



粵夥阿里建「粵貿全國」搶訂單

政府電商廠家齊發功 港企看好訂單增三成

作為廣東推動貿易高質量發展的十大工程之一「粵貿全球」的重要舉措，廣東省商務廳聯合阿里巴巴推出的「粵貿全國」行動近日啟動，通過發揮政府、電商平台、製造業廠商各自優勢，以數字化手段獲得訂單，推動貿易回暖。有港企表示，過去三年，疫情疊加貿易摩擦、匯率波動，製造企業生存艱難，急需借助新渠道、新平台開拓新生意。對於今年經濟恢復，業界保持樂觀，有港企預測訂單有望增長三成以上。

◆文／圖：香港文匯報記者 敖敏輝 廣州報道



大灣區製造企業紛紛推出最新款智能穿戴、電子等各類產品。



聯合頭部 KOL 達人搭建直播間。

外貿大省廣東在疫情中受到衝擊較大，企業疫後搶訂單需求強烈。本次「粵貿全國」啟動活動，僅線下參加的廣東製造型企業便超過 800 家。記者看到，廣東聯合阿里巴巴 B2B 平台 1688，組織企業和商家開展線上線下選品會，現場展示企業最新的智能穿戴設備、小家電、服裝、電子元器件、五金工具等消費類產品和工業品，各站台吸引了大量批發商。

港企：數字化營銷嘗到甜頭

港企捷成地毯負責人李柏成說，過去三年，公司遇到了成立 25 年來最複雜的貿易形勢。全面恢復通關雖有回暖跡象，但企業要活下去，活得更好，傳統對接客戶和訂單的模式需要升級。過去 10 多年，借助「前店後廠」模式，港企訂單有一定保障。導致他面對電商不敏

產品的跨境貿易，公司一直瞄準中高端市場，賽道小，但競爭也小。同時，多管齊下，歐美、中東、俄羅斯等市場都有挖掘。去年，銷售額超過 2 億元，預計今年有望增長 30% 至 50%。

外省企業也藉平台接訂單

「粵貿全國」行動還吸引了外省製造企業，浙江省豆客服飾有限公司主管宋女士表示，珠三角和港澳各有優勢，大灣區在產業鏈、供應鏈，都有不少新模式、新優勢。宋主管看好今年的內外銷前景，前 2 個月，公司出口 6 個貨櫃，是去年同期 3 倍。「最大的一個訂單，就是美國採購商在 1688 平台上主動找到我們的。」

1688 作為內地主要的中小企業數字化平台，數據顯示，廣東的平台

「粵貿全國」主要措施

1. 面向服裝、小家電、3C 等消費品行業，組織優質製造企業與下游分銷商開展線下線上選品會，賣家和買家無縫對接；
2. 面向機械、電子元器件、五金工具等工業品行業，搭建線下粵貿全國-1688 線下直播渠道，聯合頭部 KOL 達人現場搭建直播間等，探索電商新模式；
3. 面向廣東省工廠商家線上搭建推推資源，通過設立搜索發現入口、旺鋪頭部展示，

廣東省商務廳聯合阿里巴巴啟動「粵貿全國」行動，推動貿易回暖。

「用好港服務業 大灣區製造賣全球」

今年全國兩會，港區全國人大代表林至顯帶來多份與經濟相關的建議。他表示，廣東在推動製造業高質量發展，要善用香港的生產性服務業。

港產品檢測認證銜接歐美

早幾天，香港國際珠寶展舉行，大量「灣區製

升，傳統的推銷方式已不太適宜。製造業與電商結合這個趨勢已經不可逆，而電商背後是物流、資金、知識產權等。他舉例指，此次和廣東省商務廳合作的電商平台阿里巴巴 1688，是生產者和採購商的對接平台，匯聚了大量中國製造商。當中，有很多香港貿易商在這些採購平台上，尋找不同種類產品。「要把這種大平台的線上資

政府電商廠家齊發功 港企看好訂單增三成

作為廣東推動貿易高質量發展的十大工程之一「粵貿全球」的重要舉措，廣東省商務廳聯合阿里巴巴推出的「粵貿全國」行動近日啟動，通過發揮政府、電商平台、製造業廠商各自優勢，以數字化手段獲得訂單，推動貿易回暖。有港企表示，過去三年，疫情疊加貿易摩擦、匯率波動，製造企業生存艱難，急需借助新渠道、新平台開拓新生意。對於今年經濟恢復，業界保持樂觀，有港企預測訂單有望增長三成以上。

◆文/圖：香港文匯報記者 敖敏輝 廣州報道

外 貿大省廣東在疫情中受到衝擊較大，企業疫後搶訂單需求強烈。本次「粵貿全國」啟動活動，僅線下參加的廣東製造型企業便超過800家。記者看到，廣東聯合阿里巴巴B2B平台1688，組織企業和商家開展線上線下選品會，現場展示企業最新的智能穿戴設備、小家電、服裝、電子元器件、五金工具等消費類產品和工業品，各站台吸引了大量批發商。

港企：數字化營銷嘗到甜頭

港企捷成地毯負責人李柏成說，過去三年，公司遇到了成立25年來最複雜的貿易形勢。全面恢復通關雖有回暖跡象，但企業要活下去、活得更好，傳統對接客戶和訂單的模式需要升級。過去10多年，借助「前店後廠」模式，港企訂單有一定保障，導致他們對電商不夠重視。「疫情中很多港企艱難生存，才想起電商渠道。比如，我們借助電商平台進行數字化營銷，投入10萬元（人民幣，下同）左右，帶來了1,000多萬元訂單，嘗到了甜頭。」李柏成說。

據悉，1688雖然是內銷批發平台，但跨境貿易買家卻佔較大比例。同時，1688平台產生的出口交易，超過六成是通過香港走向海外，香港貿易商在其中十分活躍。香港人林龍興創立的創泓基科技有限公司，主要從事電腦設備、電子

產品的跨境貿易，公司一直瞄準中高端市場，賽道小，但競爭也小。同時，多管齊下，歐美、中東、俄羅斯等市場都有挖掘。去年，銷售額超過2億元，預計今年有望增長30%至50%。

外省企業也藉平台接訂單

「粵貿全國」行動還吸引了外省製造企業，浙江省豆客服飾有限公司主管宋女士表示，珠三角和港澳各有優勢，大灣區在產業鏈、供應鏈，都有不少新模式、新優勢。宋主管看好今年的內外銷前景，前2個月，公司出口6個貨櫃，是去年同期3倍。「最大的一個訂單，就是美國採購商在1688平台上主動找到我們的。」

1688作為內地主要的中小企業數字化平台，數據顯示，廣東的平台商家和在線交易額均位列全國第一。阿里巴巴集團副總裁、1688總裁余湧表示，透過此次合作，1688將設立「粵貿全國」專頁，發揮平台線上、線下能力優勢，搭建數字化營銷場景，組織多樣性採銷對接活動，加大對廣東企業的培育力度，提升數字化內外貿水平。廣東省商務廳廳長張勁松表示，廣東將發揮「政府+市場」、「平台+貿易」、「電商+廠商」三方面槓桿，支持製造業升級，把市場做大，幫助企業降低成本，打開銷路。



廣東省商務廳聯合阿里巴巴啟動「粵貿全國」行動，推動貿易回暖。

「粵貿全國」主要措施

1. 面向服裝、小家電、3C等消費品行業，組織優質製造企業與下游分銷商開展線下線上選品會，賣家和買家無縫對接；
2. 面向機械、電子元器件、五金工具等工業品行業，搭建線下粵貿全國-1688線下直播渠道，聯合頭部KOL達人現場搭建直播間等，探索電商新模式；
3. 面向廣東省工廠商家線上搭建搜推資源，通過設立搜索發現入口、旺鋪頭部展示，以及投放1688PC/APP首頁、首頁寶藏工廠門洞等核心資源位，助力商家獲取更多流量；
4. 面向廣東省頭部商家開展產地名片爭霸賽，通過賽中營銷資源助力、內部氛圍激勵和小二專屬服務提升商家電商能力，助力商家疫情後復甦搶單。

整理：記者 敖敏輝



大灣區製造企業紛紛推出最新款智能穿戴、電子等各類產品。



聯合頭部KOL達人搭建直播間。

「用好港服務業 大灣區製造賣全球」

今年全國兩會，港區全國人大代表林至顯帶來多份與經濟相關的建議。他表示，廣東在推動製造業高質量發展，要善用香港的生產性服務業。

港產品檢測認證銜接歐美

早幾天，香港國際珠寶展舉行，大量「灣區製造」的珠寶產品、品牌亮相，展商參展熱情超出預期。在林至顯看來，珠寶、電子、化妝品、玩具等中國製造業產品，都有必要用好產品檢測認證、知識產權保護、跨境資金結算、跨境物流等優勢。

「比如，香港是亞洲最大的產品檢測認證中心，標準與歐美銜接。中國產品走出去，如果在香港完成檢測認證，可順暢進入國際市場。」又如，從事跨境電商的製造商、貿易商，有了訂單怎麼收貨，收穫之後怎麼進行資金結算，這是香港的優勢。

林至顯認為，全球採購方式已經發生了很大變化，小批量訂單、定製生產的佔比明顯上

升，傳統的推銷方式已不太適宜。製造業與電商結合這個趨勢已經不可逆，而電商背後是物流、資金、知識產權等。他舉例指，此次和廣東省商務廳合作的電商平台阿里巴巴1688，是生產者和採購商的對接平台，匯聚了大量中國製造商。當中，有很多香港貿易商在這些採購平台上，尋找不同種類產品。「要把這種大平台的線上資源、渠道優勢，和香港線下生產性服務結合起來，找到切入點，精準對接訂單，服務好賣家和買家，我認為有很大開發空間。」

製造業必須與電商結合

澳區全國人大代表、澳門工商聯會會長何敬麟有同樣觀點，他以新能源汽車為例，廣東新能源汽車產業發展迅速，而澳門是面向葡語系國家的窗口。未來可進一步把澳門的渠道優勢、服務優勢和內地的製造優勢、電商平台優勢相結合，推動更多像新能源汽車這樣的中國優勢產品賣到葡語系國家，再從葡萄牙賣到歐洲，從巴西賣到南美洲，從安哥拉賣到非洲等。