

重构跨境电商：阿里巴巴中小企业全球化实践

作者：李欣欣 彭晓玲

内容提要

中国外贸正处在结构调整、新旧动能持续转换的关键时机，随着外贸稳增长调结构相关政策持续落地生效，进出口企业转型升级的进程也随之加快。在新形式下涌现出很多中小企业成功转型的新模式，本书回归到跨境电商自身，通过挖掘、打造新外贸人的标杆和成功故事，用标杆效应影响和成就更多外贸人。

本书将结合eWTP，以及阿里在全球市场的最新战略和布局，辅以数据和案例，揭示当下世界贸易的新趋势，以及中国供应商在其中扮演的角色。本书旨在帮助更多中国中小企业找到发展方向，货通全球。

作者简介

李欣欣，上海交通大学金融学博士，著有《阿里巴巴B+时代：赋能中小企业》。牵头完成上海市政府重点课题《上海自贸试验区推进金融综合监管体制研究》、《金融创新与上海国际金融中心建设联动与风险防范研究》、上海市经济和信息化委员会重点课题《探索上海产融合作新模式，推进金融创新服务实体经济研究》等课题十余项，参与上海市发展改革委《新常态下上海服务业发展特征和趋势分析》等课题共计20余项，在《财经研究》等学术期刊发表论文多篇。关注互联网及电子商务发展，参与上海市决策咨询委员会课题《上海跨境电商问题瓶颈研究》，第三届中国（上海）电子商务发展论坛受邀嘉宾。

彭晓玲，2007年毕业于复旦大学中文系，获中国古代文学专业硕士学位。11年主流媒体工作经验，现供职于知名财经媒体，从事过时政、经济、民生等领域新闻报道，获上海新闻奖、上海女性题材新闻作品金奖。

编者语

进入21世纪以来，以互联网、物联网、大数据、云计算、人工智能等为代表的新技术群落和以电子商务为代表的新商业模式，共同孕育了商业互联网的诞生。今天全球数字经济的发展给我们的生活方式带来了空前变革，这些数字背后不管是互联网用户，还是智能手机用户数，这些数据都表明技术商业和经济在发生着翻天覆地的变化。而这些变化，同时在重构跨境电商，带动传统产业的转型升级。这正是我们出版此书的初衷，希望更加清晰地勾勒出新的商业环境，找到新贸易的变化方向，以便帮助更多中小企业成功地走向全球化。

现如今，跨境电商已经形成能容纳各种不同角色共同参与的商业协作生态。如果我们能够更加清晰地理解其中的本质问题以及商业规律，对我们理解跨境电商行业以及互联网的发展脉络，找到未来的方向，会有诸多帮助。而在跨境电商的参与主体——中小企业中，涌现出一大批转型时代的“Shaper”，他们是思想的引领者、创新者，正在用新的思维方式、新的业务模式和澎湃的激情，去重新定义新时代的规则。

本书从策划、调研、采写到出版耗时一年的时间，编者调研走访了多家以B2B跨境电商为主要商业模式、成功转型的中小企业；深入参与到各类中小企业主的活动中，挖掘不同优商模式的核心竞争力，配合典型案例深入浅出，形成一本以探索跨境电商商业脉络为核心、集中解析走向全球化的中小企业成功模式的案例合集。

同时，感谢阿里巴巴的伙伴们在书籍出版期间的大力支持，无私地分享了针对全球贸易最新研究结果、市场调研数据，在关键节点给予的顾问支持；感谢参与书籍采访的各位中小企业主，在时代的变革中成为先行者并且愿意毫无保留地共享成功经验，让更多读者可以全面且多元地了解跨境贸易。

虽然“贸易战”趋势仍不明朗，但全球化贸易势在必行。外部的市场环境错综复杂，对于每一个中小企业主来说，唯有瞄准新的机遇，才能实现产业的重构、组织的重构、价值观的重构。最终，邀请每一位读者与我们一同实现属于你的出海新模式！

序

微型跨国公司崛起

从历史维度看，第一次全球化是国家推动的，无论是最初的地理大发现，还是以东印度公司为代表的“国家公司”，都是国家意志的体现。第二次全球化是跨国公司推动的，6000多家跨国公司主导了全球80%的贸易。而当前开启的第三次全球化，则是由中小企业、年轻人推动的，他们借助数字经济的基础设施和商业模式，实现了更普惠、可持续的全球化。

在大多数国家，中小企业在商业结构中都占据主体性地位。在中国有近1200万家小微企业，近4400万户个体工商户。进入数字经济时代，跨境电子商务平台的发展降低了国际贸易的成本与门槛，贸易主体、贸易形态、商业模式、组织方式都因此发生了重大变革。

即使是小微企业也可以借助跨境电子商务平台与其他国家客户和供应商建立联系，这为中小企业发展创造了历史性的机遇。通过电子商务及相关服务生态的赋能，中小企业也可获得与大企业比肩的能力。上一代全球化由大企业主导，但是数字经济时代的全球化将由中小企业主导。

阿里巴巴集团致力于“让天下没有难做的生意”，为全球中小微企业以及消费者提供便利。通过提供数字时代的新商业基础设施，从电子商务平台、普惠金融、智能物流到大数据、云计算以及跨境电商服务，阿里巴巴集团正在帮助中小微企业和消费者“全球买，全球卖、全球付，全球运，全球游”，寻求更多的创新型增长。

2016年3月，阿里巴巴集团董事局主席马云提出了世界电子贸易平台（Electronic World Trade Platform，简称eWTP）倡议，呼吁顺应数字经济发展潮流，帮助中小微企业发展，降低贸易投资壁垒，孵化贸易新规则。2016年9月，eWTP倡议作为二十国集团工商界活动（B20）的一项核心政策建议，被写入二十国集团（G20）领导人杭州峰会公报。

两年多来，eWTP倡议得到了国际社会的高度认可和积极支持。2017年3月，中国以外的第一个eHub（数字中枢）在马来西亚启动。2017年5月，eWTP全球两大“数字中枢”——马来西亚数字自由贸易区和杭州跨境电子商务综合试验区正式开启互联互通。2018年7月，比利时宣布加入eWTP，欧洲首个eHub在比利时列日启动。

同时，eWTP倡议与世界贸易组织（WTO）、世界经济论坛（WEF）共同开展了“赋能电子商务”（Enabling E-commerce）合作。

跨境电商正在搭建一个自由、开放、通用、普惠的全球贸易平台。在这个平台上，亿万消费者可以“全球买”，中小微企业可以“全球卖”，真正实现全球连接、全球联动。可以预见，跨境电商将连接世界，成为未来全球贸易的主要形式。

希望本书能够输出中国中小企业全球化实践新范式，为更多中小企业的出海提供参考，启发中小企业用新的商业模式寻找企业经营发展新的增长点，真正成为“全球买，全球卖”的实践者。

高红冰

阿里研究院院长

上篇 中国新外贸

第一章

未来全球化，普惠共享新篇章

2017年11月29日，马云在杭州召开的世界浙商大会上表示：“做企业，作为一个领导者，就是造势、顺势、顺势。造势是很难的，但是顺势而为、借势而为很重要。”今天的技术革命是一个势，中国的“一带一路”倡议是一个势，全球产业链合作模式是一个势，未来世界以怎样的方式实现合作发展是一个势……

“今天的中国，今天的时代，是最佳的经商时代”，如何把握时代脉搏，实现自身转型和技术趋势的共振、企业发展和国家战略的共振、经营利润和社会价值的共振，是每一个企业家、年轻人都渴望思考和破解的问题。

全球化真的止步了吗？

跨国公司全球化失落

在过去一段时间里，逆全球化的声音不绝于耳。

2016年6月24日，英国在经过全民公投后决定退出欧盟，欧盟第一次遭受减员的打击。一石激起千层浪，法国、荷兰、意大利、瑞典、丹麦等欧洲国家支持逆全球化的政党纷纷赢得公众的支撑，例如积极主张退出欧元区的意大利左翼政党便拥有极高的支持率。

美国总统特朗普更像一个逆全球化的倡导者。2017年1月，他在总统上任之后签署的第一份总统令就是宣布退出跨太平洋伙伴关系协定（TPP）谈判。履任一年多来，在“美国优先”政策下，美国的贸易经济保护主义不断强化，限制措施已从制造业和农业扩大到数字经济以及创新密集型产业。

那么，为什么会出现逆全球化的政治事件，这些事件又为什么会赢得民众的支撑？背后究竟是什么原因和逻辑呢？

长期以来，欧美等发达国家是全球化的主导力量，跨国公司是上一轮全球化快速发展的主要动力。跨国公司在利润最大化的目标下，将投资转移到劳动力成本更低廉、生态环境和社会保障要求更低的发展中国家。跨国公司在通过全球化获得更多利润的同时，也引发了利益分配的不均衡，这种不均衡的不断积累最终引发逆全球化：

一是不同国家间分配的不均衡。由于全球产业链、价值链的分工，在全球生产和外包体系下，劳动密集型制造业主要分布在发展中国家，相应的欧美发达国家制造业部门失业率增加，这些失业工人成为反全球化的主要群体。

二是国家内部分配的不均衡。在经济全球化的过程中，各国利益分配不平等、不均衡，低收入人群和弱势群体获益少，大型企业和社会精英阶层获益更多。法国经济学家托马斯·皮凯蒂（Thomas Piketty）在《21世纪资本论》（*Capital in the Twenty-First Century*）中，在基于大量历史数据比较分析后得出，资本的收益远远超过劳动收入，且这种“剪刀差”将越来越大的结论。受益于全球化的“赢家们”忽略了中低收入群体的诉求，加剧了社会矛盾的暴露，并导致西方民粹主义风潮的盛行。

事实上，逆全球化不仅是政治思潮，现实中也正在实实在在地发生。

英国是中国在欧盟内部仅次于德国的第二大贸易伙伴，不少中国公司已经在英国建立了分公司或总部。2017年3月16日，英国正式启动脱欧程序，作为中国企业，或许将不再能享受欧洲市场免税，甚至还要考虑是不是将欧洲总部迁出英国。

美国是中国的全球第一大贸易伙伴，“美国优先”背后的含义就是美国利益优先。作为中国企业，在和美国做生意的过程中，你可能面对一个非常好的并购美国企业的投资机会，即使是双赢，也可能因“美国

优先”而被拒绝。根据汤森路透的调查数据，截至2017年11月，2017年中方资本在美国的并购规模，由2016年同期的603.6亿美元下降到138.8亿美元，降幅近8成。

2018年伊始，中美贸易战便风起云涌。2018年1月2日，美国以国家安全为由拒绝蚂蚁金服收购速汇金。除了投资，在贸易层面上，你原本可以将更好、更新的产品卖到美国，但是现在可能因“美国优先”而不能做了。2018年1月9日，在华为手机首次进入美国的最后一刻，美国运营商合作方AT&T突然取消在了美国销售华为手机的计划。2018年3月22日，美国总统特朗普在白宫签署了对中国输美国产品征收关税的总统备忘录，将对从中国进口的600亿美元商品加征关税，并限制中国企业对美投资并购。

所以，你可能会发现，逆全球化趋势下，国际贸易更难做了，并不是市场不好，而是阻力更大。在可以预见的未来，在经贸、投资、科技等领域中，“全球化”与“逆全球化”的博弈将进一步向纵深发展。

世界经济的大海，有风平浪静，也有波涛汹涌。当今逆全球化的思潮，是趋势的洪流，还是调整的浪花？全球化真的止步了吗？

中国国家主席习近平在2017年世界经济论坛中的描述，给出了答案：“世界经济的大海，你要还是不要，都在那儿，是回避不了的。想人为切断各国经济的资金流、技术流、产品流、产业流、人员流，让世界经济的大海退回到一个一个孤立的小湖泊、小河流，是不可能的，也是不符合历史潮流的。”

对于2018年以来美国挑起的“贸易战”，习近平主席在4月10日的海南亚洲博鳌论坛中给出了中国态度：“综合研判世界发展大势，经济全球化是不可逆转的时代潮流。正是基于这样的判断，我在中共十九大报告中强调，中国坚持对外开放的基本国策，坚持打开国门搞建设。我要明确告诉大家，中国开放的大门不会关闭，只会越开越大。”

★案例

中美“贸易战”下，逆全球化趋势确立了吗？

2018年3月22日，美国总统特朗普在白宫签署了对中国输美国产品征收关税的总统备忘录，拟对从中国进口的600亿美元商品加征关税，并限制中国企业对美投资并购。中美贸易战一触即发，引发市场普遍担忧。

4月3日，美国贸易代表办公室依据“301调查”结果公布拟加征关税的中国商品清单，涉及每年从中国进口的价值约500亿美元商品。随后，中国商务部在4月4日下午也发布公告，称中国决定对原产于美国的106项商品加征25%关税，进口金额约为500亿美元。这则消息随即引发美国市场剧烈反应，大豆、猪肉、牛肉等期货价格大跌，三大股指期货跌均达1.5%以上，波音盘前大跌超过5%，福特汽车跌超过2%，通用汽车跌超过3%。市场反应强烈，显然“贸易战”对中美两国的进出口都将带来负面影响。

进口方面，3月23日，中国商务部发布了针对美国进口钢铁和铝产品232措施的中止减让产品清单并征求公众意见，拟对自美国进口部分产品加征关税，中国对鲜水果、干水果、坚果、葡萄酒、花旗参、无缝钢管、猪肉、废铝等7类、128个税项产品终止减税。相应地，对于从事进口生鲜、坚果食品等类目的进口跨境电商来说，产品成本将会因关税的提升而增加，市场必然受到冲击。出口方面，根据特朗普签署美国总统备忘录，通过“301调查”将对中国多领域进口产品施加高额关税，限制中国在美国高科技投资。受此影响，我国电子设备、机械设备、服装制造、金属制品等产品出口美国市场将更加困难。

面对“来势汹汹”的贸易战，中国跨境电商企业该怎么办？

一是加强产品附加值和竞争力。此次“贸易战”中，美国将侵犯知识产权问题列为对中国“开战”的重要因素。未来，无论从消费者的消费趋势来看，还是产品的竞争力来看，重视知识产权保护，加强设计、创意、科技等元素带来的产品创新和品牌提升永远是企业竞争力的来源。

二是注重拓展多元化市场。随着中国“一带一路”倡议的推进以及中国不断地开放市场，欧洲等发达地区以及印度、巴西等发展中国家市场也会不断带来市场机会。多元化市场策略将降低单一国家带来的政策

风险。

逆全球化趋势真的确立了吗？

答案是否定的。从数据来看，过去十年，中国出口依存度不断下降，出口占GDP的比重从2006年的35.4%降至2017年的18.5%；贸易顺差占GDP的比重从2007年的高点7.5%降至2017年的3.5%，600亿美元相当于2017年中国出口额的2.64%，规模影响并不是致命的。

长期以来，中美经贸被视为两国关系的压舱石，背后的逻辑在于中美经贸的互补性：中国提供了美国不愿生产的廉价生活用品，中国的大量代工厂降低了美国企业的制造成本；而中国购买了美国大量农产品及飞机等技术产品。然而，随着中国在产业升级过程中，不断在科技、金融、大型装备制造领域追赶，中国在贸易领域逐渐触碰到了美国的“蛋糕”，例如，C919大飞机便是对美国波音公司的重要冲击。因此，美国宣布对中国600亿美元商品征收关税，以“惩罚”中国侵犯知识产权，其内在原因在于中国在产业转型过程中将会越来越多地面临和美国的竞争。

那么为什么中国在这场“贸易战”立场坚决，4月6日商务部发言人高峰给出了答案：“这是单边主义和多边主义之间的一场斗争，是保护主义和自由贸易之间的一场斗争。”中国正在更加坚决地开放，融入全球贸易体系；而世界经济的海洋中，将会有更多的全球化的捍卫者。2018年4月10日，习近平主席在海南博鳌论坛的开幕演讲中庄严宣布，中国将大幅度放宽市场准入、创造更有吸引力的投资环境、加强知识产权保护、主动扩大进口，“.....这些对外开放重大举措，我们将尽快使之落地，宜早不宜迟，宜快不宜慢，努力让开放成果及早惠及中国企业和人民，及早惠及世界各国企业和人民.....”

数字经济凝聚全球链

习近平主席在亚太经合组织第24次领导人非正式会议第一阶段会议上曾明确指出：“经济全球化进入阶段性调整期，质疑者有之，徘徊者有之。应该看到，经济全球化符合生产力发展要求，符合各方利益，是大势所趋。”

为什么经济全球化是大势所趋？

长期以来全球化形成了国与国之间的命运共同体，“你中有我，我中有你”的世界难以割裂。无论是发达国家还是新兴国家，国与国之间的经济都保持着千丝万缕的联系，相互依赖度不断加强。以阿里巴巴国际站（Alibaba.com）为例，平台上一些“90后”创业客户，公司设在深圳前海，设计在以色列，品控在德国，客服在英国，生产车间在柬埔寨、越南等地，年销售额达到上亿元人民币的规模。

全球化呈现出生产全球化向生活方式全球化发展的特征，人们对物美价廉的内生需求不会改变。一方面，逆全球化的思潮风起云涌，但另一方面所有人都不得不承认，人人都正在享受自由贸易带来的低廉的商品和多样的服务：我们使用的飞机、汽车、智能手机、互联网.....这些经济全球化的产物非在一国一地制造。出于对优质低价产品、服务的需求，服务外包、跨境旅游、海淘产品.....各种人员、资源、资金等生产要素在全球范围自由流动，人们已经习惯全球化的生活习惯，使得无论是经济问题还是社会问题都超越了国家边界，需要各国协同应对。

互联网加速凝聚全球链，数字经济使得全球化分工不可逆转。过去10年，全球互联网普及率从21.7%上升到了48.8%，而发展中国家的互联网普及率增速更是发达国家的2倍。高速发展的基础设施更带来了“数字经济”，这使得全球合作成为必然选择。“数字经济”中的大数据、云计算、人工智能等数字技术被广泛使用，依托“数字神经”平台，产品与服务的更新周期越来越快，而速度成为关键竞争要素。企业必须以最快的速度了解到最新的市场需求潮流和热点，以最快的速度转化为产品并完成生产制造，以最快的速度调整营销策略并加以实施.....速度的压力推动企业以合作的方式实现全球分工。另一方面，技术革命极大地降低了合作沟通的信息成本，使得广泛的、低成本的合作成为可能。数字经济的蓬勃发展，使得世界在过去“离线的世界”之外诞生了另一面——“在线的世界”。数据的流动与共享，则推动着商业流程跨越企业边界，编织出全新的资源网络、生态网络和价值网络。在不久的将来，公司将变成无形的公司，而市场和业务则遍及全球。

“历史地看，经济全球化是社会生产力发展的客观要求和科技进步的必然结果，不是哪些人、哪些国家人为造出来的。经济全球化为世界经济增长提供了强劲动力，促进了商品和资本流动、科技和文明进步、各国人民交往”。⁽¹⁾全球化，不再是可有可无的选项，而是世界经济增长、各国社会进步的重要引擎。

马云在2018年达沃斯论坛中这样讲道：“如果30年后的人们还用手机的话，可以实现全球购买，比如说你想买肯尼亚的东西，你就点击；你想从挪威买东西，你就点击，全球购买、全球销售，现在有全球的支付、全球的递送、全球的出行，你只需要手机，甚至不需要护照，这会在10年之后发生，这是一条讯息，请我们抓住机会吧。如果我们抓住并拥抱机会的话，你就会有下一个阿里巴巴。”

★数字经济规模有多大？

- 截至2017年6月，全球网民总数达38.9亿，普及率为51.7%。其中，中国网民规模达7.51亿，居全球第一，全球移动用户数则达到77.2亿。
- 全球22%的GDP与涵盖技能和资本的数字经济紧密相关，中国的数字经济占GDP比重达30%。
- 全球排名一百强的跨国企业里，19个是高科技或者电信企业，总市值占到了全球经济的26%。
- 中国是全球最大的电子商务市场，占全球交易总额的40%。
- 中国的移动支付也引领全球的业态，交易额达到了美国的11倍。
- 世界互联网发展指数，美国以57.66分排名第一，中国41.8分位列第二。⁽²⁾
- 未来5年，私人网上消费将以每年21%的速度增长，网络购物将贡献42%的私人消费增长。⁽³⁾
- 中国网络零售中39%属于新增消费，其中在三线及以下城市更高达57%。⁽⁴⁾
- 2035年中国整体数字经济规模将接近16万亿美元，数字经济渗透率为48%，总就业容量将达4.15亿。其中，阿里巴巴经济体就业规模将超过1亿。⁽⁵⁾

跨境电商的星星之火

尽管国际政治格局不断变化，国际经济活动波动反复，但是中小企业层面和消费者层面的跨境贸易已经日益频繁，逐渐替代跨国公司承担全球化的责任。

从全球来看，根据第三方数据机构eMaketer的调查，2011年到2016年间，全球网络零售交易额从8600亿美元增长至19200亿美元，年平均增长率达17.4%，2016年，全球电子商务市场规模超过25万亿美元，成为世界经济的亮点和新增长点。美国网络零售交易额达3710亿美元人民币，同比增长8.5%，占全国零售总额的8%。预计到2020年，全球网络零售交易额将超过4万亿美元，占全球零售总额的比例从2016年的7.4%增长至14.6%。

得益于此，跨境电商市场将实现跨越式发展。尼尔森的报告显示，跨境电商在互联网的推动下五年内将保持300%的增长，埃森哲研究报告则预计2020年跨境电商市场规模将达到9940亿美元。

从中国来看，尽管全球贸易增速放缓，中国跨境电商却在逆势增长，进出口贸易中的电商渗透率持续提高。

商务部数据显示，2012—2016年，我国外贸总额年均增速仅为0.3%，而2011—2016年中国跨境电商交易保持年均30%以上的高速增长，从1.7万亿成长到6.7万亿人民币，增长5倍。跨境电商已经成为中国外贸增长的重要动力，在进出口总额中的占比由2012年的8.6%提高到2016年的27.53%。

2017年，中国跨境电商交易规模达7.5万亿元人民币，同比增长25%。预计2020年，中国跨境电商交易规模将达13万亿元，在2015—2020年区间，复合年均增长率达到22%。中国进出口贸易中的电商渗透率持续提高。2017年，跨境电商交易额占中国进出口总额的27%，预计到2020年，该占比将上升到35%。

那么，为什么跨境电商能够异军突起，逐渐成为逆全球化背景下的一股“桀骜不驯”的力量？为什么中国跨境电商能够呈现星星之火，燎原之势？

□

图1.1 中国跨境电商交易额与货物贸易进出口总值

资料来源：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院；阿里研究院分析

这离不开技术进步、消费升级、产业支撑和信用保障这四大驱动力。

技术进步。科技的巨大发展为跨境电商提供了“天时”优势，互联网、智能终端的普及和发展为跨境电商搭建了良好的基础设施，消费者或者经销商可以在任何碎片化的时间开启自己的“买买买”模式；支付体系、物流体系的完善促进交易流程的优化，没有bug的交易，没有违约的担心，没有无尽的等待，交易感得到极大提升；云计算、大数据促进消费者需求拉动大规模柔性生产，“你制造，我来买”变成了“我需要，你来造”，极大地提高了采购的个性化和满意度。这一切都为跨境电商奠定了发展的基础。

消费升级。中国有一个巨大的市场，2020年中国中产阶层及以上家庭将达到近2亿户，消费升级为跨境电商的发展提供了不竭的源动力。因此，中国巨大的消费市场不仅可以吸纳国内自身的生产能力，还具有广阔的国际吸引力，这成为中国和其他国家进行贸易平衡的砝码，为中小企业“全球买，全球卖”创造良好的先机。

产业支撑。中国的跨境电商出口占比为80%左右，为什么中国制造能够出海？原因在于中国拥有全世界门类最为齐全的制造业，形成了一个巨大的发展优势。从机器设备到家具家居，从3C数码到时尚消费，中国商品全领域出海。按照对外经济贸易大学国际经贸学院教授王健博士的研究数据，中国外贸中小企业约500万家，占对外贸易总额的60%左右。这些中小企业如果能够充分利用电子商务和大数据，更好地了解海外市场，更深入地了解需求趋势，让更多数据为生产“指明道路”，中国就将从制造大国变成制造强国。

信用保障。跨境电商通过陌生人交易，因此解决陌生人的交流安全是核心问题。货品漂洋过海，资金横跨大洲，没有信用保障，生意是万万做不起来的。以阿里巴巴国际站为代表的跨境电商交易平台，通过彰显信用，促进交易，形成良性循环，极大降低了跨境电商的交易摩擦，从而推动交易不断发展和简化。以入驻阿里巴巴国际站的Sandra家族企业为例，几年前，很多非洲客户下订单之前会来中国考察，看到工厂之后才敢放心交易。但随着他们对阿里巴巴国际站的信任度越来越高，平台又为买家提供信用保障服务，解决信任风险，近两年经过网上沟通就完成交易的客户越来越多，电商平台基本能够替代线下驻点的作用。

□

图1.2 中国跨境电商高速增长的四大动力

跨境电商的核心价值仅仅是简单地为企业提供了新的平台么？显然不是。跨境电商最核心的价值是通过消费者对需求的洞察和市场变化的前瞻，为国家制造业和服务业升级提供方向引导和转型机遇。

实现这一价值的过程是数据。跨境电商可以让每一个企业能够直接面对消费者的需求，得到消费者的反馈，继而快速感受市场的发展和变化，预测市场未来的趋势，从而带动整个制造、产品供应的转变升级，减少中间环节，减少库存，让企业能够获得更大的利润空间。

跨境电商依托平台打造了完整的产业链路。这个链路包括了从制造到出口，再到最终海外消费者的一个完整的数据链，也包含了企业依托数据开展的营销、物流、设计和生产等环节的一个完整的产业链。

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《重构跨境电商：阿里巴巴中小企业全球化实践》李欣欣 彭晓玲 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/795.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

