



B

日用消费品进口:消费升级下的新商机?

红酒、奶粉、化妆品……和大宗商品相比,日用消费品的规模和金额虽然不大,却覆盖了人们生活的每一个角落。在宁波,这些日用消费品漂洋过海的重要途径之一便是跨境进口电商。今年上半年,宁波口岸累计实现跨境进口电商交易额64.9亿元,比去年同期增长140%,也在这一领域跃居全国第一。

成立于2010年的宁波保税区市场发展有限公司,依托于保税区由加工贸易向保税进口模式转型而成长,去年销售额已超过100亿元,未来的目标是将公司打造成华东地区进口贸易的通道。宁波国际会展中心的进口商品馆便由该公司负责。公司副总经理邱海龙对宁波日用消费品进口的前景相当“看好”。

“原因有几方面。第一,人民群众的需求上来了。大家可选择的商品越来越多,对进口商品的追求也日益增加。第二,据我们了解,华东地区占了全国进口日常消费品的35%甚至更多。目前,京东、网易考拉、天猫国际等大平台都在宁波设置仓库,使得宁波可以成为整个华东地区市场的辐射中心。再加上宁波-舟山港的优势,从宁波分拨转运货物可以节省物流成本。最后,宁波保税区已集聚了接近1500家从事进口的企业,会产生规模效益。”邱海龙说。

宁波保税区正正电子商务有限公司是2013年第一家在保税区成立的进口电商公司,现在主要从事跨境综合服务与自营业务,也在前年开始探索一般贸易进口。去年,通过正正电商进口的红酒高达180万升,货值3000万元,排名宁波市第二。公司副总经理胡杭波也对“消费者对进口商品需求的增长”感同身受。

“从市场上看,同样的大类,可以衍生出很多子品类。比如男性护肤原本只有面油,现在有各种面霜等,以满足人们的需求。此外是渠道上的丰富,2014年-2015年公司进口订单有一半来自苏浙沪,其次是珠三角。如今,一些内陆省份对消费品需求提升非常快,甚至还有来自西藏的客人和我们合作,想把我们进口的家居、日用品等运到当地。”胡杭波说。

将宁波作为进口集散中心,这一市场前景令人看好,但试水蓝海并非一帆风顺。“第一是资金问题。日用消费品也需要金融支持货物的流转,但不少产品不在银行的抵押范畴,故有存在融资上的限制。第二是渠道的建设,靠企业从头开始做会有困难。第三是复杂的物流。日用消费品类目复杂,通关时难以标准化,对口岸通关的要求会更高。购物节日期间,物流会受到更大挑战。所以机会很大,但困难也很大。”邱海龙说。

“我们有一块没有碰,那就是食品,因为检验检疫和

运输方面不确定性和较长的通关时间,可能会带来过期的风险。所以我们对家居清洁类产品投入的更多,因为它的性价比高,复购率也高。至于化妆品,国家的批文周期很长,导致大量灰色化妆品从香港口岸入境,对一般贸易进口化妆品带来冲击。”关于不同品类的清关,胡杭波举了更详细的例子。

宁波世贸通国际贸易有限公司从2016年年底开始对进口板块做了产品转型,服务定位以民生日用消费品为主,近期进口产品包括红酒、婴童用品、矿泉水、服装配件、汽车配件、平行进口汽车等。

“公司的一些进口商客户,也集中存在选品资源有限、下游渠道单薄、资金压力大、组货能力弱等问题。我们正在帮客户探索国内外渠道联动,政策分析,成分审核,品牌助推等。近期我们帮一家保税区的进口公司咨询一个进口拉脱维亚面包干的项目,经审核部分面包干的配料表不符合中国的标准,使这家公司避免了经济损失。”世贸通总经理助理赵颖说。

如何解决这些普遍问题?邱海龙说:“第一,我们希望通过全国连锁的进口商品直销中心,以凝聚更多进口企业。第二是打通供应链,致力于交易过程安全化,通关环节便利化。第三是建立渠道中心。很多企业是第一次做这个生意,而铺设渠道、与大平台谈判都需要时间和实力,没有政府打造平台很难做到。所以我们准备打造单体新零售、新营销的改造,让企业可以借助我的渠道,先生存、后发展。”

在“新零售”方面,邱海龙也提出了三个方法。“首先是打造数字化的货源系统,为企业打通线上线下的信息通道。第二,搭建外贸孵化平台。很多企业没有跨境贸易实战经验,所以希望能通过孵化,培养更多能快速上手从业的人才。第三,希望整个市场能引入一些新理念。前段时间,我们已经尝试了和阿里巴巴做‘网上拍卖’,未来我们也打算开放会展中心11号馆,定位成面向中高端人群的商品体验场所,把整个业态做得更丰富。”

赵颖介绍道,目前世贸通搭建了线上+线下的进口商品展示展览服务板块,“希望这样能够给宁波企业更多‘想买却买不到’的商品,帮助企业解决‘想进口却不知道怎么进口’的问题。”针对进口企业缺乏专业人才的问题,世贸通还将在本月上线“国际外贸人才服务网”,帮助外贸企业与相关高校进行人才对接。