



共享

进博会

“老外贸”有了新故事

明年一定会再来

首届中国国际进口博览会11月10日落下帷幕。在闭展前的一刻,展厅内的交流和洽谈氛围依然融洽,参展商和交易团的代表抓紧最后的时间,彼此了解,互留联系方式,挥手道别,期待明年。



■ 来自美国的展商大卫·卡拉塔和前来咨询的交易团代表握手告别 首席记者 刘歆 摄



■ 国家会展中心展馆外的第二届展会预订办公室,前来填写明年展会预订表的展商络绎不绝。正在填表的法国展商(右一)Shiran 盛赞本届展会是一届“出色的、令人惊喜”的展会,他明年一定还要再来 首席记者 刘歆 摄



外眼看进博

《非洲报告》:

从全球层面来说,这可能是中国国际进口博览会让全世界来关注保持多边合作重要性的最好时机。像非洲较小的发展中国家和新兴经济体的发展尤其依赖开放、包容和秩序的全球体系。而中国开始更多从非洲进口工业化商品和服务,这恰好符合非洲目前内部发展和增长轨迹的需要。

加拿大《布雷顿角邮报》:

维多利亚合作渔业有限公司总经理奥斯本·伯克说,在过去的五年里,他们从未将海产品直接销售给亚洲客户,但直接接触市场上的客户是至关重要的。“你与

不同的人交谈,了解那里的市场都发生了什么。中国客户真心希望你也参与到进口博览会当中。”

美联社:

“来到这儿,我们很幸运。”德国机器制造商 Jungheinrich AG 经理克里斯丁·沃泽格说,这场博览会提供外国企业非常好的机会去接触中国企业,尤其是来自中小城市的企业。但他也承认,公司面临来自中国竞争对手的挑战,“老实说,中国有许多技术精湛的本土制造商”。

本报记者 齐旭

待着她。而随着我国加入WTO,中国的对外开放进入了一个崭新阶段,从鼓励出口向着“出口和进口并重”的方向转变。

“包括我们在内的国有外贸公司度过了一段艰难的日子。”幸运的是,过去锦上添花的服装出口,意外给她带来转型的机会。2001年五矿将轻纺业务并入开鑫,葛燕就从来料加工开始,寻找新的方向。她走过弯路,陷入过低谷,10年前开始两条腿走路,把进出口都做了起来。“10年前我们开始做纺织品面料的进口扩大到其他产品的进口。2年前,我们搭建了开鑫尚品(SK Style)和‘一颗鲜果’两个互联网平台,明确以大健康为主线,一方面寻找优质的国外供货商,另一方面整合国内外资源,结合国内的消费升级趋势,引进了一大批的进口商品。”

她告诉记者,如今公司业务早已不是20多年前的100%出口,而是出口占40%,进口占20%,内贸占40%,下一步还将借助进口博览会的契机,继续调整比例。“事实上,我们的业务已经很难纯粹按照进出口来分割,比方说这件3D定制压力服,通过3D扫描测量身体数据,可以完成精准定制。它的面料是意大利进口的,3D技术来自于美国公司,中国团队通过技术创新,开创3D技术在服装领域的新应用,瞄准中国市场的消费升级的窗口期而推出。”



进博会里寻找机会

当前,我国的对外开放政策已经由“扩大出口为主”转变为“鼓励出口和增加进口并重”。专家认为,当今世界出口大国不一定是经济强国,可能是原料加工的出口大国,但当今世界进口大国一定是经济强国,进口大国将极大提升贸易的话语权和定价权。

回顾自己24年的从业经历,葛燕对此深有感受。“在以出口为导向的年代,我们一开始出口原料,后来有了技术,就出口工业制成品,随着国内企业有了设计研发能力,就为国外企业做ODM,定制商品,部分加工贸易成为中国贸易的主导形式。近年来,随着国内消费市场的日新月异,我们才发现,原来最大的市场就在我们身边。”

这两天,葛燕不是在公司,就是在进口博览会,全公司的业务员都在进口博览会里找机会。机会在哪里?就在进口市场。“这两年我们已经和一些海外知名品牌合作,引进了他们的产品,但在进口博览会上,你能看到同一个产区的同类产品,由不同的参展商带来,这就有助于我们拓展合作伙伴。此外,我们还在寻找健康养生领域的新热点,快消费品升级换代非常快,而最新最全的产品就在进口博览会上。”与此同时,东浩兰生健康生活馆里也迎来了络绎不绝的国内采购商,工作人员在馆内引导介绍了一整天,步数超过3万。“这些采购商的到来为我们提供了国内消费市场的第一手信息。”

改革开放40年,中国外贸行业走过了三代人。葛燕说,相比第一代人的勤奋,第二代人的专业,如今的“80后”正逐渐成为中流砥柱的第三代,而创新是他们最大的特质。

从出口导向型到进出口平衡发展,伴随着中国进一步扩大对外开放,葛燕和她的公司早已不是传统的外贸人,而是“买全球卖全球”的第一线。年年办的进口博览会为他们提供了加速转型发展的平台。

本报记者 张钰芸

■ 葛燕(右)在进博会上

采访对象供图



24年前,大学毕业的葛燕进入上海五矿进出口公司,成为一名出口部的外销员,把焦炭卖到欧美和日本。24年后,她以采购商的身份走进首届进口博览会,寻找更多符合大健康概念的新产品。从当年外商排队找上门的风光,到外贸经营权放开后的迷茫,如今的葛燕带领团队“买全球卖全球”,进出口的路子越走越宽,而其身份的转变恰是我国贸易多元化的缩影。



外贸曾是“金饭碗”

在国家会展中心的商业广场里,东浩兰生健康生活馆已在上个月开幕。韩国面膜、新西兰奶粉、日本饼干都是东浩兰生上海开鑫进出口有限公司引进的产品,这里也是承接进博会“溢出效应”的线下“6+365”常年展示交易平台之一。而葛燕正是开鑫的总经理。

“健康养生是这里所有进口商品的主题。”无论是运动服、护肤品,还是食品、保健品,葛燕和团队的进口方向都是大健康,他们挂着采购商的证件,一天在展馆里走上3万步。谁能想到,24年前的广交会上,她还坐在展位里,接待排着队的外商,签下一张出口单。

“那年我大学毕业,进入上海五矿进出口公司的出口部,做矿产品出口业务。当时这可是外贸公司‘五朵金花’之一,堪称‘金饭碗’。”她至今还清楚地记得,公司标志就是一只机械手举着矿石。

葛燕在工作中打交道的,既有购买矿石等原料的欧美、日本公司,也有采购油毛毡等建材的亚洲国家。“工作第一年我就跟着公司去了广交会,人太多了,来自全球的外商排着队等在我们的旁边,因为一年只有一次机会,各种成交在展台上就完成了。”

外贸形势一片大好,是葛燕初入行的感受。当时从她的手上卖出去的,既有焦炭、矿石这样的矿产原料,也有油毛毡等初级工业品,还有她个人开拓的服装、南翔小笼、海鸥牌酱油等。当年的外贸人更是领风尚之先的“弄潮儿”,因为常有国外出差的机会,身边人艳羡不已。“虽然出国津贴很少,经常要拎着两个大箱子的样品坐公共交通,曾经还被困在南非矿山里,爬了100多层才上来。但能走出国门还是很兴奋,最大的愿望就是早日在世界地图上插满100个国家的小旗。”



痛苦转型找到方向

但在1999年之后,国有外贸进出口公司的“核心竞争力”消失殆尽了。1999年1月1日,《关于赋予私营生产企业和科研院所自营进出口权的暂行规定》开始执行,此后经营进出口的门槛一降再降,我国拥有外贸经营权的企业从最初的十几家增长到了几十万家。

葛燕经历了我国外贸经营权不断放开的全过程,从1999年开始,激烈的市场竞争等