

“外贸优品中华行”广州站启动

线上线下携手发力 外贸企业忙“出口转内销”

开通“外贸企业绿色通道”、首批合作商品即将上线、实施2000亿元“出口转内销政策”扶持计划……当前贸易环境复杂多变,帮助外贸企业实现国内外市场双循环发展显得尤为重要。4月18日,“外贸优品中华行”广州站启动仪式在广州市广交会堂举办,300余家优质外贸企业与360家国内采购商参加活动,通过政策赋能、精准对接、场景展示等多元形式,搭建外贸优品拓展国内市场的“快车道”,助力消费升级与内外循环双促进。多个商超、电商平台等企业代表现场发布助力外贸企业供需对接宣言。当天,多家外贸企业与采购商达成意向合作协议,意向成交总金额超6.8亿元。

■20家行业协会共同发出外贸优品拓内销4项倡议。

线上平台:推出2000亿元“出口转内销政策”扶持计划

“过去,美国约占我们公司外销市场的1/3,现在发力转内销,主要聚焦国内的电商平台和线下渠道。”广州一家企业负责人对新快报记者说,当天和一家电商平台达成了很好的合作意向,让他大受鼓舞。

治疗高血压和冠心病的原研药物络活喜一周成交金额环比增长89%,海外保健品牌钙尔奇一周成交金额环比增长近30%……最近,京东买药平台上原研药、海外保健品等多个品类销量倍增。

据了解,京东集团于4月11日率先

推出2000亿元“出口转内销政策”扶持计划,未来一年内将大规模采购不低于2000亿元出口转内销商品,成立出口转内销项目组,深入产业带与外贸企业对接,提供全链路支持。

“目前已收到约5000家企业入驻申请,新上线的出口转内销专区打标商品累计曝光2亿次,日均成交金额达千万元以上。”京东集团出口转内销招商会项目华南区域负责人邱斌表示,京东将依托数字化供应链、全渠道能力及开放生态,通过专项扶持资金、内销专区搭建、

数据赋能、物流保障等举措,助力外贸企业打通内贸市场。

阿里巴巴则正式启动了“春雷计划2025”,在全集团层面成立了支持外贸专项工作组,调集淘宝、天猫、1688等多个业务板块,帮助外贸企业快速打开国内市场,并开拓多元化的海外市场。淘天集团有关负责人表示,已出台包括上线“外贸精选”专区、低成本费用、提供专项流量扶持、支持免费的AI工具四大举措,计划面向至少1万家外贸商家、10万款外贸货源,助力外贸商家快速“外转内”。

唯品会集团第一时间开通了“外贸企业快速入驻通道”,计划通过“线上外贸专区”“绿色入驻通道”“招商支持”等平台手段,在保障消费者购物体验的前提下,为外贸企业提供更多帮助。

“我们最大的优势是可以将工厂的产品‘一步到位’销售到粉丝手中,今天沟通明天就能卖,还可以及时得到消费者反馈。希望通过直播间、直播切片以及私域社群等多个渠道为外贸企业带来更好的销售。”全网拥有超3500万粉丝的直播电商代表吴召国说。

线下商超:“外贸企业绿色通道”帮助外贸品牌优先入驻

做好出口转内销,除了京东、唯品会等电商平台发力外,来到现场的多家线下商超、商场也是主力军。

作为广东省重点培育流通龙头企业,广百股份拥有百货、超市、电器、便利店等业务板块,经营的商品中不乏相当数量的优秀本土品牌。该公司总经理蔡劲松表示,将整合线上线下渠道,为外贸企业提供品牌展示、精准营销和会员资源,帮助优质外贸产品提升知名度和市场信任度,同时与外贸企业共享消费数据和库存信息,推动柔性生产与精准销售,优化供应链效率,共同应对成本压力和关税波动。

“正佳广场特别设立‘外贸企业绿色

通道’,为拥有自主品牌、产品质量过硬的外贸企业提供优先入驻资格。”正佳集团公共事务部总监方亮接受采访时说,对于首次进入国内市场的外贸品牌,提供“一对一”选址指导服务,结合品牌特性匹配核心客流区域,确保品牌能迅速接触到目标消费者。

目前,华润万家已成立由董事长为组长的助力外贸企业转内销工作专班,专班通过商品部门统筹四大渠道资源,建立分大区、分渠道的快速响应机制,为合作企业开辟直通车通道等。目前已陆续收到外贸企业的合作意愿申请,涵盖冷冻类、水产类、厨浴加工类等多个品类。

“今天我们跟深圳狂响科技、广东省纺织品进出口股份有限公司两家企业进行了合作意向签约。首批合作商品,外贸出口服装及优质小家电4月19日在华润万家龙岗布吉万象汇店率先上市。”华润万家华南大区办公室高级经理刘俊燕说。

“‘外贸优品中华行’活动恰似及时雨,为外贸企业打通内销渠道,也为消费者带来更多优质选择。”胜佳超市总经理麦家应表示,公司目前正与外贸供应链洽谈,开拓高质产品,重点产品首年享渠道费减免。每月15日举办线上对接会,提供免费产品合规性咨询服务,助力优质出口产品进入广州家庭。

链接

“粤贸全国”4年结硕果 超2100亿元意向成交

2021年4月,省商务厅启动“粤贸全国”,利用展会平台、畅通粤企内销渠道,每年组织粤企参加百场以上省内外线上、线下重点展会活动,带动企业推广营销,拓市场、拿订单。

粤企“抱团”闯市场,不仅打响了“粤贸全国”的品牌,也取得了良好的成交效果。4年来,“粤贸全国”已累计撬动超2100亿元意向成交,助力15万家企业在全域贸易的风浪中转型。

2024年,广东省开展“粤贸全国”活动220场,参展企业5万多家,成交金额600亿元。全省外贸进出口达9.11万亿元、增长9.8%,贡献了全国近四成的增量;社消零达4.79万亿元,占全国近十分之一,内外贸总体规模持续领跑全国。

因应当前对美出口受阻、外贸承压的形势,“粤贸全国”以“展会矩阵+优品突围”双轮驱动,在支持外贸企业开拓国内市场、加快推动内外贸一体化发展中发挥作用。

行业协会:20家行业协会发出“外贸优品拓内销”倡议

为帮助企业更好地适应市场变化,广东省服装行业协会、广州市直播电子商务行业协会、广州市场商会等20家行业协会共同发出外贸优品拓内销4项倡议,呼吁搭建平台,整合资源;创新品牌,内外融合;信息共享、强化支撑;标准对接,共谋发展。

比如,广州市场商会号召广州专业市场充分发挥覆盖近30个行业类别、连接数十万商户的渠道优势,积极帮扶出口转内销产品拓展国内大市场;广州连锁经营协会要求各会员企业主动为面临困难的外

贸企业建立对接渠道,加强信息与资源共享,深化产业链供应链协同合作;广州国际会议展览业协会倡议各展会主办方,为外贸优品参展拓展内销市场提供便利和支持,对首次参展的企业予以优惠,帮助企业顺利过渡。

职能部门:市商务局推出四方面措施支持外贸企业发展

去年,广州出台“加快内外贸一体化发展18条”,针对性解决外贸企业面临的堵点、难点,搭建内外贸一体化线上平台,联动多个电商平台,开通内销24小时“直通车”绿色通道,15天快速上架,千亿采购扶持计划等举措。现场数据显示,今年一季度,广州市外贸增长17.3%,增速走在全

国前列。

昨天,在“外贸优品中华行”广州站活动上,广州市商务局宣布,为支持外贸企业推进内外贸一体化发展,推出四个方面举措,其中包括对外贸企业小升规达到一定销售额的,分档次给予最高150万元至1000万元奖励。对外贸企业购买出口信

用保险给予60%的保费支持,支持人保等保险机构开发国内贸易保险等一系列福利“礼包”。

“目前,我们已培育了127家内外贸一体化试点企业,成功为400多家外贸企业开拓国内市场。”广州市商务局对外贸易发展处副处长成静说。