

创新营销模式 发挥制造优势 跨境电商开辟永康发展“新蓝海”

近年来,我市跨境电商发展势头迅猛,不少外向型企业在海外建仓,通过速卖通、eBay、亚马逊等跨境平台,精准地迈进广阔的境外市场。据初步统计,入驻速卖通的我市商家已达500多家,全市2600多家跨境电商中,年销售额超千万元的有30多家;已有3000余家企业与阿里巴巴合作。

□记者 王导 吕高攀



我市外贸企业转型布局跨境电商

“跨境电商门槛低、效果好,我们的销售业绩从前几年不足100万美元猛增至1000万美元。”日前,对于这种新销售模式,市恒扬进出口有限公司负责人苏翠萍兴奋地说,经济新常态下,跨境电商成为我市不少工业企业转型升级的“关键棋”。

传统出口贸易流程正不断“电商化”,业态逐步融合发展,跨境电商把中小企业逐步推向中高端发展之路。两年前,浙江安东电子科技有限公司曾一度面临销售额与利润不成正比的尴尬。去年12月,该公司挺进跨境电商领域,研发新品,改进生产工艺,进行品质升级,于今年3月上线运营跨境电商网站,单月销售就突破千万元,利润空间从原先的不足10%升至最低20%。截至目前,该公司今年跨境

电商销售额已破7000万元。

“跨境电商具有传统外贸无法媲美的新优势。”安东公司总经理黄廷汉说,通过开展跨境电商,公司销售模式从传统对接大客户转变为直面全球中小型商家,大大缩减了中间环节,下单快,周期短,成本低,风险少,利润高,不仅产品品质得到提升,公司也迅速从传统生产型企业向生产销售型企业转变。

“我们经历了三次,转型的背后都是因为对传统企业危机的感知。三年前,我们最终确定了跨境电商的发展模式,完成了销售额从0到3000万元的华丽转身。”市佳华机电有限公司总经理池华始终坚信自己的外贸策略是公司转型的契机,事实证明,跨境电商模式确实让佳华公司

焕发出勃勃生机。

池华是喝上跨境电商甜水的外贸商人之一,在阿里巴巴平台上首个订单即完成了15个高柜的交易。经过几年发展,佳华公司的产品、团队和营销都完全契合跨境电商发展,跟着跨境电商以及大数据,通过“一达通”,直通车双管齐下,团队复制团队,开启了新的跨境计划。

如同安东、佳华公司一样,目前,我市已有一大批五金产业的龙头企业、贴牌加工企业和传统出口企业通过第三方跨境电商平台开设网店,开展跨境电商业务。跨境电商已经渗透到经济社会的诸多领域,有效促进了产业结构的转型升级,推动外贸新发展,提升了企业的国际竞争力,成为我市外贸出口的新增长点。

营造浓厚氛围引导电商经济井喷

我市依托雄厚的五金产业集群,大力推进“电商换市”工作,编制了《永康市跨境电子商务专项资金管理办法》,对开展跨境业务的重要环节分别给予相应额度的扶持奖励,促进跨境电商的快速发展。每年拨付不少于3000万元的财政资金用于扶持引导电商经济发展,电商产业蓬勃发展,业已形成一个庞大的电商运营群体。

市商务局局长吕柳青说,我市跨

境电商迎来新机遇,将进一步促进外贸经济转型升级,推动永康五金产业拓展国际市场、增强自主渠道和自主品牌创造力,提升产业产品的国际竞争力,引领我市企业驶向跨境电商“蓝海”。

同时,我市本土电商平台的窗口作用不断显现,不少企业运用尚五金品牌、商标进行OEM生产,并通过B2B、B2B2C等方式开展跨境电商。

“炊大王”斩获“金麦奖”家居百货类金奖

□记者 徐赛瑾

本报讯 近日,由浙江省商务厅、杭州市人民政府、浙江日报报业集团共同主办的2017金麦奖颁奖典礼暨中国(杭州·余杭)国际电商营销峰会落下帷幕。在颁奖盛典上,共计颁发了产品类、品牌类、生态类、公益类四大类共计121个奖项,我市的浙江炊大王炊具有限公司凭借周年庆品牌传播案例斩获家居百货类金奖。

今年5月,炊大王公司借以品牌周年庆活动,拉近与消费者之间的距离,在线上线下发起了系列传播活动。

5月13日,杭州萧山区耕文路,一名金发蓝眼的洋人小伙用一口“炊大王”炒锅,在美食档口摆摊卖鱼香

肉丝盖浇饭,此次事件一度被推上百度新闻首页,形成现象级社会新闻。

周年庆期间,炊大王公司找准契机,围绕“西湖背锅侠”事件进行系列营销,通过媒体、互联网、微博、微信等平台推送相关报道。以“背锅侠”背后的锅为话题,发布相关文章,优化搜索引擎,在各大新闻客户端强势呈现。

此外,炊大王公司及时推出短剧“炊大姐去哪儿”,在B站(bilibili)、腾讯视频、爱奇艺视频、内涵段子、快手等平台连载,全网播放量达到900多万次,视频尾部植入“炊大王”logo和slogan,形成良好品牌宣传效果。此次周年庆品牌传播系列活动旨在提高品牌曝光度,最终在各大平台阅

读量共计达到5.6亿次。

延伸阅读

据悉,被誉为“电商奥斯卡”的金麦奖,是国内首个引入国际评奖标准的电商营销奖项,于2013年起由浙江日报报业集团与阿里巴巴集团旗下的淘宝天下共同发起主办。

作为国内最具影响力和权威性的电商行业综合性奖项,金麦奖旨在剖析电商前沿趋势和发展模式,树立电商生态圈营销标杆,涵盖电商产业链上下游,挖掘并嘉奖全网最具影响力和价值的电商营销案例及团体。

自金麦奖创办以来,吸引超百家主流媒体长期关注并追踪报道,影响力覆盖上千万电商人群。

我市成立首个企业红十字会

□记者 吕高攀

本报讯 20日,我市首个企业红十字会在浙江炊大王炊具有限公司成立,这也标志着我市红十字会的基层组织建设向企业延伸。

据悉,炊大王公司将围绕企业发展这一中心,加强内部员工救助服务和志愿服务工作,把人道博爱奉献的红十字精神与忠诚、担当、奉献的企业文化有机结合,争取建立“炊大王有限公司红十字博爱救助基金”,为企业困难员工提供帮助;进一步推挤急救救护培训工作,提高企业员工自救互救的技能和水平;把炊大王红十字会办成重点突出、特色鲜明、员工喜欢的社会组织,促进企业公益和慈善文化建设,提升企业员工的凝聚力和向心力。

东盟原产地证退证激增 企业需收集信息 抓好签证质量规避

□记者 徐赛瑾 通讯员 劳舒翼

本报讯 中国—东盟原产地证书是签证量最大的区域性优惠原产地证书,也是助力企业开拓东盟市场的“金钥匙”,但退证查询不仅阻碍企业获得关税优惠,还会导致货物滞港,增加通关成本。今年以来,金华出入境检验检疫局永康办事处已收到33份东盟证书退证查询,较去年同期激增200%。

从退证情况来看,33份退证全部来自印尼海关,退证原因主要是未办理未再加工证明和质疑原产地标准。因为印度尼西亚近年来多次调整进口政策,逐渐形成了目前具有保护色彩的贸易政策,海关对进口产地证的审核更为严格,并且将退证矛头更多地指向了进口量大的可能影响本国企业的产品。二是由于进口商对原产地政策缺乏了解,例如货物经香港或台湾中转需在当地办理未再加工证明,但由于原产地知识的欠缺,客户往往会遗漏此项手续。三是部分出口企业法律意识淡薄,根据国外客户要求不如实申报金额、原产地标准等信息,更严重者是伪造原产地证书,导致退证查询。

面对越来越严峻的退证查询形势,检验检疫机构既要保证签证质量、又要维护企业的利益,特在此提醒广大企业必须加强信息收集,各相关企业应熟悉给惠国的原产地证实施方案,给惠商品的名称和编码,熟悉所经营的出口商品,尤其是含有进口成份的商品的原材料构成及加工工序情况,密切关注原产地证的最新优惠政策。其次,抓好签证质量,企业在申请注册和签发原产地证书时,应如实申报船名航次、产品价格、型号、原材料明细,含进口成份比率等相关信息,对于中转货物及时办理未再加工证明,避免“授人以柄”。加强企企沟通,企业在国外清关遇到困难或接到退证查询通知时,应积极与检验检疫机构联系并配合调查,以便能够快速核实情况,加快调查进度,争取顺利通关并获取关税优惠。