

# 跨境电商电子刊物

2024 年第 4 期（总第 46 期）

2024 年 9 月 24 日

## 主要看点：

- 【资讯】商务部：支持跨境电商赋能产业带发展
- 【资讯】海外仓 9810 重大利好
- 【资讯】我国货物贸易进出口前 8 个月增长 6%
- 【资讯】深圳跨境电商综试区稳居第一档
- 【资讯】4 家电商平台上榜最具价值中国品牌 100 强
- 【资讯】TEMU 全球下载量突破 7.35 亿次
- 【资讯】亚马逊上半年 GMV 断层第一
- 【资讯】阿里国际站：9 月采购节单量大涨 69%
- 【资讯】TEMU：积极邀请美国当地卖家入驻平台
- 【资讯】京东全球售：业务新上线四个国家
- 【资讯】TikTok：2024 年不在澳大利亚推出电商服务
- 【资讯】Shopify：与 YouTube 购物联盟计划已开放
- 【资讯】eBay：针对个人卖家重大调整
- 【活动】数字经济时代的争议解决：效率与公正研讨会
- 【活动】俄罗斯冷冻海鲜&饮料推介会

## 一、 跨境电商政策

### **商务部：下一步将落实好跨境电商专项政策，支持跨境电商赋能产业带发展**

8月2日，商务部对外贸易司司长李兴乾在发布会上表示，上半年，我国跨境电商进出口继续保持稳定增长势头。跨境电商进出口增速达到10.5%，高于全国外贸整体增速4.4个百分点。

下一步，将重点做好两个方面工作：一方面，优化服务生态。落实好跨境电商专项政策，支持跨境电商赋能产业带发展，指导地方培育一批发展标杆。通过现场会等方式促进跨境电商综试区之间开展经验交流。支持跨境电商品牌培育。同时，也要发挥好地方性行业组织作用，提升行业自律水平，引导跨境电商企业合规经营，有序竞争，积极履行社会责任。另一方面，深化国际合作，积极参与国际多双边谈判，利用双边经贸联委会、贸易畅通工作组这些沟通机制，推介我国跨境电商发展的经验、做法、成效。大力发展“丝路电商”，支持跨境电商综试区、行业与企业等各个层面都来积极开展国际交流与合作。

（来源：经济观察报）

### **海外仓 9810 重大利好**

9月10日消息，国家税务总局发布了《跨境电商出口海外仓出口退（免）税操作指引》（以下简称“指引”）。为支持跨境电商海外仓新业态发展，税务部门优化退税管理模式，支持对此类情形下的海外仓出口货物，根据实际销售情况，可以选择一次性申报退税，也可以选择分批申报退税，即不用等某批货物完全实现销售后再申报退税，而是可就已经实现销售的部分货物分批申报。

这一“指引”有效解决了长期以来海外仓出口分批退税手续繁琐、周期长的难点，对海外仓出口合规环境优化产生重大影响，对促进跨境电商海外仓出口发展将带来重大利好。

（来源：国家税务总局）

### **我国货物贸易进出口前 8 个月增长 6%**

9 月 11 日消息，据海关统计，2024 年前 8 个月，我国货物贸易（下同）进出口总值 28.58 万亿元人民币，同比（下同）增长 6%。其中，出口 16.45 万亿元，增长 6.9%；进口 12.13 万亿元，增长 4.7%；贸易顺差 4.32 万亿元，扩大 13.6%。按美元计价，前 8 个月，我国进出口总值 4.02 万亿美元，增长 3.7%。其中，出口 2.31 万亿美元，增长 4.6%；进口 1.71 万亿美元，增长 2.5%；贸易顺差 6084.9 亿美元，扩大 11.2%。

（来源：海关发布）

### **浙江加力推动跨境电商发展**

9 月 2 日消息，浙江省政府办公厅印发《浙江省加力推动跨境电商高质量发展行动计划(2024-2027 年)》，提出统筹实施五大行动，加力推动跨境电商高质量发展，打造高能级跨境电商国际枢纽省。到 2027 年，全省跨境电商规模较 2024 年翻一番；年交易规模超百亿元的跨境电商平台 10 家以上。同时，开展跨境电商企业梯度引育。推动传统工贸企业、专精特新企业、商贸流通企业、国内电商卖家等开展跨境电商业务，发展“跨境电商+产业带”。

（来源：证券时报）

### **深圳跨境电商综试区稳居第一档**

9 月 3 日消息，商务部发布 2023 年度跨境电子商务综合试验区考核评估结果，深圳跨境电商综试区获评“成效明显”，连续 3 年综合排名稳居第一档。深圳跨境电商市场主体活跃，卖家超过 8 万家，约占全国卖家 50%。

2023 年深圳跨境电商 GMV 突破 8000 亿元，孵化了众多优质服务商，有 12 家跨境电商上市企业、23 家国家级电子商务示范企业和 8 家省级跨境电商企业，在中国跨境电商品牌影响力百强榜中占比超四成。

今年上半年，深圳跨境电商进出口规模同比增幅达 30%，展现强大韧性，为深圳高质量发展注入新活力。

（来源：商务部）

### **土耳其降低免税额度 提升产品税率**

当地时间 8 月 6 日，土耳其出台海外电商购物税收新规，降低免税额度并提高产品税率，旨在扶持本土商家，保护国内中小企业。根据新规，对于从国外订购的商品，价格超过 30 欧元的部分将被征税。此前的免税额度为 150 欧元。新规还规定，来自欧盟国家的商品税率将从 18% 提高到 30%；来自非欧盟国家的商品税率将从 30% 提高到 60%。此外，如果商品属于特别消费税法列出的类别，将被征收 20% 的额外固定税。据了解，新规将于 8 月中旬实施。

（来源：和讯网）

### **越南考虑将小企业的企业所得税从 20% 下调至 15%-17%。**

《西贡时报》援引越南财政部消息称，越南财政部提议将小企业的企业所得税从目前的 20% 降至 15%-17%，以帮助他们扩大业务。

（来源：和讯网）

## **二、跨境电商行业动态**

### **中国跨境电商发展情况**

近年来，中国跨境电商与海外仓等新型外贸基础设施协同联动，发展速度快、增长潜力大、带动作用强。过去 5 年，跨境电商贸易规模增长超过 10 倍。2024 年一季度，跨境电商进出口 5776 亿元，增长 9.6%，其中出口 4480 亿元，增长 14%。根据各地初步统计，全国跨境电商主体已超 12 万家，跨境电商产业园区超 1000 个，建设海外仓超 2500 个、面积超 3000 万平方米，其中专注于服务跨境电商的海外仓超 1800 个，面积超 2200 万平方米。

(来源: 商务部官网)

#### **4 家电商平台上榜最具价值中国品牌 100 强**

9 月 11 日消息,《2024 年凯度 BrandZ 最具价值中国品牌 100 强》榜单发布。报告显示,今年百强品牌总价值达 9685 亿美元,同比去年微跌 4%。在跨境电商领域,有 4 家公司上榜,分别有:阿里巴巴(第 3)、拼多多(第 10)、京东(第 14)、SHEIN(第 15)。

(来源: 凯度集团)

#### **TEMU 全球下载量突破 7.35 亿次**

9 月 20 日消息, Stocklytics 的最新数据显示, TEMU 应用程序截至目前的下载量已超过 7.35 亿次。据悉,8 月份 TEMU 全球下载量接近 5500 万次,较去年同期增长 42%。而 5 月、6 月和 7 月的下载量也均超过 5000 万次,达到亚马逊的三倍,该应用目前的累计下载量达到了 7.35 亿次。

(来源: Stocklytics)

#### **TEMU 蝉联拉美地区非游应用下载冠军**

9 月 11 日消息, TEMU 保持了前一个月的热度,以略微下滑至超过 1225 万的下载量,再次荣获八月拉丁美洲地区非游戏应用下载冠军,并且该应用同时再次登上双平台非游戏应用下载榜的首位。

(来源: 出海网)

#### **六成英国消费者转向 TEMU 等中国电商平台**

9 月 14 日消息,随着生活成本的上升,过去一年中有六成的英国消费者正在转向 TEMU、SHEIN 等中国电商平台购物,给本土零售商带来了巨大的压力。根据电商营销平台 Omnisend 的调查,过去一年中,43%的英国网购者曾在 TEMU 上购物,42%的人选择了 SHEIN。其他中国平台如 TikTok Shop 和速卖通也在迅速扩展,分别吸引了 25%和 22%的英国消费者。

(来源: Omnisend)

### **亚马逊上半年 GMV 断层第一**

9月6日消息, 跨境行研根据公开数据统计显示, 亚马逊2024上半年的商品交易总额(GMV)达到3500亿美元, 领先于Shopify的1281亿美元, 实现断层第一。中国出海四小龙平台中, 阿里速卖通的GMV为300亿美元; SHEIN的GMV为300亿美元; TEMU的GMV为200亿美元; TikTok Shop的GMV为107亿美元。

根据上半年GMV的情况, 排名前20的为: 亚马逊、Shopify、沃尔玛、Shopee、eBay、阿里速卖通、SHEIN、美客多、TEMU、Lazada、OZON、Wildberries、TikTok Shop、Zalando、trendyol、Wayfair、Etsy、Coupang、otto、Jumia。

(来源: 跨境行研)

### **亚马逊成巴西第二大电商平台**

亚马逊强劲的Prime Day推动业绩增长, 成为7月巴西电商平台访问量第二名, 超越同行Shopee。最新数据显示, 根据Conversion的月度数据, 亚马逊在巴西电商市场上展现出惊人的势头。与6月相比, 7月巴西电商访问量总体增长了6.9%, 这主要归功于亚马逊网站和应用程序的访问量持续攀升。

(来源: Conversion)

### **亚马逊和沃尔玛将占据25%美国零售额**

9月14日消息, Forrester发布《2024-2029年美国在线零售预测》报告。报告显示, 亚马逊和沃尔玛在美国零售市场中的份额将在未来几年大幅增长。预计到2029年, 亚马逊和沃尔玛将占据美国零售总额的四分之一, 并将占在线零售额的三分之二, 合计零售额将达到1.5万亿美元, 在线零售额将达1.1万亿美元。

(来源: Forrester)

### 三、 跨境电商平台规则和服务调整

#### 阿里国际站：9月采购节单量大涨69%

9月9日消息，近期B2B线上贸易正在爆发。今年最大的外贸旺季9月采购节开启不到一周，阿里国际站的线上订单量就已大涨69%。据了解，高速增长缘于阿里国际站在海外的大规模投入。9月5日在美国举办的CoCreate峰会上，阿里国际站发布了全新的AI采购智能体，并与全球巨头马士基、万事达卡展开密切合作，推出更具确定性和性价比的跨境物流和资金通路，刺激了线上B2B贸易的进一步爆发。

（来源：36氪）

#### 淘宝：出海项目或将全面升级

9月23日消息，淘天将进一步加码出海战略。原本的“大服饰全球包邮计划”，将升级为“淘宝天猫出海增长计划”，把全球包邮从服饰品类扩容至全行业。淘宝内部人士透露，未来出海的佣金或将进一步下降，包邮区域也将持续扩大。今后，淘宝天猫将持续对出海商品提供邮费补贴，预计将覆盖超十亿级商品。

此外，还将投入数十亿帮商家开辟海外市场，面向海外消费者提供包邮服务。和其他跨境电商平台相比，淘宝商家还拥有自主定价权和货权，商家能借此机会，低成本开拓海外市场，打响自有品牌。

（来源：亿邦动力）

#### TEMU：积极邀请美国当地卖家入驻平台

9月2日消息，TEMU正积极将美国和欧洲品牌引入其市场，以推动全球化销售。据悉，TEMU目前拥有30多万卖家，目标至2024年全球销售额达600亿美元。公司近期聘请欧美员工，邀请美国当地卖家入驻。目前，TEMU正寻求突破廉价商品应用的上限，通过品牌合作提升市场形象。

（来源：亿恩网）

### **京东全球售：业务新上线四个国家**

9月3日消息，京东全球售业务新上线美国、日本、新加坡、马来西亚四个国家，业绩上的要求是不亏本。据了解，京东寄希望于海外传统购物节“黑五”带来订单增长。该业务计划之后继续向欧洲、北美、大洋洲等市场拓展。

(来源：财经杂志)

### **TikTok Shop：马来西亚站上调佣金**

9月3日消息，TikTok Shop 马来西亚站自9月5日起将把卖家交易费从2.16%提高至3.78%，其中包括8%的服务税（SST）。这一调整将对在该平台上运营店铺页面的普通用户，授权零售店、Mall 卖家征收不同的佣金。根据新规定，TikTok Shop 的市场佣金率将根据产品类别有所不同，并包含8%的SST。这些佣金率仅以范围表示，具体的佣金标准将取决于具体的产品子类别。对于Mall 商城卖家，佣金率将变得更高。

(来源：TikTok Shop)

### **TikTok Shop：泰国本土店9月起调整佣金**

自2024年9月1日起，TikTok Shop 泰国本土店调整除电子产品以外所有类目佣金，电子产品的佣金费率维持4.28%不变，时尚类目佣金将从4-4.28%上调至4-5.35%，快速消费品和生活百货类佣金也将升至5.35%。这是继今年4月后TikTok Shop 泰国站的第二次佣金调整。

(来源：和讯网)

### **TikTok：2024年不在澳大利亚推出电商服务**

9月14日消息，TikTok 已确认今年不会在澳大利亚推出其电子商务服务。据悉，TikTok 发言人表示2024年在澳大利亚没有推出TikTok Shop 的计划。今年早些时候曾报道该公司在澳大利亚提交了TikTok

Shop 商标申请。TikTok 购物功能于去年 9 月在全球推出，目前已在印尼、马来西亚等多个国家上线。

(来源: TikTok)

### **亚马逊: 大面积排查违禁词**

9 月 3 日消息, 亚马逊正在大面积排查违禁词, 不少卖家因 listing 含有相关词汇被判定违反限制产品政策而遭删除。此次被标记的违禁词主要包括 Turkish、Persian/Persia 等, 其中不少为地名。平台回复称某些 ASIN 被标记为受限商品可能因违反制裁要求, 进口或原产于古巴、伊朗等国家的商品不得在亚马逊上销售。

(来源: 出海网)

### **亚马逊: 更新自发货卖家国际退货政策**

亚马逊宣布, 自 2024 年 9 月 16 日起, 将对自发货卖家的国际退货政策进行重要更新。新政策要求, 没有默认美国退货地址的国际卖家在收到退货请求后的两天内, 必须提供无退货退款或预付的国际退货标签。这一变化意味着, 之前的 5 天退货期限现在被缩短至 2 天。卖家在处理退款时, 会收到一封电子邮件通知。他们可以在卖家中心的“管理退货”页面上上传退货标签, 以响应退货请求。如果卖家未能在规定时间内做出回应, 亚马逊可能会代表卖家向客户退款, 并从卖家账户中扣除相应金额。

(来源: 亚马逊)

### **亚马逊: 调整秒杀规则**

9 月 9 日消息, 亚马逊调整秒杀规则, 新规则中, 卖家可自定义参与秒杀的商品数量。秒杀页面也将显示销售进度条, 实时反馈销售情况, 增强顾客购买紧迫感。特别要注意, 商品评分门槛提升至 4 分及以上, 评分审核或将细化至小数点后两位, 如 3.98 分商品或因此错失秒杀机会。

(来源: 亚马逊)

### **Shopify: 与 YouTube 购物联盟计划已开放**

9月4日消息, Shopify 宣布所有符合条件的美国 Shopify Plus 和 Advanced 商家可以通过 Shopify 上的 Google&YouTube 应用加入 YouTube 购物联盟计划。该功能支持将 Shopify 商店与 YouTube 进行关联, 符合条件的创作者将在视频中添加商品标签, 嵌入相应的链接或信息, 观众通过点击标签即可跳转至购买界面。同时商家还可以在 Google Merchant Center 直接查看详细的数据分析结果、内容和产品信息, 帮助商家深入了解市场表现, 精准优化营销策略。

(来源: Shopify)

### **Shopee: 推出付款前检查政策**

9月11日消息, Shopee 宣布, 将于10月3日起实施新政策“付款前检查, 有问题可立即退货”。该政策适用于货到付款 (COD) 订单, 允许买家在送货人员面前检查包裹, 若商品存在缺陷或不符订单要求, 可立即拒绝接受并无需付款。Shopee 要求送货人员记录检查过程, 以确保政策的实施。

(来源: Shopee)

### **Shopee: 推出即时取消和在途退货退款功能**

9月14日消息, Shopee 卖家中心近日发布公告, 宣布将于2024年9月19日起陆续上线两项新功能——即时取消 (Instant Cancellation) 和在途退货退款 (In-transit RR), 旨在减少国际退货带来的损失并提升跨境卖家的竞争力。

(来源: Shopee)

### **eBay: 针对个人卖家重大调整**

eBay 宣布, 10月1日起将调整英国个人卖家费用, 减少商家每月免费发布商品数量, 并取消本地取货的现金支付选项。以往 eBay 个人

卖家每月最多可免费发布 1000 件商品。在 10 月 1 日后，eBay 将免费门槛减少至每月 300 件商品。在使用完 300 件免费发布数量后，每件商品将收取 35 便士费用。同时，eBay 取消了本地商品的现场取货付款服务。自 10 月 1 日起买家将无法使用现金支付商品，所有本地商品的付款均需通过 eBay 网站。

(来源: eBay)

### **eBay: 简化取消订单流程**

9 月 9 日消息，eBay 为了提高买家与卖家之间的信任度，并大力鼓励买家回购物品，简化了取消订单的流程。现在，eBay 买家可以使用“取消订单”按钮选择取消未发货的订单。在 eBay 此前的测试中，这样的更新能促进 eBay 买家满意度提升 25%，进而促进买家回购物品，帮助卖家提升销量。

(来源: eBay)

### **Ozon: 将免征大部分商品的仓储费**

9 月 10 日消息，Ozon 宣布从 10 月 1 日起，大多数 FBO 商品新入 Ozon 仓库的前 4 个月可免费存放。此外，从 2025 年起，服装、鞋类、配饰在 Ozon 仓库的免费存储期延长至 365 天（自入仓日期算），而家用化学品、个人护理用品和食品的免费存储期继续为 3 个月。此前商品存仓费用取决于周转率且按每日销售情况调整，现在免费存储期变为固定周期。从 12 月 1 日起，Ozon 上的“超级商品”（新款商品和中位价格高于 1000 卢布的热门商品）享受与普通商品相同的存放条件。

(来源: Ozon)

### **Ozon: 全球官方合作伙伴资源库上线**

9 月 13 日消息，Ozon 全球官方合作伙伴资源库上线，Ozon 根据合作伙伴的主营业务划分了四大服务类别：支付/金融服务、物流与仓

储服务、运营支持服务以及 ERP 软件服务。卖家可以根据自己的具体需求，点击并选择对应分类下的专业服务。

(来源: Ozon 全球)

### **英国电商平台 Fruugo: 向中国卖家开放**

9月2日消息，英国电商平台 Fruugo 宣布，于今年9月12日举办首场重启中国市场的卖家大会，并将在大会上正式重启卖家招募。早在2019年，Fruugo 就已向中国卖家开放平台，但直到2023年，Fruugo 才开始关注中国市场。

但值得注意的是，Fruugo 在2023年9月推出了一项政策，限制新账户初始上传的 SKU，这对经营大量产品的卖家来说是一个重大挑战。同时，由于 Fruugo 的主要流量来源是 Google Shopping，因此 Google Merchant Center 也是 Fruugo 卖家必须密切关注的网站。

(来源: AMZ123)

### **店小秘 ERP: 正式接入 SHEIN 欧洲 5 站**

9月20日消息，SHEIN 半托管近期登录欧洲地区，开放了德国、英国、法国、意大利、西班牙 5 个站。作为 SHEIN 官方合作的服务商，店小秘 ERP 正式接入欧洲 5 站，支持从商品上架到销售出单再到库存维护的全链路管理，加上此前对接的 SHEIN 半托管美墨两站，店小秘 ERP 已全面接入 SHEIN 半托管 7 大站点。

(来源: 店小秘)

### **盒马: 自有品牌商品上架新加坡电商平台 Lazada**

8月初，盒马自有品牌商品在新加坡电商巨头 Lazada 上架。这是继今年4月份打入美国市场以来，盒马试水“供应链出海”的第二站。东南亚市场，主要集中在泰国、马来西亚、新加坡、越南等国家，总人口约6亿人。其中新加坡是华人为主要的国家，具备与中国市场同样的饮食习惯与语言文化基础，成为中国餐饮品牌出海热门目的地。

(来源: 和讯网)

## 四、 跨境物流

### TEMU 和 SHEIN 美国日均包裹量约 90 万

9月3日消息, TEMU 和 SHEIN 的快速崛起为包裹递送市场注入了一剂强心针。根据 ShipMatrix 提供给 Supply Chain Dive 的数据, 仅在七月份, 这两个电商平台每天在美国分别为承运商提供约 90 万个包裹。据悉, 这两家公司的货物通过简化的供应链流程以及“小额”豁免进入美国。这有助于保持低价以吸引更多购物者, 从而为承运商带来更多递送量。

(来源: ShipMatrix)

### Shopee 跨境店推出“物流+”服务

9月3日消息, Shopee 跨境店推出的“物流+”服务为中国跨境卖家提供有偿增值服务, 主要针对马来西亚和菲律宾站点。该服务通过支付服务费, 帮助卖家减少因买家原因导致的订单派送失败损失。符合条件的订单无需国际退运, 由 Shopee 处理, 卖家可获得 70% 商品售价的拨款补偿。这不仅简化了退运流程, 还为卖家提供了资金补偿, 从而提高风险管理效率和运营效率。

(来源: Shopee)

### 京东物流推出海外仓标准产品

9月14日消息, 京东物流对于即将到来的黑五备货旺季, 推出了海外仓标准产品, 还准备了重磅优惠, 凡是新注册的商家, 每货柜优惠 100 美金, 最多可减免 500 美金。京东物流以高适配、易核算、理赔快、渠道多的服务, 助力跨境商家降本增效, 实现高质量发展。

(来源: 京东物流国际)

### eBay: 新增两家认证对接仓

为助力卖家拓展海外仓业务，近日，eBay 新增深圳市津达国际物流有限公司德国仓，北京京邦达贸易有限公司英国仓和德国仓为 eBay 认证对接仓。

此前不久，eBay 宣布在其平台上添加 Venmo 作为支付选项，旨在扩大支付方式选择，满足 Z 世代和千禧一代购物者的偏好。美国的 eBay 用户将可以在 eBay.com 和 eBay 应用程序上使用 Venmo 支付，通过 Venmo 余额、关联的银行账户、借记卡或信用卡完成交易。用户还可以将 Venmo 账户与 eBay 账户关联，简化后续交易的支付流程。

(来源: eBay)

### **亚马逊：将在德国追加投资 100 亿欧元，进一步扩大物流网络覆盖范围**

日前，亚马逊宣布将在德国追加投资 100 亿欧元，以进一步扩大其物流网络和云基础设施的覆盖范围。此举不仅彰显了亚马逊对德国市场的重视，也预示着该公司对欧洲市场布局的进一步深化。

在物流网络方面，亚马逊计划在德国新建多个配送中心，旨在加快订单处理和配送速度。据悉，新配送中心将采用先进的自动化和智能化技术，提高物流效率，降低运营成本。在云基础设施方面，亚马逊将加大对 AWS（亚马逊网络服务）在德国的投资力度，推动云计算技术在德国的普及和应用。

(来源: 电商报)

### **Jumia 新建两大仓库推动尼日利亚、摩洛哥业务运营**

非洲电商巨头 Jumia 宣布将在尼日利亚和摩洛哥开设两个新的综合仓库，以促进业务增长并满足非洲地区日益增长的需求。据了解，新仓库位于尼日利亚拉各斯和摩洛哥卡萨布兰卡，占地面积分别达到 30000 平方米和 5000 平方米。

(来源: 东方财富网)

### **全球前 25 大航空货运公司名单出炉**

9月3日消息，IATA世界航空运输统计(WATS)发布相关报告显示，2023年排名前25位的航空公司全球航空货运需求，按照货运吨公里(CTKs)同比2022年下降1.7%。

全球前25大航空货运公司完整榜单如下：FedEx、Qatar Airways、UPS、Emirates、Atlas Air、Korean Air、Turkish Airlines、Cathay Pacific Airways、中国南航、Cargolux、AeroLogic、中国国际航空、Lufthansa、中华航空、Avianca、Singapore Airlines、Kalitta Air、United Airlines、中国货运航空、EVA Air、Ethiopian Airlines、Polar Air Cargo、Asiana Airlines、All Nippon Airways、LATAM。

(来源：WATS)

### **全球货代企业25强榜单出炉**

9月5日消息，美国领先的第三方物流咨询公司Armstrong & Associates (A&A)发布了全球货代企业25强榜单。据悉，此次榜单按照2023年物流公司物流总收入/营业额进行排名。排在前十的企业分别为：Kuehne+Nagel(第1)、DHL(第2)、DSV(第3)、德铁信可(第4)、中外运(第5)、日本快运(第6)、CEVA物流(第7)、C.H罗宾逊(第8)、康捷国际物流(第9)、嘉里物流、GEODIS(并列第10)。

其中，共有5家中国企业入围全球货代企业25强榜单，分别为：中外运(第5)、嘉里物流(第10)、华贸物流(第16)、中集世联达(第19)、欧华国际(第21)。

(来源：Armstrong & Associates)

## **五、跨境电商活动**

### **数字经济时代的争议解决：效率与公正研讨会**

时间：2024年9月27日

地址：北京仲裁委员会国际会议厅

**主办：**北京仲裁委员会、中国政法大学仲裁研究院

**主要内容：**

第一环节：国际贸易数字化中的法律问题研讨

第二环节：数据跨境与争议解决

第三环节：新技术赋能仲裁的程序之维

扫码报名



### **俄罗斯冷冻海鲜&饮料推介会**

**时间：**2024年10月9日

**形式：**线上对接 ZOOM 会议

**主办：**中国贸促会信息中心

**产品类别：**冷冻鱼类、贝类、其他海产品、酒、饮料等

**会议语言：**中俄同声传译

**会议介绍：**

参会企业将有机会与来自俄罗斯的优质供应商直接对接，深入了解俄罗斯冷冻海产品和饮品行业市场现状，在线挑选符合需求的高质量产品，进一步与俄罗斯企业建立长期稳定的合作关系。

邀国内海产品、食品饮料进口商、零售商、批发商、餐饮业主、超市连锁店等与食品相关的企业参会。

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、“经贸活动云”微信服务号，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](http://www.ccpit.org)

贸企通：[www.eccpit.com](http://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**

