



新时代 共享未来

第五届中国国际进口博览会特别报道

京东集团

拓展跨境业务

汇聚优质商品

本报记者 赵梦阳

作为一家新型实体企业,京东连续5年参与进博会,抓住国家推进高水平对外开放的机遇,不断拓展进出口业务范围。京东集团副总裁、京东零售全球购业务部负责人韩瑞介绍,近3年来,京东的进口品牌商品采购总额已达5000亿元,超额完成在2019年第二届进博会上提出的采购额4000亿元的目标。

近年来,京东推出免税、国家馆、官网网购等多种创新业务,在惠及消费者的同时,也为更多海外品牌提供了增长新路径。

“随着消费者的消费观念更加科学理性,高品质的产品日益受到欢迎。”韩瑞说,通过分析销售数据,企业总结出新兴进口趋势品类,不断满足消费者多元化、高品质的需求。

据了解,随着京东“11.11”的开启,从10月31日20时至11月1日24时,京东国际超800个海外品牌成交额同比增长100%,超140个跨境进口细分类目成交额同比增长超过100%。

跨境生鲜业务也是京东拓展跨境业务的一个缩影。数据显示,2022年上半年,京东跨境生鲜业务显著增长,第二季度,跨境生鲜品类成交额环比增长13倍。

以一只龙虾为例,从捕捞到配送至消费者手中,需要多长时间?

最快仅需17个小时,这是京东给出的答案。

从原产地发出,直至端上中国消费者餐桌,不仅跨越了地理上的万余公里,还涉及报关、仓储、物流等环节的紧密配合。

原产地渔民捕捞龙虾后,首先会根据龙虾的重量和大小进行分级处理。随后,经过检验检疫的龙虾将通过飞机运抵国内保税区,存放在暂养池。消费者下单后,订单信息传输到海关,龙虾进入清关程序,并严格进行检疫等一系列手续。紧接着,龙虾会被打包,经过全面消毒杀菌后,交给物流配送。最终,新鲜的龙虾被送到消费者手中。

龙虾配送的背后,离不开京东国际对跨境生鲜供应链高效整合的能力。京东通过与当地的大型跨境生鲜供应商、农业联合企业合作,在原产地进行直采,从源头降低采购价格,实现效率提升、成本降低。

近年来,京东积极拓展进口消费业务。本届进博会期间,京东发布“FIRST计划”(趋势品类),将引入更多海外小众品牌、商家,对其进行有针对性的孵化和培育。

在免税业务方面,京东联合深圳免税、海旅免税等多家免税持牌企业共建线上免税店铺,并携手拉格代尔等企业,在多地开设线下免税门店和跨境体验馆,为消费者搭建更加便捷的免税购物通道。10月31日,京东“11.11”开启当天,免税业务整体成交额同比增长33倍。

此外,京东在各国驻华大使馆、政府机构、权威商会协会、海外品牌方等的授权和大力支持下,加速国家馆电商项目建设。目前,京东已开设70余个国家馆,在今年“11.11”,德国、新西兰、墨西哥等近20个国家馆也陆续上线。

今年1月1日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)正式生效。“RCEP的生效,增强了海外贸易商、品牌方与RCEP成员开展合作的意愿,也进一步促进更多海外品牌、商家进入中国市场。”韩瑞说,这为京东引入更多海外合作伙伴提供了便利条件和发展空间。

近年来,国家部署建设21个自贸试验区和海南自由贸易港,打造一系列改革开放新高地、试验田。乘此东风,京东实现了国际免税业务的蓬勃发展,也加快了传统免税企业的数字化转型速度。

“京东将充分发挥自身供应链体系的优势,携手产业链合作伙伴把握机遇,搭建优质商品高效流通的桥梁,畅通海外品牌、商家与消费者之间的渠道。”韩瑞说。



图①:11月6日,中国工商银行举办第五届进博会中欧企业家大会。

中国工商银行供图

图②:位于海南三亚的京东国际跨境体验馆。

京东集团供图

图③:进博会宝马集团展台。

宝马集团供图

图④:进博会欧姆龙健康医疗展台。

欧姆龙健康医疗供图

图⑤:11月8日,国家会展中心(上海)南广场外景。

本报记者 周春媚摄

本版责编:林琳 白之羽 韩春瑶 版式设计:蔡华伟

中国工商银行——

强化联动 贸易共通

本报记者 葛孟超

在韩国,中国工商银行首尔分行联合使领馆和当地机构,帮助韩国优质中小企业了解进博会、参与进博会,为中韩经贸关系更好发展添砖加瓦;在新西兰,工银新西兰推动当地企业积极参与进博会,乳制品、蜂蜜等当地产品再次与消费者在本届进博会上见面……

“近年来,工商银行利用全球经营网络优势,深化全球业务联动,从招商招展、配套活动、交易促进、金融服务等多维度参与和服务进博会,为参会客商架起了互联互通、互利共赢的桥梁。”工商银行上海分行国际业务部总经理吴考说。

自去年底以来,工商银行充分发挥全球经营优势,推动与所在地政府和商会的协调联动,举办了10场海外“云招展”活动,覆盖四大洲30余个国家和地区,近千家企业和机构受邀参与。此外,工商银行还举办进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会等,邀请食品流通和生产企业、平台企业、跨境电商等参与洽谈对接。

为协助提升邀请进博会采购商时的专业化、精准化水平,工商银行在本届进博会上首次组建行业交易团,以北京、上海、广东等地的六大交

易分团为支点,打造“展购互联、精准对接”的服务模式。自主开发的线上交易撮合平台“环球撮合荟”发布两年以来,已吸引来自全球75个国家和地区的超12万家企业入驻,举办近200场跨境撮合活动,促成跨境合作意向9000余项。

本届进博会期间,工商银行举办了多场企业对话、磋商、论坛配套活动,搭建高水平交流对话平台。其中,进博会开幕首日举办的虹桥国际经济论坛“推进转型金融促进绿色低碳发展”分论坛,邀请了国际组织、中外金融机构及企业代表和“一带一路”银行间常态化合作机制成员出席,聚焦转型金融国际标准、发展路径、风险防控等话题进行了深入交流。

今年9月,工商银行发布“智享工银 慧聚进博——第五届中国国际进口博览会综合金融服务方案”,推出了更优化的金融服务产品体系,为参展客商提供全球账户、外汇网银、全球结算金融、外汇便利化、金融市场避险等服务。

线下服务方面,工商银行上海分行在进博会场馆周边区域和重要商圈指定了50家服务网点,开设进博服务专柜,通过专属柜台、绿色通道、专业外汇业务、多语种服务以及小币种兑换等措施,为参展者提供专业、有温度的金融服务支持保障。

宝马集团——

创新驱动 互利共赢

本报记者 崔璨

流畅的轮廓、大气的车身、强劲的电动引擎……在第五届进博会现场,宝马展台的创新BMW i7车型吸引了不少人驻足观赏。作为连续5年参展的跨国企业,宝马今年以最新纯电产品和创新科技亮相,展现出加速电动化转型的决心。

“宝马正在加速产品端、生产端和客户体验等多维度的转型升级,并积极开展跨界合作。”宝马集团相关负责人高乐表示,近年来,电动化转型为集团的业务注入了发展新动能。“我们与经销商伙伴共同应对多重挑战,不断加强电动化转型,并为客户带来具有吸引力的新产品。”

借助中国新能源汽车产业的蓬勃发展,宝马电动车的销售有了强劲支撑。与此同时,宝马不断扩大充电基础设施布局,截至今年9月底,宝马公共充电网络在中国已接入45万余个公共充电桩,覆盖320多个城市。

今年6月,位于辽宁沈阳的华晨宝马生产基地大规模升级项目(简称“里达工厂”)正式投运。该项目以150亿元总投资创下宝马在华的单项投资之最,具备极高的生产灵活性,最高可实现100%的电动车生产能力。

据统计,华晨宝马2021年的纳税额超430亿元,本土采购额达714亿元,其中60%的份额来自辽宁当地供应商。

近年来,宝马集团还在多个方面积极探索循环经济和全产业链减碳模式,把可持续发展战略拓展到车辆的整个生命周期。目前沈阳生产基地已有占地29万平方米的太阳能电池板,年发电量将达6兆瓦时,每年可减少近4.5万吨碳排放;与河钢集团签署《打造绿色低碳钢铁供应链合作备忘录》,打造绿色低碳汽车用钢供应链;与华友循环签约,实现国产动力电池材料的闭环回收……宝马集团正与中国的合作伙伴共同探索高质量发展模式,“绿色朋友圈”越来越广。

自动驾驶、电动化出行、未来计算、智能制造……在宝马展台创新孵化专区,集团旗下创新孵化机构“宝马初创车库”携17家初创企业带来精彩的技术展示。成立于2015年的“宝马初创车库”,通过系统的甄选和孵化工作,为中国初创公司提供汽车行业的开发平台和丰富资源,助推创新技术商业化应用。

面向未来,宝马集团将从精益、绿色、数字化三方面赋能汽车制造。宝马集团董事长齐普策说:“进博会展现了中国推进高水平对外开放的态势,对于促进经济全球化和贸易自由化具有重要作用。今年恰逢中德建交50周年,宝马集团很自豪能够为两国之间的成功合作贡献力量。”

欧姆龙健康医疗——

深化合作 守护健康

本报记者 赵梦阳

本届进博会上,以“智慧医疗 构建健康管理新生态”为主题的欧姆龙健康医疗展台,展出多款可应用于慢病管理领域的创新技术与产品,引来众多关注。

“今年是欧姆龙健康医疗连续第五年参加进博会,希望通过这个高水平开放平台,将慢病管理领域的创新产品和服务引入中国,为提升居民健康水平贡献力量。”欧姆龙健康医疗(中国)有限公司董事、总经理赵耀说。

血脂成分分析、眼底病变预警、肺功能分析……进博会现场,不少参观者在欧姆龙MMC(标准化代谢性疾病管理中心)健康便利店体验了看得见、摸得着的健康管理服务。“MMC健康便利店是由欧姆龙健康医疗联合传统药房打造的健康管理驿站,将医院内的管理体系及专业设备延伸至药店场景,为慢病患者提供就近一站式慢病管理和咨询服务。”赵耀表示。

据介绍,MMC健康便利店项目于2019年启动,今年再度升级,联动企业和社区推出MMC健康驿站项目,实现辐射社区最后一公里的智慧健康管理服务。

“在早发现、早干预、早治疗的基础上,我们希望通过MMC健康便利店项目,承担起院外慢病管理的角色,增强患者预防慢病并发的意识,实现‘医院—患者—药店’的健康管理闭环。”赵

耀表示,借助报告数据将慢病患者精准引流至医院,可以改善患者的就医习惯,也能缓解医院的就诊压力。

本届进博会上,欧姆龙房颤血压计、夜间血压计、心电图血压计、血压计手表等多款新品集中亮相,可以为患者提供便捷的定期监测服务。

“我们的血压计搭载了通信功能,借助欧姆龙智能语音管理盒子,患者可以把数据上传至个人健康管理档案,帮助医生跟踪和分析数据变化,以便实现精准医疗诊断,制定个性化治疗方案。”欧姆龙健康医疗(中国)有限公司常务副总经理土仓一范说。

除了血压计,现场还有制氧机、呼吸机等多领域的专业设备。依托多元化、智能化的产品,欧姆龙将健康守护送入千家万户。

近年来,欧姆龙积极联合多方合作伙伴,如中国医学科学院等专业机构开展学术研究,推广以电子血压计为代表的先进产品。同时,欧姆龙提出将家庭端数据与医院、药店通过云平台连接,打造新的慢病管理场景,形成健康管理的数智化解决方案。

“进博会为欧姆龙进一步了解中国、扎根中国提供了绝佳窗口。未来我们将继续深耕中国市场,通过与更多本土药企、健康医疗企业开展创新合作,为患者提供更加便利、高效且专业的慢病管理服务。”赵耀表示。

