跨国动态

跨境电商蜂拥而至 谁能红海突围?

■ 陈姿羊

跨境电商的热潮从去年蔓延至今。根据《2014年中国电子商务报告》数据,2014年,中国跨境网络零售交易额达到718亿美元,同比增长44%。

在此情况下,除了阿里巴巴等互联网巨头和新兴跨境电商强势杀入,传统行业的上市公司也开始争抢这个电商领域"最后一块蛋糕"。

上市公司涌入

不久前,宁波上市房企银亿股份发布公告称,公司拟与宁波保税区管理委员会合作,在宁波保税区内成立公司,投资开展跨境电商等业务。此次,银亿股份共计划投资10亿元左右。

不仅如此,8月31日,智慧城市综合服务商汉鼎股份公告称,将使用自有资金600万元对从事跨境和国内电商业务的公司"南洋码头"增资;7月29日,空调风机生产商亿利达宣布,拟以自有资金6120万元收购长天国际和爱绅科技两家公司,亿利达表示上述两家公司正积极开拓钢材、铝材等大宗商品国际业务,为即将开展的跨境电商业务做准备;7月1日,海宁皮革城跨境O2O购物平台"漂洋过海"正式上线;6月11日,温州鞋商奥康国际投资4.8亿元入股跨境电商"兰亭集势",并拟成为其第一大股东……

据不完全统计,目前已有快乐购、汤臣倍健、报喜鸟等各行业上市公司宣布布局跨境电商。

在传统百货领域,超过半数行业上市公司宣布即将或正在布局跨境电商业务,其中广百股份、步步高、天虹商场和重庆百货等公司的跨境电商项目已上线多日。

而位于山西的上市服企百圆裤业更于今年6月更名为跨境通,全面转型跨境电商。转型后的跨境通财报显示,今年上半年公司营业收入和净利润均同比增长500%以上,而原本的服装主业营收仅占比不足10%。

对此,广州商业总会秘书长罗志杰认为,之所以都开始布局跨境电商,是因为目前政策红利使得跨境电商有很大优势,并且行业属于发展初期,前景大。但他同时表示,由于跨境电商的火热,不排除部分上市公司借此"炒概念"的可能。

竞争激烈

"跨境电商概念股"数量增加背后是不断扩大的市场。《2014年中国电子商务报告》数据显示,2014年,中国跨境网络零售交易额达到718亿美元,同比增长44%。其中,进口网络零售额约206亿美元,同比增长60%;出口网络零售额约为512亿美元,同比增长40%。跨境电商企业已经超过20万家,平台企业超过5000家。

这其中,除了拥抱"互联网+"寻求转型的传统行业上市公司,还有加速国际化布局的电商巨头,更有一批新型的跨境电商企业和创业团队。各路资本竞相追逐,抢食"跨境电商"蛋糕。

"市场虽然大,但过半的市场份额在阿里、亚马逊这些巨头手上,留给新入局公司的空间并不太大。"罗志杰如是说。也因此,在激烈的市场竞争格局下,从纸尿裤到进口化妆品再到奢侈品,价格战频频在跨境电商领域打响。艾媒咨询集团总裁张毅进一步表示:"打价格战就是为了抢占市场份额,抓住消费者,实际上这些买卖公司并不赚钱甚至可能还会贴钱进去。"

对于跨境电商企业的发展,罗志杰认为,关键是后续资源能否支撑,包括资金、货源、物流、营销的团队等,同时还需要在竞争激烈的红海中寻找自身优势,找准切入方向。

这个处于前期的市场,发展必将伴随着"优胜劣汰"和"行业整合"。"像电商市场格局一样,跨境电商未来还是以大平台为主导。但垂直领域,比如母婴用品市场,一些新的平台已经开始崛起。"张毅这样认为。

不可否认的是,在政策红利的推动下,跨境电商的发展期还会持续很久。7月4日,"大力发展跨境电商"被列入国务院出台的"互联网+"行动计划。当月24日,国务院办公厅出台《关于促进进出口稳定增长的若干意见》,提出加快推进外贸新型商业模式发展,并透露进一步扩大跨境电商相关试点范围和推广外贸新型商业模式的方案将在年底出台。这些均被视为发展跨境电商的政策红利。

苹果电动车拟2019年交货 特斯拉股价应声下跌

日前,苹果公司正在加速推进其电动车计划,公司内部将该计划已确立为"致力项目",目标交货日期(ship day)为2019年。消息披露后,苹果股价上涨,而特斯拉股价应声下挫。

据悉,苹果CEO Tim Cook已在一年前批准了苹果电动车计划。苹果电动车计划的代号是"泰坦(Titan)",目前苹果内部有数百位员工正在"秘密"开发苹果电动车。苹果已经雇佣了无人驾驶汽车方面的专家,但上述消息人士称,公司目前并不打算让第一辆电动车完全无人化自动驾驶。但开发这种汽车是苹果电动车的长期计划之一。

苹果在电动车项目上加大投入,意味着该公司看到了汽车行业的竞争机会,因为苹果可以在下一代汽车上苹果官方发言人Tom Neumayr拒绝对此消息作出评论。

苹果并非第一家涉足汽车领域的高科技公司。谷歌1月表示,正与传统汽车生产商探讨合作的可能性,并已联手多家传统以及非传统供应商,计划于2020年前正式推出无人驾驶汽车。

微点评:苹果公司的触角可谓是越伸越长了!

英国盼从中国电影市场分羹

据英国媒体称,近日,来自英国和中国的电影制片人齐聚伦敦,将根据新的电影联合制作协议达成价值百万英镑计的制片合同。今年获批的这份协议为英国进入利润丰厚的中国票房市场提供了一条捷径——而且中国的大品牌肯定参与其中。

据悉,英国电影制片公司渴望在中国的电影市场分一杯羹。中国一年的电影票房收入已达50亿美元,仅次于美国。中国的电影屏幕数量以每天10块的速度在增加,英国政府相信,这意味着中国电影票房将在5年内超过美国。

本此会议是自协议获批以来举行的首次会议。与会的高级代表包括中国国务院副总理刘延东、英国松林制片公司董事长迈克尔·格雷德和英国文化大臣埃德·韦齐。

据了解,在会议开始时,英国政府确认将在中国展出一些无价的艺术珍品,用以展示英国文化。两国的电影合拍协议能够帮助英国制片公司免受中国对外国电影的配额限制。

微点评:一直以来不怎么看好中国电影的英国最终还是经不起中国市场的诱惑啊!

波音欲在华建第一家海外工厂

空客在华建厂拉动了A320的销售,波音也想在中国建厂卖飞机了。

近日,彭博社援引知情人士消息称,美国波音公司正在研究在中国建工厂的可行性。计划一旦被认可,中国工厂将成为波音在美国境外的第一个工厂。

该工厂将完成波音737系列客机生产的最后几道工序,包括飞机涂漆等。波音737是目前世界上使用最为广泛的机型,总部位于芝加哥的波音计划提高737飞机的产能,从当前的每月42架提升至每月60架。将一些工序转移到中国,将使波音公司737产能得到释放。

波音针对737新工厂的消息发布声明称,"为了在当下竞争环境获得成功,波音公司一直在寻找机会保证扩大和改善生产能力的计划得以落实。"波音公司表示,对于包括中国在内的海外合作伙伴,波音不对可能在探索中的选择作评论。

中国是波音公司最大的海外市场,2014年波音公司向中国客户交付155架飞机,其中新一代737占比最大,有119架。这是波音连续第二年向中国市场交付超过140架飞机,波音同时还获得了来自十几家中国客户的超过400架飞机订单和承诺订单。

中国航空市场增长潜力还不止于此,波音在上个月发布的针对中国市场的《当前市场展望》中表示,未来20年中国将需要6330架飞机,占全球新飞机总数的16.6%,市场价值约为9500亿美元。到时候,中国将成为波音民用飞机的最大客户。

波音的竞争对手空客预测,在未来20年,不论是在中国市场还是国际市场,中国航空客运量均将处于全球领先水平,增长率也超过全球平均水平。未来20年,中国新增飞机总数为5363架。空中客车公司客户事务首席运营官雷义表示,中国在未来10年内将成为全球最大的航空运输市场。

2008年9月,空客在天津的A320总装线投入生产。这是空客继法国图卢兹和德国汉堡之后的第三条空客单通道飞机总装线。在天津总装线成立之前,空客曾花了25年时间在中国销售了500架飞机。但自2009年天津总装工厂生产出第一架飞机后,空客仅仅用了5年时间就在中国卖出了500架。

天津总装线投产后完成总装并交付了225架A320系列飞机,并在2014年完成了47架A320系列飞机的总装。2014年空客向中国的航空公司交付153架新飞机,占空客全球交付量629架的24.3%,至此空客向中国交付的飞机数量连续5年超过100架。

在今年7月初国务院总理李克强访法期间,中国航空器材集团公司与空客达成总价值180亿美元的A330飞机协议。此外空客还将在中国天津建设新厂,作为A330的完成及交付中心。

此前多次与中国的航空公司、航空工业界开展合作,让中国参与波音737、747、787等机型的制造。在全球有超过8000架波音飞机,使用了中国制造的零部件和组件。

据波音中国官网的统计,有超过35家中国公司作为直接供应商在制造领域与波音开展了合作。从2011年到2013年,波音先后与上海飞机制造有限公司、中航工业等中国国有公司达成了高质量零部件的合作协议。 (辛 月)

跨国聚焦

高端医疗机构抢占中国市场

中国患者去日本体检、去韩国整容、去瑞士疗养度假已经不是什么新鲜事了。

高端医疗患者里面中国人的增加引起了国外医疗机构的注意。

2014年,美国的各大医疗机构纷纷将癌症、儿童病、血液病等"硬性"的医疗服务推入中国,吸引大批患者。

在尝到了甜头之后,这些医疗机构正在考虑将医疗团体搬到中国来,以期更便捷地扩大在中国高端医疗市场中的份额。

今年7月,广东自贸区新公布的创新方案中,美国麻省总医院中国医院的建设规划被透露,3年内,这家在中国极具口碑的美国医院将为中国人提供高端的医疗服务。

"像美国的麻省总院、梅奥诊所,以及加州的一些医院,比如西达斯西奈医学中心这样一些好莱坞明星看病的顶级医院,都会成为中国患者的首选,过去这些医院的海外患者大多是中东土豪,现在都变成了中国人。"转诊机构上海美家海外医疗负责人范泰来表示。

不仅麻省总院,今年1月,世界顶级医疗集团美国梅奥医疗集团(MayoClinic)宣布与高瓴资本在中国成立合资公司"惠每医疗管理有限公司"落地中国,中国的超级富豪冯仑、潘石屹,甚至沙特王子都是梅奥的客户。

中国市场对这些海外医疗机构有多重要?不管是梅奥还是麻省总院,在美国本土外建医院,中国都是第一站。

"在我们这里看病的中国患者,大部分还是有亲戚朋友在美国,在他们的协助下自己过来看病,也有一些是通过中国的转诊机构过来的。"美国西达斯西奈医学中心国际部中国执行官潘如明告诉记者。

潘如明曾在美国从事与医学相关的商业事务十年,今年,她和另一名身在中国的同事一起,在该院今年新设立的中国事务部,专门负责中国市场的拓展工作。

几个月前,潘如明曾接待过一个20岁的中国女孩,她前去美国进行脑肿瘤的手术治疗,截至治疗成功完成,该女孩共花费了16万美元,其中入院手术部分的费用为10万美元,门诊治疗(检查项目等)花费6万美元,这其中的大部分需要在前往美国前一次性支付完毕。

事实上,为了满足日趋增长的中国患者需求,不仅是西达斯西奈,包括梅奥、麻省总院等都已设立专门的中国市场服务部门。

"我们首先还是跟国内的三甲医院、外资医院合作,让这些医院了解到国外的技术,分享更多的高端医疗资源,其次就是与转诊公司合作,给中国的患者提供便捷的赴美医疗途径,目前我们已与上海美家、盛诺一家都签订了相关的合作协议。"潘如明告知记者。

而包括日本、新加坡在内的邻近国家,似乎没有必要花费大力气在中国设立医院。在引入中国患者上,这些邻近国家把重点放在了可以承担此类业务的旅行社上。

据日本媒体报道,日本政府计划从2015年开始将日本国内可开展相关治疗的200至300家医疗机构整合成一个"日本国际医院"体系,在国际上打包推广。

据了解,该计划被当作日本经济增长战略之一,主要面向亚洲及中东新兴国家,预计实施3年后将为日本创造3400亿日元规模的经济效益。为此,日本将设立可办理医疗旅行业务的旅行社准入制度,并将相关医疗机构的信息发布在网上,方便外国患者检索。

(亦 才)