

从“双十一”跨境包邮看电商新风尚

今年“双十一”，包邮的风吹到了海外。

从一日大促的狂欢冲刺，到战线足月的促销长跑，这个颇具气象的消费“节日”已迈入第16个年头。人们不禁要问，“双十一”还能“加载”出什么新内容？

如果将视角对准跨境市场，会发现另一番气象——

近日，新加坡、马来西亚、泰国、日本、韩国等地正式加入淘宝天猫境外“包邮区”；京东全球售则新增马来西亚、泰国两大包邮站点。相应国家与地区的用户下单满一定额度后即可享受免费送货权益。

包邮效应作用下，海外“爆单”加速。大促刚开始，仅参与淘宝天猫跨境包邮的商家中就有近7万家成交翻倍增长。

时针拨回7月，服饰商家主理人陈巧智报名了国内电商平台针对服饰品类的全球包邮计划。他告诉记者，搭上跨境快车“出海吃螃蟹”确实获得了可观收益，自家的大码女装店铺仅开卖7天就获得了20多万元的海外订单。

女装品牌CHICJOC创始人娄辰则表示，在出海包邮的尝试中，他想看到的不仅是“卖货到海外”，更是通过在品质服饰、原创设计领域深耕，将中国品牌真正推向全球舞台。

而到了“双十一”期间，支持跨境包邮的商品品类丰富度进一步提升，从服饰扩展到美妆、3C数码、潮玩、母婴、家居、运动户外等多品类、多行业。

低成本、轻操作，是大促期间大多数商家的感受。商家拥有货权和定价权，可以基于现有的平台

“一键”开通海外市场，无需增加额外运营成本；在收到海外订单后，商家只需将货物发至国内的集运仓，后续物流环节交由平台完成；当海外消费者提出退货退款时，由平台承担成本……

创新的物流体系、支付解决方案等为这场“包邮到世界”的长途“拉练”提供了保障。与此同时，跨境业务的横向推进，离不开纵向深挖消费者“末梢”需求，根据细分品类因地制宜、优化供给。

旅居日本大阪的霍先生常在中国电商平台进行“反向海淘”。今年“双十一”期间，淘宝在日本包邮的门槛是199元人民币。霍先生选择一次性结算多样商品，实现物流费用减免。待各个商家的包裹到达集运仓后会被统一配送到目的地，整个过程只需1周左右。

“国内商品性价比很高，而且样式太丰富了！手机壳就是很好的例子，尽管是个小配件，但款式多到你挑不过来。”霍先生说。

在商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所副研究员洪勇看来，中国制造全球“圈粉”，得益于完善的供应链体系。这可以保证生产的灵活性和效率，使企业能够快速响应市场需求，不断创新产品设计。而今境外“包邮区”扩围，于中外企业而言，是将“供应链”转化为“共赢链”的机遇。

随着市场的成长、基建的完善，包邮体验有望“牵手”更多国家与地区。更多像跨境包邮这样的创新之举，将让“地球村”上的商流、物流、信息流日益紧密。

来源：新华网



11月10日拍摄的建设中的常泰长江大桥(无人机照片)。

常泰长江大桥钢桥面主体铺装完成

11月9日，经过近三个月的紧张施工，常泰长江大桥上下层钢桥面主体铺装全部完成。这是这座世界最大跨度斜拉桥全线贯通后，工程建设取得的又一次重大进展。常泰长江大桥连接江苏省常州、泰州两市，是长江上首座集高速公路、城际铁路、普通公路三种方式于一体的过江通道。据了解，常泰长江大桥预计2025年上半年基本建成。

新华社发(汤德宏 摄)

在“家门口”买遍全球优质好物 进博会江苏交易团满载而归

进博会是跨国企业展示的舞台，也是中国企业采购的良机。今年，江苏组织9100多家单位、近4万名“买手”开启探宝之旅，从高端装备到日常消费品，从绿色能源到健康医疗……江苏交易团不仅致力于降低采购成本、扩大选择范围，更着眼于引进国际先进技术和经验，提升本土产业的创新力和竞争力。

“我们公司主要面向国内食品加工，以及大型冷冻肉类交易市场批发商供货，今年我们继续和丹麦的‘老朋友’签订100万美元意向协议，他们是欧洲最大的猪肉出口商之一。”江苏红太阳国际健康农业有限公司已连续6年参展，公司肉类事业部总监严黎表示，进博会筛选的展商都是当地有实力的供应商，在产品质量、品牌知名度上有保障，为公司提供了一个集中沟通交流的平台。

江阴采购商、吉麦隆生鲜总监顾晓阳采购了一批具有差异化和性价比的产品。哈萨克斯坦的面粉、埃塞俄比亚的苹果、葡萄牙的烘焙起司球，被他抢先“加入”购物车，待后面进一步商议付款方式、物流运输等细则。“我们企业第一次参加进博会收获满满，以后我们将不断加大国际采购力度，为消费者甄选来自全球的优质好物。”顾晓阳说。

“进博会从第一届办到第七届，我也从‘参观者’变成‘合作者’。”虹桥进口商品展示交易中心(虹桥品汇)常州分中心总经理王小磊介绍，2022年第五届进博会期间，虹桥品汇在常州设立分中

心，成为进博会展示交易平台拓展的重要一步。“虹桥品汇常州分中心引进全球30多个国家和地区的3000多种商品，让市民在家门口就能‘买遍全球’。”本届进博会，他们团队采购的商品涉及美妆、日化、酒水、奶制品等五大品类，其中酒水类亮点颇多，公司成为法国拉菲红酒常州一级代理商。

除了各类日用消费品，以高端装备为代表的工业品也是江苏企业的采购重点。11月6日，创新材料巨头杜邦公司与苏州张家港保税区在进博会杜邦展台，签署高性能特种润滑剂项目合作协议。去年9月，杜邦汽车胶粘剂一体化生产基地在张家港投入运营。该投资项目正是在2018年首届进博会上，由杜邦与张家港市政府签订，也是最早的“参展商变投资商”的成功案例之一。

“自第二届进博会上我们与卡特彼勒公司签下大单，此后每年都要追加采购。”江苏中交新能源电力设备有限公司总经理冯涛表示，众多国际一流的产品和技术在进博会上展示、碰撞、翻新，不仅为企业采购尖端产品带来便利，也有助于提升自身生产效率，增强服务客户能力。今年得益于非洲市场订单量的翻倍增长，中交新能源将继续深化与卡特彼勒公司的合作，计划在进博会上采购350万美元的燃气发电机组。

“我们被陶氏公司绿色低碳的生产理念所吸引，例如使用再生设计材料和生物基材料，有助于推动低碳循环和提升回收效率。这次参展，我们不仅收获更多符合公司战略发展的需求物资，

也优化了采购模式，降低了综合采购成本，加深了与合作伙伴的沟通。”亨通高压公司采购经理张寅表示。据了解，苏州的亨通集团在进博会上采购了美国陶氏公司的电缆绝缘料、芳纶等四类材料，总金额约1010万美元，用于推动公司的工程项目。

进博会会场内外，“集中签约”成为关键词。在“相约进博·2024南京专场经贸对接会”上，多家国内外企业签订合作协议，签约品类涵盖胶印机、空调、医疗器械、保健产品、美容个护工具、粮油农产品、肉类冷冻品等18个项目，涉及金额超30亿元。南通借进博会东风，与跨国公司总部举办对接会收获满满，其间土耳其科森集团投资7.1亿美元的绿色聚酯新材料等21个重点项目集中签约。今年，国机集团重要成员企业江苏苏美达集团签约项目12个、采购金额超16亿美元，引进的高端装备、技术设备将为江苏制造企业转型升级提供助力。

江苏各地交易团也在继续挖掘采购潜力。泰州交易团完成一笔5000万美元大豆采购订单，苏州交易团的“购物车”里则有不少“舌尖上的好物”。无锡交易团大军中，技术装备和汽车领域采购商占半数以上。大型省属外贸集团苏豪控股集团，发布的合作需求包括中亚品牌消费品采购、小麦饲料粉采购等，服务江苏共建“一带一路”的贸易和投资需求。

来源：新华日报