

新业态新模式激发新活力

前五月北京跨境电商进出口额增长15%

本报讯 马靖 足不出户就能购买海外的医药产品,网购美妆用品时还能线下试用……在北京,跨境电商新业态新模式不断涌现,发展活力日益凸显。从北京市商务局获悉,今年1至5月,全市跨境电商进出口额同比增长约15%,随着新的产业园陆续投运,跨境电商发展还将不断扩容。

医药产品最快次日达

在科园贸易跨境医药电商专用仓内,来自世界各地的进口医药产品整齐码放在货架上,电商平台的订单正源源不断涌入。当消费者下单后,商品所在货架的电子标签便会亮起,并闪烁代表商品数量的数字,工作人员根据提示就能快速完成货品拣选。货品被装进快递箱后,就会进入自动分流系统,随后装车发货,北京地区的消费者最快次日就能收到网购的进口医药产品。

“跨境医药电商专用仓自去年10月投入使用以来,大大提高了包裹的出仓效率。”科园贸易相关负责人介绍,在2020年北京获批成为跨境电商销售医药产品试点城市后,公司为参与试点的电商平台提供进口和仓关服务,起初使用的是原有仓库,随着业务规模的增长,又专门新建了4000余平方米的跨境医药电商专用仓。

跨境电商销售医药产品是北京“两区”建设中的一大政策突破,近3年来,试点规模持续扩大,参与试点的电商平台已增至6家。市商务局数据显示,今年1至5月,北京跨境电商的医药产品进口额突破亿元。“这项政策有力促进境外消费回流,为我们带来了新的增长点。”试点企业表示。

电商产业园再扩容

政策创新的同时,依托航空“双枢纽”,北京的跨境电商产业也不断扩容。毗邻首都机场的天竺综保区内,一座崭新的跨境电商产业园近日启动运



营。园区内的仓储用房每栋都有三层,东西两侧各有一条盘道与卸货平台相连,货运车辆可通过盘道直接到达各层卸货平台,企业还可以根据自身需求设置常温库或冷库。

“在制定建设方案时我们就充分考虑到土地资源稀缺的现状,按照国际化标准建设,有效提升单位面积土地的经济效益。”作为该产业园的投资者和服务商,东久新宜集团相关负责人介绍,园区总建筑面积达20万平方米,集合了跨境电商分拨、贸易结算、展示交易、城市配送等功能,为跨境电商企业提供全套服务。

东南亚的美食正越来越多地端上国人餐桌。在大兴机场临空经济区,新加坡南洋跨境电商运营中心加速建设中。该项目预计利用外资约1.3亿美元,待明年一季度投入运营后,将引进东南亚地区的海鲜、水果等产品,进一步丰富北京高端生鲜消费供给,给消费者带来新体验。

新模式带动消费提质

“在网上购买进口货品,最大的痛

点就是很难提前试用。”

在享受电商平台价格优惠的同时,不少消费者也希望能在线下体验试用。

今年以来,王府井集团首批跨境电商体验店在赛特奥莱和燕莎奥莱亮相,知名国际美妆品牌的产品在店内实现集中展示,消费者可以现场试用、线上下单,商品从天竺综保区内的保税仓直接邮寄到家。

这一跨境电商体验消费新模式的出现,得益于北京创新推出的“免税、保税和跨境电商政策衔接”试点政策,企业可先将待售商品运至综保区内进行保税存储,再根据不同的销售策略分批销售,从而实现“免税、跨境一盘货”。目前,跨境电商体验消费已覆盖SKP、798艺术区、秀水街等多个重点商圈,实现了跨境电商产品看得见、摸得着、有感知、有体验,有效带动消费提质扩容。

伴随数字经济的发展,传统贸易数字化转型也在加速推进。据市商务局统计,今年1至5月,北京新增跨境电商B2B(企业间的电子商务)申报主体超过15%,B2B出口额同比增长超过40%,为跨境电商创新发展注入了新动能。

五月快递发展指数 同比增长近四成

本报讯 韩鑫 国家邮政局近日发布的5月中国快递发展指数报告显示,今年5月,中国快递发展指数为370.9,同比提升37.8%,行业市场规模进一步扩大,服务质量有所提升,寄递网络不断完善,跨境能力持续增强。

从发展规模看,5月,快递发展规模指数为406.1,同比提升17.8%。从分项指标来看,预计5月快递业务量同比增速约为18%,业务收入增速在14%左右。5月,快递业与电商协同发力,整体规模波动上升,业务量在月初月末连破两个百亿大关。其中,5月中下旬,日均业务量稳定在3.5亿件左右。

从服务质量看,5月,快递服务质量指数为592.1,同比提升78.5%。重点地区72小时准时率预计为84.3%,同比提高8.7个百分点。5月,行业服务质效明显提高,用户体验有所改善,主要有3方面原因:一是多方式提升寄递服务时效。快递企业注重提升重点经济圈寄递时效,为长三角和珠三角主要城市提供承诺性的次日达服务。二是多环节优化生鲜服务质量。入夏以来,荔枝、樱桃、鲜花等时令产品寄递需求激增,快递企业加大冷链设备设施投入,推动包装更规范、运输陆空结合,开通绿色通道,优鲜派送、保鲜送达。三是多领域提升服务制造业水平。快递企业深度服务预制菜、运动服装等产业,将服务延伸至上下游,将运输、仓储、配送各个环节紧密结合,进一步满足直播带货以及即时零售等新消费业态的需求。

从基础设施建设看,5月,快递发展能力指数为214.8,同比提升8.3%。航空运输领域,行业自有航空公司新开通多条国际货运航线。铁路运输领域,推出“高铁急送”服务。

首条“丝路海运”电商 快线首年进出口破百亿元

本报讯 韩志涛 6月10日,在厦门东渡海天码头,“海丰马尼拉”号货轮正在开展作业,125个装有日用品、鞋服等产品的电商货柜被逐一吊起,运至货轮上。随后该轮顺利驶向菲律宾马尼拉港,标志着国内首条“丝路海运”电商快线正式开通一周年。

作为我国首个以航运为主题的“一带一路”国际综合物流平台建设的成果,“丝路海运”电商快线由厦门港直达菲律宾马尼拉港,“两港一航”助力国内电商货物2天即可直达马尼拉港,极大满足电商货物批量小、批次多、时效强的进出口需求,深受跨境电商企业的青睐。

据厦门海关统计,开通一年来,该航线集装箱吞吐量近3万标箱,总货值超103亿元,其中出口跨境电商货物3.9万票,货值约3.5亿元,主要以箱包、鞋服、日用品、健身器材等商品为主。

为支持航线高效运营,厦门海关配套新增了跨境电商监管中心,对符合条件的出口商品适用“清单核放,汇总统计”等便利措施,助力企业全方位享受仓储、物流、清关等“一站式”服务。

经过一年的运行,海运电商业务的航运、港口、物流资源一体化服务臻于成熟。后续将以菲律宾为起点,辐射至其他东南亚国家,并将该模式复制推广至丝路海运沿线区域,形成规模化、标准化的海运电商网络。

“6·18”抖音电商全面升级消费者购物体验

本报讯 5月31日至6月18日,“抖音6·18好物节”上线。为进一步提升消费者购物体验,活动期间,抖音电商公布多项消费者体验治理举措及成果。其中,针对发货物流、退款体验和商家服务等消费者核心诉求,过去半年中该平台进行了重点升级,消费者体验得到明显改善。本次“6·18”大促,全面升级后的服务系统也将为消费者的购物体验和权益保驾护航。

据平台调研,发货速度是电商消费者最关心的问题,占比达35%。发货慢、不发货,预售周期过长等因素会严重影响消费者的下单意愿。此外,退货退款是否方便快捷、商家服务是否积极专业,也直接体现在NPS(消费者净推荐值)、CCR(消费者抱怨指数)和CPO(百万订单进线量)等数据指标之上。数据显示,过去几个月,因发货物流、退换货等问题有效改善,该平台的消费者粘性持续增加。

抖音电商明确规定,仅允许履约、

服务等各方面体验都好的商家使用预售功能,并通过多项措施鼓励商家售卖现货和缩短预售周期。相较去年,平台现货比例提升超10个百分点。

同时,该平台对发货超时、恶意不发货、虚设库存、虚假承诺发货时效等违规行为,进行从严从重处罚。平台还通过优化交互和触达,强化消费者对“晚发必赔”的权益认知,缓解其体验损伤。

据悉,目前该平台的发货体验已达历史最高水位,平均发货时长较去年底降低36%,发货物流NPS提升35%,CCR下降75%,服务水平和消费者满意度均大幅提升。

抖音电商还全面推行“极速退”能力,提升消费者退货退款的体验。其中,“未发货极速退”支持0秒退款,无需商家审核,订单覆盖率超97%;“在途极速退”在非消费者责任场景下,支持运输途中0秒退款;“取件极速退”保障消费者有返件物流记录后优先退款。从近期调研看,平台有购买行为消费者

的退换货体验和行业头部水平差距已显著缩小。

此外,该平台基于发货物流、售后服务、客服接待三大模块,细化出64个业务切片,对商家服务质量进行综合衡量。商家如有大量不回复或不解决消费者咨询、无故拒绝售后、超时发货等违规行为,导致其服务质量评定较低,平台会对其施以违规积分扣除、流量管控、限制订单等处罚措施。

据悉,今年2月以来,该平台已严惩超1千个服务评定极差商家。平台数据显示,受罚商家整改后服务指标明显改善,发货超时率下降76%,消费者对服务不满的反馈率下降67%,对商家在线回复满意度提升57%,远超大盘整体水平。

抖音电商相关负责人表示,消费者体验是核心竞争力,平台将持续对消费者体验进行体系化和精细化治理,同时引导和激励商家提供优质服务,加强消费者的权益保障。(中国新闻网)