

陝青化危為機 打造中亞淘寶

疫境現業務短板 專注拓在地物流



▲元朝輝在中亞做跨境電商已有6年。圖為疫情期間，元朝輝(右前)和員工一起包車送貨。受訪者供圖

聚焦 復工復產

6年前，跨國聯姻的陝西西安青年元朝輝和哈薩克斯坦女孩阿妮塔義進入跨境電商領域。今年春節，身在哈國的元朝輝卻等來了一場危機。「突如其來的疫情，讓我們破天荒第一次感到貨源和物流上的巨大壓力。」面對取貨點接二連三暫時關閉，元朝輝突然警醒。「疫情也是一面鏡子，讓人突然就看到發展的短板和潛力。既然危機已來，不如趁機進行一些改變。」元朝輝說，公司正着力發展在地物流。「機會來了，我們就要義無反顧地抓住，目標也只有一个，那就是打造中亞的『淘寶』。」

■香港文匯報記者 李陽波 西安報道



元朝輝



■丝路城目前有6個海外倉。受訪者供圖

元朝輝擔任總裁的陝西丝路城控股集团成立於2015年，目前在中亞及俄羅斯建立超過2,000多家主要由當地商家加盟經營的取貨點和6處海外倉儲分揀中心，去年貿易出口額完成1.07億美元。依託B2C模式，「丝路城網」已成為中亞及俄羅斯地區最大、符合俄語區消費者使用習慣的跨境電商平台。

「(疫情)剛開始，並沒有太在意，直到武漢封城，我才感到問題的嚴重性。」而隨之而來的交通管控、延遲假期等，讓元朝輝的心中越發不安。「中國被稱為世界製造工廠，特別是對於許多中亞國家來說，中國貨物已經成為他們生活不可或缺的一部分。中國工廠的停工，可想而知對於這裏意味着什麼。」

疫情影響供應鏈 只能高價買貨

隨着疫情的蔓延，丝路城的供應鏈開始受到影響，導致公司位於哈薩克斯坦的海外倉無法補貨，很多加盟的取貨點不得不暫時關閉，買家退貨、退款現象頻繁發生。當地一些經營中國商品的商戶也紛紛關門或提價，導致市面上的中國商品緊缺。

「在這種形勢下，壓力可想而知，我們不能讓下了單的客戶拿不到貨，(因此我們)轉而去當地商戶那裏買高價貨。」於是，在元朝輝指揮下，丝路城積極調配海外倉庫存，同時堅持不漲價，盡力保證貨品的多元化，成為當地零售市場為數不多的正常運營的線上平台。

海外倉直接發貨 包的士快遞

4月底海外疫情日趨嚴重，哈薩克斯坦酒精和免洗手液等消毒防護用品緊缺，元朝輝及時對平台業務進行了調整與優化。他在調動各方資源順利補倉的基礎上，通過從自建海外倉

直接發貨的模式，持續把當地急需的防疫物資源源不斷送入客戶手裏。「有一段時間，為了讓消費者早一點拿到貨物，我們甚至採取包出租車(的士)送快遞的方式送貨上門。」

元朝輝笑稱，正是這種經歷，讓他一下子看到了發展的短板。「雖然過去在這裏取得了一些成功，但要真正做大做強平台，做成完全意義上的中亞『淘寶』，那就必須要創新、開拓、完善和多元化。『穩定的供貨商+穩定跨境運輸+穩定的在地物流系統』，缺一不可。」

疫情讓當地民眾有更多機會嘗試網購，也給了「丝路城」新的機遇。「近幾個月以來，丝路城網在中亞購物類App的下載排名一直穩居前五。坦白講，在中亞做電商平台困難非常多，當地人的消費觀念、基礎設施、配送網絡等，都和中國沒法比。」元朝輝道。

配送「最後一公里」發展自主物流

為了實現業務突破，元朝輝第一步便是「中國式」的快遞服務。過去，「丝路城」的運送模式是進入哈薩克斯坦後，主要依託當地加盟取貨點，缺乏自己的配送系統。中亞地區地大人稀，一些地方交通運輸不便，所以「最後一公里」配送顯得尤為重要。

元朝輝說，丝路城經營B2C電商業務多年，經驗豐富，現有的集倉儲、包裝、分揀於一體的配套服務體系，完全能夠將供應商的產品通過中歐班列實現「倉到倉」的頭程運輸，再通過丝路城海外倉和丝路驛站完成「最後一公里」配送。

「我們已經着手在中亞組建本土化的海外團隊，聚集品牌、營銷、運營、物流以及渠道建設等方面的優秀人才，貫通全鏈條。」

實現跨境自動結匯 消費者付款更便捷

疫情爆發以來，在B2C業務基礎上，元朝輝也開始推廣B2B業務。「B2B業務除了擁有B2C的特點以外，(我們)更進一步完善和建立起自有完整的海外運營、物流、品牌等團隊。」

他表示，一方面，可以吸納中亞當地的企業由線下轉到線上，另一方面可以為中國的商戶提供從商貿考察、洽談、展銷、海外倉、國際物流到海外B2B電商平台一站式、一體化、一系列服務。

目前，丝路城在中亞地區的B2B推廣正着手鋪開，一方面向當地企業開展線下推廣；另一方面，依靠丝路城自身的政府、商會資源，對接當地企業的採購需求。

在追逐中亞電商發展風口的歷程中，元朝輝說得最多的就是抱團出海。「這個市場太大了，而且電商本來就是一個特別開放的領域，我們希望，也需要與眾多投身電商的中國中小企業一起共同拓展商機。」

而今年5月份，丝路城也正式接入通聯B2C個人跨境支付接口，這意味着電商和銀行支付合作之後，無論哪個國家的客戶，在支付後，銀行都會以即時的匯率自動轉換。「以後無論國外用戶用什麼銀行卡、什麼幣種，只要下單後，資金就能直接自動結匯回國，再也不用擔心匯率(轉換)了。」

元朝輝表示，這也標誌着公司完成了信息流、物流、資金流的閉環打造，是面向中亞跨境電商領域的又一新嘗試。

借力大數據 為商戶「攬客」

據了解，丝路城借助自身大數據優勢，自疫情

以來便開啟數字化定向流量引入。比如，基於不同行業的買家需求，在機械、家居、小家電等多個行業試點定向買家引流，聯動商家精準引流，高效匹配。「無論何時，平台與商戶都是一體的，所以大家遇到的銷售難、運營難等問題，我們都要協助解決。」

「疫情防控期間，我們的用戶量不降反增，已經開始釋放發展潛力。」元朝輝表示，丝路城能夠為供應商提供優質的電商代銷方案和全方位網店運營服務，商家只需提供產品，便能快速在中亞打開一個新的銷售渠道。

「我們一直堅持用心提供推廣、採購、物流、倉儲、清關、結款等一系列服務，希望能與更多合作夥伴一起出海，共謀未來。」



■丝路城貨物在中國西部國際電子商務大會上備受關注。受訪者供圖

丝路城海外倉分布圖



■員工正在一個海外倉檢查貨物。受訪者供圖



■消費者可在「丝路驛站」提貨；元朝輝希望更進一步，發展更多送貨上門的服務。圖為一名經營者展示其「丝路驛站」。受訪者供圖

長安號班列給力 10天內從華到貨

特稿

元朝輝說，丝路城在中亞地區的成功，離不開中歐班列長安號的支持。

根據最新資料顯示，2020年長安號開行已逾千列，在疫情下逆勢強勁增長。元朝輝坦言，中歐班列的常態化穩定運行，對於公司未來在中亞的「淘寶」計劃，提供了極其重要的堅實保障。

據了解，丝路城剛開始接觸中亞電商業務的時候，發貨到哈薩克斯坦只能靠郵遞方式，僅物流成本就佔到商品成本的一半，而且一件商品有時需要一個月甚至更久的時間才能到客戶手裏。此外，公路運輸常常會發生貨物丟失的現象，客戶可能等了一個多月，最終還不一定能拿到貨物。隨着中歐班列長安號實現常態化運營，物流上的一大難題得到了解決。

成本減半 時效增倍

「我們把輕工電子產品賣到中亞國家，甚至俄羅斯地區，帶回當地的優質蜂蜜和藝術品，依託西安的樞紐優勢，真正做到中歐班列長安號開到哪裏，我們就把跨境電商產業帶到哪裏。」

元朝輝

表示，目前依託中歐班列長安號「一站式倉到倉」跨境物流解決方案，結合海外倉以及丝路驛站加盟自提點，丝路城可以做到訂單在10天內妥投到整個中亞和俄羅斯地區，同時成本降低一半，時效提升一倍。未來電商平台在中亞實現全覆蓋運營後，真正讓當地的消費者享受到「好貨不貴、物流還快」的電商購物新體驗。

長安號的穩定高效開行讓元朝輝吃下了「定心丸」，有了穩定物流通道，他的中亞「淘寶夢」就一下子順暢了很多。「如果把長安號比作一條物流大動脈的話，那我們的海外倉、丝路驛站等就是毛細血管。通過這條物流大通道，物美價廉的中國商品源源不斷地『走出去』，送到海外消費者手中。」

元朝輝說，隨着中國企業生產正常化，物流通道逐漸暢通，尤其是中歐班列長安號越來越豐富的線路，讓他心裏越來越踏實了。「目前，我們已經整合中國供貨商超過300多家，貨物來源涵蓋珠三角、長三角等地區，逾6,000多個品種。未來，除了俄語區，東歐、北歐、西歐等地區我們也計劃納入。」