



品牌渠道双翼齐飞 供应链条凸显优势 永康制造布局行业性垂直跨境平台

融媒记者 应柳依

本报讯 近年来,我市大力推进电商换市,跨境电商蓬勃发展,已吸引庞大的创业群体,成为新的经济增长点。截至目前,我市在各平台从事跨境电商的店铺约1.13万家,去年全市实现境内外网络零售额突破千亿元大关。

面对市场辽阔又竞争激烈的跨境蓝海,健身器材行业应如何借助跨境电商出海,拓展亿万级的市场?本土及外地优秀的跨境电商运营商又该怎样帮助企业实现外贸出口增量,提高国际市场占有率?9月24日,在跨境电商出海交流会上,来自省内外的专家纷纷支招破局。

选择跨境电商已是大势所趋

早几年,杭州镇涵运动器材有限公司总经理胡九曙(永商)就有这样的感受,随着国际贸易政策不断变化,公司如果按照传统的贸易模式发展,将会面临瓶颈期。

传统销售模式有中间商赚差价,另外,没有自主品牌、转型不及时,就可能被市场逐渐淘汰。胡九曙说。正是意识到这一点,他从2016年就开始带领着团队从传统外贸渠道转型发展跨境电商。

很大程度上,不论是永商还是永企,选择跨境电商是形势所逼。此次活动的主办方、IWF国际健身展董事总经理彭冲说。发展跨境电商一方面可以拓宽企业的交易渠道,另一方面可以培养一批企业通过电商方式创立品牌,摆脱“加工厂”标签。

相关行业报告表明,今年上半年我国跨境电商进出口继续保持良好发展势头,跨境电商进出口8867亿元,同比增长28.6%。这意味着想要寻求生意扩张的制造商和经销商迎来巨大的机遇和挑战。尽管如此,并不是所有企业都可以适合立刻加入跨境电商队伍。跨境电商的准入门槛还是相对较高,需要做好运营相关的前期准备工作。

探索跨境电商模式,企业应考量自身实际状况,可能是目前地区政策有限制,也可能是企业系统技术还未能满足做跨境电商的需求。阿里巴巴全球速卖通商家运营专家陆凤说。

这当中,不少企业思路明确。这些年公司线上平台和线下渠道融合积累的经验对于产品创新和市场拓展起着至关重要的作用,为公司下发展跨境电商打下了良好的根基。亿健品牌创始人潘岩君说。

对此,市商务局相关负责人表示,将加大力度完善促进跨境电商的支持政策,加强跨境电商培训和跨境电商氛围的营造,通过各种方法促进本地外贸企业转型升级。

合理运用跨境电商打开市场

去年以来,制造业面临着原材料成本上涨、集装箱一箱难求、汇率波动频繁、疫情常态化发展等多座大山。在这样复杂的大环境下,企业压力可想而知。

现在大部分永企主要入驻阿里巴巴、速卖通、eBay,这些平台经过多年发展,竞争十分激烈,客单价相对较低,建议永企可关注更多行业性的垂直平台。运营与人才储备密不可分,可助力企业加速发展。精准布局创意策略,可以有效帮助品牌匹配、提量、转化。针对这一现状,来自中国电子商会跨境电商工作委员会常务副秘书长吴申星、飞书深诺资深电商策略专家张峰、甲骨文公司NetSuite中国区高级渠道经理冀冉、阿里巴巴全球速卖通运动行业运营专家巴塞、阿里巴巴全球速卖通商家运营专家陆凤、跨健通(厦门)信息科技有限公司创始人谢靓楷等在会上纷纷支招,分享了一些鲜明的观点和建议。

事实上,专家的观点也传达出了这样一种理念,特殊时期给予企业的不仅是迷茫,实际也藏着众多商机。海外电商渗透加速,海外本地商品价高,中国供应链优势凸显。主办方IWF国际健身展接下来将全面搭建信息桥梁,让优秀的跨境电商运营商与我市健身器材行业企业牵手,助其转型升级,以创新抢占制高点,形成跨境电商的最佳成长方式,将永康制造打造成拥有国际影响力的品牌。

猪肉价格跌回 十字头 总体销量相对稳定

二师兄 品牌傍身依旧跑得欢

今年以来,猪肉价格仿佛坐上了滑梯,平均价格一路下行,直至跌回“十字头”,不少市民直呼:“二师兄”终于越来越接地气了。

国庆小长假临近,猪肉价格如何?未来价格还会继续降还是涨?日前,记者采访相关部门、业内专家及养殖户(企业),以回应百姓诸多关心热议的问题。

融媒记者 应柳依



市民在超市挑选猪肉

猪价跌回 十字头 销量同比略有上扬

9月22日晚,市民胡勇下班后走进华丰菜市场买菜。逛到猪肉摊时,他多称了些:现在猪肉价格便宜,散称夹心肉每公斤24元,散称大排每公斤也才36元,趁便宜多买点。

华丰菜市场商品准入工作人员张书品介绍,菜市场里的猪肉售价都是跟着市场行情走的。今年春节过后,长期居高不下的猪肉价格仿佛坐上滑梯,迎来一波又一波降价,不过猪肉目前价格已趋

于稳定。

根据华丰菜市场今年商品价格统计分析数据显示,2月以来,五花猪肉价格从每公斤56元左右一路降至每公斤30元左右。期间曾有小幅上涨,但总体呈下滑趋势,跌幅约46%。

每公斤24元的零售价,是这两年我卖过比较低的价格了。在农贸市场经营一家肉摊的胡师傅说。当记者问及猪肉降价带来的影响时,胡师傅表示,猪肉降价对

商户来说影响不是很大,因为自己批发猪肉的价格也会相应降价,能够维持一部分固定的利润空间。

猪肉价格下降,对于市民来说自然喜闻乐见,一定程度上刺激消费需求。记者分别从华丰菜市场、农贸市场、大润发超市等地了解到,虽然猪肉平均价格回归“十字头”,但总体销量相对稳定,同比去年略有上扬,在刚过去的中秋小长假,销量则较平日上浮一些。

养殖户遇多重夹击 成本上涨收购价低

我市作为工业强市,生猪产业占比本就不高。根据市农业农村局统计数据,截至今年上半年,我市生猪饲养量为5.4万头,同比增长31.7%。

存栏量不高,市场需求却不小。近几年,我市为保障本地猪肉消费市场货源充足、渠道畅通,每年都会从市外调运一部分生猪。从今年的情况来看,平均每天调运200多头生猪。

其实,本地生猪源是不太会出现积压情况,但由于受整体市场行情影响,每次市场价格波

动后相关养殖户就会受到牵连。市农业农村局畜牧农机发展中心相关负责人说。

对于猪肉价格的持续下跌,业内专家分析,这里面有多重复杂因素,但主要原因还是整个市场压栏大猪较多,供应端压力较大。其次,今年全国上下多次投放中央储备冻猪肉,也导致了猪肉价格持续低位。

市志伟农业开发有限公司现养殖约5000头主流猪种“三元猪”。摆在眼前的问题不仅仅是猪肉价格下降,还有饲养成本

的上升。现在生猪收购价是每公斤六七元,且目前看来还没有反弹迹象。该公司负责人谢志伟说。今年,玉米、豆粕等饲料涨幅明显,另外多出了防疫防控成本,每公斤生猪的饲养成本较2018年已高出4元。也就是说,当前每售出一头猪要亏损五六百元。

为在保供的同时尽可能减少亏损,谢志伟一直在谨慎观望市场反应。盲目缩减规模显然不可行,在这过程中,反而应看准时机,低位时适当引种增量,平稳渡过难关才是关键。谢志伟说。

多举措维稳市场 农企自救消化压力

面对全国猪价形势持续走低,今年我市陆续通过推进兽用抗菌药减量化和饲料环保化“两化”试点,以及启动市病死动物无害化处理中心等举措对生猪产业加以科学管控,从而助力维稳市场。

政府介入管控的同时,企业也在积极消化压力。作为我市农业龙头品牌,伟丰两头乌今年有了新动作。这段时间我们研发出了猪肉酱、腊肉、酱油肉、糖醋里脊等预包装食品,目前正在做产品外包装,计划在10月底前正式上线,抢抓“双11”“双12”的销售黄金档。浙江伟丰肉食品有限公司总经理杨莉说。届时,该公司将通过微信小程序、自营

天猫旗舰店以及和第三方平台合作全面铺开新品,拓宽销售渠道。

作为行业内数字化改造的先行者,市康宁藏香猪养殖有限公司依托数字平台实现了全封闭管理,通过配套的先进自动喂料系统、环境控制系统和粪污处理环保设施等进行专业化肥猪生产。后台可以实现舍内环境调控、智能饲喂、能耗监测等,管理科学省心,风险大大降低。康宁公司负责人胡曦华说。

据悉,志伟公司、康宁公司均是去年我市落成的年产万头以上新建场。今年年底前,我市还将建成1个年出栏10万头生猪养殖场,持续推动生猪产业高质量发展。

一方面我们要求养殖户在低潮时做好安全生产工作,另一方面鼓励他们投入数字化管理和品牌化建设,优化硬件设施,提高养殖效率,挖掘深加工潜力,提高产品附加值。市农业农村局畜牧农机发展中心相关负责人说。

再过几天就是国庆长假了。按照惯例,这一时期猪肉消费需求会有所增加。那肉价是否会有所上扬?多位业内人士预估,目前生猪供应仍处于产能释放期,整体生猪出栏量不低,市面上的生猪供应还是相当充足的。所以,即便是小长假拉高了消费需求,但猪肉价格出现大涨大跌的概率也不大。