



应秀珍在2003年春季广交会。



旭升股份上市时,公司高管邀请意大利籍客商贝莱瑞(前右二)合影留念。

大江奔流天地宽

入世20年,中国已成为全球第二大经济体,从“世界工厂”变成“世界市场”。用王定英的话说,就是“现在做外贸早已不是‘1美元抵8.26元人民币’的年代,只有不断转型才能跟上变化。”

2012年,中基宁波集团面临了一大鲜为人知的考验。铁矿、塑料、能源等大宗商品价格断崖式下跌,许多进口商随之倒下。中基宁波董事长周巨乐意识到,必须要运用一系列金融衍生工具防范风险,还要工贸结合,延伸到整个产业链里去——中基进口的原料可以直接投入工厂生产,而工厂的产品又可以由中基帮忙外销,形成“双循环”联动。

周巨乐表示:“有了我们的团队,工厂不用愁价格,只需专注生产,就能大幅提高盈利能力。这种成功的模式可以被模仿,却很难被复制。”

另一个对外贸影响深远的“小趋势”当属互联网的兴起。其改变了老一辈外贸人线下会客的思维定式,缩短了中间环节,重塑了生产关系。新一代宁波外贸人正接过“接力棒”,通过跨境电商实现品牌出海。

2005年,20岁出头的职场新人朱秋城在一家外贸公司上班,正当他为找客户一筹莫展时,看到一个“名字奇怪的电子商务网站”。“网站页面非常粗糙,但我隐隐感到外贸业务也许可以通过网站开拓,就注册了一个免费账号。”

让朱秋城没想到的是,这个名为阿里巴巴的电商网站,会成为中国互联网创业的神话,他也成为“互联网+外贸”的天使用户。

后来,一位印度客户让朱秋城打听一家露营灯供应商,线索仅有一纸样品图。没想到大海捞针,还真让朱秋城凭借上网积累一年的信息“捞”到了。从此,朱秋城得到客户认可,业务慢慢有了起色。

朱秋城回到父亲的工厂接班,第一件事就是在阿里巴巴注册,大力培训和发展网络营销。起初,作为“老外贸”的父亲认为这是“白花钱”,直到一笔网上的订单把厂里3年的库存都清完,这才对儿子和电商模式刮目相看。

自2016年获批为跨境电商综试区后,宁波外贸的“新生代”在互联网浪潮下闯

出更大的天地。目前,宁波跨境电商进口额突破千亿元大关,跨境电商海外仓业务量占据全国的“半壁江山”。

现在,朱秋城的身份除了宁波新东方工贸有限公司CEO外,还是一位财经作家,希望每年出版一本跨境电商行业观察作品。在他看来,一方水土养一方人,宁波外贸人务实勤奋、自立自强、尊重财富的优秀品质和精神传承,正是造就这片外贸沃土的“文化基因”。

据中国国际贸易学会副会长、原宁波市对外经济贸易合作局局长俞丹桦所见,宁波外贸始终关注队伍、产品、市场、方式、环境等五个方面,走过了转型升级、提质扩量的历程——我们的外贸队伍,从国有外贸公司向“千军万马”“精兵强将”转变;我们的外贸出口产品,从“宁波制造”向“宁波创造”“宁波智造”转变;我们的外贸市场,从“浅度促销”走向“深度直销”;我们的外贸方式,由自营进出口向进出并重、多类贸易转变;我们的外贸服务,从传统服务向公共服务、优质服务转变……

大河奔流天地宽,“潮平两岸阔,风正一帆悬”。



第130届广交会场景。