

国内直播风起、消费升级 宁波外贸能否把握机会调转船头？

记者 严瑾



核心提示

今年以来，席卷全球的疫情，冲击着宁波外贸的出海征途。1-5月宁波市进出口总额为3411.1亿元，同比下降5.9%。千军万马做外贸的宁波“天团”，不仅事关全市的社会经济发展，更是全国开放型经济的缩影。面对充满不确定的现状，不少业内人士想到了出口转内销的药方。

6月9日，国务院常务会议明确指出：“在鼓励企业拓展国际市场同时，支持适销对路的出口产品开拓国内市场，支持电商平台、大型商业企业等开展外贸产品内销活动”，以帮扶涉及近2亿人就业的外贸企业纾困。

在刚刚闭幕的云洽会期间，无论是宁波市副市长李关定为宁波制造代言，还是网易CEO丁磊为家乡打call，都足以看出宁波借助电商直播风口，推动外贸转内销以度过难关的努力。

然而，要想将出海的船头调转至内销市场，外贸企业既要面临思维方式的180度大反转，还要在选品、渠道、推广等方面不断地“打怪升级”。

那么，宁波外贸人准备好了吗？

掘金电商直播蓝海

要说今年内销渠道的最大风口，电商直播当仁不让。

前有梦洁股份、广博股份等上市公司乘着“网红概念”连续涨停，后有董明珠、罗永浩、刘涛、汪涵等公众人物相继进军带货，刷新数以亿计的销量奇迹，引得不少宁波传统外贸企业跃跃欲试。

“慈溪最厉害的是什么呢？不光是小家电，更有慈溪人创业创新的精神。”5月27日晚上，慈溪市委副书记、市长盛悠来到演员叶璇的直播间，开始“安利”慈溪的出口冠军产品，以及包括吹风机、直发梳、空气炸锅在内的网红小家电，1小时内吸引超10万人围观。

在这场直播中，国内最大的电吹风ODM制造企业——浙江月立电器带来了一款智能恒温电吹风，以高性价比、恒温静音的特性吸引人气。公司的销售经理庄萧远告诉记者，因为疫情，公司的外销板块受到影响，好在内销板块有了一些起色：

“公司专门针对国内的90后年轻人市场，推出了自主品牌‘小适’，还联合汪涵、罗永浩、李佳琦做过直播带货，一个单品月销可以达到10万台。今年4-5月，我们就开始为618备货，以确保充足的库存供应。”

提及接下来的销量，庄萧远充满信心：“我们的性价比非常高，在网上走薄利多销路线，直播间里如29.9元的鼻毛修剪器、不到100元的负离子电吹风，基本接近出厂价。而多年来为海外品牌代工积累的经验，在同样的价位有着更高的品质。”

在月立电器牵手头部带货达人的同时，作为制造业单项冠军之城的宁波，因直播而逆势突围的案例不胜枚举——

宁波比依电器生产的空气炸锅把握了“宅经济”的趋势，通过淘宝直播和电商促销，预计今年内销将实现2.5亿元；而帅康集团专门成立了自己的MCN事业部，一边积累私域流量，一边将线上营销投入激增至六成……

正因如此，宁波在积极搭建电商直播渠道方面，给予企业极大的支持。今年3月，宁波市政府与拼多多围绕帮助外贸转内销、支持宁波打造电商直播基地等方面，签订了一揽子合作协议；6月11日又携手网易严选，在打造宁波电商生态、打造开馆造节直播系列活动等方面合作。

“新冠疫情在境外蔓延，宁波出口受到不小影响。通过拼多多、淘宝、苏宁等线上平台，宁波优质的制造业产品能在网上‘短平快’地向消费者推介，将有效打通外贸‘堵点’，帮助企业快速重回发展‘快车道’。”宁波市副市长李关定在直播间里，道出了这些举措的意义所在。

