

逆风中奔跑,开辟新赛道

细数宁波外贸这一年

记者 严瑾



核心提示

2021年,宁波的开放型经济迎来一件里程碑式的大事件。在中国加入WTO二十周年之际,宁波市进出口额首次在年内突破万亿元大关,成为继上海、深圳、北京、苏州、东莞之后的中国第六座“外贸万亿城市”,令人振奋不已。

然而,如果你要问作为个体的宁波外贸人感受如何,他们恐怕多半会回复一个“难”字——年初,原材料涨价压缩着利润空间;年中,“逆天”的海运价和“一箱难求”影响出货周期;年底,美元兑人民币汇率创下近三年的历史新高,更让出口企业倍感压力……当然,这段逆风奔跑之旅,也不乏新赛道的开辟。

公 告

为顺应数字化时代发展和媒体融合趋势,自2022年起,东南商报全面向移动端转型,东南财金全媒体平台将于明天全新上线。同时,东南商报纸媒自2022年1月起休刊。

感谢读者朋友多年的陪伴和关心。新的一年,让我们换一种方式相聚。

《东南商报》编辑部

细数重重难关

回望2021年,疫情对全球供应链的冲击仍在继续,让不少宁波外贸人发出“下雪不冷化雪冷”的感慨。宁波新东方工贸有限公司总经理、财经作家朱秋城总结了出口商的“四难”——即海运价涨、原材料涨、汇率高、劳动力成本高,简直“一山放过一山拦”。

遥想年初,1-2月宁波外贸同比增幅达到前所未有的60%。然而,一些外贸人却在订单回流的春天,陷入“越卖越亏”的窘境。宁波华茂国际贸易有限公司副总经理周红记得,今年2月底,生产所需的铜材、纸张、塑料、铝材……都以20%~50%不等的幅度跳涨,甚至一天一个价,除掉工厂能让利的一部分外,多数成本只能靠自己消化。

更出人意料的是,年中海运价格一路飙升至历史高位,部分宁波企业发现运价比货值还高,干脆放弃发货、暂停生产。再加上台风“烟花”来袭,接单和出货的节奏又被打乱。正因如此,7月宁波进出口额的同比增幅仅为0.8%,成为自5月以来,唯一外贸规模不足1000亿元的月份。

高齐放是宁波同倍玩具有限公司总经理,今年上半年,美国内需回暖让他体验了一把“订单雨”,没想到他兴高采烈赶制的货物,竟一度爆仓到连工厂都堆不下。彼时他给记者算了一笔账:宁波到美西的海运价已涨至2万美元/标箱,如果一箱木制桌椅的货值也为2万美元,美国买家自然选择躺平观望、暂缓下单、就近采购。

为了“闯关”成功,企业只好各显神通。由出口家电起家的宁波迈臣科技,牵手西班牙国宝级品牌“法格”,在宁波成立该品牌的大中华区运营中心,朝着“双循环”进军;深耕美容美发产品的瑞孚集团,投入精益生产和自动化改造,将人工成本稳定在总成本的20%左右;主打洗衣机的乐士集团研发“含金量”更高的烘干机,在欧美和国内畅销……

前11个月,宁波外贸逆风飞扬,终于取得破万亿的佳绩。在朱秋城看来,疫情期间海外产能不足,导致中国供应链发挥替补效益,是今年宁波乃至中国外贸增长的原因。明年,随着海外疫苗接种率的提升,宁波外贸依然面临挑战,但跨境电商的兴起和RCEP生效的东风,有望带来更大机遇。

开辟多元赛道

“车到山前必有路”。根据宁波外贸“225”双万亿行动,今后宁波还要拓展跨境电商、数字贸易、优质商品进口、服务贸易等新兴业态,作为“下一个万亿”的增量,而不少企业已经在进军新赛道。

对于宁波保税区亚昇祥国际贸易有限公司总经理张鹏来说,2021无疑是“出圈”的一年。第四届进博会上,他出席中国(宁波)一中东欧经贸对接会的画面,幸运地登上央视《新闻联播》。无心插柳,由他们公司进口的捷克Litovel啤酒和水晶杯,还在《扫黑风暴》《古董局中局》等热播剧中露脸。

“我特意在圣诞节前赶回欧洲,专程拜访水晶供应商,考虑让他们专门针对国内设计套装。疫情期间,我们的水晶进口有很大增长,跟一些上市公司和家居厂合作,销售额至少翻一番。我们进军电商直播,还赞助了另一部在宁波拍摄的新剧,坐等明年上映。”张鹏信心满满地说。

这些年发展迅猛的跨境电商也出现新趋势。宁波小浣熊信息科技有限公司总经理吴晓奎既是一位从业3年的跨境电商卖家,也是一位培训师。今年,他把一半的工作重心都放在TikTok出海上,在全国做了30多场培训,一边做海外直播带货,一边在宁波整合资源、营造生态圈。

“亚马逊‘封店潮’提醒我们,不能光依赖传统电商平台,还要通过新媒体、私域流量等渠道引流、‘种草’。今年,TikTok开通英国‘小黄车’,意味着消费者可以直接下单购物。在这一风口下,中国卖家有望培育孵化在海外的‘网红’,以更低的成本获得较大的收益。”吴晓奎说。

中基宁波集团副总裁应秀珍被称为“宁波外贸的常青树”。她相信,随着“元宇宙”、数字孪生、大数据等兴起,以及5G广泛使用,今后的外综平台将成为“百变的孵化器”,助力更多中小企业搭上科技发展的“顺风车”。展望2022年,我们期待更多宁波外贸人紧跟行业趋势,冲破固化思维,实现模式创新。