

在宁波市社科院经济研究所所长吴伟强看来，广交会在网上举办，或将成为今后综合性展会向数字化转型的标志。特别是当5G得到推广之后，视频线上化将成为重要趋势。作为外贸大市的宁波，更应该以此为契机，在数字化生存方面脱颖而出。

放眼全国，除了网上广交会外，不少跨境贸易B2B平台的服务范围，也在从单一的交易功能，逐渐向展览融合，不断通过技术手段与大洋彼岸的外商实现“云端对话”。无论是宁波牵手阿里打造的网上消博会“3D云看展”，还是同期的阿里巴巴国际站首届网交会，都预示着当前形势下，网上展的体验感与交互性都在不断增强。

事实上，宁波外贸企业拥抱互联网的态势不可谓不积极。今年5月11日，阿里国际站举办了居家健康生活线上展会，运用技术手段，通过3D逛展、短视频、电子名片等加强展会体验，取得了不俗成效，询盘同比增长340%。宁波在阿里511线上展会的出口订单量高居全国第一，超过了杭州、青岛、广州等兄弟城市。

在备战网上广交会的同时，华茂集团则选择了“广撒网”的方式，积极参加阿里巴巴国际站首届“网交会”等活动，通过第三方数字展贸平台为自身引流，还在试水YouTube直播的同时开通Facebook账号，旨在多一个拓市渠道。

华茂进出口二部负责人郦丹注意到，作为全球最大流量平台之一的Facebook，最近正在推出Shops服务，允许企业在Facebook和Instagram上展示和销售商品，并支持直播带货，“可见海外和我们一样，也在经历因疫情而催生线上直播的趋势，双方的习惯都在不断改变之中。”

服务约1万家中小企业的外综平台——宁波中基惠通，也在借助展会上云的东风，推介公司在三年前就已成功建立的独立站，定向邀请海外客商访问洽谈，并为每一家小微企业设立“摊位”，面向外商开启直播和联络。

“今年，中基惠通平台有超过200家企业将参与网上广交会，我们在图片上传与直播方面帮助他们做了很多准备。”宁波中基惠通集团股份有限公司总经理应秀珍说，“独立站的模式，今后将是我们打造数字供应链、把服务团队延伸至海外的重要载体。”

值得一提的是，网上广交会的宁波专属页面已经顺利推出，而首页焦点图的展示，将引导境外采购商向宁波展商的展位“引流”，从而加强客商对“品质宁波·制造之城”的认同。

展会结束后，宁波还将鼓励企业利用阿里巴巴国际站、中国制造网国际站等其他跨境贸易B2B平台拓展市场。目前，宁波已在阿里巴巴国际站首页上线2020中国（宁波）国际消费品博览会网上展，吸引上线参展企业1564家，上架展品21642个，待阿里国际排定引流计划，预计能吸引更多的境外采购商访问和洽单。

同时，中东欧商品云上展正式启用，将常年在线免费服务。云上展共设18个展馆，涵盖了来自中东欧17国的食品饮料、日用家居、护服用品等8大门类，目前已吸引542家参展商上线了2571款展品，日访问量超过8万人次。



## 跨境出海，企业还需向C端迈进

在传统B2B贸易向云上转型的同时，面向海外消费端的跨境电商B2C，同样是增强宁波外贸韧性的办法。

亚马逊全球开店亚太区负责人Cindy Tai认为，疫情期间，线上购物正在获得越来越多海外消费者的青睐，而这种消费行为的转变预计也将持续下去，这就给了企业面向消费端做数字化转型的契机——

疫情也让出口跨境电商企业重新思考自己的竞争力。持续关注全球布局、品牌建设和产品研发的出口跨境电商企业受到的冲击相对较小。多点业务布局分散了潜在风险，拥有良好口碑和产品实力的卖家，也能够特殊时期不断满足消费者需求。

因此，无论在当下还是疫情“新常态”下，企业都要深挖市场发展变化及客户需求，适应外部环境的同时也打磨自己的核心竞争力，提升业务韧性和抗风险能力。

事实上，在布局数字展贸的同时，跨境电商正在成为越来越多甬企的突围之路。目前，宁波市共计48家企业在全世界23个国家（地区）建设经营海外仓124个，总面积近百万平方米，将销售的“触角”延伸至全球各地。宁波豪雅集团美国办公室负责人，道出了跨境出海的意义——

“疫情期间美国宅经济发展迅速，大家在网上购物的积极性被激发，今年1-5月份，豪雅海外仓发货量增长了将近1倍，尤其是宁波制造的小家电如冰箱、洗衣机、厨房电器，以及健身器材，销量十分可观。”

云洽会期间，中国（宁波）跨境电商出海联盟于11日成立，成为宁波外贸界瞩目的大事件。依托联盟内龙头企业的海外销售网络，面临订单困境的工厂，将得以找到“创订单”的销售渠道。中国（宁波）跨境电商出海联盟理事长、豪雅集团总经理吴威表示：

“我们接触海外业务已经十来年了，深知个体的力量有限，需要联合大家共同的力量拓市场、促生产，也希望分享我们积累多年的资源，帮助更多外贸人少走弯路、降低成本。我们将整合联盟的资源，提升海外仓资源的利用率，并组织产业对接会，帮助更多宁波优质产品实现品牌出海，为联盟的卖家提供人才培养、法律咨询、金融保险等服务。”

接下来，联盟将围绕“225”外贸双万亿行动计划常态化运行，扶助更多企业抱团出海。预计到2025年，联盟企业实现外贸出口规模600亿元，累计服务企业2万家，联盟海外仓总数达100个，海外仓总面积达到100万平方米。