

小家电、家具、玩具、自行车等行业的出口订单快速增长，供不应求——

这些行业出口“爆单”了！

本报记者 徐佩玉



▲11月25日，山东省青岛市即墨区即发集团有限公司的工人正在生产出口到海外市场的服装产品。

梁孝鹏摄（人民视觉）

今年下半年以来，随着中国复工复产持续推进，小家电、家具、玩具、自行车等行业出口订单明显增加。中国东部沿海多个省份出现了外贸企业出口“爆单”。

专家分析，这背后既有全球“宅经济”的影响，又有中国经济率先复苏、中国产业链完备的因素。不少企业负责人也对外贸充满信心。

“手中的订单排到了明年4月”

“我们手中的订单已经排到了明年4月。”在广东佛山，林氏木业的工厂里一派热火朝天，公司海外业务负责人罗卉告诉记者，“公司的海外业务前年开始布局，今年本来预计只做500万元的订单，没想到行情这么好，到12月份差不多能有2000多万元了！”为了更好地满足海外用户需求，林氏木业拓展版图，走出佛山，在广东多地找来了供应商专门制作公司海外订单。

今年下半年，家具行业出口订单明显增加。阿里巴巴国际站数据显示，截至10月底，家具行业交易额同比增长191%，支付订单数同比增长112%。沙发、床、办公桌椅、餐桌椅、儿童床等家具产品最受海外市场欢迎。

同样火爆的还有小家电行业。有的企业甚至无处安放出口产品，只能临时堆放在员工停车场里。广东飞鱼集团有限公司今年出口订单增长超过600%，加湿器、吸尘器等产品增长明显。艾媒网统计数据显示，今年上半年，中国电炒锅、面包机、榨汁机等出口分别增长62.9%、34.7%、12.1%。阿里巴巴国际站数据显示，空气净化器、空气炸锅、面部护理小家电以及冷柜的需求量同比增长均超过200%。

自行车也加速“骑”出了国门。上海凤凰进出口有限公司有关负责人表示，随着海外疫情的蔓延，6月份海外需求开始复苏，迎来旺季。“目前我们的订单已经排到了明年7月。11月上旬出运的现货已经被一扫而光，市场仍然火热，海外的零售价比出厂价已经翻了5倍左右。”海关总署统计数据显示，截至今年9月，自行车出口数量和金额连续5个月实现同比正增长。阿里巴巴国际站的相关数据显示，自行车行业10月份订单量同比增长220%。

作为全球最大玩具出口国，中国玩具出口在下半年同样迎来好消息。义乌速卖通玩具工厂的销量从7月份开始回暖，7月至今，4个月的销量已经比上半年增长1倍多。预计今年第四季度销量可能达到上半年的3倍。中国玩具和婴童用品协会数据显示，传统玩具7月实现出口35.4亿美元，同比增长21.2%；8月实现出口39.4亿美元，同比增长2.6%；9月实现出口41.1亿美元，同比增长7.9%。

伴随出口“爆单”的是企业“招工难”。广东、浙江等沿海地区的多家外贸加工企业紧急招工都难以完成暴涨的海外订单。

随着海外订单的增加，林氏木业各地的供应商人手出现短缺。问及企业招工情况，罗卉表示：“非常难！很多工厂只有机器没有人，工人只能两班倒。”



▲天猫海外船舶运输专线的开通，进一步推动了国货“出海”。

(阿里巴巴供图)



▲11月21日，安徽省淮北市杜集区龙湖工业园一家玩具企业员工正在赶制出口欧美市场的毛绒玩具。

李鑫摄（人民视觉）

▲河北省邢台市平乡县一家自行车企业车间，员工在加紧生产出口订单。

柴更利摄（人民视觉）

广东某小家电生产车间负责人也同样遇到“招工难”，9月份之前，生产线上大约有300名工人，虽然随着订单增加，工人已经增加到了450多名，但仍然需要工人加班加点才能完成排单计划。

中国人民大学中国就业研究所近日发布的《三季度中国蓝领就业市场景气报告》显示，三季度蓝领景气度大幅提升。中国蓝领就业市场景气指数，达到历史新高3.00，较第二季度1.55有大幅提升，也高于去年同期

水平1.83。海外需求的增加，在一定程度上带动了蓝领工人就业。

中国经济率先复苏，海外需求暴涨

“今年前3个月，受疫情影响，海外客

户担心供应出现问题，曾大量下单，但在出货环节遇到了诸多问题，例如港口封港、港口人手不够等，这个状态足足持续了3个月。随着疫情得到控制，从7月份起，海外订单开始恢复。”五金领域的济南玫德集团产品销往130多个国家和地区，公司总经理于瑞水对本报记者介绍，截至10月底，公司对美国出口订单同比增加8%，对欧洲出口订单同比增加9%，海外需求正在逐步恢复。

今年上半年，受疫情影响，中国部分行业出口受阻。随着国内疫情得到有效控制，进入下半年以来，部分行业出口订单明显增加。

国内部分行业出口火爆，首先得益于中国科学防疫，复工复产推动了经济发展。“从全球需求角度来看，受疫情影响，许多国家复工复产受阻，尤其是出口导向型的发展中国家出现订单延迟交付或无法交货。从中国自身条件来看，中国具备完整的产业链优势，还有方便快捷的交通运输条件和多层次的人力资源，综合起来使得中国出口份额有了新的增加。”商务部研究院区域经济研究中心主任张建平对本报记者表示。

分行业看，受疫情影响，全球“宅经济”爆发，刺激了小家电市场需求暴涨。同时，海外线上购物渗透率提升以及居家办公需求提升，推动了办公家具在跨境电商上的进一步火爆。

自行车方面，中国自行车海外需求一直比较旺盛。自2018年以来，已经连续2年出口量占产量的八成以上。全球疫情暴发后，健身房关闭，海外消费者对健康的追求使自行车成为重要出行工具和运动方式，自行车海外需求明显增加。

玩具方面，据中国玩具和婴童用品协会会长梁梅介绍，受疫情影响居家隔离等因素影响，亲子家庭陪伴时间增加，海外消费者对手工、益智类玩具需求增大。玩具的受众群体也逐步向大龄年轻群体拓展，一些新潮玩具日益受到年轻群体欢迎。中国玩具企业抓住这些新变化、新需求，化危为机，积极拓展国际市场。

充分利用线上平台，成为中国外贸企业在全域疫情影响下走出去的新路径。广东汕头的卓雅商贸深耕海外连锁商超市场多年，受疫情影响，很多海外线下商超无法正常营业，卓雅年初的订单一度下降了四成。卓雅总经理黎晓钊表示，后来公司将目光转移到线上，通过天猫海外平台拓销，今年7月益智早教类玩具出口到了10多个国家，工厂企稳复苏。

外贸企业看好出口市场仍有拓展空间

未来，出口的好势头能否持续？听听他们怎么说——

“明年，我们的目标是2个亿！”罗卉对林氏木业的海外布局充满信心，“从2000万元到2亿元，这就是电商的魅力。只要选对了产品，做好数据收集和调研，再配上好的运营策略，翻10倍都没有问题！”

“很多人担心拿不到货，现在都是直接下明年的订单。预计未来一年的订单量都不会缩减。”上海凤凰进出口有限公司有关负责人同样对未来信心满满。

于瑞水也表示：“今年济南玫德集团出口订单大约有3亿美元，明年将按照增长12%至15%来接单。”

“出口的好势头能否持续，跟未来全球经济发展态势和贸易发展态势、全球市场需求等，都有着很大关系。从疫情发展态势和当前全球经济衰退趋势来看，中国出口的好势头能够持续。”张建平表示。

商务部研究院姜照博士接受本报记者采访时指出，中国出口的较好势头目前来看仍然具有一定连续性。“随着RCEP等多双边协定的推动落实，区域贸易便利化水平不断提升，有利于稳定中国对周边国家和地区的出口，维护区域内产业链供应链安全稳定。另外，当前海外疫情形势仍然十分严峻，外国企业恢复生产经营秩序的难度较大，短期内中国出口优势仍将扩大。”

不过，目前全球市场发展的不确定性非常强。张建平指出，中国外贸企业应抓住当下机遇，完成出口订单。同时，也要未雨绸缪，为未来市场可能出现的变化做好准备。

“从拓展市场的角度看，中国近年来通过开放合作，不断拓展‘一带一路’市场。特别是东盟超过欧盟变成了中国最大的贸易伙伴，进一步凸显出‘一带一路’合作潜力，我认为中国在外贸市场多元化方面还有非常大的发展潜力和空间。”张建平说。

率先复苏为出口增长助力

盛朝迅

显增多，一些已经迁往国外的产业链也开始考虑回流至国内，中国在区域生产网络中的核心地位进一步增强。统计数据显示，中国前三季度与防疫物资相关的纺织制品、塑料制品、医疗器械出口金额同比分别增长37.5%、16.6%、48.2%，均明显好于预期。

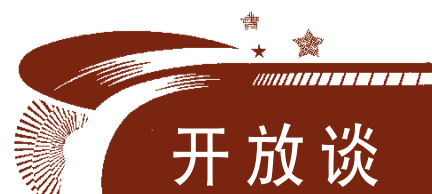
其次，全球范围内快速兴起的“宅经济”为出口增长带来强劲需求。2008年国际金融危机爆发，世界经济受到重创，但也催生了火爆的网购市场。今年新冠肺炎疫情期间，全球线上消费明显增多，“宅经济”异军突起，线上办公、线上娱乐、线上教育、电子商务、线上医疗等蓬勃发展，厨具、小家电等居家消费日用品和瑜伽服等室内运动产品需求快速增长，人们足不出户便可以轻松完成购物、办公、娱乐等活动。

第三，强大的生产制造能力和产业转换能力是出口增长的根本保证。中国是全球制造业规模最大的国家，拥有门类齐全、独立完整的现代工业体系，拥有联合国产业分类中所列的全部工业门类，涵盖了41个工业大类、207个工业中类、666个工业小类，有220多种工业产品产量居世界首位，在持续40多年的参与国际分工中积累了很多核心竞争优势，比如产业链完整的优势、综合成本的优势、配套齐全的优势、完善的基础设施和适应需求变化快速的生产转换能力等，为外贸发展奠定了坚实基础。2019年，中国有实际进出口活动的外贸企业多达49.9万家，其中民营经济占比超过51%，出口主体多元且富有活力。此外，近年来中国持续推进供给侧结构性改革，加大自主创新力度，加

快民营经济发展，促进制造业数字化高端化绿色化转型，加速产业优化升级，推动中国制造产品更好地适应世界市场需求，也为中国出口逆势增长提供了强有力的支撑。

值得注意的是，当前国际环境依然复杂严峻，不确定性不确定性持续积累，未来出口形势持续向好仍面临诸多风险和机遇，需要持续优化相关涉企服务，加大“六稳”“六保”力度，持续提升“中国制造”的核心竞争力，在日趋激烈的国际竞争中赢得先机。

(作者系中国宏观经济研究院产业所副主任)



今年以来，受新冠肺炎疫情影响，世界经济严重衰退，美国、日本、德国、英国、法国、韩国等主要出口国家的出口增速持续大幅回落。而中国前三季度出口同比增长1.8%，4月份以来月度出口增速始终处在正值区间，成为世界主要经济体中出口唯一实现正增长的国家，特别是临近年底，部分行业出口火爆，呈现逆势增长态势。这一现象产生的原因到底是什么？

首先，率先控制住疫情为中国出口增长赢得宝贵“窗口期”。源于疫情防控措施及时有效，中国生产生活秩序有序恢复，规模以上工业企业开工情况整体接近正常水平。然而，国外现有确诊病例持续大幅增长，企业停工停产现象不断增多，为全球市场货物商品的生产与供给带来大量“供给真空”，也为中国企业弥补上述产出缺口、开拓新兴市场创造了良好的条件和机遇。部分海外工厂生产中断或者原材料供应、人员流动出现困难，也导致部分企业将订单转回国内工厂生产。8月份以来中国从印度、东南亚等转移订单明