



杭州跨境电商综试办、都市快报联合推出
“跨境创客 杭州故事”系列报道

2016财年出口超 150 亿美金 一年 60 万次物流 总里程=地球往返火星 “表哥”揭秘跨境电商生态圈

记者 潘杰

【创客故事】

目的是帮助两类群体 年轻双创者和传统外贸企业

这是最好的时代,也是最坏的时代。“互联网+”的浪潮下,跨境电商风起云涌,传统外贸风声鹤唳。

跨境 B2B 也从最初的外贸互联网化、其后接近淘宝的交易化,逐步走向以大数据为底层的“互联网+”交易时代,买卖之间的匹配将通过大量的数据积累自动完成。

“1.0 的本质是信息,2.0 是交易,3.0 是大数据,4.0 应该是智慧外贸。”余涌说,跨境 B2B 的环节远比内贸 B2B 繁杂,前者约 16 个,后者只要 6 个。

让天下没有难做的生意——这次,阿里的口号衍生为“一环一圈”战略。余涌爱讲的大数据,托起的是一个包含五大环节的跨境电商交易闭环。

信息环节,改造传统的展示方式,基于全球中小企业数据库匹配需求,准确牵线买卖双方;交易环节,推出类似 B2C 端支付宝的“信保”,担保企业交易风险;服务环节,与杭州综试区单一窗口平台打通,“一达通”为主体,代办报关、商检、退税等业务;物流环节,依托“云物流”计算最短配送距离、时间;金融环节,基于大数据向中小企业授信。

“有的人不缺钱也喜欢用花呗、借呗,因为担心有风险,尤其是第一单生意,我们提供担保就是要消除这种担心。”余涌说,闭环打通后,对于外贸企业来说只需要解决生产、与客户沟通两件事。

目的很明确,帮助两类群体,一类是年轻双创者,另一类就是传统外贸企业。

余涌认为,传统企业触网失败,根源在于缺失互联网基因,而改变基因是跨境 B2B 面临最大的挑战。工业时代,讲究管理、把控、机制、流程、效率;而互联网时代,讲究激活、连接、打通、分享。

“我们的目的不是帮他把订单量提高 10% 或者 20%,而是帮他在市场竞争中存活率从 50% 提高到 80%,改变‘温水煮青蛙’的状态。”他说闭环的打通,不仅整合了碎片化的需求,甚至比中小外贸企业自己做更方便便宜。

像货代服务环节,年出口额 200 万美元的企业,可节省报关、会计等人力成本 25 万元;集约物流资源,能降低约 30% 的成本,同时通过大数据分析消费习惯后,货物能在海外仓提前备货,体验感更好。

统计显示,“一达通”2016 财年为 7 万多客户提供 55 万多多次外贸通关服务,为 5 万多家企业提供 8 万多多次外贸通关贴身服务。该财年出口额突破 150 亿美元,2017 财年(2016 年 4 月 1 日~2017 年 3 月 31 日)有望达到 500 亿美金。

3 步加入阿里跨境电商“生态圈”

交易闭环之外,阿里还在打造一个“跨境贸易生态圈”,包含阿里、政府和第三方。

圈里有什么,余涌如数家珍:20 万中小外贸企业、8000 个遍布全国的网商会和电商会、108 个产业带、80 个基于二三四线 LBS 本地化服务中心、1000 个注册讲师。

目前,阿里与 26 个省签署战略合作协议,向下延伸到市县区政府;启动“百城千校”计划,已签约 830 家高校,三年里面会达到 2000 所高校,准备培养 100 万电商人才,帮助 400 万家外贸企业进入电商行业。

第三方是圈内主力,4000 多家分为 13 个大类,64 个小类。包括了 1200 家外贸代理公司、2000 多家货运代理公司,还有不少擅长旺铺装修、旺铺营销类公司。

这个零门槛生态圈的能量,大概占中国外贸总量的 10%。2016 财年,Alibaba.com 的日均 PV 突破 1 亿,在线商品达到 3.4 亿、单笔订单金额最高达 5600 万美元、最快成交只用了 57 分钟。国内外 500 多家合作物流企业为 1 万多家客户提供物流服务 60 多万次,总里程足以往返地球和火星。

阿里是不是又要做“独角兽”? 余涌给出了否定答案:“我们不是想吞下跨境电商的未来,而是想做跨境电商的底层,赋予更多创业者机会。”

他把庞大的生态圈比喻成一家大型 4S 店,外贸企业就像一辆车,进店能享受同样待遇的服务。90 后的创业者,可以得到和大企业一样的金融价格、物流服务、人才成本、信息成本。

整个外贸资源打通后,微妙的化学反应也产生了:生态内部链接生态外部,企业链接政府,学校链接需求,产品链接企业,B 链接 C,成了一个大的“生态圈”。

加入圈子参与共享的步骤很简单,余涌说 90 天走完 3 步,就能对跨境电商有深刻的认识:先免费去杭州综试区或者阿里听课,添一些互联网基因;采用相关的平台或工具;最后进入生态圈。

不久前召开的中国(杭州)跨境电子商务综合试验区建设深化推进大会上,杭州综试办公布了首批 300 家跨境电商 B2B 市级重点企业,与阿里携手共建信用保障资金池,对每家市级重点企业在原有信保额度基础上增加 50 万美元信保额度,提升跨境电商 B2B 企业线上交易能力。

【创客新基因】

跨境 B2B 的 4.0 时代会怎样?

余涌举了一个例子:“我们有几个 90 后创业客户,公司设在深圳前海,设计在以色列、品控在德国、客服在英国,生产车间在柬埔寨、越南等地,年销售额已经三四亿了。”

未来的智慧外贸,将越来越体现无国界元素。这与生态圈的构建一样,逐步打破壁垒,实现万物的互联互通。

今年 3 月的博鳌论坛上,马云呼吁全世界建立一个 eWTP(世界电子商务贸易平台)的平台。

余涌说,这也将是今年 G20 峰会的重要主题,而跨境电商生态圈的逐步壮大,就是帮助发展中国家和中小企业参与全球化,实现“全球买、全球卖”。



【创客印象】

朴初,余涌在阿里的花名,不过厂内人更愿意称呼他“表哥”。他是阿里巴巴集团 B2B 事业群副总裁、销售服务总经理,厂龄超过 10 年。

在大内(滨江园区)4 楼的会议室,他穿着浅蓝色的麻布衫,憨笑着拿起手机,手把手教我打开一款支付软件的信贷功能。

几秒钟运算后,我的授信额度停留在 115000 元。他指着数字说:“这就是大数据计算的结果,综合了你的购买力、信用度,甚至是生活圈后得出的。”

大数据也是马云演讲的高频词汇,在世界互联网大会等多个场合,都曾提及互联网正在由 IT 向 DT 转变,大数据将贯穿整个交易环节,通过大数据来指导商业行为。

余涌认为,大数据是 B2B 发展的底层撑托:“所有一切都基于大数据平台,没有大数据无法形成新的环节。”

他把过去的 B2B 平台比喻成一种报纸,登载着 100 对男女青年的信息,能不能成为 CP 全靠自己挖掘。而大数据背景下,渴望爱情的男女可能有 100 万对,会挑花眼吗?

“通过大数据,就能计算出匹配度最高的男女方,使相亲成功率最高。”余涌说。