

本期话题:东南亚电商市场的机遇与挑战

逐鹿东南亚 “风浪越大鱼越大”

□本期主持:刘倩

□嘉宾名片:

网络科技
总经理 宁健
泉州众齐
有限公司总经理 赖传湖
福建泉州
鸿涛进出口有限公司公司
总经理 王荣锡
晋江市
超兴供应链管理有限

在欧美电商市场逐渐趋于饱和的情况下,中国卖家正寻求新的蓝海,而东南亚市场无疑是当下最热。目前,东南亚已成为全球增长最快、潜力最大的蓝海,吸引了多家头部平台企业重点布局。

面对崛起的东南亚电商市场,泉州卖家如何看待,又将如何做中长期规划?本期民企会客厅呈现几位泉州卖家关于东南亚跨境市场机遇和挑战的思考和碰撞。



民企会客厅



在泉州跨境电商协会举办的下午茶活动上,卖家们围绕各自对东南亚市场的看法。(刘倩 摄)

传统市场萎缩 新兴市场崛起

主持人:今年大家普遍对东南亚市场特别关注,各位怎么看待这种现象?是否已经布局东南亚市场或者有这样的计划?

宁健:我们一直在做东南亚市场,觉得目前市场和产品都还是比较混乱的,消费者对于价格也非常敏感。不过东南亚在未来3—5年肯定还有继续增长的趋势,整体上持谨慎乐观的态度。虽然每个公司有不同的打法,但我觉得未来还

是要拼供应链。我们坚信,要抓住本质的东西,把产品做实,把供应链做好,追求极致的供应链,做到产品的差异化,才能有一定的复购和客户粘性。

赖传湖:我们是做内衣跟泳衣的企业,生产在国内,设计在东南亚,销售大部分也在东南亚。目前大部分还是以传统外贸出口为主。目前来看,东南亚人口基数大,拥有全球约1/4的人口,我觉得市场空间会比欧洲好。我们的优势在

于设计和生产,东南亚线下也布局很多年了,目前也在考虑开始重点布局东南亚跨境渠道。

王荣锡:我们之前是主做亚马逊的,重点放在欧美市场。现在欧美经济进入衰退期,尤其是现在鞋服大类在亚马逊已经不太好了,但毕竟这个市场还很大,不会说放弃就放弃。我们在亚马逊爆仓之后单量忽然降下来,积了很多库存,开始尝试东南亚市场。

盯紧中高端客群 走差异化路线

主持人:泉州卖家做亚马逊平台的还是占大部分,转战东南亚市场会不会“水土不服”?已经布局进东南亚的,在市场反响如何?怎么看待东南亚市场的发展趋势和空间?

宁健:东南亚市场有一些卖家的产品存在虚标,甚至销售价低到只有工厂的出厂价。如果你的价格很低,基本上是不需要运营的,价格降下来自然会形成很多销量,但同时产品的质量也一定会降下来,就容易形成一系列的问题,比如店铺、品牌无法形成沉

淀。客户买你的东西是会去对比的,产品好才会形成复购,所以卖家一定要懂得去尊重消费者、尊重客户。作为企业,有利润才是长久之计,这就倒逼运营必须往高毛利去做。所以,在供应链上还是要定制化,找到一些有极致优势的产品。

赖传湖:疫情这几年,东南亚市场呈现出的是一个上升的趋势。价格竞争虽然是困扰很多人的问题,但如果你的产品不是同质化的,应该还是有很大的机会。东南亚贫富差距比较大,有相当

体量的富人或者说中高端的消费群,他们不是只看价格的,所以要盯住这一部分客群,把产品差异化路线定出来。

王荣锡:很多从亚马逊转过来的东南亚的卖家,可能一开始都是想着先消化库存。亚马逊这种定位中高端的货品直接拿到东南亚市场卖,本来心理预期也不高,结果反而卖得还行。从市场空间来看,东南亚也有消费高端货的客群,日用品完全可以做高客单价,我们的产品东南亚的客单价是100多美金,相当于亚马逊的价格。

开源节流降成本 精耕细作出成绩

主持人:既然现在大家都看好东南亚市场,会不会形成新一轮的“内卷”?卖家要怎么提高自己的竞争力?泉州在这一轮跨境电商市场“转场”中有没有什么突出优势?

宁健:在亚马逊一个链接爆了就能发家致富,但东南亚市场还是要精耕细作。东南亚市场大的方向应该是毛利要好,所以要想尽办法开源节流、降本增效。把成本降下来,把库存消化掉,多出来的都是利润。我的建议是,产品端、渠道端、管理端、资金端、技术端这五个大方向都要精耕细作,去抠每个环节的成本,比如在物流、供应链、仓储、发货、人效各个方面的持续优化,这样才能看到

利润。举个例子,海运的散货跟专柜价格就差很多,去年我们把散货整理成专柜,运费就降低了5%—10%左右。在路径上有两条路可以尝试:如果在东南亚当地有厂家资源,可以试着去跟当地的供应链合作;如果是从国内发货,就要有极致的供应链优势,产品质量要好。小步试错、结果导向,有结果就不断放大。

泉州电商开拓东南亚市场还是有优势的,老一辈泉州人在东南亚已经深耕很多年了,年轻人做跨境的机会在于能否找到这些“老泉州”,去合作,去链接,一起去挖掘线上的机会。

王荣锡:优势就是你的产品必须是

别人没有的,不会同质化。我们在亚马逊就做个性化、定制产品。东南亚市场也是按亚马逊精品的路线去做,认真真深耕。我们不做铺货模式,也从来不上刷单,一切都是以产品为核心,用产品力去驱动,才会做得比较长久。卖1688(全球B2B电商品牌)这种全国都有的货,肯定会很“卷”。

泉州的物流优势很大,泉州的跨境氛围也很好。因为平台都是扶持本地店铺的,不会把流量给境外的店铺,所以接下来希望政府或者协会带着我们卖家,去对接东南亚当地平台的客服,能够快速帮助卖家申请到旗舰店或品牌。

冷静以待“热浪袭”

2022年,东盟连续第三年成为中国第一大贸易伙伴。在中美贸易陷入僵局和全球新冠疫情宣告结束的背景下,这个信号意义不同凡响。现阶段,在欧美市场增长乏力甚至开始微缩的情况下,跨境电商出口企业纷纷将目光投向了东南亚。

诚然,东南亚有着巨大的人口红利,尤其是年轻化的人口结构为电商市场创造了消费空间。与此同时,近年来东南亚当地政府也十分重视对数字化经济的投资以及移动设备的全面普及,这些都为东南亚的跨境电商搭建了庞大的市场体量基础。

但机遇常常伴随着风险。东南亚电子商务市场具有十分明显的双重属性:在大多数情况下,东南亚总是作为整体市场出现,但其实内部各国之间具有相当大的区别,例如人口数量、市场空间、宗教信仰、语言文化等等。此外,东南亚地区由于基础设施建设落后,跨境物流与最后一公里配送成本高、难度大;东南亚电商消费者与商家之间缺乏信任,普遍采用货到付款的结算方式。

泉州人爱拼敢赢,虽说“风浪越大鱼越大”,但当前国际贸易正面临较大的不确定性,这意味着,泉州企业在面对东南亚“热浪”袭来时,需保持比以往更加冷静的心态,在电商的运营上也需要更加因地制宜、精耕细作。(刘倩)

中征应收账款融资服务平台(简称“中征平台”)是经中国人民银行总行批准,由中国人民银行征信中心建成的全国性金融基础设施,拥有在线供应链、“数字证书”确权、手工在线确认等融资业务模式。

今年春节以来,人民银行泉州市支靠前部署,发挥中征平台信息桥梁作用,“贷”动小微企业、涉农主体在节后开工达产。今年农历春节以来(1月21日—3月14日),累计促成应收账款融资17.94亿元,其中服务小微融资金额占比98.55%。

□本报记者王宇 通讯员林东阳 张美兰

在线供应链融资盘活产业链

泉州科发卫浴有限公司主要生产排水阀、水箱、盖板,是九牧厨卫股份有限公司(简称“九牧厨卫”)的上游供应商之一,今年春节后车间内一片繁忙景象,生产线高效运转。

企业负责人林经理介绍,节后来自九牧厨卫的订单源源不断,随之产生的资金缺口影响了企业备料交货,得知企业困境,交通银行泉州分行根据九牧厨卫通过中征平台确认的账款信息,依托中征平台在线融资模式为企业提供500万元融资。林经理高兴地说:“动动鼠标、敲敲键盘,就可以拿核心企业的应收账款来融资,在申请到获得贷款只需要1个工作日,供应链资金充裕了,产业链也更健康了。”

运用中征平台三种融资模式

“贷”动泉企开工达产



金融机构工作人员(右)深入供应链上游企业了解生产情况和金融需求(陈维益 摄)

“数字证书”确权助力涉农主体

农户黄先生是南安市罗东镇新明养殖综合场(简称“新明养殖”)等大型养殖

场的饲料供应商。适逢开春饲料销售旺季,但节前销售资金回流不足影响了饲料采购,黄先生一筹莫展。

得知这一情况,南安农商银行运用“数字证书”确权业务模式,引导黄先生在

中征平台发布融资需求,同时积极推动新明养殖使用“CFCA数字证书”确认账款信息,短短1天内就快速办理融资20万元,有效满足农户饲料进货的“短、小、频、急”融资需求。“有了这笔资金,今年有奔头咯!”看着手机上贷款到账的信息,黄先生的喜悦之情溢于言表。

手工在线确认激活应收账款融资

福建昭鹭商贸有限公司(简称“昭鹭商贸”)主营米、面制品、食用油类、谷物、豆及薯类等批发。节后开工后,企业手上多个订单金额较大,工期要求紧,加之研判食品原材料价格可能上涨,拟增加存货储备,有临时的资金周转需求。

建行晋江市分行了解到客户的实际需求后,根据核心企业福源食品有限公司通过中征平台手工在线确认的账款信息,在1天内为昭鹭商贸办理贷款240万元,利率仅3.45%。企业负责人李先生信心满满地说:“对于我们这样缺乏抵押物的小微企业来说,平台提供了应收账款融资渠道,解决了我们的燃眉之急!”

进一步强化
企业创新主体地位
省级技术创新重点攻关
及产业化项目申报开启

本报讯(记者黄文珍)日前,2023年省级技术创新重点攻关及产业化项目申报开启,进一步强化企业创新主体地位,提升企业技术创新能力,着力推动产业关键核心技术攻关和落地产业化,促进产业提质升级。

据了解,该项目以企业为创新主体,以产业化为目标,针对我省重点领域技术需求,支持企业联合高校、科研院所和上下游企业开展核心技术攻关,突破产业发展瓶颈,加快推动重大科技成果产业化。聚焦解决产业转型升级和重点领域“卡脖子”难题,以共性关键技术突破、产品创新研发和创新成果转化为重点,支持一批能提升我省实体经济竞争力和创新力的项目,培育一批优势产品,做强一批优势工业企业,加快提升产业基础能力和产业链现代化水平,着力推动核心技术自主可控,以技术创新赋能制造业高质量发展。

同时,申报单位应具备的基本条件包括:具备较好的研发设计能力、科研条件和稳定的人才队伍,研究试验基础条件良好;具有健全的财务管理制度、良好的资信等级;具备省级及以上制造业创新中心、企业技术中心、行业技术开发基地等创新平台。

符合国家产业政策,符合新业态、新模式、新产业的发展导向要求;采用新技术、新工艺、新材料进行创新性研发,能代表先进技术发展方向,技术水平先进,符合节能、环保、安全等有关指标要求,具有较大市场潜力;能有效带动相关产业转型升级和新兴产业快速发展,预期能形成较好的技术成果,涉及的知识产权归属明晰;所申报项目应尚未产业化,预期能解决行业关键核心技术或“卡脖子”难题,具有良好产业化前景,到期验收时,项目应实现产业化或在合作企业中完成中试;攻关领域原则上应符合《2023年福建省技术创新重点攻关领域指导目录》。

值得注意的是,项目申报负责人应为实际主持研究工作的科研人员或企业负责人,同一申报主体当年度申报项目数量原则上为1项目且不得有到期未验收的技术创新重点项目。项目实施周期原则上为12个月,确因特殊原因无法按时完成的,可延期6个月。到期组织验收,验收不通过的,3年内不得再次申报。同时,鼓励省内外企业、高校、科研院所等研究团队发挥各自优势,加强合作,联合实施开展产学研协同攻关。

市场监管总局:
制止餐饮浪费纳入
饭店业信用等级评价

本报讯 3月27日,国家市场监督管理总局发布公告称,近日市场监管总局(标准委)批准发布《饭店业信用等级评价规范》,引导广大饭店业经营主体诚信经营,扩大优质服务供给。该标准由全国饮食服务业标准化技术委员会归口,中国饭店协会、商务部国际贸易经济合作研究院等单位共同起草。

具体来讲,《饭店业信用等级评价规范》从推动行业高质量发展出发,构建了包含综合素质、财务状况、管理水平、企业竞争、社会信用五个要素的信用评价指标体系,具体包括23个二级指标、48个三级指标,确定了“三等九级”的饭店业信用等级。特别是,标准提出饭店企业应制定并有效运行节约资源、减少一次性塑料制品使用、制止餐饮浪费的制度,强调每年为员工提供制止浪费、垃圾分类等方面知识培训等,进一步推动饭店企业建立制止餐饮浪费长效机制,履行厉行节约社会责任,实现行业绿色转型。(北商)

高精度应用
成卫星导航发展热点

本报讯 2022年9月6日,华为Mate 50成为全球首款支持北斗三号短报文通信的大众智能手机。日前,北斗三号短报文通信已经

成为国产智能手机推出新产品的“标配”。当手机、手表等智能终端直连卫星以后,卫星通信的未来还有哪些可能?日前,中国卫星导航系统管理办公室放出消息称,北斗三号全球卫星导航系统自2020年建成开通以来,持续提供功能强大的卫星导航服务,高精度、短报文等特色服务能力已得到充分验证。

多位受访者告诉记者,当前高精度应用已成为全球各大卫星导航系统的发展热点。“我们在北斗二号规划前期就参与北斗产业链,从基带芯片做起,可以看到北斗在安全监测、自然灾害监测、民航位置追踪、农机自动驾驶等领域的高精度应用越来越多。”北斗产业链公司——北京华力创通科技股份有限公司董秘办工作人员对记者表示。

此前,北斗卫星导航系统工程总设计师、中国工程院院士杨长风也指出,当前高精度应用逐步向普通化、标配化演进,北斗应用已从解决“有无”,迈入解决“更高精度、更加可信、更优服务”的新阶段。(中经)