

今年1至7月，中国对东盟、欧盟出口额分别增长14.8%和8.2%——

“多元化”为中国外贸增添韧性

本报记者 王俊岭

尽管今年以来，国际贸易环境不稳定不确定因素显著增多，中国货物进出口仍展现出较强韧性和活力。

数据显示，今年1至7月，中国对东盟、欧盟、共建“一带一路”国家三个口径下的出口额分别增长14.8%、8.2%和11.7%。各类经营主体积极拓展多元化国际市场正在持续为外贸增添韧性。

外贸企业拓展了哪些新市场？靠什么不断赢得新客户？对未来发展有哪些期待？记者进行了采访。

最大底气是产品品质

在浙江华发茶业有限公司生产车间，清新的茶香弥漫在空气中。今年1至7月份，华发出口茶叶货值约3亿元，主要口岸发货量同比增长超四成。

“北非、中亚等地区消费者食用牛肉、羊肉比较多，食用蔬菜较少。我们出口的珠茶、眉茶醇厚浓郁，非常符合当地消费者需求。”浙江华发茶业有限公司外贸经理陈迈平说，企业近年来发现加拿大、委内瑞拉等国茶饮需求快速增长，便大力拓展相关地区的出口。“我们通过参加国际展会及与第三方中间商合作等方式成功拓展了新的出口渠道，绍兴海关帮助我们及时了解相关国家的检验检疫标准、优化改进生产工艺。现在，我们正在加紧建设新的厂房和仓库，更好抢抓市场机遇。”陈迈平说。

从实际情况来看，出口商品品质优良是中国外贸企业拓展多元化市场的最大底气所在。“我国企业大力提升自主研发能力，加快转型升级，产品结构不断优化，技术含量逐步提升，国际竞争力日益增强。”国家统计局新闻发言人付凌晖说。

怎样扎实做好主打产品，在更广阔的市场实现“以质促量”？一些细分赛道“隐形冠军”企业的经验值得关注。

石油从开采到分馏、提纯，每一个环节都需要阀门来控制介质的通断、压力和流量。位于河北省邢台市的远大阀门集团有限公司生产的闸阀、球阀等产品远销美国、韩国、印尼、越南等多个国家和地区。

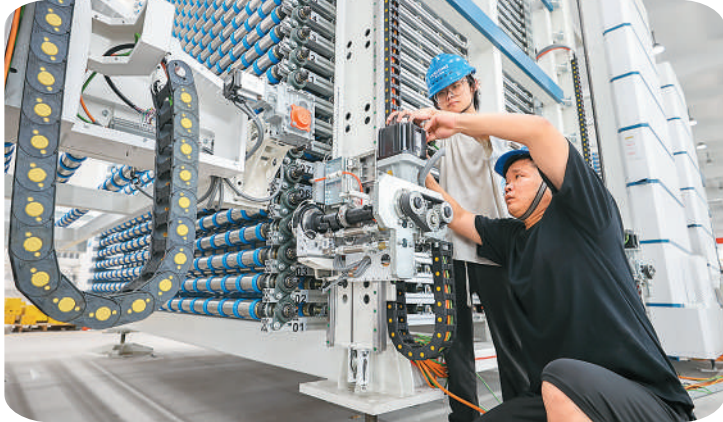
“在欧洲市场，我们优化了阀门的密封结构，确保泄漏率远低于欧盟标准，同时通过流体力学设计降低能耗，打动了不少注重绿色生产的客户。针对中东地区温差大、油气资源丰富等特点，我们采用特殊涂层的阀杆和密封件解决了当地传统阀门易卡顿、寿命短的问题。过硬的产品质量，是我们持续获得新客户的重要基础。”该公司营销经理王义明说，企业已经通过石家庄海关获得了AEO（经认证的经营者）高级认证，目前正与海外伙伴合作开发具有物联网监测功能的智能阀门，以服务更多全球客户。

“小零件”拓展出“大市场”的，还有卡箍。天津凯诺实业有限公司生产上百种规格的卡箍产品。前不久，凭借海关AEO认证和天津海关开设的上合组织国家签证绿色通道，这家企业又拓展了新客户。今年以来，凯诺实业向7个上合组织国家出口不同类型卡箍达114吨。

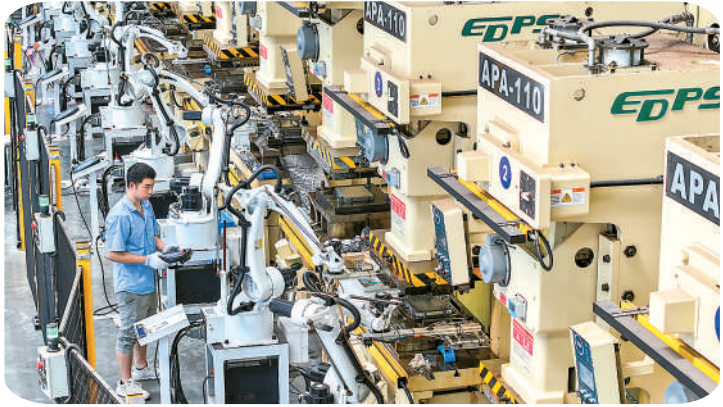
凯诺实业副总经理张璐璐说，卡箍需要在-40℃至120℃的大范围内适应各种变化。



今年以来，青岛港外贸航线数量持续增加。图为8月19日，一艘装载外贸集装箱的货轮在泊位停靠。 俞方平摄（人民视觉）



不久前，浙江愚工智能设备有限公司技术人员对拟出口美国的设备部件进行检测和调试。 姚海翔摄（人民图片）



日前，四川省华蓥市一家外贸企业生产车间内，工人正在进行作业。 邱海鹰摄（人民视觉）

目前公司的实验室是国内卡箍行业唯一一家通过CNAS认证的实验室。“有了扎实的技术，我们也加大了海外市场拓展力度。通过阿里巴巴国际站、中国制造网、抖音等渠道扩大推介，线下也不再只盯着欧美展会，而是积极走进白俄罗斯、埃及、南非等新兴市场。”她说。

用足用好开放红利

除了过硬的“内功”之外，不少企业用足用好开放红利，拓展多元市场。

木屑纷飞间，刻刀起落如舞。在吉林省四平市百隆工艺品有限公司的生产车间内，工匠们手持刻刀专注雕琢，一件件精美的木雕渐显雏形。今年1至7月，该公司木雕产品出口额同比增长21.3%，呈现“传统市场稳、新兴市场进”的特点。

四平木雕为何能够远销海外？该公司经理宋喜君告诉本报记者，公司生产的木雕既有大型动物摆件、家居装饰等纯装饰类产品，也有木制弓箭、登山杖、文具、钥匙链等实用物件。“德国、法国、日本是我们的传统主力市场。目前，我们还抢抓RCEP（区域全面经济伙伴关系协定）机遇拓展东南亚市场。比如，我们不仅在设计中融入当地文化元素，

2025年前7个月

东盟为我国第一大贸易伙伴，我国与东盟贸易总值为**4.29万亿元**，同比增长**9.4%**，占外贸总值的**16.7%**

欧盟为我国第二大贸易伙伴，我国与欧盟贸易总值为**3.35万亿元**，同比增长**3.9%**，占外贸总值的**13%**

我国对上合组织其他成员国进出口**2.11万亿元**，同比增长**3%**，规模创历史新高

机电产品出口同比增长**9.3%**，智能家居、电动汽车、工业机器人、船舶等高技术、高附加值产品保持较高出口增速

有进出口实绩的外贸企业达**65.4万家**，其中近**九成**是民营企业

数据来源：商务部、海关总署

还在长春海关帮助下积极利用RCEP原产地规则，与东盟国家企业合作采购部分原材料，从而享受更低关税。今年前7个月，我们在这方面累计享惠40余万元，进一步提升了产品的价格竞争力。”宋喜君说。

除了利用自贸协定享受减税红利之外，加工贸易电子账册等开放措施也为企业高效组织生产提供了便利。

近年来，新兴市场国家港口现代化建设及改造步伐加快，对高效、节能的智能化轮胎吊需求旺盛。今年1至7月，江苏润邦工业装备有限公司进出口总额较去年同期实现了约3倍的增长。

“目前，东南亚有近10个项目正在开展，

非洲也有一个50台轮胎吊的项目正在进行中。”该公司副总经理兼港机事业部总经理查艳介绍，企业的港机自动化解决方案，实现了厘米级高精度自主作业与复杂工况下的稳定运行，为客户打造智能、高效、安全的现代港口生态系统提供了关键支撑。

然而，高效组织生产并非易事。比如，轮胎吊在生产过程中需要用到的零部件数量大、规格多，其中一些还是单价较高的进口特种件，经常带来短期大额资金支出。借助太仓海关的支持，润邦开设了加工贸易电子账册，可以根据客户需求灵活选取原料进行生产，以加工贸易保税方式将生产所需的零部件进口到国内，从而缓解流动资金占用带来的压力。“我们计划在主要港口枢纽地区建立备件中心仓，确保关键备件快速交付。”查艳说。

“各地区各部门围绕外贸高质量发展，持续加力稳外贸，帮助外贸企业稳订单、拓市场，政策效果也会继续显现。”付凌晖说。

关乎长远的“必然选择”

拓展多元化海外市场对企业发展有哪些影响？在采访中，许多外贸人告诉记者，多元化不是“无奈之举”，而是企业发展到一定阶段的“必然选择”，关乎企业长远利益。

深圳海关数据显示，今年上半年，深圳市对欧盟出口家用电器75.9亿元，同比增长8.9%。这一成绩，离不开外贸企业对海外需求的精准把握。

记者从深圳市正浩创新科技股份有限公司了解到，受建筑结构与城市管理限制，欧洲大量老旧住宅无法安装传统空调。针对海外消费者的现实痛点，该公司推出了移动空调岚WAVE 3，在制冷制热性能、智能操控、续航能力及便携性上很好满足了海外消费者需要。目前，该公司还积极开拓东南亚、中东、拉美等新兴市场，加速提升产品在多元市场的渗透率。

厦门海关数据显示，今年1至7月，福建省对拉美进出口突破千亿元大关，其中出口505.73亿元，同比增长11.58%。其中，“121辆金龙新能源公交车批量交付智利”这样的大单看点颇多。

“这批公交车长9米，匹配了大功率电机，能适应智利多陡坡的路况，同时配备轮椅上车导板和固定设备，提升残障人士出行体验。”厦门金龙联合汽车工业有限公司董事长侯晨磊说，金龙将继续加大关键技术攻关、加快产业升级、积极拥抱人工智能，助力客户实现高效运营。同时，坚定布局全球市场，在海外市场加速推进全球化高品质的产品矩阵升级，通过国际化品牌能力建设，进一步实现金龙客车国际竞争力的提升以及全球业务的可持续发展。

与此同时，信息技术的进步，源源不断为外贸企业拓展多元化市场赋能加速。

泉州蒂万坦斯贸易有限公司总经理刘世奇告诉本报记者，长期以来，公司拖鞋产品出口的八成供应北美市场。去年开始，公司拓展欧洲市场时专门利用AI分析销售数据并设计新款拖鞋，取得了不错的业绩。目前，公司对欧出口占比已经从最初的1.8%升至40%。“现在国际贸易形势不确定性较强，‘多元布局、优化结构’是企业健康可持续发展的关键。未来，我们将借助数字化智能化技术，在服务体系上下功夫，更好满足海外买家需求。”刘世奇说。

阿里国际站整合营销负责人唐唐说，阿里国际站覆盖了190多个国家和地区，近年来在北美市场保持稳步增长和投入的同时，进一步加大在欧洲、中东、亚太等多元化外贸市场的投入。“阿里国际站的AI Agent已覆盖中小企业外贸流程的全部环节。在发品、商品运营环节，中小企业可以通过AI一键生成适配多元市场多种语言的商品图或介绍视频；在客户接待环节，AI可以帮中小企业全天候接待来自不同市场、各个时区的客户，帮助中小企业降低客服成本、提升交易效率。”唐唐说。

“我们不断拓展与更多贸易伙伴互利合作的空间。”商务部新闻发言人何咏前说，中国有信心、有底气，继续推动外贸稳量提质，并与更多贸易伙伴共同应对挑战，共享发展机遇。

“应变”“求变”是外贸企业必修课

许英明

元布局转化为可持续的竞争优势。为此，广大外贸企业要积极练好内功，提高研发水平和产品质量，加强国际贸易规则学习，完善内部管理和合规机制审查，做好“应变”“求变”这门必修课。

一方面，要以应变打出“组合拳”。要充分利用数字化、信息化手段和大数据资源，敏锐捕捉国际市场新变化和新商机，打造差异化、特色化、本地化的产品和服务。同时，注重通过海外社交媒体、跨境电商平台等新型营销渠道拓客、获客、固客，利用政府或者大企业的前置仓、海外仓、海外营销中心，持续不断地开拓多元化国际市场。

另一方面，还要借力打力扩容“朋友圈”。要积极

借助商会协会等行业组织，了解海外市场动态、政策法规要求、会展信息等，及时根据国际市场供需变化调整企业营销布局。其中，中小外贸企业还可以基于共同市场需求、优势互补、产业链协同等考虑，自发自主联合“抱团出海”，通过集拼采购、共享物流和信息渠道等方式，降低单独出海的成本和风险。

同时，各级政府部门还应继续加大对外贸企业的金融支持力度，扩大出口信用保险承保规模和覆盖面，优化跨境贸易结算方式，引导银行机构优化海外布局，帮助外贸企业切实提升抵御汇率风险、开拓国际市场的能力。

开放带来进步，合作才能共赢。中国是150多个国

家和地区的主要贸易伙伴，今年上半年对190多个国家和地区进出口实现增长。当前，中国一系列稳外贸政策逐步落地见效，中国与许多国家的经贸合作不断深化。共建“一带一路”国家、RCEP（区域全面经济伙伴关系协定）其他成员国、金砖合作机制国家等，正成为外贸企业持续深耕的重要市场。

可以预见的是，随着中国与新兴市场贸易往来更加紧密，跨境电商、市场采购贸易、数字贸易、绿色贸易等外贸新业态新模式有望持续释放活力，为开拓多元化国际市场以及外贸高质量发展注入新动能。

（作者为商务部研究院国际市场研究所所长）

