

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，为广大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)



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跨境电商出口行业白皮书》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。

浙江金华浦江水晶珠串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

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，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跨境电商出口行业白皮书》

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版图很有信心。



山东省滨州市石岛管理区三期码头繁忙深水泊位和港口竞争态势，近年来跨境电商业务飞速发展。

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

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，创造了前所未有的新发展机遇。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。

跨境电商赋能中小微企业壮大

盛朝迅

近年来，受益于国家政策大力推动、数字技术广泛应用和“中国制造”品质不断提升，叠加疫情催生全球“宅经济”快速兴起，跨境电商作为国际贸易新兴业态得到了蓬勃发展，在全球进出口贸易、链接本国市场与国际市场、促进全球资源优化配置中的作用日益凸显，成为中国商品输出海外的有效渠道和中小微企业“走出去”的重要通道。

今年一季度，中国跨境电商出口增速高达69.3%，成为疫情防控常态化时期经济发展的突出亮点。

在此背景下，跨境贸易的主体日趋多元化，大量创业者、小企业加入跨境电商行列。原有大企业主导全球贸易的格局正在发生深刻调整，中小微企业异军突起，日益成为推动跨境电商发展的重要力量，被称为“微型跨国企业”。

这些微型跨国企业规模虽小，但是善用数字平台，能够快速完成选品、采购、销售、物流、报关、收款、结汇退税等业务流程，即使在疫情和贸易战的

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）

