

跨境电商缘何“加速跑”？

●新华社记者 丁乐 胡旭 周蕊

海关总署最新发布的数据显示，今年前三季度，我国跨境电商进出口1.88万亿元，同比增长11.5%，高于同期我国外贸整体增速6.2个百分点。作为外贸增长新动能，跨境电商持续“加速跑”。

记者近日来到部分进出口活跃城市，探寻跨境电商“加速跑”背后的密码。

密码一：数字技术赋能

AI选品配货、AI智能脚本、AI视频生成……在广东横琴的一个跨境电商选品中心，“一键卖全球”的场景正逐步实现。

与珠海华发集团合作打造该中心的广州数说故事信息科技有限公司创始人徐亚波介绍，以先进技术为依托，中心整合商家、商品及达人资源，提供出海的全链路服务，让国内产品与海外市场更好链接。

我国具有突出的数字经济优势。当前，新一代人工智能、区块链等新技术在跨境电商供应链体系、物流仓储、支付营销等领域得到深入应用，助力跨境电商进出口高效运行。

在广州白云机场综合保税区，一批批美妆护肤品、服饰配饰等跨境电商直购进口小包裹入境分拣，被送往全国各地。在综保区另一侧，拼多多TEMU跨境电商处理中心扩产增效，项目累计完成集拼业务出口货值超100亿元。

技术的进步使得信息传递更加高效，供需双方在全球范围内精准匹配，企业在国际市场上的反应能力提升。

以纺织服装行业的“小单快反”为例，该模式摒弃服装行业重资金、高库存的传统做法，压缩采购批量、缩短生产周期、快速上款测试市场反应，一旦爆款立即加大生产、快速铺货，从设计到生产最快仅需几天。这种模式成为纺织服装产品通过跨境电商“大卖”的重要法宝。

数字技术的发展也让更多内陆企业“触网出海”。

四川丝路易购科技有限公司运营的云港物贸通平台累计服务用户超10万家，累计注册四川外贸企业超1200家，



嘉宾们在2024全球跨境电商年会上参观企业展示区。 新华社发

最高年度电商报关超300万单。该公司总经理何易说，近年来，更多四川企业把目光瞄准海外市场，通过跨境电商渠道实现“走出去”的第一步。

密码二：完整产业链支撑

跨境电商的迅猛发展，离不开中国制造产业链的庞大基础。

位于广东中山市的东凤镇，聚集超过11000家工业主体，其中8500家与小家电相关，小家电占全镇经济总量的80%以上。

面对出海新趋势，2023年8月，东凤镇成立了全市第一个镇级跨境电商商务协会，推动镇内小家电企业从传统外贸向外贸新业态转型。

东凤镇跨境电商商务协会会长、广东西雅斯智能科技有限公司董事长邓宇华介绍，以西雅斯智能为例，从2021到2023年，公司营业收入实现从千万元级到亿元级增长，发展势头向好。

在完整产业链的支撑下，广东跨境电商进出口发展尤为强劲，2015年至

2023年年均增速高达71.4%，贡献了全国超1/3的份额。跨境电商综合试验区实现地级市全覆盖，广州、深圳、佛山3市年跨境电商进出口超千亿元，东莞、珠海、惠州、汕头4市达百亿元。

义乌的家居用品、永康的运动用品、瑞安的汽摩配件、宁波的小家电……浙江作为中国乃至世界重要的生活百货制造基地，聚集着几十条各具特色、底蕴深厚的特色产业带。随着跨境电商蓬勃发展，这些产业带跳过许多中间环节，直面全球消费者。

海关总署发布的数据显示，我国跨境电商出口货物主要来自广东、浙江、福建和江苏。这些省份都是我国制造业聚集度较高的地区。随着“跨境电商+产业带”的融合发展趋势日益凸显，更多区域结合自身产业优势在跨境电商生态中找到新空间。

在四川，8个省级跨境电商产业园从无到有、从小到大，陆续培育40余条“川字号”跨境电商产业带，汇集400家跨境电商源头工厂，打造出成都女鞋、汽摩配件等具有巴蜀特色的出海产品。今年1至8月，四川跨境电商交易规模同比增长15.9%。

密码三：物流网络保障

运输距离长、环节多，容易出现包裹延误、丢失等问题……跨境物流配送一度成为阻碍跨境电商发展的瓶颈。现在已经发生很大变化。

国庆期间，位于四川天府新区的“陆海云港—云新跨境天府保税仓”不仅没有打烊，反而更加繁忙，共计发货8万余单。“我们24小时运转，确保进口的美妆产品、母婴用品、保健品等迅速发往西部地区。”四川云新国际供应链有限公司总经理王颖说。

“投运不到一年时间，已吸引超过120户商家入驻，单日最高出包裹达22000单，累计出包裹超过100万单，交易额超3亿元。”王颖说，得益于成都发达的空铁公综合交通物流体系，更多商家正在将畅销产品从沿海保税仓转移到成都保税仓。

紧邻该保税仓，一个跨境公路运输集散中心正在建设。该项目总投资约5亿元，建成后计划开通跨境公路专线近10条，开行跨境公路运输班车年均1500班次，年吞吐量100万吨，年外贸额30亿元。

通过构建全球供应链和物流网络以及数字化平台，国内企业打破传统贸易的地理和时间限制，将高质量、高性价比的产品和服务推向国际市场。

今年6月，商务部等9部门出台关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见，提出要加强相关基础设施和物流体系建设，推动跨境电商海外仓高质量发展，增强跨境电商物流保障能力，提升“最后一公里”履约能力。

据了解，目前广东已建设各类海外仓近600万平方米，还将继续加快海外仓等全球布局，构建通达全球的跨境电商基础设施。

与此同时，海关也在不断优化完善海关跨境电商通关服务系统功能，进一步简化流程、优化服务，更好满足“买全球、卖全球”的需要。海关总署统计分析司司长吕大良表示，将持续深化跨境电商综合改革，积极推进海关与跨境电商平台的协同共治，助力跨境电商高质量发展。

（据新华社）

近

视

防

控

乱

象

何

解

警惕近视防控虚假宣传

“近视可以戴眼镜，成绩不能掉下来”“电子产品对小孩的吸引力很强”……受访家长感到担忧的同时，对市面上多种近视防治选择无所适从，背后隐藏的问题需要警惕。

机构资质参差不齐。在重庆市渝北区新牌坊附近搜索“近视防治”，可见五六家机构，记者随机走访了其中两家，发现其均“寄居”在美容院、鼻炎馆里，没有相关资质和专业人员。

防治手段名目繁多，夸大药物治疗效果。记者注意到，部分机构打着“500度以下实现摘镜”“矫正裸眼视力”“治愈近视”等广告，推销精油按摩、磁珠贴耳、护眼贴、视力训练图等防治方法。

价格体系不透明，部分服务收费缺乏合理性。如一家诊所主推哺光仪，据称，补充红光光照可控制眼轴变长，照3分钟相当于户外活动两小时。仪器租用和专业团队管理费为5年3万元，还有眼健康跟踪监管、科普咨询以及售卖叶黄素等配套服务。同样主推哺光仪的另一家视力矫正防控中心推荐购买价格在9000元至14000元不等的仪器，购买后可免费到机构进行穴位按摩、视力操训练等。

监管尚存模糊地带

近视防治机构及“防治手段”花样百出，少儿及家长对治疗效果难有把握，何以出现这种乱象？

部门协同有待强化，监管存灰色地带。针对乱象，记者联系了重庆市市场监督管理局、重庆市卫生健康委员会等主管部门，发现存在权责不清、条块分割等问题。

如市场监管部门监管的主要内容是机构有无营业资质，缺乏医学专业鉴别能力，后续经营情况不在其监管范围内；卫健部门主要监管各级有医疗资质的近视防治机构，但一些无医疗资质的机构可能会绕过监管；教育、疾控部门负责近视的前期防控，但不负责近视后期防治，且其掌握的信息缺乏同执法部门的通报共享机制，缺乏监管合力。

相关药物、器械的引进和使用缺乏明确标准。例如哺光仪对缩短眼轴有一定作用，但临床应用时间仅5年多，临床数据尚不丰富，长期使用的安全性问题尚不明确，是否真正有效尚存争议，目前正在由Ⅱ类医疗器械申报为Ⅲ类医疗器械的过程中。这意味着，哺光仪使用存风险，监管要求高。该仪器的使用方法、注意事项、应用场景、引进规范等目前尚没有统一标准，存在乱用风险。

科学应对近视意识仍需强化。“根据国家卫生健康委发布的《近视防治指南（2024年版）》，框架眼镜、角膜接触镜、药物和手术都是矫正和控制近视的手段。”重庆医科大学附属第一医院眼科副主任医师万文娟说，但近视目前很难治愈或逆转，部分近视患者出现短暂近视度数减少，与加强户外活动、采用医疗手段有关，可能被公众认为是“假性近视”，但若后期近距离用眼强度增加，度数仍会增长。

共筑护眼光明未来

针对近视防治乱象，多位受访基层干部和专家建议，仍需从加强监管、明确标准、提升科学应对意识等多个层面完善相关举措。

加强青少年近视防控市场监管，落实各方主体责任。记者从重庆市市场监督管理局了解到，市场监管局负责打击虚假宣传和欺骗消费者等，但多为“接到举报再去查处”，建议完善全链条监管体系。例如事前，强化相关机构和人员的资质审查，及时通报质量不过关的眼视光产品和医疗器械；事中严厉打击不规范营销和违规经营行为，形成监管震慑力；事后加快畅通投诉举报渠道，尽力将风险降到最低。

家校联动推进青少年近视科学防控。万文娟说，户外活动是最有效的护眼方法，学校和家庭均承担学生安全责任，应切实保障学生户外活动时间。

加大健康科普力度，推广科学用眼方法。多位受访专家建议，学生学习时应坚持保护视力的原则，严格把控照明灯光的色温、亮度等，避免“光污染”损害眼健康。诸如此类近视防控知识，应多层次、多角度进行宣传，充分发挥网络、新媒体等平台的宣传优势，让科普“跑赢”虚假宣传，让更多家长学会有效识别近视矫正服务，为孩子们视力健康保驾护航。

（新华社发）



东林二小的学生们在爱眼知识课上测视力。日前，浙江省湖州市吴兴区东林镇卫生院联合东林二小开展“关注普遍的眼健康”校园爱眼日主题活动。

新华社发

广交会上的这些“首次”传递哪些信号？

●新华社记者 詹奕嘉 丁乐

4000多家企业首次参展、首次设立储能专区、首次推出虚拟数字人……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，正在举行的第136届广交会持续上“新”。

这些“首次”传递什么信号？记者近日在广交会展馆探寻答案。

4000多家企业首次参展，创造外贸新增量

首次参加广交会的广州三晶电气股份有限公司，带来20多款产品，提供定制化工业自动化产品与解决方案，新品率达三分之一。

“细分市场机会不小、空间够大，我们特别看好中东、非洲等新兴市场。”该公司工业自动化事业部总经理陈秋蒙说，“希望用好广交会平台，精准对接需求，进一步打开发展空间。”

第136届广交会线下参展企业超3万家，新参展企业近4600家，既覆盖电子、能源等传统优势品类，还有跨境电商、海外仓等新业态。

首次参展的京东物流迎来不少客商咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝键介绍，公司在全球有近100个保税仓、直邮仓和海外仓，总面积近100万平方米，希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海，为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

这些“新鲜血液”既代表中国制造的新力量，又是中国外贸的生力军。

“我们面向省内特色优势产业，把展位重点投向制造业企业，支持有订单潜力的新锐企业参展，特别是高新技术、专精特新、单项冠军等先进制造和科创产业企业。”广东交易团负责人说，此次交易团新参展企业超过400家。

广交会的“新面孔”还有青睐中国市场的外资企业。开设跨境电商讲堂、“一对一”顾问提供选品和物流方案……美国电商企业亚马逊为首次参展做足了准备。

“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商，他们出海意愿

强，我们提供出口服务，刚好契合彼此的需求。”亚马逊中国副总裁邱胜说，“我们希望和更多卖家、服务商协同创新，探寻更新的业务模式，寻找更好的创新产品，满足不同市场的新需求。”

首次设立储能专区，带来绿色新动能

共享型氢能自行车、微型制氢一体机、低压固态储氢装置……永安行科技股份有限公司展位摆满了各式氢能产品。

“绿色清洁能源颇受海外消费者青睐，我们希望让大家近距离感受氢科技给生活带来的便捷，进一步了解市场上丰富的氢能应用场景。”该公司相关负责人说，企业的氢能共享自行车项目已在国内多个城市推广，氢能产品远销欧洲、美洲和东南亚地区。

绿色化是国际贸易发展的重要趋势之一。广交会积极顺应这一趋势，丰富绿色能源展览题材，首次在新能源专区增加氢能新题材，新设储能产品专区，共吸引新能源参展企业110多家。

据商务部展前调研，本届广交会参展企业中55.9%的企业在绿色低碳领域拥有外观、实用、发明等专利，各类企业现场展示绿色低碳产品将超过104万件。

在深圳市华思旭科技有限公司的展位，寿命可达5年以上的重卡启停锂电池吸引了不少采购商的目光。

华思旭销售经理陈润秋介绍，企业2013年第一次参展时靠两款锂电产品接到外商订单掘到“第一桶金”，今年多款新能源产品受到新老客户欢迎，预计出口额可达12亿元，比去年增长近一倍。

国内外对清洁能源和节能环保的重视度不断提升，中国企业敏锐感知新趋势，推陈出新，满足需求。广东高而美制冷设备有限公司相关负责人杜伟说：“公司主推空气能热泵，朝节能、环保、高效、智能等方向创新研发，不仅在传统的供暖、空调、生活热水等领域有丰富应用，

还开始扩展到储能等领域。”

虚拟人首次亮相，数智化产品成为新亮点

“大家好，我是广交会数字人小惠……”在广交会对外宣传短视频中，虚拟数字人首次亮相，化身一位数字女主播来播报论坛信息、活动资讯等内容。按“她”的介绍指引，展客双方可用手机访问线上平台，实现线上线下统一认证、一键查找商品、规划采购行程等。

“试着用了一下这个App，可以进行中英文翻译、扫码交换名片、添加洽谈笔记，让我们线下参展又多了一个得力助手。”来自湖北黄石的一位参展商说。

“双线融合”、大力提升线上平台效能是近年来广交会致力改革的方向。本届广交会上平台共优化18项功能，全新推出广交会App。目前已有约4.8万家企业上传展品约375万件，企业数和展品数分别比上届增长60%和50%，均创历史新高。

国际贸易不断加快的数字化进程，不仅体现在“数字广交”这一办展模式上，更体现在参展企业的诸多智能产品及其背后的数字化制造上。

商务部中国对外贸易中心主任储士家介绍，本届广交会现场展示数字化智能产品39万件，较上届增长300%。一批人形机器人、智能设备、无人驾驶产品等首次亮相。

打招呼、握手、比心，甚至跳舞蹈、打太极……深圳市优必选科技股份有限公司的人形机器人吸睛无数。公司相关负责人介绍，历经十多年研发，公司开发了“上得厅堂下得厨房”的家庭清洁机器人、“大力士”工厂搬运机器人等应用在不同场景的各类产品，目前出口到美国、加拿大、意大利、法国等50多个国家和地区。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密认为，透过广交会，可以看到先进制造不仅强化产品的“高质量”，还展现出流程的“智能、高效和绿色低碳”，更能感知到中国贸易新动能加速释放。

（新华社广州10月17日电）