



法律资讯

电子商务法律专业委员会编制

2024年2月第十七期

目 录

THE CONTENT

一、电商资讯和动态	2
（一）市商务委关于印发《上海市直播电商基地创建和评估管理办法（试行）》的通知	3
（二）大力发展“跨境电商+产业带”模式 深圳发布“稳外贸 24 条”加快建设贸易强市.....	9
（三）中企海外发展报告：北京在发展跨境电商、数字经济等方面具备优势.....	12
（四）买全球、卖全球，广州“跨境电商之城”这张城市名片将越擦越亮.....	15
二、业内动态	18
（一）亚马逊将推出低价商品垂直网站、阿里国际站半托管正式上线、速卖通推出“海外托管”……跨境电商一周看点！.....	18
（二）跨境电商创新突破焕发新活力.....	28
（三）新机遇里看中国 跨境小包裹，闯出大商机.....	38
（四）跨境电商新春热闹开局！春节 8 天，交易额达 327 亿元！.....	45
编委会成员	47

一、电商资讯和动态

（一）市商务委关于印发《上海市直播电商基地创建和评估管理办法（试行）》的通知

【沪商规〔2023〕8号】

上海市直播电商基地创建和评估管理办法（试行）

第一章 总 则

第一条 为充分发挥直播电商基地的集聚产业作用，推动本市直播电商高质量发展，根据《上海市建设国际消费中心城市实施方案》（沪府办发〔2021〕24号）、《上海市推进直播电商高质量发展三年行动计划（2021—2023年）》（沪商电商〔2021〕99号）、《关于促进本市直播电商创新发展的若干措施》（沪商电商〔2020〕307号）等文件精神，特制定本办法。

第二条 本办法所称的直播电商基地（以下简称“基地”），是指运营管理机构明确，从事直播带货销售、直播运营服务、直播人才培养、直播品牌孵化、供应链服务等业务，拥有完善基础设施及配套服务的各类直播电商产业聚集区、园区、商务楼宇等。

第三条 上海市商务委员会（以下简称“市商务委”）负责基地的评估管理和指导服务，各区商务主管部门做好本区域内基地的推荐和管理服务。

第二章 申报和评定

第四条 申报基地应符合以下条件：

（一）基地运营主体须为在上海市注册登记的企业，成立一年以上，运营状况良好。

（二）基地运营主体及入驻企业遵守相关法律法规规定，诚实守信，依法开展经营活动，近一年内无严重违法违规行为，未被列入严重失信主体名单。

（三）规划科学清晰。有中长期发展规划和发展目标，功能定位准确、建设主体明确、业务方向合理，创新引领直播电商发展趋势。坚持正确的价值引领，引导基地入驻企业、主播等坚持正确的政治方向，树立正确的价值取向和审美趋向。

（四）基础设施完备。基地内有合理的办公空间，配置完善的直播设备，建筑面积不少于 1000 平方米，直播间、特色直播场景数量不少于 10 个。

（五）服务体系健全。基地建成并正式运营一年以上，运营主体具有专业的运营能力和稳定的业务团队。有完善的直播电商人才培养体系，定期开展培训、沙龙等活动。有健全的企业入驻评估机制，构建良好的网络生态。

（六）直播生态良好。基地入驻或服务企业不少于 20 家，签约或合作主播数量不少于 30 人，年直播带货场次不少于 2000 场，基地（含入驻企业）通过直播带动网络购物年交易额达 1 亿元以上，具有稳定的直播电商产业链合作伙伴，与直播电商平台、上下游企业形成良好的合作机制。

（七）产业特色鲜明。鼓励基地及入驻企业拓展直播电商应用场景，在参与“丝路电商”主题活动，培育网络新消费品牌，开展全球新品首发、本土品牌新品直播，推动老字号品牌、国货新品牌、工业品品牌发展，促进文旅推广，便利本地生活服务等方面发挥积极作用。

（八）探索应用新技术。开展直播电商研究，应用新技术，开发新产品，创新业态模式和场景，满足多样化消费需求，丰富直播购物体验。

（九）积极参与促消费活动。入驻企业或品牌积极参加“五五购物节”“丝路电商云品海购”“双品网购节”“数字生活节”“11直播月”“网上年货节”“咖啡文化周”等促消费活动并取得良好成效，拓展新型消费。

第五条 申报基地应提供以下材料：

- （一）上海市直播电商基地申报表；
- （二）直播电商基地自评报告；
- （三）申报表要求提交的证明材料；
- （四）入驻/服务企业名单；
- （五）诚信填报承诺书。

第六条 按照自愿申报和公开、公平、公正的原则，每一年组织一次基地申报评定工作，具体程序如下：

（一）发布通知。市商务委在门户网站公开发布创建和评估工作通知。

（二）组织申报。符合申报条件的基地运营主体向注册地所在区

商务主管部门提出申请，经区商务主管部门初审后向推荐申报给市商务委。

（三）专家评审。市商务委组织召开专家评审会，综合评估、择优评定。

（四）评审公示。评审结果在市商务委门户网站公示，公示期为5个工作日。

（五）结果公布。公示期结束后，对于无异议的，由市商务委向社会公布评定结果。

第三章 管理与评估

第七条 鼓励各区结合自身发展定位，因地制宜出台政策措施，支持直播电商发展。

第八条 各区商务主管部门加强对基地的工作指导，及时掌握基地运营情况。基地运营主体应守法诚信经营，自觉接受相关职能部门的监督管理。

第九条 基地运营主体应当指导入驻企业在运营过程中遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国个人信息保护法》《网络信息内容生态治理规定》《网络直播营销管理办法（试行）》等法律法规和商业道德，公平参与市场竞争，依法开展网络直播相关经营活动，履行网络安全与个人信息保护等方面的义务，落实安全生产主体责任。

第十条 基地每年将上一年度的运营情况报告报送所在区商务主管部门，由各区商务主管部门报送市商务委。市商务委对基地年度运

营情况进行综合评估，按照 A、B、C 三个等级向有关区商务主管部门反馈评估结果。

基地运营情况良好，为入驻企业提供良好服务，区域经济带动效应强，社会贡献度大，示范效应强，被评为 A 等级；基地运营情况一般，能够为企业提供服务，具备一定示范效应，被评为 B 等级；基地运营情况较差，示范能力、服务能力、发展能力等较差，运营主体或入驻企业存在多次违规违法行为的，被评为 C 等级。

经评估为 A 等级的基地，及时总结创新发展经验，宣传推广典型成效与亮点工作。经评估为 C 等级的基地，由所在区商务主管部门负责加强管理，有针对性地督促指导。连续两年被评估为 C 等级的，取消其基地资格。

第十一条 对出现以下情况的基地，撤销其资格，且四年内不得再申报。

（一）报送材料存在虚假信息，与评定标准差距较大且短期难以达标的；

（二）不按规定时间和要求报送材料，且经督促后仍不上报的；

（三）发生偷税漏税、恶意欠薪、销售假冒伪劣产品、严重侵害消费者合法权益、严重侵害知识产权等违法行为，造成恶劣社会影响的；

（四）发生重大生产安全事故，或其他原因导致实际情况已严重不符合评定条件的。

对被撤销资格的基地名单进行公示，不得再以基地名义享受相应

的政策扶持。

第四章 附 则

第十二条 本办法由上海市商务委员会负责解释。

第十三条 本办法自 2024 年 1 月 1 日起施行，有效期至 2026 年 1 月 1 日。

来源于：上海市人民政府官网

<https://www.shanghai.gov.cn/202403bmgfxwj/20240222/bac5419b6e0a4d01a62daeef7ede8aad.html>

（二）大力发展“跨境电商+产业带”模式 深圳发布“稳外贸 24 条” 加快建设贸易强市

2月20日，深圳市商务局官网发布《深圳市推动外贸稳规模稳份额稳增长工作措施》（简称“《措施》”），围绕促进产业贸易紧密联动、持续优化进口商品结构、加快培育新业态新模式、支持内外供需高效对接、提升外贸基础设施功能、加大财政金融支持力度、优化跨境贸易营商环境等七个方面，提出24条具体措施，切实巩固深圳外贸基本盘，促进外贸稳定高质量发展，加快贸易强市建设。

促进产业贸易紧密联动。《措施》提出要扩大先进制造业出口，加大重点产业集群和专精特新“小巨人”企业的出口信用保险承保限额支持力度，帮助企业拓展海外市场；加快推动产供销一体化，推动大型制造业企业及其上下游企业在深开展国际贸易；稳定提升加工贸易，建立加工贸易企业及其产业链供应链关键环节企业服务机制，在用地、用电、用工、产业政策、进出口通关等方面给予重点支持；培育扩大汽车出口，支持企业加强技术创新，完善国际服务营销体系，建设全球汽车销售和出口中心。

持续优化进口商品结构。《措施》提出增强进口平台支撑、培育引进高能级进口主体、加快能源类商品进口、支持金属及相关矿产资源进口等具体措施。其中，明确要扩大电子元器件和集成电路交易中心成交量，引进全球顶级半导体厂商及分销商设立应用研发中心，支持国际知名消费品、轻奢品总部企业、品牌企业及供应链服务企业在深圳设立区域总部、功能性总部、独立法人机构，加快建设前海天然

气贸易企业总部基地，支持上海黄金交易所国际板指定保税仓库推进信息化、智能化、自动化管理，建设成为国内首选“黄金国际板”交割仓库。

加快培育新业态新模式。《措施》提出要推动跨境电商健康持续发展，大力发展“跨境电商+产业带”模式；进一步完善海外仓网络，鼓励企业加大在欧美等传统市场和东南亚等新兴市场海外仓布局，支持专业化主体共建共享一批优质海外仓；创新提升市场采购贸易，推动眼镜、家具、钟表等传统优势产业通过市场采购贸易方式开展出口；开拓发展离岸贸易，加强深港离岸贸易跨境合作，支持前海建设离岸贸易综合服务平台。

支持内外供需高效对接。《措施》提出，支持企业参加境内外经贸活动，引导企业入驻深圳展品海外展示交易中心，鼓励企业及行业协会组织举办境外展会，支持企业在欧美发达国家及“一带一路”共建国家等重点市场参加重点展会，吸引一批世界商展百强、中国展览百强、细分领域国际国内头部展会（论坛）项目落地深圳；用足用好 RCEP 优惠政策，促进中小微企业开拓海外市场。

提升外贸基础设施功能。《措施》提出要拓展国际货运能力，加密深圳港直通全球主要市场航线，壮大汽车滚装运输船队，加密开行“湾区号”中欧班列；加大专用仓储供给，加快开发建设前海综保区、盐田综保区、坪山综保区，保障高标准仓储供应；优化通关监管布局，增设陆路口岸和港区内海关冷链查验平台。

《措施》明确，将加大财政金融支持力度，用足用好各级外经贸

发展专项资金，更好发挥信用保险作用，优化外贸融资服务；优化跨境贸易营商环境，持续提升贸易便利化水平，加强涉外经贸风险应对服务，推进贸易数字化转型，鼓励供应链企业为中小外贸企业提供贸易数字化解决方案。

来源于：中国中小商业企业协会跨境电商分会

<http://www.zkx.org.cn/shows/7/617.html>

（三）中企海外发展报告：北京在发展跨境电商、数字经济等方面具备优势

1月31日在京发布的《企业海外发展蓝皮书：中国企业海外发展报告（2023）》强调，数字贸易是未来贸易发展的方向，是新一轮国际竞争的重点。在RCEP对数字贸易往来的规定和开放承诺下，北京应深入挖掘东盟等成员国在数字贸易方面的发展空间，加速跨境电商红利的持续释放，增强电商行业集聚示范效应，创造新的盈利模式与国际化合作模式。

《报告》指出，从东盟成员国在数字贸易方面的发展空间来看，近年来东盟国家数字经济发展持续加速，特别是印尼、泰国、越南、新加坡、马来西亚、菲律宾六国。2022年，东盟六国的数字经济近2000亿美元，环比增长20%。到2025年，东盟六国的数字经济有望突破3600亿美元，到2030年甚至可能达到7000亿-10000亿美元。

为实现数字经济的更好发展，东盟也持续推出相关政策规划。例如，《东盟互联互通总体规划2025》《东盟数字总体规划2025》等发展规划，从区域合作及一体化角度提出了数字经济发展政策和目标。

与此同时，2019年以来，中国与东盟签署了多项数字经济合作协议，为持续深化数字领域合作奠定了坚实基础；中国东盟自贸区、中国东盟信息港、中国东盟商贸通等数字化平台的建立完善，会助力双方数字经济合作持续推进。

《报告》认为，北京在发展跨境电商、数字经济等方面具备优势。北京近年来提出打造“三位一体”的数字经济和数字贸易开放格局，

探索试验区内跨境数据安全有序流动的发展路径，立足中关村软件园、朝阳金盏国际合作服务区、北京自贸区大兴机场片区，探索建设国际信息产业和数字贸易港等，在数字经济和数字贸易发展方面拥有一定的优势和禀赋。北京无论是在数字基础、数字能力、数字应用还是在数字生态方面，均位居前列，属于全面领先型的发展类型。

RCEP 已经明确以更加开放的态度对待数字贸易，在促进跨境贸易的同时积极规范跨境数据传输，大幅降低了各类企业参与国际贸易的门槛，为跨境电商等贸易新业态及中小微外贸企业创造了更多参与国际合作的机会。例如，在“电子商务”章节和“知识产权”章节中，RCEP 不仅强调了互联网时代下成员国之间的知识产权保护，还对跨境数据传输的范围和安全性加以限制；在规范无纸化贸易、保证电子认证与签名效力和在线个人信息保护等多方面，RCEP 提出了一系列具有可执行性的有效措施，能够显著降低区域内的贸易壁垒；在跨境电商服务平台与推动物流服务体系建设等方面，RCEP 同样对成员国做出了一系列要求和规定，能够显著提升成员国之间数字贸易的便利性和安全性。

《报告》由对外经济贸易大学北京企业国际化经营研究基地和中国企业国际化经营研究中心与社会科学文献出版社共同发布。该《报告》对 2022 年中国企业海外发展进行了总体分析与评价，重点分析了入围 2022 年“世界 500 强”和“最具价值全球品牌 100 强”的中国企业及中国上市公司的海外投资情况，对北京自贸区建设对服务贸易、北京自贸区建设对数字贸易、RCEP 对北京国际贸易、RCEP 对北

京对外投资的高质量发展推动作用进行了专题研究。

来源于：中国中小商业企业协会跨境电商分会

<http://www.zkx.org.cn/shows/7/617.html>

（四）买全球、卖全球，广州“跨境电商之城”这张城市名片将越擦越亮

广州市政府常务会议审议通过了《广州市进一步推动跨境电子商务高质量发展若干政策措施》（以下简称《措施》），进一步推动广州外贸稳规模优结构，加快培育外贸竞争新优势。

1. 真金白银培育“麒麟”“鲲鹏”

培育引进跨境电商龙头企业、加强跨境电商产业园区建设，强化市场主体作用，是推动跨境电商高质量发展的基础。

《措施》支持跨境电商企业发展，择优遴选一定数量的跨境电商“麒麟”企业，并对首次进入名单的跨境电商企业给予一次性奖励，最高不超过 200 万元。

同时，广州还将积极发展“跨境电商+产业带”模式，打造“一区一特色”跨境电商产业园区。择优遴选一定数量的跨境电商“鲲鹏”产业园区（集聚区），对首次进入名单的跨境电商产业园区给予奖励，最高不超过 500 万元。

在支持跨境电商企业开展“品牌出海”方面，广州将遴选一定数量的优秀跨境电商“品牌出海”企业，对其开展品牌推广产生的实际费用，给予不超过推广费用 50% 的资金扶持，单个企业每年扶持金额不超过 100 万元。

2. 建设跨境电商国际枢纽城市

2023 年，广州跨境电商进出口额达 2000 亿元，全市跨境电商实现了进出口规模 9 年增长 136 倍，进口规模连续 9 年全国第一。

《措施》提出，广州将以海港、陆港、空港、信息港为载体做强服务链，依托广东自贸试验区南沙片区、空港经济区、黄埔临港经济区，全面提升海陆空铁四大枢纽能级，优化跨境电商商品进出口物流通道。

广州市将发挥海关特殊监管区域、自贸试验区政策叠加优势，拓展广州至“一带一路”共建国家铁路货运班列。持续扩大“湾区一港通”模式应用，简化外贸货物港口通关手续。对跨境电商企业租赁海关特殊监管区域开展跨境电商业务的，给予不超过租金的 30% 的资金扶持，单家企业每年扶持金额不超过 150 万元。

3. 全面优化跨境电商营商环境

《措施》提出，广州将充分推动海关、税务、外汇等部门创新监管措施，打造便捷的业务操作场景，全面优化跨境电商营商环境。

例如，在优化监管协作机制方面，《措施》提出建立商务、海关、税务、外汇等跨部门协作会商机制。积极向国家有关部委申请开展跨境电商宠物食品和 OTC 药品进口试点等，拓宽进口商品品类。

在创新海关监管服务方面，《措施》提出优化完善跨境电商出口货物拼箱作业模式，探索跨境电商出口前置仓监管创新，持续推进出口拼箱货物“先查验、后装运”监管试点。

税收政策方面，《措施》提出精简优化办税流程，缩短退税时效，降低企业资金压力。引导实际经营单位通过广州跨境贸易电子商务公共服务平台留存信息，让实际销售单位能享受相关税收优惠政策。

4. 加大跨境电商金融和人才支持

跨境电商高质量发展，离不开完善金融的服务和成熟人才体系。

为加大跨境电商的金融支持，《措施》提出，支持金融机构为跨境电商企业提供高效、便捷、安全的跨境资金结算服务。支持银行对接中国（广州）国际贸易单一窗口阳光收结汇系统，以中国（广州）国际贸易单一窗口出口数据进行线上跨境收汇。支持符合条件的外综服企业代办跨境电商出口收汇。鼓励金融机构开展跨境人民币业务。

在加大跨境电商人才培养引进方面，《措施》鼓励有条件的普通高校、职业院校及技师学院开设跨境电子商务专业，在技术技能人才培养、专业课程设置、职业技能等级认定以及产教融合实训示范基地平台建设等方面给予政策支持。吸引高端人才投身跨境电商发展，通过举办广州跨境电商国际人才双选会等相关活动，为跨境电商企业提供国际化、专业化人才。南方+记者 黄舒旻

来源于：南方网

https://news.southcn.com/node_54a44f01a2/3bc97375b4.shtm

1

二、业内动态

(一)亚马逊将推出低价商品垂直网站、阿里国际站半托管正式上线、速卖通推出“海外托管”……跨境电商一周看点！

1. 企业资讯

◆亚马逊向印度子公司注资 83 亿卢比

亚马逊的印度子公司—亚马逊卖家服务公司，已从其美国母公司获得 83 亿卢比（约合 1 亿美元）的注资。根据监管文件，此次注资涉及以每股 10 卢比的价格发行 8.3 亿股股票，其中超过 99.5%的股票分配给 Amazon Corporate Holdings Pvt Ltd，一小部分发行给了 Amazon.com.inc Ltd。

◆亚马逊将在印度推出新的低价商品垂直网站

亚马逊公司将在印度推出 Bazaar 商店，主要销售低价的无品牌时尚和生活方式产品。该网站开始接受卖家入驻，并要求后者列出价格低于 600 卢比的无品牌产品，包括服装、手表、鞋子、珠宝和行李箱。交货期可能为两到三天。

◆亚马逊英国站推出 EPR 代付服务

亚马逊英国站日前发布公告称，亚马逊的生产者延伸责任（EPR）代付服务现已在英国推出。亚马逊官方表示，对于 2024 年及以后卖家在 Amazon.co.uk 上的空包装销售和包装商品销售，亚马逊在英国不收取代付款服务的年度服务费。但是，对于卖家自 2024 年 4 月 1 日起在 Amazon.co.uk 上销售的所有包装商品和空包装，亚马逊保留向卖家收取亚马逊代表卖家支付的生态贡献费的权利。如果卖家不在

英国注册并在 Amazon. co. uk 上销售包装商品或空包装，亚马逊将考虑卖家的相关销售报告义务，并且卖家将自动注册亚马逊的代付服务。

◆亚马逊美国站推出视频帖子功能

亚马逊全球开店宣布帖子工具已更新，短视频功能正式上线，现在起，在帖子中可发布 60 秒以内 9:16 竖版短视频，包含一个简短标题，所展示的商品会固定在画面底部。该功能无需额外付费，目前已在美国站上线。

◆TikTok 推出全新达人营销解决方案

TikTok for Business 出海营销发文宣布，TikTok for Business 出海业务中心联合 TikTok Creator Marketplace 推出了“TikTok Premier Selection”达人营销解决方案。

◆2023 年 TikTok 电商东南亚地区 GMV 占比 90%以上

Yipit Data 数据显示，2023 年 TikTok 电商东南亚地区 GMV 占比 90%以上，其中印尼、泰国、越南、菲律宾、马来西亚分别约占 28%、22%、17%、12%、11%；美国市场自 2023 年上线以来获得高增长，截至 2023 年底 GMV 占比约 8.6%，英国占比约 1.2%。

◆TikTok 印尼商户总数已破 15 万大关

招商证券对 TikTok 电商业务进行了深度调查，研究结果显示，尽管印尼市场风浪不断，但 TikTok 还是凭借其流量优势显著赋能电商业务，截至 2023 年年底，TikTok 在印尼市场的商户数量已经突破 15 万家，断层领先其他站点。

◆TikTok 半闭环电商业务上线 8 大国家

TK 增长会报道称，目前 TikTok 已经上线半闭环挂车账号。目前内测上线国家：德国、法国、西班牙、意大利、加拿大、澳大利亚、日本和韩国。预计未来有可能新开更多国家，覆盖南美、中亚、东南亚、新西兰等地区。

◆TikTok Shop 全托管情人节大促 英国市场订单量增长 132%

TikTok Shop 全托管情人节大促收官。美国市场支付 GMV 增长 116%，内容场 GMV 增长 117%，商城场 GMV 增长 110%，超级单品 GMV 增长 167%；英国市场支付 GMV 增长 137%，内容场 GMV 增长 151%，商城场 GMV 增长 138%，订单量增长 132%。

◆TikTok 推出全新达人 IP 项目 进一步提升品牌达人营销效率

TikTok for Business 出海业务中心联合 TikTok Creator Marketplace 推出了“TikTok Premier Selection”达人营销解决方案，项目将基于平台数据策略优势和服务商生态运营能力，为出海广告主提供从科学前筛、定制品效策略、履约服务到人群复投在内的一站式达人营销服务招商方案，并整合优质的平台资源，助力出海品牌达人营销的提质增效。

◆阿里国际将通过投资做大速卖通 Choice 规模

官方数据显示，阿里国际数字商业集团（阿里国际）12 月财季收入同比增长 44%至 285.16 亿元人民币，连续 6 个财季胜预期。阿里国际所有零售平台强健增长之际，业绩特别提及 AliExpress 跨境业务 Choice，其订单持续高速增长，成为阿里国际的业务亮点。

◆阿里国际站半托管正式上线

阿里国际站半托管已在美国、加拿大、墨西哥、英国、德国、法国 6 国正式上线。参与半托管的商品被打上了“Alibaba Guaranteed”的标签，并标注出准确送货时效、一口价以及售后保障等内容，以吸引更多现货买家。

◆拼多多 Temu 韩国注册用户半年激增近 10 倍

根据韩国移动市场调查公司 WiseApp 的统计，拼多多海外版 Temu 的韩国注册用户数量已从去年 8 月的 52 万增加到今年 1 月的 570 万，在半年时间里增加了近 10 倍。

◆Temu 日本用户每月增长 220 万人

Temu 在日本 1 月的用户人数超过了 1500 万人。该电商进入日本约半年时间，已经达到日本领先三大电商平均值的 5 成以上。自 2023 年 7 月正式开展服务以来，每月用户人数以 220 万人的规模增长。服装平台 SHEIN 的用户人数也超过日本的知名服装电商平台 ZOZOTOWN。在日本消费者越来越节约的背景下，凭借低价和品质，成为日本现有电商的威胁。

◆Temu 以色列站点 1 月访问量 476 万次 增长 37%

根据 SimilarWeb 的数据，2023 年 9 月，Temu 以色列站的访问量达到 27.5 万次。接着到 10 月份，访问量翻了一番，达到了 51 万次。11 月份 Temu 的访问量下降至 42 万次。不过，到 12 月份，其访问量又飙升至 347 万次。这种上涨趋势一直延续到 2024 年，今年 1 月份，Temu 的访问量增长了 37%，达到 476 万次。业内人士认为，Temu 以色列站访问量的大幅增长主要归功于谷歌搜索和平台的付费推广。12

月份，以色列人在谷歌上访问 Temu 的热门搜索词与电热毯和围巾等冬季产品有关。

◆ eBay 美国站将改进 Streetwear 认证流程

eBay 美国站日前发布通知称，将对 Streetwear 认证流程进行改进。据介绍，目前 Streetwear 认证流程包括 2 个步骤，第一步是认证，第二步是列表准确性。在某些情况下，物品可能是正品，但 eBay 的专家发现该物品与列表中的描述存在差异。发生这种情况时，eBay 会告知买家差异是什么，并让买家有机会继续交易或将商品退还给卖家。

◆ 速卖通托管模式扩大招商 推出“海外托管”

速卖通近期正在进行“海外托管”的预招商。这是继全托管、半托管后，速卖通推出的又一新模式。招商资料显示，“海外托管”主要是面向备货海外的商家提供经营托管服务。

◆ Ozon 为 250 克以下商品推出新物流费

Ozon 下周将推出新的物流运费，专为重量达 250 克以下的商品设计。这些变化旨在提高轻小件商品运输的成本效益，为卖家在平台上的商品提供了机会。这些商品的最高费率将定为 1.68 美元，提供从 0.50 美元起的更加优惠的运输选择。

◆ Shopee 官方钱包上线交易明细查看功能

为了给卖家提供更优质的收款服务，Shopee 官方钱包（Shopee Pay）已上线交易明细查看功能，在主页新增入口“交易明细”，支持卖家查看该商户下（过去 1 年内）所有店铺的各类交易明细，包括

提现/供应商付款、收入、权益卡、和提前回款。

◆1688 今年 1 月跨境 GMV 同比提升 1.5 倍

1688 发布 1 月成绩单，数据显示，2024 年 1 月，跨境 GMV 同比提升了 1.5 倍，跨境订单数同比提升了 1.2 倍，跨境交易买家数同比提升了 1.1 倍。

◆东航与 SHEIN 全面深化战略合作

东航与全球领先的时尚和生活方式在线零售商 SHEIN 全面深化战略合作，旗下东航物流与 SHEIN 签署战略合作备忘录。双方坚持优势互补、互利共赢，将通过丰富航线网络、扩大包机业务、加强华南及海外市场物流布局等方式深化合作。

◆子不语：预计 2023 年净亏损约 2.4 亿元-约 2.9 亿元

子不语近日在港交所公告，相比 2022 年净利润约 1.11 亿元，集团预计 2023 年录得净亏损介乎约 2.4 亿元至约 2.9 亿元。报告期间，集团完成战略及优势产品的梳理，将资源集中在爆款商品以提高存货周转率，并对部分周转较慢的存货进行清理，从而导致存货减值计提金额增加。

◆连连国际：截至 1 月底服务的 OTA 用户总交易额环比增长超 53%

连连国际透露，截至 1 月底，其服务的在线旅游提供商 (OTA 平台) 用户总交易额环比增长超 53%。具体从付款币种来看，欧元、港币付款分别环比上升超 139%、32%；整个东南亚地区的付款交易量均有较大幅增长，其中泰币环比增长达 64%，马来西亚币环比增长 88%。

◆连连数字赴港 IPO 完成备案 拟发行不超过 2.06 亿股境外上市普通股

日前，中国证监会国际合作部发布了关于连连数字科技股份有限公司（简称“连连数字”）境外发行上市备案通知书，连连数字拟发行不超过 2.06 亿股境外上市普通股并在香港联合交易所上市。据悉，连连数字是中国率先在全球范围内提供全面支付解决方案的数字科技公司之一，主要提供数字支付服务（包括收款、付款、收单、汇兑、虚拟银行卡及聚合支付等）及增值服务（数字化营销、运营支持、引流服务、账户及电子钱包、软件开发服务等），以赋能全球贸易活动，提高资金与信息的流动效率。

◆店小秘收购合规申报平台“跨信通”

跨境电商服务商店小秘近日宣布收购合规申报平台深圳跨信通科技有限公司多数股权。此次被收购方跨信通成立于 2017 年，长期为欧美跨境卖家提供全球 VAT 税务、产品合规、知识产权、工商注册等服务。

◆店小秘 ERP 对接 Temu 半托管 支持产品刊登

跨境 SaaS 电商服务商店小秘宣布，为了帮助卖家更好开拓美区电商市场，店小秘 ERP 已经率先对接 Temu 半托管，支持产品刊登，提高店铺运营管理效率，帮助 Temu 卖家实现出海业务增长。跨境卖家可以快速采集 30+平台的产品，批量编辑价格、库存等关键信息。同时支持同步 Temu 平台上的产品，多店铺的产品状态管理和信息管理功能，还可以快捷修改在线产品的库存信息。

◆跨境电商产业金融服务商“同舟互联”获天使轮融资

迈豹云数（深圳）有限公司母公司深圳市同舟互联科技有限公司近日获得福田资本、启赋资本投资。此次投资将进一步助力迈豹云数升级跨境电商产融一体化平台，构建跨境电商数智化生态圈。

◆2023 年荷兰电商 Bol.com GMV 同比增长 4.9%至 58 亿欧元

荷兰在线平台 Bol.com 的母公司发布了 2023 年财报。由于第三方卖家销售强劲，Bol.com 的收入和 GMV 均实现增长。与 2022 年相比，2023 年 Bol.com 的销售额增长了 7.3%，达到近 30 亿欧元。其 GMV 也同样喜人，达到 58 亿欧元，与上年相比增长了 4.9%。

◆非洲电商 Jumia 2023 年营收 1.86 亿美元

非洲电商 Jumia 近日公布了截至 2023 年 12 月 31 日第四季度及全年财务业绩。数据显示，2023 年第四季度，Jumia 营收 5900 万美元，同比下降 2%，按固定汇率计算增长 28%；GMV 为 2.33 亿美元，同比下降 8%。

◆Wayfair 2023 年营收 120 亿美元 活跃客户总数达 2240 万

Wayfair 公布了截至 2023 年 12 月 31 日的第四季度和全年财务业绩。2023 年全年，Wayfair 总净收入为 120 亿美元，减少 2.15 亿美元，同比下降 1.8%。其中，美国市场净收入 105 亿美元，增加 1800 万美元，同比增长 0.2%；国际市场净收入为 15 亿美元，减少 2.33 亿美元，同比下降 13.3%。

◆西班牙电商 Miravia 启动 MEGA 级春季大促

Miravia MEGA 级春季大促即将开始。本次活动商家报名截止至

2024 年 2 月 23 日 23:59:59（西班牙时间），活动举办时间为 2024 年 3 月 7 日 - 3 月 12 日（西班牙时间）；活动涉及品类有日用百货、消费电子、时尚服饰、快速消费品。

◆波兰电商 Saleor 完成 800 万美元种子轮融资

波兰电商 Saleor 在种子轮融资中筹集了 800 万美元（740 万欧元），欧洲电商巨头 Zalando 是投资者之一，此次注资将用于推动 Saleor 进一步增长。目前，该公司已经举行了种子轮融资。

2. 国内资讯

◆春节期间我国跨境电商进出口交易额达 327 亿元

今年春节期间（2 月 10 日-2 月 17 日）我国跨境电商进出口交易额达 327 亿元，同增 5.08%。出口方面，知名跨境电商均推出“春节不打烊”活动，TEMU 为参与该活动的卖家提供平台的流量扶持和年后库存优先特权，tiktok shop 也推出商家春节激励政策，助力春节经营。

◆2023 年河南保税物流园区实现跨境电商进出口交易额 193.4 亿元

2023 年是共建“一带一路”倡议提出十周年，河南保税物流园区发挥平台优势，帮助企业拓展海外市场，实现跨境电商进出口交易额 193.4 亿元，进出口单量达 6021 万单。

◆深圳：深化跨境电商综合试验区建设，大力发展“跨境电商+产业带”模式

据深圳市商务局消息，《深圳市推动外贸稳规模稳份额稳增长工作措施》近日印发。其中明确，推动跨境电商健康持续发展。深化跨境电商综合试验区建设，大力发展“跨境电商+产业带”模式，支持品牌效应明显、产品标准化程度高的工业企业通过“第三方平台+独立站”开展跨境电商出口业务。

◆国内首条金砖城市跨境电商空运专线进出口货物超 1.7 万吨

据厦门海关消息，国内首条金砖城市跨境电商空运专线“中国厦门-巴西圣保罗”开通以来，累计往返航班 234 架次，进出口货物超 1.7 万吨。其中出口跨境电商包裹 1678 万件，主要有服装箱包、电子产品；进口主要有水产、水果等生鲜产品，累计达 6375 吨。

国际资讯

◆2023 年俄罗斯在线销售额近 6.4 万亿卢布

俄罗斯互联网贸易公司协会公布了该国去年线上销售的一些数据。2023 年度，俄罗斯在线销售额接近 6.4 万亿卢布，相较 2022 年明显增长了 28%。这其中，96.9%的在线销售额来自俄罗斯国内，剩下 3.1%则是来自跨境电商。

来源于：中国中小商业企业协会跨境电商分会

<http://www.zkx.org.cn/shows/7/619.html>

（二）跨境电商创新突破焕发新活力

在技术创新、模式创新、监管创新的加持下，跨境电商正在成长为国际贸易的重要力量。在自贸试验区、跨境电商综合试验区持续释放政策红利、优化服务体系的同时，AI 等新技术的赋能不断提升跨境贸易的数字化水平，多方合力之下，跨境电商正在加速形成具有国际先进水准的特色产业集群，在中国制造企业品牌与渠道建设等方面发挥重要作用。

1. “电商+AI”有望重塑外贸方式

人工智能技术和跨境电商新业态正在重塑外贸方式。记者通过一线调研了解到，如今跨境电商已成为不少外贸企业获取订单的重要渠道，在 AI 技术的加持下，跨境电商或对传统外贸方式产生深远影响。业内人士指出，跨境电商在中国制造企业品牌与渠道建设等方面将发挥重要作用。

2. AI 技术加持跨境电商

“跨境电商是我们业务的重中之重。跨境电商直播可以让海外买家看到真实的店铺、工厂和产品，我们的每个业务员必须会做直播。”欧佩克机械设备有限公司总经理徐镜钱说。

“跨境电商”“直播”“AI”等成为不少外贸企业口中的高频词汇。部分企业表示，在 AI 技术的加持下，跨境电商或对传统外贸方式产生深远影响。

海关总署数据显示，2023 年，我国跨境电商进出口 2.38 万亿元，

同比增长 15.6%。

“元旦假期，我们公司一直忙着跨境电商直播，不少海外买家趁假期为宠物置办新用品。2024 年，我们将继续加大跨境电商直播方面的业务布局，把更多新产品推向国际市场，同时在与用户互动中了解需求，改进产品和开发新品。”宁波新东方工贸有限公司 CEO 朱秋城说。

“现在外贸企业最关心的是啥？是如何通过 AI 技术抢订单、抢流量。”深圳市脉威时代科技有限公司营销总监吴昕和说，“2023 年年初，我们每天都要直播近 10 个小时，而现在 AI 数字人能够代替我们完成全部的直播工作。”

佛山市顺德区杰芋家具有限公司总经理黄凯告诉记者，使用 AI 产品后，公司只需要两个小时就能够发布 100 款产品，大大提高了效率。“我们团队现在每天都在研究如何训练 AI 助手，使它更懂团队需求。”

“对于外贸人来说，2023 年是市场变化、技术变革的一年。今后，智能化和视频化将改变下一代外贸体验。”阿里巴巴国际站总裁张阔说。

“在 AI 等新技术的加持下，数字外贸正迎来更好的发展机遇。展望未来，AI 技术将与外贸深度融合，深刻改变传统外贸方式。”商务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊说。

3. 提升全球影响力

业内专家表示，以速卖通、SHEIN、TEMU 为代表的中国跨境电商平台全球影响力不断提升，正迈向高质量发展新阶段。今后，跨境电商在服务中国制造全球化品牌与渠道建设等方面将发挥重要作用。

“2023 年‘双 11’购物节期间，我们仅在跨境电商全托管店铺就卖出了 3 万多件单品，差不多是平时的 5 到 8 倍。”汽摩配国货品牌 CARE 有关负责人说，海外购物者参与“双 11”购物节的热情愈发高涨。

“在中国跨境电商平台全球影响力不断提升的背景下，海外消费者的购物习惯也逐渐被中国消费市场影响。”“以前都是中国消费者参与‘黑色星期五’等海外传统购物季，现在海外消费者也开始参与中国‘双 11’购物节。”采访中，不少外贸企业对记者感叹。

中国中小商业企业协会跨境电商分会会长、新蛋集团中国区常务副总裁陈刚指出，我国越来越多的企业，尤其是具有创新迭代能力的生产制造企业，更加注重拓展海外市场，通过跨境电商平台将产品销售到世界各地，打开了销路，也打造出品牌，这不仅为企业带来了更多利润和商机，也为海外消费者提供了更多消费选择。

“跨境电商是未来国际贸易转型发展的重要趋势，在服务中国制造全球化品牌与渠道建设等方面将发挥重要作用。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

4. 短板犹存亟待改善

业内人士同时表示，跨境电商行业发展短板犹存。

陈刚指出，跨境电商行业快速发展的同时，必须清醒地认识到，行业发展仍存在诸多问题与挑战，其中不乏物流成本高、支付手续繁琐、文化差异等问题，需要产业链上下游加强合作，共同推动行业健康发展。

谈及补齐跨境电商行业发展的短板，中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力提出以下几点建议：

第一，针对基础设施不够完善，需加大基础设施建设投入，提高通关效率，优化物流、信息流通道，降低企业运营成本，为跨境电商发展提供有力支撑；第二，针对海外仓功能和服务水平有待提升，需加强信息化建设和合规管理，建立完善的海外仓服务体系，推动整个供应链的优化和发展；第三，针对人才短缺问题凸显，需加大校企合作，建立完善的跨境电商人才培养体系，满足行业发展需求，引进和留住高素质人才；第四，针对法治环境尚待规范，需推动建立健全跨境电商法律法规体系，制定符合行业发展需求的政策法规，促进行业健康发展。（记者 丁雅雯 许坦 北京报道）

5. 陕西：跨境电商成自贸区产业集群名片

陕西是古丝绸之路的起点和“一带一路”重要节点。2017年4月，陕西自贸试验区正式挂牌成立，成为我国西北首个自贸试验区。6年多以来，陕西自贸试验区着力打造改革开放新高地，持续推进全

链创新、全面改革、全域开放；同时，陕西自贸试验区加快发展外贸新业态新模式，其中跨境电商“异军突起”引发业界关注。

6. 自贸区加快创新发展

近 800 项创新案例，36 项制度创新成果在全国复制推广，106 项在全省复制推广……6 年多来，陕西自贸试验区着力构建对外开放新格局，勇当改革先锋，不断推动开放能级和水平全面提升。

2023 年，中欧班列（西安）年度开行量突破 5000 列。西安国际港站成为全国首个中欧班列开行量达 2 万列的车站，平均每 100 分钟就有一列中欧班列从西安国际港站出发或到达。

围绕中欧班列，陕西自贸试验区探索总结了“铁路提单融资”“全程统一运单”等一批改革创新经验，推动中欧班列开行量、货运量、重箱率等核心指标居全国前列。

在第七届丝博会期间举办的中国（陕西）自由贸易试验区高质量发展论坛上，爱菊粮油工业集团副总经理刘东萌表示，自贸区建设为企业“出海”奠定了坚实基础，陕西自贸试验区围绕中欧班列探索的“舱单归并”一票报关制度创新便是源于爱菊。“‘舱单归并’提高了企业通关效率，我们的报关单由 86 票缩减为 2 票，通关费用也从 30100 元直降至 700 元。”刘东萌说。

记者了解到，铁路运输方式“舱单归并”新模式是指企业同一品名、同一规格、同一合同、同一公司、同一批次的大宗进口货物，同类别归并成 1 个舱单，企业报关时也仅需要填写一份报关单即可，节

省时间提高了工效。

西安海关综合处处长戴素霞介绍，陕西首创的铁路运输舱单归并新模式，节约企业报关成本达 90%以上，相关经验也在全国得到复制推广。目前，西安海关正聚焦贸易通道建设、开放平台建设、营商环境、开放与安全等四大方面，深度融入共建“一带一路”大格局。

跨境电商“异军突起”

陕西自贸试验区成立以来，着力培育创新发展新动能，加快发展外贸新业态新模式。其中跨境电商“异军突起”，成为自贸区产业集群中亮眼的名片之一。

元朝辉和阿妮塔这对夫妇是共建“一带一路”的见证者。自 2015 年创办跨境电商企业以来，元朝辉和阿妮塔的业务不断发展壮大。

“‘一带一路’让中国内陆城市成为开放高地，为企业发展外向型经济提供沃土，让我们能够迅速成长。”阿妮塔说，目前他们创办的跨境电商业务已覆盖中国、俄罗斯和中亚多国。

作为陕西自贸试验区功能片区之一的西安浐灞国际港围绕“建设丝路电商中心”，已引进菜鸟国际、极兔国际、叮当快药等 3 家估值过百亿元的全球独角兽企业。同时，西安浐灞国际港大力发展跨境电商直播产业，围绕中央商务区打造“一带一路”电商创新中心，引进 14 家龙头直播电商企业，打造集国内直播、跨境直播、短视频制作、主播培训为一体的直播电商生态圈。

综合性跨境电商产业园区加速发展，跨境电商全国集结中心建设如火如荼，“跨境电商”专列顺利开行……除建设跨境电商产业集群

外，陕西自贸试验区还持续着力打造产业发展新引擎，促进产业链、供应链、价值链的全方位升级。目前，陕西自贸试验区内服务和技术交易额突破 200 亿元，并率先实施集成电路设计企业全程保税业务试点，形成了完整的产业链条，集聚相关企业达 1100 多家。

政策红利进一步释放

打造“海外人才创新创业服务中心”；创新国际货物机坪“直提直装”、加工贸易“云报核”等系列便利化举措；打造“通丝路”跨境电商人民币结算服务平台……近年来，陕西自贸试验区从人员、物流、资金等多要素发力，打造营商环境新样本，有效激发经济活力。

戴素霞介绍，针对优化营商环境，西安海关积极优化 16 条措施，为陕西企业量身定制 28 条细化措施，从跨境贸易便利化、促进企业减负增效和外贸创新发展等层面，进一步释放政策红利。

“首先减单证，在进出口环节监管证件从 86 种减少至 41 种，通关手续不断简化；其次优流程，我们推出空港口岸‘机坪直提’监管模式和铁路口岸车边‘抵港直装’监管模式；最后降成本，我们深化原产地签证改革，加强 RCEP 政策宣传，引导企业充分利用关税减免政策，推动跨境贸易成本不断降低。”

“过去货物离境后才能申请退税，从发货到拿到退税资金，常常需要好几周时间。”陕西海牛国际贸易有限公司物流部部长刘程说，“现在货物只要装上中欧班列（西安），离开车站就能办理退税，大大减少了企业资金成本。”

陕西省商务厅副厅长、省自贸办副主任翟北秦说：“下一步，我

们将着眼为扩大高水平开放破题，为构建新发展格局探路，为推动高质量发展赋能，全面实施自贸试验区提升战略，加速推进高水平制度型开放，为建设内陆改革开放新高地、打造高能级开放平台贡献自贸力量。”（记者 雷肖霄 西安报道）

山西：跨境电商全模式运行开拓新通道

近日，首批次 1.5 吨直邮包裹经太原武宿综合保税区 9610 跨境电商仓库出口线顺利通关，经太原至芝加哥货运航班直接投送到美国消费者手中，标志着山西省跨境电子商务一般出口（海关监管方式“9610”）实现零的突破，同时也标志着太原武宿综合保税区实现了跨境电商“9610、9710、9810、1210”全模式运行。数据显示，2023 年度，太原武宿综合保税区监管跨境电商包裹超 4 万件，同比增长超四成。

2020 年初，太原获批山西省首个跨境电商综试区城市后进入较快发展阶段，跨境电商公共服务平台同步开始建设。目前，全省共有太原、大同和运城 3 个跨境电商综试区，共认定省级跨境电商示范园区 4 个、省级跨境电商示范企业 7 家，引进培育各类跨境电商经营主体 400 多家，业务范围覆盖太原、大同、长治、阳泉、运城、忻州、晋城等地市，目前已形成零售监管与货物监管同步推进，B2C 与 B2B 双轨运行的业务格局。

“区港联动”打通出口新通道。太原海关所属武宿海关、太原机场海关同向发力，通过持续的内部流程优化，“让数据多跑路、让企业少跑腿”，充分发挥叠加综保区政策与航空口岸物流通道优势，实

现了跨商包裹在综保区内办结通关手续，直接运抵航空口岸出境，打通了内陆综保区与口岸间的直通通道。

晋宝嘉公司（武宿综合保税区 9610 跨境电商仓库运营方）总经理苏亚伟表示：“对于跨商包裹来说，时间就是第一要素，区港联动使得企业能够将直邮包裹在 96 小时内送达消费者手中，我们将充分利用这一优势，实现 9610 模式常态化运行。”

多部门联动确保新业态高质量发展。太原海关聚焦加快培育外贸新动能，大力促进跨境电商发展，紧紧抓住“防风险、快通关”关键环节，强化企业信用管理，加强与跨商企业沟通宣贯，压紧压实主体责任，开展关企协同共治；完善基础设施配套，积极推进智能审图应用等“智慧海关”手段运用，将监管嵌入包裹流水线作业中，实现了每 10 秒 1 个包裹的快速通关；强化上下联动、部门协同，探索建立打击不实贸易、严防执法风险“1+6”工作法，防范“滞、瞒、逃、骗、害”风险，着力提高风险防控水平，确保新业态高质量发展。

“关地合作”助力山西特色农产品出口。2023 年 9 月，首列“太原-马德里”班列开行，运用“中欧班列+跨境电商”模式，服务山西运城特色农产品罐头远销海外。山西省跨境电商实现全模式运行后，省内外贸企业有了更多选择，海关工作人员发挥接触外贸企业和了解政策的优势，积极拓展知识宣贯。

汾西县康瑞莱生物科技贸易有限公司是省内最大的动物源性饲料加工出口企业，负责人师峰对上门宣讲的海关工作人员介绍的跨境电商业务表现出浓厚兴趣：“通过网上开店做跨境电商，直接把我们

的产品跟客户联系起来。从之前全国到处参展找客户，变成客户上网找我们，渠道更多元，同时还能打开零售业务的市场。”认真研究过“9610”模式后，在海关工作人员指导下，该企业完成了跨境电商平台注册，招录了跨境电商贸易业务员。“对于跨境电商贸易可能带来的业务增长，我们充满期待。”师峰说。（记者 王皓 太原报道）

源于：新华社客户端

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1791559498738773500&wfr=spider&for=pc>

（三）新机遇里看中国 | 跨境小包裹，闯出大商机

只需在电脑前点点鼠标，在手机上动动手指，坐在家中便能购入全球万千好货。

跨境电商，不仅让中国消费者方方面面“买全球”，也使中国商品漂洋过海“卖全球”。

开年以来，关于跨境电商的话题热度持续升温。

究其原因？在刚刚过去的 2023 年，我国跨境电商进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%。

在当前全球贸易下滑的背景下，跨境电商呈现逆势增长的趋势。

作为发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态，一个个跨境包裹，正在给千千万万中国商家带来海外新商机。

小包裹开启大市场

——国产好货成为海外“显眼包”

在刚刚过去的 2023 年，我国有 1.83 万亿元的货物通过跨境电商出口到世界各地，是五年前的 2.3 倍。

中国古老工艺的草编托特包、淘米水洗发露成了欧洲消费者的心头好。

海外养猫家庭中，来自中国的智能猫砂盆和自动喂食器成为新宠儿。

锂电池、太阳能电池也成了全球买家竞相下单的热门品。

——中小企业强势出海占“C 位”

2023 年，全球购物 App 下载量前十榜单中，中国电商占据半壁江山。

榜单背后，新的机遇随之而来。我国成千上万的中小企业，站到了国际“C 位”。

目前，我国跨境电商主体已超 10 万家，跨境电子商务综合试验区数量达到 165 个，从中心城市、省会城市向二、三线城市延伸。

我国跨境电商销售网络覆盖全球 220 多个国家和地区，跨境电商独立站建设超 20 万个。海外仓数量超过 2400 个，面积超过 2500 万平方米。物流、支付、快递等第三方服务商服务全球数十万客户。

2. 跨境出海 传统产业遇新机

得益于近几年电商平台功能的日趋完备、供应链更加快速灵活，让不少中小企业做起跨国买卖越来越便利，足不出户就能卖全球。记者在采访中发现，快速发展的跨境电商，正在为国内传统产业带来新变化。

——服装企业为何平添“新烦恼”？

记者来到湖北天门的一当家服装厂时，工人们正在抓紧赶制一批春节前发往海外的订单。裁剪、缝制、质检、打包……一道道工序紧密衔接，每天的产量能达到 7000 件，还没来得及发货的包裹已经堆成了一座座小山。眼看着生产这么红火，服装厂的负

责人却很着急。

“产能还是不太足，订单量比较多，厂区规划不够，现在又在旁边建了一个新的厂区。”负责人于兵告诉记者。

建新厂，扩产能，是目前于兵最着急的事。然而让人没想到的是，这家成立只有两年多的服装厂，在当地已经开设了 25 个分厂，其中有 17 个都是去年刚刚投产的。于兵告诉记者，以前他在外地做服装贸易，2021 年底回到天门转型做跨境电商。在他看来，国内电商竞争激烈，海外市场空间会更大。但企业的发展速度还是大大超出了他的预料。第一年产值 7000 万元左右，第二年竟然直接翻了三倍，达到 2 亿多元！

将海外销售交给平台运营，企业只需专心生产。通过跨境电商线上接单，这家服装厂把 1000 万件服装卖到了全球 30 多个国家。迅猛增长的订单，使得这家服装厂今年还在扩建新厂，补充产能，追赶海外市场需求。

——抓住新机遇 企业组团出海抢市场

纺织服装是天门的传统支柱产业，全市服装经营主体超过 1 万家，大部分主要面向国内市场。记者发现，如今在天门，瞄准海外赛道的服装企业越来越多。两年前，当地开展跨境电商业务的服装企业数量仅是个位数，而如今，已经增长到超过 400 家。

新年伊始，这股席卷天门服装产业的“跨境热”还在持续升温。天门市商务局局长黄彩庭告诉记者，现在每天来咨询，打电话来的服装企业非常多，电话都“打爆了”。在他看来，这股“跨

境热”不仅是对天门大大小小服装企业是一次机遇，对于整个天门市服装产业转型升级、开辟海外新赛道都是一个很好的机遇。

那么如何抓住这个机遇？当地主管部门的反应很快，先是拉来各大跨境电商平台在天门开展招商推介，为服装企业讲解入驻流程和运营规则。同时，抓紧完善产业生态，一座集原料生产、服装加工、物流仓储为一体的跨境电商产业园，首批 10 万平方米的办公区在这个春节前就将开园迎客。

3. “跨境电商之都” 实力出圈的背后

如果说湖北天门的跨境电商发展属于处于起步的 1.0 版本，那么被称为中国“跨境电商之都”的深圳，则已经进入了规模化发展的 2.0 阶段。记者在采访中发现，作为我国跨境电商起步最早、企业聚集度最高的城市，深圳的跨境电商格局也在悄然发生着新变化。

——跨境热度持续升温

在深圳最近举行的一场跨境电商大会上，记者看到，有电商平台、采购供应链、物流仓储、金融支付等行业的数百家企业参会，能容纳千人的会场被坐得满满当当。不仅如此，会场外还就地搭起了展台，走廊里就开起了一场气氛热烈的业务洽谈会。不只是这一场大会火爆。记者了解到，元旦以来，在深圳关于跨境电商的各种交流会、发布会、推介会，几乎每天都在举行。

长期从事跨境电商市场研究工作的洪培林告诉记者，这一现

象并不多见。在他看来，春节前一个月左右的时间是属于跨境电商销售上的淡季，但是今年的元旦过后，明显感觉到市场的氛围特别热。这么多跨境电商活动举办，有这么多人迫切地期待去进行交流，本身就证明了许多企业在海外市场的确找到了自己发展的机会。

最新数据显示，2023 年深圳跨境电商进出口额超过 3200 亿元，同比增长超七成。

——跨境电商服务业快速崛起

在深圳，从事跨境电商物流服务的企业已经超过 3 万家，而放眼整个深圳，围绕跨境电商各项业务的服务企业总数已经达到了几十万家，庞大的服务体系，也正在给深圳的跨境电商产业注入源源不断地新活力。

记者来到深圳的一间跨境物流仓库时，大大小小的货车穿梭不停，工作人员正在忙着将一车车跨境包裹卸货。当天就有十万件货物要经这间仓库中转，乘船发往美国和加拿大。物流企业负责人黄立南告诉记者，她的公司专门承接跨境电商的海运业务，虽然公司规模不大，团队只有十几人，却在为上千家跨境电商出口企业提供物流服务。去年公司新开通了加拿大、意大利等多条航运专线，业务量增长了七成，发展势头很好。今年，她又计划在欧洲和美国设立海外仓，开展一件代发业务，将包裹一个一个分发到海外消费者手上。

从以往一个个集装箱发货，到如今一件件小包裹也能发往海

外。记者发现，像黄立南这样的服务商，服务的精细化程度越来越高。目前，深圳的跨境电商出口企业超过 15 万家，稳居全国第一。而围绕这些卖家所需要的通关、物流、结算、税务等等众多服务，一支数量更加庞大的服务商群体在深圳得到快速发展，也使深圳的跨境电商服务体系日益完备。

——各地纷纷出招 培育外贸新动能

当前，全国各地也都在出台实惠的政策，加大扶持力度，抓住这个新机遇。

上海支持共建共享海外仓，鼓励跨境电商中小微企业租用海外仓“抱团出海”；成都拿出真金白银大力招引跨境电商链主企业。杭州鼓励跨境电商企业加强知识产权保护，苏州鼓励各地发展跨境电商行业组织，支持成立不同形式的行业团体。

政策支持、上下游企业加速布局，跨境电商出海不断拓展出新航道。站在新一年的起点向前看，流动的包裹里，是共享中国大市场的机遇，更蕴藏着中国与世界紧密连接的未来。

中国电动两轮车 跨境驶向全世界

国内随处可见的电动两轮车，正在成为老外的“新宠”。超过 100 个国家和地区，消费者只要在家中看看网页、动动手指，一辆中国产的电动两轮车很快就能送货上门。作为全世界电动两轮车最大生产国，跨境电商的低成本、高效率、细分为厂商打开了境外的“蓝海市场”，中国品牌也被更多海外消费者熟知和认可。消费者与客服在电商网站上的便捷互动，也让厂商更加了

解不同国家的客户需求和流行时尚，对于产品的创新和本土化助益多多。

不仅可以网上“买”全球，更要网上“卖”全球，跨境电商正带领着我们开启线上“大航海”，它带动中国电动两轮车驶向全球，还将让更多企业、更多人拥有新机遇，新未来。

来源于：中国中小商业企业协会跨境电商分会

<http://www.zkx.org.cn/shows/7/609.html>

（四）跨境电商新春热闹开局！春节 8 天，交易额达 327 亿元！

春节，是中国老百姓最隆重的节日，也是观察中国经济发展的一扇重要窗口。

今年，积淀数千年历史的中国春节，被列入联合国假日。神州大地烟火气升腾，“百花齐放”争春忙。多个知名跨境电商平台也在这一期间推出了“不打烊”活动，Temu 为参与该活动的卖家提供平台的流量扶持和年后库存优先特权，TikTok shop 在物流服务保障卖家春节期间的正常运营，速卖通重点发展新晋热点“半托管”，接连推出了多项利好措施。为卖家提供了流量支持和优先特权，以助力他们在春节期间的经营。

数据显示，今年春节期间（2月10日-2月17日）我国跨境电商进出口交易额达 327 亿元，同增 5.08%。这一数据再次彰显了中国跨境电商市场的活跃度和增长趋势。

春节假期，中欧班列、远洋货轮昼夜穿梭，载着电子产品、衣帽服饰等“中国制造”奔向世界各地。诸多外贸企业争分夺秒，节日期间就出海跑展会、谈生意、拓市场，与国际同行共克时艰。拉美社报道称，中国对外贸易的脚步并未停歇。

有平台数据显示，在春节期间销售了包括国潮品牌的“新春盲盒”、红包、窗花、灯笼、中国结、春联等商品，这些商品在海外 100 多个国家热销，销量同比上升了 2.6 倍。特别是带有“中国龙”元素的相关玩具，销量环比上涨了 50 倍。

据报道，目前我国跨境电商销售网络覆盖全球 220 多个国家

和地区，跨境电商独立站建设超 20 万个。海外仓数量超过 2400 个，面积超过 2500 万平方米，物流、支付、快递等第三方服务商服务全球数 10 万客户。

作为货物贸易第一大国、140 多个国家和地区的主要贸易伙伴，中国始终拉紧与世界各国的经贸合作纽带，以开放合作之姿促进互利共赢。

来源于：中国中小商业企业协会跨境电商分会

<http://www.zkx.org.cn/shows/7/618.html>

注：若有侵权，请联系律协业务部删除。

深圳律协第十一届电子商务法律专业委员会 编委会成员

主任：雷涛（广荣所）

副主任：聂鹏民（瑞霆所）、李学军（深求意所）、杨洁【宝城（宝安）所】

秘书长：赵常乐（富群所）

副秘书长：邹睿（宝城所）

委员：费翼云【上海锦天城（深圳）所】、王旭明【北京德和衡（深圳）所】、王荻（广和所）、孔倩（一埠所）、朱江（楚圳所）、刘孝斌【北京盈科（深圳）所】、刘春花【北京大成（深圳）所】、李锋【北京盈科（深圳）所】、杨桂欣【北京盈科（深圳）所】、肖刚（鹏商所）、肖通（鹏乾所）、沈世闯（广和所）、宋颖怡【北京金诚同达（深圳）所】、张嶂【北京炜衡（深圳）所】、陈健基（诚公所）、罗飞（德崇所）、周乐洋（法迈所）、洪莎娜（涵宇所）、唐宏昌（宝城所）、唐艳（安山所）、黄渭灏【北京隆安（深圳）所】、熊敏辉（盛唐所）、郑晓吟【北京大成（深圳）所】、方坚（格祥所）

干事：王贝（竞德所）、崔月梅【北京道科特（深圳）所】、周海泐【连越（深圳）律师事务所】、刘钊（格祥所）、雷庄妍【北京盈科（深圳）所】

顾问：吴楚军（深圳润广网络科技有限公司）