

奔赴

## 宁波企业家“龙腾四海”

## 开启新年新篇章

龙行大运

开放,是宁波最大的优势。在辞旧迎新的岁末,宁波开放型经济领域的从业者们,回顾前一年收获的硕果,同时展望一个向阳而生的新年。他们中,有一批操盘企业的中流砥柱,正迎来人生中第三个或第四个本命年。

在这个本命年,企业家们面临的经济形势,和12年前相比有何特殊之处?历经癸卯年的重重考验,甲辰年的宁波经贸从业者,该如何“龙腾四海开新篇”“拨开云雾见光明”?3位属龙的企业家向记者分享了他们“稳中求进”的心得、心语、心愿。

## 敬告读者

《宁波晚报》将于2月10日(正月初一)至2月17日(正月初八)休刊,2月18日恢复出版。

休刊期间,请关注宁波晚报微信公众号每天早上推送的“宁波早报”以及当天的微信报道。

本报编辑部



贺舟舰参加国际物流活动。

龙腾四海  
搭建“朋友圈”

“本命年,我最大的愿望就是把生意做好,服务更多中国的国际物流企业,帮助它们在全球延伸价值链。”1976年出生的贺舟舰,是宁波国际物流圈的“红人”。2011年,他在宁波创立大赢家国际物流服务平台,通过线上线下渠道,为行业搭建“朋友圈”。

回想12年前的创业时代,贺舟舰不禁感慨,随着中国企业在国际贸易中话语权的提升,现在的国际物流行业与当年已有天壤之别——

彼时,中国出口企业只需将货物运至港口,即视为完成交付,而承运货物漂洋过海的主导权,均掌握在海外采购商手中;如今,跨境电商的兴起,把货权交到货主手里,倒逼中国卖家打通头程物流、海外仓储、尾程配送等环节,打通触达海外消费者的“最后一公里”。

“我们相信,2024年的跨境电商依然会蓬勃发展,以Temu、Shein为代表的中国跨境电商平台,把供应链嵌入海外市场,让中国品牌走向世界。这也是我们新的业务空间,让跨境电商交货端和收货端加强合作,帮它们对接全国其他口岸的上下游伙伴。”贺舟舰说。

他坦言,这些年他在创业路上摸爬滚打,也踩过一些“坑”,比如,投入大笔资金打造APP,却并未得到太多回报。新的一年,他决定吸取教训、脚踏实地,一边经营国际物流商交会,带领平台内企业“走出去”参展,一边思考科技赋能行业的可能性。

“去年,ChatGPT横空出世,让我想到大语言模型也能应用于物流客服,大幅提升信息处理效率。同时,腾讯企点、华为云等平台也想切入国际物流这一B2B赛道,我们愿意和这些生态伙伴一起‘龙腾四海’,穿越周期,稳中求进。”贺舟舰对行业前景信心十足。

“来了,就是大赢家!”这句醒目的标语,将在公司的白墙上陪贺舟舰走过创业的第二个龙年。他认为,尽管当前的全球供应链正面临红海危机等挑战,但“不可抗力是国际物流业的常态”,宁波国际物流企业可以在东南亚等新兴市场寻找商机、抱团发展。

龙马精神  
探索“新赛道”

如果说70后企业家是“老司机”,那么,80后企业家则是接过老一辈接力棒的“新势力”。出生于1988年的罗超,是老牌外贸企业宁波海田控股集团有限公司的副总经理,他正用年轻一代的国际视野,为这家传统企业注入新鲜血液。

“上一个本命年,我还在香港从事会计、审计工作。后来,我回到家乡宁波,曾在宁波供销集团公司负责项目投资,2021年加盟该集团参股的海田控股,从此和外贸结缘。”这段跨界经历,倒逼罗超苦学行业知识,将整合营销等“玩法”融会贯通。

在罗超眼中,海田是一家非常稳健的企业,却又不失创新意识。在高管们支持下,他鼓励公司业务人员在抖音、小红书等平台打造个人IP,争取将社交媒体矩阵的流量转化为公司的业务量。如公司孵化的“阿拉洲洲”抖音号,不少视频可获得上千次点赞。

“我们做自媒体推广,也是在向行业精准传播‘宁波声音’。”罗超告诉记者,他还打算多渠道拓展市场,在巩固传统B2B贸易之余,拓展跨境电商B2C业务,另外争取把货卖进联合国。“去年,我们成功中标一笔1万美元的联合国采购订单,虽然金额不大,但对我们提升企业形象、开辟全新领域意义非凡,公司上下都倍感振奋!”

这个龙年,罗超准备把“龙马精神”贯彻到底——“哪里有新赛道,哪里就有我们的身影”。他发现,在传统欧美市场遇到“瓶颈”,不妨赴俄罗斯等共建“一带一路”国家参展拓市;劳动密集型产品的利润空间缩小,干脆顺势出口二手车等“新三样”产品……

“当前,我们正面临百年未有之大变局,要争取在不确定的环境中迈出稳健的步伐。”罗超道出他对新年的寄语和期待。



罗超工作照。



施美生活照。

云起龙骧  
融入“双循环”

同样接棒老牌外贸企业的,还有宁波服装企业——斐戈集团的董事、副总裁施美。1988年出生的她,是董事长施云的女儿。2013年,施美从英国硕士毕业后,回到斐戈集团工作,从业务员助理做起,后任品牌部经理,现为云裳谷时尚科技园负责人。

在施美的“操盘”下,云裳谷从原先的老厂房转型为宁波首个时尚产业园街区。这里有马卡龙色系的建筑,叠加日料店、咖啡店、便利店等商业配套,还有一家影视明星纷纷到访的服装买手店……成为东钱湖畔的热门网红打卡地。

“这个本命年,首先我想对云裳谷进行第三期改造升级,将时尚街区美化、扩容、延伸。比如,参考今年湖南卫视跨年晚会的‘舞美一条街’。目前,云裳谷二期已基本完成面向中小服装企业的招商。”施美说。

其次,施美清醒地注意到,当前的经贸环境已和十年前大相径庭,“2014年,我还是外贸助理时,凭借英语沟通能力,就能幸运地接到2个订单;2024年,服装出口市场已陷入存量竞争,中小企业都在‘卷’价格、压利润……我们必须寻求突破,才能逆势突围。”

如何“破卷”?施美的思路是融入“双循环”——公司既要稳住内销市场份额,找到当下年轻消费者的购物新趋势,推出适销对路的新品,又要发力跨境电商、拓展新兴市场、服务中小企业抱团出海,“我们只有做好自己该做的事,才能坦然面对龙年的风云冷暖。”

记者 严谨/文 受访者供图