

厦门进入春耕生产好时节

眼下，正是春耕生产的好时节。松土翻地、育秧插秧……厦门田间地头春潮涌动，一幅幅生机勃勃的春耕春种图徐徐展开。

在同安区云埔村，厦门农发优质水稻新品种示范基地传来机械的轰鸣声。厦门顺仔农机服务专业合作社负责人张志顺驾驶高速水稻插秧机，种下一排排嫩绿的秧苗。

“这是今年的第一个机械插秧订单，共有六七亩地，预计两个小时可以完成。”张志顺说道。如今，工厂化育秧越来越受到农民青睐，厦门顺仔农机服务专业合作社培育的秧苗供不应求。

“到目前我们培育的秧苗可以满足 1500 亩水稻田的种植需求，但现在我们已经不敢再接新订单了，忙不过来。”他说，接下来每天他和其他社员都会在田里插秧，预计要一直忙到 6 月底。

张志顺透露，今年合作社将首次提供无人机旱稻飞播作业服



同安云埔村村民正在进行机械插秧。杨进福 / 摄

务，这有望实现厦门市无人机飞播作业零的突破，目前已有意向作业面积约 300 亩。

厦门农发同芯科技有限公司负责人黄武德介绍，云埔的优质水稻新品种示范基地今年春耕计划种植上百亩水稻，选择的是优质水稻品种“佳禾 165”。种植过程改变传统人力生产方式，育秧、插秧、收割、烘干等实现全程机械化，做到“机器换人”，不

仅节约生产成本，也能提高水稻种植效益。

随着农业机械化的不断推进，昔日农民站在田里弯腰如弓、忙碌插秧的身影不再多见。据市农业农村局信息，今年厦门市将力争推动水稻工厂化育秧的服务面积突破 15000 亩，水稻耕种收综合机械化率预计可达 80%。

(吴晓菁 来源:厦门日报)

3 家厦企上榜国家级名单

日前，中国文化和旅游部公布新一批及通过复核的国家文化产业示范基地名单，共 219 家企业被命名为新一批示范基地，其中厦门有 3 家，分别为：厦门佰翔海丝盛业国际文化艺术发展有限公司、四三九九网络股份有限公司、吉比特网络技术股份有限公司。

业内人士表示，厦门市强化重大文化产业项目带动，涌现出一批新的行业龙头企业和细分领域骨干企业。接下来，厦门市将加快推进各地文旅产业载体建设提档升级，重点抓好国家级文化产业示范园区、示范基地创建。

(叶子申 来源:海西晨报)

厦企星宸科技登陆创业板

厦门“上市军团”再添一名新成员。3 月 28 日，厦门企业星宸科技股份有限公司在深圳证券交易所创业板正式发行上市，这是今年厦门首家成功在 A 股上市的企业。

星宸科技注册地位于厦门火炬高新区(翔安)产业区，在深圳、上海、成都、杭州等多地设有研发中心和营销服务及技术支持中心。作为全球领先的视频监控芯片企业，星宸科技主营业务为视频监控芯

片的研发及销售，产品主要应用于智能安防、视频对讲、智能车载等领域。

星宸科技的上市之路，可以说是近年来地方培育企业上市的“厦门样板”。针对高技术、重资产、研发周期长的行业，厦门较好的金融基础和成熟的产业引导基金，可以为企业提供长期性、持续性、专业性的关注与资金支持。

(钟宝坤 来源:海西晨报)

中国机器人“出海记”

制造业和外贸的新引擎

2023 年是中国跨境电商爆发的一年。中国海关总署的数据显示，2023 年，中国跨境电商进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%。其中，出口 1.83 万亿元，增长 19.6%。在这一年，以 Temu、希音等为代表的跨境电商，在海外市场开始成为不容忽视的中国力量。

《日本经济新闻》报道称，今年 1 月，中国电商平台 Temu 在日本的用户量超过 1500 万。Temu 进入日本 6 个月来，用户数量超过日本传统三大电商平台平均用户数量的 50%以上。

美国《华尔街日报》去年年底则援引研究公司 Apptopia 的数据称，美国消费者在 Temu 上花费的时间几乎是在亚马逊等主要竞争对手的应用程序上花费时间的两倍。

跨境电商平台的快速成长为中国制造业出海提供了全新的商业基础设施。天津一家跨境电商公司的负责人陈晨表示，由中国企业自己搭建的全球通道在营销、物流等支持上，都更加贴近企业的实际情况，为中国制造的转型乃至形成独特的全球竞争力提供了有力支撑。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力表示，跨境电商快速发展为中国制造业和外贸带来前所未有的机遇。中国制造的商品以其卓越的性价比和多样化赢得全球消费者青睐，跨境电商打破地域限制，让中国商品能够更快速便捷地进入全球市场，满足消费者对高品质、个性化产品的需求，同时也推动中国制造业转型升级，从大规模生产转向更加灵活、定制化的生产模式。

伴随着“叮咚”的门铃声，家住洛杉矶的美国人 Shelly 知道自己的包裹到了。Shelly 在电商平台下单一台中国石头科技公司的扫地机器人，3 天后，她就收到了包装完整的产品。但 Shelly 不知道的是，在她点击鼠标付款的那一刻，一个庞大的供应链网络被激活了。

这台扫地机器人 3 个月前就已经在中国广东省惠州市的工厂生产出来。此后，它耗时一个月“远渡重洋”，被码放在美国西海岸的海外仓静候买家。这一网络以中国强大的制造能力为基础，通过快速发展的跨境电商，覆盖众多国家和数以亿计的消费者。

他认为，对于外贸而言，跨境电商降低交易成本、提高交易效率，为企拓展海外市场提供新路径。可以说，跨境电商的崛起成为中国制造业和外贸发展的新引擎。

在售后服务上下力气

石头科技 2018 年进入美国市场，起初销售量比较小，售后服务需求也不多，随着销售量的提升，用户售后需求不断增加。

石头科技选择的方向是自建售后团队。公司负责全球市场的售后负责人邓生表示，2023 年他曾带领团队在美国待了 3 个月，专门跟进客户提出的售后需求。

2020 年开始，石头科技在北美电商平台销售的基础上，搭建了自己的售后服务体系，选取多家专业售后服务公司，建立了统一标准化的售后流程体系。如果消费者发起退换货，公司会采用上门取件方式，将产品运到在美国设置的线下维修站维修。

能够在海外下大力气自建售后体系的企业与品牌仍是少数，尤其在大量中国中小型制造商以“全托管”模式跟随跨境电商平台走出去的背景下。中国跨境电商平台正在努力提升服务水平。

例如，希音在全球多个主要市场布局了物流配送中心，TikTok 也开始在美建立物流和仓储运营中心。这些跨境电商平台还推出了免运费退货等一系列

活动，以解决消费者网购的后顾之忧。

尽管如此，美国网站“Bestlife”近日发布的一篇报道称，不少消费者反映，Temu 等跨境电商平台的退货流程比较麻烦。平台政策要求，任何被商家标记为不可退货的商品都不允许退货，因此买家需要谨慎识别。

此外，美国消费者反映的问题还包括包裹无法投递、费用不明、订单混淆和客户服务较差等。

有日本消费者表示，由于销售的产品多是从中国发货，中国跨境电商平台的物流速度相对较慢，有时需要 4-6 天才能送达。和亚马逊等对手相比，包装也略显简陋。

售后服务体系的不完整已经成为中国制造通过跨境电商平台出海的短板之一。电子商务平台运营商焦点科技的产品设计总经理卢颐表示，日用品和服装退换货相对简单。但当通过跨境电商销售的是热水器、净水器等需要专业人士上门安装、维修的产品时，这样的售后服务推进步伐仍然较慢。

“通过电商平台销售产品，尤其是来自于海外的品牌一个特点是和消费者的粘性比较弱，”邓生表示，很多人觉得东西坏了是一件很倒霉的事情，但如果能够通过标准化、有温度的服务，让消费者体验到“坏事变好事”，也能增加产品和消费者黏性，品牌出海

慢慢就在当地站稳脚跟了。

向更高质量发展

随着以全球速卖通、希音、Temu 为代表的中国跨境电商平台的全球影响力不断提升，通过提升服务水平等方式走高质量发展之路已成共识。

财经评论员张雪峰表示，现在，跨境电商需要更加注重品牌建设、供应链优化和服务提升，才能在激烈的竞争中脱颖而出。“高质量发展的关键在于提升核心竞争力，而不仅仅是追求规模扩张。”

跨境电商专家张周平表示，在服务领域，中国跨境电商平台仍面临两大挑战：一是本土售后服务团队的建设；二是售后服务专业性的问题。平台要在海外更好地做好售后服务，在销售国建设一支本土的售后服务团队至关重要，本地化的服务能够使得平台跟消费者更近，更了解当地的消费者需求。售后服务不仅是退



中国公司生产的扫地机器人



换货等问题，还有比如大件商品的上门售后服务等问题，这就需要售后服务团队具有较强专业性才能做好服务。

朱克力认为，跨境电商还存在若干短板，需加大基础设施建设投入，提高通关效率，优化物流、信息流通道，降低企业运营成本，为跨境电商发展提供有力支撑；针对海外仓功能和服务水平有待提升的问题，需加强信息化建设和合规管理，建立完善的海外仓服务体系，推动整个供应链的优化和发展。

除此之外，中国跨境电商平台在海外发展中也要学会面对一些杂音干扰。“欧洲议会希望采取行动应对来自中国的‘包裹泛滥’”，“德国编辑部网络”近日报道称，中国跨境电商平台越来越受到欧洲消费者的欢迎。目前每天有约 20 万个 Temu 商品包裹直接运往德国。

报道援引德国联邦议院内部市场和消费者保护委员会主席安娜·卡瓦齐尼的话称，有研究表明，60%的跨境电商进口产品违反了欧盟规定。德国联邦政府计划以更严格的市场监管和海关程序来应对，对进口商品进行全面管制。

(杨沙沙 赵觉理 来源:环球时报)