



发现

# 转型也需保持定力

徐 涵

## 首批“直购进口”商品在杭通关 我国跨境电子商务迈入“2.0时代”

本报记者 顾 阳

随着杭州跨境电子商务海关监管中心关员陈健轻按鼠标,一批从美国发货的钙片顺利办结了相关报关手续。作为跨境电子商务试点首批“直购进口”模式商品,这批商品的顺利进境,标志着我国跨境电子商务正式迈入“2.0时代”。

近年来,跨境电商的交易模式持续走热,国内消费者“海淘”商品已成为一股潮流。相关数据显示,中国海外代购市场2013年的交易规模超过700亿元。据支付宝统计数据,2012年,国内消费者实现的“海淘”消费规模,同比增长117%,远高于国内网购64.7%的增长速度。

去年7月,经海关总署批准,杭州市在全国率先开展了跨境贸易电子商务“清单核放、汇总申报”的“一般出口”模式试点,解决了电子商务出口企业报关成本高、结汇和出口退税难等一系列“卖全球”难的问题,成为全国首个跨境电子商务进入实质性运作的城市。

“此次直购进口,使杭州跨境电子商务‘进’、‘出’兼备,今后国内消费者坐在家就可以方便地‘买全球’了。”杭州海关监管通关处孔生跃科长介绍说。

据介绍,与此前在郑州、上海、宁波等地试点的“保税网购”进口模式不同,杭州海关开展的跨境贸易电子商务“直购进口”模式,是让国内消费者与境外卖家直接面对面,商品由海外直接发送。国内消费者在“天猫国际”平台上确定交易后,境外卖家将商品以邮件、快件方式运输入境,消费者将享受海关包括在跨境网购时参考个人邮递物品预缴税费、与传统快件分区快速核放、实现商品入境时自动扣缴税费和快速通关等一系列绿色通道服务。

阿里巴巴集团旗下天猫国际是目前国内首批允许境内个人以“直购进口”模式购买全世界商品的跨境贸易电子交易平台之一。今年2月19日,天猫国际正式上线,专门致力于向国内消费者直供海外原装进口商品的天猫国际。与此同时,杭州海关既开始了与天猫国际关于跨境电子商务进口的紧密合作,10天后,国内消费者首批通过天猫国际购买的商品便已运到杭州跨境电子商务产业园区,经由海关、国检绿色通道办结进口手续。

相比传统海淘,天猫国际搭建在天猫平台上,界面全中文,交易按人民币结算,支付宝支付,每件产品都明码标价,关税和物流费用均一目了然。同时,在天猫国际“海外直购”商品的购物流程有望缩短至10天以内。

据介绍,目前天猫国际主要经营服装、婴幼儿用品、食品、运动用品箱包等商品,定位在中高端。天猫国际商品通关全程电子化,所产生的税费将由商家承担。

### 食品标签标识专项检查启动

本报讯 记者冯其予报道:国家食品药品监管总局发出《关于开展专项监督检查规范食品标签标识的通知》,部署各地开展食品标签标识专项监督检查工作。该检查针对当前食品标签标识管理中存在的不真实、不规范等问题和违法违规行为展开。《通知》指出,此次专项检查的重点为婴幼儿配方乳粉、婴幼儿辅助食品、乳制品、酒类、肉制品、粮食加工品和食用植物油等食品。

《通知》强调,广大食品生产经营企业须结合产品实际,建立完善标签标识管理制度。严格按照食品安全法律法规、标准规范等具体要求,主动开展自查自纠,保证食品标签标识内容真实、规范,易于消费者辨认和识读,不得违法违规标注。

### 钦州近海养大蚝年产值超10亿元



4月12日,钦州市钦南区一位农民在吊养大蚝。近年来,广西钦州市钦南区农民自发组织起来,变过去单纯用滩涂育苗柱插养的方式为近海深水扎筏吊养,使大蚝生长周期比插养缩短一年。目前,钦南区的大蚝产品畅销广东、福建、港澳等地,年产量19.56万吨,创产值10.06亿元。

新华社记者 张爱林摄

### 第十届中国服装品牌年度大奖颁奖

本报讯 记者黄鑫、实习生张萍报道:由中国服装协会主办的“中捷·第十届中国服装品牌年度大奖”日前颁奖,依文、玖姿等9大品牌分别摘得年度大奖。

据了解,十年来,中国服装品牌年度大奖评审足迹遍布50个城市,进行了10万人次电话调查,共有1000余个品牌全程参与。来自中国纺织工业联合会的数据显示,去年我国纺织工业增加值同比增长8.7%,全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额11.89万亿元,同比增长11.5%。纺织服装内需市场逐步打开,服装企业品牌效益凸显。

本版编辑 童 娜

商品以简单的设计、便宜的价格、天然的品质吸引着消费者。时代变迁,店家保持着对消费需求的敏锐洞察力,经营观念也在不断变化。它推崇的简单生活适应了消费者的成长,也成为一种时尚的生活方式。从销售独特的商品,到生活方式的引领,这是一种不断变化的节奏。今天,提倡环保、简约、便利已经成为现代人的消费观,无印良品同样做到了与消费价值观的契合,成为其至今仍年销百亿的秘密。

在商贸流通行业,有很多象无印良品这样的企业在变革与坚守中找到了发展方向,他们就是未来的希望。



进行适应时代的变革,除了管理、技术、模式、手段的变革外,更需要观念的变革,否则就不可能找到正确的发展方向。困难是阻力,改革是动力,二力竞逐,后者如何跑赢?这就需要与时俱进,在采用先进的管理手段与经营方式,充分利用现代科技成果的同时,更要确立符合现代消费市场需求的经营理念。

以当代零售业来看,从卖商品到卖模式,从生活方式的引导到理念的认同,这便是时代变迁,观念的转变也要踏准这样的发展节奏。零售业的发展史是一次次的进化轮回,不断演绎着适者生存的道理,就在这样的轮回中,有定力者会一直在前行,我们身边就有这样的范例。1980年无印良品(MUJI)在日本建店之初,其

### 进口食品市场消费渐热——

# 优安鲜品搭建质优价低生态圈

本报记者 沈则瑾

我国市场进口食品的消费规模正在以每年15%的速度不断增长。当前,乳制品、进口葡萄酒、休闲食品等品类是热销品,除此之外,以冷冻肉类、新鲜果蔬及各类干货为主的进口生鲜产品,也渐成后起新秀。进口食材(食品)在品类丰富度、新鲜安全度以及价格合理度等方面,还有很大的提升空间。市场亟待专业化运营平台,来提高渠道效率,整合冷链资源,加强食品安全。进口食品市场前景可期



在北京庄胜崇光百货地下一层的华联BHG超市里,记者看到进口食品柜台品类十分丰富。本报记者 李景摄

加工、配送等各项功能的生态圈,只为实现食品进口“高效、低价、安全”。

优安鲜品将进口食品的交易渠道简化到最短最优:从供应商到采购商,一步到位。国外食品生产商或总代理直接面对国内宾馆、酒店、餐饮、酒吧、商超和B2C食品网店等,减少层层代理和多重经销,流通效率高了,流通成本低了,终端售价将立马下行。

听上去很美,做起来却很难。进口食品要跨越不同市场,跨入中国大门,跨向能够辐射到的国内各地,有多少难题需要解决。优安鲜品设计了四个“一站式”,来提升进口食品的流通效率。

首先是咨询贸易流通“一站式”。境外源头食品供应商很多是中小企业,中国市场在哪里?该到哪里去寻找优质的物流、货代、代运营等相关服务商?优安鲜品提供整体解决方案及专业全程咨询服务,买卖双方不受时空限制可在线洽谈与交易,在线找到相关服务商。

其次是通关服务“一站式”。在优安鲜品进口食品交易中心,报关、报检,第三方检测入驻等服务一应俱全,能大大提升通关效率。

还有就是储存、会展、交易、配送、商务、服务“一站式”。优安鲜品建有全球先进的6万吨级最低可达零下60度超低温冷库,6万平方米交易大厅、会展中心和流通加工中心,70多栋总部楼、商务楼组成的优安CBD和总部园,是一个涵盖很多专业、跨越诸多行业、线上线下联动的综合商业体。

最后是物流配送“一站式”。优安鲜品除了目前自建的国际先进冷库和仓储设施外,在物流运输方面,尤其是冷链配送上,联合了国内外前50家优质物流服务商中大部分企业,共同打造覆盖全国的高效现代冷链物流网络,所有服务均

可通过优安鲜品在线选择或购买。

优安鲜品认定的进口食品是指种植、养殖、捕捞、生产等均在境外原产地的食品,例如,已入驻优安鲜品的世界最“牛”肉类企业JBS,拥有原生态牧场,生产加工车间符合国际标准,产品供应欧美发达国家。再如世界最知名猪肉生产商丹麦皇冠,已有150多年养猪及加工生产的历史。

尽管这些进口食品的品质都经受了时间检验,各自也都拥有严格的质量监控体系,优安鲜品还是不敢掉以轻心,对入驻商家将进行严格的资质审核,要求其出具海关、商检相关合法证明材料和委托第三方检测中心进行食品安全复核抽检,尽可能从供货源头上进行安全把关。

正在着力开发建设的食品安全跟踪与追溯系统将通过“食品安全标签”,对平台交易食品进行安全识别,并最大程度地对后续流通环节实行安全管控,确保食品流通环节中安全信息的完整

性,降低食品安全风险。

此外,为确保在线交易的安全性,优安鲜品采用“优安付”第三方支付的交易监管方式,有效减少贸易纠纷及由此造成的损失。

李建根告诉记者,优安鲜品已开始接受各类商家的在线预注册,线上平台计划今年5月底开放交易,线下实体店进口食品交易中心明年6月竣工,届时将形成一个线上线下一体的综合交易体系与平台,为国内市场提供“优质、安全、新鲜”的进口食品。

记者获悉,优安鲜品上海项目只是华辰隆德丰集团整体计划的第一步,目前,集团在对全国沿海更多港口城市进行实地考察和调研,同时也在考虑针对内陆城市的冷链物流布局和商业发展计划。在进口食品批发采购平台运转良好后,还将启动第二阶段计划,引入国内各地名特优食品通过平台“走出去”,让全球消费者分享“优质、安全、新鲜”的中国食品。

# 4G时代如何选择手机?

本报记者 冯其予 实习生 李 飞

4G再“奢侈”更换新手机。市民李小姐则表示自己比较跟风从众,毕竟现在刚刚出现4G还没形成稳定市场,自己会等一段时间参考一下别人用4G的体验。

在4G信息狂轰滥炸的大背景下,多数消费者还是倾向对此持观望态度。选不选大牌?体验说了算

“我倾向于买国外的品牌,不是崇洋媚外,我两年前用过国产机,老出现卡顿现象,反应速度慢,然后结合各个手机品牌的口碑和用户评价等买了iPhone4,直到现在在用着一直挺顺利的。”在某金融公司工作的孙先生这么解释自己对手机品牌的看法。“因为有了上一次不愉快的体验,所以一直也不敢再次尝试,目前仍不打算选国产品牌。”

当然也有另一种迷信洋品牌的情况。“只要它是苹果三星,我就有种年轻人的群体归属感。”这番话来自一位正在手机专卖店选购手机的小伙子,因为喜欢

看电影,所以最终他买下了屏幕大一些的三星Note3。

在北京西单一家多品牌手机卖场记者看到,前来选购手机的还是年轻人居多。销售人员告诉记者,年轻人一般目标比较明确,“他们还是比较倾向于购买国外品牌,价格也偏高”。在智能手机技术已经相当成熟的今天,收入水平并不高的年轻群体反而更加青睐价格偏高的手机。

“一分钱一分货”,这一传统观念其实代表了很多消费者的理念。很大一部分人宁愿多花点儿钱买个安心。这或许也是很多低价智能机没有太大市场的缘由所在。

### 追不追时尚?需求来决定

据西单一家手机卖场销售人员介绍,来买刚上市的iPhone5、5S的,绝大部分都是“果粉”,手里的老机型还完好无损,但为了赶时尚追潮流尝科技的鲜,还是不惜重金拿下新品。这部分群

随着4G牌照的颁发以及4G网络的不断完善,国内手机市场近来4G风劲吹。记者近日在市场上调查发现,尽管国内手机厂商和通信运营商对4G的宣传不遗余力,但不少消费者仍然对4G手机持观望态度,而在准备换手机的群体中,注重知名品牌、多花钱买安心以及将手机视为快速消费品等,是当前消费者选购手机时的主要特点。

### 用不用4G?多数人观望

“现在4G资费贵暂且不说,关键是还得换手机,这成本就大了。而且现在在4G刚刚兴起,时间短,网络覆盖面积有限,可能会导致网络不稳定,各大运营商现在还在摸索阶段,各项技术或服务可能还不成熟,所以自己暂不考虑更换4G手机。”在北京工作的李先生打趣说4G“用不起”。北京市民王女士表示,自己对现在的3G网络很满意,网速快,也稳定,完全能满足自己的日常需求,不打算为了用