

“反向海淘”凸显中国制造卖全球

上投摩根新兴动力混合 斩获金基金奖

日前,由上海证券报主办的2022年“第十九届中国基金业金基金”评选结果正式揭晓,上投摩根新兴动力混合型基金凭借出色的长跑业绩,在一众基金中脱颖而出,斩获“金基金·投资回报基金奖”。

上投摩根新兴动力基金着力聚焦国家七大战略新兴产业进行投资,是一只动力十足的长跑绩优基金,自2011年7月13日成立以来便由杜猛管理。银河证券数据显示,截至今年10月底,上投摩根新兴动力基金近11年来收益率高达480.28%。(杨广)

中欧盈选6个月 持有FOF即将发行

四季度以来,资产配置和基金选择的难度显著加大,面对变化莫测的市场和琳琅满目的基金,具备二次分散风险特点的FOF基金成了震荡市受关注的选择。为帮助投资者应对震荡调整行情,中欧基金将于11月21日推出由资深老将桑磊掌舵的中欧盈选平衡6个月持有期混合型基金中基金(FOF)。

中欧盈选FOF拟任基金经理为资产配置老将桑磊,现任中欧FOF策略组负责人、基金经理,证券从业经历超15年,在FOF投资与研究领域实战经验丰富。(杨广)

农银汇理再度摘得 “金基金·TOP公司奖”

11月14日,由上海证券报主办的第十九届“金基金”奖获奖名单隆重揭晓。凭借长期优异的投资业绩及优秀的风险管理能力,农银汇理基金再度摘得“金基金·TOP公司奖”,农银行业混合基金获得“金基金·偏股混合型基金三年期奖”,农银新能源混合基金摘得“金基金·投资回报基金奖”。

基于对长期投资回报理念的坚守,农银汇理基金不断涌现出众多长期业绩突出的基金产品,旗下13只基金斩获海通证券五星级评级。(杨广)

探“十万+”爆款

寻动能 新密码

文/羊城晚报记者 沈钊 汪海晏
图/受访者提供

快速通关 海外消费者下单 也可“次日达”

“今天的监管量突破8万票,是平常业务量的4倍!”在位于广州白云机场口岸北区的进口跨境电商监管仓,广州海关所属广州白云机场海关关员苗瑞琴看着眼前繁忙的景象说。她面前是五条全力运转的查验传送带,数以万计的跨境电商直购进口包裹正在高效通关。

“双11”期间,日韩的化妆品、欧美的保健品等各类商品通过跨境电商“小”包裹,从广州白云机场口岸进境,经海关查验放行后,送达全国各地。而在出口方面,广州生产的服装、鞋靴、箱包等非常受海外消费者欢迎。随着跨境电商新业态发展迅猛,国货出海持续加速,“反向海淘”成了新的流行趋势,让海外消费者也能享受到“买买买”的便捷和快乐。

广州市金圣斯皮具有限公司的外贸专员下班后,就地“转型”为带货主播,用一口流利的英语,向跨境电商平台客户推销。而这样的情况,在“中国皮具之都”广州花都狮岭镇里并不鲜见。许多箱包皮具企业算准时差直播带货,向海外消费者展开促销。“跨境电商是我们今年出口的新增长点,占公司整体出口20%以上,未来潜力会更大。”金圣斯皮具董事长黄辉古说。

而在繁忙的广州南沙港,“中国制造”商品也正通过跨境

历了14年发展的“双11”,早已不再专属于中国市场,而是面向全球。广州海关近日发布的数据显示,今年“双11”期间(11月1日至11日),广州海关累计监管跨境电商零售进出口商品近2500万票,同比增长65.2%。其中跨境电商零售出口商品达2077.9万票,同比增长1.25倍。可以说,反向“海淘”在这个“双11”已经成了新趋势。而在“反向海淘”加速背后,凸显的是近年来跨境物流的畅通、平台服务的优化,以及中国制造卖全球的趋势。

电商运向全球。“双11”期间,广州海关所属南沙海关跨境电商出口业务迎来通关高峰,日均放行出口电商包裹逾10万件。仅仅11月10日当天,12辆载满广州市品成物流有限公司出口商品的货车离开南沙综合保税区,在南沙海关关员的监管下,该批超2万票跨境电商货物实现了快捷放行,顺利发往海外。据统计,今年11月1日至11日,广州海关累计监管跨境电商零售出口商品达2077.9万票,同比增长1.25倍。

阿里巴巴旗下全球速卖通华南区关务经理言梧说,在海关全力保障下,包裹通关顺畅,香港消费者通过天猫超市下单,可享受“次日达”。

更多平台布局 反向海淘“中国制造” 热情高涨

“今年天猫‘双11’购物节全球同时开卖,海外消费者也能享受‘买买买’的快乐。我们公司预计‘双11’有价值近400万元的跨境电商货物出口至泰国、老挝、缅甸等东南亚国家。”广州市锦瑜贸易有限公司报关负责人刘显焯介绍,今年前10月,该公司共出口跨境电商商品近24万票,货值约7304万元。

近年来,“双11”早已走出国门,成了海内外消费者共同的购物狂欢节。尤其在东南亚,“双11”的概念被电商平台引入至今已有第十年。东南亚“双11”也是中国跨境商家最为期待的年

终销售旺季,来自中国的风格化女装、国货美妆、数码配件等产品同样受到东南亚消费者的追捧。

东南亚电商平台Lazada平台最新数据显示,其旗下的线上品牌商城LazMall见证了中国跨境美妆品牌对比“9·9”大促实现单量翻倍,其中彩妆、男士护肤品牌订单量增长160%;鞋服方面,LazMall上的中国跨境鞋服品牌前12小时订单量便超过去年“双11”全天120%。

此外,来自中国的高性价比户外露营装备,多个品牌均在今年Lazada“双11”期间表现突出。比如,户外露营品牌BS-Wolf Thailand在泰国收获了对比今年“9·9”大促同期15倍的急剧增长。

除Lazada外,今年参与“双11”大促的出口跨境电商平台,还包括全球速卖通以及东南亚电商平台Shopee。今年,尽管各大平台均未公布具体的交易规模,但是从部分公布的细分行业增速来看,已经有更多的海外消费者参与到了“双11”的大促中来。

“近两年,中国商品在海外电商平台上的销售都呈现向好趋势。”对此,网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部高级分析师张周平对羊城晚报记者表示,近年来,国内电商平台发展如火如荼,海外消费者对网购“中国制造”的热情高涨,“反向海淘”与几年前国内兴起的海淘潮流相映成趣。“双11”期间,越来越多海外消费者在电商平台



上购买“中国货”,开启了一波“反向海淘”热。

在张周平看来,目前海外“双11”大促参与的平台数量较为有限,但未来将有更多平台参与进来,除目前阿里系(阿里国际站、全球速卖通、Lazada)外,京东系(京东全球购)、字节系(TikTok)、拼多多系(Temu)等互联网巨头的纷纷布局加码,也将带动“双11”出海的持续升温。

中国品牌实力提升 是出海升温底气

羊城晚报记者梳理发现,今年9月,拼多多宣布启动“2022多多出海扶持计划”,该计划将投入百亿资源包,首期打造100个出海品牌,扶持10000家制造企业直连海外市场。此外,“今年双11”网商银行行为速卖通、Lazada、Shopee等跨境电商商家新增贷款额度近200亿元,支持中国中小商家出海,服务的跨

境电商商家数量超过14万。

实际上,近年来“反向海淘”越来越火的背后,除了跨境物流的畅通、平台服务的优化外,其背后最重要的因素,是中国品牌实力的提升。

经过多年培育,跨境电商迅速壮大,仅在广东,广东制造、广东品牌也纷纷在海外崭露头角。数据显示,仅阿里巴巴国际站南粤大区(除深圳、东莞)就在广东地区服务了超过3万家跨境电商商家,覆盖35个行业,超20个重大产业集群。

成立于1999年的广东太力集团是一家科技家居用品企业。“你可能没有听说过我们的名字,但你一定用过我们的产品。”太力集团负责人自豪地对羊城晚报记者表示,“我们公司的免抽气真空压缩袋,上过14次太空。”太力的免抽气真空压缩袋,每年全球销售超1亿个,是沃尔玛、家乐福、好市多等零售巨头的全球供应商,每年海外

销售规模超4亿元。

实际上,正是一家家外贸企业不断奋力向高端跨越、智能升级和绿色转型,才有了中国制造质量竞争力水平的不断提升。“反向海淘”不仅带动了国内相关制造业的蓬勃发展,从整个链条来看,跨境物流、仓储、市场推广等各个环节,都创造了大量创业机会和就业岗位,使国内外相关从业者都能从中获益。

从商品和品牌实力来看,物美价廉已经不再是国货的唯一标签,阿里巴巴国际站相关数据显示,过去三年,新能源、机械、汽摩配、消费电子等高附加值行业贡献了主要增长力。其中,今年前三季度国际站新能源行业交易额同比增长超过134.7%。阿里巴巴国际站总裁张阔说:“从当前外贸的出口结构方面看,去年以来,中国出口的单公斤货值同比增长20%左右,主要驱动力来自出口持续转移至高附加值的行业。”

深刻领悟“两个确立”的决定性意义

增强“四个意识” 坚定“四个自信” 做到“两个维护”