

## 10年成就面面观

跨境电商规模五年长十倍  
小微外贸的数字化征途

本报记者 李晖 北京报道

从事家居照明市场的广州延讯贸易总经理李大卫在外贸行业已经打拼十年。“我们转型比较早,借助很多数字化手段,可以继续把中国好货推向更多RCEP国家交易数字化加速产品出海

跨境电商潮起之下,跨境支付市场也迎来空前爆发。

十年前,还在迪拜做公司外派员工的龙先生看到中国制造在海外市场火热,意识到“把中国产品卖到海外”可能是一个靠谱的生意。其选择了智能平衡车的赛道,在速卖通上做起了“小生意”。

龙先生生意越做越大时,传统国际电汇网络对小微外贸企业的“不友好”开始突显——操作困难且资金回收周期较长,尤其对订单小、资金分散的小微外贸成本很高。

当时的中国电商正在“黄金时代”。商务部2013年数据显示,境内通过各类平台开展跨境电子商务的企业超过20万家。2014年,中国跨境电商交易规模为4.2万亿元,同比增长33.3%。支付宝等第三方支付工具起势,但在跨境结算中仍是外国银行和支付公司的天下。

在龙先生电商生意蒸蒸日上的同期,2014年,有着美国康涅狄格大学数学系背景、曾担任精算师

数字网络领航品牌出海

除了卖品场上的变化,自主品牌建设仍是面临的最重要任务。

从2015年至今,国务院先后六批批准设立了132个跨境电商综试区,已覆盖全国30个省区市。行业发展进入新的历史阶段,“赶海”的方式也在发生变化。

连连国际CEO朱晓松告诉记者,当前中国跨境出海呈现了以下几个特点:一是地域板块轮动,从传统的欧美地区占主导,到近几年东南亚成为热点,南美、非洲等区域也呈现出巨大潜力;二是平台轮动,中国跨境卖家从单一的平台电商模式,发展出独立站品牌出海等模式,不再单纯依靠平台引流,而通过自己品牌的私域流量吸引用户;三是疫情加快了传统内贸企业拓展海外渠道的速度。

彼时,龙先生正是通过借助连连国际的收款开始加速业务发现,他向记者表示,“我们最开始做跨境电商的时候,只希望提现费率能够低点,收款快速一些;后来,则需要开拓更多的市场和平台;现在生

意越做越做大,对支付工具的安全和合规愈发重视;未来,我们更看重服务方的资源整合和连接能力,能够辅助我们做经营决策。”

事实上,这也对围绕跨境电商领域的数字化服务提出了新的要求。交易环节的每个节点都有被数字化重构的空间。当前一个共识是,通过支付这一底层需求,可以将原本分散的全球跨境贸易产业链内的银行、发卡组织、清算机构、跨境电商、外贸企业、物流商、服务商、广告商等上下游参与者链接到一起,创建一张数字化的共享网络。

陈宇认为,海量跨境收款需求与“贫乏”的可选工具,造就了供需之间的巨大缺口,参照跨境电商产业的发展势头,跨境支付也将具备长期增长的可能性。2015年,其回国在杭州创立了跨境支付服务公司Pingpong。几乎在同一时期,连连、空中云汇、派安盈等一批国内外公司开始面向中国外贸商家的跨境交易加大投入,逐步在境外多国获得相关支付业务牌照。

由于国际支付公司的基础架构、技术设施和服务框架等都是按照大型企业设置的,这套体系很难适配以小额、高频、碎片化交易为特征的中小微企业。因此,对外贸小商家而言,需要从底层技术架构进行革新设计。彼时,通过跨境支付新势力的技术突破和银行、卡组织之间的运作,跨境交易的费率降低近70%,收款时间也进一步下降到最快几个小时。

跨境电商潮起之下,跨境支付市场也迎来空前爆发。

而卷入浪潮的不仅是支付产业。服务贸易创新发展引导基金显示,自成立以来,其在数字经济和贸易新业态领域已完成半数以上的投资,大多数子基金也对数字经济和贸易新业态领域进行了投资。

商务部服贸研究所所长李俊在接受记者采访时表示,外贸数字化的过程中有几个亮点:第一是金融科技,贸易结算数字化,这个环节的革新推动了交易的效率反之

平均每家出海经营3.5个海外市场,2022年这一数据已增至6.5个。尤其四五月是微型跨国企业全球开店的旺季,25%的人明确表态想去RCEP新市场。

在这种背景下,服务方可以做什么?万里汇中国区总经理丁岩松透露,今年年初,万里汇推出了一个“全球远航计划”。“这个平台上我们主要想解决三个问题:第一,降低开店门槛。第二,提升商户开店能力和他的意愿。第三,让店铺能够更快的时间开出来,资金能够快速回笼。”他透露,“这项货通全球的计划发布后,今年1~7月客户开店申请数量是去年的七八倍。”

除了卖品场上的变化,自主品牌建设仍是面临的最重要任务。丁岩松向记者表示,过去几年跨境电商的竞争已经非常充分,利润率被打到3%~8%左右。而那些有自主的品牌,掌握知识产权、对供应链的把控也非常扎实的卖家,在今年大环波动荡期

利润率仍能维持在20%甚至更高。“刚开始什么火就卖什么,打价格战最管用。但近年来行情开始发生变化,海外消费者在网上买‘中国制造’不光看谁便宜,你还得有自己的东西,包括自己的品牌、自己的设计,建立自己的粉丝群,加大研发投入。从数据看,加大研发投入是有效的,目前我们赚钱的产品其实都是研发的非标品,能占到毛利率80%。”李大卫表示。

跨境电商欣欣向荣,但仍要看到,在整个贸易数字化方面,当前我国仍有巨大发展空间。据李俊透露:2020年,中国的数字服务进出口2940亿美元,其中出口只有1500亿美元,仅为美国的29%,位列世界第六位。和跨境电商为代表的货物贸易相比,服务贸易的数字化仍然有限。未来,这些知识密集型和科技密集型的服务企业持续“走出去”,不断加大海外营收占比,才有利于其国际竞争力的进一步提升。

元,同比增长18.6%,成为我国对外贸易新的增长极。

从北美到东南亚,从市场扩容到经营模式迭代,十年间,中国卖家不断升级“姿势”融入全球化进程。事实上,跨境电商的崛起之路,也是科技领航贸易数字化的一

次征途——在“卖全球,买全球”的浪潮中,数字化技术降低了国际贸易专业化门槛,为全球数字贸易投资注入了新动能。像李大卫这样一大批不会做、做不起、不能做的小微主体成为“赶海”舞台的重要角色。

推动整个外贸产业链数字化进程;第二是智慧物流,全球供应链和物流的数字化发展,数字化管理;第三是数字营销,比如从传统搜索引擎到基于外贸大数据工具、直播带货等方式实现精准营销;第四是数字会展,云上会展等永不落幕的会展形式,也为我国外贸企业开拓国际市场提供了非常重要的渠道。

一笔跨境电商订单背后,往往融合了很多文化、科技以及服务的协同。在坚果资本创始人孙宏达看来,“比如用户在tiktok平台上观看以及下载中国的文化产品,之后产生了相关产品的定制需求,通过中国独立站的卖家,在网站上进行定制、付款以及购买。整个流程分解为多个环节,每一个环节里面都包含了包括云计算、金融科技、智慧物流、数字营销、柔性制造以及SAAS、ERP全方位的服务,这是非常典型的科技领航。”

根据企业预警通的统计信息,2020年至2022年,每年新增的地方政府专项债(以下简称“专项债”)规模均在3万亿元以上。自2018年首度超过1万亿元以来,专项债已经成为稳投资、稳增长的关键举措。尤其在城投融资方面,实现利好。

江西一家城投公司融资部负责人告诉记者,“随着城投自身业务规模不断发展,传统的代建业务也受到回款、工期等因素的影响存在一定的压力,但是通过申请专项债,公司的基建业务将运转的更快。城投通过和地方政府职能部门进行合作,通过委托代建的模式建设基础设施项目。在这种模式下,城投公司不需要自己进行融资,不会增加公司的债务负担,同时还可以增加公司的营业收入,提升公司的盈利能力。同时,专项债的使用,从一定程度上也反映出,城投平台不再单一依赖政府的财政收入,而是通过专项债模式,城投公司可以在一定程度上降低偿债压力。我们也注意到,从公开披露的信息来看,很多城投公司已经在积极开展专项债业务。因此,城投公司需要主动争取专项债模式,通过各个政府部门的合作,增加专项债项目的运作。”

2022年5月,国务院发布《关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》,提到“在依法合规、风险可控的前提下,财政部会同人民银行、银保监会引导商业银行对符合条件的专项债券项目提供配套融资支持,做好信贷资金和专项债券资金的有效衔接”。对于承接专项债项目的主体而言,有利于拓宽其融资渠道,获得配套的融资也更加容易。

对此,有业内人士分析认为,“政策加强金融支持基建背景下,城投企业合理融资需求得到进一步保障,重点地区和参与地方基建、承接专项债项目的城投业务发展或迎来一定利好。在此轮基建全面发力中,政策重点支持的交通、城市管网、市政基础设施、保障性安居工程均为城投企业的优势领域,其作为地方基建重要主体可获得较充足的业务发展空间,合理融资需求也将得到进一步支持。”

公开资料显示,2022年专项债券继续重点用于交通基础设施、能源、农林水利、生态环保、社会事业、城乡冷链等物流基础设施、市政和产业园区基础设施、国家重大战略项目、保障性安居工程等九大领域。不过,有业内人士表示,近期专项债的使用还将继续扩容,将新增新能源和新基建领域,“这也意味着城投在选择专项债上的选择度有所增加,尤其是在新能源和新基建领域,不仅促进项目上马,也有利于推进城投平台转型升级。”

此外,随着专项债涉及领域的扩大,其投入项目的想象空间也在增加。云南一家从事康养业务的城投公司负责人告诉记者,时下,他们正在申请养老托育专项债。“发改委要求大幅提高养老服务质量,扩充护理型床位,配置消防设施和辅助设施。加快建设县级特困人员供养服务设施(敬老院)。引导社会力量发展普惠养老。尤其对于县城来说,外出人口的增加,导致‘空巢老人’增加,通过搭建康养平台,加快康养基础设施建设,一方面有利于公司业务,另一方面力促实现‘十四五’提出的推进以人为核心的新型城镇化建设。”

为合理的融资机会,应收账款风险管控的良性循环下,能够加速流转,防范风险。正如相关人士指出:对金融企业来讲,除了对企业的融资要讲ESG以外,对个人的融资也应该提倡不能助长个人财务失衡,盲目追求交易量或者是交易收入,也要有ESG的考虑。那么,聚焦金融健康,关注可持续的金融与可持续发展的商业,便与这一考量相符。诚然,不仅如此,当信用经济的一声“发令枪响”,建设覆盖全社

上接 B7

今年以来,城投开展基建已得到多项政策加持。今年5月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》,提出支持符合条件的企业发行县城新型城镇化建设专项企业债券;银保监会发布《关于银行业保险业支持城市建设和治理的指导意见》,引导银行保险机构支持城市更新项目,支持县城建设及城市基础设施向乡村延伸。

此外,各地也出台保障基建的相关政策文件。6月6日,河北省发展和改革委员会、国家开发银行河北省分行联合发布《关于实施2022年河北省“全面加强基础设施建设”融资专项工作的通

专项债撬动作用显现

根据企业预警通的统计信息,2020年至2022年,每年新增的地方政府专项债(以下简称“专项债”)规模均在3万亿元以上。自2018年首度超过1万亿元以来,专项债已经成为稳投资、稳增长的关键举措。尤其在城投融资方面,实现利好。

江西一家城投公司融资部负责人告诉记者,“随着城投自身业务规模不断发展,传统的代建业务也受到回款、工期等因素的影响存在一定的压力,但是通过申请专项债,公司的基建业务将运转的更快。城投通过和地方政府职能部门进行合作,通过委托代建的模式建设基础设施项目。在这种模式下,城投公司不需要自己进行融资,不会增加公司的债务负担,同时还可以增加公司的营业收入,提升公司的盈利能力。同时,专项债的使用,从一定程度上也反映出,城投平台不再单一依赖政府的财政收入,而是通过专项债模式,城投公司可以在一定程度上降低偿债压力。我们也注意到,从公开披露的信息来看,很多城投公司已经在积极开展专项债业务。因此,城投公司需要主动争取专项债模式,通过各个政府部门的合作,增加专项债项目的运作。”

2022年5月,国务院发布《关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》,提到“在依法合规、风险可控的前提下,财政部会同人民银行、银保监会引导商业银行对符合条件的专项债券项目提供配套融资支持,做好信贷资金和专项债券资金的有效衔接”。对于承接专项债项目的主体而言,有利于拓宽其融资渠道,获得配套的融资也更加容易。

对此,有业内人士分析认为,“政策加强金融支持基建背景下,城投企业合理融资需求得到进一步保障,重点地区和参与地方基建、承接专项债项目的城投业务发展或迎来一定利好。在此轮基建全面发力中,政策重点支持的交通、城市管网、市政基础设施、保障性安居工程均为城投企业的优势领域,其作为地方基建重要主体可获得较充足的业务发展空间,合理融资需求也将得到进一步支持。”

公开资料显示,2022年专项债券继续重点用于交通基础设施、能源、农林水利、生态环保、社会事业、城乡冷链等物流基础设施、市政和产业园区基础设施、国家重大战略项目、保障性安居工程等九大领域。不过,有业内人士表示,近期专项债的使用还将继续扩容,将新增新能源和新基建领域,“这也意味着城投在选择专项债上的选择度有所增加,尤其是在新能源和新基建领域,不仅促进项目上马,也有利于推进城投平台转型升级。”

此外,随着专项债涉及领域的扩大,其投入项目的想象空间也在增加。云南一家从事康养业务的城投公司负责人告诉记者,时下,他们正在申请养老托育专项债。“发改委要求大幅提高养老服务质量,扩充护理型床位,配置消防设施和辅助设施。加快建设县级特困人员供养服务设施(敬老院)。引导社会力量发展普惠养老。尤其对于县城来说,外出人口的增加,导致‘空巢老人’增加,通过搭建康养平台,加快康养基础设施建设,一方面有利于公司业务,另一方面力促实现‘十四五’提出的推进以人为核心的新型城镇化建设。”

为合理的融资机会,应收账款风险管控的良性循环下,能够加速流转,防范风险。正如相关人士指出:对金融企业来讲,除了对企业的融资要讲ESG以外,对个人的融资也应该提倡不能助长个人财务失衡,盲目追求交易量或者是交易收入,也要有ESG的考虑。那么,聚焦金融健康,关注可持续的金融与可持续发展的商业,便与这一考量相符。诚然,不仅如此,当信用经济的一声“发令枪响”,建设覆盖全社

会的征信体系,提高征信服务质量,推动不同领域、不同平台的个人和企业信用信息共享应用,不同征信系统互联互通与应用,是帮助各类市场主体形成正确征信认知的方式,是增强普惠金融可持续性、提升融资获得率和满足率的基础,是坚持“征信为民”和“信用有价”的理念和实践,更是眼下信用经济各个参与者构建多样化征信市场、多维度征信产品、多渠道征信服务的努力方向。广告

## 微众信科:信用经济互联互通,征信只是开始

10月10日,市场监管部门发布最新数据显示,十年来,我国市场主体总量实现历史性突破,净增超1亿户。截至2022年8月底,登记在册市场主体达1.63亿户,相比2012年底的5500万户,年平均增幅12%。其中,企业从1300多万户增

为什么要搞信用经济?

“信用经济”在政策文件中频频出现,引发社会各界广泛关注。什么是“信用经济”?2020年11月国家相关会议明确指出,“市场经济首先是信用经济,信用经济必须是法治经济”“要通过推进社会信用体系建设,加强诚信建设、营造公平诚信的市场环境和社会环境”。

各类市场主体日常商业活动中,存在如赊销、应收账款、预付账款等大量的信用行为,这些只是其中一面而已,另一面是什么呢?就是赊销出去的,最后能收回来;贷款出去的,钱能回得来,如果最后形成大量的呆账、坏账,这样的经济肯定不是信用经济,也就是说信用经济的侧重点不是某种经济形态,而是一种经济循环方式。

加至5100多万户,接近美国和欧盟企业数量之和;个体工商户从4060万户增加至1.09亿户,各类市场主体的持续稳定健康增长与发展是夯实经济发展基础,发展覆盖全社会的信用经济,谋划和促进实体经济发展与金融健康的必要前提。

搞信用经济,一方面是要强调更高的信用渗透率;另一方面是需要配套更加成熟的信用服务市场,更加专业的信用服务机构,而不仅靠金融系统内部的体制机制改革。在信用经济条件下,社会资源配置的领域不仅包括自然资源,还要涉及社会人文资源,主要运用的方式与配置的依据不仅要要有实体资本,还要有信用资本。信用成为社会关系、经济运行、管理制度的核心要素之一。

那么,如何推进?要做的事情可能包括但不限于:完善基础信用体系,支撑信用经济发展;加强信用监管改革,优化区域营商环境;创新信用应用机制,推动信用服务实体经济;加快信用产业聚集,培育信用服务市场;深化信用示范创建,打造信用品牌等。

这是市场涌来的潮,征信待解的题

信用经济互联互通,各类市场主体风险管理成为“必答题”。

2021年11月30日,在由南方日报联合微众信科等发起的金融支持实体经济调研启动会上,一家老牌制造企业讲述了自己的“应收账款困境”。该企业是众多国际知名品牌和商超的供应商,拥有数万平方米生产基地,以前主要做出口,特殊时期,出口转内销,平均回款时间要120天甚至150天以上。前一年的应收账款,到现在为止还有近2000万元未回款。与此同时,

聚焦金融健康与实体经济发展:可持续与更多信用经济图景

近日,《中国普惠金融指标分析报告(2021年)》的发布值得人们重视。它不仅披露了诸多重要的调查数据,也阐述了监管部门对普惠金融的最新关切与展望。其中“金融健康”一词被正式引入,并且出现了5次。

“金融健康”,对金融而言,是从普惠金融的政策制定和制度建设、金融机构的产品研发、金融教育和金融消费者权益保护等各方面发力,促进金融可持续;对各类市场主体而言,是关注企业全周期信

工厂要面临7000万元/月的流动资金,一旦现金流不足,工厂就很难支持。因此,订单来了,紧跟而来的是账期。中小企业困在账期里。国家统计局部门数据也显示,截至2022年8月末,规模以上工业企业应收账款20.98万亿元,应收账款平均回收期为54.4天,同比增加2.9天。而更多处于产业链条尾端的中小企业,这个天数还需更长。

事实上,融资不是唯一的解决方案,企业管理好自己的上下游是关键,任何企业管理好自己的供应

用管理的价值,做好供应链管理,关注运营导向,做好趋势分析,促进实体经济的商业可持续。

换言之,数字经济和信用经济时代,卓有成效的商业信用管理将成为企业本身的竞争优势,当每家企业都有企业征信和风险管控的理念和意识,并且能把数字化风险管控的能力和措施运用到企业甄别客户和风险跟踪,聚焦金融健康,内外合力的作用下,可靠的应收账款将作为一种良好信誉而成

链都是刚需,供应的稳定、经销的稳定和账期管理,企业与企业之间的供应和经销关系就是货物和资金的融通。一面是金融机构输血,一面是企业自己造血,双管齐下才能可持续。在过去,银行跟企业之间的,企业与企业之间的信任,均来自于长期的稳定的持续的交流,而实际情况是这种“长期稳定持续”的状态很难,所以必须要洞察信用危机,动员信用主体整合新要素、重塑信用关系。这个洞察危机、动员主体、重塑关系的过

为合理的融资机会,应收账款风险管控的良性循环下,能够加速流转,防范风险。正如相关人士指出:对金融企业来讲,除了对企业的融资要讲ESG以外,对个人的融资也应该提倡不能助长个人财务失衡,盲目追求交易量或者是交易收入,也要有ESG的考虑。那么,聚焦金融健康,关注可持续的金融与可持续发展的商业,便与这一考量相符。诚然,不仅如此,当信用经济的一声“发令枪响”,建设覆盖全社

会的征信体系,提高征信服务质量,推动不同领域、不同平台的个人和企业信用信息共享应用,不同征信系统互联互通与应用,是帮助各类市场主体形成正确征信认知的方式,是增强普惠金融可持续性、提升融资获得率和满足率的基础,是坚持“征信为民”和“信用有价”的理念和实践,更是眼下信用经济各个参与者构建多样化征信市场、多维度征信产品、多渠道征信服务的努力方向。广告



洞察信用危机,进行上下游风险管理成为企业可持续发展必答题

程非常重要。当信用主体间都能有一个清晰的上下游风险画像,能够做好应收账款期间的风险跟踪——那么,这便是企业自己可以把控风险的锦囊。

因此,动态的商业信用风险管理,这是征信可以解决的问题。