

6 管理诊所 Management Clinic

在浙江义乌,不少跨境电商企业依托当地丰富的小商品货源,充当卖家角色。这里不论是企业自身,还是相关行政部门、服务产业,受跨境电商发展大势所趋,正在经历转型升级。

“小商品城”的跨境电商“全球演义”

■ 郜婕

说起跨境电商,许多人的第一反应是“网上买洋货”,但在浙江义乌,不少跨境电商企业依托当地丰富的小商品货源,充当卖家角色。

记者采访发现,这里不论是企业自身,还是相关行政部门、服务产业,受跨境电商发展大势所趋,正在经历转型升级。

以小商品批发和出口闻名的小城,如何与国际电商市场对接,“玩转”全球贸易?

“货郎担”搬上“洋网站”

记者在当地几家较具规模的跨境电商企业看到,大大仓库内,一排排货架上整齐摆放着待售商品,多为服装配饰、家居用品等。

企业经营者游俊告诉记者,这些商品七八成采购自本地小商品市场,“虽然是小东西,单价价格不高,但是量走得大”。

从最初肩挑货郎担、手摇拨浪鼓的行商方式,到后来建成规模全球领先的国际商贸城,再到如今的跨境电商电子商务,义乌生意人卖东西的方式发生了巨大改变。义乌不少电商企业与国内外多家大型跨境电商平台合作,拥有多个销售运营团队,分别与各平台对接,商品销往欧美地区。

据游俊介绍,与跨境电商平台合作并不仅仅是“把商品放在上面卖”那么简单,还要根据平台销售情况实时调整库存、不断开发新品。“由于卖的主要是饰品,更新很快,库存周转周期一周左右。我们拥有专门的开发团队,根据国外平台销售数据、流行杂志信息,反向开发,这样开发出爆款的可能性比较高。”

距离圣诞购物季不到一个月,但由于跨境物流时间较长,出口电商企业通常提前几个月就开始为此准备商品,销售高潮则提前半个月左右结束。游俊说,针对今年圣诞的销售正在进行,从已经结束的“双十一”和“黑色星期五”相关销售情况来看,今年跨境电商增长明显。



“去年‘双十一’我们参加了(阿里巴巴旗下跨境电商平台)速卖通的促销活动,有4款商品成为爆款,所有商品总共卖出2.6万单;今年我们没有参加活动,销量都达到了6万单。今年‘双十一’一天在速卖通上的出货量是平时的20倍。”他说,今年“黑色星期五”也没有参加亚马逊平台的促销活动,销量仍比往年增长两到三倍。

电商再续“鸡毛换糖”精神

游俊认为,跨境电商今年的快速成长缘于“全球大趋势”,包括平台的完善、整体消费环境的变化等。

这一“大趋势”从国内来看体现在,近两年把跨境电商培养作为新经济增长点,今年密集出台扶持政策,涉及公共服务、配套建设、人才培养等方面。

就义乌而言,去年底成为国家跨境电商出口试点,当地政府出台了一系列相关政策。据义乌市电子商务工作领导小组办公室主任王红华介绍,当地成立跨境电子商务监管中心,推进通关便利化,同时扶持跨境

电商龙头企业和相关服务行业发展,鼓励建立跨境电商试点园区,为企业孵化、人才培养创造条件。

据介绍,义乌目前已经建成近20个跨境电商园区,包括两个省级试点园区。记者在位于市区西北部的一个园区看到,园区包含11座建筑,分别用于企业办公、物流仓储、创业培训、人员居住等。

园区工作人员介绍说,园区开始招商一年多来,入驻企业超过200家,人员6000人左右。除60多家跨境电商企业,还包括包装、摄影、设计、支付、人才培养等配套服务企业,以及餐饮等日常生活服务功能,已经形成全产业链服务模式。当地政府为入驻企业提供税收减免、贷款贴息等补贴措施,园区则在房租、培训等方面提供优惠。

另一个即将投入使用的大型跨境电商园区负责人陈彦伊告诉记者,这一园区同样致力于整合相关资源,打造全产业链综合服务功能。“如果不能把相关资源整合成一个综合服务网络,我们的功能只不过是房东。”

中企出海离不开“金融大脑” “一带一路”商机多

■ 王俊岭

日前,中国—中东欧国家第五届经贸论坛在苏州举行,基础设施建设、国际产能合作、投融资渠道等领域再次成为“一带一路”话题中的焦点。国务院总理李克强在论坛上表示,目前中国银行、中国工商银行、国家开发银行已在中东欧地区设立分支机构或代表处,中方支持中国同中东欧国家开展本币互换、本币结算、金融监管等合作。在中国企业“走出去”的过程中,金融机构的角色与以往有何不同?金融服务的模式有何改变?风险又如何管控?

四个转变盯住巨大商机

亚洲开发银行测算,2010年至2020年间亚洲基础设施建设资金需求至少为8万亿美元;世界银行则指出,新兴市场和低收入国家每年面临1亿元至1.5万亿美元的基础设施投资缺口。

庞大的市场蛋糕,也让一些“大象级”金融机构日益灵活。“上世纪90年代中期,我国有了首笔‘走出去’的大型银团贷款。我当时是信贷员,但是身边所有贷款单据的格式

都是针对国内业务的,很多事都无经验可循,现在则今非昔比了。”中国工商银行专项融资部总经理闫峻告诉记者,工行已经在同业内率先成立了总行层面的专项融资部,专门为中国企业参与“一带一路”海外项目提供全方位金融服务。

在闫峻看来,新常态下金融业的对外开放已经出现四大方面的转变:一是由“受贷国”向“贷款国”转变;二是由学习、借鉴、模仿向摸索自己独特的道路转变;三是由单纯的对外贷款向结算、托管、咨询等全方位走出去转变;四是由被动跟随企业“走出去”向主动引领企业赴海外寻觅商机转变。

银企联动共解项目难题

记者了解到,截至今年6月末,工行仅“一带一路”境外专项融资便已完成115个项目,承贷金额198.8亿美元,而储备项目的总投资金额更是高达2092亿美元。快速增长的业务背后,则是金融服务方式的升级换代。

不久前,某装备项目由于国际市场环境出现不利的变化,原先项目相关方临时退出,一时间项目无法推进。此时,工行总行充

分发挥“金融大脑”的功能,及时协调相关分支机构,利用结构化租赁、资产证券化等金融手段对项目结构进行了重构并引入了新的合作者,最终使各方都得到了满意的结果。

如今,工商银行已经建立了总行、项目所在行、经营操作行、境内发起行、境外分销行的“五点一线”协同机制,如中国化工意大利倍耐力并购项目,即是在总行、北京分行、工银欧洲、米兰分行的多点协同下快速推进尽职调查、谈判和分销工作;再例如,越南海阳电站项目,便是由总行、河内分行、北京分行共同落实。

据了解,到2015年6月底工商银行已在42个国家和地区,建立了399家机构,通过参股标准银行间接覆盖非洲20个国家,并与147个国家和地区的1604家境外银行建立了代理行关系。同时,工商银行的120家分支机构遍及“一带一路”沿线的18个国家。

金融服务嵌入世界经济

随着“一带一路”的推进,中国企业走出国门时,亦面临着投资回报率风险、地缘政

治风险、资金回收风险等各种各样的不确定因素。

“中企出海确实会有风险,但这些风险也并不像想象中的那么大。很多国家都很珍惜自己的信誉,法律适用也很透明。因此只要谨慎、专业,海外项目的风险不一定就明显大于国内的某些项目。”闫峻表示,工行每年都定期向数百家企业发布相关研究信息,帮助其及时、全面地了解全球市场动向,防范相关风险。

值得一提的是,工商银行还充分利用多方合作优势,在开发相关项目时积极邀请国内其他商业银行、开发性金融机构、西方大型商业银行等共同参与其中。“一方面,这体现出互利共赢的发展理念;另一方面,其他机构特别是西方国家银行的参与也可以让我们在化解相关风险时拥有更多渠道。”闫峻说。

专家指出,在中企出海的过程中,银行决策集中度更高、金融服务方式更加多元灵活,意味着大型银行海内外分支机构的功能已经远超吸收存款、发放贷款传统层面,而是在全球经济一体化驱动下,中国金融服务深度嵌入世界实体经济的最新表现。

国资委:要让“中国智造”成为世界品牌的中坚力量

大型核电设施迈出国门、中国造“动车组”欧洲开跑、国产大飞机C919组装下线……越来越多的“中国智造”在影响着世界。国务院国资委国有重点大型企业监事会主席赵华林11月27日表示,要充分激发和释放全社会创新、创业活力,使“中国智造”品牌成为世界品牌的中坚力量。

在11月27日举行的“‘中国智造 世界影响’——寻找具有世界影响力的中国品牌”颁奖仪式上,赵华林表示,打造中国制造品牌,要政府凸显政策的保障作用,为制造业提供足够的公共服务,加强知识产权的创造、保护、运用和管理,推动完善“鼓励创新、宽容失败”的制度环境和文化氛围。

他表示,《中国制造2025》提出,到2025年中国要迈入制造业强国之列,到2045年要进入制造业强国前列。当下,推动中国制造向中国创造转变,中国速度向中国质量转变,中国产品向中国品牌转变,凝聚了国家着力打造中国品牌的决心。

中国统计信息服务中心副主任王海峰表示,中国制造业就规模和总量而言,已居世界第一,但在高端制造业领域与欧美发达国家还有不小的差距,主要表现在中高端购买力持续外流。一方面折射我国民众消费潜力巨大,一方面折射我国制造业发展现状无法满足“消费升级”要求。

他认为,倒逼制造业转型升级,只有创新消费品,增加优质产品的有效供给,建立多元化供给体系,才能满足民众个性化、多元化的消费需求,引导中高端消费回流。

“中国智造世界影响”活动旨在深入挖掘中国品牌成功案例,交流中国品牌在国际化进程中的典型经验,引领更多中国品牌走向世界。

(续前)

跨境电商“走俏” 京港两地业界探讨“买全球、卖全球”

■ 杜燕 孙自法

电商们的“双十一”狂欢尚未走远,上个黑色星期五,“新秀”跨境电商们又“走俏”。如何促进跨境电商的发展,成为正在香港召开的京港洽谈会上两地业界热议的话题之一。

“黑色星期五”跨洋过海来到中国,地铁里、街道旁、荧屏上,都能看到跨境电商的“招摇”。

11月27日在香港举行的第19届京港洽谈会跨境电商对接洽谈会上,北京市商务委主任闫立刚表示,今年5月发布的《北京市服务业扩大开放综合试点实施方案》中明确指出,北京要完善跨境电商电子商务运行管理模式,发挥首都区位优势,推动“智能口岸仓”、“海外仓”建设,促进线上线下(O2O)直购体验店、配送网店等新型经营模式的发展。“发展跨境电商有利于扩大消费,有利于促进北京产业结构调整,外贸转型升级,增强外贸竞争新优势,北京欢迎香港企业到京发展跨境电商业务。”

目前北京已形成了跨境电商特色化经营模式,包括日上免税行等的O2O直购体验店、“小笨鸟”等为出口电商和消费者搭建“平台中的平台”、敦煌网等依托其平台运行经验和丰富的卖家资源建立跨境电商综合服务企业等。

作为内地企业代表,林德国际运输代理有限公司总裁任永生表示,今年5月在北京天竺保税区开设了海外商品体验店,销售500余种欧洲物美价廉的“洋货”,周末游客量在500人次左右,“预计明年还将在前门、中关村、机场建设体验店”。

他还指出,更希望将具有中国文化元素的商品,比如京剧脸谱、粽子等,销售到欧洲,“目前正在筹划通过在德国收购的帕希姆机场12000亩土地及地上附属设施,开展仓储、保税、跨境电商等一系列业务,让更多外国人买到‘中国造’商品”。

据商务部预测,2016年中国跨境电商进出口贸易额将达6.5万亿元,未来几年跨境电商年增长率将超过30%。庞大的市场为香港电商提供巨大的商机,已有香港企业抢占先机。

香港中国商会主席、香港经纬集团主席陈经纬在对接洽谈会上指出,北京天竺综合保税区和北京平谷马坊这两个地方可将国际品牌最快捷地送入国内消费者手中,将境外采购变成境内采购,将“香港购”变为“境内的香港购”,还可以将北京及周边地区的优秀产品分送到世界各地,实现“买全球卖全球”。

据悉,该集团将与天竺综合保税区和马坊签署跨境电商合作协议。陈经纬表示,香港具有发达的物流体系,同时拥有世界上众多的国际知名品牌,这一优势与北京国际大都市和发达的开放型经济体系强强联合,将在跨境电商合作方面产生巨大的合作成果。

香港创新及科技局局长杨伟雄也表示,电子商务在全球迅速发展,而内地电子商务规模是全世界第一,且不断创造新的纪录,“香港能提供一个非常有利的环境,作为内地电商企业发展国际合作的‘超级联络人’,期望能够与北京加强合作,互利共赢,共同发展两地的跨境电商业务。”

中国互联网金融如何破“骗子网贷”“垃圾数据”困局?

■ 陈溯 刘辰晔

“未来,中国的传统金融和新兴金融将走向融合。”中国工商银行电子银行部总经理侯本旗在北京表示。

近年来,互联网金融的兴起为小微企业融资、个人理财贷款打开了一片新天地。然而,中国互联网金融仍处于摸索阶段,新兴网贷公司风险高、风险控制能力差,大数据时代“垃圾数据”影响征信有效性、新兴和传统金融公司竞争激烈等问题还在阻滞着中国金融业在互联网时代的前进步伐。

对此,11月27-28日在北京召开的“2015年21世纪金融论坛”上,中国金融业各领域高管就中国互联网金融的未来展开探讨。

风控、监管成未来发展核心问题

近年来,除了电商巨头积极向金融业伸出触角以外,以P2P模式为代表的网贷公司如雨后春笋般出现。人们都对其抱有较高期待,但屡屡见诸报端的网贷公司卷款跑路事件却浇了一盆冷水。

中泰信托董事长吴庆斌表示,近几年,互联网金融高度繁荣,但也伴随着频发的违约事件、风险事件,是“背负着风险野蛮地生长”。

分利宝董事长、名创优品联合创始人叶国富直言,P2P平台准入门槛太低,无法给客户有力的风险保障。

面对种种乱象,中国监管部门近期对P2P网贷平台涉嫌非法集资的行为进行了密集的打击。尽管今年7月中国人民银行等十部委发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》在监管上明确了责任,但相关细则仍有待进一步制定并落地。

论坛中,多位金融公司高层表示,互联网金融最根本最核心的还是金融,应将风控管理放在最重要的位置。诺远资产公司创始人及CEO韩学渊表示,“互联网金融要发掘有价值的底部资产,更多的关注经营风险,线上的核心价值是去做能控制风险的资产。”

大数据如何减少“垃圾进,垃圾出”

2014年3月,美国国家消费者法律中心



对美国主要大数据公司进行调研后发了名为《大数据,个人信用评分的大失望》的报告,指出进入大数据征信公司的数据,有50%左右是错误的,是“垃圾”,基于如此的源头而产生的征信报告、征信分析也被认为存在“垃圾”现象。

作为金融的重要“基础设施”,基于互联网大数据的征信,日益成为现代商业经济、互联网经济形态的某种动力,而数据的“垃圾”现象却让互联网时代金融征信的可靠性蒙上了一层阴影。

平安旗下前海征信总经理邱寒表示,做大数据征信必须要有“试金石”,而试金石的效果

则是通过长期积累的历史数据来实现的。

华道征信CEO童弼川表示,如果能够在源头加强对数据准确性和相关性方面的把关,大数据可以对征信起到很大的辅助作用,另外,就像现实垃圾回收利用一样,“垃圾数据”也可以发福利用。

传统金融和新兴金融走向共生融合

近年来,互联网公司正凭借其独特的技术优势和互联网思维蚕食传统银行的市场,传统金融和互联网金融的竞争成为人们关注热点。

在当天的论坛上,“传统金融派”与“互联网金融派”既有争论,也有共鸣,更有声音称,这呈现出来的景象或许正是中国互联网金融未来的发展道路。

侯本旗表示,互联网金融的未来是“流变+共生”,关键的问题不是留恋过去、抱怨新竞争,而是应该洞察时代的变化,探索新的服务模式,找到新的业务空间。“在新时期,传统金融机构和互联网公司都有很多机会,关键是创造客户价值,控制风险。”