

# 菜鸟搭链 全球商家体验中国物流神速

■ 本报记者 刘禹松

戴上最新型的智能眼镜,手持智能物流作业终端,在第四届中国国际进口博览会现场,与会观众难得感受了一把数智物流带来的独特体验。本届进博会上,作为一家全球化物流产业互联网公司,菜鸟首次参展就凭借现场展示的“黑科技”展品吸引不少好奇的目光。除了各种可以拿在手上亲自把玩的小物件以外,现场摆放的菜鸟环保循环箱、菜鸟RFID(射频识别)智慧盘点车等展品也同样引人注目。

该公司相关负责人介绍,本届进博会现场,菜鸟以“进口好服务,消费新体验”为主题,在展区内集中展示了该公司覆盖全球100多个国家和地区的跨境智慧物流网络以及绿色减碳等方面的能力。

当前,新冠肺炎疫情持续反复,多国纷纷采取旅行管制等措施,导致全球航空运力骤降,各地跨境商家苦不堪言。为了让更多国家和企业搭乘中国发展的“快

车”,稳定的全球物流与供应链必不可少。据介绍,今年以来,菜鸟开通了300多条国际航线,建设覆盖全国24个口岸上百万平方米的智慧保税仓网络,帮助来自100多个国家和地区的商家、企业、国际组织参与与中国经贸往来之中。

博姿(Boots)是一家超过150年历史的英国美容护肤品牌,深受国内消费者喜爱。然而,最近疫情和台风天气等突发情况,却让备货中的博姿海外旗舰店负责人李玲忧心忡忡。

“疫情期间上海浦东机场运力紧张,我们从欧洲空运进口华东仓的货物很难找到稳定舱位,真担心里会赶不上‘双11’备货,错过了一年中最重要的大促。”李玲表示,受疫情和恶劣天气影响,8月以来浦东机场运力大幅减少,多家航司取消航班,至今没有完全恢复。更加雪上加霜的是,近期进入空运旺季,在运力压力下,部分航线运费已经上涨3到4倍,运输时长也延

长一倍。

“当9月初市场上欧洲飞上海的航班大面积取消后,在空运运力紧张的情况下,菜鸟很快就协调出了进口航班的方案,迅速为我们的货物锁定舱位。”据李玲介绍,在货物抵达中国后,可以直接进入菜鸟保税仓提前备货,在消费者下单后隔日即可到货。高效的物流服务和体验也成为拉动品牌销量增长的利器之一,助力英国老品牌在中国圈粉。

除了为保证消费者高效收货,菜鸟同样为商家备货保驾护航。菜鸟利用香港国际物流枢纽的优势,提供全程无缝衔接的空海陆多式联运服务。货物抵达香港后,由菜鸟中港车从香港机场、码头直接陆路运输到菜鸟全国各地的保税仓进行备货。

ALRA海外旗舰店主营美国实验室品牌ALRA旗下的进口防护用品,今年“双11”备货量比去年增长高达517.14%。其店铺负责人

表示,为保障“双11”期间店内商品正常备货,菜鸟特别增加了北美空运干线接中港车的多式联运服务,快速确定航班后提前可预约中港车,并协助香港机场报关提货等操作,商家全程无感一单到仓,大大提升了服务灵活度及体验的顺畅。

菜鸟网络提供的数据显示,在今年的“双11”购物节期间,已经有来自87个国家和地区的超3亿件进口商品通过菜鸟全球物流网络,顺利在其国内和海外仓进行备货。日本威士忌、德国小众香氛、韩国高丽参等销量增长明显。

菜鸟相关负责人告诉记者,由于进口商品从海外发到国内运输距离长,物流时效一直是制约进口商家的“阿喀琉斯之踵”。在海关与有关部门的支持下,菜鸟秒级数字通关系统已覆盖全国主要口岸。今年11月1日,菜鸟仅用5小时37分就完成了1000万单商品的清关,比去年同期整整提升了近一小时。

而近日,菜鸟首次推出的进口商品“预售极速达”服务也已覆盖全国200多个城市。据该公司统计,今年“预售极速达”包裹平均一件仅需15个小时送货上门,首次实现了进口商品的“小时级”送达。加上菜鸟保税仓智能分仓服务,商家的跨境包裹次日达比例最高可提升90%。

“进博会让全球商家看到中国市场释放的巨大潜力,而物流是全球供应链总经理赵剑表示,依托于菜鸟搭建的覆盖100多个国家和地区的跨境智慧物流网络,可以为跨境商家提供包机、中欧班列、海运等海陆多式联运、全链路的跨境运输解决方案。未来,菜鸟希望可以持续加码对海外物流基础设施的投入,构建现代跨境物流体系,让海外中小企业更轻松地触达全球客户,减少国际贸易中的困难和挑战,促进全球数字经济发展。

## 新发展格局 离不开做强进口贸易

■ 本报记者 王曼

在第四届进博会开幕之际,北京师范大学经济与工商管理学院、北京师范大学中国教育与社会发展研究院联合发布了《2021中国进口发展报告》(以下简称《报告》)。该《报告》指出,积极扩大进口已经成为国家重大发展战略,也是我国新一轮高水平对外开放的重要内容。积极扩大进口将更高效地实现国内外市场联通、要素资源共享,通过发挥进口的互补效应、成本效应、竞争效应、高质量效应促进国内循环发展、国内经济高质量发展。

《报告》显示,入世以来,中国对世界进口增长的贡献率大大提高。在2001-2009年期间,中国对世界进口增长的贡献率为12.1%。在2010-2020年期间,中国对世界进口增长的贡献率达到了27.7%,远远大于美国(18.3%)、欧盟(17.1%)。同时,中国货物进口年均增速整体上高于同期世界进口年均增速。在2001-2020年期间,中国货物进口年均增长11.9%,是世界货物进口增长率的2.2倍,远远高于美国、欧盟。

“我国国内经济发展稳中向好、长期向好的基本面一直没有改变,稳定的国内生产需求、旺盛的国内消费需求是我国进口持续增长的根本支撑。”《报告》主编、北京师范大学经济与工商管理学院教授、国家进口研究中心主任魏浩在接受《中国贸易报》记者采访时表示,我国实施了一系列积极扩大进口的政策措施,除了举办中国国际进口博览会,还积极拓展中国进出口商品交易会(广交会)、中国国际服务贸易交易会(交会)等综合性展会功能,培育进口贸易促进创新示范区,搭建进口贸易平台等;培育跨境电商进口等贸易新业态,分批次创设跨境电商综合试验区,完善跨境电商零售进口管理政策和进口税收政策等,这些政策措施的作用日益显现、持续扩大。

魏浩表示,进口在经济发展中具有不可替代的作用。我国积极扩大进口有利于缓解与世界各国的经贸关系,通过进口高端消费品有利于促进国内消费升级,通过进口高端机器设备、高技术中间品会提高中国企业生产产品的质量,从而有利于出口产品结构的优化,这个过程也就是从贸易大国向贸易强国转变的历程。

《报告》指出,中国从“一带一路”沿线64国的进口规模整体增加。在2014-2020年期间,中国从“一带一路”沿线64国的进口规模从4834.42亿美元增加到5699.06亿美元,年均增长率为2.78%。

《报告》显示,中国跨境电商进口规模高速增长。在2000-2020年期间,虽然跨境电商出口交易规模一直大于跨境电商进口交易规模,但得益于国内消费的升级和积极扩大进口政策的推动,中国跨境电商进口交易规模不断增加。在2018-2020年期间,跨境电商进口交易额从1.9万亿元增长到2.8万亿元,跨境电商进口交易额占中国进口总额的比重从13.49%上升到19.55%,增长较为稳定。

《报告》提出,进口贸易在新发展格局中的作用将进一步凸显。在新发展格局中,以国内大循环为主体的本质含义是把国内经济做大做强,国内国际双循环相互促进的本质含义是,既要充分利用国际资源、国际市场服务国内经济发展,又要高度重视国内经济发展对开拓国际市场的促进作用。积极扩大进口是我国新一轮高水平对外开放的重要举措。从进口的角度来看,不管是国内大循环,还是国内国际双循环相互促进,进口都将发挥十分重要的作用,不可替代的作用,而且进口的作用将进一步凸显。

在魏浩看来,世界各国通过参与中国进口能更好地分享中国经济发展的成果,国内各级政府和企业合作通过主动扩大进口能更好地服务当地经济发展。这个过程就是双循环新发展格局形成的过程,也是中国实现高水平对外开放的过程。

## 赴进博之约 洞察市场趋势

■ 本报记者 王曼



作为全球最大的时尚零售集团之一,爱特思集团(Inditex)(简称“爱特思”)今年携旗下飒拉(Zara)、麦西姆杜特(Massimo Dutti)、奥依修(Oysho)和飒拉家居(Zara Home)四大品牌再赴进博之约。

在本届进博会上,爱特思在5.2馆(消费体验馆)设立了一个544平方米的大型展区,由一个用于现场小组会谈的中心立方体和四个圆顶组成,周围环绕着当地的树木和植被。每个建筑个体都有高清晰度的墙壁LED屏幕,显示爱特思关于时尚、可持续发展、技术、物流和社会贡献的不同视频内容。展位是按照最严格的可持续发展标准建造的,使用可持续和可回收的材料作为面板,进博会结束后,面板将被回收利用。展台里的植被将会转化为肥料,展台周围的树木将被移植到专用设施中或做成菌菇培养基。

爱特思集团执行主席伊斯拉表示,“参展进博会体现了我们对中国市场的承诺,我们在不断推进战略转型,努力打造差异化的商业模式,为中国客户提供不间断的优质服务 and 独特体验。”

爱特思集团大中华区总裁思伊文表示,进博会进一步坚定了爱特思对中国市场的信心。进博会的最大价值在于为全球参与者提供了深度交流的绝佳机会,爱特思借此机会洞察市场趋势,深入了解合作伙伴的期望。“最期待的是进博会给我们带来的来自多方面的反馈,因为这是其活动的‘脉搏’所在。”思伊文说,爱特思将尽最大努力在价值链的所有阶段进行整合和创新,满足顾客的期望,并为他们提供高品质的时尚、最佳体验和最高标准的可持续发展。

2004年,爱特思在中国香港特别行政区的国际金融中心开设了第一家ZARA门店。此后,集团旗下的8个品牌足迹遍布中国的50多个城市,并通过官网以及天猫旗舰店开展线上业务。

思伊文说:“得益于中国开放、包容的市场,爱特思的中国大家庭如今已拥有8000多名专业人士,并与中国本土的1400多家工厂合作。”

疫情发生以来,用户对高效便捷零售服务的需求日益增长,爱特思不

断研发数字功能,赋能高品质科技门店。例如,Zara于2020年10月在北京开设的王府井门店,这也是Zara亚洲最大旗舰店,通过最新科技元素,为消费者带来新的购物体验。Zara和Massimo Dutti最近为品牌彩妆和鞋类产品系列提供了虚拟试衣间,可以把增强现实和人工智能技术结合在一起,通过实现与产品的数字互动来增强客户体验。

思伊文介绍,爱特思制定了一个基于循环经济模型的可持续发展计划,以减少碳排放,契合“可持续发展目标”。根据该计划,到2022年,集团直接运营的所有能源都将来自可再生能源,并将超过50%的服装打造为“Join life”环保系列;到2023年,在销售层面消除所有一次性塑料,有效减少环境污染;到2025年,减少整个供应链25%的用水量;至2040年达成净零排放目标。

据悉,在环境保护方面,爱特思正在与中国公众环境研究中心、中国碳中和论坛、中国环境与发展国际合作委员会、清华大学以及中华环境保护基金会等战略合作伙伴合作。

## 电子商务打通国内国际消费新通道

■ 本报记者 刘禹松

在两年前的第二届中国国际进口博览会上,京东集团对外宣布了三年进口品牌商品采购额达到4000亿元的采购目标。在本届进博会开幕前夕,京东集团于近日正式发布《京东进口消费报告》。该报告显示,京东集团近两年来,进口品牌商品采购额已经超过3100亿元,有望超额完成任务。

11月2日,在北京召开的“与世界共享美好生活·驻华大使国际高峰论坛”上,京东集团副总裁、京东零售V事业群负责人韩瑞表示:“10月31日晚8点,京东11.11全面开启并迎来开门红。仅用4个小时,累计售出了超1.9亿件商品。在热销商品中,包括乳剂的车厘子,丹麦的曲奇饼干、奶粉,印尼的乳胶枕,泰国的燕窝,日本的任天堂、索尼游戏机等,都备受中国消费者青睐。”

京东集团提供的数据显示,京东国际11.11开门红成交金额同比增长超过70%,超过300个细分品类成交金额同比增长超过100%,超过1000个海外品牌成交金额同比增长超过100%。京东集团相关负责人表示,这一方面说明消费者对日常生活的品质化追求和精致化消费趋势,另一方面也体现出进口超市已经成为用户日常囤货的大本营。

而据《京东进口消费报告》,美妆、母婴和营养保健品类是进口消费中的绝对热点。该报告显示,2020年京东进口消费占比增幅较大的品类包括医疗保健、宠物生活、食品饮料、母婴、个人护理等。

“智利是拉美第一个与京东合作设立国家馆的国家,这让我们倍感自豪。京东智利国家馆目前为中国消费者提供了大约30个智利品牌的商品。我们会更加努力,让京东智利国家馆更加成功。”在活动现场,谈到京东智利国家馆时,智利驻华大使路易斯·施密特表示,京东11.11开门红当天,京东自营智利车厘子成交金额同比增长210%。

“对于中国各地消费者来说,‘数字便利’让国际产品变得触手可得。在过去一年里,中国首次成为丹麦商品的第五大出口市场。乐高玩具、Arla乳制品、B&O电子产品和ECCO鞋子等丹麦品牌的产品非常受欢迎。”丹麦驻华大使马磊说。

印度尼西亚驻华大使周浩黎则表示,“JD.ID”(京东印尼)目前已发展成为印尼六大电商之一,对促进两国双向贸易、中小企业数字化转型等发挥了重要作用。虾片饼干、零食、咖啡、食用燕窝等印尼商品在中国国内市场的推广,京东将发挥重要作用。京东11.11开门红当天,印尼产地特色护发精油销量同比增长245.9%。

此外,在京东11.11开门红中,泰国虎标贴膏、Thaikal强骨力、白兰氏保健品、妆面膜等商品也都深受消费者的喜爱。泰国驻华大使阿塔育·习萨丹表示,泰国尚泰集团与京东集团是非常好的合作伙伴,双方共同打造的京东泰国(JD CENTRAL),对于中泰贸易发展非常有帮助。泰国商品在中国非常受欢迎,今年京东618期间泰国榴莲在京东上售出了26万颗。

“日前,我参观了位于北京的京东植物工厂。其像精密工厂一般进行卫生管理,就地采摘直接生吃的蔬菜品质让我大为感动。这家工厂里也充分融合了日本企业的科技和智慧。”日本驻华商务公使田中英治表示,希望中国消费者未来能更便利地品尝到来自日本的蔬果等商品。

北京市商务局副局长郭文杰表示,今年7月,国务院批准北京等五个城市率先开展国际消费中心城市培育建设。北京消费市场面向全国、全世界,率先形成了以消费拉动为主的经济发展新格局。以京东集团为代表的电子商务企业,积极创新应用数字经济新技术新模式,有效打通国内国际消费新通道,引领推动电子商务、跨境电商创新发展,成为居民消费的重要渠道、外贸发展的创新业态和经济增长的关键动力。

据了解,作为京东旗下进口商品一站式消费平台,京东国际携手各国政府和机构组织与海外品牌方,共同打造国家馆创新型综合项目,旨在为海外品牌提供进入中国市场的高效渠道,同时融入国家文化、旅游等风情,打造具有当地特色国家馆IP。

截至目前,京东国际国家馆项目已经陆续开设了22个,2020年通过国家馆引入新品数同比增长超过100%,2021年更是重点发力,国家馆合作数量同比增长3倍。除了下来还有超过50个国家馆正在入驻接待中。

除了国家馆项目,对于更多的海外品牌商家,尤其是中小商家,京东国际则通过推出“星图计划”“京际联盟”等一系列举措助力提升运营效率。

据了解,截至今年6月30日,京东已拥有约50个保税仓及海外仓库,总建筑面积超过50万平方米。目前,京东集团正在全球构建248小时通路,实现中国48小时通达全球,帮助全球商品进入中国,中国制造通向全球。

## 半导体产业合作符合中国与世界各国的共同利益

■ 本报记者 张凡

“半导体是一个高度全球化的产业,加强国际合作,促进全球范围内的产品流通,对产业的健康快速发展至关重要。这不仅符合中国的利益,同时也符合世界各国的共同利益。”商务部对外贸易司副司长张冠虹在第四届进博会期间举办的粤港澳大湾区(珠海)投资环境推介会上说,在5G、云计算、物联网、人工智能等新技术的驱动下,中国的半导体市场增长空间依然非常广阔。

目前,中国已成为全球主要的电子信息产业生产基地,也是全球规模最大、增速最快的集成电路市场。2020年,中国集成电路产业规模达到了8848亿元,“十三五”期间年均增速接近20%,是全球同期增速的4倍;中国集成电路进口额达3500亿美元,出口额超过了1100亿美元,集成电路是中国第一大单类贸易产品。其中进口占全球集成电路贸易总额的近1/3,这为国际众多的半导体企业提供了广阔的

市场和舞台。

目前,广东省是我国信息产业的第

一大省,在消费电子、通信、人工智能、汽车电子等领域拥有国内最大的半导体及集成电路的应用市场,需求份额占全国30%以上,集成电路进口额也占全国的40%左右,基本形成了以广州、深圳、珠海为核心,带动佛山、东莞、中山、惠州等地协同发展的产业布局。

广东省商务厅副厅长沙长梅介绍说,当前广东的制造业发展正在由传统的制造业向高端的智能制造业加快转型,正在加快构建具有更强竞争力和自主性开放型经济新体制。广东省将以粤港澳大湾区建设发展为契机,深入实施为半导体产业发展服务的积极进口政策,扩大行业先进产品和服务的进口,高起点地建设一些消费电子、通信、人工智能、汽车电子等先进制造业的集群。

“2020年,珠海集成电路产业的总体规模接近100亿元,其中集成电路的设计达到86.5亿元,同比增长28%,在

全国位居第九,珠三角地区位于第二。”珠海市商务局局长沈岩在向企业介绍珠海营商环境时,提到了珠海在半导体产业方面的发展现状,“珠海在集成电路发展方面早就做了相应的工作。早在2004年,珠海就通过全额财政的支持设立了南方集成电路设计中心,为企业提供低成本的EDA设计服务。”

与此同时,珠海市在集成电路发展方面也积累了一批优质的企业,包括全志科技、杰理科技、艾派克、英诺赛科、越亚半导体等行业内知名企业。

沈岩介绍说,为了进一步强化珠海市集成电路产业链的布局,珠海市政府还设立了1000亿元的国资产业投资基金。目前,该基金投资了337个项目,累计投资474亿元。此外,广东省还设立了1000亿元的粤港澳大湾区产业投资基金,重点用于大湾区横琴和前海这两个区域高科技产业的聚集和发展。

“目前,疫情给全球半导体供应链

带来了断裂风险,由于半导体行业在欧美和亚洲国家高度分工,局部疫情导致的缺芯问题已对汽车、电子等下游行业的生产出货造成了较大的影响。”中国机电产品进出口商会会长张钰晶说,中国是制造业大国、贸易大国,更是半导体行业重要的生产基地和巨大的消费市场,维护和保持全球半导体产业链、供应链的稳定,直接关系到行业企业的发展利益。

本次论坛由中国机电产品进出口商会与珠海市商务局共同主办,邀请了超威半导体(AMD)、应用材料(Applied Materials)集团、高通(Qualcomm)公司、尼康(Nikon)株式会社、ScaleFlux技术、格力电器、罗兰贝格(Roland Berger)、中兴通讯等半导体行业国际国内民营企业高管就加强粤港澳大湾区半导体产业与世界500强企业合作展开讨论。益普索、英特尔、英伟达、苏美达等60余家企业的120余名代表现场参加论坛。