

0 听潮

精选电商搅动甬城外贸江湖

本报记者 单玉紫枫

外贸工厂跨界找伙伴

“以前靠老外，现在靠网易严选——100亿采购金等你拿。”在去年春季广交会上，网易严选“破天荒”地喊出这样口号，振奋了整个外贸圈。今年，宁波的“老广交”对此却已见怪不怪，“国内买手多过欧美老外”成为圈内一句甜蜜的吐槽。从一线精选平台到公众号“带货”大V，再到国内大牌的ODM买手，国内电商呈几何级增长，伺机出击，争夺优质的外贸型制造企业。

广交会归来，万泓科技有限公司总经理王梓宇开始投入到新一轮的生产中。满满的订单墙上，除了日本的几个老主顾及国内海尔、苏泊尔、沁园、安吉尔等一线品牌外，又多了几家大小电商的身影。

昨天，他突然晒出了一张国产热播剧《金牌投资人》的剧照。照片上，女主角张仞正用一台小巧的即热式饮水机接水。“这就是我们公司的产品！”王梓宇告诉记者，随着国内消费升级，不知不觉中，人们对“喝水”这件小事也越来越上心：水质要好、水温可控、随时能喝……“万泓”顺势营销，在热播剧中植入产品，“混个脸熟”，带动产品在京东、天猫等平台的销量。

不仅如此，其主动出击，与饮用水品牌农夫山泉组成合作伙伴，线上线下联动，给你喝水的“小确幸”。目前，这对黄金搭档已经在北京、武汉推出“农夫山泉X万泓”活动，即在量贩自贩机上，以京东标价的4.6折购买开水机，还可获得6张农夫山泉电子兑换券。

据联合国发布的《2018年世界经济形势与展望》称，今年全球贸易增速有望上升到3%，全球经济短期前景有所改善，但仍面临包括贸易政策改变、全球金融环境恶化以及地缘政治局势紧张等风险。报告指出，中国对全球经济增长的贡献率约为三分之一。

此消彼长中，借助各类电商平台撬动潜力巨大的国内市场，成为外贸企业PK的新战场。

一线电商延续爆款传奇

“今年一季度，心想胶囊咖啡机销售环比上季度大幅增长，现在渠道方面以线上为原点，不仅



热播剧植入宁波小家电。(单玉紫枫 摄)

用产品说话，整合资源，让越来越多的“幕后英雄”走到台前，以全生产链条模式推动制造业进行产业升级，或将成为宁波外贸转型又一成功路径。

走进了线下小米的实体验店，还受到了韩国等国外市场用户的欢迎。”成立仅一年多，宁波心想科技有限公司负责人胡杰辉告诉记者，公司已初步实现线上线下、国内国外互联互通互动。

去年3月7日，小米众筹上线了一款心想胶囊咖啡机，由宁波心想科技有限公司打造，主打19Bar高压泵，9档浓度调节，兼容多品牌胶囊，众筹价仅399元。短短一周内，销售数量突破10020台，销售额接近400万元，超出众筹目标十倍之多，一时间成为行业焦点。

众所周知，“小米众筹”是小米在电商平台推出的一个比较成功的产品众筹项目，坚守精选路

线，是高品质生活的代名词。“作为非米家生态链的企业，我们的产品能在小米众筹中获得那么多的认同，很大一部分原因在于我们的外贸‘基因’。”首战告捷，胡杰辉将成功归结于背靠的兄弟公司三A电器。三A电器作为宁波老牌外贸公司，是国内意式胶囊咖啡机出口量较大的企业之一，拥有发明专利50多项，产品远销欧美20多个国家和地区。

在以众筹形式积累了一批种子型用户后，今年年初，心想胶囊咖啡机正式进驻小米旗下的米家有品，并同步激活了自身公众号微信商城中的咖啡胶囊销售。随后，由点及面，相继入驻京东、天猫以及一些知名公众号、自媒体平台。“当前公司还在原先那款爆款基础上，进行了部分升级，推出了另一款新品，两款齐头并进，共拓内外市场。”

放眼整个家电行业，个人护理产品只能算是很小的一个品类，但随着消费升级，它的市场的体量在不断上升。2016年3月，月立在京东和天猫双平台上市。通过国内市场O2O，原本以外销为主的月立，在短短两年间迅速完成了对消费“碎片化”需求的了解，并以自主品牌突围，实现从制造商到制造服务商的转型。

今年五一假期前，月立联合美妆关键意见领袖、90后创业代

表张沐凡，在淘宝推出联名定制款月立负离子触控夹板。“如‘月’而至，不同‘凡’响”，以“IP+精品+粉丝”的形式，力争在爆款界再下一城。

甬企冲进电商下半场

互联网的聚众效应挖掘出了中国的内需潜力，山头林立的电商平台整合产业链，依靠专业的品控和线上营销手段，搭上了新中产崛起的顺风车。

那么当竞争进入下半场，手握工厂源头的宁波商人，该怎样在ODM模式之外，进一步扩大自身版图？

“8分钟销售破亿元，超级品牌日当天销售额是近30天日均的20倍；空调VR体验馆上线当日体验人次就突破100万，欧阳娜娜现场直播观看人数突破400万……”4·12奥克斯京东超级品牌日活动，当天交出的这份“逆天”成绩单，不仅让整个家电业刮目相看，也解锁了电商营销的新玩法。

早在2016年1月，京东就在移动客户端推出了“超级”系列，通过汇聚京东与品牌方双重优势及战略资源，搭建品牌商与消费者互动的智能平台。奥克斯创新品牌日玩法，在原有的产品、品牌、电商平台框架内，加入明星、VR及直播平台，全线整合互联网新技术，开创无界零售，

进入2018年，国际贸易颇不平静。当甬城外贸企业在新老市场上攻城略地之时，蓦然回首，短短一两年间，以米家有品、网易严选为首的国内精选电商平台已在争夺国内新消费阶层中异军突起。外贸企业“出口转内销”，搅动甬城外贸一池春水。

与此同时，面对国内制造业订单回流，宁波中小外贸企业也不甘人后，借助自身在工厂、品控方面的固有优势，从产业链下游代工厂逆势突围，打通供销对接的电商平台，成为电商行业变革的新势力。

交锋和融合中，且看今日之外贸，谁能笑傲江湖？

最终共同引爆消费。

“内销一季度原定销售目标4亿元，结果做了20亿，4·12当天8分钟破亿。”奥克斯相关负责人表示，与电商的强强联手，使奥克斯的国内销售频频刷新纪录。对此，京东家电负责人也曾在接受媒体采访时坦言，“作为中国最大家电零售渠道，京东将充分发挥自营电商高效的平台优势和稳定的物流体验，让奥克斯率先在空调业完成无界零售创新落地”。

“超级”品牌之外，宁波众多单打冠军、隐形冠军也即将迎来一个专场相亲会。5月8日，网易考拉全球工厂店将在宁波召开推介会，目前已向母婴、彩妆、服饰箱包等品类生产企业广发英雄帖。“作为网易考拉海购的战略项目，‘全球工厂店’的模式不同于目前精品电商的ODM，其品牌仍属于制造商及工厂，平台提供市场和渠道等支持。”宁波跨境电子商务综合实验区管理办公室工作人员告诉记者，相比于严选、小米等合作模式，工厂店的制造商自由度更高，不仅彻底换下“代工”身份，掌握自己的品牌，还拥有商品的定价权。

用产品说话，整合资源，让越来越多的“幕后英雄”走到台前，以全生产链条模式推动制造业进行产业升级，或将成为宁波外贸转型又一成功路径。

开放

开放传真

把脉“一带一路”国际市场新机遇

本报记者 金鹭
通讯员 王辉 潘琪

在“一带一路”倡议大背景下，如何全面理解经济新常态下国际合作机遇与挑战？如何科学分析国际大宗商品交易市场发展新动态、新趋势？如何构建完善的标准与规范体系，促进国际合作良性发展？

4月27日，由宁波大红鹰学院主办、市特色学院大宗商品商学院承办的“‘一带一路’倡议下的国际商务合作与大宗商品投资国际论坛”在甬举行。来自境内外高校、商务领域的150名专家学者和企业界共聚一堂，围绕中国新一轮对外开放背景下的国际商务环境、投资合作机会和大宗商品行业投资前景等话题展开探讨，为“一带一路”建设建言献策。



斯洛伐克布拉迪斯拉发经济与公共管理学院金融系主任 Michal Fabu做报告。(金鹭 摄)

宁波诺丁汉大学经济学院院长 Simon Appleton 教授就英国脱欧后的中英贸易发展前景进行了解读和展望。在他看来，英国脱欧后很可能会与中国进入合作“蜜月期”，但两国间仍存在语言障碍、商业文化差异、政策限制等挑战，亟须两国交流完善。除了货物贸易，中英在旅游、教育、金融和商业等服务贸易上的前景也十分广阔。“‘一带一路’是一个开放和包容的合作平台，中英两国可以在互利共赢的路线上进行合作。” Simon 表示。

中物联大宗商品交易流通分会副会长周旭从历史使命、存在问题、发展趋势和规范发展等四个方面，提出了加快推进大宗商品现代供应链创新发展的必要性。现阶段，我国大宗商品市场转型发展的根本途径是创新，抓手是供应链。因此，我国应加快发展大宗商品平台供应链、构筑大宗商品供应链生态圈、推动大宗商品现代供应链发展，通过降本增效、协同整合、数字引领，形成开放包容的发展局面。

浙江外国语学院 Cesar Rogelio Bustos Mendoza 教授表示，中国的崛起在拉美地区得到了支持，希望能借助“一带一路”倡议东风，从教育、文化、商贸等各方面加强合作。在他看来，拉丁美洲不仅仅是终端货物提供商，还能为中国制造商提供更高附加值的原材料，在高质量发展上获得共赢。

论坛上，宁波市贸促会副会长黄萍代表宁波市贸促会，发布了与宁波大红鹰学院金融贸易学院教师合作编写的《中东欧16国经贸有关规定及纠纷解决指南》一书，针对企业对各国经贸规则问题答疑解惑。

法国尼斯市副市长接受本报独家专访 鲁迪·萨尔：当好宁波与法国合作的“使者”

本报记者 张正伟
通讯员 汤红梅

近日，法国尼斯市副市长鲁迪·萨尔在宁波参观考察，并应邀出席在北京举行的2018宁波·尼斯国际嘉年华新闻发布会。鲁迪·萨尔先生接受了本报的独家专访，畅谈对宁波这座城市的印象，并为办好2018宁波·尼斯国际嘉年华建言献策。

宁波是一座来了还想再来的城市

虽然行程非常紧密，但鲁迪·萨尔还是抽出时间到雪窦寺、天一阁旅游了一番。如果不是突如其来的暴雨，他还想看看更多的宁波风景。

“宁波真是太美了，文化太丰富了。”鲁迪·萨尔对宁波的赞美溢于言表。他说，3月份宁波代表团访问尼斯，摄影展上的雪窦寺、天一阁给他留下了深刻的印象，今天来实地一看，更加感受到了宁波这座城市的历史温度。“无论是山顶寺院的钟声，还是书楼陈列的古书，都让人有一种特别安静的感觉。”同为海滨城市，鲁迪·萨尔虽然没有体验到“港通天下”的气魄和“渔歌唱晚”

呈现原汁原味的尼斯嘉年华

因为尼斯嘉年华，尼斯与宁波相识，因而专访的话题自然离不开将于国庆长假举办的2018宁波·尼斯国际嘉年华。鲁迪·萨尔说，通过前期的沟通，宁波的热情与真诚深深打动了他，感受到了宁波人对尼斯嘉年华的盼望，“这次一定把原汁原味的法国尼斯嘉年华呈现给宁波的市民和游客”。

鲁迪·萨尔透露，此次除了花车是在宁波制作，彩车、大型机械物以及尼斯吉祥物等法国尼斯嘉年华“压箱底货”都是从法国直接空运。此外还邀请到了法国尼斯本土表演团队“BAT热舞天使”，该团队30名成员将在宁波完成中国首秀。此外，尼斯还与



“宁波，是一座来了一次还想再来下一次的城市。”——鲁迪·萨尔

宁波合作举办中法美食节等活动。

“宁波可能是第一次举办这样的狂欢节活动，会有一点点小紧张，这完全没有必要，我们已经3月份的法国尼斯嘉年华上见识了宁波高效的组织能力，如果让我给一点建议，那就是该怎么

来就怎么来。”鲁迪·萨尔说，嘉年华是为人们带来快乐的节日，就把舞台让给成千上万的宁波市民和来自全世界的游客吧。

2018宁波·尼斯国际嘉年华拉开了尼斯与宁波交流合作的

序幕。鲁迪·萨尔说，2018宁波·尼斯国际嘉年华已被列为2018中欧旅游年官方活动，两城将全方位、多角度推广城市文化旅游，同时探索在医疗、教育、文化、智能制造等领域的全面深入合作。

