2019年8月2日 星期五
责任编辑/俞永均
电子邮箱/377508100@qq.com
宁波日报 NINGBO DAILY

以变应变，赢得新市场

——中美贸易摩擦背景下宁波外贸突围路径调查（下）

家门口举办的中东欧国家博览会，推动了宁波进口贸易快速发展。（**俞永均** 摄）

一线调查

“相比于去年美国刚刚宣布加税10%的一片慌乱，现在面对25%的关税重压，企业反而淡定得多、也从容得多。”在密集调研了数十家外贸企业后，业内专家和政府部门有了同感。

处变不惊。在中美贸易摩擦一年多后，宁波外贸既不因高估摩擦的负面作用而一蹶不振，也没有忽视贸易摩擦的长期性、艰巨性和复杂性。

道阻且长，行则将至。无论是目光向外投资“一带一路”，还是从零起步瞄准内销，抑或借助外综平台抱团出海，中美贸易摩擦倒逼之下，宁波外贸企业正在完成新一轮蜕变，一种新的格局正在形成。

记者 **单玉紫枫**

顺应变化 开辟“第二战场”

宁波远恒国际贸易有限公司董事长严传华坚信：未来，流程、工艺太过简单的OEM竞争会越来越激烈，公司发展要转向ODM。只有精耕细作的东西和完备的供应链，才是企业的核心竞争力。

市商务局相关负责人表示：中国现在不仅是世界工厂，还是世界市场。当前台的需求足够大，后台的供应链逐渐成熟，只要品牌能够整合制造端，就能产生新的消费黏性。

当前，外贸企业正面临一个充满挑战的新环境，首先是行业整体增速放缓，其次是存量市场低增长。外综平台之于宁波的意义，早已超出了“抱团出海”的范畴，开始向互联网+、产业融合等更深层次的价值链延伸。

“从切身体会来讲，对外投资还是要谨慎再谨慎，尽量把问题和困难考虑在前面。”作为过来人，昌亚新材料科技有限公司董事长徐建海有着一肚子的话要说。

自从去年在越南胡志明市投资开办加工基地后，徐建海几乎每月都要往返胡志明市和镇海两地。而在此之前，昌亚光是对“走出去”的可行性调研就花了两三年时间，包括是不是出去、去哪里、未来前景怎么样，“像中东欧的罗马尼亚，东南亚的柬埔寨等地，我们都去看过。”

这些年，越来越多的甬企到海外进行产业布局，投资的区域不断拓展。其中，东南亚、非洲等“一带一路”沿线国家逐渐成为投资热土。但到底谁的策略有效，谁真的破解了成本之困，可谓冷暖自知。

宁波日林电子有限公司主要从事太阳能光伏研发、生产和销售，2008年起进入缅甸、老挝等东南亚市场，如今已经在“一带一路”沿线12个国家设立了销售团队。提起境外办厂，负责人励建锋至今仍有些犯怵。

“比如孟加拉国，之前听说不允许外资设立全资公司，于是我们想办法与当地人合作，前后投资了400万元，但由于文化、理念等各方面的差异，公司运作并不成功。后来，我们才知道孟加拉国是允许设立外资全资公司的。”励建锋告诉记者。

对中小企业来说，“走出去”带来的潜在风险往往令人生畏。然而，外部的经济形势，发展的内在需求，又在倒逼企业不断感知变化、顺应变化，不断寻觅和开辟“第二战场”。

上个月，宁波远恒国际贸易有限公司董事长严传华又跑了一趟东南亚，系统地考察一圈后，他坚定了一个判断：未来，流程、工艺太过简单的OEM竞争会越来越激烈，公司发展要转向ODM。“只有精耕细作的东西和完备的供应链，才是企业的核心竞争力。所以，留在国内的部门必须加大力度进行产品创新，增强研发能力，形成自己的‘护城河’。”

这一点，已经成为宁波外贸圈的共识。今年2月12日，农历正月初八，一大早，昌亚新材料科技有限公司300多名员工齐聚办公楼前，等待开工仪式的举行。几分钟后，伴随徐建海的一声令下，他们将和越南分厂的120多名员工，共同迎接春节长假后的第一个工作日。

由于布局合理，转移得当，加上产品特殊性，昌亚对贸易摩擦的感受并不明显，这让徐建海颇感欣慰：“今年上半年，宁波工厂产值增长20%，越南分厂则增长了50%。”

抓住机遇 尝试多元化贸易

这两天，东鼓道新开了一家文创产品店，不少年轻人前去慕名打卡。进入步行街，一眼便能看到粉色的大型LED屏，原先平直的入口前端，被改造拓宽成一个略凹进的梯形橱窗，从视觉上把人群引向店内。各类新奇特文创产品被分门别类地陈列在货架上，内嵌式的墙面上则是不同尺寸、色彩、材质的家居用品和美护产品。

这便是贝发集团新零售品牌Vanch文器库的第一家线下门店。过去提起贝发，人们津津乐道于“中国笔王”。然而，面对庞大的国内市场，贝发集团董事长邱智铭在今年4月的文博会上宣布：正式启动文器云平台，打通文创产业供应链。

企业瓶颈各有不同，但时代机遇别无二致。“中国现在不仅是世界工厂，还是世界市场。当前台的需求足够大，后台的供应链逐渐成熟，只要品牌能够整合制造端，就能产生新的消费黏性。”市商务局相关负责人鼓励外贸企业把用户需求和优质供给结合起来，兼顾国内、国外两个市场，开展多元化贸易新尝试。

消费升级生活美学，也催生了新零售渠道的商机。人们发现，越来越多的高颜值、人货场一体的新零售模式开始在身边出现。

余雪辉正在见证这一繁荣。相比于慈溪佳星电器总经理的身份，他更广为人知的是慈溪家电馆掌门人。在电商风起云涌的当口，慈溪主动拥抱国内外知名大平台。去年4月，慈溪市政府同阿里巴巴签订了中小企业内外贸电子商务服务框架合作协议，开展了跨境电商、中小企业内贸电商、大企业电子商务等一系列合作。与此同时，慈溪鼓励企业与京东、苏宁及亚马逊等平台合作，让生产匹配需求，通过制造升级继续扩大国内外消费。

前天，余雪辉在自己的公众号里打出了一条广告，“想让你的产品和品牌，进入西湖银泰、武汉城市广场等中高端商业广场吗？”目前，慈溪家电馆和阿里巴巴投资的新零售“家时代”合作，以慈溪家电产业品牌+厂商自主品牌的方式抱团现身大城市的商场。“想一想，如果我们的产品和品牌能出现在这些场所，确实是一件挺不错的事！”

在最新公布的2019年上半年宁波外贸200强中，博闻进出口有限公司以60991万元出口额跻身全市出口前40位。不过，对于普通市民来说，开在鄞州万达的实体店“博闻生活集”，或许才是更触手可及的交集。去年起，博闻瞄准了“内销”这盘大棋，如今其产品去处不再限于国外商超，还有国内的博闻网上商城，商场里的线下实体店，甚至是总经理邬军听的朋友圈……

前天，邬军听又在朋友圈发布了两款内销新产品：便携LED化妆镜和厨房旋转置物架。一时询价者众，他不得不统一回复：“新品先睹为快，还在做市场调研。”

市场瞬息万变，左手是需求的变化，右手是生产供应和渠道的变化，当两方面的变化都在加速，能笑到最后的，必然是抓住机遇并把综合效率做到最好的人。

倾听一线声音 提供决策参考

宁波外贸韧性在哪里

经济走笔

俞永均

市统计局上周发布的宁波经济半年报显示，作为“三驾马车”之一的外贸表现不俗：以7.4%的进出口增幅领跑全国，其中出口增长8.0%，占全国份额3.49%，比去年同期提高0.06个百分点。

“在中美经贸摩擦的大背景下，年进出口规模达千亿美元的宁波外贸能够逆势增长，特别是市场份额不降反升，体现了较强的韧性。”一位长期研究我市外贸的专家表示。

那么，宁波外贸的韧性主要表现在哪里？

韧性来自企业对市场的灵敏度。回顾上半年国际经贸形势，美国对我国2000亿美元商品加征25%关税，一度令外贸企业“喘不过气来”。沧海横流方显英雄本色，久经市场考验的宁波民营企业在困难面前沉着应战，凭借灵敏的市场嗅觉，积极把握机遇，地位得到进一步提升。前6个月，全市有进出口实绩企业18902家，比上年同期增加804家；民营企业出口增长12.1%，占全市出口比重同比提高2.7个百分点。

韧性来自宁波产业的高集聚度。目前，在商务部认定的国家级外贸转型升级基地中，宁波共有10家基地入选，包括汽车零部件、文具、纺织服装、小家电等产业。以鄞州区汽车零部件行业为例，有相关企业500余家，总产值超过240亿元，去年基地特色产品进出口额达13亿美元。作为全国知名的紧固件生产和出口基地，镇海区紧固件产量占了全国的十六分之一。

韧性来自更加合理的贸易结构。与国内其他外贸大市不同，宁波外贸以一般贸易为主，背后有强大的制造产业作支撑。上半年，我市一般贸易进口、出口占全市外贸总额的比重分别为83.0%和88.1%，比重较去年同期分别提高了1.3个和1.2个百分点。市场分布方面，我市对欧盟等主要出口市场同比增长，对“一带一路”沿线国家出口增长13.9%，对中东欧17国出口增长10.1%。

韧性来自政府有为与市场有效的统一。在《中国海关》杂志最新发布的2018年中国外贸百强城市中，宁波综合得分位列全国第八。专家认为，宁波外贸的发展竞争力很大程度上与当地政府的积极作为有关。今年6月，我市在全省率先推出了促进外贸稳定增长十条意见，包括加强信保和融资支持、提升跨境电商发展、加快消费促进体系建设等10个方面。各区县（市）也是动作频频，如海曙区仅用3天时间，就将外贸企业“订单+清单”平台上线率从50%提高至91%，随时掌握1481家企业出口订单的变动趋势。

在看到上半年外贸成绩的同时，我们也要冷静思考：6月份，宁波外贸出口为何出现明显下滑？在中美贸易摩擦前景不明的状况下，宁波外贸能否继续稳健增长？

纵观宁波外贸的发展史，无论是从零起步到突破百亿美元，还是跨越千亿美元，都不是一帆风顺的，而是在磨砺中壮大，在曲折中前行。面对国际形势的不确定性，为了保持宁波外贸的韧性，下半年，我们要进一步落实稳外贸举措，提高贸易便利化水平，为外贸企业发展营造良好营商环境。

具体来说，一是要全力抓好已出台的“稳外贸新十条”政策落实，加大信保支持力度，助力企业开拓“一带一路”沿线国家等新兴市场；二是要发挥好国家级外贸转型升级基地作用，利用产业集聚优势助推企业创新发展；三是要持续优化进出口商品结构和市场结构；四是要做好相应的风险准备，防患于未然。

世贸通联合中国信保宁波分公司举行外贸专题讲座。（**单玉紫风** 摄）

外综雁阵 助力价值链延伸

上个月，省商务厅公布了2019年30家省级外贸综合服务示范企业，宁波独占9席。这其中，不少是大伙耳熟能详的外贸“明星”。

譬如中基宁波集团，今年上半年交出了117.77亿元的成绩单，继续稳居宁波外贸“头把交椅”，其旗下的中基惠通平台目前注册中小企业用户超8000家；世贸通早在2016年就获评全国外贸综合服务试点企业，为长三角区域首家；还有宁兴、美联等紧随其后，外贸综合平台雁阵齐飞，实力不容小觑。

据市商务局统计，目前我市每家外综企业平均服务外贸企业超过3000家，70%的服务对象为宁波本地中小微外贸工厂，30%延伸至市外及周边省市如安徽、江苏等地的外贸企业。外综平台为宁波中小微外贸企业降低经营成本、增强竞争能力起到了十分重要的促进作用。

去年，经我市认定的外贸综合服务企业出口额达215.3亿元，同比增长17.6%，比全市外贸出口增速高6.2个百分点。今年前5个月，这些外贸综合服务企业合计出口额89.7亿元，同比增长16.5%。

在这场航母式“登船运动”中，外综平台之于宁波的意义，早已超出了“抱团出海”的范畴，开始向互联网+、产业融合等更深层次的价值链延伸。

一周后，世贸通与谷歌携手举办的“新形势、新市场、新打法——扬帆出海 谷歌护航”专场外贸大会将在宁波举行。

“区域、品类、获客、人才，我们希望直面当下外贸领域的这四大挑战，思考如何持续增长。”世贸通副总经理孔泽昊说，当前外贸企业正面临一个充满挑战的新环境，首先是行业整体增速放缓，其次是存量市场低增长。“世贸通希望引入顶级巨头，为宁波外贸赋能。”他表示。