

跨境电商走入3.0时代 宁波外贸“百万雄师”如何抓住机遇？

记者 严瑾 通讯员 陈嘉

12月5日，宁波外贸圈迎来了一场“年度大戏”——在2019中国（宁波）跨境电子商务发展大会现场，数百位行业人士齐聚一堂，燃起了奔向“225”外贸双万亿行动的信心。几位嘉宾干货满满的分享，更是让慕名参与的40位东南汇粉丝直言“受教”。



A 看到了宏大的「数字场景」

2019年前三季度，中国的GDP同比增长6.2%，经济下坡的压力不言而喻。对此，中国社科院教授刘焯辉认为，超大规模经济体的增速放缓是客观规律，参照美国目前每年约3%的GDP增速，随着中国经济的成熟和工业化的完成，也必然走向这一步。但是，给中国带来快速经济成长的变量，在2018年出现了变轨。“首先是全球化。其次是人口面临老龄化的挑战。”

面对逆全球化和内部的结构压力，中国“突围”的机遇何在？刘焯辉分享了“自主创新”和“数字场景”的力量。

刘焯辉认为，中国改革开放40年的沉淀，最能独步天下的便是“从1到10、再从10到100”的工业集成能力，但“从0到1”的技术突破却掌握在西方国家手里。“因此，中国一定要重建自己的技术储备，重整自己的科研体系，甚至还要改革自己的教育体系。”

同时，中国有着5万亿美元庞大的贸易体量，宁波亦是全国外贸大市，这让他看到了一个宏大的“数字场景”。一旦互联网、区块链等技术纷纷为之赋能，不知将创造多大的生产力！

“在传统制造业中，最值钱的要素是土地；在信息技术时代，唯一值钱的要素就是场景和数据，这两点正是未来中国与美国竞争最重要的筹码。我们通过十年的努力打造了万物互联、数联、智联的巨大场景世界，也是中国跨境电商让世界望尘莫及的原因。”

B 融合是未来电商的关键词

跨境电商的数字场景，究竟有多大规模？《电子商务“十三五”发展规划》专家编写组牵头人、亿邦动力网CEO郑敏，亮出了这样一组数据：2019年1月-10月，中国的快递包裹业务量同比增长26%，增速基本与去年持平；放眼全球，近年电商的零售规模全面增长23.3%，且无论是亚洲、欧洲还是美洲，都有本土卖家崛起的势头。

值得一提的是，在电商巨头亚马逊和eBay的卖家中，中国卖家的销售额已超过1000万美元，且亚马逊欧美站点的Top卖家中就有近四成来自中国！按中国2019年1月-10月出口额13.99亿元粗略估算，跨境电商大约能贡献全国15%的消费品出口额。

由此可见，全球的电商仍处于高速发展状态，而抢滩跨境蓝海的中国“大卖”更是规模可观。目前，宁波至少已在21个国家建立了97个海外仓，头部企业如歌股份、遨森电商、豪雅进出口，亦是海外平台贡献中国销量的赢家。

郑敏还观察到，目前电商进入了高质量、数字化发展新阶段，将与产业链产生全面融合、深度带动的“化学反应”：如何前接社会生活、后接智能制造，正是电商未来的想象空间。

他举了几个生动的例子：“我去过西部一个镇里的家具工厂，原以为会看到锯木头飞屑满天，没想到能黑衣服进去、黑衣服出来，没有尘埃，全是数控机床在操作。老板说，今年市场不好，但他们的生意仍然涨了20%，省下来的钱可以用来‘打压竞争对手’。前端电商，后端智能制造，已经能够让效率变得非常高，改变了我们对传统劳动密集型产业的认知。”

无独有偶，郑敏在广东一家制造牛仔裤的工厂，也看到了类似“产业+互联网”的应用：过去制衣要7天-10天交货，可这家工厂能保证36小时内定制完毕。通过一套软件，它可以在一两分钟把量体数据转化为打板数据，再连接数控机床……类似的案例，甚至能把产业链上下游都联动起来。

正因如此，今年1月-10月，这些包括服装、家具、箱包在内的所谓“劳动密集型产业”，竟能领跑全国出口的平均增幅。郑敏相信，“智能制造+跨境电商”给了这些品类出海的契机，而同样擅长这些传统制造业的宁波，一样值得抓住机遇。

有趣的是，“跨境电商”还能和社交媒体擦出交融的火花。郑敏说，抖音和快手一开始并没有想到能通过电商变现，后来反而形成了巨大网络零售市场。同样地，在海外原本LinkedIn是一个白领社交网络，现在却成了跨境电商获取流量的渠道，带出了更多的场景。