

跨境电商加快中国产品出海脚步

本报记者 王俊岭

不久前，韩国统计部门发布的一组数据引发广泛关注：2023年，韩国源自中国跨境电商的进口额同比激增121.2%。中国首次超过美国，成为韩国最大的跨境电商进口来源国。

这是中国跨境电商快速发展的又一个最新例证。商务部数据显示，2023年，中国跨境电商进出口2.38万亿元，同比增长15.6%。其中，出口1.83万亿元，同比增长19.6%。

跨境电商在促进出口方面有哪些新看点？其快速发展的原因是什么？未来发展趋势如何？带着这些问题，本报记者进行了采访。



——供给能力更强。浙江省义乌市盛麟贸易有限公司是入驻跨境电商平台“多多跨境”的第一批商家，产品涵盖家居用品、厨房工具、卫浴收纳、时尚饰品等。入驻之后没多久，盛麟贸易在Temu上的日均单量就达到了3万单左右。在公司总经理郭鑫鑫看来，正是得益于各级政府部门对制造业的支持政策以及多多跨境推出的全托管模式，企业“工贸一体+合作工厂”的供应链优势才得以更充分地发挥，从而更好满足海外消费者需求。

——通关速度更快。1月24日，在广西友谊关口岸跨境电商电子商务公共清关中心，跨境电商出口包裹在分拣线上快速通过机检设备，完成海关查验后装车出境。广西飞越供应链管理有限公司总经理张威发现，需要查验的货物当天也能出境了，不需要查验的货物马上就可以出口，2小时就能运到越南交付。“我们通过加强运用X光机等非侵入式查验设备，强化同屏比对，最大限度降低包裹拆数数量，加快货物放行速度。”友谊关海关监管八科副科长高璐说。

——线上“玩法”更多。去年，阿里巴巴国际站率先推出了全链路外贸AI产品，其拥有的智能商品发布与管理、市场分析、客户接待、实时翻译和企业管理等功能，让出口企业能够更加简单快速地与海外客户沟通交流，抢抓商机。阿里巴巴国际站相关负责人认为，无论对数字外贸平台，还是中小外贸企业，一系列跨境电商扶持政策的出台都起到了良好效果，助力中国产品加速出海。随着更多新措施的推出，跨境电商“玩法”也会增多，中小企业出口的门槛有望进一步降低。

拉近中国与世界的距离

跨境电商在加快中国产品出海脚步的同时，让更多中国产品融入外国消费者的衣食住行，拉近了中国与世界的距离。

拉近距离，可以通过美食。“柳州螺蛳粉这种小吃很有特色，我希望将它推荐给更多海外华人。”加拿大归侨郑小振说。据广西螺霸王食品科技有限公司海外事业部负责人欧皓轩介绍，过去几年里，公司通过跨境电商深耕海外市场，拳头产品“螺霸王螺蛳粉”成功进入美国、加拿大、东南亚等关键市场。

欧皓轩对本报记者说，跨境电商使企业能够直接触达全球消费者，快速响应市场变化并推动产品创新。“螺蛳粉具有‘酸、辣、鲜、麻、烫’的独特口味。现在，我们正针对不同区域消费者偏好开发新产品，同时优化本地化营销策略，积极筹划与海外知名网络博主的合作，提高产品在国际上的曝光率和影响力。”他说。

拉近距离，还可以通过生产生活工具。2023年底，罗马尼亚一位商户打扮成圣诞老人模样，骑着中国生产的“金彭”牌电动三轮车为孩子们发放新年礼物，引来了很多人的关注。金彭集团金彭顺海外平台品牌负责人侯大富告诉本记者，电动三轮车作为重要的民用生产和交通工具，传统上主要依赖线下门店进行展销。近年来，随着线下门店数量增多、成本增高，海外市场成为企业拓展新增长点的重要抓手。

“借助跨境电商，我们将电动三轮车短途代步、货物运输、节能环保等特点通过直播的方式向海外客户介绍，在不必去海外开店的情况下就获得了不少订单。2019年以来，我们出口额年均增长超30%，销往全球80多个国家和地区，外贸团队也从5个人发展到60多人。”侯大富说，今年金彭集团正在积极筹划首家海外旗舰店，建设海外周转仓、设立海外加工厂，进一步拓展进出口业务。

商务部数据显示，现在全国有外贸进出口实绩的企业达64.5万家，其中跨境电商主体超过10万家。中国制造的独特优势与海外市场的旺盛需求，为跨境电商从业者增添了信心。

多多跨境业务经理刘航说，2022年9月上线至今，多多跨境先后在40多个国家开通业务。截至目前，多多跨境已推动广东、浙江、山东、安徽等地的优质制造产品进入北美、欧洲、亚洲等地的40多个国家和地区，每天出口包裹量超过40万个。广州的美妆、深圳的数码产品、湖州的童装、温州的鞋具、台州的塑料制品、金华的保温杯等，加速走进海外消费者的日常生活。“我们将和外贸经营主体一起，共同将国货出海的‘蛋糕’做大。”刘航说。

“蓝海”赛道亮点纷呈

2月4日，一架装载服装、鞋帽、配饰、日用品等跨境电商货物的飞机由新疆喀什徕宁国际机场飞往英国伯恩茅斯。这架货运飞机承载着中国厂商为Amazon、Wish等跨境电商准备的货物。

“我们为国外跨境电商提供采购、物流、商品信息搜集等服务，是跨境电商供应链领域的参与者。小到头绳、发卡，大到发电机、机床，海外客户需要什么，我们就帮着采购什么。”丰云供应链科技(新疆)有限公司负责人张琪对本报记者说，跨境电商货物运输非常注重时效。喀什拥有“五口通八国、一路连欧亚”的独特区位优势，1.5小时航空经济圈可覆盖周边巴基斯坦、塔吉克斯坦等8个国家的主要城市，具有独特的外贸区位优势。

据张琪介绍，目前，喀什海关实行“7×24”小时预约通关，高效办理通关手续，将“随到、随验、随放”常态化，这让企业能够在巩固中亚、南亚市场的基础上腾出更多精力开发欧洲市场新客户。“2021年以来，公司每年的现金流水都以100%以上的速度增长。喀什飞往伯恩茅斯的货运航线开通后，公司经手的出口货物进一步增加。龙年春节，我们是和海关工作人员一起过的！”张琪说。

除了横向上地理维度的扩大，纵向上细分市场的开发，也为跨境电商增添了更多“蓝海”赛道。

来自湖南邵阳的黄凯出生于1999年。别看他不小，生意经可不少。大学毕业后，黄凯发现叔叔从事的餐桌餐椅生意竞争激烈，短时间难以取得新进展。于是，黄凯将目光投向了线上渠道。在分析了自家店铺在阿里国际站经营的各类后台数据后，黄凯认为沙发出口是一个有潜力的赛道。

“一个货柜可以装2000件餐桌椅，但只能装18组沙发，因此很多企业不愿意做沙发出口。然而，海外客户对沙发的需求并不少。”黄凯告诉本记者，锚定方向后，自己在叔叔的帮助下开始探索经营专门用于出口欧美市场的功能沙发和组合沙发。

事实证明，黄凯这条路走对了。创业一年半以来，黄凯的杰亭家具有限公司业绩增长迅速，2023年的月出口额就超过200



▲经过多年发展，山东省荣成市石岛管理区石岛新港口岸已经成为中外客商认可的跨境电商重要中转港。图为“华东明珠8”号货轮近日在岸边等待装卸货物。
李信君摄(人民视觉)

▲河北省邢台经济开发区近年来着力优化跨境贸易营商环境，推动外贸企业线上线下融合发展，开拓海外市场。图为日前，邢台市达力斯儿童玩具有限公司的工人加紧组装出口美国、德国的电动童车产品。
赵永辉摄(人民视觉)



▲地处中俄边境的黑龙江省黑河市以中国(黑龙江)自由贸易试验区黑河片区为重点，多措并举扩大对外开放，赋能地方经济发展。图为黑河跨境电商园区智能仓储物流中心的工人在搬运货物。
新华社记者 谢剑飞摄

▲2月4日，在新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市，乌鲁木齐海关的工作人员在跨境电商监管中心对相关进出口商品进行现场查验。
刘嘉诚摄(人民视觉)



万元。“通过跨境电商，老行业也能做出新特色。一方面，借助跨境电商平台，我们与各类海外客户直接交流，积极把握市场节奏；另一方面，我们在产品上持续创新，提升产品性价比。”黄凯说，照这个势头发展，预计2024年杰亭家具每个月的出口额有望达到300万元甚至400万元。

海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良认为，跨境电商快速发展，既满足了国内消费者多样化个性化需求，又助力中国产品通达全世界，成为外贸发展重要动能。

政策春风带来暖意

跨境电商将大量货物通过跨境小包裹形式运往更多的国家和地区，顺应了外贸发展新趋势。商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文说，美国跨境电商平台企业很有名，现在中国也有非常强大、有名的跨境电商平台，APP下载量位居全球前列。

抓好跨境电商这个新增长点

洪勇

而更加柔性、精准地生产出口商品。

相比欧美等经济体的跨境电商平台，中国的跨境电商平台更加多元，也更具创新性。如今，中国跨境电商不仅涵盖了B2B、B2C、C2C等多种交易类型，而且覆盖了服装、家居、食品、电子产品、美妆日化等多种品类，可以满足不同国家和地区消费者的需求。近年来，中国的跨境电商平台注重整合“社交”和“购物”两大功能，及时通过直播电商等新潮形式为海外客户提供互动性更强的购物体验。在全球经济复苏动能不足、贸易保护主义抬头的背景下，如何抓好跨境电商这个“新增长点”，对于未来中国经济持续向好乃至世界经济复苏都有着重要意义。

外贸企业应进一步在产品研发上下功夫，提升国际竞争力。要借助跨境电商带来的信息流资源，深入研究

全球市场发展趋势，掌握不同国家和地区的消费习惯、法规政策等信息，有针对性地加强高质量、差异化、本地化的出口商品供给。在这一过程中，相关市场主体要注重提高产业链供应链的灵活性，建立更多高质量高效的合作伙伴关系，更好地适应国际市场变化。

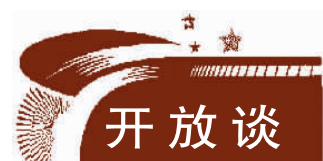
跨境电商平台应不断创新服务，优化供需双方使用体验。比如，持续优化跨境电商平台商品分类和推荐系统，提高算法匹配度和搜索精准度，让用户更容易在线上找到符合其需求的产品。同时，随着中国商品在全球市场认可度的不断提升，跨境电商平台还应提早着手完善售后服务体系、提升出口企业国际化经营能力，确保优质服务能够跟着优质产品一同出海。

与此同时，监管部门也应持续优化政策环境，加大培育跨境电商这个外贸新动能。比如，简化进出口

流程，提高跨境电商贸易便捷度，使企业更容易理解和遵守相关规定；强化跨境电商法规建设，保护企业合法权益，促进行业健康发展；建设大数据平台，推动跨境电商监管智能化，及时发现和解决潜在问题；建设国际合作机制，加强知识产权保护，维护企业创新成果。

截至2023年底，中国已有811种产品出口规模位居全球第一，预计出口的国际市场份额保持在14%左右的较高水平，货物贸易第一大国地位依然稳固。当前和今后一个时期，尽管世界经济仍然低迷，中国出口面临的外部形势将会更加复杂严峻，但外贸仍然具备诸多有利条件。跨境电商便是其中之一。可以预见，随着中国外贸产业竞争力不断提升、新业态新模式蓬勃发展、数字化绿色化进程加快，跨境电商一定能带来更多好消息。

(作者为商务部研究院电子商务研究所副研究员)



随着互联网技术的发展，跨境电商凭借数字化程度高、市场覆盖大、交易便捷性强等优势，为中国产品拓展国际市场提供了新途径。2023年，中国跨境电商进出口2.38万亿元，同比增长15.6%。其中，出口1.83万亿元，同比增长19.6%。这一成绩，说明跨境电商是助推出口增长的重要“加速器”，是中国外贸高质量发展的新增长点。

电子商务对贸易领域的影响可以用“一降一升”来形容。一方面，跨境电商降低了贸易壁垒。传统贸易方式下，市场主体更多只能依靠一些既有渠道拓展业务，不仅效率较低，还可能受到各种贸易壁垒的限制。相比之下，跨境电商通过数字化手段，大幅增加了潜在贸易合作伙伴之间的接触机会，降低了跨境贸易的交易成本，使得企业更容易做成海外生意。另一方面，跨境电商提升了贸易效率。跨境电商平台通过建立高效的物流和支付体系，加速商品的跨境运输和清关过程，提高交易的便捷性和效率。不仅如此，跨境电商平台还能提供丰富的数据和分析工具，帮助企业特别是小微企业更好地了解国际市场需求趋势，从