

智库圆桌(第45期·总254期)·扩大高水平对外开放④

跨境电商注入外贸发展新动能

跨境电商是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。今年6月，商务部等部门联合印发《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，旨在拓展跨境电商出口，优化海外仓布局，加快培育外贸新动能。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

引领外贸业态创新发展



与传统外贸相比，跨境电商具有哪些特点和优势？

王健(对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授):跨境电商是一种外贸新业态和新模式，网络信息技术的发展和运用，使得企业可以进行电子商务的模式创新，进而推动外贸经营方式的变革。

跨境电商在外贸行业的基本表现是众多中小外贸企业等外贸经营者可以通过互联网平台，或者自己搭建的独立网站把商品直接卖给海外最终消费者。跨境电商可以绕过以往贸易中的众多中间环节，例如进出口商、批发商、零售商等，让外贸经营者与海外消费者产生直接交易。跨境电商也使得众多中小企业与传统外贸大企业，甚至跨国公司在全球市场展开竞争。全球消费市场的碎片化以及需求的个性化演化形成的缝隙市场让中小企业找到自身发展空间。

中小企业能够通过跨境电商参与全球贸易，是因为过去20多年间全球市场出现了商业模式创新，即第三方平台模式。第三方平台赋能中小微企业，带动了跨境电商飞速发展。例如阿里巴巴、中国制造网、亚马逊、易贝等平台与国内产业带制造企业的结合，带动了大量中小微企业出海。最近几年，平台通过创新服务模式，例如海外电商平台Temu和Shein的全托管和半托管服务模式，以及TikTok等短视频与电商的结合，再一次推动了中国制造通过跨境电商出口达到历史新高。据官方统计，我国跨境电商进出口额已突破2万亿元人民币。

2023年是我国跨境电子商务在全球爆发式增长的一年。新冠疫情间接促进了电子商务在全球飞速发展。据统计，2023年全球

26.4亿消费者至少有一次网购经历，预计全球电子商务销售额在未来3年会有50%的增长。

跨境电商正在引领全球市场转型。目前，全球各地区跨境电商贸易规模都有显著增长，消费者和商业界都在关心跨境电商给全球贸易带来的变化。跨境电商不仅成为欧美等成熟市场消费者的一项重要选择，东南亚、拉丁美洲以及非洲地区跨境电商也正在崛起。

与传统外贸相比，跨境电商具有以下几个基本特点与优势。

第一，跨境电商使得全球贸易出现碎片化。由于跨境电商多数是从海外消费者直接接收的订单，加上网络信息技术使得全球市场信息透明，市场趋势变化迅速，因此外贸订单出现小额化和多频次趋势。外贸服务企业也不断创新，为适应碎片化贸易发展趋势，提供各种跨境运输配送方式。

第二，中小企业大量参与全球贸易。中小企业依托跨境电商平台，可以快速把产品卖给世界任何地方的消费者。跨境电商第三方平台能够集合提供信息撮合、支付结算、贸易融资等外贸服务，大大降低了中小企业参与全球贸易的门槛，全球市场出现普惠贸易趋势。

第三，跨境电商改变了传统贸易流程。跨境电商卖家可以在海外电商平台进行产品预售，或者通过“小单快返”测试市场消费偏好变化，以最快的方式通过数据获取海外市场消费的最新趋势。这使得

中小企业可以快速领跑海外消费市场，获得竞争优势。

第四，跨境电商已经形成

特殊的国际合作生态服务体系。虽然跨境电商可以理解成把产品直接卖给海外最终消费者，但是跨境电商发展不仅包括网上营销、销售以及供应链操作，还涉及很多基于互联网的横向与跨境电商经营主体的多方合作。例如，跨境电商企业在非洲出售服装除了在国内布局跨境电商的供应链，还要在非洲当地与服装设计师、模特、网红，甚至与当地实体店合作，以建立跨越国境的服务生态体系。我国跨境电商企业和平台越来越重视将本土资源融入跨境电商服务体系，有助于与所在国产生新的合作模式。

我国跨境电商经历了20多年的发展，已经成为引领外贸业态创新发展的重要推动力。目前，跨境电商仍然不断创新，通过跨境电子商务综合试验区等进行试点，高度重视外贸模式业态创新，推动外贸企业数字化转型和国际合作，为跨境电商高质量发展奠定了坚实基础。模式创新、监管创新、政策创新和业态创新，彼此相互作用、相互融合，已成为跨境电商发展的主旋律。

海外仓为出口电商提供有力支撑



海外仓能为出口电商提供哪些便利？我国海外仓建设发展取得哪些具体成效？

王惠敏(商务部国际贸易经济合作研究院研究员):海外仓是指跨境电商相关企业在境外自建或租用、运营的仓库，为跨境电商货物提供境外清关、存储、转运、分拣、包装、贴换标、配送及售后等综合服务。在跨境电商出口海外仓模式下，企业可先将跨境电商货物批量出口到海外仓，当跨境电商平台产生订单后，再将商品从海外仓送达境外消费者。按照服务对象不同，分为自营海外仓、第三方海外仓和平台型海外仓。

具体来说，海外仓能为出口电商提供多种便利。有利于提升消费者本地化体验。在传统跨境电商物流体系中，当境外消费者下单后，商品从国内运到国外，再配送到消费者手中，配送时间较长且难以支持退换货。海外仓提前将商品运送至境外备货，能有效缩短商品交付时间，保障商品稳定供应，提高售后服务能力，全方位提升消费体验。

有利于优化跨境电商出口结构。与空运相比，海外仓的集中运输模式突破了商品重量、体积和性质等方面限制，丰富了跨境电商出口商品品类。海外仓利用大数据技术分析库存、货物周转量、客户反馈等，能及时发现问题需求变化，并将信息反馈给国内外贸企业，带动外贸企业快速研发新产品和调整产品供应。

有利于跨境电商供应链降本增效。海外仓在降低物流成本和提高物流效率方面能够达到较好平衡。海外仓管理平台与生产商和贸易商的企业资源计划系统对接，能促进生产备货与满足消费者需求相统一，缓解库存不足或商品滞销等问题。海外仓建设的供应链管理系统与跨境电商平台对接和联动，能够实现从源头采购、物流运输、海外销售及售后服务的全程追踪和动态管理，提高货物周转效率，提升海外备货精准度，增强供应链韧性。以海外仓为核心打造境外综合服务体系，并与境内综合服务体系数字化对接，有效提升跨境电商供应链效率和水平。

有利于跨境电商与当地共同发展。为提升本地化服务水平，海外仓逐步深

化与当地合作，雇用并培训当地员工，组建当地管理团队，与国外企业共同运营配送网络。海外仓能够增加当地人员就业、居民收入及国家税收，带动当地商家提升服务能力。同时，也有利于我国企业了解当地的风土人情、消费习惯、生活方式等，更好地推广我国产品和品牌。

近年来，我国海外仓发展成效明显，有力支撑了跨境电商出口。

一是海外仓规模快速增长。海外仓从2019年的1200多个增长到2023年的2500多个，增长了1倍多。海外仓面积快速提升，服务企业数量不断增加，服务商品品类不断丰富。2023年，我国海外仓面积超3000万平方米。

二是海外仓类型和主体多元化。随着跨境电商业务快速发展，跨境电商平台、跨境物流、跨境供应链、外贸等各类企业积极参与海外仓建设，以自身独特优势开展差异化服务。跨境电商卖家可以根据自身业务特点和销售规模选择合适的海外仓。

三是服务功能向高价值拓展。越来越多海外仓与跨境电商平台、外贸企业等紧密合作，实现生产制造、物流运输、多仓备货、在线销售联动，增强跨境供应链稳定性和韧性。为提升中小微企业产品竞争力，海外仓企业不断拓展服务功能，主要增值服务包括通关一体化、供应链金融、国际合规咨询、精准营销推广、个性化定制等服务，以及指导外贸企业根据消费需求快速研发新产品。海外仓的本地化服务需求提升了境外消费者对跨境电商平台和卖家的信任度。

四是海外仓自动化、智能化水平提升。海外仓通常包含跨境电商货物存储中心、商品分拣体系、仓储管理体系、订单管理体系和本地物流配送体系，配备自动化传输线、分拣线、立体堆垛机、机器人等自动化设备，并加强相关信息系统的互联互通。海外仓企业不断加大研发投入，自主研发部署各类操作系统，例如仓储管理系统、货物追踪系统、自动化分拣系统、智能调度系统、供应链管理系统、商务智能分析系统等，提高海外仓自动化、智能化水平。

五是海外仓全球布局逐步优化。发达国家是我国跨境电商出口的主要市场，也曾是我国海外仓建设的重要区域。随着跨境电商出口市场不断扩展，新兴市场成为我国海外仓新一轮布局的重点。我国海外仓广泛分布在欧美地区，共建“一带一路”国家和地区等，并持续根据市场需求变化进行优化布局。

向全球释放消费和供给红利



拓展跨境电商出口对外贸发展有何重要意义？我国跨境电商发展取得怎样成效？

李鸣涛(商务部中国国际电子商务中心研究院院长):当前，我国外贸出口增长面临较大不确定性，全球通胀引发外需趋弱，地缘政治因素造成物流成本上升，美国、欧盟等传统重点出口市场贸易保护主义抬头等，已经成为众多外贸出口企业面临的重大挑战。

近年来，我国跨境电商持续保持快速发展态势，在外贸进出口规模中的占比不断提升，已经成为广大外贸企业应对全球贸易挑战的新通道。据海关总署统计，2023年我国跨境电商进出口2.38万亿元，同比增长15.6%，占同期货物贸易进出口总值的5.7%，其中出口1.83万亿元，同比增长19.6%。今年一季度，我国跨境电商进出口5776亿元，同比增长9.6%。跨境电商已经成为我国进出口贸易的重要组成部分和外贸企业开展进出口业务的重要渠道。

当下，我国正构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，充分发挥跨境电商的战略新通道作用，可以进一步增强国内强大市场的全球吸引力，有效释放国内供应链的生产力，持续增强我国统筹国内国际两个市场、两种资源的能力。跨境电商一直处于对外开放的前沿，我国通过跨境电商领域的主动开放政策，向全球充分释放市场消费和制造供给的红利，这既有利于扩大进口，促进贸易平衡发展，让更多全球优质商品进入中国市场，满足国内消费升级的需求；也有利于鼓励更多中国商品、品牌、服务走出去，挖掘中国生产和供应链优势开拓全球市场，把更多发展红利带给全球消费者。跨境电商服务的是全球消费者和采购商对优质商品的线上采购需求，连接的是各国生产商、品牌商、贸易商甚至是个体网商，在技术驱动

下搭建起一条高效率的线上贸易通道。依托跨境电商新通道，我国企业有了直接触达全球终端消费及采购需求的广泛能力。

为更好服务跨境电商产业发展需求，我国自2015年起分7批次批准建设了165个跨境电商综合试验区(以下简称“跨境电商综试区”)，覆盖全国31个省(区、市)，广东、浙江、江苏、山东已实现地级市全覆盖。作为支撑跨境电商产业的主要政策载体，跨境电商综试区核心是建设“六体系、两平台”，即信息共享体系、金融服务体系、智能物流体系、电商信用体系、风险防控体系和统计监测体系以及线上综合服务平台和线下产业园区平台。围绕跨境电商产业发展及综试区建设，我国陆续出台了一系列针对跨境电商的支持性和便利性政策，例如，保税备货免通关单，包裹出口清单核放、汇总统计、无票免税，跨境电商零售企业符合要求的收入可按4%核定征收所得税，跨境电商企业对企业直接出口，跨境电商出口退货便利化等政策。

跨境电商综试区面向各地产业发展需求，在载体建设、枢纽打造、政策创新等方面持续投入，加强“六体系、两平台”建设，尤其在“六体系”公共服务方面深化创新。在此基础上，把服务我国优势产业产品出口作为优先方向，大力发展“跨境电商+产业带”，通过跨境电商挖掘国内强大供应链能力，让更多更好的商品通过跨境电商走出去服务全球市场，把跨境电商综试区建设成为支撑跨境电商规范化发展、便利化服务的通道，面向跨境电商企业的发展需求不断提升个性化、精细化服务水平，让企业真正享受到国家在税收、结汇、通关等环节的政策红利，增强阳光化跨境电商通道的吸引力和使用率。同时，完善公共海外仓基础设施，加快跨境电商公共数据服务平台建设，培育更多跨境电商出口品牌企业。



如何看待跨境电商在赋能产业发展方面的作用？

宗芳宇(国务院发展研究中心对外经济研究部研究室主任):2023年，国务院办公厅《关于推动外贸稳规模优结构的意见》提出，鼓励各地方结合产业和禀赋优势，创新建设跨境电商综合试验区，积极发展“跨境电商+产业带”模式，带动跨境电商企业对企业出口。今年6月，商务部等9部门发布的《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》提出，大力支持跨境电商赋能产业发展。

近年来，各地立足产业基础，积极加入跨境电商新赛道，形成一大批特色鲜明、具有国际竞争力的“跨境电商+产业带”。跨境电商具有市场渠道优势、商业模式优势，产业带具有制造优势、产品优势，两者相互对接、相互促进，形成我国参与国际贸易的新模式新动能。广州化妆品产业带、顺德小家电产业带、义乌小商品产业带、南通家纺产业带等，这些本就各具特色的产业带，在跨境电商的赋能下，快速成为细分领域国际贸易的重要参与者。

跨境电商助力产业带优质产品快速拓展国际

市场。跨境电商增长快、带动力强，在我国货物贸易中的占比不断提升，带动产业带产品出海实现高速增长。一方面，跨境电商提高了产品展销效率，让产品供给与国际市场需求“实时直连”，产品在电商平台上架后即面向国际客户展示销售；另一方面，跨境电商大大拓展了市场范围，改变了传统的产品订单主要面向一定范围贸易商和采购商的局限性，不仅面向企业客户，而且直接对接规模庞大的个体消费者，覆盖更大范围、更深层次的国际市场。

跨境电商助力产业带中小经营主体深度参与经济全球化。我国跨境电商经营主体超过12万家，其中大量是中小微企业。受国际化资源少、信息不对称等限制，一些中小制造企业困于制造环节、贴牌模式。跨境电商为企业提供了进入国际市场的便捷“接口”，众多中小企业快速成为微型跨国公司，抓住国际化机遇，积极打造自主品牌，并参与产品国际化全过程，在全球价值链中成功获取更高增加值。

跨境电商重塑产业带组织模式。在技术与商业模式方面，跨境电商通过数字化赋能，贯通设计、采购、生产、物流、金融、贸易、销售等全产业链条，促进物流、信息流、资金流等关键要素资源高效流动。在需求牵引方面，跨境电商的快速发展对产业带的响应、支撑能力提出较高要求，产业带经过数字化再造和产业升级，形成高效联动的产业链和生态体系。例如，加入跨境电商的纺织服装、家居产品等传统产业带呈现出数字化、智能化趋势。

跨境电商促进产业带提升创新优势。凭借对跨境电商消费需求大数据的实时分析研判，依托高效集成的产业协作体系，产品和品类的创新过程变得更加主动、精准、快速、灵活，从而使产业带在特色产品迭代创新、产业趋势引领等核心竞争力方面形成创新优势。例如，依托广州“跨境电商+服装产业带”，一款服装从设计到上市已经从传统模式下的两三个月缩短至十余天，形成“小单快返”的创新优势，引领时尚消费潮流。

跨境电商促进产业带辐射外延并催生新的产业带。跨境电商的高增长不断对产业带周边形成辐射联动，吸引和汇聚更多专业化资源加入产业带，促进产业带做大做强。同时，跨境电商业态创新速度快、消费需求日新月异，部分领域呈现多元化、小众化、定制化等新特征，不断催生以新品类、新业态为特色的产业带。

未来，要积极把握“跨境电商+产业带”机遇，促进数字经济和实体经济融合发展。要着力培育跨境电商知名品牌，鼓励竞争优势突出、潜力较大的企业提高品牌国际知名度，带动产业带提升在国际贸易和全球价值链中的地位。利用“AI+跨境电商”对产业带形成新赋能，AI技术突破有望加速推动生产制造、研发设计、消费需求、商业模式等全流程创新变革，为跨境电商和产业带融合发展打开新空间。推动“跨境电商+产业带”绿色转型，引进绿色技术，提供更多绿色产品，在绿色发展方面形成新优势。鼓励跨境电商平台与产业带精准双向合作，引导更多细分产业发展为特色产业带，为更多中小企业参与跨境电商新模式搭建平台。提升“跨境电商+产业带”综合服务水平，加大复合型人才培养与供给，为经营主体提供良好的发展环境，加快培育标杆产业带。