政府補貼帶旺需求 跨境電商訂單不絕

防疫避公交 國產單車風靡歐洲

【大公報訊】隨着歐洲疫情緩和，自5月上旬各國逐步「解封」，出於疫情防控考慮，民眾們的代步選擇從公共交通工具轉而投向自行車（單車）。不少政府為鼓勵騎行，向企業主及消費者發放補貼，催旺了購買需求。加之海外線下店受疫情影響關門停業，線下購買無門，不少消費者轉戰跨境電商平台訂購自行車。數據顯示，5月中國自行車和電動車對歐出口量暴漲，價格上萬元（人民幣，下同）的高端車型也被搶購一空。

據新浪網報道：據跨境電商平台速賣通數據，同比去年同期，5月西班牙市場自行車銷售額上漲超過22倍，意大利、英國市場增長4倍左右。據俄羅斯在線零售商「野莓果」公司的數據，5月俄羅斯自行車銷量達到去年同期的60倍。

美進口商：貨沒到已訂購一空

在美國，近期同樣出現了自行車搶購。數據顯示，與去年同期相比，3月全美自行車、設備和維修服務銷量幾乎翻了一番，通勤和健身自行車銷量增長66%，休閒自行車銷量增長121%，電動自行車銷量增長85%。據外媒報道，到4月底，美國許多商店和分銷商已售罄1000美元以下的低端自行車（包含電動自行車）。現在美國正面臨嚴重的自行車短缺，甚至有美國自行車進口商表示，中國進口的自行車貨還沒到就已被訂購一空。國產自行車品牌SAVA的速賣通負責人郭振鶴表示，4月以來訂單環比增長30%以上，產能吃緊，原本下單後3天之內就能發貨，現在至少要等一周。

同樣受到各國民眾熱捧的還有電動滑板車。「原本備在海外倉的貨，一周就賣空了。第二批還在路上就被訂完，第三批我們又多備了3、4倍的貨。」電動滑板車品牌Janobike創始人李小龍表示，自3月復工以來，銷售額持續增長，月環比增幅達30%–40%。目前，合作的上游車架廠家已24小時滿負荷開工，想要盡早拿貨，甚至要靠「走後門」。

供不應求 交貨期超過30日

火爆的訂單讓電動車品牌Sheng Milo的生產線應接不暇。公司運營負責人何沖表示：「工人每天加班到12點，訂單仍然排到了一個月之後。」據介紹，該品牌正在緊急招工，計劃將廠房面積和工人規模都擴大一倍。

值得注意的是，無論電動滑板車還是自行車，歐洲市場普遍售價在1000美元上下，高端款超過1600美元，折合人民幣萬元以上，但仍然供不應求。「歐洲當地政府為鼓勵騎行提供了補貼，有了補貼，低端款相當於對折，高端款相當於只賣低端款價格，所以現在高端款也賣空了。」李小龍解釋道。

自行車和電動車行業中，中國擁有從零部件到組裝整車的完整產業鏈。速賣通運動品類負責人李凱表示，「中國產品性價比優勢顯著，海外需求一直很旺盛。此次疫情影響下，海外線下店關門停業，消費者紛紛選擇通過跨境電商線上購物，因而帶來平台上相關品類交易量的大幅上升。」

▶在德國首都柏林一家自行車商店外，顧客等候入內選購 新華社

▲出於疫情防控考慮，踏單車受到不少西方國家民眾熱捧。圖為澳洲悉尼一家自行車維修保養商店內，市民排隊預約自行車維修服務 新華社

季發百視頻 玩具巨擘雲直銷吸粉

【大公報訊】據新華社報道：對於全球玩具巨頭來說，在中國市場用直播——這一中國時下最流行的營銷方式進行帶貨，成為一種全新但又重要的選擇。

「我們確實發現中國消費者的偏好發生了改變，他們更習慣於線上渠道互動，包括在線電商平台以及在線社交媒體。」玩具反斗城中國董事總經理諸葛民說，「我們正在看到中國市場復甦的積極信號，越來越多的消費者選擇通過我們的線上平台進行購物。」

今年3月，這個進入內地市場14年的玩具零售企業，進駐抖音平台開設了官方賬號，通過短視頻與中國消費者交流互動，讓家長帶着小朋友在「雲」上逛商店、挑玩具、玩玩具。

「賬號運營3個多月以來，我們一共生產並發布了近100條視頻，也設計了『玩具開箱揭秘』『產品視頻演說』等特色主題，目前獲得了超過320萬次播放量，獲讚數近20萬，吸納粉絲數超過9萬。」玩具反斗城中國工作人員介紹。

諸葛民表示，未來將進一步推進線上與線下協同發展，「中國市場潛力巨大。加上中國經濟環境的不斷開放和各大利好政策的推動，我們對中國市場的發展樹立了堅定信心。」

國產單車緣何全球熱銷？

- 民眾擔心乘坐公共交通工具會增加感染新冠肺炎風險
- 受疫情影響，不少國家和地區關閉公共交通，自行車成為重要出行方式
- 疫情下各地體育館關閉，自行車成為運動健身替代項目
- 部分國家鼓勵替代性出行，為市民購買自行車和踏板車提供補貼
- 部分企業主得到政府資金支持，為騎自行車通勤員工提供交通補貼

廣西「雲簽約」攬31項目 全球招商80億元

【大公報訊】據中新社報道：2020年中國（廣西）自由貿易試驗區雲推介雲招商雲簽約活動6日啟動，這是廣西自貿試驗區首次面向全球開展大型招商引資活動，促成簽約項目31項，涵蓋生產基地建設、綠色農業、智慧智能產業園、電子商務、物流運輸等內容，總投資額超80億元人民幣。

廣西自貿試驗區「三雲」招商推介活動以「活力廣西自貿引領中國—東盟開放合作」為主題，線上邀請2萬家商協會、企業代表，搭建全球投資者一鍵對接廣西自貿試驗區的平台，並以中英雙語進行全球、全網直播。

簽約香港中草藥加工項目

當天簽約項目包括廣西壯族自治區人民政府與中國船舶燃料有限責任公司簽訂《戰略合作協議》，有關各方簽訂《關於推進北部灣港保稅燃油供應基地建設工作備忘錄》，正邦集團面向東盟總部基地建設項目，美式傢具加工項目（俄羅斯），中草藥加工項目（中國香港），諾亞國際供應鏈項目（泰國）等。

新加坡太平船務集團執行主席張松聲表示，企業位於廣西自貿試驗區的中新南寧國際物流園項目已獲稅收、落戶獎勵等多項優惠政策扶持，優良營商環境幫助項目進一步擴大經營範圍和客戶群，吸引更多中國與東盟客商前來投資合作。

北京消費季開鑼 派122億消費券

【大公報訊】記者張帥北京報道：為進一步推動北京復商復市，加快消費回暖，北京消費季活動於6日上午在京啟動，活動將延續至十一黃金周結束。消費季期間，有超122億元（人民幣，下同）的消費券向在京消費者發放，其中22億元為政企消費券，100多億元為企業消費券。

6日上午10時，中共中央政治局委員、北京市委書記蔡奇，中宣部副部長、中央廣播電視總台台長慎海雄，北京市委副書記、北京市市長陳吉寧，商務部黨組成員、副部長王炳南以及北京電器銷售員、快遞小哥、外賣小哥、社區工作者和援鄂醫療隊醫療工作者代表，共同推開象徵着北京重啟消費快進鍵的大門，標誌北京消費季正式啟動。據悉「北京消費季」將開展「京彩」「京券」「京品」「京韻」「京味」「京炫」六大板塊活動，覆蓋餐飲、購物、文化、旅遊、休閒、娛樂等領域。今次消費季期間，超122億元的消費券將涵蓋北京全市80多個重點商圈、特色商業街區，開展超100場促銷活動，參與商戶超過5000家。

為支持湖北經濟社會加速復甦，「北京消費季」還舉辦湖北周活動，通過直播、雲採購、商超直採等方式，推動湖北特色產品在京銷售。

在王府井新東安市場門口，中央廣播電視總台通過「5G+8K超高清大屏」同步展示了前門大柵欄、歡樂谷、五棵松華熙等商圈的熱鬧實景。央視「最強帶貨天團」康輝、撒貝寧、尼格買提、朱廣權還一起為北京、湖北等地區的中國優秀品牌直播帶貨。

▲▼「北京消費季」6日上午在北京啟動。下圖為活動嘉賓推薦商品「帶貨」

鐵路客流回升 5月發客1.57億

【大公報訊】記者張帥北京報道：中國國家鐵路集團有限公司（簡稱「國鐵集團」）6日發布最新數據顯示，5月份，全國鐵路發送旅客1.57億人次，日均發送508萬人次，環比增加139萬人次，增長37.6%，客流呈現快速回升趨勢。

國鐵集團客運部負責人介紹，5月份，隨着各地企業復工達產、學校復課，旅遊消費市場回暖，鐵路客運需求持續上升。鐵路部門積極適應疫情防控常態化要求，加強旅客運輸組織，精準投放運力資源，提升運輸服務品質，滿足廣大旅客出行需求。隨着內地經濟社會秩序加快恢復，鐵路客流還將繼續穩步回升。

6月6日零時起，北京市突發公共衛生事件應急響應級別由二級下調至三級，並相應調整防控策略。國鐵集團表示，鐵路部門自6日起將逐步恢復湖北地區始發的進京旅客列車運行，滿足旅客出行需求。同時，鐵路站車繼續落實體溫檢測、佩戴口罩、通風消毒等常態化疫情防控措施，努力為廣大旅客營造安全健康旅行環境。

此外，民航旅客運輸量亦逐漸恢復。據中國民航局6月6日最新數據，6月5日民航單日運輸旅客量已達103.67萬人次，恢復至去年同期61.5%。這是自今年1月28日以來，民航單日運輸旅客量首次回升破百萬。