

上半年进出口 1.1 万亿元,同比增长 16% 跨境电商 开拓外贸新增长点

权威发布

近年来,我国跨境电商快速发展,在“买全球、卖全球”方面的优势持续巩固、潜力持续释放,成为外贸高质量发展的新引擎。海关数据显示,2022 年我国跨境电商进出口规模首次超过 2 万亿元,达到 2.1 万亿元,比 2021 年增长 7.1%,占全国货物贸易进出口总值的 4.9%。

今年上半年,面对复杂严峻的外部环境,我国外贸进出口规模在历史同期首次突破 20 万亿元,展现较强韧性。上半年,我国跨境电商进出口 1.1 万亿元,同比增长 16%。其中,出口 8210 亿元,增长 19.9%,进口 2760 亿元,增长 5.7%,保持向好发展势头,有效助力我国外贸稳规模优结构。

快速发展 跨境电商成规模

江苏苏州吴江区,江苏华佳丝绸股份有限公司的生产车间里,捻线、织造、裁剪、缝纫等各条生产线有序运转。库房里,打包好的真丝面料和服装整齐摆放,等待发往世界各地。

“我们正不断开辟新的市场和出口渠道以保持业务发展,通过大数据分析市场需求,驱动订单优化,跨境电商推动我们实现柔性制造,用更少的成本覆盖更广阔的市场。”华佳丝绸销售总监王永瑜说,去年 8 月,企业试水跨境电商 B2B(企业对企)出口业务,今年上半年,企业通过跨境电商出口总额已超 2000 万元。

借着跨境电商的东风,吴江区的丝绸产品加快涌向海外市场。据吴江海关统计,目前吴江区已有跨境电商备案企业 160 家。今年上半年,吴江区丝绸产品出口 2.34 亿元,同比增长 56.4%。

跨境电商发展速度快、市场潜力大、带动作用强,能够低成本高效率匹配供需,为更多的企业和终端消费者提供个性化优质服务。近年来,我国跨境电商发展取得可喜进展。商务部数据显示,跨境电商货物进出口规模占外贸比重由 5 年前的不足 1% 上升到目前的 5% 左右。

“跨境电商正在从外贸新业态转变为外贸新常态。”中国贸促会研究院院长赵萍认为,当前跨境电商发展呈现三大趋势——一是跨境电商市场需求常态化。国内国际的线上消费习惯已经形成,为跨境电商发展奠定了市场基础。二是跨境电商规则制度化。跨境电商相关的多边双边规则不断完善,为跨境电商发展提供了制度保障。三是跨境电商独立站模式崛起。最近两年,私域流量业态在电商领域兴起,品牌企业在线上建立自主经营的手机应用软件直接接触用户。跨境电商的发展

模式转向平台模式与独立站模式并存的发展态势,为跨境电商发展创造了新的增长点。

业态完善 助力更多品牌出海

随着跨境电商不断发展,海外仓等配套新业态加快完善。

浙江杭州余杭区,浙江双枪科技股份有限公司稳步推进跨境电商出口海外仓业务。“传统外贸是等着别人给订单,我们的议价能力比较弱,跨境电商给我们的品牌出海提供了新的渠道和机会。”双枪科技关务负责人余家琦介绍,“我们的出口产品主要有竹筷、砧板等,一直都是以销往国外各大卖场为主。现在,我们开始拓展市场,加大在海外电商平台的市场投入。”

直接面向消费者,也意味着响应速度要更快。跨境电商出口海外仓由于提前备货、批量运输和本地退换的灵活经营优势,成为跨境电商企业出口的重要通道和增长动能。“现在,国外的消费者在平台下单后,我们可以从海外仓直接发货,购物体验更好,对于提升口碑和知名度都很有帮助。”余家琦表示,据介绍,目前杭州海关已完成 415 家跨境电商出口海外仓企业备案。

近日,上海市商务委会同海关、税务、外管等部门上线跨境电商海外仓综合服务平台,集成海外仓货物出口通关、境外销售、国际物流等信息,构建海外仓境内外全流程数字化贸易闭环,有效解决跨境电商企业在海外仓出口中面临的数据归集、出口退税、收结汇等痛点堵点,进一步释放跨境电商出口海外仓发展潜力。

在跨境电商综合试验区等政策带动下,我国跨境电商生态不断完善。数据显示,我国跨境电商主体已超 10 万家,建设独立站超 20 万个,综试区内跨境电商产业园约 690 个,与 29 个国家签署双边电子商务

合作备忘录。

空间广阔 多措并举促发展

跨境电商是正在成长的外贸增长点,但同时也面临挑战。有专家认为,本地化是很多跨境电商企业出海面临的一大难题。如何满足当地需求、应对行业壁垒、符合监管要求,需要企业立足海外市场综合情况,高效组织国际供应链,提供更好的服务和产品。

如何更好抓住跨境电商发展新机遇?赵萍认为,企业要深入了解跨境电商领域的前沿规则,用好规则,做好合规,同时要根据自身特点选择合适的跨境电商模式。还要顺应绿色发展的大势,在生产方式、运输方式、包装方式等方面减少环境污染,探索建设通过跨境电商渠道出口的外贸产品全生命周期碳足迹追踪体系,在全球贸易的绿色转型中抓住更多新的发展机遇。

促进跨境电商发展,一揽子举措持续发力。商务部表示,将发展“跨境电商+产业带”,依托我国 165 个跨境电商综合试验区,结合各地的产业禀赋和区位优势,推动更多地方特色产品更好地进入国际市场。同时,支持指导跨境电商综合试验区进一步优化服务平台功能,引导海外仓企业对接线上综合服务平台,力争集通关、税收、金融、海外仓储功能于一体,实现“一点接入、一站式”综合服务。

各地也在积极推动跨境电商高质量发展。近日,上海出台《上海市推进跨境电商高质量发展行动方案(2023—2025 年)》,提出持续推进跨境电商示范园区建设,实施“出海优品”行动计划、提升跨境电商公共服务能级等 18 项重点工作任务。山东提出,力争到 2025 年,全省打造 20 个跨境电商特色产业带,培育 100 个具有较强国际竞争力的跨境电商知名品牌,孵化 1000 家跨境电商新锐企业。(罗珊珊)

三部门: 推动轻工业稳增长 聚焦重点行业壮大新动能

工业和信息化部、国家发展改革委、商务部等三部门联合发布《轻工业稳增长工作方案(2023—2024 年)》(以下简称《方案》)。《方案》提出,2023 年至 2024 年轻工业增加值平均增速 4% 左右,规模以上企业营业收入规模突破 25 万亿元。聚焦家居用品、塑料制品等轻工业领域重点行业分类施策,稳住基本盘,壮大新动能。

在着力稳住重点行业方面,《方案》明确实施家居产业高质量发展行动方案、加快培育传统优势食品产业和地方特色食品产业等一系列举措。同时,聚焦老年用品、婴童用品、预制化食品等领域培育壮大新增长点。比如,提出培育老年用品产业园区、举办玩具和婴童用品创意设计大赛、实施推动食品工业预制化发展行动方案等一系列举措。

《方案》提出,组织行业和重点地区大力开展增品种、提品质、创品牌“三品”全国行系列活动。开展“网上年货节”等形式多样的促销活动。大力发展智能家居体验馆、智能电器生活馆、健康照明体验中心等新零售业态,联动线上线下拓展消费场景。(张辛欣)

国家发展改革委: 上半年新能源汽车 产销量均创历史新高

7 月 31 日,国新办举行国务院政策例行吹风会,介绍恢复和扩大消费的措施有关情况。国家发展改革委副主任李春临在会上表示,上半年,新能源汽车产销量、市场占有率、保有量均创历史新高;针对汽车消费细分市场,将研究优化更多大众化、普惠性的支持政策。

李春临介绍,今年上半年,我国汽车产销量是 1324.8 万辆和 1323.9 万辆,同比分别增长 9.3% 和 9.8%,在一季度汽车产销同比下滑的情况下,二季度汽车产销明显恢复。其中,新能源汽车产销成为最大亮点。

从产销量来看,今年上半年新能源汽车产销分别完成了 378.8 万辆和 374.7 万辆,同比分别增长 42.4% 和 44.1%。从市场占有率来看,新能源汽车销量占全部汽车销量的比重已经达到 28.3%,将近三成,比 2022 年提升了 2.7 个百分点。从保有量来看,截止到今年 6 月底,全国新能源汽车保有量超过 1620 万辆。(王震)

工业和信息化部: 支持国内企业深度参与 全球产业分工和合作

2023 中国产业转移发展对接活动(广西)7 月 30 日在广西南宁举办。中国工业和信息化部党组书记、部长金壮龙在会上表示,将支持国内企业深度参与全球产业分工和合作,促进内外产业深度融合,实现互利共赢。

金壮龙指出,中国有世界最完整的产业体系和潜力最大的内需市场,做好产业有序转移工作,对促进区域协调发展,加快建设完整性、先进性、安全性的现代化产业体系,具有重要意义。

金壮龙表示,中国工业和信息化部将落实《制造业转移发展指导目录(2022 年本)》,支持各地立足产业基础、发挥特色优势,有序承接、错位发展,打造更多支柱产业,形成更多具有核心竞争力的先进制造业集群和中小企业特色产业集群。“深化产业对接,推动建立健全区域对接合作机制,支持地方高水平举办对接活动,促进产业、科技、金融、人才等深度融合,实现良性互动。”金壮龙说。(张广权)

太行电商小镇二期电商公共服务平台项目正在加紧施工



日前,航拍下的山西省平顺县中五井村,太行电商小镇二期电商公共服务平台项目正在加紧施工。

该项目通过建设企业孵化区、农产品展销区、农文旅展示区等,整合现有资源,吸引电商企业入驻,努力将平顺打造成区域电商产业新高地。 万卓明 摄