

# 外贸企业迎来“及时雨” 多方合力托举“出口转内销”

<<上接A1版

4月15日,阿里国际站宣布,已发起专项行动。针对商家滞销库存,阿里国际站已对接淘工厂、天猫超市等内销渠道,上线专属报名入口,简化流程,优先审核并专人跟进。同时,平台开启专属流量通道,为拓展新市场的商家提供流量倾斜,帮助其对接更广阔的全球客户。此外,针对受关税影响的订单,阿里国际站将酌情提供豁免措施,并上线美国海关编码维护功能和计税能力,支持商家清关。

“近期平台流量正在向欧洲市场倾斜,我们发现欧洲客户的询价明显增长。针对关税问题,阿里国际站通过应用技术和AI手段,例如利用相关编码,平台能够精准计算关税,解决叠加关税的报价问题。”阿里国际站上的户外一站式庭院综合服务商杭州为家公司总经理熊伟平对记者表示。

4月15日,淘宝天猫启动“外贸精选”专项,推出六大举措助力外贸商家“外转内”。淘宝天猫计划面向至少1万家外贸商家、10万款外贸货源,通过“快捷入驻、流量和佣金激励扶持、半托管服务、小二本地化指导、外贸周营销专场、天猫超市直采”六大举措,助力外贸商家快速“外转内”。

记者了解到,淘宝天猫“外贸精选”专项将为外贸商家简化入驻流程,最快当天完成入驻,隔天实现商品发布。优质外贸商家还将获得流量、佣金激励、AI工具等支持。目前,阿里巴巴集团已成立外贸专项小组,抽调业务骨干集结奔赴10个省(市)的100个外贸产业带一线,现场开展专项对接。

近日,阿里巴巴旗下源头厂货采购平台1688,为出口受阻企业和有外贸转内销需求的工厂,推出一系列纾困解难举措,具体包括包销库存、提供贷款、推动转型、减免年费、AI免费五个方面。

1688负责人向记者介绍,平台通过包销库存的方式,让商家生意及时脱困,针对库存积压的外贸厂商,提供全托管和帮卖服务,平台减免佣金。此外,外贸厂商还可以跟平台商定库存包销的合作模式。提供贷款,则是为遇到资金困难的外贸厂商提供订单货款提前回款服务,支持线上申请、秒级到账。同时,1688还联合网商银行等多家金融机构提供专项信用贷款,重点支持受疫情影响最大的服装、纺织及轻工类产品和企业。

4月17日,腾讯推出“外贸新征程助跑计划”,通过开店绿色通道、新商激励、流量扶持、费率优惠等十项措施,为外贸企业拓宽国内外市场搭桥铺路。预计通过小程序、微信小店、数字化线下门店等商业生态,为广大外贸企业新增1000亿元销售规模。

## 直播电商纷纷参与其中

不少短视频平台和直播电商机构也纷纷加入到帮扶外贸企业的队伍中。

4月16日,抖音集团发文称,抖音集团启动“抖音外贸优品专项扶持计划”,整合

旗下资源,通过入驻绿色通道、专项流量扶持、佣金减免、免息贷款等措施助力外贸商家转型。此外,抖音生活服务平台将推出连锁商超及零售企业直播专场,提供流量补贴、明星探店、开屏曝光等资源,帮助外贸商家和商家拓宽市场。

4月17日,辛选集团发布关于支持外贸企业出口转内销的公告,全力协助外贸企业快速转战国内市场,包括举办招商大会、提供专项支持、开放绿色通道以及定制化产品扶持等;4月13日,谦寻宣布旗下所有直播间都将开启“中国制造绿色通道”,并发布《致“中国制造”伙伴书》,让受关税冲击的优秀外贸产品走进直播间,服务国内消费者。

谦寻对记者表示,将发挥专业的选品及服务能力,为优秀生产制造业外贸企业提供选品全程透明可视、商品资质合规管理、人货精准智能匹配等服务,为外贸企业构建低成本、开放普惠的“绿色通道”。帮助其快速完成资质审核、选品匹配并通过全域直播间资源,为优质外贸商品提供展示和销售渠道。

此外,东方甄选、交个朋友等多家直播电商机构都为外贸企业入驻开通了绿色通道,简化流程并加急处理;开通外贸优品专区,通过流量倾斜、渠道和营销支持,快速触达消费者。

## 外贸转内销有何难点?

对于外贸企业而言,当前出口转内销所面临的难点备受各方关注。

京东集团相关负责人告诉记者:“在与外贸企业接洽中,我们发现很多企业主要面临两大问题:不熟悉国内市场规则和缺乏线上运营经验。京东通过发挥供应链优势和开放生态,帮助商家解决这些问题。”

“从我们近期对外贸企业的走访调研来看,在关税风波下,目前有不少出口导向型企业遭遇订单暂停、库存积压及转型阵痛,且在外贸转内销的过程中遇到不少难点,因此1688全方位助力外贸企业‘危中寻机’,加速开拓国内市场。”1688相关负责人告诉记者。

广州博群纺织科技有限公司李哲宇向记者表示,外贸转内销的难点主要是销售线路的调整。例如,国外客户的订单量和定位相对明确,国内市场更分散,需要从头研究。该公司过去专注外贸,对国内客户的需求、订单模式不太熟悉,需要重新适应。

杭州卡拉宠物用品有限公司褚琴琴认为,一方面,外贸与内销产品风格有很大区别,另一方面则是订单规模的差别。“外贸订单数量通常比国内大很多,工厂需要接受内贸零碎小单化的常态。外贸工厂习惯了大订单,动辄几万,少则几千,而在国内,几千的订单就算大单子了。主要是国内市场竞争激烈,库存积压的情况会比较多,大家都不轻易囤货,所以订单越做越小。”

为了将过去专供外贸的产品转销国内,有些企业已经开始调整产品。浙江众



时报财经图库/供图

鑫环保科技有限公司主营可降解纸碗、纸杯类餐具,众鑫环保的滕先生表示,该公司在外贸转内销的产品上做了较大调整,一是推向烘焙市场的产品,考虑包装如何提升自身的使用价值;二是参与国内山姆、盒马等超市的投标;三是按照国内的包装要求与产品的畅销度做调整,主要推出在轻食、烘焙、外出游玩以及夜间大排档烧烤等应用场景的产品。

还有些外贸商家介绍,目前在“外转内”过程中遇到的最大困难是国内线上运营能力的空白,不知道选择什么样的渠道和平台适合自己,怎么确保有效性。

为此,淘宝天猫“外贸精选”推出了两大选项,一种以淘工厂为主,深入100个外贸产业带集群,依托半托管模式,从入驻到选品、定价等全链路由平台手把手指导。另一种依托天猫超市的自营模式和供应链能力,开放全国仓网半日达次日达送货上门能力,支持优质商家快速入驻入仓,打开内销市场。

具体在运营模式上,针对缺乏国内零售经验的厂商推出“半托管”服务模式,行业小二将为外贸商家给出“选品建议、定价策略、营销报名、广告投放”等一系列操作建议。此外,淘宝天猫还将安排产地小二深入全国各地产业带,以驻地形式进行面对面答疑解惑。

## 美国关税政策对订单影响有限

在全球贸易格局中,美国的关税政策给外贸企业带来了诸多挑战,但中国制造凭借自身优势,展现出从容不迫的底气。

“请原谅我们愚蠢的总统,我为他向你道歉。”这是美国采购商对熊伟平说的原话。熊伟平告诉证券时报记者,“对等关税”虽推高终端商品价格,但未削弱需求。美国采购商仍愿采购并承担关税成本,通过提价将成本转嫁给美国消费者。“中国产品性价比,以我们的产品为例,即使加征关税,价格仍比当地同类产品低30%。我近期刚从美国回来,在美国大型商场,如梅西百货、特朗普大厦,大部分商品均为中国制造,其已成为高性价比的代表。”

“尽管美国已经加征关税,但公司订单并未受到明显影响。这得益于中国产品在国际市场上的强大竞争力和不可替代性。跨境电商不仅有美国市场,欧洲市场的增长潜力也很大。”熊伟平表示,公司今年将重点放在欧洲市场,通过多元化的市场布局,降低对单一市场的依赖。如果未来“对等关税”政策解除,美国市场仍将具备很大的增长潜力。

杨雪也对证券时报记者表示,目前关税政策对公司影响不大。公司敢于涨价,让美国采购方承担相应关税成本,因为美国市场难以找到替代产品。另外,公司积极推进品牌出海战略,自主品牌的竞争力远超代工模式。

“美国市场对中国产品有较高依赖度,中国制造在产业链和高性价比方面具有明显优势。”杨雪指出,以儿童车领域为例,中国在儿童车出口领域占全球市场的50%,中国企业目前在技术与设计方面领先于欧美。美国相关企业多年来技术停滞不前,其零配件等仍需从中国进口,生产一辆同类型的成本是中国的5倍。美国自身难以构建完整产业链,因此中国外贸企业有提价的底气。

为帮助企业稳住外贸基本盘,拓展内销新空间,商务部近日提出加快推进内外贸一体化。在这一背景下,全国各地均已掀起助力外贸企业扩宽内销渠道的高潮。

近日,证券时报记者从深圳商务局获悉,深圳认真落实国家大力提振消费、全方位扩大国内需求的战略部署,联动国内头部电商平台、零售企业研究更好发挥各自优势,帮助外贸企业扩宽内销渠道。当前,深圳正邀请外贸企业与内销渠道填写需求信息表和零售批发企业信息表,以此更好地针对性服务企业拓展市场。

同时,深圳已与各大平台、零售企业建立企业对接服务工作机制,政企协作不仅为外贸企业开辟了“内销快车道”,更让高品质的“中国制造”走进千家万户。从生产线到购物车,从全球订单到国民好物,深圳正以“双循环”为支点,撬动万亿级内需市场的澎湃动能。这既让“中国制造”在内外联动中破局重生,又让世界工厂与国民消费实现“零时差”共振。

除政府之外,深圳的商协会也在积极行动。4月12日,深圳市零售商业行业协会、深圳市连锁经营协会、深圳市智慧零售协会发布联合倡议称,要深刻认识“稳外贸、扩内需”的战略意义:一是为外贸企业纾困解难,稳定经济基本盘。帮助外贸企业打通国内渠道,既能缓解其短期生存压力,也能为长期“内外贸一体化”发展筑牢根基。二是激活消费潜力,满足品质需求。外贸企业具备成熟的制造能力和国际质量标准,其产品符合国内中高端消费升级需求,实现“优质供给创造有效需求”。三是强化产业链协同,提升抗风险能力。通过零售端与制造端深度合作,构建“以国内大循环为主体”的产业生态,增强我国经济韧性。

因此,上述倡议提出要构建外贸—内销协同新生态。一是倡议全行业企业开放线上线下全渠道,让外贸产品能“进得来”;二是倡议开设“外贸商品专区”,让外贸产品能“卖得好”;三是倡议零售连锁企业共享供应链资源,让外贸产品能“卖全国”。

在这一目标下,上述协会将组织开展“外贸拓内销”系列活动,搭建内外贸企业合作平台。一是协会设立“外贸拓内销”服务专班,设置专项服务电话。实时对接企业需求,解读国内商贸流通政策并指导企业申请。二是建立外贸优质商品企业库及商品名录,向内销企业进行精准分类推荐。三是在各级部门的支持下,协会组织开展“外贸拓内销”对接会。四是协会组织举办系列“外贸商品展销会”活动,集中展销外贸优品。

值得注意的是,拓宽内销渠道的最根本因素仍是继续扩大消费市场,在这一方面,深圳也是不遗余力,不断打造更具深圳特色的消费体验。

据了解,深圳在今年3月至5月全力打造了“2025深圳新型消费季”。该活动融入首发经济、以旧换新、低空经济、服务消费、数字消费、绿色消费、文娱旅游、体育健康、国货潮品、国际消费等10大新型消费热点;串联10大消费新场景,组织各类市场主体开展N场分项活动,开展“2025深圳新型消费季”系列促消费活动,促进线上线下消费深度融合,培育壮大新型消费,推动经济高质量发展。

上述活动的效果也极为明显,在前不久的清明假期,深圳不仅位列假期旅游前十大热门目的地城市,同时还跻身十大热门客源地城市。香港居民入境内地订单量同比攀升35%,而内地居民打卡香港M+、山顶缆车等知名景点的订单量同比增幅更是超过100%,实现了以节气为纽带的文旅氛围传递。深圳旅游热度看涨,其中旅游订单同比增长14%,机票订单同比增长10%,景点门票订单同比增长49%。

此外,近期,深圳市零售商业行业协会发布《2024年深圳零售连锁行业现状与2025年趋势调研报告》。该协会副秘书长沈南表示,调研显示,2024年深圳零售企业在承压之下显韧性,积极寻求转型升级;2025年,企业对消费市场持谨慎乐观态度,认为消费市场将平稳微增,对实现增长抱有信心。

# 创新跨境支付服务 金融机构助力企业破局有实招

证券时报记者 李颖超

国际贸易博弈策略已从单纯加征关税转向“科技+贸易”混合战。

证券时报记者了解到,面对外部市场不确定性,中国金融机构加速布局跨境支付和贸易金融创新,通过优化结算体系、拓展本币互换、强化供应链金融支持,助力企业“出海”稳订单。

“关税政策持续变化对全球供应链和贸易格局影响深远,在此背景下,金融机构作为经济运行的关键支撑力量,积极创新跨境支付服务模式,助力企业应对关税挑战,探寻出海与出口转内销的新机遇。”一位国有大行华东区从业资深人士向证券时报记者表示。

## 跨境支付创新 护航企业出海

当前,中美贸易冲突使得传统贸易路径受阻,企业纷纷寻求出海拓展新市场。企业、金融以及支付机构多方捕捉这一需求,在跨境支付领域推出一系列创新举措,为企业出海保驾护航。

近日,阿里巴巴旗下源头厂货采购平台1688,为出口受阻企业和有外贸转内销需求的工厂,推出一系列纾困解难举措。例如,1688为遇到资金困难的外贸厂商提供订单货款提前回款服务,支持线上申请,秒级到账。

此外,金融机构也为应对日益增长的

需求,在跨境支付方面不断创新方面积极发力。如摩根大通环球企业银行大中华区主管黄健在接受证券时报记者采访时指出,当前,随着企业全球业务的拓展,其对高效的跨境资金管理需求日益增长,出海企业希望获取一站式解决方案,“比如自动化的跨境支付、集中化的现金池管理以及多币种账户服务等,以优化资金运作效率和降低成本”。

实际上,中国企业在全球布局中会接触不同市场业务,面临多币种汇兑需求。同时,跨境融资方面,企业需要银团贷款、贸易融资、信用证开立、保理等融资授信服务,以支持国际贸易。

证券时报记者了解到,包括摩根大通等在内的外资银行,近年来持续规划创新不同的产品,用实际行动帮助出海客户管理资金流动性、优化支付,从资金增益到海外扩张,以及战略性并购等,助力中国企业实现全球化经营目标。

## 融资支持 助力出口转内销

面对关税战带来的外部市场压力,许多企业开始将目光转向国内市场,推动出口转内销。针对部分受高关税冲击的出口企业,银行也在联合电商平台帮助企业进行“出口转内销”,帮助企业调整市场策略,实现平稳过渡。

例如,1688就联合网商银行等多家金融机构提供专项信用贷款,重点支持

受影响最大的服装、纺织及轻工类产品和企业。

除了传统的信贷支持,支付机构还不断创新金融产品和服务,满足企业出口转内销的多样化需求。4月10日,连连国际官宣推出“破浪守卫计划”,包括覆盖全周期、多场景的六重支付权益包,例如0费率、全年低至0.02%提现费率的TikTok Shop福利等,助力企业锚定机遇,驭浪前行。

近几年来,包括兴业银行等在内的金融机构,结合开展内销保险项下的保单融资业务,加大流动性资金贷款等经营周转类信贷支持。早在2020年,国务院办公厅发布的《关于支持出口产品转内销的实施意见》明确提出,鼓励各类金融机构对出口产品转内销提供金融支持。

## 科技赋能 提升支付效率

尽管当下国际贸易领域环境不确定性加剧,挑战增多,但科技力量正成为破局开新的核心要素。

日前,蚂蚁国际旗下服务全球跨境中小企业的数字支付和金融服务平台万里汇(WorldFirst)正式推出“护航计划”,即

一站式跨境贸易金融服务智能体。该计划整合万里汇四大核心产品,以数字化技术在跨境支付、订单履约、外汇管理及金融服务等方面盘活中小企业跨境贸易全链路运营能力。

据万里汇数据,该计划可帮助跨境商家资金流转效率提升到30%。万里汇中国跨境贸易总经理马启胜表示,安全、可靠、可信的高质量跨境支付服务能有效弥补商家出海时的本土化短板,“此次发布的护航计划将全方位增强国内跨境贸易企业竞争力,进一步降低成本,增加买方的信任,突破新兴市场挑战,实现业务可持续增长”。

如今,众多卖家纷纷借助数字化工具与技术手段,全方位提升自身在国际市场的竞争力,构建起更为严密的贸易风险防范体系,并积极探寻、开拓潜力巨大的新兴市场。

有业内分析人士表示,随着跨境企业纷纷加快向海外仓模式的转型进程,它们对于更高效跨境资金调配能力的需求愈发迫切,“比如,在批量备货过程中产生的大额支付需求,以及海外仓运营过程中涉及的本地化结算需求等,这些实际情况都在有力推动着支付服务朝着多元化、定制化的方向不断演进”。

## 应对关税“冲击波” 资本市场各方在行动

政企协作样本：深圳为外贸企业开辟「内销快车道」

证券时报记者 吴曦