

# 跨境電商經貿活水 萬億市場中國佔半

# 物美價廉 韓國人蜂擁海淘「中國貨」



**阿**里巴巴旗下的跨境電商平台——全球速賣通（AliExpress，以下簡稱「速賣通」）去年已經成為韓國第二大電商平台，也是去年韓國新增用戶最多的手機App。韓國消費者稱速賣通為「螞蟻地獄」，意思是一試用就戒不掉。在韓國物價飆漲、年輕人生活開支增加的背景下，韓國消費者更加傾向於選擇價格合理且質量保證的產品。中國電商平台通過優惠補貼、免費配送、免費退貨以及各種優惠券等方式，使產品的價格更具競爭力。

韓國官方數據顯示，一季度海淘交易額1.65萬億韓圓（約94億港元），自華海淘額9384億韓圓，超過美國和歐盟總和。

大公報記者 丁春麗



▲2023年3月9日，韓國首爾會展中心，阿里巴巴旗下速賣通（AliExpress）召開發布會，宣布推出「Choice」服務，3到5日完成配送，升級韓國消費者體驗。



▶在韓國地鐵中的AliExpress代售人

## 韓國一季度自華海淘額 超美歐總和

李青是山東人，韓國留學畢業後選擇定居首爾。她入職一家小型的韓國電商公司已有4年，主要工作就是為韓國客戶代購中國產品。「登山鞋、高爾夫T恤，日常生活用品、廚房用品以及收納用品、家用小工具等中國產品都備受韓國消費者喜歡。」帶著韓國消費者的需求，李青「深入」淘寶、京東、拼多多、搜款網、1688批發網等中國線上電商平台。幾年下來，她已經輕車熟路，既熟悉韓國電商又精通中國電商，既能找到低價商品，還能保證有較高的利潤。

「一般從中國代購運到韓國至少需要兩周時間，有的可能會超過一個月，現在物流可實現三五天。」李青介紹說，空運時間可能會短一些，但運費較貴，一般都會選擇海運。李青坦言，中國電商平台的崛起為「反向代購」提供了便利，而中國物流體系的完善也為快速配送提供了保障，促進了「反向代購」的發展。

## 山東倉發貨 降物流成本

速賣通相關負責人告訴記者，早在2020年，速賣通就聯合萊蕪低調啟動了在山東的倉儲建設。速賣通先是在中國距離韓國最近的威海港口建設威海倉，又因為業務快速發展，2022年底新增了煙台倉。過去，由威海港進口的主要是來自韓國三星、LG等企業的電子產品；現在，隨着中韓貿易結構的變化，越來越多的中國商品開始通過威海港進行集散，再被運往韓國或者日本。

據該負責人介紹，跨境商家只需提前備貨到威海倉或煙台倉，韓國消費者一下單，倉庫就會發貨，5日可達。這種模式不僅降低了物流成本，還能幫中國跨境商家在韓國市場提供與當地本土電商類似的物流體驗，大大增強中國商家的競爭力。

## 東大門時裝 自華進口

該負責人告訴記者，韓國消費者更偏愛高顏值、高品質、高性價比的「三高」產品。尤其是女裝增速非常快，曾經風靡中國的韓國東大門女裝，現在實際上有很多是從中國檔口進貨。在其看來，韓國電商規模大、互聯網滲透率高、對海淘接受程度高。韓國一直被國內跨境商家忽略，其實潛力很大，雖然其人口僅有5182萬，但電商用戶達到3330萬。

韓國官方的最新統計數據也顯示，中國首次超過美國，成為韓國最大海外直購（「海淘」）消費目的地。2023年，韓國從中國進口的跨境電商貨物規模同比猛增70.3%，達到了8881.5萬件；韓國人海淘中國貨的總值首次突破3萬億韓圓（約合人民幣161.4億元），幾乎佔到韓國人全年海淘總額的一半。

根據韓國統計廳最新發布的數據，今年一季度，韓國海淘規模為1.65萬億韓圓，其中9384億韓圓來自中國，同比大增53.9%，且佔比高達57%，創下歷史新高；美國（3753億韓圓）和歐盟（1421億韓圓）分別其次。同時，中國跨境電商平台在韓國擴張迅速，阿里速賣通已成長為韓國第二大電商平台，Temu也上升到第四位。《中央日報》稱，許多韓國民眾在接觸到中國的跨境電商後，便成了持續使用者，海淘已經成為一股不可抗拒的潮流。

中國跨境電商的快速入局，也在刺激韓國電商產業不斷發展。有「韓國亞馬遜」之稱的韓國本土電商Coupang近年來迅速擴張。根據其發布的《2023年Coupang影響報告》，2023年Coupang平台賣家數量突破20萬大關，年度交易額超過9萬億韓圓。來自福布斯韓國聯合大數據平台IGAWorks的分析認為，在韓國電商市場，阿里速賣通和Coupang擁有250萬名交叉用戶。

## 韓國「海淘新規」緣何草草收場？

韓國《中央日報》報道稱，5月16日，韓政府發布《因跨境電商激增為加強消費者安全及提高企業競爭力的方案》，宣布包括兒童玩具、服裝等34個品類、電器、生活用品34個品類、生活化學產品12個品類在內的產品，如果沒有韓國國家統一認證（KC認證）標誌將禁止海淘。但是由於該政策缺乏細則，圍繞禁止品類的範圍出現了混亂，再加上政策計劃從6月份開始便實行，導致消費者出現不滿。

韓國海淘幼兒用品的「媽媽論壇」消費群體等以侵害消費者選擇權為由，對該政策表示強烈反對。很多媽媽留言稱：「新政策是在讓我們花好幾倍的價格買本可以以低價海淘到的產品」、「政府不嘗試解決消費者海淘的根本原因」等等。

隨着抗議之聲愈演愈烈，19日，韓國政府部門召開新聞發布會對海淘新規進行道歉和解釋，稱新政策「不是要全面禁止相關產品的海淘，也沒有對限制商品進行過相關研究」。

儘管此次韓國政府的海淘新規在輿論壓力下暫時收場，但有許多聲音認為，韓國針對海外跨境平台加強審查的趨勢未來還將持續。據韓聯社21日報道，韓國政府仍有進一步加大對海淘產品的檢查和管理力度的計劃，政府各部門將針對「存在安全隱患、購買量劇增的海淘產品」進行產品質量檢查。網經社電子商務研究中心特約研究員、德恆律師事務所合夥人呂友臣認為，跨境電商往往採用郵政小包的形式進口，假如韓國未來計劃限制中國海淘，能採取的手段或是修改對目前郵政小包的關稅政策。



## 全球「五日達」 跨境電商愈戰愈勇

### 出奇制勝

韓國代購、「反向代購」這兩種模式，王敏都做過，她就是大家所熟知的「人肉代購」。疫情之後，王敏明顯感覺「反向代購」的訂單越來越多。但今年以來，中國跨境電商平台在韓國迅速崛起，物流速度提升、商品價格降低，直接衝擊到她的代購業務。王敏向記者慨嘆，她的「反向代購」生意越來越不好了。

就在去年12月，速賣通用戶數規模超越韓國本土老牌電商Gmarket、11St，一舉成為該國第二大電商平台，這是韓國電商平台前三名中首次出現海外平台身影。

簽約速賣通首個海外市場代理人馬東錫，2022年投入百億韓圓補貼，承包熱門地鐵線路廣告，開設韓語客服中心……速賣通負責人表示，速賣通在韓國不僅加強了物流基礎能力，還加大了

本地化市場投入。速賣通負責人還介紹，通過山東倉發貨到韓國，不僅物流成本最高能省一半左右，還實現了3-5日達。以韓國為試點，速賣通聯合萊蕪去年9月正式宣布上線「全球五日達」國際快遞快線產品，落地英國、西班牙、荷蘭、比利時歐洲4個國家。今年3月，「全球五日達」又增開了歐美中東的核心市場，包括德國、法國、葡萄牙、沙特、美國和墨西哥等國家。他認為，這相當於把山東倉的成功經驗做了進一步確認和強化。商務部數據顯示，過去5年，我國跨境電商貿易規模增長超過10倍。2024年一季度，跨境電商進出口5776億元，增長9.6%，其中出口4480億元，增長14%。根據各地初步統計，全國跨境電商主體已超12萬家，跨境電商產業園區超1000個，建設海外倉超2500個、面積超3000萬平方米，其中專注於服務跨境電商的海外倉超1800個，面積超2200萬平方米。



▲貨車滿載中國跨境電商貨品，準備赴韓。在威海港登陸上客貨班輪，準備赴韓。新華社

## 最受韓國人歡迎的中國商品

- 美食
- 服裝
- 小家電
- 珠寶
- 化妝品
- 傢具

## 假貨100%退款 讓顧客買得安心

### 顧客至上

「除了物流因素，韓國消費者購買的中國商品，和中國消費者購買商品的價位並無太大差距。」在李青看來，中國商品也是以低價打入的韓國市場，越是高端的商品越是很難打開韓國的市場，物美價廉的小商品更受歡迎。

李青向記者坦言，韓國消費者對中國產品一直抱有着「質量差」的偏見，但隨着使用中國跨境電商平台頻率增加，對中國產品有了新的認識，訂單



▲即將出口的包裹在上海青浦保稅區分檢。新華社

增長就是最好的說明。但李青亦表示，價格低廉可以被韓國消費者接受，但絕對不可以銷售假貨。被消費者投訴後，電商平台也將面臨下架等一系列風險。所以在代購中國商品的時候，除了關注價格，李青也非常注重產品的品質以及品牌。

為保障韓國消費者權益，速賣通還計劃成立顧客服務中心——90天內無理由退款、假貨100%退款，以此來消除韓國方面「假貨」疑慮。

在跨境貿易中，合規是一個重要問題，也被各跨境電商平台高度重視。例如，Temu不僅為平台商家提供了《知識產權風險防範指引》、《臨時限制令（TRO）常見問題解答》等相關的培訓課程，還在商家上新、供貨等環節都會對產品進行嚴格審核與抽檢。如果發現知產侵權、低價傾銷等問題或收到相關投訴，平台會在第一時間下架產品，並根據實際情況進行相關的處置。

拼多多給記者提供的一份資料顯示，目前，Temu已實現對國內製造業品類的全覆蓋，深入廣東、浙江、山東、安徽等地的百餘個製造業產業帶先後推動服裝、數碼、家電、箱包、戶外、配飾、玩具、文具等上萬家製造業企業成功出海。