

# 兩岸**跨境電商** 的**機遇與挑戰**

文 / 劉建國

## 一、台灣中小企業在大陸跨境電商市場的競爭優勢

在全球通縮不景氣的氛圍驅策下，全球業者紛紛尋求海外市場新商機。「互聯網+」的外貿商務模式，跨境物流、跨境支付產業的完整規模發展，讓全球業者紛紛加入跨境電商的經貿新戰局。所以我們可大膽預言，跨境電商產業將改變現行全球貿易在金流、物流及資訊流的作業模式。

身為全球最大消費市場的大陸，更是全球電商業者注目垂涎的目標市場。挾帶著全球最大進口及出口國的市場優勢，大陸已經在全球跨境電商（Cross-Border E-Commerce; CBEC）的發展，扮演著舉足輕重的腳色。

對台灣的中小企業而言，大陸跨境電商市場是一個充滿機會，但不知如何下手的棘手龐然巨物。台灣中小企業並沒有足夠的財力與能力，面對像亞馬遜那樣砸下巨資，鋪天蓋地的在大陸發展跨境電商的世界頂級競爭，這似乎是一個巨人的戰場，台灣中小企業也只能望而卻步。

但是在大陸跨境電商市場中，卻因為有相同理解的文化、語言及生活因素，自然而然地形成一塊台灣製造MIT品牌商品專屬的區隔市場。這是其他國家商品無法取代的消費屬性，也就是台灣中小企業進入大

陸跨境電商市場，渾然天成的品牌優勢與競爭力。

## 二、大陸跨境電商產業的發展重點在於外貿

全球跨境電商多屬民間商業的發展，唯有大陸跨境電商，是大陸政府不遺餘力地以相繼推出的利好政策給力發展。根據大陸統計局發布的數字來看，這樣的力道，使得大陸跨境電商的交易總額，將於2016年占整個大陸進出口貿易總額的20.5%，並持續往上攀升。這是驚人的數字，也就是說，大陸的外貿有五分之一左右，是在跨境電商的模式下完成的。而台灣中小企業的關注的大陸內需市場跨境電商進口部分，占整個跨境電商的總額不到10%。這也就是說，大陸政策支持的跨境電商產業，重點是在於發展出口貿易，而不是進口海外商品在大陸內需市場銷售。

## 三、透析大陸跨境電商發展策略

### ■「十三五」將重塑大陸大國外貿發展戰略

大陸「十三五」政策，將重塑大陸外貿發展戰略，訂下適度增速目標的同時，將產業升級與外貿結構調整更加緊密地結合，以提升外貿價值鏈為重點，推動對外貿易邁向中高端水準。到2020年，大陸貨物貿易進出口總額將超過6萬億美元，服務貿易進出

口總額將超過1萬億美元，貨物出口占全球出口市場比重將上升到14%左右。

大陸商務部外貿司副司長支陸遜指出，「大陸外貿30多年來的高增長是在世界經濟長週期繁榮、全球化加速發展帶動國際產業轉移、美國資訊技術革命和金融創新助推世界經濟增長和大陸的低成本要素等背景之下形成的。」但是目前，上述這些因素都在發生深刻變化，我們要清醒地認識到，大陸外貿持續高增長的時代已經一去不復返了。不僅是增速的問題，新形勢下，外貿怎樣發展才能適應和滿足國民經濟發展的要求，這將是「十三五」期間需要重點解答的問題。

## ■ 「互聯網+」

《中國製造2025》是大陸版的「工業4.0」規劃，已由大陸國務院於2015年5月8日公布，提出大陸製造強國建設三個十年「三步走」戰略。

大陸總理李克強2015年3月在政府工作報告中，首次提出制定「互聯網+」行動計畫，推動移動網路、雲端計算、大數據、物聯網等與製造業結合，促進電子商務、工業網路和網路金融健康發展，引導網企拓展國際市場。大陸相關部門已設立人民幣400億元（新台幣2,000億元）新興產業創業投資引導基金，為產業創新加油助力。

## ■大陸國務院對跨境電商發展政策重磅給利的原因

大陸跨境電商主要發展重點在於外貿，增加貿易總額的實現成長。針對產業發展，在於強化產業發展環境，以及青年創業在地發展，在海關管理上，發展跨部整合自動化快速通關作業，嚴密強化貨物通關管理並加快通關時間，提供完整高效能的「互聯網+外貿」智能化作業及產業發展環境。

### • 地方發展青年創業

李克強在2015年6月10日國務院常務會議中所言：「跨境電商不是簡單的國內老百姓買國外商品。」是用「互聯網+外貿」，實現「優進優出」，帶動實體店和工廠的發展，同時，也會有力地促進就

業。會中並決議支持農民工、大學生和退役士兵等返鄉創業，並有五大舉措。其中的創業模式是依託現有開發區、農業產業園發展返鄉創業園和孵化基地。鼓勵電子商務交易平台渠道下沉（意即將產品的銷售最大幅度的分銷下去），帶動網路創業。

### • 優化海關監管作業

針對海外代購更為嚴厲的監管政策將於今年「兩會」後陸續公布，大陸政府正在試點行業和品類，以進一步擴大刺激消費範圍，降低進口關稅、推進貿易自由化等，進一步刺激跨境電商發展。

在具體措施上，監管部門提出的更嚴厲措施可能包括：要求收件和寄件人都提供訂單、支付、身份證等資訊，通過郵政代購方式的郵件要歸到電商範疇等等。海外代購的優勢之一是低價，但這種低價往往是以逃避關稅為前提。個人私自夾帶貨品入境，刑事處罰和行政處罰都有。經過備案註冊的跨境電商有綠色通道，其他跟一般包裹一樣，按照行李、郵寄進境物品監管，要符合自用合理數量。

## 四、大陸跨境電商綜合試驗區

### ■ 發展進程

大陸總理李克強對於跨境電商這種「互聯網+外貿」的新業態，一直高度關注。2014年11月考察浙江期間，李克強曾鼓勵表示支援設立大陸（杭州）跨境電子商務綜合試驗區，並親自敲定「跨境電商綜合試驗區」的名稱。

2015年3月12日，大陸國務院發布《國務院關於同意設立大陸（杭州）跨境電子商務綜合試驗區的批復》，全國首個跨境電子商務綜合試驗區正式落戶杭州。

2015年6月10日，李克強主持召開國務院常務會議，部署促進跨境電子商務健康快速發展，推動開放型經濟發展升級。

2016年1月6日李克強在國務院常務會議上說：「跨境電子商務綜合試驗區不是政策窪地，而是制度高地。試驗的核心，是監管模式的創新和發展模式的創新。」當天會議進一步決定，將杭州跨境電子商務

綜合試驗區初步探索出的相關政策體系和管理制度，積極穩妥向更大範圍推廣。在天津、上海、重慶、合肥、鄭州、廣州、成都、大連、寧波、青島、深圳、蘇州這12個城市新設一批跨境電子商務綜合試驗區，用新模式為外貿發展提供新支撐。

## ■ 發展目標

經過3~5年的改革試驗，力爭把綜合試驗區建成以「線上集成+跨境貿易+綜合服務」為主要特徵，以「物流通關管道+單一視窗資訊系統+金融增值服務」為核心競爭力，「關」「稅」「匯」「檢」「商」「物」「融」一體化，線上「單一視窗」平台和線下「綜合園區」平台相結合，投資貿易便利、監管服務高效、法制環境規範的全國跨境電子商務創業創新中心、跨境電子商務服務中心和跨境電子商務大資料中心。

## ■ 主要建設任務

綜合試驗區主要任務是建立以資訊為基礎、以信用為核心、以技術為支撐的跨境電子商務新型監管服務模式，實現跨境電子商務自由化、便利化、規範化發展。其實現路徑為：掌握資訊資料→交易真實背景→電商信用體系→簡化監管流程→優化綜合服務。即通過構建資訊共用體系、金融服務體系、智慧物流體系、電商信用體系、統計監測體系和風險防控體系，以及線上「單一視窗」平台和線下「綜合園區」平台等「六體系兩平台」，實現跨境電子商務資訊流、資金流、貨物流「三流合一」，建立以真實交易為基礎的電商信用評價體系，對企業或商品實施分類分級監管，簡化優化監管流程，並依託大數據的分析運用，提供金融、物流等供應鏈綜合服務。

## 五、台灣中小企業進入大陸跨境電商市場的挑戰

### ■ 台灣中小企業對跨境電商的迷思

- 跨境電商=電商上架？

把上架所完成的交易模式，當作是營運跨境電商

的重點，忽略了品牌行銷以及客戶服務的重點。

- 網路銷售=互聯網+外貿？

只考慮跨境電商是網路交易，而不了解外貿才是跨境電商的核心價值，以及互聯網行銷及作業模式是作業內容。

- 沒有戰略思維與政策指導

把跨境電商看成一般電商，不知如何以產業聚落及價值鏈的方式切入市場，以MIT品牌帶動企業品牌，在國際競爭市場只能單打獨鬥，缺乏勝算。

- 不知如何對接大陸跨境電商產業

大陸跨境電商業者專挑台灣知名品牌商品，小品牌業者難獲青睞，所以台灣非知名廠商沒有談判籌碼及空間。

## ■ 台灣中小企業的需要

- 跨境電商商務發展作業模式

台灣中小企業並不熟悉大陸跨境電商的作業模式，並非只有型錄上架那樣簡單。

- 兩岸跨境電商對接商務資源

一般台灣中小企業缺乏大陸市場經驗以及跨境電商營運等商務資源來發展跨境電商商務。

- 跨境電商對接平台

台灣中小企業需要一個資源及對接模式公開且透明的商務對接服務平台，協助進行並發展跨境電商業務。

## 六、台灣中小企業跨產業跨境電商對接平台—家園網實例說明

### ■ 以大陸經貿政策推行演進，現行兩岸經貿對接模式以跨境電商為主（右圖）

#### ■ 現行兩岸經貿對接模式

(A)小三通模式：以往兩岸經貿大多以小三通模式為主。

(B)正貿模式：申請三證，並繳交關稅及增值稅，完稅通關。

(C)跨境電商：跨境電商交易以行郵稅方式完稅通

關，跨境電商代表來台招商模式都是單一廠商來台招商；商品上架容易，但須繳交所費不貲的相關上架費用，再加上也沒專屬行銷計畫，除非在大陸已是知名的台灣品牌，大部分台灣廠商上架後接單狀況不如預期。

## ■ 家園網—兩岸新對接模式

**(D)家園網對接模式：**將兩岸對接，從以往人脈對接模式，進入新的公開透明互聯網對接模式。以跨產業的台灣館為單位，和大陸跨境電商綜合實驗區對接，包含線上和線下的台灣館。並提供兩岸對接單位，公開透明的商務對接作業平台，並提供台灣中小企業營運跨境電商所需的兩岸商務資源及標準對接作業模式。

## ■ 家園網主要任務

- 以產業六級化概念，整合台灣農業、製造業和服務業，構建藍色產業價值共享生態系。
- 以服務業團購平台，提供台灣中小企業經營『互聯網+外貿』所需的Know How及Know Who商務資源服務。
- 以O2O（Online to Office）模式，將家園網對接至大陸『跨境電商綜合試驗區』。

## ■ 家園網O2O對接模式

家園網是以大陸『跨境電商綜合試驗區』為合作對接對象，以大陸內需市場及透過一帶一路國際市場兩階段進行；第一階段對接『跨境電商綜合試驗區』進口跨境電商，及線下對接『跨境電商綜合試驗區』免稅店，第二階段對接『跨境電商綜合試驗區』一帶一路出口跨境電商，以及線下對接出口跨境電商海外倉的O2O雙模對接合作模式。

## ■ 家園網對接單位—『跨電商會』

台灣中小企業以『跨電商會』為單位，與大陸現有13個『跨境電商綜合實驗區』進行線上線下合作對接。『跨電商會』是以台灣中小企業產業六級化為主軸，架構藍色資源價值共用生態系，以產業聚落為組態，針對不同地區的家用及商務市場需求，規劃組合各式不同的跨產業的商品或服務，每一個商品或服務的組合單位就是『跨電商會』。如此可以避免相同產品彼此削價競爭的現象，『跨電商會』著重在創造MIT品牌價值，而非聚集同類型產品而彼此削價競爭。每一商會成員數量，以不超過200個商品或服務為限。『跨電商會』就是家園網與大陸『電子商務綜合試驗區』的基本單位。

（本文作者為台灣開放平台協會理事長）

