

去年中国跨境电商出口增长11.7%——

拓宽“中国制造”出海通道

本报记者 王俊岭

商务部前不久发布的报告显示，2022年全年跨境电商进出口额(含B2B)2.11万亿元，同比增长9.8%。其中，出口1.55万亿元，同比增长11.7%。

记者在采访中发现，越来越多中国制造业企业依托跨境电商实现产品出口外销。特别是进入2023年以来，提升通关效率、培育壮大海外仓、降低跨境电商企业出口退运成本、完善跨境电商发展的物流基础设施、高质量推进跨境电商综合试验区发展等一系列支持政策密集出台，进一步提振了相关企业扬帆出海的信心。

政策给力，出口渠道更通畅

“当我第一眼看见这些米粉时，我就想尝尝。它冲泡起来不用太多时间，配料也很足。我下次还会再买！”在亚米网的留言板上，美国消费者Kimluu对网上购买的袋装螺蛳粉赞不绝口。

广西螺霸王食品科技有限公司董事长姚汉霖告诉本报记者，2022年，企业袋装螺蛳粉出口额达4557万元，今年1至2月同比增长27%。据海外电商平台数据显示，袋装螺蛳粉的非华人消费者占比已经从最初不足1%提升至约15%。

“以美国市场为例，目前螺霸王已完成洛杉矶品牌海外仓的建设，今年上半年还将完成纽约地区海外仓的建设。我们希望借此进一步缩短运输所需时间，将产品更快交付到海外消费者手中。”姚汉霖说，今年跨境电商是螺霸王开拓海外市场的重中之重，柳州当地政府部门正持续帮助企业解决跨境电商业务中遇到的各种难题，促进企业出口渠道更通畅。

螺蛳粉漂洋过海，是“中国制造”借跨境电商出海的一个缩影。今年以来，政策支持措施接连不断：

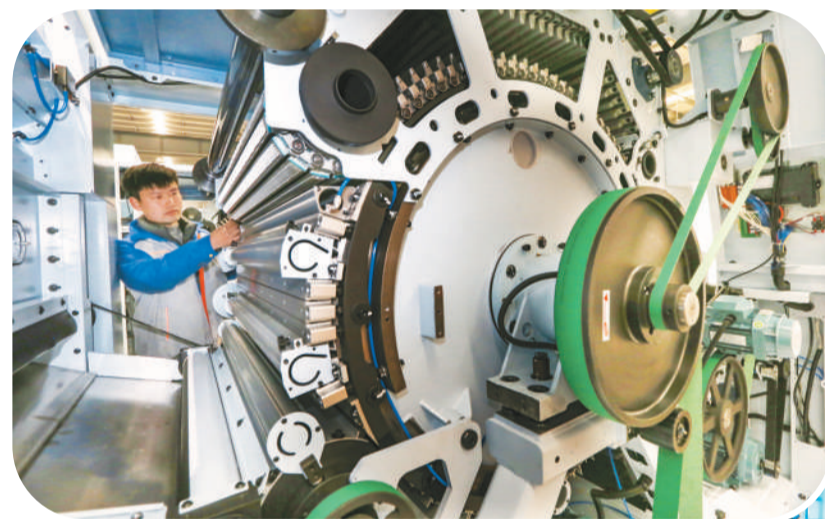
财政部等三部门出台跨境电商出口退税商品税收政策，提出对符合相关条件的商品免征进口关税和进口环节增值税、消费税，以降低跨境电商企业出口退运成本，积极支持外贸新业态发展。

浙江杭州在《关于加快推进跨境电商高质量发展实施意见》中提出，对通过跨境电商贸易电子商务、跨境电商B2B(企业对企业)直接出口、跨境电商出口海外仓等海关监管模式开展跨境电商出口业务的企业，每年给予不超过200万元的资金扶持。

四川成都《成都市推动跨境电商高质量发展三年行动计划(2023—2025年)》中明确鼓励创新、绿色、高附加值产品借力跨境电商实现货物贸易与生产性服务贸易融合，通过“合作研发、定制生产、产品出口、售后维修”等方式推动产业链升级，加速“品质生产”向“品牌塑造”转化。

南开大学经济学院教授谢娟娟在接受本报记者采访时说，当前，全球经济衰退风险上升、外需增长持续放缓，外贸稳增长面临较大压力。此时，跨境电商以模式新、应变快、成本低等特点，成为外贸发展特别是制造业出口的新引擎。

“制造业产品种类繁多，不同产品之间性



▲高质量是中国制造顺利出海的重要基础。因为不久前，安徽马鞍山经开区日发纺织机械有限公司工人在组装出口到“一带一路”沿线国家的智能纺机。

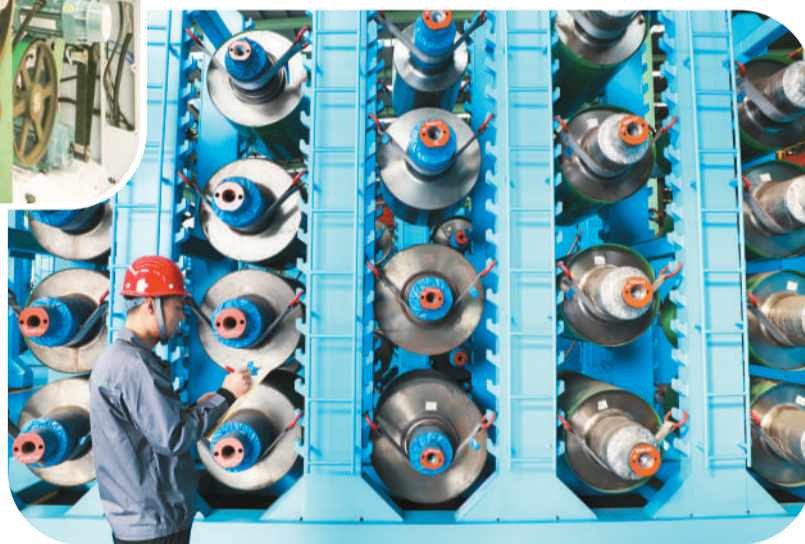
王文生摄(人民视觉)

▲河北省唐山市丰润区近年来引导外贸企业集聚发展，推动外贸企业做大做强。因为2月22日，当地一家轧辊出口企业的工人在登记出厂产品数据。

朱大勇摄(人民视觉)

▲海运是中国制造业通过跨境电商出海的重要物流方式。江苏连云港针对当地风电设备制造产业发展需要，开辟风电设备出口绿色通道，帮助大批风电设备通过海运方式走向海外。图为2月22日，巴哈马籍“双吉金雀箭”货船在当地东方港务分公司码头装运用于出口的风电塔架。

王健民摄(人民视觉)



能特点和销售方式也大相径庭。跨境电商可以为制造业企业提供独特的展销及沟通方式，拓宽“中国制造”链接全球市场的出海通道。此时，有关部门从融资、法律、财税等多方面提供支持，不仅有利于规范和引导跨境电商自身发展，更有助于“中国制造”更快地直达全球下游企业和消费者。”谢娟娟说。

企业发力，“酒好巷子也不深”

高技术、高附加值的“中国制造”成为出口新增长点，背后是企业发展质量的提高。

产品练“内功”——

激光切割具有剪精度高、切割快、加工成本低等特点，在金属加工领域应用十分广泛。2018年开始，随着激光器这一核心部件

国产化水平的提高，新的商机开始浮现。

“激光器国产化后，一台上百万元的激光切割机可以降到二三十万元。”山东锐图激光科技有限公司总经理马同伟察觉到，国产激光切割机成本的降低，打开了出口市场的“蓝海”。“主攻激光切割机出口！”马同伟下定决心。

然而，小微企业想获得海外客户信任并非易事。“通过阿里巴巴国际站，我们把产品参数和作业视频发给海外客户，他们下单后资金由平台冻结，待客户收货并验收合格后，再将货款打给我们。”马同伟告诉记者，凭借着较早布局跨境电商，锐图激光这几年出口额增速都保持在约30%。

“现在，我们的产品远销美国、法国、俄罗斯、土耳其、韩国等地，海外客户对锐图激光的期待也越来越高。最近，我们正在全力以赴将钢板切割厚度从30毫米提升至

50毫米，同时探索自动化生产线的配套服务。”他说。

销售修“外功”——

挖掘机、装载机、压路机、推土机……随着中国制造业水平的提升，越来越多工程机械产品加速走向国门。“2022年，我们海外销售收入再创历史新高，同比增长近60%。今年1月，海外销售收入同比增长超90%。”国机重工集团国际装备有限公司董事长王传明说。

据王传明介绍，国机重工不仅有100多家海外代理商，而且还向全球主要市场派驻了工程师，以提供周到的售后服务。受疫情影响，国机重工近年来在“线下能力线上化”领域做了多种创新尝试，跨境电商正是重要发力点。

“一方面，我们积极利用在线培训、VR展厅、直播验货等方式丰富线上洽谈体验；

另一方面，我们主动打通所有贸易平台的询盘数据采集，全链路过程管理涵盖谈单进度、资金管理、生产交付过程等，有效提高了跨境电商的业务转化能力。”他说，目前企业正积极推动加快电商团队建设。

跨境电商还让制造业企业结识了更多长期合作伙伴。

长沙行深智能科技有限公司作为领先的L4级无人驾驶核心技术提供商及智慧物流产品供应商，生产的无人车可以广泛用于物品运输、商品售卖、环境消杀等领域。近年来，借助京东提供的跨境电商平台，企业生产的“超影”系列无人车成功进入日本市场，为墨西哥急度假的户外露营客户提供送餐服务。

“酒好，巷子也不能深。正是通过跨境电商实现的这次出口，日本乐天株式会社对我们的产品产生了浓厚兴趣，希望与我们开展深度合作。”行深智能首席执行官安向京对本报记者说。

市场角力，牵线搭桥有信心

制造业的青睐，也促进了跨境电商行业自身的发展。商务部最新数据显示，截至2022年底，国务院已先后分7批设立165个跨境电子商务综合试验区，覆盖31个省区市。目前，各综试区跨境电商相关企业约20万家，其中被认定为高新技术企业的超过9300家。

有的紧盯市场动态——

“这两年，越来越多中小微企业入驻亚马逊、Wayfair、Lazada等海外电商平台。紧跟这些企业的需求，我们的业务也实现了快速发展。”宁波宁通国际贸易有限公司总经理陈忠玉说。

对中小型企业而言，虽然跨境电商带来了更广阔的海外市场，但也意味着更复杂的流通环节和更漫长的资金周转期。宁通瞄准这一市场需求，积极为跨境电商中小微企业提供商检、报关、物流、退税、结汇、信保、融资等一站式外贸综合服务。

陈忠玉告诉本报记者，今年以来，财政部、海关总署等部门出台新政策降低跨境电商企业出口及退运成本，宁波市海曙区税务部门也主动走进企业答疑解惑，这些到位的政策支持让企业倍感温暖。“为中小微企业出海牵线搭桥，我们有信心！”

有的创新服务模式——

阿里巴巴国际站数据显示，在跨境电商中，真人实时接待能让外贸企业的潜在客户转化率提升近10个百分点。在阿里巴巴国际站行业运营总监戴贤文看来，跨境直播和短视频的方式，能帮外贸企业更加直观生动地展示工厂和生产线。特别是跨境电商B2B交易中，外贸企业跨境直播的真人接待，对建立买家信任起着关键作用。

戴贤文透露，近期平台将通过“3月新贸节”等活动帮助“中国制造”利用跨境电商平台实现出口。“今年3月份，我们将通过线上展会、线上场馆、直播多媒体互动等形式，把国内制造业企业的新工艺、新技术、新材料、新产品等信息传递给海外买家。我们还将积极运用数字化技术分析行业供需、研究行业策略，将其提供给国内的制造业企业，助其更好洞察潜在的市场机遇。”戴贤文说。

还有的强化技术支撑——

“跨境电商既要解决建站问题，又要解决物流问题，同时还要解决资金、交易、递送、交付等问题。在市场角力中，云服务厂商需要提供足够的技术保障能力和生态构建能力。”华为云相关负责人对本报记者说，华为云积极围绕“信息流、资金流、物流”，为“中国制造”出海打通全链路生态。

据该负责人介绍，华为云通过大数据、人工智能等行业领先技术，构建了更适合跨境电商发展的新算力架构，为跨境电商企业提供一站式简单便捷、智能高效、安全合规的产品和服务。相关技术可以在建站装修、商品管理、内容审核、订单管理、跨境支付、物流查询等方面，全方位助力用户快速拓展全球业务。

商务部表示，今年要促进跨境电商、海外仓等新业态持续、快速、健康发展，充分利用数字化手段来挖掘贸易潜力，带动中小微外贸企业出口。

面对外需增长放缓、全球供应链格局重构的挑战，跨境电商为外贸出口转型升级打开一扇新的大门。

无论是跨境电商B2B平台询盘量和买家数量持续上升，还是跨境零售出口市场基本保持稳定增长态势，都表明综合利用跨境电商“出海接单、拓展市场”正成为中国制造业保持增长的一种必备手段。

一边是数字经济带来的全新销售方式，另一边则是全球首屈一指的完备工业生产体系，“数”与“实”的融合，成为中国构建新发展格局的重要发力点。

从跨境电商来看，其处于连接国内外大循环的关键节点位置。在实践中，跨境电商一直处于对外开放的前沿。近年来，中国将跨境电商进口商品作为个人自用物品进行管理，为海外商品进入国内市场打开便利化通道。大批优质进口商品在一定程度上发挥了“鲶鱼效应”，激发国内制造业企业的活力。

更重要的是，随着跨境电商发展，其出口通道功

更好发挥“数实融合”促外贸作用

李鸣涛

能日益突出，越来越多的中国商品、中国品牌、中国服务借助跨境电商扬帆出海，将“世界工厂”的产业链、供应链优势通过一件件工业制成品带给全球企业和消费者。同时，通过跨境电商累积的海量数据，中国制造业企业还可以强化自身对于细分市场的洞察能力，锚定研发与创新方向，推动“产业数字化”向纵深发展。

从制造业本身来看，通过出口积极参与全球产业分工是打造核心竞争力的内在需要。当前，新一轮科技革命和产业变革深入发展，依托数字技术的广泛连接与深度渗透，生产供给、流通贸易、消费市场的协

同效应正得到快速强化，技术驱动的新一轮全球化资源配置机遇期正加速到来。

跨境电商主要满足全球市场主体对优质商品的线上采购需求，连接着全球各地的生产商、品牌商、贸易商甚至个体户，在数字技术驱动下搭建了一条高效率的线上贸易通道。“中国制造”通过跨境电商“走出去”，不仅可以有效降低贸易风险，还可以在高效的供需对接中进一步提升对全球市场走向和行业竞争趋势的判断能力，进而及时优化产品研发设计、调整供应链、强化品牌建设，持续增强企业自身的国际竞争力。

法利用跨境电商在品牌建设、产品创新、供应链柔性化转型、私域流量留存、线上线下融合等方面集中发力。

可以预见，只要跨境电商与制造业企业之间的良性互动持续加强，“数实融合”就能在增强国内外大循环的动力和活力中发挥更大作用。

(作者为中国国际电子商务中心首席专家)

