



李佳琦李子柒都火了 宁波制造如何在消费新领域分一杯羹？

记者 史旻 乐晓立

李佳琦、李子柒火了，宁波的中小制造业企业主已经坐不住了！

12月17日，宁波市举行了一场推进浙江制造“百网万品”网上专项集中推介活动培训班暨专场对接会。活动现场，齐刷刷来了130多家中小制造业企业，会议场地不得不临时更换三次。

尽管如今电商早已算不上新鲜事，但对宁波广大中小制造业企业来说，真正“触网”的并不多，能玩转电商的更少。

如今，短视频营销、跨境电商、工厂电商风头正盛，不少中小制造业企业迫切想要了解最新的玩法。

那么，如何在纷繁的电商平台中挑选适合自己的渠道？短视频、工厂购、跨境电商又有了哪些新玩法呢？听听这场培训课上的“老师”们怎么说。

1 电商重构商业新格局

传统零售最大的痛点是什么？有一句当今最洗脑的广告词，给出了答案——“XX二手车，没有中间商。”

是的，正是层出不穷的中间渠道，将制造端的利润一层层摊薄。这也是广大消费者和中小企业主最苦恼的事。

就拿宁波最为庞大的出口加工企业来说，亚马逊全球开店宁波跨境电商园负责人黄歆怡在培训会上举了一个例子——

“以往，宁波中小企业生产的产品想进入美国，得先找到外贸公司接单，再将产品转交给美国的代理商，然后进入沃尔玛等平台出售。中间的每道环节都要留足一定的利润空间，以致最后的售价和出场价甚至相差了数十倍。”

如今，消费者只要指尖轻触手机屏幕，商品就会以最快的速度送到家门口。这种“去中间化”的端对端零售形态，正在冲击传统零售体系，彻底改变了以往的商业格局。

数据显示，我国网上零售额占社会消费品零售总额的比重达到18.4%，已成为全球电商渗透率最高的市场，而美国仅为9%，西欧8%，日本、印度则刚刚超过5%。

“没有一个国家的企业比中国制造企业更适合走出去，更适合去借助线上渠道发现新商机，因为没有国家的市场像中国一样‘惨烈’。”财经作家吴晓波就这样描述。

黄歆怡认为，这些年，中国制造业经历了从线下转线上的深刻变革，中小企业的供应链反应能力和对消费市场的适应能力，已远远超过了海外成熟市场的企业。这也意味着，在那些电商增速高、渗透率较低的地区，对于我们的制造业企业有着广阔的发展空间。

而欧美消费群体对于品牌并不十分敏感，而更注重产品品质，这对制造能力精良的宁波企业来说，又是一个好消息。

因此，这个时候，宁波制造借助“跨境电商”出海，将大有作为。

