

高质量出海—— 中国城市跨境电商 转型案例库

界面新闻/界面智库/亚马逊全球开店

引言

“跨境电商”正成为中国外贸增长的新引擎。2024年上半年，我国跨境电商进出口1.25万亿元，规模创历史同期新高，同比增长13%，占我国进出口总值的5.9%，比2023年底提高0.2个百分点。由于各地的区位优势、要素禀赋和产业结构等存在较大差异，在推动跨境电商转型发展方面面临着不同的机遇和挑战。为此，2024年5-12月，界面新闻/界面智库推出系列调研报道¹，通过“案例报道+数据分析+政策建议”的形式，探究16个重点城市²的跨境电商政策特征、发展路径和企业诉求，总结各地转型跨境电商的经验和教训。

依托于重点城市的政策文本以及对跨境电商卖家、政府相关部门、行业协会及行业专家的深度访谈，界面新闻/界面智库/亚马逊全球开店联合编写了《高质量出海——中国城市跨境电商转型案例库》蓝皮书报告，旨在梳理重点城市如何利用自身的区位优势、要素禀赋和产业结构特点，因地制宜地制定跨境电商发展转型战略，并深入分析了转型背后的逻辑与动因、问题与挑战。

调研显示，当前中国各地跨境电商的发展仍面临诸多挑战，主要包括统计监测水平不高、阳光化进程缓慢、人才普遍缺乏和知识产权保护乏力等问题。建议从提升跨境电商统计监测水平、审慎包容推进跨境电商阳光化、完善跨境电商人才培育和交流体系、优化跨境电商服务生态系统、提高跨境电商补贴资金使用效率等方面完善相关政策体系，促进城市跨境电商转型、助推企业“高质量出海”。

¹ 扫描二维码查看专题报道



² 调研走访的城市包括深圳、广州、上海、宁波、杭州、金华、南京、苏州、济南、青岛、郑州、合肥、成都、厦门、泉州和中山等16个城市。

目录

一、中国跨境电商发展综述	1
(一) 中国跨境电商发展现状.....	1
(二) 中国跨境电商政策演变.....	4
二、城市跨境电商转型的政策特征	11
(一) 纷纷推出“行动计划”，甚至提出激进的“倍增方案”.....	11
(二) 推动“产业带+跨境电商”融合发展，提升数字化和智能化水平.....	13
(三) 鼓励“品牌出海”，避免同质化和内卷化竞争.....	15
(四) 加强人才培养与引进，构建全方位人才支持体系.....	16
(五) 加强对跨境电商产业链的补贴，补贴类型和资金来源趋多样化.....	17
(六) 积极降低企业税负，鼓励企业创新经营模式.....	18
(七) 搭建多元合作平台，拓展国际合作与交流.....	19
三、城市跨境电商转型的典型路径	21
(一) 先行城市持续制度创新，提升跨境电商便利化水平.....	21
(二) 从“缺人才”到“产人才”，后发城市各显神通.....	24
(三) 依托传统优势，推动跨境电商企业百花齐放.....	25
(四) 内陆城市突破地理劣势，构建多元化物流通道.....	27
(五) 利用阳光化和数字化转型，推动跨境电商高质量出海.....	28
(六) 降低物流成本，发展跨境电商的重要着力点.....	30
(七) 构建服务商生态，跨境电商转型升级的新支撑.....	31
四、城市跨境电商转型存在的问题	33
(一) 尚未形成跨境电商数据定期发布制度，统计口径不一致的问题突出.....	33
(二) 跨境电商阳光化进程较为缓慢，企业面临政策的不确定性风险.....	33
(三) 各地普遍存在人才短缺，限制跨境电商行业发展壮大.....	34
(四) 品牌出海面临知识产权保护的挑战，需要政府和协会等合力协助.....	35
五、关于城市跨境电商转型的政策建议	36
(一) 提升跨境电商统计监测水平.....	36
(二) 审慎包容推进跨境电商阳光化.....	36
(三) 完善跨境电商人才培育和交流体系.....	37
(四) 优化跨境电商服务生态系统.....	37
(五) 提高跨境电商补贴资金使用效率.....	38

案例

案例 1 先行先试打造跨境电商的“郑州模式”	9
案例 2 3 年 12 倍，苏州的跨境电商“倍增计划”	12
案例 3 宁波“产业带+跨境电商”融合发展的新实践	13
案例 4 杭州和泉州推动“品牌出海”打破内卷	15
案例 5 上海试点“丝路电商”，打造电商制度型开放新高地	20
案例 6 厦门如何破解异地申报困境？	22
案例 7 深耕日韩贸易的青岛，如何打造北方跨境电商桥头堡？	23
案例 8 从大国企到小商家，南京如何培育跨境电商主体？	26
案例 9 深圳，跨境电商合规化和阳光化的先行者	29
案例 10 广州如何降低跨境电商物流成本？	31

图表

图 1 中国 2018 年至今跨境电商进出口规模变动	2
图 2 中国 2018 年至今跨境电商进出口占比变动	3
图 3 中国 2018 年至今跨境电商出口规模变动	4
图 4 中国跨境贸易电子商务服务试点时间轴	5
图 5 跨境电商综试区获批时间、个数、城市和地区名称	6
图 6 各省份已获批的跨境电商综试区数量	7
图 7 商务部跨境电子商务综合试验区三次考核评估结果（历年第一档）	8
图 8 商务部三次综试区评比中进入第一档的次数	9

一、中国跨境电商发展综述

（一）中国跨境电商发展现状

近年来，跨境电商进出口规模持续扩大，全国跨境电商进出口总额占货物贸易进出口的比重，已从 2015 年的 1% 增长到 2023 年的 5.7%。增速也显著高于整体外贸，2024 年前三季度，全国跨境电商进出口额同比增长 11.5%，高于同期外贸整体增速 6.2 个百分点。其中，出口方面表现尤为亮眼，2023 年全国跨境电商出口规模达到 1.84 万亿元，同比增长 20.2%；进口方面总体较为稳健，2020 年至 2023 年，连续四年保持在 5300 亿元左右的规模。

从我国跨境电商进出口规模看，呈现出逐年递增的态势，彰显了强劲的增长潜力。数据显示，2019 年和 2020 年的跨境电商进出口总额同比增速分别高达 22.2% 和 25.7%。2021 年、2022 年规模持续上升，2022 年我国跨境电商进出口总额首次突破 2 万亿元大关，达到 2.1 万亿元，但同比增速近两年有所回落，2021 年同比增速降至 18.6%，2022 年进一步降至 7.1%。这主要是受到高基数的影响，由于疫情的来袭，全球贸易受到严重冲击，而跨境电商因其灵活性和便利性，成为了许多企业和消费者的首选，因此 2020 年跨境电商进出口出现了异常高速增长。

进入 2023 年，跨境电商市场逐渐整合，一些实力较弱的企业被淘汰，而实力较强的企业则占据了更大的市场份额。这种优胜劣汰有助于提升整个行业的效率和竞争力，为 2023 年的重新崛起奠定了基础。2023 年我国跨境电商进出口规模增长至 2.37

万亿元，同比增长 15.3%。这一增速不仅标志着跨境电商市场重回快速攀升通道，也进一步巩固了其在外贸领域的重要地位。最新数据显示，2024 年前三季度，跨境电商进出口总额已达到 1.88 万亿元，同比增长 11.5%，高出同期我国外贸整体增速 6.2 个百分点。这一数据凸显出跨境电商作为外贸新增长点的强劲动力。

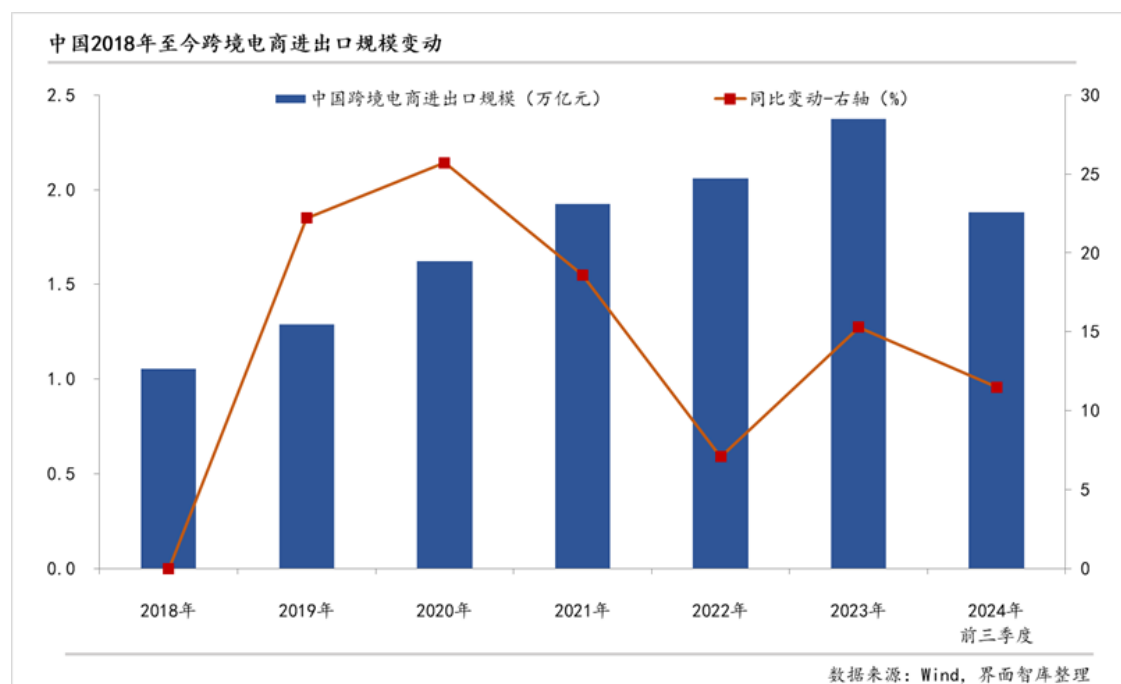


图 1 中国 2018 年至今跨境电商进出口规模变动

从跨境电商进出口总额占货物贸易进出口的比重来看，同样呈显著上升趋势。在 2015 年该比重仅为 1%，而到了 2020 年这一比重已达 5.0%。2021 年和 2022 年经历了两年的稳定期，比重维持在 4.9%左右。这一稳定期为后续的快速增长奠定了坚实的基础。进入 2023 年，该比重进一步上升至 5.7%，而在 2024 年前三季度，这一比例已经达到了 5.8%。随着跨境电商规模的持续扩大，预计 2024 年全年，跨境电商在全国进出口总额中的占比有望提升至 6.0%。这一趋势表明，跨境电商正逐渐成为中国外贸的

重要引擎，对于推动外贸转型升级和高质量发展具有不可忽视的重要意义。

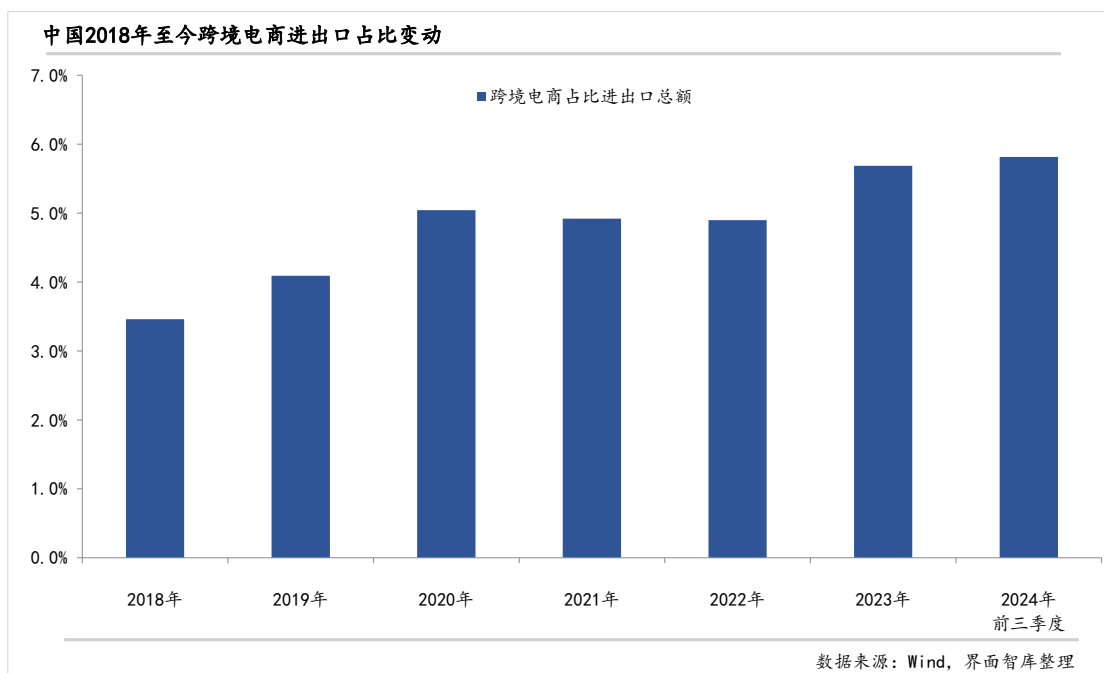


图 2 中国 2018 年至今跨境电商进出口占比变动

出口在跨境电商中占据主导地位，跨境电商的出口规模在近年节节攀升，2020 年跨境电商的出口规模首次突破万亿元，达 1.09 万亿元，同比增速高达 39.2%，较上一年增速上升 8.7 个百分点。同样源于高基数影响，2021 年和 2022 年跨境电商出口同比增速有所下滑，但出口规模分别达到 1.39 万亿元和 1.53 万亿元。2023 年，出口规模进一步增长至 1.84 万亿元，同比增速达到 20.2%，较上年上升 10.1 个百分点，重回上升通道。2024 年前三季度跨境出口规模为 1.48 万亿元，同比增速为 15.2%，按照这一趋势，今年有望接近 2 万亿元。

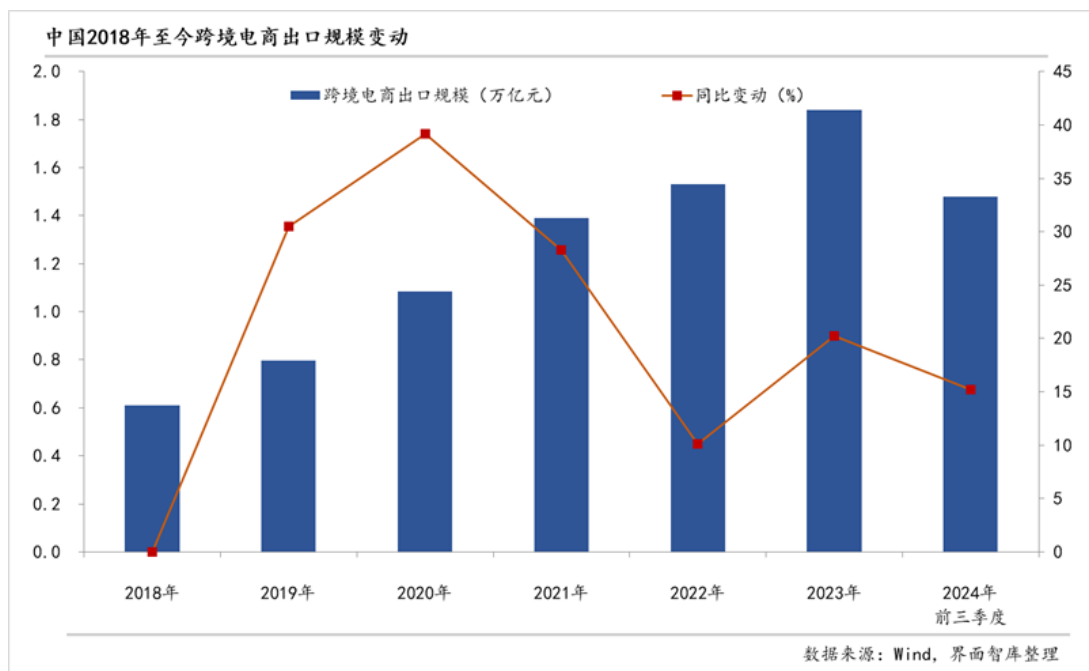


图 3 中国 2018 年至今跨境电商出口规模变动

亚马逊的数据也支持了这一趋势。过去两年，在亚马逊全球站点销售额超 100 万美金的中国卖家数量，增长了近 55%；销售额超过 1000 万美金的中国卖家数量，增长了近 60%。这表明，中国卖家在跨境电商出口领域具有强大的竞争力和市场适应能力。

（二）中国跨境电商政策演变

跨境电商进出口规模在近年的井喷式增长，在很大程度上受益于持续多年的政策支持。中央政府的顶层设计、各大部委的统筹协调，推动相关体制机制不断完善革新，为跨境电商的发展打下了坚实的基础。

2005 年，中央政府第一个专门用于指导全国电子商务发展的综合性政策性文件——《关于加快电子商务发展的若干意见》发布。2006 年，《2006—2020 年国家信息化发展战略》发布，2007 年开始连续四个五年计划中（从“十一五”到“十四五”）单设

了有关电子商务的专门五年计划。

在政策文件和中长期规划的科学指导下，电子商务，特别是跨境电子商务领域的数字基础设施、法律法规框架、财税政策体系、投融资机制、信用评价体系、安全认证标准以及国家标准等方面，均经历了长期且系统性的发展与完善。

在跨境电商的发展进程中，先行先试是非常重要的政策手段。基于多方考量所设立的试点区域，不仅可以降低政策风险，探索出适合的跨境电商模式，为全国范围的跨境电商政策制定提供参考，也能通过试点逐步完善跨境电商的规范和标准体系，还可以作为促进区域发展的新增长点，带动当地相关产业的生长。

跨境电商的试点进程从国家电子商务示范城市开始，2009年深圳作为首个国家电子商务示范城市，工作思路已经着眼于国际，到2012年更是进一步细化到跨境贸易电子商务通关服务试点，2013年专门面向跨境贸易商务零售出口业务的试点启动，到2015年跨境电商试点进一步升级为综合试验区。

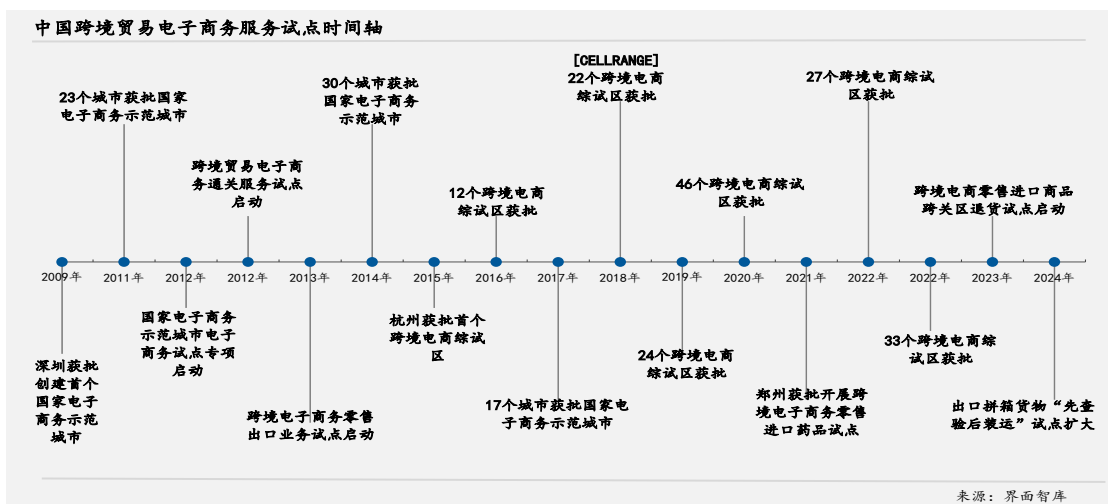


图 4 中国跨境贸易电子商务服务试点时间轴

这些综试区打破传统贸易的地域限制，为跨境电商企业提供了宽松的政策环境和发展机遇，也推动了跨境电商产业链进一步完善，推动了跨境电商的规范化发展，构建了跨境电商生态体系，为跨境电商政策体系和监管模式提供了中国方案和经验。

跨境电商综试区获批时间、个数、城市和地区名称

获批日期	新增个数	累计个数	获批的城市和地区名称
2015年3月7日	1	1	中国（杭州）跨境电子商务综合试验区
2016年1月15日	12	13	天津、上海、重庆、合肥、郑州、广州、成都、大连、宁波、青岛、深圳、苏州
2018年7月24日	22	35	北京、呼和浩特、沈阳、长春、哈尔滨、南京、南昌、武汉、长沙、南宁、海口、贵阳、昆明、西安、兰州、厦门、唐山、无锡、威海、珠海、东莞、义乌
2019年12月15日	24	59	石家庄、太原、赤峰、抚顺、珲春、绥芬河、徐州、南通、温州、绍兴、芜湖、福州、泉州、赣州、济南、烟台、洛阳、黄石、岳阳、汕头、佛山、泸州、海东、银川
2020年4月27日	46	105	雄安新区、大同、满洲里、营口、盘锦、吉林、黑河、常州、连云港、淮安、盐城、宿迁、湖州、嘉兴、衢州、台州、丽水、安庆、漳州、莆田、龙岩、九江、东营、潍坊、临沂、南阳、宜昌、湘潭、郴州、梅州、惠州、中山、江门、湛江、茂名、肇庆、崇左、三亚、德阳、绵阳、遵义、德宏傣族景颇族自治州、延安、天水、西宁、乌鲁木齐
2022年1月22日	27	132	鄂尔多斯、扬州、镇江、泰州、金华、舟山、马鞍山、宣城、景德镇、上饶、淄博、日照、襄阳、韶关、汕尾、河源、阳江、清远、潮州、揭阳、云浮、南充、眉山、红河哈尼族彝族自治州、宝鸡、喀什地区、阿拉山口
2022年11月14日	33	165	廊坊、沧州、运城、包头、鞍山、延吉、同江、蚌埠、南平、宁德、萍乡、新余、宜春、吉安、枣庄、济宁、泰安、德州、聊城、滨州、菏泽、焦作、许昌、衡阳、株洲、柳州、贺州、宜宾、达州、铜仁、大理白族自治州、拉萨、伊犁哈萨克自治州

备注：所列城市和地区的跨境电商综试区名称为中国（城市名）跨境电子商务综合试验区，比如中国（杭州）跨境电子商务综合试验区

来源：界面智库

图 5 跨境电商综试区获批时间、个数、城市和地区名称

自 2015 年 3 月 7 日杭州跨境电商综试区获批以来，有六个批次的跨境电商综试区分别在 2016、2018、2019、2020、2022 年获得国务院批复，由此，全国跨境电商综试区达到 165 个。

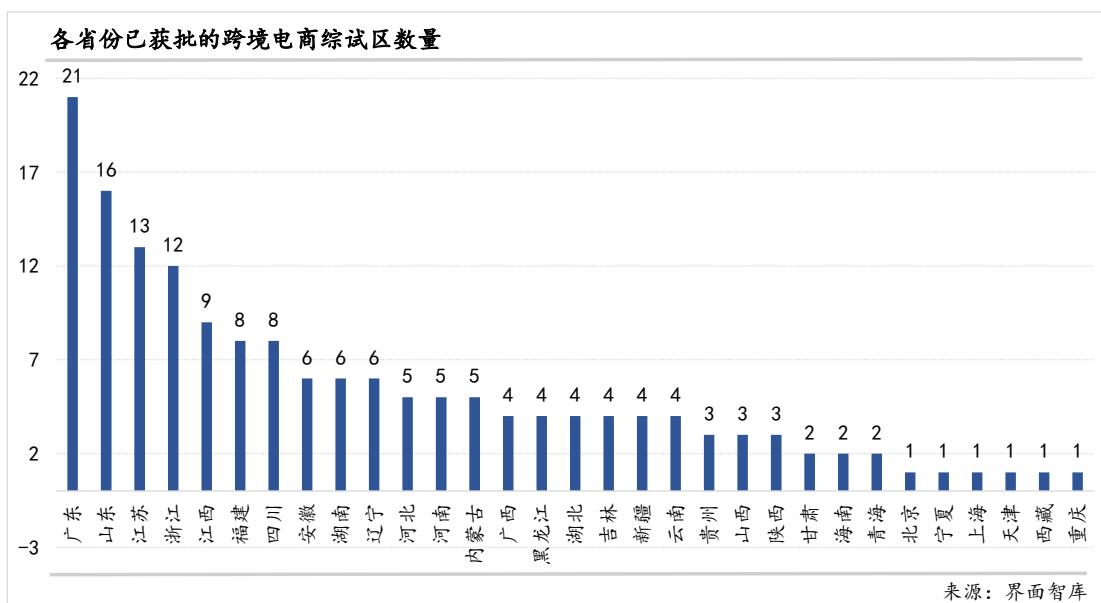


图 6 各省份已获批的跨境电商综试区数量

目前，获批的跨境电商综试区主要集中在东部沿海地区，其中，以广东省最多，跨境电商综试区已达 21 个；山东次之，有 16 个；江苏和浙江依次是 13、12 个。紧随其后的是中部地区的江西，获批 9 个；其他五个中部省份中，安徽、湖南各 6 个，河南 5 个、湖北 4 个、山西 3 个；四川是西部地区中跨境电商综试区最多的省份，获批 8 个；辽宁是东北地区最多的省份，获批 6 个。内蒙古、黑龙江、新疆、云南等四个内陆边疆省份分别获批了 5、4、4、4 个跨境电商综试区。

商务部跨境电子商务综合试验区三次考核评估结果（历年第一档）

2021第一档（成效明显）	2022第一档（成效明显）	2023第一档（成效明显）
杭州	上海	深圳
宁波	杭州	广州
青岛	宁波	杭州
上海	义乌	上海
广州	深圳	宁波
深圳	广州	青岛
郑州	青岛	郑州
厦门	长沙	厦门
南京	苏州	苏州
义乌	成都	重庆

来源：界面智库

图 7 商务部跨境电子商务综合试验区三次考核评估结果（历年第一档）

各大综试区获批先后有别、取得的成绩也各有不同。商务部面向已获批的跨境电商综试区开展了考核评估。从目前已公布的结果看，2021、2022、2023 年的评估考核结果中，共计有 14 个城市进入过第一档（成效明显）。其中，杭州、宁波、青岛、上海、广州、深圳连续三年都进入第一档；郑州、厦门、义乌、苏州有两次进入第一档；南京、长沙、成都、重庆有 1 次进入第一档。上述城市大都位列本次调研的 16 个重点城市之中。

在商务部三次综试区评比中进入第一档（成效明显）次数

综试区所在城市	2021年	2022年	2023年	累计次数
杭州	√	√	√	3
宁波	√	√	√	3
青岛	√	√	√	3
上海	√	√	√	3
广州	√	√	√	3
深圳	√	√	√	3
郑州	√	—	√	2
厦门	√	—	√	2
义乌	√	√	—	2
苏州	—	√	√	2
南京	√	—	—	1
长沙	—	√	—	1
成都	—	√	—	1
重庆	—	—	√	1

来源：界面智库

图 8 商务部三次综试区评比中进入第一档的次数

案例 1 先行先试打造跨境电商的“郑州模式”

早在 2007 年，郑州市政府就已经将发展电子商务作为主要工作内容之一；2011 年 2 月，郑州市政府工作报告明确表示要创建国家电子商务示范城市，同年 11 月，国家发改委同意了郑州市报送的国家电子商务示范城市工作方案，郑州市成为第一批国家电子商务示范城市。2012 年，郑州作为国家电子商务示范城市又被海关总署选中成为全国 5 个跨境贸易电子商务服务试点城市之一。2013 年，郑州又因为已经开展跨境贸易电子商务通关服务，成为试行商务部支持跨境电子商务零售出口有关政策的 5 个城市之一。

2015 年，河南牵头申建中国（郑州）跨境电子商务综合试验区，起草了申建总体方案，郑州得以在 2016 年 1 月 6 日成为第二批跨境电子商务综合试验区之一。

与上述直接支持跨境电商措施同步的是，郑州还获批了一系列可以先行改革

和试验的特殊区域，这也为郑州跨境电商的发展提供了有力支撑——郑州新郑综合保税区（2010年获批、中部地区第一个保税区）、郑州航空港经济综合实验区（2013年成立，唯一一个国务院批准设立的航空港经济区）、河南自贸区郑州片区（河南自贸区2016年获批）、国家中心城市（2016年获批建设）、郑州经开综合保税区规划（2016年12月经国务院批准设立，2019年6月28日通过验收）。

郑州在全国首创“电子商务+保税中心+行邮监管”通关监管模式，被海关总署赋予了监管代码“1210”，解决了跨境贸易“通关难、运输难、出票难”问题。这一模式不仅在全国得到复制推广，还被纳入了《世界海关组织跨境电商标准框架》，得到反向复制推广。

郑州还打通了所得税核定征收流程。自由贸易试验区郑州片区金水区块与海关、税务、市场监管等部门进行联动，在跨境电商企业集群注册、核定征收、海关备案、支付结算等方面围绕跨境电商进出口难点、堵点，制定解决方案，形成“创新跨境电商企业所得税核定征收实施路径”。

在进口方面，郑州获批了全国首个跨境电商零售进口药品试点，设计并打通了零售进口药品业务流程和监管模式，创新实施“一物一码、物码同追”药品全流程监管制度，实现了国务院批复中关于“加强进口药品质量监管，保障人民群众用药安全和合法权益”的要求，具有可复制性。

2023年，郑州市跨境电商交易额已达1253亿元，预计2024年将超过1300亿元。根据商务部今年9月公布的2023年跨境电商综试区考核评估结果，郑州再次位列第一档（“成效明显”），在165个跨境电商综试区中跻身前十，这是自商务部三次开展该项评估以来，郑州第二次进入前十名。

二、城市跨境电商转型的政策特征

（一）纷纷推出“行动计划”，甚至提出激进的“倍增方案”

在全球化和数字技术快速发展的驱动下，跨境电商已成为推动地方经济高质量发展的新引擎。近年来，深圳、上海、杭州、南京、成都、苏州和泉州等城市，纷纷推出旨在促进跨境电商高质量发展的“行动计划”，这些行动计划不仅目标明确，而且内容丰富，涵盖了多个关键领域。

第一，园区建设、平台招引、主体壮大、产业培育是这些行动计划中的核心内容。各地通过打造跨境电商产业园区，吸引国内外知名电商平台入驻，同时积极培育本土跨境电商企业，推动形成完整的产业链和生态圈。在服务生态和人才培养方面，各地也下足了功夫。通过优化服务流程、提升服务质量，构建便捷、高效的跨境电商服务体系。同时，加强人才培养和引进，为跨境电商发展提供源源不断的人才支持。

第二，制度创新是推动跨境电商高质量发展的关键一环。比如，成都提出优化跨境电商出口海外仓监管模式退税流程，加快扩大“海外仓出口+分批退税”模式覆盖面。杭州则致力于打通制度创新堵点，优化顶层设计，推动新一轮国家级跨境电商综合改革，以形成具有杭州特色的跨境电商发展新优势。

第三，“外贸出口强市、跨境电商弱市”提出激进的“倍增方案”。比如，苏州提出通过海关监管平台的跨境电商进出口额每年要实现翻番以上，力争达到1500亿元，即在2026年实现跨境电商进出口规模比2023年翻12倍。

案例 2 3 年 12 倍，苏州的跨境电商“倍增计划”

2016 年，中国（苏州）跨境电子商务综合试验区经国务院批复设立，是全国第二批跨境电商综试区，也是江苏省首个跨境电商综试区。但截至目前，跨境电商在苏州外贸总额中的占比仍然不高。2023 年，苏州经海关管理平台申报的跨境电商进出口额仅为 124.7 亿元，只占到其外贸总额的 1/200。相较跨境电商进出口额超过 2000 亿元的深圳、上海、宁波和广州等地差距显著。

2024 年 4 月，苏州市政府印发《中国（苏州）跨境电子商务综合试验区高质量发展三年行动计划（2024~2026 年）》，明确要在 2026 年，实现进出口规模比 2023 年翻 12 倍。当前，通过跨境电商集群化的孵化，苏州传统制造业企业正逐渐摆脱只重生产、不重“卖”的路径依赖，加快传统外贸转型。苏州市商务局相关负责人表示，苏州每年至少要推动 600 家传统外贸、制造业企业开展跨境电商业务，至 2026 年，全市开展跨境电商业务的主体要突破 1.5 万个。

苏州市商务局相关负责人表示，当前，苏州跨境电商企业存在一些共性问题，如存在出海合规等业务盲点、物流通道不畅、B2B 出口配套政策不便、国际经贸环境不稳定、需开拓欧美市场等痛点问题。为此，苏州将推出一系列政府服务措施，包括加强涉税、通关、结汇等监管政策以及基础业务辅导，扫清企业业务盲点，减轻企业疑虑，加强苏州国际邮件交换站业务推介，尽快释放载体效能，加快推进苏州工业园区前置货站和太仓港跨境电商海关监管中心建设，打造苏州跨境电商直邮出口（9610）集拼货物出口新通道。

为进一步强化跨境电商全链路、一站式综合服务能力，苏州已在全市重点区域和产业带设立产业集聚型、供应链服务型等各具特色的跨境电商企业服务中心。目前，亚马逊全球开店正在苏州推进为期三年的项目，计划覆盖 100 多个产业带，通过“启航-成长-加速”三个阶段，全方位支持企业的跨境电商业务。这

一计划将在苏州扶持万家产业带厂商，帮助其完成传统制造、供应链重塑、数字化转型到全球品牌锻造的过程，获得长效发展。

（二）推动“产业带+跨境电商”融合发展，提升数字化和智能化水平

当前，从中央到地方都在积极出台相关政策，鼓励各地结合产业和禀赋优势推动“跨境电商+产业带”融合发展，旨在助力本土传统优势产业实现数字化转型与智能化升级。

第一，坚持“一产一策”“一区一特色”“一区一品”的原则，鼓励县级市（区）和产业园区紧密结合自身实际，制定差异化的优势产业带出海行动计划。这种精准施策的方式，有助于充分发挥各地的比较优势，形成各具特色的跨境电商发展格局。

第二，数据赋能成为提升产业链综合竞争力的关键。政府积极引导和支持建设供应链协同平台，通过数字化手段整合产业资源，提升产业链协同效率，带动产业和企业“抱团出海”。同时，政府鼓励利用大数据、云计算等先进技术，为设计、生产、营销等环节提供科学决策支持。通过开展个性化定制、柔性化生产和精准化营销，满足市场多元化需求，提升产品附加值。

第三，在政策支持与资金奖补方面，各地纷纷出台优惠政策，对跨境电商产业园区给予重点扶持。以广州为例，该市指导各区根据产业优势打造特色跨境电商产业园区，并对入选的“鲲鹏”产业园区运营主体给予高额的一次性奖励，最高可达 500 万元。真金白银的支持，为跨境电商的快速发展注入了强劲动力。

案例 3 宁波“产业带+跨境电商”融合发展的新实践

过去几十年，宁波形成了小家电、家居、汽摩配等优势产业带。凭借外贸和制造优势，如今，宁波正在以“跨境电商+产业带”的形式，推动传统外贸向新业态新模式转型。宁波的制造业优势明显，拥有8个千亿级产业，且在外贸基建方面，宁波海港和空港口岸能级不断提升，为跨境电商提供了物流通道。宁波还是全国首批跨境贸易电子商务服务试点城市，拥有1.65万家跨境电商相关企业和29个特色跨境电商产业园区。目前，宁波高居浙江跨境电商进出口额榜首，2023年达到2302亿元，位居全国第三。

今年8月发布的《浙江省加力推动跨境电商高质量发展行动计划（2024—2027年）》多处点名宁波。鼓励宁波等跨境电商综合试验区各扬所长、争先进位，加快形成全省联动、互补、共促发展态势。《行动方案》明确提出，推动宁波舟山港打造辐射全国的跨境电商海运枢纽，拓展特色精品航线，发展“快船”模式。

为了继续推广“跨境电商+产业带”模式宁波下一步的具体做法是，结合产业特色和禀赋优势，分类培育纺织服装、家居家电、汽车零部件、五金工具、工业设备、成套设备等跨境电商特色产业带，建设“一区一特色”跨境电商产业园区，打造选品对接中心等公共服务平台。同时，宁波还将推动企业数字化改造，发展服务型、共享型制造；鼓励跨境电商产业园区专业化、规模化、品质化、数字化发展，为跨境电商企业提供一站式综合服务。

商务部国际贸易经济合作研究院发布的《“跨境电商+产业带”高质量发展报告》建议，鼓励先进适用技术在产业带推广应用，完善跨境贸易知识产权保护体系，提升跨境电商产业带生态服务。对于宁波跨境电商的未来发展，在调研中有企业建议可以在原有的港口、实体产业、外贸、人才和营商环境等基础上，进一步强化、深化优势，精耕细作，从跨境电商产业集群打造成更强大的出海品牌集群，并进一步吸引高素养的科技人才、综合能力强的品牌型人才汇聚于此。

（三）鼓励“品牌出海”，避免同质化和内卷化竞争

“品牌出海”是近年在跨境电商领域出现的新趋势，多数城市在跨境电商相关政策中均提到了“品牌出海”，旨在通过政策支持 and 市场导向，提升品牌在全球市场的竞争力和影响力，避免企业陷入“价格战”的同质化和内卷化竞争。从调研来看，各地鼓励“品牌出海”有以下几种典型做法：

第一，对企业市场推广费用给予资金扶持。以广州为例，政府对于优秀跨境电商“品牌出海”企业在市场推广上给予了实质性的支持。这些企业无论是通过社交媒体、搜索引擎进行广告投放，还是利用跨境直播、第三方跨境电子商务平台进行品牌推广，所产生的实际费用均可获得不超过 50% 的资金扶持。

第二，为企业海外维权费用提供补助。面对企业在海外维权的困境，南京等地特别设立了维权费用补助政策。对于在海外知识产权纠纷中获得胜诉或和解的企业，政府将根据实际维权费用给予一定补助，这一政策为企业海外维权提供了有力的经济保障。

第三，助力企业国际化布局与品牌塑造。各地政府鼓励并支持跨境电商企业拓展海外市场，包括但不限于推动其开展境外商标注册、境外专利申请以及获取国际认证等。通过这些举措，帮助企业有效保护自身知识产权，增强在国际市场上的辨识度和信誉度，从而树立起鲜明的品牌形象。

案例 4 杭州和泉州推动“品牌出海”打破内卷

价格战正从国内席卷到国外。杭州作为全国首个跨境电商综合试验区，正积极推动跨境电商品牌出海打破“内卷”。杭州的跨境电商企业数量从 2014 年的

不到 2000 家增长到 2023 年的 63436 家，增长了 30 倍。目前，杭州全市共有 32 个线下产业园，包含 11 个省级跨境电商产业园和 12 个跨境电商品牌出海基地，共同营造了一个优质的跨境电商产业生态。

2023 年 1 月推出的《杭州市人民政府办公厅关于加快推进跨境电子商务高质量发展实施意见》(业内称之为“9 号文件”)，从境外商标注册、国际认证、境外专利授权、品牌全球推广等四方面，鼓励跨境电商企业使用自主品牌开展业务。比如，借助社交媒体、搜索引擎、跨境直播等开展自主品牌推广的企业，给予不超过推广费用 25% 的资金扶持，单个企业每年扶持金额不超过 50 万元。

与此同时，泉州作为商贸名城，正借助其独特的地理位置和产业集群优势，成为跨境电商发展的新兴重镇和中国品牌出海的重要门户。自 2019 年 12 月成为全国第四批跨境电子商务综合试验区以来，泉州市跨境电商累计出口额超 700 亿元，出口年均增长率超 1 倍。作为鞋服之都，泉州的跨境电商卖家很多是围绕鞋服品类展开。此外，泉州卖家的品牌意识会比较先行，因为他们在国内做出过很多知名品牌，这些经验、模式可以在跨境电商领域被借鉴和复制。

泉州鼓励企业使用自主品牌开展业务，借助数字化平台和跨境电商展会开展品牌推广，并为有条件的品牌电商企业量身定制 AEO (经认证的经营者) 认证培育计划。泉州当前正在通过打造跨境电商产业园集聚样板，来加强品牌的培育孵化。同时，针对泉州当地的优势产业带，以亚马逊为代表的跨境电商平台企业也积极与政府合作，为产业带企业提供一对一指导、现场重点辅导、免费跨境电商培训等专属扶持，推动泉州品牌扬帆出海。

(四) 加强人才培养与引进，构建全方位人才支持体系

作为发展速度最快的外贸新业态，跨境电商人才缺口较大，各地对相关人才的竞争也较激烈。因此，各地在推动跨境电商发

展中都非常重视人才的培养和引进，在推出的相关政策篮子中，人才引育都是不可或缺的一项重要内容。

在引进方面，各地或鼓励企业通过并购、合作等方式引进人才和团队，或通过在家落户、医疗保障等方面提供优质服务以及给予补贴奖励等方式吸引人才，或为外籍高层次人才在签证、居留、创新创业等方面争取更多便利。

在培养方面，各地鼓励企业开展跨境电商政策、业务流程等专项培训，鼓励企业建立人才培养基地或将人才培养基地迁入当地；建立发展跨境电商的人才孵化基地、实训基地等专业型培训机构；在高校、中等职业学校开设相关专业和课程，加强校企合作和产教融合，实行“订单式”人才培养。

与此同时，有城市支持跨境电商专业智库建设，以此培养和吸引高端人才；构建电子商务培训认证体系，以提升从业人员专业能力并为企业提供选择途径；积极举办论坛、研讨会、竞赛活动，以帮助从业人员更新知识、提升技能、拓展视野、激发创新思维、促进人才流动与聚集、增强本地跨境电商品牌吸引力等；探索建立跨境电商领域的知识、技术、管理等人力资本产权激励机制。

（五）加强对跨境电商产业链的补贴，补贴类型和资金来源趋多样化

当前，各地都在充分利用中央下达的中央外经贸跨境电商类发展专项资金扶持跨境电商产业链，部分城市和县区也安排了专项资金支持当地跨境电商发展。比如，苏州鼓励各县级市（区）研究制订当地跨境电商发展规划、出台叠加政策，加大支持力度，

扩大资金盘子。

从补贴力度来看,各项补贴大都设立了上限,最高者可达 500 万元。从调研来看,也有一些项目的补贴金额在政策文件中尚未明确且处于不断变化之中,当地相关部门对补贴金额的问题讳莫如深。

从补贴对象来看,从跨境电商卖家到物流公司,从跨境电商的链主企业到龙头企业,从第三方跨境电商平台到独立站,从自营海外仓到公共海外仓,从传统平台到垂直平台,补贴对象的类型较为丰富。

从补贴种类来看,从鼓励规模扩张到培育自主品牌,从数字化到线上线下零售新模式,从营销推广到银行贷款,从办公租金到人才引进,补贴种类可谓百花开放。从资金来源来看,除了财政资金,各地还在积极探索利用社会资本。比如,南京提出引导社会资本成立跨境电商产业基金,扩大跨境电商业务直接融资规模。

(六) 积极降低企业税负, 鼓励企业创新经营模式

调研发现,为促进跨境电商行业的快速健康发展,广州、深圳、南京、金华、青岛、济南等多个城市积极施策,推出了税收优惠与减免政策,旨在降低企业税负,激发市场活力。

第一,在企业所得税方面,部分城市对符合条件的跨境电商企业给予了显著的优惠政策。比如,在深圳特定区域内注册并实质性运营的跨境电商企业,可以享受低至 15%的企业所得税率,这大大降低了企业的税负压力。再如,杭州等一些地区还采用应

税所得率方式核定征收企业所得税，进一步简化了税收流程，提高了企业的运营效率。

第二，在增值税和消费税方面，部分城市同样给予了跨境电商企业诸多优惠。比如，在广州，对于符合特定条件的跨境电子商务零售出口企业，可以享受增值税、消费税的退（免）税政策，这有助于降低企业的出口成本。此外，针对跨境电商出口海外仓的业务模式，相关部门还发布了详细的退（免）税操作指引，确保企业能够准确、高效地享受政策红利。

第三，各地还结合自身实际情况，推出了具有地方特色的税收支持措施。比如，作为全球知名的小商品集散地，义乌结合自身实际情况，推出了针对直播带货等新兴业态的税收优惠政策，鼓励跨境电商企业通过直播带货等方式创新经营模式、拓展市场空间。

（七）搭建多元合作平台，拓展国际合作与交流

在推动跨境电商国际化发展的道路上，中央及各地通过搭建多元合作平台，促进信息共享与经验交流，推进跨境电商企业的全球布局，不断拓展与海外市场的经贸联系。

第一，深化跨境电商领域的国际合作与对话。例如，商务部等部门积极推动在自贸协定中加入跨境电商相关条款，并加强与世贸组织成员的电子商务协定谈判。同时，各地政府也鼓励跨境电商企业与境外智慧物流平台进行对接，以优化跨境贸易流程。部分城市还与海外电商平台、物流服务商等建立了战略合作关系，共同推动跨境电商的海外布局和物流体系建设。

第二，商务部引领的“丝路电商”合作成为一大亮点。特别是上海作为“丝路电商”合作先行区，其建设成果显著，不仅有力推动了本地跨境电商产业的快速增长，更为全国跨境电商合作树立了典范。过去一年，该先行区高效完成了多项任务，并成功推出了制度创新成果，有效促进了中国与伙伴国之间的电商合作。目前，伙伴国线上线下国家馆数量已超过 70 个，为各国产品和文化搭建了展示窗口。

第三，搭建交流平台助力企业拓展海外商机。通过举办线上线下贸易对接活动、支持企业参加国际展会以及组织跨境电商品牌节活动，各大城市为跨境电商企业提供了展示自我、交流合作的平台，降低企业开拓国际市场的成本。例如，杭州提出要利用全球数字贸易博览会平台，办好“丝路电商日”“数贸非洲日”等活动，推动“一带一路”沿线国家平台企业与杭州卖家、供应商对接。发挥“海外杭州”自办展资源优势，在全球自办展中叠加跨境电商元素。

案例 5 上海试点“丝路电商”，打造电商制度型开放新高地

作为全国首批开展跨境电子商务试点的城市，从中国第一个保税区，到第一个自贸试验区，再到第一个国家级进口贸易促进创新示范区，通过不断的制度创新探索，上海在跨境电商功能载体上已经形成相当成熟和良好的生态。2023 年，上海跨境电商进出口额突破 2600 亿元，同比增长超过 42%。进口来源地覆盖了 174 个国家和地区，而出口目的地更是多达 226 个。

2023 年 10 月，国务院批复《关于在上海市创建“丝路电商”合作先行区的方案》，同意在上海市开展“丝路电商”合作先行区的创建工作，旨在打造电子

商务制度型开放的新高地。截至 2024 年 5 月，与中国建立丝路电商合作的国家已达 31 个，合作伙伴遍及五大洲。“一带一路”共建国家的互联网使用率快速上升，但乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦等地的电商产业才刚刚起步，海外电商渗透率正在逐步提升，这其中蕴含着巨大的市场潜力。

上海财经大学电子商务研究中心主任劳帼龄表示，“丝路电商”是由交易平台、物流金融等公共服务、连接的产业带、相关的国际规则等构成的跨境电商完整生态。目前，全球范围内尚未具备统一规范的数字经济治理框架，“丝路电商”合作为推动我国数字领域规则、规制、管理、标准的国际化提供了有益尝试。

三、城市跨境电商转型的典型路径

（一）先行城市持续制度创新，提升跨境电商便利化水平

贸易便利化不仅能提升企业的运营效率和市场竞争力，还能推动跨境电商与国际市场的深度融合、促进产业的聚集升级。监管制度创新则可以通过优化监管流程、引入新技术、提升服务质量和效率等多种方式，显著提升贸易便利化水平。

由杭州首创并已在其他综试区推广的“六体系两平台”——“六体系”分别指信息共享体系、电商信用体系、金融服务体系、统计监测体系、智能物流体系以及风险防控体系；“两平台”则为线上“单一窗口”平台和线下“综合园区”平台——通过构建全面的管理和服务框架，实现了政府与市场、线上与线下的有效结合，不仅提高了通关效率和监管水平，提升了跨境电商的便利化水平，也推动了外贸转型升级和创新发展。

制度创新仍在路上。2023 年上海市创建“丝路电商”合作

先行区的方案获批，主要任务聚焦扩大电子商务领域开放、营造先行先试环境、大力推进国际和区域交流合作。

目前，上海跨境电子商务公共服务有限公司正在建设“丝路电商”跨境贸易监测中心和“丝路电商”跨境服务平台，通过大数据技术实时监测上海和“丝路电商”合作伙伴国之间的跨境贸易动态，数字化赋能政府的科学决策和智能监管；服务平台还可以为企业提供金融、法律、物流、财税等方面的一站式综合服务。比如，正在研究探索搭建的中国和哈萨克斯坦数据通路，跨境电商货物从上海口岸出口到哈萨克斯坦前，货物数据将先与双边海关打通，推动货物的便捷通关，实现“一次申报、双边通关”，即在上海做出口的申报，自动转化成进口的申报，商品就可以实现快速通关。双边数据上打通后，可以保证出去的和进来的东西，数据与货物一致。

案例 6 厦门如何破解异地申报困境？

作为经济特区，外贸一直是厦门“以港立市”战略的重要组成部分，而跨境电商也正成为厦门外贸高质量发展的重要抓手。2018年，厦门获国务院批准设立跨境电商综合试验区，是全国第三批、福建省第一个跨境电商综试区试点城市。2023年，厦门通过跨境电商监管平台进出口236.7亿元，同比增长65%。尽管厦门跨境电商行业开始迈入“快车道”，但相较深圳、杭州和宁波等跨境电商强市，跨境电商进出口规模仍相对偏小。原因有二，一是异地申报，二是进出口数据体量都相对偏小。

厦门通过无纸化报关，24小时通关等措施来提升通关效率，深化数字口岸建设和口岸数字化转型，整合口岸信息化项目和数据资源，围绕“一舱三平台”

(一个数字驾驶舱和辅助监管、协同合作、对外服务三个子平台),建设厦门数字口岸平台,目前,已实现船舶登临检查可视化管理、查验免预约等 211 项功能,服务厦门市进出口环节企业超过 1050 家,从而实现实时监管和数据分析共享。

目前厦门已开通跨境电商对台海运快件“大三通”直航快线、厦-金-台“小三通”航线,对台海运天天有航班,保障货物夕发朝至。截至今年 4 月,厦门共开通 16 条全货航空货运航线,分别通达美国、法国、日本、巴西等多个国家和地区的主要城市,其中 5 条为今年新开通航线。“家门口”的航班除了出口舱位更加充足,也提升了运输效率。

为了提升跨境贸易便利化水平,持续打造市场化、法治化、国际化的一流口岸营商环境,厦门正通过推动 AEO(经认证的经营者)认证为跨境电商企业进一步放宽政策门槛。2024 年 5 月,《厦门市关于支持海关高级认证企业扩容提质的若干措施》发布,这是厦门市乃至福建省地方政府首次出台支持 AEO 企业的综合性激励措施。

作为厦门市政府携手企业推进区域跨境电商发展的合作成果,亚马逊全球开店“厦门跨境电商园”于 2018 年正式投入运营。采用引进资源与支持本地服务商发展相结合的模式,带动数万家福建服装鞋靴、箱包、家具家饰、五金卫浴等优质产业带的企业成功转型跨境电商。

案例 7 深耕日韩贸易的青岛,如何打造北方跨境电商桥头堡?

青岛的传统外贸企业在向跨境电商转型中展现出独特优势。青岛港作为中国北方第一大港口,是重要的外贸出口枢纽和亚欧大陆桥东引线的海上门户,聚集了大量外贸企业。青岛在发展对日韩跨境电商方面具有显著区位优势,企业们对日韩市场有深入的了解和成熟的运营经验,为发展跨境电商提供了便利条件。

青岛市通过一系列政策加速推动传统贸易企业向跨境电商行业转型。青岛市

商务局表示，青岛已初步构建起集海、陆、空、铁、邮等多种运输方式于一体的综合物流枢纽，推动“区港联动”的航空物流服务体系建设。

同时，青岛正全力打造 RCEP 贸易创新区。依托 RCEP 青岛经贸合作先行创新试验基地的建设，畅通 RCEP 成员国物流大通道，继而推动青岛口岸中转枢纽能力升级，加快建设东北亚国际航运枢纽中心。2023 年，青岛市跨境电商进出口整体规模超 850 亿元，同比增长约 36%；2024 年第一季度，进出口总额达 64.5 亿元，同比增长 58.7%。

青岛市商务局表示，将实施跨境电商综试区高质量发展“八大行动”，研究起草新一轮政策措施，加大对跨境电商综合服务平台、保税备货进口、海外仓建设等方面的支持力度。

（二）从“缺人才”到“产人才”，后发城市各显神通

调研发现，相对于跨境电商发展较早的沿海地区，成都和济南的人才短缺问题较为严重。尽管成都因为相对较低的人力成本和生活成本，吸引了一批沿海的跨境电商企业将运营中心设在成都，人才随之从沿海向成都流动，但总体而言，人才规模和专业素质仍无法与沿海地区相比，更多的还是需要为本地本行业“产人才”。

无论是成都和济南，在人才培养上都得到了亚马逊等跨境电商平台支持。亚马逊等平台会定期举行线下的活动和交流，不仅为企业提供了学习的机会，也帮助企业吸引了更多有志于跨境电商的人才。

济南市政府还会定期组织免费的宣讲和培训活动，内容涵盖最新的行业信息和政策解读、海关报关流程、财税合规等多个方

面，师资队伍由政府部门的专家以及具有实战经验的行业人士组成，他们能够提供针对性的指导和建议，帮助企业解决实际问题。

济南与成都的高校也成为培养跨境电商人才的摇篮。这些高校开设了相关专业，不仅教授理论知识，还注重培养学生的实操经验。目前济南高校正在引入类似于实操系统的教育工具，让学生在学习期间就能接触到跨境电商平台，从而在毕业时已经具备了满足企业需求的工作能力。

成都还在推动校企合作之间的合作与交流。成都全球跨境电商服务资源中心与成都市跨境电商协会，联合 40 余所高校成立了跨境电商人才培育联盟，并举行跨境电商人才培育联盟研讨会，目前成员院校达 19 所。成都还举办了“中国西部跨境电商人才发展高峰论坛”、“跨境电商人才培育联盟研讨会”、“跨境电商产教融合研讨会”、“中国西部跨境电商创新创业大赛”等。

（三）依托传统优势，推动跨境电商企业百花齐放

培育跨境电商企业并非易事，作为一个综合性的系统工程，离不开政策扶持、市场环境优化等多方面的外部支持，同时也要求企业自身不断加强能力建设，但更重要的是，善于利用传统优势借力打力。

在政策扶持方面，落脚点往往较为多元。比如，南京市政府在培育跨境电商企业时，既支持创新创业，也鼓励现有制造业企业开展跨境电商；既引进龙头企业，也壮大本地电商主体；既注重产业基金的引领撬动，也重视风投公司与天使投资；既引导企业与亚马逊等第三方平台的合作，也支持有条件企业自建平台；

既强化产业链配套服务，也增强供应链整合能力。

以南京为例，无论是传统产业还是新兴产业，无论是大型国企还是小微商家，全民跨境电商的氛围正在南京形成。比如，南京市一些国有企业通过数字化转型升级，踏上跨境电商“快车道”。作为南京市传统支柱产业的代表之一，南钢集团通过建立跨境电商平台，为客户提供“VR看厂”等数字化服务，有效提升了品牌知名度和客户群体。今年以来，南钢已通过 9710 方式（跨境电商 B2B 直接出口）申报出口合同金额约 440 万美元。

金华也是利用现有的传统资源发展跨境电商的典范。义乌供应链“物美价廉”的优势，为金华新兴创业公司提供了天然的生存土壤。商贸城现有的无数个外贸主体，在从传统外贸转型到跨境电商的过程中，展现出巨大的竞争潜力。依托传统优势产业，金华大力推动“产业带+跨境电商”融合发展，已累计培育 10 个省级产业集群跨境电商发展试点。

案例 8 从大国企到小商家，南京如何培育跨境电商主体？

南京近年来在跨境电商赛道上实现了显著的“逆袭”。2023 年，南京跨境电商进出口额达到 297 亿元，占全省约四成，上半年同比增长 12.5%，总量占全省的 45.3%。南京已初步形成智能制造、户外用品、电动工具、纺织服装四大跨境电商出口产业带，依托“南京大都市圈”的人才集聚和供应链竞争优势，企业抱团开拓海外市场。

南京丰富的人才供给和软件信息技术服务业优势，为跨境电商产业快速发展提供了支持。南京市商务局相关负责人表示，南京 51 所高校为跨境电商相关领域提供了近百万在校大学生，多所院校联合企业创建培训基地，开设了跨境电商

专业。南京还拥有 4300 多家重点涉软企业，为跨境电商企业提供数字化服务产品。

南京市商务局外贸处相关负责人表示，南京与亚马逊等大跨境电商平台合作，引入头部综合服务商，打造了 4 大省级跨境电商产业园，构筑了全生命周期服务体系。目前，南京跨境电商行业呈现出百花齐放的态势，从大国企到小商家都在积极参与。

政策层面上，南京将完善政府、高校、企业、协会四方联动的跨境电商人才培养体系，支持建立江苏首个跨境电商市域产教联合体，提供“一键通关、一键退税、一键融资”服务，探索跨境电商出口前置仓监管创新和出口拼箱货物监管试点，优化跨境电商出口海外仓模式海关备案流程，打造面向企业端的跨境电商公共服务平台，提供全方位、全链路出口信保产品服务体系。

（四）内陆城市突破地理劣势，构建多元化物流通道

合肥、郑州、济南这三个内陆城市通过构建多元化物流通道、创新政策与制度以及发挥产业优势等措施，成功突破了地理劣势，为其他内陆城市跨境电商的发展提供了宝贵的参考路径。

物流通道是跨境电商发展的生命线。因此，三个城市都致力于构建多元化、高效化的物流网络，以弥补地理上的短板。郑州通过打造“空中丝绸之路”“陆上丝绸之路”和“网上丝绸之路”，实现了物流运输的多元化。郑州机场作为全国八大机场之一，拥有众多全货运航空公司和航线，常态化运营至欧美等地的跨境电商包机。此外，郑州还开通了中欧班列和 TIR（国际道路运输公约）跨境公路货运线路，以及铁海联运班列，将“出海口”搬到了“家门口”，进一步降低了物流成本，提高了物流效率；

合肥新桥机场不断新开国际货运航线，如“合肥—阿姆斯特丹”、“合肥-布鲁塞尔”等，有效提升了国际通达能力。同时，合肥中欧班列的飞速发展，为跨境电商企业提供了直达欧洲市场的便捷途径。合肥还积极推动铁海联运，开通了至多个沿海港口的班列，进一步拓宽了物流通道。济南依托其便利的交通网络，不断优化物流环境。济南机场海关支持新开通多条国际航线，提升了济南机场的国际货运能力。此外，济南还利用与日韩邻近的地理优势，开通了直飞大阪等航班的物流运输，为出口到日韩市场的企业带来了显著优势。

（五）利用阳光化和数字化转型，推动跨境电商高质量出海

在跨境电商领域，数字化转型已成为推动城市高质量发展的关键力量。通过大数据、云计算、人工智能等数字技术的广泛应用，众多城市成功提升了跨境电商的运营效率和服务质量，实现了业务的线上化、数据化和智能化。

例如，深圳作为中国跨境电商的领军城市，积极推动跨境电商的合规化和阳光化发展，同时注重数字化转型的推动。通过落地阳光化公共服务平台和综合服务平台，深圳实现了跨境电商业务的全面线上化和数据化，不仅提高了监管效率，还提升了服务水平。

苏州在推动跨境电商发展的过程中，同样强调了数字化转型的重要性。通过制定跨境电商高质量发展行动计划，苏州鼓励企业利用数字化技术提升运营效率和市场竞争力。苏州建立了多个跨境电商产业园和公共服务平台，为企业提供数字化服务支持。

这些平台通过整合各种资源，为企业提供市场调研、品牌推广、仓储物流等一站式服务，助力企业实现快速增长。

泉州作为跨境电商的活跃城市，也注重数字化转型的推动。泉州鼓励企业利用大数据、人工智能等技术优化运营策略，提升客户体验。广州作为“千年商都”，在跨境电商转型过程中也积极拥抱数字化转型，推出了“六个率先”创新举措，包括跨境电商进出口信息化系统等，提高了跨境电商业务的数字化水平。通过建设跨境电商产业园区和公共服务平台，广州为企业提供了更加便捷、高效的数字化服务支持。这些举措不仅提升了企业的运营效率，还推动了跨境电商产业的快速发展。

案例 9 深圳，跨境电商合规化和阳光化的先行者

跨境电商的合规发展已是大势所趋。深圳作为中国跨境电商重镇，在引导合规化方面走在全国前列。2023 年，深圳发布了《关于鼓励企业参与跨境电商零售出口申报阳光化试点实施细则》，旨在通过平台化的综合服务，帮助中小跨境电商企业降低合规申报成本，并引导企业自主申报备案。这标志着深圳市跨境电商阳光化改革试点的正式启动。

2023 年 12 月 5 日，深圳市跨境电商阳光化公共服务平台建成暨 9610 公服产品发布，标志着深圳跨境电商阳光化公共服务平台实现了 B2B 和 B2C 领域的全面覆盖，提供了一站式“关、汇、税”阳光化服务。对于自愿参与阳光化试点的跨境电商企业，政府将在产业促进政策上予以重点支持，并协调海关、外汇、税务等监管部门为试点企业提供便利化的监管服务措施。

深圳海关通过深圳市跨境电商公共服务平台，推进银行和海外电商平台系统互通，获取订单、收款单和物流运单的原始数据，并规范向海关申报，实现从报

关到结汇全业务线上办理，海关数据和结汇数据的贯通捆绑，促进跨境电商出口收结汇“阳光化”。

通过阳光化监管业务试点，实现了关、汇、税链条的贯通，提升了海关监管效率，同时降低了企业的经营成本。2023年阳光化试点政策实施后，深圳跨境电商纳统数据和产业发展显著增长。深圳通过实施阳光化政策和建设公共服务平台，促进了跨境电商的规范化发展。据统计，2024年第一季度，深圳跨境电商的进出口额已超过1100亿元人民币，增长率高达95%，创下历史新高。

（六）降低物流成本，发展跨境电商的重要着力点

如何有效降低物流成本，是推动跨境电商持续发展的重要课题，许多城市都在积极探索并展现了其独特的策略和显著成效。

例如，广州当前将增强物流能力作为发展跨境电商的着力点。通过一系列模式创新，如跨境电商进出口信息化系统、“空铁联运”融合通关等，显著提升了物流效率。特别是打造的广州航空物流公共信息平台，为企业提供了一站式进出港服务，提货速度缩短3小时，企业每年可以降低通关物流成本1000万元以上。同时，广州市政府还通过真金白银的补贴政策，进一步减轻了企业的负担，提升了其市场竞争力。

成都作为中国西部的跨境电商重镇，也积极采取措施降低物流成本。其中，成都出境货物的通关流程得到了较大的优化，时效显著提升。成都海关所属青白江海关创新性地应用了“铁路快速通关”模式，这一模式通过海关对铁路舱单电子数据进行审核、放行、核销，实现了对铁路列车所载进出口货物的全程运输监管。这一变革性的举措意味着运营企业无需再办理繁琐的转关手续，

不仅大大降低了企业的运营成本，还显著提高了整体的通关效率。

案例 10 广州如何降低跨境电商物流成本？

广州在跨境电商领域展现出强劲的发展势头。2023 年，广州跨境电商进出口总额近 2000 亿元，9 年增长 136 倍，占全市外贸比重从 2019 年的 4.4% 提升至 2023 年的近 20%。广州拥有 24 个跨境电商产业园区，汇聚 1200 余家企业主体，形成了完整的产业生态链。提升物流效率、增强物流能力成为广州跨境电商发展的关键。

广州推出了“六个率先”创新举措，包括跨境电商进出口信息化系统、公共分拨中心等，旨在降低企业物流成本。广州市商务局电商处负责人表示，通过打造广州航空物流公共信息平台，企业每年可降低通关物流成本超 1000 万元。政府补贴也是降低成本的直接方式，南沙区的补贴集中在仓租和包裹上，减轻了卖家用户的负担。

“关地联动”是广州的新趋势，黄埔区政府与黄埔海关合作，将海关监管嵌入企业物流和生产链条，缩短物流时间，降低企业成本。黄埔全球供应链中心的运行，使得企业进口货物物流时间缩短约 50%，人工成本和仓储成本大幅降低。

出口集拼模式为跨境电商卖家提供了新的解决方案，降低了物流管理成本。广州海关一级巡视员彭纯玲介绍，南沙海港建设“集拼智管”，实现进出口集拼业务线上办理，帮助企业降低成本。海诚国际与广州港物流有限公司共同设立的粤港澳大湾区集拼平台，提供进出口集拼、海运国际中转等服务，改变了传统以船为单位的进出口模式，节省了大量成本。

广州通过政策创新、模式创新、监管创新，不断降低跨境电商物流成本，提升物流效率，推动跨境电商高质量发展。

（七）构建服务商生态，跨境电商转型升级的新支撑

服务商生态在跨境电商领域的重要性不言而喻，它们如同跨境电商企业的坚实后盾，提供着物流、支付、金融、法律、信息技术等一站式、全方位的服务支持，其不仅极大地降低了企业的运营成本，还显著提升了运营效率，为企业的快速成长奠定了坚实基础。

以广州为例，通过建设跨境电商产业园区和公共服务平台，广州为服务商提供了良好的发展环境，吸引了大量服务商入驻。这些服务商不仅为广州的跨境电商企业提供了市场调研、品牌推广、仓储物流等一站式服务，还通过不断的合作和创新，共同推动了广州跨境电商产业的繁荣发展。

作为中国跨境电商的重镇，深圳的服务商生态更加丰富和完善。深圳拥有众多专业的跨境电商服务商，它们在各个领域都具备深厚的实力和丰富的经验。特别是深圳的一些物流服务商，通过构建全球化的物流网络，为跨境电商企业提供了快速、准确的物流服务，极大地提升了企业的运营效率和市场竞争力。

值得一提的是，亚马逊也在服务商生态方面做出了积极贡献。亚马逊 SPN 服务商网络，通过优选覆盖物流、海外仓储、合规税务、营销推广、运营支持、金融等 7 个大类的第三方服务商，为卖家提供全业务生命周期支持，使卖家可以专注于核心业务，提升销售业绩，降低运营成本，增强竞争力。自 2021 年建立至今，亚马逊 SPN 服务商网络已汇聚了近 300 家高质量的服务商。亚马逊的成功经验，也为其他跨境电商企业和服务商提供了宝贵的借鉴和启示。

四、城市跨境电商转型存在的问题

（一）尚未形成跨境电商数据定期发布制度，统计口径不一致的问题突出

目前，跨境电商数据统计问题较为突出，已明显滞后于跨境电商自身的发展，造成在城市间难以开展有效的横向对比，同时也难以准确衡量跨境电商进出口、出口或进口在外贸总额中的比重。此外，由于不同机构对跨境电商内涵外延的理解不同，跨境电商的统计口径也有所差异。

一方面，各地没有形成定期发布制度，有关统计数据大多散见于新闻报道或领导讲话中，没有形成规范的时间序列数据，较难集中和系统地观察当地跨境电商的发展进程。另一方面，各地统计口径也不尽相同，部分城市以收发货人所在当地进行统计公开，而部分城市则以本地口岸清关或公共服务平台申报数据为准，导致城市间数据不可比。比如，厦门只公布通过跨境电商监管平台的跨境电商进出口数据；再如，济南的跨境电商进出口数据未能在公开渠道查到，只能查询到济南跨境电商综合试验区内的跨境电商进出口数据。

与此同时，现有的城市跨境电商数据的统计范围仅限于当地跨境电商的进出口规模以及进口、出口数据，很少看到具体到商品类别的数据，也很少看到出口目的地或进口来源地的数据，也很少看到不同报关方式的跨境电商数据。

（二）跨境电商阳光化进程较为缓慢，企业面临政策的不确定性风险

在快速增长的同时，跨境电商行业整体面临着合规纳统、缴税退税、征信数据缺失等痛点。因此，以政策引导跨境电商阳光化、合规化的信号越来越强。目前各地对“阳光化”的关注还不够，更多的注意力仍在“量”上，政策重心仍在推动跨境电商行业规模扩大。即便是 2023 年 7 月最先提出“阳光化”概念的深圳，现阶段也只是在部分企业中进行阳光化试点。

由于税收、海关等政策制定一直基于传统外贸形态，客观上限制了跨境电商合规化进程，这也与其行业特征分不开。跨境电商交易批量小、频次高、品种多，且以中小企业为主，大多通过“买单出口”等非法方式，难以体现企业真实贸易数据。

与此同时，尽管阳光化和合规化可以提升整个行业的信誉和效率，让跨境电商出口企业更合规地获取采购进项发票，更加规范化的报关，方便出口退税和出口贸易收汇，进而让跨境电商企业获得资本青睐，乃至上市融资、扩大再经营，但政策不确定性也使得跨境电商企业面临着潜在的政策风险。根据调研结果，深圳、成都等地的商务部门对于阳光化政策的走向认识模糊，对于阳光化政策的现状、成效及未来展望，普遍保持谨慎态度，鲜少公开透露具体信息。

（三）各地普遍存在人才短缺，限制跨境电商行业发展壮大

跨境电商行业的迅猛发展带来了对专业人才的迫切需求，这些人才需掌握跨文化沟通、国际贸易和电商平台运营等关键技能。由于该行业的特殊性，传统教育体系尚未完全适应这一变化，导致市场上实战经验的专业人才严重不足。

根据调研结果，多个城市的卖家均反映了跨境电商复合型人才短缺的问题。他们指出，招聘具有海外背景的跨境电商人才更是困难重重，因为这些人才更能理解国外客户的文化和习惯，对公司发展至关重要，他们希望政府能协助企业招揽这类人才。

此外，人才的短缺还会进一步引发严重的信息壁垒，进而限制了区域内跨境电商的发展规模。比如，在深圳，跨境电商人才有很频繁地交流，信息得以快速流通，但在中山，还未引进外地人才前就难以实现消息的有效共享，有些行业信息会“慢一拍”才接收到。

（四）品牌出海面临知识产权保护的挑战，需要政府和协会等合力协助

在品牌出海的过程中，知识产权纠纷成为跨境电商行业普遍关注的问题。根据调研结果，多数城市的企业在拓展国际市场时，都面临着知识产权保护的挑战。

比如，有泉州的企业反映，希望政府部门能够出台相关政策，在知识产权的保护或纠纷处理上，让企业能够与国外的投诉方或第三方平台有一个平等对话的机制。再如，有金华的企业强调，当下应提升对知识产权的重视，在跨境电商合规化趋势下，各国知识产权法律存在差异，且侵权判定的复杂性较高，知识产权已经成为跨境电商卖家当前亟须探索的关键命题。当跨境电商企业发展到 1-10 阶段，则普遍需要知识产权保护、资质认证等服务。为此，政府相关部门、行业协会和公共服务平台需要合力协助企业应对知识产权纠纷，减少国际市场的法律风险，这对于跨境电

商企业实现长期稳定发展至关重要。

五、关于城市跨境电商转型的政策建议

（一）提升跨境电商统计监测水平

提高跨境电商统计监测水平有助于把脉跨境电商发展动态，助力政府和企业决策。建议从以下几个方面入手，以提升跨境电商统计监测的准确性和时效性：一是现有的跨境电子商务统计调查制度或可考虑提高调查频次，将半年报、年报调整为季报，甚至月报；二是现有跨境电子商务调查统计数据应该从“根据需要不定期对社会公布”调整为定期对社会公布；三是进一步规范跨境电商统计标准和定义，统一各地口径，避免重复统计或遗漏；四是在调查统计之外，创新统计技术手段，充分利用现有的海关记录和平台数据等；五是建立数据安全保障机制，打破电商企业、物流方、海关、外汇、税务等形成的数据孤岛。

（二）审慎包容推进跨境电商阳光化

合规化、阳光化不仅是跨境电商发展的必然需求，也会推动跨境电商行业转型升级，这与做大做强跨境电商产业之间并不矛盾。从深圳经验看，试点后的 2024 年一季度跨境电商增速创同期纪录。与此同时，监管部门需要理解、包容新业态与传统制度之间的矛盾。相关部门可能需要更加积极主动，为企业提供阳光化运营辅导，加大跨境电商阳光化政策的宣传力度，举办相关培训和研讨会，帮助企业理解和掌握政策要点；也可以考虑通过财政、金融、外汇等产业扶持政策激励企业阳光化发展；还可以考虑在跨境电商产业中建立“白名单”制度，对白名单上的企业要

审慎包容，给这些企业更多的时间去拥抱监管，对白名单之外的企业则严格执法，这样会令那些不合规的企业意识到积极拥抱政府监管的必要性，从而形成良性循环。

（三）完善跨境电商人才培育和交流体系

面对跨境电商人才短缺的挑战，部分城市的做法提供了值得借鉴的参考，建议从以下几个方面弥补跨境电商人才缺口：一是合作培养模式。与跨境电商平台合作，启动跨境电商启航计划，通过系列活动全面提升人才的专业能力和国际视野；二是人才交流机制。比如，中山与深圳等城市建立人才交流机制，定期组织两地人才互访、培训和交流活动；三是产教融合机制。比如，南京构建了政府、高校、企业、协会四方联动的人才培养体系，有效促进理论与实践的结合，培养符合市场需求的人才。成都和济南的做法也值得借鉴，通过在高校增设跨境电商专业，在高校引入实操系统等教育工具，让学生在学习期间就能接触真实的跨境电商平台；四是增强国际交流，国内高校可与国外高校和企业合作，开展国际合作项目，引进国际先进的跨境电商教育理念和实践，同时为学生和专业人士提供国际交流和学习的机会；五是人才激励机制。政府可以提供税收优惠、资金扶持等激励手段，鼓励企业投入更多资源进行人才培养，同时也吸引更多人才进入跨境电商行业。

（四）优化跨境电商服务生态系统

为了提升跨境电商服务的整体水平，建议依托产业园区和跨境电商平台等构建综合性的跨境电商服务生态系统，整合并优化

来自物流、海外仓储、税务合规、营销推广、运营支持、知识产权保护以及金融服务等多个领域的优质服务商资源，为跨境电商卖家提供全面而高效的支持，全链条扶持并培育“龙头卖家”。为了激励更多优质的服务提供商加入这一生态系统，政府可以出台一系列政策措施，如税收减免、资金补贴等，以降低卖家使用专业服务的成本。为确保服务质量，政府和电商平台应共同建立一个反馈和监督机制。这将有助于及时调整和优化服务内容，以满足卖家不断变化的需求。通过构建全链条的服务生态系统，可以有效地支持卖家的全业务生命周期，使他们能够更专注于核心业务，提升销售业绩，实现高质量的“品牌出海”。

（五）提高跨境电商补贴资金使用效率

根据调研反馈，跨境电商补贴政策在以下四个方面存在进一步优化的空间：第一，在补贴对象的标准认定上，当前政策存在局限性。例如，中国公司通过海外子公司进行跨境电商活动时，这些子公司的实际运营成本最终会汇总至母公司。然而，由于现行政策未涵盖此类情况，导致这些中国公司无法享受补贴。第二，补贴政策的创新和灵活性有待提高。以品牌推广为例，该过程涉及多个环节，但现有政策仅针对部分环节提供补贴，未能全面覆盖，这限制了企业品牌建设的整体效果。第三，同一链条上补贴对象的选择需更加平衡。以海外仓为例，政策既要鼓励海外仓的建设和运营，也要确保租赁者、使用者能够从中受益，将有限的资金补贴给租赁者和使用者让其市场上自由选择运营者，能够促进海外仓运营者的良性竞争，推动海外仓服务质量的提升和成

本的优化。第四，在补贴分配上，政策应更多地关注中小企业和关键环节。当前，一些地区为了吸引跨境电商龙头企业，提供了大量补贴。相比之下，将这部分资金用于补贴中小企业的关键环节，更能发挥政策的杠杆作用，促进跨境电商行业的整体发展。