



帅威电器推出的“厨师机”。

“客户比上一届更多” 广交会上 “智造” 成为宁波企业 关键词

“没想到，还没等到9点开馆，就陆续有外商进场了！”4月15日，宁波中基惠通集团股份有限公司总裁应秀珍起了个大早，奔赴半年一度的“羊城之约”。

这一天，第135届中国进出口商品交易会（即“广交会”）盛大开幕，作为“中国第一展”，标出新的外贸风向。

在本届广交会上，宁波共有1454家企业参展，展位数量突破4000个，创下历史新高，居全国50个交易团的第5位。他们奔赴前线“临市面”，带着“新奇特”产品拥抱全球市场的开放机遇。



中基惠通的展位供平台内中小企业摆放样品。

1 『客户比上一届更多』

每年的广交会，都是外贸人维系老客户、结识新朋友的“主战场”。外商的参会热情，向来被视为外贸形势的“晴雨表”。那么，本届广交会外商多不多？有没有成交意向？记者采访的多位宁波外贸人，他们表示，本届广交会首日的客商，比上一届更多，甚至有人从早上9点忙到下午3点，都没能来得及吃午饭——

“今天，我们一上午就收获了50多张名片，还不包括一些直接加微信的新客户。客商主要来自南美、中东和东南亚等地区。”乐歌人体工学科技股份有限公司外贸业务经理邵芸告诉记者，“我们推出的电动升降床，以‘上床下桌’的结构，给孩子们成长的空间，吸引不少人询盘。”

“昨天，我刚参加完香港电子展，就马不停蹄‘接档’广交会，毕竟这里才是重头戏！”宁波宸峰国际贸易有限公司总经理顾奇峰表示，“今天参展效果不错，上午一直有客户在交流，更有捷报传来，比如，有意大利客户原先只向我们采购4款产品，现在相中了8款-10款！”

“我们的咖啡机团队来了3位业务员，没想到来咨询的外商特别多，同事们根本忙不过来。”宁波灏钻科技有限公司品牌经理陈德欢分享道，“可能是因为我们现场做咖啡，浓郁的醇香吸引了外商，还有人问我们‘卖不卖咖啡’？我们表示，‘全都免费’！”

一组广交会官方数据，印证了宁波外贸人感知到的“温度”。截至4月14日，本届广交会已吸引来自全球215个国家和地区的14.9万名境外采购商预注册，较上届增长17.4%。

在接下来的半个多月，宁波外贸“天团”的这场春天之约，或将传来更多好消息。



本届广交会上的“品质宁波，制造之城”及慈溪家电标语。

2 『新奇特』产品求『出圈』

本届广交会上，“智造”成为宁波企业的关键词。据宁波市商务局统计，本届广交会宁波的1454家参展企业中，有192家是省级及以上专精特新“小巨人”。

灏钻科技，是净水设备领域的国家级专精特新“小巨人”。公司自主研发的RO膜打破国外垄断，能过滤水中有害物质。本届广交会上，公司将“明星产品”净水器与咖啡机“合二为一”，消费者无需煮水，只要将K-Cup（胶囊咖啡）放入这台机器，即可收获醇香浓郁的美式咖啡。

“在海外，不少消费者都将咖啡视为生活的标配，咖啡机产品市场前景广阔。我们的净水核心技术，正是我们独特的竞争优势。今天，一些我们的净水器产品客户，也主动上门咨询咖啡机怎么卖，还有国内经销商求合作。”陈德欢道出创新的力量。

另有一批宁波家电企业，即便从事的仍是贴牌代工，也早已把“技术含量”这4个字，牢牢地刻进产品的“DNA”。

“我们所有产品，都在朝着智能化升级。比如我们推出的‘厨师机’，它像一位身怀绝技的厨艺高手，能够打蛋、揉面、搅拌色拉、绞肉和榨汁……用户可通过LED屏控制时间和速度。”宁波帅威电器有限公司总经理张建伟说。

更有一批宁波企业，已在国际市场打响自主品牌，甚至将国内电商平台积累的经验，“反哺”海外的新品迭代。

“我们在烘干机领域拥有自主品牌‘阿卡斯特’。这次广交会上，我们带来了‘闪烘’系列的第二代产品，它能容纳2kg的衣物，只要15分钟就能快速烘干。这款产品面向国内的单身青年和三口之家，也有望在欧洲和日韩赢得商机。”宁波乐士实业有限公司销售总监邱富忠分享说。

3 外贸何以持续『飘红』？

根据海关总署数据，今年一季度，中国进出口额首次突破10万亿元，增速创六个季度以来新高。

尽管数据“飘红”，但眼下的中国外贸企业，仍面临红海危机、供应链调整和“内卷”式竞争等重重考验。

接下来的中国外贸，能否继续维持良好态势？

在盛威国际控股集团资深总裁王磊看来，广大外贸人首先要对中国制造充满信心。他认识一家从事数据中心类产品的同行，近期打算把“走出去”的生产线重新“搬”回中国，因为发现“在对方国家，生产一台设备的效率，仅为中国的30%，综合成本不降反升”。

“这是因为，中国是世界上工业门类最齐全的国家，能快速找到生产一台机柜所需的成百上千款原材料，这一点仍是不可替代的优势。”王磊分析道，“再以我们的保险箱产品为例，我们的产品已与欧美制造同台竞争，今后还要让中国品牌、中国标准走向世界。”

“信心比黄金更重要”。对广大外贸人而言，除了信心，还要有打磨产品的匠心、开拓渠道的雄心，从而离市场更近一步。

作为一位从业40多年的老外贸人，应秀珍见证中国外贸价值链的延伸，“以前，海外进口商凭借他们的眼光，判断哪款产品适销对路，再让中国企业按需生产；现在，中国企业得以将‘触角’伸到海外，让外商直接按需从海外仓提货或退货。这种货物前置的经营模式，冲击传统的贸易流程，也在倒逼中国企业顺势前行。”

我们有信心，在宁波这片发扬“四千精神”的沃土，总会涌现出更多“破局”的解法……

记者 严瑾
通讯员 唐荣校 文/摄