

跨境电商再迎政策利好 海关总署拟推出四项举措 优化出口监管

□ 胡梦然 黄敏璇

11月8日,国务院常务会议审议通过《关于促进外贸稳定增长的若干政策措施》。会议指出,要壮大外贸新动能,促进跨境电商发展,推进海外智慧物流平台建设。

就在几天前,海关总署刚发布《关于进一步促进跨境电商出口发展的公告(征求意见稿)》(下称《公告》),拟从四大方面进一步促进跨境电商高质量发展。四项举措包括取消跨境电商出口海外仓企业备案;简化出口单证申报手续;扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点;推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式。

物流运输一直是跨境电商发展的难点环节,其中既涉及资金成本也涉及时间成本。如今,跨境物流有望迎来多重政策利好,对行业将有哪些助力?

壹航运创始人兼CEO钟哲超接受采访时表示:“系列举措体现了相关部门对优化简化跨境运输流程的重视,落地后将给跨境电商行业带来极大便利。特别是在当前海外仓建设增速迅猛的背景下,‘取消跨境电商出口海外仓企业备案’这一措施将有利于企业加大海外仓建设投入。”

取消跨境电商 出口海外仓企业备案

《公告》提到,取消跨境电商出口海外仓企业备案。开展跨境电商出口海外仓业务的企业,无需向海关办理出口海外仓业务模式备案,不再执行海关总署2020年第75号公告第四条“在海关开展出口海外仓业务模式备案”的要求。企业在申报环节仍需向海关传输订仓单电子数据,并对真实性负责。

海外仓,即跨境电商企业在海外市场设立的仓库,用于存储、分拣、包装和配送商品的物流设施。通过建设海外仓,企业可更快速、更低成本地将商品送到消费者手中,同时还能解决海外售后退换货不便的问题。可以说,海外仓是跨境电商打通“最后一公里”的关键所在。

数据显示,近年来海外仓整体规模增长幅度在20%左右。2018年至2023年间,中国B2C出口电商采用海外仓模式的物流解决方案市场规模从486亿元增长至2039亿元,市场份额占比45%。根

据预测,到2028年该市场份额还将提高至51%。

“目前中国跨境电商企业海外仓的建设非常迅猛。尤其是在跨境电商平台普遍推广半托管模式后,以及接下来即将大力发展大中件货物的背景下,企业对海外仓的需求大幅增加。现在整个海外仓的建设可以说是一片热土,非常热闹,企业都在加大这方面的投入。”钟哲超表示,“取消跨境电商出口海外仓企业备案”这一措施,将极大便利企业进行海外仓建设,促进企业加大投入。

海外仓主要包括第三方海外仓、电商平台运营的海外仓,以及企业自营的海外仓三种形式。记者注意到,此前跨境电商企业多数以租赁第三方海外仓为主,不过随着需求不断增加,多家跨境电商上市公司正加快布局自建海外仓。

11月8日登陆港交所的跨境大卖傲基股份在其招股书中提到,公司上市募集资金将用于扩充海外供应链和升级仓储及物流系统。“我们计划在美国和墨西哥构建五个智能化仓储中心,并在该等中心开发自动化设备,以适应我们的快速增长和不断变化的业务需求。”傲基科技称。

今年7月上市的绿联科技也在招股书中称,此次上市募集资金主要投向产品研发及产业化建设项目、智能仓储物流建设项目等领域。

“过去,企业需要在海关进行出口海外仓业务模式的备案,这一过程涉及多个环节和审批,可能耗费大量时间和精力。取消备案后,企业只需完成报关单位备案和跨境电商企业备案后,即可直接开展业务,避免了繁琐的备案流程,提高了运营效率。”网经社特约研究员王与剑表示,这是有助于推动跨境电商行业的健康、快速发展的重要举措。

扩大出口拼箱货物 “先查验后装运”试点

《公告》还提到扩大出口拼箱货物“先查验后装运”试点。在上海、杭州、宁波、厦门、青岛、郑州、武汉、长沙、广州、黄埔、成都、西安等12个直属海关开展出口拼箱货物“先查验后装运”监管模式试点。允许跨境电商出口货物以散货形式进入监管作业场所,先行接受海关查验,然后再根据实际需求灵活拼箱装运。监

管作业场所需建立货物入场、上架、装箱以及监管作业场所至口岸的物流运输等各环节信息实时采集系统,实现全流程信息化管理,并与海关联网实时传输相应数据。

王与剑介绍,根据不同的交易对象,跨境电商出口可以分为B2C和B2B两种类型。随着跨境电商行业的发展,自2014年以来,海关总署陆续增设了四种针对跨境电商出口通关的特殊监管方式,分别为直邮出口、保税电商出口、跨境电商B2B直接出口、跨境电商出口海外仓。

在后三种模式下,实行“先查验后装运”,货物以散货方式进入海关监管仓,在清关过程中,如果查验出违禁品、易燃或带电产品,也可以先将查验合格的货物予以放行。

“因此可以说,‘先查验后装运’监管模式的应用不仅可以提前发现问题,降低了货物在运输过程中的风险,也有助于提高拼箱出口效率和通关效率。”王与剑说。

不过,王与剑也提到,跨境电商B2C模式下,货物存在小批量、多批次、高时效的特征,企业通常在库内先将多个订单集中到一起批量拣货,再按照同一个客户、同一个流向分拣成单独订单,统一通过干线运输发送到海外,以此保证及时性。

因此,如果推广出口拼箱货物“先查验后装运”监管模式,可能会遇到一些难点,一方面是上述同一客户或同一流向的包裹重新拆散进行查验可能会增加人工成本和时间成本;另一方面为满足散货查验和灵活拼箱的需要,海关仓库还需加大基础设施与设备投入,包括仓库布局调整、增加查验设备等,对海关仓储基础设施要求更高。

对此,王与剑建议,“先查验后装运”监管模式下,也可参考此前实施的根据企业信用等级实施差别化的管理措施。对于信用等级优良的企业放松查验,对于信用等级较低的企业加大查验力度,以此加快通关效率。

值得注意的是,《公告》还提出推广跨境电商零售出口跨关区退货监管模式。在北京、天津、大连、哈尔滨、上海、南京、杭州、宁波、合肥、福州、厦门、南昌、青岛、郑州、长沙、广州、深圳、黄埔、成都、乌鲁木齐海关等20个直属海关开展跨境电商零售出口跨关区退货监管模式试点。允许跨境电商零售出口退货商品跨直属关区退货。

国家统计局最新数据显示,今年前三季度,全国实物商品网上零售额同比增长7.9%,增速快于社会消费品零售总额4.6个百分点,占社会消费品零售总额的比重为25.7%,比1月份至8月份提高0.1个百分点。直播带货、即时零售等电商新模式快速发展,拉动线上消费增长作用明显。

商务部中国国际电子商务中心国际合作与培训部负责人李伟表示,直播电商不仅为消费者带来了更加丰富的选择,也为商家开辟了新的销售渠道、带来了新的增长机会,促进了市场繁荣与发展。

大批新商家通过直播间创业、转型,开辟增长新路径。比如,“90后”模特转行花艺师,在抖音电商创业开店,累计售出超2亿枝鲜花;坚守苏扇制作技艺并融合创新元素的盛风堂在电商平台转型,线上销售占总销售额的90%。数据显示,过去一年,抖音电商商品交易总额同比增长46%,货架场景商品交易总额同比增幅达86%,直播带动商家销量同比增长57%。

商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副研究员洪勇分析,直播电商增强了产品展示优势,帮助商家拓展市场,实现全年订单增长。直播间和短视频让商家触达更多消费者,打破了传统线下门店和周期性市场的限制,极大扩展了市场范围。商家不仅可以通过直播直接向全国各地甚至全球消费者展示和销售产品,也不再局限于节假日或特定的销售高峰期,能够全年通过直播销售。

中国社会科学院工业经济研究所产业融合研究室主任江飞涛认为,直播电商为商家拓展个性化产品市场提供了机遇。在商家销售个性化产品时,直播电商能更高效帮助商家精准识别和发现潜在顾客群体,并更精准推送广告、更生动介绍产品。在商家进行市场定位、开发设计产品时,直播电商能帮助商家更充分细致地了解顾客需求,更有针对性地设计开发产品,充分挖掘和激发消费者的潜在个性化需求及增量需求。

江飞涛分析,直播及短视频电商的出现,大大降低了商家市场调查、宣传与传播品牌、推介产品等方面的成本,为企业创造和培育新品牌提供了低成本且更有效的方式;消费者越来越注重产品品质、设计、个性及文化属性,还有消费中的社交与情感需求,这为品牌商家提供了广阔的市场空间。

抖音集团政务合作副总经理贾临远介绍,依托直播和短视频等新业态,商家在抖音电商不断发展,用户美好生活需要不断被满足。通过电商平台,山野好货在它生长的田间地头被看见,国货、老字号焕发新生,名家好书则通过一场场直播走进更多读者的生活。

洪勇建议,鼓励更多类型的创新,可以通过知识分享、专业内容创作等形式吸引更广泛的用户群体,从而增加用户黏性和活跃度。增强用户在直播中的互动体验,特别是通过数字技术优化购物流程。

直播电商拉动线上消费新增长

(黄鑫)