

前10个月,外贸延续平稳增长态势 宁波外贸“朋友圈”藏着多少密码

本报讯(记者孙佳丽 通讯员孙迎萍 王灵柯)昨天,宁波海关发布最新外贸成绩单。数据显示,今年前10个月,宁波外贸延续平稳增长态势,进出口总额约1.2万亿元,同比增长2.6%。其中,出口额为8122.7亿元,同比增长4%,进口额为3940亿元,与去年同期基本持平。

具体来看,通过夯实一般贸易基本盘和优化全链布局,各主要贸易方式均实现稳步增长。

前10个月,宁波一般贸易进出口额为1.06万亿元,同比增长1.4%,占全市外贸总额的88.2%;加工贸易进出口额731.7亿元,同比增长24.7%;保税物流方式进出口额为657.9亿元,同比增长4.8%。

宁波兴伟刀具科技有限公司总装车间里,工人正加紧生产一批发往德国的安全回弹美工刀。“普通美工刀开发只需两个月,这款足足用了一年多时间,光零部件就有30多个。”副总经理邬泽霖说,该产品年出口量已超80万把。

外贸“朋友圈”扩容进程中,欧盟仍是第一大贸易伙伴,“南南合作”主要市场贸易快速发展。

今年前10个月,宁波对欧盟进出口额2096.1亿元,同比增长4.1%,占全市外贸总额的17.4%。同期,对东盟进出口额1754.7亿元,同比增长14.7%、对非洲进出口额722.1亿元,同比增长21.7%。

此外,对共建“一带一路”国家进出口额6103.5亿元,同比增长

8.9%,占全市外贸总额的50.6%。

在宁波赤马绞盘有限公司仓储区,叉车穿梭不停,满载汽车绞盘的集装箱整装待发,这家专注于汽车绞盘及相关配件研发制造的本土企业,前三季度共建“一带一路”市场贸易额达2275万元,同比增长785.2%。

面对复杂严峻的外贸环境,民营企业展现了蓬勃活力和强大韧性,持续推动高水平开放和巩固外贸高质量发展态势。

数据显示,前10个月,宁波民营企业进出口额为9338.5亿元,同比增长4.2%,拉动全市进出口增长3.2个百分点,占全市外贸整体比重较去年同期提升1.2个百分点,达77.4%。

此外,在出口方面,科技赋能

助推产品“出海”。

前10个月,宁波出口机电产品4729.8亿元,同比增长5.9%,占全市出口总额的58.2%。其中,“新三样”产品出口额为294.8亿元,同比增长61.8%,尤其是新能源汽车出口额达148.6亿元,同比增幅为234.8%。

同期,工业机器人出口额达2亿元,同比增长114.4%,成出口新引擎。

进口方面,大宗商品进口规模持续攀升。前10个月,宁波进口大宗商品突破600亿元,其中,进口原油55.3亿元,去年同期无进口记录。未锻轧铜及铜材、天然及合成橡胶、玻璃及其制品进口额同比分别增长23.3%、46.3%、43.9%。

连续举办十年 宁波这个国际交流项目 获“国字头”荣誉

本报讯(记者廖惠兰 通讯员郑志玥)十年耕耘,十年收获。昨天,记者从市文化馆获悉,宁波文化品牌活动——“东亚文化之都”青少年文化交流活动,在宁波当选“东亚文化之都”十周年之际,成功入选2025中国群众文化品牌创新案例,成为国际交流类典型案例。

该项目自2016年启动以来,由中日韩三国同年当选“东亚文化之都”的城市——中国宁波市、日本奈良市和韩国济州特别自治道共同主办。

十年来,三国青少年文化交流互动频繁、年年出新,从面对面的沉浸式互动到云端的创意联结,从传统文化展演到跨界主题创作,形成了一套成熟高效的跨文化交流机制。

文化是最好的通用语言。十年来,交流活动围绕音乐、舞蹈、书法、摄影、非遗等载体,让三国青少年在互学互鉴中相知相融,持续书写着“山川异域,风月同天”的青春篇章。

截至目前,项目直接参与青少年逾1500人。三国媒体的持续关注报道,让这一文化品牌的国际影响力不断提升。

更深远的意义在于,该项目延续了宁波作为东亚文化枢纽的历史基因——从“海上丝绸之路”到如今的青少年文化交流,这座城市始终是东亚文明互鉴的重要节点。

“未来,项目将进一步拓展交流领域,推动交流向科技、环保、公益等领域延伸,打造更具包容性、专业性、影响力的中日韩青少年文化交流第一品牌。”宁波市文化馆相关负责人说。



宁波前湾综保区菜鸟跨境保税仓工作人员正在分拣包裹。(沈孙晖 卓松磊 摄)

2025“双11” 是电商的江湖,还是欢舞的生活节?

第17个“双11”,叙事逻辑上有了新变化。

淘宝闪购第一次全面参与,京东外卖等业态首次亮相,当即买即享的即时零售扛旗入局,

“双11”不只是传统电商在江湖“论剑”,更变成囊括吃喝玩乐购的生活节。

白领汪宁囤了纸巾、护肤品,也囤了附近火锅店的代金

券;大学生冯晓的一日三餐基本被外卖承包了;外卖员王远的电动自行车载过奶茶、米线,也载过药品和手机……

“‘双11’每年都在变。今

年,电商战场前所未有地扩大,宁波参与活动的商家格外多。远场电商与近场电商加速融合,这个快‘成年’的促销活动正在走向立体化。”市商务局相关负责人表示。

记者 孙佳丽 通讯员 崔宁



霍曼科技热销产品。(企业供图)

何为远场?何为近场?举两个例子就知道了。

“10日晚11时,预售量已超1000台!今年‘双11’拿下1000台的时间比预期短。”昨天,宁波厨鲸科技有限公司创始人谢明佐高兴地跟记者分享了这个好消息。

谢明佐说的是首次参加“双11”的可移动“栗上”胶囊式洗碗机R1。

记者在现场看到,这款产品跟电脑主机差不多大,重量约13千克,最少15分钟便可完成全方位精准清洗,其中,水箱版可根据使用需要,放置在家中不同位置。

查询发货目的地发现,该产品既受本地消费者青睐,也有来自新疆、香港等地的消费者下单。谢明佐说,今年“双11”的销售预期已经上调。

谢明佐盯着不断跳动的销售数字,阿毛饭店文化广场店店长汪丹妮则盯着不断印出的外卖单子。

“这两天,我们门店的外卖量接近300单,已经占到店内营收的8%,这在往年‘双11’没出现过。”汪丹妮说。

她介绍,往年11月中旬是餐饮淡季,外卖单量不多,今年“双11”,既有团购套餐和代金券助力,又有外卖单量稳定增长,单店营业额较平时增长了10%。

该店的外卖单子,配送地址大多位于附近5公里范围内。谢明佐奋战在远场电商,汪丹妮则是在近场电商努力。

记者了解到,按照物流供应链体系的空间布局差异,电商可以分为远场电商和近场电商。

淘宝、京东等头部电商平台多数起家于远场电商。这种模式下,产品和消费者的空间距离较远,商家需要将集中的产品销往分散的市场。

近场电商聚焦区域市场,物流半径较小,更强调对终端消费者的即时交付,比如淘宝闪购、京东外卖及美团外卖等,是即时零售的重要组成部分。

往年“双11”,近场电商是“看客”,凑凑热闹。今年,各大电商平台集体把远场电商与近场电商融合,将后者推到台前。

公开数据显示,截至11月5日,淘宝闪购新用户“在‘双11’期间的电商订单数已超过1亿单。天猫‘双11’期间,淘宝闪购近2万个餐饮品牌成交额比‘双11’前增长超100%。

京东在11月7日公布首份外卖“双11”战报,其合作的TOP300餐饮品牌日均订单量较外卖上线首月增长13倍。

记者从淘宝闪购宁波地区相关负责人处获悉,截至11月10日,宁波的淘宝闪购用户在“双11”期间每天的外卖订单数已超110万单。“双11”期间,淘宝闪购宁波近千个餐饮品牌成交额比“双11”前增长超200%。

尤其在医保买药领域,宁波目前有300多家药店支持淘宝闪购医保买药,整体服务覆盖率超过80%。

平台在远近场融合上发力,已经有宁波商家开始尝试远近场融合运营,针对不同“场”的消费者制定不同货品与履约服务方案。

昨天上午,博洋家纺在淘宝闪购平台上线了两家线下门店——嘉乐店和孔浦店。“这两家门店尚处于测试阶段,目的是了解‘双11’近场电商销售路径和流量情况。”博洋家居相关负责人付国禹说。

博洋研究院执行副院长许淑敏认为,餐饮入局只是“前哨战”,真正的“双11”藏在即时零售的近场里,既比拼仓库规模、物流半径,还比拼分钟级送达,本质是速度和服务的硬核竞争。

“平台开始换打法,企业需要在转变中找到自己的立足之地。在本地生活服务和即时零售上发力,拓展电商的增长空间,是一条新路子。”许淑敏表示,若情况符合预期,博洋家纺将多上线几家门店,并上架更多品类。

宁波霍曼科技有限公司聚焦今年“双11”,一口气推出多款新产品,既有升级款摄像头喂食器、宠物友好暖风机,也有新上市的SD80烘干箱等。“双11”期间,销售额预计超过1亿元,同比增长约20%。

这家企业也在考虑通过近场电商铺开线下销售渠道。企业相关负责人说,近场电商对流量的依赖程度不高,反而基于线下体验和消费者信任度,是个真实的、可持续的增量市场。

阿里巴巴、京东、美团正加速走向远近场电商的融合,更远处,多多买菜也在一线城市试点自建商品仓库。

“未来,远场电商和近场电商的界限会越来越不清晰,平台竞争转向供需适配,更强调履约能力的稳定性与确定性、服务深度与体验丰富程度。”市商务局相关负责人表示,这将对宁波的企业和商家来说,是挑战更是机遇。

在他看来,企业和商家需要先确认主营产品是否适合加入近场电商。

若想从中赢得增长空间,供应链搭建、数字化及用户运营不能少。

宁波市电子商务促进会秘书长蔡朝晖认为,首先要打通供应链与仓配体系,构建分布式、多层级仓储网络,筑牢履约的根基,同时实现库存数据一体化,避免近场门店与远场电商库存“两张皮”的问题。

其次,要精准布局商品与营销,适配双场需求。比如,针对近场和远场的消费需求差异组合货品,近场侧重高频刚需品类,远场侧重差异化、高附加值品类,并利用“内容种草+双场承接”的模式引流。

最后,强化数字化与用户运营,借助AI工具筛选近场高频爆款和远场潜力款,自动匹配关键词和目标人群,结合宁波地域标签塑造差异化优势,让地域特色和服务优势成为远近场融合的加分项,摆脱同质化竞争。



可移动“栗上”胶囊式洗碗机R1。(企业供图)



广州体育馆。

(受访者供图)

让观众坐得更舒服 这家甬企助力 十五运会场馆绚丽焕新

本报讯(记者龚旭琪 顾佳诚 通讯员沈彦汝)眼下,第十五届全国运动会正在广东、香港、澳门三地举行。本届赛事遵循“简约、安全、精彩”的办赛原则,超过九成的比赛场馆由现有场馆改造而成,并在全运会史上首次实现不新建任何大型场馆。

在这场体育盛会的背后,余姚企业大丰实业凭借领先的场馆设施解决方案,为赛事顺利举办提供了有力支持。

大丰实业参与了多个场馆的核心设备建设,包括广州天河体育中心体育场、广州大学城体育中心体育场、珠海横琴国际网球中心、广州体育馆的全套座椅,以及深圳湾体育中心体育馆的部分座椅。

以广州体育馆为例,这座场馆是为承办九运会而建的,在后续改造过程中,大丰实业不仅承接了馆内座椅配置工作,还负责声学解决方案及LED显示技术(包括环屏、端屏、斗屏)等子项工程,全面提升了场馆的视听体验与使用功能。

“从九运会到十五运会,整整24年,我们一直陪伴着体育场馆‘成长’。”浙江大丰体育设备有限公司总经理干立红说。

能够长期服务各类顶级赛事,大丰实业的核心底气源于其领先的技术实力。在座椅材质与

工艺上,大丰实业一直走在行业前沿。干立红介绍,大丰实业是国内最早生产中空座椅的企业之一,后来从生产中空座椅发展到生产当前主流的注塑座椅,“公司一直在体育场馆座椅领域进行创新”。

部分场地需在体育赛事与大型演唱会等不同场景之间转换,工程要求座椅看台系统的模块转换机制必须精准、稳定运行,以满足不同活动对观众席数量和布局的多样化需求。

比如,在澳门两处综艺馆的活动座椅看台设计中,大丰实业运用多项专利技术,打造了高度灵活的模块转换系统,可在短时间内实现场馆空间的高效重构,极大提升了场馆的多功能性。这种功能空间的灵活转换,与本届全运会的办赛理念不谋而合。

此外,旧馆改造面临许多挑战。干立红说,部分场馆建于20多年前,层宽较窄,要在有限的空间内提升观众舒适度有不小的难度,“我们选择采用气体辅助注塑座椅,减小座椅结构厚度,最大限度利用有效空间,在满足新标准舒适度要求的同时,不改变原有建筑结构”。

据了解,作为全球文体旅产业整体解决方案提供商,大丰实业曾为奥运会、亚运会、世界杯、F1等国际顶级赛事提供整体集成解决方案。