

# 出口上升,依存度下降 宁波打造新型国际贸易中心

记者 严瑾

在贸易摩擦的阴云下,宁波市2019年实现自营进出口额9170.3亿元,跑出6.9%逆势增长的加速度,且占全国的比重为3.46%,比上年提高了0.08个百分点。其中,出口超越广州,一举跃升至全国第五。

在这份成绩单的背后,宁波对出口依存度从2008年的85.7%降至2019年的49.8%。折射出宁波经济增长提质扩量的缩影,以及宁波外贸在“225”双万亿行动的框架下,迈向下一个增量的方向。

## 从出口依存度看多元化发展

“2019年,我们的销售额突破6亿元,其中有2亿元来自内销市场。不论客人来自海外还是国内,最终都得靠产品说话。每年我们会花500-800万元投入研发设计,为的就是不再被动地按客人要求供货,而是由我们教会大家明年流行什么。”新春开工以来,宁波沙马家居进出口有限公司的总经理王佳非常忙碌。这位从2001年入行的“外贸老兵”,正一边打磨产品,一边在新零售方面下功夫——

2013年,坚信“传统外贸贴牌代工终究没有话语权”的王佳,在国内打出了家居厨具自主品牌“左家右厨”,还通过社交电商APP云集实现“一小时卖出1万口锅”的销售佳绩。如今,这位极具“跨界脑洞”的企业家,正筹备在4月推出自己的电商平台“瑞库客APP”,希望对接旅游、生活等全方位的资源,为买卖双方搭建一站式的桥梁。

王佳们“内外两开花”的尝试,恰是宁波外贸人不断顺应“消费升级”的时代趋势,实现多元化拓市的写照。正因如此,在纷繁复杂的国际形势下,由这些企业家们支撑起的宁波民营经济,才有更多抵御风浪的韧性。

“出口依存度的下降,是市场调整的结果,由原先的国外市场导向,转变为国内市场导向,而这恰是中国经济转型升级的必然。尤其在电商崛起的背景下,出口转内销面临更大的机遇。”浙大宁波理工学院商学院常务副院长林承亮教授如是分析,“现在的消费者,需要个性化的产品、定制化的开发,反而让一些懂市场需求的小众品牌,通过网红带货等模式兴起,这就是企业的机会。”

2020年,新冠肺炎疫情给海外市场带来更多不确定。但我们欣喜地发现,今年有更多外贸企业,正在摆脱单一国际市场的依赖,开始在品牌打造、市场营销方面延伸价值链,做到国内外的“多条腿走路”——

3月15日,宁波上市公司乐惠国际发布公告,表示拟募资4.18亿元开展“当日鲜”精酿以及鲜啤酒售卖机运营项目。乐惠国际是全球少数具备啤酒厂整厂交钥匙能力的供应商之一,海外知名的百威、喜力等啤酒大厂都是公司的合作伙伴。此次布局内销的尝试,正是瞄准了国内精酿啤酒市场的崛起,以抢占先机、填补市场空白。

乐惠国际董秘吴再红表示,乐惠国际将打造啤酒整厂设备制造和高端当日鲜精酿啤酒销售双主业,促进中国啤酒产业的消费升级。



沙马家居在去年的广交会上亮相

## 数字化给贸易带来更多生机

不仅如此,眼下以跨境电商为代表的数字贸易新业态,正在为宁波带来更多商机。2019年,宁波市共实现跨境电商进出口额1282.0亿元,同比增长17.2%,其中出口额为1075.9亿元,同比增长13.4%,跑赢了全市外贸的增幅。

2017年,长期给沃尔玛等大型商超做贴牌代工的“宁波天虹文具”,在亚马逊美国站开启了第一家店铺。如今,公司通过拥抱电商,转变的思维方式,通过不断打磨产品以满足消费者的需求,实现总年产值4.6亿元人民币、跨境电商销售额翻了5倍。与此同时,宁波外贸头部企业中的豪雅进出口、遨森电商都通过海外仓把触角伸向全球各地。

如果说以亚马逊为代表的跨境电商B2C,让我们看到了品牌出海的机遇,那么宁波卖家2019年对跨境电商B2B的高涨热情,则让我们预见了在疫情等不确定环境的冲击下,宁波外贸不断“保订单”、“创订单”的风向标——

阿里巴巴国际事业部宁波区域负责人吴向进说,去年12月,宁波卖家向阿里巴巴国际站的平均投资金额,比去年同期的7-8万元翻了一番!更有一位宁波的跨境电商B2B卖家,创下了投资额超过400万元的全国纪录。今年3月6日,宁波跨境电商举办了一场云峰会,更是吸引了近5000名从业者观看。

吴向进介绍道,技术的进步,恰是这些外贸人拥抱互联网的基础——比如,阿里等平台的大数据,可以助力买卖双方的互相匹配;平台的信用背书,能够给外商“一键下单”的信心;而未来在5G背景下VR、AR等技术的兴起,或将能远程把产品的“相貌”展示得一清二楚,并通过3D打印等手段直接传输给外商。

“我们相信,未来5年都会是跨境电商发展的黄金期,而宁波擅长的汽配、家具、服装产业,非常适合开展定制化的跨境电商B2B。”吴向进说。

## 打造开放型经济服务业的高地

在数字贸易带来想象之余,向来以传统货物贸易见长的宁波,更是提出了建设“新型国际贸易中心”的目标。2019年,宁波的服务贸易发展增势喜人,实现进出口额951.9亿元,同比增长14.7%,其中出口625.2亿元,进口326.7亿元,分别增长12.7%和18.7%。

所谓的服务贸易,既包括软件信息等服务外包,更是包含动漫游戏等文化出口。宁波卡酷动画制作有限公司,正是后者的典型案例。2019年,公司着力开辟“一带一路”沿线的新兴市场,在新加坡、俄罗斯、乌克兰等国家拓展境外代理业务。一边提高以动漫衍生涉及为主的IP动漫内容开发,一边推动“宁波故事”走向世界。

“公司正在创作的动画电影《王阳明之少年时代》,就是在保留中国传统文化基因上做减法。比如,如何用国际化的动画语言,向小朋友们讲述‘知行合一良知’的现实意义。培养海外的观众对阳明心学等传统文化的兴趣,这正是我们在实践和探索的方向。”公司副总经理沈丹治说。

林承亮教授认为,长远来看,宁波要想打造国际贸易中心,势必要在金融、法务、设计等生态圈,全面实现国际接轨。下一步,宁波更要抢占服务贸易进口的先发优势,并吸引更多高端服务业的外资。近日,四大会计师事务所毕马威来宁波落户,就是很好的案例。而浙江自贸区宁波联动创新区方案的发布,也在这方面带来了想象空间。