

跨境电商在国际贸易中的发展研究

■ 钊 阳 山东省人民政府发展研究中心 戴明锋 商务部国际贸易经济合作研究院

摘要:跨境电商作为一种新兴业态,近年来在新一代信息技术的推动和国家政策红利的支持下发展迅速,发展势头良好,已成为我国外贸稳定健康发展的重要力量。跨境电商综合试验区的设立深化了外贸体制改革,形成了一批可复制推广的经验做法和发展规则,有力地促进了跨境电商健康、规范、快速发展,有效地促进了外贸转型升级。本文详细比较了跨境电商与一般贸易的区别和联系,从国家、企业、消费者三个角度分析了跨境电商的社会价值。最后,根据跨境电商在国际贸易中的重要作用和发展优势,研究提出如何运用跨境电商推动国际贸易发展的对策建议。

关键词:跨境电商;一般贸易;制度创新;融合发展

在新一代信息技术的推动下,跨境电商发展势头良好,已经成为我国对外贸易不可或缺的一部分,贸易模式多元化发展,外贸发展空间不断拓宽,对稳定对外贸易起到重要作用,是外贸发展的新动能和推动消费升级的重要渠道。2018年11月5日,习近平总书记在首届中国国际进口博览会的开幕式中提到加快我国跨境电子商务等新业态新模式的发展。李克强总理多次强调加快跨境电商发展,支持海外仓建设。2020年初,突如其来的新冠肺炎疫情对外贸产业产生重大冲击,一般贸易交易额断崖式下降。然而,跨境电商凭借线上交易、供应链多元化、交易链条短等优势,在传统外贸因疫情遭遇重大冲击时却保持持续快速增长,成为外贸发展的独特亮点。新的模式“跨境电商+海外仓”优势明显,虚拟购物、直播带货、社交营销等新形式创新生产经营模式,推动跨境电商快速复苏。跨境电商交易额在国际贸易中占比虽然还

不高,但在带动产业转型升级、提供就业岗位、创新贸易模式、满足消费者日益增长的美好生活方面起到了重要的作用,随着跨境电商不断升级,未来将是国际贸易中创新型的贸易方式。

一、跨境电商的发展现状

(一)交易额快速增长

得益于政策红利扶持、庞大的市场驱动和新一代信息技术赋能实体经济,我国跨境电商势头一直稳

步向好,交易额不断新高。据商务部发布数据,我国跨境电商零售进出口额在2019年达到了1862.1亿元,同比增长接近40%,出口额首次超过进口额。2020年跨境电商继续实现大幅增长。据海关统计,2020年上半年虽然受疫情影响,但是跨境电商却逆势上扬,交易额继续保持快速增长。2015—2019年,跨境电商零售进出口额年均增速50.8%,最近两年,跨境电商增长幅度同比有所下降,但仍保持在30%以上(见下图1)。随着跨境电商综

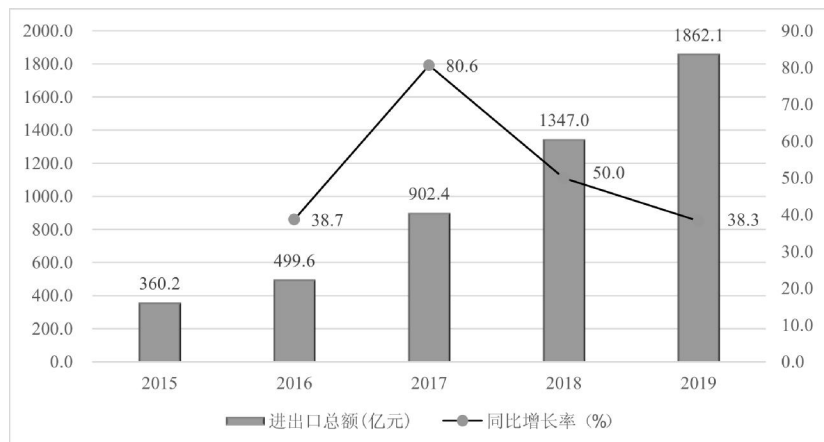


图1 2015—2019年我国跨境零售进出口总额及同比增长率

[作者简介]钊阳(1982—),男,山东省人民政府发展研究中心副研究员,博士;研究方向:经济史、宏观经济政策。戴明锋(1984—),男,商务部国际贸易经济合作研究院高级统计师,助理研究员,博士;研究方向:数字经济、宏观经济。

试区建设和运营的完善以及跨境电商 B2B 出口的发展,跨境电商交易额在未来几年还会稳步增加。

(二)企业数量多,经营商品丰富

根据海关数据整理,截至 2020 年底,全国共有 29166 家跨境电商企业,包括跨境电商平台、平台上经营企业、跨境物流企业、跨境支付企业、监管场所运营企业 5 种类型。其中跨境电商经营企业 19693 家,占 58.16%,平台企业 6835 家,占 23.43%,物流企业 1351 家,占 4.63%,支付企业 270 家,占 0.93%。随着最新两批跨境电商综试区的发展,更多的企业将会入驻新的综试区,企业的功能也会更加多样化,平台企业除了提供经营企业入驻、售卖商品外,也会提供物流、支付、营销等服务功能。未来,跨境电商服务企业的服务模式更加多样,功能更加综合和精细。

国家允许跨境电商进出口的商品种类不断扩大,海关根据需求调整跨境电商进出口清单目录,增加购买金额和数量,以满足人民群众日益增长的美好生活需求。杭州、广州、深圳、郑州等综试区跨境商品种类齐全,进境的跨境电商商品备案项数超过 10 万种,主要涉及奶粉、服装鞋帽、护肤品、家电、智能家居、医药品等类别,主要来源于香港、美国、欧盟、英国、澳大利亚、日本等地。出口商品主要涉及 3C 电子产品、服装鞋帽、箱包、饰品、塑料制品、汽车零配件等类别,主要输送于欧盟、美国、澳大利亚、加拿大,近几年加大了对“一带一路”沿线国家的出口,我国的跨境电商商品几乎覆盖到世界各个国家。

(三)传统企业开始开展跨境电

商务

在“互联网+”的带动下,制造业企业、传统外贸企业、零售企业开始“触网”寻找转型突破口。一是跨境电商应用场景开始增加,覆盖率不断提高,杭州电子商务基础好,互联网设施完善,数字经济发达,外贸企业采用跨境电商的比例最高,达到 90%以上。通过组织实施跨境电子商务 B2B 专项行动,“依托跨境电子商务实现转型发展”已成为杭州传统外贸企业和制造业企业一致的认识。广州外贸基础好,综试区通过实施“互联网+外贸”行动,引导传统外贸企业依托跨境电商推动转型升级。厦门跨境电商综试区通过与亚马逊、ebay 等国际知名电商平台合作,运用跨境电商模式延长供应链和产业链,拓展海外市场,积极推动外贸转型升级。二是传统企业利用跨境电子商务提升产品竞争新优势,广东、浙江、江苏等地跨境电子商务企业通过创新商业模式,促进传统贸易企业、制造企业通过加强产品创新、品牌构建加快转型升级,重构产业链与价值链,培育外贸竞争新优势。三是跨境电商推动商业模式变革,传统的生产制造企业改变 ODM、OEM 等模式,借助跨境电商实现“数据化、全球化、自动化”,洞悉境外消费者和市场需求,打造以“个性化、多样性、品质化”为核心的 C2M 商业模式,推进供应链柔性化、数字化,从而实现企业商业模式的变革,完成产业的转型升级。

(四)跨境电商监管模式不断创新

为促进跨境电商规范发展,便利企业通关,创新跨境电商零售进出口业务监管,海关总署于 2014 年增设“9610”“1210”监管方式代码,

“9610”通常称为集货模式,采用“清单核放、汇总申报”方式通关;“1210”通常称为备货模式,跨境电商企业需要提前备货到保税区,保税仓的商品可以分批出特殊监管区,每月月底的时候企业汇总清单数量之后,再一次性到口岸集中报关。跨境电商综试区通过先行先试、积极探索、不断创新,推动海关创新跨境电商零售进出口监管服务模式为一般出口模式(9610)、直购进口模式(9610)、网购保税进口模式(1210)、特殊区域出口模式(1210)。零售进口主要以网购保税进口模式为主,零售出口以一般出口模式为主。

为提高跨境电商 B 端的渗透率,稳定外贸增长,规范和促进跨境电商 B2B 发展,2020 年 6 月 13 日,海关总署增列“9710”及“9810”两个监管代码,适用于跨境电商 B2B 出口。“9710”模式适用于跨境电商 B2B 直接出口到国外 B 端的货物。“9810”模式适用于跨境电商先出口到海外仓,然后再分拨的货物。至此,跨境电商零售、B2B 出口都有了监管代码,跨境电商统计更加全面,监管更加便利。

二、跨境电商的社会价值

作为贸易新业态新模式,跨境电商借助新一代信息技术正调整贸易结构、变革商业模式、培育新增长动能,重塑我国在全球贸易中的地位。跨境电商经过这几年的发展,对市场主体培育、对产业带动、对海关监管方式创新、对国际贸易规则引领都起到重要作用。对国家、企业、消费者都产生重要价值。

(一)跨境电商对国家产生的价

值

1. 拉动境外消费回流,促进国内经济增长。自试点以来,跨境电商不断探索,复制推广,目前共有 105 个试点城市可以开展直邮进口(9610 模式)和网购保税进口(1210 模式)业务。跨境电商合法进口,将一些中高端消费品以比较优惠的价格进口进来,满足了消费者购买海外产品的需求,这样消费者出境购物的需求就会降低,同时挤压“海淘”等市场,而且在海关特殊监管区允许一定额度的线下自提,这样就将在国外的消费留在国内,推动消费升级。

2. 倒逼企业改革,推动产业升级。随着居民消费加快升级,消费结构问题日益突出,国内的产品无法满足中高端人群的消费需求。跨境电商搭建了一个平台,将海外高质量、品牌化的国外产品引入国内,满足高质量生活需求。更多的进口产品打入国内市场,对国内同类行业企业产生竞争,国内企业只有及时了解市场行情,挖掘需求,洞悉市场需求,在质量、价格、产品个性化、多样化方面具备核心竞争力才能够生存和发展。跨境电商加剧了市场竞争,加快了企业的优胜劣汰,倒逼企业改革,企业在改革的过程中不断创新,转型升级,从而促进经济增长。

3. 延伸产业链条,完善线上产业链。跨境电商以平台为载体,上下游企业参与者众多。涵盖生产、仓储、物流、通关、支付、收付汇、营销推广、售后服务、终端配送等多个环节,各个环节都需要人才。而且参与主体以中小微企业为主,这就为社会解决了大量的就业。跨境电商在数字技术的带动下,平台服务不断

升级,功能更加多元化。速卖通、京东全球购、网易考拉等大型平台不断涌现,集合信息咨询、展示、采购、下订单、支付、物流信息传送等很多工作都可以在线完成。跨境电商公共服务平台为跨境电商产业提供信息化应用支撑,集通关、税收、服务、统计等为一体,线上产业生态更为完善。

(二)跨境电商对企业产生的价值

1. 赋能中小微企业参与国际贸易。回顾我国外贸发展历程,无论是改革开放初期的国家鼓励各级政府设立外贸公司还是入世后贸易主体多元化发展阶段,跨国公司、大型生产公司、外贸公司都在国际贸易中占主导地位,而大多数中小微企业由于规模小,没有充足的现金流,缺乏获客和开拓市场能力,也就没有话语权,只能服务于大公司,为大公司做代工或者做一些外包业务,赚取微薄的利润。而随着信息技术的发展,整个商业模式发生重大变化,中小微企业可以采用跨境电商参与到国际贸易中。平台赋能中小微企业,外贸综合企业提供综合服务,帮助中小微企业处理没有能力或者对也自身来说成本较高的环节,办理通关、结汇、退税、融资、物流运输等业务,打通国际贸易的流程,对于制造业企业,可以将精力和资金投入到新产品的研发设计,用于价值链的高端环节,打造自有品牌,培育竞争优势。对于中小微贸易企业,可以借助电商平台进行商品展示、营销推广、信息咨询,增加流量。还可以把一些自己无法完成的贸易环节或者成本比较高的环节交给平台或者外综服企业,降低贸易成本。

2. 创新商业模式。在以前的国

际贸易分工中,我国由于劳动力廉价的优势,OEM 模式曾经是吸纳就业、参与国际贸易的重要组成部分。然而随着劳动力成本优势的不断下降,企业盈利空间减少,OEM 的弊端越来越明显,一些代工企业急需变革商业模式,寻找新的收入来源,提高商品价值,实现转型和升级。随着消费产业升级,以及互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术赋能实体经济,C2M 模式兴起并逐渐盛行。这种模式压缩了中间环节,消费者直接对接工厂,与制造商、设计师直接对话。C2M 模式基于互联网、大数据、云计算、人工智能,以及通过生产设计的全球化、自动化、柔性化,生产出更符合消费者的产品。

3. 增加利润来源。对于小批次、多批次的产品,按照一般贸易方式报关不符合实际,会造成成本高、效率低,企业就只能通过私人物品通关,而自从海关增设跨境电商专属监管代码后,跨境电商通关效率大幅提升,通关成本也显著降低。而且跨境电商不同于一般贸易的重要一点就是大幅减少了中间环节,压缩了流转成本,增加了利润。对于 C2M 模式,由于是个性化定制,产品定价相对偏高,企业的利润也相应增加。此外,由于按需生产,不涉及退换货,厂家可以赚取超额利润。

(三)跨境电商对消费者产生的价值

跨境电商对消费者最大的实惠就是增加了商品选择范围,不出国门居家上网就可以买到高质量、品质化的海外商品,而且还是配送到家。首先,跨境电商开发了海外产品进口的一个渠道,对于一些个性化的长尾商品以及可以定制的消费品,可以选择通过 9610 模式进口,

极大地丰富了商品的多样性,增加了消费者的商品选择范围;其次,消费者可以在家及时地买到境外商品,跨境电商 1210 保税进口模式解决了跨境物流慢的问题,在保税仓通过国内物流发货;再次,消费者通过跨境电商平台买到的商品具有价格优势,由于国家对跨境电商进口环节的税收减免和优惠,产品有价格优势,消费者获得更多的实惠;最后,通过跨境电商进口的商品可以办理退换货,这就比通过海淘、代购更有保障,保护消费者的权益,而且新的电商法对平台的责任和义务做了明确说明,明确规定了电商平台应承担民事连带责任的几种特定情形,对消费者权益做了最大保护。

三、运用跨境电商推动国际贸易发展

(一)线上线下融合发展

今天,新技术、新模式正在深刻地重构各行各业,传统产业临转型升级的压力,推动信息技术与传统产业融合发展,实现数字化转型是大势所趋。中小微制造企业可以在原有线下资源的基础上,与跨境电商电子商务平台对接,利用跨境电商电子商务平台向全球推广企业产品,通过向境外买家展示、分享、推广、销售产品和企业,进而挖掘贸易商机,获得更多的订单,拓展国际市场。大中型制造企业需要加强信息化建设,通过自建平台或者在第三方平台经营旗舰店的方式深化跨境电商应用,利用跨境电商培养消费者需求,拓展海外市场,开展以国际市场终端需求为中心的网络化、柔性化、定制化生产,提高供应链管理能

力,实现个性化定制和规模化生

(二)加强海外仓建设

海外仓实现了本土化运营,物流效率高,成本低,而且还可以减少贸易摩擦。首先,合理布局海外仓建设,通过政策引导、产业基金扶持等办法支持和引导跨境电子商务企业、第三方物流企业等积极在跨境电子商务主要出口国家、“一带一路”沿线国家和地区布局建设海外仓。由于自建海外仓自建投入资金多,管理难度大,而公共海外仓由于成本低,可以成为众多中小跨境电商企业的主要选择。因此应鼓励海外仓共享共建,减少重复建设,提高海外仓的利用率。其次,拓展海外仓综合服务功能,支持海外仓加强资源整合,提供物流、轻加工、融资担保、本土化服务等一体化服务,不断拓展海外仓的增值服务功能,不仅满足跨境电商的需求,而且可以为一般贸易提供备货、仓储、融资支持。第三,提升海外仓信息化水平,加强海外仓信息管理系统、跨境电商平台、企业的内部管理系统互联互通,实现生产、采购、仓库、交易、客户等上下游信息的集成、同步运作和统一管理,形成高效的供应链体系。加强海外仓的自动化运营能力,增强自动化仓储、自动化分拣、自动化包装等能力,提升仓库的运营效率和水平。依靠大数据分析实现渠道下沉,及时了解需求,实现精准营销,提高竞争力。

(三)提高产品核心竞争力

国际贸易能否取得长远发展,关键在于产品有无竞争优势。部分外贸企业缺乏对国外的风俗文化了解,缺乏对产品质量的重视,更多将重点放在低价竞争上,导致产品质量不达标,技术含量低,产品未能走

品牌化路线。因此,企业在发展中一定要重视核心优势产品的开发,不能一直走低端模仿路线,要有品牌意识。首先,高度树立品牌意识。要有长远眼光,把质量工作作为“第一工程”,制定质量管理办法并严格执行。其次,积极鼓励品牌出海,对于实施品牌国际化的跨境电商企业给予更多政策便利,简化审批手续,提供商标注册以及知识产权相关法律咨询服务等。第三,健全品牌生态,培育专业人士,加快实施品牌战略,加强品牌的保护,对假冒伪劣和侵权行为要严厉打击。提高服务意识,提高品牌形象,注重售后环节的服务,增强消费者的黏性,培育消费者的满意度和信任度,提高品牌的美誉度。▲

参考文献:

- [1]海关总署关于开展跨境电商电子商务企业对企业出口监管试点的公告[2020]75号[EB/OL].(2020-06-12)[2020-06-12].<http://gkml.customs.gov.cn/tabid/1165/InfoID/43449/Default.aspx>.
- [2]孟盛,陈文静,杜作阳.跨境电商基础[M].北京:中国人民大学出版社,2020.
- [3]钊阳,戴明锋.中国跨境电商发展现状与趋势研判[J].国际经济合作,2019(6):24-33.
- [4]韦大宇,张建民.中国跨境电商综合试验区建设成果与展望[J].国际贸易,2019(7):18-24.
- [5]郭四维,张明昂,王庆,等.新常态下的“外贸新引擎”:我国跨境电商电子商务发展与传统外贸转型升级[J].经济学家,2018(8):42-49.
- [6]GLOBAL VALUE CHAIN DEVELOPMENT REPORT 2019[R]. World Trade Organization.
- [7]苏科伍,马小利.中国对外开放不断扩大的辉煌历程——基于对外贸易视角的思考[J].毛泽东邓小平理论研究,2018(7):45-51+107.
- [8]李肖钢,王琦峰.基于公共海外仓的跨境电商物流产业链共生耦合模式与机制[J].中国流通经济,2018,32(9):41-48.
- [9]魏利平,邢文祥.跨境电商出口对我国品牌国际化的影响研究[J].国际贸易,2019(12):19-26.