找到新出路
去年宁波跨境电商B2B出口货值近15亿元

记者 严瑾 通讯员 陆辰泽 秦超群

核心提示

在全球疫情的“黑天鹅”下，上万家传统外贸企业在2020年选择触网上线，在无形中改变着全球贸易的形态。

1月14日，商务部外贸司司长李兴乾在谈及去年全国外贸情况时特别提到：“2020年，跨境电商成为企业开展国际贸易的首选和外贸创新发展排头兵，实现进出口增长31.1%”。

在这一波数字贸易的浪潮下，宁波再次走在全国前列——

自从去年7月1日启动跨境电商B2B出口监管试点以来，截至去年12月31日，宁波海关共监管跨境电商B2B出口货物3.9万票、货值14.7亿元，其中出口海外仓货物1.2万票、货值10.9亿元，业务量位居全国前列。宁波企业跨境出海的经验，正是中国外贸不断延伸价值链的缩影。

A 离市场距离更近一步

所谓的跨境电商B2B出口，指的是境内企业通过跨境物流，将货物运送至境外企业或海外仓，再打通“最后一公里”送至消费者的家门。和传统外贸相比，它减少了采购商这一中间环节，更能以贴近C端的优势，对供应链进行数字化改造。

“疫情期间，我们通过速卖通拓展俄罗斯、波兰等新兴市场，一些适合电商销售的产品迎来井喷式增长。针对‘宅经济’下兴起的个护用品市场，我们调整供应链，最终实现去年业绩同比40%的增长。”宁波华尔跃特剃须刀有限公司总经理平锦华向记者分享了生意经。

平锦华介绍道，过去公司批量生产一次性剃须刀，每件成本不超过1美元，走的是薄利多销。而考虑到跨境物流成本，他们为剃须刀加上金属手柄，在提升产品“颜值”的同时提升利润空间——每件产品出厂价约4美元、海运成本3美元，而在亚马逊上客单价可以卖到18美元。

对平锦华来说，跨境转型带来的不仅是价值附着，还有产品改进等全方位提升。

在中国信保宁波分公司业务三处负责人孟祥龙看来，跨境电商的出现，让外贸企业跨品类经营成为可能，也让一些做惯了OEM代工的传统企业，找到贴近市场的好帮手：

“有一家企业做给鸟喂食的容器，在亚马逊平台上收到消费者反馈‘它会引来树上的松鼠’。随后，企业发现这个设计有缺陷，马上重新研发一款带电动功能的产品，一旦松鼠跳上支架就会因触发重力开关而吓跑。这个重要的卖点，让产品客单价从19美元上升至150美元。”

跨境电商恰是让全球消费者的需求，与庞大的中国制造相连接的纽带。越是抓住机会的宁波企业，越能在未来个性化、定制化、数字化的生产中弯道超车。

B 销售网络不断扩圈

跨境电商B2B业务的开展，还意味着企业需要把销售的触角延伸至海外，从单纯的“买进卖出”向跨国经营转型。宁波在这一方面的龙头企业如豪雅集团、乐歌股份、遨森电商，在全国都属于走在前沿的典范。

1月4日，商务部办公厅发布《关于印发首批海外仓实践案例好经验好做法的函》，遴选了7家优秀海外仓实践案例，并向全国推广它们的经验和做法。其中榜上有名的，就有全市外贸200强企业——宁波豪雅进出口集团有限公司。

目前，该公司已在美国、加拿大、德国、英国、法国等地建立了20个海外仓储和营销中心，自营海外仓面积达40万平方米。公司与跨境电商平台联动发展，提供“门到门”物流、一站式通关、供应链金融、合规咨询、高质量售后等全方位服务的举措，正是其上榜的重要原因。

截至2020年年底，宁波共有66家企业在全球20个国家（地区）建设经营海外仓203个，总面积200.48万平方米。站在这些有实力全球布点的大企业背后的，是长三角乃至全国庞大的供应链网络，也是成千上万家中小工厂的就业和生计。

以宁波外贸圈的“网红”企业——乐歌人体工学科技股份有限公司为例，公司布局累计超过20万平方米的海外仓，帮助更多中小企业跨境拓市。

去年6月，以豪雅集团为首的宁波市22家跨境电商企业，共同发起成立了中国（宁波）跨境电商出海联盟，旨在推动上下游企业抱团出海。2020年，联盟企业的出口额增长都在70%以上，而全市的跨境电商出口规模，有望占到同期宁波市出口额的20%左右。