



创女时代

在中东摸爬滚打多年的她,为解决中国跨境电商创业者的痛点,在迪拜创立本土物流公司,服务客户包括亚马逊、中东最大电商和电商新秀等,日前获得新一轮4000万美元融资——

黄珍：“在中东，中国背景好创业”

■ 杨继云

11月30日消息,字节跳动新近投资了总部位于迪拜的物流公司iMile。公开资料显示,这是iMile的首次重大融资。据悉本轮融资总额4000万美元,公司估值达3.5亿美金,其中字节跳动以较低估值投入约1000万美元。

iMile是一家中东本土电商物流企业,成立于2017年,服务于跨境电商公司,目前在杭州和深圳都设有研发中心。公司服务的客户包括亚马逊、中东最大电商Noon,以及这两年的电商新秀SheIn等。值得一提的是,iMile背后是一位中国女性创始人——黄珍,她曾任职于华为、阿里海外部门。

在中东摸爬滚打多年,开启全新创业历程

创立iMile之前,黄珍已在中东工作了多年。

2008年,黄珍还是一个初出茅庐的小姑娘,因工作被华为外派到非洲,辗转非洲多国,后来负责华为在中东某国的整体业务。2014年,黄珍被正式调往迪拜,那时的她或许也不会想到,几年后会在这里开始一段全新的人生。

2015年,黄珍加入阿里巴巴。那一年阿里在中东成立了一家合资公司,黄珍出任CTO(首席技术官),负责阿里云计算技术在中东的落地。

正是在阿里的这份工作,让她接触到了国内大量出海中东的创业者,更让她深刻感受到中国企业全球化、中国制造的品牌持续输出是大势所趋。深思熟虑后,黄珍决定从阿里辞职,自己创业闯一闯。

在中东摸爬滚打多年,黄珍深感电商创业机会巨大。只不过,当地的电商创业存在两个特别大的问题——物流和支付,支付短期内不好解决,但中东地区薄弱的物流基础设施问题是亟待解决也是能够改变的。当时还流传一句话:“谁搞定了物流,谁就搞定了中东电商”。她决定从此处入手。

2017年4月,黄珍离开阿里,两个月后iMile正式成立。这是一家专注解决中



中国姑娘黄珍在中东创立本土电商物流企业iMile,专注于解决中东电商物流最后一英里派送问题。

东电商物流最后一英里派送问题的公司,最初服务的客户也是来自中国的跨境电商商们。

黄珍从一开始就下定决心,一定要彻底走国际化和本地化路线——这也是她的优势,物流重运营,对本地化要求高,在中东地区工作多年的黄珍懂这里,也明白中国跨境电商公司想要什么。

本地化+技术投入,做个懂中国卖家的本土物流

即便是这样,iMile想要做好本地化也面临重重困难。黄珍曾经在一次采访中透露,“虽然我们是在中东市场成长起来的团队,但在深入本地化的过程中依然面临很多挑战,比如,中东本地客户的消费习惯、用户地址不清晰,本地快递员效率较低导致成本较高。”此外,公司还要去适应当地的市场监管。

为此,黄珍先是着力培养、招揽优秀的

人才。实际上,出海人才的确是个难点,在中东很难找到国内快递业这种处理过海量订单的人,黄珍考虑从国内挖来快递高端人才,这也是她创业初期遇到的最大困难。好在她的迅速集结起了自己的有经验的团队,这也让她在面对中东本土物流企业的竞争时有了信心:iMile服务中国卖家经验充足。

其次,不断加大对技术的投入。iMile利用大数据建立了自己的地址库——别小看这一点,这极大提高了中东本地客户的签收率。截至今年8月,iMile在杭州有100多人的研发团队,还研发了自有的跨境运输系统、司机端APP和数仓系统。

回过头来看,iMile凭什么迅猛崛起?

不妨先来看看操作流程。一份发往中东的快递要经历这样的过程:消费者A在中国某跨境电商独立站下单,订单通过卖家在中国国内实现集采并且进入iMile在中国的集货仓;一旦货品进入集货仓,一般会通过空运到达沙特和阿联酋,清关后进入iMile在中东的自建仓,最后由iMile的快

递团队配送到消费者手上。如此,一个配送闭环完成。

对于在中东做跨境电商的中国创业者来说,很长一段时间里,没有合适的本地快递服务是很大的痛点,而iMile就是在解决这个问题。

跨境电商火,物流诞生新机会

中东物流十分有当地特色,80%的消费者都选择COD(Cash On Delivery),即货到付款,但低效的配送员经常因为找不到地址而引发各种退货。iMile则定位“中东顺丰”,不但采用了顺丰式的直营模式,还通过研发系统做到了货到付款;而海外仓的建立也保证了物流的实效性,对于C端用户提高了保障。

在获得字节跳动入股之前,iMile曾有过的两轮融资。天眼查信息显示,2018年1月,iMile获得数百万美元的天使轮融资;2020年3月获投1000万美元,但这两笔融资都没有披露相关的投资方。

实际上,iMile启动的时机正值中国跨境电商独立站大举进入中东,当地的电商行业方兴未艾,中东国货货,有心人都嗅出其中的机会。黄珍做的事情也是一个大趋势——近两年,跨境电商以及本土电商,纷纷自建物流服务。

与此同时,跨境电商正在经历新一轮的火爆。

一个最重要的原因在于,中国的优质供应链已经十分成熟。经过四十多年的积累,国内制造业在某些领域其发达,出口产品的质量过硬,Made in China开始以一个崭新的形象面向世界。

当然,疫情也意外成了催化剂。过去两年,由于中国疫情防控及时有效,外贸企业生产复苏的速度相对更快,使得中国在供给端占压倒性的优势。当很多国家生产受限的时候,中国的工厂里机器不停歇地运转。

这些都带来了中国跨境电商业务的繁荣,电商如此,与之配套的物流势必也迎来新的浪潮。而在黄珍看来,“中东是最适合具有中国背景的创业者出来创业的地方。”

创新示范

让眼镜「飞起来」——看工业设计如何赋能深圳制造

新华社深圳12月1日电(记者印朋)“深圳制造”给全世界造了30多年眼镜架,如今“深圳创造”给全世界造了“飞行眼镜”——1日,在2021第九届深圳国际工业设计大展上,大疆FPV飞行眼镜成为深圳眼镜的最新“代言人”。

大疆创新科技有限公司是深圳的13家国家级工业设计中心之一。近年来,随着大疆无人机在全球市场的崛起,FPV飞行眼镜作为高端配件成为无人机资深玩家的“尖儿货”。这款产品具有清晰度高、延时低、图传距离远等特点,佩戴者能获得身临其境的沉浸感飞行体验。

“面对当前数字化转型趋势,新技术、新材料、新终端将为可持续发展带来更多可能,相信深圳将提供更多有潜力的解决方案。”德国iF设计奖主席乌维·克雷默林通过视频形式给展会致辞。乌维·克雷默林说,深圳正在为全世界的创新设计人才提供广阔的展示平台和发展空间,也让深圳创意设计与新兴产业更加融合。

政策变迁反映出深圳的着力点正在变化。2014年,深圳市出台专项行动方案推进眼镜产业转型升级;2020年,深圳市出台专项扶持政策加快工业设计业发展。

“10年来,深圳工业设计在政策引领下,进入高速发展的快车道,逐渐形成以政府为引导,企业为主体,园区为平台,协会为桥梁,全链条、多层次的工业设计生态体系,在引领制造业转型升级、支撑制造业跨越式发展中发挥了独特作用。”深圳市工业和信息化局局长余锡权说。

从“深圳制造”到“深圳创造”,来自设计的赋能效应正在凸显——从2012年至今,深圳企业和设计师累计获得德国iF设计奖1365个,红点设计奖909个,获奖数量连续10年位居全国大中城市首位。

日前,工业和信息化部公布了第三批服务型制造示范名单,深圳与上海浦东新区、重庆市、烟台市共同成为首批服务型制造示范城市(工业设计特色类)。今年,深圳新增6家国家级工业设计中心,57家省级工业设计中心,8家市级工业设计中心。

深圳市工业设计行业协会会长封昌红说,从造眼镜到造“飞行眼镜”,深圳工业设计实现了从跟跑、并跑到领跑的过渡。

本期关注

业界快报

继品牌奶茶之后 高铁开卖鲜煮咖啡

■ 白帆

自10月以来,中国铁路昆明局集团有限公司通过在曲靖、宣威、蒙自、河口、攀枝花等方向的各次复兴号城际动车上推出一系列“网红”美食,其中就包括倍受欢迎的鲜煮咖啡。

“中国铁路”公众号上分享了旅客的体验,在攀枝花南开往通海的D785次列车上,旅客在餐吧车点一杯美式咖啡,扫描“昆铁+”二维码在小程序上自助点餐之后回到车厢,咖啡就已经送到了。这种线上线下和线下多种支付方式结合,并配合送餐到座的服务,方便了旅客。

据悉,复兴号动车组上所用咖啡机、咖啡豆均来源于知名品牌供应商,列车上的咖啡经过品质鉴定师品鉴合格后方可出售,目前提供美式、拿铁和卡布奇诺三个种类。在昆铁+小程序的D785餐吧预定页面,一杯美式咖啡的价格为29元。此外,该线路还可以预约韩式炸鸡、炸鸡牛奶、广式盐焗鸡煲仔饭等特色美食。

伴随高铁速度的提升,高铁餐饮服务也在不断改观。目前,高铁上一般除了提供冷链盒饭、外卖餐饮等服务,创新产品也不断出现。今年10月中旬,中国铁路广州局集团有限公司广州动车组餐吧车率先推出了高铁奶茶,包括珍珠奶茶、红豆奶茶等4个品类,并且每一杯高铁奶茶的包装上,印的都是高铁乘务员形象,取名“那个女孩”。

据《中国铁路》公众号介绍,奶茶目前在广州局集团公司担当的湘粤两省所有高铁列车上制作出售,日均销售3000杯。

此外,在G1038、G431等7趟高铁上,上新了荆楚双糕、西芹虾仁、广式盐焗鸡、台湾卤肉饭等四种高铁餐食新品,日均供应200份。

而在蒙自开往昆明的C306/307次复兴号动车组列车上,肉汁饱满的烤肠、麻辣鲜香的黑椒鸡块、肉质鲜嫩的奥尔良烤翅、金黄酥脆的炸薯条,还有鲜炸牛奶条等云南特色美食,各式美食琳琅满目,也丰富了列车餐食品种,给旅客的旅途增加了更多人性化的便捷服务。

时隔8年,微信和QQ终于能打开淘宝链接了,网友期待接下来各平台间支付更方便;互联网行业贯彻实行“互联互通”,社交平台电商将迎来更多机会

互联网巨头破除“隐形门”

作为中国最大的两家互联网公司,腾讯和阿里显然给用户增加了不必要的麻烦。迄今为止,微信屏蔽淘宝长达8年,久到已经让用户习惯了复制粘贴一堆乱码在浏览器再打开。

根据新华社报道,淘宝和微信的屏蔽起源于2013年。当年7月,阿里宣布暂停与微信相关的第三方应用服务。当年11月,有微信用户发现,淘宝链接在微信里不能直接打开了。

当淘宝和微信外链逐步松动,外界也开始期待双方能更进一步:淘宝何时能用上微信支付?

9月28日一早,“阿里旗下多个App已接入微信支付”一度冲上热搜。阿里巴巴曾宣布旗下饿了么、优酷、大麦、考拉海购、书旗等App均已接入微信支付,淘特、闲鱼、盒马等App也已申请接入微信支付。阿里对此表态称,坚信分享、连接和开放是健康数字生态的基础。“我们会继续与其他平台一起面向未来,相向而行。”

在支付领域互联互通的尝试上,变化已悄然而至。9月30日,腾讯宣布,微信支付已与银联云闪付App正式实现线下条码的互认互扫,用户可于全国省会城市通过云闪付App扫描微信支付收款码完成支付。同时,微信小程序也逐步支持银联云闪付。

10月2日,支付宝表示,已向银联云闪付开放线上场景,首批覆盖85%淘宝商家;在线下,与银联云闪付在多个城市实现收款码扫码互认,计划明年3月份覆盖全国所有城市。

有助于社交与电商更紧密结合

上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽表示,基于微信生态可以访问更多外部链接,特别是在群聊场景中开放电商平台链接,把社交与电商更为紧密地结合起来。这将有利于更多商家基于微信生态开展电商业务,形成基于社群的私域运营团

宝、抖音链接可实现一键分享。同时,微信为用户提供了自主选择功能,设立外链投诉入口。

《声明》中微信还表示,将继续与各大互联网平台共同推进互联互通方案,积极配合其他互联网平台共同落实互联互通。

笔者在实测中发现,目前,从淘宝分享到微信,还是会有一行淘口令,接一行链接,再是商品介绍。复制到微信后,不论是一对一还是群聊场景中,都可以直接点击蓝色链接打开淘宝页面。第一次打开时,会出现账号登录,登录后就可以直接打开了。之后再点击也会直接打开商品页面。QQ的情况也类似。

不过,同一个微信群里也有人表示,还是不能直接打开,还是要像以前一样操作。笔者从腾讯方面了解到,这个功能是逐步覆盖,部分用户还需要再等等。对于这个互联互通大事件,有网友表示“见证了历史”。

外链逐步松动 支付何时能互联互通

“世界上最遥远的距离,是你在淘宝,而我在微信。”想把淘宝上的商品分享给微信朋友,需要几步?有网友曾测算过,需要5步。

■ 鲁佳 祝瑶 谢若琳

“微信里真的可以直接点开淘宝链接了!”11月30日,杭州姑娘小双像以前一样在闺蜜群里分享了一个淘宝链接,姐妹们惊讶地发现,竟然可以直接点击打开网页了,而不用像过去那样复制粘贴乱码,再转到浏览器打开。

这个“重大发现”上了热搜。这也是微信和淘宝互相屏蔽8年后,首次实现“互联互通”。业内人士表示,在开放外链的过程中,巨头间的格局或将重塑。

互联互通大事件

11月29日,微信发布《关于〈微信外部链接内容管理规范的更新声明〉,公布在监管部门指导下进一步的互联互通方案:点对点聊天场景中可直接访问外部链接,并将在群聊场景试行开放电商类外部链接直接访问功能。后续计划开发自主选择模式,为用户提供外链管理功能。

这一声明是微信在“互联互通”背景下对外链规范的进一步升级。9月17日,微信曾发布《关于〈微信外部链接内容管理规范〉调整的声明》,开放了一对一聊天场景中访问外部链接,此前不能在微信分享的淘

