

風水輪流轉！現在輪到外國人網上淘中國貨

從“雙11”到美國“黑色星期五”，再到即將到來的“雙12”，海外消費市場正掀起一波又一波的“中國旋風”。電商在全球範圍內崛起，不僅讓中國民眾享受到了更豐富的購物選擇和更便捷的購物體驗，也讓海外消費者更充分地享受到了中國紅利。

在中國人“爆買全球”的同時，也有大量國外消費者在“爆買中國”。正在經歷供給側改革的中國企業，不斷通過技術變革和產品創新，將更美好的消費體驗帶向全球。



全球“剁手黨”搶購中國貨

“雙11”殺向全球，中國已成最受全球網購消費者歡迎的“海淘國家”。

今年“雙11”期間，22歲的俄羅斯姑娘阿納斯塔西婭通過中國電商平臺買了93件商品，包括手包、面膜、領帶、衣服、戒指和送給父親的攝像機。

她說，俄羅斯人喜歡買中國的電子產品、化妝品以及首飾和衣服。“中國產品很豐富，而且價格實惠，品質也不錯。”

近年來，中國出口電商呈現出快速增長勢頭，越來越多的國外消費者開始通過電商平臺購買中國的產品。在“雙11”“黑色星期五”等促銷節點，這一勢頭表現得尤為明顯。

已經有9年歷史的天貓“雙11”，今年吸引了225個國家和地區的“剁手黨”，第1分鐘就有超過200個國家和地區的買家湧入。天貓當天的銷售榜單中，三隻松鼠、南極人、美的均賣到了160多個國家和地區。

天貓有關負責人介紹，國產手機、毛呢外套、羽絨服、針織衫、衛衣、褲子、平板電視、筆記型電腦等產品在“雙11”受到海外消費者的熱捧。其中，國產手機在德國、菲律賓、柬埔寨、俄羅斯、義大利和泰國等國家成為消費者的最愛。

與去年同期相比，天貓“雙11”馬來西亞銷售額增長約115%，澳大利亞銷售額增長83.5%，美國銷售額增長73%，均呈現快速增長的勢頭。

京東商城提供的資料顯示，中國商品通過京東銷往全球200多個國家和地區，包括俄羅斯、烏克蘭、波蘭、泰國、埃及、沙烏地阿拉伯等54個“一帶一路”沿線國家。在京東的銷售榜單中，手機及配件、家用電器、玩具、家居用品和運動戶外裝備受到海外消費者熱捧。

高性價比、豐富的可選擇性，共同引爆了國外消費者搶購中國產品的熱潮。

居住在巴西利亞的當地政府工作人員撒母耳曾在阿裡巴巴旗下的速賣通平臺上購買過一部手機。在他看來，中國電商的發展之快以及商品品類之豐富，讓人覺得不可思議，“相較於中國，巴西的商品標準化有待提高”。

不僅是“雙11”“黑色星期

五”等特殊節點，在中國製造不斷崛起的背景下，通過電子商務平臺，中國產品正以其可靠的品質、優越的性能、公道的價格以及與日俱增的口碑，加速造福全球消費者。

近年來，中國出口跨境電商保持穩定增長。2013年，我國出口電商交易規模約為2.7萬億元，2016年達到5.5萬億元，3年間增長了一倍多。

商務部發佈的《中國對外貿易形勢報告(2017年秋季)》顯示，2017年上半年，中國出口跨境電商交易規模2.75萬億元，同比增長31.5%，遠高於我國上半年出口總量同比增長15%的增幅。

“電商發展為中國產品出口提供了更便捷的選擇。”中國電子商務研究中心主任曹磊說，過去中國產品出口都需要通過外貿公司，大量中小企業難以參與進來，如今速賣通、亞馬遜等平臺為他們開拓了新的海外銷售管道，客觀上推動了出口從線下到線上的發展。

同時，減少層層管道商之後，海外消費者可以買到性價比更高的中國產品。出口企業的利潤更高，這也使跨境電商比傳統進出口管道更具優勢。

互聯網協同廠商支付服務商PayPal和調研公司益普索調查32個國家、2.8萬多名國內和跨境網購消費者後，聯合發佈的第三屆全球跨境貿易報告顯示，中國已成最受全球網購消費者歡迎的“海淘國家”，亞太地區也因此成為移動端跨境網購主力。

為“買賣全球”添磚加瓦

到世界消費前沿和一流企業競爭，已成中國製造的新競爭常態。

曾幾何時，擁有一台進口的黑白電視機是許多中國家庭的夢想。誰曾想，30年後中國生產的電視機會成為發達國家消費者眼裡的搶手貨——剛剛過去的美國“黑色星期五”，中國家電巨頭海信集團的52萬台4K電視，不到24小時就被搶購一空。

海信美國公司總經理劉斌說，優質產品加上美國本土的供應鏈，使海信能夠在第一時間對市場變化形成快速反應。目前，海信已在美國積累400多萬個互聯網電視使用者。

世界知名市場調研機構IHSMarkit此前發佈的全球彩電市場2017年

上半年統計資料顯示，海信液晶電視2017年在西歐、北美和日本等發達地區市場表現出色，平均尺寸2017年第二季度達到47.9英寸，超過三星、索尼躍居全球第一——在液晶電視產品“大屏時代”，這也意味著更高的技術水準和更高端的消費市場。

在電商的推動下，到世界消費前沿和一流企業競爭、和當地優勢產品競爭，已成為中國製造的新競爭常態。大量中國企業正在通過技術革新、產品升級實現供給側改革，對接甚至“創造”國際消費需求。

今年“雙11”，以工業設計製造著稱的德國人，大量搶購來自中國製造的科沃斯掃地機器人；擁有全球手機出貨量第一品牌三星的韓國人大量購買小米手機；擁有國民羽絨品牌加拿大鵝的加拿大人在搶購波司登羽絨服……中國產品正在通過電商網絡，加速進軍一些國家的優勢領域和全球消費前沿。

位於山東的愉悅家紡，過去是一家貼牌代工為主的棉紡企業，從2014年開始打造自身專注睡眠解決方案的產品。目前，根據影響睡眠的光線、溫度、姿勢、聲音、氣味、色彩、情緒等因素，愉悅家紡研發推出9個多元化系列產品，並將大資料引入產品設計和生產，在全球建立了第一個睡眠資料庫。

愉悅家紡副總經理張國清說：“現在這個睡眠資料庫已經有接近700萬次睡眠樣本，通過資料庫能夠讓我們知道產品應該往哪個方向研發。”今年前10個月，愉悅家紡完成出口22152萬美元，同比增長13%，已成為宜家、迪卡儂等多個國際一線品牌的全球最大供應商之一。

為更好對接海外消費者的需求，聯想、華為、海爾一批中國企業走出國門，到海外設立分公司乃至收購海外知名企業，從而提升品牌知名度和創新能力。

全球白色家電領導品牌之一海爾集團，2016年6月完成了對通用電氣(GE)家電公司的收購。海爾集團總裁周雲傑介紹，並購完成後，海爾已在全球形成了10多個主流品牌，包括海爾、卡薩帝、GEA、FPA等。每個品牌都有自己的市場定位，既能滿足不同用戶需求，品牌之間相互獨立又相互呼應。

產品升級的同時，電商平臺經營企業也在不斷延伸觸角，為中國“買賣全球”添磚加瓦。

京東有關人士介紹，從2015年進軍海外市場以來，京東積極佈局海外，與當地最有實力的企業集團合作，興建基礎設施和服務體系，使京東成功佈局了戰略上的先手棋。

目前，京東在印尼擁有自己的專屬物流公司JX Express，服務印尼全國的365個城市；同時，京東還與當地一些物流公司合作開發印尼更多的地區，2018年底可實現物流網絡覆蓋印尼所有城市；在泰國，京東與最大的零售企業尚泰集團有限公司合作成立合資公司，在當地提供電商服務和金融科技服務。

2016年轉向B2C的速賣通也迅猛發展。資料顯示，速賣通APP在2016年至2017年的全球下載量從2800萬次上升到5000萬次，增長了80%。其中，英國、澳大利亞、法國和德國位列月活躍用戶數前五。

天貓有關人士介紹，從行銷、商品、交易到支付、物流、資料、技術的一整套新經濟體基礎商業設施，天貓新零售正大規模向全球市場輸出基礎設施和商業理念，這是新零售“中國方案”的商業力量的最佳詮釋。

“中國品牌”日益崛起

在美國加利福尼亞州留學並定居的柳雅娜告訴記者，如果把中國產品與歐美國家、其他發展中國家生產的同類產品相比較，絕大多數中國產品品質好、價格合理，更能吸引消費者。

“無論是華人還是我們的美國朋友，日常生活中都離不開中國產品。”她說：“以前多數人只看產地，現在很多人開始通過品牌來選擇中國產品。”

“過去有中國製造，現在我們有中國品牌。”曹磊認為，改革開放近40年時間，一批中國企業已經走出代工、貼牌生產的發展模式，注重樹立自己的品牌。格力、海爾、小米、華為等品牌，線上線下都贏得了越來越多海外消費者的青睞。

在跨境電商加速發展的趨勢下，中國品牌在海外贏得的用戶黏度，將使中國產品的海外市場形成可持續性和成長能力。

曹磊認為，這一趨勢給中國

經濟帶來了新機遇，帶動了新經濟、新業態的發展，在支付、倉儲、快遞、資訊網絡等領域促進了創新驅動並催生了阿裡巴巴、京東、網易考拉等一批新型企業，帶動傳統產業轉型升級，打造了一系列新的經濟增長點。

中國出口電商加速發展，也更好地釋放了中國經濟發展的紅利，使全球更多消費者從中受益。山東省宏觀經濟研究院院長劉冰說，消費者在電商平臺上的消費是以輕工業產品、大眾消費品為主，這些都是中國的優勢產業。

他認為，近年來，中國企業在供給側改革的推動下，不斷提升產品品質、技術含量和價格競爭力。這些發展成果通過出口電商傳導，將讓全球消費者從中更多受惠。

“中國經濟在全球地位不斷提升，與其他國家聯繫日益緊密，出口電商具有良好的發展前景。”深圳中大萬泰資訊技術管理有限公司總經理柴磊認為，在一帶一路倡議推動下，中國企業將迎來更廣闊的市場和資源調度空間。未來三五年之內，出口電商有望繼續保持快速增長的勢頭。

今年9月20日召開的國務院常務會議確定了深入推進跨境電子商務綜合試驗區建設的措施，明確提出下一步將圍繞推動“一帶一路”建設，著力打造互聯互通、智慧化的新型外貿基礎設施，鼓勵建設覆蓋重要國別、重點市場的海外倉，加強物流網絡等配套服務體系建設。

《中國對外貿易形勢報告(2017年秋季)》也指出，中國13個跨境電子商務綜合試驗區建設取得階段性成效，配套政策體系不斷完善，交易規模快速增長，業務模式不斷創新。

“中國電商出口要實現更好發展，還需要解決好智慧財產權的問題。”曹磊介紹，我國出口商品經常在外觀、專利等方面遭遇法律問題。2016年初，我國3000多家跨境電商獨立站被美國婚紗禮服產業協會告上法庭，大量賣家受影響，值得警醒。

他建議，跨境電商企業也應當強化法律意識，提前瞭解當地的法規和檢驗標準，預判哪些行為可能會導致法律糾紛或者制裁措施，避免企業經營受到影響。

堪城新聞 · 堪城華人黃頁

堪城新聞感謝您多年的支持，為豐盛堪城新聞園地、促進社區人士更廣泛交流，歡迎提供各類活動、商業、得獎、溫馨社區人與事或和華人社區相關事件等文稿，或可與本報聯繫。

電話：913-850-0781或314-991-3747

傳真：314-991-2554 · e-mail: slcj@sprintmail.com

外賣店請人

誠請熟手接電話一名、女性優先。送外賣人員、FT/PT均可
913-634-5158

Japanese Sushi Restaurant for Sale

636-675-1019

堅旺裝修

承接餐館、住宅裝修，精通水電土木工、安裝抽油煙機、大小工程一條龍服務，二十年經驗，免費估價，請電陳師傅
816-787-5098

餐館出售

30年老店，房租\$1500，觀光區，靠近West Port跟Plaze，對面是音樂劇院Uptown Theater，一週3-4次演唱會，價格可商議。
816-531-2272
913-962-1832

外賣餐館出售

OVERLAND PARK
不設堂食，生意二萬四仟，價錢面議。查詢電話：
913-940-9102

快速通過聯邦按摩考試

不需要英文基礎，聯邦考試培訓，不耽誤工作，政府承認。專業考題(2016年下半年已陸續更新的最新試題)，100%通過，可用於31個州。代辦各州執照及學時證書。贈送教學配套光碟
培訓只限於堪薩斯州堪城地區及密蘇里州聖路易斯，其他地區可提供試題和光碟
請聯繫 626-863-9025 (Kevin)

退休

小外賣店轉讓，18年店無外送，獨棟有取餐窗口，坐北朝南十字路邊，午餐不開，星期日及任何假日均休，晚餐營業額夏天1萬6冬天1萬9，時間回復後月可達3萬(原有生意額)潛力巨大，售4萬5千，月租1200或1500二選一，條件不同，接手即可營業。
1-913-526-5657張先生
1101 S Commercial St. Harrisonville, MO

餐館請人

誠請炒鍋或幫炒、打雜各一名，Part Time 送外賣
913-951-6696