

第十九届中国国际中小企业博览会在广州举行——

中小企业“国际范儿”更足了

本报记者 王俊岭

11月15日至18日，由工业和信息化部主办的第十九届中国国际中小企业博览会（以下简称“博览会”）在广州举行，吸引了来自40多个国家、地区和国际组织的代表以及境内外1877家企业参展参会。博览会集中展示了中国专精特新中小企业的最新产品和发展成果、境外中小企业特色产品、中小企业数字化转型产品和解决方案等。

本届博览会有哪些看点？中小企业国际化发展呈现哪些新趋势？政策对于中小企业国际化有哪些新支持？记者进行了采访。



▲图为第十九届中国国际中小企业博览会期间，参观者在了解一款垂直起降固定翼无人机。据了解，该款无人机可在海拔5000米的地区正常起降，可进行物资运输、空中抛投等作业，满载航程超过100公里。 本报记者 王俊岭摄

▲图为博览会现场，两名参观者正在了解举视（上海）新能源科技有限公司带来的直流充电桩产品。 本报记者 王俊岭摄

参展踊跃，纷纷拿出看家本领

可用于物资运输的固定翼无人机、轻盈便捷的7kW单枪落地直流充电桩、动作熟练不输资深咖啡师的智能咖啡拉花机器人……在博览会现场，来自全国各地的中小企业纷纷拿出了自己的拳头产品和看家本领，展示着自身在细分赛道的竞争力。

在盛年科技有限公司展台上，一组机柜模型吸引了很多参观者的目光。随着工作人员按下启动按钮，试验台自动模拟6级地震的晃动。只见未采取保护措施的内机柜内，白色的小球来回翻滚，而另一边装有该公司抗震设备的机柜内，试验小球几乎纹丝不动。

“随着大型计算机、精密仪器设备的普及，抗震、防震、减震需求也快速提高。我们可以在大数据、能源、医疗、交通、博物馆、地下管廊等多领域提供振动控制解决方案。”公司研发副总经理、高级工程师吴道禹说，今年第二次参会，企业期待通过这个平台与来自全球多个国家和地区的伙伴进行交流和沟通，探讨合作机会，共同开拓广阔的国际市场。

还有一些参展企业，尽管没有办法将自家大型设备直接搬到现场，但也带来了丰富的实物模型、图文及动画演示。

“今年我们带来了一种新型的饮料智能电子灌装线。其可以广泛应用于玻璃瓶、易拉罐灌装生产线，具有结构简单、灌装过程卫生节能等优点。”南京乐惠芬纳包装机械有限公司销售经理叶成汝指着自家展台上的一个样本说，生产线是由很多这样的灌装单元组成的。目前，企业出口业务占比超过50%，在埃塞俄比亚、印度、墨西哥、德国、尼日利亚、巴西等地设立有分支机构。企业希望通过参加这种开放的大型展会，展示新技术、学习新知识、扩大影响力，最终提升自身的国际竞争力。

湘潭华进重装科技股份有限公司董事长彭德平说，高等级钢管是油气开发与运输所必需的组成部分，对区域发展、社会民生、产业链供应链稳定等发挥着重要的支撑作用。相比于已经处于成熟阶段的大企业，中小企业尚处于发展期，既有着体制灵活、应变迅速、创新活跃等优势，也存在附加值不够高、公司治理不完善、风险抵御能力偏弱、平均寿命较短等短板弱项。传统上，中国中小企业往往通过一般贸易、“三来一补”加工贸易、全球采购等方式与海外企业产生联系。

如今，随着中国经济发展质量的提高，有意愿、



博览会上，中国中小企业的优异表现，吸引着潜在合作伙伴的目光。博览会刚开幕，德国8 IMPACT公司合伙人斯蒂芬妮就来到了自家的展位，向来往的人们发放宣传册。册子上，“我们致力促成国际合作，以促进全球创新”的中文介绍十分醒目。“中国和德国都有着强大的制造业，双方企业在产业链上有很广阔的合作空间。我们将积极为中国中小企业发展欧洲地区业务提供专业指导和业务支持。很快，公司的另一位主要合伙人也会来到广州。”她说。

放眼长远，更早抢抓出海商机

相比于面向工业客户的企业，直接面向消费者的中小企业在抢抓出海机遇方面展现出了更强的提前布局意识。

有的打造优质自主品牌。东莞天遥科技有限公司专门生产平板电脑二合一键盘、蓝牙耳机键盘等智能终端配件。别看公司员工人数只有160人左右，其产品远销英国、美国、法国、巴西、日本等地，外销产品占年营业额65%以上。今年8月份，天遥科技与海外企业合伙开办的墨西哥工厂落成，成为企业国际化发展的又一个关键节点。

“国内白领们爱用笔记本电脑，而欧美客户更倾向‘平板电脑+蓝牙键盘’的组合。”该公司销售经理刘慧妮说，天遥科技在智能终端配件领域已经拥有了强大的技术和工艺实力，到了加力打造自主品牌的时候。“相比于以往只参加专业展，今年我们首次参加博览会，不仅为了获取订单，更希望积极寻找更多与海外伙伴深度合作的机会。”她说。

有的抢抓传统美食新商机。八宝饭、松糕、青团、豆沙粽……如今，上海青浦乔家

栅食品有限公司正着力推动一批特色传统糕点销往海外市场。尽管目前出口业务先从美国试点，但后续企业计划进一步覆盖澳大利亚、日本、新加坡、加拿大、越南等海外华侨华人较多的地方。

该公司市场部负责人王璟玮说，中国在全球各地有大量的华侨和华人，糕点又往往与传统节日联系密切。推动传统特色糕点出口不仅可以满足海外华侨华人的思乡之情，同时也能将中国本土的饮食文化向外传播。目前，上海海关所属浦东海关专门成立了出口食品工作小组，向企业详细解析中国出口食品安全监管规定和目的国进口食品通关要求，帮助企业缩短交货时间。最近，企业也正在积极研究通过参与中国国际中小企业博览会等展会加快自家美食出海步伐。

专业精、产品强、服务好、格局大、思路新……如今，中国中小企业“国际范儿”

越来越足，寻找合作机会的海外机构和企业的数量也日益增多。

美国硅谷盖亚人工智能研究院执行院长胡杰森这次参展，带来了最新的AI外教、智能学习机、智能眼镜和手表，希望探索教育领域的新商机。“现在，中国中小企业国际化发展意识和能力都很强，作为华人创业者，我想通过参展结识更多新伙伴。”他说。

“相比于其他展会，这个博览会更加聚焦于服务中小企业的国际化合作。在这里，我们可以接触到很多优秀的中国中小企业，直观地学习、了解并比较他们的产品和服务。”马来西亚对外贸易发展局副局长曼苏尔·沙阿·瓦希德对记者说，接下来，马来西亚相关部门还将推动更多企业特别是工业企业来这里寻找合作机会。

政策加码，汇聚各方支持合力

据工业和信息化部部长金壮龙介绍，近年来，中国中小企业走出一条“专精特新”发展路子，高质量发展取得显著成效。中国累计培育专精特新中小企业超过14万家、专精特新“小巨人”企业1.46万家，打造300个中小企业特色产业集群，设立15个中外中小企业合作区。

在实践中，一系列支持中小企业国际化发展的政策举措正在不断完善。比如，在政府间合作机制方面，工业和信息化部先后建立或参与了中美、中韩、中日、中欧等在中小企业领域的22个双边和多边合作机制，为推进中小企业对外交流合作奠定良好基础。推动“提高‘专精特新’能力”“推动大中小企业融通创新”“加快中小微企业数字化转型”“鼓励提供‘小快轻准’数字化产品和解决方案”等中国方案写入《2023年亚太经合组织领导人旧金山宣言》。在国际合作服务方面，工业和信息化部联合金融机构持续开展中小企业“跨境撮合”服务，截至2024年7月，已在全球以线上线下方式举办近700场跨境撮合对接会，帮助9万余家中外中小企业拓展市场。

在博览会内外，各方的努力正在汇聚成一股更为强大的力量，护航中小企业扬帆出海。

线上陪展——博览会上，陕西中小企业服务平台随当地中小企业共同参展，既为了更好搜集信息，也为及时提供服务。据该平台相关负责人介绍，陕西在能源、化工、机械、文创等领域基础雄厚，近年来来越来越多的中小企业希望尽早开始国际化发展。“我们依托政府部门的政策和机制，整合社会各类服务机构，持续为区域内有‘走出去’能力和意愿的中小企业提供法律、财务、培训、融资等方面配套支持。此次共同参展为我们接下来搭建更多中小企业国际交流平台提供了帮助。”这位负责人说。

线上陪展——今年10月底，阿里国际站升级了全流程AI产品，着力从发品、接待、营销、合规这4个中小企业出口业务关注点入手，解决制造业通过跨境电商出海遇到的难题。我们的目的，就是把外贸的门槛进一步降下来。“阿里巴巴国际站中国供应商事业部负责人刘光俊说，目前，全球贸易正在进入新一轮增长期，新能源、建材、工程机械等领域出口势头较好。阿里国际站将持续发挥自身优势，让‘人与AI’紧密配合，形成更高效的新工作方式，降低双方沟通成本、提升业务撮合效率。

提供指导——祥锦（天津）车业有限公司生产的自行车、电动车等相关产品，如今远销全球30多个国家和地区。公司总经理白学萍说，除了可靠的质量、成熟的工艺、时尚的设计等内因之外，有关部门提供的支持政策和帮助也发挥了重要作用。“比如，我们在跨境电商方面遇到困惑时，西青海关第一时间安排专人提供指导，让我们从企业注册到货物出运更加顺畅。”白学萍说，随着出海经验的积累，企业对于国际化发展的信心更足了。

“与其他展会相比，中国国际中小企业博览会为企业提供了更多跨界跨国交流碰撞的机会，为‘链接大市场、发掘大商机、找到新动能’提供了更多可能。”中国信息通信研究院广州分院副院长李耀华说，广大中小企业要利用好博览会等公共平台，用足各项“走出去”支持政策，实现更高质量发展。

扬帆出海，小企业有大舞台

彭支伟

有能力、有底气走向国际舞台的小企业不仅越来越多，而且领域覆盖更加多元。从纺织服装到零部件加工，从无人驾驶到生物医药……一批中小企业在出海实践中既收获了商机，更积累了起丰富的管理、生产、销售、融资、服务经验，加速实现了“发展支撑开放，开放促进发展”的良性循环。

另一方面，中小企业扬帆出海，也为中国更好融入世界经济拓展了潜能。

中小企业出海经营，能够在依托国内供应链优势的同时，在一定程度上降低国际贸易壁垒的干扰，在各行各业的新热点、新需求、新赛道、新模式等方面赢得先机。在“走出去”的过程中，这些企业还可以通过与全球产业链上下游大企业开展技术合作，实现自

身技术水平的精进和市场竞争力的提升，分享海外伙伴经营、技术、理念等方面的“正向溢出”效应。

与此同时，尽管中国众多中小企业已跻身国际知名品牌的供应商行列，产品质量、工艺水平、性价比都很过硬，但在自身品牌建设方面却显得不够匹配。通过提早进军国际市场，相关企业可以有更多机会在全球范围内提早塑造品牌形象，提升企业知名度和产品附加值。从某种意义上看，这有助于产业链上下游企业更容易开展深度合作，尽早将各自的特定优势整合成集群优势，通过实现规模经济来增强风险抵御能力和可持续发展能力。

扬帆出海，小企业拥有大舞台。这个舞台，既是高水平展会，更是实打实的市场空间和发展潜力。在

保持乐观预期的同时，也要清醒地看到，与发达国家相比，中国多数中小企业还存在高素质复合型人才不足、长期战略规划能力欠缺、经营管理比较粗放、技术研发和吸收能力较弱等问题。这些企业参与国际竞争时的优势，主要还是来自国内供应链带来的成本节约。为此，有关各方应当根据不同行业特点，持续性、前瞻性地为中小企业“走出去”提供支持。

令人欣慰的是，呵护中小企业扬帆出海的政策合力正变得更大、更强。人们有理由相信，越来越多中小企业投身国际化发展的浪潮，将有力地支持中国在更高层次上用好用两个市场、两种资源，最终为促进开放型世界经济作出全新贡献。

（作者为南开大学国际经济易系主任）



在今年举行的第十九届中国国际中小企业博览会上，很多中小企业都积极展示自身优势，向海外推介自己，这对于开放发展来说是一个十分积极的信号。

怎样理解中小企业加速扬帆出海这一新现象？

一方面，企业在发展早期就开始探索海外业务，证明广大中小企业发展质量较过去有了明显提高。

在中国，中小企业不仅有着数量多、分布广、竞争强、作用大等特点，而且是中国供应链体系不可或缺的重要组成部分，对区域发展、社会民生、产业链供应链稳定等发挥着重要的支撑作用。相比于已经处于成熟阶段的大企业，中小企业尚处于发展期，既有着体制灵活、应变迅速、创新活跃等优势，也存在附加值不够高、公司治理不完善、风险抵御能力偏弱、平均寿命较短等短板弱项。传统上，中国中小企业往往通过一般贸易、“三来一补”加工贸易、全球采购等方式与海外企业产生联系。

如今，随着中国经济发展质量的提高，有意愿、