



10月20日,习近平主席访问英国。在随行队伍中,网易考拉、蘑菇街以跨境电商代表的身份引起关注。

目前,中国对外贸易增速放缓,在此大背景下,跨境电商正成为驱动外贸增长的新动力,跨国电商交易增长迅速,增速超过传统的贸易增长。

统计数据显示,从事跨境电商业务的企业数量快速增长,去年,我国跨境电商平台企业超过5000家,境内通过各类平台开展跨境电商的企业已超过20万家。我国今年上半年跨国电商交易额达到2万亿元,同比增长42.8%,较去年增速提高12.2个百分点。跨境电商在我国出口贸易中的占比越来越大,占我国进出口总值的17.3%。

最近,中国贸促会副会长于平表示,中国贸促会将在第12届中国—东盟商务与投资峰会框架下,将建立中国—东盟电子商务交易平台,推动双边经贸合作不断发展。

中国贸促会信息中心主任孙俊也表示,中国贸促会将通过打造外贸综合信息服务平台和跨境电子商务服务平台等互联网平台,协助企业开展国际化经营,助力企业“走出去”。

四大举措打造综合信息服务平台

目前,中国正处于从贸易大国向贸易强国迈进的关键时期,对外贸易和企业“走出去”面临新的形势和新的挑战。同时,中国的信息技术高速发展,以跨境电商商务等为核心的外贸新业态成为稳定外贸增长的新力量。

“根据这一形势,贸促会发挥信息资源优势、渠道优势、业务优势,积极打造综合信息服务平台。”孙俊说,今年,贸促会将采取四大举措,积极打造中国贸促会综合信息服务平台:

一是权威的会展专业网站“今日会展”。中国贸促

会的会展业务在国内外一直具有较大的影响力。为更好地服务会展行业发展,贸促会通过整合贸促系统及社会的海量信息资源,开发建设了“今日会展”网站,于7月6日正式上线运行,为国内外会展相关人士提供最准确、最及时的各类会展动态、政策资讯和数据查询服务,并营造线上到线下的垂直行业社区,促进业内沟通和交流。

二是投资、知识产权和法律服务等专业网站。贸促会正积极筹建对外投资类专业网站“明日投资”、知识产权公共信息服务网和商事法律服务网等专业性网站。上述网站将与“今日会展”等共同为企业尤其是中小企业提供一系列具有贸促会特色的信息服务。

三是中国贸促网英文网站。贸促会正在对贸促网英文网站进行改版。除报道贸促会重大活动外,新版英文网站还将介绍贸促会的十大主要服务业务,发布中国的宏观经济、投资、贸易、工业、金融、知识产权、经贸政策等信息,帮助国外企业掌握中国经济发展状况,了解中国市场行情。

四是“中国贸促”官方微信公众账号。贸促会于4月底开通了“中国贸促”微信公共号,在宣传贸促会重要活动的同时,坚持向企业提供实用、有价值的经贸投资信息。

筹建特色跨境电商服务平台

作为贸促会打造综合信息服务平台的重要一环,贸促会正在筹建“特色跨境电商服务平台”项目。

据孙俊介绍,该平台旨在配合国家关于促进跨境电商商务快速健康发展、推动“互联网+”战略等重要政策的实施,促进我国外贸的稳定发展。平台将通过整合市场营销、交易、物流、通关、支付、外汇结算、认证等目前市场上“碎片化”的外贸线下和线上服务,创建新的外贸生态链,为外贸企业和跨境电商提供“一条龙”进出口贸易各环节的综合服务,为政府提供国际贸易数据交换标准 and 大数据服务。

孙俊表示,与目前国内现有的电商平台不同的是,贸促会打造的这个跨境电商服务平台,不提供直接的进出口交易,而是提供一些在贸易便利化方面的公共的工具和服务,旨在帮助中国的跨境电商平台和电商企业,提高在交易过程中的效率,降低交易成本。

据了解,贸促会打造该公共服务平台的一个重要使命是,利用贸促会在国外的影响力和多年以来建立起来的业务渠道,帮助中国的跨境电商平台和电商企业。比如说,贸促会利用与国外签订备忘录、合作协议等方式和渠道帮助中国电商企业开拓国际市场,在国外树立品牌,与国外的监管机构、国外进出口管理部门进行对接,使得中国跨境电商的业务链条能更顺畅地延伸到海外市场。

据悉,贸促会正积极整合信息资源、渠道资源和业务资源,以中国贸促网为依托,利用移动互联网、云计算和大数据等技术,重点打造互联网服务平台,全面提升信息服务水平,助力中国企业“走出去”开展国际化经营。

建立中国—东盟电子商务交易平台

众所周知,东盟的经济结构、地理位置与中国有天然的互补关系。中国已连续6年成为东盟第一大贸易伙伴,东盟连续4年成为中国第三大贸易伙伴。中国—东盟战略伙伴关系经历了“黄金十年”,正步入起点更高、内涵更广、合作更深的“钻石十年”,共同面临“21世纪海上丝绸之路”的战略机遇,面临中国—东盟自贸区

升级版的重大商机。

电子商务能跨越中国—东盟地理的界限,突破中国与东盟国家线下商业基础设施薄弱、信息交换成本高等制约因素,将大量在时间和空间上零散的供给与需求有机联系起来,形成新的市场,更为合理地匹配市场资源,提高市场资源的组织化水平,发挥中国—东盟产业互补优势,让人力、金融等资源要素在区域间有序流动,促进中国—东盟产业经济形成强链接,实现区域经济一体化,打造中国—东盟命运共同体。

中国贸促会副会长于平表示,正与东盟国家工商会开展合作,今年启动与越南、老挝、柬埔寨、缅甸的贸易便利化研究,并争取尽早将研究报告提交给中国和东盟国家的政府有关部门。同时,将与中国知名电商公司合作,建立中国—东盟电子商务交易平台,推动双边经贸合作不断发展。

于平表示,今年是“一带一路”建设全面实施的重要一年,也是中国—东盟海洋合作年,贸促会将积极贯彻落实中国国家主席习近平提出的共建21世纪“海上丝绸之路”的合作构想,按照“务实、创新、可持续”的办会原则,加强与东盟工商界的沟通,全面促进双方的互利合作。

事实上,中国已有商家敏锐地嗅到商机。阿里巴巴集团相关负责人说,要尽快发展中国—东盟电子商务经济体。互联网可以弥合后发地区的商业消费差距,而东盟国家存在工业经济发展落后的情况,电子商务可帮助各国实现经济跨越发展。

中国移动、中国电信、华为公司纷纷表示愿加强与东盟国家电信基础设施合作,支持双方良性互动。

广州市贸促会：与新西兰联手 借助跨境电商倒逼产业升级

今年以来,中国各地跨境电商呈现井喷之势,广州是国家电子商务示范城市及跨境贸易电子服务试点城市之一,这座“千年商都”正在一步步“走出去”。

具体说来,广州人非常务实,号称敢为天下先。得益于国家对互联网+行业的支持和家门口就能“全球购”的强大市场需求,广州的一些创业者正走着一条不同于大众的创业创新发展之路。

林春健在广州海珠区新港东路从事手机配件生意,他利用跨境电商平台,直接和海外买家对话,与客户交流产品设计理念,在一个月左右的时间内,累计在敦煌网平台上获得20多万元的订单,利润高达30%-50%,远超广州同行业传统外贸商家利润。

这并不是个案。

和很多从事跨境电商的企业一样,跨境电商服务商出口易副总裁吴春梅从2003年开始开展跨国B2C业务至今,见识了对外贸易从带着样品满世界搜寻“猎物”的“石器时代”到“轻点鼠标,货就卖到美国去”的“信息时代”。

吴春梅认为,通过跨境电商的方式,使传统的国际贸易供应链更加扁平化。打破传统贸易中全球采购商、地区批发商、零售商的利益格局。在不增投资、不增产能的前提下,通过电子商务跨越中间环节,直达终端消费者,消减了中间环节高额利润,提升生产企业自身的产值、税收和利润空间。

最新数据显示,今年前三季度,广州实现地区生产总值12983.31亿元,增长8.5%。其中,跨境电商商务进出口为去年全年总量的3倍,规模占全省约90%。

中国制造业走到今天,利用跨境电商将国货卖到国外已成为最佳路径。

在新西兰奥克兰市,广州市贸促会副巡视员李淑兰最近与先锋集团新西兰公司、新西兰尼什传媒集团签订了跨境电商合作协议。

据悉,此次签订的协议包括:先锋集团依托贸促会跨境电商交流服务中心引进新西兰依护肤品和奶粉、蜂蜜保健品等,并作为中国总代理,首期合作金额150万美元;尼什传媒集团与广州市贸促会每年将相互推荐10家知名跨境电商品牌进行合作,预计合作金额达1000万美元。

据了解,这是广州市贸促会今年5月成立广州跨境电商交流服务中心以来又一个新的合作项目。广州市跨境电商交流服务中心由广州市贸促会发起成立,属于民办非企业公共服务机构,该中心目标是推动广州中小微企业的优质产品通过跨境电商平台,在国内外市场拓展销售,让每一家拥有优质商品的企业能够在网上多渠道开设“全球商店”,抓住跨境电商时代的市场机遇。

“现在面对全球客户,没有研发、没有个性化很快会被淘汰。”广州一家玩具制造商魏涛华在做跨境电商中最大的感触是产品质量越来越重要。“质量不好很难在跨境中生存,而现在的跨境电商也是一个洗牌过程。”

更重要的是,通过跨境电商方式将倒逼推动产业转型升级,成为广州制造业突围的道路之一,这是政府层面和跨境电商综合服务商的共识。

