

受益于物流恢复 感动于外国客户鼓励

跨境电商逆流而上战疫记

■ 本报记者 刘国民

近日,一位阿里速卖通卖家在新浪微博上晒出了一位乌克兰美女给她发的私信,对方表示,在新闻里了解到中国医用口罩短缺,“如果能帮忙的话,我可以免费寄尽可能多的口罩,你不用付任何费用!”这位消费者的留言让商家非常感动。商家是一位名叫华宇晔的90后女生,经营女鞋店铺。《中国贸易报》记者联系到华宇晔,她说,“从乌克兰发货到中国,如果用普通快递可能需要1-2个月,考虑到物流时间太长,所以就没有接受她的口罩。”

华宇晔介绍说,“疫情对电商业务稍有影响,之前订单量下降得很厉害,最近几天订单回流了,而且目前物流已恢复正常,向国外发货的渠道也通畅,没有遇到来自国外

政府部门的政策限制,但现在主要的困难是我们的不少供应商还没复工。”

“我们尽量去寻找客户,当客户有疑虑时,我们会尽力去解释,告诉他们包裹是安全的。”至于日常生活,华宇晔提道,“平时也就是在家和仓库之间两点一线工作生活。我们将包裹包好放在门口。早晨我们还没到,快递员就已经把货拉走了,和快递员很少碰面。”

SOPHITINA Official Store 是速卖通平台鞋类中国商家,疫情期间店铺流量和订单都没有下降,海外客户相信中国商家,相信他们会安全渡过疫情。其中有一位俄罗斯消费者留言说:“我每天都会通过新闻了解中国的疫情,我很担心你们,

我希望并相信你们一切都会好的。最重要的是不要慌张,注意自己的健康。我当然会继续等订单,等多久都可以。保重!”

SOPHITINA Official Store 负责人刘成介绍:“目前销量并未受到疫情影响。一方面海外消费者是真的非常喜欢中国商品,从订单量与沟通方面能看出客户黏性很强。另一方面,速卖通平台给中国商家的正面疫情素材很好,这种宣导不仅给中国商家带来信心,也让海外消费者的放心。”

“我们的目标客户主要来自俄语系国家,比如白俄罗斯等。我公司的物流是2月20日前后恢复正常的。但部分国家如意大利对我们采取了入境限制措施。”刘成告诉《中国贸易报》记者,国外对疫情的真实情况存在误解,阿里速卖通平台出过一些指导方案,我们和客户沟通后发现他们已经通过互联网了解到很多客观情况,澄清起来比较容易,“比如针对发货时间变长这一情况,我会尽量多和客户沟通,说服他们多等一段时间。”

刘成坦言,供应商以及上游的原材料厂商还没有复工,确实给企

业进货带来影响。但他对疫情结束后的情况表示乐观,“下一步我们想拓展海外仓,进一步努力整合国内多地供应链优势。”

家用电器行业速卖通中国商家IBooWu Store在2月份销量保持上涨,并未受到疫情太大的影响,IBooWu Store负责人程卓透露,她也收到了不少海外消费者对中国疫情的关心和鼓励。例如一位菲律宾买家留言:请照顾好自己,我的朋友!我们为你们的国家祈祷,希望人人安全。

程卓告诉记者:“可能不少外国客户对速卖通有感情,虽然他们是第一次来我的网店购物,仍纷纷留言鼓励,我们非常感动。前段时间疫情严重期间没有办法发货,海外客户都纷纷表示理解,速卖通平台也给予我们中国商家延迟发货期的政策支持。为了回馈海外客户的关心,我们经过多方共同努力,在2月15日就恢复了物流工作,目前海外客户所下的订单货品已全部发出。”

“按照速卖通的一般规律,年末年初的订单量大一些,这段时间我们的订单量也在上涨。”程卓介绍,“沟通中发现少数客户对中国疫情

有误解,我们及时做了解释。阿里速卖通平台也给了我们一些回复客户提问的建议。但目前还是要在安抚客户方面做很多工作,同时我们也加强了对仓库的消毒,并将图片发给客户看,希望努力增信释疑,让客户放心。”

和其他电商商家类似,程卓也和快递公司约定一个固定的接收点,快递公司员工过来直接收走货物,双方尽量减少接触。疫情使她也有了更多机会去学习阿里推出的在线学习课程。

平台方怎样看待这些逆流而上的跨境电商商家和感人的留言?阿里速卖通方面告诉记者,新冠肺炎疫情发生后,和其他跨境电商平台一样,速卖通遇到了部分海外消费者对病毒恐慌的情况,但更多的消费者表达了他们对中国商家的关心,以及对中国商品的喜爱和信赖,速卖通在疫情发生后第一时间做出了相应的政策调整,相继推出“六大保障”政策,全面覆盖了疫情期间店铺运营、资金周转、流量推广、物流保障等多个维度,希望所有商家都能保持信心,合力共渡难关!

投资环境

乌拟打造中亚天然气枢纽

据乌报纸网近日报道,乌兹别克斯坦天然气运输公司(Uztransgaz)正与亚洲开发银行合作起草天然气领域总体规划,打算在乌国打造中亚天然气枢纽。2019年9月乌能源部部长苏尔丹诺夫曾在由亚开行组织的中亚区域经济合作成员国能源部长对话会上提出这一建议。

德国公司ILF Business Consult GmbH将为该总体规划编制提供咨询服务。规划主要内容包括起草天然气总体规划模式、研究发展天然气领域的替代方案及经济影响。此外总体规划还将制定天然气运输基础设施建设中长期战略、分析乌兹别克天然气供需和制定天然气运输方案。

此前,乌总理阿里波夫曾宣布要在2025年前停止出口天然气,所有开采的天然气将在乌国内进行加工。据乌国家统计局数据,2019年乌天然气开采量达594.6亿立方米,同比增长1.6%,2020年计划开采638亿立方米。

韩国拟出台经济救助政策

韩联社新闻报道称,韩国总统文在寅近日在国务会议上把新冠肺炎对韩国经济的影响称为“非常经济时局”,要求采取特别对策。青瓦台发言人姜敏锡对此介绍称:“2月末,韩政府将首先公布第一轮经济救助政策”。其中,文在寅连续三天强调的“减轻租金负担措施”引人关注。韩政府即将出台的首个政策中,很有可能包含对降低租金的业主进行奖励的制度。预计救助政策还将包括针对受损企业进行税收优惠或特别金融支援等财政政策。为了刺激消费,文在寅提出了“发放消费券,返还购物款”制度。

韩政界认为,对遭受直接打击的旅游业、流通业、传统市场等小工商业者,可以对其进行更加积极的财政扶持。另外,与中国交易活跃的企业也有可能被列为扶持对象。

老挝政府指导能源矿产业发展

老挝《人民报》近日报道,老挝总理出席老挝能矿产开发第八个五年规划(2016-2020年)执行情况总结大会时强调,能矿产业发展要坚持社会主义市场经济方向,把发挥老挝比较优势和加强国际地区合作结合起来。要重视解决电力生产和电网建设发展不平衡问题,加快北部电力主产区的电网建设,通过将政府投资转变为BOT的模式解决电网建设资金短缺问题,推动更多电力销往泰国和缅甸。加强对运营电站特别是即将投产电站的安全检查工作。调整工业和农产品加工等领域电价,确保老挝电力不会过度亏损。矿业发展要继续贯彻矿石开发加工和矿成品出口结合的方针,取代原矿出口。

坦桑尼亚各省竞相吸引投资

坦桑尼亚主流媒体《公民报》近日报道,坦桑尼亚各省制定新战略以吸引投资者。坦国家统计局数据显示,达累斯萨拉姆仍是坦最具吸引力的投资地区,2018年新注册了109个项目;紧邻的滨海省注册了37个项目;拥有丰富旅游资源的阿鲁沙排名第三,9个项目;乞力马扎罗和莫罗戈罗并列第四为8个项目;姆万扎为7个项目,而姆贝亚,松盖和曼亚若仅1个项目。

松盖省政府代表在举行的投资吸引论坛上表示,省政府正在制定战略来充分利用该地区与赞比亚和马拉维等内陆国家的紧密联系,以吸引本地和外国投资。通过达累斯萨拉姆港口转运至内陆国家的货物中有约70%是通过松盖省运输的,该地区是通往马拉维、赞比亚和刚果的门户。如果在这里生产商品,将很容易占领内陆国家的市场。松盖省需要建立陆港和仓储等设施,来促进与邻国的业务。该地区正在销售92.8万公顷土地,用于吸引农业、畜牧业、房地产、教育和制造业的投资。

(本报编辑部编译、整理)

在线招商领域也要多些用户和“支付宝”

■ 刘国民

近期,多个地区一手抓疫情防控,一手抓经济建设,将招商引资搬到互联网上:山东省德州市将2020年首场招商引资推介会“搬”到网络上,该市领导向同时在线的企业推介该市投资机会;山东省淄博市张店区则开展了网上签约投资项目;黑龙江省牡丹江市首次以“不见面”方式举行招商项目网上签约活动;江苏南京浦口经济开发区“云签约”引进总投资额116.82亿元的投资项目……

这样的做法展示了中国各地很多城市在疫情面前的韧性和灵活。不过,目前来看,招商引资领域距离充分利用现代互联网技术和通信工具还有很长一段路要走。即使互联网仿真效果不错,各种在线展示工具和在线交流平台也很多,但各地的招商人员还是会到处出差、奔波,笃信眼见为实。以现场会议形式出现的招商推介会还是行业主流。也就是说,在线技术的大发展至今还没能改变招商业界多年的从业习惯。该领域在疫情期间乃至此后若想快速发展,必须设法改变业界人士的传统习惯不可。

除此之外,安全性也是线上招商需要考虑的重要问题。一些企业界人士向笔者感慨,在线订单、在线视频洽谈等,始终没有线下见面那样的真实感和信任感,有些订单合同涉及的金额大,甚至有的涉及到预付款,人都没有见面就给对方打款是很难接受的,可能会存在一定的风险。这种想法是人之常情,但同时也让笔者想起了马云为解决电商买卖双方信任问题,在中国催生了支付宝的经典案例。可以看到,企业界所使用的在线工具范围远远超出了电商、支付宝的范围,但支付宝的成功案例对现阶段的在线招商颇有启发意义。互联网从业者有没有可能开发出一个广谱的中间平台,为招商方、投资方增信释疑,甚至可为双方的信用度打分评级,以便买卖双方更方便准确地找到高信用、很可靠的合作伙伴。

归根结底,在线招商应该不只是疫情期间一时应急的措施,业界应该以此为契机突破以往开展业务的习惯瓶颈和技术瓶颈,让在线业务成为一种欣欣向荣大发展的创新业态。



春节过后,济南二机床集团有限公司(简称“济南二机床”)全面复工。疫情之下,济南二机床一方面加大疫情防控力度,每天对工作现场消毒两次,职工实行双测温、分餐制;另一方面开足马力确保产品按期交付。2月22日济南二机床首批出口的产品——6台压力机装船出海,即将发往美国,图为技能工人在装配数控机床。徐宁 摄

征集《贸易服务分类与术语》《外贸综合服务平台运营服务规范》团体标准起草单位

本报讯(记者 毛雯)为贯彻落实《中共中央 国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》中关于“充分发挥行业组织、贸促机构在贸易促进、信息交流、标准体系建设、行业自律、应对摩擦等方面的作用,助力外贸高质量发展”的要求,大力发展报关报检、物流、退

税、结算、信保、融资、供应链、标准化、信用管理、品牌建设、营销策划、贸易合规、商事法律、跨境电商、人才培养、媒体宣传以及检验检测与认证等国际贸易服务业,更好帮助广大外贸企业降低成本、开拓市场,提高贸易便利化水平,促进外贸稳增长,培育外贸竞争新优

势,中国贸促会商业行业委员会依据《中华人民共和国对外贸易法》和《中华人民共和国标准化法》,于近期立项了《贸易服务分类与术语》(项目计划编号为:CCPIT-CSC-JH2020104)与《外贸综合服务平台运营服务规范》(项目计划编号为:CCPIT-CSC-JH2020105)

两项团体标准。标准起草工作由中国贸促会商业行业委员会和中国贸易报社联合牵头组织,拟于2020年上半年完成标准起草工作。为了更好地完成标准制定工作,经研究,决定面向全国公开征集《贸易服务分类与术语》与《外贸综合服务平台运营服务规范》团体

标准起草单位和起草人。

欲了解起草单位、起草人资格条件,起草单位、起草人权利和义务,名额限制,参与原则,上报要求以及《贸易服务系列团体标准起草单位与起草人申报表》等详细内容请登录中国国际贸易促进委员会商业行业委员会网站查询了解。

智能化+全球化加速中国制造业复工复产

■ 樊中华

智能机器人在仓库和产线之间灵活运行,取代传统的人工搬运物料;工业互联网透明供应链实现上下游企业的协同管理;远程操作的全自动化生产线确保着防疫物资资源供应……

这样的场景正在逐渐复元的中国制造业企业上演。

一边是因疫情导致员工人手不足、产业链复工步调不均、订单积压产能不足等制造业复工复产“三大

难题”;一边是作为国民经济支柱和全球产业链重要一环的制造业亟待复元,此间,加快智能化与全球化转型步伐成为中国制造业普遍认同的“解决方案”。

“疫情期间,我们收到了医药、汽车、食品、鞋服、电商等行业上百家企业的咨询,”智能仓储机器人头部企业上海快仓智能科技有限公司市场总监孙迪表示,“经此一疫,我们判断很多制造业企业会加速在内

部物流环节‘机器换人’的步调。”

事实上,相比当前中国制造业500强高达97.08%的复工复产率,中小企业的复工情况不容乐观。日前,浙江多地包车、包机跨省“抢人”之举恰是从一个侧面体现了大量企业对一线人力的极度依赖。

对此,上海社会科学院研究员汤懿懿分析称,中国中小企业本身存在智能化升级能力不强、成本低端路径依赖严重的问题,“产业升级与劳动力升级相关联,在城市化进程未结束时,小企业往往聚集了大量低端劳动力。”

“由于涉及到成本、接入能力等问题,及至去年,大量中小企业仍对工业互联网持观望态度,”智能云科信息科技有限公司相关负责人认为,此次突发疫情暴露了制造企业存在的很多问题,人员不足与供应链不畅对复产形成的掣肘将倒逼很多企业寻求智能化转型。

“当前已有部分产业园在打造以工业互联网为基础的数字化‘共享机床’,配有熟练操作人员,供当地中小企业拎包入住生产,这将成为中小企业提升制造能力的新渠

道。”该负责人表示。

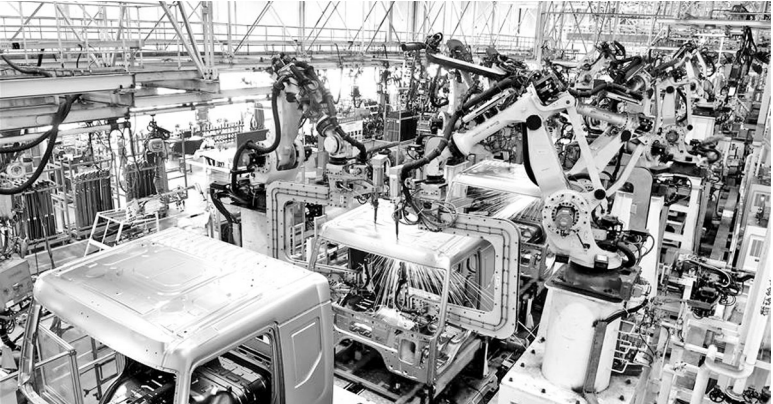
疫情期间,供应链不畅是大多数企业面临的困境,上下游企业进行防疫物资、复工方案共享等以加速复工成为常态。

工业互联网平台运营公司智能云科则提供了另一种智能化解决方案。其工厂数字化制造运营系统不仅能实现从计划排产到生产、仓储的全流程管理,同时能实时获取上下游企业的库存和需求状况,实现全产业链协同及进行协调供给,增加了供应链管理的透明度与便利性。

“现代产业竞争不是单体企业竞争,而是供应链体系的竞争”,复旦大学经济学教授张晖明指出,经过此次疫情,企业应认识到合作伙伴在产业链上兴衰与共,需要共同应对危机与竞争,而不是简单进行供应链结构重组。

疫情同样促使制造业对全球化布局进行深入思考。

“此次疫情对我们来说有着一个更长远的战略影响,公司要重新定义供应链体系。在订单市场需求全球化之后,我们要更多地考虑将供应链也做到全球化,以应对未



图为在一家汽车企业的智能工厂里,工业机器人在生产线上进行焊接作业。