聚焦跨境电商外贸新业态发展的

出口发展趋势与政府配套服务研究

摘要：由于经济全球化成为不可逆的大趋势，以及现代网络通讯的全球普及，其衍生的重要贸易方式，跨境电商，随之出现。跨境电商，从根本上属于国际贸易的电商化以及电子商务的国际化。随着经济全球化，跨境电商作为一种新兴的外贸新业态，因为其得天独厚的优势，已逐渐发展壮大，成为促进国内、国际双循环的重要经济引擎。从2020年新冠疫情逐步失控、以美国为首的西方国家贸易保护主义日益抬头、全球范围内需求大幅下滑的经济环境下，作为外贸新业态的跨境电商表现依然强劲。后疫情时代，跨境电商因为其便携高效低成本的特点，展现出了较传统的外贸方式更为旺盛的生命力。

关键词：跨境电商 监管方式代码 数字贸易发展

在《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》一文中，主要提出了六种外贸新业态，其中提到跨境电商是当前发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的一种外贸新业态。

2021年我国跨境电商进出口1.98万亿元，增长15%；其中出口1.44万亿元，增长24.5%。在这一组快速增长的数据背后凸显出跨境电商良好的增长态势，根据相关报道，在巨大的体量、较高的增长率、较为完善的互联网社会等的加持下，我国跨境电商规模不断壮大，未来五年之内，我国跨境电商规模将占我国出口贸易总额的20%以上。作为税务部门，应当把握经济发展新脉络，适应时代新发展，提早做好准备。

一、跨境电商在出口领域的概况

跨境电商，即跨境电子商务，是指交易主体通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动

（一）跨境电商分类

在海关报关单中设置海关监管方式代码字段加以区分，是由于在不同的贸易模式之下，各部门对于货物的监管要求各不相同。目前，出口跨境电商监管方式代码有"1210"、"9610"、"9710"、"9810"，分别代表4种不同的贸易方式。[1]

1.代码“1210”

2014年，海关总署发布第57号公告，增设“保税跨境贸易电子商务”，代码“1210”海关监管方式。该监管方式适用于境内个人或电子商务企业在经海关认可的电子商务平台实现跨境交易，并通过海关特殊监管区域或保税监管场所进出的电子商务零售进出境商品。

“1210"事实上就是让境内企业把生产出的货物存放在海关特殊监管区域或保税监管场所的仓库中，即可申请出口退税，之后按照订单由仓库发往境外消费者。一般出口流程为境内打包→货物运抵理货→装配配送→向海关申报。

2.代码“9610”

2014年，海关总署发布第12号公告，增设代码“9610”海关监管方式，也称“跨境贸易电子商务”，即为B2C。该监管方式适用于境内个人或电子商务企业通过电子商务交易平台实现交易，并采用“清单核放、汇总申报”模式办理通关手续的电子商务零售进出口商品。

简而言之，"9610"贸易方式出口就是境内的出口企业将产品直邮到境外消费者手中。

对于9610模式，适合一些在境外团队建设到位、且自身有较为固定的海外仓、出口的是一些品类众多、出口频次不高商品的商家；对于1210模式，适合一些出口高频商品、依托海关监管保税仓存储、库存周转率快、但是对于保质期要求不高商品的商家。9610与1210各有各自的优缺点，但也基本可以做到互相补充。

3.代码“9710”

2020年7月新增代码“9710”简称“跨境电商B2B直接出口”，境内企业通过跨境电商平台与境外企业签好合同达成协议以后，通过跨境物流将货物直接出口至境外企业。

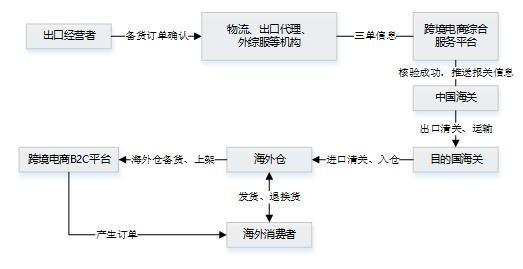
“9610”、“9710”模式都是要求境内的企业直接发货至境外购买人手中，区别就是“9610”是企业至个人的B2C模式，而“9710”则是企业至企业的B2B模式，所以一般“9710”的货量和货值更高。



4.代码“9810”

2020年7月另一新增代码"9810"简称“跨境电商B2B出口海外仓”，是指境内的企业提前将货物委托国际物流出口至固定合作的境外仓库，之后通过跨境电商平台达成交易后，从海外仓直接送达境外购买方。

"9810"模式的仓库建在大陆以外地区，而"1210"模式的仓库建在国内海关特殊监管区域或保税监管场所内。



（二）跨境电商的特点

跨境电商最为突出的特点就是其全球性。得益于互联网的蓬勃发展，跨境电商让商业交易无国界，任何国际的个人和组织都可以通过互联网进行跨境商品交易。同时，跨境电商交易还具有即时性特征，摆脱了传统交易模式中的交易时间差，节省了大量繁琐的流程，大大提升了交易的效率。

（三）我国跨境电商的优势

得益于从2015年就开始逐步推进的数十条支持外贸新业态发展的利好政策，培育了适合外贸新业态发展的土壤，配合近年来商务部和海关总署、国家口岸办建设的全国版的跨境电商线上综合服务平台，加上通关便利程度提升、收税优惠政策加大，我国逐步推进建设了几乎覆盖全国的跨境电商综试区，将全国外贸格局联动起来。

而我国的互联网科技进步迅速，互联网的铺开面非常之广，在电商时代，我国跨境电商行业兴起，契合国内外多元化需求大幅上升，数字化与互联网又推动跨境电商业务蓬勃发展。据了解，在活跃的全球市场上，即使是以美国主导的亚马逊平台，也有超过一半的卖家来自中国，更不用说阿里巴巴等国内电商平台。[2]并且，因为行业前景光明，近年来有越来越多企业参与到这个几乎“没有中间商赚差价”的外贸新业态当中，又进一步推动了跨境电商的发展。

二、浙江省L市跨境电商发展现状

L市地处浙江东部沿海、长三角经济圈南翼，属于全国经济实力和综合竞争力百强县，经济发达。L市是全国沿海首批开放城市，诞生了全国第一家股份制企业，经济领域较为繁荣，出口经济发展迅速。目前，L市的跨境电商正处于萌芽阶段，截止今年3月底，L市的跨境电商发展增速较快。目前，L市跨境电商业务中，没有“1210”方式，基本没有“9610”方式，主要发展方向为“9710”及“9810”。

（一）L市“9710”贸易方式发展现状

L市首笔“9710”出现在2021年5月，截止2022年3月，共出口报关单金额合计3907万美元，其中出口美国1364万美元，占比35%，出口印度965万美元，占比25%，出口德国336万美元，占比9%，出口意大利312万美元，占比8%，西班牙307万美元，占比8%。

表1 L市“9710”主要出口贸易国（地区）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 主要出口贸易国（地区） | 汇总（美元） | 占比 |
| 总计（含未统计的地区与国家） | 39070449 |  |
| 美国 | 13644113 | 34.92% |
| 印度 | 9648901 | 24.70% |
| 德国 | 3355477 | 8.59% |
| 意大利 | 3119032 | 7.98% |
| 西班牙 | 3069546 | 7.86% |
| 法国 | 2547606 | 6.52% |
| 英国 | 1251362 | 3.20% |
| 澳大利亚 | 694569 | 1.78% |
| 波兰 | 550730 | 1.41% |

出口产品，主要以彩灯、眼镜、休闲产品为主，其中节日灯851万美元，占比21.79%，光学眼镜624万美元，占比15.97%，太阳眼镜213万美元，占比5.44%，12X12直角折叠篷196万美元，占比5.02%，2.4X2.4斜角折叠篷180万美元，占比4.60%。

表2 L市“9710”主要出口产品

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 主要出口产品 | 汇总 | 占比 |
| 总计（含未统计的小项目） | 39070449 | 100.00% |
| 节日灯 | 8513206 | 21.79% |
| 光学眼镜 | 6238537 | 15.97% |
| 太阳眼镜 | 2126584 | 5.44% |
| 12X12直角折叠篷 | 1959880 | 5.02% |
| 2.4X2.4斜角折叠篷 | 1795655 | 4.60% |
| Q100折叠篷 | 1740559 | 4.45% |
| 圣诞灯 | 1595556 | 4.08% |
| 椅套 | 1583823 | 4.05% |
| 圣诞灯串 | 1339779 | 3.43% |
| 太阳镜 | 1190545 | 3.05% |
| 眼镜片 | 1188929 | 3.04% |
| 门栏 | 1185237 | 3.03% |
| 游泳池护栏 | 1081628 | 2.77% |
| 铝制休闲椅 | 578100 | 1.48% |
| 女式针织连衣裙 | 546610 | 1.40% |
| 10X20双冲顶折叠篷 | 473299 | 1.21% |

（二）L市“9810”贸易方式发展现状

L市首笔“9810”出现在2020年9月，截止2022年3月，共出口报关单金额合计739万美元，其中出口美国737万美元，占比99.69%，出口加拿大2万美元，占比仅0.31%，可以简单认为，L的“9810”业务全部是与美国有关。

表3 L市“9810”主要出口贸易国（地区）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 贸易国（地区） | 汇总 | 占比 |
| 总计 | 7385181 | 100.00% |
| 美国 | 7362285 | 99.69% |
| 加拿大 | 22896 | 0.31% |

出口产品，主要为，铝铁皮天篷269万美元，占比36.38%，汽车篷121万美元，占比16.45%，圣诞灯串97万美元，占比13.12%，铝天篷28万美元，占比3.84%。

表4 L市“9810”主要出口产品

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 主要出口产品 | 汇总 | 占比 |
| 总计（含未统计的小项目） | 7385181 | 100.00% |
| 铝铁皮天篷 | 2686765 | 36.38% |
| 汽车篷 | 1214616 | 16.45% |
| 圣诞灯串 | 968754 | 13.12% |
| 铝天篷 | 283633 | 3.84% |
| 铝特斯林躺椅 | 237488 | 3.22% |
| 车门拉手 | 179809 | 2.43% |
| 铝铁平拉篷 | 162781 | 2.20% |
| 铝塑料躺椅 | 141148 | 1.91% |
| 靠墙篷 | 128125 | 1.73% |
| 铁特斯林躺椅 | 96697 | 1.31% |
| 宠物床 | 89644 | 1.21% |

（三）“9710”贸易方式的缺陷

L市X工艺品有限公司，主要出口折叠棚到美国，年销售额约1.5亿人民币，目前发展较为缓慢，将来会更愿意继续开拓该方向业务。“9710”相比传统出口模式，寻找客户更加便携，公司资源可以在网上发布，被更多人看到。然而伴随而来的也有一些不可避免的问题，例如，网上交易，客户量多质量杂，无法完全确认客户资质与信用度，带来了一定风险，也存在一些毁单的情形。另外，电商平台收费也是一大瓶颈，例如X工艺品有限公司选择的阿里巴巴国际站，一年视情况收取3万到8万不等的费用。最后，运营“9710”需要培养与招募专业的人才来做好日常的工作，而作为新兴的一种贸易方式，人才储备也是一大问题。

L市Y工贸有限公司，主要出口节日灯到欧美国家与地区，年销售额约3700万人民币，目前发展较为迅速，将来会更愿意继续开拓该方向业务。对于Y工贸有限公司，跟更看重“9710”沟通方便、付汇快捷的优点。然而其也有碰到一些缺点，例如阿里拍档的收费问题，例如跨境电商平台监管体系仍处于上升期相比国内电商平台仍不够成熟，例如海外出库风险较大，例如跨境电商平台选择较少，国内几乎只有阿里系可选，例如外界局势变化较大，收汇风险较高

（四）“9810”贸易方式的缺陷

浙江H洁具有限公司表示，考虑到货物运输时效性的问题，公司确有意向建立海外仓，采用“9810”贸易方式，但是由于收取费用较高，虽然物流成本是通过错峰发货来降低的，但货物到达海外仓库后是以按天计算仓储费用，目前仍采用电商平台的仓库方式。另外而言，库存压力大。一旦选品时的市场信息把握出差错，就会导致货物销售不畅、销售不良、大量货物挤入仓库，不仅无法实现利润上涨，而且增加了仓储成本，且货物在海外难以处理。

浙江Z集团有限公司反映，企业目前采购海外成套的软件服务成本太高，如公司2022年度计划上线的D360FO系统软件，海外实施费报价高达70万美元，而国内当前缺少同类海外仓数字服务供应商。另外在人才培养方面，公司主要采用内部培养方式推进海外仓运营人才队伍建设，目前对于了解海外运营规则的专业人才，如财务、法律及海外如亚马逊平台的运营规则等方面的人才存在明显缺口。而在成本方面，浙江Z集团有限公司的海外仓运营成本主要集中在房租及人员成本，其中房租年支出30万美元，人员成本年50万美元,年综合成本约为500美元/平方米。Z公司综合考虑，认为在某种程度上，对于大企业而言，与其选择“9810”贸易方式，不如采用开办境外子公司方式方便高效。

（五）跨境电商出口贸易存在的一些共性挑战

综合本市多家企业的走访与探讨，我们发现跨境电商出口贸易存在的一些共性挑战。

1.外部环境不稳，国际话语权缺失

以L为例，现阶段L市的出口企业在选择采用跨境电商方式出口时，主要出口国家仍以欧美等发达国家为主，导致现象的客观原因，主要是因为发达通信基础设施较好、互联网普及率极高，海外在线购物已经是普遍现象，亚马逊等平台早已遍及全球，市场整体非常成熟。但指定国际跨境电商规则的，也是欧美发达国家，因为国际政治的原因，以美国为首的一些国家单纯出于短期的自身利益考量，肆意践踏与违背持续多年的公平国际经济守则，极大加剧了贸易形势的不稳定，并频繁对中国单方面挑起贸易战，这对L市的所有出口企业都产生了较大影响。欧盟已经逐步停止部分优惠政策，而美国则干脆直接对中国加征大笔关税，甚至禁止某些产品进入美国市场，亚马逊平台也变本加厉加大了对中国卖家的限制。种种单方面的制裁措施将增大所有中国出口企业的出口难度，对大批量依赖低价优势的非高科技出口企业冲击是史无前例的。

2.外贸新业态整体上处于发展初期，各项服务不完善，较传统贸易方式风险较大

相比于已经非常成熟的传统出口方式，选择跨境电商方式出口，就意味着要接受一定的风险。首先就是出口通关风险。事实上作为新兴贸易形势，专业人才储备不足，产业链配套服务没有健全，大部分从业人员，对出口国的入关各项手续、防疫检验标准求、质量品质要求，都是没有深入了解的，很多时候都会直接将后段委托给专业的货代公司或报关机构等，无形中增加了企业负担，且在通关节点话语权丧失，增加了一定风险。其次是国际清算风险。事实上，与所有新兴的事物一样，跨境电商行业鱼龙混杂，良莠不齐，有的第三方支付公司可以利用合理的规则漏洞延缓企业资金回笼速度，甚至克扣部分手续费，更甚者，有部分第三方支付公司仗着跨国业务追责困难，存在恶意诈骗的行径。

3.跨国物流恢复较慢，跨境物流有堵点

跨境电商的核心支撑是跨境物流，而现今世界新冠疫情仍无法遏制，国际物流配送及其受制约，运费上涨及其明显，运输时长极大延长，很多时候甚至运费价格超过产品价值，非常影响贸易的及时性，增加退单违约现象，妨碍出口企业出口积极性。国外港口因为疫情原因，大量工作人员感染新冠，港口工作人员减少，配送人员紧缺，清关配送速度下降明显，据了解，当前海运货物到达欧美国家的平均时间比以前延长接近3周。

4.对境外海外仓依赖性强，核心竞争力不足

跨境电商的核心链接是海外仓库，离开了海外仓的合理布局，就无法实现企业在境外的市场开拓、配送服务并最终达到本土化运作。以现今的情况来看，中国大部分的跨境电商企业主要在境外租用亚马逊等国外企业的海外仓，除了阿里巴巴等大型电商外，很难有本土企业有能力维持一个高水准的海外仓。例如，对L的企业而言，因为海外仓的建造成本居高不下，而能否收回成本却充满不确定性，因此企业即使建造海外仓，也以简单的存储仓库为主，加之这几年疫情肆虐，海外仓的消杀成本直线上升，相比亚马逊等国外现成的海外仓竞争力不足，进一步影响企业建造和维持海外仓的积极性。

5.产品一成不变，同行竞争惨烈

以L为例，我们可以看到，跨境电商平台出口的产品，同质化是困扰其持续发展的重要问题，且几乎全部是低技术附加值产品，几乎没有核心竞争力。因为产品多年来一成不变，导致惨烈的竞争下，唯一能打的只有价格牌，而这种不健康的竞争，几乎摧毁了企业的利润空间，而低技术附加值则导致竞争力薄弱，议价能力弱。L不少出口企业早已认识到只有创新才能获得更大的市场，但是由于企业在惨烈竞争下利润空间极其狭小，几乎无法投入足够费用做研发与创新，反过来影响产品升级与迭代，形成了恶性循环。

三、政府部门有力支撑及相关建议

后疫情时代，税务部门应坚持鼓励新业态发展，做好政策研究，改善服务方向的原则，进一步完善政策创新监管，瞄准跨境电商发展面临的突出问题和瓶颈，加快构建跨境电商相关配套政策，把跨境电商打造成培育外贸竞争新优势、促进外贸高质量发展的重要突破口。

（一）完善政策。目前而言，实际工作中，跨境电商政策主要采用跟随一般贸易形式政策执行。考虑到跨境电商在出口业务中的占比呈现年年上升的趋势，有必要出台政策明确相关事宜，包括明确备案单证的要求，出口退税的要求等。

（二）鼓励发展。犹如国内消费趋势，电商平台以其相对方便快捷的优势，逐渐占据市场交易的主流地位，国际贸易市场亦开始出现这种趋势。应当鼓励出口企业尝试使用跨境电商方式出口，开拓市场蓝海。

（三）加强引导。电商平台的野蛮生长时期，正是云龙混杂泥沙俱下的时代，也是风险较高的时代。税务部门应当做好引导工作，使出口企业能够正确享受跨境电商贸易方式带来的方便性，避免跨境电商贸易方式带来的风险性。

（四）建设平台。目前跨境电商平台选择单一，境内主流为阿里巴巴，境外则被亚马逊等平台垄断，企业议价权几乎丧失。如果能加强自身平台建设，则能加强自身竞争实力。

（五）行业行规。本土出口企业应当建设行业联合会，共同制定在国际市场上更具竞争力的行业行规，而不是在国内定价权上内耗，从而损害整个行业的利益。在本土出口产品同质化严重，技术含量偏低的情况下，构建合理的行业行规，有利于提升本土企业在国际市场上的话语权，构建更大的利润空间，走出更健康长久的发展道路。

（六）人才培养。新兴产业的推进，必然依赖于人才的培养与开拓。行业内人才的招揽和培养对企业未来发展起着基础性、战略性和决定性作用。应加快制定高端人才的培养计划，重点培养具有全球竞争力的学术型、应用型人才，重点引进战略性新兴产业急需和紧缺的海外高层次人才，为企业发展提供智慧支持。

7、提倡创新。保障跨境电商科学积极创新与发展。便利跨境电商进出口退换货管理。激励并保障符合条件的跨境电商出口企业扎实适用出口退税政策。加速推进各国跨境电商综试区线上综合服务平台管理。

四、关于跨境电商大环境下的破局建议

（一）补全相关服务，使得跨境贸易更方便

完善监管第三方支付公司，促使推动跨境电子商务支付结算高效率的同时也能维持低风险，提高出口企业跨境电商业务的信心。推动人民币国际化进程，提振人民币国际地位，鼓励人民币计价结算，有利于境内企业业务拓展及资金安全。优化园区建设，保障园区各项产业完整可靠，打通集物流、配送、仓储、付款等的一条龙服务，使跨境电商具备成熟的产业链条。

（二）完善产业规划，保障产品高质量发展

加强科技创新支持力度，支持企业高水平高质量发展，以企业产品性能与创新度为驱动，推动品牌建设，维持优异的产品声誉和品牌名声。推进线上线下一体化融合，将跨境电商与境内生产企业有机结合，信息与资源互换，第一时间掌握全世界客户需求方向，时刻把握市场风向，避免企业无序竞争，陷入行业内卷的死循环。联合高校与科研院所，将理论与实际结合，将纸上的科研成果有效转化为具有核心竞争力的产品，提升中国制造的国际地位。

（三）打造中国平台，构建推广公平自由贸易环境

大量出口企业通过亚马逊等海外平台开展跨境电商业务，但由于平台监管政策趋严、强制性代收VAT税等问题，业务拓展情况并不理想。我们应当充分发挥国内丰富的电商平台打造经验，将贸易平台的话语权争取到位，将政治因素排除在外，激发经济活动的真正动力，确保全球所有跨境电商出口企业都能享受到公平自由的贸易环境。同时，构建自身的跨境电商平台，也有益于减少推广费用，使跨境电商的门槛降低，有利于更多企业参与。

（四）重视海外仓布局，降低物流成本

统筹规划海外市场仓库布局，建造高利用率低空置率的海外仓，推动中国企业共享仓库信息，避免海外仓库无序扩张，重复利用，降低所有海外仓使用成本。

参考文献：

[1]《国务院办公厅转发商务部等部门关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》(国办发[2013] 89号)

[2]沈珂，《基于跨境电商环境的国际物流模式探讨》，商业经济研究，2016

[3] 税务总局等十部门关于进一步加大出口退税支持力度促进外贸平稳发展的通知，税总货劳发〔2022〕36号