

中国品牌在大运会展示硬实力

■ 本报记者 张凡

火热的成都与青年的激情更匹配。正在成都举办的第31届世界大学生夏季运动会上,来自世界各地的年轻人相约成都,共赴这场青春的盛会。这是继2022年北京冬奥会之后的又一场举世瞩目的综合性国际体育赛事。在这场赛事上,不仅运动员将体现其竞技水平,企业也将通过体育营销展示其实力。

转转集团为成都大运会提供二手循环服务,中国电信打造全球首个5G摄影棚,中国工商银行智能货币兑换机可用护照直接兑换外币,蘑菇车联助力实现大运村内无人驾驶……中国企业使出了十八般武艺,通过赛事保障、生活服务等方面的工作,持续擦亮中国品牌。

早在7月10日召开的大运会市场开发专场新闻发布会上,成都大运会执委会宣传部(开闭幕式

部)党组成员、专职副部长苗峪源介绍说,在赞助捐赠方面,大运会已汇集包括央企、国企以及知名国际品牌在内的74家赞助企业、30余家捐赠企业;在特许经营方面,共征集80家特许经营生产及零售企业,推出18个大类、1000余款特许商品,开设400多家零售店(点)。

大运会不仅是体育技能的较量比拼,也是科技进步新成果、新应用的盛大“秀场”。

在现场志愿者中,一位特殊的志愿者吸引了大家的关注,她就是科大讯飞的虚拟志愿者小芙,名字取自成都的别称芙蓉城。

小芙是一个搭载了讯飞星火认知大模型,通过采集多名志愿者面部特征并结合语音合成、AI口唇表情驱动、图像处理等技术创造的虚拟人,可以通过普通话、四川话和英文进行开放式交互,让AI从聊天窗口变成了“面对面”的直接

交流。

除了虚拟人,科大讯飞还提供了讯飞听见智慧屏、讯飞翻译机、讯飞翻译笔、讯飞智能办公本、讯飞智能麦克风家族等智能硬件,讯飞听见APP、讯飞听见智能会议系统、智能语音播报、讯飞听见同传等软件服务,成为运动员、工作人员的得力助手。

在赛场内外,科大讯飞的智能翻译对讲系统和便携翻译机系列随处可见,这些产品通过神经网络机器翻译、语音识别、语义理解、语音合成以及四麦克风阵列等新技术,可提供83种语言在线互译、文本转换和语音合成服务,实现成大运会沟通无障碍。

而在出行方面,一众新能源汽车品牌则迎来了高光时刻。在今年外贸出口中,新能源汽车被称为“新三件”之一,引领着我国外贸的转型升级。在大运会上,一

汽大众、一汽丰田、捷达、小鹏汽车等品牌汽车949辆将在场运营,其中90%是新能源汽车,全方位满足赛前筹备工作用车、赛时嘉宾用车需求。

这些车辆出行的同时,在位于成都市公安局交通管理局的数据中心,海信工程师们正紧张工作着。作为全市交通数据汇集地,一条条实时数据正从遍布成都市的前端设备中被采集出来,回传至数据中心,为交警提供科学、全面、深入的数据支持。

据了解,成都大运会共设置赛事场馆49个,除位于龙泉驿区的主体育场东安湖体育公园外,还涵盖高新区、金牛区、武侯区、简阳市、青羊区等多地。当上万名运动选手汇集,且赛事周期长,赛事期间住宿、训练、比赛场馆分布于城市的不同区域,即对做好城市交通服务保障提出了高标准要求。为

此,海信从重点路段智慧化建设到周边道路交通保障再到公共交通智慧化升级都做了相应部署。

海信从外场设备设施建设、后台平台建设、信号系统升级改造等方面入手,通过外场点位建设与前端系统、中心后台等系统的建设与升级扩容,构建信息集采、交通管控、信息服务于一体的智慧交通管控体系,全面提升道路交通基础数据采集能力。此外,为保障专用道专道专用,海信智慧交通团队助力建设了百余套智慧化设备。

每一场大规模、高规格的顶级赛事活动,都是一次文化交流、梦想成就,也是向与会来宾展示国家实力的重要窗口。众多知名中国品牌之所以能够连续服务各大重要国际赛事,离不开他们的战略布局。他们对产品品质的坚守,他们对服务的细致入微,不断向世界展示着中国品牌的硬实力。

奥地利铁路产品出口处于领先地位

据奥地利《标准报》报道,奥铁路行业协会主席日前表示,奥地利是铁路行业全球第四大出口国,2021年奥铁路工业品出口额达18.3亿欧元,占该行业国际贸易的7.9%,仅落后于德国(31.2亿欧元)、中国(22.5亿欧元)和美国(18.4亿欧元)。奥铁路行业每年创造的经济总增加值达26.7亿欧元,提供近28000个工作岗位,产品主要出口至德国和瑞士。奥地利铁路行业具有高度创新性,车辆制造研发比例接近25.7%,是一般研发比例的8倍多高,该领域专利数量在欧盟排名第三,仅次于德国和法国。

柬埔寨对 RCEP 成员国出口总额增长 24%

柬埔寨商业部近日发布报告称,2023年上半年,柬埔寨对RCEP成员国的出口总额达40.7亿美元,同比增长24%。报告称,今年1月至6月期间,柬埔寨在RCEP框架下的前三大出口目的地分别是越南、中国和日本。报告显示,柬埔寨向越南出口了价值近14.3亿美元的产品,同比增长22%;向中国出口总额7.13亿美元,同比增长17%;向日本出口总额5.45亿美元,同比增长1%。柬埔寨商业部国务秘书兼发言人Penn Sovicheat表示,RCEP是柬埔寨在后疫情时代出口增长的主要推动力。这一增长清楚地表明,RCEP国家是柬埔寨制造产品的潜在市场。

预计2027年喀麦隆可向乍得出口150兆瓦电力

据喀麦隆Ecomatin网站报道,喀麦隆水资源与能源部长日前表示,预计最快2027年,喀麦隆可向邻国乍得出口150兆瓦电力,而目前乍得全国电力总装机容量仅为90兆瓦,这将大大改善乍得电力供应紧张局面,同时为喀麦隆带来电力出口收入。对乍得出口电力的前提条件有两个:一是总装机420兆瓦的纳齐提加水电站(Nachtigal)预计将于2024年完全投产,可作为电力出口来源;二是喀麦隆与乍得电网互联项目已于2022年12月对外招标,预计2025年建成,届时可作为电力出口通道。

科特迪瓦宣布停止可可出口

据科特迪瓦阿比让门户网站报道,科可可咖啡委员会总委员长Yves Brahima Kone日前宣布,受持续强降雨影响,科决定停止2023至2024年度可可对外出口。据悉,可可种植需要间断型降雨加上长时间日照。进入雨季后,科东南部和西南部可可种植区深受洪涝灾害影响,持续暴雨导致雌性树木花朵掉落无法结成果实,首批可可减产严重。此外,由于供货紧缺,可可售价达到46年来历史新高,一月份以来可可售价上涨超过27%。科特迪瓦是世界第一大可可生产国,其可可产量占世界可可产量的45%,可可出口占其出口总量的40%,占国民生产总值的15%,约24%的当地居民以此为生计。

(本报编辑部综合整理)



新疆吐鲁番鲜食葡萄近日陆续成熟上市,当地多举措保障葡萄采收。除在全国各地销售外,吐鲁番鲜食葡萄已相继出口到越南、泰国等国家。图为新疆吐鲁番市高昌区亚尔镇戈壁社区农民正在采摘成熟的葡萄,准备销往国外。

中新社发 刘健 摄

探析“出海”痛点 赋能跨境电商企业本地化发展

本报讯(记者 张寒梅)2023华东跨境电商企业行业峰会日前在宁波举行。在峰会现场,多位跨境领域企业负责人从各自角度分析了跨境电商发展中的难题,为有志于“出海”的企业提供了有益洞见和创新思路。

朗翰科技是一家为中国品牌提供海外市场营销服务的公司,已经帮助超过300个企业拓宽全球市场。公司创始人王润龙表示,由于大部分营销活动是通过线上图片和视频进行的,用户无法详细了解产品的特性和质量。这导致了许多“出海”品牌的知名度和市场影响力受到限制。随着Allbirds、Peloton、Casper等许多美国本土DTC品牌全面扩展线下店铺,中国的品牌因为开设海外线下店铺成本高昂,以及在人员管理和理解法律法规等方面存在挑战,往往只能停滞不前。

为了帮助中国“出海”品牌突破物理和认知边界,朗翰科技推出了线下策展零售店铺AllSpace,旨在为品牌提供创新的场景,让品牌可以向用户展示产品并讲述品牌故事。据王润龙介绍,AllSpace的第一家门店计划于今年10月在美国洛杉矶开业,随后还将在纽约、波士顿、迈阿密等城市陆续开设新的店铺。届时,品牌将被鼓励定期更新展位和产品,以持续吸引客户进店体验。

在跨境“出海”的本地化过程中,产品研发、供应链、运营管理以及营销推广等各个环节都需要在海外进行。这就需要针对本地市场制定政策,提供定制化的产品和方案,以满足当地消费者的偏好和市场营销趋势等本地化需求。对于“出海”企业所涉及到的所有本地化行为,无论是建立海外直播基地,还是布局国际供应链,或是建

立境外主体架构,跨境收付都扮演着至关重要的角色。

Qbit趣比汇相关负责人认为,跨境电商企业在进行本地化布局时,务必要考虑到本地支付习惯和货币汇率风险。他们需要选择一个能够满足本地化需求的合适支付服务提供商,以保证交易顺利进行。同时,货币汇率波动也可能对企业的盈利造成一定影响,因此,跨境电商企业需选取一个可靠的支付机构,以帮助企业锁定汇率,降低经营风险。

此外,上述负责人表示,跨境电商也面临着不断变化的海关税收政策和法规,这需要企业有足够的敏锐度和灵活性,以适应这些变化。例如,中国的跨境电商企业在海外开设仓库,需要对所在国的税收政策有深入了解和掌握。

Shoptop是“中文版shopify”的独立建站平台。在Shoptop华东

业务负责人沈海龙看来,根据历届广交会数据,跨境出海业务的热度及竞争程度愈发激烈。尽管海外参展买家数量在减少,但跨境电商市场仍有发展潜力和空间。独立站出海或成为国内电商卖家拓展新业务渠道的新方向。

“过去,很多高价值、需体验的商品因为跨境小包物流费用、物流时间、退换货等问题,卖家往往难以快速扩展业务。”东南亚知名电商平台Shopee的官方招商经理Journey Wu针对跨境电商行业面临的物流和退换货挑战评论道。她认为,本地化履约模式可以有效地解决这些问题,帮助卖家降低成本,提高运营效率。

据了解,本地化履约模式在重视合规安全的同时,可以有效降低运费成本、减少品类限制以及实现无门槛退货等,为跨境卖家和买家提供便利。

中国信保精细化管理产业链助企拓市无忧

■ 本报记者 王曼

当前,国际贸易环境复杂多变,给外贸企业经营带来了一定挑战。中国出口信用保险公司(以下简称中国信保)根据外贸企业实际需求,充分发挥出口信保的保障功能,帮助企业防风险、拓市场、稳订单。

2023年4月发布的《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》指出,要进一步扩大出口信用保险承保规模和覆盖面,加大对跨境电商等新业态新模式的支持力度,加快拓展产业链承保,进一步扩大对中小微外贸企业的承保覆盖面,优化承保和理赔条件。随后,多地密集出台政策文件,将“出口信用保险”相关措施纳入其中。以长三角地区为例,今年上半

年,长三角三省一市共出台有关“出口信用保险”的政策15项,进一步促进外贸大省释放潜力,为外贸稳增长优结构提供有力支持。

记者从中国信保了解到,今年上半年,中国信保实现承保金额4543亿美元,同比增长2.1%;支付赔款近9亿美元,增长22.4%;服务支持客户18.3万家,增长11.5%。1至6月,中国信保通过短期出口信用保险支持长三角地区出口超过1500亿美元。从全国范围内来看,今年以来,中国信保短期出口信用保险实现承保金额3859.4亿美元,增长近3%;支付赔款近4.4亿美元,增长超过18%,有效发挥了政策性保险跨周期逆周期调节作用。

多家外贸企业负责人表示,出

口信用保险自身具有防风险、稳订单功能,同时也能提供拓市场、促融资服务。

杭州市一家小微企业主要出口家居用品,销往欧美国家。该企业今年有一笔10万多美元的出口货款,因买方财务困难,迟迟未支付。在中国信保浙江分公司业务处的指导下,该公司及时提交索赔材料,并委托国外追偿渠道积极开展追讨。为尽快缓解小微企业资金压力,中国信保启动了绿色通道,在索赔资料齐全后仅2周时间,企业就收到了8万美元赔款,保障了企业正常经营,帮助企业渡过了难关。

今年以来,以新能源汽车、锂电池、太阳能电池为代表的外贸

“新三样”出口表现强劲。上半年,中国信保承保新能源产业链出口174.8亿美元、国内贸易11.3亿人民币,合计同比增长69.7%。

为积极支持新能源汽车出口,近期中国信保为中国通用技术(集团)控股有限责任公司下属的中国机械进出口(集团)有限公司出口罗马尼亚151台电动公交车项目出具了特定合同保险A款保单,承保已确立债权应收款及成本投入损失的风险,保险金额为2349万欧元。据了解,本项目作为罗马尼亚2014至2020发展计划的一部分,获得了包括欧盟区域发展基金、罗马尼亚国家预算以及克拉约瓦市等多个政府配套预算的支持。

中国信保相关负责人介绍,今年以来,中国信保加强对产业链业务的精细化管理,研究出台新能源产业链支持政策,推动现有产业链向上下游、细分领域延伸,助力相关企业深入参与全球产业链价值链,更好服务构建新发展格局。

“我们既要稳住业务规模,发挥主渠道作用;又要不断优化业务结构,持续推动业务做实;还要提质增效,培育业务发展新优势。”中国信保董事长宋曙光说,中国信保将扩大出口信用保险覆盖面,强化风险保障和融资增信支持,加大普惠金融支持力度,充分发挥跨周期和逆周期调节作用,积极支持我国对外经济贸易发展与合作,助力外贸高质量发展。