

关税压力下跨境电商如何应对？

□ 李波



近日，美国决定对进口自中国的商品加征10%的关税，同时恢复了对中国小包裹（价值低于800美元）的“最低限度”免税门槛，这距其取消该政策尚不足一周。一石激起千层浪，在过去不到一周的时间里，该政策已在跨境物流与跨境电商领域激起层层波澜，而其对中美跨境贸易的进一步影响还将扩大，跨境电商又将如何做好应对呢？

动荡开局

在全球经济一体化的今天，各国经济相互依存，贸易政策的调整往往牵一发而动全身。

关税的提高，贸易量的波动会直接影响物流需求，进而影响整个物流链：一方面，运输需求可能在短期内大幅下降，造成大量运输资源闲置；另一方面，当企业开始调整供应链，寻找新的供应商时，物流路线也会随之改变。这就需要重新规划物流网络，而新的物流线路可能存在运输时间长、运输成本高的问题，导致货物运输时效难以保障。

同时，外贸企业的订单减少，物流的业务量可能随之下降，导致规模效应降低，进一步推高单位运输成本。

还有，美国之前取消了对价值低于800美元的小额货物的“最低限度”关税豁免，大量中国跨境电商在美国面临关税及税费成本的上

涨，商流决定于物流，自然对中美之间的物流运行产生影响。

取消来自中国的商品“小额豁免”政策，轻小件、低客单价商品利润遭“精准打击”，独立站、第三方平台卖家均受波及，可能直接削弱中国跨境电商的竞争力，抬高中国跨境电商产品成本，有人预测平均每单的成本将增加10—20美元，从而削弱中国跨境电商在美国市场的竞争力。

跨境电子商务已成为我国外贸出口增长的重要组成部分，占整个进出口的比重提升到了6%，而中国跨境电商海外市场分布中，北美占比39%，位列第一，规模约为欧盟的三倍，且仍具备较高增速，因此，中国跨境电商和品牌出海可能在短期内因美国税收新政遭受打击。

根据国际航空运输协会数据，目前80%的跨境电商商品都通过航空货物运输，中国电商业务成为全

球航空货运增长的重要驱动力。就物流来说，增加了清关时间，降低了交付时效，进而影响跨境电商直发小额包裹的整体货量，从而影响物流的业务量。

过去5年，我国跨境电商贸易规模增长超过10倍，目前，我国跨境电商企业数量已超12万家，2024年，我国跨境电商进出口2.63万亿元，增长10.8%，取消800美元关税豁免额度，对中美跨境贸易格局产生了影响。

跨境物流的产业链环环相扣，此举严重影响了整个跨境物流的正常运转，对物流时效要求极高的跨境电商行业而言，包裹延误不仅会降低消费者的购物体验，还可能引发消费者的不满和投诉。

在关税政策调整的影响下，成本、物流、合规压力叠加，物流市场的不确定性增加，物流企业之间的竞争将更加激烈。一些小型物流企

业可能会因成本上升和需求下降而面临经营困境，而大型物流企业则有机会通过兼并收购等方式扩大市场份额。

目前，虽然货物仍然可以正常寄递，但包裹需要加税，按流程申报，申报之后，按各个类目的不同情况加税10%至60%不等，在上涨的税收和更严格的关务合规要求下，物流公司因此上调相关费用。

目的国进口报关模式变更，涵盖了众多品类，清关成本大幅度上涨，导致货涨价、部分货运停运等一系列变化，物流公司对美国专线渠道的产品进行了提价，第三方专线报价普涨30%，顺丰发往美国流向的电商标准产品调整，每票货物加收20元清关综合服务费，在包裹签入时预收30%关税保证金，最终以美国海关和边境保护局实际征收金额为准，实行“多退少补”结算原则。

相互影响

取消小额免税政策、叠加征收关税，能改变中美贸易的大局吗？能切断中美供应链吗？

中国供应商凭借成熟的产业链和高效的生产能力，为卖家们提供了丰富的商品资源，中国供应链已经影响着美国人的日常生活，一直以来，中国凭借完备的制造业体系和成本优势，将物美价廉的商品输入美国市场。

中国制造业的效率与创新能力，为美国零售业提供了丰富的供给选择；而美国市场的消费能力，则为中国企业转型升级注入动力，这是全球分工体系下资源配置优化的结果，中美都从中受益。

跨境电商平台的许多商品在丰富度、性价比上基本没有替代，加关税最终可能带来的更多是美国消费端的商品整体涨价。

其实，美国亚马逊、沃尔玛等零售商也在借小额包裹关税豁免机制进口商品，低值货物模式对于美国低收入消费者尤其重要，取消豁免可能会对这些消费者造成更大影响，美国消费者的购物选择将被大幅削减，最终受损的可能是美国本土市场的消费活力。

中国商家正考虑通过涨价等方式，以抵消特朗普政府征收的新关税和不断上涨的运费所带来的影响。上一轮加关税的经验证明，关税的成本主要由美国本土消费者承

担，本轮加关税大概率将推升商品价格，造成通胀的上行。

虽然，美国邮政和海关及边境保护局正在密切合作，实施针对新关税的有效征收机制，以确保包裹投递受到最小干扰，但包括美国USPS在内的中美跨境快递公司，仍在了解最新关税规则下的新程序，新规仍存在很多不确定因素，还不知道美国将如何具体实施这些规则。

美国业界专业人士指出，如果每个包裹都必须经过检查，那么国际包裹进入美国的速度将会“减慢”，导致从中国邮寄到美国物品严重延误，并推高运输成本。

综上所述，美国的需求不会有

大的变化，对物流的需求同样不会有大的缩减，只是物流方式发生改变，比如对直发小包裹的冲击，可能改变为一般贸易的方式清关，必然会有更多的商家把包裹转为海外仓发货，据报道，Shein和Temu已在美国开设了配送中心，允许卖家将商品运送到美国并存放在当地仓库。

Temu已经开始吸引在美国仓库有库存的中国卖家入驻其网站，以便将包裹从美国当地运送给美国购物者；Shein还在美国开设了配送中心和供应链中心，这种转变在国际货运上表现为本地配送比例增加，国际长途运输的压力在一定程度上会转移到美国本土物流配送体系上。

破解困局

无论贸易政策如何调整，中国跨境电商依靠本身的优势和特点，仍然具有很强竞争力。

中国物流企业可能会在美国或其他国家建立海外仓或物流设施，以便在当地进行仓储和配送，减少关税及贸易政策变化的影响。

目前我们需要更清楚地了解报关和清关程序的变化，从而准备相应的对策，使负面影响缩减到最小。

对于UPS、FedEx和DHL等国际物流公司，已建立了征收关税的系统，正在与客户合作，以限制对客户和消费者的负面影响，避免供应链中断，对于中国跨境物流企业，可整合资源，提供“门到门”综合服务，增强客户黏性。

这次的关税风波对中小物流企业来说，因抗风险能力弱而退出市场，龙头跨境物流企业通过整合资源扩大份额。中国跨境物流平台向“72小时全球达”迈进，将广东生产

厂家与纽约消费者的距离缩短到3个工作日，这种效率革命在一定程度上重新定义了国际贸易的形态，无论美国的政策如何调整，都难以抹杀跨境物流本身所具有的优势，更不可能改变国际物流发展的大趋势。关税压力下，中国跨境电商面临新挑战也意味着机遇。对于高价值产品，影响相对较轻，预计低价产品将更受冲击，部分对价格敏感的消费品出口受冲击更大，而高附加值或不可替代的产品影响相对较小。因此，过去低价走量的跨境电商模式在未来很难延续，要注意提高产品的技术优势和品牌优势，这次举措，很可能会更加激发中国出海品牌加强产品研发和品牌建设，让中国品牌加速转型升级。

近年，我国在这方面已有基础，跨境电商企业累计在海外注册商标超3万个，越来越多的出海企业，开始从“卖产品”向“做品牌”转型了，

这次关税政策虽然来势汹汹，但中国出海品牌的抗风险能力已经大大提升了。未来要告别“赚快钱”思维，深耕合规与品牌，关税再高，也挡不住真正的好产品，让消费者愿意为品牌溢价买单，使中国商品在面对关税壁垒时，仍然能够保持一定的市场优势。

对于跨境物流企业来说，需聚焦高价值商品如半导体、新能源产品跨境物流。同时，出口企业为降低关税风险，会对供应链的稳定性及灵活性有更高要求，促使物流企业提供更高效、灵活的供应链解决方案。

物流企业为了应对成本上升和市场竞争加剧的压力，将更加注重智能化和信息化建设，通过应用先进的信息技术，加强物流配送的精准性和及时性，提高物流效率，降低运营成本。

总之，鉴于全球贸易体系的相

互依存性，美国在全球供应链中无法轻易割裂与中国的联系。随着中国在全球贸易体系中的地位日益巩固，中美之间的经贸较量仍将持续，而中国显然已经展现出强大的应对能力和主动权。美国的关税政策必定要在政治目标与经济现实之间进行权衡，中国仍占全球供应链核心地位，因此，中国物流企业仍然具有发展的基础，需要加快国际化步伐，提升自身的国际竞争力，以应对国际物流市场的变化。

长期来看，物流企业可以通过提升效率、优化供应链等方式应对挑战，推动行业升级，加速转型与创新，提供更多增值服务。



2024年，中办、国办联合印发《有效降低全社会物流成本行动方案》。在国家发展改革委等相关部门政策引导和协调推动下，有效降低全社会物流成本行动扎实推进，物流运行环境不断改善，物流与产业加速融合创新，市场规模优势继续巩固，社会物流运行效率稳步提升，全年物流运行呈现积极变化。

物流运行稳中有进 支撑新发展格局加快构建

2024年全年全国社会物流总额为360.6万亿元，增速比2023年全年提高0.6个百分点。在政策拉动、需求多样等因素影响下，新旧动能叠加、交替回升态势更趋明显，物流需求增长方式从粗放式向高品质加快转型。

2024年工业品物流总额318.4万亿元，传统产业物流进一步调整转型，新兴产业进一步发展壮大。智能制造、高技术制造等高端产业保持高速增长，成为工业品物流高质量发展的突出亮点。数字智慧环境持续升级，拓展消费需求场景多元化，助力民生消费物流潜能释放。全年实物商品网上零售额同比增长6.5%，带动快递业务量突破1700亿件创历史新高。高水平开放持续推进，进口物流稳定增长，贸易结构优化。全年进口货物物流总额18.4万亿元，同比增长3.9%。

2024年我国物流市场规模保持平稳增长，全年物流业总收入13.8万亿元，同比增长4.9%。物流与产业深度融合，综合服务竞争力持续提升，2024年头部物流企业物流业务收入规模超过2万亿，占全行业比重超过16%。新业态领域快速增长，吸纳就业能力不断增强，即时配送等新业态领域从业人员增长超过50%，明显高于同期城镇就业人员增长平均水平。

多措并举助力产业协同 有效降低全社会物流成本

2024年社会物流总费用与GDP的比率为14.1%，比上年下降0.3个百分点。伴随新质生产力发展升级，物流结构向优、管理向质发展。一是高效运输方式恢复较快，占比有所提高。全年民航货运量同比增长22.1%，航空运输方式占比比上年提高0.2个百分点。二是协同运输方式发展态势良好，联运衔接更加紧密。跨运输方式信息互联互通稳步推进，铁路与港口基础设施衔接水平加强，截至2024年末全国沿海港口和长江干线主要港口铁路进港率已超90%。多式联运业务快速发展，全年集装箱铁水联运量约1150万标准箱，同比增长15%左右，在费用构成中多式联运与运输代理运输方式占比比上年提高0.3个百分点。三是水运效能有所提升，长距离运输公转水稳步推进。全年水运货运周转量同比增长8.8%，水运货运周转量占比提高1.5个百分点，公路货运周转量占比下降0.6个百分点。四是供应链体系逐步建立，协同推动全链条降本。重点物流企业供应链服务订单量增速超过10%，重点工商企业物流业务外包比重超过65%，调研显示大型制造企业和物流企业供应链战略合作关系日趋紧密，通过流程优化、设施共享、信息对接等手段推进全链条物流降本。

物流发展环境呈现升级态势 现代体系建设有所完善

2024年，物流发展环境加快优化升级，现代物流体系建设取得显著进展，为经济高质量发展注入强劲动力。

现代物流政策支撑体系不断完善。党的二十届三中全会在完善流通体制、降低全社会物流成本等方面提出明确要求，为现代物流发展指明方向。多部门协同发力，宏观政策与物流专项政策紧密配合，一系列减税降费、降低成本、助企纾困举措陆续落地见效，有效提振物流需求，进一步优化物流营商环境；物流基础设施升级完善；物流枢纽聚集效应逐步显现；国际物流建设布局持续推进。

随着我国经济新发展格局加快构建，现代物流提质增效向高质量发展转型步伐有所加快。新的物流需求不断地催生高品质物流供给发展壮大。航空货运发展形势良好，规模达到历史最好水平。全年共完成运输总周转量1485.2亿吨公里、货邮运输量898.2万吨，同比分别增长25%、22.1%。随着我国产业转型升级，共建“一带一路”走深走实和跨境电商等新业态快速发展，国际货邮运输量同比增长29.3%，飞机日利用率8.9小时，同比提高0.8小时，航空物流完成各项重大航空运输保障任务。此外，仓储物流活动稳定增长，行业效率持续提升。

物流行业效益边际改善 企业发展挑战与机遇并存

物流企业经营在波动中恢复，特别是进入四季度以来主要经营指标呈现稳步回升态势，企业效益边际改善。一方面，微观主体发展面临着诸多复杂且严峻的挑战。从外部环境来看，全球供应链格局加速重构，贸易保护主义抬头，地缘政治冲突频发，国际物流通道的稳定性和畅通性存在风险，物流企业在拓展国际业务、构建全球物流网络面临较多阻碍。从国内看，随着经济结构调整和产业升级的持续推进，新旧动能转换存在阵痛，有效需求仍然不足。传统物流模式难以满足新形态高时效、精准性和智能化的要求。经营成本刚性上涨，挤压盈利空间。另一方面，我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大，物流具备长期向好的发展条件，物流业向高质量、智能化、绿色化迈进的趋势仍将延续。物流企业服务升级与产业融合激发潜能释放，物流服务向综合供应链转型，重点物流企业一体化物流业务收入增长近13.7%。物流企业智能化转型助力效率提升，物流智能化转型已成为行业发展的核心驱动力。前沿技术在物流领域的应用愈发广泛，为行业带来效率提升与成本优化。物流企业低碳转型引领可持续发展，在政策与市场的双重驱动下，物流企业绿色转型进程显著加速。《经济社会发展全面绿色转型的意见》提出推进交通运输绿色转型，2024年全国新增新能源物流车占新增物流车辆总数的40%，相较于传统燃油车，减少碳排放约30万吨。调研显示，头部电商和快企业的可降解包装材料使用率达到60%，大幅减少包装废弃物的产生。物流企业出海步伐加快提升国际竞争力，在全球物流网络正在加快构建的同时，制造出海物流需求明显增加，跨境物流迎来发展红利。物流企业积极扩大国际辐射范围、提升跨境服务能力，为我国高水平开放战略提供有力支撑。

（中物联供稿）