

近日,以“买全球 卖全球”为主题的2022晋江跨境电商创新发展大会举行。美国有海外仓,澳大利亚有物流资源,菲律宾有专业的直播运营团队,泰国有丰富的产品资源……晋江海外侨商代表通过“线上+线下”方式,多方位推介晋江跨境电商优质资源,全面赋能传统企业“出海”,助推鞋服运动、食品日用、母婴个护、家具家电等晋江优势产业企业“出海”。

借“侨”出海 跨境电商寻增量

本报记者 蔡明宣 柯雅雅 董严军 文图

传统外贸“借船”出海

“不缺好的产品,但缺少渠道。”福建裕德鞋业有限公司行政经理方青松道出了很多晋江企业的尴尬。受全球疫情和大经济环境的影响,这几年,传统外贸企业无法出去参展,与客户面对面交流的机会也少之甚少,一大波因素影响着晋江外贸。

方青松告诉记者,自己所在的企业是生产户外登山鞋、防水鞋等各类运动功能鞋的工贸一体企业,已经有20多年的制鞋经验,产品主要销往北美和欧洲市场。“受疫情和大经济环境的影响,今年下半年外贸业务订单被迫取消了40%,企业渴望通过新渠道新形势为外贸业务打开新局面。”

拓展跨境电商成为福建裕德鞋业有限公司接下来的重点。于是,在刚刚举行的2022中国鞋都首届跨境电商采购节上,福建裕德鞋业有限公司积极报名,并在购物节上收获不少意向采购商的青睐。

2022 晋江跨境电商创新发展大会特色产业带采购对接会上,一家传统企业正在勇敢走出来。

福建众宇进出口贸易有限公司与福建泓邦鞋服有限公司,前一家是跨境电商运营公司,后一家则是传统的外贸工厂,然而它们有一个共同的老板陈爱珍。

“传统外贸我们仍然坚持做,有专门的高管负责,我把工作重心放在众宇这家跨境电商企业上。”陈爱珍的转型实属无奈,她说,2020年全球疫情暴发以来,工厂外贸订单量下降不止一半,倒逼着企业寻找新的出路。逆势而上的TikTok让陈爱珍看到了希望。

目前,众宇进出口贸易专攻TikTok赛道,已有12个人团队,经营着30多个英国小店。“我们用传统外贸的这些团队来做,可能很多思维是被局限的,所以我们现在团队基本上都是‘90后’‘00后’的年轻人。”陈爱珍说,这个赛道有可能做一两年爆发出来,比传统外贸的营业额都高。

大胆试水,让陈爱珍很快就尝到了甜头。“我们才运营几个月就已经有不少店铺开始盈利,TikTok直播带货也为我们带来不少跨境增量。”陈爱珍告诉记者,众宇除了直播销售原有传统外贸的高端沙滩裤,还把品类扩充到箱包、日用等产品上,后续待团队成熟后,不排除带其他传统外贸企业做直播带运营。

与早期的跨境热不同,晋江传统企业抱团出海已成为常态,跨境电商已成为晋江外贸企业寻求新增量的重要渠道。



强地基建建跨境服务平台

13日下午,晋江跨境电商全球开店综合服务平

台(以下简称“跨境电商服务平台”)成立。据了解,该跨境电商平台由晋江市联合国贸数字科技有限公司共同研发打造,可链接全球40多个跨境电商平台,通过绿色通道帮助企业一键式便捷开店。

与此同时,该平台还可通过发布全球平台招商政策、组织电商开店对接活动、建立跨境电商平台需求库和企业供给库,帮助晋江制造企业、外贸企业、国内电商企业及创业青年,根据目标企业、产品属性等特点,积极对接全球知名跨境电商平台,为企业“全球开店”提供一站式、全流程、低成本配套服务。

跨境电商服务平台的成立能够为晋江带来什么?

浙江国贸数字科技有限公司首席运营官韩杰告诉记者,与晋江政府共同研发跨境电商服务平台,为晋江传统企业提供全球开店服务是双方合作的第一步,后续还将为晋江企业全球开店提供“从零到一”的系统培训,以及支付链路、知识产权、品牌注册、物流搭建等系列服务。“我们希望通过跨境电商服务平台系统

地为晋江企业跨境出海赋能,让企业少走弯路、少踩坑。”

“听说这个平台可以一站式提供专业的开店服务与系统培训,这对于我们企业而言简直是及时雨。”“以前苦于不知道从哪里入手做跨境,现在有了这个平台,可以让我们省心不少。”“我已经第一时间让公司的跨境人员扫码进入平台。”……跨境电商服务平台对于很多传统企业而言就是“跨境保姆”,提供一系列专业的、全方位的服务,为企业出海保驾护航。

围绕产业链优势,晋江五大优势产业也在积极搭建供应链优势。

中国鞋都国际网批中心联合企业共同组建中国鞋都跨境电商供应链联盟,希望能够引导制造业企业通过跨境电商新模式、新业态拓展海外销售渠道,助推传统制造企业,尤其是中小微企业加快转型升级步伐,推进新旧动能转换。

中国鞋都国际网批中心负责人陈秋楠表示,“我们要把鞋都打造成具备对接全渠道的成品鞋新型批发综合体,并以此与鞋纺城相互协作共同发展,形成晋江鞋产业的原

辅材料及成品鞋两大批发市场,从而更大程度地带动产业发展。”

泳装行业积极探索新品类持续发力跨境电商,母婴玩具抱团发展寻求更大的发展空间,拖鞋以创新为驱动专注跨境B2B……

机遇与挑战向来并存。后疫情时代,对跨境电商来说其实是加时赛,它比拼的是专业化、品牌化和本土化,晋江跨境电商拥有更多可能。

晋江市商务局相关负责人表示,下一步,在做好跨境电商服务平台的基础上,充分发挥晋江五大产业带优势,扩大海外营销渠道,提升外贸竞争力,促进生产型企业和传统贸易型企业实现转型升级,使更多中小微企业通过完善的跨境电商体系,实现全球买、全球卖、全球链接、全球联动的战略目标,为企业转型升级、开拓跨境电商新通路奠定坚实基础。

疫情大背景下,晋江企业抢抓风口,借势跨境电商,借力国家市场采购贸易试点、国际陆地港等平台载体,持续拓展“一带一路”沿线国家、RCEP成员国等新兴市场,国际及港澳快递年业务量突破1000万件,跨境电商企业数量超1000家,呈现强劲发展势头。

新闻延伸

“晋江智造”的新机遇

本报记者 蔡明宣 曾小凤

“现在做跨境电商还来得及吗?”“除了亚马逊,还有其他平台可以做吗?”“鞋服品类红海一片,现在进入还有机会吗?”……对于新一波欲进入跨境电商的企业而言,机会与挑战并存,未来,对于“晋江智造”而言仍有不少新机遇。

企业直播 有助业绩提升

海外疫情持续下,流量暴发最明显的渠道就是直播,预期未来3到5年内,直播有望成为中小外贸企业在线引流的最重要的风口。

“跨境直播带货这一两年发展比较快,但仍处于萌芽阶段。我们公司去年开始在TikTok直播带货做印尼市场,效果还不错。”晋江跨境电商协会执行会长詹吉章告诉记者,直播带货启动之后,业绩跟原来相比有明显的提升。

“跨境直播需要熟悉当地的市场和文化。”詹吉章建议,跨境直播需要做更多本土化的工作,拿其公司所在经营的印尼市场举例,主播的语言习惯、对当地风土人情的了解不断在进行提升。

此外,詹吉章还指出TikTok对品质的要求会更高一些。在直播的过程中,消费者可以更直观地看到产品款式,因此,他们会对产品的材料等提出诸多问题及要求,再对产品价格货比三家后提出自己的最终论断。总而言之,直播的产品种类要丰富、质量要好、整体要有综合竞争力,这样才能拥有核心竞争力。

晋江天盛文化传媒有限公司从去年底开始做TikTok,至今半年时间已拥有5个直播间。“公司从独立站、短视频、直播入手,目前主要方向是以直播为主。”晋江天盛文化传媒有限公司总经理林俊杰认为,直播的形式更好、转化更优。林俊杰介绍说,在TikTok平台上,本土达人带货顾客下单的转化率比商家请懂英语的直播带货高很多。商家如果资金雄厚且能请到相匹配的网红来带货的话,效果最佳。

企业。

“与很多专注运营的电商公司不同,多年来星骋更注重在数字化领域的开发与投入。”星骋公司负责人罗晓铃告诉记者,星骋内部自主研发了一个大数据平台,通过平台可以实时监测上百个账号的销售情况、库存容量、平台品类销量等诸多信息,从而为下一步的选品、上新、库容等提供数据化的支持。

在罗晓铃看来,疫情之下,全球经济疲软,竞争白热化已是常态,企业只有不断优化内功,以人工智能来替代人工分析,才能更快、更准获取市场信息,并迅速做出反应。

记者走访企业发现,晋江跨境企业到处洋溢着“数字气息”,如:借助数字克隆,企业可以轻松、批量化地生成各类视频素材,相比于传统拍摄、剪辑方式,视频产出效率能够得到十倍、百倍的提升;通过一键分发,视频可以轻松发到TikTok、Facebook、Youtube等海外主流平台;跨境物流仓里面也开始有机器搬运的身影……

助力企业降本增效,晋江跨境也迈入数字营销新时代。

跨境电商新平台 不断涌现

跨境电商已不再是亚马逊、阿里巴巴国际站等平台的专属,近年来,巴西、墨西哥、澳大利亚、荷兰等一大波新兴跨境平台崛起。

“除了入驻亚马逊多个国家的站点,我们在此前就申请入驻了沃尔玛线上平台,这几年的订单量都是稳步增长,产品品类也从鞋服逐渐拓展到陶瓷、母婴等多个品类。”正心网络科技有限公司创始人蔡志坚说,目前,亚马逊的准入门槛比较高,准备进入跨境电商企业可以考虑同步多平台运营,再从中找到适合自身的跨境平台。

詹吉章认为,现在跨境电商跟前几年相比,体量更大了,全球化的趋势更加明显。以前主要集中在几个平台,市场主要在欧美,现在延伸至东南亚、俄罗斯、非洲等市场,分布的市场更广,流量也更分散化。同时平台的竞争也更加激烈,多种业态同时存在,商家需找到适合自己的业态。

2021年5月左右,亚马逊开始大规模封号,无论是大卖家,还是中小卖家,都难以幸免。经此一役,中国卖家包括很多晋江本土卖家,他们不再把“所有鸡蛋都放在同一个篮子里”,多平台布局跨境渠道成为他们的首选。

不少企业负责人表示,虽然不可能完全放弃亚马逊市场,但会坚持实行多平台发展的经营战略。也有不少人表示,深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish等主流第三方平台的同时,还会积极发力Shopee、Lazada这类新兴平台。

数字跨境 助力企业新增长

数字变脸、数字供应链平台、AI视频……伴随着全球数字经济的发展,跨境电商也迎来数字化的变革。

“根据调研,外国人看电商直播更喜欢看当地人的脸,因此公司开发出了一款软件,通过这个软件,本国人在直播的时候会转换成外国人的脸,这有助于提高消费者的下单率。此外,数据分析软件有助于商家进行选品。”特看科技CEO吴春松表示,特看科技将在跨境直播、大数据分析上助力晋江企业“出海”。

据吴春松介绍,现在越来越多跨境卖家开始在TikTok上做直播,尤其是东南亚和英国的商家。泉州已经有多家公司采用了“软件变脸”这一技术,为跨境直播助力。

位于晋江跨境电商园的星骋公司,目前正在申请高新技术



厚植新优势打造强壁垒

30多年的外贸经验,晋江沉淀下来的不仅有遍布全球的客商资源,还有晋江百万的侨乡资源及各国的分公司等资源,用好积攒下来的资源,对于晋江做好跨境电商至关重要。

上周举行的2022 晋江跨境电商创新发展大会上,通过线上连线方式,晋江海外华侨与晋江市跨境电商协会达成双方共建,助力晋江跨境电商企业抢占国际新蓝海、厚植新优势。

美国有海外仓,澳大利亚有物流资源,菲律宾有专业的直播运营团队,泰国有丰富的产品资源……晋江海外侨商代表通过“线上+线下”方式,多方位推介晋江海外华侨跨境电商优质资源,讲述鞋服运动、食品日用、母婴个护、家具家电等晋江优势产业企业在海外市场的发展潜力,以及海外侨务资源可为晋江跨境电商企业提供的品牌营销、海外仓租赁、一件代发、物流配送等方面的支持与服务。

“晋江有众多海外侨亲,在商业、物流、仓储等方面创办了大量企业,这些企业与跨境电商有着密切的关联。”澳大利亚晋江同乡会常务副会长唐燕红表示,希望以此次共建为契机,在澳大利亚整合更多的资源为晋江企业跨境出海提供服务。

“此次与晋江跨境电商协会共建,希望借助联谊会在法律关系、物流资源、人才招聘、项目投资等领域的资源,为更多做日本跨境电商市场的家乡企业提供支持。”日本晋江同乡联谊会副会长

徐东坡如是说。

除了现有资源的赋能外,徐东坡还指出,商会有不少企业也从事跨境进出口的贸易,企业与企业之间也可通过更深层次的合作,把跨境电商的业务做大做强。在他看来,当下是一个竞争激烈的时代,抱团合作、强强联合,能够为晋江跨境迎来更大的天地。

值得关注的是,由菲律宾海外商会搭建的TikTok海外直播间已经在筹备装修中,陆续已经有协会企业与之对接合作。

晋江市跨境电商协会会长斛辉告诉记者,双方的合作共建,将给晋江企业跨境出海提供更多的可能。后续,围绕海外直播间、海外仓储、海外直播团队及项目合作等,将为双方合作共建提供更多“范本”。

然而,在出海之前,不少晋江企业利用“家底”,正在厚植新优势打造强壁垒。

泉州嘉利儿童用品有限公司是一家老牌的工贸一体企业,近30年的外贸从业经验,让嘉利积累了全球众多客户,也逐渐在美国等地建立了自己的海外配套仓储和专业的设计团队。“目前,我们在美国设有海外仓,提供沃尔玛超市线下售后服务的同时,我们也在筹划搭建婴童海外仓配套服务。”泉州嘉利儿童用品有限公司董事长许清海告诉记者,目前,嘉利正在筹备一个跨境母婴平台,通过整合美国的海外仓、设计团队、售后服务团队等资源,为企业自身及晋江母婴出海积极探路。