



记者调查

一季度进出口额同比增长41.3%

跨境电商,重庆大有可为

5月23日,西洽会“渝品出海·电商赋能”东盟专场交流会上,市商务委主任章勇武透露,今年一季度重庆跨境电商进出口额同比增长41.3%,成为外贸增长的新引擎。第二次参加西洽会的中国制造网负责人介绍,重庆企业出海是大趋势,跨境电商未来有望成为主流的外贸方式。

跨交会主推渝品出海

为期4天的第三届跨境电商交易会,以“数字赋能·跨境出海”为主题,吸引了来自全球超过6个国家和地区的265家参展商,展出面积达23000平方米,累计接待专业观众超1.2万人次。展会现场,俄罗斯、伊朗、乌兹别克斯坦等国际、国内采购商与重庆企业签订意向交易总额突破20亿元大关。

亚马逊企业购新区域业务拓展负责人马晓光告诉记者,重庆有两类产品在亚马逊上销量特别高,就是发电机、储能电源。重庆的神驰机电就在亚马逊上做得特别好,获得欧洲很多消费者的认可,并且在欧洲建立了自有品牌。

除了神驰这样的行业领头羊,重庆帝勒金驰这样的中型公司同样做得很不错。其海外事业部总经理陈志平告诉记者,公司的年销售额大概是在3.5亿元左右,其中有75%—80%都来自于国际市场。“目前我们在阿里国际站有三个店铺,中国制造网、速卖通各有一个店铺,一年仅仅在平台上的投入就达100万元,并且我们今年还在加大投入,成立了专门的传媒公司,负责制作平面视频和一些文字内容。”陈志平说,在市场竞争激烈的情况下,公司从跨境电商平台上获取了不少新客户和订单。

中国制造网是第二次参加西洽会,其重庆公司负责人告诉记者,目前该平台上有100多家重庆客户,做得好的有凯米尔、巧星机械、必有路等公司,基本上销售额都过亿了。该负责人说,重庆企业出海是大趋势,几十万家工业企业必须找出路,跨境电商将来有望成为主流的外贸方式。

马晓光从亚马逊的销售数据出发,认为重庆的优势行业通用机械、仪器仪表、汽车配件、五金这几类在跨境电商上非常具有发展潜力。

渝品纷纷试水跨境电商

记者走访了西洽会现场多家重庆企业,来参展的企业在业内都是有一定知名度和规模的,目前仍有很多企业对跨境电商还处于试水阶段。

通机行业是跨境电商上重庆的优势行业。重庆翼虎动力机械公司展出的主要产品是发电机,现场负责人告诉记者,公司每年的出口额有1亿多元,目前都以线下代理商为主。在阿里巴巴国际站上的店铺才开设不到两个月,属于试水阶段。

重庆釜望通用机械设备公司几年前就开始做跨境电商,该公司负责人介绍,跨境电商要做大,需要培养营销售后团队。

本次跨交会专门举办了“西部五金工具产业带出海推介会”。在大足五金产业带展区,重庆茗械科技公司负责人告诉记者,公司目前的



大足刀具也要上跨境电商



刘一手火锅底料目前主要走线下外贸模式

主要市场在国内,不过她认为,未来会加大外贸方面投入,尤其是走跨境电商渠道。

飞天厨具公司负责人提到,要走跨境电商渠道,“我们必须得专门研发西式刀具才行。”他举例说,中国人喜欢木刀柄,但是西方人更喜欢塑料刀柄或不锈钢刀柄,这样好清洗。为此,市商务委专门组织了几家公司的老板到国外考察,调研西方人喜欢的样式。

生产梅见青梅酒的重庆江记酒庄外销负责人付先生告诉记者,梅见尽管销售到了欧洲的许多国家,但目前都是走的线下外贸方式,未来要走跨境电商渠道,需要解决货仓和物流等一系列问题。

跨境电商平台解决方案

针对很多企业提到的团队、物流、仓储等问题,几位电商平台相关负责人告诉记

相关

运用社交平台撬动国际订单 助力“重庆造”出海拓市场

互联网的快速发展,短视频平台如雨后春笋般出现在人们的视野中。这些平台以其生动的内容、即时的传播效应和广泛的用户覆盖面,成为了企业营销的热门选择之一。然而,对于许多企业主来说,制作和发布短视频并非易事,而短视频代运营公司就能为这些企业主提供帮助。邓广礼介绍,渝新欧文化发展有限责任公司是西部

者,各平台都提供了一些全托管或半托管的解决方案。

东南亚知名电商平台Shopee招商经理林翠文告诉记者,其实企业没有专业的跨境电商营销团队并不是不能解决,该平台有全托管模式,就很适合没有跨境电商运营经验的企业。“全托管模式相当于企业直接供货给我们平台,然后我们帮你去做线上的优化,流量的投放和销售。”

阿里巴巴国际站川渝市场合伙人梁志刚介绍,阿里巴巴国际站推出半托管服务,企业只要把商品价格定好,后面的上架、推广、销售都由平台完成,企业最后完成发货就行了,并不需要有运营团队。

针对有的企业提到的需要海外建仓的问题,中国制造网和宁波亿航国际货运负责人告诉记者,现在平台有两种模式,一是转运仓,企业把订单商品发到平台的国内转运仓,由转运仓统一报关发到海外。另一种是平台建的海外仓,企业可以先集中把商品发到海外仓,当有成交的时候,从海外仓直接发货,减少物流成本,也不需要企业自己在海外建仓。

跨境电商人才成香饽饽

重庆市跨境电商协会会长廖洪海告诉记者,重庆企业上跨境电商,目前面临人才缺乏的问题。

廖洪海认为,重庆跨境电商人才缺口非常大,“我没有具体的数字,但肯定是非常缺。所以我们现在一直致力于把重庆跨境电商人才培训做起来。”

廖洪海说,现在全国的跨境电商人才都缺乏。他举了个例子,内蒙古商务厅每年拿出500万,交给中新(重庆)跨境电商产业园,为内蒙古培训100名跨境电商的人才,从官员到企业管理人员在这里集中培训3个月。

“我们有个内蒙古学员,他的厂里只生产两个产品,黄芪的日霜和精华霜。3个月培训之后,他专攻俄罗斯市场,每天可以出300多单,一个月上万单。这在以前对他来说是不敢想象的。”

在跨境电商交易会现场,记者看到,我市多家高校在此设立了展位。重庆财经职业学院老师田林雪告诉记者,“其实主要是为了推销学生。”她说,现在学校鼓励产教融合,鼓励学生们都走出来,毕竟学校学的东西还得在实践中完善。两天下来,有30多家企业跟田林雪建立了联系,有进一步的实习、招工诉求。

廖洪海说,重庆有23个本科以上学院开设了跨境电商专业,全部是市跨境电商协会的深度合作伙伴。“这些学校毕业的跨境电商专业学生,实际还差最后一公里,毕竟学校教的和实战还是有差距。以我的母校川外为例,从大二开始开设跨境电商课,最后一年要到我们园区进行实习,完成最后一公里的跨越,这很重要。”

新重庆-重庆晨报记者 廖平

国际传播中心旗下一家专注于为海内外企业提供全方位的短视频营销服务的公司。公司拥有一支富有创意和经验丰富的制作团队,能够制作出具有吸引力的短视频,通过不同的平台进行广泛传播,并借助西部国际传播中心强大的国际传播资质和渠道,帮助企业拓展国际市场。不仅如此,公司还会根据数据分析结果,帮助企业优化营销策略、提高转化率和销售额。

据了解,渝新欧文化发展有限责任公司已经服务了重庆、佛山、无锡、福州等地的数百家生产制造型企业,在门窗、雨棚、置物架、铝业、全屋定制等多个领域积累了丰富的运营经验和成功的推广案例。

在本次西洽会上,重庆企业如何出海成为一个热门问题。展会上,西部国际传播中心旗下品牌,专注于短视频拓客运营的渝新欧文化传媒有限公司通过路演活动,为众多参展企业演示了如何运用社交平台撬动国际订单,拓展海外市场,给出了自己的解决方案。

“以前出海是企业选答题,到如今已是必答题。”渝新欧文化传媒有限公司品牌运营总监邓广礼说,随着移动