

宁波外贸人万里赴欧稳订单拓市场促合作 商务包机“飞”出哪些新机遇

本报记者 李华 段琼蕾 拜喆喆 共享联盟宁波中心站 张正伟

8月1日,结束7天集中隔离医学观察和3天居家健康监测,搭乘首趟商务包机回国的宁波外贸人,重新回到各自的工作岗位,加紧把欧洲行收获的订单,变成产品。

7月22日14时05分,“米兰-杭州”包机航班,在萧山国际机场平稳降落。商务包机接回的,是搭乘首趟包机赴欧的外贸人,更是满满的订单收获。12天前的7月10日,全国首架拓市场商务往返包机从宁波栎社国际机场起航,飞往欧洲开启稳订单之旅。7月21日,第二架商务包机再次起航,又有一批外贸人接力出发。整个包机拓市场活动期间,有70余名涉外商务人员在外活动,各个小分队奔赴欧洲各国开展商务活动。

12天的“包机”之旅,他们如何稳住外贸订单?捕捉到了哪些外贸新风向、新需求?这次包机试水,又为稳外贸提供了哪些启示?

“去的时候行李箱是满的,里面都是样品;回来也是满的,带回来的是客户下单要做的新产品”

宁波瑞曼克斯门窗配件有限公司总经理丁言东的心思,早就飞回了企业车间。隔离期间,他通过视频和电话,与技术团队一个个落实这次欧洲接下的新订单。“辛辛苦苦才谈下来的,可不能飞了。”

乘包机出行之前,丁言东的心是焦虑的。“今年一季度,我们就察觉到了不小的危机。”丁言东说,波兰一家采购金额占公司五分之一的大客户,今年3月被收购了,而他们居然完全不知情。此后,以往每个月准时下达的订单,迟迟没有着落。“我们侧面了解到,土耳其、东南亚的同行已经伺机而动。”

疫情以来,两年多不能出境,对于以往常年在海外飞的外贸人来说,是非常不正常的。之前,受疫情影响,国外不少地区产业链、供应链受到冲击,因此不少订单转移到国内,那时即便不能出国情况也还算好。可今年一开年,订单回落趋势明显,订单少了,订单量小了,客户的邮件中提到东南亚同行的频率越来越高……

外贸风向变了!像丁言东这样嗅到危机信号的外贸人,越来越迫切地希望出国与客户面对面沟通。

“有客户甚至提出要将一款非常不起眼的服装商标辅料订单转到印度。”从事服装出口的宁波海曙沛甯国际贸易有限公司总经理袁琳说,这一反常举动引起了他们的警觉。尤其是,6月,下半年外贸服装订货季结束,一个合作了七八年的核心客户将订单款式从往年近20款锐减到4款。这让袁琳更加坐不住了。

据宁波海关统计,今年上半年,宁

波市进出口总额达6322.5亿元,比去年同期增长11.9%。其中,出口额4085亿元,同比增长14.1%。然而,通过对宁波年进出口额超千万美元的1982家企业监测显示,截至今年6月底,企业在手出口订单同比下降的企业占比超四成,稳订单成为外贸企业最迫切的需求。

经过10多个小时的长途飞行,7月10日,从飞机降落布达佩斯的那刻起,这批已两年多没有出国的外贸人,马不停蹄开启了与时间赛跑的“稳订单”之旅。

“这下心里踏实多了。”相比出发时的忧心忡忡,回到宁波的袁琳,满腹疑虑打消了。经过开诚布公的沟通,客户明确表示,她所做的款式,目前东南亚、印度等地是没法替代的,双方也基本确定了明年上半年的合作订单。而公司采用3D新技术提升设计能力的做法,更让客户眼前一亮。

在波兰,一个客户直接拿出了竞争对手的报价,价格确实比丁言东的低不少。“还好,我事前做了充分准备,一一列举我们的产品和供应链优势,最终成功说服了对方。”在欧洲期间,丁言东全程走访7个客户,拿下了近200万美元的订单,被收购的那个波兰客户的百万美元订单也保住了。“去的时候行李箱是满的,里面都是样品;回来也是满的,带回来的是客户下单要做的新产品。”为了把最新产品展示给客户面前,他随行带去了两个大行李箱,重量超过30公斤。在欧洲对接客户时,这些样品成为他“稳订单”的底气。

“前几年积累的订单惯性因素正在逐步消失,当前,特别需要企业在外贸新产品上,有进一步的突破”

在去年因疫情停办一年后,全球主要消费电子产品和家用电器贸易展——柏林国际消费电子展(IFA),将于今年9月重启。卓力电器地板护理部营销负责人刘杰此行的主要目的,是为参展打头阵。

“参展最大的价值,是帮助我们了解行业最前沿的信息。”刘杰说,疫情期间,公司做了大量新产品研发,但因为无法准确把握目标市场走向和消费需求,很多新品并没有投模生产。“这次出去,通过与客户面对面沟通,帮助我们更好把握新产品策略,为参展做足准备。”

随着消费回归、线下展会重开、国际产能恢复,国际市场正在逐步走出疫情影响。如何在稳住“老订单”的同时,快速抓住“新需求”,拓展新市场,也成为摆在外贸企业面前的新课题。

“前几年积累的订单惯性因素正在逐步消失,当前,特别需要企业在外贸新产品上,有进一步的突破。”宁波市商务局局长张延说,这几年,企业研发了许多新的产品,但是因为没办法与海外买家之间进行充分地宣传和沟通,有些新产品甚至已经与海外市场断档了。“这促使我们要进一步开拓市场,走出去去对面重新沟通商榷产品,重新研究如何满足市场新需求。”

“这是我们打入欧洲市场的第一台新型产品,不能‘哑火’了。”慈星股份有限公司服装设计师朱红振此次搭乘包机赴欧,主要目的是做好售后服务。

这几年,慈星股份研发了一款“一线成衣”的新型电脑横机:只需一根纱线,一件成衣便能在45分钟内全自动生产制造完成。这也是国内首款全成型可穿戴电脑横机。

今年初,这款新产品首次打入欧洲市场,一家意大利大客户采购了这一新设

备。但是问题也随之而来:因为设备操作比较复杂,必须派人到客户厂里进行人员培训。

“设备过去了,人却过不去,客户急,我们更急!”朱红振说,疫情以来,大型设备出口几乎停滞,今年市场才慢慢有了起色。作为卖到欧洲的第一台新型设备,这个客户对他们有着格外重要的意义。当地还有很多企业对这个设备感兴趣,但没看到下线的成品,大家都在观望中。“这个‘样’打好了,后续市场会很大。”

除了产品硬实力,品牌元素等构成的软实力,也成为企业拓市场的重要手段。

“别看小艺只是一个IP形象,就是它,让很多客户深深记住了我们的品牌形象。”这次欧洲包机行,宁波宝林达进出口有限公司创始人魏国文的团队中,有一个特殊的成员,一个由“艺”字为原型设计的企业IP形象。

作为一家儿童益智玩具研发和生产型企业,宝林达60%以上的产品出口欧洲市场,旗下自主品牌产品在全球70多个国家和地区建立了经销体系。对于魏国文来说,这次去欧洲除了对接订单,也是进一步打响海外品牌的好机会。

到欧洲的第一天,魏国文就发现,客户对品牌产品的需求比想象的要高。她对接的第一个客户,在前期沟通时,只有贴牌加工的需求,但是了解了宝林达的品牌产品和品牌形象后,表示很感兴趣。“我们马上调整了讲解和介绍的方向,顺利将其签约成为我们的品牌代理商。”

在欧洲这10多天时间里,魏国文团队走访匈牙利、荷兰、意大利等国的10个客户,收到1000万美元的意向订单,其中大部分都是品牌出口订单。



拓市场商务包机起航。 本报记者 贺元凯 摄

“这趟包机承载的,既是外贸‘稳订单’的当务之急,更是一次经贸合作的‘双向奔赴’”

宁波联邦昌运国际贸易有限公司是包机团中唯一的一家进口企业,执行董事孙崇龙这次是推着“购物车”去“买买买”的。

7月13日,在匈牙利举行的中东欧农产品供采对接会上,公司签下5年进口2亿美元的牛肉订单;7月18日,又与拉脱维亚的牛羊肉工厂签订了5年约1亿美元采购量的订单。此外,他还和波兰的一家火鸡工厂达成了初步合作意向。

“中东欧农产品品质很好,之前我们

也尝试推过中东欧牛肉礼盒,市场反响非常棒。”孙崇龙说,这次搭乘包机线下考察,就是想打开中东欧牛肉进入中国市场的通道。

孙崇龙的“底气”,来自宁波与中东欧紧密的经贸互动。宁波是中国—中东欧国家博览会的主办地,同时也正在开展中国—中东欧国家经贸合作示范区建设。近年来,宁波持续打造中东欧商品进入中国“首选之地”,更串起一条中东欧经贸往来的“黄金甬道”。

“没有想到,中国机会来得这么快。”与孙崇龙签下2亿美元的牛肉订单,匈牙利351牛肉工厂负责人约翰尼激动地说,这次宁波开通包机,让他们看到了长期合作的美好前景。

“这次包机出行,不仅增强了外贸企业的信心,也增强了世界各地合作伙伴的信心。”宁波市商务局对外贸易促进处处长、“包机团”团长费建明说:“中国与欧

洲的经贸合作空间广阔,这趟包机承载的,既是外贸‘稳订单’的当务之急,更是一次经贸合作的‘双向奔赴’”。

拜访友好城市和商协会、考察合作园区、与欧洲企业开展经贸投资座谈会……“包机团”在欧洲期间,一场场经贸活动在欧洲各地陆续举办,掀起一股经贸交流的“旋风”,也凝聚起了摒除外部干扰、互惠共赢、深化合作的“新共识”。

“这几天,刚好是法国国庆日假期,但听说浙江来人了,同事们都愿意放弃假期,来会一会来之不易的‘包机团’。”特殊时期的“面对面”,令法国驻华使馆中国业务部负责人姜平倍感珍惜;

“我们可以与宁波舟山港加强合作,帮助中国卖家的产品更高效便捷地进入法国市场。”在同为港城的法国鲁昂,法国HAROPA港业务发展部主任维罗尼卡·圣丹妮言语中满是热切的期盼;“我们已经做好准备,为那些想来

法国的宁波公司提供便利,我也想早点来宁波。”宁波“荣誉市民”、法国鲁昂—宁波友好委员会主席勒马尚说,通过此次“包机”,他们看到了宁波乃至浙江持续稳订单、扩市场的决心,他们希望借此机会与宁波企业建立并加强联系。

“虽然一架包机的座位有限,但是它所发挥的效益、所提升的信心指数远远超过了这几个座位。”宁波市商务局局长张延说,通过包机这种做法,他们不仅实现了稳订单、拓市场、促合作的目标,也增强了彼此合作的信心。针对8月即将到来的海外展会季,宁波正在积极谋划常态化包机,进一步畅通商务人员出入境通道,让外贸人“来去无忧”。

“此次包机团组完成了往返欧洲的任务,既为企业自身发展拓市场、拓订单,又为全省乃至全国的出境商务往来蹚出一条新路。”省商务厅厅长韩杰说。



包机团成员到访宁波中东欧(布达佩斯)创新基地。 拍友 朱峰磊 摄



宁波联邦昌运国际贸易有限公司与匈牙利351牛肉工厂签下了采购大单。 拍友 朱峰磊 摄



包机团成员在欧洲开展经贸交流活动。 拍友 朱峰磊 摄



宁波宝林达进出口有限公司总经理魏国文(左一)拜访荷兰客户。 受访者供图

专家点评

期待稳外贸举措继续“上新”

吴伟强

包机本质上是在疫情防控常态化背景下,宁波统筹疫情防控和社会经济发展,帮助企业“走出去”与中东欧国家开展商贸合作的实际案例,也是地方政府积极参与构建“双循环”、继续推进“稳外贸”的具体举措,具有较强的示范效应。

同时,包机体现了政府在为企业办实事上的积极作为,这也反映了宁波优良的营商环境。当前,国际产业链供应链不仅在快速恢复,还在加速重构,形势变化快,而且还存在一些不确定不稳定因素。包机就是政府帮助企业“走出去”,应对快速变化的国际形势的有效举措。

包机其实也是浙江、宁波市两级政府部门助企纾困政策的体现,加上宁波一直以来在打造中东欧对华合作“首选之地”,已连续承办两届中国—中东

欧国家博览会暨国际消费产品博览会,全国首架拓市场商务包机出现在宁波也有其必然性。

包机还具有一定的“窗口”效果。基于宁波的成功探索实践,相信陆续会有其他城市跟着行动起来,也将推动包机的常态化运行。

宁波作为一个外贸大市,包机走出去是“与时俱进”的应对举措,希望下一步能有更多的惠企业所需的“暖心”举措助力“稳外贸”,并继续发挥示范效应。

(作者系宁波市社科院经济研究所所长)