



共谋新发展 共享新机遇

本报融媒记者 侯爱敏 张倩 聂春洁 覃岩峰 徐刚领 文马健 图

全球CEO发展大会联合主席、中国与全球化智库主席、全球跨境电商大会主席龙永图：

中国要成为跨境电商规则制定者

在制定电子商务的全球贸易规则方面，中国有可能，也应该成为全球电子商务新的国际贸易规则的制定者，为全球跨境电商规则体系提出中国版的解决方案。

我的主张基于以下几点：国际电子商务的发展，已经成为不可阻挡的全球大潮流、大趋势。以互联网为代表的科学技术，极大地推动了智能终端的普及和发展，推动了移动通信支付、物流等基础设施的发展。同时全球化的载体也在随之改变，成千上万的中小企业走

向了全球化的舞台，逐渐成为全球化的主力军。

中国在全球电子商务的规则体系制定上，有资格有能力成为一个引领者。我们基本上占领了全球跨境电商电子商务的制高点，另一方面，我们也进行了规则体系方面的一系列尝试探索，取得了积极的成果。制定新的电子商务的国际贸易规则，不仅是行业发展需要，也是中国参与全球治理的一个非常重要的方面。

卢森堡大公国驻上海总领事吕可为： 豫卢合作为中欧互通打开新大门

郑州—卢森堡货运航线架起了横贯中欧的货运“空中丝绸之路”，也开启了河南与卢森堡合作的新篇章。

跨境电商作为“一带一路”战略中的“网上丝绸之路”，在中国备受瞩目，发展势头迅猛。如今在卢森堡和欧洲，发展跨境电商也是经济工作中的头等大事。今年9月由卢森堡商会组织的一个经济使团将会访问郑州，我们希望在跨境电商领域也能够加强与河南

的交流与合作，从而推动卢森堡成为中欧“网上丝绸之路”的战略枢纽。

当前欧盟成员国众多，在市场、物流、语言、监管乃至支付方式等诸多方面都存在壁垒，为中欧电子商务往来造成一定阻碍，下一步卢森堡将致力于推动欧盟诸国加快实现电子商务规则的标准化和统一化，为中国与欧洲的跨境电商进入对方市场提供更为便利的贸易环境，实现合作共赢。



龙永图



李鸣涛



吕可为



王晓忠



牛英华



王晓忠



黄辉



郑敏



宋永柱



陈文玲

中国邮政集团公司副总经理李丕征： 为跨境电商提供一体化寄递服务

跨境电商这一新业态催生了大量的邮政包裹，为全球邮政转型发展注入了新的活力。融入电商产业链成为中国邮政发展的战略重点。

针对跨境电商市场多样化的寄递需求，中国邮政加大了产品创新力度，丰富了产品体系，既有满足中低端轻小件业务需求的国际小包、e邮宝等产品，也有服务中高端市场的国际EMS、服务中高重量端的国际包裹等产品。下一步，中国邮政将积极推进中欧（郑

州）班列、中俄班列运邮常态化运行，在重点口岸设立跨境电商地区性的集散分拨中心，以国际口岸和网络为支撑，建立区位优势突出、满足多层次需求的国际邮件处理中心和高效、多功能的商业快件处理中心；引进中远程货运飞机，建设衔接国际口岸、辐射全球的航空、海运、陆运相结合的立体式国际运递网络。中国邮政将进一步整合内外部资源，为跨境电商提供多领域、多渠道、多层次的一体化服务。

中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛： 跨境电商是传统企业的必由之路

基于以互联网为代表的新技术推动，跨境电商行业实现蓬勃发展。未来跨境电商将成为人们不可或缺的生活方式，以及企业的采购方式。

当前，电子商务在全球范围进入发展快车道。亚太地区是目前电商零售额最高的区域，电商零售年均增速保持在20%以上水平，发达国家市场由于起步较早，电商零售基数较大，拉丁美洲市场及中东、北非市场规模较小，有较大增长潜力。我国广大电

商企业积极探索出的规则体系、平台体系，对于国际规则体系制定极具参考价值。

未来的发展中，由于各国电子商务基础设施仍存在较大差距，数字鸿沟依然是当前全球电商的发展障碍。对于我国企业而言，跨境电商是传统企业的必由之路。行业的产业链已经十分完善，国家也持续完善监管服务环境，服务体系不断完善，行业发展迎来了最好的时候。

Ebay大中华区政府关系总经理王晓忠： 中国制造借助跨境电商走向全球

中国电子商务起步阶段，恰逢中国在全球确立“世界工厂”地位的时代，中国强大的制造业为发展跨境电商提供了产业基础，海量的中国小微企业将自己的产品卖到全球角落，这一优势别的国家望尘莫及。

随着技术的进步，如今中国的跨境电商企业面临着新的挑战 and 机遇。在跨境电商时代，中国企业不再是单纯的供应商，而是全球零售商。企业

和国外消费者面对面打交道，可以感知他们的需求，可以按照他们的需求定制商品，必将催生一批新的品牌。对于中国企业来说，这是全新的机会，就是在国外建立品牌，建立自己的分销系统，为产品做全球布局。这就是我们说的跨境电商3.0时代，我相信凭借中国强大的制造业，凭借中国卖家的勤奋和才能，跨境电商3.0时代也是属于我们中国企业的。

亿邦动力网董事长郑敏： 期待跨境电商创出更多“中国经验”

如今，跨境电商的产业结构越来越清晰，趋于零售化态势越来越明显。跨境电商新贸易方式，让传统货物贸易（采购型贸易）向商品贸易（直销型贸易）转变；跨境电商新贸易对象（客体），让传统的质价双低或有质无品向“价值品质三优”转变；跨境电商新外贸企业（主体），让传统的“外贸公司+工厂”向“平台+综合供应链服务+全球商家”实现了转变，跨境电商为中国制造的转型升级实质打开了新

的通道。全球电子商务的发展趋势已经呈现出一个全面发展和联动发展的趋势，跨境电商要双向开放发展，既有进口也要有出口，跨境电商应开展更多创新。目前，中国跨境电商在政策制度创新方面已走在世界的前端，中国发展跨境电商的机会实际上是规模发展和引领发展，进入到新的机遇，期待跨境电商更多“中国经验”的出现。

阿里巴巴集团国际事业部第三方运营总经理黄辉： 传统制造出口中小型企业须转型升级

中国制造经过了三十多年的转型升级，已经占领了全球很多地方，但这几年中国制造中的一些中小型企业的日子，过得并不是很好，因为他们需要面对一个真正的从商业模式和业务模式上的升级和转型。

中小企业要做到贸易、产品、设计能力等的在线化，这是国际贸易B2B的第一个环节。第二个环节是交易安全，担保。其次是交付，涉及物流、通关、商检、外汇、税务等等一些服务。而

很多中小企业如果靠自身去实现它的一揽子的服务和能力升级，是有难度的，需要邀请合作第三方共同进来，提供专业的服务。

这个时代是大数据时代，是变革时代，我们相信在这个互联时代，中小型企业同样具备同中大型企业、甚至跨国企业一样的话语权，他们可以通过新技术，新资源跟全球的卖家、消费者实现更多更充分沟通，可以实现中小企业在下一年、下一个三十年的辉煌。

国美互联网（分享）生态科技有限公司总裁宋永柱： 全力创建跨境电商新未来

从数据来看，跨境电商的消费者也经历了一个升级过程，过去主要是对价格敏感，现在已经发展到对商品品质、服务敏感，消费者越来越追求品牌，追求附加于商品之上的服务和用户体验，这些都对跨境电商提出了更高要求。

在消费升级的时代，中国企业要走出去，就必须提供符合国外消费者心理需求和价值需求的商品。因为消费者

不再仅仅满足于商品的使用价值，他们需要的是更适合自己的商品、更能代表自己消费主张的商品，企业要想获取他们的信任感，就必须走进他们的生活，获得消费者认知。和传统商务相比，电子商务可以融合社交、娱乐、商务等多种元素，有助于企业将供应链、服务链、物流链、金融链打通，形成一个基于社交、商务利益分享的全生态圈。

中国国际经济交流中心总经济师陈文玲： E国际贸易是未来贸易发展方向

未来贸易发展的方向，就是E国际贸易。中国将会成为下一代贸易方式即E国际贸易的引领者。

当前，国际贸易形势发生重大的变化，世界贸易的大部分都是中间品贸易。下一代贸易的发端不再是我们组织一般贸易的组织方式，而是来自于若干消费者集成、生成的贸易流量以及贸易方向。在某种意义上来说，消费者将成为下一代贸易的主体。中国现在已经成为货物贸易的

第一大国。中国应该也有能力引领下一代贸易。互联网革命、信息革命，迅速改变了各种业态，包括制造业的业态，服务业的业态，也包括贸易的业态。跨境电商，包括B2B、B2C、C2C、2C等各种现在的跨境电商方式，都是E国际贸易的现在进行时，它和E国际贸易的关系是现在与未来的关系。所以，作为下一代贸易方式，发展E国际贸易将是未来我们努力的方向。