



跨境电商开启“加速跑”

青年主播就业新选择

随着全球贸易格局的深刻变革和互联网技术的飞速发展,跨境电商正以前所未有的速度崛起,成为中国外贸增长的新引擎。近日,泉州港成功开通的“福建晋江—金门快线”外贸集装箱航线,不仅标志着跨境电商海运物流的进一步成熟,更预示着青年就业新选择和品牌全球布局的新动向。

361°
多一度热爱

微信扫一扫,获取更多前沿资讯

淘工厂

匹克体育
PEAK

1

促进外贸新动能

日前,晋江市围头港区汽笛鸣响,集装箱船“东山25”轮缓缓离泊码头驶向金门,标志着“福建晋江—金门快线”外贸集装箱航线首航成功,这也是泉州港首次开通跨境电商海运快线。

据悉,此次首航承运的货物货值达333.23万元,包括服饰箱包、户外用品、母婴用品、家居用品、小型家用电器、手机、电脑等产品,共计5000多件包裹,全部来自晋江航拓电子商务有限公司。

据晋江航拓电子商务有限公司关务经理杨艺介绍,以往他们的货物需要先运抵厦门,再从厦门转运至金门,这不仅增加了运输时间,还增加了物流成本。而现在,泉州口岸的截单时间和发船时间更为灵活,公司有了更多的揽货时间,预计业务量将有所增加。

2023年,中国跨境电商发展迅速,出口总额超过1.8万亿元,增长19.6%。仅从上海浦东机场海关统计数据来看,有3家电商平台2023年出口申报量同比增长超10倍,迎来了爆发式增长。

根据商务部报告,2023年中国跨境电商进出口总额达到2.38万亿元,同比增长15.6%。其中,泉州跨境电商的出口额也呈现出强劲增长态势,助力泉州产品通达全球,为国际贸易注入新动能。

自2015年起,商务部先后设立了165个跨境电商综试区,鼓励各试点在监管、标准、信息化等方面积极探索创新。目前,跨境电商综试区内企业的跨境电商贸易规模占全国的比重超过95%。泉州地方政府推出一系列扶持政策,积极引入和培养电商人才,为电商企业发展营造了优越的环境。

2

青年就业新选择

在泉州东海跨境电商生态圈的一角,隐藏着一个与世界紧密相连的跨境电商直播间。这里的每一秒都充满了活力与激情,是新一代青年实现梦想、连接世界的舞台。

苏葭伊,这位年轻的跨境电商主播,正站在直播间的中心,用流利的英语向海外消费者介绍着产品。在她的身后,摆放着琳琅满目的商品,每一件都代表着泉州的制造与品质。

这个直播间不仅仅是一个销售平台,更是一个文化的桥梁。苏葭伊和她的团队在直播中融入了中国的文化元素,通过讲解、展示和互动,让海外消费者更深入地了解中国,感受中国的魅力。

随着跨境电商基建和生态的不断完善,进入门槛显著降低,越来越多的年轻人加入了这个行列。他们用自己的智慧和努力,为中国的商品走向世界贡献着自己的力量。而跨境电商直播间,也成了他们实现梦想、连接世界的青春舞台。

在海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良看来,随着互联网技术的发展,跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势,助力各国消费者、生产者“买全球、卖全球”,已成为全球贸易的一股“新势力”。

随着中国跨境电商行业的持续繁荣,青年主播正成为推动行业发展的新动力。商务部中国国际电子商务中心近日发布的《中国电子商务人才发展报告》显示,直播电商、跨境电商等行业的人才缺口已达1500万人。

分析人士认为,青年主播的崛起不仅为跨境电商行业注入了新的活力,也为中国电商行业的未来发展奠定了坚实的人才基础。随着技术的不断进步和市场的不断扩大,中国跨境电商行业将迎来更加广阔的发展前景。

3

品牌加速全球布局

距离巴黎奥运会开幕仅有66天的时间,这场全球瞩目的体育盛事不仅牵动着运动员和体育迷的心,同时也为跨境电商平台上的体育用品销售带来了前所未有的机遇。

在位于泉州洛江的泉州南洋艺品的车间里,工人们正紧张而有序地忙碌着。他们手中的,正是即将亮相巴黎奥运会的吉祥物——“弗里热”。如今的“弗里热”吉祥物,已不仅仅是一件工艺品,更是跨境电商平台上备受瞩目的热销商品。

今年的巴黎奥运会,在泉州主要出口市场欧洲召开,且今年还有亚洲杯、欧洲杯等多项国际体育赛事。可以说,2024年是体育产业出海创业者的体育大年。

奥运会作为全球顶级的体育赛事之一,其影响力不仅仅局限于体育领域。对于跨境电商而言,它更是一个绝佳的展示和销售平台。“体育赛事会带动体育相关商品销量增长,特别是赞助赛事的运动鞋服品牌,可以获得大量曝光度。”此前在布局赛事营销时,匹克集团董事长许景南就信心满满,要在巴黎奥运会上助力合作伙伴实现100枚奖牌的目标。

安踏早前就开始了全球营销布局,除旗下亚玛芬体育现有的海外品牌及其销售网络、研发体系外,安踏集团旗下安踏主品牌与斐乐品牌也正加速出海。

匹克和比勒音芬等品牌也纷纷发力,通过跨境电商平台,将具有中国特色的运动鞋服产品推向海外市场,同时结合当地的文化和消费者习惯,推出定制化的产品和服务,满足当地消费者的需求。

除了运动鞋服品牌外,中国的体育器材、运动配件等商品也通过跨境电商平台实现了全球销售。这些商品在奥运会等国际体育赛事的推动下,销量持续增长,为中国体育产业的发展注入了新的动力。