

## 我市跨境电商贸易再添新军

## 小红书华东仓昨在甬正式运营

商报讯 (记者 王婧 通讯员 周红梅 郭亦欣) 昨日, 小红书华东仓在宁波保税区正式开始运营, 这意味着我市跨境电商贸易再添新军。

据了解, 小红书于2013年在上海成立, 通过深耕UGC(用户创造内容)购物分享社区迅速成长, 现已成为全球最大的消费口碑和社区电商平台。华东仓项目是小红书的一项重要战略部署, 总面积50000平方米, 分两期建设, 并专门配备了恒温库。库内设有智能化包装流水

线, 支持日处理50万单。

“未来, 小红书宁波公司还将探索包括溯源、金融、保险等多领域的创新业务。”小红书合伙人曾秀莲说, 之所以选择落户宁波保税区, 一方面是因为看中宁波空港和水港的双重优势, 而由于宁波独特的地理位置, 更有利于小红书以宁波为轴心, 辐射整个华东地区; 另一方面是因为宁波保税区是国家跨境电子商务首批试点园区, 政策等配套措施比较完善, 拥有良好的跨境电商生态圈。

不止是小红书, 如今, 宁波保税区已成为全球龙头电商平台亚马逊、美国第二大零售商好市多以及阿里巴巴天猫国际、京东全球购、网易考拉、蜜芽等一批国内外电商巨头重要跨境基地, 同时还培育了正正电商、淘淘羊等新三板挂牌本土电商企业。截至目前, 全区获批入驻跨境电商试点企业已达518家, 大项目、大企业纷至沓来, 互联网经济与港口经济深度融合, 产业规模效应日趋凸显。

为了营造良好的投资软环

境, 近年来, 宁波保税区积极扩大升级仓储物流, 跨境仓储模式由原先单一的公共仓运作拓展为“公共仓+自营仓”模式, 全区跨境仓库面积已达35万平方米, 引进了菜鸟网络、嘉里大通、百世物流、顺丰速运、海航云商等一批国内外知名物流企业, 打造现代化跨境物流服务举措, 海关实施“集中查验、分散仓储、多点放行”、监管全程信息化以及365天无休审核等举措, 国检在全国首创

推出“入区检疫、区内监管、出区核查、后续监督”监管模式, 创新性建设宁波保税区为全国首个跨境电商商品质量检测“无费区”, 既强化跨境电商商品质量保障, 又有效提高电商运作效率、降低企业成本, 跨境贸易便利化水平持续提升。

截至8月31日, 海关累计审核通过宁波保税区跨境电商进口申报单5281万单, 交易额成功突破100亿元大关, 占全市跨境进口总额的79.3%, 居全国试点城市前列。

## 宁波智造港一期项目开工建设

将是新材料科技城建设的一个重要平台

商报讯 (记者 王元卓 通讯员 秦羽) 记者从宁波国家高新区管委会了解到, 宁波智造港项目一期工程近日已经开工。一期项目建筑面积10.8万平方米, 总投资约5亿元, 预计2019年完工。

宁波智造港将是新材料科技城建设的一个重要平台。项目总占地面积约442亩, 总投资约25亿元。项目东邻东外环快速通道, 西邻新梅路, 南至菁华路东端, 北至凌云路。将作为宁波首个以智能制造、智

慧生活和智慧运营服务为核心的智能制造创新平台, 宁波智造港旨在借助互联网技术, 融合创业创意等产业内容, 打造“产、城、人、文”有机结合的创新大平台。

在建筑形态、业态培育方面, 宁波智造港突破传统产业园区配套单一的困境, 除智能厂房外, 另配置有创客社区、人才公寓、中央公园、国际会议中心、商业配套等附属配套设施。同时, 还将搭建园区APP平台管理系统, 从智能餐

厅、停车管理、楼宇智能化等多角度出发, 为区内从业人士提供高效快捷的全方位智能服务。

宁波智造港正式投用后将聚集一批科技成果、创业企业和创新人才, 并计划在三年内落户50家以上以新材料、新一代信息技术为主导的高成长制造业发展需求提供咨询、研发、创意设计、财务结算的生产性服务业企业。

## 第六届创新创业大赛新能源及节能环保行业总决赛落幕

## 我市两家企业获奖

商报讯 (记者 王元卓 通讯员 王虎羽) 昨日, 记者从市科技局了解到, 在第六届中国创新创业大赛中, 我市一新能源企业和一环保企业获奖。

前天, 第六届中国创新创业大赛新能源及节能环保行业总决赛在山东德州落下帷幕, 宁波威集汽车科技(宁波)有限公司获得新能源初总组第一名, 宁波中创焊接技术有限公司获得节能环保行业初组

第五名。

目前, 我市已有12家企业在第六届中国创新创业大赛中获得荣誉, 获奖率高达85.7%。其中, 威集夺得新能源及节能环保行业总决赛的桂冠, 健信获得先进制造行业赛的三等奖。接下来, 还将进行互联网及移动互联网、电子信息和新材料等3大行业的总决赛, 分别在桐乡、深圳和宁波等地举行, 我市还将有6家企业参加相关赛事。

美国安利公司首席营运官麦凯泽和安利大中华总裁颜志荣访浙  
年轻化、数字化、体验化成关注焦点

10月16日, 美丽杭城秋雨绵绵。美国安利公司首席营运官麦凯泽先生和安利大中华总裁颜志荣先生、安利大中华市场副总裁余放女士、安利(中国)副总裁黄圣文先生一行, 巡访安利浙江分公司。

此行, 他们除了走访合作伙伴, 调研市场, 还专门去体验了共享汽车、共享单车, 逛了盒马鲜生。当天下午, 在安利浙江杭州体验馆内, 安利高层在接受我省各主流媒体的专访时, 向与会记者“安利”(网络用语, 意为强烈推荐)了在新时代, 安利全新的年轻化、数字化、体验化战略。



## 营销人员和产品都在不断年轻化

“任何一个企业要发展, 要成功, 都必须不断地输入新鲜血液, 要年轻化!”

谈及“年轻化”, 颜志荣说, 这是任何企业发展都必须考虑的。80后、90后、00后, 都是在数字化下成长起来的, 他们的社交方式、消费习惯、获取资讯的途径, 乃至思维方式、沟通方式, 都基于互联网、数字化的大背景。

安利的年轻化战略, 就是从互联网工具、平台到品牌沟通方式、产品, 都进行改变, 以吸引更多的年轻人加入。

“以安利杭州分公司为例, 现在的营销人员中, 40%为35岁以下。”颜志荣说, 另一个数字的变化可以看出年轻化战略的成果: 五年前, 通过线上订单完成的业务占总业务量的10%左右, 而现在则达到了70%。

不仅是营销人员年轻化, 安利产品也在不断地年轻化。9月, 安利引进的针对年轻人的运动营养饮料XS瞬间成网红, 29小时售出1000万罐。

“在未来几年, 你会看到越来越多产品创新出来。比如纽崔莱品牌是补充维生素和矿物质的保健品品牌, 未来可以看到纽崔莱不仅有新品上市, 还有专门为中国市场量身打造的新品。”麦凯泽向记者透露。

## 互联网为企业插上翅膀

“互联网+”时代来临, 人们的消费习惯和方式正在发生改变, 对安利的未来将会产生什么样的影响?

“作为一家直销企业, 所要做的是如何在互联网+的时代, 用数字化为企业插上翅膀, 帮助营销人员更好地提高效率。”颜志荣用“与生俱来的DNA”来形容直销之于安利的意义。

2015年, 安利对外宣布了面向未来的

“2025战略”。未来十年, 安利(中国)将由传统意义上的线下直销公司, 转型成一家互联网+直销的公司, 与之相匹配, 安利公司启动实施了数字化、体验化、年轻化三大战略。

2016年3月, 安利移动工作室正式面向基层经销商开放, 目前已有30万经销商入驻。

2016年4月, 安利推出了跨境电商平台, 未来几年, 在这个平台上会有越来越多的产品供中国消费者选择。

## 未来以体验馆为中心进行店铺改造

今年乔迁到杭州绿地中央广场的安利公司, 改变了以往以仓储店铺的形式, 展现在大家面前的是一个时尚的三层楼体验馆, 有咖啡区、品牌体验区、厨房区等。

“安利在线上有经销商‘移动工作室’, 但要结合线下体验。”颜志荣说, 来这里走一圈, 你会看到安利的实力, 会了解安利的品牌。

这种改变, 线上线下结合, 主要是帮助转化。

体验馆的建立标志着安利全面迎来体验时代。

下一代的安利店铺, 将从现在的零售仓储中心升级为品牌中心、文化中心和交流中心。

“今天体验了吗?”你身边是否也会有人问出这句话。2014年开始布局体验战略至今, 安利体验实体已开遍大江南北, 目前已达60余家, 安利正以此为平台, 让营销人员和消费者更了解它的产品、品牌、文化和内涵。

说年轻化

说数字化

说体验化