

万家星光

# 在青岛做跨境电商

刘 成 衣彦琳

海雾,像一片巨大的灰色绒布,缓缓漫过胶州湾,将青岛老城的红瓦绿树温柔地笼罩起来,而与之隔海相望的青岛自贸片区依旧灯火通明。

这片仅占青岛0.46%的土地,却创造了全市20%以上的外贸进出口额。在这里,跨境电商早已超越“买全球、卖全球”的简单叙事,蜕变为中国制造稳健出海、企业闯荡世界的大写意。在这片热土上,有无数追风者与坚守者,正将梦想与汗水汇入时代,涌向世界。

## 破局

这几天,青岛山川电子器材有限公司采购经理管宝跃忙得脚不沾地。东南亚客户急需的一批扳手和升降机正在加班加点赶制中。

管宝跃所在的山川电子,代理五金工具和仪器仪表销售,手里攥着10余家制造企业的代理权,仓库里常年囤着上百种工业配件,年出口额达800多万元。然而2年前,公司还在为如何出海伤脑筋。

“当时,不仅我们在寻找‘出口’”,我们对口采购的很多企业也想把产品卖到海外去,但都苦于没路子。”管宝跃说,“要想把产品卖到海外,首先得有海外客户,其次还要懂如何报关、退税等,这不是一般企业能搞定的。”

山川电子也曾盘算过组建自己的跨境电商团队,但细细核算过成本后不了了之:“组建外贸团队先得招聘懂外语、熟流程的业务员,还得配了解报关规则的专员,一年薪资就要几十万元,吃不消啊!”

这还只是表面能看得见的困难。在跨境电商的漫长链条上,还有许许多多看不见的障碍:如何掌握国外市场的合规标准,避免货物刚到港口就被扣押滞留;如何摸清海外仓储的库存周转、补货节奏;面对航线延误、关税调整,又该怎么控制物流时效和成本。

山川电子的这些困难,青岛中盛德轴承有限公司感同身受。作为一家主营轴承、电线电缆的制造企业,中盛德轴承的产品常年供应国内机械加工工厂,却始终迈不出“出海第一步”。

“我们的轴承精度符合东南亚农机、电机行业的需求,却没办法直接卖到客户手里。”公司销售经理辛晓芹无奈地摇头,“没有出口代理权,就只能找外贸公司合作。前些年我们尝试向泰国发了2000套轴承订单,光代理费加物流费就花了4万多元,利润直接压缩了两成,很不划算。再者,代理公司一般不管物流,出口一趟货物特别操心。”和山川电子一样,中盛德也想过组建自己的外贸团队,但因为人员

成本、海外物流成本等问题,最终搁置。

当一大批中小企业面对出海难题一筹莫展时,不少跨境电商团队正试图切入这片“蓝海”,青岛菲尔斯特物流有限公司就是其中一员。

“很多跨境电商团队刚入行时,都盯着‘快消品出海’的热闹,觉得五金工具、轴承这些工业用品‘笨重又麻烦’。但我们从轮胎行业出来,知道这些‘小零件’也是刚需。”菲尔斯特总经理张智谋早年从事轮胎行业时,海外工厂生产线曾因一枚质量不达标的螺丝钉停摆。那时候他就想,要是有个平台把国内优质的工业零部件提前送到海外仓,麻烦就能少很多。

这份产业共情,让菲尔斯特锚定了制造业“全链条服务”的方向。2018年起,他们依托青岛自贸片区和综合保税区的政策优势、港口资源和跨境物流便利,打造了以自贸片区为核心、辐射东南亚的制造业备品备件集散中心。

“这不是简单的‘仓库+物流’组合,而是能为中小企业提供‘备货规划、智能调度、应急响应’的全链条供应链枢纽。”菲尔斯特副总经理崔立鹏说,凭借对中小企业出海痛点的精准破解,菲尔斯特逐渐成了众多企业的出海伙伴。目前,山川电子、中盛德等300余家企业已入驻其电商平台。曾经苦于“出口无门”的他们,成功打开海外市场,破局出海困境。

“现在,跨境电商业务已成了中盛德的主营获利板块。”辛晓芹说,“每年出口销售额达六七百万元,更重要的是,公司只需要将精力放在生产上,省心多了。”

## 坚守

11月11日午夜,青岛青保跨境电商综合服务有限公司跨境公服部部长王艳华迎来了又一次“年度大考”。随着电商平台申报单证数据流的急速汇聚,眼前的电子屏上已是密密麻麻。

“电商大促峰值期间,我们所运营的公服平台1个小时要向海关推送几万个,甚至十几万个业务单证。”顶着困意,王艳华紧紧盯着屏幕上不断跳动的曲线和参数。计算机专业出身的她,是保障跨境电商贸易畅通的“守门人”。

跨境电商通关环节多、碎片化特征突出,为破解这一痛点,青岛前湾综合保税港区于2019年牵头搭建跨境电商公共服务平台。

平台构建之初,定位为跨境电商为海关认证的三级数据传输节点。“这一功能能让平台既能保障企业数据的原始性和安全性,又能实现与监管部门的高效协同。”王艳华解释,这座架设在青岛海关与企业

之间的“数字桥梁”,让订单、支付、物流信息精准无误地实时送达海关系统。

近几年,青岛全市跨境电商企业数量激增,分散的区域性服务已不能满足全域产业发展需求。2022年5月,青岛市商务局决定将此前的公共服务平台升级为服务全市的统一平台。“升级前,平台运营初期订单量仅数百单,”王艳华说,“目前日均已达3.7万单,峰值期间甚至突破单日10万单。”

“双11”通宵值守,王艳华经历了6年,亲眼看着平台上的入驻企业从零星几家增长到如今的五六百家,形成充满活力的产业集群:“目前公服平台的处理订单量已累计突破8600万单,数字清晰地记录了青岛跨境电商从破土萌芽到枝繁叶茂的足迹。”

几公里外,青岛海关查验现场依然繁忙。监管科科长王效斌与同事们正在加班加点进行货物清关工作。

“2016年,跨境电商主要是做进口业务;2019年后,出口业务呈现几何式增长,辖区最多时有八九十吨货物待出口,我们经常要忙到夜里12点。”王效斌是一名在海关工作了10余年的“老口岸”。

为应对激增的业务量,2019年青岛海关开始想办法提升通关效能,将现场关员配置扩充至原来的3倍,并引入智能查验设备等。

不同于传统贸易,跨境电商品类多、种类杂、单批次货量小、单独发运物流费用高,往往需要与其他货物拼箱出口。“以前,拼箱货物是‘先拼箱后查验’,一旦其中一票需要接受查验,其他货物发运也受影响。”王效斌说,今年开始青岛海关实施“先查验后装运”,解决了“一票查验、整箱滞留”的痛点。

黄岛海关,一批出口的工业零部件正在专用通道快速验放。这批货物,将在10天内运抵泰国海外仓,为当地中资工厂提供生产保障。“传统贸易模式下,这类货物至少要等待5天至7天才能完成通关,现在提前申报后,只需2个小时就能完成放行。”王效斌说。

随着一声汽笛轰鸣,新一批跨境电商货物即将抵达口岸。王效斌和同事们,又开始了新一轮的作业。

## 造浪

最近一段时间,青岛西海岸新区保税物流中心副总经理徐贵元心绪难平。“我们园区距青岛港直线距离仅500米,地理条件在全国跨境电商园区中首屈一指。可一些大客户还是被外地政策吸引,相继离去。”作为招商工作的重要负责人,他感

到既惋惜又焦灼。

早年,保税区、保税物流中心是少数沿海城市的“特权”。如今,各类综合保税区、跨境电商综试区遍布全国主要城市及内陆口岸。他心里清楚,不能一直依赖区位优势,要想在这场“争夺战”中守住阵地,就必须要有不可替代的服务价值。

为延伸服务链条,徐贵元和团队决定先稳住基本盘。园区有1000多家中小企业,不少企业面临着小批量跨境物流的痛点。“有的仅发一托盘货,有的甚至只寄送几箱样品,若选择常规物流渠道,单位成本居高不下,若寻求海外代理服务,又因货量过小、操作琐碎而屡遭拒接。”徐贵元说。

基于调研,保税物流中心创新推出了全托管服务,将分散的小批量货物进行整合,与其他大客户的货品共同拼装成整柜发运。既化解了小商户的发货难题,又实现了物流资源的最优配置。

此举一出,迅速吸引了外地企业的目光。

“‘全托管服务’让我们能专注品牌与销售,非常省心。”浙江松贞科技有限公司经理彭凌霄看中了保税物流中心的区位优势与全天候的服务能力:“前段时间,我们在韩国溯源直播卖货时突然爆单,幸好有园区的工人通宵协助贴码、打包,才保障了发货时效。”

目前,保税物流中心园区内已有三分之一的中小商户正享受着此类“保姆式”服务。但中小企业发货量的增长对于大客户流失的缺口而言,只是杯水车薪。“在这个流量为王的时代,我们必须从‘收租人’变为‘造浪者’,物流园区不仅要提供仓储空间,更要成为培育新流量的沃土。”面对困局,探索未停。

最近,一项“跨境直播孵化计划”应运而生,青岛西海岸新区保税物流中心联合高校免费为大学生进行直播带货培训,并与韩国官方贸易机构达成战略合作,打造一个集选品、培训、直播、物流于一体的完整生态。

“烦恼从来都是成长的伴侣。”徐贵元说,在这个变革的时代,真正的竞争力不在于坐拥何等优越的天然禀赋,而在于能否持续创造核心价值。



山东青岛智慧港口,科技改变传统码头提升码头作业效率。孙进涛摄(中经视觉)



图① 山东省青岛市李沧区世园街道的苏宁物流中心,叉车工正在进行出货作业。张 鹰摄(新华社发)

图② 工作人员正在青岛西海岸新区保税物流中心展厅直播。孙进涛摄(中经视觉)

图③ 山东港口青岛港,一艘装载集装箱的货轮在泊位停靠。俞方平摄(中经视觉)

一夜之间,“疯狂动物城”又火了。凭借有张力的故事、讨喜的外形,兔子朱迪和狐狸尼克这对经典CP再现荧屏,不仅单日票房破2亿元,衍生周边也成为顶流。49.9元的爆米花套餐里,那个印着朱迪、尼克的爆米花桶也戳中大众“味蕾”。

联动电影中的新角色与场景,上海迪士尼“疯狂动物城”主题园区持续更新;潮玩品牌52TOYS推出“疯狂动物城最佳拍档系列”玩具,并借势在线下构建IP体验场景;泡泡玛特推出的《再续系列》盲盒手办销售火爆,隐藏款“芬尼克”在二级市场溢价数倍;名创优品售卖的电影周边出现在挂件、帽子、擦手巾、纪念章甚至冰箱贴上……一个IP的影响力越来越大,并形成了规模效应。

上一个开启“狂飙模式”的,还是《哪吒之魔童闹海》。144分钟的电影延展成一场沉浸式体验,经典IP注入现代价值观,哪吒仅用两部电影即成“顶流”。

按常理说,一个搁置了多年的IP,多少会产生“冷感”,毕竟很多经典大片的续集都是如此。但《疯狂动物城2》不仅勾起“回忆杀”,还吸引了大量IP粉丝。这种情感认同,形成强劲的消费驱动力。

哪吒的“我命由我不由天”带来的同频共振,使观众在电影票根之外多了与IP相关的购物小票;“愿每一个拧巴敏感的内耗小姐都能遇到一位引导型的大方先生”,这是一位《疯狂动物城2》观众的高赞影评。对消费者来说,一个逻辑通顺、情感真挚的好故事,一个踩中“爽点”和“痛点”的好产品,值得为此埋单。对商家来说,找准情绪点、打造合造人设、制造卖点,方能聚拢起一批粉丝,培育IP运营的土壤。

流量IP持续孵化,凭借衍生周边延伸商业价值。拥有较高人气的IP各类联名数十个,从餐饮到服饰,从手机到汽车,几乎承包消费者的衣食住行。“顶流”IP玲娜贝儿、LABUBU一直在和粉丝们共同“成长”,将自身情感价值延伸至大众生活的方方面面,在多元化场景中完成生命周期的延续。

一头,是市场敏锐捕捉大众需求并创新IP产品;另一头,是愿为优质内容埋单的用户。“1000个观众心中有1000个IP”,当熟悉的背景音乐响起,心跳的角色出现,你会为它埋单吗?

谢 慧

宁夏西吉县小段村村民王海龙:

# 巧用资源 一举三得

我叫王海龙,今年45岁。我的家乡在宁夏回族自治区固原市西吉县兴隆镇小段村,地处“苦瘠甲天下”的西海固地区。过去,村民们靠养牛种地为生,日子过得紧巴巴,不少年轻人选择外出谋生。而我始终舍不得离开父辈耕种过的这片土地,我问自己:难道在这里就真的过不上富裕的生活吗?

随着脱贫攻坚的号角吹响,小山村也迎来转机:道路修到家门口,新房坚固又敞亮,更重要的是,大家找到了增收的门路——冷凉蔬菜种植和牛羊养殖。

日子渐渐有了奔头。我创办了宁夏源龙现代农业服务有限公司,靠着销售化肥农资改善生活,渐渐富裕了起来。乡村要更富有生机,不仅需要政策支持,更需要每位村民的共同努力。

我发现,随着村里养牛规模扩大,牛粪堆积成了新问题。一到夏天,尤其雨后,粪

堆污水横流、蚊虫滋生、臭气熏天,令人避之不及。同时,长期使用化肥导致农田养分下降,病虫害增多。怎么办?

我一直与土地打交道,知道改良土壤可以用有机肥。2016年,我萌生了一个想法:能不能把牛粪利用起来,既改良土壤,又解决环境污染?说心里话,卖化肥我在行,做有机肥却是“门外汉”。西吉县农业农村局和宁夏农林科学院专家给我吃了定心丸,让我坚定了信心,把之前卖化肥挣的钱,投进了“牛粪变肥”项目。

万事开头难。发酵温度需保持在60摄氏度并维持10天至20天,才能产出无害有机肥;当第一批带有清香味的有机肥出售时,却遭到农户质疑,因为在他们的传统认知中“牛粪越臭越有肥力”。

尽管困难重重,但经过和专家不断地调试,我们逐渐掌握了湿度、配比和杀菌灭卵等技术,产品质量稳步提升。

我们积极向村民宣传优质有机肥无害、无臭的特点,并引导他们试用。农户最看重实际效果:使用发酵腐熟的牛粪有机肥后,蔬菜病虫害减少,抗旱抗冻能力增强,成熟期提前。后来,我们推广“有机肥+无机肥”配方,每亩施500公斤有机肥并减化肥用量,得到了大家的认可。

2020年5月,公司在川口村建起了5000平方米的发酵车间,政府按“先建后补”政策每平方米补贴200元,减轻了我们的资金压力。

产品得到认可后,新问题又出现了:养牛又种地的农户不愿卖牛粪,导致企业缺原料。于是,我探索出一种“能存、能换、能取”的模式:村民们将牛粪运到企业,经发酵腐熟后存放,春播时按比例取用。当时,1立方米牛粪可生产0.7立方米有机肥,我们全额返还农户;若

农户不需要,则以每立方米40元收购。这不仅增加了农户收入,还解决了牛粪乱堆、企业缺少原料问题。

目前,企业年产4万吨牛粪有机肥,可以处理2万头牛的集中养殖粪污,年销售额达1800多万元。牛粪成资源,农户得增收,企业得发展,土质得改善,真是一举三得。

一人富不算富。随着牛粪原料增多,我们优先收购200多户脱贫户和困难家庭的牛粪。不仅如此,我们公司现有22名工人,其中16名是脱贫户,平均每人一年工资有4万多元。尽管机械化生产能替代一部分人力,但我坚持不减员——多一个岗位,就能多带动一个家庭。

(马思忠采访整理)

逐梦乡村·巩固脱贫攻坚成果