

行业管窥

海外仓火热 比拼商业模式和服务水平

■ 本报记者 刘国民

海外仓可以让出口企业批量发送货物至国外仓库,实现在海外本地销售、本地配送的新物流方式,近几年不断受到国家政策层面的鼓励。2020年11月9日发布的《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》再次提到“支持建设一批海外仓”;2022年1月11日发布的《国务院办公厅关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》明确提出,“进一步发挥海外仓带动作用,积极利用服务贸易创新发展引导基金等,按照政策引导、市场运作的方式,促进海外仓高质量发展。鼓励具备跨境金融服务能力的金融机构在依法合规、风险可控前提下,加大对传统外贸企业、跨境电商和物流企业等建设和使用海外仓的金融支持。”可见,国家在海外仓领域的扶持政策越来越详细,越来越有针对性。也因此,海外仓这条赛道呈现出火热发展的状态。

仓位爆满赛道火热 细化服务是加分项

江苏佳利达国际物流股份有

限公司在香港葵涌海运码头ATL大楼设有海外仓。佳利达物流香港海外仓工作人员告诉记者,由于上海疫情,很多货物转到香港,海外仓因此面对更多客户,需要提前预约,客户需先发询价信息给公司内地分支机构,办好登记后才能进行后续操作。“我们公司的香港海外仓有2000多平方米,疫情下从内地发到香港的货物大部分来自华南、华东。目前香港和内地之间的物流通道主要有两条:一是海运;一是港珠澳大桥,但需要配载。货到香港后再海运、空运到国外。”身在江苏省无锡市的佳利达物流海外仓报价人单女士介绍说,“一般找我们订香港海外仓仓位的大多有最终订单且有一定销量保障的企业,如果外贸企业没有最终订单或者不确定海外订单数量时,建议先别急着把货物运到香港,毕竟香港仓租很贵,而且从内地到香港运输成本较高。”

单女士的角色不只是“销售员”,实际上带有较多“物流顾问”的身份。记者观察到,她会询问清楚客户的货物起运点,帮助客户设计从内地到香港最佳的物流线路和运输工具,如果遇到出海条件不成熟而盲目地把货物运出去的客户,她宁愿劝阻客户并推掉这样的单子,避免客户遭受更大损失。

江苏易欧信企业服务有限公司有3个自建海外仓,共计1万多平方米。该公司工作人员介绍说,“外贸企业如果想租用海外仓仓位需要提前预订,而且发货前需要先告知我们。”对于客户,他们也是有选择的。该公司更欢迎物流流转较快的企业,所以接单之前公司一般会问清楚客户货物量和存放时长,根据自己海外仓的剩余仓位决定是否接单。至于对货物体积,他们并不计较,这和某些平台限制家具等超大



件货物有所不同。

该公司工作人员还介绍了他们推出的贴心服务,“公司可提供尾程物流服务,比如客户从国内将货物运到德国港口,之后的物流我们可以全部负责,包括把货物从德国港口运到海外仓,给货物贴标签、更换标签,再发货到其他地区都可以。”该公司的海外仓依托信息化系统运营管理,支持对于滞销货物的退货,可选择两种退货方式:一种是收取费用后协助报废货物;另一种是将货物退回中国。当然,企业一般都不会选择退货回国。

记者了解到,并非所有海外仓都仓位爆满、需要提前预定,有些海外仓仓位总有冗余。

风投布局赛道 激励企业提升管理水平

泛鼎国际集团旗下的文鼎海外仓工作人员向记者坦言,海外仓建设运营是重资产项目,投入成本较高,其中就包括较高的用工成本。文鼎海外仓雇佣了海外当地员工,虽然工资支出较大,但如果不雇佣当地员工改为全部外派员工,由于涉及工作签证、海外健康安全保障、海外出差补助等,成本会更高。“由于得到风投机构青睐,文鼎海外仓已完成A轮融资,目前正在进行B轮融资。在融资和运营方面已经上了轨道,情况还不错。”该工作人员说,“外贸企业在挑选海外仓时,可以在大的电商平台仓库和其他海外仓之

间进行比较。其实我们的海外仓相当于给了外贸企业更多选择,无论是来自电商平台的企业还是其他类型的企业来合租,我们都欢迎。”

海外仓融资渠道多元化这一现象也得到业内专家的關注。网经社电子商务研究中心跨境电商部主任、高级分析师张周平分析道,海外仓融资一是需要相关金融机构解决,这就需要更多政策扶持与倾斜;二是用市场化手段去融资,众多投资机构布局海外仓,海外仓企业若能打磨好商业模式和服务,通过风险投资机构也能获得融资。

如何进一步提升运营效率,记者了解到,受访的多家海外仓均采用信息化手段,对此,张周平认为,海外仓需要借助先进的硬件设施和以大数据为支撑的运营网络,从货物入仓开始到出仓的各个流程实现标准化操作,每步操作都实现数据化管理,最终实现流程数据化、业务标准化。

作为跨境电商物流的重要解决方案之一,伴随着行业所需、资本布局以及政策加持,海外仓赛道呈现火热态势。张周平说:“海外仓这一高速发展且有前景的行业必然吸引大量的企业进入,也势必会出现过度竞争的现象。而减少过度竞争的对策,一是政策调控;二是市场中巨头企业显现,让较少企业拥有该市场中较大的市场份额,一旦这种市场竞争格局初现,市场也会随之降温。”



几年前中国援建的中马友谊大桥让马尔代夫民众实现拥有一座跨海大桥的梦想,如今中企在胡鲁马累岛承建的五桥项目被当地媒体誉为“开启了这个城市的新篇章”。五桥指的是坐落在胡鲁马累一期岛和二期岛之间水道上五座造型别致的桥梁,自去年底陆续开通后,大大方便了当地人出行。

新华社记者 唐璐 摄

农业贸易 百问

预制菜贸易为何有望成为农业新增长点?

■ 李楠

受新冠肺炎疫情疫情影响,不少消费者就餐习惯发生改变,更多人选择居家用餐,质优健康的预制菜成为堂食和外卖的重要替代,预制菜行业迎来高速发展期。作为拥有巨大产值潜力的新兴产业,预制菜有望全面提升农产品出口效益,带动从原材料生产到加工出口全产业链发展,为农业高质量发展添上浓墨重彩的一笔。

预制菜是什么?

目前,国内对预制菜并无标准定义。一般将以畜禽、水产、果蔬等原料配以各种辅料,经分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等预加工制成成品或半成品,经简易处理即可食用的便捷风味菜品称为预制菜。预制菜在国外市场已经非常成熟。20世纪40年代,预制菜

在美国兴起,20世纪80年代在日本、加拿大及部分欧洲国家逐渐风靡,经过数十年发展,美、日等均培育出全球大型预制菜企业,如Sysco、泰森、日冷等,预制菜在日本餐饮市场渗透率更是高达60%。国外预制菜产品类别丰富,几乎涵盖所有食品及原材料,包括鲜冷冻肉、海鲜、家禽、果蔬等。数据显示,2020年美国、日本预制菜市场规模分别为454亿美元、238.5亿美元。

预制菜贸易前景如何?

数据显示,2021年中国预制菜市场规模超过3000亿元,专家预计未来3至5年将突破1万亿元。出口方面,海外预制菜市场发育成熟,规模较大,需求旺盛,特别是可以同传统中餐有机结合,将经典中餐菜色打造成预制菜,可以顺利嫁

接海外快餐行业的既有模式,借助国际市场对“中华料理”和“CHINESE FOOD”的广泛好感,带动预制菜产品大量外销,巨大的海外市场需求将推动农产品贸易发展。进口方面,在我国中产阶层消费需求驱动下,预制菜也为国外更多美食走上大众餐桌创造前所未有的机遇,极大地丰富了人民群众的餐饮选择。

预制菜贸易对农业有什么影响?

一是提升出口农产品附加值。经过多道工序加工后的预制菜产品,整体价格远高于单纯的蔬菜和肉蛋禽等初级农产品,融入中华饮食文化等元素后品牌附加值进一步增加,促进农产品出口效益稳步增长。二是带动原材料标准化生产。

企业标准化建设是高质量发展的必由之路。日前,在2022高质量发展交流会暨企标领跑者发布会上,与会专家聚焦企业标准化与高质量发展两大主要议题,探讨如何更好地促进产业高质量发展,引领绿色低碳消费,支撑质量强国战略及“双循环体系”建设。

记者了解到,我国近年来发布了《建设高标准市场体系行动方案》《国家标准化发展纲要》《“十四五”市场监管现代化规划》《关于实施企标“领跑者”制度的意见》等相关政策,进一步强化企标“领跑者”制度。

企标“领跑者”是指产品或服务标准的核心指标处于行业领先水平的企业。国家市场监督管理总局标准创新管理司副司长肖寒表示,企标“领跑者”制度,用高水平的标准来引领中高端产品和服务的有效供给,重点领域覆盖面实现倍增,评估机构参与规模快速扩大,企业参与积极性明显增强,激励政策不断完善,在行业中发挥高标准示范的“鲶鱼效应”,从而激发企业创新活力,带动行业创新发展。

“绿色发展已经成为我国社会和经济发展的方向,也是我国高质量发展的重要方面。”国家绿色产品评价标准化总体组组长马林聪表示,《“十四五”工业绿色发展规划》主要任务的落实离不开标准化的支撑,建立统一的绿色产品标准、认证、标识体系有利于健全绿色市场体系,增加绿色产品供给。

为有效支撑中小企业开展绿色低碳工作提供指引,发布会上先后发布了近20项绿色低碳相关的团体标准,其中《可持续发展(绿色低碳)工厂评价通则》以及覆盖纺织、陶瓷、日化、专用工程机械、塑料、造纸、电子电器等7个行业的评价标准,建立了可持续发展(绿色低碳)工厂的评价指标体系,指导企业开展绿色低碳工作。《高效节能产品减碳量评估技术通则》及覆盖房间空调等17类终端用能产品的减碳量评价标准,提供了高效节能产品的减碳量评估方法学,为流通领域探索推动碳积分机制提供标准依据。《绿色商品采信原则》为平台遴选绿色产品提供了统一原则和依据。

相关专家表示,平台企业是推动供需两端使用绿色标准的连通器,建立健全绿色消费信息平台,从而促进衣食住行各领域的绿色消费转型,是数字平台创新的新机遇,更是平台企业在碳中和进程中的责任。

据悉,2021年年底,阿里巴巴发布《阿里巴巴碳中和行动报告》,这份由国内互联网科技企业发布的碳中和行动报告承诺,到2035年带动生态累计减碳15亿吨。阿里巴巴旗下电商平台天猫对本次大会发布的绿色低碳团体标准全部采信,开设国内首个“绿色领跑者”电商专区。天猫社会责任人郝紫紫表示,作为国内首个线上“领跑者”专区,消费者可以通过淘宝天猫搜索“绿色领跑者”,查看包括食品、电器、服饰、家居、汽车、美妆洗护和母婴用品在内的7大行业,超过200家绿色领跑者品牌。消费者可以更好地了解绿色领跑者企业,从而更积极地拥抱高质量的绿色可持续消费。

联想新兴业务从孕育到孵化

■ 本报记者 林畅

联想集团日前举办2022/23新财年誓师大会,联想集团董事长兼CEO杨元庆宣布,在刚过去的这个财年中,联想集团克服了全球疫情、零部件短缺、地缘政治等诸多挑战。联想集团继续深化服务导向的智能化转型,旗下专注智能物联网的IDG智能设备业务集团、专注智能基础设施的ISG基础设施方案业务集团,以及专注行业智能与服务的SSG方案服务业务集团齐头并进,实现双位数增长,这也验证了联想在3S战略的执行方面取得了巨大进展。

从营收来看,新组建的方案服务业务集团上一财年营业额同比增长近30%,支持、运维和解决方案服务联想均实现两位数增长(分别为25%、56%、34%);基础设施方案业务集团营收连续四个季度实现高于市场两位数增长,并连续八个季度高于市场增长,服务器业务营收增长创纪录,存储业务出货量从第六跃居第二;智能设备业务集团营业额再创纪录,整体营业额增长16%,个人电脑继续保持全球第一,消费类和商用类第一,全球四个大区市占第一,服务和软件业务同比增长35%。

疫情带来的生活方式的变化和数字化转型的加速,为联想集团的发展带来了增长机遇,但面对行业周期更迭,要想实现长期可持续发展,必须在PC基本盘之外,寻求第二增长曲线,以稳健地穿越周期。而技术创新,则是联想集团的一大增长引擎。

杨元庆表示,截至2023/24财年结束,联想集团研发投入将在2020/21财年的基础上实现翻番,未来5年将超过1000亿元,并继续大规模招聘硬核科技人才。杨元庆还宣布,联想的新兴业务——边缘计算、基于元宇宙应用的AR/VR、云服务,从孕育到孵化迈出了重要一步。

会上,联想旗下业务版块还披露了新财年的业绩目标:SSG将充分利用内生生化持续创新,继续扩展TruScale“一切皆服务”,将其打造成为业界“即服务”的领先品牌之一;ISG将致力于两位数增长,再次实现高于市场表现,拓展并成长为联想的下一个重要盈利引擎;IDG将继续关注高端细分业务,巩固PC全球第一地位,保持行业领先盈利能力,移动业务在保持拉美地区优势的同时,加快北美地区业务增长,进军新市场。



预制菜贸易发展将对上游农产品及调味料等原材料产生巨大需求,直接刺激扩大原材料生产,同时引导原材料生产实现标准化,更好地适应预制菜工业化生产。

三是推动减少食品安全问题。预制菜企业通过标准化、科技化、工厂化生产能有效把控从原材料到产品的质量、卫生、安全等问题,同时在对外贸易中为达到国外检验检疫要求,会采取更严格的措施,严守食品安全底线。

四是促进农产品精深加工业发展。与传统速食、速冻食品相比,预制菜对食材新鲜度要求更高、工艺更复杂,覆盖到较难储存的品类,对农产品精深加工业的科研及技术水平提出更高要求。预制菜贸易发展将有效驱动相关企业及科研院所开展研发创新,带动农产品加工业高质量发展。

来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心)