



明年外贸风向哪里吹？ 从第122届广交会看“宁波制造”出口—— 借力“中国第一展”迎风起舞

本报记者 单玉紫枫
通讯员 姚波 汤元拯
摄影 单玉紫枫

进入今年最后一个季度，让人“牵肠挂肚”的外贸形势将会有怎样的变化？

广交会一期的热度还未散去，昨天，第122届广交会二期展览又在琶洲展馆如期开幕。作为中国外贸的晴雨表和风向标，广交会不仅承担着推动出口贸易的使命，而且是外贸企业转型升级和扩大营销版图的重要舞台。

开放大市宁波，一直是“中国第一展”广交会不可或缺的主角。本届广交会期间，我市共有1317家企业参展，展位总数3133个，占广交会6万多个展位总数的比例约5%。宁波优势，一览无余。

市商务委最新数据显示，本届广交会一期宁波交易团出口成交7.3亿美元，较上届增长11%。继今年前三季度我市进出口总额增长22.8%后，这一成绩单能否为今年“全年红”乃至明年“开门红”书写全面复苏底色？

一叶知秋。当全国外贸进入“广交会时间”，记者发现，宁波军团的1300多家企业凭借高品牌价值、高科技含量、高服务附加的“三高”商品打响宁波自主品牌的同时，大力开拓“一带一路”等新兴市场，为“宁波制造”铺就了更广阔的发展平台。

创新是不变的主题

“存量竞争阶段，企业要想寻找增量空间，必须另辟蹊径，自我革新，通过产品设计、自动化、智能化水平的提升，满足个性化、多元化的消费需求，引领增量消费。”从事工贸一体化多年，宁波韩电电器有限公司海外部总监王建明对创新有着自己独到的理解。

“每届广交会，都是公司新品全球发布会。”韩电特装展区现场，王建明忙里偷闲，为记者当起了“讲解员”。“你看这款冰箱箱体黑色，看上去还有种哑光的质感。其实，这个设计初衷就是把冰箱面板变成‘黑板’，上面可以用各色粉笔进行涂鸦创作，让它变成家庭的备忘录、记事本，增进家庭成员情感对话。”王建明说。

据广交会官方统计，本届展会汇聚了来自全国各地约2.5万家企业的超过1.6万种商品，其中品牌企业就超过2000家。尽管强敌环伺，但宁波外贸军团底气十足。

“此次参展，我们不仅在展位中增加了试乘试驾的互动环节，还带来了公司最新研发的锂电搬运车CBD12W、中低空拣选车OPSM以及用于食品无污染环境的FB叉车等，几天来，客户对这些新品的咨询量居高不下。”如意集团总经理储江介绍，仅今年上半年，如意旗下的西林电动叉车销售额就实现同比翻番，战略市场和优质经销商销量占比显著提升，这为“全年红”奠定了坚实的市场基础。

储江认为，市场就像一个多元的蛋糕，要想在同一市场抢占一定份额，就必须不断推陈出新，增加产品研发力度，进一步提升产品品质，从而贡献新的销量增长点。

品牌是永恒的追求

“无论外贸形势怎么变，我们不做代工。”浙江天时代国际有限公司总经理倪国明掷地有声，10多年来，天时代坚持走自主研发的道路，打造自己的品牌。“由于市场进入得早，在中东等地，我们自主品牌的水泵已被公认为中国第一家水泵品牌。”

不同于天时代国际，宁波奥晟机械有限公司走的则是一条循序渐进的品牌之路。多年来，公司主营小型汽油机、植保机械和园林机械设计生产，目前年生产能



开放大市宁波，一直是“中国第一展”广交会不可或缺的主角。本届广交会期间，我市共有1317家企业参展，展位总数3133个，占广交会6万多个展位总数的比例约5%。宁波优势，一览无余。

面对“一带一路”及众多新兴市场的机遇，不少宁波外贸企业开始积极调整营销战略，创新产品结构，适应市场需求，展现出了转型升级新动能。

力达60万台。“每个外贸人心里都有一个自主品牌的梦。”该公司总经理沈焕军感慨道，以前规模小，只能从OEM起步，近年来，通过不断加大研发，转型升级，企业实力大增，开始在南美打响了自主品牌。“今年前三季度，公司销售额同比增长了10%。”

对此，宁波锦灏进出口有限公司总经理唐新高也深有同感。“我们公司出口杂货为主，可以说涵盖除食品外的超市所有产品。去年实现产值1.5亿美元，今年前三季度同比增长了43%。究其原因，就是自己做产品开发，掌握主动权。”唐新高说，“以前是复制，现在是开发，甚至自己在国外开发产品，提升产品竞争力和话语权。”

从“为人作嫁衣”，到自主



宁波展位前，外商咨询忙



宁波交易团打出“品质宁波”巨型横幅

品牌出口，像奥晟、锦灏一样，一大批宁波外贸企业正不断求新求变，打造自有品牌，增强企业的核心竞争力。

营销是全局的谋划

10月13日，广州香格里拉大酒店。对面，就是广交会所在的琶洲展馆，奥克斯商务峰会暨全球大客户战略启动大会在这里拉开帷幕，来自三星、惠而浦等全球500强企业及全球大客户300多人应邀出席。

“这是为广交会提前‘热身’。”奥克斯销售管理部经理周海红并不讳言，通过预热，奥克斯提前打响了订单争夺战。“这些大客户以中东、亚太、欧洲区域为主，我们希望先锁定他们的

广交会首单，再逐步进行后续切入。”

奥克斯的“小心机”得到了热烈回应。五天展期，展区现场天天人满为患。“市场实在回暖，今年前三季度，奥克斯的出口额已经超过了去年全年。现在面临的问题是今年成本压力比较大，原材料持续上涨，所以我们会分批分散接单。”周海红说，现在收的都是明年的订单，对明年外贸形势他们持审慎乐观态度，预计仍将维持两位数增长。

不仅有抢订单，更有做服务。宁波乐士集团有限公司的展位前，全球客商络绎不绝。“为了深耕市场，乐士不断在营销服务上下功夫，现在不但出口产品，还输出技术，提高产品附加值，实现了上下游产业链的整体输出。”公司相关

双鹿展区前，人来人往

负责人邱富忠以集装箱出口为例：一个集装箱中通常只能装载整机200多个，但换成零部件模具的话，就能装700-800个。“这样一来，公司不但提高了运输效率，还可以将整条产业链提供给发展中国家，为他们建立配套生产线，进一步稳固市场。”

“一带一路”魅力无限

目前，广交会已与32个“一带一路”沿线国家的45家工商机构签署了合作协议。14个“一带一路”沿线国家组团来到第122届广交会现场参观采购。

面对“一带一路”及众多新兴市场的机遇，不少宁波外贸企业开始积极调整营销战略，创新产品结构，适应市场需求，展现出了转型升级新动能。

“去年公司出口2亿元，其中7成以上订单来自‘一带一路’沿线。”宁波欧达光电有限公司的聂志敏表示，当传统市场需求不振，甚至面临多种贸易壁垒的情况下，开拓以“一带一路”为首的新兴市场，已经成为企业突围的必杀技。

受益于“一带一路”倡议，不少企业表示，本届广交会上，来自乌兹别克斯坦、塞浦路斯、尼泊尔、塞尔维亚等非传统主流采购国家到会采购商数量和成交额均明显增长。

新兴市场，生机勃勃。对此，北仑福托机械有限公司副总经理孟向真看在眼里，心动不已。“公司目前主要市场仍在欧美，下一步我们希望用自主品牌先扎根中东，进而撬开‘一带一路’市场。”

宁波乐乐控股集团有限公司的主打产品是洗衣机。该公司高级经理施新乾表示，得益于东南亚、非洲等“一带一路”市场大客户的亮丽表现，今年公司出口数量居业内第三，仅次于美的和海尔。

天时国际的主要市场在亚非拉国家，在约50个国家拥有品牌代理商。多年来，该公司还通过经营贝宁中国经济贸易发展中心，为甬商在西非开展国际贸易、境外投资提供各种便利……

“这一切与宁波的城市定位不谋而合。”市商务委主任张延说，上个月省政府正式批复设立宁波“一带一路”建设综合试验区，我市将继续深化在“一带一路”上的固有经贸优势，拓展国内国外两个市场，利用国际国内两种资源，以“一带一路”统领全面开放。

新闻内参

梅山开放迈大步 前三季度货物吞吐量 超两千万吨

在历经1.0版的保税港区、2.0版的国际物流产业集聚区、3.0版的宁波国际海洋生态科技城后，梅山正在向4.0版的宁波“一带一路”建设综合试验区核心载体奋力跨越。最新数据显示，今年1-9月，梅山保税港区累计完成集装箱吞吐量253.73万标箱，完成货物吞吐量2053.43万吨，同比分别增长37.8%和38%，其中集装箱吞吐量已超过去年全年。

今年正值梅山开发开放10周年。梅山湾畔，一个国际化滨海新城异军突起。往来的远洋巨轮、忙碌的桥吊，还有穿梭在港区的货车，记录着这座开放之城的每一个节点。截至2016年底，梅山已开通辐射中东、北美、南美、地中海、大洋洲等全球各地区的99条航线。目前，梅山港区已投用5个泊位，年吞吐能力300万标箱。二期6号至10号泊位正在加紧建设，设计通过能力400万标箱。梅山已成为浙江的进出口要地。

随着梅山国际贸易物流产业培育不断深入，区域特色贸易初步呈现规模化发展态势，其中跨境电商、冷链食品等特色进口贸易均实现较大幅度增长，为梅山港区吞吐量增长提供了资源支撑。今年以来，梅山港区集装箱国际航线新增20条，其中通达“一带一路”国家6个、港口11个，为打造辐射世界的国际航运物流网络枢纽节点奠定了良好基础。

今年9月，省政府正式批复宁波“一带一路”建设综合试验区，明确以梅山新区为核心载体。梅山物流产业集聚区管委会主任柴利能表示，梅山将以开放、创新、国际化为主线，在宁波“一带一路”综试区建设中打头阵。

(俞永均 李一)



B2 服装名城转型再出发



B3 宁波——延边 携手同行迎来“动人时刻”



B4 江北助力老外就医便利化



扫一扫，
零距离感知
宁波开放温度