

规模5年增长近10倍，加快培育自主品牌——

跨境电商成“真、优、美”产品大本营

本报记者 邱海峰

跨境电商，气质越来越“靓”——

在山东青岛，今年“6·18”期间进口规模快速增长，其中升级类、品质类进口商品占比显著提升；在江苏无锡，一场跨境电商交易会上数百个国内品牌集中亮相，吸引20多个国家和地区的境外采购商前来洽谈；在江西龙南，跨境电商“前店后仓+快速物流”项目正式落地，消费者“海淘”全球好物的距离进

一步缩短……

作为新业态新模式，跨境电商是正在成长的外贸增长点。专家表示，今年以来，中国跨境电商继续保持高速增长势头，品牌效应加快显现，为稳外贸提供了有力支撑。接下来，还应进一步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，让中国跨境电商平台与企业成为更多“真、优、美”产品的大本营，推动跨境电商健康持续创新发展。

贸易伙伴遍布全球

6月18日下午5时，山东青岛跨境电商产业园，又一批货物入园。“加上这批，今年‘6·18’跨境电商促销活动总单量已超122万单。”青岛跨境电商产业园关务负责人陈蕾说，这次“6·18”促销活动从5月底开始，商品品类较往年更丰富，实际订单中化妆品及保健品的单量和客单价都优于上年，汽配产品、运动品类、酒类也实现明显增长。

陈蕾介绍，年初以来，青岛跨境电商产业园依托青岛港的港口物流优势以及与日本、韩国毗邻的区位优势，跨境电商业务发展迅速，目前已有唯品会、天猫国际、菜鸟、京东等多家跨境电商平台在园区内聚集，“预计下半年业务还能实现较快增长。”

“快”是中国跨境电商发展的一个鲜明特点。数据显示，当前，中国跨境电商贸易伙伴遍布全球，主体已超10万家，建设独立站超20万个，进出口规模5年增长近10倍，占外贸比重由5年前的不足1%上升到目前的5%左右。2015年，在浙江杭州设立首个跨境电商电子商务综合试验区，8年来先后分7批设立165个综试区，覆盖31个省区市。

5月底，商务部公布2022年跨境电商综试区评估结果，上海、杭州、青岛等多地评估结果为“成效明显”。中国（杭州）跨境电商综试区建设领导小组副组长孙旭东介绍，8年来，杭州形成了8个方面46项制度创新案例，实现跨境电商进出口规模由1.2亿元扩大到1200多亿元，增长千倍；跨境电商企业由200多家跃升至5.5万余家，增长约275倍。

更多地方还在加快发展步伐。6月20日，2023江西跨境电商发展大会在九江市举行，会上16个跨境电商项目集中签约，总金额超10亿元，涉及跨境电商生态产业园、跨境电商数字贸易、跨境直播、跨境电商孵化等多个领域。

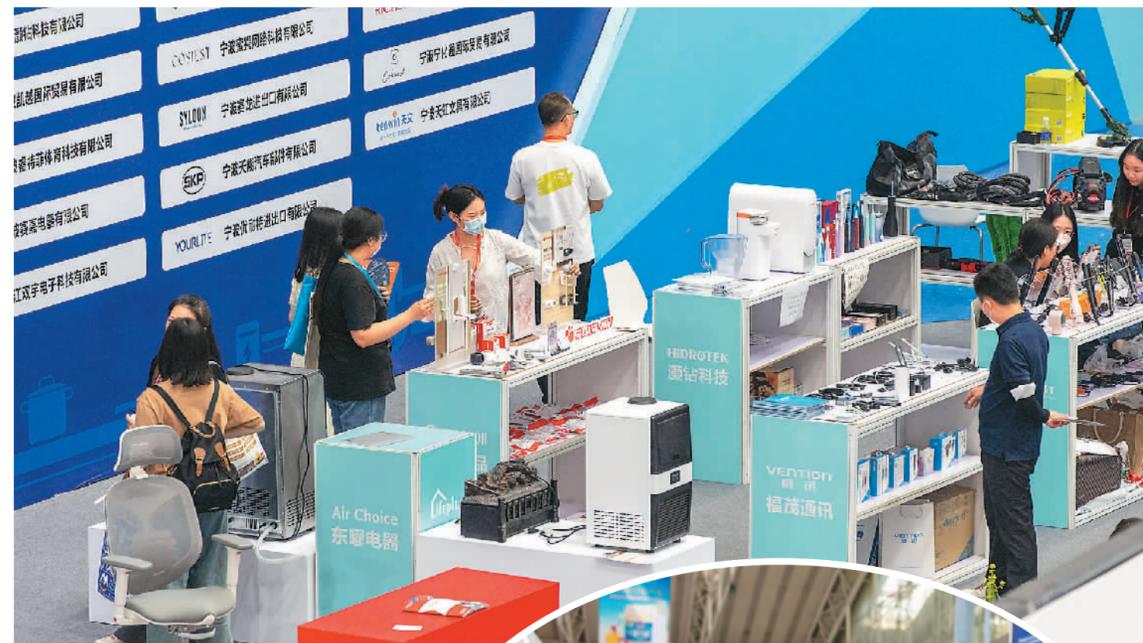
根据当地最新发布的数据，今年前5个月，江西跨境电商进出口总额695.17亿元，同比增长55.1%，占外贸进出口总额的22.8%。江西省商务厅厅长犹玉莹表示，江西将加快培育跨境电商产业带，发展跨境电商综试区，培育龙头企业、布局建设海外仓，强化金融支持、完善发展政策，与国内外跨境电商产业链企业共同建设跨境电商发展“新高地”。

在河北，京东（唐山）外贸物流运营中心跨境电商保税仓日前在曹妃甸综合保税区正式开仓。该项目面积约2万平方米，年跨境电商进口单量可达300万至500万单，预计带动跨境电商进出口额增长3亿美元。

河北省商务厅相关负责人表示，河北正着力推进曹妃甸区菜鸟中心仓、京东仓和京东（石家庄）跨境电商项目建设，完善跨境电商零售进口链条。同时将出台支持政策措施，助力引进知名平台、支付机构、龙头企业，完善跨境电商产业链和生态圈。

自主品牌国际认可度提升

快速发展中，跨境电商正推动传统外贸企业加快走上转型升级之路，为全球消费者



▲日前，中国（宁波）出口跨境电商博览会在浙江省宁波市举行。本届博览会进一步扩容，展览面积达7万平方米，比上届增长250%。图为观众在博览会上参观出口跨境电商知名品牌展区。

贺元凯摄（人民视觉）



提供更多优质产品，自主品牌国际认可度持续提升。

在广东元宝时代家居有限公司，工人们正在赶制一批来自智利地区的桌椅订单产

品。“我们主营客厅、餐厅、卧室、家庭办公等高档实木系列家具，主要对接欧美、东南亚、拉美等地。”公司负责人杨滨说，这几年，从传统代理商帮售家具转变为自营跨境

电商平台直售家具，公司通过打造自主品牌、针对海外客户需求优化设计，吸引越来越多海外消费者线上购买家具产品，公司跨境电商年销售额已突破2000万元。

从“卖产品”到“也卖品牌”，中国跨境电商出口动力强劲。海关总署6月17日发布的《中国跨境电商贸易年度报告》显示，2022年跨境电商出口突破1.5万亿元，增长10.1%；出口商品中，服饰鞋包占33.1%、手机等电子产品占17.1%、家居家纺用品占7.8%。

“随着企业强化全球品牌能力建设，我们拓展海外市场的业绩越来越好。”福建一笔成服饰科技有限公司负责人庄小清介绍，公司最近在赶制一批出口海外的服装，这款产品插上充电宝即可实现自主控温，是公司自主品牌，这两年一直是海外爆款。

庄小清表示，企业现在不再依赖过去海外客商下订单的传统外贸模式，自主品牌越来越受海外消费者青睐，B2C（企业对个人）的销量不断扩大，目前约九成订单通过亚马逊、阿里巴巴等跨境电商平台完成，预计接下来销量增长1倍以上。

从“走出去”到“引进来”，中国跨境电商为全球好物搭建展示、交易平台，成为地道、优质、新潮商品的聚集地。在非洲，埃塞俄比亚的咖啡、卢旺达的辣椒酱、肯尼亚的红茶、加纳的巧克力、坦桑尼亚的腰果……如今正通过跨境电商平台，走进中国千家万户。

湖南长沙非拓信息技术有限公司旗下电商平台Kilimall成立于2014年，90后非洲小伙西拉斯·穆西约卡在这个中非跨境电商平台已工作5年。他介绍，在Kilimall，目前已有近3000名非洲青年创业者开了自己的小店，借助这个跨境电商平台，非洲好物不仅进入中国市场，更开始走进全球消费者的购物车。“中国在电子商务领域的成功探索可以帮助非洲国家填补供应链和技术方面的空白，值得借鉴。”穆西约卡说。

营造良好的创新环境

跨境电商蓬勃发展的背后，有企业的拼搏创新，也离不开服务创新、支持创新的环境。

6月12日，海关总署推出优化营商环境16条措施，其中营造良好的创新环境、服务外贸创新占据了重要位置。海关总署综合业务司司长吴海平介绍，近年来，海关针对跨境电商发展趋势和特点，出台了不同于传统贸易的通关管理制度，“量体裁衣”打造了适合跨境电商特点的海关监管模式，有力促进了跨境电商健康持续发展。

聚焦企业需求，此次出台的16条措施强调有序开展跨境电商海关监管综合改革，研究完善跨境电商网购保税监管制度措施。实现电子缴税功能，便利企业线上办理缴税业务。针对企业退货难问题，优化跨境电商商品进出口退货措施，完善升级退货中心仓功能，试点开展跨境电商网购保税零售进口跨关区退货模式，研究扩大跨境电商一般出口商品跨关区退货试点。

日前，跨境电商零售进口税款电子支付功能成功上线。该功能上线后，企业一票税款电子支付交易从发起支付请求到收到海关成功核注回执共用时约30秒，省去了打印和传递纸质凭证、逐笔勾对核销单等手工操作环节，整个流程比以往缩短2-3个工作日。目前，这项功能在宁波、福州、广州、黄埔、重庆、成都等海关试点推广。

“最大的感受就是快！”首批“尝鲜”企业——宁波美日盛贸易有限公司相关负责人王石磊说，“有了进口税款电子支付，直接网上操作，我这缴完税，海关就能自动核注，缴税时间快了，货物通关也快了，效率大幅提高，这对我们的经营发展帮助很大。”

“让企业少跑腿、数据多跑路”，各地加快优化营商环境。商务部对外贸易司司长李兴乾表示，最近几年，各个跨境电商综试区积极推进线上综合服务平台建设，目前这些服务平台的跨境电商企业已超过6万家。接下来，将支持、指导这些综试区进一步优化服务平台功能，引导海外仓企业对接线上综合平台，力争把通关、税收、金融、海外仓功能集成于一体，实现“一点接入、一站式”综合服务，使便利的集成服务惠及所有跨境电商企业。

“此外，我们将大力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。”李兴乾说，并积极配合国家知识产权局，加快出台跨境电商知识产权保护指南，帮助跨境电商企业了解目标市场知识产权保护知识，提前做好功课，在跨境电商领域规范保护知识产权，杜绝假冒伪劣产品，充分保护全球消费者的合法权益。

让跨境电商综试区发挥创新引领作用

张建平 董建业

强国，有助于在健全促进跨境电子商务发展的体制机制、推动配套支撑体系建设等方面取得新进展、新突破。

从未来发展形势看，世界各国都在加快推动发展跨境电商，根据世贸组织报告，到2026年之前，全球B2C（企业对个人）跨境电商将保持27%的增速。在此背景下，如何更好发挥跨境电商综试区的示范引领作用对中国跨境电商发展至关重要，特别是随着行业竞争日益加剧，对商家而言，如何打造自身品牌、提高产品价值是需要实践中加快解决的问题；对地方政府而言，如何实现差异化发展、壮大本地产业也是一个很大的考验。面对机遇

和挑战，还应采取有力措施继续扎实推进跨境电商综试区建设。

加强政策引导，完善配套政策措施。今年6月2日，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）对东盟10国和澳大利亚、中国、日本、韩国、新西兰等15个签署国全面生效，其中电子商务有独立章节的规则，应进一步用好、落实好RCEP的电子商务规则支持。对于企业出海面临的国别政策风险和可能遇到的经营问题，应积极组织相关培训，及时提供咨询服务。在海外经营发展方面，支持跨境电商企业在海外注册自有商标和推动外贸产品进行国际认证，打造自主品牌矩阵。引导企业

加强售后服务能力，完善终端保障能力，提升消费者满意度。支持企业借助境外社交媒体、搜索引擎、短视频等开展品牌推广，提高企业声誉和品牌知名度。

做大做强领军企业，构建产业集群。领军企业在跨境电商行业发挥了重要作用，是跨境电商在海外打造品牌知名度的中坚力量，应支持领军企业进一步做大做强。以打造品牌、构建产业链供应链为抓手，建设好产业集群跨境电商电子商务发展试点，围绕领军企业打造一批梯度合理、相互配合的产业集群，形成“1+1>2”的规模效应。加快提升制造业数字化、智能化水平，针对跨境电商交易量、交易频率高和定制化等特点进行

优化。便利跨境电子商务支付结算，降低企业结算成本。打造与跨境电子商务发展相适应的立体式物流通道，优化物流运输体系。鼓励企业通过多种途径设立海外仓，推动海外仓的体系化、规模化建设。

扩大开放合作，积极参与国际标准制定，完善跨境电商人才培养和引进体系。构建政府、高校、社会、企业多方协作的跨境电商商务人才培养体系，壮大多层次人才队伍。通过国际交流合作，鼓励企业探索出海新路径，深度参与相关国际组织对电子商务规则的研究与制定，培育一批了解国际贸易规则和熟悉相关法律的专业人才，为跨境电商健康持续发展提供有力支撑。

（作者分别为商务部国际贸易经济合作研究院研究员、研究助理）



近年来，中国跨境电商快速发展，为外贸注入新动能，也让全球越来越多消费者享受到跨境电商带来的更多选择和便利。在此过程中，跨境电商电子商务综合试验区发挥着重要作用。

作为跨境电商发展的创新高地，综试区有效助力外贸稳规模、优结构，有力推动了业态创新发展，整体呈现规模占比高、主体质量持续优化、产业配套日趋齐全的特点。2022年，中国跨境电商进出口额达到2.11万亿元，其中各综试区的进出口额占比超过九成。

2022年11月，国务院批复同意在廊坊等33个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区，至此中国已先后分7批设立165个跨境电商综试区，覆盖31个省区市，基本形成了陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。进一步扩大跨境电商综试区范围，有利于发挥跨境电商助力传统产业转型升级、促进产业数字化发展的积极作用，推动外贸优化升级，加快建设贸易