

零售电商打通万亿内销市场“快车道”

□ 王楠

近日,京东、家乐福、天猫、永辉等零售巨头密集发声,通过千亿扶持计划、供应链深度改造、品牌孵化等组合拳,与外贸企业携手共拓内销万亿新蓝海。这场从工厂车间直达超市货架的变革,不仅重塑了“中国制造”的流通密码,更催生了消费市场的新活力。

虽然很多“出海”多年的外贸企业都具备优秀的生产能力,产品的品质过硬,但外贸企业在转型过程中依然面临着“渠道、标准、品牌”三大挑战:拓展销售渠道困难;生产线调整不易;品牌建设面临挑战等,这其中,首要的就是缺乏销售渠道,一时间难以打开销路。

面对这些挑战,连日以来中国零售巨头纷纷伸出援手,助力外贸企业开拓内销市场。

华润万家于4月9日正式推出四大举措,为优质外贸企业开通内销“直通车”。通过匹配不同企业的产品定位,分级分类在旗下精品超市、综合超市、社区超市落地,让更多优质商品通过全国2000余家门店走进万千家庭。

京东则宣布推出2000亿元出口转内销扶持计划。未来一年内,京东将大规模

采购不低于2000亿元的出口转内销商品,帮助外贸企业快速开拓国内市场。为此,京东将在商务部及各级政府部门指导下,对扶持外贸企业做好规划布局,在各地开展多种形式的招商对接。依托自营模式和强大的供应链能力,京东将安排专业采购队伍驻点办公,直接采购外贸企业的优质产品,并开设外贸优品专区,通过流量倾斜、全渠道营销支持,加快商品销路打开,防止低价内卷。

盒马也发布公告称,即日起面向外贸企业正式开放24小时绿色入驻通道,提供高效的物流供应链支撑,并联合开发自有品牌创新商品,助力中国优质外贸企业开拓国内市场。

此外,美团在“商家入驻、经营扶持、品牌打造”等方面开设绿色通道;物美打造“云超绿通”转向通道;叮咚买菜释放商品包装、仓储设备等多项采购需求;东方甄选启动“外贸优品入驻”专项行动等。

近日,商务部新闻发言人在例行新闻发布会上表示,面对美国对包括中国在内的所有贸易伙伴滥施关税的行为,中方强烈谴责、坚决反对。

该发言人进一步指出,商务部已组织有关商协会、大型商超和流通企业座

谈,研究如何更好发挥各自优势,帮助外贸企业扩宽内销渠道。商务部将帮助出口遇阻的外贸企业开拓国内市场,用好消费品以旧换新政策,办好外贸优品中华行等系列活动,深入开展内外贸一体化工作。

近日,中国商业联合会也联合多家行业协会发布了倡议书,呼吁批发零售企业开设绿色通道,设立外贸产品内销专区、专柜,举办外贸优品展销活动,为外贸企业提供展示和销售平台。餐饮、酒店等行业企业也将优先采购符合标准的设备设施、外贸食品等,拓宽外贸产品内销渠道。

对此,数实融合50人论坛专家洪勇表示,在全球经济不确定性加剧的大背景下,多家电商平台和商超企业纷纷聚焦支持外贸企业开拓国内市场,通过资源整合和精准扶持,帮助它们实现“出口转内销”的转型。这种合作模式,既是外贸企业应对国际市场波动、分散出口风险的重要手段,也是国内市场释放消费潜力、培育需求的一次新机会。

随着零售巨头与外贸工厂的深度融合,一个“品质消费”与“产业升级”共振的新时代正在加速到来,万亿内销市场将迎来前所未有的新机遇。

大风天气货量增四成 生鲜电商加码保供应

本报讯 何倩 近日,为了应对大风天气影响下上涨的订单需求,生鲜电商平台已增加蔬菜蛋奶等全品类商品供应,部分平台备货量将提升四成左右。同时,平台企业也在协调供应链资源并提前储备运力,同时严格监控商品价格确保稳定。

在七鲜、叮咚买菜等平台,可以看到,平台均发布了京津大风预警的公告,并提及配送会稍有延迟。为应对需求波动,京东七鲜迅速启动保供预案,第一时间协调供应链资源,“京东七鲜的中心店和卫星小店均已加大蔬菜、肉蛋奶、水果等民生商品的备货量,同时在预测范围内已启动二配进行补货。叮咚买菜相关负责人也强调,自4月10日起,平台增加了蔬菜肉蛋奶等全品类商品供应。相较于平时,4月10日叮咚买菜北京市场备货量增加约20%,4月11日、4月12日备货量持续增加40%左右。

运力方面,据了解,七鲜和叮咚买菜均已提前进行运力的储备。

美团即时零售品牌“美团闪购”对外上线

本报讯 郭缤璐 4月15日,美团正式发布即时零售品牌“美团闪购”。即日起,消费者可在美团App首页进入“闪购”,选购蔬菜水果、酒水饮料、休闲食品、数码家电、美妆护肤、潮流玩具、运动用品、鲜花绿植、母婴用品、宠物用品等,下单后平均30分钟送达。据了解,该品牌定位为“24小时陪伴消费者的新一代购物平台”,联合全国近3000个县市区旗的零售商、品牌商与本地中小商家,满足消费者日常购物需求。

实际上,美团闪购业务最早于2018年在美团内部上线。数据显示,目前美团非餐食品类即时零售日单量已突破1800万单。对于这一布局,美团副总裁、闪购事业部负责人肖昆表示,消费者在生鲜食品、酒水饮料、日用百货、3C家电等商品上的消费黏性和频次持续提升,顺应消费者持续升温的即时需求,美团正式面向公众推出即时零售品牌“美团闪购”,更好满足消费者“30分钟买万物”的需求。

抖音电商一季度补贴 商家节省成本55亿元

本报讯 程子姣 4月14日,抖音电商阶段性公布九大商家扶持政策的进展:在今年1—2月份为商家降本超过30亿元的基础上,3月份的扶持力度继续加码,单月为商家减免佣金及成本超过20亿元。今年一季度累计为商家节省成本达55亿元。

今年年初,抖音电商从降低成本、提升体验两大维度出发,面向商家推出九大扶持政策。

除了上述类目免佣政策之外,今年3月份平台还针对所有入驻的新商家推出限时全域免佣(包含商品卡订单、直播订单、短视频订单等),带动3月新商家入驻量环比增长超过40%。此外,日用百货及厨具免佣政策将延长至6月30日。

“包邮区”服务升级 共享电商红利持续“西进”

近日,新疆阿克苏地区拜城县居民马热亚木·吐尼亚孜,从淘宝上选购了广东佛山生产的沙发,准备布置新家;6天后,沙发自4000多公里外运抵拜城县,不但免运费,还有快递员送货上门。

如今,像马热亚木一样,越来越多的西部地区居民享受到“电商包邮”服务。

从“小件”到“大件” 包邮服务再升级

在乌鲁木齐市的中通快运现代化中心,一辆辆满载大件快递的长货车整齐排列在装卸口前,等待快递员卸车。分拣厂房内,自动化分拣线正全速运转……

“电商件越来越多。”中通快运乌鲁木齐分拨中心操作经理王瑞说,这些电商快件会迅速通过转运中心分拨到各网点,直达天山南北。

一年前,在各大电商平台和物流企业的协同合作下,新疆成为“包邮区”。对当地消费者来说,“买买买”更顺畅了。

淘宝近期宣布将大件家装商品纳入新疆包邮服务,让沙发、床、马桶等大件商品实现“零运费”。

淘天集团家装供应链负责人李福全介绍,3月以来平台把服务品类扩展到大件家装,目前已有超过100万件大件商品支持包邮发货到新疆,并为消费者提供送货上门服务,新疆90%以上大件订单享受了平台包邮服务和运费补贴。

如今,去往新疆的包裹,优化整合后淘宝平台送达时间普遍在5~7天,部分包裹可以实现次日达、隔日达。

王瑞说,“淘宝家装”新疆包邮合作落地后,中通快运针对新疆地域特性优化运输网络,进一步提升服务覆盖能力,让“包邮到家”惠及更多县域消费者,合作首周全网订单量环比提升22.57%。

物流集运推动电商加速“西进”

一直以来,由于物流成本偏高、商品

往返周期长、部分商品具有时令性等原因,包邮、不能便捷退换货,曾是不少西部消费者网购消费的“痛点”。

这样的“痛点”和需求,已被看见。

各地也积极出台政策支持物流基础设施建设。内蒙古将农村牧区客货邮融合发展、快递进村补贴等政策纳入高质量发展清单,12个盟市均出台财政补贴政策;新疆加大邮政快递基础设施建设,建成省级分拨中心14处、地州市级分拨中心85处,建制村快递服务通达基本实现全覆盖。

申通快递将四川简阳设为集运中心,通过规模效应降低运费,使发往西藏的包裹数量提升约60%;在内蒙古,申通快递借助区域集运模式,令快递时效提升20%,成本降低80%。

新疆极兔、邮政等快递企业与电商平台合作,在西安设立中转集运仓,将全国发往新疆的快件在集运仓合包后,集中直发新疆。此外,快手电商也上线了西北集运服务。

目前,多家平台已支持西部地区包邮服务;拼多多加码推出“千亿扶持”计划,主动免除西藏、甘肃、青海等偏远地区的物流中转费;淘宝目前有约17亿件上架商品可以包邮发往新疆等偏远地区;抖音电商也已开通“偏远地区物流服务”……

电商“西进”带来更多发展红利

在内蒙古锡林郭勒盟东乌珠穆沁旗,牧民孟克的生活因电商“西进”发生了显著变化。

作为驯马人,孟克需大量采购马具、马衣、马药等。过去这类商品需长途跋涉到镇里或者

县城购买,如今他在电商平台上直接下单,就能送到牧区旁边的代收点。

数据显示,电商“西进”助力激发了西部地区消费活力。拼多多平台数据显示,过去一年,西部地区订单实现两位数增长。

以物流带动商流,还有效促进了西部地区农特产品向全国销售。喀什地区邮政管理局局长王晓虎说,顺丰速运等快递企业在蓝莓基地设置了揽收点,安排专人专车,保障蓝莓的远程寄送。通过现采现装、实时收寄、空运发往全国各地的模式,快递送达时效提升至2~3天。

高黎明表示,“包邮进村”能直接贯通新疆与中东部省份间的产品流动渠道,盘活城乡间要素市场的流通,实现资源要素在更广泛区域的有效配置,助推解决区域、城乡发展不平衡问题,助力全国统一大市场建设。

去年11月份中办、国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》以来,各地积极采取举措贯彻实施行动方案,推动全社会物流成本进一步下降。

当物流成本下降,不仅消费者可以享受更加便捷的消费体验,西部地区的餐饮店主、农户、快递从业者等群体也会成为电商“西进”的直接受益者,电商持续深入“西进”正催生出多维度的发展红利。

(据新华社消息)

