

进口商品直销中心线上线下同步发展

让更多的消费者吃上来自全球的美食

随着中国经济的不断发展 and 人民生活水平的不断提高，进口商品正在越来越多地进入中国市场。本次的周二沙龙走进宁波保税区进口商品镇海直销中心，和相关专业人士和专家，共同探讨进口商品超市在国内面临的问题以及未来的发展方向。



与会人员参观宁波保税区进口商品镇海直销中心。霍丁魁 摄

宁波保税区的优势所在

据宁波保税区进口商品中心CEO汪涛介绍，近年来，宁波保税区依托区位优势和功能政策优势，大力发展进口商品市场，并按照“一个市场、两个片区”的思路，在宁波保税区和位于宁波市区的国际会展中心，着力打造了集展示办公、仓储物流、培训文化于一体的国际商品交易集散中心“宁波进口商品中心”，下设两个

片区，即：宁波进口商品展示交易中心、宁波保税区进口商品市场。

目前，宁波进口商品中心总面积达到27万平方米，集聚国内外贸易商1100余家，初步形成了线下实体与线上电商并存，批发与零售兼营的多元化经营格局。主要经营来自德国、英国、意大利、美国、波兰、澳大利亚、韩国等50

多个国家和地区2万多种品类的进口消费品，覆盖进口食品饮料、个护化妆、家居用品、服饰箱包、文化用品等五大种类。目前，宁波进口商品市场汇聚了永裕、优传、云顶湾、汇立等300多家国内知名的进口葡萄酒运营商、酒庄，汇集了来自全球27个葡萄酒主要生产国的原瓶装进口葡萄酒，自运营以来，累计进口

葡萄酒超过5000万升，已成为全国最大的实体进口葡萄酒交易市场。正是依托了这样强劲的区位和政策优势，使得宁波进口商品的销售变得非常兴旺。

目前，除了大市范围之外，宁波保税区的进口商品已经在全国开办了30多个直销中心，最远的开到了西安，成为全国许多地方取经的对象和目标。

因地制宜发展直销中心

据宁波保税区进口商品镇海直销中心董事长潘雅敏介绍，他们于2015年12月正式开业，目前主要服务于镇海新城和周边地区，给附近居民带来了相当大的生活便利，提高了生活品质。一站直销的模式省去了层层分销的中间环节，在保证低价的同时让镇海市

民真正实现了在家门口“足不出户，购遍全球”的购物体验。

店内目前已有涵盖包括食品区、水果区、母婴区、日用百货区和食品保健区、红酒区6大销售区块，汇聚英国、美国、日本、韩国、意大利等30多个国家和地区8000多种商品，覆盖进口食品饮料、

个护化妆、家居用品、文化用品四大种类，形成了批发与零售兼营的多元化经营的格局。潘雅敏说，他们这个直销中心和进口商品展示交易中心最大的不同在于，后者主要从事B2B的经营模式，而他们则是直接面对终端消费者，更加倾向于B2C模式。此外，在象山也有进口商

品直销中心，他们则利用靠近象山影视城等景区的优势，更多地吸引外地游客，通过仓储式的销售方式，提供性价比高的商品。在销售商品的同时，也提高了宁波的知名度，把休闲旅游和进口商品的经营有机地结合起来，走出了一条富有地方特色的进口超市之路。

直销中心更加注重客户体验

在目前跨境电商风起云涌的时候，这种大型超市形式的直销中心优势何在？与会代表认为，传统的大型超市还是有电商不可比拟的优势的，其中客户体验尤为重要。

宁波众盟国际有限公司负责人何钧认为，虽然跨境电商在价格和品类上有优势，但是实体店的客户体验是他们无法提供的。“比如我们这里提供来自全球各地不同种类的葡萄酒，可以让顾客品尝和体验，我们还配有

专业人员进行讲解和介绍，根据不同人群的需求提供不同的个性化服务，这就是实体进口商品超市的优势。”

当然，与会专家和业内人士也认为，为了和跨境电商竞争，他们唯有在做好线下服务的同时，更好地拓展线上商机，才能更大范围地开拓市场。

“我们有个设想，在某个区域设立一个进口商品直销大型超市的同时，是否可以在方圆30公里左右再建立若干个社区店，作

为适当的补充。”汪涛认为，实体店具有体验好、信誉强的特点，更能增强附近消费者的忠诚度和粘性。如果加以适当的政策引导和支持，可以让更多的消费者体验到来自全球的具有高性价比的商品，这点是大可以期待的。

潘雅敏觉得，其实很多进口商品的价格并不像有的人想象的那么贵，在依托保税区政策的前提下进行大规模的采购和配送，和国产商品也不相上

下，特别是在母婴用品、化妆品等品类上，能够突出其性价比高的特点。由于运输等时间成本，目前最难销售的是生鲜食品 and 水果等保质期短的商品。“如果需求量达到一定数量，我们就可以提早订货，建立高效的运输和配送体系，让更多的国内消费者吃上来自全世界的美食。”潘雅敏觉得，只要措施得力，统筹安排，加上足够的消费基数，这个目标是可以实现的。

人才紧缺和推广手段单一

除了宁波保税区进口商品的直销中心以外，宁波现在还有类似OLE这样的高端精品超市，也在经营不少进口商品。宁波众源国际贸易有限公司总经理吴俊认为，两者还是有所区别的。“类似的精品超市，进口商品所占比例为30%~40%，而直销中心是全品类100%的进口商品。由于选址以及进货渠道的不同，精品超市的利

润率一般要高于进口商品直销中心。”吴俊觉得，由于精品超市一般位于繁华的商业中心地段，营销和宣传都做得比较到位，客户的选择度比较高，引流相当大，所以即使商品售价比较高，也会获得不错的利润。而反观直销中心这样的进口商品超市，更多的是以商品的种类多、性价比为亮点，由于场地面积比较大，一

般选址都相对偏远，如果没有很好的宣传和推广手段，一般市民了解的不多，所以在客流上和精品超市还存在很大的差距。

“其实，我们这样的直销中心最缺的就是相应的人才。很多时候，从线下的推广到线上的宣传，都需要有想法又有相关经验的专门人才。目前，这些是制约进口商品直销中心这样大型实体店的最大

瓶颈。我们要做的就是让更多的消费者知道，这里能提供什么样的商品和服务，用各种方式把他们吸引过来。有了人流量，才会有更多的销售量，才能形成良性循环的发展。让更多的市民体验到全世界优质商品带来的生活品质。”潘雅敏这样对记者说。

记者 毛雷君
通讯员 叶建平

保税区民协探索出扶贫助学新模式

近几年来，随着区内民企的不断发展壮大，宁波保税区民协在围绕发挥职能优势促进区域发展主线的同时，积极顺应民营企业致力回报社会的强烈意愿，切实做好宣传引导广大企业服务社会、回报社会。为改变常规的捐建模式，保税区协会积极探索，创建了考察定位、资金透明、全程监管、统一支付、竣工验收、后期跟踪的捐助新模式，收到切实成效。

2011年初，协会深入贵州黎平实地考察，确定一个点位，集中精力、财力持续援建，改变以往“撒胡椒面”式的捐建模式。2011年9月份，协会组织部分企业家到黎平考察了顿洞逸超小学、顺化瑶族乡中心小学、中潮中心小学、德凤镇黎明所小学、敷市中心小学、敷市镇天堂小学等6所困难学校。后经协会理事会研究，确定将顿洞小学作为第一批持续援建项目，帮助该校彻底改善教学硬件。

为凝聚保税区民营企业的慈善力量，更透明的使用募集资金，2012年年初，协会在宁波市慈善总会的大力支持下，设立了“宁波保税区民企慈善基金”，建立项目资金透明使用机制。通过慈善总会统一账号，收支募集资金，每一笔资金均需协会和资金捐助企业的书面确认后方可划转。

为了将每一分慈善资金用在项目建设的刀刃上，协会在援建项目建设过程中，切实改变以往只管资金拨付，撒手不管、放任工程进展及质量的流弊，自2011年年底启动贵州黎平顿洞小学综合楼捐建项目以来，在中冠工贸沈旋荣总经理的大力协助下，协会秘书处全面介入援建项目的全过程，无论工程前期的地勘、设计，建材品牌的指定，以及相关事项的公开招标，还是施工过程中每一阶段的验收、款项拨付等等。工程的所有事项均需协会书面确认，黎平方才可进行相关工作。

2016年8月协会组织企业家参加黎平尚重镇

双联小学教学综合楼竣工典礼仪式。该教学综合楼项目的援建始于2013年7月，经保税区民营企业协会理事会讨论通过，确定其为继黎平顿洞逸超小学教学综合楼后第二个民企助学项目。在协会的组织发动下，共有21家企业参与，共募集资金120万元，其中锦林进出口公司捐资40万元。项目于2014年4月启动建设，这次竣工典礼之后，综合楼即将全面投入应用，届时将极大地完善该校的教学基础设施，改善教学条件。该综合楼设计建筑面积830平方米，建成后可解决双联小学办公用房紧缺和归养、龙溪、归德3个村100多名寄宿生的住宿问题。

宁波泛太国际工贸有限公司于2012年6月底，由该公司傅意桥总经理亲自带队，组织部分员工自费到黎平县尚重镇归养村双联小学开展为期5天智力扶贫活动，并积极捐款捐物，考察援建项目。

协会QQ群里助学模式的宣传得到了很多企业家的认可，其中宁波保税区汇博文礼品有限公司总经理尹海看到这种捐助模式，第一时间与协会联系并捐助一万元现金参与此次活动。原宁波泛太国际工贸有限公司办公室主任陈琪琪离职后，通过组织爱心人士运用这种捐助模式成立“朱顶红”奖学金，指定用于激励优秀学生刻苦学习，鼓励教师努力工作。协会组织的宣扬民营企业捐资助学投身社会公益实践，弘扬最美精神，共筑中国梦的公益宣讲，引发广大企业爱心接力。宣讲结束后，宁波萌恒工贸有限公司、宁波保税区萌发纺织品有限公司与协会作了进一步交流，对这种公益捐助的模式表现出了极大的兴趣。

在双联小学综合楼捐建完毕后，双联小学的硬件已经比较完善，下一步，协会将从学校师资培训、教学管理等软件及爱心营养早餐上，继续深化、完善扶贫助学援建模式的探索。

通讯员 刘琴