

2020



经济热词

里的

宁波



中基惠通的小伙伴们在直播间与外商在线对接。



数字贸易



记者 严瑾

核心提示

要是用一个词概括2020年宁波外贸,想必每位从业者都会选择“不平凡”。

2020年12月20日,在累计吸引上万人观看的“外贸的朋友”主题演讲上,中国信保宁波分公司业务三处负责人孟祥龙一言道出“三个想不到”:没想到海外疫情导致年初外需骤减;没想到下半年订单会井喷,实现逆势增长;没想到年末会遇上原材料涨价、订舱难的困境。

不过,尽管2020年遭遇新冠肺炎疫情“黑天鹅”,但宁波外贸却在自我修复、自我提升中前行,通过“直播”“云洽会”“跨境出海”交出了转型答卷。



郦丹和同事参与宁波市商务局组织的线上对接会。

1

外贸直播

如果没有突如其来的疫情,郦丹会觉得“主播”二字离自己很遥远。

她是宁波外贸百强企业——华茂国际贸易有限公司二部负责人。今年4月,公司的上游供应链好不容易从疫情中恢复,不料海外疫情接踵而至,被誉为“中国外贸晴雨表”的广交会也改在网上举办。这样一来,公司和宁波的2万余家外贸企业一样,必须由“面对面”向“屏对屏”转型。

作为宁波最早“吃螃蟹”的企业之一,华茂集团专门开展外贸直播人才选拔赛,为线上贸易常态化储备“生力军”。参与其中的郦丹对这一变化深有体会:“过去,我们长期依赖发邮件、线下展会等传统模式。外贸直播需要使用专业的‘直播语言’,不仅要英语流畅,还要控制神情、增强互动性、积极调动气氛,对业务员的综合素质要求很高。”

为了更好在直播间与客商沟通,郦丹和同事不仅花时间学习李佳琦、薇娅的经验,还会提前设计好开场白、叙事脚本、穿插案例等,以便专业展示产品性能、性价比和品牌。

2020年,共有成千上万的宁波外贸人开启直播首秀。仅是6月、10月的两场网上广交会,就分别吸引了1184家、1141家企业踊跃参与。阿里国际站、中国制造网国际站等第三方数字展贸平台,未来都有计划将视频作为入驻企业的“标配”。

在宁波中基天时供应链管理有限公司总经理张卓颖看来,无论是线上还是线下,贸易必须回归本质——所谓的面对面交谈、直播互动都只是手段,目的都是为了促成交易。因此,直播训练固然重要,但“引流量”才是必不可少的基础。

“直播间迎来的小批量订单,意味着产品流通、迭代更新的速度加快。工厂要提升生产周期,贸易商也要学会如何通过图片、视频,简明扼要地把产品介绍清楚、抓人眼球。”张卓颖说,2021年公司打算通过AR、VR等形式多元地呈现产品,并对接海外线上展会平台。

外贸直播背后恰是传统企业提升价值附着的缩影,一场行业洗牌的机会也将踏浪而来。