

今日焦点·外贸运行面临挑战

# 全球市场需求疲弱 外贸如何稳订单拓市场?

海关总署最新数据显示,上半年,我国货物贸易进出口总值20.1万亿元,同比增长2.1%。但和前5个月数据相比,上半年进出口及出口增速分别收缩2.6和4.4个百分点。

外贸规模再创新高的同时,近两个月进出口增速放缓,背后的压力不容小觑,全球经济增长放缓导致需求不足等多重因素交织,外贸运行面临不小挑战。

在此背景下,外贸如何稳订单拓市场?记者近日走访了江苏、广东、海南等沿海地区,也深入到四川、湖南等内陆省份,探寻多地外贸发展动能、增长潜力。

## 走出去 拓市场 稳规模

72天出访8个国家和地区,飞行236小时——这是无锡金茂对外贸易有限公司董事长杨南今年以来的出差行程。

记者10日联系到杨南时,他刚刚飞抵美国达拉斯。达拉斯是这家企业全球供应链布局中的一站。无锡金茂面向全球出口家居服、宠物纺织品、衬衫面料。美国是其最大销售市场,占公司总销售90%以上。

“今年订单较去年有所减少,我们正在积极发展新客户,开拓新市场,为明年打基础。”杨南在电话中说,2022年底,他就带领团队60天出访12个国家,落实2023年订单近3亿美元,占据公司今年全年订单75%左右,稳住了业务基本盘。

“需求减弱、成本上涨、供应链调整等多重复杂因素交织叠加,纺织服装出口压力不小。”从事纺织行业30多年的杨南坦言。

当前,世界经济复苏乏力,全球贸易投资放缓,单边主义、保护主义和地缘政治等风险上升,外需减弱对我国外贸的直接冲击仍在持续,这些在我国纺织服装等传统制造业出口上体现得尤为明显。

上半年,我国劳动密集型产品出口1.97万亿元,增长0.04%;其中,服装及衣着附件出口5169.4亿元,增长0.7%。

杨南坚信,中国纺织服装业凭借完备的供应链和先进技术优势,不断增强产品创新和可持续发展能力,发展前景仍然可期。

直面挑战,积极走出去、拓市场、稳订单,已成为外贸企业的共识与常态。

“不能在家里吃老本,主动走出去才有市场!”接受记者采访时,四川嘉逸股份有限公司董事长袁志友正在哈萨克斯坦商谈订单。

这家位于四川广安邻水县的中小企业,生产的摩托车及零部件等机电产品远销东南亚、非洲等海外地区。根据市场最新变化,袁志友主动开辟新市

场,哈萨克斯坦就是其中之一。

今年,袁志友计划在新疆霍尔果斯口岸新建工厂,节省运输成本,更好辐射中亚五国市场。“预计全年订单量可以回到疫情前水平。”

记者调研中了解到,从政府到企业纷纷出实招、想办法,靠前衔接市场,优化产业布局,既巩固传统市场优势,也开辟新兴市场空间,更加注重将产品优势与市场需求相匹配,以稳规模为基础、优结构增后劲。

上半年,我国有进出口实绩的外贸企业54万家,同比增加6.9%,其中民营企业不断扩容,同比增加8.3%;民营企业进出口10.59万亿元,同比增长8.9%,占进出口总值的52.7%,同比提升3.3个百分点。

海关总署新闻发言人吕大良说,当前我国外贸确实有压力、有起伏、有挑战,但发展总体是平稳的,同比看起来似乎走得“慢”了一点,但环比还是一片一个脚印地稳步前行。

## 新引擎 新业态 优结构

眼下,国产汽车排队出海的场景,呈现在各大港口码头。

7月8日8时许,“中远盛世”轮顺利靠泊厦门远海集装箱码头,开启“中国—欧洲”班轮航线首航之旅。该航次累计装载车辆3731台,其中新能源汽车超过2700台,驶往欧洲的英国、比利时、德国三国。

作为外贸增长的新引擎,素有“新三样”之称的电动载人汽车、锂电池、太阳能电池合计出口增长61.6%,拉动整体出口增长1.8个百分点。

记者调研发现,在全球消费疲软背景下,以高端化、智能化、绿色化为引领的高科技应用型企业出口势头仍然保持较高水平。

走进位于北京市朝阳区的极智嘉最新研发的PopPick智能物流方案,与人工仓相比,该机器人方案可让仓库吞吐效率提升5倍。

“今年以来极智嘉物流机器人出口额和利润没有受到明显影响。”极智嘉创始人兼首席执行官郑勇说,物流自动化行业市场空间巨大,全球市场需求仍然稳定上升,企业产品和服务已遍及40多个国家。

任凭风云变幻,推动科技创新和产业升级,提供更具竞争力的出口产品,是实现进出口稳定增长的关键。上半年,我国机电产品出口6.66万亿元,同比增长6.3%,占出口总值的58.2%,同比提升1.4个百分点。

国务院发展研究中心宏观经济研

究部研究室主任杨光普说,全球对于高科技产品及应用的需求仍在增长,中国制造在全球价值链上的优势不断提高,上升空间依然较大。

外贸新业态新模式不断涌现,也为企业拓宽销售渠道、提升品牌信誉发挥重要作用。

福建一笔成服饰科技有限公司负责人庄小清告诉记者,企业自主研发的一款插上充电宝即可实现自主控温的羽绒马甲,近年来在海外市场广受欢迎。

“我们不再依赖过去海外采购商下单的传统外贸模式。依托跨境电商平台,海外消费者看中商品后直接下单,企业自主议价权更大了,品牌影响力也更增强了。”

上半年,跨境电商在“买全球、卖全球”方面的优势和潜力继续释放,进出口1.1万亿元,同比增长16%。

令记者印象颇深的是,与传统直播带货不同,越来越多外贸企业通过跨境直播,带领海外客户“云观”生产线、研发中心,全面展示品牌实力。

“我们将机器人拍摄到的工厂作业画面接入直播,海外客户可以同步看到工厂作业情况。”深圳市硕腾科技有限公司创始人罗杨说,直播主要面向B端企业,“卖的不是货,而是企业的生产制造能力”。

杨光普说,外贸新业态新模式有利于更快聚集人才、技术、品牌等优质生产要素,从而扩大外贸企业发展空间。

## 更多元 更多样 更开放

6月2日,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对菲律宾正式生效,标志着RCEP对15个签署国全面生效。

记者来到RCEP山东企业服务中心,青岛海关关员胡潇正在网上受理签发外贸企业申请的RCEP原产地证书。胡潇说,上半年,青岛海关签发RCEP原产地证书4.9万份,出口享惠货值106.5亿元,同比分别增长55.53%和20.3%。

“凭这份原产地证书,过去产品出口菲律宾的3%关税税率降为零。”青岛朗夫科技股份有限公司董事长马文波说,受益于RCEP关税减让,企业贸易成本降低,预计今年出口菲律宾订单同比增长约10%。

中国与新加坡宣布实质性完成自贸协定升级后续谈判,中国—东盟自贸区3.0版第三轮谈判举行……今年以来,自贸协定稳步推进,自由贸易区“朋友圈”越来越大,为我国外贸企业开拓多元化市场带来广阔机遇。

记者在调研中感受到,广大外贸主体积极应对国际需求变化,出口市场更多元、产品更多样、业态更

丰富,努力培育竞争新优势,展现出较强韧性。

上半年,我国对RCEP其他14个成员国合计进出口6.1万亿元,同比增长1.5%,对我国外贸增长的贡献率超过20%。同期,我国对“一带一路”沿线国家进出口增速接近两位数;对拉美和非洲等新兴市场进出口分别增长7%和10.5%。

在前不久举行的第三届中非经贸博览会上,记者见到了作为专业观众前来参展的湘能华磊光电股份有限公司外贸经理陈薇,她驻守在卢旺达展台前询问市场情况。

“市场竞争局面复杂多变,我们正努力开拓市场,从照明芯片生产向相关应用产品的全产业链发展。”她说。

湘能华磊光电是一家位于湖南郴州的高新技术企业,也是国家专精特新“小巨人”企业,主要生产发光芯片。近年来企业不断拓展产业链条,从芯片研发生产向相关应用产品全产业链拓展。

“目前企业生产的LED照明产品已经销售到南美、西非等市场,正在积极开拓更多国家和地区市场,包括向东非市场扩展。”陈薇说。

今年以来,消博会、广交会、文博会等系列国际展会相继举行,第六届进博会将在超过30个国家和地区举办推介活动……一系列开放平台既为企业拓展海外市场搭建桥梁,也为各国产品与服务进入中国大市场创造机遇。

走进海南生态软件园,绿树成荫、鸟语花香。从成立海南自贸(港)区块链试验区,到建设海南首个数字医疗健康创新基地,再到打造集IP设计、内容生产和分发于一体的数字文化产业,这个花园式产业园区成为国家首批数字服务出口基地之一。

众创云科集团旗下的海握科技坐落于园区,是一个面向电商直播等自由职业者的人力资源服务平台。“我们看好海南自贸港发展潜力,计划从服务国内网络直播平台扩大至海外网络直播平台,目前正在和客户、政府部门探讨落地可行性。”众创云科副总裁方兴说。

今年以来,国务院印发《关于在符合条件的自由贸易试验区和自由贸易港试点对接国际高标准推进制度型开放的若干措施》,国务院办公厅印发《关于推动外贸稳规模优结构的意见》,商务部加大对外贸企业参加各类境外展会的支持,海关总署推出16条优化营商环境新举措。一系列政策措施持续发力,将继续推动我国外贸创新发展、释放潜力。

在风雨洗礼中坚定步伐,在政策助力中抢抓机遇,广大外贸企业正朝着高质量发展的目标持续前进,不断开辟更广阔的发展新天地。

(新华社北京7月15日电)



国家统计局15日发布数据显示,今年夏粮产量稳中略减,仍处于较高水平,实现了丰收。全国夏粮产量14613万吨(2923亿斤),比上年减少127.4万吨(25.5亿斤),下降0.9%。图为山东省临沂市郯城县郯城街道的农民将收获的小麦装车。

新华社

## 科研人员在南海记录到抹香鲸等15个鲸类物种

新华社三亚7月15日电 15日,由中国科学院深海科学与工程研究所海洋哺乳动物与海洋生物声学研究室(以下简称“中国科学院深海所海洋哺乳动物研究团队”)组织的“第六次南海深潜及远海鲸类科考航次”完成全部科考任务,顺利返回三亚。

该航次历时20天,航程3500多公里,考察区域主要集中在我国南海北部海域。航次采用目视观察和被动声学监测相结合的方法,并辅以环境DNA收集。

经过对考察结果进行初步分析发现,本航次目击到的鲸类动物至少包含15个物种,其中深潜鲸类10种,包括抹香鲸、短肢领航鲸、瑞氏海豚、糙齿海豚、小虎鲸、小抹香鲸和侏儒抹香鲸,以及3种珍稀喙鲸。此外,本航次还记录到5种远海型海豚,包括条纹海豚、弗氏海豚、热带斑海豚、长吻旋海豚和瓶鼻海豚。

据悉,从2019年开始,中国科学院深海所海洋哺乳动物研究团队已连续5年开展“南海深潜及远海鲸类”科考航次。截至今年,研究团队组织开展相关科考航次6次,初步摸清南海区域鲸类动物的物种多样性和地理分布格局特征,为下一步保护南海海域以鲸类为代表的海洋珍稀濒危物种提供了科学依据。据科研人员介绍,未来的研究将围绕这个区域鲸类的种群动态、威胁因子、受胁状态、地理格局形成的机制、适应性演化机理等国际关注的基础科学问题进一步系统化有序展开。

## 四部门联合组织开展2023年医保基金飞行检查

新华社北京7月15日电 国家医保局、财政部、国家卫生健康委、国家中医药局14日联合印发《关于开展2023年医疗保障基金飞行检查工作的通知》,将在全国范围内组织开展2023年医保基金飞行检查。

通知明确,2023年将选定医学影像检查、临床检验、康复三个领域作为检查重点。检查范围为2021年1月1日至2022年12月31日期间医保基金使用和管理情况,必要时可追溯检查以前年度或延伸检查至2023年度。

其中,由国家医保局会同有关部门从各省范围内选择医保基金用量较大的城市(一般为地级市)作为被检城市,直辖市直接作为被检城市;由飞行检查组从被检城市医保基金支付排名靠前的定点医疗机构中现场抽取2家医院和1家药店,连同市

级医保经办机构共同作为被检单位。

也可根据举报线索、智能监控疑点等直接确定被检单位。

根据通知,针对定点医疗机构的飞行检查主要包括医保内控管理情况、财务管理情况、药品、耗材集中采购执行情况等;针对定点零售药店的检查,包括将医保基金不予支付的药品或其他商品串换成医保药品,空刷、盗刷医保凭证,伪造、变造医保药品“进、销、存”票据和账目等;针对医保经办机构的管理情况,包括与医疗机构费用审核和结算支付情况,对门诊慢特病待遇认定、定点医疗机构准入、第三方责任医保基金不予支付、异地就医结算费用等审核情况。

此次飞行检查采取“省份交叉互检”模式,通过抽签方式确定参检和被检省份。飞行检查实行组长负责制,并计划在2023年8月至12期间实现对中国31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团全覆盖检查。

## 水利部针对南方6省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应

新华社北京7月15日电 水利部发布汛情通报,15日16时针对福建、广东、广西、海南、贵州、云南6省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应,派出2个工作组赴广东、广西、海南等地协助做好防御工作。

汛情通报称,今年第4号台风于15日8时在南海生成,预计可能登陆影响我国华南地区。受其影响,7月16日至19日,广东沿海、广西南部西部、海南大部、贵州中南部、云南东部、福建南部等地区将有暴雨到大暴雨,珠江流域西江、北江、东江、韩江及沿海诸河,海南南渡江、昌

化江、万泉河,福建九龙江等河流将出现洪水过程,暴雨区部分中小河流可能发生超警以上洪水。

水利部针对南方6省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应的同时,向相关省级水利部门和水利部长江水利委员会、珠江水利委员会发出通知,要求密切监视台风动向,加强雨情水情监测预报预警,强化值班值守和会商研判,科学精准实施水利工程防洪调度,做好强降雨区水库、堤防等工程安全度汛,重点抓好中小河流洪水和山洪灾害防御,确保人民群众生命财产安全。



15日,第20届长春国际汽车博览会在长春国际会展中心开幕。本届汽博会共吸引151个汽车品牌参展,展出车辆超过1300台。图为当日,参观者在长春汽博会现场参观体验。

新华社

## 采访札记

# 重研发、促转型、创品牌

## ——探寻这些外贸企业逆风前行的秘诀

一头聚焦设计和研发,一头聚焦品牌和销售。

记者近日在福建一些外贸镇采访调研发现,尽管当前全球贸易“寒意阵阵”,但仍有不少外贸企业交出了一份不错的进出口半年报。他们逆风前行的秘诀是什么?重研发、促转型、创品牌,是他们的共同特点。

在位于晋江的福建某登克进出口贸易有限公司,总经理陈晓康向记者展示了自己公司出口的一款潮鞋。“这款鞋在海外市场售价为1000美元左右,鞋底尾部有金属豹子的头部造型,整双鞋极富科技感和时尚感。”

瞄准高端化、个性化、时尚化,近年来,福建某登克进出口贸易有限公司积极研究可降解材料的运用和定制款鞋服,在人体工学、版型等方面不断创新,推出了不少具有品牌特点的产品。

陈晓康说,近年来,企业自主研发的不少中高端产品在欧美市场越来越受欢迎。上半年,海外订单总体数量较去年同期增长约20%。

在他看来,越来越多的海外客户对产品需求已经从过去的“多且便宜”转向“个性化”。中国制造业的转型升级和完整高效的产业链供应链优势,

有助于中国企业灵活应对国际市场的最新变化。“目前,我们在晋江的配套供应链企业有300多家,涵盖新材料、产品开发、生产加工等各个领域。”

从过去的大批量、低成本代工生产,到如今以客户需求为导向、聚焦新品研发,福建某登克进出口贸易有限公司的转型,是我国外贸企业不断向价值链中高端攀升的生动写照。

海关总署最新数据显示,今年上半年,产业链更长、附加值更高的一般贸易进出口增速快于整体,占进出口总值的比重提升1.2个百分点,达到65.5%,我国贸易自主发展能力稳步增强。

在福建得兴拉链科技股份有限公司产品陈列厅里,应用场景不同、亮点各异的产品令人眼花缭乱。标识图案为一只小燕子的得兴拉链,在过去数十年间振翅腾飞,发展成为年产值17亿元的全球领先拉链企业。今年以来,公司海内外订单保持逆势增长。

“小小的拉链,连接了纺织、染整、组装、冲压等六七十个行业,涉及数十个学科。”公司副总裁张田告诉记者,公司与中国科学院等10多个科研院所合作,在原材料、工艺、流程、智能化应用等方面持续创新,产品品质、生产效

率得到大幅提升。

既要通过深化产学研融合,不断提高产品品质,推动中国制造加快迈向中国创造,也要加强品牌建设,提升品牌的国际影响力,推动中国品牌走向世界。

体育用品装备生产商匹克集团目前出口的所有产品都是自有品牌。匹克集团董事长许景南告诉记者,今年上半年公司出口额达1.2亿元,同比增长超过40%,很大程度上归功于品牌在国际市场上的知名度和美誉度。

“没有品牌就没有话语权。”许景南坦言,企业创品牌的道路是艰辛漫长的,自己早在上世纪90年代就提出创国际品牌,当时很多人心存疑虑,经过数十年的努力,如今走品牌之路终于成为企业的制胜秘诀。

福建省集途科技有限公司董事长黎茂成也曾在创品牌的道路上摸爬滚打十几年,深知其中的艰辛和不易。他告诉记者,“莆田鞋”集体商标的问世给鞋企带来了发展机遇,有助于实现抱团发展。公司正在逐步建立企业内部整套品控机制,加大研发创新力度。

2022年,在当地政府的牵头和引导下,由莆田市鞋业协会申报的莆田

鞋业集体商标获批注册。该集体商标采取“1+N”的联合创牌模式,“1”指“莆田鞋”集体商标,“N”则代表众多当地鞋企的自主品牌。

尽管莆田鞋企数量超过4000家,但首批获得授权的鞋企仅20余家。莆田市鞋业协会会长陈文彪说,莆田鞋业集体商标给当地鞋企带来转型信号,只有产品物料、品质等达标且有自主品牌的企业,才有权使用集体标识。

政府引导、市场主导、多方联动、互利共赢,“莆田鞋”品牌生态圈的逐步构建,推动莆田鞋产业从代工为主走向创立自主品牌的新道路。

走品牌之路,也是今年上半年我国民营企业进出口的一大亮点。海关总署数据显示,我国民营企业自主品牌出口1.6万亿元,增长11.6%,自主品牌占有率提升0.4个百分点,达到22.6%。

重研发、促转型、创品牌,在严峻复杂的国际环境中,我国外贸企业努力向价值链中高端攀升,积极推进高质量发展,不断提升自己的国际竞争力。他们大踏步前进的步伐,正是中国外贸活力、韧性和潜力的生动注脚。

(新华社北京7月15日电)