

大聚焦·FOCUS

疫情之下,如何拥抱国际贸易新变化? 宁波致力打造外贸直播名城



结合产品特性,华茂集团把外贸直播间变成了趣味实验室

(李佳贻 摄)

1 关键词:底气

记者 单玉紫枫

4260!这是首届网上广交会宁波登记注册的外贸直播员数量。

“纵观各地,很少像宁波这样公布这个指标。”市商务局相关负责人说,能让“闷声发大财”的宁波人突然高调的,自然是数字背后的底气,它对应的是1184家参展企业、1662个数字展位。从全国来看,宁波团的数字展位规模列在浙江、广东、江苏三个交易团之后,为全国第四。“它反映了宁波本身的外贸结构是以民营企业为主,‘千军万马’,同时也折射出宁波良好的外贸基础。疫情之下,业务员与老外屏对屏,既是维系关系,也是开拓市场。”该负责人说。

PH值实验、有效氯浓度实验、ATP细菌测试对比实验……与传统的内贸B2C直播不同,短短4分47秒的视频里,周佳奇和他的美国伙伴Edwin不送奖品,不玩虚价,反倒一口气连做了5个产品实验。

“客户还是挺专业的,今天还不停地收到他们发来邮件要价格,目前正在跟进。”作为宁波超润环保科技有限公司的负责人,周佳奇在加入宁波外贸协会后,意外地借助线上展会直播弯道超车。据他介绍,公司日产消毒水60吨,现在产品已经卖到非洲、中东,积累了不少欧美意向客户。

当直播遇见外贸,有人长袖善舞赚得盆满钵满,有人交了高额学费却始终难觅订单。而直播间外,伴随着由上至下的政策导向,一场全新城市竞赛正硝烟四起。宁波能否另辟蹊径,立足开放优势,打造外贸直播名城?



7月14日,焦点商学院战略合作讲师李永成受邀来到宁波,为200多家外贸企业讲解“后疫情时代客户跟进与追踪技巧”。会后,他特地给记者讲起了两个宁波企业的直播故事。

6月上旬,他突然接到宁波一家上市公司的邀约,对方十万火急,请他一定要趁着周末来给业务员上课,好好讲讲直播怎么做。当时,他一听了,广交会近在眼前,临时抱佛脚,讲了不如不讲。

另一家,体量不算大。主角是海归“创二代”——宁波新佳

从更大的维度来看,宁波是中国外贸第五城,是港口资源与开放优势的结合地,更是开放型经济的先行者之一,这里的企业最先感受到外贸变迁。

“我们从4月就开始了首场外贸‘云直播’练兵,5月又在内部举办了直播人才大PK,选出‘金牌主播’,6月派出直播员到政府共享直播间为中小微企业现场演示,现在直播早已成了公司外贸拓展的常规动作。”华茂国际贸易有限公司总经理顾蔚军说,公司希望通过线上线下紧密结合,接触到更多新客户、碰撞出更多新商机。

就在首届网上广交会前夕,中基集团副总经理应秀珍对记者坦言,保障平台企业顺利参展是当前头等大事。据她介绍,中基旗下

行自动化工业有限公司总经理张好。此前,她就把自己在海外学习的先进管理理念融入企业发展中,注重产品的品牌化、专业化,引导企业从单一的工厂走上了“工贸一体化”道路。疫情防控期间,善于吸收新理念的她又引入外贸直播,利用YouTube、Facebook等多种渠道进行外贸直播,成功“抢订单”“创订单”。“往年公司年产值2000万美元,今年预计可以翻番,达到4000万美元。这就是变化!”李永成说。

在他看来,宁波要打造外贸直播名城,无论港口禀赋、外贸体量,还是硬件设施都已符合要

2 关键词:成长

求,剩下的关键在于思维意识。在他过往接触的众多宁波外贸企业里,不乏单项冠军、行业龙头,“令人惊讶的是,其中居然有很大一部分企业很多年没有更新过官网。问起来,对方就一句话:不需要。但是现在也急了。”李永成说,云展会与外贸直播的深度绑定,不仅是非常时期的非常之举,也是数字贸易的大势所趋。

及时感知行业气候,应变求变,是所有外贸人的必修课。7月15日,宁波首届电商直播人才储备大赛正式开赛,将持续至9月底,并评选出“宁波十佳主播”。市商务局相关负责人表示,“我们希望通过这类大赛,挖掘一批直播新秀,建立宁波直播行业的人才库,为品牌宁波宣传打榜。”

向中国观众推销本国特色商品。手机屏幕前,50多万中国网友围观了外交官们的“直播首秀”,成为17+1的一大美谈。

共建共享,共生共荣,更多更深入的直播合作正在有序推广。7月16日,中东欧品牌直播营销中心在宁波中东欧青年创业创新中心成立。该中心将以传播中东欧、“一带一路”文化产品为核心,直播推广中东欧产品为载体,与中东欧各国在文化、经贸等领域实现更有效的合作。

道阻且长,行则将至。“打造外贸直播名城,宁波有基础但仍需培育。未来,在吸引直播人才的人才政策、外语课程普及的教育政策、企业招引人才的落户政策等方面,还需要各部门群策群力,加速形成外贸直播新生态。”市商务局相关负责人表示。

3 关键词:输出

提及疫情之下危与机的相互转换,宁波电商领头羊“乐歌”董事长项乐宏总是习惯性地对比2003年的非典。“2003年非典席卷了中国,却给互联网发展带来了机遇,成为中国电商时代的元年。当前,新冠肺炎疫情加速了国外民众对电商的认知和接受度,越来越多人从线下转到线上,使得跨境电商的渗透率进一步提升。2020年必将成为全球电商时代的元年。”

经过17年的长足发展,中国已经站在全球电商金字塔塔尖。诸如“618”“双十一”这些电商促销节也被跨境电商平台效仿,如速卖通、Shopee、Lazada等都在不久前举行了“618”活

“逆势双增长”成为上半年主题词 甬城港航业加速恢复

俞永均 宋兵 方晓均

宁波港航业正逐步摆脱新冠肺炎疫情的影响,扭转颓势,加速恢复发展。

港航管理部门数据显示,6月份,宁波港域实现货物吞吐量5377万吨,同比增长6.98%,上半年累计为2.84亿吨,同比减少2.83%;宁波港域集装箱吞吐量234.5万标箱,同比增长3.36%,上半年累计为1241.6万标箱,同比减少6.11%。

6月份,宁波舟山港宁波港域港口生产货物吞吐量和集装箱吞吐量单月指标均转为正增长,累计降幅也不断收窄。”宁波港航管理部门相关负责人表示,“总体来看,港口大宗货物恢复较好,集装箱恢复略显乏力。”

今年以来,面对国内外复杂的形势,宁波港航管理部门认真贯彻落实上级有关疫情防控和复工复产精神要求,积极落实多项举措,助力港航业加速复工复产。

审批提速,助力企业降成本

今年6月,宁波聚合物流水运公司购买了一艘价值1.67亿元的新船“聚和普度”,该公司已揽到货源急于运营,但由于尚未办理运营证导致新船无法投入运营。港航管理部门“三服务”工作组了解情况后,积极帮助企业查漏补缺,为其优化办证手续,加快办证流程。6月24日,宁波港航管理部门审批服务窗口仅用两个多小时,就为“聚和普度”颁发了船舶营业运输证。当晚,该轮就开行了首航,并于7月2日完成了首个航次运输。

据宁波聚合物流水运公司主要负责人介绍,“聚和普度”为7.39万载重吨普通货船,目前国内航运市场上6万吨至8万吨的巴拿马型散货船的日租金为9万多元,企业少等一天,就将减少9万元的经营成本。“按照正常审批流程,该公司运营证至少需要5个工作日。”宁波港航管理部门相关负责人表示,这次快速审批相当于为公司减少了各类损失上百万元。

为深化落实“最多跑一次”改革,宁波港航管理部门对水运企业新开业申领水路运输业务经营许可证和船舶营业运输证配套,创新性地实行“一件事”联合办理+全程电子化操作,审批平均办理时间从之前2.5天下降到1.5天。

据了解,今年以来,宁波港航管理部门积极开展经营许可

“靠前服务”,共服务水运企业新开业8家,办结新增船舶运力36艘、约57万载重吨,促进了宁波水运经济快速恢复发展。

上门服务,解决航运融资难题

“这笔贷款解了我们的燃眉之急。”近日,宁波港通顺达物流有限公司通过鄞州区港航管理处牵线,获得一笔400万元的抵押贷款。

受疫情影响,当前很多水运企业遇到资金筹集难、周转率低、业务不景气等问题。为助力水运企业复工复产,鄞州区港航管理处立足“店小二”的角色,通过“三服务”活动不断强化帮扶、协调工作。在实地走访中,该处得知宁波港通顺达物流有限公司由于缺少资金,无法购买新船进行运营,企业为此错过好几笔业务,为此,先后帮助公司与交通银行、东海银行等进行融资洽谈,最终企业获得了抵押贷款,签下了新船购买订单。

象山港航管理部门针对航运企业融资问题,主动联系农村信用社、东海银行等金融机构,目前已完成对5家航运企业授信,授信总额约为8450万元。同时,积极为企业送帮扶政策,上半年各项政策预计最高可为企业减免成本178.31万元。目前,象山地区水运运力突破150万吨,达到该地区历史最高值。

景气指数回升,市场环境逐步好转

数据显示,6月份,宁波市水路运输总周转量349.36亿吨公里,同比增长10.24%。上半年,宁波市水路运输总周转量1643亿吨公里,同比下降3.19%,降幅自3月以来不断收窄。

从相关指数看,6月宁波港口景气指数继续保持增长,宁波航运景气指数连续3个月保持增长。“这显示企业经营信心不断增强,市场环境逐步好转,实现了水路运输市场形势的快速扭转和恢复发展。”宁波港航管理部门相关负责人说。

据他介绍,疫情发生以来,宁波港航管理部门建立了驻企联合服务机制,对16家交通物流企业、100家港口航运企业、13个工程项目开展“一对一”“一对多”驻企联合服务,加大政策推送和宣传解读力度,指导服务企业申报各项阶段性的优惠政策。下一步,港航管理部门将持续跟踪我市水路运输市场走势,出台针对性帮扶举措。

“卖全球”开启新征程

上半年跨境电商进出口增长26.2%



宁波邮局海关关员在对跨境电商出口集装箱进行施封。(周军 俞永均 摄)

上半年,我国跨境电商进出口逆势而上,均呈现两位数逆势增长的态势。海关总署最新数据显示,海关跨境电商监管平台进出口增长26.2%,其中出口增长28.7%,进口增长24.4%,同期我国整体的货物贸易额下降3.2%。

大量外贸企业逐渐转向跨境电商零售业务。阿里巴巴跨境电商零售平台速卖通的数据显示,疫情在海外开始蔓延的3月份,速卖通上商家新开店数环比增长了132%。中国制造的家电、家居、玩具、电子消费品等海外销量也都在快速增长,电冰箱销量在西班牙市场增长700%,假发在欧美市场成交额翻倍增长。

上半年对于跨境电商的支持政策接踵而至:3月底海关总署发布政策,全面推广跨境电商出口商品退货监管措施;4月份,国务院常务会议决定在雄安新区等46个城市和地区新设跨境电商综合试验区;6月底,稳外贸座谈会提出加快发展跨境电商,鼓励多元投入建设海外仓;7月份,海关新增跨境电商B2B监管方式开启试点。

据海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍,采用新模式通关的企业,可享受一次登记、一点对接、简化申报、优先查验、允许转关、退货底账管理等通关便利。试点以来,截至7月7日,10个试点海关共验放跨境电商B2B出口报关单和申报清单26.6万票,货值2.5亿元。(据新华网)