

本刊聚焦·跨境电商
Ben kan ju jiao

跨境电商激发外贸新动能

本报记者 王金晶

数据显示, 2020年, 我国跨境电商零售进口规模已突破1000亿元。今年一季度, 海关全口径跨境电商进出口4195亿元, 同比增长46.5%, 对同期进出口增长贡献率达7%。政策层面, 支持跨境电商等新业态的合理发展, 已连续7年写入政府工作报告当中。6月22日, 国务院总理李克强主持召开国务院常务会议, 会上确定了加快发展外贸新业态新模式的措施, 要求推动外贸升级, 培育竞争新优势。



6月26日凌晨, 首趟“成都—马拉舍维奇”B2B跨境电商中欧班列驶出霍尔果斯铁路口岸, 开往波兰马拉舍维奇。

该趟班列满载50个集装箱, 装有五金电器、汽车诊断仪等高货值跨境电商货物, 货重541.2吨, 通过集拼集运方式从成都始发, 驰骋9800多公里后, 将送达欧洲消费者手中。

政策惠商

近年来, 中国外贸新业态新模式快速发展, 其中跨境电商规模5年增长近10倍, 促进了外贸转型升级, 疫情冲击下成为稳外贸的重要力量。

2018年11月, 商务部等六部门印发《关于完善跨境电商零售进口监管有关工作的通知》, 明确在北京等37个城市试点, 对跨境电商零售进口商品按个人自用进境物品监管, 不执行首次进口许可批件、注册或备案要求, 保证了过渡期后监管安排的连续稳定; 到2020年, 试点城市进一步扩大至86个及海南全岛。

今年年初, 商务部等六部门再次联合印发《关于扩大跨境电商零售进口试点、严格落实监管要求的通知》, 其中明确将跨境电商零售进口试点扩大至所有自贸试验区、跨境电商综试区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心(B型)所在城市(及区域)。截至目前, 我国跨境电商综试区已经经过5次扩围, 数量达到105个, 覆盖全国30个省、自治区和直辖市。

商务部会同相关部门, 坚持鼓励创新、包容审慎原则, 鼓励跨境电商综试区开展服务、业态和模式创新, 支持整合设计、生产、营销、交易、售后等跨境电商全链条

发展, 加快建设对外开放新高地。各地以跨境电商综试区为抓手, 建设线下产业园区, 积极吸引龙头企业入区, 带动周边集聚上下游配套企业。

目前, 各跨境电商综试区已建设330多个产业园, 带动就业超300万人。全国各地跨境电商园区呈现出蓬勃之势。近日, 石家庄跨境电商产业园正式投用, 占地123.34亩、“1210业务”(海关监管方式代码对应“网购保税进口”)日处理量10万单、年内将开通“9610业务”(海关监管方式代码“跨境电商零售一般出口”)……

河北丝路之窗电子商务有限公司总经理刘会杰介绍, 石家庄跨境电商产业园口岸齐全, 具备跨境电商清关查验中心、现代仓储、分拨中心、多式联运、物流加工、电商办公等功能, 能为入驻企业提供集仓储物流、通关服务、检验检疫、退税核销、跨境供应链金融等一站式服务。

物流通商

除了政策支持外, 作为跨境物流的主力军, 中欧班列的有序开行也为跨境电商包裹实现随到随走提供了实体依托和保障。今年6月份以来, 中欧班列新增多班出口专列, 为跨境电商的发展持续注入动力。

7日, 载着100个标准箱货物的浙江金华至匈牙利中欧班列首发; 18日, 首趟中欧班列(成渝)跨境电商B2B出口专列开行; 23日, 中国(安徽)自由贸易试验区合肥片区中欧班列跨境电商出口专列正式上线; 25日, 在办结海关通关验放手续后, 载着出口跨境电商货物的100个标准集装箱乘坐欧亚班列从上合示范区青岛多式联运中心发出, 终点为白俄罗斯首都明斯克……

在近日召开的中欧班列统一品牌五周年工作座谈会上, 相关负责人介绍,

截至6月20日, 中欧班列累计开行突破4万列, 合计货值超过2000亿美元, 打通73条运行线路, 通达欧洲22个国家的160多个城市。

石家庄国际陆港常务副总经理刘金朋介绍, 石家庄国际陆港开行的中欧班列, 已构筑起公、铁、海、空立体化多式联运体系, 为提高跨境运输便利化水平开启了通道, 有助于中欧班列集拼集运发展跨境电商。同时, 石家庄国际陆港建设的海外仓, 可以作为跨境电商重要的境外节点, 成为电商企业在境外实现本土化运作、配送、服务和市场拓展的重要依托。

高效的物流、优惠的政策, 给跨境电商企业带来的是信心, 给消费者带来的则是“收货快速、物美价廉”的跨境购物体验。

在实际操作中, 跨境电商企业还可以将进口商品提前备货至跨境电商产业园海关特殊监管区域内, 市民通过网购平台下单后, 物流公司直接从保税仓库配送至客户, 避免了国际运输线上的时间, 就能够实现当日达或次日达。综合下来, 跨境电商进口商品基本能比商场的同款优惠20%—30%。

6月27日, 定位为国家级国际航空枢纽的成都天府国际机场, 已正式开航投运, 成都由此迈入双国际枢纽机场同时运行的时代。双机场也给跨境电商发展带来了新机遇, 四川省商务厅透露, 中国西部跨境电商博览会将于9月2日至4日在成都市世纪城新会展中心举办, 展会特设工厂及供应链展区, 为工厂型企业供需精准对接, 提升产业链完备度和外向度。

平台助商

“大家好, 我是欢瑞星选国际店明星店长袁冰妍。快来和我一起在北京搜索欢瑞星选国际店, 为这个夏天增添无限活力。”在线上, 京东国际人气演员袁冰妍, 如此向消费者发出邀请。线

下, 斯里兰卡驻华大使帕利塔·科霍纳博士在北京亦庄的京东七鲜超市品尝了店内斯里兰卡红茶风味的甜品后感叹, “这正是他熟悉的味道。”

越来越多的国际品牌、海外商店, 正在京东国际实现高速且高质量的发展。而这背后, 是高效的国际供应链体系。

数据显示, 2020年, 京东国际新入驻的第三方商家, 整体实现了同比超100%的增长。同时, 入驻京东国际的新品牌们普遍都获得了不错的成绩, 2019年入驻的商家成交额同比增长超过300%, 超2000家的头部品牌在2020年销售同比增长超100%。

随着中国经济向全球化发展的趋势, 跨境业务逐渐成为进出口贸易的重要渠道。中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛表示, 近年来, 我国跨境电商商务快速发展, 已成为国际贸易的新方式和新手段, 对于扩大海外营销渠道, 提升品牌竞争力, 实现外贸转型升级有重要而深远的意义。

他认为, 未来伴随全球物流、支付、贸易便利化条件的持续改善及全球数字化进程的加速, 跨境电子商务将面临更大的发展机遇期。我国高度重视跨境电商产业的战略性作用, 依托跨境电商进口满足国内消费者对海外商品的消费需求, 通过跨境电商出口带动国内制造业转型升级。

据海关统计, 2020年通过海关跨境电商电子商务管理平台验放的进出口清单达24.5亿票, 同比增长63.3%, 是4倍于受到国际宏观环境负面影响较小的2017年。跨境电商进出口1.69万亿元, 同比增长31.1%。

从零散的C2C到如今成为跨境电商主力的B2B、B2C, 我国跨境电商产业发展越来越规范。去年以来, 中国B2C跨境电商平台“出海”步伐加快, 近日, 全球化智库(CCG)发布了《B2C跨境电商平台“出海”研究报告》(以下简称《报告》)。

《报告》分析认为, 中国跨境电商平台的迅速发展, 为中国广大中小跨境电商出海提供了良好的基础设施服务(IaaS), 是促成中小跨境电商快速“出海”的主要原因。

以阿里巴巴速卖通为例, 首先, 平台为中小电商平台提供了包括展示、结算、物流、仓储和售后等方面的相关服务, 免除了中小电商“出海”大部分的路径搭建任务, 使之可以实现轻资产“出海”。

其次, 平台不断通过数字化转型, 将数字化红利转换为中小电商进一步发展的优势。在充分的数据积累背景下, 中国企业正从产品出海向品牌出海转型。未来, 平台的基本服务将从IaaS延伸到平台服务(PaaS), 提供更多的数字化便利措施。

再次, B2C跨境电商出海平台也在逐渐成为传统成熟品牌出海的新选择。在当前形势下, B2C跨境电商平台实现全球覆盖率的要高于传统的出海方式, 且更加容易实现下沉, 成本也远低于传统方式。

线资讯
Yi xian zi xun

2020年“知名民企湖北行”落地硕果累累

本报讯(记者 吴志红)为贯彻落实习近平总书记“在湖北最艰难的时期搭把手、拉一把”的重要指示精神, 去年5月30日, 全国工商联、湖北省人民政府、中国光彩会共同主办了“知名民企湖北行”活动。一年时间过去, 经过多方努力, 从线上行到实地行, 截至目前, 活动落地项目硕果累累。

去年活动期间, 全国逾1000家民营企业齐聚线上, 带着资金和项目, 踊跃参与爱心认筹、项目超市、唯楚有材、味爱湖北、诗画荆楚等活动, 助力湖北疫后重振、脱贫攻坚。

爱心捐赠方面, 泛海、苏宁、信德、泰康、高德红外等430家单位及个人, 爱心认筹1.12亿元, 助力湖

北5.6万贫困人口脱贫奔小康。

产业扶贫方面, 九州通、卓尔、劲牌、均瑶等598家民营企业及商会, 结对帮扶湖北454个重点扶贫攻坚村, 实现结对帮扶全覆盖。

就业帮扶方面, 小米、美团、奥山、宝业等2193家省内外民营企业, 为湖北提供就业岗位10.6万个。

消费帮扶方面, 阿里巴巴、字节跳动、斗鱼直播、360直播等多个平台, 覆盖400多家企业的千余种商品, 带货帮销湖北农产品3.49亿元。

招商引资方面, 以新兴产业为主导的30个项目签约湖北, 投资金额1166.5亿元。在湖北各级部门“店小二”般的服务下, 截至目前, 签约项目推进进度已完成63%。

业界观察
Ye jie guan cha

用技术型团队 建技术型公司

“小巨人”陆凯科技炼成记

本报记者 王金晶

河北唐山, 中国近代工业的摇篮。中国第一座机械化采煤矿井、第一台蒸汽机车、第一桶机制水泥……都在这片热土上诞生。140多年的工业历程, 在这座城市的血脉中积淀了创新的基因; 而今天, 这一基因正被唐山的工业企业继承, 成为助推新时代经济发展的洪流, 唐山陆凯科技有限公司正是这洪流中的一股力量。

机器轰鸣、吊车高耸、焊光四射、车床飞转……下料、成型、拼装、调试, 每一道工序都紧张而有序。当记者来到唐山陆凯科技有限公司的时候, 一瞬间就被企业里热火朝天的生产场景所打动了。有着“中国筛王”之称的“陆凯”牌冶金矿山筛分机械正在工人师傅们的努力下逐渐成形。

陆凯科技董事长李松奕告诉记者, “公司的生产订单已经排到了今年12月份, 随着今年以来国内采矿设备需求的大幅提升, 现在在公司面临的重大问题就是产能不足。”“我们正在加强科学调度, 轮班生产, 以尽可能地满足市场需求。”

生于20世纪70年代的李松奕既是陆凯科技的负责人也是创始人。1997年他和父母一起共同创建了唐山陆凯科技有限公司。一家民营装备制造企业如何能够坚持24年而不衰? 陆凯科技给出的答案是创新研发——毕业于哈尔滨工业大学李松奕从创业至今都是研发团队的主要成员。“用技术型团队, 建技术型公司”就是李松奕多年来运营企业的基本战略。

24年, 深耕冶金矿山筛分机械研发领域, 企业两次搬迁、扩厂, 而今已成为年销售额突破1.3亿元的国家级高新技术企业。据介绍, 陆凯科技产品覆盖了全国32个市区, 连续3年占据国内冶金矿山筛分设备市场份额75%以上, 在国内冶金矿山筛分设备市场占有率第一, 成为工信部第二批专精特新“小巨人”企业。

在公司的生产车间里, 我们看到了正在组装的由澳大利亚罗伊山铁矿订购的大型矿石筛分机组。李松奕说, 就是因为在设备在可靠性和耐用性上都具有较强的竞争力。

24年来, 企业由小到大、由弱到强, 也经历了不少挫折。李松奕表示, 企业始终按照中央指示精神将科技支撑作为企业的核心竞争力, 助力社会经济高质量发展作为企业的使命, 就是因为设备在可靠性和耐用性上都具有较强的竞争力。

24年来, 企业由小到大、由弱到强, 也经历了不少挫折。李松奕表示, 企业始终按照中央指示精神将科技支撑作为企业的核心竞争力, 助力社会经济高质量发展作为企业的使命, 就是因为设备在可靠性和耐用性上都具有较强的竞争力。

对于陆凯科技来说, 企业经历了初创期、稳定期, 而今进入到又一个快速发展的时期。李松奕说: “在各级党委政府的支持下, 我们的新厂区正在建设。我们一定铆足劲, 加油干, 为助力增强我国产业链供应链自主可控而努力。”



陆凯科技组装车间内工人们正在工作

退役 不褪色
Tui yi bu tui se

上海大胜卫生用品有限公司董事长吴胜荣:

小口罩筑起大屏障

本报记者 王金晶

“即使接种了疫苗, 口罩仍然是防控新冠肺炎疫情最重要物资之一, 也是人们工作和生活中不可缺少的防护工具。”2020年度上海市“最美退役军人”、上海大胜卫生用品有限公司董事长吴胜荣如是说。

1973年入伍, 1977年退役的吴胜荣于1995年与口罩结缘。吴胜荣回忆, 那是在广交会上, 他偶遇一位正在急切寻找能够生产防尘口罩厂家的外国客商; 热情的吴胜荣留下了对方的样品并承诺帮助寻找。后经了解, 当时国内防尘口罩正处于空白期, 这下, 吴胜荣捡到了“烫手山芋”, 正在骑虎难下时, 他心中突然萌发了一个想法: 求人不如求己, 既然市场上买不到那就自己造, 决不能失信于人。

说易行难, 要生产防尘口罩, 填补国内空白, 一切都要从零开始。没有原材料, 吴胜荣四处寻找, 终于在常州找到了一种可用于普通口罩的无纺布; 没有生产模具, 他就一次次的

实验自制, 与同事们一起边生产边设计“土机器”。功夫不负有心人, 经过半年的不断尝试, 模压防尘口罩的雏形渐渐呈现出来。正是凭着这样的勇气与韧劲, 吴胜荣开始了与口罩的不解之缘。

2003年, 抗击非典疫情; 2020年, 防控新冠肺炎疫情, 吴胜荣的口罩都立下了汗马功劳。尤其是去年年初新冠肺炎疫情爆发, 在95%以上的工人已经返乡过年的情况下, 吴胜荣和家人通过电话、微信等方式紧急联系所有在沪员工, 请他们立即返厂上岗, 并召集留守的保安、司机甚至是食堂师傅、保洁员等, 迅速开展生产培训。尽管能调动的“兵”总共14人, 但为了和疫情抢时间, 他领着工人连续拼了两个通宵, 生产了12万只口罩支援一线, 并靠着不足平时1/10的人手, 顶起了紧急启动的5条生产线。

在万家团圆吃年夜饭的时刻, 上海大胜卫生用品有限公司上下牺牲“小团圆”, 吹响“集结号”, 成为上海市17家口罩生产企业复工最早、响应最快的

企业之一, 为疫情防控争取了宝贵的时间。公司也因为在疫情防控期间的突出贡献被评为上海市抗击新冠肺炎疫情先进集体。

一只小口罩, 能有大用途。这在全民抗疫中得到最大共识。其实不只在新冠疫情面前, 在不同时期不同领域不同场合, 口罩都发挥着重要作用。20多年来, 吴胜荣在口罩生产研发领域积极探索创新, 一只小口罩筑起大屏障, 中国“大胜”成长为国际大品牌。

据了解, “大胜”自主研发的口罩就达130多种, 获得68项国家专利, 230多张美欧澳日等国际认证, 产品远销70多个国家和地区。去年面对疫情, 大胜公司的产品迅速通过测评进入美国EUA白名单和中国医药保健品进出口商会白名单, 多次测评全都名列前茅。

如今“大胜”已形成独有的核心竞争力——制造工艺体系化: 从自行设计、自己研发、自开模具、自制机械设备到拥有自主知识产权。全世界不同人种、不同脸型、不同年龄段和不同场合所使用的口罩都能在大胜“找到”娘家。

口罩市场看似一片蓝海, 实际上门槛并不低。吴胜荣介绍, 在国内市场, 市场监管总局大力推动防疫物资产业高质量发展, 进一步加强了口罩质量安全监管; 而在国际市场, 出口的口罩既要符合我国的质量标准, 还要在出口前取得出口国家的相关认证。

此外, 吴胜荣还表示, 消费者对口罩也越来越挑剔。“人们在选择口罩的时候, 就如在挑选衣服一样, 注重品牌、注重质量的同时, 还要追求美观、佩戴舒适性等; 因此, 口罩制造工艺也要不断适应这些需求变化, 更加注重创新、提升质量, 更多地满足个性化需求。”

由退役军人事务部思想政治和权益维护司推荐