

国际数字贸易资讯

2022 年 第 4 期 (总 第 20 期) 2022 年 9 月 8 日

INTERNATIONAL DIGITAL TRADE INFORMATION

河南国际数字贸易研究院 主办

鹏城向左甬城向右，外贸新业态发展的电商思维和外贸思维选择

王岳丹*

●摘要

跨境电商直接出口和海外仓出口两种模式的增设和扩围，使起源于零售模式的跨境电商新业态缩小了其与传统外贸的差异。随着全国综试区城市持续扩容以及评估考核体系的日趋完善，综试区城市竞争压力骤增，各地如何确立与自身发展实际相符的发展理念，对后期外贸新业态的发展至关重要。本文围绕广东省深圳市、浙江省宁波市两个外贸大省的代表性城市，在推动外贸新业态发展过程中的思维和理念差异，提出**深圳市基于其庞大的跨境电商企业数量优势，其外贸新业态发展以电商思维为主导，而宁波市结合其雄厚的产业基础，更倾向于外贸发展思维**。并从两地的外贸进出口、市场主体、创新成果、政策举措、协会活动五方面进行对比，洞悉鹏甬两城的发展现状及经验做法，从中找寻两地作为跨境电商综试区第一梯队代表性城市的异同点，并围绕政府层面和市场层面分别提出了未来发展方向的建议，为各地稳外贸促增长政策制订、行业企业发展方向调整布局提供参考。

关键词：深圳综试区 宁波综试区 综试区发展

* 王岳丹，河南国际数字贸易研究院办公室副主任，主要研究方向跨境电商、数字贸易、数字经济。

近几年，跨境电商从业者们在全球通胀、疫情反复、俄乌战争、贸易战冲击的形势下负重前行。去年以来亚马逊封号潮的席卷，一方面促进了行业的洗牌，行业陷入“冰火两重天”；一方面又肃清了颜色愈深的跨境电商“红海”市场，劝退了众多期望利用跨境电商实现一夜暴富的人们，推动行业进入冷静期。

但冷静之下并不意味着停滞，在跨境电商新业态的快速推动下，我国外贸进出口仍呈稳步增长态势，连续 8 季度实现同比正增长。海关总署公布的我国外贸进出口“半年报”数据显示，我国货物贸易进出口总值达 19.8 万亿元，同比增长 9.4%。其中，出口 11.14 万亿元，同比增长 13.2%；进口 8.66 万亿元，同比增长 4.8%。

此前在我院与德阳市商务部门、宁波和成都跨境电商协会的交流中，宁波跨境电商协会秘书长谢尚伟提出“深圳市跨境电商发展采用的是电商型思维，而宁波市则是外贸型思维”。他认为电商思维即基于电子商务的整体信息化及市场拓展逻辑，属于“无中生有”，3 分靠运营，7 分靠选品，主要依赖打造爆品的方式去做运营；而外贸思维来源于外贸底蕴，属于“有中更优”，以外贸工厂、外贸流通企业为主体，产品类目集中，3 分靠选品，7 分靠运营。我们认为深圳和宁波两市的跨境电商发展理念和思维模式大相径庭，深圳市毗邻香港，作为“跨境电商之都”，坐拥全国亚马逊卖家的半壁江山，其发展思路和模式围绕跨境电商展开；而宁波市基于优良的港口优势和雄厚的产业基础，虽然在跨境电商企业数量和规模方面比拼不过深圳市，但扬长避短，立足省市数量众多的产业带基础和工厂型外贸企业，选择采取推动工厂型外贸企业转型的外贸发展思路。

一、鹏甬两城外贸发展差异

2022 年上半年，从各省及直辖市的外贸进出口总规模看，万亿规模以上的共有粤苏浙沪京鲁 6 省市，TOP10 的进出口规模均在 4000 亿元以上，河南省进出口总值为 3958.28 亿元，与排名第 10 的天津市差距仅为 111.34 亿元，未能挤入 TOP10 名单。此外，除上海、广西、云南、山西、吉林、贵州 6 省市外，其余 25 省市外贸进出口规模均呈正增长趋势，其中，宁夏、海南、青海、江西、

新疆、黑龙江 6 省区增速领跑其他省份，增速分别达到 70.1%、56%、43.2%、40.0%、39.1%、30.7%。

表 1 2022 年上半年全国 31 个省市外贸进出口情况表

序号	省及省辖市	进出口总值 (亿元)	同比增长 (%)
1	广东	39111.70	2.8
2	江苏	26356.84	10.0
3	浙江	22679.97	17.3
4	上海	18772.48	-0.6
5	北京	16772.86	17.2
6	山东	15734.91	17.0
7	福建	9713.73	12.4
8	四川	4790.27	14.3
9	重庆	4236.46	12.5
10	天津	4069.62	1.3
11	河南	3958.28	7.9
12	辽宁	3818.64	2.0
13	安徽	3675.80	13.7
14	湖南	3255.42	25.2
15	江西	3190.67	40.0
16	湖北	2909.12	18.4
17	河北	2644.19	4.0
18	广西	2393.71	-18.0
19	陕西	2362.26	6.0
20	云南	1480.21	-1.7
21	黑龙江	1222.09	30.7
22	海南	917.03	56.0
23	新疆	915.14	39.1
24	山西	912.65	-19.3
25	吉林	737.74	-6.1
26	内蒙古	680.75	17.3
27	甘肃	325.75	24.6
28	贵州	317.57	-2.6
29	宁夏	122.48	70.1
30	西藏	21.82	10.0
31	青海	21.66	43.2

数据来源：网上公开资料搜集整理

（一）外贸进出口情况对比

从粤浙整体看，上半年粤苏浙三省进出口总值分别为 3.91 万亿、2.63 万亿、2.27 万亿，三地总合占据全国进出口总额的 44.3%，稳居全国三甲；出口规模分别为 24680.54 亿、16619.69 亿、16632.6 亿，其中，浙江省以近 13 亿元的微弱差距超越江苏省，成为仅次于广东省的第二出口大省。

作为 GDP 第一大省的广东，也是我国外贸大省。今年上半年，广东省外贸进出口规模总体呈正增长态势，遥遥领先全国其他省市，上半年广东省逐月累计外贸进出口总额同比增长率分别为 13.3%、0.6%、1.6%、1.9%、2.8%，逐月累计的出口总额也均呈正增长，最小增速为 1-3 月仅为 2.2%，最高增速为 1-6 月达到 7.3%；同时出口规模连续多年霸榜全国首位，稳占两成以上的全国出口份额。

上半年，浙江省外贸进出口态势稳定、向好回升的趋势明显，进出口、出口和进口规模分别居全国第 3 位、第 2 位和第 6 位；进出口和进口增速居东部沿海主要外贸省市的首位，出口增速居第 2 位，出口规模占全国份额的 15% 左右。

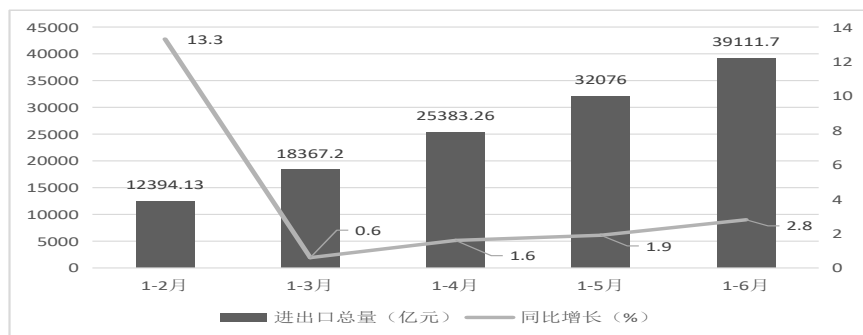


图 1 2022 上半年广东省逐月累计进出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

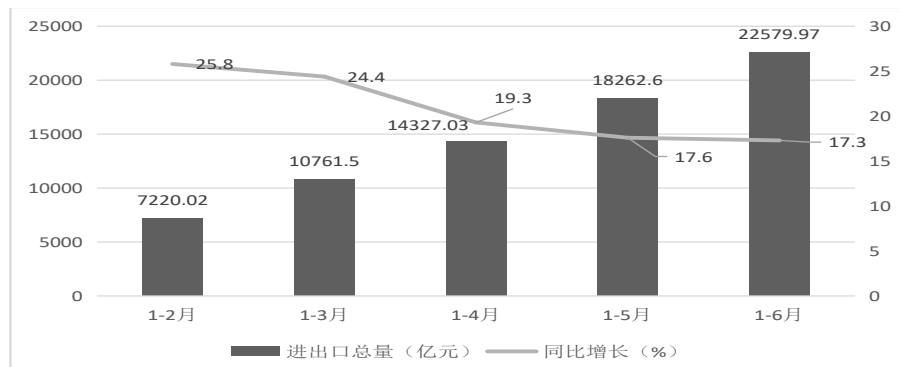


图 2 2022 上半年浙江省逐月累计进出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

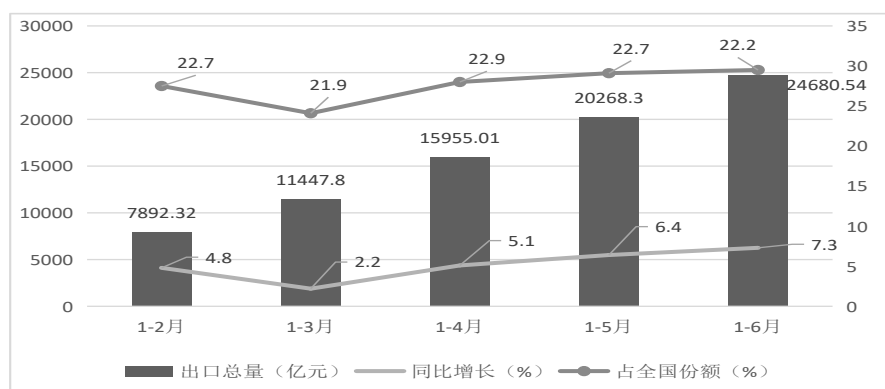


图3 2022上半年广东省逐月累计出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

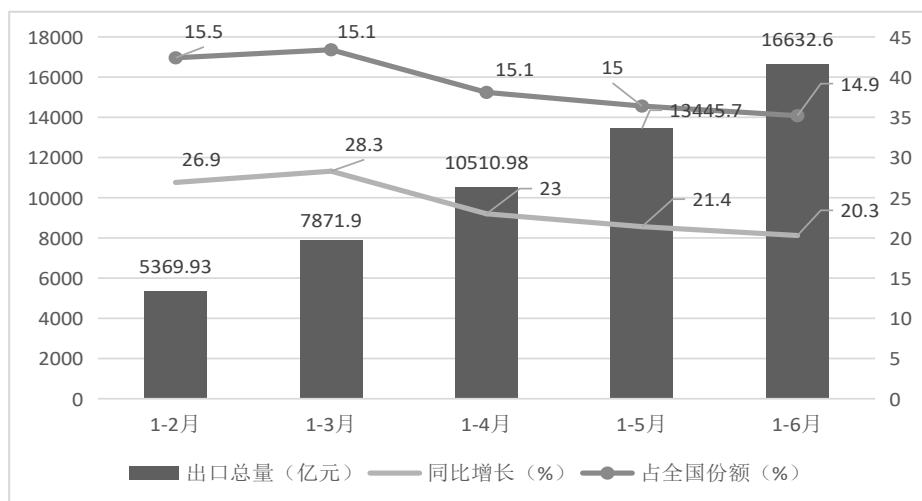


图4 2022上半年浙江省逐月累计出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

从鹏甬两市看，2021 全年，深圳市进出口规模创历史新高，达 3.54 万亿，同比增长 16.2%，位居我国大中城市第二。其中，出口规模 1.92 万亿，实现“29 连冠”，继续领跑全国。今年上半年，由于受疫情影响，深圳市的进出口情况呈现 V 字型走势，1-2 月，深圳进出口规模达 5067.8 亿元，同比正增长 3.1%，但来到 3 月份，深圳在第 1 季度的进出口总额、出口总额分别为 7404.8 亿元、4076.6 亿元，出现进出口总额和出口总额双负增长。1-4 月、1-5 月深圳进出口总额分别为 10342.73 亿元、13089.11 亿元，与去年同期相比仍呈小幅下降态势，同比分别增长 -1.3%、-1.0%，但出口规模同比增速分别为 1.8%、4.5%，已呈正增长态势。今年“半年报”数据中，深圳进出口总量达 1.62 万亿，同比增长 1.4%。其中，出口 9142.5 亿元，增长 7.1%；进口 7010.1 亿元，下降 5.2%。

但从深圳出口份额在广东省出口总量的占比情况看，上半年深圳出口规模仍占据全省 35% 以上的市场份额，深圳作为广东省及全国出口强市的地位稳不可撼。

2021 全年，**宁波市**外贸进出口总额达 1.19 万亿，同比增长 21.6%。其中，出口规模达 7624.3 亿元，同比增长 19%，进口规模 4301.8 亿元，同比增长 26.3%。宁波市“2022 半年报”显示，上半年进出口规模为 6322.5 亿元，同比增长 11.9%。其中，出口额 4085 亿元，同比增长 14.1%。从逐月累计看，宁波进出口增速分别为 19.6%、17%、12.6%、11.5%、11.9%，出口增速分别为 21.3%、20.4%、16.6%、14.9%、14.1%。此外，宁波市出口规模总体占浙江省出口总量的四成左右。

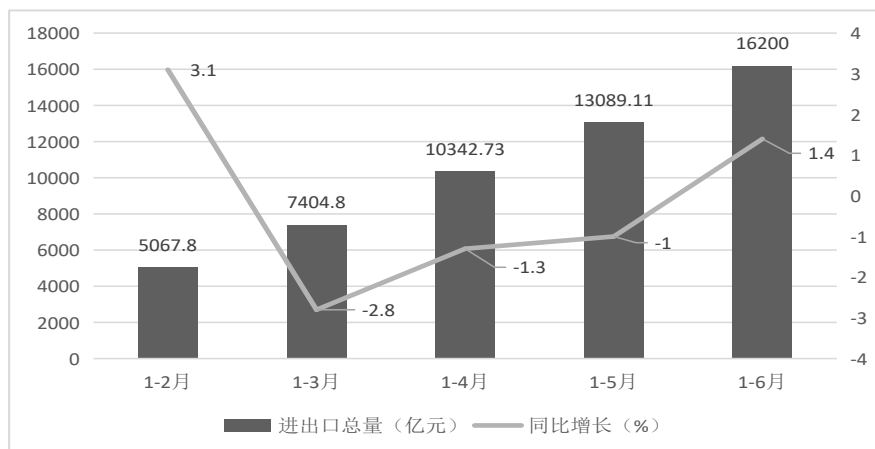


图 5 2022 上半年深圳市逐月累计进出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

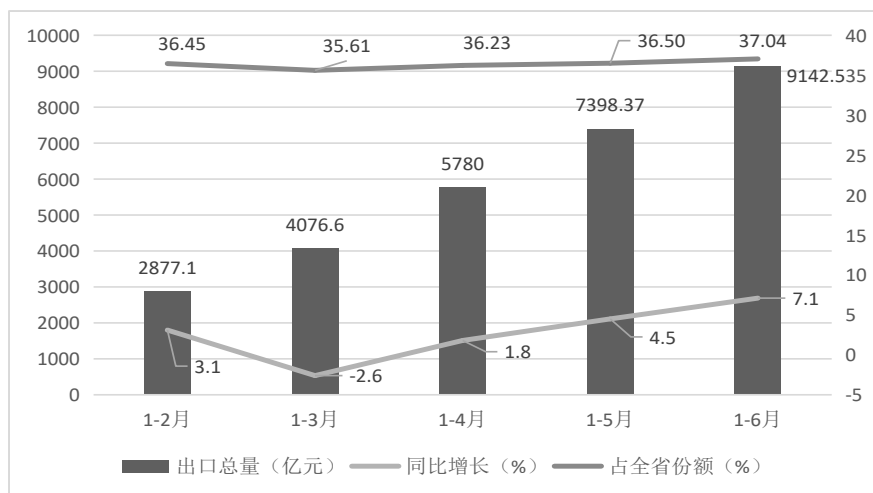


图 6 2022 上半年深圳市逐月累计出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

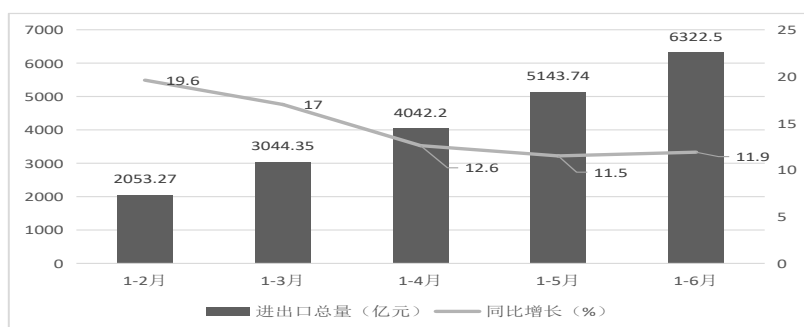


图7 2022上半年宁波市逐月累计进出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

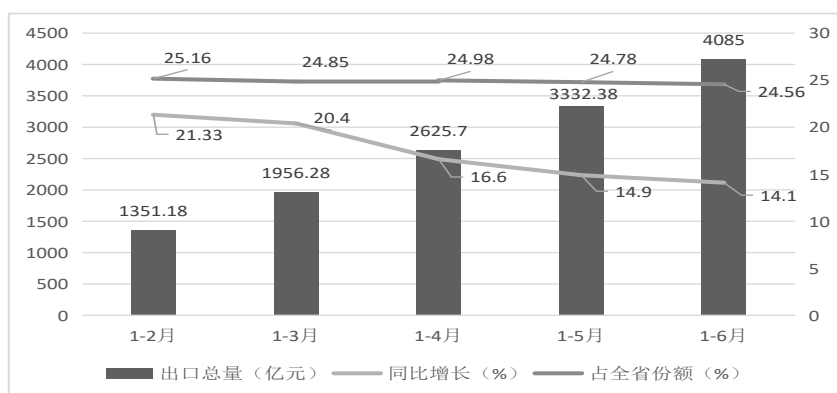


图8 2022上半年宁波市逐月累计出口总量

数据来源：网上公开资料综合整理

（二）市场主体情况对比

据天眼查数据显示，我国外贸相关企业超647万家，2021年新增注册企业89.3万家，增速16.34%；广东省、浙江省、江苏省三地外贸相关企业数量最多。其中，广东省以214万家位居全国首位，浙江省拥有62万家位列全国第二。海关总署数据显示，今年上半年，我国有进出口实绩的外贸企业50.6万家，同比增加5.5%。广东省进出口实绩企业数量突破10万家¹，浙江省数量为8.9万家。

根据收录于我院2020年出版的《中国跨境电商发展报告》，宁波市跨境电子商务协会主笔撰写的《宁波综试区：“天时、地利、人和”做好全球跨境电商模范生》一文中显示，2020年，宁波市有进出口实绩企业2.14万家²。网络公

1 根据海关总署广东分署入世20年发布的广东省外贸“成绩单”，2021年1-10月。

2 张大卫、喻新安：《中国跨境电商发展报告（2020）》，社会科学文献出版社，2020年5月。

开渠道并未查询到深圳市进出口实绩企业数据，但根据亿恩网数据显示，截至 2021 年底，我国现存跨境电商相关企业 3.39 万家，其中，广东省和浙江省分别以 9291 家、3836 家位列榜一、榜二，而深圳市以 3300 家的规模占广东省三分之一，在全国各城市中排名第一³。众所周知，跨境电商作为外贸进出口的一种新型业态，但两者仍有差异，跨境电商企业的范围略小于外贸进出口企业，同时，结合深圳市外贸进出口体量在广东省 35% 左右的占比看，粗略估计深圳市进出口实绩企业应高于宁波市企业数量。

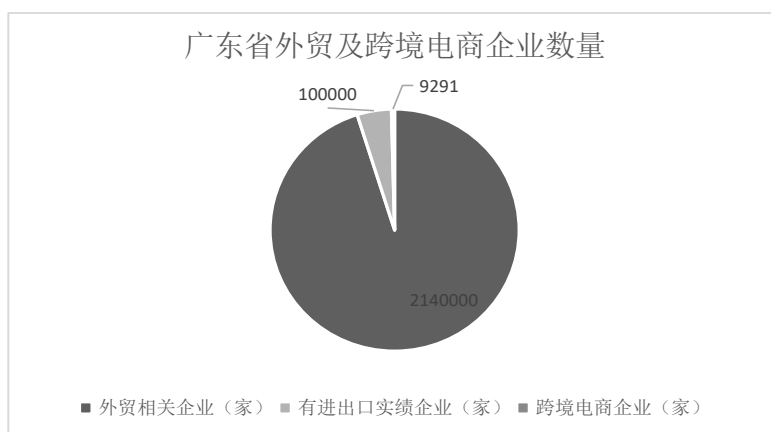


图 9 广东省外贸及跨境电商企业数量

数据来源：网络公开资料综合整理

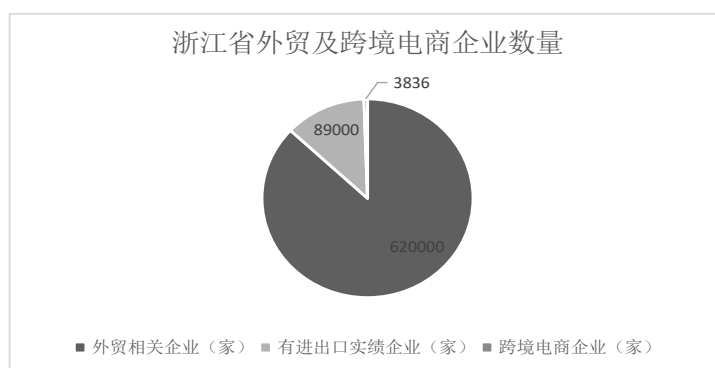


图 10 浙江省外贸及跨境电商企业数量

数据来源：网络公开资料综合整理

（三）创新成果情况对比

早在 2019 年，深圳创新提出了“全球中心仓”“深港陆空联运”海关制度创新，有力促进了跨境电商企业对国内国际市场及资源的高效灵活应用，搭建

3 王美荣：《广东持续领跑跨境电商市场，相关企业超 9200 家》，亿恩网，2022 年 3 月 4 日。

了“全国揽货－前海集聚－香港直飞”的贸易生态圈基础，大幅缩短物流时效，节约了企业物流成本。多年来，深圳持续以创新为驱动，大力推动跨境电商等外贸新业态创新提升和发展。2021年以来，深圳市积极推动综保区拓展国际中转分拨集拼、保税研发等业务，协调增加入境检测维修品类，探索开展保税燃油加注等外贸创新业务。

创新与闯劲同样也是宁波外贸逆势持续高速增长的秘诀。近年来，宁波市作为先行综试区城市，依托优良的港口优势，积极发挥创新引领作用。2020年为解决企业受疫情影响物流运输体系不畅问题，宁波市积极推动通过转关义乌开辟中欧班列邮路出口和跨境电商零售出口邮海联运通道。此外，宁波市持续推进浙江自贸试验区宁波片区和中国－中东欧经贸合作示范区建设，在今年上半年公布的2022年首批浙江自贸试验区制度创新成果中，宁波片区数字化航运服务平台、“进口食品标签一件事”智慧化平台等5项成果入选。

同时，深圳和宁波两地坚持不懈的创新探索，在取得丰硕成果的同时，也均收获了国务院办公厅2021年督查中“推动外贸稳定和创新成效明显”的评价，荣膺商务部2021年跨境电商综试区建设评估第一档“成效显著”城市名单。

（四）政策举措情况对比

各地跨境电商及外贸业务的发展离不开政策的支持和引导。近年来，深圳市通过鼓励重点外贸综合服务企业拓展紧缺料件进口备货等业务，出台跨境电商企业市场开拓、海外仓和独立站建设、数字化应用等支持政策，引导企业用好出口信用保险政策、推进实现国际贸易单据数字化，不断优化和完善相关的监管服务体系、政策制度体系。2021-2022上半年，深圳市共出台7条跨境电商、外贸进出口相关政策措施。其中，针对外贸进出口企业的政策主要集中于国际展会参展支持（2条）、外贸进出口统计（1条）、金融外汇政策（1条），针对跨境电商企业的政策主要集中于独立站、海外仓等市场开拓奖励（1条）、电商平台及服务体系建设扶持（2条）、跨境电商通关监管及监管场所服务奖励（2条）⁴。

4 部分文件有交叉，因此，各项涉及到的政策数量与政策总量不符。

表 2 2021-2022 上半年深圳市跨境电商及外贸支持政策

发布时间	政策名称	文号	主要内容
2021.3.19	深圳市商务局关于 2020 年中央外经贸发展专项资金（中国国际进口博览会活动事项）公示的通知		对进出口企业参加中国国际进口博览会活动给予支持。
2021.8.5	深圳市商务局《关于 2021 年度中央外经贸发展专项资金（跨境电商电子商务企业市场开拓扶持事项）拟资助（奖励）项目公示的通知》		鼓励跨境电商企业独立站、公共海外仓等项目建设，并给予资金支持。
2021.9.28	深圳市商务局关于印发《深圳市商务局市外国内展会重点扶持计划操作规程》的通知	深商务规〔2021〕3 号	对组展单位或参团企业实际发生展位费、装修费、会务费、承办费、配套经贸活动费给予支持。
2021.6.19	《深圳市关于推动电子商务加快发展的若干措施》实施细则	深商务规〔2021〕2 号	围绕“加速发展大型电子商务平台”、“大力推进电子商务应用”、“强化跨境电商发展优势”和“搭建成熟完善的电商支撑服务体系”四个扶持方向，提出对应的资助或奖励项目的扶持方向 and 标准。
2021.11.8	深圳市商务局《关于申报 2021 年电子商务创新发展扶持计划跨境电商专业服务奖励项目和跨境电商通关监管场所服务奖励项目的通知》		对推动跨境电商专业服务发展、优化跨境电商通关监管场所服务等给予支持。
2022.4.15	《深圳市商务局、国家外汇管理局深圳市分局、深圳市地方金融监督管理局关于支持外贸企业提升应对汇率风险能力的工作通知》		支持中小微外贸企业基于按需原则开展远期结售汇业务，对依托融资担保机构提供担保免除保证金所支付的担保费用给予资助；资助标准和申报指南另行发布；引导外贸企业树立汇率风险中性意识，提升汇率风险管理能力。
2022.5.18	《深圳海关关于印发促进外贸保稳提质措施的通知》	深关综〔2022〕63 号	支持跨境电商业态发展，实行跨境电商出口海外仓模式备案等各类业务的“在线”办理；建立跨境电商出口商品在直属海关内的集中退货模式；优化和完善跨境电商网购保税进口商品集中退货模式；加强外贸形势分析研判和监测预警，围绕重点外贸伙伴地区，定期开展跟踪分析；对深圳高新技术、战略新兴产业及外贸重点企业、中小微企业、“专精特新”企业强化进出口监测分析，提升统计服务水平。

资料来源：网络公开资料综合整理

广东省和浙江省作为我国数一数二的外贸大省，集聚和形成了数量庞大的产业集群，浙江省机械工业联合会统计数据显示，浙江省共拥有 155 个产业带和产业集群，数量居全国之首，广东省以 110 个产业带和产业集群位列第二⁵。背靠雄厚产业基础的浙江省也是全国首个提出和开展“产业集群跨境电商发展试点”、实施数字化经济“一号工程”等举措的省份。受浙江省政策引导，近年来，宁波市依托独一无二的港口条件，拥有全球最先进的现代化口岸和港口产业集聚效应，聚焦本地工厂型外贸企业发展，推动打造了“外贸+工厂”一体化发展的宁波制造体系，形成了宁波特有的外贸供应链集聚产业和港航经济。今年上半年，为有力缓解外贸企业面临疫情导致缺工、物流不畅、订单减少、现金流紧张、原材料成本上涨等诸多困难，宁波市共出台了 8 条跨境电商及外贸相关政策文件。同时，为解决疫情影响下宁波市外贸企业与中东欧国家经贸交流活动暂停对企业出口业务影响，今年 4 月中旬，宁波市派出学术经贸团赴中东欧 8 个国家，开展全方位交流，进一步密切双边经贸联系。此外，宁波市还在疫情期间全国首创以包机形式送外贸人员出国拓市场，以超常规举措帮助企业稳外贸抢订单。

表 3 2021-2022 上半年宁波市跨境电商及外贸相关支持政策资料

发布时间	政策名称	文号	主要内容
2021.4.14	宁波市商务局关于请支持开展 2021 年度国家外贸转型升级基地考核认定工作的函	甬商务贸管函〔2021〕65 号	支持本地区特色产业集聚区积极申报国家外贸转型升级基地。
2021.6.16	宁波市支持跨境电子商务高质量发展的若干政策意见	甬跨境办〔2021〕1 号	支持跨境电商产业集聚、平台发展、主体培育、仓储建设、物流建设、金融支撑、人才引育、氛围营造、优化配套监管政策。
2021.7.20	宁波市商务局关于公布 2020 年（第四批）宁波市电子商务产业基地等级评定结果的通知	甬商务电商〔2021〕55 号	认定第四批宁波市电商产业基地和跨境产业基地 6 家

5 浙江省机械工业联合会：全国 31 个省市区 781 个产业集群全部名单！ 2022.01.20。http://www.zjmif.com/qualitymana/detail/id/18677.html

2021.9.28	宁波市商务局关于征求《鼓励外贸企业开拓国内市场促进内外贸一体化的若干意见（试行）》	甬政办发〔2021〕48 号	培育一批“大而强”的供应链平台企业、支持企业加强自有品牌建设、推动实施“同线同标同质”工程、支持企业扩大内销规模、鼓励商场、超市销售外贸产品、支持企业参加境内专业性展会、加大办展支持力度等。
2021.10.29	2021 年宁波市本土民营企业跨国经营 20 强名单公示		认定乐歌人体工学科技股份有限公司、宁波继峰汽车零部件股份有限公司、宁波申洲针织有限公司等 20 家跨境民营企业
2022.2.18	关于 2021 年度宁波出口名牌企业名单公示的通知		认定宁波尼可家用品有限公司、宁波霍科电器有限公司等 38 家出口名牌企业
2022.5.18	宁波海关关于促进外贸保稳提质的 20 条措施		保障重点区域产业链供应链循环畅通、加快企业急需货物通关、深化通关业务改革、提高进出境物流效率、保障进出境邮路畅通、加快出口食品生产企业备案、提高进出口食品通关验放效率、优化进口商品检验监管要求和模式等 20 条政策措施。
2022.6.9	宁波市人民政府办公厅关于加快培育新优势推动外贸高质量发展的实施意见	甬政办发〔2022〕21 号	提出加快培育外贸新增长点、引进和培育“大优强”外贸市场主体、优化外贸结构、强化外贸服务保障四大类 20 项政策举措。

来源：网上公开资料综合整理

综上，深圳市外贸新业态政策举措主要以跨境电商企业为适用对象，而宁波市相关政策举措更倾向于服务传统外贸企业。尤其近期，浙江省印发了《稳外贸稳外资十条措施》，宁波市等地积极出台开通定期航班和商务包机、出入境人员便利化、鼓励“代参展”模式开拓市场等一系列政策举措，聚焦解决受疫情影响外贸企业无法参加国际参展、获取线下订单的问题，释放了推动外贸保稳提质的积极信号。

（五）协会活动情况对比

通过我院近几年在各地的调研交流中发现，各地跨境电商繁荣发展背后离不开当地市场化的跨境电商协会等商协会支撑，如杭州市跨境电商协会是杭州市商务局、杭州综试办的重要支撑单位，长期服务于杭州市及浙江省跨境电商行业发展；成都市跨境电商协会作为成都综试区跨境电商发展的“三

驾马车”之一，为服务行业发展、支撑政府决策发挥了重要作用。深圳市和宁波市也拥有各自的跨境电商协会。

创建于 2014 年的**深圳跨境电商协会**发展迅猛，目前，协会拥有 2700 多家会员单位，服务国内 4 万家跨境电商相关企业，在跨境电商行业的协会中拥有较大影响力。观察近几年深跨协的活动轨迹，主要有跨境电商节等展会，各国商协会、各地政府及企业交流对接和座谈研讨，行业培训直播和榜单发布等几大类；其平台发布的行业信息，也多侧重于行业重要政策、重大事件、重点企业的解读，以及行业发展趋势的分析研判，其中行业信息多集中在选品运营、品牌化、合规化、融资等跨境电商卖家较为关注的事项。

宁波市跨境电商协会成立于 2018 年，截至 2021 年，协会共有 500 家优质会员单位，50 多家理事会成员单位。值得注意的是，在协会简介中提到旨在“疏通行业链条，促进传统行业转型升级”。宁波市跨境电商协会的活动和平台信息主要围绕宁波产业带工厂型外贸企业展开，如为家电产品设计创新赋能闭门会、破解大件家居出海困境的线下私董会、开展跨境电商赋能产业带发展调研等，组织举办宁波出口跨境电商博览会暨全球大家居品牌节、华东产业带跨境出海线上峰会等，定期召开“麒麟计划”分享沙龙等，以及平台发布的传统企业跨境转型成功案例、助力传统企业跨境转型的服务商推介、帮助传统企业嫁接资源的工厂推介等。

表 4 浙江省产业集群名录

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
1	浙江浙南早茶产业集群	2	杭州数字安防创新型产业集群	3	温州激光与光电创新型产业集群	4	宁波市新型功能材料产业集群	5	杭州市信息技术服务产业集群	6	杭州市生物医药产业集群
7	温州鹿城区中国皮鞋产业集群	8	温州鹿城区中国打火机产业集群	9	温州龙湾区中国人造革产业集群	10	瑞安市中国汽车摩托车配件产业集群	11	瑞安市中国休闲鞋产业集群	12	苍南县中国印刷产业集群
13	温州瓯海区中国锁具产业集群	14	乐清市中国中低压电器产业集群	15	永嘉县中国拉链产业集群	16	平阳县中国塑编包装产业集群	17	嘉善县中国木业及家具产业集群	18	海宁市中国皮革加工产业集群

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
19	桐乡市中国毛衫产业集群	20	平湖市中国光机电产业集群	21	海盐县中国紧固件产业集群	22	湖州市吴兴区中国童装产业集群	23	安吉县中国竹加工产业集群	24	杭州市萧山区中国钢结构产业集群
25	桐庐县中国制笔产业集群	26	富阳市中国白板纸产业集群	27	宁波市中国西服衬衣产业集群	28	余姚市中国模具产业集群	29	慈溪市中国家用小电器产业集群	30	宁海县中国文具产业集群
31	义乌市中国小商品产业集群	32	东阳市中国木雕产业集群	33	永康市中国五金产业集群	34	诸暨市中国制袜产业集群	35	玉环县中国中低压阀门产业集群	36	台州市路桥区中国金属固废处理产业集群
37	温岭市中国注塑鞋产业集群	38	黄岩区中国塑料模具产业集群	39	台州市中国缝纫机产业集群	40	绍兴县中国轻纺产业集群	41	嵊州市中国领带产业集群	42	舟山市中国渔业加工产业集群
43	台州黄岩塑料模具集群	44	横店影视产业集群	45	丽水缙云带锯床产业集群	46	舟山船舶修造产业集群	47	衢州氟硅产业集群	48	宁波塑机产业集群
49	萧山纺织产业集群	50	义乌无缝针织服装产业集群	51	义乌线带产业集群	52	洪合毛衫产业集群	53	义乌袜业产业集群	54	夏履非织造布产业集群
55	漓渚针织产业集群	56	横村针织产业集群	57	马鞍化纤产业集群	58	新塘羽绒家纺产业集群	59	濮院羊毛衫产业集群	60	大麻家纺布艺产业集群
61	党山化纤织造产业集群	62	衙前化纤产业集群	63	洲泉化纤产业集群	64	乾潭家纺寝具产业集群	65	杨汛桥经编家纺产业集群	66	绍兴纺织产业集群
67	兰溪织造产业集群	68	江泾织造产业集群	69	马桥经编产业集群	70	油车港静电植绒产业集群	71	海宁纺织产业集群	72	桐乡纺织产业集群
73	浦江绗缝家纺产业集群	74	枫桥衬衫产业集群	75	许村布艺产业集群	76	象山针织产业集群	77	乐清休闲服装产业集群	78	瑞安男装产业集群
79	天台过滤布产业集群	80	平湖出口服装制造产业集群	81	余杭布艺产业集群	82	金塘塑机螺杆产业集群	83	长兴纺织产业集群	84	金华汽车及零部件产业集群
85	杭州装备制造产业集群	86	桐乡市屠甸植绒纺织产业集群	87	兰溪市纺织产业联盟	88	乐清工业电气产业集群	89	鄞州草编产业集群	90	庆元香菇产业集群

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
91	龙泉木制太阳伞产业集群	92	龙泉剑瓷产业集群	93	云和木制玩具产业集群	94	遂昌竹炭产业集群	95	舟山水产产业集群	96	江山羽毛球产业集群
97	江山机电产业集群	98	龙游特种纸产业集群	99	江山蜜蜂产业集群	100	游竹笋产业集群	101	长兴蓄电池产业集群	102	织里童装产业集群
103	南浔地板产业集群	104	湖州丝绸产业集群	105	安吉竹地板产业集群	106	桐乡化纤产业集群	107	嘉善木业产业集群	108	桐乡羊毛衫产业集群
109	东阳建筑产业集群	110	义乌小商品产业集群	111	上虞伞业产业集群	112	诸暨山下湖珍珠产业集群	113	诸暨袜业产业集群	114	诸暨五金产业集群
115	大唐袜业产业集群	116	绍兴轻纺产业集群	117	嵊州领带产业集群	118	宁波汽车及零部件产业集群	119	长兴县纺织产业集群	120	黄岩模具产业集群
121	玉环阀门产业集群	122	杜桥眼镜产业集群	123	仙居工艺品产业集群	124	玉环汽车零部件产业集群	125	台州民营造船产业集群	126	瑞安汽配产业集群
127	龙湾五金洁具产业集群	128	永嘉拉链产业集群	129	温州灯具产业集群	130	鹿城打火机产业集群	131	瓯海锁都产业集群	132	余姚塑料产业集群
133	宁海模具产业集群	134	富阳造纸产业集群	135	富阳球拍产业集群	136	临安电缆产业集群	137	萧山羽绒产业集群	138	萧山化纤产业集群
139	山花边产业集群	140	分水制笔产业集群	141	余杭家纺产业集群	142	瑞安汽配产业集群	143	上虞伞产业集群	144	余姚灯具产业集群
145	宁海文具产业集群	146	永嘉泵阀产业集群	147	温州鞋业产业集群	148	温州打火机	149	浦江水晶产业集群	150	温州印刷产业集群
151	宁海模具产业集群	152	黄岩模具产业集群	153	永康五金产业集群	154	海宁皮革产业集群	155	柯桥轻纺产业集群		

资料来源：浙江省机械工业联合会

表 5 广东省产业集群名录

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
1	广东农垦生猪产业集群	2	东莞市中国文化用品产业集群	3	谷饶针织内衣产业集群	4	平洲鞋业产业集群
5	广东南粤黄羽鸡产业集群	6	中山市中国灯具及灯饰产业集群	7	沙溪休闲服装产业集群	8	里水袜业产业集群
9	广东金柚产业集群	10	中山市中国机电产品产业集群	11	高州手套产业集群	12	官窑玩具产业集群

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
13	珠海三灶生物医药产业集群	14	佛山市顺德区中国家具产业集群	15	大涌牛仔服装产业集群	16	松岗家电产业集群
17	珠海船舶与海洋工程装备制造产业集群	18	佛山市顺德区中国家电产业集群	19	小榄内衣产业集群	20	盐步内衣产业集群
21	中山翠亨新区精密智能装备产业集群	22	佛山市南海区中国金属加工产业集群	23	潮州婚纱晚礼服产业集群	24	乐从家具产业集群
25	中山小榄半导体智能照明产业集群	26	佛山市南海区中国纺织产业集群	27	高明纺织产业集群	28	北滘家电产业集群
29	广州个体医疗与生物医药产业集群	30	佛山市禅城区中国建筑卫生陶瓷产业集群	31	石龙信息产业集群	32	陈村机械装备产业集群
33	江门轨道交通修造创新型产业集群	34	惠州市中国电子产品产业集群	35	小榄五金制品产业集群	36	勒流机械制造、小五金、小家电产业集群
37	韶关机械基础零部件创新型产业集群	38	开平市中国水暖器材产业集群	39	禅城陶瓷产业集群	40	伦教木工机械产业集群
41	东莞机器人智能装备创新型产业集群	42	云浮市中国石材加工产业集群	43	江门摩托车产业集群	44	均安牛仔服装产业集群
45	清远高性能结构材料创新型产业集群	46	江门市中国摩托车产业集群	47	外砂潮式工艺毛织服装产业集群	48	人和金属材料产业集群
49	佛山口腔医疗器械创新型产业集群	50	阳江市中国刀剪产业集群	51	廉江小家电产业集群	52	大沥有色金属加工业产业集群
53	中山健康科技创新型产业集群	54	澜石不锈钢产业集群	55	潮州陶瓷产业集群	56	龙江家具产业集群
57	惠州云计算智能终端创新型产业集群	58	盐步内衣产业集群	59	东莞石龙信息产业集群	60	中山灯具及灯饰产业集群
61	深圳高新区下一代互联网创新型产业集群	62	花都汽车产业集群	63	大朗毛织产业集群	64	汕头澄海玩具礼品产业集群
65	珠海市生物医药产业集群	66	大朗羊毛衫产业集群	67	龙江镇家具产业集群	68	番禺区宝首饰加工产业集群
69	深圳新型显示器产业集群	70	普宁纺织产业集群	71	虎门服装产业集群	72	广州市汽车制造产业集群

序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群	序号	产业集群
73	深圳人工智能产业集群	74	三埠牛仔服装产业集群	75	枫溪陶瓷产业群	76	增城市牛仔服装产业集群
77	深圳智能智造产业集群	78	虎门女装产业集群	79	云浮石材产业群	80	深圳市电子信息产业集群
81	深圳市中国通信电子产业集群	82	新塘牛仔服装产业集群	83	佛山陶瓷产业群	84	古镇灯饰产业群
85	广州智能制造产业集群	86	澄海工艺毛衫产业集群	87	阳江刀具产业群	88	环市童装产业集群
89	广州生物医药产业集群	90	东莞纺织产业集群	91	中山五金产业群	92	金沙五金产业集群
93	广州黄埔区中国日用消费品产业集群	94	陈店镇内衣产业集群	95	西樵纺织产业集群	96	新会化纤产业集群
97	广州市增城市中国牛仔服装产业集群	98	惠城男装产业集群	99	南庄陶瓷产业集群	100	东莞市中国电子信息产品产业集群
101	广州市中国汽车制造产业集群	102	两英针织产业集群	103	石湾陶瓷产业集群	104	峡山家居服装产业集群
105	广州市番禺区中国珠宝首饰加工产业集群	106	中山纺织产业集群	107	张槎针织产业集群	108	广东汕头市澄海区中国玩具礼品产业集群
109	广州市花都区中国皮具产业集群	110	开平纺织产业集群				

资料来源：浙江省机械工业联合会

综上，从两个协会的发展定位中，也能窥探出两者聚焦重点的迥异，同时体现出两地外贸新业态发展的理念差异，深跨协依托深圳跨境电商之都的天然优势，最大限度地发挥其遍布全球的跨境电商相关企业资源优势，以资源链接和专业化服务汇集了一大批跨境电商企业，服务对象的确立也造就了协会的发展理念。但随着深跨协多年来在行业的深耕和多点布局，深跨协发展目标也在不断更新调整，在其最新推出的 8 个 K100 计划中，也提出通过与各地政府、行业协会合作，聚焦带动中国产业带出海、品牌出海和文化出海等目标。宁波跨境电商协会近年来的成绩也有目共睹，为助推宁波市外贸新业态发展起到了重要作用。协会设立之初就提出聚焦本地产业带动、推动

传统制造转型，囿于传统企业思维观念、转型基础等问题较多，因此外贸新业态助力其转型发展需要一定的引导和培育期，这也是宁波跨境电商协会“一以贯之”开展活动的主旨。

二、鹏甬两城外贸发展相同点

从鹏、甬两城外贸新业态发展的五个方面分析中能够看出：

首先，“因地制宜”是契合两地发展实际的最优解。跨境电商思维和外贸思维无所谓孰更优，两地发展理念均是在结合自身实际的基础上，从服务本地产业和企业角度出发，优化营商环境、完善政策体系、筹划相关活动，都是助力当地产业发展的最优解。

其次，完善的“政策支持体系”是两地发展稳定器。各地跨境电商等外贸新业态的发展壮大，离不开政府监管部门的政策支持。因地制宜、体系完备的政策举措，一方面有助于形成良好的营商环境，激发企业的创新发展热情；另一方面，有利于引导和集聚一批跨境物流服务商、跨境支付、外贸综合服务企业等全链路服务商，构建完整的外贸新业态发展生态，从而助推当地跨境电商等外贸新业态做大做强做优。

再者，“创新”是驱动两地外贸进出口快速发展的催化剂。我院曾在 2020 年发布了《中国跨境电商综试区城市发展指数报告》，通过 44 项指标对 105 个综试区城市进行全方位的测评，在我院的综试区城市指标体系中，给予“创新发展”指标较高的权重占比。同样，商务部评估考核指标体系中，也有“发展跨境电商的新经验做法”单项指标，可见创新成绩对综试区城市评估有影响，创新也是鹏甬两市荣列第一档的重要因素。

最后，市场化运作的专业“协会”是助力两地政府政策落地的助推器。不论是深跨协还是宁跨协，其设立目标都是服务政府、赋能行业、带动产业，协会通过集聚本土各类外贸市场主体，能够更深入且全面地掌握本地企业及产业发展中面临的困难，通过整合协会在行业和政府部门的资源，切实起到为企业排忧解难、增势赋能的作用，因此，都为各自城市的外贸新业态发展起到了重要的推动作用。

三、各地外贸发展思维及路径选择策略

结合鹏甬两城的发展异同及共同点，对于政府而言，如何从两城发展的做法中找到与本地发展实际相契合的经验，同时能够体现本地差异化和特色化尤为关键。而对于市场层面而言，面对不确定性日益增强的行业走向，在调整心态、树立信心的同时，稳固企业国际化发展信念，更好利用当地的支持政策、产业和商协会资源等优势，助推企业健康可持续发展，应为企业长期稳健发展考量的应有之义。

（一）政府层面

2021 年商务部评估考核是在 9 月下旬启动的，这意味着今年的评估考核也日益临近。随着综试区评估考核机制的不断优化，考评体系也将更加完善。毕竟考核不是目的，通过年度自评与综评，对标对表找到自身发展中存在的不足，以此激励各地创新发展、高质量发展才是评估的初心。

1. **结合实际，明细定位和方向。**纵览全国 132 个综试区城市，大体上除深圳、广州、宁波、义乌等沿海地区的综试区城市外，大部分综试区城市在跨境电商企业规模和体量方面的优势均无法与跨境电商之都深圳相提并论。基于此，各地政策制定更多采取跨境电商思维，主要围绕加大跨境电商企业招引培育支持力度、积极谋划跨境电商园区建设、完善跨境电商产业链条、打造跨境电商生态等，从而出现各地通过不断拉高跨境电商进出口补贴，以此吸引和集聚跨境电商企业、扩大本地跨境电商进出口规模。然而，随着近几年奖补政策的水涨船高，部分综试区发现在大力度的支持下，虽然当地跨境电商规模有所提高，但对助推当地产业发展作用较小的时候，会产生对跨境电商企业招商的抵触情绪。

目前第六批 27 个综试区城市中，只有广东省（8 个）、浙江省（2 个）、山东省（2 个）、云南省（1 个）共 13 个综试区出台了综试区建设实施方案。我院此前文章《从第六批新增综试区城市，看跨境电商发展方向》中提到，部分第六批综试区城市如鄂尔多斯、红河自治州等前期已有跨境电商基础，但部分综试区虽不具备跨境电商发展基础，但却拥有良好的产业优势。

因此，对于这部分正在出台综试区方案的城市。笔者认为，其一，初期发展需要以跨境电商思维为主导。跨境电商作为新兴业态，需要有头部企业引领和带动，从 0-1，培育和渲染跨境电商发展氛围、提高认识，因此各地发展初期不论是实施方案、发展规划和政策制定，均应以跨境电商思维为主导。近两年，业内人士能够明显感受到各地都在召开跨境电商相关的大会、展会等活动，虽然有疫情影响，但丝毫没有影响社会各界的参会热情，同时能够显著提高当地企业对跨境电商的认识。

其二，中长期重点以外贸思维推动高质量发展。虽然传统外贸涉及的产品品类更加丰富，尤其工业品、机械装备等传统大件商品 B2B 出口一直有链条长、决策复杂等原因，同时对物流和运输有着特殊要求，但随着 9710、9810 跨境电商 B2B 出口模式通关监管的不断健全，给传统工厂型企业跨境转型、出海发展畅通了通道。因此，各地在跨境电商产业布局谋划中，应将本地实际和长期发展两者有机结合，聚焦本土产业的带动，通过大贸易助推大产业发展，将“以产业带动为导向”作为各地长期发展的目标。

2. 市场主导，发挥协会桥梁纽带作用。跨境电商作为传统外贸的新业态，一般是由各地商务部门的外贸或电商部门分管，或者如杭州、郑州等综试区通过专设综试区办公室统管，但不论哪种形式，随着外贸新业态的内涵不断丰富、内容不断扩大，各地政府部门都面临业务内容与人员配置不匹配问题。因此，拥有一个行业自发组织发起、非官方、市场化运作的专业协会，推动政企衔接、配合推动政策落地，就显得尤为重要。如四川省为全力推动跨境电商等外贸新业态发展，在省商务厅专设外贸创新处，将跨境电商、市场采购、海外仓等六种外贸新业态以及产业集群七项职能分别划分专人分管，同时推动成立了成都市跨境电子商务协会，在组织开展企业交流沟通、资源对接的同时，配合四川省商务部门做好各项政策的落地，协助企业与政府沟通解决发展面临的实际问题，从而发挥协会的纽带作用。因此，建议各地可参考四川省的经验做法，一方面提高外贸新业态发展的重视程度；另一方面可设立市场化运作的跨境电商协会，或依托本地商协会开设跨境电商专业委员会等形式，招聘行业专家出任协会专职秘书长，以服务企业和政府为先，发挥行

业协会的最大效能。

3. 进出并重,锚定新发展格局。跨境电商进口经过多年发展,从商业模式、监管流程到信息技术、标准规则等已经日趋完善,同时国内进口电商市场已经形成几大头部平台垄断局面,且大型进口平台基本完成全国仓储布局,随着综试区城市的不断扩容,各地进口招商竞争压力激增。因此,近年来各地跨境电商的发展重点更多向跨境电商出口发力,旨在带动本土产业转型。但应注意到,2021 年以来跨境电商出口行业极度内卷,出现恶意差评、价格战等现象,以及供应链向越南等东南亚地区外迁,归根结底源于欧美仍旧是全球最大的消费市场,我国虽然已经成为世界贸易大国,但进口规模仍位居于美国之后,仍处于贸易大国向贸易强国转变的阶段。此外,受国内外疫情和经济形势等因素影响,国内就业压力增加、预期转弱、消费低迷,对国内消费大环境有所影响。

在以上背景下,通过持续扩大跨境进口商品品类,探索进口创新发展的新业态新模式,不断扩大进口市场规模,满足本地及周边日益升级的消费需求,同时以贸易促改革、以贸易促产业,以海量优质进口商品倒逼国内企业和产品的转型升级,对新形势下,构建以国内循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局具有重要意义。

(二) 市场层面

作为我国跨境电商综试区的先行城市之一,深圳和宁波两地的跨境电商发展思路虽有差异,但却非常具有代表性。对于市场层面而言,面对当下国内外复杂严峻的政治经贸形势以及激增的生存压力,借用任正非在华为内部论坛的讲话稿,要将企业“生存基点调整到以现金流和真实利润为中心”“把活下来作为最主要的纲领”。

因此,跨境电商企业在做好自身业务发展的同时,一方面应重点关注当地商协会的活动,不论是侧重跨境电商 B2C 卖家的深跨协,还是关注跨境 B2B 外贸的宁波跨境电商协会,都能够在某个方面或某个阶段为企业提供支撑,故而企业应充分利用当地协会资源,以此促进企业长远健康发展;另一

方面也要留意政府部门的支持政策，获取政府政策支持不仅仅是收获资金方面的奖励，更为重要的是能够得到政府背书，能够对企业上市融资、品牌影响等方面提供助力。

1. 工厂型企业：坚定决心，思维转变。在我院近年来对各地企业及产业的调研中发现，多数工厂型企业对于跨境电商的理解仅仅聚焦在跨境电商零售层面，对于各地政府推动传统企业跨境转型也理所当然理解为实现 B2C 转型，但由于 B2B 与 B2C 面向的对象不同，传统外贸出口的流程复杂、决策链条长、售前售后环节多等问题，其设计、生产、营销、售后服务等模式相差较大，因此除了部分已由创二代接手的企业外，多数创一代领导下的工厂型企业产生路径依赖，对于投资回报及风险性不确定性较大的多元化销售渠道布局积极性不高。

但我们应该看到，一方面，受疫情及全球经济疲软等因素影响，工厂型企业发展面临困境。如近年来，工厂外贸订单逐渐减少，成本逐年增加，工厂利润越来越低；同时国内大部分工厂型企业以跨境电商卖家的供应链工厂的形式已经参与到跨境电商中，但由于自身仅处于制造链底端“无品牌、无营销、无议价权”生产环节，长期被拥有话语权的销售端拖压货款。去年以来跨境电商行业洗牌，影响众多跨境电商卖家的同时，也拖累了卖家背后的工厂。

另一方面，从工厂型卖家自身转型的机遇来看。其一，以数字技术为支撑的数字经济时代已经到来，叠加全球疫情影响时间的未知性，数字化支撑下的跨境电商也一定会成为传统外贸的重要补充，行业企业应积极拥抱新经济新业态。其二，我国从批复综试区开始，对跨境电商探索的主攻方向就已经从 B2C 向 B2B 为主转变，去年跨境电商 B2B 直接出口、海外仓出口两个监管方式代码的增设，也突显了我国近年来在跨境电商 B2B 领域的探索成果，因此工厂型企业应该改变固有思维，打破对跨境电商的固有认知。其三，我国跨境电商进出口结构显示，跨境 B2B 交易占比近八成，有关机构预测，2020-2025 年我国跨境出口 B2B 市场的复合增速约为 28.3%，广阔的市场前景正在推动跨境 B2B 服务体系的搭建。截至目前，除阿里起家搭建的国际

B2B 交易平台阿里国际站以外，国内外跨境电商平台企业也开始涉足跨境电商 B2B 赛道，如亚马逊早在 2015 年就推出了面向企业及机构买家的 Amazon Business（亚马逊企业购），京东国际今年上线了京东国际跨境 B2B 交易与服务平台“京东全球贸”；同时，跨境电商服务商也开拓跨境电商 B2B 业务，以应对后疫情时代跨境 B2C 在线购物平台增长放缓的现状，如知名的跨境电商建站平台 Shopify 近期提出其商业模式要从“直接面向消费者”转向“连接消费者”，并推出 B2B 业务服务。**其四**，跨境电商行业发展已从 1.0 时代的粗放型发展向 2.0 时代的品牌化发展阶段迈进，2.0 时代更侧重于供应链和品牌的比拼，具备供应链和产品优势的工厂型企业“近水楼台”、优势明显，只要坚定决心，紧跟数字经济发展浪潮，加快转变营销理念，定能成为突破经济周期影响、成功转型的“黑马”。

因此，笔者认为不论从国家政策、行业趋势、配套服务等方面来看，随着中国制造国际影响力的不断提升，对于工厂型企业及具备条件的企业而言，数字化转型、“走出去”、打造“跨国企业”都应该成为企业长期发展战略的重要目标，跨境出海正当时。

2. 贸易型企业：树立信心，多元布局。亚马逊封号潮之后，短暂的供需失衡红利已日渐消退，跨境电商行业从业者无不感叹行业回归冷静、资本遇冷、越来越难做，行业弥漫着无措迷茫情绪。但从今年上半年跨境电商资本市场数据来看，上半年仍有 24 家企业斩获规模超 28 亿元的融资，虽然融资总额比去年同期有所下降，但在全球经济下滑的大环境下，跨境电商行业仍能获得资本青睐，包括近期已过会的致欧科技、赛维时代，三态股份、遨森电商、子不语、PatPat 等十余家跨境电商大卖正在冲刺上市，可见跨境电商行业仍然能够得到资本加持。同时，今年初上海疫情平稳后，全国各地、行业各界密集举办了跨境电商相关活动，在活动中，有企业界人士也提出“目前是行业抄底的机遇期，下半年大概率会触底反弹”，也有行业专家曾预测“今年跨境电商行业的大致走势是先抑后扬”；深圳市跨境电商协会会长王馨在专访中也表示“预计行业下半年保持平稳增长态势，卖家需进一步平衡效率与合规的关系”。此外，今年 5 月份深跨协发布的跨境电商行业调研数据报

告的数据显示，去年全年，企业年销售实现利润的占比 63% 左右，今年一季度业绩与去年同比持平及有增长的企业占比为 46%，并且有 40% 左右的企业对未来三年跨境电商行业发展持乐观态度。以上观点和数据足以说明跨境电商仍然是当下值得关注的赛道。

至于多元化布局是从亚马逊封店之初就引起行业热议的一个话题。**其一，独立站。**近两年来，不论从政府层面还是市场层面，都加大了对独立站和线下渠道的布局。政府层面，目前已有广东省、浙江省、福建省、江苏省、河南省的 8 个城市“真金白银”给予独立建站企业资金奖补。其中，深圳市更是对符合要求的企业，给予 200 万元 / 个资金支持，政策力度如此之大也引起了各地政府及行业的关注。从市场角度看，独立站作为卖家自己的站点，运营规则自由度高，私域流量质量高，已经成为 2022 年跨境电商的风口。从数据上看，2022 年 1 月 Shopify 自营网站数量达到 388 万个。既有乐歌股份、跨境通等老牌独立站玩家正持续发力和布局独立站渠道，又有泽宝技术、深圳傲基、通拓科技等跨境电商大卖纷纷入局。SHEIN、安克创新等独立站的发展壮大，使得品牌出海的独立站模式成为跨境行业的新趋势。

表 6 各地跨境电商独立站奖补政策汇总

城市	所属省份	政策名称	政策内容
深圳市	广东省	深圳市商务局关于组织开展 2021 年度中央外经贸发展专项资金支持事项申报工作的通知	对符合申请条件的独立站项目进行专家评审与专项审计，择优进行资助，每个项目给予 200 万元资助。每个企业申报资助的独立站项目数量不超过 2 个，其相关联企业不得重复申报。
广州市		广州市商务局关于开展中央财政 2021 年度外经贸发展专项资金(跨境电子商务事项)申报工作的通知	1. 支持内容: 对使用境内企业提供的云服务(SaaS)工具建设海外独立站, 并已实际开展零售出口业务的企业进行资金支持。2. 支持方式及时限: 采取事后奖励形式, 企业建站并实际开展零售出口业务的期限为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。3. 支持标准每家企业仅可申请 1 个独立站项目, 以企业实际开展零售出口业务数据为主要依据, 择优选择不多于 100 家企业予以资金补助, 补助金额不超过企业用于云服务(SaaS)工具年服务费、海外独立站建站装修费用及推广费用的实际支出的 50%, 补助起付线为 5000 元, 封顶 4 万元。

城市	所属省份	政策名称	政策内容
中山市		中山市人民政府关于印发中山市支持跨境电商高质量发展二十四条的通知	对跨境电商企业用于独立站建设的云服务（SaaS）工具年服务费、独立站建站装修费用等给予 30% 的支持，最高支持 20 万元；对通过独立站完成跨境电商交易额达到 75 万美元的，支持比例提高至 50%，最高支持金额提高至 30 万元。支持开展数字化海外营销。对跨境电商企业利用境外社交媒体、搜索引擎、短视频等开展自主品牌海外营销推广费用给予 30% 的支持，最高支持 50 万元；对年度跨境电商交易额达到 100 万美元的，最高支持金额提高至 100 万元。
佛山市		佛山市商务局关于开展外贸高质量发展专项（跨境电子商务事项）跨境电商综试区建设发展方向资金申报工作的通知	对独立站且独立站年交易额达到或超过 500 万元人民币的跨境电商企业，按照独立站年交易额的 1% 给予支持，每个独立站支持金额不超过 100 万元人民币。品牌推广扶持。对使用自主品牌开展业务，借助社交媒体、搜索引擎等数字化平台开展推广且跨境电商出口额达到或超过 500 万元人民币的跨境电商企业，按照推广费用的 50% 给予支持，每家企业支持金额不超过 10 万元人民币。
厦门市	福建省	2022-2023 年度中央外经贸发展专项资金（跨境电子商务企业扶持项目）管理办法	支持企业开展独立站跨境电商业务模式，对独立站达一定业务规模的自主品牌企业予以补助。对拥有自主品牌且独立站上年跨境交易额超过 2000 万元（含）、5000 万元（含）人民币的企业，分别给予 20 万元、30 万元的补助。
绍兴市	浙江省	绍兴市人民政府办公室关于印发加快推进工业经济高质量发展若干政策等八个政策的通知	支持企业开展跨境电子商务业务。对当年有出口实绩的企业，开设独立站且有线上独立站销售业绩的，（以 9610、9710、9810 报关出口），按照独立站开建费用的 50% 予以补助，每家企业最高不超过 5 万元。
苏州市	江苏省	支持跨境电子商务跨越式发展引导资金实施细则	支持跨境电商企业自建独立站，经认定后，最高按照综合投入的 30%、不超过 30 万元给予奖励。独立站年销售额首次达到 1000 万美元的，再给予 20 万元奖励。支持建设 B2B 跨境电商交易平台，经认定，最高按照平台建设综合投入的 30%、不超过 20 万元给予奖励。平台新增入驻 30 家（含）以上跨境电商企业，且年交易额超 3000 万美元的，再给予 30 万元奖励。
南阳市	河南省	南阳市人民政府办公室关于印发南阳市鼓励跨境电子商务发展暂行办法的通知	对开展跨境电商、年进出口交易额达到 200 万美元以上的我市企业，按跨境电商的网络推广费、第三方电商平台服务费、网站建设等支出费用的 30% 给予资金扶持。每家企业资金扶持不超过 100 万元人民币。

资料来源：网上公开资料综合整理

其二，除了独立站之外，境外线下渠道也是近几年跨境电商行业应对通货膨胀、消费需求放缓等因素影响的重要举措。今年上半年，由于亚马逊平

台数据流量下降、订单大幅下滑，一时间“滞销”“甩货”“清仓”再一次将行业推向内卷。雨果跨境调研数据显示，2022 年 1-5 月，没有滞销库存的卖家占比仅为 8%。在库存积压、现金流、数据流量下滑等多重压力下，市场渗透占比较大的线下市场也吸引了跨境电商企业的视线。市场数据显示，美国、德国海外线上市场渗透率不到 20%，欧盟等国家和地区的线上消费也仅有 10% 左右⁶。泽宝 2021 年财务报告披露，泽宝美国线下通过进入百思买、软银、Costco 等大型连锁商超，或利用区域性经销商、代理商销售产品，实现营业收入 3.9 亿元。安克创新目前也已经入驻北美地区沃尔玛、百思买、塔吉特、开市客等世界知名连锁商超，2021 年线下商超渠道收入占总营收 36.38%，同比增长了近 5%。扫地机器人品牌石头科技通过线下紫光、俄速通等线下经销商精准切入当地市场，以此构建全球分销网络实现全渠道渗透。

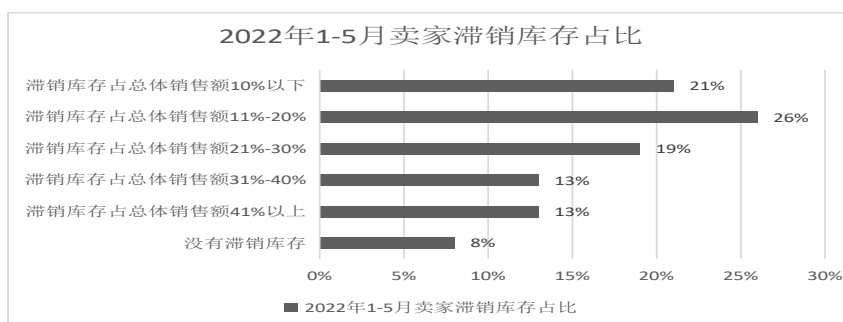


图 11 2022 年 1-5 月卖家滞销库存占比

数据来源：雨果跨境调研数据

其三，市场多元化也是多元化发展的体现。一方面是新兴市场布局。近年来，随着各国移动互联网的普及、物流等基础设施的建设，以及 RCEP 等区域经贸合作协议生效，新兴市场的广阔发展前景挑起了行业的热情。浙江省电子商务促进会发布的《东南亚跨境电商发展研究报告》提到，越南、泰国、菲律宾、印尼等国家零售电商渗透率均低于 5%，未来市场潜力巨大，预计存在 8-10 倍的提升空间；与该数据遥相呼应的是，深跨协行业调研数据报告显示，2021 年东南亚日开账户率已经达到 1000 家以上⁷。此外，2021 年中国跨境快时尚电商品牌 SHEIN 巴西市场净赚 4 亿美金的消息，也成功把拉

⁶ 跨境工厂后浪帮：2022 年跨境线下分销反而成为新的热潮？

⁷ 跨境电商头条，2021 年跨境电子商务数据报告 &K100 战略汇报。

美地区拉到跨境电商行业的镁光灯下。作为全球电商市场增速最快的市场之一，2021 年拉美地区电商销售额达 1150 亿美元，同比增长 37%；Forrester Research 公司预测，拉美六个重点国家的网络消费在 2023 年将达 1290 亿美元⁸，拉美地区正逐渐成为继欧美、日韩、东南亚之后备受瞩目的新蓝海市场。另一方面是国内市场布局。此前跨境电商品牌大多仅面向国外市场销售，但在疫情突发初期，国际物流运输受阻，我国政府就提出鼓励跨境企业拓展国内市场，实现内外贸一体化发展。安克创新、乐歌股份等企业也已经向国内市场进军。2021 年，安克创新和乐歌股份均布局了国内天猫、京东等国内电商平台，同时安克创新还开设了国内线下门店，并在深圳举办了首场新品发布会，乐歌股份也尝试通过明星主播带货、品牌自播等方式获取流量，并提出未来三年年销售增速不低于 100% 的目标。

表 7 2020-2021 安克创新销售收入结构

销售渠道	销售模式	平台名称	2021 年		2020 年		收入同比变动 (%)
			收入 (万元)	占总营收比	收入 (万元)	占总营收比	
线上	第三方平台	亚马逊	687,327.56	54.66%	577,411.04	61.74%	19.04%
		其他	73,270.10	5.83%	38,068.86	4.07%	93.47%
	自有平台	独立站	39,378.97	3.13%	21,451.76	2.29%	83.57%
	线上收入小计		799,976.63	63.62%	636,931.66	68.10%	25.60%
线下	线下收入小计		457,443.70	36.38%	298,331.27	31.90%	53.33%
合计			1,257,420.33	100.00%	935,262.93	100.00%	34.45%

数据来源：安克创新 2020、2020 年度财务报告

当然，品牌化和合规化也是企业国际化发展的关键环。这次亚马逊封店潮重创的均是各类侵权、违规跟卖、铺货刷单等没有自主品牌、合规意识不强的卖家。对于亚马逊此次掀动行业千亿级损失、影响超 5 万余个店铺的行为，也被业界称为推动跨境电商行业迈入 2.0 时代的标志性事件。但不容置疑的是，行业洗牌有效提高了跨境电商企业的合规化发展意识，也促使企业摒弃此前铺货式运营的惯性依赖。加之今年上半年致欧科技、赛维时代 IPO 过会起到了标杆示范效应，推动跨境电商行业质变的同时，也激励了跨境电商企业以上市为目标进行合规化改造。深圳卖家调研数据显示，23% 跨境电

8 雨果跨境，SHEIN 在巴西净赚 4 亿！这还只是拉美跨境电商市场的开始，雨果网。

商企业认为我国出海企业应加强企业合规化经营，同时有 18% 的企业认为建立独立站，实现自主经营和品牌化发展⁹。

综上，跨境电商企业也无须过渡焦虑，虽然亚马逊广告、物流运费等成本都在增加，但亚马逊平台短期内依旧是全球最大的跨境电商平台，其庞大的用户及数据流量优势仍不容小觑，因此强如 SHEIN 的独立站巨头，也在今年上线了亚马逊店铺。独立站虽然有直面消费者、效率高等优势，但独立站海外营销、跨境支付、独立站运营等仍旧是独立建站企业面临的三大问题。国内外线下渠道的铺设对品牌、产品和企业实力有一定的门槛，不适宜所有类型的卖家。因此，跨境电商卖家应重拾信心，平和看待并紧抓行业周期性调整期，认真规划布局企业品牌化、国际化发展的长远战略，适时建立以亚马逊为核心，多元化布局、全渠道渗透的发展路径。

3. 平台型企业：用户至上，本土化发展。近年来，跨境出海已经成为企业规避日益内卷的国内市场的最佳选择。2020 年开始，Shopee 在短暂试水之后，正式进入拉美地区的巴西市场，通过高频、高额的广告投放，有效提升了平台流量，也带动了速卖通巴西的休眠复苏。但企业出海的同时，也面临民俗文化、消费习惯、基础设施等方面的差异，容易产生“水土不服”，如同是跨境电商明星平台的 Shopee 和阿里速卖通，速卖通背靠国内淘宝强大的供应链，其出海初期的本地化战略没有采用与当地供应商合作、聚焦本地拓宽品类，而是选择将中国商品跨境运输到当地去卖，导致供给错位。2018-2020 年期间，速卖通在出海策略和方向上摇摆不定时，Shopee 却凭借本土化发展策略，自 2018 年连续 3 年保持 70% 以上的销售额增速。2021 年两者同时争夺巴西市场，Shopee 为除掉自身的“外来身份”，曾明确表示要建立巴西“本地的生态系统”，通过组建 300 人的团队，在短期内就将业务、产品和中台全部集中到巴西，将巴西商家与消费者链接起来；而速卖通由于用户增长策略中补贴政策等的摇摆，错过了平台用户增长的最佳时期，并在

9 深圳市跨境电子商务协会《2021 年跨境电子商务数据报告 &K100 战略汇报》

三四个月后，放弃对巴西市场的补贴和进一步投入，相当于拱手将巴西市场让给竞争对手。

综上，“本土化”已经成为企业出海的关键词，也意味着平台型企业在布局海外市场时，从团队组建、平台定位、产品展示、销售渠道、品牌营销等方面都要奉行本地化原则，如在支付方式方面，东南亚和拉美市场的消费者消费习惯是“先体验、再购买”，因此平台有必要在加强用户征信管理的前提下，支持货到付款模式；在平台商品展示方面，东南亚市场要尤其加强平台卖家关于酒类、宗教用品等禁忌用品的管理；在平台推广方面，拉美市场因拥有大批互联网重度用户，使“社交媒体营销”策略非常适用于平台在拉美市场的宣传推广；在平台卖家招商方面，鉴于巴西市场超高的关税政策，卖家招商基本只吸引单个商品在关税起征点 50 美金以下的卖家。

4. 服务型企业：延伸链条，全链路服务。跨境电商的蓬勃发展也推动了跨境服务行业的发展壮大。去年以来，背靠跨境卖家的跨境服务商在行业变动和国际形势震荡中影响较小，从而使跨境服务商迎来了快速发展的机遇期，同时也成为了资本追逐的风口。2021 全年，跨境电商行业融资事件共 77 起、总融资 207 亿元，其中跨境服务商融资金额占比达 34.5%、融资事件占比 65%。今年上半年，24 起跨境电商融资事件中，跨境服务商融资事件占比达 83.33%，融资金额占比达 91.21%。

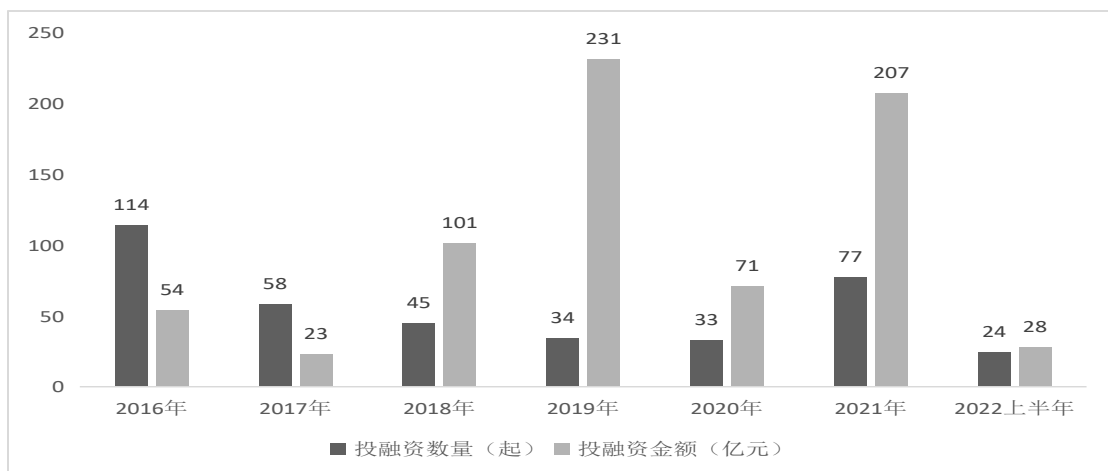


图 12 2016-2022 上半年跨境电商领域投融资情况

数据来源：网经社电子商务研究中心

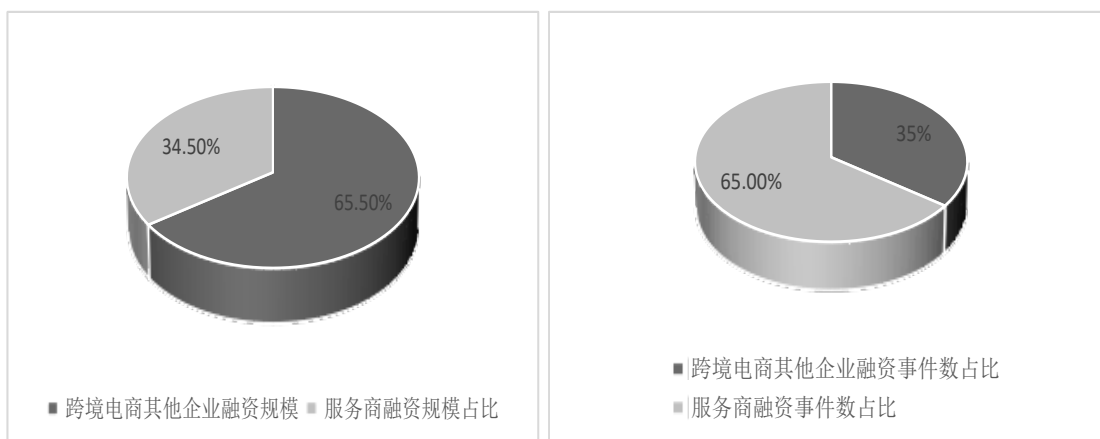


图 13 2021 年中国跨境电商服务商融资总额占行业融资总额比重（左）

图 14 2021 年中国跨境电商服务商融资事件占行业总融资事件比重（右）

数据来源：网经社电子商务研究中心

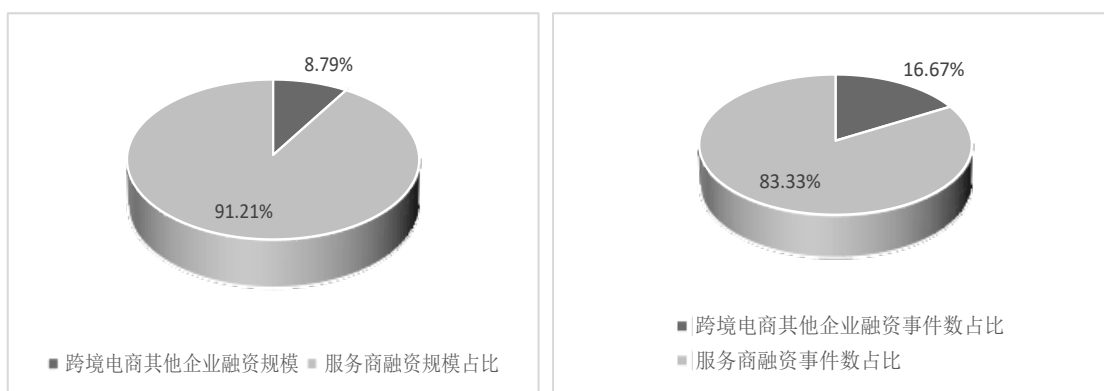


图 15 2022 上半年中国跨境电商服务商融资总额占行业融资总额比重（左）

图 16 2022 上半年中国跨境电商服务商融资事件占行业总融资事件比重（右）

数据来源：网经社电子商务研究中心

综合近期各地跨境电商展会活动中专家观点，笔者认为跨境电商服务商应聚焦三方面发力：一是**聚焦核心服务能力**的同时，**能够提供多元化的服务解决方案**。国内跨境电商的持续发展，在壮大跨境服务商的规模的同时，也推动了跨境服务行业向更加细分的方向发展，面对竞争日益激烈的市场，服务商应修炼内功，聚焦自身的核心服务产品和服务能力打造，同时满足多元化的卖家用户需求，形成丰富的服务产品和体系，以适应不断变化的跨境电商卖家发展需求。

二是**面向产业端**，**打造具有竞争力的服务产品**。随着跨境电商 B2B 行业

的快速发展，越来越多的工厂型企业迈入跨境电商赛道，不同类型的产业带、企业和产品，其跨境出口的痛点难点大不相同，如装备制造产业带和化妆刷产业带，前者难点在于前期勘厂、大件产品的物流运输、售后技术服务等，后者重点则在于品牌打造、知识产权保护和运营推广等方面，因此，唯有契合所在城市产业、企业和产品实际的解决方案，才能够实现服务商对产业带工厂型企业的赋能，也意味着对服务商的专业性诊断和综合性服务提出了更高的要求。

三是延伸服务商的服务链路，整合全链条服务内容。首先，对工厂型企业而言，跨境转型并非简单的销售端的线上化，而是从设计研发、生产管理、技术工艺、营销推广到售后服务的全方位数字化转型，产业端的需求往往是多元且精细化的，因此对服务商来说，面向产业端的服务也更为多元和分散。如企业可能要求跨境建站 SaaS 服务商不单单为其建设独立站，更要保障独立站后期的引流推广、支付结算、物流仓储等全链条服务，典型案例如 Shopify 通过收购物流服务商 Deliverr，整合其强大的物流配送网络，加码构建“端到端物流”服务体系。其次，随着我国数字贸易化和贸易数字化的持续推进，以及去年《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见（国办发〔2021〕24）》出台后，跨境服务商一方面应该向外贸综合服务企业转型，另一方面，企业服务的内容也应逐步向市场采购、海外仓、保税维修、离岸贸易等新业态扩展。



微信扫描二维码，关注我的公众号

点击网址：<https://www.ewtoyjy.com> 了解更多

主编：喻新安

报送：国家有关部委，河南省委、省人大、省政府、省政协领导同志。

赠阅：各省辖市、直管县（市）、县（市、区），省直有关部门，有关高校、智库、企业。

地址：郑州市经开区航海东路1508号 河南保税物流中心查验中心五楼
邮编：450016 电话：0371-56522110 电子邮箱：ewtoyjy@126.com