2022年4月22日 星期五
责任编辑/俞永均
电子邮箱/43409187@qq.com
宁波日报 NINGBO DAILY

大聚焦·FOCUS

# 宁波外贸，勇毅前行

图为集装船进出宁波舟山港梅山港区。 （汪舒婷 摄）

疫情发展到现在，外贸受到的冲击已无须赘述。

“外部大环境对于每一个城市和每一家企业来说都是现实而公平的,我们目前能做的就是继续坚定信念、积极应对。”宁波五谷金属制品有限公司董事长黄和钦坦言。

越是困难时刻，越要坚定信心！面对更趋严峻复杂的外部环境，扩大高水平对外开放，尽最大努力危中求机，这几乎是整个宁波外贸圈的心声。数据显示，今年一季度，宁波外贸进出口总额达3044.4亿元，同比增长17%。其中，出口1956.3亿元，同比增长20.4%。这为全年外贸稳住了“开局”。

那么，今年以来，宁波外贸运行中主要有哪些支撑力？外贸运行质量如何？接下来的生意会怎样呢？

记者 单玉紫枫

## ■直播电商“新常态”

此刻，第131届广交会正在云端举行。

“本届广交会首次推出‘新品首发’活动，宁波共有12家企业入选，将举办14场新品首发活动，场次占到了全国的9%。”市商务局相关负责人介绍，广交会官方公布的入选名单中，不乏获得国家级制造业单项冠军、国家级专精特新“小巨人”、国家级工业设计中心和国家级企业技术中心称号的企业。

9%的“含甬量”，足见分量十足。

“宁波这14场活动里，贝发就占了两场，主推的新品是AI-TOP智能套装。”贝发集团外贸负责人安江介绍，它的原理是，笔身搭载了一个微型摄像机，通过还原笔本身的笔迹，在手机和IPAD上实现纸频同传，这样就方便了办公人群记录笔记。

“此次线上展，贝发使用了AI技术以增加线上感知度，同时出动了英语、俄语、西班牙语等多语种的业务员，希望进一步拓展线上推广渠道。展会期间预计直播60多场，现在开了30多场。”安江连珠炮般报出了一串数字，“我们的宗旨是，不放弃一切危中求机的机会！争取为二季度销售打下好的基础。”

回想2020年初，突如其来的疫情让“中国第一展”广交会首次搬到了线上。如今，两年过去了，随着线上展会成了贸易“新常态”，不少外贸企业也学会了很多抢单“新技能”。

以贝发为例，从一开始的摸索学习到不断探索创新，如今已经探索出一套应对线上展会和线上推广的新模式。在传统电商的阿里巴巴、亚马逊进行推广的同时，公司于2021年底开始创建面向海外的独立网站平台进行产品推广。

同样有备而来的，还有贝克莱恩（宁波）进出口有限公司。为了打造高品质连线展示间，公司先后投入300多万元采购专业设备，并配备了5G移动直播车。如今，公司源自连线端的客户每年都有近两倍的增长，客户的转化率高达16.5%。

今年3月，宁波紧跟直播电商的浪潮，出台《宁波市促进直播电商经济高质量发展实施方案》，对于借助直播电商平台带动、扩大“宁波制造”的内销和“出海”渠道，提出明确方向。这让宁波交易团在广交会“云”展会上也表现得更为得心应手。

据悉，本届广交会线上展宁波交易团共有1100余家企业参展，分布于43个展区近1600个虚拟展位；对应实体展位3200余个，规模位列全国50个交易团第五。

“云端”广交会，企业直播忙。 （新华社发）

## ■顺势而为“小生态”

转型没有“完成时”。同样，“甬家军”的“摸索”绝不仅停留在销售形式上。

4月20日，在全市广交会重点参展企业座谈会上，宁波中包进出口有限公司总经理丁士汀突然跳出了展会，聊起了手头的滑雪生意。

“今年一季度，公司整体销售额增长了18%，尤其是滑雪板块贡献度很高。在冬奥会期间，销售额十分可观。中包在5年前开始关注滑雪业务，现在已经与多家欧美滑雪场合作，还注册了Kitz和Krampus这两个自主品牌。去年一年，光是冲浪板和滑雪产品的出口额就有150万美元。”丁士汀说。

5年前的布局看似“侥幸”，实则未雨绸缪，步步为营。

“当时国内的滑雪产品制造商非常少。我们一边联系手头积累的工厂资源，一边组团‘打卡’国外知名滑雪胜地，摸清市场。”丁士汀说，当时已经知道冬奥会即将在北京举办，这样万亿级“蓝海”，企业当然不能错过。

打定主意后，中包开始盘点手头的资源。作为工贸一体企业，它的主打业务是塑料制品，拥有自己的塑料制品工厂，能够把控部分零部件的成本。作为贸易商，它又可以整合上下游资源，以溯源产业链的方式集结品类，“由点及面”进行拓展。

“今年冬奥会上，公司给一款滑雪产品注册了国内商标，还在张家口设立了联络点，现在外贸内贸双管齐下，形势还不错。”丁士汀表示，公司打算内外贸“双管齐下”，不仅根据外贸客户需求组织货源，更要发挥先发优势，在国内外打响自主品牌。目前，企业在广交会线上平台已经投入各类展品1100多个，共收获意向订单10多个。

盘点优势，顺势而为，做好自己的“小生态”，也成为时下外贸企业的主流选择。

慈溪进出口控股有限公司副总经理任月娥说，本届展会，公司陈列的样品有1447个，比上届线下展还增加了331个。目前已经接触到的有法国、波兰、德国、伊朗、巴西等国家的客户，既有传统市场，也有新兴市场。“另外，对于俄乌市场，我们已经提前准备，目前接触到很多相关客户。这块业务预计潜力很大，希望信保增加贸易护航力度，助力企业开拓增量。”

## ■多措并举向前行

不过，相比外贸形势本身，来自宁波“外贸一哥”中基集团旗下的中基惠通总经理赵园茗显然更担心接下来的供应链稳定。“过去两年，中国依靠完整的产业链和强大的制造能力，承接了很多发展中国家的订单。现在随着这些区域疫情缓解，订单已经出现了明显回流，但是如果这时国内供应链、产业链没有及时恢复，很可能会迫使客人加快转移的步伐。”赵园茗呼吁企业此时应未雨绸缪，多措并举稳订单、保生产。

根据市商务局对全市年外贸进出口额1000万美元以上的1982家重点外贸企业动态监测显示，当前，订单取消及延期情况有所减少，在手出口订单同比上升和持平的企业占比64.18%，但主要出口市场仅欧盟和其他新兴市场小幅回暖。目前，预计4月出口增长的企业数量小幅下跌，当前企业面临的主要困难为物流运输成本过高、原材料及能源涨价过快。

“重视外贸发展的质量和效益，是下阶段宁波外贸进一步复苏的关键。”赵园茗表示，作为一家服务上万家中小微企业的外贸综合平台，中基惠通将与中小微外贸企业共同提升内功，持续探索国际贸易新业态新模式，并对创意设计、模具开发、品牌规划、人才对接等服务资源进行有效整合，希望上下一心，共克时艰，共同稳住手头的市场份额。

“尽管当前国内外环境复杂性不确定性超出预期，不少企业也面临实际的困难，但宁波开放型经济韧性强，长期向好的基本面没有变。”市商务局副局长韩隽表示，目前，市商务局正在酝酿新一轮稳外贸政策，希望会同有关部门共同打通供应链堵点，挖掘外贸增长潜力，持续释放政策红利，不断培育外贸新动能。

莫道今年春将尽，明年春色倍还人。

# 以虎口拔牙勇气 抢订单拓市场

经济走笔

记者 俞永均

最近，宁波某知名外贸企业老总在公司官微刊发了一篇长文，题目叫《扛旗争先，团结一致向前进》，引起业界共鸣。这位老总在文中指出，“必须要千方百计竭尽全力保订单，接订单，抢订单。目前供应商普遍缺订单，订单萎缩和订单疲软现象很明显，越是这个时候，我们越是要把保订单、接订单和抢订单放在一切工作的前面，这是生死存亡之战！”

宁波海关发布的数据显示，今年一季度，宁波外贸进出口总额同比增长17%，其中出口增长20.4%，进口增长11.4%。不过，出口月度增幅逐月下降，外贸企业整体接单和出货情况不甚理想，亟须引起重视。

笔者与多位外贸企业家交流发现，“稳订单”正在成为2022年宁波外贸的关键词之一。今年以来，欧美客户的订单出现一定萎缩，特别是3月份至今，由于俄乌冲突影响，欧洲市场尤其是乌克兰周边国家采购量明显下降，相关工厂普遍缺订单，这对宁波外贸未来出口带来了不利影响。为此，建议宁波广大外贸企业以虎口拔牙的勇气，抢订单拓市场，防止外贸出口大起大落，为经济平稳增长再立新功。

要各显神通抢订单。订单是外贸企业赖以生存的“食粮”，正所谓“手中有粮，心中不慌”，只有手中握有一定量的订单，企业才能正常运转。那么，订单从哪里来？一要稳住老客户，与长期合作客户共担风险、共同进退；二要拓展新客户，一旦疫情形势好转，就要派出外贸业务员走出去跑市场，让这些“空中飞人”忙起来，或者通过直播、举办线上订货会等手段，主动推销新产品。

要眼睛向内拓市场。今年1月，国务院办公厅印发的《关于促进内外贸一体化发展的意见》对外公布，意见就促进内外贸一体化、形成强大国内市场、畅通国内国际双循环作出部署。日用消费品是宁波的出口拳头产品，在国内市场有较好的口碑和知名度，这为内外贸一体化提供了雄厚的产品基础。希望外贸企业引进一批市场营销和产品设计的专业人才，外贸内贸双管齐下，努力实现订单新突破。

要主动出击拓市场。从海关数据看，一季度宁波对欧盟、美国和东盟进出口同比分别增长25.1%、21.8%和15%，对“一带一路”沿线国家进出口增长21.1%，市场结构整体不错。二季度和下半年，宁波外贸企业要继续完善市场结构，特别是加大对RCEP其他成员国和非洲、中东市场的开拓力度，做到“东方不亮西方亮”。

要尝试新的贸易方式。疫情对传统外贸冲击较大，同时也给跨境电商、市场采购等新型贸易方式带来了发展契机。今年一季度，义乌外贸进出口总值同比增长60%以上，其中一个重要原因是市场采购贸易方式发力，拉动出口增长42.4个百分点。宁波外贸企业也要积极尝试新的贸易方式，通过渠道创新、模式创新赢取新订单。

此外，各级政府部门和相关单位要营造良好氛围，帮助外贸企业缓解国际物流、融资、用工等压力。比如，引导进出口商协会组织中小微外贸企业与航运企业进行对接，支持宁波舟山港开通出口跨境电商海铁联运专列，推动银行机构进一步开展针对中小微外贸企业的远期结售汇业务，提升外贸企业应对汇率风险能力等。

# 3月宁波住宅销售价格涨幅回落

据国家统计局反馈数据显示，今年第一季度，宁波市新建商品住宅销售价格环比上涨1.2%，二手住宅销售价格环比上涨0.2%。其中，3月份新建商品住宅销售价格环比上涨0.1%，同比上涨2.8%；二手住宅销售价格环比上涨0.2%，同比上涨0.9%。

3月份，受国内疫情反复、国际形势不稳等大环境不利因素影响，楼市信心恢复不足，新建商品住宅价格环比涨幅较上月回落0.6个百分点，同比涨幅较上月回落0.7个百分点，二手住宅销售价格环比涨幅较上月回落0.3个百分点，同比涨幅较上月回落0.6个百分点。

涨幅排位稳中有降。3月份，宁波市新建商品住宅销售价格同比涨幅在全国70个大中城市中排第17位，较上月后移2位；在全国21个长效机制试点城市中排第12位，较上月后移1位。二手住宅销售价格同比涨幅在全国70个大中城市中排第13位，在全国21个长效机制试点城市中排第9位，位次均与上月相同。

住宅成交量上升。3月份，宁波市六区新建商品住宅成交面积32.8万平方米，环比上涨46.4%，同比下降59.2%；二手住宅成交面积29.0万平方米，环比上涨90.8%，同比下降59.0%。

国家统计局数据显示，3月份，70个大中城市中，新建商品住宅和二手住宅销售价格环比下降城市分别有38个和45个，比上月分别减少2个和12个，新建商品住宅和二手住宅销售价格同比下降城市分别有29个和47个，比上月分别增加5个和8个。

（俞永均）

# 传承“宁波帮”精神 谱写甬青海洋经济合作新篇章

甬商新说

方旭峰

宁波、青岛两座城市有许多共同点——均是副省级城市，都有一个世界级的港口，同为制造业优等生，外贸业都发达。2021年，宁波实现地区生产总值14594.9亿元，青岛GDP为14136.46亿元，经济总量不相上下。正因为此，青甬两座城市一直被拿来做比较。作为在青岛经商的宁波企业家，我更多的是看到两座城市良好的营商环境，以及它们为企业家提供的优势资源。

在山东，青岛一直是甬商的主要聚居地之一。老一代宁波商人凭借着诚信、务实的经商精神，不仅在青岛站稳了脚跟，而且成为青岛商界的弄潮儿。最早的建筑设计院、最早的西服店、最早的食品厂、最早的钟表眼镜店、最早的照相馆等一大批青岛商界的第一，都是由宁波人创造的。目前，在青岛发展起来的甬商大都是第二代宁波创业者，他们不仅继承老一辈甬商的优良传统，还时刻践行知行合一、知难而进、知书达礼、知恩图报的“四知”宁波精神，在青岛各个行业崭露头角。

据统计，在青岛投资创业的甬商有近6万人，创办了650余家企业，投资额达162亿元，年上缴利税6.1亿元，安置社会劳动力和下岗再就业人员3万多人。

我在青岛经商已经27年，创办了青岛市万里照明工程有限公司。这些年，我们的业务一直围绕市政设施、照明亮化工程展开。一方面，新技术的日新月异，为照明行业提供了许多机遇和发展空间；另一方面，“宁波制造”的硬核实力，为点亮青岛的大街小巷创造了品质条件，我们所有的照明产品来自宁波，可以说是依托家乡产品的口碑和品质，获得了很好的市场和发展空间。

青岛市宁波商会成立于2006年10月，商会现有会员企业100余家，各会员企业累计在家乡投资2亿多元。

宁波海洋资源丰富，港口建设成绩突出，产业基础较为完善，具有得天独厚的海洋发展基础。青岛亦是依海而生、依港而兴，拥有涉海科研机构26家，约占全国五分之一，现代海洋产业占GDP比重达30%。今后，青甬两座城市在优势产业特别是海洋经济领域应进一步加强合作，实现优势互补，商会将积极充当两地交流合作的桥梁与纽带。

（作者为青岛市宁波商会会长）