

今年第一季度的旅游经济运行好于预期,复苏向上的基本面更加稳固。预计今年上半年国内旅游人数将达17.22亿人次,同比增长85%;国内旅游收入将达1.28万亿元,同比增长102%。

“丝路电商”让中外好物“飞”到家

我国已与五大洲22个国家建立双边电子商务合作机制

□ 彭训文

中国的茶叶、电视,卢旺达的咖啡、辣椒,泰国的香米、榴莲,马来西亚的白咖啡、燕窝……在电商平台下单,不用多久,您购买的中外好物就能送到家。随着“丝路电商”建设不断推进,很多中外消费者体验到了“在家购全球”的便利。目前,我国已经与五大洲22个国家建立了双边电子商务合作机制。专家认为,“丝路电商”正成为“一带一路”建设中颇具发展潜力的经贸合作新引擎。

消费者“在家购全球”

不久前,比利时根特大学学生马修·范德勒通过一个跨境电商平台,购买了一辆中国凤凰牌自行车。外观时尚、性价比高,是他选择这个品牌的重要原因。疫情期间,很多欧洲民众用骑行替代以往搭乘火车的通勤方式。这种变化,让早已入驻跨境电商平台的中国自行车品牌占得先机。不仅外国消费者开始爱“海

淘”,中国消费者购买进口商品的热情也不断高涨。乌鲁木齐市居民陈婷婷已习惯在一家跨境电商平台上购买进口化妆品。“平台上都是正品大牌,还能在一两天就收到货,很便捷。”打开该平台的微信小程序,可看到页面展示着数千种跨境商品,还有多种新疆特色产品。中外消费者实现“在家购全球”,源于“丝路电商”的快速发展。近年来,“一带一路”参与国家不断加强在电子商务领域的政策沟通和协调。商务部数据显示,“丝路电商”伙伴国已经扩大到22个。企查查数据显示,目前中国在业或存续的跨境电商企业2.6万个。2020年新注册量5688个,其中“一带一路”参与省市的注册量达3130个。 ““丝路电商”的繁荣,是‘一带一路’参与国积极合作共赢的成果。”中国人民大学重阳金融研究院执行院长王文表示,随着参与建设数字丝绸之路的国家越来越多,数字化基础设施不断完善,各参与国获得了实实在在的发展红利,推动“丝路电商”国际合作不断深化。同时,中外电

商台实现了“线上”互动、以中欧班列为代表的物流运力与国内外各地“一带一路”园区的“线下”相连,共同促进了“丝路电商”的良性发展。此外,中国国内产业结构转型升级和“新基建”提速,推动各地形成各具特色的国际化产业体系,推动“丝路电商”建设全面开花。

企业加快“走出去”步伐

防疫期间,依靠“丝路电商”,很多中国品牌在“一带一路”参与国的知名度得到提升。主营时尚女装的中国跨境电商品牌希音就是其中一例。在希音欧美版网站上,折扣诱人、款式时髦、品类齐全等特色让该品牌很快受到国外年轻女性青睐。一名法国消费者在该品牌的社交媒体账号上留言说,每次有“网红”推荐产品她都会看,而且还会花几小时浏览网站,每次购物都有“停不下来”的感觉。业内人士表示,中国零售商更了解如何成功使用线上商店,以合适的价格和适当的内容为客户量身定制产品。很多没有门店、完全依靠

线上销售的中国品牌,充分发挥生产快、样式新、发货效率高电商平台优势,正建立起一条从设计到交付、全方位覆盖的强大供应链体系。越来越多中小企业借助跨境电商平台,步入“丝路电商”赛道。受疫情影响,家具企业广东莞鼎致家具有限公司2020年初曾面临线下客户几乎全部停止下单的局面。为应对危机,公司加大在跨境电商平台店铺的投入,并通过直播带货、3D看场、视频探场等方式,获得了很多来自“一带一路”沿线国家和地区的新客户,接单量同比增长68%,交易额增长326%。该公司业务经理程兵表示,公司将继续深耕“丝路电商”,用好跨境电商平台店铺,加快“走出去”。近年来,京东、苏宁、腾讯等中国电商平台发力海外市场。数据显示,俄罗斯跨境电商业务中,中国电商企业已占半壁江山;在东南亚排名前列的电商平台中,中国企业表现抢眼。

“数字丝路”将越走越宽

近日,一列满载家具、汽车配件

和日用百货的中欧班列,从江西赣州国际陆港前往匈牙利等国。今年已5次通过中欧班列发货的江西大世界家居有限公司负责人胡道凤说:“以前赣州没有跨境电商通关通道,我们得去深圳申报出口。现在,家门口的赣州国际陆港就能实现通关,中欧班列直接将货物运到国外园区海外仓。”今年初,中国(赣州)跨境电子商务综合试验区将与匈牙利中欧商贸物流合作园区签署“双区联动”合作协议,未来3年将实现赣州至布达佩斯往返中欧班列合计1000列、进出口集装箱8.8万标箱的目标。江西省政府提出,力争用3年~5年时间,将赣州打造成为全球“丝路电商”综合服务枢纽。随着各地深度融入“一带一路”建设,尤其受疫情等因素影响,各地“丝路电商”建设不断提速。甘肃省提出,经过3年~5年的改革试验,力争把天水综合试验区建成以“跨境电子商务+特色产品+综合服务”为主要特征的“丝路电商”通道节点城市。作为传统农业大省的河南,借助“丝路电商”机遇,大批工农业产品源源不断地卖向全球。陕西和西南地区一些省市正积极发展面向海外的云服务、动画产业、软件服务业、制造业、物联网产业等。商务部办公厅日前发布《关于加快数字商务建设服务构建新发展格局的通知》,“丝路电商”行动被列为数字商务建设的五大行动之一。商务部将推动地方参与国际合作,鼓励各地制定实施“丝路电商”地区合作规划、建立专项工作机制,将相关工作纳入省部合作范畴等。专家认为,要继续推动“丝路电商”走深走实,“一带一路”相关国家应在关、检、税、汇等方面缩减限制条款,建立健全电子商务在数据流动、争端解决等方面的国际规则,并加快各国在一体化、高效率、低成本通道方面的建设,进一步深化互利互惠的合作机制。王文建议,“一带一路”相关国家应通过积极沟通协商,妥善解决面临的电商技术、法律规则、物流网络衔接等问题;同时引导社会团体、商业实体积极并规范地参与“丝路电商”建设。

河北白沟：直播“带火”电商销售

近年来,河北保定白沟新城依托箱包产业优势,为企业搭建直播平台,打造常态化的直播商业氛围,以线上营销新渠道推动当地经济发展。目前,白沟新城电商数量超过3万家。图为一名主播在直播中推销产品。

新华社记者 金良快 摄

第129届广交会“云端”开幕

线上开幕、新品云集、服务周到,境内外近2.6万家参展企业为全球采购商呈现一场经贸合作的盛宴

□ 王俊岭

会期十天的第129届广交会近日在“云”端开幕。据了解,本届广交会按照电子家电、机械、建材、日用消费品、家居装饰品、纺织服装等16大类商品设置50个展区,展位总数约6万个,境内外参展企业近2.6万家。参展企业通过图文、视频、3D、VR等多种形式展示产品,为全球采购商呈现一场经贸合作的盛宴。

2.6万家:三度“登云”人气旺

受新冠肺炎疫情影响,第129届广交会继续在“云”端举办。在本届广交会官网试运行的首日,河北优耐德节能科技有限公司运营经理孙学就进行了一场直播试录,为公司在广交会正式开幕后的第一场直播早早做起了准备。今年他们带来了两款主打产品——爆款天花板以及自主研发的纯环保、无甲醛高端玻璃棉。

孙学连续参加了三届“云上”广交会。令孙学印象最深的,就是广交会主办方为帮助企业适应“云上”参展做出的努力。“几乎是手把手地教会我们熟练进行视频操作,更好地通过VR等技术手段展示产品,帮我们有效对接到了东南亚、中东、南美等地的众多客户!”孙学说。瑞典采购商西蒙·博格是一名“老广交”了。据他介绍,自己的公司主要采购日用消费品。随着当地日用消费品需求增加,采购量也不断扩大,广交会是其采购商品的重要平台。“广交会上的商品琳琅满目,质量好、性价比高,每年我都会来寻找新产品和新供应商。就算是在网上举办,我依然能够通过广交会的云展厅和直播间找到中国企业的最新研发产品。”博格说,来中国做生意、购买优质的中国商品,首选广交会。

270万件:展品数量创新高

一个成功的展会,不仅要有入

气,更要有亮眼的好货。从电力设备到汽车配件,从现代铝制高档推车到台式无线充电器……截至目前,参展企业共上传产品超过270万件,较上届总量增加23万件,创下了历史新高。其中,新产品约82万件,比上届增加9万件,众多全球首发、广交会首展产品集中亮相。广州纺织品进出口集团有限公司是广交会的常客。该公司有关负责人表示,本届广交会上,企业重点突出休闲、居家,设计了近400款新品,包括牛仔服装、时尚女装、童装等公司拳头产品,已经全部成功入选线上广交会新品发布活动。再比如,主营电池制造的虎头电池集团股份有限公司在本届广交会上带来了六大自主品牌产品,涵盖干电池、蓄电池、聚合物、照明灯具等电光源产业板块。该公司负责人表示,从目前来看,本届广交会的网上流量比上届要大,这种积极信号给参展商带来了更多信心。

广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵表示,本届广交会组织20个交易团、40个展区的85家龙头企业,举行包括电子家电、日用消费品和服装等产品的137场新品发布。这一过程中,新技术将更多用于新品展示。“参展企业通过图文、视频、3D、VR展示优质产品,其中虚拟展厅2600个,线上展示形式更加多样,提升采购商观展体验。”徐兵说。

300多场:服务保障力度大

在琶洲展馆的一间会议室里,中国对外贸易中心(集团)信息化部经理胡小平正同十几个同事围坐在一起,边看投影仪边商量工作分工。“我们要落实好内部沟通机制,确保软硬件系统出现问题时能第一时间处理。”胡小平说,他们最主要的任务是确保本届广交会线上系统时刻保持流畅运行。“在总结前两届网上举办经验

的基础上,本届广交会以更好实现‘进得去、找得到、谈得起来’为目标,进一步优化了广交会上平台,便利供采双方对接洽谈。”徐兵表示,本届广交会组织来自法国、韩国、荷兰等12个国家和地区的近90家专业设计机构,线上展示与线下活动相结合,提供全天候的展示和交流对接平台。针对不同的采购商群体,多语种组织300多场指导培训。大韩贸易投资振兴公社广州韩国贸易馆馆长黄在元十分关注广交会后续展馆的建设情况。他表示,在建的广交会展馆四期就在韩国贸易馆旁边,项目建成后,希望能介绍更多韩国企业来广交会采购、合作。“广交会服务周到,影响有力,是个非常高效的平台。参加广交会,意义不仅限于中韩商品的采购,还可以在这里接触各国的企业和客商,特别是与处于产业链上下游不同位置的企业互通有无,可以收获更多的合作机会。”黄在元说。

云南推动跨境电商快速发展

本报讯 今年一季度,云南省跨境电商零售进出口实现报关单量255.48万票(件),进出口额3.85亿元,是2020年同期的3.23倍。据云南省商务厅介绍,近年来,云南省通过搭平台、育主体、抓试点、拓市场等举措,有效推动跨境电商快速发展。目前,昆明、德宏、红河3个州市可开展跨境电商直邮直购、保税网购备货两种模式,其他具备海关监管的区域可从事跨境电商直邮直购模式,全省跨境电商覆盖面进一步扩大。据统计,2020年云南省跨境电商零售进出口实现报关单量1319.47万票(件),进出口额13.53亿元,呈现快速增长态势。

(姚兵)

四川为在川台企量身打造电商平台

本报讯 四川服务台胞台企专场对接会日前在成都举办,首个政银合作“四川台资企业名品馆”同日在线上开馆。这个为在川台企量身打造的B2C电商平台,将助力台资企业拓展大陆内销市场。据了解,“四川台资企业名品馆”是大陆首个利用银行电商平台服务台企台商拓内销的创新举措,现已有10余家知名台资企业入驻。四川冕宁元升农业科技有限公司当日进行了入驻后的首场网络直播,该公司副总经理林书任在镜头前向全球推销橄榄油。“‘农林22条措施’提出,支持台湾同胞和台资企业拓展大陆内销市场,这个平台正是一次帮助我们拓展内销的机会。”林书任说,当前电商营销、销售成本偏高,该平台也将显著降低这一成本。数据显示,今年一季度,四川新增台资企业26家,新增台商投资总额近3亿元。截至目前,四川省累计登记注册台资企业2459家,投资总额210.6亿美元。(王鹏)

广西力促农村电商优化升级

本报讯 广西壮族自治区今年将通过加强农村电商项目建设、加快农村电商物流发展、推动农村电商服务平台建设等行动,多点发力推动农村电商优化升级。统筹推进农村电商项目建设。扩大农村电商覆盖面,积极争取商务部农村电商发展资金及项目。分批次推进示范项目绩效评价和验收工作。加强品牌培育建设,打造10个销售规模超5亿元的地市网红商品。实施电商供应链培育工程,培育30家以上农产品供应链示范企业。推动农村电商与快递物流协调发展。依托综合示范物流体系项目,整合当地快递企业资源,建设县乡村三级物流配送体系,推动快递物流统仓共配,降低农村物流成本。实施“快递超市”工程,推动30个县发展“统仓共配”模式。建设农村电商大数据服务平台。整合农村电商服务网点、产业分布、网络零售、物流等数据,建设全区农村电商公共服务平台,为各市、县农村电商创新发展提供数据支撑。此外,挖掘一批农村电商暨电商扶贫案例及企业典型,广泛宣传农村电商创新发展案例、电商扶贫示范企业、农村电商带头人等,发挥示范带动作用。(周红梅)