

跨境电商迎来政策暖风

■ 本报记者 张凡

国家近日发布的《电子商务“十三五”发展规划》(下简称《规划》)中关于促进跨境电商发展的表述,给经历了“4.8新政”寒冬的跨境电商吹来了一股暖风。

“《规划》专门列出了‘跨境电商商务发展行动’,并将网上丝绸之路建设作为我国未来五年的优先战略重点行动,是因为跨境电商的开放性、全球化、低成本、高效率的优势非常明显,中国在积极推动电子商务国际合作、积极参与电子商务国际规则的制定上具有先发优势。”敦煌网创始人、CEO王树彤在接受《中国贸易报》记者采访时表示。

对外经贸大学教授、国际商务研究中心主任、APEC电子商务工商联盟专家委员会主任委员王健也认为,“跨境电商会在‘一带一路’的国际合作当中起到越来越重要的作用,从跨境电商的发展程度上来看,中国走在了世界的前列。随着网络在‘一带一路’沿线国家的普及和应用,中国也确实有条件可以通过新兴的这种网络虚拟市场来进一步带动和加速这些国家的经济发展,跨

境电商在这样一个新的人类发展阶段必然会起到关键的作用。”王健表示,在“一带一路”“大众创业 万众创新”“互联网+”等倡议和国家战略举措的指引下,构建“网上丝绸之路”是水到渠成之事。

“网上丝绸之路”的搭建,将以信息流带动技术流、资金流、人才流、物资流,破除各国信息壁垒,推进优质信息资源有序流动、优质服务共享共用,与数字全球化的大趋势高度契合,是推进各国各领域务实合作与共同繁荣的重要基础。王健认为,中国与“一带一路”沿线国家在跨境电商领域目前还没有建立大规模的合作关系,但是在一些电商的平台上已经跟这些国家的市场建立了联系,目前还处于市场驱动的阶段。

“随着市场的逐渐完善和驱动,政府之间的贸易谈判迟早会把跨境电商合作纳入进去。”王健对此充满信心。

实际上,已经有一些跨境电商平台在积极促成国家之间政府层面的合作。早在2015年,由敦煌网发起并促成的中土跨境电商合作协议

就在习近平主席和土耳其总统的共同见证下顺利签署,并成为中国第一个国与国之间的跨境电商双边协议。2016年11月APEC领导人峰会期间,在习近平主席、秘鲁总统的共同见证下,敦煌网再一次促成并发起签署了中秘《信息互联互通谅解备忘录》。

不过,我们也应该清醒地认识到,开拓“网上丝绸之路”并非易事。“一带一路”沿线国家语言文化、经济发展水平各不相同,最关键的是,各国传统的贸易监管模式也跟不上跨境电商发展的大势,这给构建“网上丝绸之路”带来了不小的挑战。“也就是我们要比较深入地研究跨境电商监管方式的创新。在这方面,我们走在前面就可以让‘一带一路’沿线其他国家来借鉴。”王健说。

王树彤认为,跨境电商在“网上丝绸之路”方面的发展不仅离不开国际间的协作、国家政策层面的支持,更需要制定统一的跨境电商行业标准 and 解决从业人员培养的问题。

“跨境电商作为新兴战略性产

业,近年来发展速度‘一日千里’,然而在‘高速行驶’的过程中不可避免会出现一些问题,亟须一套业内公认的跨境电商标准体系,确保整个产业朝着良性、健康的方向发展。”王树彤透露,2016年12月16日,中国第一个跨境电商标准——《供应商综合评价标准》已经正式立项讨论,并将于今年1月底推出,标志着跨境电商将进入标准化时代。

在从业人员培养方面,敦煌网在2013年发起成立了APEC各经济体背书的覆盖亚太的跨境电商能力建设项目CBET(Cross Border E-commerce Training)。王树彤告诉记者,经过3年时间的发展,这个项目共为来自全球21个国家和地区的数千中小企业的人员进行了培训。

总之,从跨境电商的发展历程来看,办法总比困难多,虽然未来在建设“网上丝绸之路”的过程中,跨境电商还可能会遇到这样或那样的困难,但我们理由相信,《电子商务“十三五”发展规划》的出台会让优秀的跨境电商平台企业焕发活力。



资料图片

国产手机捷报频传 中国制造有多牛？

回顾2016年,苹果创新乏力、三星“爆炸门”事件导致两大强劲国际品牌频频受挫。与此同时,中国手机品牌却横扫全球,悄然跻身国际大牌行列,也为中国制造在国际竞技场实现再定义。

如今,中国手机品牌正逐渐撕去价廉质低的标签,拥有了更加广阔的国际市场,致力于打造更加高端的品牌、开发更加核心的科技,同时力求更加贴近海外消费者的文化。

市场更广阔

据印媒日前报道,截至2016年11月,中国品牌智能手机在印度市场的出货量总计占据51%的份额,首次占据半壁江山。其中,Oppe、Vivo、小米、联想等品牌发展迅速。

华为、联想手机在俄销售量直逼三星、苹果。捷孚凯市场研究集团的数据显示,2015年11月至2016年11月,华为及其子品牌“荣耀”的市场份额从1.8%增长至8.5%。销量排名第三,仅次于三星(20%)和

苹果(12.5%)。联想排名第四(7.4%),中兴名列第五(5.7%)。

华为已经成为欧洲市场份额提升最快的品牌。华为欧洲2016年上半年出货规模实现翻番,据最新公布的GFK报告,华为手机在波兰、芬兰的市场份额均突破了20%。而联想借助并购moto份额也在欧洲、中东和非洲市场同比上升83%。

品牌更高端

在过去被苹果、三星牢牢占据的中高端市场,国产手机阵营正不断成长壮大。

华为Mate9在传统的高配置基础上,在外形和设计上融入了保时捷的设计,希望借此来搭上“高端”的列车,售价更是高达8999元,超过市场上绝大部分机型。

金立M2017除了以往主打的电池超长续航以外,还加入了曲面屏、大内存等卖点,价格也达到了6999元,直逼市场中高配的iPhone7。

连此前主打低价策略的小米

也发布了限量版概念手机MIX,两个版本分别定价为3499元和3999元。

核心科技更自主

去年10月,华为宣布其海思麒麟芯片用户数已突破1亿大关,麒麟960芯片的整体性能指标已与高通骁龙821、苹果A10芯片不相上下。与此同时,中兴、小米等厂商也积极布局芯片开发。

除了芯片技术,国产厂商在专利领域的表现也越来越抢眼。华为消费者业务CEO余承东表示,“华为不仅在国内取得了大量专利成果,在全球也进入了‘巨头’行列,足以与西方同行相提并论。”

此外,国产手机也非常注重产品研发,例如联想推出的Moto Z,率先实现了模块化解决方案的商用落地,创新性地把手机变成开放平台,能够连接更多硬件设备,让手机功能无限扩展,带给用户极致体验。

◆ 国际商情

天水19吨速冻蔬菜首次出口俄罗斯

本报讯 近日,由天水武山瑞德园食品加工厂生产的19吨速冻蔬菜成功出口俄罗斯,实现了天水速冻蔬菜的首次出口。这是继天水核桃仁出口阿联酋后,天水检验检疫局推动辖区食品农产品出口取得的又一成果。

据了解,蔬菜产业是天水市武山县的支柱产业。随着近年来种植面积不断扩大,优质蔬菜难以实现优质优价。

天水检验检疫局在调研中了

解到企业有开发速冻蔬菜开拓国外市场的意向,主动介入,直接采信企业HACCP认证结果,并进行了出口食品生产企业备案。并多次赴现场指导企业完善质量管理体系,完成出口蔬菜种植基地备案,帮助企业顺利通过外商考察签订了出口合同。此外,天水检验检疫局采取快速验放通关模式加快了货物验放速度,有效降低了企业出口成本。

(王耀)

中亚天然气管道 去年向中国输气341亿标方

本报讯 来自霍尔果斯出入境检验检疫局的信息显示,去年中亚天然气管道向国内输气341.7亿标方,日均输气量为9360万标方,同比增长一成多。

霍尔果斯出入境检验检疫局负责人说,中亚天然气管道自2009年开通以来,已经平稳运行7年。

为了保证中亚天然气管道的运行,霍尔果斯出入境检验检疫局通过远程电子监管系统,对天

然气实施现场监控,确保优质能源顺利进入中国,更好地服务于国家能源通道建设。

中亚天然气管道西起土库曼斯坦和乌兹别克斯坦边境,穿越乌兹别克斯坦中部和哈萨克斯坦南部地区,经新疆霍尔果斯口岸入境,目前已实现ABC三线并行。入境后与国内西气东输二、三线管道相连,可保证沿线4亿人口的生活燃料供应。

(李晓玲 李明)

全球180余家跨境零售企业入驻上海

本报讯 上海市商务委员会最新统计显示,截至2016年底,全球340家跨境零售企业中,已有180余家人驻上海,数量仅次于伦敦和迪拜列全球城市排名第三。上海已成为全球商业开放程度最高的城市之一。

目前,上海大街小巷星罗棋布的各类超市和连锁零售商店已接近7200家,全市2400万常住人口,平均近3400人就有一家,零售连锁业态发育程度全国领先。上海还拥有15个市级商业中心、30多个地区级商业中心以及67个特色商业街区,全市标准化菜市场达960多个,社区微菜场超过1000家。

在全球跨境零售企业争相入驻的背后,是上海持续增长的庞大的消费市场。2015年,上海继北京之后成为全国第二个社会消费

品零售总额超过万亿元人民币的城市。2016年1月至11月,上海社会消费品零售总额达9965亿元人民币,同比增长7.8%左右。

数据显示,上海商业的开放与聚焦魅力不仅辐射全国,对国际商旅游客的吸引力也在攀升,并有效引导部分境外消费回流。上海正在超越香港、新加坡等老牌“购物天堂”,成为受人瞩目的新的“国际消费城市”。

2015年,上海共接待海外商旅游客800万人次,占全国接待总量6%,入境旅游外汇收入近60亿美元,占全国总量10%左右。2016年1月至11月,上海接待海外商旅游客人数创下新纪录,达786万人次;去年前11个月,全市235家退税商店共开具退税单1.66万单,退税商品销售额达2.36亿元。

(吴宇)

中国今年进口伊朗石油或创纪录 预计增加5%

本报讯 据业界以及贸易领域的消息人士称,今年中国从伊朗原油进口量或升至创纪录水平,因国有油企通过对上游业务的投资将获得更多原油,并且现有供应合同也会续约。

据路透社网站1月6日报道,2017年各季度,中国油企从伊朗的原油进口量预料较去年提高300万—400万桶。根据海关数据,这将较2016年前11个月日均进口伊朗原油62万桶的规模高出约5%—7%。

据两名了解相关合同情况的消息人士称,国有炼油企业中国石化以及国营石油贸易企业珠海振戎或将同伊朗国家石油公司续签年度石油供应合同,总量约为50.5万桶/日。

中国石油天然气集团以及中国石化今年还将根据服务合同,从他们运作的两处油田采收更多石油。

中国石化一位负责媒体新闻的人士表示,公司对营运事项不予置评。中国石油集团和伊朗国家石油公司尚未立即回复置评要求。

中国石化在2007年底签署了亚达瓦兰油田开发协议,中国石油集团在2009年签订北阿扎德甘油田协议;在此之前,日本及欧洲企业因伊朗遭西方国家制裁而撤出。两座油田均位于伊朗西南部胡齐斯坦省。

北阿扎德甘和亚达瓦兰油田在2016年初开始采油,产量分别在该年第三季度、第四季度达到饱和,目前产量约为16万桶/日。

“投资回报的最终条款还在研究当中……不过可以很肯定地说,中国石化今年从亚达瓦兰油田的石油进口量将多于去年,”北京一位熟悉中国石化在亚达瓦兰油田运作情况的石油高层人士说。

另据一位资深贸易界消息人士估算,中国石化今年每一季度可能从亚达瓦兰油田进口约400万桶原油。但这位人士并未给出与之前数量相比较的数字。

而根据熟悉中国石油集团在伊朗生产情况的消息人士说,继去年10月该集团首度从北阿扎德甘油田进口原油之后,预计每季度从该油田平均进口约300万桶原油。

(欣华)

物美重于价廉 中国品牌越南市场变招

■ 刘刚

她更了解越南消费者需求的变化。她告诉记者,越南消费者的需求和标准正在发生变化,价格不再是首要选购标准。“我刚刚向20多位客户介绍了中国制造的新款立式空调,其中只有一人认为价格偏高,其余大部分客户更看重产品的制冷效果、环保性能和外观造型。”

越来越多的中国品牌敏锐捕捉到这一变化,向越南市场推介的产品逐步走向高端。以美的越南公司为例,此次发布的依然有电风扇、电饭煲等传统小家电,以满足消费者的基本需求,但重点推介的是产品所采用的变频、语音控制、物联网等最新技术。“这次我们向越南市场推介的都是美的最新产

品,可以说,越南消费者正与全球消费者同步享用美的集团的新产品。”美的集团越南销售公司总经理陈凌志对记者表示。

河内市光勇电器公司经理邓氏秋水告诉本报记者:“我们公司销售日本、韩国、中国等国家多个品牌的家电。我发现,中国企业比以前更加重视越南市场,向越南市场推介的产品更新、更快,消费者的认可度也越来越高。”

与以往专注卖产品不同,中国品牌当前更加重视塑造在越南市场的品牌形象,采取精品化、品牌化的营销策略。华为手机请来越南实力派歌手美心担任品牌代言人。欧珀手机继续打青春牌,邀请

“空调空调,23度,20度,太冷了,高风……”在美的“智能王”体验台前,中方工作人员通过声音控制空调,这让参加美的集团越南公司2017年新品发布会的越南消费者颇为惊奇。“这很新颖,我们公司一直经营高端空调,但像这样可以通过语音进行控制的智能空调,我们还是第一次接触。”河内市德诚电器公司经理阮陞阳对记者说。

观察近期的越南市场会发现,不仅美的,欧珀、维沃、华为、TCL等中国品牌,都加大了在越南市场的推广力度,并逐步赢得越南消费者的喜爱。

范氏绒是河内一家实体店的家电销售代表,多年的销售经验让

生产线,将越南视为辐射整个东盟市场的重要支点。

陈凌志告诉记者,越南是美的集团全球6个制造基地之一。2016年,美的空调在越南的销售额同比增长10%,2017年将努力实现美的空调在越南市场占有率达到12%的目标。未来3年,整个美的系产品力争占有越南市场30%以上的份额。

越南政府副总理、越中双边合作指导委员会越方主席范平明近日在河内举行的推动越中经济合作研讨会上表示,近年来,两国经济合作的广度和深度不断延伸。中国在资金、技术、市场和旅游等方面具有与越南合作的优势和潜力,是越南的重要伙伴。