

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？

## 跨境电商不仅是大中企业的游戏

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：典型的小型企业，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记者表示。

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15万家中小商家加入平台，入驻速度相当于过去一年的8倍。

浙江金华浦江县珠璧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买需求猛增。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



## 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15万家中小商家加入平台，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，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》



## 入驻更多海外平台，融入全球市场

中国卖家的海外“版图”还在不断扩大。《白皮书》指出，近六成卖家已同时运营2个以上亚马逊海外站点，82%的卖家计划在现有基础上拓展新的站点。

从市场分布来看，北美、欧洲市场最为成熟，是超过五成跨境电商卖家的选择。值得注意的是，东南亚市场近年来十分火爆，成为仅次于欧美的第三大新兴市场。

从入驻平台来看，Lazada、Shopee等跨境电商平台兴起，开展大规模中国商家招募。此外，拉美、中东地区涌现出Mercado Libre、Noon等多家蓄势待发的电商平台，呈现出一片跨境电商的优质蓝海前景。

“2020年海外电商渗透率大幅提升，原本习惯线下采购的买家纷纷转至线上，带来海量新增量，这对我们来说简直是天赐良机！”仇一波表示。

中国卖家不断入驻更多海外跨境电商平台，正深度融入全球市场。“微型跨国企业市场反应快、供需对接迅速、运营效率高，成为疫情之下满足‘宅经济’需求、直接连接供需的新模式。”张建平表示。

有关机构预计，2021年将进入下一个数字外贸风口期。在张建平看来，未来，微型跨国企业这类新玩家数量会越来越多，有望成为中国出口的主力军。“微型跨国企业满足了多元化市场需求，也能够挖掘一些需求量没那么高的小众需求，并整合成新的经济增长点。即使未来全球疫情影响消退，微型跨国企业因为能够满足市场拓展的新趋势和新需求，仍然会保持稳定的增长态势。”他表示，随着RCEP进入实施阶段，微型跨国企业有望成为这个新的大市场中的新增长点。

截至今年4月，新牛顿已经完成了2000万元的出口额。“今年预计能做到7000万至8000万元！这还是保守估计，真正的叉车行业外贸旺季是7月到12月，到时候可能还会有更大的增量。”仇一波对今年进一步拓展海外市场很有信心。



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，近年来跨境电商发展迅速。  
杨志礼摄(人民视觉)

## 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

州）跨境电子商务综合试验区，多年来跨境电商综合试验区不断扩容，目前全国已经形成105个综试区，覆盖30个省区市。今年3月，商务部、发改委等六部门联合印发《关于扩大跨境电商零售进口试点、严格落实监管要求的通知》，将跨境电商零售进口试点范围扩大至所有自贸试验区、跨境电商综试区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心（B型）所在城市（及区域）。

物流、支付等出海链路的持续优化，支撑了跨境电商持续增长，也为新玩家迅速成长提供了便利。

跨境物流服务不断改善。中国跨境电商出口物流需求在全球占比较高，国家邮政局数据显示，在2019年8月至2020年7月全球跨境电商包裹中，由中国发出的包裹占60%。需求的暴涨对物流服务水平提出了更高要求，采取“单未下，货先行”模式的海外仓应运而生。除了海外仓储功能，海外仓还同时具备运输、销售等综合功能，为跨境电商卖家提供专业化仓储服务，降低了物流成本，加快了物流时效。

跨境支付服务愈发便利。《白皮书》指出，跨境支付平台不仅凭借技术手段降低了金融服务的成本和门槛，提高了用户使用频次，同时具有快速便捷、安全性较高的优势，已成为不可或缺的支付渠道。

新牛顿用的就是能够当日到账的“一达通”服务。仇一波表示：“一达通收汇提现基本当日到账，与过去回款周期相比，时间最少缩短2-3天，因为过去回款需要去银行结汇，要提供很多文件，人工审单之后才能提现。而通过一达通出口，全程单据对照，无需更多制单、审单和提交文件，简化了流程，节约了业务员的时间成本。这对于我们微型跨国企业来说非常重要。”

据了解，2020年增速最快的跨境支付平台“万里汇”，针对卖家提款难、提款慢的痛点，推出闪电到账、提款至支付宝等相关服务。连连支付、PingPong等支付机构也推出了即时到账服务，解决卖家提款难、提款慢问题，解决了微型跨国企业资金周转的燃眉之急。

# 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、人才培训、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便利化措施也亟待跟进。

为此，需要瞄准中小微跨境电商的发展需求与痛点，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)

