

带来跨越式发展新机遇

本报记者 程是颖

“现在的订单之多以前没有想到的。”海德是巴基斯坦帕玫瑰盐手工艺品公司的负责人。以往他都是依靠参加展会、跑客户来拓展业务,但业务量不太令人满意。新冠肺炎疫情更让他一筹莫展。

抱着试试看的心态,海德注册了阿里巴巴国际站电商平台,没想到,公司销售的巴基斯坦特产——玫瑰盐手工艺品上线后,受到平台上世界各地商家的青睐。“订单源源不断,我们的产品走向了全球市场。”海德和同事们现在每天都很忙,查看订单、分拣、打包……各个环节井然有序。

“没想到我们的产品如此受欢迎,平台上的订单和好评像‘滚雪球’一样不断增长。”海德说,如今他不再为订单数量发愁,但更需要专注产品质量和新产品研发。“电商平台上,订单多了,但也要面对来自全球的竞争对手,只有拥有让消费者‘眼前一亮’的高质量产品,才能获得竞争优势”。

在巴基斯坦,电子商务仍然是一个新鲜事物,许多和海德一样的中小企业主正处于试水的阶段。巴基斯坦东北部城市锡亚尔科特汇集了该国的服饰、塑料制品等轻工业。米安·阿哈姆在这里经营一家小商铺,听说不少同行用起电子商务平台,阿哈姆也

想试试。但打开电商平台网页,他却“两眼一抹黑”,屏幕上复杂的数据信息,让他不知从何入手。

在阿里巴巴国际站的邀请下,阿哈姆参加了在锡亚尔科特开设的电商培训课程。经过半年的学习和实践,从最基础的产品数据上传,到后台订单系统管理,再到优化搜索关键词等进阶技巧,阿哈姆在老师们的辅导下已熟练地“玩转”电商平台,业务发展蒸蒸日上。

比亚克·米克森是巴基斯坦最大电商平台达拉兹(Daraz)的创始人,每天有200万人通过这一平台浏览商品,近4万卖家入驻。通过与阿里巴巴开展战略合作,达拉兹在商务、支付和物流体系领域得到了全球顶尖电子商务技术的支持。

“中国电商平台的发展经验和技巧,对我们来说是一笔宝贵财富。”米克森说,“随着平台进一步发展,我们将面临许多新的挑战,例如如何应对集中出现的大流量访问,如何确保商家信誉和评论真实可信,如何提升物流效率等。在这些问题上,有太多可以从中国伙伴那里学习的经验。”

“对于巴基斯坦和许多发展中国家来说,电子商务带来了实现跨越式发展的新机遇。”阿里巴巴国际站巴基斯坦国家经理宋颂说,许多当地中小企业将因此获得更大的市场机会。

促进移动支付在非洲普及

本报记者 邹松

斯托尤·罗普考伊特目前是肯尼亚最大移动支付平台“移动钱”的首席执行官。多年前,他在城市里工作,每次给550公里外的老家寄钱时,都要把现金包在信封里,托大巴司机捎给母亲,费时费力又不安全。

由肯尼亚移动通信运营商萨芬瑞和银行合作打造的“移动钱”移动支付平台,通过手机短信实现存取款业务,在该平台成立后的5年里吸引了超过1500万用户,目前活跃用户超过2831万,彻底改变了以往的资金转账方式。

然而,用户量的剧增一度令数据平台不堪重负。为提升服务能力,中国华为公司先后派出上百人团队,联合当地移动运营商开发上线升级版“移动钱”。新系统快速稳定,用户容量从1500万提升到2000万以上,并支持平滑扩容。

“新版‘移动钱’更加快捷,使用的商家更多了,我妈妈在老家开的小卖铺都成了签约户。”“移动钱”员工瓦吉里向记者介绍。

肯尼亚央行数据显示,2021年上半年,当地移动支付金额达3.3万亿肯尼亚先令(1元人民币约合17.5肯尼亚先令),同比增长52%。“移动钱”已成为当地使用最广泛的移动支付平台。

为进一步推广“移动钱”的成功经验,华为与移动运营商沃达丰集团开展深度合作。如今,该平台已在坦桑尼亚、莫桑比克、莱索托、刚果(金)、加纳等10多个国家上线,成为非洲最知名的移动支付平台之一。

“移动钱”的发展,是中国科技企业助力非洲发展移动支付平台的缩影。近年来,越来越多的中国企业与非洲企业开展合作。2015年,微信在南非推出微信钱包服务,此后与南非标准银行合作,为用户提供转账、支付等服务。华为于2017年与相关跨境汇款平台达成合作协议,为非洲的华为手机用户提供国际转账服务。

肯尼亚金融科技初创公司瓦比支付(Wapi Pay)基于华为云的解决方案,构建起安全可靠的技术平台,不仅极大缩短开发上线时间,提高了软件服务的稳定性和可靠性,还降低约30%的运维管理费用。凭借云服务的广泛覆盖,瓦比支付进一步拓展了全球业务,用户可在不同地区享受一致的产品体验和售后服务。

“非洲国家消费市场并不均衡,中国企业根据当地的不同需求提供技术革新和业务解决方案,所作的开创性努力值得称道。”塞内加尔经济学家萨姆巴表示。

助力中东电商发展

本报记者 周朝

家住沙特利雅得的家庭主妇哈蒂佳通过电视购物看中了一款中国厨具。她拨打电视屏幕上的电话完成下单,随后购物平台将提供邮寄服务。

2017年,中国企业聚盟环球精选投资控股了中东和北非地区的大型零售企业斯特鲁斯(Citrus),以此为基础建设多媒体电子商务平台。如今,斯特鲁斯覆盖中东和北非地区1亿多户家庭,像哈蒂佳一样的当地消费者只需打开电视,就可以收看24小时购物频道,或通过手机应用和网站浏览商品、查看介绍,通过线上或线下方式购买商品。

在中国企业完成控股后,斯特鲁斯不仅建设了电商平台,而且构建了本土化的电商产业链和供应链,涵盖供货、仓储、分发和售后服务等环节。斯特鲁斯主要负责提供节目覆盖和商品货源,由位于沙特利雅得的ATT公司联系进口和分发渠道,协助完成沙特地区的市场开发和运营。该物流体系在沙特、阿联酋、阿曼、科威特及巴林等地均拥有现代化的仓储中

心。电商呼叫中心则设在黎巴嫩贝鲁特,近200名员工依托完善的网络信息系统,提供接线、外呼、售后等多项服务。

“中国企业在采购、销售、物流和管理等方面拥有先进经验,改变了之前我们常年亏损的局面,斯特鲁斯已经发展成为中东多国知名的购物平台。”斯特鲁斯产品经理阿米尔介绍,一开始主播们不知道如何在镜头前展示产品。中国企业投资和管理后,对主播进行了语言表达等方面的培训,直播质量大幅提升,“完善的平台为上下游产业带来了更多发展机遇,在中国团队的帮助下,我们的选品更加严格,为中东和北非地区的消费者提供了更多的优质产品选择”。

近年来,随着共建“一带一路”合作日益深入,一些中国与中东地区合作建设的电商平台应运而生。埃及《金融报》网站刊文指出,中国在数字经济领域走在世界前列,特别是在电子商务、移动支付等方面拥有先进经验,中东国家期待与中国进一步深化数字经济领域的合作。

数字经济合作 为共建「一带一路」增添动力



近年来,以电子商务、移动支付等为代表的数字经济合作成为高质量共建“一带一路”的新领域。中国企业在数字经济领域拥有丰富经验,与“一带一路”沿线相关国家和地区加强合作,顺应了当地的发展需求,有助于推动经济复苏,具有广阔的发展前景。

“中国电商平台的产品质量可靠、价格公道,物流和服务十分高效,是我网购的首选渠道。”家住比利时布鲁塞尔的乔纳森经常通过中国电商平台“海淘”生活用品。

最新数据显示,2021年欧洲跨境电商的规模超过1710亿欧元,较前一年增长36.5%。

个性化营销、在线交易、无接触配送……电子商务的优势在疫情防控期间更加凸显。比利时国际邮政公司一项针对25个欧洲国家的调查发现,有24个国家的消费者将中国卖家列为最受欢迎的跨境网络销售商前三。另有调查显示,欧洲国家超过1/4的消费者在跨境购物时优先选择中国卖家。

过硬的产品质量是中国商品受欢迎的重要原因。一大批中国品牌凭借高质量打开市场,收获了高分和众多买家。中国的茶叶、丝绸等特色产品也拥有不少“粉丝”。

畅通的物流是中国产品远销欧洲的有力保障。“中欧班列”与跨境电商进一步融合,“义新欧”“苏新欧”和合肥至德国汉堡、威廉港等跨境电商专列先后开通并常态化开行。

货运量扩大进一步推动智慧物流产业发展。针对跨境电商“小批量”“高频率”和“碎片化”特点,去年11月,菜鸟网络正式启用比利时菜鸟列日数字物流中枢。作为欧洲最大的智慧物流基础设施项目,该中枢一期投入使用3万平方米工程场地,将中国的数字化设备、管理系统和欧洲的自动化物流机械结合在一起,集中办理卸货、清关、分拣等环节。如今,中枢每周调动约18架次货运航班,每天约60辆卡车往返于列日与欧洲主要城市之间,助力中欧双向贸易畅通。

“列日数字物流中枢是比中两国共建‘一带一路’的丰硕成果。”在比利时列日机场首席执行官弗雷德里克·雅凯看来,中国电商的智慧物流产业为机场在传统货运和快递之外,提供了多元化的机会,创造了更多就业。

电商领域合作也推动了欧洲电商业态创新。在荷兰海牙,欧中跨境电商协会成立了欧洲首个跨境电商直播孵化基地。走进基地,媒体营销、摄影、信息科技、直播等专业团队一应俱全,着力培育欧洲本土专业电商从业者。基地的“一口秀”直播站已经完成从10平方米到2000平方米不同大小的直播室初期建设,满足不同企业和产品的直播需求。欧中跨境电商协会会长陈雯介绍,未来基地将分别面向中国和欧洲本地消费者推介两地的优质商品,最终实现“全球买、全球卖”的目标。

“中国电子商务全球领先,涌现出许多新业态、新方式。”比利时中欧数字协会联合创始人克劳迪娅·韦尔诺蒂接受本报记者采访时表示,中国是全球制造大国,而欧洲是中国制造的重要市场之一,通过跨境电商,欧洲消费者更加方便地购买中国商品,体验新的购物方式。目前,欧洲网上购物的比例相对较低,欧中跨境电商具有很大发展潜力,相信会有更多欧洲消费者爱上中国“海淘”。

欧洲更多消费者爱上中国「海淘」

本报记者 张朋辉



图①:在中国建材位于阿联酋迪拜的海外仓,当地工人正在运货。

图②:在肯尼亚首都内罗毕市中心一处“移动钱”代理网点,一名顾客正在办理业务。

图③:阿里巴巴国际站为巴基斯坦商家举办培训班。

图④:工作人员在比利时列日省格拉斯-奥洛涅的菜鸟列日数字物流中枢工作。

