

“过年到、过年到，小姐要花、小子要炮。”年味儿随着年货红火一路上蹿着。而今，跨境电商的“国际馆”“全球购”“海外场”也洋溢起红火丰裕的中国年气息。“海淘”洋年货成为许多消费者的新喜好。

其实，“海淘”这个概念在中国兴起的时间并不长。不过“海淘”的方式，却在短时间内上演的快速的变化。从最初简单依赖私人“代购”、登录国外网站购物起步，跨境电商平台在中国火速成长起来。需求拉动、政策激励，跨境电商正走上一条日益规模化、标准化和规范化的道路。它既成为消费者的新福利、也是投资的新热点，更在每一笔买进卖出中引领着中国外贸的新增长。

跨境电商“跨”出外贸新步伐

本报记者 李婕



① 成为外贸增长龙头

潘冰晶是钟爱跨境电商平台的中国消费者中的一员，她从国内某跨境电商平台上购买的化妆品，算上电商的活动优惠，价格比普通商场价格的一半还低。优惠的价格、便利的支付方式和快速的物流体验，让她感受到这种新兴消费方式带来的利好。

小则是消费者的每一笔消费，大则是国家之间的贸易往来。

近日披露的中俄跨境电商贸易额颇受关注。2016年上半年，俄罗斯电商贸易总额63亿美元，其中，中俄跨境电商贸易额就达到11.5亿美元。在中俄经贸关系逆势而上的成绩中，跨境电商发挥了积极作用。

这个成绩，也与中国跨境电商整体增长态势相呼应。据国内某电商研究智库发布的《2016年（上）中国电子商务市场数据监测报告》，2016年

上半年中国跨境电商交易规模达2.6万亿元，同比增长30%。

阿里研究院的报告则预测，到2020年，中国跨境电商交易规模将达12万亿元，占中国进出口总额的约37.6%。

这份报告同时显示，2015年，尽管全球贸易增速放缓，中国跨境电商增速亦有所下降，但是中国跨境电商增速仍大幅高于货物贸易进出口总额增速，中国进出口贸易中的电商渗透率持续增长。有分析称，跨境电商有望成为对冲出口增速放缓的利器。

“2015年和2016年，跨境电商增速都在20%以上。跨境电商是中国外贸多种业态中最大的亮点，也是引领外贸增长的龙头，对外贸稳增长起着重要的作用。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍在接受本报采访时说。



② 个性需求+规模效应

如果探索近年来跨境电商的发展轨迹，以“代购”为主的海淘是绕不过的开端。赵萍认为，跨境电商并非从传统贸易中衍生出来，而恰是海淘不断规模化、组织化和规范化的结果。

任慧也是“海淘族”中的资深党了，对她而言，海淘无可替代的优势之一，就是选择的多样性。她热衷的许多小众品牌，国内很难找到，而借助海淘，幸运的时候还赶上打折活动的优惠期，总能收获心爱之物。

“海淘所反映的，正是国内市场消费结构升级的过程中，消费需求的不断个性化和多样化态势。原本一般进口的大众品牌和大批量产品无法满足需求，从而逐渐催生了以‘小批量、多品类、多批次’为特征的跨境电商。”赵萍分析说，跨境电商，也是国外产品进入中国市场，进行市场测试的渠道。

而跨境电商的出口端，则遵循着同样的需求逻辑。“跨境电商具有渠道扁平化优势，它缩短了传统的

供应链环节，使外贸企业直接面对零售商和消费者，有助于满足个性化消费需求。同时，跨境电商交易为中国企业探索国际市场提供了先行先试的渠道，从而避免批量生产所导致的新品积压等风险。”赵萍说。

据《2016年（上）中国电子商务市场数据监测报告》，2016年上半年中国出口跨境电商交易规模达2.09万亿元，占比达到80.4%；2016年上半年中国进口跨境电商交易规模为5125亿元，占比19.6%。

从交易模式来说，2016年上半年中国跨境电商交易模式跨境B2B交易（从企业到企业的交易模式）占比90.7%，跨境B2C交易（从企业到消费者的交易模式）占比9.3%。

两相比较，就能发现在中国的跨境电商中，B2B和出口已经成为重要大头。这也预示着中国跨境电商的主流将会是进一步的规模效应——大平台、大用户、大订单、大物流。



③ 资本看好政策发力

以“代购”为主的海淘时代仿佛就在昨天，而今大规模的跨境电商平台已经迅猛发展起来。

从资本市场的表现来看，跨境电商备受青睐。以2015年为爆发式增长起点，中国诸多跨境电商平台如洋码头、街蜜、蜜芽、小红书等获得高达上亿美元的不同数额、不同轮次融资。资本对跨境电商的看好与目前行业的良好走势不无关联。

跨境电商物流市场也在2016年呈现许多新变化：网易考拉是国内首个跨境电商物流云平台、洋码头布局全球物流中心、菜鸟实施“双11”2亿元物流减免计划、天天快递布局国际业务……国际物流的发展，正在为跨境电商铺设基础设施。

这种多方集中发力的态势，与政策利好相互映衬。2016年一开年，国务院便公布在天津市、上海市、重庆市等12个城市设立第二批跨境电商电子商务综合试验区。年底出台的《电子商务“十三五”发展规划》则指出，跨境电商电子商务综合试验区建设取得阶段性成效，配套政策体系不断完善，

交易规模快速增长，业务模式不断创新。

商务部外贸司副司长朱咏透露，我国外贸新的增长点较多、优势正在集聚，跨境电商便是其中之一。例如，13个跨境电商综合试验区2016年出口增长了一倍以上，其中B2B能够占到66%。

“中国跨境电商相关政策兼具鼓励与规范特征。鼓励更多针对出口跨境电商，以创造宽松的营商环境为目标，比如借助税收优惠政策等，进一步发挥其在外贸稳增长方面的作用。规范则主要针对进口跨境电商，促进‘代购’转向‘阳光海淘’，实现合规发展。政策从进口商品品类、购买额度、税率等多方面进行规范，使进口电商制度环境更加完善。”赵萍分析。

政策的鼓励方向，消费者也有感知。潘冰晶就不认为私人代购是长久之计，作为消费者，无法核验品质和价格，投诉无门是巨大的痛点。“而更大的平台、更完善的服务链条，让跨境购物，变得更加靠谱。”她说。

④ 优质服务才是关键

跨境电商发展到今天，信息和流量已经不再稀缺，拼折扣、卖吆喝的做法恐怕难以继。那么，繁荣扩张的背后，跨境电商未来发展的主线究竟是什么？

有分析称，在国家政策和市场竞争的刺激下，中国跨境电商将进入深度调整期。从大进大出转向优进优出，优质化服务是关键。

近日出台的《电子商务“十三五”

发展规划》列出“跨境电商发展行动”。其中，海外仓储和展示中心被鼓励建设，跨境电商产业链被呼吁完善，而“规模化、标准化、集群化、规范化”则是跨境电商未来的发展方向。

“电商未来发展的一个重点是建立保税仓和海外仓，两者配合联动，能够缩短物流周期，同时弥补

本地化服务不足这一目前最大缺陷。使本地化的服务做到位，是跨境电商未来转型的重要方向。”赵萍说，“以市场知名度、美誉度高的品牌做支撑，跨境电商的发展才能持续。”

专家进一步指出，目前绝大多数跨境电商还处于创业阶段，基于销售大数据确定销售商品品类，同时建立完善的售后服务，是需要尽早解决的问题。

近日，国务院还印发《“十三五”国

家信息化规划》，首次提出将网上丝绸之路建设优先行动，作为我国未来五年的优先战略重点行动。

有分析认为，与任何电子商务一样，跨境电商的开放性、全球化、低成本、高效率的优势非常明显。同时，因其“跨境”的突出特点，它也在推动电子商务国际合作，参与电子商务国际规则的制定上具备优势。优秀的跨境电商平台将孕育全球经济合作的新机遇。

（图片均来自百度）



跨境电商线下体验店



跨境电商实体店

跨境电商呼唤优质供给

王俊岭

全球经济复苏乏力，世界将目光投向改革开放后迅速发展的中国。其中，“改革”旨在破除制约经济发展的体制机制障碍，激发要素活力；“开放”则是借鉴和利用人类文明的优秀成果，并为自身发展寻找更大舞台。

在某种意义上，“跨境”与“电商”的关系类似于“开放”与“改革”。一方面，随着经济飞速发展，中国人生活水平日益提高，消费需求也渐渐个性化、品质化、多样化，形成了强大的海外购买基础；另一方面，互联网技术的发展大大缩小了人与人之间的地理距离与沟通成本，电子商务成为了重要的经贸活动形式。可以说，跨境电商把消费者拉到了国际贸易第一线，并为中国人的深度开放打开了一扇新大门。

不过，我们也要清醒地看到，虽然跨境电商与“海外代购”明显不同，但两者本质上都反映出中国商品有效供给还不能很好地满足民众需求这一现实。近年来，中国消费者大量赴海外采购奶粉、日用品、皮包服饰等商品即是例证。因此，跨境电商的快速发展既为国内消费者提供了便利，同时也要求中国企业在产品供给质量上下功夫。具体来看，应做好三方面文章：

一是从同类商品需求中寻找不足。企业利润本质上是满足消费者需求时所获得的回报。跨境电商的发展让中国企业更加容易找到本国消费者喜欢哪些外国商品以及为什么愿意购买它们。特别是对那些海外有、国内也有的产品来说，如果消费者更愿意通过跨境电商购买外国同

类商品，显然更值得国内商家反思。比如，是不是应该在产品设计、原料采选、生产工艺、价格定位等方面加强学习并借鉴海外同行的成功经验。

二是从海外需求中寻找市场。国际贸易，本质上是更大市场范围内的比较优势互换。除了国内外都有的同类商品之外，跨境电商更为中国具有潜在比较优势的商品提供了巨大需求空间。从这方面来讲，中国相关部门和企业应该充分利用跨境电商这一重要的开放渠道，加强对海外消费者需求特征及规律的研究，同时结合中国各地的资源禀赋，进一步将具有中国特色的产品做强、做精、做优，以形成更多外贸增长点。

三是加强国际合作机制建设。跨境电商具备开放性、全球化、低成本、高效率等诸多优势，优质跨

境电商平台可以在全球范围内对社会资源进行整合利用，孕育出全球经济合作新机遇。因此，面对跨境电商这样一个新兴事物，相关部门也要积极主动做好与贸易伙伴的沟通，最终既形成有效监管机制，又争取了全球跨境电商游戏规则制定的主动权，从而为优质中国产品出海提供稳定的“制度供给”。

事实上，跨境电商涉及供给侧改革、国内自由贸易试验区、国际自贸区谈判、“互联网+”等诸多领域。从中国在这些领域的实践中不难看出，跨境电商一定会成为中国对外开放的强大动力。

