

跨境电商电子刊物

2023 年第 3 期（总第 39 期）

2023 年 8 月 16 日

主要看点：

- 【资讯】上半年我国跨境电商进出口值达 1.1 万亿元
- 【资讯】今年 1-5 月深圳机场跨境电商货运量同比翻倍
- 【资讯】2027 年全球电商用户将达 44 亿
- 【资讯】拉美：电商市场 2026 年将突破 2000 亿美元
- 【资讯】美国：主要电商平台流量变化
- 【资讯】TikTok Shop：美国跨境店入驻条件公布
- 【资讯】SHEIN：上半年盈利创新高
- 【资讯】Lazada：全托管业务于 8 月 15 日在印尼站上线
- 【资讯】TEMU：将在 8 月上线中站点
- 【资讯】全球最具价值物流品牌十强出炉
- 【活动】中国国际电商产业博览会暨印度尼西亚选品展览会
- 【活动】“一带一路”十周年成果分享暨中泰绿色新科创合作
共赢在未来专题研讨会
- 【求购】日料食材、石油焦、变速箱及原材料
- 【出口】苜蓿干草、女鞋
- 【投资】木材家具加工厂

一、 跨境电商资讯

(一) 国内跨境电商

上半年我国跨境电商进出口值达 1.1 万亿元

海关总署发布数据，今年上半年我国货物贸易进出口总值 20.1 万亿元，同比增长 2.1%，进出口总值同比增加 4000 多亿元。其中，出口 11.46 万亿元，同比增长 3.7%；进口 8.64 万亿元，同比下降 0.1%。

据海关初步统计，今年上半年跨境电商进出口 1.1 万亿元，同比增长 16%。其中，出口 8210 亿元，增长 19.9%，进口 2760 亿元，增长 5.7%，继续保持了好的发展势头，有效助力了我国外贸稳规模优结构。

我国外贸结构持续优化，一般贸易进出口 13.16 万亿元，同比增长 4%。民营企业进出口增长 8.9%，占进出口总值的比重提升至 52.7%。电动载人汽车、锂电池、太阳能电池等“新三样”产品，合计出口增长 61.6%，拉动整体出口增长 1.8 个百分点。

(来源：海关发布)

今年 1-5 月深圳机场跨境电商货运量同比翻倍

今年以来，深圳机场已新开 5 条、加密 4 条国际货运航线，其中包括多条跨境电商空运专线，深圳机场国际和地区货运通航点达到 35 个。今年 1-5 月，深圳机场货运发展优于全国主要机场，其中跨境电商业务量同比翻倍，充分展现了深圳作为中国外贸第一城的开放活力。

(来源：深圳特区报)

《财富》世界 500 强揭晓，多家中国企业上榜

2023《财富》世界 500 强企业排行榜在全球同步发布。该榜单根据全球企业 2022 年营业收入进行排名，沃尔玛第 18 次登上榜首，沙特阿美首次上升至第二位，中国国家电网公司位列第三。中国共有 142 家公司上榜，大公司数量继续位居各国之首。

在电商零售领域，除了沃尔玛列榜首外，还有亚马逊（4），京东集团（52），阿里巴巴集团（68）。

（来源：财富中文网）

（二）全球跨境电商

2027 年全球电商用户将达 44 亿

8 月 1 日消息，Juniper Research 的一项新研究显示：预计到 2027 年，全球独立电子商务用户数量将从 2022 年的 31 亿增加到 44 亿。该研究预测，亚太地区国家将成为这一增长的主要推动力并将占全球新增电子商务用户的 70% 以上。

具体来说，孟加拉国、巴基斯坦和印度将在未来五年内新增超过 6 亿新电子商务用户，主要得益于互联网接入的增加和更全面的零售供应链支持了这一增长。

（来源：AMZ123）

巴西：对跨境电商平台网购征税的“合规计划”正式落地

巴西财政部部长正式签署对通过 Shopee、Shein 和 AliExpress 等外国网站进行跨境购物征税的法令。法令规定，只要相关企业参加“合规计划”并代为征收州税（17%），金额不超过 50 美元（约 250 雷亚尔）的商品将无需缴纳进口税。换句话说，如果不参加“合规计划”或代为征税，低于 50 美元的商品也将被征税。新规自 2023 年 8 月 1 日起施行。

（来源：跨境东南亚）

美国：主要电商平台流量变化

近日，GWS 发布了美国主要电商平台的流量数据，重点分析了亚马逊、TEMU、Shein 三大平台的移动端流量变化。

数据显示，自 2023 年 4 月以来，亚马逊移动应用程序的用户数量暴跌，日均活跃用户从 5400 万降至 4600 万，过去九个月中的日活用户减少了近 800 万。

而自年初以来，TEMU 日活用户新增了近 1000 万，达到 1700 万，与沃尔玛并列美国日活用户第二高的购物应用。Shein 也在今年实现了较大的用户增长，过去一年中日活用户从 310 万增加到 490 万。

在用户参与度上，TEMU 每位用户平均每天使用时间最高，为 20 分钟。亚马逊和 Shein 相对落后，分别为 12 分钟和 14 分钟。

(来源: AMZ123)

拉美: 电商市场 2026 年将突破 2000 亿美元

7 月 31 日消息,根据 Insider Intelligence 发布的最新报告《2023 年拉丁美洲电子商务预测》,2023 年拉丁美洲地区的电商销售额将同比增长 14.3%。报告指出,这一增长主要与阿根廷、墨西哥和哥伦比亚市场的良好表现有关。此外,这一增长将使拉丁美洲成为全球第二大的电商市场。

根据该机构研究,拉丁美洲的电商销售额将在 2026 年突破 2000 亿美元大关。在 2026 年之前,该地区的电商销售额每年将以两位数的速度增长。尽管增长势头强劲,但从全球范围来看,拉丁美洲的市场份额仍然很小。到 2026 年,该地区预计占全球电商交易总额的 2.8%。

(来源: AMZ123)

韩国: 速卖通带动跨境电商成交额创新高

韩国统计局发布的最新数据显示,今年第二季度,韩国跨境电商成交额增加了 25.6%,达到 16350 亿韩元,刷新了 2014 年有相关统计以来的最高值。其中,来自中国的交易额增幅最大,是去年同期的 2 倍多,总额达到 7778 亿韩元。在韩国媒体及韩国业界分析看来,跨境电商成交额的激增主要来自速卖通。

据了解，今年3月，速卖通在韩国推出 Choice 服务，同时启用演员马东锡为代言人，开启了大规模的广告营销。今年上半年，速卖通的用户增长规模和交叉用户使用时长双双超 Coupang。

(来源：亿邦动力)

越南：TikTok Shop 越南收入超越 Lazada，仅次于 Shopee

越南数据研究公司 Metric 发布了 2023 年上半年电子商务市场报告。报告显示，2023 年上半年，Shopee 实现收入 59 万亿越南盾，售出 6.67 亿件产品。TikTok Shop 超越 Lazada，以 16.3 万亿越南盾的收入市场份额跃居第二(售出 1.17 亿件产品)，仅次于 Shopee；Lazada 跌至第三位，收入为 15.7 万亿盾，售出 1.175 亿件产品。

2023 年上半年，越南电商平台收入达 927450 亿越南盾，近 40 万家店铺有订单产生，销售产品数超过 9 亿件。与去年同期相比，越南电商收入增长了 46%。

(来源：电商报)

法国：电商规模位居欧洲第二

法国电商销售联合会 Fevad 发布了 2023 年法国电商年度报告。据报告，法国电商市场规模在欧洲位居第二，仅次于英国，并领先德国，电子商务成为法国经济的重要推动力。

2022 年，法国电商销售额达 1500 亿欧元，同比增长 13.8%，在线销售占总零售额的 12%。然而，这一增长主要由交通、旅游和休闲领域的在线销售增长推动，商品销售额有所下降，但比 2019 年增长了 33%。

(来源：法国电商销售联合会)

西班牙：电商平台前十榜单公布，亚马逊第一

Kantar 公布了 2022 年 6 月至 2023 年 5 月期间西班牙买家数量最多的前十大时尚电商平台，Shein 及速卖通、Miravia 进军入榜，亚马逊排名第一，Shein 排名第二，其买家数接近亚马逊。

研究期间，西班牙通过亚马逊购买了服装、鞋类、配饰或家用纺织品的消费者人数超过 485 万，同期西班牙网购时尚商品的消费人数达 1818 万，亚马逊占了大约近四分之一的份额。

通过 Shein 购买的消费者数量达 448 万，和亚马逊仅相差 37 万的客户数量。而亚马逊早在 2011 年就进入西班牙市场，领先 Shein 近十年的时间。

(来源：网经社)

印尼：禁售 100 美元以下进口商品

8 月 1 日消息，印度尼西亚贸易部长祖尔基夫利·哈桑表示，印尼将限制价格低于 100 美元的进口商品在网上销售，另外，进口商品还将被要求获得补充许可证，即印尼国家标准（SNI）。据悉，该规定将同时适用于电商平台以及社媒平台的线上交易，目前就该规定具体如何落地仍未出台细则。

(来源：卖家之家)

(三) 跨境电商平台

阿里巴巴：南亚电商平台 Daraz 预计 9 月上线尼泊尔站

阿里巴巴南亚电商平台 Daraz 宣布，尼泊尔跨境业务即将回归。尼泊尔跨境店预计 9 月上线，目前也并未开放全量卖家入驻，平台在 8 月 1 日已经邀请少量卖家入驻尼泊尔。关于尼泊尔 Daraz 业务，目前 Daraz 覆盖了尼泊尔 101 各城镇地区，确保每个省份都有尾程业务覆盖，平台一半的订单量来自加德满都以外的城市。

(来源：亿邦动力)

TikTok Shop：美国跨境店入驻条件公布

TikTok Shop 美国跨境店已开放中国卖家入驻。入驻条件需满足以下 4 条：接受中国籍法人占比 25%或以上美国主体，此为必须条件；本地备货，货在美国，支持商家海外仓自发货尾程或者平台物流自提，此为必须条件；要求单类目亚马逊美国站总流水大于 200 万美金以上，流水越大优先级越大，优先处理大于 1000 万美金的商家，此为必须条件；最好是轻小件，客单价 15-50 美金的 SKU 大于 100 个。

（来源：跨境指南 Cpsea）

TikTok Shop: 推出“先买后付”服务

TikTok Shop 与“先买后付”服务商 Atome 建立合作伙伴关系，将在马来西亚市场提供分期付款服务，这是该公司电商业务进军东南亚以来的最新举措。TikTok Shop 将提供 Atome 服务作为付款选项，这将允许客户将延期付款分摊到三到六个月内。此次合作预计将推动 TikTok 电商业务增长，并使商家和小型企业能够为其客户提供更便捷灵活的支付选择。

（来源：跨境东南亚）

TikTok: 东南亚月活跃用户达 3.25 亿

TikTok 数据显示，截至今年二季度，TikTok 在东南亚的月活跃用户总数达到 3.25 亿，其中 1500 万是企业用户。

此外，调查发现，97%的 TikTok 泰国用户在 Mega Sales 期间支出明显，他们在此期间的消费意愿是非 TikTok 用户的 3.5 倍，平均在 10000 至 17600 泰铢之间。

（来源：跨境东南亚）

SHEIN: 上半年盈利创新高，巴西市场 GMV 近 1 亿美元

7 月 31 日消息，SHEIN 执行副董事长唐伟在致投资者的信中表示，在美国销售的推动下，SHEIN 上半年盈利创新高，而 2022 年同期仅为盈亏平衡；与 2022 年下半年相比，该公司 2023 年上半年销量增长加

快，利润改善。唐伟还表示，SHEIN 今年在巴西的商品交易总额增长了两倍，达到近 1 亿美元，活跃卖家达到 6000 名。

（来源：界面新闻）

SHEIN：要求入驻的自主运营卖家年销售额不低于 200 万美元

快时尚巨头 SHEIN 正在积极寻求第三方卖家，并推出 Marketplace 模式，将产品范围扩大至服装以外的领域。Shein 将会给那些符合条件的商家提供大量的激励措施，包括免费的广告和前三个月免佣金的福利。这意味着，如果商家能够成功入驻，不仅能够获得 SHEIN 在全球市场上的品牌影响力，还能享受其这些年大力建设的一站式交付履约体系。

据悉，SHEIN 平台目前有多种模式，不同合作模式要求不同，其中对于自主运营的卖家需具备海外市场运营经验，且在其他跨境电商平台（如亚马逊、沃尔玛、独立站卖家等）年销售额不低于 200 万美金。

（来源：跨境前沿）

TEMU：将在 8 月上线中东站点

拼多多跨境电商平台 TEMU 计划在今年 8 月开放其中东站点，不过目前暂无具体上线日期。此举系 TEMU 在进军日韩市场之后的又一扩张动作。目前，TEMU 的版图正在从发达国家与地区逐渐向新兴市场拓展，拉美、东南亚以及中东都将成为该平台未来的重要布局方向。

截至目前，TEMU 已经开设了澳大利亚、加拿大、芬兰、法国、德国、意大利、日本、墨西哥、韩国、西班牙等 27 个海外站点。

（来源：亿邦动力）

TEMU：计划在美国开放本土卖家入驻

7 月 25 日消息，拼多多跨境业务 TEMU 计划在美国市场向本土卖家开放入驻，不过目前暂无明确上线时间。本土卖家入驻将使平台有

更丰富的商品供给，也能让消费者的购买体验得到改善，比如商品从本土发货，物流时间会被大大压缩。

（来源：晚点 LatePost）

TEMU：在美起诉 SHEIN

7月14日，拼多多跨境电商平台 TEMU 向美国波士顿联邦法院发起诉讼，起诉快时尚竞争对手 SHEIN 违反美国反垄断法。TEMU 指控 SHEIN 利用市场支配力量强迫服装厂商与之签订独家协议，阻止他们与 TEMU 合作。

起诉书写道：“作为占据市场主导的超快时尚零售商，SHEIN 知道厂商需要借助它的销量及其美国市场的渠道，因此也明白它可以强迫厂商不与 TEMU 开展业务。”TEMU 还指控 SHEIN “破坏美国超快时尚市场的扩张。”

（来源：新浪科技）

Lazada：全托管业务于 8 月 15 日在印尼站上线

8月7日消息，Lazada 全托管业务将于 8 月 15 日在印尼站点上线。值得注意的是，或是考虑到印尼市场的政策限制，此次面向的是本土卖家。消息指出，加入全托管后，卖家只需将自己高质、有性价比的产品运到 Lazada 的 LEX 仓库即可，后续的运营、交付都由平台完成。在此过程中，卖家可以享受的好处为：零佣金；零营销/推广成本；零仓储费；零运费；零客服支出。

（来源：跨境东南亚）

Shopee：菲律宾站订单未完成率超额或将被限流

8月4日消息，Shopee 菲律宾站发布通知称，9月4日起，订单未完成率达到 60% 或以上的卖家将视情况被计 2 分或 3 分。根据其此前的计分政策，计分达 3 分，卖家无法参加营销活动；计分达 6 分，卖家除了无法参加营销活动，商品还将被限流。

(来源: Shopee 菲律宾电商平台)

Shopee、Lazada: 在东南亚支持中国护照持有者开设本土店

目前在东南亚的泰国、菲律宾、越南、以及马来西亚,中国卖家入驻 Shopee、Lazada,在个人信息资料方面,持“中国护照”,即可入驻相应平台开设“本土店”。TikTok Shop 的本土店,在东南亚暂时还不支持中国护照入驻。这为中国卖家布局本土做好了铺垫。

(来源: 跨境指南 Cpsea)

亚马逊: 第二季度营收 1344 亿美元, 同比增长 11%

8月7日消息,美国电商亚马逊发布截至今年6月30日的2023年第二季度财报。财报显示,亚马逊第二季度营收为1344亿美元,同比增长11%,净利润为67亿美元,几乎是分析师平均预期的两倍,而去年同期净亏损20亿美元。

(来源: 极客网)

亚马逊: Amazon SEND 在德国站上线

7月25日消息,亚马逊全球开店宣布,Amazon SEND 正式在德国站上线,此前已经上线英国站、日本站和中东站。上线日起,使用 Amazon SEND 德国站的卖家可享超值价格。

若卖家是2022年及之后注册的德国站新卖家,首次注册亚马逊物流(FBA)服务并使用 Amazon SEND 服务,还能解锁200美元亚马逊物流中心配送优惠,优惠有效期为一年。

(来源: 亿邦动力)

亚马逊: Prime 会员日战报公布, 售出超 3.75 亿件商品

2023 亚马逊 Prime 会员日于7月11日至12日举行,亚马逊 Prime 会员在全球购买了超过3.75亿件商品,通过各类优惠节省了超过25亿美金,助力今年的 Prime 会员日再创新高。

其中，今年活动首日，凭借破纪录的销售表现，成为亚马逊历史上单日销售最高的一天。全球畅销的优惠品类包括居家用品、时尚和美妆等。在今年活动中，亚马逊全球第三方卖家的销售额增长超过了亚马逊自营业务。

(来源：亚马逊中国)

Shopify: 第二季度收入 17 亿美元, 同比增长 31%

Shopify 公布了截至 2023 年 6 月 30 日的第二季度财务业绩。数据显示，该季度 Shopify 商品交易总额 (GMV) 增长 17%，达到 550 亿美元，比 2022 年第二季度增加 82 亿美元，按固定汇率计算增长 18%。总收入 17 亿美元，按固定汇率计算增长 31%。总支付量 (GPV) 增长至 317 亿美元，而 2022 年第二季度为 249 亿美元。

(来源：shopify)

Wish: 第二季度收入 7800 万美元, 净亏损 8000 万美元

移动电子商务平台 Wish 母公司 contextlogic Inc. 公布了截至 2023 年 6 月 30 日的季度财务业绩。2023 年第二季度，该公司收入为 7800 万美元，同比下降 42%；核心市场收入为 2400 万美元，同比下降 56%。净亏损为 8000 万美元，而 2022 年第二季度净亏损为 9000 万美元。

(来源：wish)

美客多: 在墨西哥试行类 TikTok 购物功能

近日，拉美电商平台美客多 (Mercado Libre) 在墨西哥推出了一项名为 Videos para ti 新购物功能，该功能旨在模拟 TikTok 的短视频信息流，用户可通过视频中的链接购物。

该功能将根据用户的消费偏好展示产品广告视频，与 TikTok 类似，用户可以对视频进行“喜欢”、“收藏”和“分享”等操作。在每个视频的底部还将提供直接购买链接，点击可跳转至网站购买。

(来源：至美通海外仓)

Ozon：进入亚美尼亚市场，平均交货时间约 7 天

俄罗斯电商公司 Ozon 宣布，已开始亚美尼亚销售来自俄罗斯的商品，平均交货时间约为 7 天。现在亚美尼亚消费者已经有机会在 Ozon 上购买来自俄罗斯的商品。Ozon 几乎涵盖了俄罗斯市场的所有产品，包括书籍、服装、食品或保健品等 20 多个品类，总计约 1.96 亿个产品。

(来源：电商报)

(四) 跨境电商物流

全球最具价值物流品牌十强出炉

8 月 4 日消息，咨询公司 Brand Finance 发布“2023 最具价值物流品牌”，前十名中：联合包裹（UPS）仍然是最有价值的物流品牌，凭借品牌价值 354 亿美元稳居第 1，联邦快递（FDX）品牌价值 288.5 亿美元，排名第 2；德国邮政敦豪（DHL）品牌价值 119 亿美元，排名第 4；顺丰速运品牌价值 82 亿美元，排名第 6；马士基是增长最快的物流品牌，品牌价值 74 亿美元，由去年的第 15 名上升至第 8；中国邮政品牌价值 75 亿美元，排名第 9；美国邮政（USPS）品牌价值 51 亿美元，排名第 10。

(来源：Brand Finance)

巴西政府简化空运进口清关流程

8 月 4 日消息，巴西政府启用新的清关系统来控制抵达该国国际机场的境外货物，新系统将简化空运入境货物清关放行流程。

据财政部方面表示，新的空运货物进口措施将方便进口商使用数字文件形式在网上进行清关放行操作，这将减少在货物清关操作中的所需的工人干预减少 90%。另外，政府预测，在新政策出台后，通过

空运方式入境的货物清关放行所需时间也会较之前缩短 80%左右，从之前的 5 天减少为 1 天即可放行。

(来源：中巴商业资讯网)

全球物流市场预计在 2032 年将超过 16 万亿美元

根据市场调研公司 Allied Market Research 的报告，全球物流市场预计在 2032 年将产生超过 16.79 万亿美元的收入。该报告指出，2022 年全球物流行业创造了超过 9.83 万亿美元的收入，这意味着从 2023 年到 2032 年，该行业将以 5.6% 的复合年增长率增长。

全球物流行业的增长将得益于电子商务行业的扩张、逆向物流运营的增加以及更多的贸易协议。其他促进该行业扩张的因素包括技术驱动的物流服务的增加、物联网技术的普及、末端配送的出现、物流自动化以及多式联运系统的实施以降低成本和缩短交货时间。

(来源：Supply Chain Brain)

二、跨境电商活动

2023 中国国际电商产业博览会暨印度尼西亚选品展览会

时间：2023 年 9 月 25 日-9 月 27 日

地点：印度尼西亚·雅加达·雅加达展览中心 (JIEXPO)

主办单位：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

展会简介：2023 年展会包含 12 个产品品类展区、电商平台展区、服务商展区，展览面积预计 1 万平方米。市场定位精准，切合印度尼西亚买家的喜好及电商市场需求，一站式解决跨境电商行业资源对接问题。展期将同期举办多场平行论坛和买卖精准对接活动，面对面接触全印度尼西亚进口商及各类买家，是企业开拓快速发展的印度尼西亚及东盟市场的绝佳平台。



“一带一路”十周年成果分享暨中泰绿色新科创合作共赢在未来专题研讨会

时间：2023年9月4日

地点：北京

主办单位：中国国际贸易促进委员会、泰国驻华大使馆、中国泰国商会、北京投资促进服务中心

会议内容：

第一阶段：致辞环节

泰国驻华大使、中国国际贸易促进委员会领导、北京投资促进服务中心领导

第二阶段：主旨发言

泰国招商最新政策推介--绿色新科创领域

中泰最新经贸合作成果及未来合作需求

第三阶段：中泰企业成果分享



三、精选商机

了解以下商机联系方式或更多商机，请将以下信息发至邮箱：tradeinvest@ccpit.org，tradeinvest@itc.ccpit.org：

- (1) 公司信息（名称、主要业务、产品目录等）；
- (2) 营业执照扫描件；
- (3) 联系人、联系方式；
- (4) 邮件标题请注明感兴趣的商机项目。

厄瓜多尔求购日料食材

厄瓜多尔企业现求购飞鱼籽、毛鳞鱼籽等制作日本寿司所需食材，诚邀中国供应商开展贸易合作。

迪拜求购石油焦等产品

迪拜希望扩大产品供应，希望与中国可靠供应商和制造商合作。

根据业务需求，现需采购的关键产品如下：

石墨化石油焦、煅烧石油焦、低碳铬铁。

白俄罗斯求购变速箱及原材料

现有白俄罗斯企业求购圆锥圆柱齿轮变速箱，磨片组，Motovario 变速箱，多型号齿轮电机及工业泵等设备。

同时，该公司计划自华进口红磷、氯酸钾等原材料。

意大利出口苜蓿干草

意大利农业公司是 Plato 品种的优质干草和紫花苜蓿干草的制造商和出口商，干草的蛋白质和营养成分含量高。

公司生产成捆干草和拉伸薄膜干草，非常适合饲养牛、绵羊、山羊和其他动物。公司加工的干草和青贮饲料不含有害化学物质，并提供保持动物健康和良好喂养所需的高水平蛋白质。

公司希望出口苜蓿干草到中国，可以提供试用样品。

土耳其女鞋生产商寻求合作

该土耳其公司成立于 2022 年，有员工 24 人，是时尚女鞋（厚底鞋、高跟鞋）生产商。公司可以为电商客户提供专业产品图像，根据客户需求生产 36-41 码女鞋，最小订货量为 6 双（同一颜色）。

期待合作对象：鞋类实体店、网店、Instagram 精品店、鞋业批发公司。

俄罗斯整体出售木材家具加工厂

现有俄罗斯企业出售转让木材家具加工厂。该木材加工厂位于俄罗斯斯摩棱斯克州中部，明斯克-莫斯科高速公路附近，拥有完整的循环生产设施以及优越的地理优势。工厂主要加工出口桦木原木家具到全球各地，厂内共设六大加工装置区域，包括主要生产设施、干燥窑、

材料仓库、锅炉房、移动炉栅、锯木厂。工厂内所有设备都采购于业内顶尖高质量企业。工厂内除了有着完整的加工设备，还有一个 2400 安培的自用电力变压器、叉车、原木卡车以及视频监控设施。

如需进一步了解工厂内具体设备信息，欢迎咨询。

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“电子刊”下载。

中国贸促官网：www.ccpit.org

贸易投资网：www.tradeinvest.cn

为帮助企业解决跨境贸易投资中遭遇的纠纷或涉法问题，中国贸促会推出企业跨境贸易投资法律综合支援平台“贸法通”，为企业提供全天候的 **免费经贸涉法咨询** 服务。



官网



微信公众号

免费法律咨询电话：400-8899-460