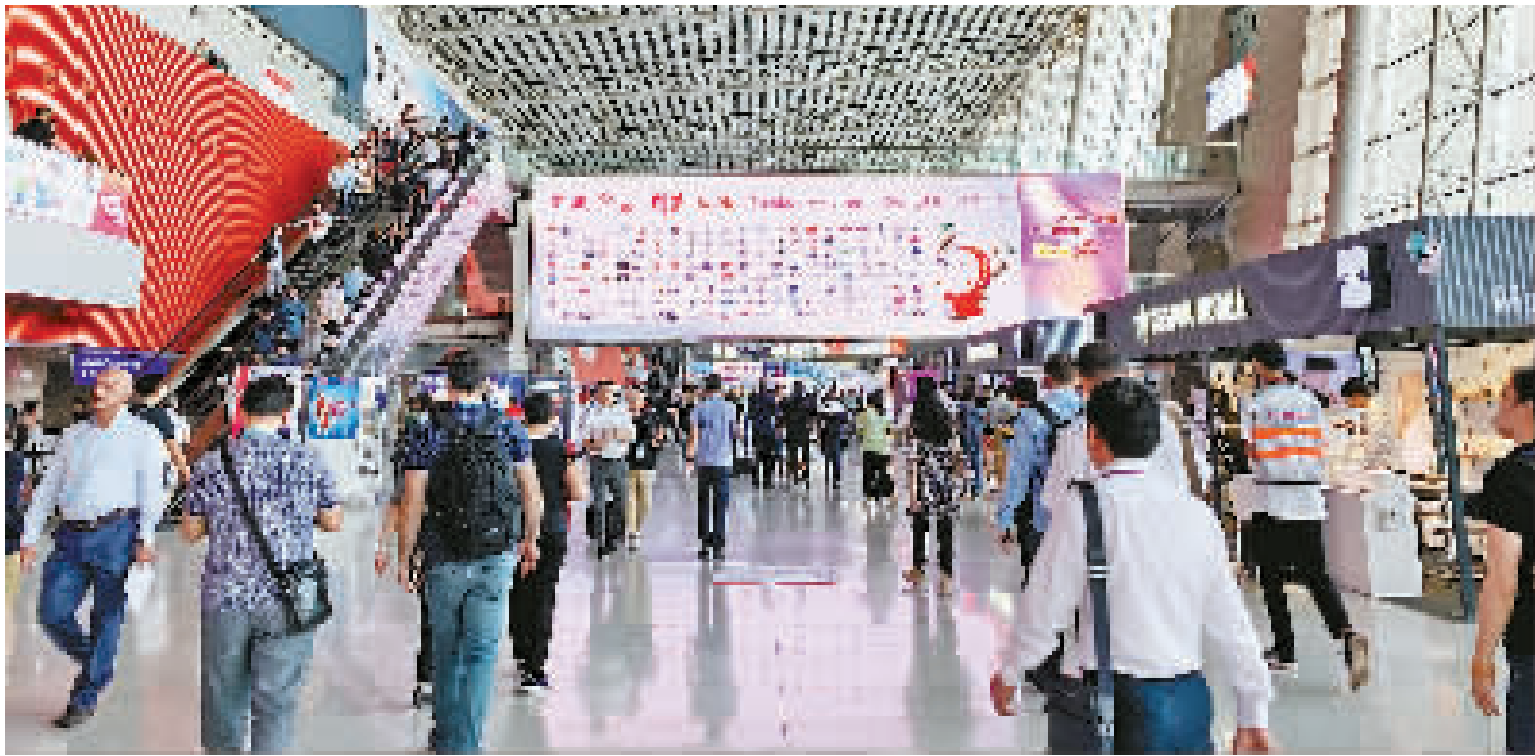




2

全球拓市

纵使美国市场“疾风起”，宁波外贸人的全球拓市从未言弃。数据显示，前三季度，宁波市外贸进出口额达6810.1亿元，同比增长6.8%，其中出口4441.2亿元，增长8.2%。虽然对美出口有所下降，但对欧盟的进出口分别保持了4.9%和22.3%的增长。

在广交会二期的现场，记者还发现了另一种“两极分化”。

在节日、家居用品的普通展位上，不少中小宁波外贸企业坐实了人们印象中的“低调”：要么贴出了“禁止拍照”的招牌，要么直接表示不愿接受采访。究其原因，正如企业提到，“国内的价格战打得越来越严重”，他人的“借鉴”或“仿冒”更是令人担心。

与之相反，大多数坐拥特装摊位或是在PDC（产品设计与贸易促进中心）区域亮相的甬企，都大方地向记者表示“随意拍照”“欢迎帮忙宣传推广”，时刻准备“秀”出实力、推出拓市“法宝”——

“我们扎根宁波已有20年了，要做未来小区的垂直绿化。过去，不少小区会设置铁栅栏，现在我们的植物墙可以双面通用，既美观又节省成本。”宁波亿林节水科技的销售总监董宏表，热情地谈起了公司产品，“我们还在全国首创了竹形围墙式的垂直绿化，可以360度转动和自由搭配。”

宁波博闻进出口的总经理邬军听，全天都在PDC区域的德国合作伙伴摊位忙活。他一边布置与该德国设计机构携手打造的“磁悬浮月球灯”，一边和记者聊起了生意经：“我们的合作是一场双赢，德国公司帮我们设计专属产品、介绍当地新客户；而我们帮他们申请展位，对接中国的采购商。”

上一届广交会亮相的“黑马”、宁波沙马家居的总经理王佳，则亮出了一份“成绩单”：今年前三季度，公司在全国铝不粘锅（铝制品）出口的排位一举跃升至第9位。不仅是“瑞库客”自主品牌出口，公司去年的内销市场也做到了2万元的规模。这次，公司带来的“不粘”玻璃厨具，不久后也会在国内电商平台上线。

“我们不拼价格，拼的是产品。不是我们被动地按客人选购供货，而是我们来教会客人明年流行什么。”王佳自豪地说，“即使有人仿制了我们的外观，也过不了一样的质量检测。”今年，沙马家居把工厂从永康搬回宁波，更是对生产线做了自动化改造，不出2小时，就能把新“出炉”的样品送至前来公司拜访的客商，这都构筑了企业的“护城河”。

有了设计加持，就有了独一无二的附加值；有了研发创新，就有了传播至广阔天地的动力；有了“全面开花”的自主品牌，广交会便不单单是个交易场所，更是一个树立企业形象、对接跨界合作的平台……

所幸的是，近年来乐于分享、勇于展示的宁波外贸人正不断增加。顾蔚军是宁波华茂国际贸易有限公司的总经理，她的感受是：“过去，大家都是你做你的、我做我的，比较保守。现在，行业协会里，不同企业的一线业务部门负责人能通过沙龙的形式直接对话，非常接地气。”

3

跨界融合

在上一期东南商报12A茶座沙龙中，从事外贸相关行业的嘉宾们，“头脑风暴”出了一个概念——宁波外贸“生态圈”。只有政府部门、工贸企业、物流服务、金融配套、媒体学界的通力协作，方能让这片行业的土壤，涌现出不断的活力。

在这几届广交会的现场，我们不难发现，外贸生态“圈”住的业态日益多元：国际物流、质量检测、设计机构、中国银行、中国联通……这些配套业态都在过道间占据一席之地。更值得一提的是，除了中基惠通、世贸通等优秀的外综服务平台外，宁波还有更多外贸企业，萌生了搭建平台、资源整合的念头——

在社交电商平台“云集”的销量风生水起后，王佳下一步决定“给自己铺路”，上线自己的电商平台——瑞库客APP。在他的构想中，这一平台不仅能用来做家居厨具零售，未来还将对接医疗、旅游、生活等全方位资源，将其定位为一站式的“家庭管家”。

“社交电商大多是通过线上吸粉，而我们则打算先通过对接线下渠道来获客。我们相信，人离不开交流，以后一家人都能共享在APP上的积分，分享彼此间的动向。”王佳说。

如果说，王佳的做法是“跨界脑洞”，那么邬军听搭建供应链金融服务平台的想法，则是基于产业链上下游的资源整合。经营外贸多年，他对广大中小企业“资金压力大”的痛点深有感触：工厂想贷款，却面临担保难；银行想推行普惠金融，却必须有凭有据。

“我们能协助工厂获得出口订单，而配合信保融资，订单供应链则可以成为银行给工厂贷款的凭据。当工厂收回外商的账款，便可以在期限内归还给银行。这对工厂、银行、政府、和我们而言，都能得到利好。”邬军听补充道，“作为自营出口商，我们还能帮客户对接更多的合作伙伴。”

无独有偶，有“宁波外贸黄埔军校”之称的亚虎进出口，则着手搭建起了供应链管理数字化平台。公司总经理龚利红介绍道，做这一平台的初心，正是打算为亚虎的4000—5000家供应商提升数字化能力。

“我们做了个软件公司，还会配有个团队，专门做赋能制造业的事情。这能减少他们的资源浪费、提升他们的管理水平。”龚利红认为，赋能工厂，对贸易公司而言同样是“双赢”，比如进货价格的统筹管理，也能让供应商们提供给他们更有竞争力的价格。

由此可见，构筑外贸的生态圈绝非“闭门造车”，更不是拘泥于所处行业而“限制自己的想象力”。至少，在这些有长远目光的外贸人看来，这个圈子贵在上下整合、互利共赢，联合产业链上下游“抱团前行”，一同进军世界的舞台。

今天，是广交会二期的第二日，前方已有工作人员传来了展馆里人潮涌动的画面。没有一个冬天不可逾越。我们期待前方传来的阵阵捷报，更期待随着贸易摩擦的云开月现，宁波外贸生态圈能安然度过四季度的时光，迎接来年万物生长的春天！