



资料图片

# 从“云广交”看中国外贸企业新变化

## A 从“水土不服”到入“网”随俗

从没想到做线上交易,到成为直播网红;从做出口业务为主,到打开国内销路;从专注做老产品,到不断开发新需求……

为期10天的第128届广交会10月24日落下帷幕,这是继今年6月之后广交会第二次“上云”。贸易盛会从线下搬到线上,这种应对挑战的变化也彰显了中国外贸企业转型创新的不懈努力。

本届广交会官网吸引了226个国家和地区的采购商注册观展,累计访问量5117万次,采购商来源地再创新高。广交会平台全面优化升级,近2.6万家参展企业累计上传展品超过247万件,其中新产品73万件,比上届增加13万件。借助广交会,企业加快数字化转型,累计直播28.48万场次,共189.39万人次观看;2046家参展企业制作并上传VR展位,访问量16.32万次。通过精编内贸产品导览手册、新增“可内销”标注、举办促进双循环活动等,广交会推动内外贸对接,境内采购商累计向参展商发起即时沟通5.78万次,达成意向订单1025条。

“作为一家传统陶瓷外贸制造企业,我们从没用过直播的方式做外贸。”广东大埔县发源发展有限公司业务负责人邓茉莉日前接受记者采访时如此感慨。

摸着石头过河,企业做足各种准备,在上半年第一次“云广交”中尝试首次直播,收到意向订单约60万美元,大大超出企业预期。

而4个月,在第128届广交会期间,这家外贸企业已褪去第一次“触网”时的

青涩。不仅直播人员更专业娴熟,还增设了VR虚拟展、3D效果图,并用AI大数据精准搜索目标客户。5场直播下来,收到订单金额比上一届涨了20万美元,还认识了一批新客户……

从“面对面”到“屏对屏”,这样的转变曾一度让不少外贸企业“水土不服”,而今,这样的状况正在改变。

5117万次——这是截至闭幕时本届广交会官网累计访问量。越来越多的国

内外参展商正在接受线上贸易洽谈模式。本届广交会上,场景仿真、一键互换名片、采购商一键注册等系列新功能的加入,让这一切变得更便捷更高效。

除了做直播,邓茉莉还带领团队在网站设计和展品展示上下功夫。“从线下搬到线上,意味着企业不分大小,能否吸引客户的关键在于引流能力。”她说,“虽然这给我们提出了挑战,但只要做好了,就可能获得更多订单。”

## B 从订单危机到新意迭出

在上半年疫情吃紧时,不少外贸企业海外业务一度停滞,无论线上线下,接单都成问题。通过创新产品、拓新市场,在“新”上下功夫,解决了一批企业的订单危机。

参加广交会第17个年头的深圳市牧人电器五金制品有限公司,这次带来6款新产品。这家企业如今营业额的九成来自海外市场,打算开拓更广的国内市场,计划未来三年内做到进出口基本平衡。

市场转换的背后是产品设计的调整。

“就像以搅拌功能为主的厨师机,针对国内客户,机器的和面力道要更大。”

深圳牧人公司董事长王文雄说。

针对国内市场,大埔县发源发展有限公司专门开发了青花陶瓷灯座系列、陶瓷储物罐系列、十二生肖系列;而针对东南亚、中东等海外市场开发的中国龙青花瓷系列、仿真大理石贴花系列,出口份额比往年有明显提高。

从此次参展企业上传的展品中,也能感受到十足的创新气息:据统计,企业上传的新产品73万件,比上届增加13万件;智能产品10万件,比上届增加2万件。

真正用心发现需求的企业,永远不缺市场——

浙江达柏林阀门有限公司董事长林海林最近刚结束了一个月的市场调研,准备开发新产品:瞄准高端消费市场,将过去销售的生活用水PPR管升级为紫铜管,更好满足饮用水健康安全需求。

疫情下防疫物资订单不缺,广东省纺织品进出口股份有限公司也没有停止创新。公司总经理杨全兴告诉记者,通过细分市场,企业开发出针对妇女、儿童、老人等不同群体的口罩,以及针对防疫、防霾、运动等不同功能的口罩。此外,顺应“宅经济”的火热,公司还加大对瑜伽服、休闲睡衣、消毒纸巾等的生产,收到源源不断的订单。

## C 从固守一隅到内联外拓

展示了企业产品和形象,维系了与老客户的关系,结识了不少新客户……一场“云广交”下来,外贸企业普遍有这样的感受。

但“云广交”带给企业的不仅仅是订单的增加,更是眼界的开阔和思路的转变。

用好国内国际两个市场,针对需求差异开发出更多新产品,用好数字化技术做生意……经历风雨中,外贸企业一次次实现华丽转身。

“经此一‘疫’,未来外贸数字化转型趋势必将加快并成为常态,这也给外贸企

业提出了新要求,若不及时转型就可能被淘汰。”林海林说。

疫情下,越来越多的外贸企业开始思考借助更大电商平台与海外客商做生意。“我们正在跟阿里国际站洽谈,将签订跨境电商服务协议,未来会逐步增加对其他平台的投入,打造全新营销模式。”邓茉莉说。

广交会新闻发言人徐兵表示,广交会未来将更加积极地拥抱数字化发展潮流,在智慧广交会建设基础上,推动线上线下深度融合和一体化发展。本届广交会的运行情况表明,尽管我国外贸面临的形势

仍然复杂严峻,但已呈现出回稳向好和结构优化升级的良好态势。

“在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中,外贸企业可以发挥‘补缺’和‘升级’作用。”商务部研究院对外贸易研究所所长竺彩华说,一方面可以补给国内供给体系不足,另一方面通过国际竞争提升企业创新能力。

而插上数字化的翅膀,这一目标的实现定会加快步伐。

(新华社北京10月25日电)