

热点观察

# 跨境电商转型提升还须迈过这些坎

□ 本报记者 孟妮

2019-2020年,欧美及亚太地区主要国家的电商整体零售额经历了15%以上的高速增长。其中,女装、男装、鞋履、电脑与手机等品类不同程度的受益于线上红利。随着消费行为的转变,这些品类机会将在疫情后得到延续。

近日,德勤和谷歌共同发布的《2021年中国跨境电商发展报告》显示,2020年,在疫情的影响下,消费者大规模转向线上消费,刺激了全球电商零售行业的快速发展。

“相较于其他国家,中国跨境电商企业在政策、供应链、人才方面享有天时地利人和的独特优势。疫情影响之下,跨境电商更是成为中国推动外贸转型升级、巩固双循环的重要突破口,利好政策也接连出台。同时,中国跨境电商品牌在长期的发展与竞争中逐步打造了供应链体系,柔性制造、丰富的产品线、过硬的产品质量成为中国跨境电商的核心竞争力。”德勤TMT行业主管合伙人林国恩如是说。

统计数据显示,2020年,尽管受疫情影响,中国跨境电商进出口仍呈现爆发式增长。其中,出口同比增长超过40%,

成为稳外贸的重要力量;跨境电商零售进口的规模突破1000亿元。

报告认为,得益于国家对于跨境电商的持续鼓励政策、中国强大的供应链基础及丰富的人才资源,许多跨境电商企业已经初具规模,积累了较强的产品、供应链能力及一定的独立站运营经验,但用户粘性有限、利润承压等正逐渐成为制约部分企业进一步发展的拦路石。为了实现可持续发展,企业不仅需要产品、用户层面不断增强企业实力,还需要在品牌建设方面持续发力,以支持企业跨越发展瓶颈。

该报告聚焦新常态下跨境电商品牌化运营及品牌大站的打造,研判疫情前后线上消费行为心理的变化及跨境电商的最佳实践案例,助力企业实现品牌化转型,开启跨境电商的新篇章。

通过对包括外贸工厂、平台卖家、流量导向独立站、渠道品牌导向独立站、产品品牌导向独立站和国内品牌出海在内的六种类型的中国跨境电商企业进行详细梳理后,报告总结出跨境电商企业在转型升级发展过程中面临的来自产品、用

户、品牌三方面的困惑点及关注点。

用户方面,尽管部分中国跨境电商已经开始意识到用户行为数字化的重要性,但很多企业并未实现对用户需求的深度、持续挖掘并用于改善业务;在经营过程中,仍以单一的GMV指标来指导运营,未能建立全面展示消费者画像及全动态路径的指标体系,且无法利用该类数据有效驱动营销推广、产品研发、用户全生命周期管理等业务优化,发展中迫切需要提升用户体验和复购率。

产品方面,背靠中国强大的供应链体系,中国跨境电商往往拥有较强的生产能力,但是在产品开发层面依然有提升的空间。一方面,以流量导向型为代表的部分企业,在前期没有良好的产品能力积累,供应链、自有设计能力等仍需要一段时间打造。另一方面,中国跨境电商的通病是产品开发时无法精准满足海外消费者的需求,难以基于其痛点及偏好针对性地开展产品研发及上新规划。

品牌方面,国外消费者更加看重品牌带来的精神价值,而中国跨境电商的品牌建设仍停留在初级阶段,品牌价值

观的塑造及传递对于大多数跨境电商而言仍是较大的挑战。例如,如何讲述好一个能够引发海外消费者共鸣的品牌故事,并因此与消费者建立情感联结。此外,中国跨境电商品牌更加注重产品层面的效果营销,往往忽视了精神层面的营销,难以占领消费者心智。如何平衡产品广告及品牌广告的投入,做到不仅仅关注短期投入及效果,也注重平衡中长期投入与收益,是中国跨境电商品牌可持续发展需要迫切思考的问题。

此外,人才是推动跨境电商发展的关键要素。在林国恩看来,“大学生红利”使得人才供给可以充分满足国内跨境电商由制造业迈向品牌化建设转变过程中对人才的需求,高速发展的国内电商企业也可向跨境电商品牌输送先进的发展理念和经验丰富的专业人才。

中国是世界按摩保健器具制造和出口大国,凭借长久的行业沉淀和持续的产品创新,中国按摩保健器具顶住疫情压力,紧抓“宅经济”和生活健康化需求机遇,在逆境中实现了贸易规模和国际市场份额的不断提升。

来自中国医药保健品进出口商会的数据显示,2020年,中国按摩保健器具共出口至200个国家和地区,实现出口额43.49亿美元,同比增长42.59%,增速同比提高26.19个百分点;出口数量同比增长31.71%;出口价格同比增长36.29%。“全行业出口实现了量价齐升的良好态势,并均创历史新高。”医保商会按摩保健器具

## 中国按摩保健器具出口优势不断稳固

□ 本报记者 汤莉

分会秘书长陈婧婧分析,作为中国医疗保健行业出口的传统优势产品,按摩保健器具产品结构持续优化,自去年第二季度以来,出口在止跌回稳后反弹向好,出口优势不断稳固。

分市场看,美国、德国、韩国、日本和英国等发达市场对中国按摩保健器具的需求强劲。

数据显示,2020年,亚洲继续保持中国按摩保健器具第一大出口市场地位,出口额14.8亿美元,同比增长23.6%。对第二大出口市场的北美增势较快,出口额14.41亿美元,同比增长57.23%;出口数量增长39.48%;出口价格增长超过74%,各项指标增速均高于行业整体水平。欧洲是第三大出口市场,出口额12.18亿美元,同比增长54.14%。

同时,出口市场也呈现高度集中的特征,前十大市场出口金额合计达33.08亿美元,占比超过76%,且前十大出口目的地的出口金额均呈现正增长。其中,对英国的出口额涨幅最大,同比增长83.54%;对英国和韩国的出口价格涨幅均超过80%;对英国出口数量涨幅也超过70%。美国是中国按摩器具第一大出口目的地,出口额达13.13亿美元,同比增长56.2%,中美贸易摩擦也未波及相关出口,按摩椅等产品需求受“宅经济”拉动快速释放。

2020年,中国共有30个省市出口按摩保健器具,前十个出口省市出口额均实现大幅增长,其中江西、安徽涨幅均达3位数。浙江超过广东成为中国按摩器具出口第一大省,出口额12.05亿美元,同比增长49.84%。

行业的高质量发展特征正不断显现。据陈婧婧介绍,近年来,行业企业持续加码技术创新,深耕产品“吸引力”,顺应5G时代带来的智能消费升级趋势,不断增加人工智能、健康管理及时尚元素等产品特色,按摩机器人、4D按摩椅、筋膜枪、足浴盆等新产品不断涌现。

陈婧婧同时提醒,在行业发展向好、传统家电品牌相继入局加剧竞争的背景下,一方面,传统优质企业要充分发挥自身多年积累的质量、品牌、服务等优势,更好地发挥引领作用;另一方面,行业应携手做大蛋糕,使新品牌、新模式的加入符合行业发展规范。商会也会牵头倡导行业自律,夯实行业标准体系建设,尤其是筋膜枪、眼部按摩器、蒸汽足浴盆等新兴产品的行业标准,从源头管控产品质量,规范市场行为,提高竞争门槛,促进行业健康、快速、有序发展。

## 开放高地再创新

聚焦医疗对外开放

# 博鳌乐城先行区取得新突破

□ 严钰景

首个利用乐城真实世界数据获批注册的治疗肺癌特效进口药国内上市;总建筑面积近3万平方米的国际创新药械交流转换中心竣工即将投入使用;与伦敦国王学院医院签署合作协议共建亚洲首个独立运营肝脏中心……

今年以来,海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区充分发挥国家赋予的特殊政策,结合海南自由贸易港建设制度集成创新,取得多个新突破,不断推动国际先进医疗资源与国内健康需求有效衔接,加快吸引境外医疗消费回流。

有关统计数据显示,近年来,我国海外就医者达数十万人次,其中60%以上属于各类癌症病患者。海外就医交通、住宿等成本高企,疫情发生以来,出国看病更加困难。

乐城先行区作为我国医疗对外开放的窗口,是目前唯一一个以国际医疗旅游服务、低碳生态社区和国际组织聚集地为主要内容国家级试验区。除了被

赋予“特许医疗、特许研究、特许经营、特许国际医疗交流”四个特许政策外,先行区还拥有真实世界数据试点等一系列特殊政策。

目前,先行区已经与世界排名前30强的药械企业中的五分之四建立了直接合作关系,在园区内使用未在国内上市的抗肿瘤和罕见病药械已达135种,其中不乏全球首例应用的创新产品。

博鳌乐城国际医疗旅游先行区管理局局长顾刚表示,近年来,先行区不仅推动初步实现了药品和器械与国际同步使用,还有超过300种国际创新药械在园区内常年展览,向着实现药品、装备、技术与国际先进水平“三同步”不断迈进。

国际先进药械企业和医疗机构不断进驻园区的同时,人才聚集效应也进一步凸显。截至2020年底,先行区已引进签约院士团队51个,设立13个院士工作站,引进各类人才1772人。以耳科和眼科两个领域为例,截至2021年2月,先行区共完成500例特许进口人工耳蜗和500例特许进口眼科药械使用,均由国内顶尖专家完成手术。

越来越多的患者选择到乐城寻找希望。2020年,先行区接待医疗旅游人数8.39万人,同比增长11.87%。

为有效缓解“特药”难费用高问题,先行区于2020年8月推出一款境内外抗癌和罕见病的特种药品费用补贴型医疗保险产品——“全球特药险”,涵盖49种国内未上市药物和21种国内社保外抗癌新药,覆盖了肝癌、乳腺癌、白血病等35种国内常见癌症。该保险以几十元的超低保费、百万元赔付额度、就诊理赔全流程服务等亮点热卖,目前参保人数已有170多万。

顾刚表示,先行区的发展目标是成为惠及更多患者的“希望之城”,提供高性价比医疗。即将有60余家国际创新药械厂商的近千种最新药械产品在乐城展出,吸引境外医疗消费回流更具竞争力。力争“十四五”期间吸引海外就医回流50万人次,不出国诊疗150万人次。

服务新发展格局

# 海南推动自贸港开放新高地建设

□ 本报记者 汤莉

着眼中华民族伟大复兴的战略全局和世界百年未有之大变局这“两个大局”,贯通国内国际两个市场,促进世界经济与国内广阔腹地经济高效循环,是海南自由贸易港建设的重要优势。中宏观察家、海南省委政策研究室副主任、中国人民大学教授罗来军日前在出席中宏在线论坛时指出,在当前国际形势充满不确定性、不确定性的背景下,充分发挥中国市场优势,不断增强自主发展能力,努力畅通国内大循环,是实现经济高质量发展、把握发展主动权的根本保障,国内市场优势也是海南自由贸易港特有的稳定后方和腹地优势。

在区位上,海南处于连接中国和东南亚的中间节点。从海南出发,4小时飞行时间可以覆盖亚洲21个国家和地区,覆盖47%的全球人口和全世界30%的GDP;8小时飞行时间可以覆盖59个国家和地区,覆盖67%的全球人口和全世界41%的GDP。如果把国内国际双循环比作一个“8”字形,海南自由贸易港就是这个“8”字形的交汇点。

在定位上,海南自由贸易港建设的是中国新时代对外开放的鲜明旗帜和重要开放门户,要打造中国深度融入全球经济体系的前沿地带。

在政策上,海南自贸港对标国际高水平经贸规

则,在税收、要素跨境自由流动等方面享受特殊开放政策,吸引国内外商品、资金、人才、技术等生产要素,通过海南这个节点平台便捷进出国内、国际市场,使海南不仅成为物理层面的“中转站”,还成为发生化学反应的“反应堆”,在连接和畅通国内国际双循环中发挥关键作用。

“将国内国际双循环践行得越好,海南自由贸易港建设就会越顺利,否则任何一个循环不畅通、不高效都可能迟滞甚至中断海南自由贸易港建设进程。”罗来军从四个维度就进一步推进海南扩大开放及打造高质量发展新高地提出了政策建议。

一是要充分发挥背靠超大规模国内市场和腹地经济优势,创新提出与内地货物等要素往来的便利化安排,加强其他省份与海南自由贸易港之间的运输、通关便利化等设施设备建设,推动琼州海峡港航一体化,建设西部陆海新通道国际航运枢纽和航空枢纽,促进海南自由贸易港与粤港澳大湾区、深圳中国特色社会主义先行示范区联动发展。

二是要加快落实海南自由贸易港政策早期安排,争取早日封关运作,建设对外开放新高地,更加注重引进外资,更加注重引进国际人才,加快汇聚全球优质生产要素,把海南打造成国内市场主体“走出去”参与国际竞争、境外资本人才“引进来”共享发展

机遇的重要窗口。

三是要要全面促进消费,建设国际旅游消费中心,顺应消费升级趋势,用足离岛免税购物政策,全面实施免税商品与国际原产地在品牌、品种、价格上的“三同步”,做强离岛免税购物消费和跨境电商,办好中国国际消费品博览会,主动谋划吸引出国旅游、购物、留学等消费回流系列举措,让全国人民有更多获得感,让世界游客有更好体验感。

四是要强化辐射带动,建设“21世纪海上丝绸之路”重要战略支点,加快与“一带一路”沿线国家和地区特别是东南亚国家在旅游、环境保护、海洋渔业、人文交流、创新创业、防灾减灾等领域开展广泛合作,主动落实和服务好RCEP,加快建设4小时、8小时两大飞行经济圈,在畅通国内国际双循环、推动构建新发展格局中赢得海南的发展机遇,作出海南的应有贡献。