

# 跨境电商踏上新赛道

疫情让跨境电商成了新战场。阿里京东在海外仓、保税仓布局上对垒,极兔在海外建设分拣中心,2022年跨境电商早已热闹起来。值得关注的是,近日商务部发声,将加大力度支持海外仓发展,建设完善海外仓网络,推进海外智慧物流平台建设。跨境电商带来的红利争夺愈发激烈,产品同质化日益严重,平台想要出彩,需要在品质把控和类目丰富度上下功夫。

## 政策加码 海外仓网络加密

巨头们向来硬刚,在跨境电商领域,频繁加仓。近日,极兔快递宣布将在中东物流枢纽沙特建造智能物流产业园,目标是“世界级快递分拣中心”。极兔还将借此在当地开发电商市场。

电商对海外仓储、物流模式虎视眈眈。早在今年初,京东宣布已分别在荷兰鹿特丹和莱顿市开设了两家“超级仓库”,下一步计划则是在荷兰布局一城一“超级仓库”。相关数据显示,2021年,京东在英国、德国、荷兰、中东等地开设了海外仓,超过一半为自动化仓。目前京东在全球共运营着80个海外仓和保税仓。

阿里在“仓”上的布局也不甘落后。2018年开始,菜鸟在中国香港、马来西亚、比利时等地陆续布局建设eHub。除此以外,包括保税仓、中心仓、中转仓、海外仓等跨境电商基础设施在内,菜鸟直接运营跨境电商仓库超300万平方米。

海外仓也为跨境电商经营迎来新高位。据悉,借力海外仓模式,遨森电商2020年前三季度公司营收同比增长95%,净利润2.49亿元,同比暴增19倍。

在企业不断补位中,商务部门也给出鼓励政策。近日,商务部部长王文涛表示,

将重点做好促进外贸稳定发展,增强外贸综合竞争力,推动外贸高质量发展,都需要把创新发展放在更加突出的位置。今年2月,国务院批准了新建27个跨境电商综试区。3月1日,新的跨境电商零售进口商品清单已正式实施,清单商品进一步增加,类别更加丰富。商务部将加大力度,支持海外仓发展,建设完善海外仓网络,推进海外智慧物流平台建设,培育一批离岸贸易中心城市(地区),发展壮大外贸新业态、新模式,推动贸易更高水平、更高质量发展。商务部还将建设服务贸易创新发展示范区,打造一批全球贸易数字化的领航区,同时发展绿色贸易。

## 成本高企 巨头占尽主场优势

近年来做跨境电商的物流成本上升,卖家们对于海外仓的需求也逐渐攀升。在跨境商品销售同质化的背景下,海外仓的出现,颇受关注。

无论是市场竞争所在,还是国内政策红利为海外仓建设带来利好,但海外仓在前期搭建、后期运营等方面依然存在不少困难。一位业内人士表示,由于海外人工成本昂贵,部分海外仓的人工支出成本较高,且人力政策相对宽松,仓库方面会面临用工难的问题。

垫高海外仓运营门槛的不仅是人力成本。有调研数据指出,在迪拜一间规模在3000平方米左右的海外仓,资金投入是非常昂贵的,其中人工成本约占30%-40%,其余投入则包括仓库内硬件、软件等设备。另一方面困难则来自于个别政府在政策、商业服务等方面。这就需要不停地投入金钱和精力,无形中提高了海外仓进入门槛。

一位跨境电商业内人士指出,海外仓高昂的运营成本,让行业资源愈发向头部企业倾斜。

同时,海外仓也存在一定风险。商务部研究院国际市场研究所副所长白明指出,海外仓与终端消费者有一定链接距离,更适合销

备大量的爆款产品。同时,企业还要缩短与消费者的距离,使个性化的商品直面消费者。

## 市场细化 跨境电商迎新契机

当前跨境电商平台呈现出全品类、全地域的布局走向,竞争激烈程度可见一斑。不过市场中仍然具有许多市场空间可挖掘。

央财智库专家王连升指出,国内跨境电商从全面转化为到细分。跨境电商最重要的意义是能给一些“小而美”的企业机会,国内中小企业可以通过跨境电商这一途径拥有新的发展空间,打破以往大企业的封锁和垄断。中小企业只要确实拥有核心竞争力,能够专注于细分领域,将产品打磨到极致,采用单点爆破的方式就有可能借助跨境电商,获得红利。

行业专家袁帅也指出,伴随着国内跨境电商政策制度环境的不断完善,在电商的推动下,跨境电商将深入利用中国制造的牌优势,推动“中国制造”向“国内营销”和“中国创造”加速转变,跨境电商行业公开化、清晰化、制度化将是趋势,“自营+平台”双重结合将成为主流,B2C和C2C的商业模式将会出现爆发式增长,保税区、自由贸易港将发挥优势,更多专业的人才将涌入跨境电商行业加速行业发展。

王连升认为,随着跨境电商越来越成熟,相关的配套产业随之出现,这给中国跨境电商商家提供了更多的机遇。从业者未必都要去注册品牌、创建网站、开设店铺和当卖家,倒是可以给这些跨境卖家做服务、做供货、做配套,从供应链到商标、从平台到推广、从支付到物流、从保险到售后,每一个环节都可以衍生成为一门专业化的生意。

北京商报记者 王维祎



# 每日优鲜陆良“签地”1000亩 全国蔬菜直采基地已超2万亩

陆良县隶属于云南省曲靖市,素有“高原水乡”之称,独特的气候环境造就了陆良高原蔬菜原生态、高品质的特征。这里出产的高原蔬菜不仅远销京沪,而且驰名港澳,在每日优鲜平台上线不久便成为畅销品,受到了一大批高价值年轻用户的喜爱。

在“高质量发展”战略之下,每日优鲜对陆良高原蔬菜的供应链进行了全面升级,通过建立产地直采基地,最大程度压缩了中间环节,提高了供给效率,降低了采购成本,实现了陆良高原蔬菜从产地到餐桌的无缝衔接。

据每日优鲜蔬菜负责人介绍,陆良高原蔬菜直采基地,采用的是订单种植模式,通过“以销定产”,在根源上确保蔬菜数量、质量和价格的供给稳定。

“公司组成了专家团队,通过对消费大数据和农产品行情走势进行分析后,在陆良敲定了西蓝花和娃娃菜进行订单种植,首批种植规模在300亩左右。”上述负责人表示,在订单种植模式下,每日优鲜与产地之间不仅提前约定了农作物品类、种植规模和收购价格,也商定好了种植排期和品控标准等。

为确保规模订单下高原蔬菜品质的稳定和优良,每日优鲜根据过往的产地直采实践,在陆良基地进行了“种植-加工-流通”全流程的标准化建设。比如,在种植环节,会对追肥灌溉中的水肥比例进行明确规定;在加工环节,则会要求进行人工二次筛选;在流通环节,则需要对打包装箱的物料进行特别设计等。

除云南陆良外,近年来,每日优鲜还在安徽蒙城、宁夏中卫、河北张家口和山东泰安等地均建立了蔬菜直采基地,面积共计2万余亩。

业内人士对此表示,每日优鲜直采基地的大规模建立,势必将在帮助其提高商品性价比的同时,进一步优化采购成本,提升毛利。数据显示,在产地直采、订单种植模式之下,每日优鲜蔬菜成本优化了15个百分点。

目前,每日优鲜已在全国各地有近200个“优鲜农场”直采基地,覆盖水产、蔬菜、水果等品类以及约350个“优鲜工厂”,覆盖肉蛋、快消等品类。

近日,每日优鲜宣布在云南省陆良县新签订1000亩高原蔬菜直采基地,主要用于种植西蓝花和娃娃菜。此次签约后,每日优鲜在全国范围内的蔬菜直采基地规模达到2万余亩。

