



# 双循环新发展格局下 我国跨境电商发展形势分析

河南国际数字贸易研究院

# 目录

CONTENT



1

全球电子商务  
发展现状

2

我国跨境电商  
发展现状

3

疫情对跨境电商  
的机遇与挑战

4

跨境电商发展  
面临的阻碍

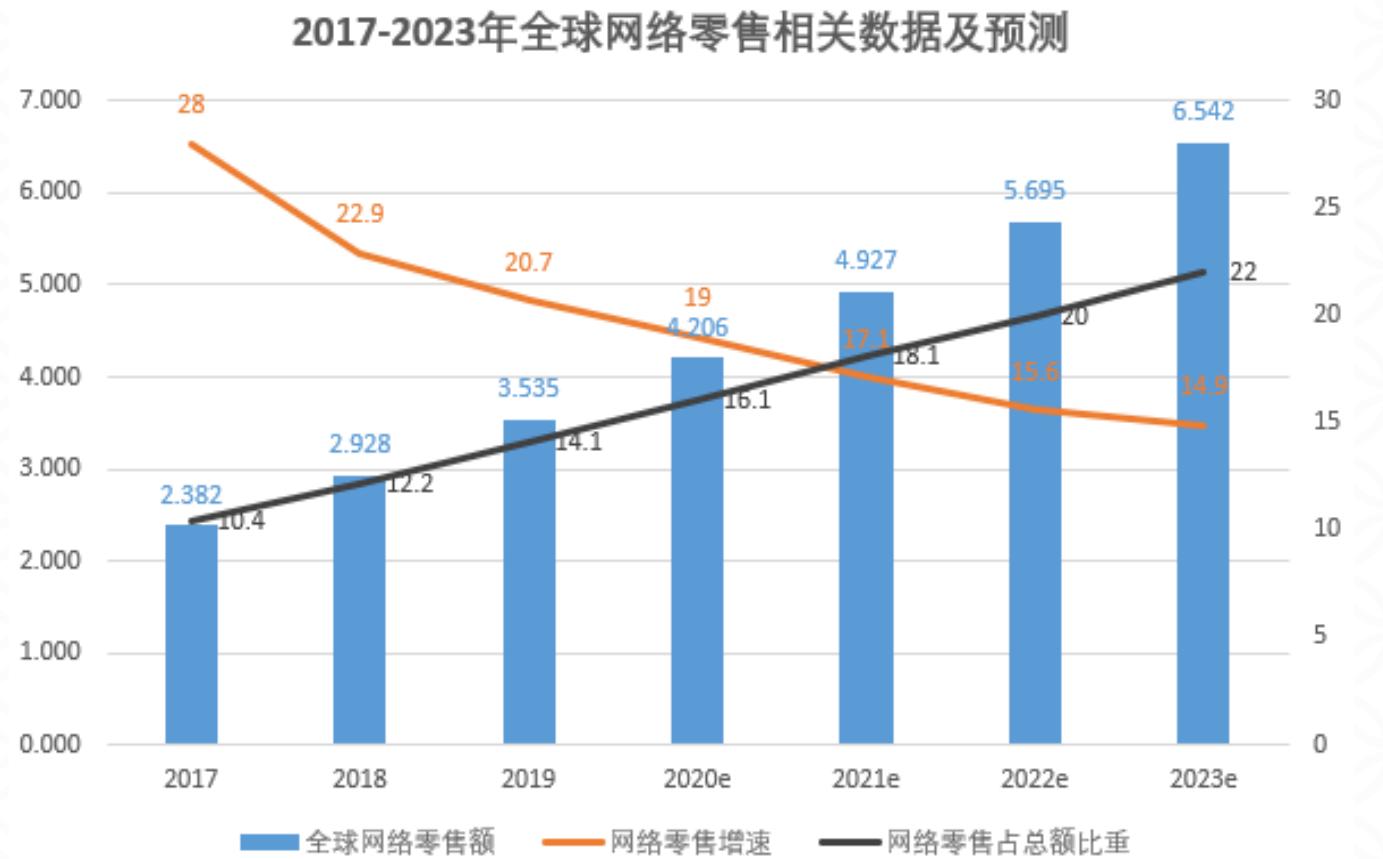
5

跨境电商发展  
趋势研判

# 01

## 全球电子商务 发展现状

## 1.1 全球电子商务市场规模不断扩大



全球电子商务快速发展，成为全球居民消费的重要渠道。据eMarketer估算，2019年全球网络零售交易额为3.535万亿美元，同比增长20.7%，**预计2020年为4.206万亿美元，增长19%**；同时，网络零售额占全球零售总额的比重（渗透率）不断上升，**从2017年的10.4%上升到2019年的14.1%，预计到2023年这一比重将达到22%**。

(数据来源：eMarketer, 2020)

## 1.2 亚太地区电子商务市场快速崛起

从区域来看，亚太地区是全球电子商务市场的集聚区和先行地。自2013年亚太地区成为全球最大网络零售市场以来，其年均增速始终保持在20%以上。据eMarketer统计，2019年亚太地区网络零售增速达到25%，高于全球平均水平4.3个百分点。在全球网络零售增速排名前10的国家中，有6个国家来自亚太地区，即韩国、印度尼西亚、马来西亚、中国、菲律宾、印度。

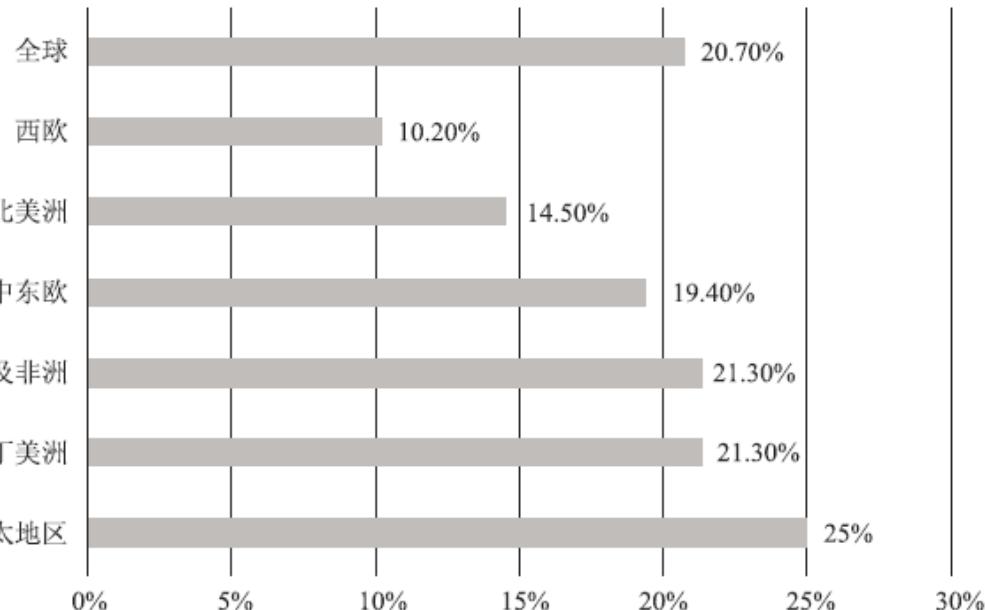


图 B-1 2019 年全球各地区网络零售增速

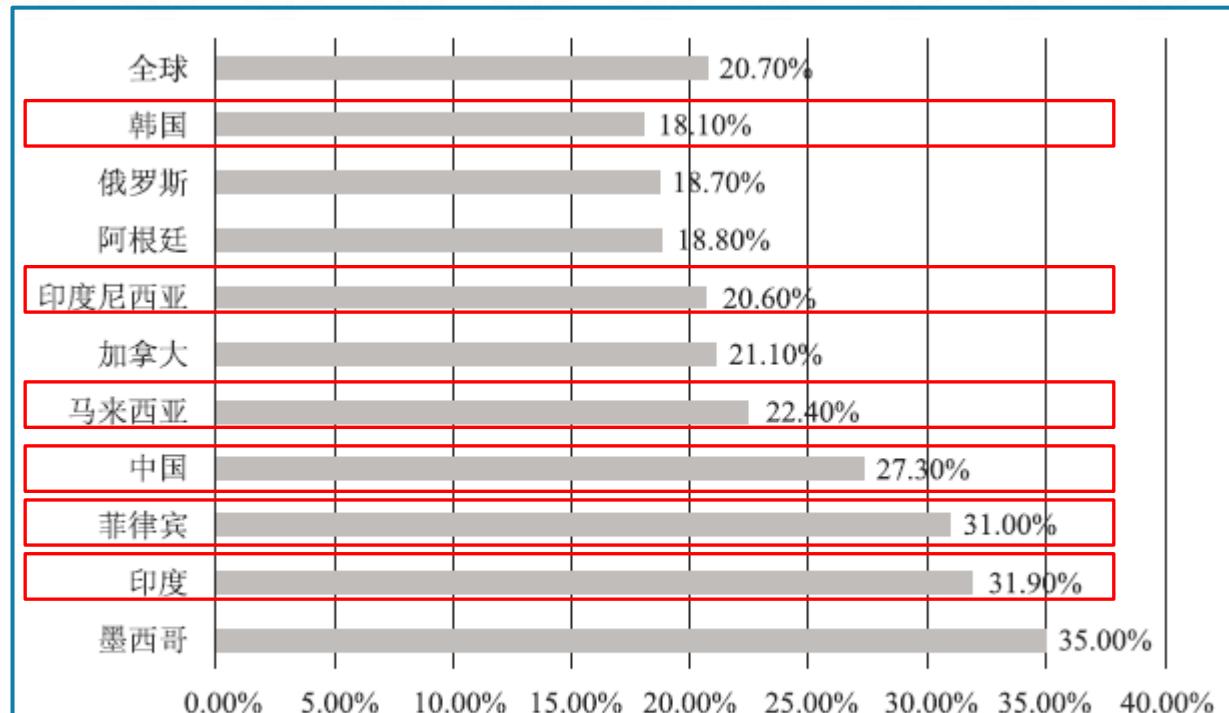


图 B-2 2019 年网络零售增速排名前十的国家

## 1.3 全球电子商务市场集中度较高

2019年全球零售电子商务市场规模排名前五（中国、美国、英国、日本和韩国）的国家占全球零售电子商务市场总额的**81.5%**；未来，这五大市场将占全球零售电子商务销售额的**85%**以上。

表 B-2 2018—2019 年网络零售市场排名前十的国家

(单位：亿美元)

排序	国家	2018 年网络零售总额	2019 年网络零售总额	2019 年增长率
1	中国	15201.0	19347.8	27.3%
2	美国	5148.4	5869.2	14.0%
3	英国	1279.8	1419.3	10.9%
4	日本	1109.6	1154.0	4.0%
5	韩国	876.0	1034.8	18.1%
6	德国	759.3	818.5	7.8%
7	法国	622.7	694.3	11.5%
8	加拿大	411.2	498.0	21.1%
9	印度	349.1	460.5	31.9%
10	俄罗斯	226.8	269.2	18.7%

资料来源：eMarketer

## 1.4 中美两国的全球性电子商务平台访问量高

从月均访问量来说，2019年2月，Amazon、eBay的月访问量远远超过其他电子商务平台，排在第3位的是我国的速卖通，京东全球购排在第7位。

表 B-3 2019 年 2 月全球月访问量排名前十的电商平台

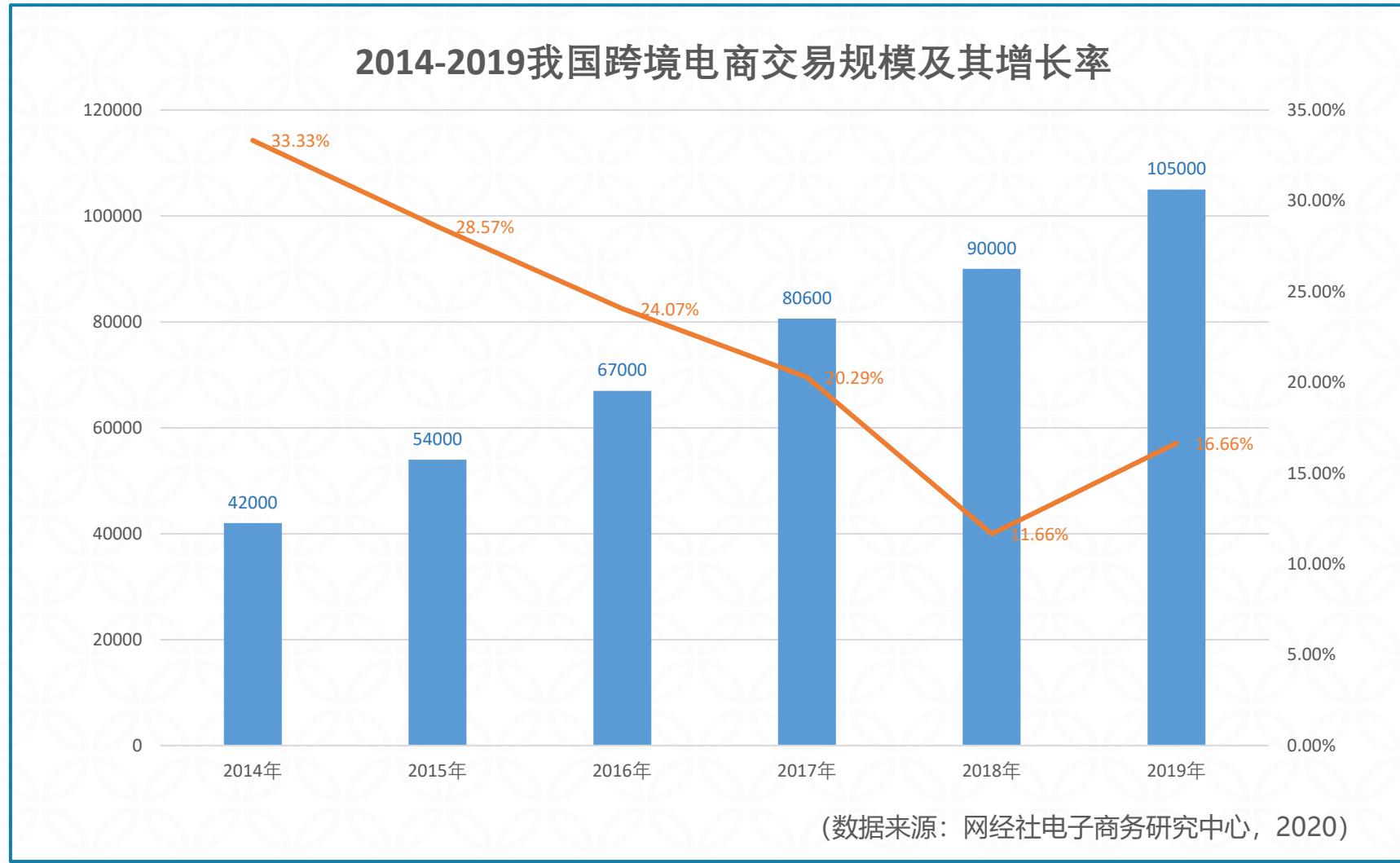
排名	平台名称	性质	产品品类	月访问量
1	Amazon	全球性	全品类	4.6B
2	eBay	全球性	全品类	1.8B
3	AliExpress	全球性	全品类	865.2M
4	Mercado Libre	南美洲	全品类	634.7M
5	Rakuten	全球性	全品类	384.9M
6	Walmart.com	北美洲	全品类	286.2M
7	JD Worldwide	全球性	全品类	264.0M
8	Tmall	东亚	全品类	202.5M
9	Shoppe	东南亚	全品类	195.4M
10	Allegro	欧洲	全品类	193.9M

数据来源：SimilarWeb

02

我国跨境电商  
发展现状

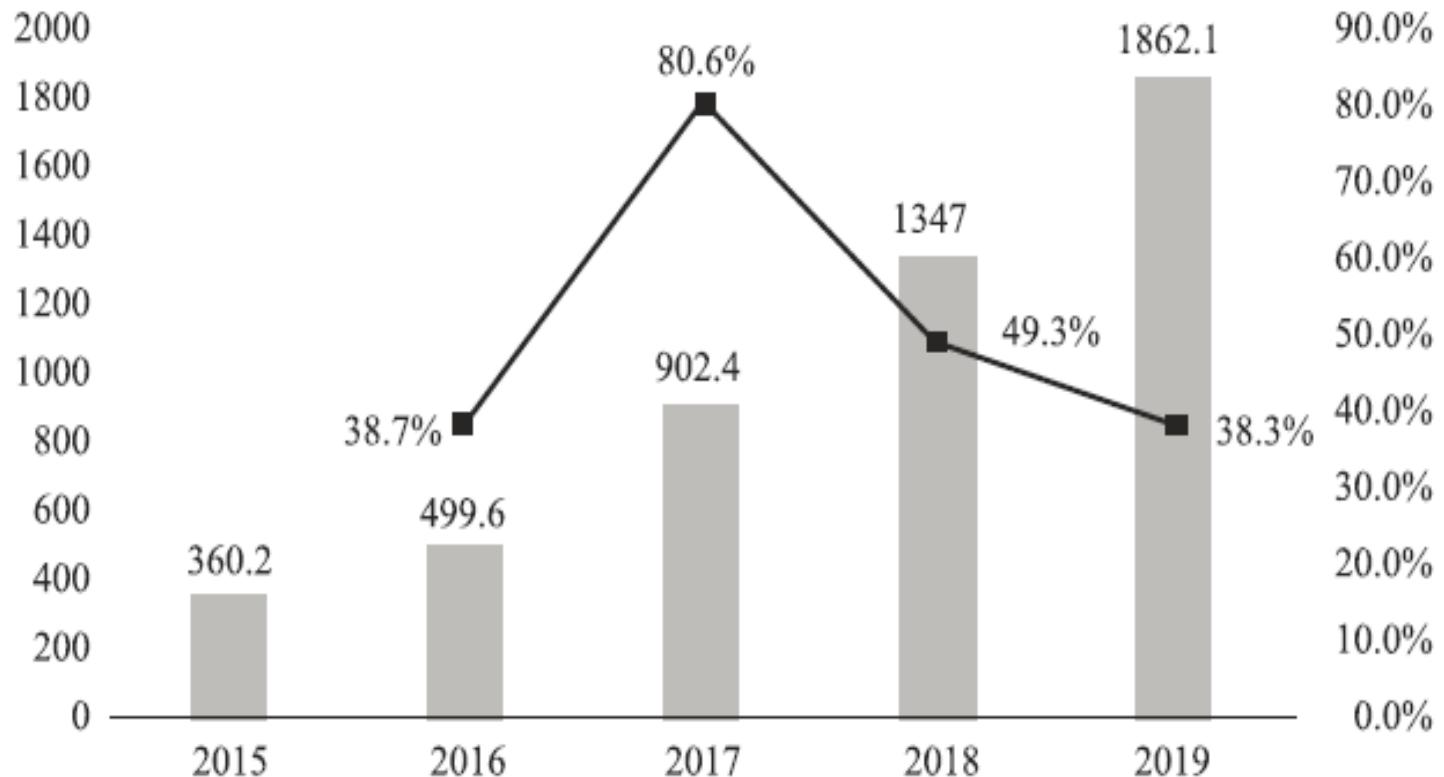
## 2.1 跨境电商市场规模持续增长



近几年，我国跨境电商行业  
交易规模整体呈上升趋势，  
2019年中国跨境电商市场规  
模达**10.5万亿元**，较2018年  
的9万亿元同比增长**16.66%**。

## 2.1 跨境电商市场规模持续增长

中国海关验放的跨境电商零售进出口总额及其增长率



- 2019年通过海关跨境电商管理平台的进出口总额达**1862.1亿元**，较上年增长**38.3%**；
- 通过海关跨境电商管理平台的进出口总额从2015年的360.2亿元增长到2019年的1862.1亿元，年均增速达**50.8%**。

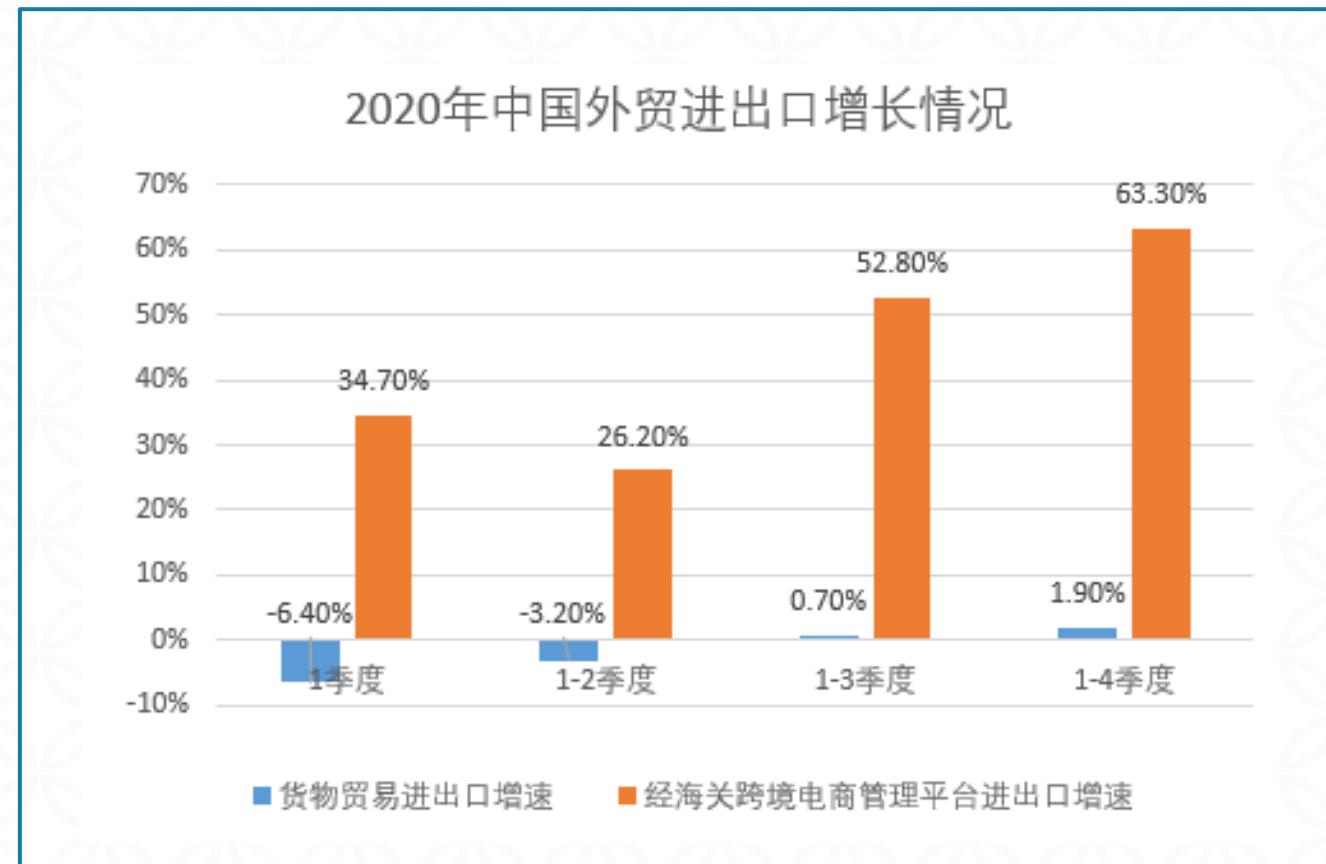
(数据来源：海关总署，2020)

## 2.1 跨境电商市场规模持续增长

受新冠肺炎疫情影响，2020年外贸进出口低迷，我国货物贸易进出口总值**32.16万亿元**，同比增长**1.9%**。跨境电商逆势增长，全年跨境电商进出口**1.69万亿元**，增长**31.1%**。其中，出口1.12万亿元，增长40.1%，进口0.57万亿元，增长16.5%。通过海关跨境电子商务管理平台验放进出口清单达**24.5亿票**，同比增加**63.3%**。

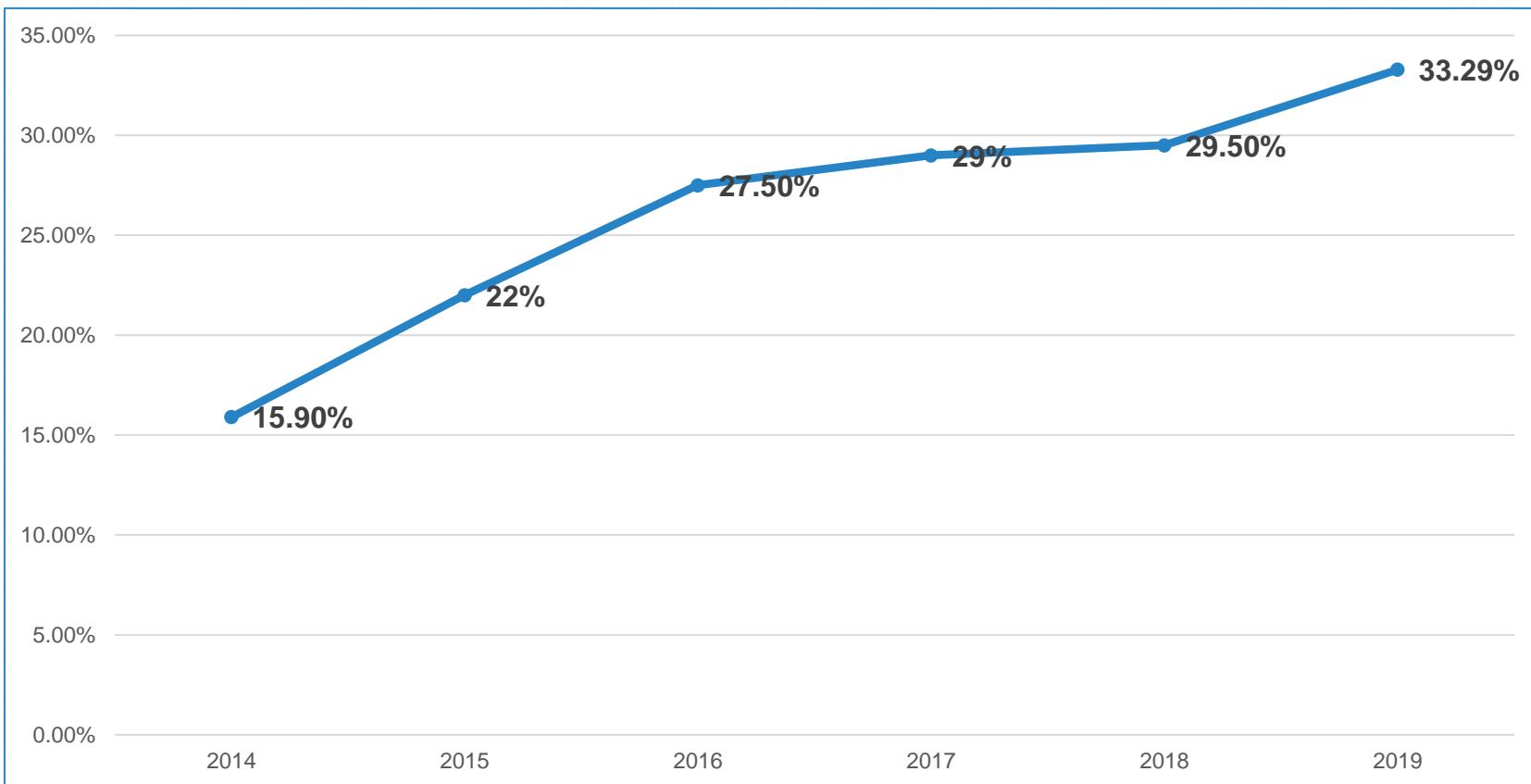
1.69万  
亿元

24.5  
亿单



## 2.2 跨境电商渗透率不断提高

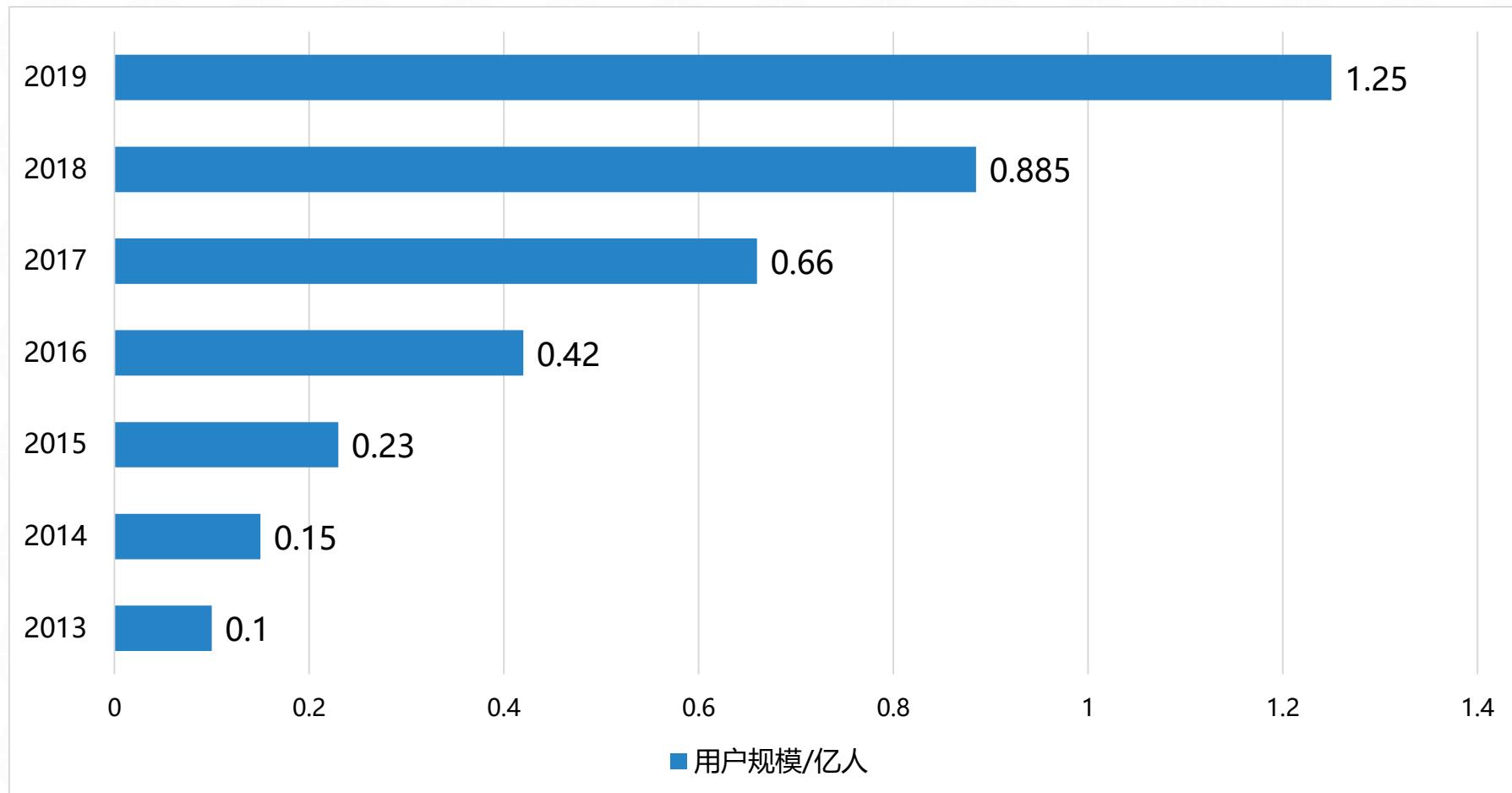
2019年跨境电商交易规模占中国进出口总值31.54万亿元的**33.29%**，渗透率相比2018年的29.5%，提升3.79个百分点。



(数据来源：网经社电子商务研究中心，2020)

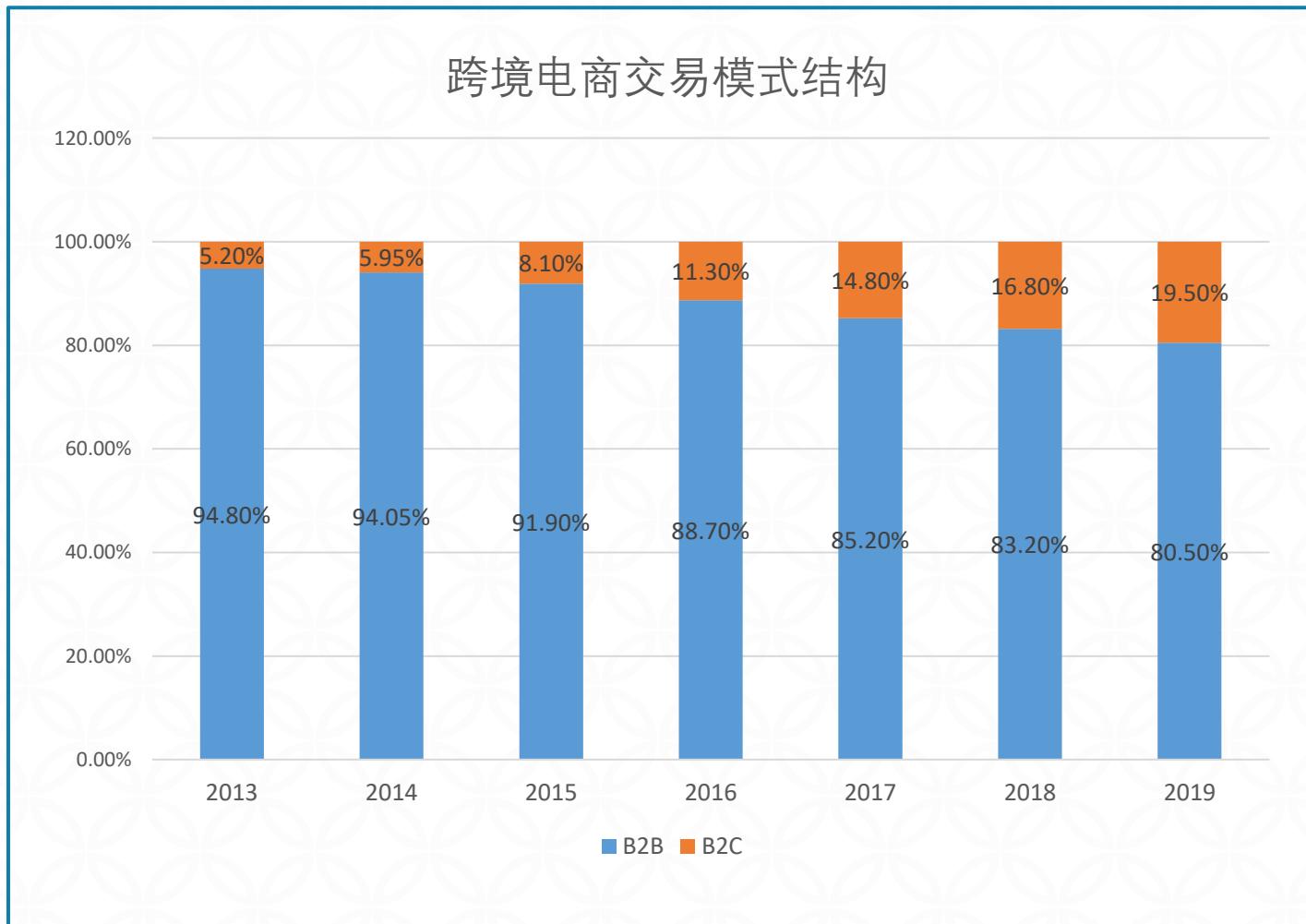
## 2.3 跨境电商用户规模不断增长

2019年中国进口跨境电商用户规模高达**1.25亿人**，同比上年的8850万人增长**41.24%**。



(数据来源：网经社电子商务研究中心，2020)

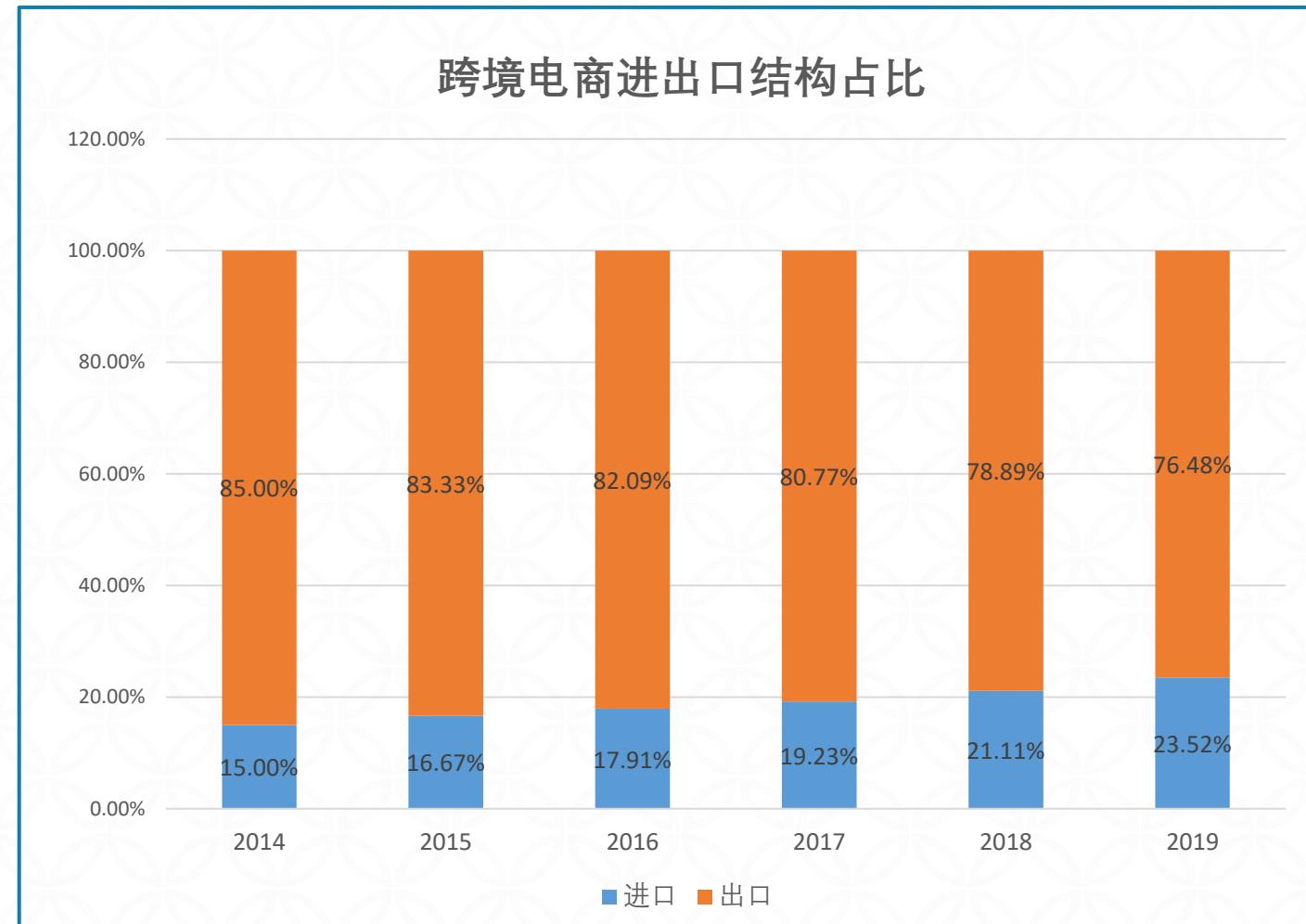
## 2.4 跨境电商交易模式- B2B占主导，B2C发展空间大



**2019年中国跨境电商B2B交易占比达80.5%，  
B2C交易占比19.5%，B2B跨境电商交易模式  
仍是当前主流交易模式。**

- 跨境电商交易模式结构上，进出口B2B占据八成的交易规模，因为跨境电商综试区主要的发展方向是以B2B为主。
- B2C交易模式占据近2成，随着跨境电商零售出口税收、零售进口监管等政策措施的实施，B2C模式受到行业重视和持续投入，每年以2-3个百分点的速度增长。

## 2.5 跨境电商进出口模式-出口占主导，进口增长迅速



(数据来源：网经社电子商务研究中心，2020)

2019年中国跨境电商出口交易规模8.03万亿元，占比达76.5%；进口市场规模2.47万亿元，占比23.5%。

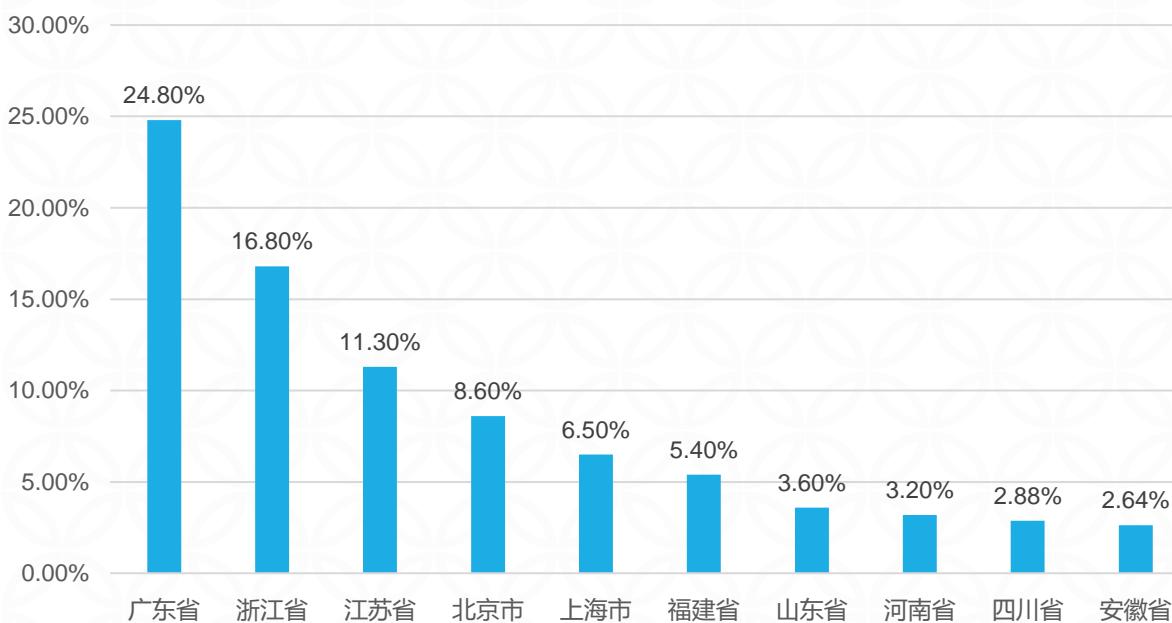
跨境电商交易结构中，进出口结构的占比总体较为稳定，但进口比例正不断扩大。

- 国际竞争优势显著提高，尤其是出口品牌建设成效也比较显著，我国对“一带一路”沿线国家以及拉美国家的出口比重提升，开拓新市场的成效明显。
- 跨境电商零售进口符合国际需求结构变化趋向于小额化、个性化的新特点，在满足国内消费者对国外商品个性化需求的同时，也可以带动国内同类产品产业的升级，对国内产业的发展和结构调整带来积极影响

## 2.6 跨境电商出口-集中在广东、浙江等沿海地区

中国跨境电商出口企业主要分布在沿海地区，其中广东、浙江等成为跨境电商出口企业最集聚的地区。广东和浙江逐渐形成以深圳、东莞为代表的跨境电商出口制造产业基地和以杭州、义乌、广州等为代表的跨境电商出口商贸中心。

2019年中国跨境电商出口企业地域分布TOP10省份  
(按企业数量)



据亚马逊全球开店和1688跨境专供爆款分析，近两年海外市场热销商品中，数码/电脑配件、女装、玩具、日用百货等品类较受欢迎。

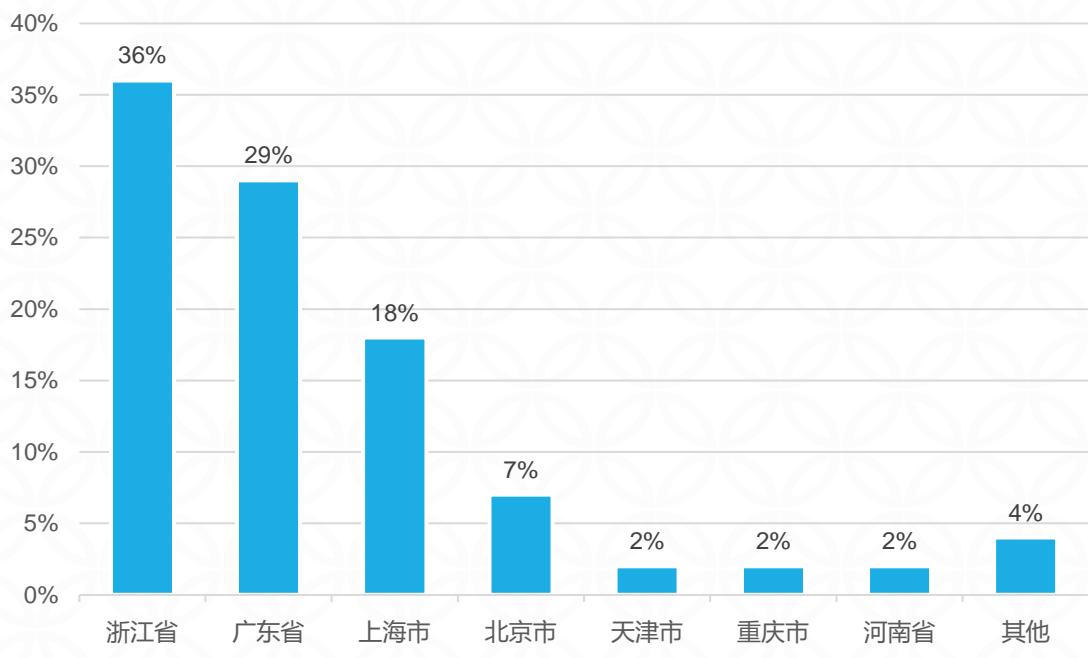
跨境电商出口热销商品品类



## 2.7 跨境电商进口-浙江领跑全国

近年来，宁波跨境电商进口业务始终处于领先地位，占全国比重25%以上，全国每4单跨境电商网购保税进口订单就有1单由宁波海关放行。得益于宁波、杭州的跨境进口业务快速发展，浙江省的跨境电商进口领跑全国。

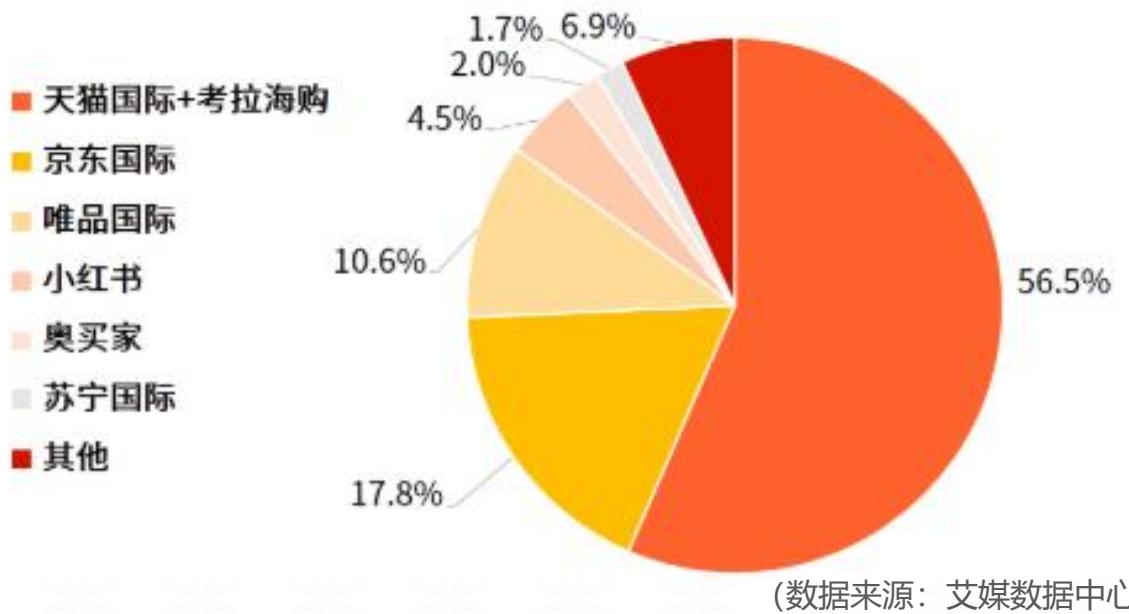
2019年各省海关跨境电商进口额占比



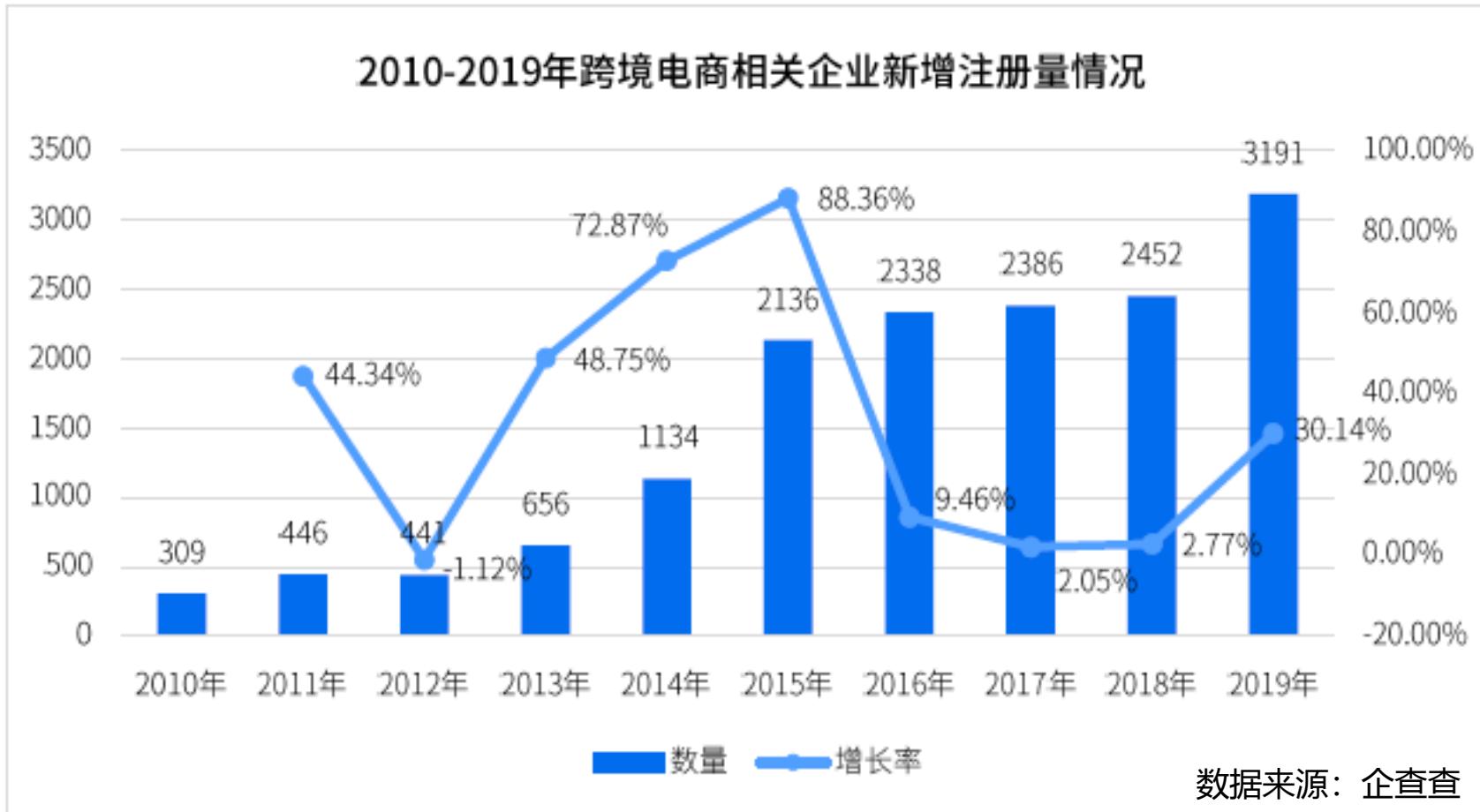
我国跨境电商进口平台呈现“一超多强”格局，阿里收购网易考拉后，天猫国际和考拉海购的市场份额合计达56.5%，遥遥领先，京东国际、苏宁国际、唯品国际、小红书等则紧随其后。

2020H1中国跨境电商进口零售市场份额

2020H1 China's Cross-border E-commerce Import Retail Market Share



## 2.8 跨境电商企业数量快速增长



根据企查查数据显示，截至今年8月19日，全国跨境电商相关企业共有**1.97万家**。企业年注册量从2015年开始迅速猛增，2015年新增企业2136家，同比增长88.4%。此后每年注册量均超过2300家。2019年再次大幅增长，全年新增企业**3191家**，同比增长30.1%。

## 2.8 跨境电商企业数量快速增长

从地区分布来看，广东省以7110家电商相关企业排名第一，是第二名浙江省（2482家）的2.86倍，以下依次是福建（1651）、山东（1475）、河南（846）、江苏（733）、四川（609）。



## 2.8 跨境电商企业数量快速增长

在新冠肺炎疫情阻断线下消费的同时，更多企业加入到跨境电商行业中。企查查数据显示，2020年上半年我国新增跨境电商企业**2356家**，同比增长**64.8%**。其中6月份新增**637家**，单月注册量最高。



## 2.9 跨境电商融资-33家超70.9亿元

2020年1月至12月中国跨境电商（进口电商）融资数据榜							
序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	行云集团	进口电商	广东省 深圳市	2020年9月24日	C轮	2亿美元	泰康人寿 弘晖资本 众源资本等
2	KK集团	进口电商	广东省 深圳市	2020年7月2日	E轮及以后	10亿人民币	CMC资本 黑蚁资本 漠策资本
3	豌豆公主	进口电商	北京市	2020年1月10日	战略投资	3.4亿人民币	SBI Holdings 信金控股 Sugi Holdings
4	妃鱼时尚	进口电商	上海市	2020年2月28日	A轮	数千万美元	五岳资本 经纬中国 君联资本等
5	你好世界	进口电商	浙江省 杭州市	2020年12月24日	B轮	亿级人民币	广发乾和 创钰投资 慧泉投资
6	洋码头	进口电商	上海市	2020年1月13日	D轮	数亿人民币	个人投资者 微创投
7	KKS	进口电商	上海市	2020年9月1日	A轮	数千万人民币	徐州润汇
8	澳萌Ausmall	进口电商	上海市	2020年12月10日	天使轮	千万级人民币	映客 H&H集团
9	美刻生活	进口电商	四川省 成都市	2020年9月	天使轮	千万级人民币	惟一资本

2020年进口跨境电商领域共有9家公司获得融资，融资总额超30.8亿元，融资企业包括：行云集团、KK集团、豌豆公主、妃鱼时尚、你好世界、洋码头、KKS、澳萌Ausmall、美刻生活。

## 2.9 跨境电商融资-33家超70.9亿元

2020年1月至12月中国跨境电商（出口电商）融资数据榜							
序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	SHEIN	出口电商	江苏省 南京市	2020年8月4日	E轮	数亿美元	未透露
2	万拓科创	出口电商	广东省 深圳市	2020年10月26日	A轮	3亿人民币	红杉资本
3	斯达领科	出口电商	广东省 深圳市	2020年9月18日	A轮	3亿人民币	祥峰投资 天图投资 红杉资本等
4	大健云仓	出口电商	江苏省 苏州市	2020年11月24日	战略投资	2.6亿人民币	元禾控股 京东
5	全速在线	出口电商	北京市	2020年7月30日	天使轮	3000万美元	今日资本 山行资本 高榕资本等
6	澳鹏网络	出口电商	陕西省 西安市	2020年2月20日	B轮	1亿人民币	凯辉基金
7	ECVV	出口电商	广东省 深圳市	2020年5月17日	B+轮	未透露	长润资本
8	致欧科技	出口电商	河南省 郑州市	2020年11月24日	战略投资	未透露	嘉御基金 IDG资本 前海母基金
9	领工云商	出口电商	重庆市	2020年8月18日	Pre-A轮	未透露	两江基金

图表编制：网经社      数据来源：[WWW.100EC.CN](http://WWW.100EC.CN)

2020年出口跨境电商领域共有9家公司获得融资，融资总额超18.5亿元，融资企业包括：SHEIN、万拓科创、斯达领科、大健云仓、全速在线、澳鹏网络、ECVV、致欧科技、领工云商。

2020年1月至12月中国跨境电商（跨境服务商）融资数据榜

## 2.9 跨境电商融资-33家超70.9亿元

**2020年跨境电商服务商领域共有15家公司获得融资，融资总额超21.6亿元**，融资企业包括：连连数字、纵腾集团、EMQ、泛鼎国际、小满科技、领星、飞盒跨境、店匠、易仓科技、马帮ERP、Qbit趣比汇、欧税通、芥舟科技、飞书互动。

序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	连连数字	跨境服务商	浙江省 杭州市	2020年10月26日	股权融资	10亿人民币	泰康等
2	纵腾集团	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年7月6日	C1轮	5亿人民币	泰康人寿 厦门建发 浙商创新资本等
3	EMQ	跨境服务商	香港	2020年7月29日	B轮	2000万美元	中经合集团等
4	泛鼎国际	跨境服务商	浙江省 杭州市	2020年11月23日	A轮	数亿人民币	概念资本 惟一资本 鼎晖投资等
5	小满科技	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年8月26日	D轮	数亿人民币	阿里巴巴
6	领星	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年10月19日	A轮	7000万人民币	顺为资本 蓝湖资本 高瓴资本
7	飞盒跨境	跨境服务商	浙江省 杭州市	2020年11月30日	天使轮	千万级美元	元璟资本
8	店匠	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年10月12日	B轮	千万级美元	红杉资本 云九资本 磐晟资产等
9	易仓科技	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年3月2日	A轮	千万级美元	五岳资本 真格基金
10	马帮ERP	跨境服务商	上海市	2020年12月25日	战略投资	数千万人民币	光云科技
11	Qbit趣比汇	跨境服务商	浙江省 杭州市	2020年12月28日	Pre-A轮	数百万美元	Shata Capital Parallel Ventures
12	欧税通	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年9月24日	战略投资	千万级人民币	一亿中流 架桥投资 启利发展
13	芥舟科技	跨境服务商	广东省 深圳市	2020年3月16日	战略投资	未透露	蚂蚁金服
14	飞书互动	跨境服务商	上海市	2020年7月29日	C轮	未透露	达晨创投 洪泰基金
15	飞书互动	跨境服务商	上海市	2020年4月9日	B轮	未透露	完美世界 共青城越云投资等

## 2.10 政策红利不断释放

### 2015年政府工作报告

提出要实施培育外贸竞争新优势的政策措施，扩大跨境电子商务综合试点。

### 2016年政府工作报告

提出要扩大跨境电子商务试点，支持企业建设一批出口产品的“海外仓”。

### 2017年政府工作报告

2016年工作回顾中提到，完善促进外贸发展措施，新设12个跨境电子商务综合试验区，进出口逐步回稳。在部署2017年工作时，特别提出要促进外贸继续回稳向好，支持外贸综合服务企业发展，加快外贸转型升级示范基地建设。

### 2018年政府工作报告

2017年工作回顾中提到，设立13个跨境电商综合试验区，国际贸易“单一窗口”覆盖全国，货物通关时间平均缩短一半以上，进出口实现回稳向好。在2019年政府工作任务中指出，要培育贸易新业态新模式。以更大力度的市场开放，促进产业升级和贸易平衡发展，为消费者提供更多选择。

### 2019年政府工作报告

2018年工作回顾中，提到新设一批跨境电商综合试验区，在2019年政府工作任务中，指出要改革完善跨境电商等新业态扶持政策。

### 2020政府工作报告

加快跨境电商等新业态发展，提升国际货运能力。

## 2.10 政策红利不断释放

### 国务院关于跨境电商政策文件汇总

1	2020.04.07	国务院常务会议			新设46个跨境电商综合试验区。实行对综试区内跨境电商零售出口货物按规定免征增值税和消费税、企业所得税核定征收等支持政策，研究将具备条件的综试区所在城市纳入跨境电商零售进口试点范围，支持企业共建共享海外仓。
2	2020.04.27	国务院	国务院关于同意在雄安新区等46个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复	国函〔2020〕47号	全国跨境电商综试区达到105家
3	2020.05.22		政府工作报告		加快跨境电商等新业态发展，提升国际货运能力
4	2020.06.11	国务院	关于落实《政府工作报告》重点工作部门分工的意见	国发〔2020〕6号	加快跨境电商等新业态发展，提升国际货运能力
5	2020.07.07	国务院	关于做好自由贸易试验区第六批试点经验复制推广工作的通知	国函〔2020〕96号	在全国范围内复制推广跨境电商零售进口退货中心仓模式
6	2020.07.29	国务院常务会议			支持发展跨境电商、海外仓、外贸综合服务企业等新业态，扩大市场采购贸易方式试点，带动中小微企业出口
7	2020.08.12	国务院办公厅	关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见	国办发〔2020〕28号	支持跨境电商平台、跨境物流发展和海外仓建设
8	2020.11.04		国家主席习近平在第三届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲		中国将推动跨境电商等新业态新模式加快发展，培育外贸新动能
9	2020.10.25	国务院办公厅	国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见	国办发〔2020〕40号	促进跨境电商等新业态发展。积极推进跨境电商综合试验区建设，不断探索好经验好做法，研究建立综合试验区评估考核机制。支持建设一批海外仓。扩大跨境电商零售进口试点。推广跨境电商应用，促进企业对企业（B2B）业务发展。研究筹建跨境电商行业联盟。推进市场采购贸易方式试点建设，总结经验并完善配套服务。促进外贸综合服务企业发展，研究完善配套监管政策。
10	2020.11.10	国务院办公厅	国务院办公厅关于印发全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案的通知	国办发〔2020〕43号	督促新增跨境电商综合试验区、市场采购贸易方式试点地区抓紧制定实施方案。总结并推广跨境电商企业对企业出口监管改革试点经验，完善跨境电商进出口退换货便利化管理措施。推动各类公共海外仓向跨境电商企业共享仓储容量、货物物流等数据信息，方便企业利用海外仓资源。

## 2.10 政策红利不断释放

### 海关总署关于跨境电商政策文件汇总

1	2020.02.25	海关总署	海关总署党委出台6条措施支持综合保税区发展		支持自贸试验区优先设立综合保税区；新设综合保税区向中西部地区倾斜；推进全球维修和再制造业务在区内全面落地实施；创新海关监管模式；加大对区内企业信用培育，帮助更多区内企业成为海关“经认证的经营者”（AEO）企业；在区内大力推动“互联网+保税”监管。
2	2020.03.27	海关总署	关于全面推广跨境电子商务出口商品退货监管措施有关事宜的公告	海关总署公告2020年第44号	跨境电子商务出口商品退货监管
3	2020.04.10	海关总署	医疗物资实施出口商品检验	海关总署公告2020年第53号	医疗物资出口质量监管
4	2020.03.28	海关总署	关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜的公告	海关总署公告2020年第45号	优化跨境电子商务零售进口商品退货监管
5	2020.06.13	海关总署	关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告	海关总署公告2020年第75号	增列海关监管方式代码“9710”“9810”，在北京、天津、南京、杭州、宁波、厦门、郑州、广州、深圳、黄埔海关开展跨境电商B2B出口监管试点。
6	2020.08.13	海关总署	关于扩大跨境电子商务企业对企业出口监管试点范围的公告	海关总署公告2020年第92号	增加上海、福州、青岛、济南、武汉、长沙、拱北、湛江、南宁、重庆、成都、西安等12个直属海关开展跨境电商B2B出口监管试点
7	2020.09.15	海关总署	关于公布2020年商品归类的公告	海关总署公告2020年第108号	制定新的归类决定，公布失效的部分商品归类决定

## 2.10 政策红利不断释放

### 商务部、财政部、税务总局等国家部委关于跨境电商的政策汇总

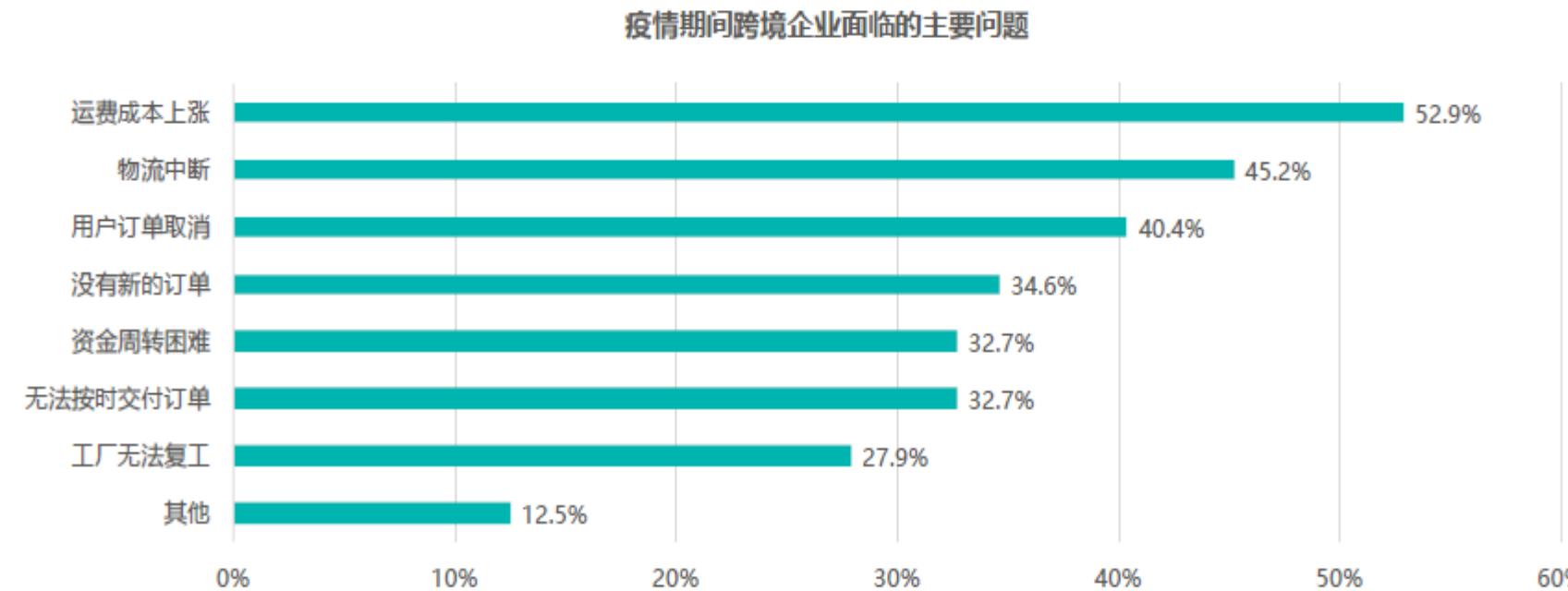
1	2020.01.17	商务部、国家发改委、财政部、海关总署、税务总局、市场监管总局等6部委	关于扩大跨境电商零售进口试点的通知	商财发〔2020〕15号	50个城市（地区）和海南全岛纳入跨境电商零售进口试点范围
2	2020.02.18	商务部	关于应对新冠肺炎疫情做好稳外贸稳外资促消费工作的通知	商综发〔2020〕30号	支持外贸新业态新模式发展，指导跨境电商综试区提供海外仓信息服务，帮助企业利用海外仓扩大出口。支持市场采购贸易与跨境电商融合发展，探索试点市场闭市期间成交新渠道。
3	2020.03.13	国家发改委	关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见	发改业〔2020〕293号	调整免税限额和免税品类，规范大型跨境电商平台管理，奢侈品消费税由进口环节移至零售环节征收
4	2020.03.17	财政部、税务总局	关于提高部分产品出口退税率的公告	财政部、税务总局公告2020年第15号	提高部分产品出口退税率
5	2020.04.01	商务部、海关总署、国家药品监督管理局	关于有序开展医疗物质出口的公告	商务部、海关总署、国家药品监督管理局公告2020年第5号	保证防疫物资产品质量安全、规范出口秩序
6	2020.04.25	商务部、海关总署、国家药品监督管理局	关于进一步加强防疫物资出口质量监管的公告	商务部、海关总署、国家药品监督管理局公告2020年第12号	加强非医用口罩出口质量监管，进一步规范医疗物资出口秩序
7	2020.05.20	国家外汇管理局	关于支持贸易新业态发展的通知	汇发〔2020〕11号	拓宽贸易新业态结算渠道，支持符合条件的银行凭交易电子信息办理外汇业务，便利跨境电商出口业务资金结算，跨境电商可将境外仓储、物流、税收等费用与出口货款轧差结算。
8	2020.09.15	商务部、国家发改委、海关总署等7部委	《关于加快推进市场采购贸易方式试点工作的函》	商贸函〔2020〕425号	在内蒙古、辽宁、浙江、安徽、福建、山东、河南、湖北、广东、广西、云南的17家市场开展第五批市场采购贸易方式试点。此次扩围后，全国市场采购贸易方式试点总数达到31家，覆盖东、中、西部15个省(区)。
9	2020.11.02	财政部、海关总署、税务总局	关于因新冠肺炎疫情不可抗力出口退运货物税收规定的公告	财政部、海关总署、税务总局公告2020年第41号	对因新冠肺炎疫情不可抗力出口退运货物的相关税收做出规定
10	2020.11.04	商务部、国家发改委、财政部等9部门			在全国设立10个进口贸易促进创新示范区，包括：上海市虹桥商务区、辽宁省大连金普新区、江苏省昆山市、浙江省义乌市、安徽省合肥经济技术开发区、福建省厦门湖里区、山东省青岛西海岸新区、广东省广州南沙区、四川省天府新区、陕西省西安国际港务区。

# 03

## 疫情对跨境电商 的机遇与挑战

## 3.1 疫情对跨境电商的正面冲击

新冠肺炎疫情可以说是2020年最大的一支黑天鹅，对全球经济带来了史无前例的影响，跨境电商也遭受了重大冲击，包括停工停产、国际物流危机（时效降低、成本激增）、海外仓入仓受限、境外消费能力下降等。



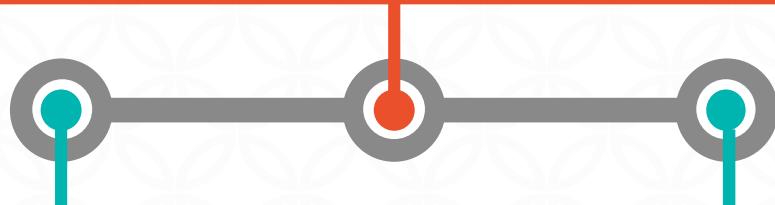
数据来源：亿邦智库调研

## 3.2 物流时效和成本问题首当其冲

物流作为跨境电商商品交付环节，是始终无法绕开的线下部分。一是国际航班减少甚至禁飞，客运腹舱骤减，全货机无法满足需求，首末端物流配送未能恢复，严重影响物流时效；二是物流成本至少上涨1倍以上，导致物流成本激增。

### 我国物流运力供给不足

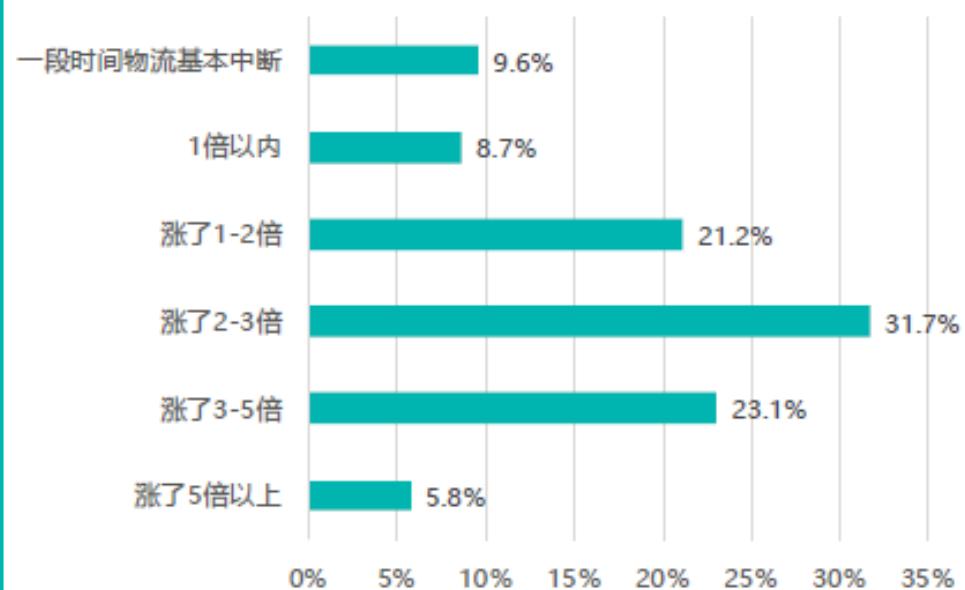
**173架**: 我国目前只有全货机173架  
**49%**: 在国际航线上，我国客机腹舱载运量占49%  
**200万平米**: 三大海外仓头部企业仓储面积不足200万平米  
**3家**: 全球性网络快递企业仅有3家



国外疫情蔓延，工人罢工或人力不足，尾程派送时效缓慢

中国缺少全球性的快递企业

疫情期间物流成本上涨情况



数据来源：亿邦智库调研

### 3.3 危机中育新机-疫情带来的4大机遇

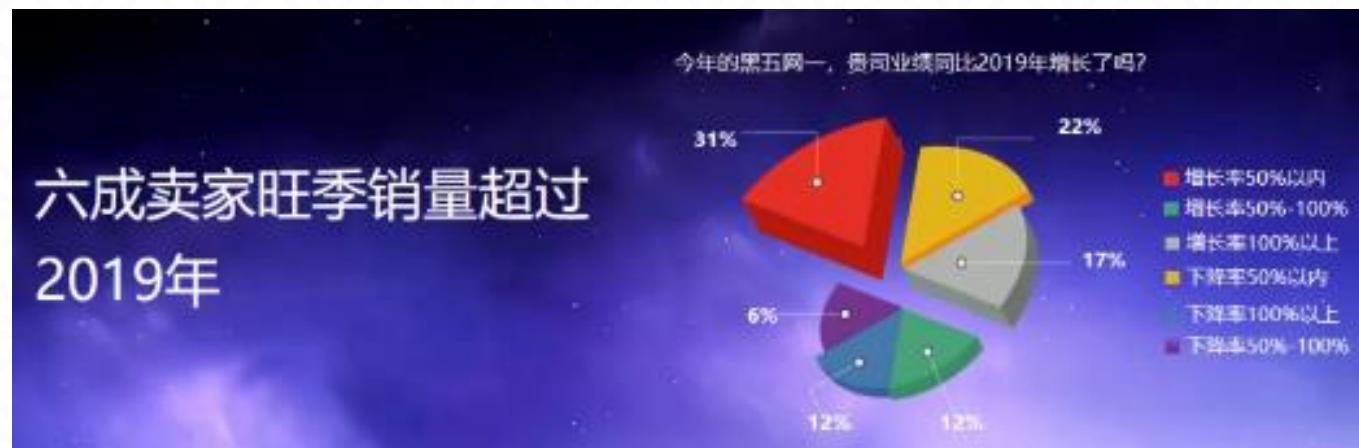
在雨果网2020年的调查中，**70%的卖家实现了业绩增长。**

其中，有23%卖家完成100%以上的增长。



在2020年黑五网一大促期间，**60%卖家的销量超过2019年同期。**

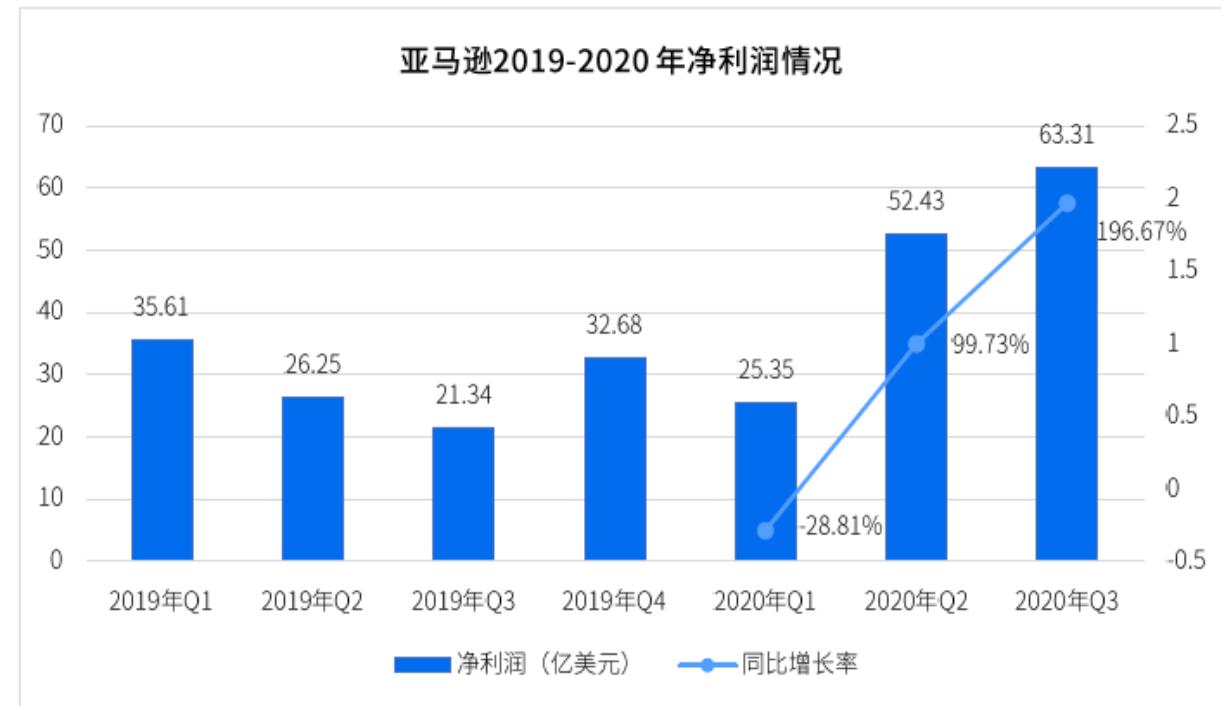
其中，有17%卖家的销量增长率超过100%。



### 3.3 危机中育新机-疫情带来的4大机遇

#### ● 消费者线上购物习惯的培养

疫情之下的居家隔离，加速让消费者的购物需求从线下转为线上，深刻改变了消费者的购物方式，这为跨境电商培养了基数众多的消费者。以亚马逊为例，第二季度销售额889亿美元，净利润52.43亿美元，创下历史当季最高记录。三季度经销售额961亿美元，增长37%，净利润63.31亿美元，增长197%。

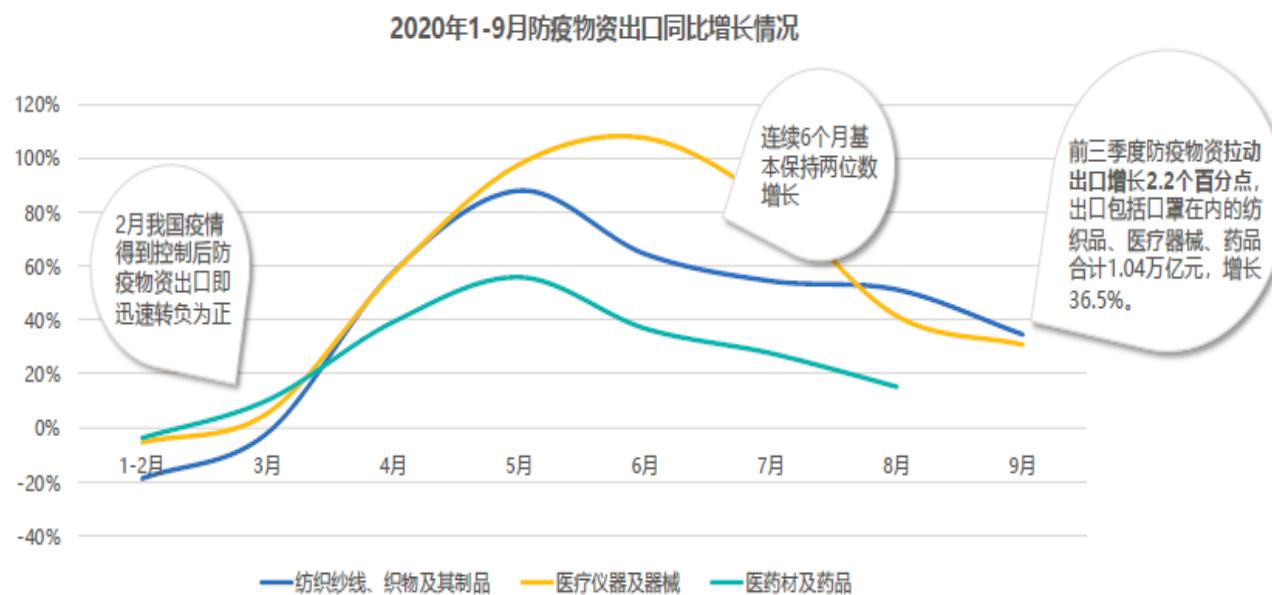


数据来源：亚马逊财报

### 3.3 危机中育新机-疫情带来的4大机遇

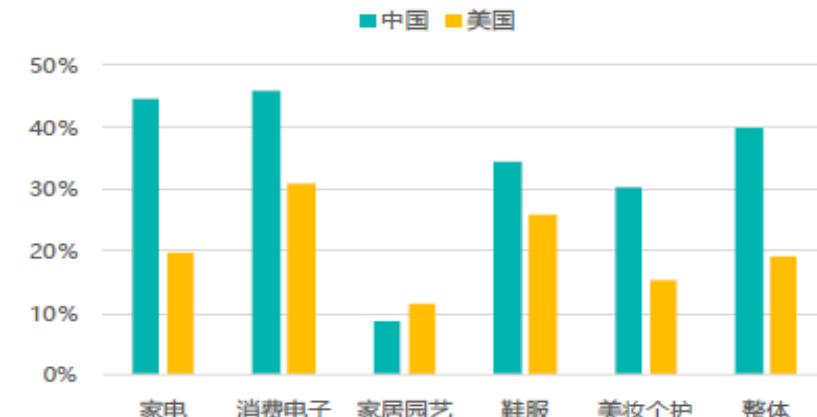
#### ● 防疫物资和“宅经济”等品类出口需求旺盛

我国率先复工复产后，防疫物资大量出口，以包括口罩在内的纺织品、医疗器械、药品等为代表的防疫物资出口迅速增长，成为我国拉动外贸增长的重要力量。据海关统计，我国出口包括口罩在内的纺织品、医疗器械、药品合计增长了31%，拉动整体出口增长1.9个百分点。



居家隔离使得“宅经济”商品需求激增，为我国居家办公用品、室内运动器材、宠物用品等商品出口带来巨大机会，据海关统计，我国出口的笔记本电脑、平板电脑、家用电器合计增长了22.1%，拉动整体出口增长1.3个百分点。

中美对比：“宅经济”类目渗透率潜力巨大

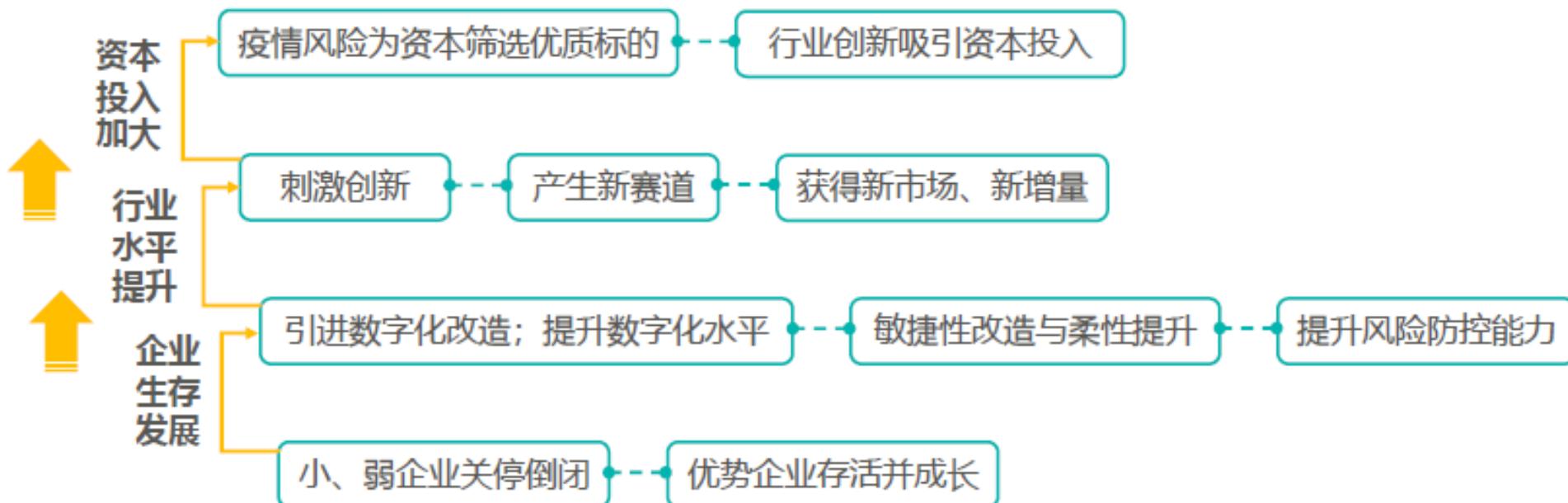


数据来源：东吴证券，《天时地利人和，中国制造到中国品牌的另一条路》

## 3.3 危机中育新机-疫情带来的4大机遇

### ● 优胜劣汰提升跨境电商整体水平

疫情给跨境电商行业带来了巨大考验，也加快了行业洗牌速度。在应对疫情过程中，很多求新求变、产品附加值高、抗风险能力强的企业脱颖而出，进而带动行业的创新变革，吸引资本提高关注和加大投入。相信经历这次疫情考验的跨境电商行业会越走越稳、越走越远！



## 3.3 危机中育新机-疫情带来的4大机遇

### ● 重磅利好政策频出，进一步推动行业快速发展

受新冠肺炎疫情和逆全球化潮流的双重影响，国际贸易遭受重创，但跨境电商却逆势增长。凭借线上交易、非接触交货、交易链条短等优势，凸显了在跨国贸易中的优势和生命力，也充分发挥了在“六稳”“六保”方面的作用。因此国家不断释放政策红利，扩容跨境电商综试区城市、启动两批跨境电商B2B出口试点，商务部等部门为跨境电商新业态量身定制了80多项创新型政策措施。

#### 综试区扩容

2020年4月，国务院常务会议新设46个跨境电商综合试验区

**以点带面，全面覆盖。**105个综试区覆盖全国30个省、自治区和直辖市。

**有序扩容，辐射全国。**从沿海大中型城市，逐步辐射外贸基础较好的三四线城市，实现了大连、宁波等东部海岸线城市全部覆盖，黑河、德宏等内陆边境口岸也被囊括其中，形成了陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。

#### 启动跨境电商B2B试点

2020年6月，海关总署发布《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》增列海关监管方式代码9710、9810，在北京、天津等10个海关开展试点。9月份，又增加上海、福州等12个试点海关。

市场规模较大的“一般贸易+海外仓”等形式纳入海关跨境电商B2B监管，跨境电商监管体系越发完善。

# 04

## 跨境电商发展 面临的阻碍

## 4.1 全球政治博弈和贸易不确定性风险加剧

近年来，单边主义和贸易保护主义抬头，对我国发起持续的贸易限制和技术封锁，开启逆全球化浪潮。2020年上半年，中美、中印等国际关系矛盾频发，中国企业经营互动受限，中国产品在美国、印度市场收到不公正对待，中国外贸形势迎来了重大不确定性。

### 中美贸易战

- 2018年3月美国发起301调查，启动贸易战；
- 2018-2019年美国多批次对数千亿美元中国输美产品加征关税、提高税率；
- 将多家中国企业列入实体清单实施限制。

### 国际贸易摩擦

- 非关税壁垒和边境管制成为新型单边贸易保护方式，同时贸易保护的范围由单一的商品市场扩展到服务业、金融业和知识产权保护等方面；
- 美国、欧盟、巴西、澳大利亚、阿根廷、土耳其等国家和地区持续对我国商品发起反倾销调查和征收反倾销税。

### 印度抵制“中国制造”

- 印政府计划对100多种中国商品展开反倾销调查；
- 政府当局和多个组织发起抵制中国商品运动；
- 包括最大电商平台Flipkart在内的多家在线零售商同意强制商家在商品上突出显示“原产国”，将来自中国的商品单独列出。

## 4.2 疫情导致的跨境物流难题将持续



集装箱设备短缺、船期大量延误、舱位难以保证、运价持续上涨等因素，导致全球海运供应链陷入困境。上海航运交易所最新数据显示，1月8日中国出口集装箱运价综合指数报1753.85点，再度刷新历史新高。而2020年5月的平均值仅为837.74点。2020年5月18日，上海到美国西岸长滩的海运费，当时40英尺箱是1550美元，2021年1月7日已达4500美元了。



根据国际航协的数据，2021年全球航空交通量将比疫情之前下降32%-41%，最早要到2023年才能恢复到2019年的水平。疫情对航空业影响将持续至少5年。



2020年中欧班列全年开行1.24万列。疫情期间，中欧班列常态化稳定性开行，开行班次和运输货值均逆势上扬；但因口岸严重积压，11月中旬、12月上旬，铁路总局屡发调令，备站到二连浩特、阿拉山口的出口货物一律停装。



根据国家铁路运输公司哈萨克斯坦Temir Zholy JSC (KTZ) 的数据，到2021年1月6日，前往中国排队的货车数量达到8400辆。

## 4.3 阳光化发展之路任重道远

1862亿元

2019年海关统计数据

105000亿元

市场统计数据

纳入海关统计的数据仅占整体市场规模的1.77% ( $1862/105000$ )

原因：一般贸易+海外仓、邮快、边贸等方式，导致很多跨境电商B2C游离在正规渠道清关外



海关总署发布75号公告《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》，增列海关监管方式代码9710、9810，将跨境电商B2B纳入监管

## 4.4 人才缺口制约行业发展

随着跨境电商进入纵深化发展阶段，跨境电商人才缺口问题表现在两个方面：**一是人才数量缺口**，具备跨境电商技能素质的人才数量不能满足行业发展需求；**二是高质量人才欠缺**。数量和质量双重问题叠加，成为制约我国跨境电商发展的主要瓶颈。

580万

2020年我国跨境电商人才缺口达580万，并于每年30%的增速迅速扩大。

75%

当前电商企业面临的最主要挑战是人才团队问题，大约75%的企业表示缺少合适的电商人才。

29%

调研结果显示29%企业表示企业需求与高校输出人才匹配度不高，这是导致跨境电商高质量人才稀缺的主要原因

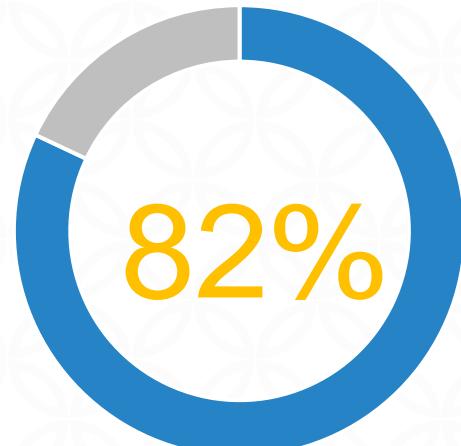
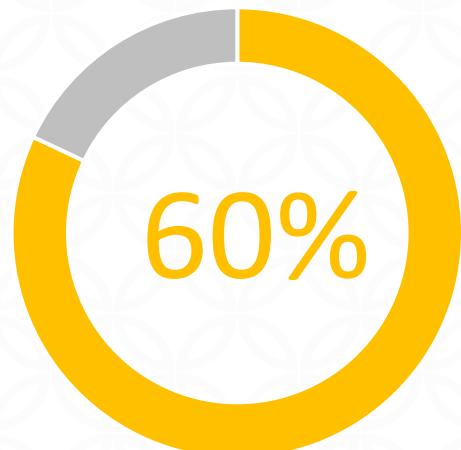
# 05

## 跨境电商发展 趋势研判

## 5.1 全球化布局提升企业抗风险能力

亚马逊全球开店中国卖家调研显示：近六成卖家已同时运营两个以上亚马逊海外站点，82%的卖家计划在现有基础上拓展新的站点。在加速全球布局的过程中，卖家不仅考虑美国、欧洲等成熟站点，也积极布局中东、澳洲、新加坡等新兴站点。

### 多站点运营



同时运营两个以上亚马逊海外站点 计划在现有基础上拓展新的站点

### 多国家布局

美国、欧洲等成熟站点



中东、澳洲、新加坡等新兴站点

## 5.2 品牌化打造企业核心竞争力

越来越多的卖家意识到品牌是跨境电商核心竞争力，更加关注“微笑曲线”的两端，通过品牌赢得定价权和话语权。

↑10倍

亚马逊数据显示，2017-2019，亚马逊上完成品牌注册的中国卖家

2.9万亿元

海关总署的统计，2019年我国自主品牌商品出口2.9万亿元，增长12%，占出口总值近17%，比2018年提升了1.1个百分点

OEM—ODM—OBM

未来5年是中国品牌出海的历史性时间窗口

## 5.3 合规化实现企业长远可持续发展

我国跨境电商正加速进入合规化时代，  
合规化运营是跨境电商企业长期可持续发展的必然要求。



### 监管环节合规

随着“无票免征、核定征收”政策的出台，以及跨境电商B2B出口试点施行，跨境电商企业要走阳光化申报，实现报关、税务、外汇等全链条合规。



### 数字税

目前，约30多个国家宣布对大型互联网公司征收数字税，欧盟对跨境电商的税务政策越来越严苛，跨境电商出口企业的税务合规越来越重要。



### 知识产权

欧美国家拥有完备的知识产权法律体系，跨境电商交易平台也不断出台规则、政策，严厉打击各类侵权行为。如亚马逊发现卖家剽窃、销售仿品和假货时，不事先通知即查封卖家账号、冻结账号资金。如HAVANA MAMBO品牌商标侵权案。

## 5.4 独立站迎来发展机遇

雨果网卖家调研报告显示，有34%卖家明确计划在2021年将布局独立站业务，另有20%卖家有在考虑。

独立站玩家



更可控的供应链  
更私域化的运营模型

平台头部卖家



专注于产品  
把流量获取的事交给平台

平台与独立站双轮驱动出海模式

## 5.5 海外仓成为发展趋势

海外仓模式缩短了商品配送时间，提高了消费者的购物体验，为包裹物流向仓储物流的转型升级提供了重要支撑，是我国布局全球物流供应链和境外物流服务体系的主要抓手，也是跨境电商企业开拓国际市场的重要布局。

40%

在跨境电商出口总订单中，海外仓发货量已达40%，邮政小包占40%，国际专线和商业快递占20%。

1800个

目前海外仓数量已超过1800个，成为支撑跨境电商发展、拓展国际市场的新型外贸基础设施。

海外仓成为新型外贸基础设施



THANKS  
感谢聆听