

跨境电商：政策利好激活更大潜力

我国外贸进出口业务走出低谷期，交易额呈现双升局面，且监管过渡期政策接连推延，跨境电商市场再度恢复了以往的活力。在今年“双11”的硝烟尚未散尽时，“黑五”的枪声就已打响，跨境电商与综合类电商纷纷搅动跨境电商市场格局。而这些电商平台通过不断扩充类目，搭建完整的物流体系，加速通关流程，提升综合服务体验，以提升用户的忠实度。



2013-2016年

跨境电商出口B2C交易额占跨境电商出口总额的比重从**8.23%**上升至**16.55%**
预计在2020年占比达到**24%**



2016年

北京市跨境进口实现88.8万票，同比增长**6.7倍**
总价值超过3.3亿元，同比增长**9.4倍**
今年1-9月，北京跨境电商零售进口额**8.47亿元**



2017年

“黑五”当天的日活跃用户**548.9万人**
相较2016年增长了**18.6%**
相较2015年增长了**9.5%**

·现状篇·

关键词 1 政策减压

电商企业纷纷加速试水跨境业务的举措，一直与宏观政策息息相关。今年10月，随着国务院常务会议进一步规划跨境电商综合试验区，并将跨境电商零售进口监管过渡期政策再度延长至2018年底，跨境电商的红利期也不断被延长。近日，将跨境电商零售进口监管过渡期政策使用范围从原本的10个试点城市，新增合肥、成都、大连、青岛和苏州5个城市。跨境电商零售试点城市经过两年多的发展，已经对传统贸易进行了有效补充，随着享受跨境电商零售进口监管过渡期延长红利的试点城市数量进一步增加，则意味着政策进入了实质性的落地阶段。

关键词 2 “黑五”热浪

接棒“双11”，跨境电商不仅未受消费透支影响，反而以销售额翻倍的成果交出“黑五”成绩单。此前，“黑五”可以被称为亚马逊的主场，但现如今，洋码头、网易考拉海购、天猫和京东也纷纷前来抢食蛋糕，通过签约品牌、买手制、加码保税仓等举措提升平台吸引力。亚马逊、洋码头、网易考拉海购、天猫国际、京东全球购等平台通过强大的宣传攻势抢夺跨境购的消费者，亚马逊先是推出“黑五抢先Go”开始预热，洋码头定位“全球”借助6万买手搜罗海外商品；网易考拉海购提供“提前购”特权以及超级会员日等差异化服务；京东全球推出“京彩万国”狂欢购。

关键词 3 加码物流

曾经长达十天半个月的物流配送正在被跨境电商的“当日达”和“次日达”所打破。跨境电商在干线物流、仓储两大方面进行精细化运营。网易考拉海购为全国主要地区提供“当日达”“次日达”服务，已经先后在美国、德国、法国等国家和地区建立8个海外直邮仓，而在北京、上海、广州等核心城市，快递整车从仓库直发至目的地二级中转场，绕开易爆仓的大型中转场。

洋码头则聚焦直邮。洋码头与东航物流达成战略合作，借助东方航空的全球航空网络和清关能力发力跨境物流，而洋码头自建的贝海国际物流渐成网络体系，17个国际物流中心已经覆盖日韩、美国、欧洲、澳新等地。

·趋势篇·

关键词 1 宏观利好

这一年跨境电商监管政策接连延期，试点城市的阵容不断扩充。未来的2018年，政策还将不断为跨境电商释放利好消息，政策对跨境电商的监管将会向着清晰化的方向发展。本次跨境电商零售进口监管过渡期延长覆盖的试点城市范围逐渐扩大，已经释放出国家对跨境电商零售进口的认可态度在提升，也意味着对跨境电商零售进口监管从初期的尝试逐渐向系统化与成熟化的方向转变，此举保持了现有政策的连续性，稳定行业预期，对于促进跨境电商零售进口发展再度释放利好信息。

关键词 2 落地线下

在跨境电商企业围绕线上驱动消费热度时，政策接连释放红利则为跨境电商入驻线下提供了契机。我国继续调整部分消费品进口关税，平均税率由17.3%降至7.7%。消费品税率的直降，将对以一般贸易方式进口商品的传统贸易企业，在成本和品类上带来直观利好，此举也为跨境电商设立线下实体店提供了新的发展空间。同时，面对线上与线下逐渐融合的“新零售”，不少跨境电商对线下的实体业务蠢蠢欲动。跨境电商正在有意拓展线下覆盖更多的人群，在门店直接售卖获取直接利润，或者是通过O2O为线上引流，一般贸易就成为跨境电商需要考量的方式，降税所带来的红利也将反映在跨境电商企业身上。

关键词 3 品牌出海

推动中国企业出海，已经成为电商战略布局海外市场时的高频词，电商平台频频打通跨境出口通道，拉拢更多中国制造业和品牌商进驻。亚马逊向中国卖家开放第11个全球站点澳大利亚站“双11”期间，100家中国品牌借天猫将产品卖到海外，京东则将200余家中国品牌推向海外市场。前瞻产业研究院数据显示，2013-2016年，跨境电商出口B2C交易额占跨境电商出口总额的比重从8.23%上升至16.55%，预计在2020年占比达到24%。电商助力中国品牌出海已然成为新的趋势，电商在海外市场的仓储物流体系、平台影响力以及背后的大数据云计算，成为中国企业选择电商拓展海外业务时首选的衡量标准。

北京商报记者 赵述评