

截至目前，中国已在世界各地建设海外仓超过2500个——

“外贸驿站”创造更多商机

本报记者 王俊岭

5月24日，国务院常务会议审议通过了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》。会议指出，发展跨境电商、海外仓等外贸新业态，有利于促进外贸结构优化、规模稳定，有利于打造国际经济合作新优势。

在跨境电商快速发展的同时，外贸企业纷纷发力海外仓建设，提升订单供给能力。海外仓发挥着什么样的功能？哪些企业在积极建设海外仓？对释放外贸新机遇有怎样的贡献？带着这些问题，记者进行了采访。



仓储前置，拉近供需双方距离

5月29日一大早，在哈萨克斯坦库斯塔奈市的一处仓库里，十几名工人便开始了忙碌。他们根据订单信息对产自中国新疆的核桃进行挑货、搬运、扫码、称重、打包，随后装车发货。“我们这个海外仓很好地发挥了‘外贸驿站’功能，国外客商收货方便，我们资金回笼也更快了！”新疆哈林食品进出口有限公司总经理黄小荣说，除了自用外，这个海外仓还有一部分空间用于对外出租。

据了解，仅黄小荣申报通关的乌鲁木齐海关所属乌鲁木齐海关，目前就已为辖区企业备案了10个海外仓，持续推进新疆特色农产品“走出去”。如今，越来越多的中国外贸企业将仓储前置到海外客户门口，靠“外贸驿站”拉近供需双方的距离。

订单配送时间更短——走进广东盈浩工艺制品有限公司展厅，各式各样精致的工艺摆件和装饰品令人目不暇接。公司物流中心副总经理李新儿告诉记者，公司一直深耕各类陶瓷、圣诞球、装饰画等特色手工艺品。这几年，海外仓对公司出口助力颇多。

“截至5月28日，我们今年通过跨境电商B2B方式运至海外仓进行分拨销售的货物总货值已达4943万元，与去年同期相比增长近3倍。预计下半年出口货值增幅还将继续扩大。”李新儿说，公司主要目标市场位于欧美，如果接到订单后再发货，客户一两个月之后才能收到货。使用海外仓后，公司可以提前备货、客户可以本地提货，物流费用也降低了。不仅如此，依托跨境电商B2B出口海外仓业务，公司还能在广州海关所属珠海海关享受优先查验、一体化通关、便利退货等优惠政策。

产业链国际合作更深——近些年，不少中国企业在东南亚地区投资建设了轮胎厂。机械设备维护所需的零部件采购量不大但采购频率却很高，通过传统贸易方式出口很难灵活满足客户需求。2020年，通过青岛海关完成海外仓备案后，青岛菲尔斯特国际贸易有限公司便开始尝试根据自身实际选择时效更强、组合更优的方式运送货物，同时享受到了拼箱运输、单一窗口等便利。

“现在，我们在越南、泰国各有一座近2000平方米的海外仓，专门存储轮胎生产线日常所需的五金零部件，每年通过这两个海外仓实现的出口额都在2000万美元左右，产业链上下游供需衔接顺畅。”该公司关务经理刘士方对本报记者说。

▲今年以来，山东省荣成市石岛管理区通过推广“海运直航+跨境电商+海外仓”等发展模式，全力做好货物承揽。图为日前，石岛新港口岸，货轮在装卸集装箱货物。

李信君摄
(人民视觉)

出口货物品种更多、增长更快——正在非洲出差的唐山英东国际贸易有限公司董事长刘英华向记者介绍，公司通过跨境电商海外仓出口的商品远销加纳、贝宁、塞内加尔、尼日尔等多个国家。

刘英华说，海外仓已经成为公司拓展非洲业务的重要支点。“我们在加纳设立的海外仓已升级为保税仓，货物入仓能够延缓缴纳国外关税，减轻公司资金占用压力。货物发至海外仓，还可便捷地进行转口贸易，享受西非国家经济共同体成员国之间的关税减免政策。如今，我们进出口业务涵盖汽车、工程机械、建材、花生、棉花等多个品类。”刘英华说。

石家庄海关口岸监管处处长张振涛说，目前，海关对于跨境电商出口海外仓的货物有专门的监管方式。和其他地方一样，石

庄海关也正在积极为更多外贸企业讲解跨境电商海外仓备案相关政策。

连点成线，优化海外服务网络

商务部新闻发言人何亚东介绍，全国跨境电商主体已超12万家，跨境电商产业园区超1000个，建设海外仓超2500个、面积超3000万平方米。其中，专注于服务跨境电商的海外仓超1800个，面积超2200万平方米。

很多物流与贸易服务企业也瞅准了“外贸驿站”带来的商机，加快推进海外仓建设。在印度尼西亚洽谈仓配业务、拜访当地品牌客户，赴沙特阿拉伯了解清关、派送及

税收等政策要求，去泰国调研优化物流全链路解决方案……今年前5个月，极兔云仓负责人高俊波海外出差就达到4次。在他看来，这是极兔科学优化海外物流服务网络的必要之行。

“除中国外，截至今年5月，极兔云仓已覆盖马来西亚、泰国、越南、沙特阿拉伯、阿联酋、埃及、美国等11个国家。”高俊波对本报记者说，目前大部分海外仓在科技应用上还处于发展阶段，极兔海外仓已经采用了包括小型自动化流水线、包装台、叉车等在内的自动化设备，以提高运营效率和服务质量。“近年来，政府各项支持跨境电商海外仓的政策非常给力，有助于中国企业更好地参与国际竞争。我们也在持续完善海外仓网络布局，扩大运营能力，在菲律宾、墨西哥等国新增一批海外仓。”

除了“硬设施”之外，与海外仓业务配套的“软服务”也在加速跟上。

今年1至4月，纵腾集团在美国的海外仓入库商品体积数量同比上涨超过50%，其他区域增长也较为显著。据纵腾集团副总裁李聪介绍，近年来，公司以“全球跨境电商基础设施服务商”为定位，积极为跨境电商商户提供海外仓储、专线物流、供应链服务等一体化物流解决方案。公司旗下“谷仓海外仓”“云途专线”等品牌已经成为国内相关服务领域的头部品牌。目前，公司在全球的海外仓总面积达140万平方米，代运营仓面积20万平方米，在美、英、德、法、澳等发达国家建成超过80座海外仓，年处理订单超过3亿单。

“现在，中国企业做外贸已经不满足于在单一电商平台发展，而是愿意积极尝试多平台运营、多渠道销售。这对海外仓的服务能力提出了更高要求。为此，我们不断拓展仓库网络布局，降低尾程配送费用和时间，同时加强了对接海外商家和海外消费者的双重服务能力，进一步扩大客户基础。”李聪说，福州海关等部门还积极引导辖区传统产业与电商平台企业深度融合，开设海外仓业务“绿色通道”，鼓励更多中国企业开拓海外市场，这进一步增强了纵腾集团发展的后劲。

商务部副部长郭婷婷表示，将支持外贸企业、物流企业用好海外仓资源，提升专业化、规模化、智能化水平，让优质的中国产品更加便捷地直达境外消费者。

舞台广阔，撬动更多跨境生意

企查查数据显示，截至目前，中国跨境电商企业在广东、山东、浙江、福建、江苏等地分布较多；今年以来，新注册跨境电商相关企业3038家，较去年同期增长26.85%。伴随跨境电商市场主体增长的，是海外仓日益广阔的施展舞台。

相比过去，海外仓让许多订单不再“擦肩而过”。

广西螺霸王食品科技有限公司主要出口柳州传统特色螺蛳粉及其衍生产品，包括预包装螺蛳粉、螺蛳粉调料包等。今年以来，公司通过跨境电商平台出口量取得显著增长，成交额较去年同期亦有增加。在公司董事长姚汉霖看来，海外仓起到了关键作用。

“目前，国外消费者对螺蛳粉这样的中国特色美食需求日益旺盛。有了海外仓，我们可以确保消费者下单后，产品能直接从本地仓库发货，最短时间内为顾客‘解馋’。”姚汉霖说，通过实时监控海外仓库存状态，公司能够及时补货，避免因缺货导致销售损失。此外，海外仓还可以处理退换货，提高了售后服务水平，增强了客户信任度。“目前，我们正计划进一步加大对外仓的投入，拓展更多的海外仓点，确保更多的海外消费者能够快速享受到高品质的螺蛳粉产品。”

面向未来，海外仓为外贸企业提供了更加精准的“海外市场画像”。

日前，杭州中艺实业股份有限公司出口一批价值约20万元的自主品牌户外家具。在通过杭州海关信息化系统快速完成单证审核后，商品以跨境电商出口海外仓模式顺利办结海关手续，启航运往该公司设在北美的海外仓。2023年，这家企业通过跨境电商海外仓模式出口总额超过1亿元，今年前4个月出口额同比又增加近20%。

该公司关务负责人王祝琴对本报记者说，海外仓不仅可以帮助企业更快速地响应海外市场的需求，而且还有助于企业深入研究目标市场动向，选择合适的商品进行生产备货。“家居产品关键在于提供沉浸式体验。从庭院花园到露台阳台，从酒店民宿到沙滩游轮，我们覆盖了众多的户外休闲场景。有了海外仓，我们还可以更好地提供售后服务，并总结客户反馈，进而利用先进的IT系统和数据分析工具，对生产研发进行及时优化。”她说。

谈及海外仓未来发展前景，多位业内人士认为，海外仓具有贴近消费市场、促进直接出口、打响自主品牌等优势，是出海企业重点关注的基础设施。未来，随着各项支持政策的进一步落地，“外贸驿站”的作用将更加值得期待。

推动产业链上下游“借船出海”

刘向东

客商、建渠道，成本很高。除了样品外，海外买家通常无法了解产品更多信息。跨境电商的兴起，为中小企业提供了展示产品、对接客户的独特平台。特别是借助全球布局的海外仓，中小企业可以摆脱自身体量、经验、渠道等方面的限制，扩大生产销售服务半径，更好满足海外消费者个性化、定制化、多元化的服务需求，打出知名度。

海外仓有利于构建高效灵活的供应链系统。对产业链上下游的中小企业而言，采取合作共享仓库、租赁公共仓库、整体服务外包等方式顺利接入海外市场本地的物流

系统，可以显著提升客户体验。在这一过程中，海外仓建设的智能化将带动国内供应链升级，供应链升级反过来也将助推海外仓运营的智能。这种“彼此成就”的促进关系，有利于更多中小企业发挥灵活性优势，进一步提升国际市场竞争力。

需要看到，海外仓尽管发展迅速，但自身也还存在一些短板，如：布局不尽合理、建设成本偏高、运营效率不高、管理人才紧缺等。解决这些问题，更好推动产业链上下游企业“借船出海”，还需要各方共同努力。

比如，选址规划时，要充分了解东道

国的土地、税收、劳工、环境等政策措施，合理布局选点；落地建设时，要加大跨境电商本土化、专业化人才团队的培养，持续提升仓储服务效率和劳动生产率；监管合作时，要积极开展标准规则建设与国际合作，推动海外仓领域的规则标准衔接互认；拓展业务时，要注重引导各行业企业海外仓的抱团共建和联通共享，优化国际供应链管理，让更多中小微企业融入海外仓体系，更好拓展海外市场。

截至目前，中国已与31个国家建立了双边电商合作机制。未来，跨境电商的“朋友

圈”将会越来越大。特别是《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》等诸多支持政策落地见效，将推动海外仓专业化、规模化、智能化水平提高，帮助中国更多跨境电商、龙头企业、物流企业以及产业链上下游中小企业获得参与国际市场竞争的机会。

可以预见的是，随着海外仓的发展，越来越多质优价廉的中国商品将得以便捷地配送到海外消费者手中，为他们的生产生活带来便利。与此同时，更多产业链上下游企业“借船出海”，也将进一步巩固中国在全球供应链和跨境贸易网络中的位置，激发外贸新动能。

(作者为中国国际经济交流中心宏观经济研究部副部长、研究员)



随着数字技术的发展，跨境电商在技术、模式、供应链等方面形成全新业态，成为拉动外贸增长的新动能之一。2023年，中国跨境电商进出口2.38万亿元人民币，增长15.6%，占外贸进出口比重达5.7%，成为中国外贸发展的一个重要有生力量。在此背景下，越来越多的外贸企业开始在海外设立仓储设施，拉近自身与海外客户的距离。

海外仓通过积极发挥商品储存、包装、分拣、配送等功能，起到了提高物流效率、提升电商平台竞争力、保障跨境电商及其供应链稳定畅通的重要作用，能帮助企业更好地开展跨境贸易、响应市场需求变化，打造国际经济合作新优势。这种新优势，不仅在于促进大企业、大品牌加速出海，更体现在推动产业链上下游中小企业拓展国际市场。

海外仓具有贴近国外消费市场的优势。早期，企业做外贸，需要跑展会、找