

员工不足百人的小微企业，服务多个海外市场——

微型跨国企业成为出口“新玩家”

本报记者 徐佩玉

出口37个国家和地区，年出口额达到5000万元——很多人想不到，这一业绩是只有21名员工的新牛顿国际贸易(天津)有限公司做出来的。

得益于数字支付等技术不断降低全球贸易门槛，去年以来，大量创业者和小微企业加入跨境电商行业，成为像新牛顿这样的“微型跨国企业”。

这类企业是如何兴起的？背后透露出中国出口怎样的新趋势？



▶3月24日，江苏省连云港市海州电子信息产业园内一家灯饰公司生产车间，工人正组装一批彩色玻璃工艺台灯，将通过跨境电商平台销往海外市场。

耿玉和摄(人民视觉)

◀4月7日，赣(州)深(圳)组合港开通运营暨“双区联动”跨境电商班列，为广进出口企业搭建了便捷高效的物流新通道。

杨小明摄(人民视觉)



什么是“微型跨国企业”？



● 仅以**天猫淘宝海外分销平台**为例，在

2020年5月，就有超过**15万**家中商家加入

平台，入驻速度相当于过去一年的**8倍**。

● 典型的**小微企业**，其中很多是初
创型企业，员工不足**100人**；

● 善用**数字平台**，能迅速完成选
品、采购、销售、物流、报关、收款、结汇
退税等过去大企业才能搞定的复杂生意；

● 平均运营**3.56个**海外站点，大
多数公司服务**3个**甚至多个海外市场；

● 即使在疫情和世界局势复杂多变的
挑战下，依然实现了**130%**的销售增长。

据《2020跨境出口电商行业白皮书》



跨境电商不仅是大企业的游戏

什么是微型跨国企业？

近日，有关机构发布的《2020跨境出口电商行业白皮书》勾勒出微型跨国企业群体画像：典型的小微企业，其中很多是初创型企业，员工不足100人；善用数字平台，能迅速完成选品、采购、销售、物流、报关、收款、结汇退税等过去大企业才能搞定的复杂生意；平均运营3.56个海外站点，大多数公司服务3个甚至多个海外市场；即使在疫情和世界局势复杂多变的挑战下，依然实现了130%的销售增长。

新牛顿就是其中一家典型企业，成立于2015年，主要经营叉车出口。2020年，在疫情影响下，新牛顿通过阿里巴巴国际站实现了5000万元的出口额，比2019年增长超过100%。“去年，我们一口气扩展了20多个海外市场！现在我们的叉车一共销往海外37个国家和地区，其中德国、英国、加拿大、西班牙、沙特销量最高。”新牛顿总经理仇一波对本报表示。

去年以来，微型跨国企业如雨后春笋般涌现。仅以天猫淘宝海外分销平台为例，在2020年5月一个月内，就有超过15万家中商家加入平台，入驻速度相当于过去一年的8倍。

浙江金华浦江水晶工艺品有限公司主营DIY水晶串珠，在义乌拥有一家开了10年的档口。去年，海外“宅经济”爆发，阿里巴巴国际站上水晶串珠的采购需求猛增。公司负责人吕日红表示：“我们去年通过线上收获了同比超过1倍的新客户，销量同比增长了八成。通过阿里巴巴国际站中美海运物流服务来发货履约，运费比之前降低了50%，时效相对也有保障，差不多20个工作日就能到美国。这不，之前有一个客户每次只采购1000美元，现在每次采购1万美元！”

随着微型跨国企业加入，跨境电商不再只有大企业参与。《白皮书》指出，跨境电商市场参与者从原来的以大企业为主，到如今，借助数字平台，创业者、小企业投身其中，得以经营多国市场，成为微型跨国企业，为全球买家提供多样化的“中国制造”和轻定制服务。

“过去，单家小微企业做多国出口业务的

模式是难以想象的。”商务部国际贸易经济合作研究院学术委员会副主任张建平接受本报记者采访时表示，跨境电商平台能够打通采购、销售、物流等各个环节，为中小微企业和创业者拓展海外市场提供了非常好的发展平台和发展渠道，创造了前所未有的发展机遇。这些中小微企业和创业者抓住机遇，成为跨境电商领域的新玩家。

借力跨境出口贸易火爆的东风

微型跨国企业这个新玩家，如何顺利出海并大受欢迎？这背后是持续攀升的跨境电商交易规模，尤其是火爆的跨境出口贸易。

海关总署数据显示，2020年中国跨境电商进出口1.69万亿元，增长31.1%。其中，出口为主导，2020年中国跨境电商出口1.12万亿元，增长40.1%，占比近七成。今年一季度，中国跨境电商出口增速远超进口，高达69.3%。

新玩家迅速成长，离不开政策支持提供的优质土壤。自2015年设立首个中国(杭

山东省荣成市石岛管理区三期码头凭借深水泊位和港口竞争优势，近年来跨境电商业务发展迅速。

杨志礼摄(人民视觉)

跨境电商赋能中小微企业壮大

盛朝迅

双重挑战下，依然实现了超过1倍的销售增长，远高于跨境电商总体40%的出口增速。

今后，随着数字技术发展、个性化需求增长和交易成本降低，这样的微型跨国企业会越来越多，逐步成为全球贸易中的主力军。但从目前来看，中小微跨境电商企业在快速发展的同时仍然存在一些问题和隐忧，在跨境物流运输、支付结算、人才培养、监管体系等方面的相关配套和服务还有待优化。

中小微跨境电商企业以轻资产为主，经营产品同质化严重、竞争非常激烈，主要依靠成本竞争，核心竞争力不强，在国际贸易中的议价能力较弱，受国际市场需求波动的影响较大，抗风险能力有待增强。

跨境物流和跨境支付等专业服务有待优化。目前，中小微跨境电商企业主要以零售为主，其经营特点是金额小、体积小、频率高，主要采用国际小包和国际快递、B2C外贸企业联盟集货、B2C外贸企业自身集货、第三方物流模式和海外仓等方式运输，物流成本相对较高。

跨境电商专业人才十分欠缺，特别是既具备英文网店管理、在线英语交流、海外网络营销策划及执行、搜索引擎优化、海外客户需求分析等应用能力，又了解国际支付方式、国际物流工具、国际贸易常识、跨文化交流等知识，熟悉相关法律法规的复合型

人才缺乏，制约了行业快速发展。

此外，相比中小微跨境电商蓬勃发展的需求，政府在海关、检验检疫、税务和收付汇等方面的便利化措施也亟待跟进。

为此，需要瞄准中小微跨境电商企业的发展需求与痛点，不断完善跨境电商赋能中小微企业的可持续健康发展机制，营造健康、公平的市场环境，优化仓储、通关、物流等服务，推动中小微跨境电商企业不断发展壮大。

(作者系中国宏观经济研究院战略政策室主任)

