

网上中国

入乡随俗开直播，各显其能扩销路

## 海外品牌“一键”触达中国市场

本报记者 康 朴

“双11”网络购物节期间，中国各大电商平台逾7000亿元人民币的交易规模让世界惊叹。中国经济展示出的强大韧性和中国消费者旺盛的购物需求，为深受疫情影响的全球经济注入强大信心，积极布局中国线上市场，成为海外品牌挽回损失、寻求增长的重要出口。

## 内需旺，海外品牌挽颓势

韩国化妆品、法国背包、英国靴子……“双11”过后没几天，北京市民韩女士陆续收到网购的进口商品，客厅已被她堆得满满当当。“这次‘双11’进口商品的确优惠力度很大，忍不住多买了些。”和韩女士一样，数亿中国消费者在“双11”这个网购嘉年华快乐“剁手”。

今年，受疫情影响，韩国化妆品企业遭受不小冲击，瞄准中国市场发力“双11”成为其业绩反弹的绝佳机会。韩国美妆巨头爱茉莉太平洋旗下某品牌在预售活动开始仅3分钟销售额就突破1亿元人民币。日系品牌也在“双11”活动中受益。日媒称，一些日本美容仪器厂商的工作人员因疫情无法前往中国，但雅萌、花王、资生堂等品牌通过网络维持了顺畅的销售渠道。业内人士表示，

中国有14亿人口，中等收入群体超过4亿，是全球最具潜力的大市场，预计未来10年累计商品进口额有望超过22万亿美元，中国数字经济活力与内需潜力不断吸引海外品牌在中国安家。

受疫情冲击明显的奢侈品行业也更加注重在中国线上市场布局。据了解，“双11”期间，在天猫平台，10个奢侈品品牌带来新品首秀，卡地亚、江诗丹顿等品牌首次参与，江诗丹顿还把原计划在圣诞首发的新品提早在“双11”进行全球独家首发。

今年以来，中国成为许多海外品牌生意增长的主阵地之一，中国消费者的网购热情给海外品牌带来爆发式增长。据悉，今年仅天猫平台就有2.5万个海外商家、2600多个海外新品、120万款进口新品首次参加“双11”。数据显示，11月1日至11日中午12时，天猫国际进口商品成交额同比增长47.3%，其中180个海外品牌成交额过千万，816个海外品牌成交额过百万。布局庞大线上市场，成为海外品牌在中国市场扩大影响力、吸引新客户的首选方式。

## 面孔新，外交官直播“带货”

电商平台上的海外商品琳琅满目，如何才能让消费者更好、更快了解自家产品呢？海外品牌洞悉中国消费者的偏好，做好充分准备。在货物走上电商“货架”的同时，企业高管、各界明星纷纷走进直播间：日本美妆品牌资生堂高管采用直播带货的方式，寻求销量增长；前不久才登陆天猫的美国护肤品牌巴德叔（Uncle Bud's）邀请NBA退役球星约翰逊作为品牌大使，与中国消费者隔屏互动；还有斯里兰卡红茶、马来西亚燕窝、挪威鱼油……“洋主播”的直播让人对产品有更直观感受，也更能激发消费者购物



▲在2020中国义乌进口商品博览会上，韩国某展商通过直播推销化妆品。

钱旭升摄（人民图片）

▲浙江省丽水市青田县进口商品城的进口红酒销售商录制视频准备在线上销售平台进行推广。

新华社记者 徐 昱摄

欲望。商务部数据显示，今年上半年，全国直播电商超1000万场，观看人次超500亿，上

架商品数超2000万。有专家预计，今年直播电商整体规模将达10500亿元人民币，这一迅猛发展的新经济业态将进入万亿时代，致

力于扩大中国市场影响力的海外品牌自然不愿错过这个机会。

“中国消费者比西方人更快拥抱新技术。”巴德叔联合创始人斯基亚维说，“很喜欢这种即时反馈，我们可以和消费者有更多互动。”

“这种葡萄来自韩国高山地区，是有机的，香味很浓，可以连皮一起吃！”韩国农产品流通公社中国本部部长郑年洙，用一口流利的普通话介绍；智利驻上海商务领事武德学起中国网红主播的口吻，喊着“买它！买它！”向观众推介牛油果和车厘子。在火热的线上市场，直播带货“国家队”显得颇为亮眼，秘露蓝莓、新西兰红心猕猴桃、比利时巧克力……“双11”期间，20国外交官在直播间为各自国家带货，获得不俗战绩。

业内人士认为，“外交官+直播带货”的创新模式可以让消费者更真实地体验售卖现场，使消费者迅速建立信任，放心大胆“买买买”。

## 体验优，多方助推“全球购”

想在第一时间买到国外刚刚上架的手表？想和全球消费者一同体验新款便携旅行箱？天猫、京东、苏宁等电商平台纷纷拿出实招，帮助海外品牌更便捷触达中国消费者。

11月15日，京东国际联手日本第一大电商平台乐天海外官方旗舰店和十余家海外名店启动“全球直购”项目，并与来自韩国、德国等国的知名百货、线上官网携手，为消费者带来海外最新、最潮的商品。

网购狂欢背后，是商家、物流体系以及电商平台的全力密切配合。例如，今年上半年波兰对华奶制品出口同比增长70%，“双11”期间，波兰纯牛奶、乳粉搭乘中欧班列抵达中国，为购物节提供充足稳定的货源。

不可忽视的是，海外品牌之所以在中国市场收获更多消费者青睐，得益于不断优化的跨境电商发展环境。2020年9月1日，海关总署新增上海、福州、青岛、济南、武汉、长沙、拱北、湛江、南宁、重庆、成都、西安12个直属海关开展跨境电商B2B出口监管试点，为跨境电商B2B出口增列了专门监管方式并配套通关便利化措施，有助于推动外贸新业态健康快速发展，帮跨境电商出口企业纾解困难。

专家指出，跨境电商政策的红利及各大平台的支持，能助力更多海外品牌进入中国，同时也让跨境电商发展驶入快车道。

互联网大咖秀

艾曼·埃扎特：

## 始终走在技术创新的前沿

海外网 陈菲扬



凯捷（Capgemini）是全球领先的咨询、数字化转型、技术和工程服务公司，总部位于法国巴黎。在云计算、数字技术不断发展的今天，凯捷始终走在创新前沿。艾曼·埃扎特（Aiman Ez-zat）是该公司首席执行官。

艾曼拥有美国加州大学洛杉矶分校安德森管理学院工商管理硕士学位。在加入凯捷之前，艾曼曾担任一家全球性商业和技术公司的国际运营董事总经理，负责亚洲和欧洲业务。

2000年，艾曼加入凯捷公司。7年后，他出任公司全球金融服务业务部门（GBU）的首席运营官，该部门已成为凯捷在全球最大的部门。不久，他又担任了公司首席运营官和首席财务官，在此期间，艾曼强化了凯捷作为管理咨询、技术服务等市场领军者的地位及其财务韧性，他还在公司新运营模式的实施中发挥了重要作用。2017年，在知名金融杂志《机构投资者》的年度“全欧洲高管团队”排行榜上，艾曼被评为“最佳欧洲首席财务官”。他在凯捷拥有超过20年的经

验，对集团主要业务有着深刻了解，于今年5月被任命为公司首席执行官。

凯捷公司始终坚信，技术的商业价值来自人，并通过人得以实现。如今，它发展成一家多元文化公司，在近50个国家拥有27万员工。艾曼表示，对凯捷来说，技术预示着进步，“通过技术释放人类能量，实现包容性和可持续的未来”。

一直以来，公司以其50多年的历史 and 深厚的行业专业知识为基础，通过一系列从战略到运营的服务，帮助企业实现他们的商业雄心。艾曼认为，如果所有的技术都是由人类设计并且为人类设计的，那么所有的技术都能让每个人获得进步。“作为一家负责任的公司，凯捷对技术创新的承诺和风险持现实态度，我们的角色是让技术创新变得有用、可获取和合乎道德。这个目标必须成为每一个员工的指南针。”他说。

图片来源于网络/凯捷公司官网



## AI助力“精准就业”

11月21日，江苏大学举办2021届毕业生首场智慧校园招聘暨秋季校园招聘系列综合性供需洽谈会。据悉，该招聘会首次采用智慧就业系统，利用智能设备和大数据技术等，对入场毕业生进行面部识别并确认身份信息与求职意向，与参会用人单位招聘需求进行自动匹配后，实时精准地将符合个人求职意向的用人单位信息、展位编号等推送至毕业生手机，大大提高了毕业生的求职效率。

图为江苏大学毕业生在查看智慧就业面部识别系统显示的信息。杨 雨摄（人民图片）

注册资本不低于10亿元，不得偿还住房抵押贷款——

## 为网络小额贷款装上“安全阀”

本报记者 刘乐艺

随着云计算等技术手段日益完善，网络小额贷款业务在飞速发展的同时，也带来诸多金融风险。为保障企业及客户的合法权益，中国银保监会会同中国人民银行等部门起草了《网络小额贷款业务管理暂行办法（征求意见稿）》（下文简称《征求意见稿》），协力为网络小额贷款业务装上“安全阀”。

## 对消费者过度负债说“不”

《“95后”信用卡消费报告》统计数据显示，因申请门槛低、手续简单、使用便利等特点，互联网消费金融产品受到年轻群体的追捧，成为许多“95后”首次尝试信用消费时的首选。但是，部分网贷平台过于宽松的审批流程与过量的放贷额度也给年轻人按时还款埋下了隐患。

贵州某高校大四学生小姜，平时习惯使用网贷服务，在超前消费影响下，其借贷次数越来越多，还款压力也越来越大。“上半年一直待在家里上网课，没有生活费，借了不少亲戚的钱还贷，总算没有‘爆雷’。”小姜说，他身边还有不少同学甚至通过“以贷还贷”的方式周转资金，抵偿网络贷款。

针对贷款门槛低所造成的过度举债乱象，《征求意见稿》第十三条作出明确规定，经营网络小额贷款业务的小额贷款公司应当根据借款人收入水平、总体负债、资产状况等因素，合理确定贷款金额和期限，使借款人每期还款额不超过其还款能力；对自然人的单户网络小额贷款余额原则上不得超过人民币30万元，不得超过其最近3年年均收入的1/3。

“先付后还更便捷”“开通网贷有红包”“使用网贷支付有优惠”……借助大数据，层出不穷的网贷广告精准投放于借贷人的手机之中，更有甚者诱使借款人深陷债务危机，给家庭及社会带来危害。为保护消费者合法权益，《征求意见稿》规定，网络小额贷款业务办理应当遵循公开透明原则，充分履行告知义务，使借款人明确了解贷款金额、期限、价格、还款方式等内容，并在合同中载明；禁止诱导

借款人过度负债。

有关专家表示，《征求意见稿》的出台，释放出国家加强对网络小额贷款监管的积极信号。相关网贷平台应当积极承担社会责任，建立完善针对借贷风险的测评与监控体系，杜绝诱导诱消费者超前过度消费。

## 引导网贷企业规范化发展

除了保障消费者权益，《征求意见稿》还通过明文规定引导网络小额贷款企业向规范化、专业化发展。

当前，不少网络小额贷款公司突破经营区域限制，从事跨省经营，其所引发的异地贷后风控难、成本高等问题，为行业健康发展增添不少阻力。

对此，《征求意见稿》提出具体规范，小额贷款公司经营网络小额贷款业务应当主要在注册地所属省级行政区域内开展；未经国务院银行业监督管理机构批准，小额贷款公司不得跨省开展网络小额贷款业务。专家表示，《征求意见稿》对网络小额贷款公司进行“地域限制”，将有效避免部分企业进行监管套利或规避监管，进而专注于为本地提供更优质的金融服务。

此外，一些互联网公司利用自身网络小额贷款牌照，依靠联合贷款等模式规避杠杆限制，在对个人的零售贷款中，几乎90%以上的资金都来源于银行业。《征求意见稿》特别对联合贷款作出明确规定，主要作为信息提供方与机构合作开展贷款业务的网络小额贷款公司，不得帮助合作机构规避异地经营等监管规定。在单笔联合贷款中，经营网络小额贷款业务公司的出资比例不得低于30%。

中央财经大学法学院教授黄震认

为，《征求意见稿》将有助于降低网络小额贷款公司的杠杆率，保证放款后才能进行联合贷款，这提高了企业自身的风险约束条件，有效加强风险控制。

## 行业迎来新一轮“洗牌”

业界人士指出，放开网络小额贷款业务的初衷是为满足小微企业融资需求，但部分网贷公司违法违规运营的问题频发，暴露出网络小额贷款行业正处于良莠不齐、鱼目混珠的状态。

《征求意见稿》直接提高了经营网络小额贷款的资金门槛，要求从事网络小额贷款的企业注册资本不低于人民币10亿元，跨省经营网络小额贷款业务的企业注册资本不低于人民币50亿元，且均为一次性实缴货币资本。

在资金管理方面，《征求意见稿》指出，经营网络小额贷款业务的公司应当强化资金管理，对放贷资金（含自有资金及外部融入资金）实施专户管理，所有资金必须进入唯一放贷专户方可放贷。

“《征求意见稿》若实施，将会给行业带来新一轮的‘洗牌’。”北京伟博律师事务所律师李伟民在接受本报采访时分析，“强监管严准入的规定下，一些缺乏优势以及违法违规的小额贷款公司将面临淘汰，为银行和其他金融公司提供了扩大市场的机遇。同时，这也为中国金融稳定和金融安全提供了有利保障，实际上是从根源保护广大消费者的权益。”

黄震说，《征求意见稿》进一步规范了网络小额贷款行业的发展，同时也提高了门槛、约束了企业行为，这将有利于网络小额贷款行业的良好经营，促进普惠金融持续发展。