

④中国消费向新而行·稳外贸扩消费

外贸内销齐发力，这些企业做对了什么？

本报记者 罗珊珊

当前，国际经贸环境错综复杂，中国超大规模市场优势凸显。应对各种风险挑战，既需要与世界做生意，降低对单一外贸市场的依赖度，也应着眼当前消费升级趋势，用好国内市场。

近年来，一些企业把握国内大市场机遇，推动稳外贸与扩消费相结合，一体化经营能力取得重要进展。这些企业如何调整策略满足消费者需求，以更好的产品赢得市场青睐，记者进行了探访。

——编者

抢抓电商渠道 实现均衡发展

如何打开国内市场销路，一直是外贸企业做好内外贸一体化的“老大难”问题。

位于浙江宁波慈溪市的月立集团，是个人护理电器制造行业的龙头企业之一。企业创立初期主要为国外品牌贴牌加工，一度将九成以上的销售版图锁定海外市场。面对国际市场不确定性和国内消费升级的机遇，2016年，企业毅然启动自主品牌发展战略，开启了内外贸“双轮驱动”的转型征程。

产品虽好，却打不开国内市场。怎么办？

电商平台提供了新路子。抢抓国内电商发展机遇，月立与天猫、京东等国内电商平台合作，快速建立国内市场渠道。更重要的是，电商平台沉淀了大量消费数据，让企业摸准了国内消费需求脉络，大大增强了客户黏性。

以理发剪、剃须刀为例，欧美市场的卧式摆放设计是为防止产品跌落损坏，但月立基于国内消费者的使用习惯，在通过严格跌落测试后，采用竖立设计。这一小小的改变，提高了产品使用的便捷性，推出后很快获得了市场认可。

2024年，月立集团年销售额同比增长21%，内销占比达到40%，内外贸均衡发展，有效化解了依靠单一国外市场带来的经营风险。

近年来，我国电子商务发挥内外贸一体化程度高、全球产业链布局能力强等优势，成为买全球、卖全球的重要渠道，也为外贸企业走近国内消费者搭建了“快车道”。

今年以来，为了帮助外贸企业更好利用国内市场，商务部开展“外贸优品中华行”系列活动，组织协会、商超、电商平台等积极开展采购对接，畅通企业内销渠道。

商务部电子商务司负责人介绍，4月以来，10余家平台落实落细订单直采、外贸专区等8项举措，吸纳超3100家次外贸企业入驻，外贸专区销售额超11亿元，直接采购约100亿元。浙江、山东、广西等省份组织电商专场活动，带动近5700家外贸企业与平台对接。

（丁茜茜参与采写）

加大研发投入

无论是做外贸还是做内销，产品是企业的生存基石。

从一台电吹风机打开海外市场，到2003年开拓国内市场创立自主品牌“东菱”，广东新宝电器股份有限公司深耕国内国际两个市场已经二十多载。

“今年一季度新宝股份营业收入38.34亿元，同比增长10.36%。其中，外销占比77.5%，内销占比22.5%。”新宝股份总裁王伟介绍，“在实际经营过程中，我们能看到两个市场所带来的互补性优势，公司的灵活性和战略

提供优质供给

腾挪空间更大。”

国内国际两个市场不同，打法自然也不同，企业如何在急速变化的市场中持续提供优质供给？

“最根本的还是产品力。”王伟坦言，“研发体系是公司赖以生存的核心竞争力，我们提出‘无创新、不立项’，每年公司会推出多款新产品。”

近年来，随着中国消费市场扩容提质，消费者对中国品牌的爱好度、选择度和口碑度都在提升。中国品牌跃升的背后，是中国企业在长期国际竞争中积累的产供销优势，是十年如

一日的创新导向、研发投入。

目前，新宝股份拥有国家级企业技术中心和国家级工业设计中心，组建新宝电器研究院，研发投入占销售额比重已接近4%。为避免盲目扩展，企业更加注重品类精耕细作，从“大而全”转为向纵深发展。

研发要以市场为导向。“在规划和设计时，要考虑到解决消费者什么痛点，在渠道和内容以及打法上产品怎么去铺开，这样整个研发才会有的放矢。”王伟介绍。

目前，新宝股份旗下的东菱、摩飞、百胜图等品牌在各自产品领域都推出过“爆款”。“未来公司将进一步通过自主品牌提升内销市场的占比。”王伟说。

洞察消费需求

在充分竞争的市场环境下，只顾埋头开发产品可不行，敏锐洞察消费需求是必修课。

一下班，陈橙就来到位于北京华贸购物中心的泡泡玛特门店。“来看看有没有新上的系列，这个MOLLY(茉莉)我已经有了，LABUBU(拉布布)最近太火了，还好之前已经入手了一个。”27岁的陈橙是品牌的忠实客户，她说：“这些IP形象，契合年轻消费者的审美，有的可爱，有的搞怪，切中了悦己消费、情绪消费等新需求。”

把握市场动向

从本土到海外，对中国消费市场新趋势的深刻洞察，为泡泡玛特的内外贸一体化之路打下了坚实基础。

企业相关负责人表示：“无论是设计、艺术，还是带给人们美好和快乐的小确幸，这些都是全球消费者的共同需求。”

在海内外多个市场，泡泡玛特旗下的LABUBU(拉布布)IP以其独特、具有反差感的精灵形象，掀起了抢购潮，有不少海外消费者甚至彻夜在门店排队等待开售。今年一季度，公司

海外业务收益同比增长475%以上。

泡泡玛特的快速发展，见证了中国新消费群体的需求：从以前更侧重商品本身的实用性，到愈发注重消费带来的情绪价值，他们更渴望通过消费获得情感共鸣与心理满足。这种对情绪价值的追逐，驱动青年消费向个性化、体验式升级，也带动潮流经济、“谷子经济”等新型消费升温。

正是精准捕捉到这一市场动向，泡泡玛特将IP定为运营核心，打造了潮流文化领域备受欢迎的IP形象及产品。截至2024年底，企业在全球30余个国家和地区，共开设超过500家线下门店和超过2300台机器人商店，并通过跨境电商触达超90个国家和地区。

超大规模市场就是底气所在

吕钟正

走进大型商超，外贸优品专区标识醒目；逛网上商城，屡屡刷到“出口转内销”商品……在各方助力下，外贸企业不断开拓国内市场。

面对复杂严峻的国际形势，国内

市场是外贸企业的底气。这里有超大规模市场，一些外贸企业喊出“14亿多人的生意足够大”；这里的消费结构持续升级，超4亿中等收入群体的消费需求正快速增长；这里有发达的物流和

④快评

电商体系，方便灵活切换两个市场；这里还有强力的政策支撑，比如推动汽车、家电等外贸企业加入“以旧换新”支持范围。

当前，稳外贸与扩消费正互相促进。国内大市场有广阔空间，做品牌、练内功，好产品会迎来新机遇。

增值税加计抵减，先进制造业企业这样申请

本报北京6月10日电（记者王观）为支持科技创新和制造业发展，根据《财政部 税务总局关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》规定，工业和信息化部、财政部、国家税务总局等三部门近日联合印发通知，部署做好2025年度享受增值税加计抵减政策的先进制造业企业名单制定工作，明确有关事项。

根据通知，进入2025年度名单的企业，应在2025年内具备高新技术企业资格，且2024年1月1日至12月31日期间，研发支出、研发人员、高新技术产品占比符合国科发火〔2016〕32号文件规定的高新技术企业条件，企业从事制造业业务相应发生的销售额合计占全部销售额比重50%（不含）以上，全部销售额及制造业产品销售额均不含增值税。

对于已在《2024年度享受增值税加计抵减政策先进制造业企业名单》中，且当前高新技术企业资格仍有效的企业，于2025年4月30日起暂停享受政策。拟继续申请进入2025年度名单的，可于2025年6月起的每月1日至10日提交申请，截止时间为2026年4月10日。

关于政策享受时限，高新技术企业资格在2025年内到期，且未在2025年内取得新的高新技术企业资格的企业，享受政策时间为2025年1月1日至12月31日。高新技术企业资格在2025年内到期，并在2025年内取得新的高新技术企业资格的企业，享受政策时间为2025年1月1日至2026年4月30日。2025年新认定的高新技术企业，享受政策时间为2025年1月1日至2026年4月30日。

5月电商物流指数较上月回升1.1点

总业务量指数创年内新高

本报北京6月10日电（记者欧阳洁）中国物流与采购联合会数据显示，5月份中国电商物流指数为111.6点，较上月回升1.1点，电商物流指数继续回升，供求两端均呈现稳步上涨态势。分项指数中，电商物流总业务量指数和农村业务量指数均创年内新高，电商物流总业务量同比增速年内首次突破30%。

5月份，物流时效指数年内首次突破100，升至101.2点，年内首次突破100点。随着物流时效指数的回升，电商物流企业服务效率继续改善，履约率指数环比上升0.2点。

从需求品类看，消费品“以旧换新”政策带动家电及通信器材类商品消费需求旺盛。“AI+”科技赋能电商物流服务升级，“无人机+骑手”协同配送模式应用场景日益丰富，电商物流“最后一公里”服务效率明显提升。

到2027年城市建筑垃圾偷排乱倒问题得到有效遏制

本报北京6月10日电（记者丁怡婷）近日，国务院办公厅转发住房城乡建设部《关于进一步加强城市建筑垃圾治理的意见》（以下简称《意见》），要求促进建筑垃圾减量化、资源化、无害化。到2027年，城市建筑垃圾全过程管理制度得到有效落实，偷排乱倒问题得到有效遏制，全国地级以上城市建筑垃圾平均资源化利用率达到50%以上，城市建筑垃圾有效治理新格局基本形成。

目前，我国城市建筑垃圾年产生量达20多亿吨。《意见》对城市建筑垃圾的产生、收集、贮存、运输、利用和处置各个环节，提出具体管理要求。

针对源头管理，要求推广绿色施工和全装修交付，将建筑垃圾减量、运输、利用和处置费用列入工程造价，实施建筑垃圾分类收集、分类处理，因地制宜推进建筑拆除与建筑垃圾资源化利用一体化。各地要落实属地政府、物业服务单位责任，引导合理设置装修垃圾投放点。鼓励采取提前预约、袋装投放、箱体收集等方式收运装修垃圾。

针对运输监管，要求各地制定完善建筑垃圾运输车辆、船舶相关技术要求，明确北斗卫星定位、装卸记录、数据传输等要求。对违法情节严重的运输单位，依法依规吊销其城市建筑垃圾处置核准证。

末端处置方面，要求各地在编制城市国土空间规划及相关专项规划时，根据需要落实建筑垃圾处理设施用地，确定建筑垃圾利用、处置固定去处。既有设施处理能力不足时，可结合实际制定临时利用、贮存设施设置方案。

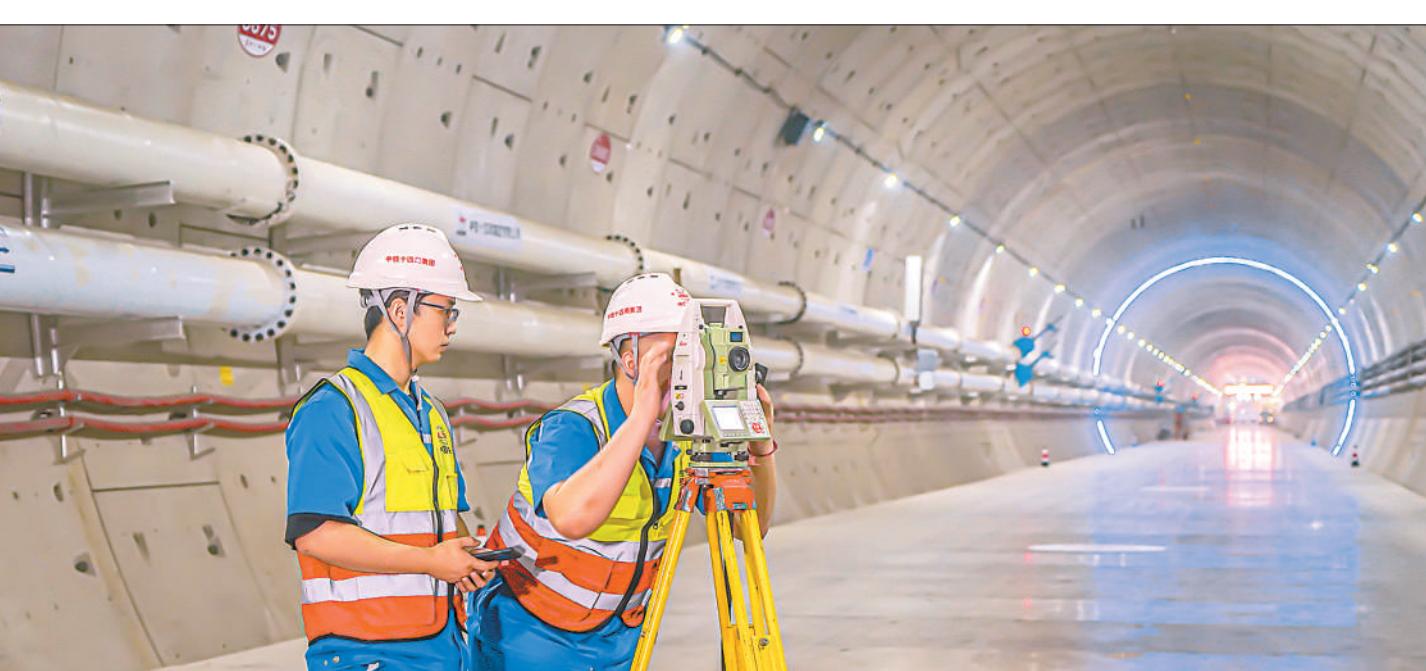
为鼓励资源化利用，《意见》明确，鼓励经营主体积极开展建筑垃圾资源化利用，加快培育产业基地和骨干企业。同时，推广产品应用，完善付费制度。按照“谁产生、谁付费”原则，建筑垃圾产生方应支付合理的建筑垃圾运输、利用、处置费用。

中国（广东）—东盟贸易促进与供应链合作机制建设对接交流会在广州举行

本报广州6月10日电（记者李刚）2025中国（广东）—东盟贸易促进与供应链合作机制建设对接交流会10日在广州举行。本次交流会由广东省政府主办，旨在进一步促进广东与东盟产业链供应链跨境合作水平，推动双向贸易投资增长。本次交流会发布多项合作成果，促成7个合作项目，涉及金额超31亿元。

2024年广东与东盟贸易总额占中国对东盟贸易的1/5。交流会当天，“粤链东盟”企业服务平台正式启用。该平台是由广东省贸促会支持省广物控股集团全新打造的“一站式”数字化服务平台，旨在支持企业“走出去”“引进来”，进一步提升广东与东盟产业链供应链跨境合作水平，推动双向贸易和投资增长。

本报北京6月10日电（记者吴燕、吕钟正、林子夜）



直播电商监督管理办法公开征求意见

进一步压实平台企业的主体责任

本报北京6月10日电（记者林丽鹂）为加强直播电商监督管理，维护广大消费者和经营者合法权益，促进直播电商健康发展，市场监管总局会同国家网信办研究起草了《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》（以下简称《办法》），10日正式向社会公开征求意见。

《办法》细化了直播电商平台经营者的责任和义务，明确了直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、信息公示等方面的责任。要求平台经营者建立健全平台协议规则，加强对直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的身份认证和资质审核，强化对违法违规行为的处置，依法依规报送数据信息，积极协助消费者维权，进一步压实平台企业的主体责任。

《办法》明确了直播间运营者、直播营销人员的责任和义务，强化直播间运营者责任，要求直播间运营者建立健全商品或者服务信息发布审核、信息公示、身份核验等制度，不得作虚假或者引人误解的商业宣传。规范直播营销人员服务机构行为，要求加强对直播营销人员的管理，建立健全直播营销人员培训、直播选品、直播纠错等制度。

《办法》强化了监督管理手段，规定了直播电商活动的管辖适用、协同监管、监督检查、信用监管、约谈与整改等方面内容。

下一步，市场监管总局将根据社会公开征求意见反馈情况完善《办法》内容，尽快出台实施，进一步健全直播电商常态化监管制度，推动直播电商健康发展。



陈睿在录制短视频。受访者供图

短视频博主陈睿用英语讲述重庆的故事

做家乡的“国际传声筒”

本报记者 王欣悦

中的搞怪幽默判若两人。在短视频中，陈睿将美式英语与重庆方言结合，独特风格吸引不少网友关注。

回忆刚开始拍摄短视频的日子，陈睿有些感慨。2022年，他在短视频平台发布的英语解说视频反响平平——精心剪辑的外国景点介绍，播放量不足百次。“内容太普通，就像在吃别人嚼过的口香糖。”陈睿说。

直到一个清晨，陈睿端着小面，突然意识到：“自己身处的这座城市，就是一部等待被翻译的立体书！”于是，他将镜头瞄准自己再熟悉不过的重庆。

在重庆洪崖洞的夜景前，账号名为“瑞哥英语”的短视频博主陈睿正用流利的英语对着镜头介绍这座城市的历史。直播间里，众多网友纷纷留言。

被网友称为“瑞哥”的陈睿，并非专职博主，而是重庆一家工程设计公司的商务总监，经常参加各类商务谈判。

当记者见到陈睿时，他正在办公室埋头处理工作，沉稳专注，与短视频

中那个搞怪幽默的判若两人。在短视频中，陈睿将美式英语与重庆方言结合，独特风格吸引不少网友关注。

回忆刚开始拍摄短视频的日子，陈睿有些感慨。2022年，他在短视频平台发布的英语解说视频反响平平——精心剪辑的外国景点介绍，播放量不足百次。“内容太普通，就像在吃别人嚼过的口香糖。”陈睿说。

直到一个清晨，陈睿端着小面，突然意识到：“自己身处的这座城市，就是一部等待被翻译的立体书！”于是，他将镜头瞄准自己再熟悉不过的重庆。

在重庆洪崖洞的夜景前，账号名为“瑞哥英语”的短视频博主陈睿正用流利的英语对着镜头介绍这座城市的历史。直播间里，众多网友纷纷留言。

被网友称为“瑞哥”的陈睿，并非专职博主，而是重庆一家工程设计公司的商务总监，经常参加各类商务谈判。

当记者见到陈睿时，他正在办公室埋头处理工作，沉稳专注，与短视频