

坐在“关税过山车”上寻新路

三面财经

对美市场正在重启,停掉的订单已经恢复,新的订单加速赶来。但经历了数次关税调整,国内跨境电商从业者的心态也变了:他们在肯定美国市场巨大红利的同时,开始积极开拓其他非美市场,并通过拥抱海外仓等跨境电商新模式加速出海。

中青报·中青网记者 贾骥业



近日,蒋昊桓公司门口,正在装柜准备出货的集装箱卡车,这批货物的目的地是美国。受访者供图



5月12日《中美日内瓦经贸会谈联合声明》发布后,蒋昊桓公司的对美业务重新运转起来。图为该公司的工作人员正在将积压在国内的货物装车,准备发往美国。受访者供图



随着对美业务的逐渐恢复,蒋昊桓公司的工厂正在加紧生产。图为工厂的工人正在垃圾桶产品流水线上工作。受访者供图



蒋昊桓公司的门口堆放的货物。这是《中美日内瓦经贸会谈联合声明》发布后,蒋昊桓公司向美国发出的第一批货物。受访者供图



海德跨境位于美国的海外仓。近一个多月以来,该公司海外仓的整体业务量增长了两到三倍。目前存放的多是花园园艺、户外用品、高品质家居等高客单价产品。受访者供图

但作为一名在跨境电商领域摸爬滚打了10多年的“老兵”,张思源对最近市场的变动很是迷茫,感觉“就像坐上了过山车”,这也是大部分以美国为主要目标市场的跨境电商卖家的感受。“(美国)先是把关税一步步抬高,物流、清关成本都上涨了,来自美国的订单停滞;如今,关税大幅下调,市场又火速开始运转起来,前后不到一个月时间,就仿佛是美国客户短暂地休了个假。”一名来自广州的跨境电商从业者对中青报·中青网记者说。

而在这场“过山车”般的旅程中,还夹杂着不少“急转弯”。4月初,美国总统特朗普在公布“对等关税”政策的同时,还宣布从美东时间5月2日起,取消中国内地与香港商品享有的800美元以下包裹免税(以下简称“小包免税”)的政策,即“T86清关模式”,后又将小额包裹税率逐步提升至120%。然而,5月13日,美国宣布将该类包裹的从价关税从120%降低至54%,同时保留自5月2日起生效的每件小额邮递物品100美元的从量关税。

前后不到两周,小包关税从0到120%再到54%。张思源对记者说,这次调整肯定是利好跨境电商的,至少较120%的关税水平,出海成本能有效降低。但他也提到,目前美国对中国小包关税还没有降为0,这就意味着商品出海成本依然会提高。“我国跨境电商产品在美国的一大优势就是价格,一旦价格抬升,肯定会影响消费者的选择。”

更重要的是,小包的清关变麻烦了。“小包免税”政策取消后,价值低于800美元的小额包裹同样需要通过正式报关和其他非正式报关的方式清关,申报材料 and 流程更为繁杂。有业内人士告诉记者,如果是T86清关,快的可能只需1至2天,而传统清关方式的时间将大大延长。

其实,自2023年以来,美国对中国的“小包免税”政策就在持续收紧。今年2月份,美国政府曾短暂将“小包免税”政策取消,但碍于海关清关能力的限制,“小包免税”取消4日后便临时恢复。2月份的这次政策调整,也让美国海关和跨境电商卖家集体坐了一次“过山车”。根据美国国家经济研究局的估算,取消“小包免税”政策,将导致美国消费者每年多支出约110亿至130亿美元,即人均额外增加34美元至41美元的支出。此外,据美国海关和边境保护局(CBP)统计,每天有超过400万件低价值货物运往美国。如果逐件征税,大量小额包裹入境,也将使得美国海关的行政资源不堪重负。

“‘小包免税’政策的取消,增加了零售商的成本,加重了消费者的负担。同时,包裹清关流程也变得更为复杂。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员白明认为,如今小额包裹进入美国原本的优势被削弱,这将加速跨境电商行业的洗牌。中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端也指出,小包关税政策调整后,中小型商家可能会因为成本压力面临被淘汰的风险,市场份额或将进一步集中到高客

单价品牌以及具备供应链整合能力的平台型玩家手中。

找到新出路

美国对华实施关税——这趟充满不确定性的“过山车”依然在行驶中,而坐在上面的跨境电商卖家们已纷纷意识到:今后不能只盯着某一个市场了,“要学会把鸡蛋放在多个篮子里”。位于山东临沂的海德跨境电子商务有限公司(以下简称“海德跨境”)主要从事跨境电商全链条服务。这家公司不光拥有跨境电商全系列课程培训孵化服务,还部署了国际物流、海外仓等业务,目前已累计服务400余家企业转型上线跨境电商平台。海德跨境总经理刘杰说,4月初美国关税政策调整以来,来咨询东南亚、欧洲等地市场情况的卖家变多了,“大家都想到要去布局多元化市场,以此来降低风险”。

放眼全国,“积极开拓国际市场份额”正成为跨境电商卖家的共识。目前,美国、东南亚、日韩分别约占蒋昊桓公司总体外贸市场的四成、四成、两成,接下来,他准备更全面地去拓展国际市场。

不光是卖家,各地政府也在积极行动,助力相关企业开拓国际市场。以临沂为例,日前,临沂相关部门就组织当地约60家企业参加了“百团千企·商城出海”2025马来西亚中国临沂商品展览会,现场有200余家采购商与临沂企业达成合作

意向。又如,在台州当地政府的支持下,蒋昊桓家公司的产品已经被带到新疆霍尔果斯,在那里,会有更多的中亚客商看到他的产品,这将有效助力企业向中亚地区进军。

国际市场的开拓需要一定时间,美国目前终究还是全球最大的消费市场,而且不少跨境电商企业的商品在美国有更大优势,他们并不想放弃美国市场。于是,面对不确定的关税政策,很多跨境电商卖家开始将目光投向海外仓。

所谓海外仓,即跨境电商企业在境外通过自建或租用运营的数字化智能化仓储设施。通过海外仓,跨境电商卖家在接到海外订单后,可以直接从海外仓发货,这大大缩短了物流时间,降低了物流成本。更为关键的是,通过海外仓发货,还能有效降低关税政策临时调整给跨境电商商品出货带来的影响。

“我国跨境电商的优势在于柔性的全产业链支撑体系,尤其是在数字技术驱动下,我国在供应链端的优势被进一步放大。”陈端提到,如今我国被迫成为了地缘政治博弈中的关键主体,通过布局海外仓形成更具韧性和抗风险能力的多元供应链体系,将会成为跨境电商行业发展的重要趋势。

海德跨境就在美国布局了一个1.2万多平方米的海外仓。刘杰介绍,近一个多月以来,他们公司海外仓的整体业务量增长了兩到三倍。“尤其是在美国取消‘小包免税’政策之后,为了降低成本,提高物流时效,很多跨境卖家会将原来走小包

直邮的货物改走整柜或海运,提前备货到海外仓中。”他告诉记者,目前公司海外仓里,存放的多是花园园艺、户外用品、高品质家居等高客单价产品,“这些产品虽成本较高,但也有可观的利润”。

实际上,蒋昊桓才进入跨境电商领域不到两年,但去年9月至今,他已经在美国投资部署了3个海外仓,总面积达2000平方米。如此大手笔的投资,源于他对美国市场的信心。在蒋昊桓看来,暂时的关税波动可能会导致物流成本升高、商品价格上涨,但随着关税趋于稳定,叠加海外仓的优势,“总体来看美国还是一个增量市场”。

“对我们来说,关税的稳定比关税的高或低更重要。稳定之后,问题都能找到相应的解法。”蒋昊桓说。

“办好自己的事”

在美国挥起“关税大棒”之后,我国就表明了立场:集中精力办好自己的事。落到跨境电商企业身上,这句话有了更实际的含义:推动企业品牌化发展,提升产品竞争力。

“我们会在产品研发上加大投入,比如开发更符合市场需求的产品,让我们的商品在兼具中国供应链体系优势的情况下,更具有性价比。”张思源多次向记者强调产品竞争力的核心价值。他认为,随着商品出海成本的普遍上涨,不能再搞之前“低价格大管炮”那一套,好的产品加上好的服务,再加上有韧性的物流体系,才是跨境电商企业稳住市场的关键。

蒋昊桓对此也深有体会。据了解,在做外贸之前,他的公司就是通过高水平的产品设计和产品质量才慢慢打开国内市场,销量一步步扩大,品牌化是其核心要义。“我们现在整个海外市场,也是按照品牌旗舰店的分销理念去操作的。”蒋昊桓告诉记者,他们公司的团队会根据不同市场的需求,对产品进行相应设计,以此来提升产品的竞争力。

“品牌化是跨境电商企业转型的一个重要方向。”陈端说,品牌化之后可以形成溢价,进而拓展利润空间,对冲高关税的影响。同时,消费者对品牌产品的忠诚度更高,相对来说,价格波动对他们的购物意愿影响更小。

在我国,跨境电商领域的市场主体以中小企业居多。多年来,低价是他们打开海外市场的一把“钥匙”。如今,在美国关税波动的影响下,越来越多的跨境电商中小企业开始加速从“低价竞争”向“品牌化”的转型。

但陈端强调,我国跨境电商企业的海外品牌建设还面临一系列现实挑战和问题。她建议,跨境电商企业一方面要聚焦目标市场的痛点进行研发投入,实现产品的差异化;另一方面,产品出海过程中,一定要高度关注目标市场的品牌文化接受度。

“品牌,意味着对品质的稳定预期,对产品功能创新的持续期待以及长期稳定的情感价值提供。未来,跨境电商企业还要更全面地理解、挖掘品牌构建的多元支撑维度。”陈端说。

面对不断变化的国际形势,除了要有自己的品牌,刘杰还在想,未来也要向独立站方向布局发展,这样可以减少对于平台的依赖,降低第三方平台佣金压力,同时逐步打造自己的私域流量,降低获客成本,提升用户生命周期价值,降低政策变化和平台变化带来的风险。

蒋昊桓也有类似的打算。“我们不一定要把货交给经销商去卖,也可以到海外去搭建自己的市场网络,包括品牌推广、分销、物流等环节,这样就可以在国际竞争中掌握更大的主动权。”蒋昊桓说,走品牌化发展道路,始终是跨境电商企业应对成本上升和市场竞争的关键。

国家统计局：

中国经济持续回升具有较多有利条件

本报北京5月19日电(中青报·中青网见习记者赵丽梅 记者张均斌)随着《中美日内瓦经贸会谈联合声明》发布,中美大幅降低双边关税水平。在此背景下,全球对中国经济的走势和前景尤为关注。今天,国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖在国新办举行的新闻发布会上表示,从下阶段情况看,国际环境依然复杂严峻,不稳定、不确定、难预料因素比较多,国内周期性、结构性矛盾交织,但我国经济长期向好的基本面没有改变,各项宏观政策协同发力,各方面聚力攻坚、积极应对,创新动能继续成长,经济持续回

升具有较多有利条件。

付凌晖用“4个有”来形容中国经济持续回升的有利条件,分别是回升有基础、政策有保障、消费有潜力、创新有动能。

在经济回升基础方面,付凌晖指出,尽管4月份外部冲击影响加大,但经济回升态势没有改变。从主要指标看,与国内市场联系紧密的市场销售和服务业继续稳中有升。1-4月,社会消费品零售总额和服务业生产指数分别增长4.7%和5.9%,均比1-3月加快0.1个百分点。受国际市场影响较大的货物出口和工业生产总体稳定。1-4月,出口增

长7.5%,比1-3月加快0.6个百分点;规模以上工业增加值增长6.4%,保持总体稳定。

在政策保障方面,今年以来,更加积极有为的宏观政策加力实施,“两重”“两新”政策力度加大,扩大了市场需求,带动了企业生产,支持了创新发展,提振了市场信心,效果持续显现。1-4月,主要生产需求指标增速均明显快于上年全年。

近期,相关部门进一步降准降息,设立新型政策性金融工具,支持科技创新、扩大消费等。随着党中央、国务院各项政策逐步落实落地,将有利于经济持续回升

向好。

“消费有潜力。”付凌晖说,各地区、各部门大力开展提振消费专项行动,加力扩围实施“两新”政策,创新多元化消费场景,积极扩大服务消费,效果不断显现。1-4月,服务零售额增长5.1%,连续两个月加快。随着政策效果继续显现、消费动能不断壮大,消费对经济增长的拉动力有望持续增强。

创新引领作用不断增强,为经济发展不断注入新动能,高技术产业和新兴服务业发展向好。4月份,规模以上高技术制造业增加值增长10%,快于全部规模以上工业3.9个百分点。人工智能大模型、人形机器人等科技前沿领域实现突破,将进一步促进产业升级发展。

“总的看,在多重有利因素支撑下,我国经济有望保持总体平稳、稳中有进的发展态势。”付凌晖说。

未来几个月我国对美出口预期如何

付凌晖分析,从外贸的特点来看,有以下几个方面:一是对东盟和共建“一带一路”国家的进出口增长加快;二是民营企业进出口同比增长较快;三是机电产品出口增势较好。

4月,尽管对美贸易出现下滑,但外贸多元化发展,对东盟和共建“一带一路”国家的进出口加快,有力支撑了外贸持续增长。付凌晖介绍,1-4月,我国和东盟进出口总额同比增长9.2%,比一季度加快2.1个百分点;我国对共建“一带一路”国家进出口增长3.9%,加快1.7个百分点。

与此同时,面对外部冲击,民营外贸企业积极应对,通过市场多元化策略等有效应对,效果比较明显。1-4月,民营企业进出口同比增长6.8%,比一季度加快1个百分点,好于整体外贸形势。

他认为,在外部冲击加大的背景下,我国外贸能够顶住压力持续增长,一是反映出了产业基础坚实的支撑能力。我国产业体系完整,制造业升级发展,在全球产业链当中占据重要地位,在国际竞争中具有较强优势;二是体现出外贸快速调整的应变能力。我国外贸多元化发展稳步推进,外贸企业开拓市场能力增强,在贸易

摩擦、供应链波动当中,具备较强的调整能力;三是展现出稳外贸政策的保障能力。面对外部冲击,各地区、各部门强化对外贸企业的支持,加大出口退税、金融支持、贸易便利化等政策力度,为外贸发展创造了良好的政策环境。

“当前,国际环境依然复杂严峻,单边主义、保护主义抬头,严重冲击国际经贸秩序,制约全球经济增长。但国际合作共赢的大势不会改变,我国坚定扩大对外开放也不会改变,外贸多元化稳步推进,促进外贸发展的政策持续显效,将继续支持外贸稳健发展。”付凌晖说。

图片新闻



5月18日,上海市静安区,五五购物节消费季“与我5 fun肆趣”集市,购物消费的市民、游客逛特色市集、品美食。视觉中国供图



5月18日,江苏省连云港市海州区苍梧绿园,市民在体验随机接口主动康复设备。视觉中国供图