业参与全球贸易。

业内专家表示，随着我国跨境电商行业蓬勃发展，全球消费者对国内产品的喜爱度和需求度不断增加。未来，如何进一步加强创新，更好地沟通和服务全球消费者，缩短供需双方距离，是实现行业高质量和可持续发展着重探讨的课题。

优化海外布局

今年的《政府工作报告》提出，促进跨境电商等新业态健康发展，优化海外仓布局，支

持加工贸易提档升级，拓展中间品贸易、绿色贸易等新增长点。如何促进跨境电商高质量发展？

商务部国际贸易经济合作研究院助理研究员寇春鹤表示，首先要进一步优化国际供应链管理，立足重点市场，建设覆盖全球的海外仓网络。作为新型外贸基础设施，海外仓建设对提升物流效率、提高消费者满意度和降低企业贸易成本都具有重要意义，建议从政策引领、金融支持、国际合作等方面发力，解决海外仓建设成本高、布局有待完善、运营效率不高等突出问题。此外，可鼓励有条件的企业自建自营海外仓，支持中小微企业共建共享海外仓，引导专业物流仓储公司提供更加优质便捷的海外仓服务。还应抓住信息化发展机遇，推动海外物流智慧平台建设，促进仓储管理体系数字化、智能化转型升级。

在巩固和发展存量市场、适当拓展增量市场之际，也需防范外部环境风险。国家发展和改革委员会产业经济与技术经济研究所高技术室主任张于喆表示，针对一些发达国家可能施行的对华企业的不公平性举措，企业要做好合规性要求检查，避免负面冲击，加强与主要国家监管部门的沟通，并适时寻求外部律师的帮助。

随着中国自主品牌在国际市场上知名度的提升，中国企业亟需提高知识产权保护意识，相关部门也应加强指导。盘古智库高级研究员江瀚建议，有关部门应积极关注和保护我国中小企业在海外的合法权益，建立国际知识产权保护的指导和支持机制，推动与其他国家在知识产权领域的合作与交流，共同打击跨国知识产权侵权行为，为中小企业出海、跨境电商行业高质量发展提供更广阔的国际发展空间。

□ 博物馆因为所处地域和领域的不同，必然有自己的特色，结合特色做文章，才能打好差异牌，差异化才有吸引力。

□ 在布展能力与服务水平不断提升的基础上，既要别出心裁打造差异化特色，也要守正创新深耕精品化路线。

覃皓珺

近年来，各地“文博游”热度不减。有些博物馆“一票难求”，有些却是门可罗雀。不同地域、不同规模、不同类型的博物馆，知名度、资源量确有不同，如何找准特色优势，实现差异化发展，值得深思。

随着文化消费水平提升，人们对博物馆的期待从看展、社交、娱乐等休闲需求，延伸至文化体验、探新研学等更高层次。为满足市场需求，一些博物馆也推出了不少创新产品和服务。总体来看，效果不错，但部分博物馆因为过度追求个性化、追赶流量，也暴露出一些问题。

比如，有的博物馆打着研学旗号，高价销售过度娱乐化的体验项目，助长“游而不学”的不正之风；有的博物馆未能把握好口碑与流量的关系，依赖过度营销打造“网红馆”，却没有与之匹配的展品水平和运营能力，令游客失望。这些问题不仅造成资源浪费，也有碍旅游产业、教育产业的健康发展。

博物馆因为所处地域和领域的不同，必然有自己的特色，结合特色做文章，才能打好差异牌，差异化才有吸引力。比如，中国现代文学馆始终坚守文学本色，在馆内完善展陈布置，开展名家讲座等活动，还在线上推出人文谈话视频节目《文学馆之夜》，让更多人走进文学馆、走入文学，去年线下游客总数突破10万人次。国家动物博物馆既是亚洲最大的动物专业博物馆，也是亲子相约共同学习的校外课堂，其与《博物》杂志合作开展亲子活动、组织“重走大熊猫发现之旅”科考研学、开设博文创商店等特色举措，不仅让博物学研学和文创产品“红”起来，也让知识“活”起来、博物馆“火”起来，兼顾了文化价值与经济效益。

相较于具有旅游目的地属性的大型综合性博物馆，各地中小型博物馆更要彰显特色，找准发展潜力的释放点。比如，云南省腾冲市新庄村的田野旁，造型独特的高黎贡手工造纸博物馆与整个村落融为一体，村内造纸户与博物馆形成交互体验，在还原古老的非遗造纸技艺的同时，以“小众”定位吸引大众探索“非遗+田园”的差异化体验。

博物馆是联结历史与时代的文化家园，在布展能力与服务水平不断提升的基础上，既要别出心裁打造差异化特色，也要守正创新深耕精品化路线，只有平衡好社会效益和经济效益，才能不辜负大众对博物馆的期待，进一步推动博物馆建设更完善、更成体系。

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 高妍
来稿邮箱 jrbgzb@163.com

“次晨达”班列助力物流降成本

本报记者 童政

□ 在公铁联运中，铁路运输具有运量大、全天候等优势，特别以铁路客车化模式开行的货运班列，具有定点、定线、定车次、定时、定价多重优势。

□ 目前我国多式联运运量占全社会运量比重每提高1个百分点，可降低社会物流总费用约0.9个百分点，节约成本支出1000亿元左右。

列，具有定点、定线、定车次、定时、定价多重优势，既绿色低碳，又高效快捷；公路在短距离、城区间有机动灵活、覆盖面广的特点。两者携手联动，从竞争走向融合，对运输企业、生产企业是共赢之举。

数据显示，目前我国多式联运运量占全社会运量比重每提高1个百分点，可降低社会物流总费用约0.9个百分点，节约成本支出1000亿元左右。而每提高铁路货运量1个百分点，可带动整个物流成本降低0.2个百分点到0.5个百分点。因此，作为综合交通运输体系骨干，铁路近年来致力于加快构建全国快货物流圈。自4月10日全国铁路实行新的货物列车运行图后，全国铁路快运班列数量进一步增加，与一季度相比，增开跨铁路局集团公司的快运班列31列，总量达到245列。其中和广西“次晨达”快

捷班列一样的城市间“点对点”城际班列开行总量达到122列，而多式联运班列开行总量达123列，为助力经济社会高质量发展提供了有力支撑。

尝到了甜头的韦敏，对“次晨达”的开行调整关注度越来越高。他时刻关注着“次晨达”快捷班列运行时刻表调整，因为这和两端公路物流的接驳直接关联，也影响着企业揽货、配送等生产调整。“我期待新增更多的到达城市，这样我们其他方向的发运方式也可以作相应调整，节省更多的物流成本。”韦敏说。据了解，为进一步服务好企业，满足客户对增开南宁至柳州区段的物流需求，国铁南宁局正紧锣密鼓制定“次晨达”班列增设柳州南站运输方案，将进行新线路试运行，持续扩大“次晨达”快捷班列开行规模。

“今天药品肯定能送到！”物流代理公司负责人韦敏现在答复桂林各医药点催货电话的底气，源自广西公路转铁路“次晨达”快捷班列。韦敏所在公司负责药品物流代理，运输时效性强。此前从南宁到桂林的运输选择公路运输方式，受天气、路况等变量因素影响，得“看天吃饭”。如今，南宁至桂林干线“公转铁”，辅助两端公路“门到门”配送，公铁联运保证了运到时限，还为企业节省近20%的物流成本。

所谓“次晨达”快捷班列，就是当日发车、次日清晨到达的“夕发朝至”货运班列，具有定点开车、准时到达、货损率低等运输优势。2023年3月底，国铁南宁局按照构建现代物流体系工作部署，常态化开行“南宁—桂林”往返的“次晨达”快捷班列，推行“铁路做干线+物流做全程”组织模式，同时推出优化调整编组列车车型、包车运输、延后班列开行时间等服务，助力企业降低物流成本。截至5月10日，“次晨达”快捷班列累计发运货物2014车、6.8万吨。其中今年一季度累计发运620车、2.2万吨，环比上一季度分别增长18.32%、45.04%。

从数据上看，多式联运越来越受到市场热捧。据了解，和韦敏一样选择“次晨达”快捷班列的广西物流代理商已拓展到16家，货物品类覆盖了药品、啤酒、食用油、大米等180种。国铁南宁局95306货运物流服务中心高级营销经理蒙沙认为，多式联运，就是将不同的运输方式有机地组合在一起，充分发挥各自优势，打通物流环节的堵点卡点。

在公铁联运中，铁路运输具有运量大、全天候等优势，特别是以铁路客车化模式开行的货运班



5月25日，山东省枣庄市薛城区夏庄村，农机手驾驶收割机收割小麦。“三夏”时节，当地小麦迎来丰收，农民抢抓晴好天气，确保颗粒归仓。
洪晓东摄(中经视觉)