

电商：海外谋求新市场

本报记者 陈 静



顾客在河南保税物流中心的中大门保税直购体验中心购物。作为全国唯一一家集保税物流、中心功能资源与跨境贸易电子商务主业为一体的国家级试点单位，该中心形成了“电子商务+保税+邮快件体系”网购保税进出口模式。

新华社记者 赵 鹏 摄

透视

国务院办公厅日前印发《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，提出培育一批公共平台、外贸综合服务企业和自建平台。支持跨境电子商务发展，有利于用“互联网+外贸”实现优进优出，发挥制造业优势，扩大海外营销渠道；有利于增加就业，打造新的经济增长点。电商“走出去”，要按照“在发展中规范，在规范中发展”的总体原则，支持和鼓励有实力的企业做大做强

俄罗斯市场正成为中国电商巨头们角力的新舞台。6月18日，京东商城宣布正式上线京东俄语网站，将把中国商品卖给俄罗斯消费者。6月19日，阿里巴巴集团董事局主席马云在圣彼得堡的一场演讲中表示，阿里巴巴速卖通在进入俄罗斯的3年时间里，已成为俄罗斯最受欢迎的电商网站，并在所有网站中排名第九。另一家跨境电商网站大龙网也在莫斯科开设了自己第一家中国精品互动体验馆，开幕首秀上，100多家国内数码电子产品制造商携产品来俄寻找买家。

电商为何看好俄罗斯市场？电商“走出去”之路将通往何方？

“红海”后的竞争动力

一份来自第三方市场研究机构的数据称，国内147家电商平台中，有46%的商家已经开展了海外业务，34%的商家正在计划向海外市场进军。市场研究机构DCCI互联网研究院院长刘兴亮也表示，互联网业务中，电商在海外开拓的步伐确实相对较快，“主要是对于其他领域来说，中国市场已足够大，还有尚未来得及开拓的巨大空间。但电商在国内的竞争已成‘红海’，电商平台已开始感受到国内市场增速趋缓的压力。”

在阿里巴巴国际B2C事业部总经理吴倩看来，电商进军海外，还有背后“中国制造”带来的价格与效率这一优势筹码。她告诉《经济日报》记者，在阿里巴巴的论坛上，曾有海外消费者询

问，有没有防水的假发？一周之后，全球第一款防水的假发就开始在速卖通平台上销售，按需定制、按需生产，“我们最大的把握来自于强大的中国制造。”

由此，俄罗斯、巴西这样的新兴市场国家，成为国内电商平台着力开拓的新“蓝海”。它们的共同特征是，互联网普及率迅速提升，但本土电商力量相对薄弱，竞争相对不足。2014年，俄罗斯网络购物市场增长31%，交易额达7130亿卢布，但在社会消费品零售总额中占比不到2%，而在中国，网络购物在社会消费品零售总额中的占比已突破10%。这就给了海外电商平台进入这些市场的机会。来自巴西方面的数据显示，2014年，巴西网购规模达358亿雷亚尔，同比增长24%，其中18.4%的份额来自“海淘”，而在海淘订单中，来自中国的购物网站们获得了55%的份额。吴倩介绍说，目前，中国大陆卖家可以通过速卖通，把自己的产品销往全球220多个国家和地区。

不过，在业内专家们看来，电商平台们在新兴市场国家的开疆辟土，并不意味着中国互联网企业全球化之路已经大获成功。市场研究机构Gartner首席分析师张菊直白地表示，“仅在一两个区域性市场中取得成功，并不足以说明你在整个行业的影响力和领导地位，电商平台能否真正全球化，还要看它能否在欧美成熟市场中站稳脚跟。”她认为，阿里巴巴在美国开设的电商平台11 MAIN是个颇有意思的创新，“它和脸谱网合作，用社交网络推送中高端产

品，这就打破了阿里巴巴擅长的既有模式，进行全新商业模式的尝试，探索新的路子。”

支撑环节决定成败

“从2012年起，我就一直在京东国际上买书寄到美国，但也只能用Paypal买买书，其他的都实在太慢了。”在美国学习工作多年的蓝芝这样告诉记者。的确，想要将中国卖家的商品卖到全球，必须要解决的依然是支撑环节：支付和配送。

和那时以海外华人为主要目标消费者的国际化“试水”相比，京东此番在俄罗斯设站的最大不同，就是在支撑环节上有所突破。京东商城海外事业部总裁徐昕泉介绍说，京东已与俄罗斯的商家支付公司Yandex和QIWI钱包签订伙伴协议，同时准备投入巨资在俄成立物流中心和进行其他基础设施建设，并已和俄罗斯SPSR快递签订了合作协议。相关人士透露，京东有意占据20%的俄罗斯电商市场份额，并在5年内实现100亿美元的营业额。

阿里巴巴“出海”，同样在支付与物流方面投入巨资。支付方面，蚂蚁金服在美国、新加坡、韩国、英国、卢森堡和澳大利亚6个国家设立了分支机构。物流方面，菜鸟网络则达成了与新加坡邮政、澳大利亚邮政和巴西邮政的战略合作。菜鸟网络资深副总裁方霖表示，“在海外开展业务，必须解决用户的痛点，比如在港、台地区和新加坡等

国家，末端配送成本高昂，消费者习惯使用自提点的方式降低物流成本。因此，我们和物流合作伙伴共同设立了8000个海外自提点。”在俄罗斯，中国邮政也在保证俄罗斯全境覆盖的基础上建立了专线物流，大量集货后专线直运俄罗斯。这个链路的启动，使得俄罗斯消费者的收货时效由过去的60至90天，缩短至目前的35天以内。

和仅需改一改页面语言，增添几个本地客服不同，电商巨头们在海外支付和物流方面的建设，意味着大把的资金投入。

政策方面的利好，也给了它们伸出触角的底气。国务院办公厅日前印发《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，其中明确提出，普遍支持国内企业利用电子商务开展对外贸易，鼓励有实力的企业做大做强。支持措施方面，包括优化海关监管、完善检验检疫监管、规范进出口税收政策、完善电子商务支付结算管理、提供财政金融支持等，都给出了具体规定。

与此同时，本次出台的意见，还就培育一批公共平台、外贸综合服务企业和自建平台，跨境电子商务人才培养培训，规范跨境电子商务经营行为，发挥行业组织作用和加强多双边国际合作等方面工作提出了具体要求。业内人士表示，相关政策的出台，将有利于解决目前监管滞后带来的一系列“灰色地带”问题，帮助行业持续健康发展，给跨境电商企业吃下一颗“定心丸”。

企业家说



中国交通建设集团

◎ 应发挥企业的主体作用，因为企业更了解市场需求，更能发现商机，更能有效配置资源
◎ 应促进企业根据产业链分工合作，实现龙头企业整合资源模式下的“抱团出海”

“一带一路”愿景与行动受到国内外高度关注，而其落地则需依靠市场配置资源。从亚投行、丝路基金的前期行动来看，“一带一路”强调市场机制下公开公平、互利互惠的合作。因此，应加强企业在“一带一路”建设中的主体作用，鼓励各方加强平台建设，促进企业根据产业链分工合作，实现龙头企业整合资源模式下的“抱团出海”。

刘起涛

一是要发挥企业的主体作用。因为企业更了解市场需求，更能发现商机，更能有效配置资源。一些龙头企业在国际市场耕耘多年，应该更多参与“一带一路”系列研究和规划工作，例如国别规划、区域规划、专项规划、战略研究等。或者通过交通基础设施建设带动的枢纽型园区和工程总承包，实现“抱团出海”等。

二是要加强诚信体系建设，强化淘汰机制，推动企业依法合规经营。“一带一路”战略的资源配置特别是金融资源配置，要通过市场机制和信用体系向那些有着良好信用、负责任的企业倾斜，这样能够更好发挥中国资本的效率和影响力。要发挥市场优胜劣汰机制，龙头企业率先走向国际市场，带动中小型配套企业协同“走出去”。

三是要加大中国标准的推广力度。中国很多行业的技术标准已经进入世界先进行列，推广中国先进标准不仅可以规避中国资本的投资风险，也可以给所在国带来实实在在的效益，是真正的双赢。

基础设施互联互通是“一带一路”建设的优先领域。经过改革开放以来尤其是近10年的迅速发展，中国基础设施建设领域的产能和水平已经从落后发展为全球系统性领先。在这一过程中，一批龙头企业迅速崛起，创新水平大幅提高，基本掌握了关键核心技术，拥有全面综合的核心竞争力，拥有在区域市场整合资源、优化配置资源的能力。“一带一路”建设就要重视将金融资本和优势产业结合起来，发挥龙头企业的竞争优势，带动产业、产品、资本“走出去”。

新闻眼

与民生相关物流需求增长较快

前5月快递业务量同比增长42.7%

本报讯 记者杨国民近日从中国物流信息中心获悉：今年1至5月，物流运行整体上呈现平稳态势，物流需求保持稳步增长，结构调整明显，其中消费行业及与民生相关行业的物流需求回升加快。

统计显示，1至5月，全国社会物流总额同比增长5.5%，增速与1至4月基本持平。分结构看，工业物流总额总体持平，进口物流总额回落，单位与居民物流总额快速增长。工业品物流总额同比增长6.2%，其中消费品行业物流需求回升明显。5月份，消费品制造业同比增长6.7%，增速比4月份加快0.9个百分点，钢铁制造业增速比4月份下降0.4个百分点，化工行业下降1.8个百分点。

与民生相关的物流需求持续较快增长。1至5月，与民生相关的单位与居民物品物流总额继续保持快速增长，同比增长28.2%，增速比1至4月提高0.8个百分点。其中，快递物流业持续高速增长，1至5月全国快递业务量完成68亿件，同比增长42.7%，增速比1至4月提高0.4个百分点。

从后期走势看，5月中国物流业景气指数中的业务活动预期指数回落4.1个百分点，新订单指数比上月回落3个百分点，显示出在全国夏季高温和南方雨季来临等季节性因素影响下，物流需求企稳回升的基础仍不牢固，物流运行总体平稳但将有所回落。

国家能源局：

天然气商品量分配计划审批取消

本报讯 记者王轶辰报道：国务院近日印发《关于取消非行政许可审批事项的决定》，不再保留“非行政许可审批”这一审批类别。根据《决定》，国家能源局取消1项非行政许可审批事项：中央管理企业和跨省(区、市)从事高瓦斯或煤与瓦斯突出矿井生产建设的煤矿企业瓦斯防治能力评估；取消1项发改委实施的非行政许可项目：天然气商品量分配计划审批。

此外，国家能源局将“省级能源发展规划审批及涉及全国布局、总量控制及跨省输送的区域性能源综合发展规划审批”2项非行政许可审批事项调整为政府内部审批事项，将“政府出资的投资项目审批(能源项目)”；重要行业、重要领域、重大项目、重点地区发展建设规划(专项发展建设规划)审批；中央预算内投资年度计划审批(能源项目)”3项发改委实施的非行政许可事项调整为政府内部审批事项。

下一步，国家能源局将进一步深化行政体制改革，深入推进简政放权、放管结合、优化服务，加快政府职能转变，不断提高政府管理科学化、规范化和法治化水平。

本版编辑 杨开新 李 景

旧衣零抛弃 资源再利用

——纺织行业探索循环经济新路径

本报记者 许红洲

- ◇ 如果把每年的废旧纤维重新利用起来，可以超过全国棉花产量，也相当于节省了半个大庆油田的年产量
- ◇ 我国废旧纺织品再利用不足10%，与先进水平差距很大
- ◇ 应尽快建立完整专业的产业链，实现产业化的回收和再利用，形成“资源—产品—消费—再生资源”闭合循环经济模式

以“‘旧衣零抛弃’现状与实现途径”为主题的“中纺圆桌资源再利用”论坛，日前在上海召开。中国纺织工业联合会会长王天凯认为，“旧衣零抛弃”是废旧纺织品资源化利用的终极目标，是废旧纺织品产业的集结号，更是“十三五”纺织行业以废旧纺织品综合利用为抓手，发展循环经济的重点。

废旧纺织品金矿待掘

“去年我国的纤维加工量达到5000万吨，其中2000多万吨都在国内消费。按照一般3到5年折旧粗算，每年废旧纺织品的量在500万到1000万吨。如果把这些废旧纤维重新利用起来，可以超过我们每年的棉花产量。”中国纺织工业联合会副会长高勇算了这样一笔账。

据介绍，废旧纺织品主要有两个来源，一是纺织生产过程中产生的固体下脚纤维材料，这在目前纺织企业生产中已经通过各种方式综合利用于各个领域。二是消费领域中不再被使用的服装、家用纺织品。我国首个关于废旧纺织品循环经济现状的白皮书《2014/2015我国废旧纺织品回收与再利用研究报告》显示，2013年我国已产生约2007.3万吨的废旧纺织品社会存量，其中化纤1377.7万吨，棉纤维562万吨。

作为纺织品生产和消费第一大国，我国的纺织产业却受制于资源紧缺，每年都需要进口大量棉花、羊毛、化纤等纤维原料。

力促规模化规范化

面对大量废旧衣物，尽快建立完整专业的产业链，实现产业化的回收和再利用，形成“资源—产品—消费—再生资源”闭合循环经济模式，为纺织产业结构调整 and 可持续发展提供永续动力——这已成为业内共识。

长期以来，国内从事废旧纺织品回收和利用的企业规模小且分散，二次污染严重，再生产品档次低。近年来，纺织行业企业普遍意识到，在经济转型、产业升级、资源紧缺的大背景下，必须打破废

旧纺织品领域的“小、乱、差”现状，重构科学高效的现代化、产业化综合再利用体系。因此，一批企业开始重视和进入到废旧纺织品综合利用领域。

“我们坚持以企业为依托，以市场为导向，科学引导废旧纺织品回收和综合利用向着规模化、规范化方向发展。”中国纺织工业联合会副秘书长、环资委副主任孙滨说。

要实现废旧纺织品的产业化再利用，最大难点在于建立多渠道的规范的回收体系。由于缺少相关配套政策和标准，我国在旧衣回收方面还没有一个标准规范的回收网络体系。起步较早的上海、北京等地，也正在通过试点等逐步形成适应当地特点的回收方式。

“尽快形成规模化的回收，应该充分利用先进的技术设备来提高资源利用效率。”管爱国建议，当前可利用信息技术大力推动回收方式的创新，比如，可以考虑采用互联网、APP等方式。

作为去年刚进入废旧纺织品综合利用领域的新军，浙江华鼎集团的目标是打造一个面向全行业开放的废旧纺织品回收与综合利用的实验基地、为行业服

务的技术平台。“进入这个领域我们有使命感，一定要高起点，要联合上下游企业共同努力。”浙江华鼎集团执行董事丁雄尔告诉《经济日报》记者，华鼎正在引进国外先进的分拣等设备生产线，将实现科学高效的旧衣分类分拣。

亟待政策完善各方给力

目前，我国废旧纺织品再利用不足10%，与美、德等国的先进水平还有很大差距。“废旧纺织品回收再利用在我国的发展任重道远，需要破解社会回馈机制、回收渠道建设、技术研发和标准体系、市场推广、舆论导向乃至法律法规等难题。”王天凯表示。

作为纺织行业提升产业、实现循环可持续发展方向的一个新探索，废旧纺织品的产业化综合再利用还只是一个刚刚起步的产业雏形，要实现跨越式发展，亟须政策支持及各方的共同努力。

此外，国家产业政策优惠目前还未涵盖废旧纺织品领域。又如，目前的从业企业普遍产业链较短，还未进入产品成熟阶段。一些优势企业尽管攻克了研发环节难题，但由于生产成本和市场认可度低，难以将其生产的再生原料加工为市场接受的产品。再比如，消费者对废旧纺织品制成品的接受程度还有待提高，大多数仍持质疑或观望态度。

“中纺圆桌资源再利用”论坛上，业内人士普遍认为，要实现废旧纺织品综合利用的产业化、市场化，相关政策的配套支持，企业的规范化规模化发展，广大消费者的接受和支持，一个都不能少。

