

因疫情原因,全球线下零售大受影响,这为全球电商和中国跨境电商带来了新机遇

# 跨境电商释放巨大外贸潜力

## 阅读提示

在复杂严峻的外贸形势下,跨境电商展现出强劲的韧性与活力。物流时效曾是跨境电商的一大痛点,而随着跨境电商海外仓的快速发展,越来越多海外消费者能够体验到来自中国品牌的稳定服务,也更愿意为中国产品买单。

本报记者 李国

10月以来,“中国取暖设备火到欧洲”的话题屡登热搜,而据海关总署数据显示,7月份,欧盟27国进口中国电热毯就高达129万条,环比增长近150%。

近日,我国前三季度外贸数据发布:进出口总值31.11万亿元,同比增长9.9%。货物和服务净出口对经济增长贡献率为32.0%,拉动GDP增长1.0个百分点。在复杂严峻的外贸形势下,跨境电商展现出强劲的韧性与活力。

### 跨境电商“一路高歌”

11月6日,在位于重庆两江新区保税区的唯品会跨境电商西南中心仓,一件件货物正打包完毕,整齐码在置物架上,等待装车运送到全国各地。

“现在我们的日均单量有1.2万单。”重庆唯品会供应链管理有限公司负责人王波告诉记者,唯品会西南中心仓进口产品以美妆为主,主要来自日韩、欧洲等地。

“得益于今年中欧班列增仓的情况,运输产品量更多,销售情况也可观,今年我们会提前完成目标!”重庆瑞美士电子商务有限公司总经理陶莉说。这家公司去年3月落户两江新区,主营百货、家电及木材产品,主要出口欧洲。今年计划出口贸易额10亿元,目前已完成90%。

记者从保税港区集团了解到,为了给消费者营造全新的进口商品购物体验,两路果园港综保区提前进入“火力全开”模式,全力备战“双十一”,各类海淘货物蓄势待发。截至目前,两路果园港综保区内的“双十一”平台商家备货量342万余件,预计整体备货量400万件。

“目前不管什么品类的电热毯,只要到了欧洲就是抢手货。”山东启原纳米科技有限公司销售负责人李超说,7月以来,厂内订单档

期爆满,有些订单实在是要得急,赶不完工期只能放弃了。

中国家用电器协会的一份分析报告显示,2022年以来,我国对欧洲空调、电暖器、电热毯等家电产品出口呈增长态势,其中电热毯以97%的增速引领其他品类。

中国对外贸易中心集团有限公司副总裁徐兵称,跨境电商作为中国发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的外贸新业态,已经成为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手。天眼查数据显示,目前我国有跨境电商相关企业1.4万余家,其中2022年1-9月新增注册企业2,900余家,58.2%的跨境电商相关企业成立于1-5年内。

广东咨询公司iiMedia预计,中国电商出口额将从2021年的2万亿元人民币,增长到2024年的3万亿元人民币。

### 创新开拓外贸新蓝海

作为天猫国际的创始团队成员之一,董臻贞曾一手搭建起天猫国际的全球供给体系。成立9年来,天猫国际形成了直购、平台、直营三大进口模式,这是为顺应消费需求变化而进行的业务策略的升级。

“今年,我们内部有一个重大的组织升级,海外直购BU与天猫国际BU正式融合,直购、平台、自营三大进口模式将深度协同,发挥各自优势形成合力。”董臻贞说。

今年双十一将至,除阿里巴巴上天猫国际外,亚马逊开通海外商品直邮中国业务,

京东推出海外购等,各大平台、物流、支付等环节的创新,进一步开拓了外贸领域新蓝海。

传统外贸近年来受到冲击,跨境电商却发挥独特优势,释放巨大潜力,成为中国西部地区与东盟国家双向贸易合作的重要渠道。

作为重庆数字贸易产业服务领军企业,大龙网集团2016年率先在行业内提出“两国双园”创新模式,并持续深耕,以“四大赋能”为着力点,通过国内国际联动进行布局。该集团创始人、董事长冯剑峰告诉记者,2021年,大龙网平台流水达到1000亿元。

“跨境电商是企业服务于市场的工具,工具好企业自然要用。”重庆虹龙科技有限公司常务副总冯兴伟说,企业摩托车产品覆盖50多个国家和地区。而西部陆海新通道、“一带一路”倡议、《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等政策利好,为企业拓宽海外掘金路。

商务部数据显示,目前我国跨境电商综试区达到132个,基本覆盖全国;海外仓数量超过2000个,面积超过1600万平方米;此外,我国还与五大洲23个国家建立了双边电子商务合作机制。

### 力促行业高质量发展

10月31日,中新(重庆)跨境电商产业园正式启动运营。园区计划在未来五年,引进100家跨境电商出口和服务企业,孵化400家初创企业,总出口额将超过160亿元。作为首批入驻的企业,重庆伍加柒贸易有限公司

总经理姚建表示:“我们更加有底气做好、做大、做强实体产业。”

据了解,跨境电商产业生态圈培育步伐日益加快,各地积极复制推广近70项成熟经验做法。国际影响力不断提升,2021年各综合试验区累计开展国内国际交流合作超过2000次。标准化建设持续推进,各综合试验区已累计制定41项国家、行业标准。

《“十四五”电子商务发展规划》在推进跨境电商综试区建设方面提出,完善政策体系,优化发展环境,创新产业公共服务,探索跨境电商全流程创新等举措。

目前,我国综合试验区探索形成了以“六体系两平台”为核心的制度框架。通过信息共享、金融服务、智能物流、电商诚信、统计监测、风险防控等监管和服务的“六体系”,以及跨境电商线上线上综合服务和线下产业园区“两平台”,量身定制了近百项支持政策,初步建立起适应跨境电商发展的政策框架。

“要确保已出台的稳外贸政策尽快落地见效,支持外贸企业保生产保履约,畅通外贸企业抓订单渠道,培育外贸新业态新模式和新增增长点。”商务部研究院对外贸易研究所副研究员刘建颖如是说。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员莫远明坦言,物流时效曾是跨境电商的一大痛点,而随着跨境电商海外仓的快速发展,越来越多海外消费者能够体验到来自中国品牌的稳定服务,也更愿意为中国产品买单。在国际消费城市培育建设背景下,还应加强顶层设计,加快物流体系建设,推进大数据与实体经济深度融合。

不少跨境电商从业者已亲身体会了这种转变。过去,企业产品抵达海外用户平均时效为15-20天,入驻海外仓后,提升到了5天以内。重庆跨境电商艺真集团负责人陈林海说,“不可思议,这么快就到了!甚至留言说2天、3天到货的客户也有,商品评论区马上变了样。”

## 市场观潮

本报记者 赵昂

近年来,儿童家居定制的市场需求不断增加。天眼查数据显示,我国现有4900余家儿童家居定制企业,去年新增注册企业360余家,年度注册增速为8.4%。

儿童家居定制行业在这几年崛起,一方面是随着收入水平的提高,家长们希望给儿童定制更加符合其使用需求和实际喜好的家居,另一方面的原因则是,随着多孩家庭比例的增加,传统家居设计难以满足需求,定制服务随之出现。

仔细走访儿童家居市场可以发现,相当一部分家居产品是针对多孩设计,或者是为准备要多孩的家庭而设计。这些家居产品,尽可能将多张床或桌子和桌子设计到一起,融合存储功能,向上“要空间”,以减少实际占地面积,并在设计上尽可能与已有卧室相匹配。

毕竟,多孩家庭的具体情况各异,孩子们的年龄和性别不同,已有卧室大小和结构也不同,更为关键的是,孩子正在长大中,不同年龄段需求也在变化。在这样的情况下,制式家居难以满足所需,这时候,有针对性的个性化设计就很有必要。

但是不可否认的是,许多儿童定制家居,其实是在弥补原有装修设计模式和户型设计的不足。传统的装修设计模式中,很多模板是偏重于单一家庭的,比如客厅内多设计为“沙发茶几+电视”,但没有预留多名儿童共同学习和游戏的空间,空调位置的设计有时并没有考虑上下铺或上床下桌的空间。户型设计亦然,比如,过去许多三居室的设计,卧室是“一大一中一小”,小卧室是留给保姆、客人或者用于书房、游戏房,面积小乘积,如果是两个孩子的话,两个次卧室的面积大小或采光就有必要相对一致。

换言之,儿童定制家居行业起飞的背后,其实还有更多有待开拓的市场。装修服务商和房地产开发商需要意识到,原有的模板已经不适合多孩家庭的需求,而多孩作为一个未来的家庭选项,暂时一孩和无孩的家庭,有时也会在购房和装修时,考虑预留多孩空间。这就需要相关企业及时调整设计模式,以适应新的市场需求。对于装修企业而言,自然也就包括了如何将旧有家装改造造成适合多孩的新需求。

不过,新房毕竟是少数,家装和家居市场上仍以存量房为主要市场,儿童家居设计仍有较大的成长空间。事实上,多孩政策实施刚刚数年,现在多孩家庭中的孩子,大多为儿童,而等这一年龄段儿童集体步入青少年时期,对于定制家居和家装的需求自然又有新变化,企业应当早调研早布局。毕竟,孩子长大,是很快的。

# 儿童定制家居背后还有待开拓市场

## 跨海新纪录

### 宁波舟山港六横公路大桥二期开工建设

本报讯(记者 刘静 通讯员 刘才坤 曹建强)11月2日,宁波舟山港六横公路大桥二期工程开工,标志着这项世界级跨海大桥工程建设进入全面开工建设阶段。

该项目由中国铁建大桥局、中国铁建港航局联合承建,项目途经六横、佛渡和梅山3座独立岛屿,线路全长18.78公里,按照双向四车道高速公路标准建设。

作为大型跨海连岛工程,该项目由多座桥梁及连接线构成,其中双屿门特大桥是世界最大跨度单跨吊箱梁悬索桥,同时也是中国最大跨度跨海桥梁,一举将中国跨海桥梁最大跨度刷新至1768米,大桥索塔采用门形型钢混凝土桥塔,塔高246.3米、254米;青龙门特大桥是世界跨度最大的三塔型钢梁斜拉桥,双主跨756米跨越青龙门航道,主塔为钻石型钢混凝土塔,塔高均为249米。

据悉,宁波舟山港六横公路大桥二期工程是连通宁波到舟山六横岛的唯一通道,是落实“一带一路”和“长江经济带”国家战略的重要举措,将有力促进国家海洋经济发展示范区和国家级新区建设,进一步改善舟山南翼群岛的对外交通条件,优化浙江舟山群岛新区的空间布局,打造现代海洋产业基地,实现六横岛、佛渡岛、梅山岛三岛港区、产业等联动发展。

## 隆基绿能积极推进清洁能源清洁造

本报讯(记者 蔺茜)在第五届中国国际进口博览会上,隆基绿能的全新一代光伏组件产品——Hi-MO 6正式亮相。Hi-MO 6产品是隆基绿能基于高效HPBC电池技术打造的新一代产品,也是面向全球分布式用户“量身定制”的首款专属组件。

HPBC是复合钝化背接触电池的简称,是以电池正面无栅线为特点的新一代高效电池技术,也是PERC时代后的颠覆性电池技术。据了解,隆基绿能HPBC电池的标准版量产效率突破25%,叠加了氢钝化技术的PRO版,效率可以超过25.3%。该技术通过电池内部结构工艺调整,可大幅提升电池的光线吸收和光电转换能力,有效增加组件输出功率。

2018年,隆基绿能就提出了“Solar for Solar”理念,即以清洁能源制造清洁能源,在为全球创造低成本清洁能源的同时,践行绿色低碳的生产制造理念,让光伏产业真正成为全球清洁能源的“放大器”和“搬运工”。2020年,隆基绿能陆续加入RE100、EP100、EV100和科学碳目标,成为唯一一家同时加入四项国际倡议的中国企业。隆基绿能承诺,2028年实现全球生产运营所需电力100%使用可再生能源。2021年10月,隆基绿能宣布,2022年将投产生产基地打造为隆基绿能首个“零碳工厂”。2023年至2021年底,隆基绿能累计生产的光伏产品超过205GW,相当于9个三峡电站的装机量。

作为光伏企业代表,隆基绿能党委书记、副总裁李文学11月5日在第五届虹桥国际经济论坛“践行全球发展倡议 建设世界一流企业”论坛线上表示,实现碳达峰、碳中和不是单一企业行为,头部企业有义务推动供应链减碳乃至去碳。因此,隆基绿能在2022年发布了“供应链绿色伙伴赋能计划”,积极响应国家“双碳”目标要求,携手合作伙伴持续推进节能减排目标。

## 中车长客开创“海外4S店”新模式

本报讯(记者 柳姗姗 彭冰 通讯员 解绍赫)近日,中车长客股份公司负责实施的沙特麦加地铁高级修项目首列车,在阿拉法特车辆段顺利下线。

沙特麦加地铁于2010年开通,是世界上编组最长的地铁车。该列车是中车长客为沙特麦加量身定制的A型铝合金宽车体地铁车,采用12辆超长编组,单列载客量达4956人。自车辆开通运营以来,累计安全运送乘客达2000多万人次,极大地缓解了公路交通拥堵问题,赢得了沙特业主和民众的广泛赞誉。

2021年,中车长客中标沙特麦加地铁高级修项目。为满足沙方业主本地化保养的要求,中车长客将“4S店”开到用户门口,联合多方积极开展本地化建设。项目团队统筹谋划,从检修方案、物资供应、人力资源等多个方面入手,采取强项目制管理方式,在保证线路正常运营情况下,完成了对阿拉法特车辆段设施的升级改造,实现了转向架、牵引、制动、车门、空调等多个系统的本地化自主高级修,实现了境外高级修项目“零”的突破。按照计划,麦加地铁全部车辆高级修将于2024年底完成。

据了解,中车长客的海外市场,尤其在美国、澳大利亚、以色列等高端市场不断取得新突破。在海外开设轨道列车“4S店”,是中国轨道交通售后服务走出去的又一创新之举。优质的产品和服务,使越来越多海外用户选择中车长客,共同探索海外合作共赢新模式,也为中国轨道交通走向世界提供新思路。



“双十一”预售时间提前 综保区跨境电商出货忙

11月5日,安徽省合肥市综合保税区一家保税自营仓内,机器运转不停歇,工作人员各司其职,迅速进行理货上架、接单分拣、装车配送。今年“双十一”各大电商平台预售时间提前,作为安徽省首个入驻合肥保税区的保税自营仓,搭建起电商企业、物流仓储、供应链服务平台,提升跨境商品报关、仓储和配送能力。

张敬摄/人民图片

# 企服平台如何突破成长瓶颈?

本报记者 杨冉冉

猪八戒股份有限公司不久前向港交所递交招股书,拟在香港IPO上市。这家成立16年的老牌公司,是国内最早的一批独角兽企业之一,在几经波折之后终于迈出了上市的关键一步。

猪八戒被业内人士称为“企服界淘宝”,其自我定位是“中国最大的综合型定制化企业服务电商平台”。从财务数据看,2019年~2021年,猪八戒营收虽然每年保持增长,但净利润始终为负。

搭着中小企业数量高速增长的快车,企业服务市场被业内认为是下一个万亿级市场。但看似繁荣的市场前景之下,如猪八戒等一众参与布局的企业似乎还没找到持续稳定的“造血”业务。

### 百花齐放

21世纪初,有一群人叫做“威客”,指的是从事设计、程序开发等柔性工作的人。成立于2006年的猪八戒正是以“威客”模式起家,雇主在平台上发布需求,附上悬赏金,服务商及个人与雇主完成交易,猪八戒扮演的是中间牵线搭桥的角色,撮合企业雇主与服

务商产生交易。

后来几经发展,猪八戒在自营的企业服务品牌上发力,给企业办理商标注册、报税记账等业务。目前猪八戒的用户规模仍在增长。据招股书披露,截至2022年6月30日,猪八戒拥有的累计注册用户数量达3240万名。过去两年,猪八戒服务的雇主数分别为24万名、30.8万名,提供服务数分别为166万次、294万次。根据艾瑞咨询报告,以2021年GMV计,猪八戒股份在中国综合型定制化企业服务电商市场排名第一。

猪八戒的发展历程,正是中国企业服务市场发展的一个缩影。管理咨询公司科尔尼发布的《中国企业服务市场白皮书》指出,目前中国企业服务市场竞争格局高度分散,百花齐放。天眼查数据显示,目前我国有企业服务相关企业1880万余家,其中今年1-10月新增注册企业375.7万余家,月平均增速达33.1%。

据网络社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾介绍,企业服务行业玩家众多,除了头部平台“猪八戒”外,还有“一品威客”,时间财富网、威客中国、牛片网、K68、众人帮、云创平台、猎标志等平台。

### 市场可期

中国庞大的中小企业数量,孕育出极具

潜力的企业服务需求。同时,中国寻求灵活就业安排的专业人才的数量近年快速提升,也为企业服务的供给带来新的活力。有报告显示,2021年中国灵活就业人员已达成2亿人。

根据艾瑞咨询报告,2021年中国定制化企业服务电商市场规模为4280亿元,2017年至2021年复合增长率为38.2%;预计到2026年该市场企业服务规模将增至13100亿元,2021年至2026年复合增长率为25.1%。

2015年被称为企业服务的投资元年,作为产业互联网重要的组成部分,一度成为资本青睐的风口。此后数年间,各大互联网巨头纷纷开始了企业服务赛道的长线布局。2020年疫情暴发后,各行各业数字化转型提速,企业服务赛道从此进入发展快车道。

以猪八戒为例,得益于行业的迅速发展,2019-2021年,猪八戒营业收入分别为7.17亿元、7.57亿元、7.68亿元,其毛利率分别为54.2%、63.7%和60.7%。然而猪八戒仍未摆脱亏损的局面。2019-2022年上半年,三年半累计亏损10.4亿元。

这种矛盾的背后,反映出如猪八戒等众多参与布局的企业似乎还没找到持续稳定的“造血”业务。

### 破局不易

虽然市场需求庞大,但要想做好这门生意并不容易。与业内专家认为,中小企业是一个非常庞大的客户群体,然而中小企业往往由于自身需求的变化以及有限的预算,无法为企业服务商带来稳定的持续收入。同时,由于中介服务商门槛并不高,随着企业市场规模扩大,各个服务品类出现了大量服务商,形成了激烈的竞争关系。

这也导致一些企业开始选择离场。时代数据发布的“创业公司倒闭名录”显示,从公司所属行业来看,2021年关闭最多的是企业服务类公司,有103家。

此外,“威客”模式因产品的非标准化,面临交易过程易出现纠纷、交易质量缺乏保障,知识产权保护难等问题。据网络消费纠纷调解平台“电诉宝”显示,“猪八戒”“一品威客”因网络欺诈、退款问题、虚假宣传、霸王条款、售后困难等多次被用户投诉。

企业服务市场有一个很大的特点,就是求精不求快,企服玩家们需要在核心业务上“精耕细作”。同时,在当前数字化转型浪潮之下,企服企业如何加速技术升级,扩展新市场,适应新的数字化转型需求,成为在未来竞争破局的关键。