

走出草莽时代

“跨境电商第一城”是如何炼成的



位于深圳龙岗康利城的国家电子商务示范基地

本报记者 齐金钊 黄灵灵 摄



深圳龙岗华南城一家电商培训机构

本报记者 齐金钊 黄灵灵 摄

繁忙的珠江入海口，每天有超过700万件的快递包裹从深圳启航。它们搭乘跨洋邮轮、洲际航班、中欧班列，按照海外消费者下单的指令，踏上一条漂洋过海、翻山越岭的奇幻之旅。

在深圳，跨境电商正在被赋予新的意义和使命。经过多年的大浪淘沙，这项过去曾微不足道的小生意，如今已经成长为外贸稳增长的压力石。走出野蛮生长的草莽时代，深圳跨境电商踏上了高质量发展的新道路。

● 本报记者 齐金钊 黄灵灵

转型正当时

随着行业集中度逐渐提升，跨境电商已从早期的廉价产品出售逐渐转型，有越来越多的品牌在激烈的市场竞争中脱颖而出。与此同时，跨境电商品牌化、规模化发展也给企业和行业生态提出了更高的要求，行业转型正当时。

“我国早年间出口商品以低价白牌产品为主，品牌力的缺失导致我国商品融入了海外消费者的生活，却没有得到他们的认可与尊重。”艾帆感慨道。

时过境迁，随着国内跨境电商行业的规范以及出海品牌实力的提升，如今中国供应链不仅能够实现快速生产，还能根据市场需求快速迭代产品设计，实现精细且优质的生产。“越来越多的中国创新型企业高效拓展海外市场，让海外消费者从心里认可中国制造，认可中国品牌，中国在全球价值链的参与度与分工定位得到了明显提升。”艾帆说。

亚马逊全球开店中国相关负责人此前也表示，中国卖家开始逐步从以价格取胜的短期策略转向以质量取胜的长期主义，更加关注合规运营和顾客信任，把品牌打造、产品创新放在了更重要的位置。

在此背景下，越来越多创新创业型企业依托跨境电商这股东风，在国际市场竞争中脱颖而出。如深圳本土企业元鼎智能专注于欧美庭院智能场景，是目前中国泳池机器人出货量第一的品牌，在全球泳池机器人行业排行第三。其产品不仅在亚马逊、独立站等线上渠道热销，并已入驻全球主流线下渠道，预计2024年可进驻线下6000多家门店。

赛维时代也锚定品牌化发展策略，在多年的品牌深耕中，公司通过精准研究各细分品类中消费者的喜好和需求，以特定品牌在选定的细分领域中进行布局，将公司的底层基础能力与品牌运营经验持续赋能于新品牌的孵化，逐步提升品牌在细分领域中的市场占有率。

2023年，公司男装品牌Coofandy及家居服品牌Ekouaer年度销售额首次突破10亿元且同比增速均超过40%。

“今年以来跨境电商海外市场依旧较为火热，尤其是具备竞争优势的头部卖家都维持了较为强劲的增长。”艾帆说。赛维时代长期坚持品牌化发展策略，在2024年继续收获了不错的表现，今年第一季度，公司实现营业收入17.99亿元，同比增长44.66%；归母净利润为0.86亿元，同比增长65.58%。

跨境电商品牌化、规模化发展给行业生态提出了更高要求。

“跨境电商产业链条非常长，卖家需要关注产品开发、采购、销售、营销、物流、海外仓、客服等多个节点，因此不管是中型企业还是小微企业，都需要专业机构协助，共同研究政策，提前做好风控及策略应对。”专注于跨境电商合规服务以及产业带数字化服务的深圳小飞象出海创始人王亚丽表示，跨境电商行业不仅需要企业自我推进财务合规，还需要行业的生态服务，共同赋能卖家在海外第三方平台以及风控体系建设。

作为“跨境电商第一城”，深圳在推进跨境电商阳光化发展方面积累了丰富经验，也为行业未来发展奠定了良好基础。

据悉，深圳是全国率先提出“阳光化”概念、首个启动阳光化试点、最早落地阳光化试点项目的跨境电商综试区。去年，深圳市商务局按“一平台多产品”的总体规划，在跨境电商线上综合服务平台的基础上搭建全模式阳光化公共服务平台，相继开发并发布了适用9710出口（跨境电商企业对两个出口）和9610出口（跨境电商零售直接出口）的两个公共服务产品，实现了跨境电商B2B和B2C领域的全覆盖。

该公共服务平台整合了前海九米、阿里巴巴国际站、晟湾宏达等试点企业各自在融资、客户群、通关、结汇和税务等方面的优势，打通数据链路，形成了优势互补的服务模块，为跨境电商企业打造具有公共属性的“关、汇、税、贷”一站式解决方案。

随着行业规模化、品牌化、阳光化发展的持续推进，跨境电商对产业升级及对外贸增长的“助推器”作用日益凸显。走过草莽时代的深圳跨境电商将迎来怎样的黄金时代，值得拭目以待。

从小生意到外贸压力石

6月中旬，银湖山下，369米高的深圳龙岗坂田星河WORLD“双子塔”内呈现出一片繁忙的景象。作为国家级电子商务示范基地，这里集聚了超过1.5万名跨境电商从业人员。通过这1.5万人的键盘和鼠标，服装、家具、电子元器件等琳琅满目的“中国制造”产品实时呈现在亚马逊、eBay、Shopee等购物网站上，供全球数以亿计的消费者挑选、下单。

“过去，跨境电商的玩家都在单打独斗。如今，已经发展成一条完整的产业链。随着海外消费者对中国商品的需求日益增长，跨境电商出口业务活跃度不断提升。”星河产业集团产研院院长王英杰告诉记者，目前星河WORLD已形成以跨境电商卖家、独立站、制造商、物流服务商和海外营销服务机构为主的跨境电商全产业链。2023年，其跨境电商交易总额达126.38亿元，实现12%的增幅。

从小生意到如今规模可观，星河WORLD的实践，是近年来深圳跨境电商产业成长的缩影。

“跨境电商的发展，离不开天时、地利、人和。最重要的驱动因素还是依靠企业家们的艰苦奋斗和政府规划政策的支持。”王英杰表示，早年的华强北培养了一大批熟悉B2B业务的从业者，在B2B向B2C转型时，众多小老板考虑到物流条件、产业生态、空间承载能力等因素，逐渐选择龙岗坂田为产能拓展区域。而星河WORLD项目凭借有优越的地理位置和高性价比的产业空间，接住了这一波富贵。

据海关测算，2023年，我国跨境电商进出口总额2.38万亿元，增长15.6%。其中出口1.83万亿元，增长19.6%。今年一季度，深圳跨境电商进出口额超过1100亿元，同比增长超过95%。这一数据，不仅撑起了广东省跨境电商的半壁江山，而且占到全国（5776亿元）的19%。

作为“跨境电商第一城”，近年来，深圳在产值规模、海外仓运营面积、阳光化改革创新、产业带试点，以及物流供应链体系等方面表现亮眼，在联结国内国际双循环中发挥重要作用。

来自深圳商务部门的统计数据显示，目前深圳跨境电商出口企业数量超过15万家，在阿里巴巴国际站、速卖通、Lazada、eBay等平台上，有近一半的中国卖家来自深圳。在亚马逊平台，深圳的卖家数量占到中国卖家的三分之一。

庞大的卖家群体和市场规模奠定了深圳跨境电商的基本盘。目前，深圳拥有6家国家级电子商务示范企业。通拓科技、赛维时代、傲基、易佰、环金、睿联、三态等7家深圳企业被评为省级跨境电商企业，占广东全省的7/11，其中2家（通拓、赛维）为龙头型企业。在商务部组织的全国跨境电商综试区考核评估中，中国（深圳）跨境电子商务综合试验区连续两年获评第一档“成效明显”，坐稳全国第一方阵。

深圳本土跨境电商企业的高速成长，也吸引了跨境电商平台前来深圳加码投资。除抖音、京东国际、SHEIN、阿里巴巴等国内知名平台纷纷加注深圳外，Shopee、OZON、Jumia等跨国电商平台中国区总部也已落户深圳，全球跨境电商巨头亚马逊则于2023年12月在深圳启动了全球首个创新中心。

跨境电商企业的积极出海，对传统产业的带动作用也在逐渐显现。

在日前举行的深圳国际跨境电商贸易博览会上，国务院发展研究中心对外经济研究部研究室主任宗芳宇表示，跨境电商链接全球、惠及世界。从宏观层面看，跨境电商增速持续超过传统贸易，为经济全球化注入新动力。从中观视角看，跨境电商赋能千行百业，让传统行业迸发出新活力，让产业链各环节实现高效联动。

产业土壤成就造富神话

“华南城四大天王”“坂田五虎”“龙华十三狼”……时至今日，这是一份仍被深圳跨境电商从业者津津乐道的行业榜单。而这些榜单与背后的创业者，常常与深圳湾一号、华侨城别墅等深圳标杆豪宅联系在一起，勾勒出一个个造富神话。

在20年前的华强北，长约1米的柜台是很多跨境电商创业者梦开始的地方，彼时在深圳批发价8元人民币的数据线，在eBay上能卖14.99美元的高价。而一旦在海外市场挖掘到某个热销的单品，一年的收入往往就是千万元起步。

如今，虽然跨境电商行业已走出“野蛮生长”的草莽时代，但仍是一个让无数深圳年轻人向往的“搞钱”行业。“这个行业很辛苦，但是门槛不高，给了很多年轻创业者淘得第一桶金的机会。”一家深圳跨境电商创始人告诉记者，公司100多名员工几乎都是90后和00后，在销售岗位，如果员工可以挖掘到“爆款”产品，年收入可以轻松过百万元。

在深圳龙岗，有着“亚马逊爆款制造机”之称的赛维时代，是众多跨境电商企业中的佼佼者。从2012年正式成立至今，赛维时代已经成长为国内跨境电商的龙头企业。

政策东风催新机

经过20余年发展，脱胎于外贸的深圳跨境电商产业，经历了从萌芽探索，到野蛮生长，再到引领风骚的历程。随着行业规范化发展程度不断提升，产业政策支持力度持续加码，深圳跨境电商迎来了新一轮发展机遇。

今年2月，《深圳市推动外贸稳增长稳预期稳发展工作措施》发布。《措施》围绕促进产业贸易紧密联动、持续优化进口商品结构、加快培育新业态新模式、支持内外供需高效对接、优化跨境贸易营商环境等七大板块推出24条举措，切实巩固深圳外贸基本盘，促进外贸稳定高质量发展，加快贸易强市建设。

“推动跨境电商健康持续发展”成为《措施》中浓墨重彩的一笔。《措施》提出，深化跨境电商综合试验区建设，大力发展“跨境电商+产业带”模式，支持品牌效应明显、产品标准化程度高的工业企业通过“第三方平台+独立站”开展跨境电商出口业务。

产业园区也在支持头部企业发展上大举发力，并形成产业发展示范效应。王英杰介绍，深圳星河WORLD在园区产业生态构建上重视对产业链各个环节龙头企业的吸引。历经十载沉淀，企业的龙头牵引

跨境电商的龙头企业。2023年7月12日，赛维时代在深交所创业板敲钟上市。当年，公司实现营业收入65.64亿元，同比增加33.7%；归母净利润约3.36亿元，同比增加81.62%。目前，赛维时代的市值超过百亿元。

深圳跨境电商的崛起，与深圳肥沃的产业土壤密不可分。赛维时代董秘艾帆认为，深圳在外贸领域已积淀多年，近年来深圳跨境电商行业的快速发展主要得益于几大优势：在供应链领域，深圳及其周边汇聚了大量电子、服装、家电等行业的制造厂商，供应链较为完善，跨境卖家采购较为便利。在物流方面，深圳具备天然优势，深圳是世界第四大集装箱港口城市，其紧邻香港，国际空运也较为方便。同时，深圳市政府大力支持跨境电商行业发展，为电商企业提供了一系列的优惠政策和服务。此外，深圳是中国的科技创新中心，汇聚了大量的科技人才和创新企业，为电商行业的发展提供了强大的人才支持。

记者了解到，在产业配套方面，深圳海外仓遍布全球。截至2023年11月，深圳企业建设运营的海外仓面积超过380万平方米，较2022年新增约100万平方米。除在北美、欧洲等传统

成效明显，已形成以龙头电子商务企业为引领，中小型企业稳步增长的发展态势。

跨境电商不仅为传统产业打开了货物出海的新渠道，也以数字化技术重塑了传统产业的业务生态。为此，《措施》提出，推动眼镜、家具、钟表等传统优势产业通过市场采购贸易方式开展出口，支持提升市场采购贸易数字化水平，鼓励市场采购贸易经营者通过跨境电商及外贸综合服务平台等渠道拓展客户，推动外贸新业态融合发展。

在跨境电商蓬勃发展的同时，国际贸易形势也面临一些扰动因素。为保障企业更好地“走出去”，此次政策明确进一步完善海外仓网络，鼓励企业加大在欧美等传统市场和东南亚等新兴市场海外仓布局，支持专业化主体共建共享一批优质海外仓，推广运用海外投资保险等政策性金融工具，降低海外仓建设风险。引导海外仓企业建设海外智慧物流平台，对接跨境电商线上综合服务平台，实现企业出口海外仓货物全链条物流信息数据贯通。

按照行业规律，电商平台平均每增加一亿美元交易额，就需要增加百万平方米面积的海外仓为之提供物流服务。近年来，TikTok、Temu、

发达国家市场重点布局外，深圳企业在共建“一带一路”国家建设运营海外仓面积近60万平方米，其中东南亚、中东等地区增长较快。广东省21个省级公共海外仓，其中17个由深圳企业建设运营。

同时，深圳还在积极打通国货出海海的“主动脉”。空运方面，深圳机场全货机航点已达59个，覆盖五大洲，其中跨境电商专线就有9条，通达巴黎、伦敦、圣保罗和列日等地。海运方面，深圳港已开通24条跨境电商海上快线，其相比传统航线平均压缩逾20%的运输时间。铁路方面，深圳“湾区号”中欧班列已开通18条出口线路，通达欧洲及亚洲的41个国家。

目前，深圳市海陆空铁各类货运口岸已达16个，开展跨境电商业务的海关监管场所和保税区域已达11个，数量均为全国第一，有力支撑跨境电商经济扩容增量，极大便利跨境电商货物买全球、卖全球。其中，前海跨境电商物流监管中心是全国最大的跨境电商监管中心，年均处理包裹量可达3亿件以上，年处理货物吞吐量可达100万吨以上，年进出口货值连续三年位居全国首位。

SHEIN等几大中资电商平台在全球崛起，带来了更多的海外仓需求。

“随着更多中国企业出海布局海外仓和物流配送体系，未来跨境电商卖家在海外仓储及物流渠道方面有望增加更多选择。更灵活、更具价格优势且适应电商特性的综合解决方案有望进一步优化跨境卖家的仓配成本，提升服务质量，同时提升品牌商品的竞争优势。”艾帆说。

“走出去”的同时也要“引进来”。其中，优化进口商品结构，促进对外贸易的创新发展，成为深圳稳外贸，激发外贸新动能的核心。《措施》提出，增强进口平台支撑。加快前海蛇口自贸片区、福田区进口贸易促进创新示范区建设，扩大电子元器件和集成电路交易中心成交量，引进全球顶级半导体厂商及分销商设立应用研发中心。

与此同时，《措施》明确，培育引进高能级进口主体。支持国际知名消费品、轻奢品总部企业、品牌企业及供应链服务企业深圳设立区域总部、功能性总部、独立法人机构。深入实施“前海全球服务商”计划，支持具有进口功能的跨国公司地区总部、民营企业总部、产业贸易型总部等各类进口贸易总部企业机构入驻。