

株洲、衡阳跨境电子商务综合试验区实施方案出炉

# 南岳衡山或开设跨境电商体验店



扫码看视频

湖南省政府近日印发《中国(衡阳)跨境电子商务综合试验区实施方案》(以下简称《衡阳方案》)《中国(株洲)跨境电子商务综合试验区实施方案》(以下简称《株洲方案》),提出通过3至5年的改革实验,将衡阳打造成湘南乃至中部地区跨境电商集货中心、物流分拨中心、创业创新基地,将株洲打造成以“特色突出的产业集群”为核心竞争力的中部跨境电商新兴城市。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 潘显璇 实习生 李颖

## 依托优势产业,打造跨境电商产业带

《衡阳方案》提出,要培育“跨境电商+优势产业”业务模式。引进跨境电商第三方服务商,重点推动常宁市纺织服装产业、衡阳县钟表产业、耒阳市童车箱包灯具产业等拓展跨境电商业务,打造跨境电商产业带。

加快“跨境电商+综合保税”融合发展。支持企业在各城区商圈开展“一站式”保税展示,大力发展“跨境电商+保税展示+快速配送”模式,探索在南岳衡山等旅游景点开设跨境电商线上线下(O2O)体验店,打造区域性进口商品集散和消费中心。

探索“跨境电商+农产品出口”联动模式。结合衡阳特色,聚焦茶油、茶叶、湘莲、黄花菜等精品果蔬、特色食品,探索打造农产品跨境电商出口供应链体系。引入集涉农产品品牌培育、出口认证、标准制定、“身份证”管理溯源等功能于一体的第三方综合服务平台公司,帮助衡阳涉农企业开展跨境电商业务。

根据规划,衡阳将力争经过3至5年的改革试验,打造以“湘品出海+集货枢纽”为核心竞争力,“进出口并举、多业态融合”的湘南乃至中部地区跨境电商集货中心、物流分拨中心、创业创新基地。到2025年,引进和培育跨境电商龙头企业5家以上,全市跨境电商交易额超过50亿元;到2027年,引进和培育跨境电商龙头企业10家以上,全市跨境电商交易额超过70亿元。

## 积极推动开展“跨境电商+直播”出口模式

《株洲方案》提出,要发挥株洲轨道交通、航空动力、硬质合金、服饰、陶瓷、高分子新材料等产业优势,引导行业龙头企业探索发展垂直跨境电商。支持芦淞服饰电商产业园、醴陵陶瓷电商产业园、荷塘金山硬质合金产业园、天元新马金谷产业园、石峰轨道交通创新产业园、渌口新材料产业园、茶陵经开区电商产业园、攸县化工产业园等建设跨境电商产业园。

积极推动知名跨境电商进口平台和跨境电商进口供应链企业在株洲设仓驻点。结合株洲服饰等产业优势,积极推动开展“跨境电商+直播”出口模式。

株洲力争经过3至5年的发展,打造成为以“特色突出的产业集群”为核心竞争力的中部跨境电商新兴城市。到2025年,引进和培育10家以上跨境电商龙头企业,打造2个以上跨境电商产业园,培养1000名以上跨境电商人才,实现跨境电商交易额40亿元。到2027年,跨境电商交易额超过70亿元。

## 链接

### 3367.5亿元!

#### 上半年湖南进出口总值创新高

湘潭帝都光电科技有限公司主要是为汽车提供照明解决方案,公司原本只有门店经营,因受疫情影响,到店客户减少,公司决定拓展外贸,于2022年5月入驻湘潭综保区跨境电商综合服务中心。服务中心提供了各种培训,让初创型企业熟练使用TikTok、Facebook等外贸工具,还在物流、报关等方面提供便利,公司外贸业务发展迅速。去年入驻的8个月时间,公司共实现外贸销售50万元人民币;今年上半年,公司外贸销售额达到了80万元人民币,产品销售到罗马尼亚、希腊、美国、土耳其、俄罗斯等国家。

2023年5月17日,在长沙黄花机场海关监管下,湖南拙燕仓跨境供应链管理公司进口的72064瓶香水,经长沙黄花综保区卡口通关,存入区内危险化学品商店专用备货库房。这标志着湖南省首票符合危险化学品存储要求的跨境电商网购保税进口香水业务成功落地长沙黄花综保区。这一业务的落地,初步预计将为公司增加进口额1.4亿元以上。进口香水是跨境电商的热销商品,但香水香氛类商品属危险化学品,此前长沙黄花综保区由于用地性质无法建设危险化学品专用仓库用于仓储,导致跨境电商企业难以开展网购保税进口香水业务。针对综保区电商企业的诉求,长沙黄花机场海关成立工作专班,结合沿海综保区经验和黄花综保区现有设施条件的基础上,创新提出了“危险化学品商店经营资质+备货库房”解决模式,有效破解了进口香水在综保区内的合规存储问题。

数据显示,2023年上半年,湖南进出口总值3367.5亿元,创历年半年外贸值新高,较上年同期增长7.6%。目前,湖南先后获批长沙、岳阳、湘潭、郴州、衡阳、株洲6个国家级跨境电商综试区,跨境电商业务规模和综试区平台数量均居中西部前列。近3年,湖南跨境电商业务规模年均增长超过80%。



便利店中销售的低度酒产品。

## “微醺”新商机 酒企瞄准女性市场



扫码看视频

三湘都市报8月7日讯 夜幕降临,华灯初上,以黄兴路步行街为中轴线,长沙商业中心五一商圈迎来一天中最热闹的时刻。“淡黄色的香草口味蛋筒冰淇淋,前几口吃下去有淡淡酒味,路过的话挺值得试试。”8月6日,乘高铁从怀化前往长沙旅行的王小姐,在这里以39元的价格买到一个茅台甜筒冰淇淋,开心地与朋友分享。

不只是茅台,更注重“悦己”“微醺”的女性消费者成为酒企找增量的新渠道。不久前,旺旺集团推出“莎娃3度蹦气气泡酒”新品,不仅是集团在年轻消费群体中的新尝试,也是切入低度酒女性市场的主力商品;啤酒巨头百威英博也推出包含白桃、梨橙、草莓口味的低度酒RTD spritz系列,持续发力女性市场;五粮液也在天猫旗舰店上架“永不分裂”的梨味酒,被外界解读为发力女性悦己消费的新尝试。

此外,从果酒、葡萄酒到白酒,女性消费群体的比例显著上升。《1919女性用户购酒大数据》显示该平台女性用户占比逐年递增,从2017到2021年,女性用户数年均增幅达64.48%,推动着酒企发力女性消费市场。《2023即时零售酒类白皮书》显示,越来越多的年轻女性为“悦己”买单,饮酒不再是出于彰显身份的考量,更多关注悦己与氛围感。

“在现代女性生活中,‘饮酒’扮演着提供情绪价值的角色,小酌一杯带来的情绪放松,成为女性一种新的生活方式。”中国五大啤酒厂之一的湖南区市场部总监介绍,中国的酒水消费市场在快速变化,《何以笙箫默》《爱情公寓》等影视剧中女性饮酒场景的植入,推动女性饮酒市场迅速增大,“在长沙、衡阳等重点市场,品牌的女性用户比例在显著提高。”

他提到,区别于5至10年前,白酒、果酒、啤酒等品牌都在快速洗牌中,更偏好低度白酒的女性用户或许会推动清香型白酒的市占比,“对品牌而言,要在营销上注重与女性的心理沟通,创新营销方式、摆脱酒类产品的刻板印象,以满足女性消费者的情感需求。”

■文/图/视频 全媒体记者 黄亚苹 实习生 刘文莎