

热点财经

# 厦门国际供应链服务暨消费促进月启动

活力厦门,心动消费,以展促贸,以贸促商。2023中国(厦门)国际跨境电商展览会于6月15日至17日举行,“厦门国际供应链服务暨消费促进月”(以下简称“促进月”)近日已经启幕,厦门市通过补贴加码促消费、举办主题展销等,多措并举打造线上线下消费盛宴。

思明区举办思明消费季;集美区联合集美中央活力区商业体,举办环湾骑行活动;同安区举办“2023第四届同安区消费节·夏夜狂欢季”活动;翔安区举办第六届翔安缤纷购·渔纬港超品节……“促进

月”期间,厦门市各区推出一批优惠让利的促消费活动。

结合“6·18”消费节,厦门市支持京东、京东到家、朴朴、元初等线上平台在全市发放消费券超千万张,金额达数千万元。值得一提的是,仅京东到家举办的2023“城市生活消费季”厦门站活动,发放的消费券就预计超5000万元。

以“促进月”为抓手,厦门市将聚焦重点消费领域,推出汽车消费主题活动,包括“京东-奔向新国色6·18腾粉购车节”、吉利几何新能源车限时补贴15000元等活动。全市众多汽车企业纷纷推出特价



车、终身质保、大额现金优惠等活动。

“促进月”期间,全市各大商圈、商场、重点企业、金融机构

等也将线上线下举办多种活动,积极发放购物、餐饮等多种消费券、优惠券。各大商圈引入品牌快闪、文化展示等内容,万象城会员日、天虹6·18宠粉节、禹悦汇精彩活动火热登场;元初、万翔网商、蔡塘大润发等推出多样让利;鸿星尔克、万仟堂、喜多多等企业也结合“6·18”准备线上线下促消费活动……此外,一批金融机构加大金融惠民力度,积极促消费、提信心。

6月中旬开启的“厦门国际供应链服务暨消费促进月”将给市民、展商及游客带来一场欢购厦门的心动嘉年华。

(来源:厦门总商会)



环球财经

## 中国电商企业出海调查

扬帆远航,乘风破浪,中国企业正踏上出海新征程,SHEIN、Temu、TikTok、速卖通更是掀起了一场跨境电商平台的“海王争霸赛”。

面对众多中国电商的强势崛起,亚马逊、eBay、沃尔玛等传统电商正面临前所未有的压力。

“中国企业已经‘卷’到让亚马逊都压力山大了”,一位亚马逊卖家表示。“6月不少商家发现,一向挺佛的亚马逊甚至悄悄推出了20%折扣码,打法颇有对标拼多多‘百亿补贴’的味道。”

### 扬帆远航

在很长一段时间,中国卖家在海外市场卖货高度依赖亚马逊平台。但如今,SHEIN、Temu等越来越多的中国公司崛起,成长为世界级企业。

移动智能公司Apptopia数据显示,SHEIN是2022年全球下载量最大的购物应用程序,安装量为2.29亿次。在美国,SHEIN以4000万次安装位居第二,亚马逊以4700万次应用下载量位居第一。而上线仅仅数月的Temu也以1650万的安装量跻身美国购物应用下载榜单第八位。

此外,市场分析公司Sensor Tower数据显示,今年3月前三周,美国应用商店下载量排名前五的热门应用程序中,前四名都被中国应用程序包揽,分别是Temu、CapCut(字节跳动旗下视频剪辑应用)、TikTok、SHEIN。唯一跻身前五的美国应用程序是Facebook。

在与美国竞争对手的较量中,中国应用程序为何能占据上风,受到美国年轻人的青睐?

在一些美国媒体看来,中国应用程序成功的秘诀不仅仅依靠硬核的算法技术,还来自其他优势,包括精益求精的工匠精神、人才储备、“赛马”制度、用户导向等“软实力”,中国公司的组织效率是崛起背后的关键。

“赛马”制度指的是公司指派多个团队分头开发相同或相似的产品或功能,一旦明确某个版本表现更好,优胜团队就会获得更多资源,其他版本则会被淘汰,TikTok标志性的单列滚动就是在创建多个用户界

面后脱颖而出的设计。

TikTok和Facebook有何不同?有国外用户一语中的:TikTok的设计简单却天才,可谓大道至简,只需手指轻轻一划,就能沉浸其中,精准算法犹如读心术。而Facebook对用户的推送只是基于“喜欢”或“不喜欢”的简单选择。

### 暗礁密布

在中国电商平台跨洋远航之际,前方也暗礁密布。

今年4月,美国国会下属美中经济与安全审议委员会发布分析师报告,认为跨境电商平台SHEIN、Temu及其他中国电商存在数据安全、采购违规、利用贸易漏洞、侵犯知识产权等问题,建议美国政府应保持警惕,并“确保”这些公司遵守美国的法律法规,且不被赋予相对于美国公司的所谓“不公平优势”。

实际上,分析师报告指出的数据安全、采购违规、利用贸易漏洞、侵犯知识产权等问题站不住脚。例如,报告称SHEIN利用了最低限度条款,向美国出口价值低于800美元的货物,避免了关税和海关检查。根据美国321法案,规定价值不超过800美元的跨境直邮小包裹免征关税,包括SHEIN在内的一众B2C跨境电商企业都是按照这一法案经营,并无不妥。

复旦大学中国研究院特邀副研究员刘典分析称,虽然美中经济与安全审议委员会的这份报告本身没有法律约束力,但背后可以看出美国政府的整体趋势。结合近期国际局势,类似于TikTok、SHEIN及Temu这类中国或有中国背景的在美互联网公司,未来都极有可能成为美国政府对华战略旁敲侧击的靶子。

另一方面,中国公司正在努力将自己定位为全球公司,淡化地缘因素的影响。麦楷亚洲会计师事务所联合主席祖·伯斯汀表示,我们看到越来越多的混合模式:公司可能会选择将其总部和领导层设在一个被认为“中立”的地点,例如新加坡,即使许多工程或研究人才都在中国,而营销范围是全球性的。如果不与中国以外的世界深入接触,

就很难建立全球信赖的品牌。

### 机遇涌动

在经历了中国市场的激烈竞争和进化后,中国跨境电商平台的爆发力可谓惊人。自去年9月初上线以来,Temu席卷美国,以绝对低价路线迅速攻城略地,连续几个月“霸榜”美国应用程序排行榜,多次将SHEIN挤下App下载排行冠军的位置。

今年2月,Temu广告片《Shop like a Billionaire》登陆美国橄榄球联盟年度总决赛(超级碗),亮相2次的Temu花费1400万美元,近1亿元人民币,成为超级碗史上最年轻的广告品牌之一。

超级碗是美国收视率最高的电视节目之一,也常被中国网民称为“美国春晚”,广告曝光度极高。根据咨询公司Kantar测算,广告主在2022年超级碗上每投放1美元,就能获得4.6美元回报。

未来Temu可能仍有很大增长潜力。拼多多集团董事长、首席执行官陈磊表示,跨境业务自去年9月推出仅过去几个月,目前仍处早期阶段。我们会保持耐心,不断提高自身,努力创造长期价值。

除了不满一岁的Temu,成立于2008年的SHEIN也对未来充满了期待。SHEIN预计2025年营收将翻一番,达到585亿美元,远高于2022年的227亿美元。

在收获了年轻用户的青睐后,SHEIN等公司前景可期。美国年轻人的热情随处可见,在“temuhaul(temu好物分享)”“sheinhaul(shein好物分享)”等标签下,“Z世代”购物者在TikTok视频上展示疯狂购物的成果,并配上诸如“TEMU上随处可见50美元商品”的描述。

展望未来,中国企业在海外面临的机遇和挑战皆有,刘典认为,需要审慎地看待企业出海,但同时又不能因噎废食,越来越多有中国背景的企业在美国做大做强,能从另一个角度上增进美国普通民众对中国的理解,增进两国人民友谊,从而影响美国政府的对华态度,就像当年改革开放以来进入中国的美国品牌一样。

(吴斌来源:21世纪经济报道)

## 厦企牵手意法半导体 投资228亿建厂



财经速递

日前,厦门半导体龙头企业三安光电接连发布两条对外投资消息——公司全资子公司将与国际半导体巨头意法半导体成立合资公司,双方预计共投资32亿美元(约合人民币228亿元)建设碳化硅芯片工厂。同时,三安光电还计划在重庆投资约70亿元设立子公司。上述两项碳化硅项目总投资投资将近300亿元。

公告显示,三安光电全资子公司湖南三安半导体有限责任公司与意法半导体(中国)投资有限公司

将共同设立一家专门从事碳化硅外延、芯片生产的合资代工公司——三安意法半导体(重庆)有限公司。合资公司预计投入总金额为32亿美元,将根据进度需要陆续投入。合资公司注册资本为6.12亿美元,湖南三安持股比例为51%,意法半导体持股比例为49%。

合资公司项目计划于2025年第四季度开始生产,预计将于2028年全面落成,达产后可生产8英寸碳化硅晶圆1万片/周。

(叶子申来源:海西晨报)

## 福建首台ETC自助服务终端 在厦上线使用

6月13日,据厦门高速管理公司消息,福建省第一台高速公路ETC自助服务终端已在厦门收费站正式投入使用。

据悉,该终端拥有ETC申办、充值、欠费补缴、手机号修改、支付账号变更、挂失、闽通卡注销、卡片信息查询、月结账单查询、发票打印等十多项闽通卡业务功能。终端上线后,按照“简单业务自助

渠道办理为主、窗口服务跟进补充”的工作思路,由专人引导,线上线下协同服务模式,将实现柜面、自助机无缝衔接办理,可以满足24小时不间断办理业务的需求。

下一步,厦门高速管理公司将持续优化系统,实现辖区终端设置全覆盖,提高ETC服务智能化水平,提升群众满意度。

(王玉婷来源:厦门日报)

## 26家厦企组团赴匈牙利“掘金”

日前,由商务部外贸发展事务局主办、中欧商贸物流合作园区承办的2023年中国品牌商品(中东欧)展在匈牙利布达佩斯举办。此次展览设精品厦门馆,共有26家厦企参展,展位数达53个,参展展品覆盖汽配产品、按摩器具、家用电器、箱包等厦门优势出口品类,有效提升厦门品牌商品及服务贸易产品在中东欧国家的影响力。

参展期间,厦企展位吸引众多采购商驻足参观和洽谈,现场人气火爆。展会期间还举办了厦门专场对接会,厦企对拳头产品进行推介。

据悉,匈牙利地处中东欧的贸易和物流中心,是中东欧地区经济最活跃的国家之一。近年来,越来越多厦企乘着“一带一路”东风走进匈牙利,与中东欧国家开展合作。

(叶子申来源:海西晨报)