

跨境電商報導：系列2》中國大陸篇

# 迎向跨境電商大浪潮

中國大陸跨境電商市場，有其龐大的發展潛力，一向積極協助台商布局全球市場的台北市進出口商業同業公會，近一年多來，開辦跨境電商課程，日前更成為昆山「海峽兩岸電子商務經濟合作實驗區」在台唯一服務窗口，協助台商邁向跨境電商的新時代。

◎撰文／劉麗惠 攝影／林峻宇 圖片提供／台北市進出口商業同業公會



迎 合「互聯網+」浪潮，電子商務型態出現新一波變革，跨境電商於焉興起，逐漸成為全球貿易主要管道之一，世界各國政府及產業界，無不積極布局，其中又以中國大陸挾持著6.18億上網人口、3.02億網購人口，成為最具跨境電商發展潛力的市場，尤其在中國大陸政府政策大力推進，產業界投入龐大資源的雙頭動力之下，促使跨境電商快速成長。

根據中國電子商務研究中心發佈的資料顯示，去年，中國大陸跨境電商交易規模突破5.5兆元人民幣，今年，再攀升到6.8兆元，商機之大，引起全球與兩岸企業的高度矚目。

### 昆山海峽兩岸電商實驗區公會為在台唯一服務窗口

觀察中國大陸跨境電商發展現況，近一年來，中國大陸政府陸續開放跨境電商進口試點城市，目前已有天津、上海、廣州、深圳、鄭州、杭州、寧波、福州、平潭及重慶十大試點城市，另增加青島、大連、合肥、成都、蘇州成為13個跨境電商綜合試驗區，提供企業採取「保稅進口」或「直購進口」模式，進行跨境電商B2B及B2C的業務，成為許多台商跨境中國大陸的主要管道。

由於每個城市涉及的海關、



「昆山市跨境電子商務綜合服務平台暨台灣商品O2O展示館」啟動儀式，於今年3月30日盛大舉辦，引起兩岸企業的高度矚目。

外匯管理及市場監管、運作模式各異，繁雜作業，促使許多有意布局的台商，裹足不前。但隨著去年10月19日，中國大陸12個部會聯合批准昆山設立「海峽兩岸電子商務經濟合作實驗區」（後簡稱實驗區），台商又多了一個新的選擇管道，昆山市常委暨花橋經濟開發區管理委員會主任楊軍指出，昆山在成為中國大陸首個兩岸電商經濟合作實驗區後，快速完成開發「昆山海峽兩岸跨境電子商務綜合服務平台」，並且打造線下的「台灣商品O2O展示館」，並於今年3月30日在花橋國際博覽中心舉辦「昆山海峽兩岸電子商務綜合服務平台暨台灣商品O2O展示館」啟動儀式。負責協助建置「昆山海峽兩岸電子商務綜合服務平台」的陽光捷通貿易服務常務副總經理胡國江指出，此綜合服務平台是中

國大陸第一個可同時與北京、上海、杭州3個口岸對接的電商平台，單一窗口服務體系可以提供兩岸台商通關、物流、諮詢、培訓的全方位供應鏈解決方案，實現企業數據實時申報、快速通關的效率。

為協助台商掌握由昆山布局中國大陸電商的契機，啟動儀式當天，台北市進出口公會特別籌組超過50名業者的考察團前往參與，深入了解「綜合服務平台」的功能與特色外，也參觀以「體驗式商城」概念所建置的線下O2O展示館。

公會理事長黃呈琮指出，當天已有12家團員業者正式與昆山花橋管委會簽署合作備忘錄，而台北市進出口公會也成為實驗區在台唯一服務窗口，未來雙方將共同就「擴展兩岸商貿與投資」、「兩岸跨境電商人才培



「台灣商品O2O展示館」的設立，有助於提升中國大陸市場對台灣商品的認識。

訓」與「實驗區綜合服務平台媒合推廣」共同合作，包括持續舉辦數場實驗區說明會、跨境電商人才培訓課程、網貿媒合會、籌組經貿考察團、O2O商貿交易會，並將於公會內設立跨境電商推動辦公室，讓更多台商可以透過中國大陸「互聯網+」發展趨勢，輔以台灣企業的實戰與創新服務優勢，加強開拓中國大陸甚或全球市場。

## 跨境電商說明會盛況空前 台商高度重視

做為昆山海峽兩岸電商實驗區對台唯一窗口，台北市進出口公會為了盡快讓台商掌握中國大陸電商最新發展趨勢，進一步於今年4月19日舉辦「昆山海峽兩岸電子商務綜合服務平台說明會」，除針對昆山電商實驗區進行說明，更邀請來自兩岸的網路

與電商專家，共同對中國大陸跨境電商的發展趨勢，進行專題演講與對談，為台商以電商進入中國大陸市場，開啟新的視野，如此精彩的安排，吸引滿座台商到場參與。

「跨境電商是國際商貿的新模式，更是一條不能不走的路。」黃呈琮指出，台灣擁有許多產業中上游的B2B優秀產業，交貨準時、品質佳、全球市占率高，為名副其實的隱形冠軍，但今日台灣眾多優質中小企業正面臨「互聯網+」所帶來巨大考驗，此時，跨境電商剛好扮演台商轉型升級以及更多開拓海外市場的新機會，建議台商善加把握，找出布局跨境電商的方法與策略。

台灣科技大學管理學院教授盧希鵬受邀於說明會演講，他指出，10年前《世界是平的》

這本書出版時，明白闡述網路已經打破世界壁壘，帶給電子商務發展很大的想像空間。而這十年來，世界商貿發展也確實出現很大的翻轉，企業競爭也已從「企業對企業」的競爭，變成「供應鏈對供應鏈」的競爭，如今，隨著行動雲端、互聯網、穿戴裝置、物聯網等隨處可見的科技，持續融入網路之中，「隨經濟」（ubiquinomics）時代於焉來臨，電子商務的樣貌與型態也持續變異之中，稍一不小心，就會贏在細節，卻輸在格局。

盧希鵬進一步分析，過去人們線上購物，主要透過平台瀏覽商品、下單、付款再等物流送貨，如今，又有更多的新型態電商服務被發展出來，例如，亞馬遜創新推出的「快速按鈕」（Dash Button）服務，Dash Button是一款硬體產品，它為用戶提供一鍵點擊訂購服務，主要提供各種商品的「快速按鈕服務」給消費者，消費者在家發現某些日用品用罄時，只要按下該商品的Button，系統便會發送訂購服務給亞馬遜平台，完成快速購物。

「這個案例說明，人們一直要求更快的速度，以爭取更多的時間，因此在臉書上發表3分鐘的影片，都讓人覺得太長，同樣的道理，在跨境電商亦然，」盧希鵬強調，如何讓消費者可以

利用最短的零碎時間完成購物、延長在線上平台上的使用時間，已是企業發展新型態電商與邁向跨境電商需掌握的重點。他也說明，這種隨時、隨處、隨地都可完成交易，且消弭了地域限制的商業模式，便是所謂的「隨經濟」（Ubiquinomics），而在網路上被廣泛使用的Airbnb旅館訂房服務以及Uber叫車服務，都屬於「隨經濟」的範疇。



O2O展示館中，展有許多台灣商品，意味著企業如能掌握中國大陸電商平台的經營模式，將可以輕鬆地將台灣品牌打入西岸市場，獲取更大的效益。

## 中國大陸跨境電商 新稅政策解讀

說明會中，多位專家也針對今年4月8日中國大陸政府新推出的「跨境電商零售進口稅收政策」（後簡稱「新稅政」）進行深入討論。具體而言，新稅政策正式實施當日，中國大陸已不再用原本的「行郵稅」，向跨境電商商家徵收稅款，而是改為按照貨物徵收關稅和進口增值稅與消費稅，進行課稅。

所謂「行郵稅」，就是行李和郵遞物品進口稅的簡稱。中國大陸此前為推廣跨境電商的發展，以「行郵稅」做為跨境電商交易商品的稅制，即將增值稅、關稅、消費稅三稅合一，簡單徵收，其中個人物品低於人民幣50元，可免徵收行郵稅，其他商品則分別有10%、20%、30%及50%幾種稅率。

如今，隨著新稅制上路，行

郵稅用於跨境電商的時代，正式走入歷史。對此，昆山電子商務行業協會會長賈育認為，以往跨境電商只是一種代購的概念，沒有恰當的稅務與法令規範，難以形成正式的貿易而全面發展，如今新稅法增加負稅與身分的認可機制，將使跨境電商的發展，往更正常化的階段邁進，根據新稅制的規範，大約有三分之二的商品稅率減少、三分之一提高，因此不該將新稅制視為負面消息。

「商貿的發展，不只是便宜不便宜的問題，貿易的便利性，以及符合多方利益，才是商貿活絡的關鍵。」賈育說，從新稅制的規範來看，影響較大的是50元人民幣以下的商品，這類商品將從過去不收稅，變成徵收11.9%的稅率，不過整體而言，新稅制的稅率，還是比一般貿易優惠許

多。另外，新稅政實施之後，台商在「三證一單」（標籤證、商檢證、衛生證以及報關單）的取得程序上，或許會增加一些操作面的程序，但這部分可以透過技術面，如以電商平台系統的機制，建立三單合一的報關單，得到完善的解決。

## 跨境電商複雜度高 操作眉角要深入掌握

除了掌握稅制，台商以跨境電商開拓中國大陸市場，還有其他需要了解的重點，包括跨境電商發展途徑、採取的跨境電商模式，以及台商跨境電商的關鍵策略等，都不容忽視。

### 三大布局 跨境電商的路徑

資策會產業推動與服務處資深研究經理翁堉珊在說明會中



公會於今年4月19日舉辦「昆山海峽兩岸電子商務綜合服務平台說明會」，盼藉著產學合作，為台灣跨境電商產業培育優秀人才。

指出，台商布局跨境電商可以採取「跨境直售」、「平台合作」與「落地經營」三種路徑，其中跨境直購雖有不受海外法令限制、商品自由上架與風險低等優勢，但是物流成本高、缺乏行銷推廣機制、難以在地服務客戶等缺點；至於平台合作具有規則簡單、無需擔負過高經營成本等優勢，但必須有媒合管道，並且需要備貨充分；至於落地經營雖可直接接觸客戶、了解在地消費者與制定經營規則，但是風險高、成本高且需在地人力資源，門檻最高。

目前，透過平台合作，是許多台灣企業的主要選項。台灣偉博泰電商總顧問丁子柏指出，自從兩岸簽訂MOU開放兩岸銀行合作業務，中國大陸網友可以直接使用支付寶在台灣網站付款、交

易，款項會直接匯進商家的台灣帳戶，透過平台對接，成為許多台商首選的跨境方式，因此去年中國大陸雙十一購物節當天，從中國大陸行銷導引至台灣網站接單、收款的單日訂單，高達十多萬件。

### 中國大陸市場 兩大跨境電商操作模式

不管台商採取哪一種途徑搶進中國大陸市場，都得先搞懂中國大陸高度複雜的跨境電商型態，目前中國大陸跨境電商模式非常多，但主流模式有二，分別為「跨境直購」以及「保稅備貨」等。

所謂「跨境直購」模式，指的是採用「先下單後發貨」的形式，台商必須設立當地責任單位、並要先行備案且需要三證一單，由於消費者下單之後必須通

過國際物流與通關檢驗等程序，一般情況下，消費者大約在7~15天才會收到商品。

「保稅備貨進口」則屬於「先備貨後接單」形式，企業先把商品整批運送至中國大陸境內海關的保稅區，消費者透過電商平台下單之後，可以快速通關出貨，由於事先的通關檢驗、物流都已先完成，因此從下單日起算，預估3~4個工作天，消費者就可取到貨物。

### 前進跨境電商的三種規模 策略各異須謹慎評估

另外，對於台商以跨境電商開拓中國大陸市場，昆山跨境電商協會會長金嵩建議企業，要先做好定位，評估自己在跨境電商的發展策略，然後循序漸進往前邁進。

如果企業只是「小做」跨境電商，單純銷售產品，只要找到平台即可；如果是「中做」，就要把跨境電商視為企業內部的新業務，投入資源要更多；若是「大做」，就要將跨境電商視為企業轉型或帶動線上、線下（O2O）的大策略，這時候要有短、中、長期的完整規劃，如1%營業額來自電商時，要持續做業務推廣，當電商銷售占整體營業額的10%，必須開始建置供應鏈與管理機制，而當行動電商的營收占整體電商業務的10%，則可以考量大力投資布局跨境電商。

## 跨境電商潛力無限 台商期待開拓企業新局

儘管目前台商對於跨境電商都還在摸索階段，但其實已經不乏台商成功以跨境電商，搶灘中國大陸市場。金高舉例，台南一家手錶品牌商，過去幾年電商業務不斷下滑，聘請一位專業經理人專注發展跨境電商，短短3個月時間就衝高電商業績，甚至參加阿里巴巴十大網商職業賽；又或者，一家台灣淨水器製造商，二代創業時，新註冊一家電商公司，順利建立自己的品牌並且開拓市場；又或者，一家台灣企業透過培養內部年輕的倉儲人員，發揮其做為網路原生代的優勢，加速發展跨境電商，成功打開中國大陸市場。

另外，從台北市進出口公會籌組昆山跨境交易考察團以及辦理說明會，都有眾多台商踴躍參與，也可看出台商對於利用跨境電商搶攻中國大陸市場，抱持高度興趣，以「昆山海峽兩岸電子商務經濟合作實驗區」為例，目前已有聯合報、凱豐科技、和椿科技、甘泉生物科技、信東生技、亨達生技、欣怡企業、維盛發企業、淡然有味茶文化會館、恆宥、智慧非凡、大藝國際在內的20家企業，與昆山市政府簽訂合作備忘錄。聯合報系旗下的聯合線上公司策略長孫志華指出，2011年開始聯合報集



台灣科技大學管理學院教授盧希鵬在說明會上，探討在這波跨境電商發展的浪潮中，台商應如何因應。

團正式以大數據營運架構為藍圖，全面發展電商平台，成功打造優質文創設計平台，包括「買東西」（udn shopping）、「有設計」（uDesign）等，至今已創造大量流量與商機，以此為基礎，聯合線上希望可以進一步把握兩岸跨境商機，將《聯合報》在臺灣所發展的特色商品平台與新型態營運模式，複製輸出到中國大陸。

凱豐科技總經理阮忠清則表示，該公司旗下具備營養保健食品靈芝、蜂王乳、千里遠、納豆、貓爪藤、樟芝菌、白樺、桑黃、猴頭菇等補充劑產品，目前正致力於發展自有品牌，剛好遇上跨境電商大浪潮，因此正藉由多方案道，了解中國大陸跨境模式的發展現況，希望藉此找到好的管道，加速品牌形象的開展。

台灣美容品牌柏薇菀行銷總監李佩珈指出，中國大陸電商

風起雲湧，目前該公司已經與台灣廠商在中國大陸設立的環辰國際貿易公司合作，以跨境電商模式，將柏薇菀的產品銷售到中國大陸市場，目前也正在觀察與尋找其他可能的合作管道。還有專注於生產皿培牛樟菇原料及相關產品的甘泉生物科技總經理張閔積也表示，對發展跨境電商有很大的興趣，但目前還在觀望考察的階段，希望未來可以找到好的策略方式，加速以跨境電商開拓中國大陸市場。

綜觀來看，跨境電商已是一個不容忽視的大趨勢，尤其中國大陸市場在其網路發展加速成熟，以及政府政策的積極推動之下，更是台商搶灘中國大陸零售商機的新機會，未來希望更多台商可以善用台北市進出口公會的資源與協助，更深入掌握跨境電商的發展趨勢，以加速布局邁向跨境電商的腳步。■