

我国跨境电商主体已超过10万家

本报讯 张歆 近日,从商务部了解到,我国设立了165个跨境电商综试区,覆盖全国31个省区市,通过先行先试,复制先进经验,如今我国跨境电商主体已超过10万家,跨境电商货物进出口规模大幅增长。

近年来,各个跨境电商综试区大力培育市场主体,逐步完善跨境电商生态,带动当地产业优化升级。

我国跨境电商货物进出口规模,占外贸比重由5年前的不足1%上升到目前的5%左右。我国跨境电商主体已超10万家,综试区内跨境电商产业园约690个,我国跨境电商贸易伙

伴遍布全球,与29个国家签署双边电子商务合作备忘录。

作为2022年优秀跨境电商综试区和全国首个跨境电商综试区,杭州积极发展跨境电商新业态,培育外贸新动能,为全国跨境电商探路。

杭州市副市长、中国(杭州)跨境电商综试区建设领导小组副组长孙旭东表示,8年来(杭州)形成了8个方面46项制度创新案例,实现跨境电商进出口规模由1.2亿元扩大到1200多亿元,增长1000多倍,跨境电商企业由200多家跃升至5.5万余家,增长275倍,集聚全国三分之二的跨境电商平台,

在杭跨境支付机构服务全国150万卖家,占全国七成跨境支付交易额,在两次全国综试区评比中均获第一档。

商务部从2021年起,连续两次开展跨境电商综试区考核评估,从综试区建设发展成效、主体培育、基础设施建设、产业园区发展,以及政策支持配套等多个维度开展考核评估。

商务部对外贸易司副司长肖露表示:“我们的目的就是通过对以评促改、以评促效,更好地发挥我们跨境电商综试区的引领示范作用,服务于我们外贸的稳规模优结构。”

跨境电商零售进口税款实现电子支付

本报讯 王震 据海关总署网站消息,近日,跨境电商零售进口税款电子支付功能成功上线。目前,这项功能在宁波、福州、广州、黄埔、重庆、成都等海关试点推广。

据介绍,此次跨境电商零售进口税款电子支付功能是基于现有的海关新一代税

费电子支付系统新纳入增加的功能。该功能打破了跨境电商电子商务企业原有缴税模式在时间和空间上的限制,让信息跑“网路”代替企业“跑马路”,进一步便利企业通关。

该功能上线后,企业一票税款电子支付交易从发起

支付请求到收到海关成功核注回执总共用时约30秒,省去了打印和传递纸质凭证、逐笔勾对核销税单等手工操作环节,整个流程比以往缩短2~3个工作日。此外,企业用户还能通过税费电子支付功能支付保证金、滞报金、滞纳金等。

紧抓跨境电商发展机遇

本报讯 冯其予 5年前,跨境电商货物进出口规模占我国外贸比重还不足1%,如今这一数字上升到5%左右,跨境电商已成为我国发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸业态。当前,要牢牢抓紧我国跨境电商发展机遇,扎实推进跨境电商综试区建设,打造外贸创新发展新高地。

我国拥有超大规模市场优势,网民总人数、互联网普及率等指标在全球排名数一数二,这为跨境电商蓬勃发展奠定了坚实基础。截至2022年底,我国网民规模达到10.67亿,互联网普及率达75.6%。2022年我国数字经济规模达到50.2万亿元,总量稳居世界第二位,占GDP比重提升至41.5%,全国网上零售额达13.79万亿元。

疫情期间,尽管传统贸易受到严重冲击,但以跨境电商为代表的外贸新业态在保订单、保市场、保份额方面发挥了重要作用。同时,我国持续出台增强外贸发展新动能、加快外贸新业态、新模式的政策措施,对广大企业加快数字化转型,促进外贸稳定增长发挥了积极作用。

目前,我国设立了165个跨境电商综试区,覆盖31个省区

市,2022年中国的跨境电商进出口达到2.11万亿元人民币,增长了9.8%。我国跨境电商主体已超10万家,综试区内跨境电商产业园约690个,与29个国家签署双边电子商务合作备忘录。

当前,新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,全球数字经济蓬勃发展,催生了以数据为核心、以数字服务为主要特征的数字贸易,成为国际贸易发展的新趋势。为跨境电商快速发展提供新机遇,要通过积极参与和制定规则,推进贸易数字化应用,以构建跨境物流网络等举措推进跨境电商快速发展。

首先,应积极参与和制定在全球范围内的跨境电商发展规则。商务部原副部长、世界贸易组织原副总干事易小准此前表示:“跨境电子商务在过去二十年中的飞速发展,凸显了在这一领域全球贸易规则的缺位与滞后,对数字经济时代重构全球贸易规则提出了紧迫要求。”我国近年来积极参与构建跨境电商的国际规则体系谈判,有效改善了我国跨境电商的外部环境。自2022年8月中国加入《数字经济伙伴关系协

定》(DEPA)工作组成立以来,中国与成员方开展了大量富有成效的工作,为促进我国数字创新和跨境电商可持续发展作出贡献。

其次,应推进贸易数字化应用,提升通关便利化水平。通过大力推动无纸化贸易,力争在包括海关、银行、运输和保险等全贸易流程中实现无纸化,帮助电商企业在国际竞争中降低经营成本,提高竞争力。同时,鼓励电子商务平台和海关部门协同合作、开拓创新,不断简化报关程序,使电子商务更加安全、便捷和高效。

再次,加快外贸新型基础设施建设,构建跨境物流网络。可增加对电子商务基础设施建设的投资,利用优惠贷款、电子商务人员培训、企业商业投资等多种方式,助力中国电商企业扬帆出海。

跨境电商发展速度快、市场潜力大、带动作用强,能够以低成本高效率匹配供需,为更多的企业和终端消费者提供个性化优质服务。今后,应当继续在制度、管理和服务方面持续创新,大力培育经营主体,逐步完善跨境电商生态,为跨境电商发展营造更加良好环境。

直播电商探索助力乡村振兴新模式

□ 曲晓丽

近日,“云链峰会——数字经济下的乡村振兴之路主题研讨会”深度聚焦“数商兴农,直播电商面临的机遇与挑战”等议题,邀请与会嘉宾就农村电商未来的发展路径、发展模式等话题,共话数字经济下的乡村振兴之路。

直播成为农民新农活

帮农户拓销路、找市场,做好产销对接,拓宽销售渠道,通过以销促产方式带动乡村发展是大家公认的一条路径。当前,直播带货是以销促产最有力的手段之一。

“手机成为农民的新农具,直播成为农民的新农活,数据成为农民的新农资。”中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚在总结农村直播电商的发展时表示,其背后是直播电商前两年接近100%的增长,2022年的增长也达到40%多,农村直播电商的用户呈现快速增长的趋势。

根据人民数据研究院在研讨会上发布的《直播电商助力乡村振兴研究报告》,电商直播已成为数字生活消费新习惯,直播市场规模快速增长,交易规模大,用户群体广。从交易规模看,目前,我国直播电商市场已破2万亿元规模,且保持高速增长态势。

在直播电商快速发展的同时,城乡互联网普及率的差距在逐步缩小。

然而在行业快速发展的背后,报告认为,直播电商助力乡村振兴仍然面临三个层面的困境:产品层面、基础设施层面和人才层面。产品方面包括农产品生产标准化程度不高、品牌化程度低、缺少商业品牌等。基础设施方面包括农产品电商供应链管理薄弱、农村物流基础设施未跟上发展需求、冷链仓储建设资源配置有待完善等。人才方面包括电商平台优质带货主播人才不足、乡村数字化人才引进和留存难、供给端数字技能和市场意识薄弱等。

以商品损耗率为例,根据观研天下发布的《中国农产品冷链物流行业发展现状分析与投资趋势预测报告(2022—

2029年)》,从数据对比来看,相较于欧美日等成熟国家5%的损耗率,目前国内生鲜产品整体损耗率较高。

形成三大助力新模式

农产品带货直播是直播电商助力乡村振兴最初的模式,并且该模式在近几年的发展中逐渐成熟,形成了产业链。此外,随着越来越多的直播电商机构与个人加入助力乡村振兴的行列,直播电商也在进一步探索助力新模式。

报告认为,当前,电商直播在助力乡村振兴方面的新探索实践大致可以归纳为三种模式,即产业振兴助力模式、品牌升级助力模式、人才培养助力模式。

在加快农业品牌化升级方面,以抖音电商为例,其推出了“山货上头条”助农专项,并在该项目的推动下,平和蜜柚、连城红心地瓜干、来凤藤茶等地标农产品都实现了销量翻番。

在直播助力乡村电商的创新模式方面,李勇坚说,直播助力乡村振兴要着眼于经济欠发达且产业配比不够均衡的地区;在产品层面,不局限于农副产品,要将当地的工业预包装产品和文化特色产品列入其中;在功能层面,推动供应链上游发展,助力区域特色产业集群的形成,带动区域产业升级。

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表示,数字化日益打破行业边界、企业组织边界、生产者与消费者边界,新电商应运而生,以用户为中心,对传统电商“人”“货”“场”进行链路重构,产生电商新形态、新模式。商家基于精准的市场分析,把适合消费者的商品直接“推送”给消费者,从而有效降低消费端的时间和认知成本,缩短决策链路,加速其做消费决策。

农民日报社经济部主任、中国乡村振兴(青年)40论坛执行主席杨久栋则认为,数字电商实现全产业链、供应链和价值链的重塑和再造,让传统农业释放出新的发展活力。未来,直播电商在引导人们的消费能力、消费潜力转向乡村,把乡村更多元的价值和农业更多的功能激发出来等方面,存在巨大的发展潜力。

