

假日外贸“不打烊”：赶订单 保通畅

■中国城市报记者 王楠

今年“五一”假期,当多数人沉浸于休闲时光,我国外贸领域却呈现出一派繁忙景象。面对全球贸易环境的不确定性,多地政府、企业与海关部门协同发力,通过强化生产保障、优化物流通道、升级通关技术等举措,确保外贸链条高效运转。

4月起,在广东省广州市从事汽车零配件出口贸易的企业家冯江便频繁奔波于珠三角多地合作工厂,督促一批即将发往孟加拉国的汽车零配件的生产进度。随着交付日期日益临近,他要求工厂全力加快生产步伐。“孟加拉国的汽车产业目前正处于产能扩张的关键阶段,这批货物若不能按时交付,极有可能影响客户整条生产线的调试与投产进程。”冯江在接受中国城市报记者采访时表示。

5月初,首批汽车零配件完成生产,顺利踏上前往孟加拉国港口的运输之旅。冯江认为,在全球化竞争愈发激烈的当下,交付时效已成为比价格更为关键的竞争要素。而口岸在假期依然保持高效运转,无疑为外贸企业吃下了一颗“定心丸”。

像冯江一样,在广州,“五

一”假期前就开始忙碌赶工的外贸企业不在少数。中国中小商业企业协会副会长、美业分会会长林晓明告诉中国城市报记者,企业纷纷在此时发力,还有一方面原因,即第139届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)第三期的举办时间恰好覆盖“五一”假期。

“广交会向来是外贸企业拓展业务、获取订单的重要平台。而‘五一’假期与广交会第三期重叠的这段时间,无疑成为了企业积极对接客户、抢抓订单的黄金窗口期。”林晓明说,“在广交会的强大带动效应下,各类供采对接活动成果丰硕,仅春季花都箱包皮具供采对接会,境外采购商意向采购金额就突破3875万美元。另外,不少国产化妆品也大放异彩,凭借独特配方和高性价比备受国外采购商青睐,广交会期间咨询不断。”

除了沿海地区外贸业务繁忙,多地内陆港“五一”假期也开启了满负荷运转模式。其中,作为鲁西南物流节点的山东曹县内陆港,假期外贸出口迎来货运高峰。

为更好迎接小长假货运高峰,曹县内陆港提前统筹规划,

全体员工放弃休假、坚守岗位,在装卸作业、现场调度、流程优化及服务保障各环节,均做到紧密衔接、精准落实,保障港口有序运营。“我们不断优化装卸作业排班机制,增加装卸作业班组,精简各项工作流程。”曹县内陆港国际物流有限公司总经理任五朵如是说。

在黑龙江省,“五一”假期口岸的兴盛景象,可以说是今年一季度外贸大好形势的延续。公开数据显示,今年一季度,绥芬河公路口岸进出口商品货运量超过33万吨,同比增长2.9%;东宁公路口岸进出口商品货运量达到32.34万吨,同比增长34.6%。外贸积极的成长态势,对口岸通关效率提出了更高要求。在此背景下,“五一”假期每天清晨7时,绥芬河海关关员就奔赴一线,对出境货运车辆进行登临检查。现场有货车司机感慨道:“通关速度明显变快,再加上智能物流卡口,不用下车就能完成验放。”

黑龙江省青年企业家协会党总支副书记孙浩亮一直密切关注全省外贸的发展动态。这个“五一”假期,他格外忙碌,积极协调多家企业开展中俄外贸相关业务,同时与口岸部门沟

通对接通关事宜,助力企业高效完成货物进出口流程。

孙浩亮在接受中国城市报记者采访时指出,对中俄边境口岸城市而言,假期通常是双边贸易进一步升温的“助推器”。众多国内企业积极把握这一时机拓展业务,加大与俄方在生活、农产品、机电产品等领域的合作力度,为全年贸易增长奠定良好基础。“绥芬河等口岸在假期保持高效运转,海关等部门加班加点,通过优化通关流程、运用智能物流卡口等举措,大幅提升了通关效率,有力降低了企业运营成本,对外贸企业稳定发展、扩大规模起到了积极的推动作用。”

相较于工作日,假期我国外贸通常会呈现出哪些运行特征?对外经济贸易大学国家(北京)对外开放研究院副研究员卢福永在接受中国城市报记者采访时指出,从货物贸易周期来看,假期外贸可能会形成节前集中抢单出货、节中生产物流错峰、节后快速补单补货的特点。交通运输部数据显示,“五一”假期前两周,全国主要港口集装箱吞吐量环比增长2%以上。各大枢纽港提前部署不停工不停产方案,以保障

主要出口市场夏季备货旺季订单的顺利交付;假期中,传统制造业虽有短暂休整,但跨境电商、市场采购等新业态保持运转;假期结束后,长三角、珠三角的外贸企业迅速转入补单生产状态。各地推出的预约通关、绿色通道等举措,有效保障了时效性强的货物顺利通关。此外,短期稳外贸举措对长期稳定外贸基本盘具有重要支撑作用:一方面,精准纾困帮助中小微外贸企业保住了订单和市场份额,稳定了市场预期,同时降低了企业的经营成本;另一方面,倒逼供应链各环节提升应急保障能力,推动港口、物流、海关、商务等部门建立常态化的节假日保通保畅机制,进一步增强我国外贸供应链的整体韧性和抗风险能力。

“五一”假期刚过,外贸企业开始为“618”电商大促提前谋划。对此,卢福永建议,外贸企业要提前完成核心品类备货,根据不同市场的消费特点合理分配国内仓与海外仓库存比例,重点保障热销品类的库存。一是利用信息手段分析海外消费者需求变化趋势,提前设计符合当地文化和消费习惯的促销方案,推出差异化的产品组合;二是加强与国际物流企业的深度协同,提前锁定航空和海运舱位,预留应急运力,避免出现爆仓延误;三是密切关注汇率波动和国际物流价格变化,通过金融工具合理规避经营风险。

卢福永还建议,相关部门也要提前预判跨境物流高峰,进一步优化通关流程,适当延长通关服务时间,保障跨境电商货物快速通关。既包括加大对中小微外贸企业的金融支持力度,提供针对性的信贷和保险服务;还包括组织开展多形式的跨境电商培训和贸易对接活动,帮助企业对接海外平台和渠道。只有充分把握这一重要销售节点,才能为上半年外贸稳定增长注入持久动力。

江苏连云港：出口订单多 企业生产忙

今年以来,江苏省连云港市赣榆区的玩具生产企业订单充足,产能饱满,工人们加紧赶制海外订单,满足国际市场需求。据悉,连云港市赣榆区拥有玩具加工企业近百家,是集研发、设计、生产、出口于一体的区域性玩具产业基地。图为5月8日,连云港市赣榆区石桥镇一家玩具企业的工人在生产出口到海外市场的毛绒玩具产品。

人民图片



新能源汽车出口火热,专家:要重视“拼公关”

■中国城市报记者 王楠

在全球汽车产业向电动化、智能化、网联化加速转型之际,竞争格局正深刻重塑。中国汽车工业协会数据显示,2025年,我国汽车产销量均突破3400万辆,再创历史新高,其中新能源汽车产销量均超1600万辆。

今年以来,全国多地推出创新举措,持续升级出口模式。据中国汽车工业协会整理的海关总署数据显示,2026年一季

度,我国汽车整车出口231.2万辆,同比增长40.9%;整车进口9.7万辆,同比增长2.6%。其中,新能源汽车出口95.4万辆,同比增长116.3%,占汽车出口总量的41.2%。

针对我国新能源汽车出口规模效益稳中向好的趋势,中国公共关系协会会员、资深公共关系及品牌出海专家陈争颖在第九届ADMIC汽车数字化与营销创新峰会与第三届AOIS中国汽车品牌出海创新峰会上接受中国城市报记者专

访时分析称,当下新能源汽车市场竞争白热化,海外消费者对产品品质、品牌内涵的认知与需求不断升级。中国新能源汽车企业要想在高基数基础上继续保持强劲的外贸增长势头,就必须将品牌建设与维护置于战略高度,依托战略定位、媒体关系等多维度标准化框架,推动公共关系认知从传统执行职能向核心组织能力转变。同时,广大新能源车企业要以公共关系为基础构建,加大AI在本地化内容生产上的作用,依据不同地区文化

与消费习惯生成适配内容。

虽然当前我国新能源汽车产业呈现外贸潜力巨大的特点,但就业内看来,部分新能源车企近年来在海外初期凭借低价迅速起量,暴露出在品牌叙事和舆情风控等方面的准备不足。一旦遭遇质量争议或数据合规审查,极易引发信任危机。

对此,陈争颖建议从政府到企业,都应加快推动传播体系工具化与系统化落地。

“此前,我与一些新能源车企立足行业前沿需求,共同构建

了智能化支持体系,着力通过传播战略决策、标准化管理、舆情风险响应以及社会信任与资本市场反馈分析等关键模块,为智能化公关传播领域开辟全新实践路径。以数据为驱动,能将企业过去依赖经验的传播决策,升级为结构化、可量化、可复用的科学体系。这将助力新能源汽车企业在海外技术标准与市场波动的不确定性中,作出稳健的沟通决策,从而为‘出海’营造良好传播环境,持续提升品牌的国际影响力。”陈争颖说。