



本报记者 宋婧

近日,拼多多旗下跨境电商平台Temu(拼团)的用户数量正在迅速赶超美国第一大电商平台亚马逊,成为北美市场新宠。总部位于中国广州SHEIN(希音)已成为与ZARA比肩的法国第二大服装与时尚品牌;阿里巴巴国际站AliExpress(速卖通)成为韩国第二大电商平台;TikTok Shop(TikTok电商)进入美国市场仅一年,月活跃用户量便达到了1.7亿,几乎占美国人口的一半。

权威数据分析机构Data.ai最新发布的《2024移动市场报告》显示,中国跨境电商“四小龙”(Temu、SHEIN、AliExpress和TikTok Shop)在过去一年里全球下载量激增,霸榜2023年全球购物类应用下载增速排行榜前4名。亚马逊CEO安迪·贾西认为,中国跨境电商在征战海外市场多年后,终于成为不容忽视的力量。

Temu: 以极致性价比快速打开市场

提起拼多多,业内观点褒贬不一。有的盛赞其“物美价廉、品类丰富”,也有的质疑其“‘砍一刀’背后层层套路”。然而,不可否认的是,这家2015年才成立的公司,仅用短短几年的时间,就成功打破了中国市场淘宝、京东“双寡头”格局。

脱胎于“拼多多”,Temu自诞生之日起便复制了国内市场的打法,

明确走上了以“极致”性价比快速打开国际市场的路线。相关数据显示, Temu大部分商品价格低于10美元。一些鞋服、日用品等的价格比竞争对手低30%~50%。

近来,在通货膨胀和全球经济不确定性的双重压力下,高性价比商品的需求旺盛。欧睿国际分析师Fatima Linares表示,在持续的生活成本危机要求人们更注重预算的时

候, Temu的厨具和相应的电子产品价格在5到10美元之间,具有很强的吸引力。

凭借“Team Up, Price Down”(美版“砍一刀”)的机制, Temu成功吸引了大量追求性价比的海外消费者。市场调研机构SensorTower数据显示, 2023年Temu下载量激增23倍,超过3.2亿次,成为全球下载量最大、增长最快的电商应用。

2023年Temu下载量激增23倍,超过3.2亿次,成为全球下载量最大、增长最快的电商应用。

不过,新蛋集团全球CEO邹果庆表示,低价席卷海外的模式可能导致一些企业短期内快速增长,但也面临着竞争加剧、市场饱和与利润递减的风险。低价策略可以作为短期获取市场的一种手段,但长期而言,还是需要回归商品品质、客户服务和品牌建设,才可以为中国出海企业构建长期可持续的竞争力。

SHEIN: 敏捷的供应链模式是制胜关键

SHEIN是一家以女性快时尚为业务主体的跨境B2C互联网企业。“高频上新”是SHEIN的标签之一。

在广州市番禺区,有超过3.4万家服装企业在此集聚,其中有7000多家为服装制造企业,销售类超2.7万家,服装产业“四上”企业157家,形成了集研究、设计、投料、生产、定制、引进、批发、销售的完善供应链条。SHEIN在该区南村镇自

建了供应链中心,将上新周期缩短到7天,远快于传统服饰品牌的6~9个月。

“中国不缺供应链资源,能垂直至某个领域,把上下游海量供应商以有条不紊、高效运转的模式充分衔接,并输出自己的标准,这是SHEIN长久深耕的结果,也是其柔性供应链令人叹服的地方。”供职于知名跨境电商平台、目前负责卖家

管理工作的某业内人士感慨道。

在自主品牌模式下,SHEIN按需生产的敏捷供应链模式,利用实际市场需求来预测销售,同时控制生产,最终减少生产过剩,即柔性供应链下的“小单快反”。这种模式将其库存降至个位数,远低于行业平均水平(40%~50%),破解了服装行业长期以来高库存的棘手问题。

美国波士顿咨询公司在报告中

SHEIN按需生产的敏捷供应链模式,利用实际市场需求来预测销售,同时控制生产,最终减少生产过剩。

AliExpress: 唯一自建物流的跨境电商

物流体验始终是消费者网购时最关注的要素之一。由于国际运输距离长,涉及环节多,跨境物流往往运费较高。为了留住更多的海外客户,各个跨境电商平台都在物流方面下足了功夫。其中, AliExpress是跨境电商“四小龙”中唯一自建物流的跨境电商平台。同为阿里系成员的菜鸟帮助AliExpress打通了跨境物流“最后一公里”。

10月11日, AliExpress宣布携手菜鸟网络,将“全球5日达”国际快

递服务扩展至14个国家,包括意大利、波兰、日本等,进一步加速覆盖欧洲、美洲和亚洲,以提升跨境商家的物流履约服务体验。

“自AliExpress全面推行托管模式一周年以来,保持着高速增长,联合菜鸟打造的物流服务正是托管服务的核心优势之一。”AliExpress物流供应链总经理轶云表示,过去两年,在菜鸟国际快递的支持下, AliExpress的全球平均送货时长缩短了50%,重点国家送达时效提升到了5至7天。

AliExpress与菜鸟的合作,还将来自中国的物流科技推向了世界舞台。比如,利用AI算法优化配送路径,无人机和无人车配送试点项目的推进,以及区块链技术在供应链透明度上的应用,这些前沿科技的应用不仅提高了物流效率,还有效降低了成本,为全球电商的可持续发展提供了新的可能。

同样,在物流方面, AliExpress也曾引起卖家争议。此前, AliExpress在西班牙、德国、法国、美国等地上线的免费退货服务“free re-

turns”(15天内无理由免费退货)备受入驻商家诟病。卖家们普遍认为,该政策的实施让恶意退货在所难免。

不过,后来AliExpress祭出一招——凡加入“百亿补贴品牌出海”计划的商家,除了一键入驻AliExpress,还可以同步在阿里国际旗下的Lazada、Miravia、Daraz、Trendyol等多个电商渠道销售,覆盖东南亚、南亚、欧洲、中东等全球重点市场。这在一定程度上缓和了其与入驻商家之间的矛盾。

在菜鸟国际快递的支持下, AliExpress的全球平均送货时长缩短了50%,重点国家送达时效提升到了5至7天。

TikTok Shop将兴趣电商与直播电商结合,快速将自身的流量进行变现的模式独树一帜。

TikTok Shop: 内容直播引领电商新风向

上线北美地区仅一年,内容场GMV(商品交易总额)暴增557%,日支付用户数增长超3倍,内容电商创作者数量同比增长超10倍,有销售记录的电商卖家数量每个季度都保持了超过70%的增长率,这便是TikTok Shop在海外市场创造的一场奇迹。

在以货架为主流的海外电商生态中, TikTok Shop将兴趣电商与直播电商结合,快速将自身的流量进行变现的模式独树一帜。受

益于TikTok社交平台在国外的走红, TikTok Shop相较于其他跨境电商平台更容易实现内容供给侧从“种草”到“转化”的闭环,这也使其成为了全球唯一成规模的内容电商平台。

“TikTok是一个天然流量平台,长期来看将流量转化为销量是成立的模式,就如同Facebook将流量转化成广告一样, TikTok只需要考虑如何将流量与货结合就可以;另外,越来越多的卖家在

积极拥抱TikTok,比如其在印度尼西亚市场的增长很快,当卖家赚到钱后很容易吸引周边的卖家也去尝试。”星商电商国际业务总监马田说道。

以短视频与直播为主的内容电商正在加速海外市场消费习惯的变革。长期来看,跨境电商平台Meoky的TikTok Shop渠道负责人坦言:达人营销、自播和自制短视频带来的流量已经占到店铺流量的70%,其中达人营销更是占到50%。据悉,

自Meoky入驻TikTok Shop以来, GMV已超过千万美元。

树大招风, 极速扩张的TikTok Shop与TikTok一样遭到了各方势力的围攻, 美国、印度尼西亚等都曾对其百般刁难。业内专家指出, TikTok Shop要想在这两个市场中站稳脚跟, 必须进行本地化战略的深度布局, 包括优化物流体系、提升售后服务水平、与当地的供应链建立更紧密的合作关系等。

中国移动打造全球最大规模低空通信网

本报讯 记者张琪玮报道:10月12日,2024中国移动全球合作伙伴大会在广州举办。在会上,中国移动发布了九天善智多模态底座大模型、30款自研行业大模型、《通用大模型评测标准》等多项最新成果,以及发布了“四驱两翼”低空经济能力体系,提出打造全球最大规模低空通信网、最广覆盖高精导航网、全球首个通感一体网等目标。

中国移动董事长杨杰表示,5G商用以来,我国在5G网络建设、产业应用和生态建设方面成果斐然。目前中国移动5G基站总数已超过230万个,5G-A商用城市超过330个,5G套餐用户超过7.8亿户,5G行业应用案例超过4万个。

“‘5G+’棋至中盘,‘AI+’加速到来。”杨杰强调,当前,以数智化为主要特征的新一轮科技革命和产业变革深入发展,数据、算力、人工智能成为新质生产力的重要驱动因素。在高质量数据、高性能算力、高水平算法的共同作用下, AI将为千行百业、千家万户注入智慧,有力推动融合创新、产业体系、企业运营、信息消费不断跃升,引领经济社会进入“AI+”新时代。

杨杰表示,中国移动将继续着力实施“AI+”行动计划,推动“AI+”设施升级、“AI+”场景应用、“AI+”科技创新、“AI+”生态共建。其中,要提高数智服务供给水平,围绕产业焕新打造智能经济,构建涵盖智能算力、MaaS(模型即服务)平台、行业大模型、产品应用的AI+DICT服务体系,聚焦制造、农业、物流、交通、金融、能源等重点行业,深入挖掘人工智能技术应用场景。

会议期间,中国移动发布了九天善智多模态底座大模型及30款

自研行业大模型,并发布了《通用大模型评测标准》。据了解,九天善智多模态底座大模型是九天系列通用大模型的最新研发成果,实现了长文本智能化解析、全双语音交互、视频与图像处理与结构化数据深度洞察四大功能的显著提升。此外,基于九天系列通用大模型基础能力,中国移动自研30余个横跨多领域的行业大模型,推动基于大模型的规模化行业应用蓬勃发展。例如,九天海算政务大模型已与黑龙江合力打造全国首例政务领域综合搜索平台,九天医疗大模型已在协和医院、广州120等龙头机构落地部署。

同时,杨杰提出,顺应AI技术与产业发展融合创新趋势,应依托“AI+”重点培育低空经济、大数据、车联网、车路云一体化、沉浸式内容等AI战略新兴产业,面向量子科技、空天地一体等前沿领域布局数智服务新业态。面向以低空经济为代表的战略新兴产业,中国移动发布“四驱两翼”低空经济能力体系,通过终端、网络、平台及应用四轮驱动,以及AI与安全双翼护航,全面赋能低空经济高质量发展。

其中,终端层以模组、网联终端、SIM卡、SDK等为核心要素,构建全链多元产品矩阵,打通低空“通”“导”“管”“用”入口;网络层打造全球最大规模低空通信网、最广覆盖高精导航网、全球首个通感一体网,实现通得好、导得准、探得到;平台层引外融内,全面构建人机识别与溯源、风险感知与预警等安全监管能力,以及无人机卡管理、网联远程操控等应用运营能力,打造服务监管、赋能百业的低空综合平台;应用层聚焦十大典型场景提供多元化解决方案,打造低空物流等世界级示范标杆,推进低空应用规模拓展。

中国电信完成海上卫星环境下VoWiFi验证及优化测试

本报讯 近日,中国电信研究院协同合作伙伴,依托云网融合大科创装置核心网、卫星链路和仪表模拟验证了海上卫星传输环境下的VoWiFi(基于WiFi的语音和视频通话)可行性,并优化了用户在蜂窝和卫星网络下的语音切换体验。

测试表明,通过卫星链路可成功打通VoWiFi通话并能正常收发短信,VoWiFi通话接通时间为4~5秒,mos均值为3.5,最高值达4.3,接通率达100%,通话质量与VoLTE(长期演进语音承载)相当。基于大科装置仪表环境,VoWiFi团队提出VoWiFi“质差”切换策略及实现测试,在原有切换策略仅依据WiFi RSSI的基础上,新增丢包率、抖动、时延对切换质量的研究验证。其中,丢包

率对VoWiFi语音mos值的影响最大,下行语音RTP包的丢包率在5%左右时,下行mos分在3左右波动。通过新的质差切换策略,用户在卫星网络及蜂窝网络切换场景下的mos明显提升。基于上述测试,中国电信为惠州市海洋综合执法支队和深圳蛇口友联船厂客户打通了海上VoWiFi电话,并进行了为期3个月的实景试用,有效满足了客户海上工作生活中对语音和短信的通信需求。

当前,在海上、机上、紧急救援等多种场景中存在无蜂窝信号的问题,产生了用户无法拨打原生语音通话、无法接收短信验证码等难题。业界人士认为,卫星传输环境下的VoWiFi将有效解决上述难题,产业发展前景广阔。(文 编)

全球首款穿戴式头盔全数字PET研发成功

本报讯 近日,由华中科技大学同济医学院附属同济医院、湖北锐世数字医学影像科技公司联合研发的全球首款穿戴式头盔全数字PET在湖北研发成功。

PET是阿尔茨海默病(AD)、帕金森病(PD)等神经退行性脑病早期影像诊断的金标准。然而,现有临床PET因造价高昂、灵敏度低、适应性弱、分辨率差等原因不能满足高性能脑部成像的需求。

全球首款穿戴式头盔全数字PET,是湖北医工交叉领域的重大成果之一。创新的MVT数字化采样技术,使探测效率提升100倍;超精细的晶体切割,使空间分辨率提升2倍;独创的球形几何结构,顺应脑部解剖学形态,突破了立体角覆盖极限和空间分辨率

瓶颈,使灵敏度提升10倍,而成本却不到一半,超越了全球同类头盔PET系统。“盔随头动”的设计,结合首创的非对称归一化校正和高频重建技术,能在运动状态下完成电影级的高清动态脑功能成像。

在我国人口老龄化日益加剧的当下,这一设备不仅可用于脑部疾病的精准化诊疗,服务超过5500万AD、1000万PD、7000万的癫痫和众多脑肿瘤患者,而且为脑科学探索提供了重要的研究工具,具有广阔的市场前景。

目前该设备已在100例阿尔茨海默病患者早期诊断和病情预测中实现应用,拥有全部核心专利,有望成为全球首个获批国家三类医疗器械注册证的头盔全数字PET产品。(晓 文)