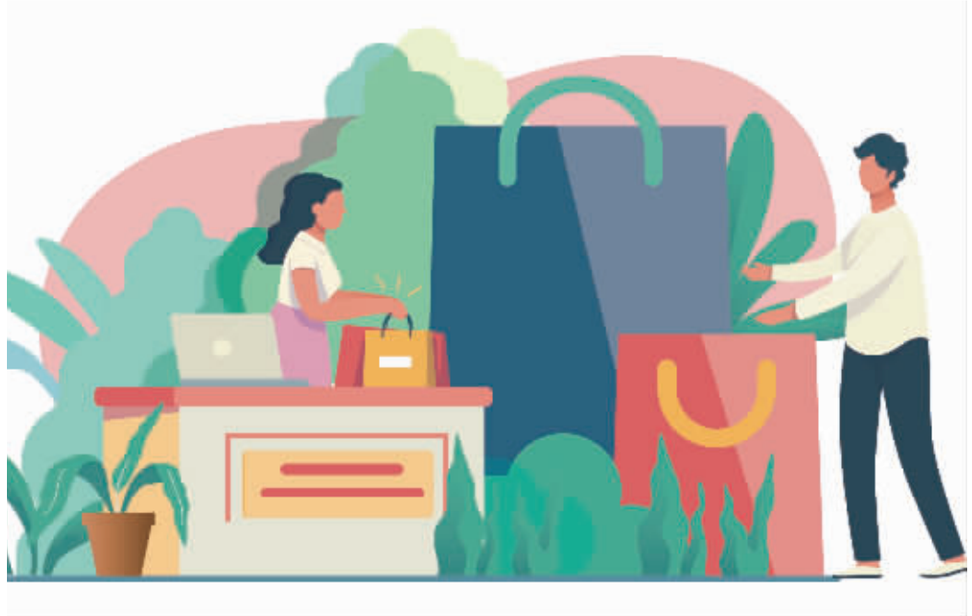
主管总编辑助理 吴文治 编辑 赵述评 美编 高蕾 责校 刘凯晶 E-mail：dszk2013@126.com



加快建设“综试区” 北京跨境电商将现聚群

消费者的购物车愈加国际化，北京的跨境电商也迎来新机遇。近日，在2019年度（第十三届）北京商业高峰论坛上，北京市商务局副局长孙尧表示，北京将加快推进跨境电商“北京综试区”建设。加快建设完善跨境电商产业服务体系，提升跨境电商通关服务效率，拓展跨境电商贸易渠道，发展跨境电商新模式新业态，加强国际合作交流和专业人才培养。

为跨境电商平台“助跑”

北京跨境电商接到不少政策“红包”。孙尧表示，北京要培育区域内的跨境电商发展的优势。

据悉，在2018年，国务院批复北京设立跨境综合试验区。北京全面推进跨境电商综试区线上综合服务和线下产业园区“两平台”建设，打造信息共享、金融服务、智能物流、电商诚信、统计监测和风险防控“六体系”，同时，进一步升级拓展北京跨境电商服务平台各项功能，积极探索创新跨境电商监管和服务模式，加强跨境电商服务支撑体系建设，营造良好的跨境电商发展环境。

孙尧介绍称，北京支持跨境电商企业海外仓建设、支持跨境电商相关平台扩大服务规模，支持企业开展跨境电商通关申报业务，支持企业建设运营跨境电商体验店。

另外，孙尧强调，北京支持企业开展跨境电商创新示范项目的建设，这主要对市场有带动性项目进行引导支持，通过示范引领跨境电商发展。北京还支持跨境电商产业园建设发展，目前，北京已经建了跨境电商产业园，还会不断培育一些产业园区，形成行业集聚发展的优势。

目前，北京已有11个跨境电子商务产业园。在去年12月，北京市政府办公厅印发的《中国（北京）跨境电子商务综合试验区实施方案》中提到，北京市将力争通过五年左右的实践探索，打造20个跨境电子商务产业园，跨境电子商务进出口额占外贸进出口额比重达20%以上。

跨境商品加速跑

此前，1688跨境发布的《2019中国跨境电商白皮书》显示，到2021年，全球的网络零售市场规模将超过4.8万亿美元，在全球跨境零售市场的规模约达17.5%。跨境电商平台将是全球电商的一个核心载体。在新的竞争态势下，跨境电商的进出口企业要能够稳定地聚集能够提供精品货源的供应工厂。

各大电商企业都希望能够从跨境电商热潮中分到一块蛋糕，市场竞争愈演愈烈。北京商报记者了解到，北京在推进建设跨境电子商务产业园时，产业园可以聚集物流、通关、营销、金融支付、电商人才培训等全产业链资源，并形成电商产业孵化基地。这对跨境电子商务产业园能帮助企业实现数据留存，例如通关数据、营销数据、市场数据、人才数据的积累，对电商平台和地方经济发展将产生深远的意义。

实际上，过去一年，北京跨境、海淘购买商品后，到货不断提速。今年1月，朝阳区一位消费者在海淘平台购买商品后6个小时内，收到了EMS送来的商品包裹。

据北京商报记者了解，一些首次进入国内销售的商品，比如化妆品、保健品等需要备案的时间长达半年之久，这也是为何跨境电商容易出爆款，因为已经进入国内销售的商品相对来说渠道畅通，在进口通关流程上更容易操作，这些商品也往往成为众多商家的主推商品。

业内专家表示，跨境电商平台竞争愈加激烈，需要打造出灵活的优质供应链，才是跨境电商企业竞争的一大利器。符合条件的跨境电子商务产业园能为跨境贸易主体提供全体系、全过程服务，包括进口商品直供、出口商品推广、外贸综合服务、跨境创客孵化等。

高端消费回流

鼓励跨境电商发展与促进消费不无关联。孙尧举例表示，在日本消费市场里面，境外消费在整体消费中占比约40%，其中，38%为旅游消费。在这38%中，中国游客贡献了80%。“我们希望中国消费者在境外能够用更多的时间感受国外的人文，而不是批量买入产品。未来，消费者可以在家门口买到与境外相同品质、价格接近的跨境商品。”

对于北京发展跨境电商，APEC电子商务工商联盟专家、对外经贸大学教授王健认为，北京对跨境商品需求不断增长，市内仍待搭建更便利的进出口综合服务平台，为商品流通提速。虽然北京具备航空运输优势，但是航运潜力尚未被全部挖掘。王健建议，航空运输成本较高，北京进口商品时应该选择高附加值、时效性强的商品，平衡物流成本、拉动消费。

王健强调，北京鼓励发展跨境电商，可以适当放宽交易限额，以此促进高端消费回流。

另外，财富品质研究院近日发布报告显示，中国消费者境外人均消费额1508欧元，消费能力全球第一，是很多欧美国家公民境外购物人均消费额的3-5倍。奢侈品行业专家、要客研究院院长周婷在接受采访时表示，如果国际品牌商品在境内的价格下降，能留住近半游客在国内消费，将为国内带来数百亿美元的消费增长。

北京商报记者 王维祎

一年淘汰超30家 生活服务难现新来者

对于垂直电商来说，今年的冬天依旧寒冷。近日，数据机构IT桔子给出的数据显示，2019年新经济“死亡”公司名单达到327家，包括电子商务类39家，本地生活类31家，其中北京的电子商务企业数占一半以上。市场日趋饱和，新来者难以开拓空间，场内擂台玩家已悉数站定。从整个行业来看，电商领域的投资将长时间处于平稳状态，和具有创新性商业模式相比，今年投资市场更看好拥有硬科技、盈利具有较强预期性的公司。

集体“破产”

在数据机构IT桔子统计出的“死亡公司公墓”中，北京商报记者观察发现，今年“死亡”的本地生活类电商中，成立于2015年的有16家，而电子商务类则高达27家，占据71%以上。实际上，当年垂直电商崛起，除了国务院出台的《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》等政策利好，还有未定格局的市场蓝海。那时，唯品会、1号店、土巴兔、尚品网等还是各个领域的弄潮儿。

当时间来到2017年，本地生活类和电子商务类公司迎来了“死亡”高峰。公开资料显示，以当前引人注目的生鲜行业为例，据不完全统计，2016-2017年期间倒下的企业多达14家，大量中小型生鲜电商倒闭或被收购。尽管在2018-2019年间，倒闭的企业数量有所下降，垂直电商的风光却已经退去。

如今，剩下的玩家在各自领域谋求生存。和悄悄离场的妙生活相比，一波三折的呆萝卜则试图挣扎重启。在投行从业人士何南野看来，当下市场已经饱和，垂直电商最好的发展时期已经过去，很难实现盈利，“这些深陷亏损泥潭的企业要想重新挽回投资人的信心，想方设法获得稳定的盈利路径是目前最重要的事情，但也是最难的事情，这些企业的未来依旧很迷茫”。

深陷围城

“城外的人想进来，城里的人想出去。”拿《围城》中这句话形容目前下沉市场的电商格局似乎也十分应景。一方面，为了进入下沉市场这座“城”，巨头企业以资本“招安”本地垂直电商，共享市场红利。以社区拼团这条细分赛道为例，今年深耕2至5线城市的“十荟团”已接入1688（采源宝）和零售通，并确定将获得来自阿里的A轮战略投资。而另一组来自IT桔子不完全统计的数据显示，截至目前，京东投资的本地生活企业和电子商务企业分别达到35家和38家。

“城”中的本地生活类电商也企图将触手伸向更远的市场。在生鲜行业，从合肥起家的呆萝卜在不到一年之内迅速布局全国19座城市，门店超过1000家。盘踞上海的妙生活将门店从50平方米扩展到100平方米，计划开出200家门店。在零售业专家胡春才看来，生鲜品类是国民消费刚需，具有复购率高的特点。呆萝卜等从社区生长起来的电商熟悉本地市场环境，如果能稳扎稳打布局，在竞争中也能寻觅到发展空间。

“采取合伙人制主要是解决管控的问题。”胡春才说道，“以前呆萝卜在合肥一个城市，由老板和核心团队跟进，在亏损、人员素质等方面是可控的，但是一下子扩张到19个城市，一旦业务配套跟不上会非常容易产生亏空，这也是他们需要汲取教训的地方。”不可否认深陷亏损泥潭的垂直电商想要重塑稳定的盈利路径并不容易，未来依旧迷茫。

资本转移目光

随着玩家各自站位细分赛道，市场定位、资金、产品、团队……链条上每一环的容错空间越发狭小。而遭遇亏损的企业将依据自身资源被资本重新打量，在最后时刻要么被收入囊中，要么破产清算。

何南野认为，从目前看，电商领域的投资未来长时间内将处于平稳状态，因为这个市场已经发展得比较完善，新进入者的开拓性机会越来越少，出现拼多多等类似企业的可能性微乎其微。

“今年的投资环境，跟其他各个行业一样，也是出现明显的分化。市场上资金是充裕的，但可投资的企业不多。”何南野说道。对于今年投资界的动向，何南野表示，今年以来，市场普遍追捧和看好硬科技、盈利具有较强预期性的技术公司，而对于部分商业模式创新的企业，股权机构投资者并不是很关注，“这背后也反映了股权投资行业的一个趋势，股权投资方向正在由投资商业模式创新方向向投资硬科技方向转变”。

北京商报记者 赵述评 实习记者 何倩

2019年度 十大商业品牌老总话商业

北京盒马副总经理母盛阳：

进京三年 盒马提速扩张

一年一度的北京十大商业品牌评选进入了最后阶段，历届“北京十大商业品牌”见证了北京商业的发展，也成为北京商业领域的榜样。在此期间，北京商报记者陆续对有代表性的商业企业进行了专访。北京盒马副总经理母盛阳表示，作为新零售代表性企业，盒马一直不忘初心，要为北京更多的用户提供30分钟送达服务。现阶段，盒马的发展速度尚未匹配用户的需求速度，更多的用户都希望能早日住进“盒区房”。因此，未来一年，仍旧是盒马快速开店的阶段。

北京商报：盒马作为新兴品牌，改变着零售市场的格局，也被众多零售企业竞相模仿。2019年即将走过，这一年盒马在快速成长的过程中遇到的最大挑战是什么？

母盛阳：对于盒马来讲，挑战还是有的。盒马作为新零售企业，一直在努力做到能为更多的北京用户提供30分钟送达服务。从目前现状来看，盒马发展速度、开店速度尚未匹配用户的需求速度，盒马希望更多的消费者能够享受到“盒区房”的服务。

北京商报：2020年，您认为盒马在北京市场的关键词是什么？

母盛阳：盒马未来一年依旧要保持着高速发展、服务更多的用户。无论市场的整理发展情况是上升还是下降，盒马的目标都是快速扩张、高速开店，能够覆盖北京五环以内以及更多城区。

北京商报：盒马从初来北京到如今，最大的变化是什么？

母盛阳：盒马最大的改变是丰富了更多业态。2020年，盒马在北京还将继续探索新业态。一是会落地面积约4万平方米的盒马购物中心“盒马里”；二是将在北京开出第一个800平方米的盒马mini，为提高社区便利性的小店，会提供现场直售服务、贴近社区生活服务。

北京商报：十大商业评选举办15年，见证商业从幕后到前台，您有什么祝愿或建议给我们吗？

母盛阳：盒马进入北京市场尚不足三年，特别感谢十大商业评选活动对盒马的支持与帮助，提供了很多专业性的意见。这些均让盒马能够快速融入到行业中，有了快速的成长。祝福十大商业评选活动能继续以经济的角度看社会万象，越住越专业、越做越好，对企业能有更多的帮助。

北京商报记者 赵述评

扫二维码可观看专访视频