

宁波,正吸引全球外贸人的目光! 5月27日至29日,2026宁波出口跨境电商博览会(以下简称“宁波跨博会”)以“一展双呈”的形式,在宁波国际会展中心和余姚中塑国际会展中心同时举行,汇聚全国各地超3000家外贸工厂、平台、服务商。展会首日,宁波馆、余姚馆两地的入场观展专业观众已达45971人次。

历经5年,宁波跨博会华丽转身成为“华东跨境第一展”,在数以万计的外贸人中积累了良好口碑。这场展会,究竟靠什么连接中国工厂与全球卖家?又凭什么让宁波走向世界?答案藏在它高度市场化的运营逻辑里,更藏在一群宁波外贸人开放共享、抱团出海的赤忱之中。



宁波跨博会现场。 记者 严瑾 摄

一场展会,如何让一座城与世界相连?

1 让工厂与卖家「双向奔赴」

本届宁波跨博会上,83%的参展企业是供应链工厂。这意味着,广大跨境电商卖家只要来到现场,就能一站式完成选品、验厂、比价、洽谈。工贸之间的信息壁垒被打破,供需两端在同一场域高效对接——这正是宁波跨博会沉淀5年积累的“流量密码”。

现场,记者看到不少为跨境电商量身定制的“新奇特”产品。在温州企业浙江首想科技有限公司(以下简称“首想科技”)展位,一款款造型各异的压缩沙发,吸引不少卖家的驻足:有的专为儿童设计,亮黄的色系活泼跳脱,坐垫像七巧板一样,可供小朋友自行拼接;有的做成宠物猫狗的造型,萌趣十足,十分吸睛。

“我们的海绵压缩沙发,是跨境电商的‘天选’品类。”首想科技销售经理黄炎桐告诉记者,“普通沙发体积大、重量大、运费高、搬运难;而我们的沙发压缩后的体积仅为原先的25%,2人位沙发的重量仅20公斤,更轻便,运输成本更低,深受国外单身公寓等场景的欢迎,跨境电商的年销售额就突破1亿元。”

令人意外的是,首想科技并不是从家居用品“起家”的,而是一家深耕海绵发泡技术30余年的科技企业。正是这份“老底子”的积累,让他们深知如何让海绵保持回弹性能,得以“丝滑”切入压缩沙发赛道。黄炎桐说,公司从2023年起参加宁波跨博会,在此结识了来自浙江、广东、福建等地的跨境卖家,助推产品走向世界。

同样让人眼前一亮的,还有福建环绿新材料有限公司的仿木制户外火炉。“我们的产品已为Costco、Sam's等欧美大型商超供货,也与宁波头部跨境电商卖家——豪雅、遨森等建立深度合作。目前,公司30%的销售额来自跨境电商渠道。借助宁波跨博会,我们能很方便地对接更多懂产品、有渠道的卖家,这让我们可以把更多的心思花在研发上,再通过这些卖家来链接全球市场。”王宏斌说。

为帮助工厂“牵手”卖家,宁波跨博会推出“跨境选品+外贸采购+外商联采+侨商合采+平台直采+线上询盘”的采购服务模式,邀请赛维时代、傲基、安克创新等头部卖家,以及凯越、中基、得力等企业来到现场,并组织海外采购团和国内卖家团深入工厂对接。这份“来了就有商机”的信任感,让工厂和卖家的黏性更大。

2 「展商自发赋能展会」

宁波跨博会的口碑,得益于广大宁波外贸人、跨境人的共同“浇灌”。越来越多的展商不再满足于“来摆个摊”,而是成为“自来水”——他们把自身积累的生态资源通过跨博会导入宁波,让宁波的跨境“朋友圈”越做越大。

普派跨境电商物流有限公司深耕中东市场,为当地的电商平台提供头程物流、进口清关、仓储配送等服务。今年,公司CEO孙磊得知,中东最大的电商平台——Noon计划进军中国市场,便主动牵线,邀请对方借宁波跨博会首次亮相中国,并联合组委会策划迪拜分会场线上采购对接活动,组织阿联酋采购商和中国源头工厂开展线上选品、直播逛展和供需对接。

为什么选择宁波跨博会?孙磊表示:“因为跨博会是宁波连接世界的窗口!这里有工厂、卖家、服务商,能帮Noon平台一站式解决选品和采购的痛点。我们还对接中东数字经济发展中心一起联合参展,希望帮助宁波乃至全国的供应链企业打开中东市场。”

据悉,这场迪拜分会场活动,是美以伊冲突发生以来,迪拜当地举办的首场大规模中阿经贸对接活动,预计形成约5000万美元的意向成交额,其中Noon已确定的意向采购金额约1000万美元,为稳定中阿经贸往来、支持阿联酋市场供给恢复提供及时支撑。

宁波甘奇贸易有限公司总经理马千里的经历更加独特。他在哈萨克斯坦开设玩具工厂,让自主品牌“Shapalak”进入当地的商超专柜,和1500家线下门店达成合作。去年,他通过跨博会对接出口俄罗斯的卖家;而这次参展,他的身份不再是“卖玩具”的工厂,而是采购日用百货的“买手”。

“当我们把玩具卖到哈萨克斯坦的店铺时,客户经常问:你们有没有纸巾、牙刷、水杯?这让我意识到,当地对中国制造的需求高涨。我们不妨转型为供应链的整合者,让更多中国的优质货盘进入哈萨克斯坦,实现互利共赢。”马千里说,昨天他们已成功对接江苏的香薰工厂、山东的纸巾工厂,感到收获颇丰。

这种“展商自发赋能展会”的现象,体现出宁波外贸人对宁波跨博会、宁波跨境生态圈发自内心的认同。正如孚遥跨境宁波区域负责人李辰所说:“生于斯、长于斯,自然要为宁波这片热土贡献更大的力量”。当越来越多的人把展会当成“自家的主场”,宁波连接世界的这扇“窗”,便越开越大。

3 「办好一次会,提升一座城」

一场成功的展会,不仅是买卖双方的交易场,更是拉动周边消费、树立城市形象的载体。

本届宁波跨博会期间,宁波市商务局面面向全体参展商及到场观众推出“宁波跨博会悦享卡”,凭票根(电子入场凭证、参展证件、采购商证件等),即可在全市指定商户享受专属满减优惠。

这背后是对展会经济的精准洞察。宁波跨博会有82%的展商来自宁波市外。这些远道而来的客商和观众,本身就是餐饮、住宿、文旅消费的主体。小小的消费券,让“流量”变“留量”,能让客商在洽谈之余,感受到这座城市的温度。

除了消费福利,宁波更在跨博会期间推出一系列“软服务”——宁波市商务局联动宁波海关、宁波市税务局、人民银行宁波市分行、宁波市市场监管局、中国信保宁波分公司、中国邮政、亚集物流、中基天时、长风智税等相关部门和企业,举办“甬通全球 数智出海”2026宁波跨境电商高质量发展研讨活动,现场解读政策、推介服务,把“做跨境电商就来宁波”的口号变成实打实的支撑。

更有面向全球跨境人的社交活动、宁波与余姚双城的全天候免费接驳大巴、展馆现场的咖啡服务点……全面提升观众的参展体验,也为宁波积累良好的城市口碑。

墨西哥留学生瑞馨就是被“圈粉”的观众之一。她在浙江工商职业技术学院学习汉语,打算毕业后从事外贸行业,将中国的汽车零部件、节日礼品、日用百货销往家乡。得知宁波跨博会举办的消息,她第一时间报名参观,一口气加了10多个工厂的联系方式,为日后创业积累供应链资源。

“宁波跨博会组织得非常有序,到处都有志愿者答疑解惑,安排布置也非常有序。”瑞馨说,她选择来宁波学中文,正是看中这座港口城市的开放氛围,以后,她可能会在此注册公司,开启新事业。

当前,宁波正全力打造“买全球、卖全球”的跨境电商国际枢纽城市。宁波跨博会不仅让产品与订单对接,更让城市与世界握手。它正以蓬勃的生命力,为中国制造走向世界写下生动的注脚。

记者 严瑾 金宇涵 俞家嘉