



中国传统外贸企业布局开拓 跨境电商业业务



在当前外贸形势下，中国制造业和传统外贸企业如何寻找新的增长空间？记者从正在举行的“第27届中国华东进出口商品交易会”（简称“华交会”）上采访发现，越来越多的传统外贸企业开始布局电商业务，出口跨境电商正加速升温。

浙江东方集团股份有限公司是一家老牌的全国外贸百强企业。公司近年来不断加大转型步伐，除了“走出去”到东南亚投资建设生产基地外，还投资建设了跨境电商平台“海纳电子商务”。公司相关负责人告诉记者，目前其电商业务已展开运营，“希望以跨境电商平台建设为抓手，向高附加值的品牌、设计、营销网络和新商业模式等环节延伸产业链，推动传统板块的业态提升。”

目前，华东地区许多传统生产制造企业、外贸企业、商贸流通业以及众多中小企业等，都正在努力发展跨境电子商务。上海、江苏、浙江等地的跨境电商综合试验区也在积极帮助传统企业适应“互联网+外贸”新环境，开拓线上商机。

跨境电商正在让越来越多的传统企业品尝到全球化红利。近年来，通过跨境电商将产品成功销往国际市场的中国卖家数量直线上升，跨境电商出口交易量也屡创新高。据上海邮政速递物流副总经理周海涛介绍，出口跨境物流是公司主要业务，在这方面公司预计今年将保持30%的增长率。“从物流企业角度来看，跨境电商出口有着非常好的发展愿景。”

对中国外贸企业来说，发展跨境电商业务已成为趋势，而全球跨境电

商出口市场也在迎来新的变化。除了欧美等电商发达市场，许多新兴电商市场也在迅速崛起。业内人士指出，目前，北美、澳洲及欧洲等传统优势市场增速开始减缓，而南美及亚太地区则以高达40%的增长速度高歌猛进。印度、俄罗斯、墨西哥、巴西、哥伦比亚.....正在悄然成长为跨境电商新的蓝海。

在华交会现场，“中国制造网”工作人员告诉记者，从其网站数据和业务来看，继欧美等成熟市场外，许多企业客户开始尝试拓展拉美、非洲、东南亚地区等新兴市场。为了顺应这一趋势，公司也积极到当地为国内企业提供营销推广、招募经销商等服务。

中国电子商务研究中心跨境电商部主任张周平表示，近年来海外新兴市场地区的网购习惯不断养成，未来随着这些市场的局限性不断突破，例如互联网技术普及和基础设施完善，以及跨境支付、物流、海外仓等方面的逐步优化和完善，来自这些市场的购物需求将进一步打开中国出口电商的增长空间。（新华社记者高少华、吴宇）

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32553

