



常州创意产业基地全景 本版均为资料图片

“2015中国跨境电商全球峰会”在常州成功举办,专家学者、企业精英共寻发展之路 跨境电商:得渠道者得天下

全国:跨境电商迎来发展机遇



张杰 中国轻工工业品进出口协会副会长

Q 一把衣架,做代工只卖到9美元,但通过自身品牌渠道可卖到50美元。是什么让它的利润大幅提高,答案是——跨境电商。

2014年,“跨境电商”作为全新名词出现。今年“两会”,李克强总理再次强调了它的重要意义和紧迫性。随着一系列支持政策的出台,跨境电商正面临最好的发展机遇。

作为国家电子商务示范基地,常州创意产业基地早在四年前,就已开始布局跨境电商产业,基地内企业四海商舟现已成为最大的海外营销整体解决方案服务商。

7月24-25日,“2015中国跨境电商全球峰会”在常州成功举办,常州创意产业基地与四海商舟等携手,邀请国内外专家学者、跨境电商顶级企业代表,为全国传统外贸企业提供专业性指导,共同寻求跨境电商未来发展之路。

“跨境电商虽然是个新鲜事物,但它是中国制造业走出国门最好的方式和手段。我们希望通过这个峰会,引领更多的制造企业走出去,抢滩海外市场。”峰会承办方常州创意产业基地管委会副主任张南军在接受现代快报记者专访时表示。

通讯员 王寅
现代快报记者 李梦雅 张敏

“跨境电商是外贸领域新的业态,这个模式打破了以往的贸易方式,它把原先从制造商生产产品到批发商、进口商,到国外零售商,再到消费者一系列的链条全部打断,直接从制造商出口到国外的消费者,大大节约了成本。”

峰会上,中国轻工工业品进出口协会副会长张杰认为,通过跨境电商的方式将产品出口到世界各国消费者手里,是一个非常好的渠道,对中国外贸发展至关重要。

“每年中国外贸轻工行业出口6600亿美金,占全国外贸出口的27%。去年轻工行业外贸出口增长了7.8%,今年预计只增长6%。但这两年跨境电商企业外贸出口增长却在30%到40%左右,跨境电商为中国传统外贸企业提供了一种新的渠道。得渠道者得天下,如何抓住这个机遇来发展,是我们外贸人需要考虑的重大课题。”

张杰表示,跨境电商的发展需要政府、行业、企业共同来推动。从政策层面上,支持力度显而易见。去年和今年,商务部、国务院接连出台了文件。

特别是今年,国务院出台的《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》指出,支持跨境电子商务发展,有利于用“互联网+外贸”实现优胜劣汰,发挥我国制造业大国优势,扩大海外营销渠道;有利于增加就业,推进大众创业、万众创新,打造新的经济增长点;有利于加快实施共建“一带一路”等国家战略,推动开放型经济发展升级。由此可见,跨境电商的发展已被提升到前所未有的高度。

常州:上半年电商交易850亿元



方国强 常州市人民政府副市长

作为一座新兴制造业城市,常州工业基础雄厚。面临互联网经济时代,常州也正在积极抢抓“互联网+”发展机遇。

常州市副市长方国强介绍,去年常州获批国家电子商务示范城市。2014年,常州电子商务交易额达到1150亿元,同比增长35.3%。今年上半年,电子商务交易额850亿元,同比增长超过40%。全市电子商务直接从业人员超过12万人。

近年来,常州市委市政府高度重视电子商务发展,成立了“常州市电子商务工作领导小组”,制定出台了《常州市电子商务发展三年行动计划》和《关于进一步加快常州电子商务发展的若干政策意见》,设立了2500万元的市级电子商务发展专项资金,加大对电商产业的扶持力度。同时,依托“龙城英才”计划,大力度引进和培育电子商务领军人才和项目。

目前,常州电商产业逐步形成了以常州创意产业基地、西太湖电商产业园、常州科教城等3家重点电子商务产业集聚区为支撑,新动力电商产业园、钟楼科技街、恒生科技园等新兴园区加快建设的良好发展态势。

“电子商务是促进经济提质增效的新引擎,跨境电子商务将成为促进常州经济发展的新动力。”方国强表示,在机遇之下,常州将努力构建便利化跨境电子商务综合服务体系,着力推进传统外贸与跨境电商融合发展。

产业基地:引领企业抢滩海外市场

作为常州电商产业的核心,今年6月,常州创意产业基地成为全国第二批国家电子商务示范基地。

从2008年开始设立,7年来,基地先后获得了包括国家级文化和科技融合示范基地、国家广告产业园区等在内的九块国家级牌子。

2011年,基地致力于产业融合、产城融合的发展模式创新,并将电子商务作为重要战略方向,通过引育并举,优化服务,加速产业布局,打造多元化电商业态。

目前基地已集聚电商企业100多家,涵盖了区域电商平台、网络销售、电商技术服务、电商代运营、生活服务电商、旅游电商、电商培训等领域,形成了C2C、B2C、B2B、O2O等发展模式较为完整的电商产业链,2014年基地电商企业网上交易额突破了200亿元。

“其实四年前,我们开始布局

电商产业的时候,就是内、外并举,一方面大力培育常州本土电商,一方面支持企业发展跨境电商。基地就是一块‘试验田’,经过几年的发展,我们有一些胜利果实了,涌现出一些行业标杆企业,如区域电商平台楼口(原淘常州);跨境电商爱尔威、四海商舟等。跨境电商这个概念虽然这两年才被提起,但我认为它是中国制造业走出国门最好的方式和手段。我们希望通过这个峰会,引领更多的制造企业走出去,抢滩海外市场。”基地管委会副主任张南军说。

目前,基地开始全面部署电商发展战略,一方面设立了天和、华冠电商分园区,为企业解决物流仓储问题,另一方面创新国有资本的运作,成立了首轮规模1.2亿的创意扶持基金,通过建设天乾创客空间,为初创型的电商项目提供孵化平台。

爱尔威:两年走出去专赚老外的钱

2013年4月,通过“龙城英才”计划,爱尔威智能科技有限公司被引进常州,落户创意产业基地。公司总经理左国刚没有想到,仅仅两年多时间,公司自主研发生产的平衡车销量已位居全国第一。“我们的成功在于始终坚持做自己的品牌,还有就是走了跨境电商这条路。”左国刚表示,一开始,公司产品销售就没有通过代理商,而是率先在国内电商平台上销售,树立自我品牌。

“我们一直有个心结,全球知名品牌,基本都是外国的,中国自主品牌很少。我们就想做一个全

球品牌,让中国品牌走出去,赚老外的钱。”2014年4月,公司平衡车开始在海外电商平台上销售,主要集中在欧洲和东南亚地区,售价比国内高两三倍。

去年,整个公司电商销售额达7000多万元,其中40%是海外市场销量。而今年以来,海外市场销量已经占到了七成。

“跨境电商是趋势,今年下半年,我们还打算在美国或者欧洲设立分公司或办事处,我也相信未来会有更多中国制造的产品实现在海外销售。”左国刚坚定地说。

四海商舟:帮中国企业夺回定价权

对于四海商舟创始人周宁而言,跨境电商这条路,他走了整整10年。2005年,刚成立公司不久,他就在海外互联网卖服装、箱包等。

2009年,凭借多年的海外贸易经验和积累,公司从实物贸易转向海外营销整体解决方案服务商,首推“创牌、卖货、分钱”理念,帮助中国知名品牌企业和大中型国外品牌定制企业压缩中间环节,建立独立垂直渠道,提升运营效率、完善服务体系。最终帮助“中国制造”在国际市场夺回定价权,提升利润率。去年一年,公司

帮助国内70家企业带来了20亿美金的交易额。

“我觉得跨境电商是帮中国制造从廉价代工走上更高的台阶。举个例子,我们服务的一家企业做收纳用品,曾给宜家做代工。原先一把衣架代工只卖到9美元,但通过自身品牌渠道可卖到50美元,这就是跨境电商价值所在。”周宁认为,对传统企业来说,跨境电商目前还是“深蓝之海”,但三年之后一定会变成“红海”,因此在这三年时间里,传统企业一定要抓住这个机会。