

跨境电商,少不了海外仓

□ 本报记者 吴力

商务部部长王文涛近日在谈及2021年稳外贸举措时表示,要扩大海外仓规模。目前,中国海外仓建设正加快推进。1月4日,商务部择优遴选了7家优秀海外仓实践案例,发布首批优秀海外仓实践案例好经验好做法。数据显示,目前海外仓数量超1800个,服务范围覆盖全球,成为支撑跨境电商发展、拓展国际市场的新型外贸基础设施。

海外仓迅速发展

36座海外仓,面积近70万平方米……纵腾集团作为中国跨境电商行业最早在全球开设海外仓的公司之一,

已在主要发达国家形成了网络化的海外仓布局,为服务海外消费者和中国出口商搭建起高效的中转站。

豪雅集团则从传统外贸转型而来,在海外建立了19个仓储和营销中心,自营海外仓面积达40万平方米,开展跨境电商业务,形成了中国采购、运营和海外仓储存、发货的高效模式。

近年来,国家高度重视贸易新业态新模式发展。在国务院的政策文件中,2014年发布的《关于支持外贸稳定增长的若干意见》就提出建设海外仓等国际营销网络,2016年政府工作报告明确提出支持企业建设一批出口产品海外仓。今年以来,支持海外仓建设更是作为稳外贸等重要举措之一,频频出现在相关政策文件中。

在利好政策促进下,加上跨境电商蓬

勃发展,海外仓作为新型外贸基础设施发展得如火如荼。尤其是2020年,受新冠肺炎疫情影响,全球各国政府和消费者对跨境电商的接受度日益增加,中国跨境电商出口规模快速扩大,企业在全世界扩大海外仓布局动作不断。

商务部研究院信用所副所长王惠敏在接受国际商报记者采访时表示,疫情防控期间,国际航班锐减,国际航空运力不足,跨境电商直购模式也受到严重阻碍,而跨境电商与海外仓的有机结合能很好地解决这一问题,推动跨境电商爆发式发展。

据统计,2020年,中国海外仓数量已达1800多个,分布在俄罗斯、日本、韩国和欧美、东南亚、中东等国家和地区。在商务部发布的7家首批优秀海外仓实践案例中,海外仓大致分为第三方海外仓、平台型海外仓、成长型海外仓三类。

加速助力稳外贸

承运货物量7000吨,同比增长34%;
承运货物额14亿元,同比增长40%;新增

客户4138个,同比增长27%……这是艾姆勒海外仓储(深圳)有限责任公司2020年在俄罗斯电商市场创下的业绩。

该公司总经理张文廷表示,公司是一家专注于俄罗斯电商市场的第三方供应链服务商,海外仓的设立不仅可以为消费者提供更好的体验和更高效的服务,还可以加速出口企业数字化转型,提供更多增值服务。

近年来,海外仓规模日益扩大,服务功能不断延伸,在推动外贸发展中发挥着愈加重要的作用。

王惠敏表示,海外仓对跨境电商发展和稳外贸有着重要作用,其优势主要体现在四个方面:一是海外仓可以提前备货,缓解国际物流不畅造成的供货压力;二是与空运相比,海外仓的集中运输模式突破了商品重量、体积和性质的限制,丰富了跨境电商商品品类;三是跨境电商零售货物集中运输到海外仓,可比跨境电商直购模式降低30%~50%的物流成本;四是海外仓有效解决了跨境电商的退换货难题,提升了消费者的购物体验。

“2020年我们的经营业绩比2019年

翻了一番。”豪雅集团常务副总裁蔡井泉告诉国际商报记者,海外仓的建成让中国企业生产的产品直面海外消费者,可以降低物流成本,提升配送效率,可以让线上产品和品牌实现实体展示和体验,可以支撑售后服务,有利于企业产品出口。“现在海外仓备货模式正逐渐成为大中型跨境电商企业的‘标配’。”

业内人士认为,海外仓的建成让产品和消费者直接连接,不仅对提升生产端供给水平有重要作用,而且可以逐步改变传统由采购商、大型商超、品牌商等走向市场的贸易生态,进一步提升国际贸易水平。

海外仓:只有仓储还不够

□ 本报记者 吴力

2020年,受全球新冠肺炎疫情冲击,线下开拓市场受阻,跨境电商和海外仓等新业态新模式迎来难得的发展契机。众多海外仓企业在加速建仓的同时也加快了升级发展的步伐。

创新中加速升级

豪雅集团是一家平台型海外仓,然而在10年前,该企业还只是众多外贸企业中的一员,主营的日用小商品单价大多在0.5元~3元,货值低,利润薄,抗风险能力弱,与客户的议价能力也较弱。

“现在我们在欧美市场销售20余个品类15000多种产品,自主品牌销售占比在90%以上,日均订单量超3万单。”豪雅集团常务副总裁蔡井泉告诉国际商报记者,实现这一转变的根本是转型和创新。2008年全球金融危机袭来,传统出口

遇冷,豪雅集团抓住互联网发展机遇,在欧美设立40万平方米的海外仓,在仓储和配送功能基础上创新了产品展示、产品拍摄、转仓服务、售后服务、组货和贴标等增值服务,将海外消费者个性化需求第一时间反馈给工厂,加速推动企业业务模式和价值链地位的改变。

作为第三方海外仓优秀实践案例之一,福建纵腾网络有限公司也经历了创新发展之路。该公司副总裁李聪在接受国际商报记者采访时表示,纵腾从2008年开始建设海外仓,逐步构建起海外仓发展新生态:一是精心组织当地配送资源,提高自身专业化的仓储服务能力;二是通过数据服务让卖家的货物精准分仓,更加靠近消费者;三是建设智慧海外仓,构建五大系统,引入自动轻型物件分拣机和阁楼式货架,提高了分拣效率和仓库利用率,同时为大数据分析和供应链金融等增值服务拓展了空间。“下一步我们将为更多出口企业提供专业化定制仓储服务。”

商务部研究院信用所副所长王惠敏在接受国际商报记者采访时表示,为降低中小企业开展跨境电商的门槛,提升中小企业产品的竞争能力,海外仓企业不断创新业务模式,提升境外服务水平。从商

务部发布的首批优秀海外仓实践案例来看,海外仓发展各具特色,在服务中小外贸企业数量、带动跨境电商出口、提升专业化服务水平和发展潜力等方面均展现了较大潜能。

加力扩规模提水平

疫情给传统国际贸易带来挑战,跨境电商的竞争优势在凸显。海外仓作为新型服务形式,成为提升消费者本地化体验、提高出口产品竞争优势、打造企业自主品牌的重要手段。

商务部介绍,近年来,随着跨境电商快速发展,一批优秀海外仓脱颖而出,在信息化建设、智能化发展、多元化服务、本地化经营等方面大胆探索,先行先试,形成了一批好经验好做法,主要包括建设信息管理平台、提升智能化水平、助力提升外贸企业数字化水平、与跨境电商平台联动发展,建立“门到门”物流体系,提供一站式通关服务、创新供应链金融服务、提供合规咨询服务、拓展数据资源效用、提供高质量售后服务、定制个性化服务、坚持本土化运营等十二方面内容。

王惠敏表示,从经验做法来看,当

前海外仓正加速向四个方向发力助力外贸发展:一是加速创新步伐,提供简易加工、金融、咨询等业务,服务功能向高价值延伸;二是不断加大研发投入,提高自动化、智能化水平,运作效率和风险防控能力大大提升;三是协助外贸企业提升产品质量和培育产品品牌,提高企业盈利水平和国际竞争能力;四是与跨境电商平台紧密合作,实现信息流、商流、资金流、物流“四流合一”,推动外贸服务集成创新和外贸企业数字化转型。

对于海外仓下一步的发展,王惠敏建议:一是扩大和优化海外仓的全球布局,尤其是加强东盟、日韩、澳大利亚和新西兰等地的海外仓建设;二是推动海外仓多元化发展,打造更多专业化海外仓;三是进一步提高海外仓自动化和智能化水平;四是提高海外仓的综合服务能力。

观察

抓防疫促消费 两手都要硬

□ 本报记者 李高超

“请扫健康码”“请配合测温”……如今,这样的提示已成为众多商家的“标配”。对于广大消费者来说,商家能够严格落实疫情防控措施,确保购物环境的安全,也让大家多了一份放心。

近期,国内多地出现散发新冠肺炎疫情甚至局部聚集性疫情,防控形势严峻复杂。1月5日,商务部官网发布了《商场、超市疫情防控技术指南》等4个防控指南;商务部办公厅下发通知,要求各地商务主管部门督促指导商贸流通企业做好相关疫情防控工作。

——这是织牢织密疫情防控网的要求。

当前,多国疫情出现反弹。在国内,河北石家庄、邢台陆续新增本地新冠肺炎确诊病例。这意味着疫情防控不可有一丝放松,必须织牢织密疫情防控网,坚持“外防输入、内防反弹”,把疫情传播的风险遏制在萌芽状态。

商场、超市等商贸流通企业人流量密集,货物储存量大,人与物进出频次高,这些特征决定了它们应当是疫情防控的重点场所、重点环节。因此,在这些场所落实防疫责任,加强防疫管理,排查防疫隐患尤为重要。

商务部印发的指南特别指出,顾客不戴口罩,应拒绝其进入商场、超市,为商场、超市防疫提供了明确的操作细则,对工作人员的防疫流程作出明确要求,对商贸企业做好疫情防控提供了标准。

——这是确保节日消费市场运行活跃有序的要求。

随着春节的临近,消费市场将迎来一个重要档期。刚刚过去的元旦假期,全国消费市场运行平稳有序,供销顺畅活跃,生活必需品供应充足,这为今年的扩内需、促消费工作开了个好头。要让春节消费市场延续这种趋势,甚至出现更好的势头,确保安全是重要前提。

此前,相关部门已发布20条防控要点,其中包括商场超市、批发市场、餐饮机构等经营场所要严格落实节日疫情防控要求,目的就是进一步科学精准做好商贸领域常态化疫情防控和节日期间疫情防控工作。

一些大型商超、农贸市场、餐饮场所往往涉及冷链环节。此前一段时间,国内不少省(区、市)都在冷链中检出新冠病毒,甚至一些病例就是冷链从业者。因此,抓好抓准抓牢商贸流通企业的疫情防控工作更必不可少。

——这是践行商务为民承诺的要求。

流通消费关系到千家万户,与百姓生活紧密相连。中央经济工作会议指出,要把扩大消费同改善人民生活品质结合起来。商务部则提出,要立足扩大内需这个战略基点,顺应消费升级趋势,强化数字赋能,提高流通效率,释放消费潜力,发挥好消费对经济发展的基础性作用。

为此,商务部今年将重点锁定在提升传统消费能级、加快培育新型消费、完善消费市场体系、优化消费升级平台上。而所有的工作都必须在做好疫情防控的前提下进行。

商务为民要求我们坚持人民至上、生命至上。深入贯彻落实国务院联防联控机制要求,在积极采取措施做好防疫安全的基础上保障市场供应,满足群众节日多样化消费需求,正是践行商务为民承诺的体现。

贵州石阡: 网络直播“带火”山货

(上接1版)

除了李佳琦,村里人印象深刻的,还有去年9月份的薇娅直播带货。当时村里的加工厂提前做准备,工人们连续加班三天三夜,结果直播当天,网民两分钟就下了1.4万单,包装好的库存直接卖空了,快递单几个小时都没打完。

在李本源所在帮扶单位协调对接下,大坪村“紫孔雀”频频亮相各大平台以及各种助农公益直播活动等,大大降低了疫情给销售带来的不利影响。

据统计,去年大坪村群众采茶收入达到80万元,加上销售分红等收益,全村220户、800多名村民人均增

收近2000元。

李本源说,发展茶产业不仅鼓起了群众腰包,也壮大了村集体经济。入驻茶企每年缴纳5万元租金作为村集体经济收入,并设立了紫孔雀大坪村助农公益金中心,企业将每年茶叶销售额的3%用于大坪村公益事业及群众分红。

今年,大土坡组的贫困户吴西胜去世,大坪村以村支两委名义从助农公益金中拿出2000元,帮助其家庭渡过难关。

“通过网络直播销售扶贫产品是很好的方式,这为‘山货’打开了更多销售渠道,提高了品牌知名度,充实了群众的钱袋子。”李本源说。

多个贸易投资协定 带来开放新气象

(上接1版)

王文涛表示,未来,商务部将推动RCEP早日生效实施,加快推进中日韩自贸协定谈判,推动与海合会、以色列、挪威等自贸谈判进程,积极考虑加入全面与进步跨太平洋伙伴关系协定(CPTPP)。“要通过实施好自贸协定拉紧中国与相关国家地区利益纽带,提升多双边经贸关系水平。”

中国国际经济交流中心经济研究所研究员刘向东对国际商报记者表示,“十四五”时期,要用足用好好多双边自贸协定,推动进出口商品结构升级,培育跨境电商等贸易新业态新模式,探索以数字贸易为代表的新兴贸易体系。

王是业称,当前,中国正致力于全面推进改革开放,通过高水平对外开放促进国内改革,通过改革增强开放能力。这意味着要适度提高定位,积极对接国际高标准规则,争取商签高水平的自贸协定,从而实现高水平的对外开放。

业内人士认为,构建面向全球的高标准自贸网络,一是优化自贸区布局,同更多国家和地区开展自贸协定谈判;二是提升自贸协定水平,不断提高货物贸易自由化便利化水平,推进高标准服务投资负面清单谈判,积极参与新议题谈判;三是用好自贸协定成果,做好自贸协定推广与实施,进一步提高自贸协定利用率,帮助企业用足用好相关优惠政策。