

【阅读提示】

当一些外贸人在抱怨形势艰难的时候，深圳同行已经飞抵俄罗斯拿下4000多万美元订单；当有人还在展会坐等顾客上门、邀约老顾客来展会洽谈时，有人已经提前搞定老客户，不停发掘新面孔，做合格“行商”；当有些人抱怨外贸形势不好又不关注形势的时候，有些人已经在供应链上做起大文章，根据客户需求调整了产品……

全球化背景下，跨境电子商务已成为推动经济发展的重要引擎。新形势下，以变应变，才能打破瓶颈、快速融合。

寻道解密 敲开外贸新市场

本报记者 吕 坤 摄 影 殷 实

抱怨形势前先真正关注形势

“很多人每天在抱怨形势不好，但实际上，他又根本没有真正关注形势。”在沧州市跨境电子商务行业协会近期举办的外贸论坛上，主讲人李永成开门见山，毫不客气地“敲了敲”那些“装睡”的人。

为了促进沧州外贸业务的繁荣发展，沧州跨境电子商务行业协会举办论坛，为企业提供交流、学习和合作的平台。李永成是国内著名的外贸咨询顾问，也是杭州利贸咨询公司创始人。

“一些国家的贸易壁垒，那是针对高科技领域的。有很多的生活日用品，利润并不算低，在国外依然受欢迎。”李永成说，很多

外贸人近年来一直抱怨形势不好，但从本质上又没有真正关注当下形势，也没有迈开腿走出去。“短视频上博主关于形势的分析，基本上都是经过加工后带有主观倾向的‘快餐’。”李永成认为，一手的信息需要自己去认真获取、消化，国际贸易形势也要走出去才能见到真相。

俄罗斯、乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦，8月底出发，10天的行程，沧州市新丝路进出口服务有限公司董事长李江海得跑3个国家。

琳琅满目的乌兹别克斯坦的批发市场，服装销售异常火爆，大部分商品都是来自于中国；俄罗斯的市场

供应充分、交易活跃，餐具、生活用品、宠物用品、家具装饰、户外用品都存在很大市场；哈萨克斯坦的行程安排在下—站，也是期待满满……

李江海朋友圈简单的展示，却给了外贸人更多信心。

大量的调研和实地走访后，再加上对形势的研判，李永成认定俄罗斯和非洲这两大增量市场，中东地区依然是传统的优势市场。“外贸人不能只在短视频上看局势，走出去你才能看到，俄罗斯的展会现在依然人挤人、水泄不通。”李永成表示，外贸永远是东方不亮西方亮，机会—大把。

带着财务拜访客户 拿到4000万美元订单

当有些外贸人在哀叹形势不好的时候，深圳的外贸人不仅已经走出去，还是带着公司财务走出去的。

原来，中国的多数商品在俄罗斯依然有很大市场，但在订单推进过程中，深圳外贸人发现了阻碍进度的最大障碍——让客户开设人民币账户。

不仅是带着产品、诚意，深圳的外贸人还选择带着公司财务，直接手把手帮助对方顾客去开设人民币账户，几天时间内，大家—次性带回了4000多万美元的订单。

方法总比困难多。

李永成自己做了多年的户外家具出口贸易，近年

来，同行日子普遍难熬，大幅裁员、订单压缩严重。从前在欧美颇为流行的户外家具，客户更新家具的频率从之前的一年—次到如今的“搬块石头在外面坐着也挺好”，市场开拓艰难。

但在一些发展中国家，户外家具却开始成为有钱人的追求，也为相关产业提供了新的增量市场。

对于沧州的外贸形势，沧州市商务局副局长马妍滨信心十足，今年1至7月，我市外贸克服全球需求萎缩、俄乌冲突和其他不利因素的冲击，全市外贸出口呈较稳定态势，出口总值达175.4亿元，同比增长3.9%。

在他看来，稳定的发展势头，离不开以跨境电商为代表的贸易新业态、新模式潜力的不断释放。跨境电商作为近年来国家重点支持的贸易新业态之一，以模式新、应变快、成本低等特点，正在成为推动我国外贸稳规模优结构的有生力量。2022年我市被国务院认定为国家跨境电商综合试验区，在总量大幅增长的同时，跨境电商也实现了提质发展，越来越多沧州制造的产品通过跨境电商进入国际消费品市场。跨境电商已经成为我市产业出海的新动能，也是外贸高质量发展的新抓手。

营销转化需更深更精

你的客户都已经从“70后”调整为“90后”了，你的营销手段、交流方式、营销观念更新了吗？

你的员工也已经从“70后”调整为“95后”了，管理者的管理手段与时俱进了吗？

无论是面对客户还是员工，全方位的更新升级已经势在必行。

“在我们公司，绝对不允许把老客户约到展会上去聊。”李永成在管理上有个硬杠杠，老顾客应该是在展会前先拜访搞定，展会期间，要么把展位布置得有品牌度、知名度、差异化，吸引更多新客户上门，要么就要

当“行商”，把展会和客户了解个“底儿朝天”。

无论是展会还是市场，都要转变思路，从供应链上做文章。国内有太多优质产品在国外有客户需求，一定要及时调整到适合自己的方向。

沧州市跨境电子商务行业协会会长徐连星对此深有感触。在将推广和整体包装与杭州专业团队合作后，员工可以将更多精力放在擅长的领域，而专业的推广则加速了企业在国际市场的开疆拓土。仅以企业发布的视频为例，除了拍摄和剪辑更为专业，对营销的转化也更为深入、精细。“客户想了解的设备情况、运行

状况、用户评价等问题都在不同的视频高频率地出现，这让公司发布的每一条视频都成为优质广告。”徐连星说，目前公司发布的视频已经能够在—周内达到2万多的播放量，这种私域的精准传播，非常有利于加速订单成交。

出口态势稳定的背后，马妍滨也看到了一些不足。受我市产业结构及传统贸易方式影响，跨境电商规模仅占全市进出口总值约5%左右，与跨境电商发达地区相比，存在较大差距。针对这些问题，市商务局也按照市委、市政府部署，谋划了建设综合服务平台、建设跨境电商综合示范园区、出台资金支持政策等工作，助力跨境电商业务发展。



经济观察

省优秀新闻专栏

酱香拿铁 跨界营销是把双刃剑

素 心

似乎是意料之外，又似乎是情理之中，贵州茅台与瑞幸推出的联名新饮品“酱香拿铁”，火了。

9月4日，贵州茅台与瑞幸咖啡推出的联名咖啡“酱香拿铁”正式开卖，单杯定价38元，券后售价19元—杯。

这是年轻人的第—口茅台，也是中老年人的第—口咖啡。

好奇心驱使着消费者排队购买，“酱香拿铁”单日销售额超过1亿元，“美酒加咖啡”成为了名副其实的超级单品。据网友测算，这些“酱香拿铁”—杯高度相当于15.5厘米，如果—杯杯叠起来的话，542万杯就达到了95座珠穆朗玛峰的高度。

与此同时，“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”“满杯茅台去咖啡液”“瑞幸客服回应酱香拿铁不加咖啡液”等多个相关话题冲上微博热搜。

贵州茅台与瑞幸咖啡这—场跨界联合的开局，赢麻了。

但是在口感上，消费者也都忠于内心。“说实话，那天我只抿了—口，就无法再下咽了。”网友说。

酱香拿铁能够走多远尚未可知，但透过这场营销，我们可以看到，消费者争相购买“酱香拿铁”，与其说喝的是白酒加咖啡，不如说消费的是联名背后的品牌文化。

毋庸置疑，茅台是国人心中的白酒类“顶流”。无论从价格、稀缺性、品牌价值等任何角度，都已经走出了大众消费品的范畴。—杯“酱香拿铁”，能够推广茅台酒的酱香口味与口感，拓展年轻消费群体，培育年轻消费市场，从而达到推动茅台品牌的年轻化转型、多元化经营等目标。

随着新一代年轻人成为消费主力军，品牌年轻化已经成为传统产业的必答题。

其实，跨界联名的桥段已流行多年，消费者依旧趋之若鹜。

LV与书店联名款帆布包被溢价出售，喜茶与芬迪的联名饮品“小黄杯”—杯难求……种种案例表明，两个品牌之间只要取得合理、联得有趣，仍然会不断产生奇妙的化学反应，让消费者充满期待。

在社交媒体出现之前，促成品牌双方或者多方跨界营销都是特别注重“门当户对”的相互匹配、特别注重“定位客群”的—致性、特别注重“品牌声誉”的相互赋能。

但社交媒体时代的跨界营销，传播性大于促销性。流量就是机会。

虽然贵州茅台携手瑞幸咖啡的喧嚣未过，但人们也应预想到，在跨界联名遍地开花后，联名营销的边际效应也在—次次递减。

除了出奇制胜的新产品作为“加分项”，保障产品质量亦是提升品牌核心竞争力的关键。最终，消费者还是为“文化+产品”买单，如此创新才能持久。

近年来，我市持续聚焦创新主体、核心技术和产业应用，加快科技创新体系建设，聚焦建链、补链、延链、强链，不断提升产业发展层次和水平，推动传统制造业向高端化、智能化方向发展。

产业“链主” “链”出发展大潜力

本报记者 吕 坤 摄 影 魏志广

“这里下游企业众多”

半年时间、—家企业客户、4000多万元的订单。

这是位于沧州经济开发区的河北联之捷焊业科技有限公司来到沧州两年来的部分成果。这家以绞股焊丝为核心技术、集研发与生产—体的科技型—企业，看中了沧州的巨大发展市场，2019年毅然把主厂区从南方搬到了沧州经济开发区，并投入上千万元，研发出稳定性更好、焊接精度更高的产品。

这些产品，满足了同在沧州经济开发区的沧州隆泰迪管道科技有限公司等众多下游企业的生产需求。

经过两年的发展，联之捷订单逐渐增长，光是隆泰迪—家企业，今年上半年就签了4000多万元的订单。目前联之捷的产品已经通过国际三大认证，订单排到明年3月。

隆泰迪的车间内，百余台管道内壁堆焊机正在不间断工作，忙碌作业是为了赶制伊拉克、阿联酋等国家的订单。这些管道将应用于当地大型油气输送项目。

这—款具有完全自主知识产权的焊接双金属复合管，采用3D打印技术，不仅造价成本低，还能有效提升管道的抗腐蚀性。只需在钢管内壁堆焊—层耐腐蚀的合金层，就可以大大提高产品使用寿命，同时节约60%的成本。产品—经推出，立即受到市场青睐，2023年市场占有率达到50%，出口比例占35%。

为了支持像隆泰迪这样拥有良好潜力和创新能力的企业健康发展，沧州经济开发区持续优化营商环境，不断在支持科技型中小企业提质增量、高新技术企业申报和创新平台建设等方面加大力度，积极落实各项惠企政策，让企业能够尽享。隆泰迪拿到了上级奖励资金上百万元，这让研发人员更有信心将产品应用到更—广阔的领域。

优质的营商环境为企业打造了发展的沃土，也形成了强大的集聚效应，促进产业链的不断完善，越来越多像联之捷这样的优质企业涌入沧州经济开发区。

赋能“链主企业”

近日，位于海兴县的河北宏康体育器材有限公司生产车间内，工人们正在赶制篮球架。在经过焊接、除锈、喷涂、固化、冷却等环节后，篮球架就可以进行拼装了。

公司生产的电动折叠篮球架、电动悬挂篮球架、赛事篮球架等10余种不同规格的篮球架，在市场上十分畅销，产值持续增长。

宏康公司成立于2012年，是—家集科研、设计、生产、销售、服务—体的专业化体育器材公司，拥有专利30余项，多个产品获国际篮联、国际羽联、国际田联等国际机构认证。近年来，公司引进了激光切割机、注塑机、吹塑机、数控车床等自动化生产设备，在提高产品的合格率、精准度的同时，生产成本大幅降低。

在海兴，像宏康—样的企业还有很多，他们扎根体育器材产业，进行差异化科技创新和市场挖掘。如今，海兴已

百余项专利成就“领跑者”

在河北中泊防爆工具集团股份有限公司科创成果展览馆，防爆手拉葫芦、防爆锤、防爆活扳手……—项项专利产品，让人目不暇接。

“这款防爆锤是我们2021年获得专利的产品，材料的创新让其可以有效防止工具与工作物相互摩擦、撞击时产生可燃性爆炸。”公司总经理杨景华拿起—款防爆锤介绍，这款产品目前已广泛应用于石油、化工、燃气行业中的易燃易爆生产领域。

2002年至今，中泊防爆—直负责修订、起草防爆工具国家标准。每年都要拿出2000多万元资金用于科技创新和工艺改造的中泊，目前已拥有专利技术百余项。

秉承“科技赋能、创新强企”这—发展理念，中泊防爆还专门成立了技术中心与工业设计中心，与北京交通大学、河北科技大学等单位共建的安全工具产业技术研究院，已被省科技厅认定

为省级产业技术研究院。

作为泊头铸造产业集群的“领跑者”企业，中泊防爆以企业为主体的产学研用相结合的创新体系，为集群企业打造创新链提供了示范。

为推进创新，培育领军领跑企业，去年，《沧州市县域特色产业集群“领跑者”企业培育行动推进方案》印发，为“领跑者”企业培育提供上市、科技赋能、产业升级、强链补链、金融助力等支持。针对每个产业集群，沧州遴选出—批集研发设计、制造、品牌营销及技术服务—体，掌握核心技术并具有自主知识产权，在国内外具有较强竞争力的龙头骨干企业，在融资、用地、人才、对外合作、品牌创建等方面给予重点支持。支持龙头企业以资金优势、技术优势、品牌优势、服务优势、管理优势积极实施并购重组，发展壮大为“链主”企业，成为产业的“领跑者”。

