

今年以来，受全球疫情影响，外需市场明显疲软，大量外贸工厂遭遇订单延迟甚至取消。作为世界第二大消费市场，我国超大规模的市场优势为外贸企业出口转内销提供了广阔空间。积极开拓国内市场、挖掘内部消费潜力，成为变局中育新机、开新局的突破口。淘宝特价版数据显示，7月以来，每天新入驻的外贸商家数超过700家，平台上的外贸工厂已超过30万家，销售环比实现近500%的增长。

百万产业带工厂涌入淘宝特价版，掀起新一轮入淘潮，不仅成为抢占国内大循环先机、深化双循环发展战略的生动实践，也依托C2M模式带动全国145个产业带、120万产业带商家实现数字化升级，为处于数字化转型关键期的中国制造注入加快复苏与革新的澎湃新动力。

开拓国内大市场 新一轮入淘潮掀起

2020年无疑是外贸的寒冬。受疫情影响，全球经济衰退阴云笼罩，产业链供应链循环受阻，中国不少企业，尤其是外贸型中小企业，遭遇外需不振、交货延期、订单中断，库存积压等重重困难。

为帮助外贸企业渡过难关，稳住外贸外资基本盘，从确定支持适销对路的出口产品开拓国内市场，到印发《关于支持出口产品转内销的实施意见》，再到推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，一系列政策暖风频吹

。