

华交会上,涌动外贸转型升级新能量

■中国城市报记者 王迪

上午9点,上海新国际博览中心的入口已排起长队,来自世界各地的采购商手持证件,拖着行李箱,操着不同的语言,汇入涌动的人潮;展馆内,灯火通明,人声鼎沸……近期,第三十四届华东进出口商品交易会(以下简称华交会)在上海举办,吸引了超过3300家境内外企业参展,迎来超4.6万名海内外采购商,实现意向订单金额21.95亿美元。

作为开年规模最大的区域性国际经贸盛会,华交会不仅是一个商品展示与交易的平

台,更成为观察中国经济韧性与活力、探寻外贸发展新动能的窗口。

当下,以科技创新为核心驱动的新质生产力,正以前所未有的深度和广度,融入从产品研发、制造模式到市场开拓、组织形态等多个环节。在“十五五”开局之年,涌动在华交会展馆内外的新质生产力,该如何助力我国外贸破局开新路?

技术、材料、模式迭代 催生外贸竞争新内核

“我们公司是第一次参加华交会,今年也是我们重点向

海外发力的一年。尽管过往业务以欧美市场为主,但公司今年将战略重点转向了中东地区,已积极布局多地的展会与产品认证。”在华交会医疗器械展位,上海惠美医疗科技有限公司海外市场负责人林以儿向中国城市报记者介绍道。在她的身后,陈列着获得全球首个氢氧气机医疗器械审批的氢氧气治疗仪。

“作为全球氢氧医学赛道的开创者,惠美医疗凭借超过500项国际专利、百余篇国际论文以及国家三类医疗器械证书,构筑了技术的‘唯一性’和核心竞争力。”林以儿说,“公司对海外市场非常看好、态度积极。庞大的海外人口基数和氢氧医学广谱的辅助治疗作用,为公司进一步发展提供了广阔的市场空间。”

这种来源于创新的信心和活力,也体现在其他企业身上。穿梭于多个展馆与展位之间,中国城市报记者看到,从可“四吸”的无纺布新材料,到融合了物联网技术的智能微耕机,再到加入了线上竞技功能的健身平台……创新已从展品的“点缀”变为“底色”。

宁波博孚电器有限公司此次带来的可折叠拉杆箱式走步机,不仅实现了结构上的便携创新,更在材料上利用了自主研发的结构塑料与玻纤混合方案,极大降低了噪音和重量。该公司销售总监娄静告诉记者,传统跑步机的智能化大多停留在记录运动数据或者播放线上课程层面。而博孚在此基础上做了升级——不仅开发了线上竞技功能(即用户既可以自己运动,还可以和其他用户进行在线竞技互动),还与科技公司合作,引入防作弊系统,保障竞技公平性;同时打通了“运动—积分—消费”的生态闭环,使得用户在在线竞技获得的积分可以在商城中作为虚拟货币使用,用于购买产品或服务。

“我们希望通过这种模式,把单一的健身设备升级为一个数字化运动平台,让硬件、软件和服务形成联动。这也是我们所理解的新质生产力——不仅是产品制造能力的提升,更是数字化能力、平台能力、生态能力的综合提升”娄静说。

新质生产力同样驱动着贸易模式本身的重构。上海市商务委员会副主任何冬宾在同期举办的跨境电商高层论坛上表示,上海正积极拥抱数字变革,运用大数据、区块链等前沿技术,构建海外仓综合服务平台,并通过推广“离境即退税”等便

利化措施,优化跨境电商生态。

绿色转型与市场多元化 构建外贸发展新格局

在绿色、低碳、可持续已成为全球贸易共识的背景下,除了科技创新这条主线,顺应绿色低碳发展趋势与主动开拓多元化市场,是本届华交会展现出的另一条清晰的破局路径。

中国城市报记者观察到,天然可降解面料、环保植物染料、竹制产品、环保儿童背包等展品在本届华交会上扎堆涌现,绿色产品比例显著提升。

中国纺织品进出口商会会长曹甲昌认为,在绿色贸易方面,要主动顺应全球碳关税和可持续消费趋势,建立完整的产品碳足迹管理体系,推动产品获得国际认知能力的认证;积极开发再生纤维、有机棉等低碳产品,向国际买家讲好中国纺织的绿色故事,让绿色竞争成为突破欧美绿色贸易壁垒、赢得高端订单的通行证。绿色,正从额外的合规成本,转变为企业提升产品附加值、获取市场准入的核心竞争力。

在向“绿”而行,提升竞争维度的同时,我国外贸企业也在“向外而拓”,以更灵活多元的市场布局抵御风险、创造价值。

湖北天润国际贸易有限公司总经理谢碧华向记者介绍了公司的“两步走”策略。作为一家主营节日类纸制装饰品出口的外贸企业,在稳固传统西欧市场,深化与老客户合作的同时,该公司今年将重点拓展东欧(如波兰、捷克等国家)以及日韩市场。“这些新兴市场贸易活力强、需求旺盛,是我们增量突破的关键。为此我们计划组建专门的设计和打样部门,研发更贴合目标市场审美的产品。同时,面对汇率波动和国际物流的不确定性,我们将灵活运用金融工具,并优化供应链管理,确保交付稳定可靠,让海外客户下单更安心。我们对中国传统制造品类‘走出去’充满信心,也期待通过华交会这个窗口,能够结识到更多全球伙伴。”谢碧华表示。

这种策略呼应了宏观经济层面的判断。中国人民银行原副行长朱民在华交会开幕式上深入分析了全球贸易变局。他认为,尽管面临严峻挑战,但全球贸易格局打破,对中国企业而言就是机会。关键在于实施贸易多元化战略。

此外,本届华交会也积极组织企业赴奥地利、波兰、西班牙等地开展推介,将“平台独唱”变为“展企合唱”,助力企业开拓新版图。

产业融合与人才重塑 筑牢外贸长远新根基

相关业内人士称,新质生产力的发展不是孤立的技术革新,而是深刻依赖于产业之间的深度融合、知识的高效创造与流转,以及与之匹配的新型人才培养体系。

AI深度融入,正在重构产业逻辑与组织形态。中国国际贸易学会常务理事姚大伟在同期论坛上表示,AI驱动下,跨境电商已从“流量驱动”“系统驱动”进入“智能重构期”,人才需求正从“操作型”向“策略型”急剧转型。

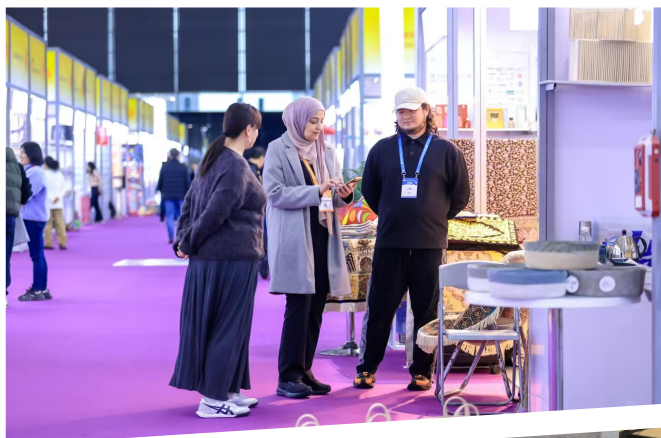
埃森哲咨询公司AI负责人汪宏强认为,AI的普及将使得未来企业的差异化竞争取决于“组织设计能力”,包括目标函数、知识结构、边界与责任、单元治理和流程结构的重新设计。他提出,如果只上线AI系统而不重构组织流程,AI应用可能会沦为“面子工程”。这要求企业必须进行深刻的组织变革,从“人拉肩扛”模式转向“人机协同”,让AI成为萃取和沉淀组织隐性知识、放大员工创造性的工具。

与此同时,新质生产力呼唤新型人才。姚大伟直言,当前跨境电商人才培养存在“错位”,课程内容滞后于行业快速变革,教师实践能力不足,缺乏真实实践平台。他呼吁进行“教学范式转型”,在课程中全面导入AI与大数据内容,利用AI进行个性化教学,并通过“校政行企”深度共建,实现产教融合。先进的教育体系能够培养出具备市场洞察、数据决策、AI工具运用和跨文化思考等能力的复合型人才。在此基础上,才能为新质生产力赋能外贸发展提供源源不断的智力支持。

在“教学范式转型”为产业未来奠基的同时,更高层面的战略布局与坚定信念,则为整个外贸行业的破浪前行指明了方向、注入了定力。上海市政府副秘书长朱民在华交会开幕式上表示,面对“十五五”时期的更高要求与外部环境的复杂变局,我国外贸要依托完备的产业链、供应链优势,加速培育壮大新业态、新模式,让新质生产力厚积薄发,高水准显现赋能作用。

第三十四届华东进出口商品交易会(华交会)现场,一名外商(中)正在向参展商了解产品信息,洽谈合作意向。

华交会组委会供图



第三十四届华东进出口商品交易会(华交会)上,宁波博孚电器有限公司销售总监娄静(左)站在已经调整好的可折叠拉杆箱式走步机上,向外商介绍产品细节。宁波博孚电器有限公司供图