

# 跨境電商「錢途」無限 鋼企亦嘗鮮

## 南鋼推VR看廠網上下單 今年料斬獲千萬美元

「沒想到鋼鐵企業也能做跨境電商！這家厄瓜多爾企業於今年2月線上購買了我們510萬美元耐磨球原材料。」南京鋼鐵集團總裁助理兼國際經濟貿易公司總經理李超興奮地表示。今年1至5月南京跨境電商進出口額同比增長45%，規模佔江蘇全省比重超五成。專家指出，南京得益於數字服務業和周邊都市圈產業帶的加持，跨境電商發展勢頭迅猛。

大公報記者 陳旻(文、圖) 通訊員 宋任翔



▲慧凡特通過直播間向世界各地消費者進行產品銷售。

### 南京企業拓展跨境電商情況

- 慧凡特**  
已在全球200多個國家註冊品牌，入駐亞馬遜美國、德國、日本等站點，並在ZALANDO、樂天等地區性電商平台銷售，主打產品進入多個海外平台銷售TOP10
- 南京鋼鐵集團**  
建立了智慧營銷網站、9710獨立站併入駐中國製造網，擁有VR看廠、谷歌推廣、線上商務等全面的產業展示選品功能，預計今年跨境電商業務會突破1000萬美元
- 蘇豪紡織集團**  
已創建了5個企業獨立站、7個產品獨立站，把傳統出口的紡織品、服裝、廚具、五金、機電、編織手包等主要產品，全都放在線上展示
- 焦點科技**  
內地首批國家級信息化單位，旗下中國製造網擁有3000萬客戶，含2000餘萬國際買家



▲李超向記者介紹南鋼集團通過跨境電商，拓展海外業務的計劃。

南京鋼鐵集團是具備年產千萬噸級特鋼新材料的高新技術企業，居世界鋼企技術競爭力第10位，與沙特阿美石油公司、舍弗勒等300餘家國際頭部企業長期合作。「大宗商品與一般消費品不同，對製作工藝、物流時限、產品安全

等有着嚴格限制，在電商模式中是特別的存在，能走通電商渠道令我們喜出望外。」李超表示，公司在跨境平台的門戶網站，通過VR功能，遠在千萬里之外的客戶，能直接實時看到我們真實的工廠生產場景。也是這種「VR看廠、線上下單」，促成了厄瓜多爾MRADTG成為公司的新客戶。

### 南鋼板材在港市佔達50%

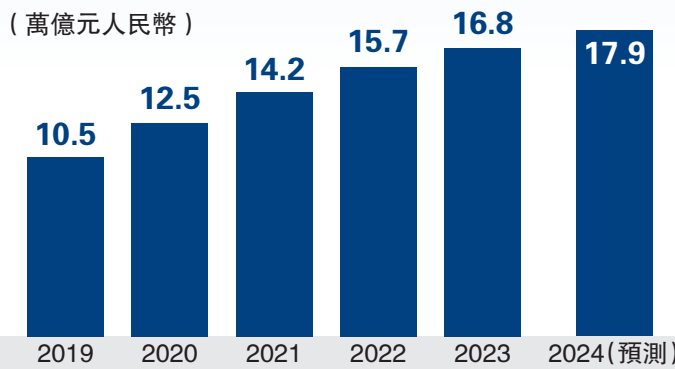
自2021年起，南京鋼鐵集團已建立了智慧營銷網站、9710獨立站併入駐中國製造網，擁有VR看廠、谷歌推廣、線上商務等全面的產業展示選品功能，海外訪問量超6.2萬次。李超還介紹，南鋼國貿在2005年就成立了從事金融服務的香港公司，南鋼板材在香港市場佔

有率達50%，包括機場、隧道、橋樑等建設都有應用。「我們一直在加大布局數字化業務，預計今年跨境電商業務會突破1000萬美元。」李超信心十足地說。

「我們一直注重培育海外市場。德國OTTO是歐洲的高品質電商巨頭，中國供應商申請非常困難，而我們兩年前就已入駐。」南京慧凡特體育發展總經理高泉表示。慧凡特專注女性運動內衣領域25年，已連續兩年成為抖音內地電

商運動內衣銷售榜TOP1的他們較早布局海外電商，今年1至5月，慧凡特跨境電商總銷售件數31.5萬件，總銷售額7116萬元(人民幣，下同)。迄今，慧凡特(Yvette)已在全球200多個國家註冊品牌，入駐亞馬遜美國、德國、日本等站點，並在ZALANDO、樂天等地區性電商平台銷售，主打產品進入多個海外平台銷售TOP10。僅在亞馬遜美國站，其代表性單品累計銷量就超40萬件，全平台月銷售超220萬美元。

### 2019-2024年 中國跨境電商市場規模



數據來源：網經社、中商產業研究院整理



▲南京跨境電商(玄武)產業園。

### 開拓新興市場捕捉機遇

南京大學商學院教授、江蘇跨境商務數字化實驗室首席專家韓劍表示，隨着在全球貿易中超過50%的「工業中間品」市場逐步開拓，跨境電商行業迎來3.0時代，面對工業品數字化營銷、選品、定價等所需的高質量服務，國際市場提出了更高要求，也為南京等城市創造了新的機會。南京探索「產業帶+數字服務商」生態有望在跨境電商3.0階段「後發先至」。

南京要如何抓住新一輪「跨境電商4.0」的發展機遇？韓劍認為：第一，聚焦智能化技術，要培育數字化服務的高技能人才，壯大數字服務商，開發AI人工智能的選品、營銷、結算等功能，利用新技術拓展新應用。第二，不斷挖掘新模式。拼多多旗下Temu去年推出的「全託管」模式，有效提升了跨境中間流程的效率。未來也需要推出更多的新模式，讓外貿企業專注服務，產業生態更加完善。第三，持續開拓新興市場，在把握傳統歐美市場的同時，也要積極布局「一帶一路」地區，特別是針對新興市場、年輕市場做好開發。

## 打造產業園 助力電商掘金

### 資源豐厚

「我是1988年來南京讀書，是學校電子外貿專業的第一批學生。」慧凡特總經理高泉出生於南通，他說：「南京有高職校設置齊全的跨境電商專業資源。」所以，畢業後選擇扎根南京創業，將企業研發、設計和運營團隊設在南京。

在內地以「軟件名城」著稱的南京，擁有重點涉軟件企業4300餘家，軟件上市企業12家，軟件和信息技術服務業規模超過7000億元人民幣，位列江蘇省第一，全國前列。截至去年，南京已有省級跨境電商出口品牌5個，佔江蘇全省總數19.2%；省級公共海外倉5個，佔江蘇全省比重15.6%。另打造了4個省級跨境電商產業園，19個市級跨境電商創業創新孵化基地，有效服務各類跨境電商企業成長壯大。

「運動內衣的伸展性、透氣性、支撐力的要求是很科學的，跑步穿的褲子如何能減少腿部力量消耗與防止摩擦受傷？這是需要長期的產品研發和對產品品質的堅持。」高泉表示：「我們針對歐美消費者

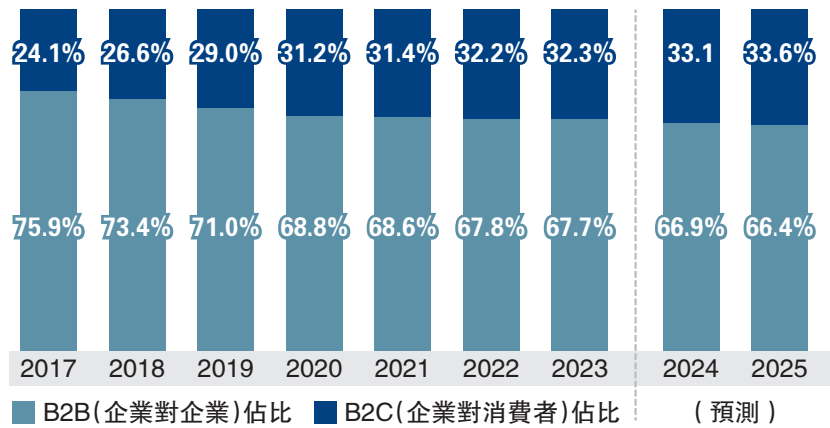
對於產品設計、環保材質等要求，慧凡特品牌已爭取了OEKO-TEX STANDARD 100、GRS國際環保體系等認證，這是開拓全球市場的「敲門磚」。

自1999年成立慧凡特，高泉經歷了「從代工到創品牌」的發展。「公司初期主要為黛安芬等歐洲品牌代工，後來發展成設計、研發面料與生產，外國品牌只貼牌，產品從設計到生產全過程都由我們來完成。所以，催生中國自己的品牌是水到渠成。」高泉微笑着說。



▲高泉展示暢銷歐洲的2024年新款運動內衣。

### 2017-2025年 中國跨境出口電商B2B及B2C分布



▲尹潔表示，中國製造網擁有三千萬客戶，含二千餘萬國際買家。



▲劉超指出，建獨立站是外貿電商出海的新模式。

## B2B平台接觸全球買手 省時降本

### 拓展海外

「不論是從前端的客戶到獲取報關的流程，包括後續的物流服務，及一系列的與海關稅務的對接，(跨境電商)每一個業務環節都離不開信息化的支撐。」南京市商務局外貿處處長王靜解釋道，「從品牌孵化、到物流、再到報關乃至海外倉建設、金融服務等，跨境電商全產業鏈條上的優質企業在南京都有。」周邊安徽等多個省份的中小企業和個人，選擇通過南京的跨境電商B2B平台，在世界各地尋找買家，不僅大大降低了參與全球貿易的門檻、節約貨物出口時間，成本也大幅降低。

焦點科技是內地首批國家級信息化單位，旗下中國製造網擁有3000萬客戶，含2000餘萬國際買家。焦點市場部總經理尹潔介紹，「在內地同類專注B2B及衍生跨境全鏈路的大型企業只有我們和阿里巴巴國際站，

而焦點更聚焦企業業務。」

### 「AI麥可」打破語言隔閡

中小企業僅靠自己的力量直面海外消費市場，將面臨語言隔閡、營銷玩法、物流投入等眾多「難關」。尹潔說，焦點去年推出了外貿助手「AI麥可」，以圖文視頻生成營銷內容，具備信息智能回覆、行業情報等功能，投放一年，有超5000家用戶使用，並有16個小語種站點，可以實現全天候的實時翻譯和對話。此外，焦點科技2013年起已布局美國市場，自有海外倉已運營10年，通過在洛杉磯設立美國公司、收購美國電子商務平台Doba等，提供品牌孵化、倉儲分銷乃至當地法律支持等多項服務。「中國供應商想去美國進行共享辦公或註冊公司，我們都能提供相關資訊和服務。」尹潔介紹。從事出口紡織服裝、鞋帽箱包、

機電新三樣等業務的蘇豪紡織集團，已創建了5個企業獨立站、7個產品獨立站，「把我們傳統出口的紡織品、服裝、廚具、五金、機電、編織手包等主要產品，全都放在線上來展示。」公司副總經理劉超說，今年春季的廣交會，他們在廣州獲得的意向訂單超過千萬美元。「客商正是通過獨立站看到了我們豐富的產品信息，特地趕到廣交會的現場來跟我們洽談。」

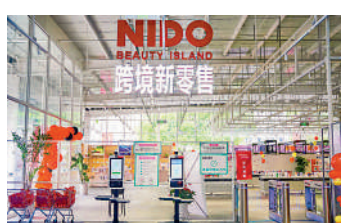
去年公司拓展服務，專為跨境貿易和工業生產型企業量身定製「蘇豪通9710 B2B系統」產品矩陣及企業「一站式」跨境B2B出海數字化解決方案，幫助大量南京工業品製造企業和外貿企業轉型跨境電商。目前，已有90餘家企業通過「蘇豪通」建獨立站，累計實現經海關認定的9710跨境出口報關數據1.5億美元左右。

## 跨境電商逾5000家 南京外貿新動能

### 產業發展

南京現已初步形成智能製造、戶外用品、電動工具、紡織服裝四大跨境電商出口產業帶，並培育了一批具有行業影響力的跨境電商綜合服務商。超過5000家外貿企業通過阿里國際站、中國製造網、亞馬遜等平台開展跨境電商業務。跨境電商已促進南京外貿發展的新動能。

南京大學商學院教授、江蘇跨境商務數字化實驗室首席專家韓劍表示，南京跨境電商發展，一方面依託了江蘇乃至「南京都市圈」範圍內較強產業帶支撐，相對便捷的物流優勢也為門類齊全的「工業中間品」外貿提供了基礎條件。另一方面，南京利用全國前列的軟件服務產業和人才優勢，為行業孕育了一大批數字型跨境服務商，誕生之初的「希音」也曾其中。因此，南京依託自身數字服務商生



▲江蘇「前展後倉」北布拉荷爾蒂爾堡項目動在