

全球市场需求疲弱,外贸如何稳订单拓市场?

逆风前行的秘诀:重研发、促转型、创品牌

学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育
学思想 强党性 重实践 建新功

N新华 福建日报

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?记者近日在福建一些外贸重镇采访调研发现,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。它们逆风前行的秘诀是什么?重研发、促转型、创品牌,是它们的共同特点。



「中远盛世」轮从厦门开启「中国—欧洲」班轮航线首航之旅 图片来源《福建日报》

重研发:低成本代工生产向个性化、高端化升级

在位于晋江的福建莱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,福建莱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,福建莱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奋飞,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。

新业态:

跨境直播带货海外客户“云观”企业实力

外贸新业态新模式不断涌现,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,品牌影响力也更大了。”

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,和传统直播带货不同,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。

“接下来给大家介绍的是我们最新款的纸尿裤,大家在抢购的同时点击关注就可以参与抽奖领福袋活动哦……”“6·18”电商节期间,泉州天娇妇幼卫生用品有限公司从上午9点持续至次日凌晨2点的直播过程中,顾客能够直观地看到产品的生产全过程,规模化、规范化的生产线也让顾客购买得更加安心,外贸订单量也稳步提升。

创品牌:“没有品牌就没有话语权”

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,也要加强品牌创建,提升品牌的国际影响力,推动中国产品向中国品牌转变。

体育运动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1亿多元,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”集体商标的问世给莆田鞋带来了发展机遇,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准注册。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创品牌。

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%。

更开放:

我省对RCEP其他成员国进出口破万亿

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。

据厦门海关统计,自2022年1月RCEP生效以来,截至2023年6月,福建省对RCEP其他成员国进出口10040.5亿元,占福建省外贸进出口总值的34.2%。其中出口5725.8亿元,进口4314.7亿元。

作为当今覆盖人口最多、经贸规模最大的自由贸易协定,RCEP生效实施后,福建省对RCEP其他成员国进出口呈现火热态势。

数据显示,机电产品、劳动密集型产品是福建省对RCEP其他成员国的主要出口商品,同期分别出口1979亿元、1613.1亿元,上述两种商品占同期福建省对RCEP

其他成员国出口值超六成(62.7%)。据厦门海关关税处原产地管理科科长龚新喆介绍,RCEP实施后日本已进行三轮降税,关税水平有明显下降,大幅提高了我国产品在日本的竞争力。服装、鞋靴等劳动密集型产品价格较为敏感,企业申请RCEP原产地证书的热情很高,今年上半年,上述产品的签证货值比去年同期提高58.26%,占全部签证货值的12.24%。

春江水暖鸭先知,作为市场经济中最为直接、敏锐的群体,民营企业在对RCEP其他成员国贸易中表现活跃。据厦门海关统计,2022年1月至2023年6月,福建省民营企业对RCEP其他成员国进出口5789.9亿元,占同期福建省对RCEP其他成员国进出口总值的57.7%。

新引擎:高科技应用型企业出口势头良好

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、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。

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。