

经济观察

入选商务部“外贸新业态优秀实践案例”

厦门品牌出海加速扬帆

□本报记者 廖丽萍

前不久,在全国跨境电商综试区现场会上,商务部公布了外贸新业态优秀实践案例评选结果。其中,来自厦门的典型案例《厦门多元培育优质外贸自主品牌,提升企业出海竞争力》成功入选。

品牌出海加速扬帆,厦门秘诀何在?早在2021年,厦门便出台《厦门市商务局外贸自主品牌培育三年(2021—2023)行动方案》,进一步推进本地外贸自主品牌企业精准培育,加快形成外贸竞争新优势。3年间,在厦门市商务局推动下,一批品牌企业加速成长,线上出海渠道拓宽,多

元生态逐渐形成,越来越多的厦门品牌走向海外,助力厦门打造新发展格局节点城市。

优质外贸自主品牌的探索路上,厦门不仅夯实了鞋服、箱包、玩具、五金机电等传统外贸优势出口产品,光电、厨卫、体育户外、消费电子等新兴消费品的出口增长也十分迅猛。这些外贸企业集研发、生产、设计、品牌运营、国际营销于一体,在产业价值链微笑曲线的两端不断攀升,正可谓品牌出海正当时。

核心提示

从制造出海到品牌出海

近年来,每年营收都实现翻倍增长;今年1—7月,企业跨境电商销售额同比增长35%,预计全年销售额将突破一个新台阶……尽管受到国际形势和疫情等多重因素的影响,但是厦门斯巴特科技集团有限公司还是逆势突围,交出一份出口贸易的亮丽成绩单。斯巴特总裁办主任储海浩将成绩的取得归功于品牌效应的带动。

主营箱包出口的斯巴特成立于2005年,彼时,正是我国对外贸易的黄金期,凭借厦门外向型经济的区位优势和企业自身高效的供应链及服务,斯巴特迅速成为众多国际品牌的核心供应商。然而,随着企业快速发展,OEM(代工生产)的瓶颈也逐渐显现。“箱包加工是劳动密集型产业,缺乏核心竞争力,即便与再多国际品牌合作,发展也会很快遇到‘天花板’。”储海浩说。

2013年,斯巴特启动自主品牌战略,走自主品牌之路,不仅创造了品牌溢价的高附加值,也让企业从持续的材料和工艺的更高价值中,形成独特的产品竞争力并培育了一批专业人才。近年来,斯巴特多款产品斩获德国红点、德国IF、中国红星设计奖等大奖,并常年占领国内外电商平台品类排行榜热销品牌。2021年至2022年,企业连续两年入选厦门市外贸自主品牌培育企业,并且从初创品牌企业升级为厦门企业“走出去”。

从“厦门制造”出海向“厦门品牌”出海升级,既加速了外贸转型,提升了企业的竞争力,也增强了制造业的信心。

厦门市商务局相关负责人介绍,围绕外贸自主品牌培育三年行动方案,厦门市按照初创、成长、优秀三个层级建立品牌培育库,从品牌营销、开拓市场、信保、品牌孵化等多个方面支持品牌企业发展。

据介绍,2021年厦门首批认定亿联网、奥佳华等31家外贸自主品牌企业。2022年,认定52家外贸自主品牌培育企业,今年将力争累计认定外贸自主品牌企业100家,进一步增强厦门外贸发展内生动力,以品牌影响力带动更多厦门企业“走出去”。

“入选厦门市外贸自主品牌(优秀品牌)培育企业,奥佳华在参加国际性展会、宣传推广等方面获得了厦门市政策优惠和支持,有助于公司更好地开拓国际国内市场。”奥佳华集团相关负责人介绍,早在2008年全球金融危机时,公司就开始思考由代工转向自主品牌战略,同时,通过收购已经具有一定知名度的品牌,开启“品牌出海”之路。

截至目前,OGAWA奥佳华已在全球拥有超1000家专卖店/专柜,遍及20余个国家和地区,成为亚洲排名第二的按摩椅品牌。去



停泊在厦门港海天码头的“丝路海运”跨境电商快线“海丰先锋”轮 本报记者 施辰静 摄

年,虽然受全球经济增长动能不足影响,但奥佳华品牌产品出口整体收入同比基本持平,其中对新加坡和马来西亚的出口还逆势有所增长,在东南亚市场品牌领导力不断增强。

线上拓渠道助力“走出去”

线下塑品牌的同时,厦门也积极搭建出海平台,帮助企业线上寻新机。

2020年底,AMOYBRAND厦门品牌出海门户网站正式上线,围绕本地产业特色,设置了服装、卫浴、运动、箱包、消费电子、工艺品、鞋、汽配八大重点推广品类。依托该网站,外贸自主品牌培育企业有了向国际市场展示的又一“窗口”,出口优秀品牌还能优先在网站重点品牌专栏进行展示。截至2023年3月底,该门户网站已有135家品牌企业入驻,上线近6500种商品。

“区别于同类商业运作综合类网站,AMOYBRAND是更有公信力、主打推荐厦门市优势产业带的门户网站,能够有效增强品牌的曝光度,助力厦门外贸出口企业开拓海外市场。”厦门市派美特科技有限公司董事长毛连华说。

作为一家聚焦于蓝牙耳机和电子创新产品的高科技企业,目前派美特拥有超过100万的海外用户。今年,面对疫情“后遗症”带来的大众消费预期下降,派美特聚焦个性化需求和更加舒适的体验感,推出了几款新品。

“在消费升级的当下,优质的产品不缺市场,只需要一个被大众认识的机会。”毛连华说,希望借助这个由政府搭建的平台,让

更多好产品“走出去”。

厦门一方面大力推动“互联网+外贸”,支持企业开展数字化网络营销;另一方面,进一步与亚马逊全球开店深化合作,助力优质厦门品牌出海。

厦门与亚马逊全球开店联合推出厦门品牌出海计划,指导企业通过亚马逊全球开店“制造+”项目及亚马逊“企业购”模式向跨境电商品牌出口企业转型,培育出一批优质自主品牌出口企业。

亚马逊全球开店相关负责人表示,2021年起,亚马逊全球开店与厦门市商务局共同合作“品牌100”项目,针对100家知名品牌、头部工厂进行重点跟进和挖掘,提供大数据营销分析,助力精准选品,促进新卖家以及现有卖家的业务成长。

瞄准全球“萌宠经济”的厦门吉信德集团有限公司,是一家集宠物用品开发设计、智能制造、品牌销售于一体的综合性企业,也是目前国内宠物用品行业拥有专利最多的企业。

“吉信德以ODM(原始设计制造商)起家,在ODM的合作模式下,我们不能直接接触到终端用户,无法了解用户的真实需求。通过与亚马逊的合作,企业能通过大数据营销分析更加精准了解用户需求,也让产品创新更加有针对性。”厦门吉信德集团有限公司董事长卢孔知说。

多元生态蹚出外贸转型升级路

厦门外贸经过多年的发展,进出口规模持续扩大,2022年进出口达9225.6亿元人

民币,再创历史新高,同时培育出一批优质外贸经营主体,成为厦门市外贸稳增长的核心支柱。

“品牌出海是推动外贸转型升级和高质量对外开放的必由之路。”厦门市进出口商会常务理事、厦门市商务领域入库专家、厦门宏鹏发集团CEO丘彪伦说。

在丘彪伦看来,自主品牌是企业占领市场的利器,也是快速提升企业价值、形成竞争新优势的关键,同时,企业也能通过品牌“资本”实现规模扩张。

对于如何做强外贸自主品牌,丘彪伦认为,厦门应该用足优势,挖掘新机遇。“作为经济特区,厦门因港而兴,开放发展是城市基因。近年来,随着自贸试验区、“海丝”核心区、金砖创新基地等一系列国家战略相继落地,厦门正从更高层次构建多层次、全方位、综合性经济开放格局。”丘彪伦说,“多区叠加”为品牌出海带来了更多机遇。

丘彪伦建议,在抢抓机遇的基础上,厦门可以强化本地传统品牌以及新能源等优势产业的出海。自主品牌,尤其是B端(面向企业)贸易品牌的培育和升级需要政府、企业、协会、平台等多方携手,聚焦企业拓客、资金、人才培育、法律服务、管理咨询等痛点,共同打造品牌孵化的多元生态并将它们确实落地。

事实上,厦门已经迈出了培育生态的步子。对部分企业基本风险统保保费全额扶持,保险公司对单个买家赔付上限不低于5万美元,赔付比例不低于80%;出口优秀品牌企业可优先入选重点外贸企业成长型企业名录,在进出口信用、融资、外汇管理等方面享有政策支持;支持外贸自主品牌培育企业参加“精品厦门”或“品牌厦门”等海外区域品牌展会,品牌企业占参展企业总数不低于70%;外贸自主品牌培育企业优先参加由厦门市商务局或授权机构主办的外贸品牌孵化项目,优先推荐成为厦门信保“小巨人”合作示范企业,在出口信用保险限额、理赔、资信调查等方面享受优先服务支持……

此外,围绕打造多维海外服务网络,厦门在全国率先创新开展企业国际化分类定级,评定了8家A类国际化企业,推动更多优势企业和优势产业参与国际资源配置,营造有利于“走出去”的营商环境,形成集聚效应。

“外贸自主品牌培育的多元举措为企业带来了实实在在的助力。”厦门汉印电子市场总监罗微微说,通过厦门信保“小巨人”合作示范项目,信保公司调取买方的资信报告,然后申请限额,在拥有买方限额的前提下再出运,信保在买方额度方面给予了大力支持,让企业更有信心抢抓国外的订单,而对于一些不良买方信保也会及时预警,避免了损失。

周宇: 火龙果喜获丰收 游客采摘欢乐多

23日,周宁县浦源镇大丰景火龙果种植基地的火龙果喜获丰收,一颗颗火红的果实挂满枝头,吸引了周边的游客前来体验采摘。

据介绍,该基地种植的火龙果因海拔高、昼夜温差大,生长周期长达两个半月,果肉甜度高。目前已进入采摘期,主要面向游客采摘,以及承接来自上海、厦门等地的订单。今年该基地火龙果产量预计达5万多斤,年产值预计达50万元。

近年来,周宁县把特色产业作为乡村振兴的着力点,积极探索“一村一品”发展模式,充分利用田园风光,延伸农业产业功能,将果蔬采摘与乡村旅游紧密结合,以观光旅游带动水果产业发展,以产业兴旺助力乡村振兴。

本报记者 林辉
通讯员 刘志玮 李洪元 摄影报道



让夜经济助推文旅发展

□傅永彪

近期,三明市三元区的城关步行街、万达金街、捷龙广场等地一派热气腾腾的“烟火味”,夜间美食评选活动正火热进行。要使夜间消费市场再度活跃,夜经济正加速变为“热经济”,成为提升城市活力、拉动城市发展的新力量。举办此类美食评选活动,不仅能够打响门店招牌,更能在品牌获得消费者肯定的同时,获得官方的认证,对本土品牌而言,既是一次推广,也是一种鼓

励,从而做大做强本土品牌。对此,笔者认为,做大做强夜间经济无疑是件好事,但仅仅打响门店招牌还不够,还应从挖掘文旅产业新动能方面下功夫。

文化产业与旅游产业在发展中是相互渗透、相互依存、相互促进的。旅游拓宽了文化产业的市场空间,也是推动文化产业发展的

重要力量。当前,要如何“让游客想来,留得下来,下次还来、来了再来、带着人来”?这才是题

中之义,我们应更多地探讨如何用文化为旅游赋能,让一座城市变得更有吸引力。比如,每当夜色降临,流光溢彩的当地民俗文化广场热闹起来,前来拍照打卡、品尝美食的游客络绎不绝。炒年糕、麻辣拌、炸串等各类小吃应有尽有,玩具、服装、鞋包、首饰等商品琳琅满目,游人坐在摊位前大饱口福,享受着难得的闲暇时光。此起彼伏的喧闹声、煎炸声、叫卖声交织在一起,好一派

浓浓的人间“烟火气”,相信此情此景也会温暖广大游客的心灵。

夜经济的升温不仅提升了城市活力,拓展了消费空间,也让整个市区散发出“烟火气”,成为促经济、稳就业的重要抓手,建议以“政府引导、包容多元、彰显特色”为原则,以“点亮夜经济、繁华正归来”为主题,以完善设施、丰富业态、优化服务、科学管理为重点,充分挖掘夜间消费资源,提升夜间消费便利程度,做到居民有需求,服务跟得上,不断丰富人民群众消费需求。另外,还应继续深入实施服务业扩容提质战略,加快商贸、文化、旅游等消费业态跨界融合,提振消费信心,培育消费热点、释放消费活力,打通消费全链条各环节,努力把人气聚起来、商气汇起来。

“干货”足,接“地气”——

福建创新支持民营经济发展 税收服务举措

本报讯(记者 王永珍 通讯员 冯勇琦 简莉珍)23日,福建省税务局推出新一批20项税收服务举措,着力推动破解民营经济发展中面临的突出问题,服务福建实施新时代民营经济强省战略。

为以更加精准有力的举措支持民营企业发展,此前,结合主题教育活动,全省税务系统各级领导班子带队深入企业、基层调查研究,察实情、问需求。其间,还选派20名机关干部到一线开展蹲点调研,汇总梳理各类问题52个,提出工作建议91条。近日,又与省工商联联合举办民营企业座谈会,听取企业诉求及意见建议。

在今年年初推出12条措施基础上,接续推出的新20条,深入贯彻税务总局支持民营经济发展的相关政策措施,以及省委十一届四次全会精神,聚焦增强发展动能、优化发展环境、提升发展质效,拓展了提升办理效率、保障合法权益、优化执法方式、精简办理流程、促进公平竞争等税费服务内容,更好促进民营经济高质量发展。

尤其是针对当前复杂严峻外部环境下一批民营企业经营困难,福建省税务局从多个方面突破,优化创新我省特色措施,突破难点、解决痛点。

“含金量”更高。为进一步解决企业资金周转紧张等问题,着力提高增值税留抵退税办理效率,将纳税信用A级纳税人留抵退税办理时限由原来的10个工作日缩短至5个工作日以内,加快改善企业现金流。同时,积极落实福建省加快推进惠企政策“免申即享”要求,推出为符合条件的民营企业提供“自行申报、网上办理、先行享受”的“免申即享”服务,实现税费优惠政策直达快享、精准落袋。

更有温度。按照“有利于行政相对人”的原则,一方面,对涉轻微违法行为,依法从轻、减轻或者不予处罚;对已列为税收违法非正常户的,使用最低裁量基准进行处罚后,即时恢复经营主体资格,支持企业继续正常开展生产经营。另一方面,针对涉案企业易发生“办了案子、垮了企业”现象,加大行政执法与刑事司法衔接,督促涉案企业开展合规整改,尽最大可能保护市场主体持续经营。

针对部分企业在日常生产经营中,因管理不善或重视不足,纳税信用存在降级风险问题,创新推出纳税信用指标提醒预警服务,通过精准提示提醒,帮助纳税人及时识别潜在失信风险,保障民营企业充分参与市场竞争的机会。

福建首个公用型原油保税仓库启用

本报讯(记者 郑瑛 通讯员 王毅)22日,在泉州斗尾港区中化青兰山10号泊位,经泉州海关监管,1批14.2万吨的进口保税原油,顺利卸入中化泉州石化有限公司20万立方米的保税储罐,后续该批货物将根据国内外市场需求陆续分拨国内,这标志着福建省首个公用型原油保税仓库在泉州斗尾港区启用。

公用型保税仓库是指经海关批准设立的专门用于存放保税货物及其他未办结海关手续货物,向社会提供保税仓储服务的仓库,申报进入该保税仓库的进口原油,适用简化的口岸通关程序,货物可以较快地脱离口岸监管区,为企业节省仓储等多项费用,有外贸“宝库”之称。

近年来,国际原油市场波动剧烈,为规避原油价格大幅波动对采购原油成本的不利影响,降低企业原油采购成本,中化泉州石化有限公司申请将现有20万立方米的储罐申报为公用型原油保税仓库,并被列入福建省下半年重点外贸项目。6月29日企业发起申请后,泉州海关专门成立工作专班,指导企业仅用50天就完成项目行政审批、物流监控系统及保税储罐现场隔离设置、证书核发、账册设立、油气系统备案等工作,并按时投入运营。

“在设立保税储罐后,企业可以利用保税仓库特有的‘缓税’‘随用随提取、随取随交税’功能,根据原油国际市场价格波动、资金周转情况自由安排生产,降低企业生产经营成本。”中化泉州石化公司营销管理部经理黄剑锋介绍。

福建文旅(成都)推介会举办

本报讯(记者 郭斌)穿越山海画廊,相遇天府之国。福建文旅推介会23日在四川成都举办,进一步促进福建与四川在文化和旅游方面的交流合作,带动两地游客双向奔赴,让更多的四川游客开启“福气之旅”,享受“闽式生活”,也让更多的福建游客体验“安逸四川”的闲适自在,共同促进两地文化和旅游事业的繁荣与发展,为福建打造“常来常往、常来常想、常来常新”的世界知名旅游目的地增色助力。

推介会上,福建文旅重点推介了全省夏季十大精品线路,设置了“送福利”互动环节,让游客们在不同类别的旅游线路中,感受山海交融、人文荟萃的福建之美。南平、龙岩“文旅推荐官”上台推介特色文旅资源,发布相关优惠政策,向四川人民发出“来福建,享福气,自由自在好生活”的邀请。

福建与四川文旅资源各有特色,在文旅产业发展、文旅资源开发、旅游市场开拓等方面互补性强、合作潜力巨大。在推介会上,两地相关文旅企业签订文旅宣传营销战略合作意向,推动两地文旅企业合作共赢,进一步激活两地文旅市场,实现“山海奔赴,有福相见”。

扩大“朋友圈”出口拓订单

莆田涵江企业积极抢占海外市场

本报讯(通讯员 林亦霞 黄震)22日,笔者在位于莆田市涵江区的福建新亿发集团纸尿裤生产车间看到,两条每分钟生产450片纸尿裤的生产线开足马力赶制出口订单。与新亿发集团一样,今年以来,莆田市涵江区外贸出口企业主动作为,积极扩大“朋友圈”抢占海外市场。今年1—6月,涵江区实现进出口额62.65亿元,同比增长32.04%,排名莆田第一。

新亿发集团是全省卫生用品龙头企业,拥有省级功能性湿巾企业工程技术研究中心、医疗器械无菌检验室和国际GMPC认证,其生产的纸尿裤、湿巾、护理垫等健康护理用品及纸制品等家居日化护理用品,以自有品牌销往全球55个国家,且是首个畅销俄罗斯的卫生护理用品品牌。

该企业总经理沈盛元告诉笔者,在开拓海外市场,除了遵循以前传统的参加展会、线上展销外,他们还积极走到海外市场去,主动接触新客户,开发新客户,在巩固俄罗斯市场的基础上,又开辟了澳大利亚等大洋洲新市场和菲律宾等东南亚新兴市场。本月他又马不停蹄飞往美国,洽谈新客户,下一步重点开发欧美新市场。据悉,今年1—7月,新亿发集团的出口市场份额同比增长超过50%。

今年以来,位于涵江赤港开发区的启明鞋业在欧美市场的出口订单也保持稳定增长,上半年已出口近300万双一体成型的劳保鞋到美国等欧美市场,目前订单已排到11月份。“全球一件起订,48小时发货”的聚禾供应链管理(莆田)有限公司,主要从事服装服饰、鞋帽箱包、防护用品、电子3C等产品的规模化定制生产,近年来其海外订单持续攀升,目前企业开足马力生产500多款可定制化优质产品,以满足全球年轻消费者的个性化需求。

经济评弹