

4月26日，“外贸优品青岛行”内外贸融合促消费活动启动仪式在西海岸新区嘉年华·海信广场举行。活动现场，30余家国内头部电商平台、龙头商贸企业和供应链企业，以及本土150余家外贸企业、外向型制造企业齐聚一堂，政府搭台、平台联动，助力企业稳订单、拓渠道。

市民正在选购外贸优品。青岛市商务局供图



内销“快车道”助力外贸企业转型

青岛鼓励商场超市设置“青岛外贸优品汇”专区 内外贸融合促消费

>>>青岛外贸企业开拓内销

“外贸优品青岛行”内外贸融合促消费活动启动仪式上，一场展销活动同步举办。青岛琅琊台集团、澳柯玛股份有限公司、青岛灯塔味业有限公司等50余家企业参展。这些内外贸代表性企业涵盖家电电子、工具车辆、家具及家居用品、体育用品、户外用品、食品及宠物食品、纺织品、汽车配件等特色产业，以及农产品、图书、文创、非遗、老字号、旅游产品及本地特色商品领域，集中展示了各类内销和外销的创新产品和成果。琳琅满目的商品、热情洋溢的展商、络绎不绝的消费者，交织出一幅青岛外贸优品与国内市场紧密相连的繁荣图景。

青岛中岩体育用品有限公司是一家专业从事体育运动器材出口的外贸企业。此前，公司生产的篮球架等产品主要出口美国。从去年年底开始，公司的销售额开始下降。公司销售经理李燕舒介绍，目前他们开始着手设计新产品，打算开拓沙特、澳大利亚、新西兰等市场。李燕舒介绍，公司已经开始向内销转型，目前已经在电商平台上注册了店铺，同时也开始有针对性地向一些体育场馆、学校等单位进行推介。“从出口转内销我们还是有个适应过程，毕竟销售模式不一样，希望能与京东、抖音等电商平台合作，寻找更多市场机会。”李燕舒说。

莫奈美(青岛)品牌管理有限公司是一家从事毛绒玩具出口的外贸企业。公司储运经理刘俊杰介绍，面对新的市场形势，他们已经在国内注册了自己的毛绒玩具品牌，并且在淘宝、天猫、得物等电商平台上销售。“刚开始转内销的时候我们也有些犹豫，但从目前的销售情况来看，我们的产品很受欢迎，尤其是在当下，我们生产的毛绒玩具给了很多年轻消费者一些普通玩偶无法给予的情绪价值，深受年轻人喜爱，我们对未来发展很有信心。”刘俊杰说。

>>>“六进”展销将办百场以上

“外贸优品青岛行”内外贸融合促消费活动启动仪式上，青岛市商务局发布了今年通过办活动、搭平台、优服务等举措稳外贸扩消费相关计划，将联合工信等市直部门，组织外贸优品进景区、进高校、进机关、进商超、进展会、进社区等“六进”展销活动100场以上。推出“退(免)税+外贸”消费新场景，服务外贸企业优化供应链布局。鼓励电商平台、商场超市设置“青岛外贸优品汇”专区，开展外贸优品网上行活动，提供更多、更有效的市场渠道和优质的合作机会。

市工业和信息化局表示，将同相关部门完善服务企业机制，在政策支持、产需对接、品牌培育等方面加大支持力度，联合稼豆网络科技持续提升“链万企”平台服务功能，发挥平台链接资源丰富的优势，开展线上线下供需对接活动，助力企业充分利用好内外贸渠道开拓市场，主动融入国内大循环，实现“外销优品”顺畅走进国内市场。

>>>电商平台抛出“橄榄枝”

外贸企业为全球市场提供了优质商品，也契合国内高品质、多样化消费需求。面对优质的外贸企业，活动现场，京东、天猫、抖音、蚁家人等电商平台代表纷纷抛出“橄榄枝”，用一系列组合拳为外贸转内销搭建快速通道，并积极与外贸企业现场对接。从专项采购资金、供应链配套、业态经营到营销渠道，电商平台提供全链路支持，为企业拓展国内市场提供助力。

淘宝天团公共事务部北方大区总监张明泉表示，淘宝天猫已启动“外贸精选”项目，计划面向至少1万个外贸商家、10万款外贸货源。阿里巴巴集团已成立外贸专项小组，奔赴10个省(市)的100个外贸产业带一线，开展专项对接活动。阿里巴巴国

内电商平台已向外贸转内销企业开设绿色通道，同时阿里巴巴全球贸易网络、菜鸟物流全球配送网络等业务，也在助力外贸商家开拓多元化全球市场。

>>>利群搭建内销“快车道”

利群集团近期发布《致供应商伙伴的一封信》，表示将整合集团全渠道资源，充分发挥自身渠道优势和物流供应链优势，助力外贸企业开拓国内市场，为外贸商品打通内销“快车道”。

利群集团在信中表示，作为深耕商流通领域多年的综合性集团，利群将充分发挥供应链整合优势，为外贸商品进入国内市场提供物流、品牌运营及销售全链条支持，助力外贸企业降低转型成本，快速打开内销市场。

利群集团将通过四大核心举措助力供应商伙伴。一是智慧物流赋能，依托利群智慧物流供应链基地及区域配送网络，为外贸商品提供仓储、运输、配送全链条服务，降低物流成本。二是品牌运营合作，旗下30余家品牌运营子公司可提供专业代理运营服务，帮助外贸企业打开内销渠道。三是探索定制化合作模式，依托利群自有品牌开发经验，通过联合开发自有品牌、独家代理、反向定制等模式，共享渠道资源与市场数据，实现“产品—渠道—消费”的精准匹配。四是全渠道销售支持，依托集团线下零售门店及线上平台渠道资源，重点陈列优质出口商品，多渠道加强优质外贸产品销售，覆盖更广泛的消费场景。集团旗下华玺、德泰等近20家星级酒店也将积极采购符合标准的设备设施、外贸食品、餐具酒具和酒店用品等，进一步拓宽内销通路。

公开信发布后得到了供应商的热烈回应。截至目前，意向客户已有几十家。利群集团表示，未来将持续优化供应链服务，与合作伙伴携手应对市场变化，共享发展红利。

青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 李沛

加大帮扶力度 多渠道联动助企

市南区外贸优品“四进四展”出口转内销系列活动启动

本报4月27日讯 26日，由市南区人民政府主办、市南区商务局承办的市南区外贸优品“四进四展”出口转内销系列活动正式启动。本次活动分为进商超、进街区、进园区、进社区四大板块，搭建起国际品质与国内消费的对接桥梁。首场进商超专场活动在万象城、GT集地广场、银座商城、麦凯乐四家大型商超同步开展。

市南区积极落实国家“稳外贸”战略部署，策划“四进四展”系列活动，为外贸企业设立出口转内销专区，畅通开拓国内市场的绿色通道。本次活动精准对接国内消费升级需求，精选30余家优质外贸企业集中展示服装、家纺、食品、工艺品等出口转内销产品，全方位展现了市南区外贸企业高品质、全种类、国际化的贸易发展风貌，让市民在家门口即可体验“买全球、惠生活”的消费新场景。

进商超专场活动现场，各展位前客流不断，工作人员热情介绍着自家的拳头产品。青岛山海家居有限公司展位前摆放着琳琅满目的水杯，吸引了不少消费者。“我们公司主要生产销售中高端水杯等家居用品，以往大约70%的业务来自美国，30%的业务来自欧洲和东南亚，年销售额在5亿元左右。”



王泽章(左)向消费者介绍公司的水杯。张琰 摄

该公司大客户经理王泽章告诉记者，公司落地市南区20多年，每次企业遇到问题，市南区相关部门总是迅速反应，第一时间伸出援手、排忧解难。近期国际经贸格局变化，市南区商务局立即问需问难，介绍了外贸优品“四进四展”出口转内销系列活动，帮助公司开拓内销渠道。

欣圣雅国际贸易有限公司的工作人员说，公司主要向欧美市场出口拖鞋、小沙发等产品，今年借助市南区政府搭建的平台首次开拓国内市场，出口转内销活动不仅为公司带来了直接的销售额，更让公司近距离了解国内消费者需求，为下一步开拓国内市场奠定基础。唐百进出口有限公司本次参展的女装系列凭借舒适面料和国际设计风格备受青睐，相关负责人表示，希望通过这次活动，让更多人认识公司品牌。

据市南区商务局相关负责人介绍，“四进四展”是市南区推动内外贸一体化发展的重要实践，首场进商超活动旨在通过核心商圈的流量优势，为外贸企业搭建触达国内市场的“快捷通道”，后续将持续整合资源，办好进街区、进园区、进社区系列专场活动。

“四进四展”系列活动的首站，进商超专场活动不仅为外贸企业打开了国内市场的突破口，更拉开了市南区全年助企惠民活动的序幕，让市民共享外贸优品的实惠与品质。接下来，系列活动将陆续走进中山路上街里、产业园区，打造“外贸优品市集”，后续四大板块活动将形成全场景覆盖、多渠道联动的助企格局。

（青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 张琰）