

DOI:10.16517/j.cnki.cn12-1034/f.2018.12.023

苏州“互联网+外贸”的政策支持体系研究

■ 江苏苏州 / 吴雷 刘晓伟 谷爱莲 赵森

摘要 在分析杭州、深圳、北京等“互联网+外贸”发展先发地区,以及郑州、重庆、成都等跨境电商综试区城市的相关政策作用的基础上,针对苏州发展“互联网+外贸”相关政策存在的问题,提出建议。

关键词 苏州;“互联网+外贸”;政策;问题;建议

随着互联网技术的普遍应用,越来越多的外贸企业开始借助跨境电商平台开展对外贸易,“互联网+外贸”已经成为实现外贸进出口优进优出,推进“大众创业、万众创新”,加快实施“一带一路”国家战略,推动开放型经济升级换代的重要手段,也为我国外贸的转型升级和持续发展创造了良机。随着信息技术的不断发展,互联网运用到了国民经济的各个领域。2015年国务院常务会议通过《“互联网+”行动指导意见》,标志着国家开始大力支持“互联网+”这一模式。这对“互联网+外贸”行业快速发展的带来了利好,而对于传统的外贸行业而言,近年来,从行业发展现状来看也遇到了瓶颈,继续借助“互联网+外贸”诞生新的活力,带来新的气象。

一、概念界定

对外贸易,简称“外贸”,也称为“国际贸易”或“进出口贸易”,通常是指一个国家(或地区)与另一个国家(或地区)之间的商品、劳务和技术的交换活动。

“互联网+外贸”,目前没有标准定义,通常理解为“互联网+外贸”就是借助互联网平台开展对外贸易活动。

跨境电商,是指隶属于不同关境的交易方,通过互联网电子商务平台达成交易、进行结算,并通过跨境物流送达商品(或技术),进而完成交易的一种国际商业活动。

“互联网+外贸”与跨境电商的区别在于前者侧重于外贸这一商业模式,而后者侧重于电子商务平台使用层面,两者在本质上是一致的,都是利用互联网(电子商务平台),在不同国家(或地区)之间进行广义的商品交换活动。

二、典型城市“互联网+外贸”政策分析

通过实地调研、文献整理,分析杭州、深圳、北京等“互联网+外贸”发展先发地区,以及郑州、重庆、成都等跨境电商综试区城市的相关政策,了解这些政策对促进“互联网+外贸”的作用。

2018年中国互联网企业100强榜单和“2018年中国互联网企业100强发展报告”显示,有很大比例的百强企业来自杭州、深圳、北京等城市,“阿里”“腾讯”“百度”“京东”“网易”“新浪”“搜狐”“美团点评”“360”“小米”位列榜单前10名,基本被这三大城市包揽。排名前两位的“阿里”“腾讯”业务收入占百强企业互联网业务总收入的1/4以上,营业利润占总体比重近60%,行业集聚局面进一步凸显。

作为与苏州相似度较高的几家跨境电商综试区城市,郑州、重庆、成都总体呈现的突出特点是:

(一)龙头型电商聚集度高

例如,位于郑州综试区的网易考拉,日订单量4万多单。中大门通过商业模式创新和“秒通关”技术,开展跨境O2O现场自提业务,开业界之先河。

(二)政策扶持力度大

例如,河南每年安排跨境电商综试区专项扶持资金约1亿元。重庆将跨境电商线上综合服务平台设为事业单位,由市口岸办负责建设运营。成都跨境电商线上综合服务平台建设主体由国资70%控股,政府专项资金补贴运营。

(三)部门推进力度强

重庆出台了《跨境电商创新监管工作方案》,实施包裹“7×24小时”放行,监管模式实行先入区后报关;实行集中查验,抽查比例总体低于1%。作为中国人民

银行批准试点的人民币跨境支付结算中心，重庆 2017 年结算金额约 100 亿元。

三、苏州“互联网+外贸”相关政策现状及存在的问题

近年来，尽管苏州“互联网+外贸”发展成果显著，但是苏州的经济地位与深圳、上海、杭州等“互联网+外贸”先发城市相比，还存在很大差距。从综合发展水平来看，腾讯研究院《中国“互联网+”指数报告(2018)》显示，苏州“互联网+”总指数为 4.9126，在全国各城市中列第 13 位，省内第一，但与排名靠前的深圳(28.4297)、上海(11.4236)、杭州(5.5673)等城市相比还有较大差距。

(一) 政府对“互联网+外贸”的认识不足

在“互联网+”盛行的背景下，政府的正确认识和科学应对在相当程度上影响了当地“互联网+”产业的发展。地方政府仍继续沿用传统的“工业化思维”应对互联网经济，仅仅将互联网看作经济转型阶段的“技术工具”，对互联网时代市场运行机制的认识不到位。进而导致政府在扶持互联网的过程中“短视”现象较严重，制定产业规划时往往偏重于能够提供较多就业岗位和利税“大户”，而对初创型中小企业的扶持力度远远不够，从而影响了潜在的“互联网+外贸”企业的发展机会。苏州与深圳、上海、杭州等先发城市相比，其对互联网的刚性管理也是制约“互联网+外贸”产业做大做强的重要原因。由于政府相对较高的要求，企业特别是互联网接入企业承担了过重的网络信息安全责任，网络安全成本支出过高，严重影响了企业效益的提升。同时，由于相对严苛的网络监管、网络环境等因素，江苏省有超过 70% 的网站选择在外省接入。

(二) 政府延揽明星企业的力度不够

苏州作为江苏省第一家跨境电商综合试验区，虽然“互联网+外贸”起步较早，但是目前仍缺乏类似于 BAT(Baidu、Alibaba、Tencent)这样的“巨擘大佬”，缺乏核心企业的依托，无法做到以优势企业或优势产品为核心的产业链、生态链建设，难以形成互联网经济领域的高端优势。中国互联网协会 2018 年“中国互联网百强企业”中，江苏入围 7 家，苏宁控股(19)、同程旅游(43)、苏州蜗牛(68)、无锡艾德(73)、无锡华云(75)、南京途牛(78)、无锡不锈钢(94)，相比于 2017 年的苏宁控股(12)、同程旅游(26)、途牛旅游(29)、苏州蜗牛(48)、江苏满运(79)、江苏三六五(89)，其中两家来自苏州(同程旅游、苏州蜗牛)，但是排名不高，缺乏龙头优势。由于缺少行业龙头企业的引领，苏州缺乏资金与人才集聚方面的优势，而这两点恰恰也正是“互联-

网+”企业发展急需的支持。

(三) 政府政策扶持力度有待加强

苏州现有支持“互联网+外贸”产业模式创新的政策以税收优惠为主，对“互联网+”经济模式激励效果有限，无法满足互联网企业发展的切实需要。同时，政府提供的专项资金少，且大多数以房屋、机器、设备等有形之“物”为主要支持依据，这对偏重于人力资本、组织管理、网络软件等软性投入的互联网企业不利。从数据支持方面来看，当前大数据服务不完善、信息资源共享不足，政府公共基础信息资源库服务能力仍需要进一步完善。

(四) 对中小微外贸企业的支持不足

融资难、税费重、用工难、创新力弱等问题一直是苏州中小微外贸企业面临的固有难题。由于中小微外贸企业融资难有其先天性原因，即缺乏财产抵押物，批量小、相对成本高，贷款风险相对高，因此金融机构往往不愿意介入中小微外贸企业融资服务领域。虽然已在废除部分行政事业性收费和“营改增”方面采取了一些积极措施，但税费负担重问题仍然较显著。现在很多企业都面临员工流动性大的问题，中小微外贸企业更加突出。相当比例中小微外贸企业经营者文化程度并不高，或者即使有一定的专业技术但经营能力一般，在“互联网+”时代，他们的创新理念和创新能力先天就有较大的局限性。

四、对苏州发展“互联网+外贸”的建议

苏州以跨境电商发展为突破口，推动对外贸易自由化、便利化和业态创新，着力在“互联网+外贸”B2B 方式相关环节先行先试并取得了阶段性成效，2017 年线上综合服务平台 B2B 出口额达 10 亿美元。在 B2C 方面，受政策影响，“互联网+外贸”龙头型项目在全国的市场布局已基本完成。如何充分利用好进口零售过渡期政策覆盖苏州的契机，在保税进口业务方面实现赶超和差异化发展，对苏州来说既是机遇，也是挑战。

“中国(苏州)跨境电子商务综合试验区实施方案”提出，要拓展“互联网+外贸”出口，增强“互联网+外贸”品牌竞争力。引导苏州市传统外贸企业和制造类企业自建平台或借助第三方互联网平台上线经营，通过不断创新外贸营销模式，进而扩大外贸渠道、减少中间环节、降低运营成本。加快建立“市场导向、企业主体、政府推动、社会参与”的全方位品牌建设与激励机制，持续提升外贸产品价值，增强“中国智造”的品牌竞争力。

(一) 强化服务意识，推进“放管服”改革

发展“互联网+外贸”，促进跨境电商零售进口业务，对满足民生需求、倒逼产业升级、促进出口业务增

长、推动苏州跨境电商综试区建设都具有十分重要的意义。因此,政府部门应强化服务意识,切实推进“放管服”改革,助力“互联网+外贸”发展。放管服,是简政放权、放管结合、优化服务的简称。“放”即简政放权,降低准入门槛;“管”即公正监管,促进公平竞争;“服”即高效服务,营造便利环境。“放管服”改革对内要革新传统的外贸行政管理模式,创新现代化政府治理;对外要提升行政便利化水平,使之与社会主义市场经济发展要求更加匹配。苏州市有关部门应加强工作联动,加紧在“互联网+外贸”服务平台对接、监管场所等建设,不失时机地做好服务“互联网+”的各项工作,努力实现外贸进出口发展新突破。

(二)立足本地企业,吸引龙头企业入驻

立足本地企业,支持科沃斯(Ecovacs)、波司登(BOSIDENG)、莱克(LEXY)、虎丘婚纱(HUQIU BRIDAL)等苏州本土品牌企业不断创新国际营销模式,通过独立或合作建立海外仓、海外体验店等方式开拓外部市场、降低物流成本、扩大客户群体。鼓励本地优质外贸企业立足自身特色,持续提升外贸产品质量和外销服务水平,以B2B2C(Business to Business to Customer,一种新的网络通信销售方式)方式开展国际营销,通过直接的在线经营模式,自主把控海外营销渠道,加快培育“互联网+外贸”品牌。

打造总部经济,吸引龙头企业。在立足本地明星企业的同时,争取吸引“天猫国际”“京东全球购”“苏宁易购”“唯品会”“网易考拉”等龙头型、平台型大企业入驻,借助龙头企业引领,加快以其为中心的产业链、生态链建设,发挥行业龙头企业在辐射引领、技术示范等方面的关键作用,带动更多中小微外贸企业向集群化、专业化方向发展。

(三)加大扶持力度,推进“互联网+外贸”快速发展

扶持企业开展B2B2C业务。B2B2C是指广义的卖方(成品、半成品、材料提供商等)、交易平台(提供卖方

与买方的联系平台,同时提供优质的附加服务)、买方。卖方可以是企业,也可以是个人。平台是能够提供高附加值服务的渠道机构。买方的角色可以是内部的(内销),也可以是外部的(外销)。B2B2C糅合了现有的B2C和C2C两种商业模式,更加综合化,可以提供更优质的服务。

苏州市应切实落实出口退税政策,简化退税程序,加快退税速度,节约企业时间。可对“互联网+外贸”企业开展信誉等级评定,对信誉较好的企业实现优先退税;改革审核退税单据的方式,简约流程。另外,调整出口信贷规模,鼓励高附加值产品的出口,对符合条件的外贸企业给予利率优惠政策。对搭建电子商务平台、引进电子商务总部等,在融资贴息、办公用房、人才引进、平台建设等方面均给予政策扶持。

(四)重视中小微企业,鼓励“创业”和“创新”

目前,苏州从事“互联网+外贸”的外贸企业中有80%左右是中小微企业。中小微企业投资少、用工少,经营方式灵活,经营产品多样,管理形式简单而高效灵活。中小微外贸企业组织结构较简单,经营决策无需经过层层审批,可以根据市场环境的变化及时做出经营调整,采用“互联网+”的方式从事外贸有着天然的优势。随着“互联网+”的发展,苏州专门从事跨境电商交易服务的网站也不断融入全球经济体系中,避开原有的进口商环节,直接向中小用户乃至个人提供商品或服务,从而向价值链的下游方向扩展。借助“互联网+”,中小微外贸企业可以不受时间和空间约束,国际市场营销成本相对较低,贸易机会大、收效快。

借助跨境电商,传统的外贸供应链更加扁平化,一些重要的中间环节被弱化甚至替代。这些环节的弱化和替代在很大程度上转变成为生产商的利润,使其产品成本在外贸价格中的比重降低。“互联网+外贸”的经营模式能有效打破渠道垄断、扩展营销渠道、简约交易时间、节省交易成本,可帮助“中国智造”实现价值回归。■

(本文为2018年苏州市社科联苏州市社会科学基金项目:“互联网+”背景下苏州小微企业创业的现状及对策研究(Y2018LX064);2017年苏州经贸职业技术学院院级科研项目:苏州“互联网+外贸”的政策支持体系研究(KY-ZS1705);2018年江苏省大学生创新创业训练计划项目:基于“互联网+”背景的苏州外贸企业扶持策略研究(201812685012Y))

作者简介:吴雷,苏州经贸职业技术学院,副教授,研究方向为经济管理、职业教育;刘晓伟、谷爱莲、赵森,苏州经贸职业技术学院。

编辑 贾树海