



丝路电商

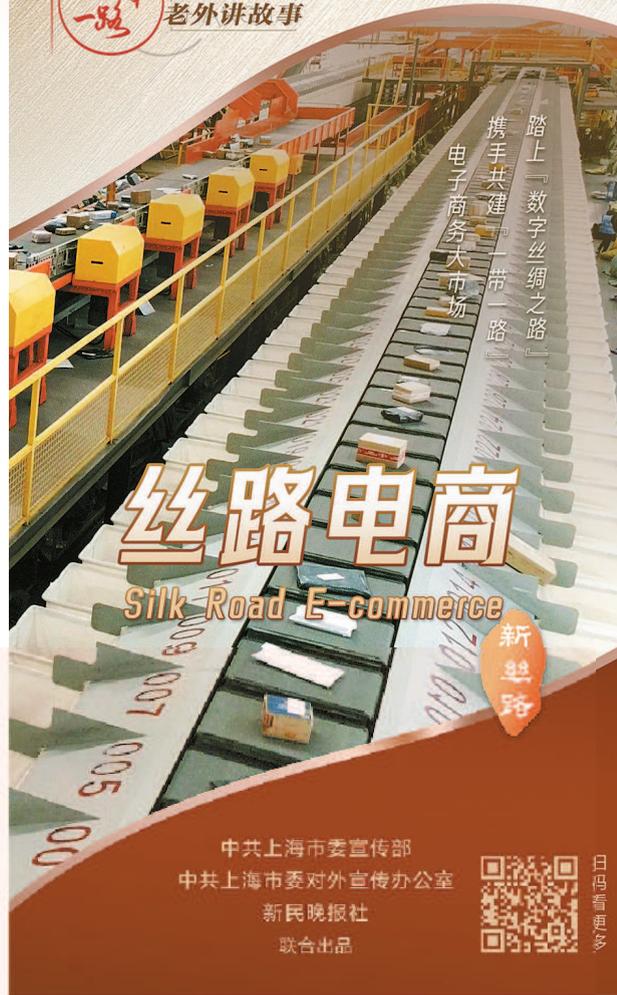
中外客商携手 “E”路同行

截至今年1月,与中国建立“丝路电商”合作的国家已达29个,遍及全球五大洲

本报记者 董怡虹

“不是便利一点,是便利许多!”谈到从自贸区进口货物时,巴基斯坦客商哈比连连点赞。

在中国经商十多年的他在上海经营一家地毯店,同时在多个电商平台上线了家乡特产。“从报关清关到网上卖货,‘丝路电商’国际合作推动了每个环节,让做生意更便捷。”哈比的亲身感受道出了外国客商们的心声——搭上“丝路电商”这条数字时代的贸易通道,抓住共建“一带一路”电子商务大市场的历史机遇,让彼此携手共赢。



中共上海市委宣传部
中共上海市委对外宣传办公室
新民晚报社
联合出品

扫码看视频

「一带一路」促共赢

便捷互利开放

“数字丝绸之路”伙伴多

十年前,中国第一个自贸试验区在上海诞生。现如今,像哈比这样深耕中国市场的“个体户”已经习惯从这里进口货物。

“过去,装着各种货物的集装箱里如果有某个货物遇到问题,整箱都要被扣下;而现在,可以一个一个分批清关,有问题的去补个流程,没问题的就可以售卖。”最近,他订购的产品落地外高桥,其中有一批首次进口的骆驼皮灯具因手续不全被暂扣,但这并未影响他接收地毯等其他货物。例子的小变化,哈比觉得最能体现共建“数字丝路”的内涵:“发展‘丝路电商’,就是要推动‘Silk Road’里的‘E-commerce’,而跨境电商贸易的发展离不开其中每一个环节,比如物流、仓储、配送,还有配套的专业政策和服务。”

无独有偶,扎根上海的印尼客商吴明恒近来也尝到甜头——正通过直播带货,把燕窝卖到中国。“虹桥品汇和我们在合作,尝试用中国消费者喜闻乐见的直播在线销售印尼工厂里的燕窝。”吴明恒认为,直播带货能让人看到产品来源和生产过程,即时回答屏幕另一头大家关心的问题……这对于培养中国消费者对其品牌的信任至关重要。

当然,互相交流学习的不光是带货方式,技术与经验也随着“一带一路”倡议遍地开花。马来西亚客商莫耀强在2019年来到中国,参加了阿里国际组织的全球数字人才培训和交流,在浙江省杭州市临安区白牛村考察后,他立下要把中国农村电商模式带回国的决心。“目前,团队已帮当地农民在线销售近千种农产品,1500个村庄受益。”莫耀强坦言已设立十多个乡村服务站,只需一台电脑,村民就可站在站里订购和出售商品,“我们让像榴莲、香蕉、玉米和椰子饼干这样的产品能够从马来西亚农村运送到国际市场,将当地平均收入从不到800马来西亚林吉特提高到2000马来西亚林吉特”。

伴随着中国电商的技术与经验推广,“一带一路”电商市场的“朋友圈”不断扩大,“数字丝路”志同道合的合作伙伴越来越多。截至2023年1月,与中国建立“丝路电商”合作的国家已达29个,遍及五大洲。

企业争相出海

推动中国品牌“走出去”

上面三个案例,只是“丝路电商”中众多合作者的缩影。为了发展跨境电商产业,除了来自四面八方星星点点的努力,也有跨国平台扎根中国、互联全球的身影。

作为eBay国际跨境贸易事业部大中国区业务经理,安德拉见证了一家又一家中国企业顺利出海,有些甚至成为了外国消费者爱不释手的品牌。

“在欧洲,公司在开展名为‘新兴品牌活动’的计划,支持中国品牌为海外市场定制个性化产品以满足客户需求,比如不少来自中国的产品在短时间内就成了西班牙市场的佼佼者。”她介绍,“例如以小米为代表的电子产品,还有汽车配件和家用电器,中国产品都是市场里的领头羊。”

为此,安德拉表示:“能够为世界高度认可的中国产品,在‘一带一路’共建国家打造直销渠道,让中国品牌出海之后茁壮成长,是电商从业者一直在思考和努力的。”

上海本土企业里,也有帮助各产业“走出去”的专业平台。“公司已帮助电商、品牌、游戏、App等不同场景的超十万家中国企业顺利出海。”飞书深诺海外市场营销主管金青何来自韩国,让亚洲消费者“种草”中国产品是她和同事的日常工作。

“这两年,传音手机想要打开巴基斯坦的年轻市场,我们为此在当地校园内举办了游戏联赛和音乐表演,令大学生们参与其中,同时通过社交媒体和网络红人来推广,一系列营销活动提升了这款国产手机的品牌价值,让‘一带一路’共建国家的年轻人认识并了解中国数码产品。”金青何说。

对于“一带一路”的跨境电商产业而言,既有“买全球”的进口,更有“卖全球”的出口;既有安全高效的交易平台,更有助力“买卖全球”的各类专业服务。这样一来,纵横交错的“丝路电商”才能顺利通达。

持续提升能级

争创首个合作先行区

现在,上海正在争创首个“丝路电商”合作先行区。从中国第一个保税区,到第一个自贸试验区,再到第一个国家级进口贸易促进创新示范区,上海开放的决心和步伐“一带一路”合作伙伴有目共睹。

“‘一带一路’合作倡议改善了我国跨境电商的发展。”在孟加拉国经营进出口快递业务的贾依德深有感触。在他看来,远在孟加拉国的快递公司得到了中国政府和企业的巨大帮助,“这边,我们的中国团队通过向上海跨境电子商务公共服务有限公司申报清关;另一边,孟加拉国团队确保客户清关流程的实现,最终完成交付”。贾依德总结,这样的物流模式实现了数据流的顺畅,当地电商企业可轻松获得一站式出口服务。他期待:“我们当地的企业也能借助‘丝路电商’将特色商品卖到中国,实现双赢!”

据海关统计,2022年我国跨境电商进出口额达2.11万亿元,同比增长9.8%。上海口岸跨境电商出口申报1.52亿票,同比增长58%,已跃居全国口岸第三;出口总金额达389.1亿元,同比增2.8倍。

“上海连续11年被评为‘外籍人才眼中最具吸引力的中国城市’,而且上海及周边地区的国际人才招聘规模还在不断扩大,许多跨境电商公司也选择在上海设立分公司,所以这里机会最多。”谈到上海的吸引力时,金青何脱口而出。她表示,上海在建设数字经济线下产业园等方面也作出了努力,一系列措施对全球知名跨境电商平台及企业产生了强大的积极效应,“此外,在交通方面,上海有着中国最大的港口和机场,相信对于每个企业来说,这片土地,是最有可能实现全球化产业发展的地方”。

大道不孤,天下一家。大道如砥,行者无疆。2022年,中国与“一带一路”共建国家货物贸易额达13.8万亿元,比上年增长19.4%。在“丝路电商”这条看不见的道路上,上海也将进一步畅通开放渠道,持续提升经贸规模和能级,为高质量共建“一带一路”提供高能级专业服务支撑、高水平对外开放平台,与全球伙伴一同携手开拓“一带一路”电子商务大市场。

海报设计 刘玉萍
本版视觉 戚黎明
本版编辑 胥柳曼

