

# 巨量市场持续开放 跨境电商寡头效应初显

文/李立

“我喜欢用直播,面对镜头烹饪澳大利亚牛肉,看直播的人就能听到牛排滋滋作响……”天猫网红店主陆杰喜2018年11月格外忙碌,既要参加首届中国国际进口博览会,又要备战“双11”。她经营的天猫海外旗舰店Jessica's Suitcase已经是第四年参加“双11”。她仍然感到紧张,她告诉《中国经营报》记者,第一年参加“双11”时,曾主推一款木瓜油,备货几千瓶瞬间就卖断货了。

陆杰喜的另一个身份是澳大利亚前总理陆克文的女儿,不过她不喜欢拼爹。受到马云鼓励,陆杰喜2015年开始在天猫开店,经营范围囊括奶粉、蜂蜜及护肤品,亲眼见证了几年间中国这个巨大消费市场的崛起,“澳大利亚只有2300万人口,中国却有13亿人口!澳洲品牌要走出去,一定要到中国来!”

让陆杰喜们感到振奋的是中国这个巨大的消费市场轮廓终于越来越清晰。2018年是中国跨境电商的标志性年份:首届中国国际进口博览会释放积极信号,2019年1月1日开始,中国对跨境电商的监管政策再次延期。国务院决定延续、完善跨境电商零售进口政策并扩大适用范围,对中国进口跨境电商行业意味着重大利好。“中国正在成为全球最大的消费市场之一,这个巨大的消费市场还在持续开放。”阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长高红冰认为。

## 政策红利

在上海举行的首届中国国际进口博览会上,习近平主席在开幕式主旨演讲上52次提到开放。

“中国将进一步降低关税,提升通关便利化水平,削减进口环节制度性成本,加快跨境电子商务等

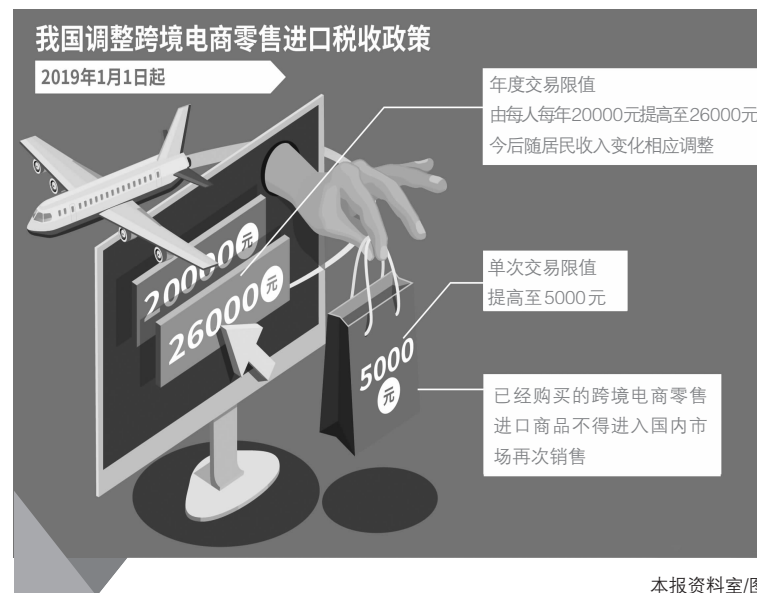
新业态新模式发展。”习近平还特别指出,预计未来15年,中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元。

进博会的活跃交易是跨境电商进入活跃期的表现之一,另一方面,在2019年1月实行的跨境电商新政,更体现出政府对跨境电商持续的开放态度。从2019年1月1日起,延续实施跨境电商零售进口现行监管政策,政策适用范围扩大到22个新获批的综试区城市。并新增群众需求量大、63个税目商品,将单次交易限值由目前的2000元提高至5000元,将年度交易限值由目前的每人每年2万元提高至2.6万元。

中国电子商务研究中心主任曹磊注意到,这是“48税改”出台后现行的监管政策第三次延期执行。业内所称的“48税改”,是指2016年4月8日,财政部、海关总署、国家税务总局联合发布的《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》,宣布我国将实施跨境电商零售的进口税收政策,跨境电商零售进口商品按照货物征收关税和进口环节增值税、消费税。不过在“48税改”宣布后的几年内,国家针对现行跨境电商的监管政策一再延期。2018年持续开放的态度尤为明确。

洋码头创始人兼CEO曾碧波亲眼目睹了“48税改”宣布后中小跨境电商被大批淘汰。眼下持续的政策利好在他看来,意味着政府在监管体系上更自信。

中国跨境电商零售进口政策历经数次变化,2014年政府从政策层面开始认可跨境电商,2015年开始支持跨境电商试验区建设,到2018年国务院同意在北京、呼和浩特、沈阳等22个城市新增跨境电商电子商务综合试验区,跨境电商试验区城市增至35个。在曹磊看来,“跨境电



本报资料室/图

商综试区继续扩容为外贸打开新上升通道,此次扩容向中西部地区倾斜,能极大促进这次地区跨境电商发展。”

丰趣海淘CEO任晓煜则认为,跨境电商新政是进博会之后对跨境电商的又一个强心剂。跨境电商从试点逐渐进入了稳定期,商品类目的扩大,税费的稳定,交易限额的上升,毫无疑问都是对跨境电商试点的认可,进一步的解绑,给了行业更多空间。

## 中场将近?

不过在曾碧波看来,伴随政策加持,跨境电商的中场战事也接近尾声。“2019年将是跨境电商中场的最后一年。”

跨境电商市场向寡头集中趋势明显,据Analysys易观发布的《中国跨境进口零售电商市场季度监测报告2018年第2季度》显示,在国内跨境进口零售电商市场中,天猫国际29.1%居第一,网易考拉22.6%、京东全球购13.7%分别排在第二、三名。

不过天猫国际和网易考拉差距不算明显,2019年跨境电商的胶

着之战将发生在两者之间。“最鼎盛时期,跨境电商不止800家,现在则格局越来越清晰”,曾碧波认为最终决战爆发在天猫国际和网易考拉之间。

跨境电商在天猫的地位也越来越重要。在2018年11月的阿里架构大调整中,天猫升级为“大天猫”,形成天猫事业群、天猫超市事业群、天猫进出口事业部三大板块,天猫进出口事业部总经理刘鹏直接向阿里巴巴集团CEO张勇汇报。这意味着天猫国际在天猫事业群中变得更重要,成为三大业务板块之一。

另据记者了解,伴随新设的22个跨境电商综合试验区,天猫的业务也会向这些城市下沉。天猫进出口事业部公共事务部表示,一旦在这些城市实现提前备货,跨境电商的物流配送效率将进一步提升,消费者可能第一天下单次日就可以收货。

相比头部电商,洋码头2018年显得沉寂许多,不过曾碧波独家回应《中国经营报》记者称,相比跨境

电商的无序竞争时期,现在是高质量竞争,公司反而压力没那么大,进入价值竞争的层面,“能给消费者、供应链真正创造价值的公司最后能活下来。”据记者了解,2018年“黑五”洋码头大幅缩减了营销方面的费用,但曾碧波回应称“黑五”的交易额与2017年持平。

在业内人士看来,小红书的转型和洋码头的收缩反映跨境电商最真实的业态,头部跨境电商进入决战时刻,第二梯队、独立平台要么寻求金主靠山,要么必须体现出独特的价值。2019年跨境电商的竞争格局将水落石出,中场将尽。

## 巨市场的奥妙

对于海外市场 and 品牌商而言,中国意味着飞速增长的巨大消费市场。德勤亚太消费品与零售行业主管合伙人张天兵认为:“中国消费者通过跨境电商购买进口商品的习惯已经逐渐养成。”

中国电子商务研究中心统计数据,2018年上半年中国进口跨境电商交易规模达1.03万亿元,预计2018全年将达到1.9万亿元,同比增长26.7%。另外一面,中国网络零售市场保持了持续且高速增长,整体市场规模到2018年预计将超过1万亿美元。Frost&Sullivan与Azoya Consulting合作定制的《中国市场跨境电商的机遇》报告显示,有高达80%的海外零售商认为,中国是一个利润丰厚的市场。

值得注意的是,2018年也是全球品牌入华30年。国外零售商或者品牌方目前主要靠两条路进入中国市场,即传统一般贸易模式与新兴跨境电商模式。比较之下,跨境电商模式对于进口商品的准入门槛更低,最关键的是大大缩减了进入中国市场的时间周期;同时借助跨境电商平台的大数据分析,可以及时地进行营销、渠道和产品端调整。

法国美妆Filorga2017年在天猫开设海外旗舰店,Filorga中国区电商总监张勇告诉记者,Filorga在法国美妆系统排名第二,已经非常有名,但是在中国还属于小众品牌,与跨境电商合作的重要目的就是扭转在中国的小众形象,变成人尽皆知。

中国市场未来巨大的消费潜力将在“90后”身上爆发。中国国际商会、德勤、阿里研究院发布《持续开放的巨市场——中国进口消费市场报告》显示,进口消费群体“90后”占比超50%。进口消费群体中的年龄分化呈现更加年轻化的特征。2017年,天猫国际的“90后”“95后”消费者人数占45.2%,2018年这一占比更超过50%。不过从购买金额来看,“80后”和“85后”仍是购买力最强的群体,消费金额占47.6%。

作为跨境电商消费的主力,“90后”“95后”也呈现出“新常态”和“新势力”两大趋势:购买进口商品越来越常态化、高频化,从体量和增速来看,大量以“小镇青年”为代表的低消高潜人群日益崛起成为新兴力量。相比于其他代际消费者,“90后”“95后”喜欢新鲜、小众,也喜欢高品质,需求越来越细分。“消费者已经变得越来越挑剔。”据曾碧波观察,2018年的“黑五”,以往大卖的UGG、施华洛世奇水晶已经卖不动了,相比之下,欧洲的小众品牌却卖得比较好。

满足多样化的细分市场需求已经反映到政策层面,“比如政策把跨境电商零售进口商品的单次限额从2000元提高到5000元,给高价值产品带来机会,包括轻奢类、电子产品类、美容仪器类等。”在通拓科技集团合伙人李鹏博看来,把年度限额提高到2.6万元,这个调整力度后续还有可能继续调整。

# 昆仑万维“变形计”

文/木清

2018年对北京昆仑万维科技股份有限公司(以下简称“昆仑万维”)注定是不平凡的一年——这是改革开放40周年的生日,也是昆仑万维10周岁的生日,但这一年昆仑万维从事到业务发生了太多太多的变化。

2018年11月17日,昆仑万维副总经理陈芳离职,不再担任昆仑万维任何职务。在此之前的2018年6月份,创始人周亚辉辞去了昆仑万维总经理职位。

从2018年的人事变化来看,似乎不是什么好消息,但背后实际上隐藏着昆仑万维“变形”的大计。

据昆仑万维内部高管透露,周亚辉是根据创业板关于公司独立性的要求,卸任昆仑万维总经理去担任Opera的CEO。更为值得注意的是,2018年8月,昆仑万维此前的主业务游戏业务正式启用了新的名字GameArk,这标志着昆仑万维从当初以游戏为主的一家公司“变形”成为既有游戏、又有社交娱乐和信息资讯的综合集团。

## 昆仑万维游戏“升级”

2018年年初,昆仑万维集团十周年庆典活动上,昆仑万维集团旗下昆仑游戏、闲徕互娱、摩比神奇、Opera、Grindr、StarMaker、Curabiotech的所有员工首次进行了集体大联欢。

时光倒回到十年前的2008年,昆仑万维是周亚辉第一次创业失败之后的第二次尝试。那时候,开心网很火,土豆网也刚起步,社交和视频都是炙手可热的创业方向。但周亚辉没有选择这两个方向,他将原因归结为对自己的融资能力没自信,所以决定

自己先把项目做起来再找资本“锦上添花”。

曾参与过《猫游记》开发的周亚辉察觉到页游的潜力,加上当时《部落战争》在欧美市场开始兴起,于是选择游戏领域作为创业方向,做起了三国题材的部落战争——《三国风云》,并依靠这款游戏正式进军网页游戏领域。

但在昆仑万维创立之时,“腾讯已经在国内游戏领域处于领先地位。”周亚辉决定避开腾讯的锋芒,进军海外市场。也因此,国际市场成为昆仑万维发展的根基,长期在公司营收占比超过七成。

随着移动网络游戏市场的高速增长,周亚辉敏锐把握住了高速增长的机会,2012年起就开始转型移动游戏厂商,战略性降低了页游和端游的业务比例。手游的比例逐渐上升,占主营业务收入的比重上升到了81.94%。近年来,昆仑万维陆续代理发行了如《啪啪三国》《武侠Q传》《时空猎人》《全民奇迹》《太极熊猫》等深受海外玩家欢迎的手游产品,并成功扶植了一批国内研发商进军海外市场。

从业务模式上来看,2012年到2015年,昆仑万维以代理精品游戏业务为主。2014年开始,腾讯、网易等游戏大厂陆续推出自研的爆款游戏,单款游戏过亿元流水的产品陆续出现。昆仑万维也意识到,纯独代的模式已经不足以支持竞争,未来一定还是要拼研发实力。

从2015年开始,昆仑游戏开启了“研运一体,冷暖自知”模式。2015年便推出了第一款自研游戏《武侠外传》,而其中特别值得一提是昆仑自研的产品《神魔圣域》创造过10亿元的收入。

以游戏起家,靠运营游戏而

壮大,2015年1月21日,昆仑万维正式在深交所挂牌上市,总市值达80亿元。

昆仑万维上市前后,周亚辉摇身一变成为了一名风险投资人,几年来投资项目包括直播APP“映客”、互联网金融公司“趣分期”、农业B2B项目“一亩田”、物流公司“达达”、知识技能共享平台“在行”做的轻型应用“分答”、手机漫画公司“快看漫画”等,还全资收购全球知名社交网Grindr、控股挪威的浏览器Opera等。堪称密集的成功案例,让周亚辉获得了美誉。

周亚辉的成功转型也昭示着昆仑万维的转型。

此前的昆仑万维公司产品基本上与游戏挂钩,随着投资布局不断扩大,昆仑万维涵盖的内容不断扩充,游戏成为集团的一个重要子业务。所以在2018年8月24日,昆仑万维集团正式宣布:移动游戏平台将启用独立品牌“GameArk”,昆仑游戏这个品牌将不再使用,业务范畴扩大,且包含原有的自研产品。

GameArk名字源于传说中的诺亚方舟,“GameArk”意味着昆仑万维集团的游戏业务将像Noah's Ark一样,承载着多种多样的新物种,构建包含多样性的游戏品类、拥有大量新物种游戏储备的平台,驶向全球化,创造新物种。

概括而言,GameArk的核心就是——全球化、多样性、新物种。这三个关键词也代表着未来游戏业务的方向。同时,GameArk将整合昆仑万维集团平台4.5亿MAU流量进行多样化的游戏变现,从而满足不同区域、不同文化用户的多样性需求。

游戏品牌更名意味着从品牌上“昆仑万维”不再仅仅是一家A股游戏公司,更是一个国际互



网集团。

## 平台化转型又一里程碑

作为A股资本运作最频繁公司之一,早期昆仑万维的很多投资和并购跟主业游戏没有太大关联,因此有人指责其“乱投资”。

不过,周亚辉表示,通过大量的投资,可以保持嗅觉的灵敏度和公司业务的前沿性,为日后发展提供持续动力。“采用离心多元化的目标是从财务上考虑平衡现金流或者获取新的利润增长点。”

随着周亚辉投资的日臻成熟,昆仑万维在工具软件、社区、游戏、互联网金融和视频等领域的整合布局已然形成,他要打造的是国际互联网生态体系,越来越多的人开始读懂周亚辉的“野心”。

2018年7月27日Opera登陆美国纳斯达克,股票代码为“OPRA”。Opera成为昆仑万维继移动游戏平台(昆仑游戏)、休闲娱乐社交平台(闲徕互娱)、社交平台(Grindr)之后,构建的又一平台——信息资讯平台。Opera的成功上市,也被视为昆仑万维向平台化转型的重要里程碑。

用户在线时长。另一方面,接入游戏联运的商业化变现模式也为其增加了更多营收,并且还推出了“闲来好货”APP,开启了昆仑万维集团电商平台时代。

闲徕互娱另外一个重要试水是自身平台流量优势与GameArk合作游戏联运,截至目前,仅上线4款H5游戏,月流水就已经超过2000万元,最高日流水更是过百万元。

而周亚辉打造的国际互联网生态体系,就是由昆仑万维集团的移动游戏平台(GameArk)、休闲娱乐社交平台(闲徕互娱)、社交平台(Grindr)、信息资讯平台(Opera)等共同组成的昆仑万维集团的产品矩阵,产品之间将充分发挥协同作用,整合昆仑万维集团的流量资源,为游戏业务提供全方位、最大化的支持。在此基础上,GameArk推出了“轻舟计划”,整合了昆仑万维集团旗下GameArk、Opera、闲徕互娱、Grindr、摩比神奇、Starmaker全平台流量,预计在一年时间内,帮助100款轻游戏产品,进行全球联运发行。

“GameArk与闲徕互娱合作试点的背后,就是闲徕互娱平台1000万MAU的加持。而当GameArk与昆仑万维集团其他平台的流量打通后,则可共享高达4.53亿的月活跃用户,其中,Opera 3.22亿、闲徕互娱 1000万、Grindr 900万、摩比神奇 8000万、Starmaker 1200万、GameArk 2000万,足以覆盖亚、欧、北美、非洲、南美五大洲用户人群。”昆仑万维方面表示。

目前而言,还仅仅只是GameArk与闲徕互娱两个平台之间的试水。未来昆仑万维不断将各个平台之间打通之后,想象空间会有多大?等待着时间来检验。