

上半年跨境电商交易规模4.5万亿元

9月19日,电子商务研究中心发布了《2018年(上)中国跨境电商市场数据监测报告》。

《报告》显示,2018年上半年中国跨境电商交易规模为4.5万亿元,同比增长25%。其中,上半年中国跨境出口电商交易规模为3.47万亿元,同比增长26%;中国跨境进口电商交易规模达1.03万亿元,同比增长19.4%,预计2018年全年将达1.9万亿元。

《报告》显示,在跨境电商进出口结构上,2018年上半年中国跨境电商的进出口结构上出

口占比达到77.1%,进口比例22.9%。上半年,跨境出口和跨境进口增长速度都较快,但随着国内消费升级,市场对跨境进口的需求更为迫切。在跨境电商进出口结构上,进口电商的比例正逐步扩大。“海淘族”迅速壮大,跨境电商将继续受益于国内消费者对海外优质商品需求的强劲增长。

在跨境电商交易模式结构上,2018年上半年中国跨境电商的交易模式跨境电商B2B交易占比达84.6%,跨境电商B2C交易占比15.4%。跨境B2B模式依然

是占据主导地位的模式,该模式产业链条长、服务需求多。跨境B2B所需要的服务门类众多,包括营销、支付、供应链金融、关税、物流仓储、法律等各种服务。从国家政策及各地跨境电商政策来看,B2B模式是未来跨境电商发展的重要商业模式。

电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平表示,今年上半年,中国跨境电商发展呈现出三大特点,首先政策加持跨境电商快速发展。6月13日,国务院常务会议表示要支持跨境电商的发展以

及进一步扩大进口的措施;7月13日,国务院再设22个跨境电子商务综合试验区,促进外贸稳定发展,提高国际竞争力。综试区从试点到普惠,足以说明国家政策对跨境电商行业的利好持续。

同时,出口电商升温倒逼“中国制造”转型升级。出口跨境电商是我国当前主体,由于我国制造业在成本及规模上具有较高优势,同时受到“一带一路”倡议及资本市场的推动,出口电商行业发展迅速,而越来越多的传统外贸企业加快触网力度,出口电商能够帮助中国制造业更

加便捷地拓展国际化市场,促进“中国制造”借助互联网的方式实现更好的转型升级。

此外,进口电商向线下实体店业务发展。上半年,进口跨境电商纷纷尝试向线下实体店业务发展。4月20日,天猫国际全国首家跨境线下店在西湖银泰店开业;4月28日,网易考拉首家线下实体店在杭州大厦中央商城内开业。众多进口跨境电商企业纷纷将业务触角伸向线下,看好在线下实体店的发展潜力,都期望在新零售时代中占得发展的先机。

(北京商报)

北京市农机监理岗位技能“大练兵”活动落幕



本报讯 记者冯文亮 近日,记者从北京市农业局农机监理总站获悉,北京市农业机械监理总站组织开展了农机监理岗位技能“大练兵”,来自昌平、大兴、房山、怀柔、门头沟、平谷、延庆、顺义和密云区共25名参赛选手参与了比赛,经过移动检测线实操、拖拉机科目二场地驾驶技能考试、农机事故现场图绘制、农机执法现场取证等比赛环节,最终有6名参赛选手分获了冠亚军;昌平区农机安全监理所、大兴区农机服务中心、顺义区农机监理所、延庆区农机监理所、门头沟区农业综合执法队获得了最佳组织奖。农业农村部农机化司、农业农村部农机监理总站、市政府法制办、市农业局有关领导参加了此次活动并为获奖团队和个人颁奖。

近年来,北京市农机监理部门积极抓紧人才队伍建设,本着培养“专家型”农机监理员的理念,不断开拓培养思路,创新培养方式。去年,北京市农机监理部门成功举办了首届农机监理业务技能“大比武”,侧重农机监理业务理论知识的考察;在此基础上,今年又举办了农机监理岗位技能“大练兵”,

侧重于农机监理实操比赛,这对于进一步提升农机监理队伍建设,搭建北京市农机监理业务交流学习平台,促进农机监理事业又好又快发展具有重要意义。

开展此次“大练兵”活动的主要目的是让大家以赛促学、以赛促练、以赛促干,进一步激发监理队伍活力,提高监理队伍素质,展示监理队伍风采,提高农机监理人员的实操技能水平,为以后开展相关业务工作找准定位、把握好方向。7月份,成功开展了农机监理岗位技能“大练兵”理论比赛,重点对十九大报告、农业农村部2018年1、2号令《北京市农业机械安全监督管理规定》等内容进行了测试,经过层层角逐,最后共有10支队伍入围了本次实操比赛。此次比赛既是对全市农机监理队伍整体素质的一次全面检阅,也是推进农机安全监督管理的一项重要举措,比赛紧扣农机监理工作实际,注重对各项业务技能水平的考察。比赛过程中各参赛选手都以专注的态度、顽强的作风、昂扬的斗志,认真参与比赛,充分展现了农机监理队伍风采,有效提升农机监理人员综合业务素质。

■ 资讯平台

星巴克正式上线外送服务

年底覆盖30个城市2000家门店

本报讯 9月19日,星巴克中国宣布,星巴克官方线上订餐服务——专星送正式开始试运行,试点将首先在北京、上海重点商圈的星巴克门店陆续展开。

据星巴克方面介绍,北京、上海重点商圈的部分星巴克门店正式上线官方外送服务即“专星送”,消费者可以通过星巴克APP和饿了么APP进入点单页面。在饿了么平台上搜索星巴克,即可出现“专星送”,消

费者无需选择门店,由系统自动分析周边门店运能后派单。星巴克专星送外卖产品的价格与星巴克门店一致,目前单笔外卖配送费9元。预计今年年底,专星送将推广至全国30个城市超过2000家门店,覆盖率超过50%,并将完成双方会员体系的对接。

今年8月初,星巴克与阿里巴巴集团在上海宣布达成新零售全面战略合作,涉及阿里巴巴

生态饿了么、盒马、淘宝、天猫、口碑、支付宝等多个业务线。在外送方面,饿了么为星巴克“专星送”配备了专属配送团队,用户下单可享受蜂鸟的30分钟内送达服务。

据饿了么方面介绍,饿了么为星巴克打造了标准化的配送流程,其智能调度系统会根据门店繁忙程度、骑手距离等选择最优方案,并研发设计了全新冰包确保外送产品的温度。

饿了么或将重点布局二三四线城市

本报讯 阿里巴巴集团CEO张勇9月18日在年度全球投资者大会上阐述阿里的战略棋局时提到,将通过饿了么赋能“商户、用户、物流”三大板块,向二三线及以下城市发力拓展。

阿里巴巴集团执行副主席蔡崇信也表示,第一步,阿里以集团之力对饿了么赋能,首先把整个阿里巴巴生态系统的用

户与饿了么进行分享,“我们因此把饿了么送餐服务和88VIP会员体系进行整合”。就饿了么的重点目标,他表示“重要的是饿了么能进入到二线、三线、四线城市,成为整个集团战略的切入点”。

做为本地生活服务平台,饿了么目前拥有200万线上线下一体的商家,每天24小时不间断提供各类服务。张勇表示,

“这些实体店没有数据产生的话,跟其他街边小店一模一样”。他认为,从上游供应链的整合,到流量的产生与上涨,再到订单的移动支付,最后到即时配送,都可通过阿里的生态能力整合,完成商户全链条数字化的改造。阿里巴巴的大数据将会在商户数字化改造中发挥重要作用,主要体现在用户画像和数据回流、沉淀。

超市发罗森便利店第18家店开业

本报讯 9月19日,位于北京彩和坊路的超市发罗森便利店开业,超市发罗森便利店拓展至18家。

据悉,超市发罗森彩和坊路店为24小时营业便利店,销售糕点、饭团、寿司、三明治、沙拉、现磨咖啡、豆浆等多种快餐,满足消费者快节奏的生活需求,为顾

客、特别是白领上班族提供优质新鲜的商品与服务。

2017年7月12日超市发与罗森签订合作协议,超市发基于潜力巨大的市场发展空间、结合整体业务的发展规划,在现有五种超市业态的基础上,与罗森公司采用加盟合作形式开发的便利店业态。

超市发作为国有企业,将始终致力于社区商业的发展,通过业态结构、服务功能、消费环境的持续改进与创新,引领社区生活方式,传递现代消费理念,全力助推社区商业服务业发展,保障居民生活必需品供应,将超市发打造成越来越有温度的社区商业品牌。