

大聚焦·FOCUS

# 一个展会，如何撬动一座城市的跨境电商？



展会现场人气爆棚。(单玉紫枫 兰青 摄)

“朋友们，你们去展会的话给我发消息，明天我会在8020展台乖乖等着的。”深夜朋友圈里，中基宁波集团销售经理褚春燕提前报备起了行踪。昨天，首届中国（宁波）出口跨境电商博览会（下称：跨博会）圆满闭幕。3天展期，日均人流量超1.5万人次。

很久没见到这么热闹的展会了！但经历了诸多逆袭的2020年，跨境电商圈早已习惯了应付业绩的随时暴涨。这一年，宁波卖家业绩全线飘红，其中以豪雅、遨森、赛尔、乐歌为代表的大家居跨境电商公司，产值最高的已经突破百亿元。

海关总署统计数据显示，2020年通过海关跨境电子商务管理服务平台验放进出口清单24.5亿票，同比增长63.3%。今年一季度，跨境电商延续了去年良好的发展态势，进出口额高达4195亿元，同比增长46.5%。由于中国率先控制住疫情，让“世界工厂”生产恢复的速度领先于世界。

于是，宁波的政府部门与卖家开始规划，接下来，如何将“热得发烫”的跨境电商做得更大。

记者 单玉紫枫

## 1 第一梯队，毋庸置疑

“总说跨境电商看广深，我觉得这是业界的一个小小的错觉。做跨境电商，宁波不但有自身的优势和氛围，而且供应链端比较给力，政府和政策层面极为重视，产教融合、人才培养、基础设施等各类平台齐头并进、错位发展，条条都是实现突围的硬核力量。”虽然是第一次到宁波就跨境电商全产业链进行考察，山东产研金融科技研究院高级顾问纪合申却不吝溢美。

跳出宁波看宁波。在他看来，宁波的跨境电商产业，依托于强大的传统外贸基础，经过业内人士多年深耕，早已跻身全国“第一梯队”。

面对当前国际国内贸易新形势及外贸新业态新前景，宁波充分依托“港口、产业、开放”综合优势，全力推动跨境电商创新发展，据宁波跨境综试区线上平台统计，2016年至2020年累计实现跨境电商进出口额4769亿元，年均复合增长率高达53.2%。

而作为中国外贸出口5强城市、首批跨境电子商务综合试验区试点城市，宁波有出口实绩的外贸企业达21413家，千万美元级别外贸企业1982家，形成了“千军万马做外贸”的格局。其中，“海外仓模式”作为宁波跨境电商发展的强力助推，为新业态发展提供了重要



展会现场。(单玉紫枫 兰青 摄)

支撑，截至2020年底，全市共有60余家企业在20个国家（地区）建设经营海外仓超200个，总面积突破200万平方米，海外仓数量和面积分别约占全国的1/9和1/6。

“宁波跨境电商一直是我们的学习榜样。”背着大包小包，在每个摊位前驻足停留，青岛跨境电商协会秘书长苏静，看起来更像是前来选品的买家。她告诉记者，其实从跨境电商协会成立时间来看，青岛是2015年成立的，早于宁波的2018年。两地无论从港口、产业带，还是从城市级别来看，相似度都非常高。此前，两地的互动也十分频繁，比如展会上的这些服务商，一大半她认识，许多在青岛搞过活动。比如宁波国际物流、中基宁波集团、广博集团，都做过相应对接。但宁波这几年以肉眼可见的速度进行链条式布局、落地，跨境电商得到了长足发展。“我们也要奋起直追！”

## 2 强强联手，同场竞合

“其实，早上8点我就赶到会场了。”开幕式时间定在5月18日的上午9点半，苏静是特邀嘉宾。她特地提前一个多小时“踩点”。对于展会本身，她坦言来之前就有期待，但是到了现场，“还是被震撼到了，没想到聚集了这么多有实力的企业！”苏静透露，“下一步，青岛也打算在7月15日至17日举办跨境电商博览会，这次是专程来取经的。”

“这个就是宁波的‘广交会’，下一步要争取办成华东地区‘跨境电商第一展’！”在开幕式上，面对从全国各地赶来参展的嘉宾，市领导亮出了全面布局跨境电商版图的决心。此次不到2万平方米的展区，不过是宁波的“牛刀小试”，他透露，“下一步，宁波有望开出5万平方米的跨境电商展区。希望各位再赴10月的‘宁波之约’！”

连日来，在展会现场，记者发现，亮相跨博会的各大跨境电商龙头工厂、综合平台、物流服务商，都把宁波的此次盛会作为跨境电商的“阅兵场”。全国7大产业带、600多家高性价比的外贸和电商代工厂，还有亚马逊、易贝、新蛋、沃尔玛等跨境电商大平台，中信银行、易网数字物流、中基集团、乐歌等一线服务品牌纷纷亮相。

今年3月刚在美股上市的“涂鸦智能”与组委会强强联手，在展会第二天推出首届“全球智能家居跨境电商选品大会”。双方携手推出由大数据筛选出的、目前全球跨境平台热卖的“电工照明”“智能安防”“运动健康”“大小家电”四大品类的智能家居产品，并在大会上邀请资深智能产品专家分享智能产品的热卖经验。在涂鸦的技术“加持”下，宁波在跨境领域已经拥有了中国智能壁挂炉第一品牌“丽辰”、智能发光镜第一品牌“格立光电”等隐形冠军企业。

强强联合，宁波“首发”，正成为宁波跨境电商的一大特色。全球最大的电商平台之一的易贝选择在跨博会现场举办首届“eBay大家居卖家大会”，并长期落户宁波；美国最大家居垂直电商Wayfair的首届卖家峰会也在跨博会闪亮登场，围绕开店、选品、物流、供应链金融四大热点展开头脑风暴；而就在展会开幕的一个多月前，素有“美国版京东”之称的新蛋网提前布局，也联合宁波“外贸一哥”中基，在宁波设立了全国首个运营中心……

“这个就是宁波的‘广交会’，下一步要争取办成华东地区‘跨境电商第一展’！”在开幕式上，面对从全国各地赶来参展的嘉宾，市领导亮出了全面布局跨境电商版图的决心。此次不到2万平方米的展区，不过是宁波的“牛刀小试”，他透露，“下一步，宁波有望开出5万平方米的跨境电商展区。希望各位再赴10月的‘宁波之约’！”

## 3 华东跨境第一展，宁波未来可期

如今，“外贸数字化”的概念越来越多被提及，甚至成为当下带动国内出口的重要渠道。5月

18日，网经社电子商务研究中心与网经社跨境电商平台共同发布《2020年度中国跨境电商市场数据报告》。报告显示，2020年中国跨境电商市场规模达12.5万亿元，同比增长19.04%，预计2021年市场规模可达14.6万亿元。

火爆行情带给从业者的，是卖家的迅速扎堆。天眼查App统计显示，仅2020年前10个月，全国就新增跨境电商相关企业9.5万家。

大量竞争者的涌入，也在深刻改变着跨境电商的内在肌理。

“最明显的变化是，今年跨境电商，再不是拿上来就能卖，拿上来就大卖了，必须在做好选品的基础上，布局弹性供应链。”苏静告诉记者，尤其是新的入局者，必须沉下心来，找准选品，好好打造“小而美”跨境电商店铺。

与此同时，进入2021年，随着生产要素成本飞涨，小微代工抗风险能力差的弊病显露无遗。有远见的卖家也愿意拿出更高的供货价，锁定更具研发能力、更高质量的亿元级大厂。跨境电商链条上下游各方，对精准对接的需求变得无比迫切。这也使得首届跨博会承载了更多的指向性意义。

“宁波跨博会的举办为跨境电商企业提供了强大动力，为中国产品走向全球市场提供无限商机，同时也为世贸通等跨境电商服务企业提供了一个广阔舞台。”世贸通副总经理孔泽昊表示：世贸通也将不断整合产业链优质资源，对世贸通跨境电商综合服务平台进行“再升级”，携手更多合作伙伴一起实现“货通全球”。

“宁波跨境，未来可期！”浙江省省级直播电商孵化基地、宁波西舟数字科技有限公司创始人吴向进信心满满。在他看来，此次展会，不仅是对宁波跨境电商成就的一个阶段性总结，更是对未来高速增长前景的提前布局。

吴向进指出，展会其实就是一个物理空间，可以把平台、供应链、人才、卖家、金融、物流等各生态方集聚，宁波可以此为契机，扩大影响力，出台更多跨境电商政策，吸引更多的传统企业向跨境电商转型，开展各类活动，把宁波跨博会办成华东跨境第一展，让宁波成为中国跨境电商的引领者！

## 行思录

### 瞄准全球产业链发展新趋势

陈浩

麦肯锡全球研究院发布的《转型中的全球化：贸易和价值链的未来》提出，当前全球贸易趋势正在发生五个方面的转变：一是全球贸易的强度（总出口占全球总产出的比例）下降；二是服务贸易占全球贸易的比重上升；三是劳动密集型商品占比下降，低劳动力成本的优势有所削弱；四是研发投入和无形资产（商标、软件和知识产权等）支出的比重上升；五是跨区域贸易比重下降，区域内贸易比重上升。

该报告分析上述趋势发生背后的三大成因：一是新兴经济体的消费需求上升，越来越多的商品被内部消化；二是中国等新兴经济体的国内供应链逐步完善；三是新技术对全球供应链的作用正在凸显，信息技术的进步导致跨境服务贸易成本下降，而自动化和智能制造的发展削弱了低劳动力成本国家在服装鞋帽、玩具家具等劳动力密集型产业上的成本优势。

从中国来看，除了报告提到的全球贸易趋势，还面临市场规模扩大、进口替代进程加速以及劳动力成本优势被技术进步削弱等产业链变革大趋势。宁波要把握上述趋势，在以下三方面采取有效措施。

一要进一步重视挖掘国内市场的巨大潜力。随着中国市场成为全球第一大消费市场并逐渐与其他国家拉开规模上的差距，手机行业已经得到印证的“得中国者得天下”这一规律将逐步扩散到更多行业。而美国的贸易战、印度对电子产业设置关税壁垒等事件，也在加速产业链的本地化或区域化趋势。因此，对于宁波的众多外向型企业来说，加快在国内市场的布

局和拓展已是迫在眉睫，而相关主管部门也需要对企业做好引导和辅导工作。

二要更加重视国内重点行业龙头企业的招商引资。特别是在集成电路、汽车及零配件、医药、液晶显示面板等进口替代快速推进的行业，未来成长空间非常可观，而相关行业的国内领军企业更是具有长期潜力，加之国内品牌对上游国产产业链的显著带动作用，更应该将华为海思、京东方、华星光电、恒瑞医药、复星医药等国内龙头企业的引入作为招商工作的重中之重。同时，做好已引进的或本土培育的龙头企业如中芯国际、吉利、均胜等上下游补链配套工作，加速本地企业与其产业链的对接，让龙头企业的带动作用发挥得更明显，也增加相关企业对宁波的依存度。

三要更加重视智能制造及相关产业链的布局推进。诚如麦肯锡报告所言，自动化和智能制造技术的发展一定程度上削弱了劳动力密集型企业在生产选址中对于低劳动力成本的倚重，对于宁波这样的纺织服装大市而言，更应加快相关行业内智能制造的推进，减轻劳动力成本上升给企业带来的冲击，缓解劳动密集型企业外迁压力。同时，着眼于全国范围内智能制造的大规模推广应用，加快培育和壮大本土的智能制造综合解决方案提供商，推动现有已引进研究机构与本土产业的对接融合，以宁波市场为起点，加快抢占全国乃至全球市场份额，争取在这一前景广阔、发展迅速的新行业中打造出属于宁波的龙头企业。

（作者单位：市政府发展研究中心）

## 权威解读

### 国家统计局专家称——消费市场延续复苏态势

近日，国家统计局对外发布了4月份统计数据。4月份，全国社会消费品零售总额33153亿元，同比增长17.7%；比2019年4月份增长8.8%，两年平均增速为4.3%。其中，除汽车以外的消费品零售额29468亿元，增长17.9%。从环比看，4月份社会消费品零售总额增长0.32%。

市场销售同比增速有所回落。4月份，社会消费品零售总额同比增长17.7%，增速比3月份回落16.5个百分点。据国家统计局局长王毅在国新办举行的新闻发布会上介绍，4月份消费品零售总额回落主要受同期基数变动、前期部分消费需求在3月份释放等因素影响。从上年基数看，2020年4月份，社会消费品零售总额同比下降7.5%，降幅比3月份收窄8.3个百分点。今年4月份市场销售的基数明显高于3月份，是月度增速回落较大的重要原因。

消费市场复苏态势延续。与2019年同期相比，4月份社会消费品零售总额增长8.8%，增速比一季度加快0.3个百分点；从环比数据看，4月份社会消费品零售总额增长0.32%。总体来看，消费市场恢复态势仍在延续。

餐饮、旅游等服务消费保持复苏。4月份，餐饮收入同比增长46.4%，增速比3月份回落45.2个百分点，主要是受同期基数变化影响。与疫情前2019年同期相比，4月份餐饮收入增长0.8%，而一季度餐饮收入下降2%。总体来看，餐饮消费持续恢复。旅游消费方面，清明节假期，国内旅游出游人

次超过1亿，按可比口径同比增长144.6%，恢复至疫情前同期的94.5%，旅游需求明显释放。

基本生活类商品持续快速增长，升级类商品增长良好。从商品类别看，4月份，限额以上单位各类商品零售额均实现同比正增长，有13类商品零售额同比增速超过10%。其中，食品类和日用品类等基本生活类商品零售额在上年同期增长的基础上，分别增长11.4%和17.2%，继续保持较快增长。升级类商品恢复较好，4月份通信器材类、金银珠宝类和体育娱乐用品类等消费升级类商品零售额两年平均分别增长13.2%、14.2%和17.4%。

网络购物较快增长。1至4月，全国实物商品网上零售额同比增长23.1%。两年平均增长15.6%，比一季度两年平均增速加快0.2个百分点。

实体店零售持续回升。在实体店零售中，1至4月，限额以上超市、专业店和百货店两年平均增速分别比一季度加快0.1个、0.6个和0.8个百分点。

“总体来看，4月份消费市场保持恢复态势。”张敏表示，下阶段，随着国民经济持续稳定恢复、疫情防控更加精准有效、扩内需促消费政策效应不断显现，消费市场将延续稳定恢复态势。但同时也要看到，消费市场仍处在恢复进程中，增长水平尚未完全恢复，部分领域复苏程度偏低，复苏基础仍有待进一步夯实。

（据国家统计局官网）