

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。“我们通过参加国外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。

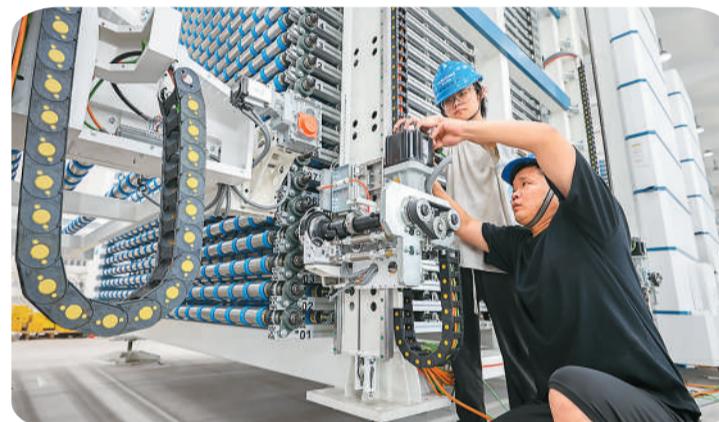
“在欧洲市场,我们优化了阀门的密封结构,确保泄漏率远低于欧盟标准,同时通过流体力学设计降低能耗,打动了不少注重绿色生产的客户。针对中东地区温差大、油气资源丰富的特点,我们采用特殊涂层的阀杆和密封件解决了当地传统阀门易卡顿、寿命短的问题。过硬的产品质量,是我们持续获得新客户的重要基础。”该公司营销经理王义明说,企业已经通过石家庄海关获得了AEO(经认证的经营者)高级认证,目前正与海外合作伙伴合作开发具有物联网监测功能的智能阀门,以服务更多全球客户。

“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°C至120°C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。 倪方平摄(人民视觉)



不久前,浙江恩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)

今年以来,面对贸易环境的急剧变化,中国持续推动高水平对外开放,全力以赴稳外贸,多措并举支持企业开拓多元化国际市场,对外贸易表现出较强的韧性。相关数据显示,中国对主要传统贸易伙伴和新兴贸易伙伴出口均保持增长,特别是新兴市场持续涌现出新的增长点。这在一定程度上抵消了部分传统市场需求下降的影响,为增强外贸发展韧性提供了有力支撑。

从微观主体来看,部分外贸企业面临订单收缩、成本上升、供应链承压、库存攀升等挑战。通过市场多元化与技术升级有效降低外部环境变化带来的负面影响,不仅是当前外贸主体面对外部环境不确定性时的“被动应变”,更是企业谋求自身长期健康稳定发展的“主动求变”。

这一过程中,外贸主体会面临贸易壁垒、信息不对称、合规风险、汇率波动、文化差异、结算受限等诸多挑战,需要企业持续深耕、系统应对,真正把多

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。

“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,要以变应变打出“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”,通过集采采购、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

和地区的最主要贸易伙伴,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)

