

跨境电商电子刊物

2024 年第 2 期（总第 43 期）

2024 年 5 月 24 日

主要看点：

- 【资讯】关税法修改适应跨境电商发展要求
- 【资讯】数字商务三年行动计划实施
- 【资讯】深合区促跨境电商最高补助一亿
- 【资讯】广交会首次设置跨境电商和海外仓展示区
- 【资讯】中国电商平台在韩销量近半年增长超 130%
- 【资讯】欧盟委员会认定 SHEIN 为“超大在线平台”
- 【资讯】TEMU 今年交易额目标 600 亿美元
- 【资讯】六成 TikTok 用户在视频内容中直接购买
- 【资讯】TikTok Shop 占据社交电商 68%GMV
- 【资讯】Shopee Mall：用户买到假货将获 3 倍赔付
- 【资讯】亚马逊：进一步降低低价服装商品的销售佣金
- 【资讯】亚马逊物流包裹量首次超过 UPS
- 【资讯】阿里国际站称今年将加开 B2B 物流专线
- 【活动】2024 新西兰—中国商品博览会
- 【活动】俄罗斯食品工业设备及冶金设备采购对接会

一、跨境电商政策

关税法修改适应跨境电商发展要求

十四届全国人大常委会第九次会议近期在北京举行，关税法草案（二次审议稿）提请审议。

全国人大常委会法工委发言人杨合庆 19 日在北京举行的记者会上介绍说，2023 年 10 月，十四届全国人大常委会第六次会议对关税法草案进行了初次审议。根据常委会审议意见和各方面意见，草案二审稿作了完善性修改，主要包括：

一是适应跨境电商发展要求，明确跨境电商领域的相关扣缴义务人。

二是充实完善原产地制度规则的规定。

三是总结海关通关便利化改革经验，将有关便利纳税人的政策规定上升为法律。

四是明确进口环节海关代征税的征收管理

4 月 26 日，会议经表决通过了草案，关税法自 2024 年 12 月 1 日起施行。

（来源：中国新闻网）

数字商务三年行动计划实施

商务部近日印发实施《数字商务三年行动计划（2024-2026 年）》。其中提出开展 5 项重点行动——

一是开展“数商强基”行动，提出培育创新主体、构建监测评价体系、提升治理水平、强化智力支撑、推动规范发展 5 项举措，持续夯实数字商务发展基础。

二是开展“数商兴贸”行动，提出提升贸易数字化水平、促进跨境电商出口、拓展服务贸易数字化内容、大力发展数字贸易 4 项举措，加快培育对外贸易新优势。

三是开展“数商兴产”行动，提出建强数字化产业链供应链、优化数字领域吸引外资环境、扩大数字领域对外投资合作3项举措，推动赋能现代化产业体系建设。

四是开展“数商开放”行动，提出拓展“丝路电商”合作空间、开展数字规则先行先试、积极参与全球数字经济治理3项举措，不断深化数字经济国际合作。

五是开展“数商扩消”行动，采取培育壮大新型消费、促进线上线下融合、激发农村消费潜力等举措，更好激发数字消费活力。

（来源：人民日报海外版）

苏州：到 2026 年跨境电商业务全链条的生态体系全面形成

苏州市政府印发《中国（苏州）跨境电子商务综合试验区高质量发展三年行动计划（2024～2026年）》。其中提出，到2026年，苏州建设成为产业规模大、创新能力强、基础设施全、发展生态优、对外交流合作水平高的跨境电商发展强市。“市级统筹、条块协同、部门联动”的发展体制机制更为完善，跨境电商政策体系的覆盖面、操作性、错位度、针对性全面提升，跨境电商业务全链条的生态体系全面形成，初步建成覆盖全球的海外营销网络，对外贸和经济发展带动作用进一步增强：通过海关监管平台的跨境电商进出口额每年实现翻番以上，力争达到1500亿元；苏州市企业建设、运营的海外仓面积超150万平方米。各县级市（区）建设集聚效应明显、生态体系完备的跨境电商产业园区（集聚区）2个以上，培育形成具有区域特色的跨境电商特色产业带1～2个，常熟市纺织服装、工业园区家居办公产业带出口规模超100亿元，昆山市孕童健康产业带出口规模超70亿元，吴江区丝绸面料、吴中区智能家电、高新区光伏新能源产业带出口规模超50亿元，张家港市塑饮机械、太仓市汽车配件配饰、相城区健康家居、姑苏区婚纱礼服产业带出口规模超30亿元。

（来源：财联社）

深合区促跨境电商最高补助一亿

由深合区经济发展局牵头制定的《横琴粤澳深度合作区促进跨境电商产业高质量发展扶持办法》正向社会公开征求意见。该扶持办法明确深合区将加快打造跨境电商示范园区，对符合条件且经申请认定深合区跨境电商示范园区，按照园区建设主体申请年度实际固定资产投资支出的三成给予一次性扶持，最高不超过一亿元（人民币，下同）。同时，示范园区每引进或培育一家规模（限额）以上电商企业落户园区，给予运营主体十万元奖励，合计每个园区奖励最高不超过五百万元。

上述办法还透露支持建设多功能、多业态直播电商基地，对符合条件的直播电商基地运营主体，按照其投资额的一半给予补贴，单个申请主体最高补贴不超过三百万元。

深合区鼓励招商引进领军型电商企业落户，对落户深合区的世界五百强企业的全资子公司，满足相应条件后可给予一次性二千万元奖励；对落户深合区的中国五百强企业、中国民营五百强企业、全国电子商务示范企业、全国互联网一百强企业、全球独角兽榜的全资子公司，符合相应条件的将给予一次性一千万元作为奖励。

该扶持办法还明确对跨境电商在线上线下零售模式、企业“品牌出海”及独立站建设、自建或租用海外仓、企业物流投保、跨境电商监管场站建设等提供支持，以及提出对青年人才的职业培训补贴、入职奖励及优秀主播培育奖励，藉此加快构建跨境电商产业生态。

（来源：澳门日报）

常州市发布三年行动计划推进跨境电商高质量发展

常州市发布《常州市推进跨境电商高质量发展三年行动计划（2024—2026年）》（以下简称《三年行动计划》），围绕平台载体建设、跨境电商产业、业态模式融合、开拓国际市场、贸易便利提升、创优发展环境、合规机制建设等，加快跨境电商综试区建设，推进跨境电商高质量发展。

按照《三年行动计划》，常州市将依托跨境电商综试区建设，大力推动“跨境电商+产业带”融合发展，着力引进一批专业跨境电商平台，构建跨境电商产业园、产业基地、平台企业、服务商、海外仓联动发展的生态圈。到 2026 年，重点培育具有一定国际影响力的跨境电商品牌 10 个以上，打造跨境电商特色产业带 5 个以上，建成跨境电商产业基地 3 个以上，跨境电商规模每年增长 50% 以上，占进出口比重超 8%。

（来源：常州日报）

二、跨境电商行业动态

海关总署：一季度我国跨境电商进出口 5776 亿元，增长 9.6%

4 月 12 日，国新办就 2024 年一季度进出口情况举行发布会。海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良介绍，一季度，经初步测算，我国跨境电商进出口 5776 亿元，增长 9.6%；其中，出口 4480 亿元，进口 1296 亿元。根据我国跨境电商统计调查制度，跨境电商统计调查每年进行 2 次，分别为上年度全年调查和本年度上半年调查，月度、季度数据属于初步测算数据。跨境电商进出口已经包含在同期进出口总值中。

（来源：央视网）

广交会首次设置跨境电商和海外仓展示区

第 135 届广交会线下展于 5 月 5 日落下帷幕。本届广交会首次设置了跨境电商和海外仓展示区，境外采购商到会人数创历史新高，其中，共建“一带一路”国家采购商增长 25.1%，RCEP 成员国采购商增长 25.5%，金砖国家采购商增长 27.6%，新兴市场客商成交积极，欧美传统市场人均客单价高。新需求燃动新商机，新订单助拓新市场，广交会“朋友圈”不断扩容，意味着中国对外经贸合作不断迈向“新蓝

海”，也向世界展现了中国不断扩大对外开放、分享发展机遇的决心和信心。

（来源：羊城晚报）

跨境通一季度净亏损 1740.83 万元

4 月 30 日消息，跨境通公布 2024 年一季度报告，报告期内实现营业收入 12.76 亿元，同比下降 19.55%；归属于上市公司股东的净利润 -1740.83 万元，同比盈转亏；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 -1989.66 万元；基本每股收益 -0.0112 元。

（来源：跨境通）

跨境电商备受海外消费者欢迎 “海淘中国” 成新趋势

4 月 26 日消息，根据韩国关税厅最新消息，今年第一季度中国商品海淘金额达 7.05 亿美元，较去年同期猛增 57%，购买件数也暴增 80% 左右。

（来源：卖家之家早讯）

中国电商平台在韩销量近半年增长超 130%

4 月 12 日消息，速卖通、TEMU 等中国电商平台进入韩国市场后，近六个月内销售额增长高达 130% 以上。据了解，韩国信用卡提供商 BC Card 对比了去年 10 月和今年 3 月的支付数据。数据显示，中国电商平台的支付总额增长了 138%，交易笔数增长了 130.6%。相比之下，韩国电商平台同期支付总额下降了 2.5%，交易笔数下降了 1.1%。

（来源：AMZ123）

欧盟委员会认定 SHEIN 为 “超大在线平台”

欧盟委员会 4 月 26 日发布声明称，已根据欧盟《数字服务法案》正式认定 SHEIN 为 “超大型在线平台”（VLOP）。

欧盟委员会表示，根据 SHEIN 通报的数字，该公司在欧盟平均月活用户数量超 4500 万。声明称，被认定为“超大型在线平台”后，SHEIN 须在收到通知后的 4 个月内（即 8 月底前）遵守欧盟《数字服务法案》的最严规则，例如有义务采取具体措施强化用户保护，并适当评估和降低因其服务产生的任何系统性风险。

（来源：界面新闻）

TEMU 今年交易额目标 600 亿美元

4 月 30 日消息，TEMU、TikTok Shop、阿里海外电商和 SHEIN 定下 2024 年交易额目标，同比增速分别为 233%、150%、125%和 40%。其中，TEMU 今年 600 亿美元交易额目标是 2023 年约 180 亿美元年销售额的 3.33 倍，同比增速为 233%。TikTok Shop 2023 年交易额达到 200 亿美元，遂定下今年 500 亿美元目标，同比增速为 150%。该平台指的是站内交易的电商业务。阿里国际数字商业集团中的零售电商板块则定下 850 亿美元至 900 亿美元目标，同比增速为 125%。该板块分为两个主力业务——速卖通、Lazada 去年交易额一共 400 亿美元。SHEIN 希望同比增速 40%，达到 630 亿美元。SHEIN 的规模最大，2023 年完成 450 亿美元销售额，首次超过 Zara 母公司 Inditex 集团，增速 55%。

（来源：卖家之家早讯）

六成 TikTok 用户在视频内容中直接购买

5 月 6 日消息，TikTok 的一项调查显示，61%的 TikTok 用户在观看应用内的视频内容时会直接购买产品。相对于推荐者来源，消费者更关注内容传达的信息是否符合需求。据了解，79%的消费者的购物行为受到有趣内容而非折扣的影响，多达 81%的消费者希望平台提供购买多种产品的体验。TikTok SEA 全球商业营销主管 Anny Havercroft 表示，TikTok 上多样化的内容对吸引用户购买产品发挥了重要作用。

（来源：AMZ123）

TikTok Shop 今年交易额目标 500 亿美元

TikTok Shop、阿里海外电商和 SHEIN 定下 2024 年交易额目标，同比增速分别为 150%、125%和 40%。其中，TikTok Shop 2023 年交易额达到 200 亿美元，遂定下今年 500 亿美元目标，同比增速 150%。该平台交易额指的是站内交易的电商业务，不包括商家在站内打广告，导流到站外成交的部分。

（来源：晚点 LatePost）

TikTok Shop 占据社交电商 68%GMV

4 月 12 日消息，自 2023 年 9 月推出以来，超过 11%的美国家庭在 TikTok Shop 购买过商品。据了解，2024 年 2 月，TikTok Shop 的销售额占社交电商商品交易总额(GMV)的 68.1%。直播购物平台 Whatnot 占据了 GMV 的 31%，而 Instagram Checkout、Facebook Shop 和 Flip App 的 GMV 合计不到 1%。2024 年 2 月 TikTok Shop 销售额的 81.3%来自老客户，高于 2023 年 11 月的 64%。在年龄段差异上，18 至 24 岁之间的 Z 世代消费者在 TikTok Shop 上购物的可能性是一般成年人的 3.2 倍。

（来源：AMZ123）

三、跨境电商平台规则和服务调整

京东支付：与银联国际达成合作，支持境外人员“反向海淘”

银联国际 4 月 28 日宣布，与京东支付达成合作，京东旗下“京东全球售”出口场景支持境外发行的银联卡在线支付。境外的消费者可使用本地发行的银联卡“反向海淘”，在京东便捷购物。

此次“京东全球售”出口场景支持境外发行的银联卡，是我国电子商务产业提升对境外人员服务能力的一项重要成果。京东平台所有中小微商家和出口企业可便捷收款，无需考虑货币种类、收款政策等外卡收付问题；境外消费者可用熟悉的方式快速付款。下一步，双方

将继续深化合作，推动跨境支付与跨境电商业务协同发展，为全球消费者提供更安全、便捷、高效的购物体验。

近年来，境外银联卡持卡人规模增长迅速，81个国家和地区累计发行超2.3亿张银联卡。顺应全球消费支付行为向线上迁移趋势，银联国际加快丰富持卡人在线支付体验，累计推动了200个国家和地区超2200万线上商户支持银联卡。

（来源：中国新闻报）

Shopee Mall：用户买到假货将获3倍赔付

4月30日消息，据报道，为使消费者购物体验更加安全有保障，Shopee Mall品牌商城推出了一项新政策，若购买的商品被证明为假货，Shopee Mall将向买家提供3倍购买金额的退款。同时，Shopee Mall退货退款时效也已延长。买家在收到商品后发起退货的期限由7天延长至15天，只要商品符合Shopee Mall的退货条款和条件，将确保订单全额退款。

（来源：电商报）

SHEIN：联合 Happy Returns 实施 BORIS 退货方案

5月6日消息，SHEIN近日宣布与Happy Returns达成合作，双方实施了BORIS(网上购买，店内退货)解决方案，首个跨品牌合作伙伴为零售商Forever 21。此举可帮助零售商开发与实体品牌所在地的逆向物流网络，使零售商能够接受无包装盒、无标签的退货和跨商店网络的交换。该方案包括几个软件和逆向物流组件，可服务于广泛的客户需求 and 配置。

SHEIN顾客将在Forever 21零售店享受“Happy Returns”服务。顾客通过SHEIN的退货门户生成二维码，然后由Forever 21的店员扫描二维码快速核验所退货物，完成退货。退货成功后，Happy returns提供可配置的逆向物流选项，将库存转移到下一个最佳销售地点：留在店内，或者转运到零售商网络中的另一家门店，又或者是运送回电

商仓库。从运送物资到协调提货再到运送库存，退货过程中的每一步均可追踪。

（来源：网经社）

SHEIN：平台模式在欧洲 9 国和墨西哥站全面开放

4 月 23 日消息，SHEIN 平台持续拓展。经前期测试，跨境零售商 SHEIN 在欧洲 9 国（德国、西班牙、法国、意大利、瑞典、荷兰、波兰、葡萄牙、英国）和墨西哥等多国平台站点将全面开放自主运营模式。此番新站点批量开放，主要面向海外本地备货、年销售额超 200 万美元的卖家。

（来源：SHEIN）

亚马逊：进一步降低低价服装商品的销售佣金

亚马逊宣布自 5 月 15 日起，在欧洲、日本和加拿大站，为低价服装商品的销售佣金提供折扣。不同地区的佣金降幅不同，例如加拿大站定价低于 20 加元的服装商品，原销售佣金为 17%，调整后为 10%，法国、意大利和西班牙站价格低于 15 欧元的服装商品，原销售佣金为 15.45%，调整后为 8.24%。

今年 1 月亚马逊降低了美国站的服装类商品佣金，在商家看来，此举是应对来自 TEMU、SHEIN 等平台的竞争。

（来源：第一财经）

亚马逊：美国站入库配置服务费&低量库存费即将生效

亚马逊物流入库配置服务费已于 3 月 1 日起生效。在创建入库计划时，卖家会看到每个可用的入库配置选项的预计费用，亚马逊会在收到货件 45 天后，根据实际入库地点和接收数量，收取亚马逊物流入库配置服务费；自 2024 年 4 月 1 日起，对于库存水平始终低于买家需求的标准尺寸商品，亚马逊将收取低量库存费。

（来源：ZAKER）

TEMU：半托管新开澳大利亚和新西兰站点

3月中旬正式上线的 TEMU 半托管业务，近日再开新站点：澳大利亚、新西兰。截至 4 月 23 日，半托管已上线 9 国（美国站、加拿大站、英国站、澳大利亚站、新西兰站、德国站、法国站、意大利站、西班牙站）。

据悉，因非半托管时效及商品包装的局限性，2024 年 TEMU 将会把半托管作为重点来完成货盘的完善，并给予定向扶持及补贴。

（来源：TEMU 开店）

速卖通：半托管放宽发货时效

4 月 12 日消息，速卖通发布公告称，平台将放宽对 POP 和 JIT 发货时效的考核，同时对发货快、服务体验优质的商家，给予店铺免罚激励。调整主要包括以下三个方面：针对 30 天内新发商品和上月销量 ≤ 10 笔的商品，POP 时效考核变为 72H 上网，JIT 时效考核整体延长 48H；当月店铺及时发货率 $\geq 95\%$ 的商家，对当月已罚扣金额（含 POP 及 JIT 订单），次月月底返还；POP 周日发货剔除，JIT 及 POP 公假具体剔除时间则以后续平台公告为准。此前，速卖通已经降低了半托管 JIT 模式的发货延时罚扣金额，从原先的 1~2 倍调整为 0.5~1 倍商品价。

（来源：雨果网）

TikTok Shop：公布 2024 年第二季度美国区跨境商家激励政策

4 月 16 日消息，TikTok Shop 日前公布了 2024 年第二季度美国区跨境商家的激励政策。该政策将从四月至六月期间实施，奖励将采取现金和广告消耗金额的形式发放。

激励方案分为三个不同的组次，A 组次为样品成本补贴，这一补贴将根据单个商品的成本来计算，商家可以直接获得现金形式的补贴，有效减轻商家经营成本。B 组次则是商业化返点，即根据商家的广告消耗金额来计算返点，有助于商家提升广告投放效益，降低市场推广

成本。C组次包含三项政策，分别是直播勤奋度激励、直播间商业化返点以及直播打榜赛政策。这三项政策可以叠加使用，旨在重点支持商家自主进行的直播活动，提高直播曝光度和销售效果。

（来源：网经社）

四、 跨境物流

福建首个跨境电商零售一般出口退货中心仓正式投用

4月29日上午，福建统一快递有限公司向福州海关所属平潭海关申报了23票、总价值5040元跨境电商零售一般出口（9610模式）退货商品，经海关关员现场查验，确认商品无异常后，准予通关放行，标志着福建省首个对台跨境电商零售一般出口退货中心仓正式投用。自此，平潭综合实验区9610模式出口完成了正向物流和逆向物流的闭环，实现了出口商品“出得去”“退得回”。

（来源：东南网）

中远海运与TCL启动巴拿马海外仓项目

4月23日消息，满载TCL电视及备件的10个集装箱成功抵达由中远海运旗下巴拿马大陆桥物流公司运营的巴拿马科隆保税仓库，并完成卸货、质检、入库、上架存储等流程，标志着中远海运与战略合作伙伴TCL在巴拿马的全程供应链合作正式启动。

在该海外仓项目合作中，巴拿马大陆桥物流公司将向TCL提供拖车运输、保税区报关、仓库存储及各类增值服务、订舱和“最后一公里”配送在内的综合物流服务。

（来源：中远海运）

菜鸟开通“速卖通百亿补贴品牌出海”物流专属通道

菜鸟拟开通跨境物流专属通道，支持速卖通百亿补贴品牌出海。据悉，“百亿补贴品牌出海”项目被称为速卖通2024年一号工程，招商对象包括跨境大卖、天猫品牌商家等，目前，已有华为、联想、小

米、大疆、添可等知名品牌入驻。作为速卖通的“出海搭子”，菜鸟将为参与全托管或半托管 POP 的品牌商家提供专属物流通道。

其中在国内段，为满足品牌商家全阵营、全渠道、全市场的发货需求，菜鸟优选仓可根据供应链管理和订单路由系统，支持入仓商品一键向阿里国际旗下的 Aliexpress 速卖通、Lazada、Daraz、Miravia 和 Trendyol 等不同电商平台发货，实现库存共享、货盘互通、统一发货。

为解决跨境大卖品牌的退税需要，菜鸟将联合海关，在威海、深圳等综合保税区内设立“品牌专区”，利用保税仓“境内关外”的特点，实现“入仓即退税”，助力商家便捷退税。。

（来源：上海证券报）

亚马逊物流包裹量首次超过 UPS

4 月 26 日消息，全球运输与邮件技术和金融服务公司必能宝（Pitney Bowes Inc.）日前发布了 2023 年美国包裹运输指数报告。报告指出，美国四大包裹运营商中（美国邮政、亚马逊物流、联合包裹 UPS 和联邦快递），只有亚马逊物流的包裹量同比增长了 15.7%。亚马逊物流 2023 年首次超过了联合包裹，并在美国邮政的竞争压力下取得了增长势头。

（来源：网经社）

阿里国际站称今年将加开 B2B 物流专线

4 月 15 日消息，在日前举办的阿里国际站物流关务合作伙伴大会上，阿里国际站表示今年将加开 B2B 物流专线，与合作伙伴共建物流生态，进一步提升 B2B 半托管服务的物流时效和确定性。据了解，为了更好支持半托管商家，阿里国际站物流今年将大力提升送达准时率、加速物流时效，同时根据 B2B 外贸的特性为更多特殊品类开设专线，未来还将推出更多中心仓。

（来源：金砖跨境）

韩国 Coupang 拟逾 60 亿新台币在台投建第三个物流中心

4 月 29 日消息，韩国电商巨头 Coupang 计划再投资 60.6 亿新台币，进一步扩大在中国台湾的业务规模，计划利用这笔资金在台湾建设第三个物流中心和仓库，以提升其物流配送能力和效率。新的物流中心预计于今年 6 月底投入运营。

(来源: ZAKER)

五、跨境电商活动

2024 新西兰—中国商品博览会

时间: 2024 年 9 月 20-22 日

地点: 新西兰奥克兰市 ASB Showgrounds 展馆

主办单位: 中国国际商会, 中华人民共和国商务部外贸发展事务局

展品范围: 食品、轻工纺织、家居建材、电子产品、体育用品、光伏及储能设备、文旅产业、电商平台、金融、航运服务商。

活动详情: 2023 首届新西兰-中国商品博览会现场观展采购商和当地民众达 12000 余人, 创下 500 万元纽币的交易金额, 20 多家企业达成合作意向, 意向合作金额超过 1 亿纽币(≈4.5 亿元人民币)。

展商权益:

附加产品服务(12个月): 电商平台寄售, 新西兰免费仓储, 展厅陈列展示, 电子邮件推送(EDM), 社交媒体推广

附加咨询服务: 新西兰市场调研, 企业落地新西兰咨询

联系方式: 王女士, 010-82217954, wangxicui@ccpit.org

#扫码报名#



俄罗斯食品工业设备及冶金设备采购对接会

时间：2024 年 5 月 27 日

形式：ZOOM 线上会议

主办单位：中国贸促会信息中心

会议语言：中俄同声传译

产品类别：

1.食品工业设备：

- 家禽养殖场设备（业内知名企业寻找中国合作伙伴）
- 制糖设备、离心机、离心式干燥机、过滤净化设备及装置
- 灌装设备（水、果汁、牛奶）
- 种子、谷物、干豆类清洗分类设备、面粉加工设备

2.冶金设备：

矿石金属加工非电熔炉、铸造机械、转炉、轧机轧辊、锻压机、加工中心

活动详情：

该中俄线上对接会议已成功举办多次，涵盖计算机网络设备、农产品及农副产品、医疗及美容器械、电气设备及零配件、汽车配件等多个领域，吸引了众多行业知名企业的参与，为中俄企业的深入交流与合作奠定了坚实的基础。

本次线上对接会特别聚焦食品工业设备和冶金设备两大领域，每家中方企业有 10-12 分钟推介时间，每家企业推介后，俄方采购商会针对公司及产品细节进行提问，会后双方交换联系方式进一步沟通。

联系方式：庄女士，010-82217948

#扫码报名#



往期《跨境电商电子刊物》可前往中国贸促官网、贸易投资网，通过搜索关键词“中国跨境电商电子刊物”下载。

中国贸促官网：www.ccpit.org

贸企通：www.eccpit.com

为构建跨境电商优质服务生态，整合跨境电商热门品类核心展品，我们搭建了“中国跨境电商企业海外推广计划”专题平台，欢迎各品类工厂、服务商企业在线注册展示。

平台内也可查阅《跨境电商电子刊物》等电商行业动态。

扫码进入平台

