

內地電商積極「走出去」 加速搶攻海外市場

拼多多Temu交易額1560億 超去年全年

電商巨頭在內地打響低價戰的同時，積極「走出去」拓展國際市場。拼多多旗下跨境電商平台Temu，今年上半年商品交易額(GMV)達200億美元(約1560億港元)，已超越2023年全年水平。阿里巴巴(09988)旗下批發平台阿里國際站，今年來自奧運經濟相關線上出口額突破70億元人民幣。

大公報記者 李潔儀



▲Temu在2022年9月於美國推出，目前業務已進入逾50個國家和地區。

中國電商巨頭海外業務布局

- 阿里國際站**
 - 將於8月8日開設韓企專屬B2B平台網站South Korea Pavilion，擴大布局韓國商品海外直銷業務
- 淘寶**
 - 推出「大服飾全球包郵計劃」，提供海外郵費補貼，對海外消費者包郵
- Temu**
 - 歐洲主體的商家開放進行半託管模式的註冊
- SHEIN**
 - 推出半託管模式，賣家可零成本入駐開店
- 京東物流**
 - 加速構建全球一體化供應鏈，包括與英國包裹投遞商Evri共同打造全球供應鏈體系

與淘寶直面競爭內地電商市場的拼多多，亦在海外搶攻市場。拼多多旗下Temu在2022年9月於美國推出後，不足兩年內，目前已進入逾50個國家和地區，以「性價比」產品作為賣點，商品包括服裝、電子產品和傢具。

據內地媒體報道，Temu今年上半年GMV已達200億美元，超越2023年全年180億美元水平，亦與TikTok2023年全年GMV約200億美元看齊。單是今年第二季，Temu的GMV便貢獻120億美元，當中45%來自美國消費者。

上季GMV美國客戶佔45%

面對Temu及SHEIN等跨境電商巨頭在海外加速擴張，阿里巴巴亦加緊部署，日前淘天集團旗下淘寶推出「大服飾全球包郵計劃」，首階段覆蓋新加坡、馬來西亞及韓國等地區，計劃隨後逐步實現全球包郵。

較早前，阿里巴巴旗下國際零售

平台全球速賣通(AliExpress)，與巴西數字零售平台Magalu達成戰略合作，被視為應對Temu的競爭，以及挑戰新加坡電商蝦皮Shopee在巴西的領先地位。

阿里國際站出口70億元奧運商品

另外，阿里國際站方面，今年以來，來自奧運經濟相關行業的商家，線上出口額逾70億元人民幣，當中不單是運動服飾等直接相關行業，還包括人造草坪及運動器材等新興行業，同樣在奧運會舉行前夕快速增長。其中，銷往法國的訂單，按年增速高達1.4倍。

現時SHEIN、AliExpress、Temu、TikTok Shop統稱為「出海四小龍」。根據網路分析工具SimilarWeb數據顯示，2023年12月，Temu的獨立訪客數量達到4.67億而稱霸，AliExpress則以4.22億屈居第二，SHEIN則以1.72億緊隨其後。

陳磊趙佳臻膺中國最佳CEO

【大公報訊】福布斯中國發布2024年最佳CEO榜單。前10名最佳CEO包括拼多多陳磊、趙佳臻，小米(01810)雷軍，寧德時代曾毓群，攜程(09961)的孫潔，美的集團方洪波及農夫山泉(09633)鍾睽睽等。值得關注的是，前十位CEO所帶領的公司在業績考核期內股價平均上漲了47%，此外最近財務年度的淨利潤平均增長率也達到了170%。

今年一共有11位CEO重回榜單，15位連續入選，並有24位CEO首次入選。福布斯中國指，單從股東回報和增長數據看，排名CEO榜單首位的陳磊和趙佳臻領導的拼多多實現了超越同儕的經營表現，這一出色業績主要歸功於本土

市場經營的持續優化與海外市場的突圍。

王傳福連續四年入選

今年的福布斯中國最佳CEO榜單共有15位連續入圍者，相比去年增加5位。其中，比亞迪的王傳福與匯川技術的朱興明成為今年榜單中僅有的兩位連續四年入選的CEO。在連續上榜者中，不難發現，新能源、半導體相關產業一直是最佳CEO的高產領域。但今年榜單的有趣現象是消費類公司CEO的佔比有了更顯著提升，這主要歸功於一批耐用消費品公司CEO的強勢回歸。

如美的集團的方洪波在時隔兩年後，憑藉公司出色的全球增長態

勢和資本市場的亮眼表現，重新躋身榜單前十。同樣回歸並進入前十的還有小米集團的雷軍。從連續16個季度智能手機出貨量穩居全球前三，到如今的首款電動車SU7的熱銷，雷軍再一次掃清了市場的疑慮，也更大範圍的推動了一項共識——CEO的「明星化」將改變很多企業的營銷範式。福布斯中國相信，今年或許還將會有更密集的企業家營銷案例出現。

今年年輕的80後CEO也達到了創紀錄的6位，是去年的三倍。除了拼多多的陳磊、趙佳臻外，今年80後再添四位。其中出生於1987年的泡泡瑪特CEO王寧，成為本榜單有史以來最年輕的一位白手起家創始人。



陳磊 趙佳臻



雷軍

2024年中國最佳CEO榜單

排名	姓名	年齡	公司	行業
1	陳磊	44	拼多多	互聯網零售
2	趙佳臻	40	拼多多	互聯網零售
3	雷軍	54	小米集團	消費電子/汽車製造
4	曾毓群	56	寧德時代	能源電池
5	王傳福	58	比亞迪	汽車製造
6	孫潔	55	攜程集團	互聯網零售
7	方洪波	57	美的集團	家用電器/綜合科技
8	曹仁賢	56	陽光電源	電氣部件與設備
9	李華剛	55	海爾智家	家用電器
10	鍾睽睽	69	農夫山泉	飲料消費
11	丁磊	52	網易	互聯網軟件與服務

資料來源：福布斯中國

跨境電商興起 捕捉新增長點

新聞分析

李潔儀

中國的電商市場發展多年，已成為全球成熟的存量市場，電商巨頭近年積極入局跨境電商，尋找新增長點。2023年，中國跨境電商主體超過10萬家，海外倉已達1800個。

根據艾瑞諮詢數據顯示，2017年至2022年間，全球跨境電商市場年複合增長率(CAGR)達25.1%，預計2022年至2025年的CAGR達16.4%，2025年市場規模超過10萬億元人民幣。

跨境電商成為各巨頭的兵家必爭之地，為搶佔市場先機，不時改變營運策

略。2024年被喻為跨境電商行業的變革之年，今年以來，各大平台不僅在直播等新模式、新技術上持續探索，更在供應鏈、倉儲等方面發力，數家跨境電商平台亦紛紛推出半託管模式。

所謂的「半託管模式」能夠給予商家更多自主經營的空間，但仍要遵循平台規則，例如價格策略，及時發貨等，有別於以往全託管模式，幾乎全權由平台負責營運，包括物流、營銷等，商家只需供貨。

事實上，無論採用什麼模式，跨境電商仍然是中國外貿發展的重要力量，亦是國際貿易發展的趨勢。今年6月，國家商務部等部門聯合印發《關於拓展跨境電商出口推進海外倉建設的意見》，旨在拓展跨境電商出口，優化海外倉布局，加快培育外貿新動能。

申請新酒牌公告

卡維亞的廚房

現特通告：KUMAR, Rajesh 其地址為香港英皇道923號麗池花園大廈地下A2座，現向酒牌局申請位於香港英皇道923號麗池花園大廈地下A2座卡維亞的廚房的新酒牌。凡反對是項申請者，請於此公告刊登之日起十四天內，將已簽署及申明理由之反對書，寄交香港灣仔軒尼詩道225號裕克道市政大廈8字樓酒牌局秘書收。

日期：2024年7月24日

申請新酒牌公告

Another Hound Cafe

現特通告：楊杰棚其地址為香港黃竹坑香雲道11號The Southside 1樓101號舖，現向酒牌局申請位於香港黃竹坑香雲道11號The Southside 1樓101號舖 Another Hound Cafe 的新酒牌。凡反對是項申請者，請於此公告刊登之日起十四天內，將已簽署及申明理由之反對書，寄交香港灣仔軒尼詩道225號裕克道市政大廈8字樓酒牌局秘書收。

日期：2024年7月24日

申請新酒牌公告

粗店燒烤

現特通告：鄭蘇佳其地址為九龍旺角鼓油街104號地下AB舖，現向酒牌局申請位於九龍旺角鼓油街104號地下AB舖粗店燒烤的新酒牌。凡反對是項申請者，請於此公告刊登之日起十四天內，將已簽署及申明理由之反對書，寄交九龍深水埗基隆街333號北河街市政大廈4字樓酒牌局秘書收。

日期：2024年7月24日

百度推5款健康大模型 提升基層醫療服務

【大公報訊】百度(09888)日前舉行百度健康產生態大會，發布了智能體家族，當中推出5款大模型應用產品，包括AI精準找醫生、AI醫學報告解讀、AI用藥助手、AI皮膚檢測、AI睡眠助手等產品。

百度健康事業群總裁何明科認為，讓確有需求的患者獲得寶貴的

醫療資源，提升基層醫療服務的質量，AI在其中能發揮重要作用。他舉例說，百度健康聯合醫院開發的「AI智慧門診」，其「智能加號」功能可方便醫生判斷加號發放，幫患者「搶」到專家號。

目前，AI健康問答服務日活用戶(DAU)已超過200萬，AI用藥助手

累計服務逾2000萬人次，AI醫學報告支持亦達100種報告類型。

何明科提到，早在2018年，百度開始布局權威醫療內容生產，嘗試以「AI+醫療場景融合」產品，譬如CDSS(臨床

決策支持系統)，到2020年正式成立百度健康品牌，開始構建服務生態，推出醫藥電商、在線問診等服務。

隨著百度大健康事業群在2021年建立，百度已完成醫療健康板塊的資源整合。經過數年發展，「患醫藥」服務閉環逐漸搭建完成，大模型等AI生產工具落地應用，為百度大健康賦予「智能生產力」。

另外，IDC最新發表《中國智算服務市場跟蹤》報告，2023年下半年中國智算服務市場整體規模達114.1億元(人民幣，下同)，按年增長85.8%，其中，GenAI IaaS(生成式AI基礎設施即服務)市場規模達32.2億元，商湯(00200)成功躋身中國GenAI IaaS服務廠商首三位，另外兩家包括火山引擎及阿里巴巴(09988)。

證券代碼：600851/900917 證券簡稱：海欣股份/海欣B股 公告編號：2024-022

上海海欣集團股份有限公司 第十一屆董事會第二次會議決議公告

本公司董事會及全體董事保證本公告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其內容的真實性、準確性和完整性依法承擔法律責任。

一、董事會會議召開情況
(一) 本次董事會會議的召開符合有關法律、行政法規、部門規章、規範性文件和公司章程的規定；
(二) 本次董事會會議通知於2024年7月18日以書面方式向全體董事發出，會議資料於2024年7月18日以電子方式向全體董事發送；
(三) 本次董事會會議於2024年7月23日以通訊方式召開；
(四) 本次董事會會議應出席董事9人，實際出席9人。

二、董事會會議審議情況
會議以記名投票方式決議，形成以下決議：
(一) 以9票同意、0票反對、0票棄權，審議通過《關於公司第十一屆董事會專門委員會成員組成的議案》
經公司董事會審議後同意，公司第十一屆董事會專門委員會成員組成，具體如下：
1、董事會戰略委員會
人數：5人
成員構成：費敏華、俞鋒、夏源、黎博國、楊昊，其中主任委員由費敏華先生擔任。
2、董事會審計委員會
人數：3人
成員構成：李志軍、童駿、龔浩，其中主任委員由李志軍先生擔任。
3、董事會提名委員會
人數：3人
成員構成：何勝友、李志軍、費敏華，其中主任委員由何勝友先生擔任。
4、董事會薪酬與考核委員會
人數：3人
成員構成：童駿、何勝友、黎博國，其中主任委員由童駿先生擔任。
特此公告。

上海海欣集團股份有限公司 董事會 2024年7月24日