



外贸转型还须加把力

李予阳

外贸冷暖的真实情况反映在今年秋季广交会上,就是采购商人数不算多,但下单的意愿比去年高,欧盟、美国等发达经济体订单出现复苏。出口商普遍反映,虽然订单较去年同期有所增长,但利润空间进一步压缩,金额小、周期短、促销品多已成为企业接单主要特点。这表明,欧美等传统出口市场出现回暖迹象,但不十分明显,外贸复苏基础尚不牢固。另外,人工成本增加、人民币升值以及贸易摩擦等仍是影响出口的不利因素。

今年以来,国内外经济形势错综复杂,上半年进出口增速波动较大。中国政

府及时出台了促进进出口稳增长、调结构的政策措施,提振了企业信心,推动外贸增速企稳和质量效益提高。第三季度外贸增长比上半年有明显改善。据预测,第四季度进出口将保持稳定增长态势,全年中国出口占全球贸易份额有望继续小幅提升。

当前,随着国家出台一系列促进外贸发展的政策措施,贸易便利化水平不断提高,不少企业主动转型升级,自主品牌出口持续扩大,我国正在孕育出口竞争新优势。尤为值得关注的是,跨境电商业务正在影响传统的外贸模式,为外贸发展注入新动力。今年春季广交会上,有关专家对

1009家外贸企业进行的问卷调查显示,与传统外贸形成鲜明对比,中国企业跨境电子商务、尤其是小额外贸电子商务近年来保持快速增长。此次秋季广交会上,提供一站式服务的跨境电商平台继续受到青睐,不少企业尤其是中小企业正在改变交易模式,通过跨境电商平台来降低成本,缩短运营周期,也弥补自身资金缺乏、订单较少的不足。跨境电商等新贸易方式为外贸带来新的增长点,并有望进一步发挥“中国制造”的产品优势,促进“中国制造”向“中国营销”和“中国创造”加速转变,推动对外贸易转型升

级。必须密切关注转型中的新动向,及时出台政策措施,巩固向好势头,培育新优势。

我们要清醒地看到,外贸发展面临的外部形势依然严峻复杂。下一步,还要多措并举并稳定进出口增长,加快推动外贸转型升级。大力培育外贸竞争新优势,支持跨境电商等新型贸易方式和外贸综合服务企业发展,增强中小民营企业拓展国际市场的能力;鼓励企业加大技术创新投入,提高产品质量档次,打造国际知名品牌,建设国际营销网络;进一步扩大进口推动对外贸易平衡发展。



快递行业备战“双11”

本报记者 刘晓峰

近日,京东商城“迟到的剃须刀”、“迟到的防晒霜”两侧广告让消费者在忍俊不禁的同时也感受到“双11”大战浓浓的火药味。

去年“双11”,阿里巴巴旗下电商平台191亿元销售额十分抢眼,但随即引发的快递“爆仓”也让众多消费者抱怨不已。所以电商们今年不仅继续亮出价格杀手锏,又开始拼起了物流速度。“双11”大促,也成了物流的竞赛。“不光低价,才快痛快”,一句话让大家看清,成交量很重要,但物流更重要。

据天猫预测,今年全国网购总额可能会超过300亿元人民币,比去年增长近60%。而国家邮政局也预测指出,11月11日至16日6天时间,全行业处理的快件量将超过3.23亿件,其中最高日处理量可能突破7000万件,相比去年最高日处理量3000万件翻了一番多;6天时间日均处理量超过5300万件,对比今年以来的全行业日均处理量2500万件,增长幅度超过110%。

“双11”前后,电商集中促销造成快递需求短期内急速增长,使快递企业的网络处理能力面临巨大压力,这已成为对物流快递整体运能的一次大考。据中国快递协会常务副会长李惠德介绍,今年,13家主要快递公司更加注重信息系统、自动化分拣、安检等设备的优化升级,仅硬件方面的投入,每家均在10亿元以上。其中包括新增和改扩建分拨中心150多个,增加操作场地超过200万平方米,新增干线车辆约4000辆。

除了场站扩容和人员增配,各大快递公司还在运输方式上动起了脑筋。据不完全统计,各大快递公司征调100多架飞机解决“双11”当天货运的问题,还有至少5家快递公司参与了高铁物流运营,解决中心城市之间的快速物流。13家主要的快递企业还将增开、优化调整线路近千条,并采取直达不中转、网点自跑、客户处直发等非非常规路由方式,及时分流货物,减轻中转部位压力。运转中心操作工和末端派件人员投入较2012年增幅超过60%。各公司大型分拨中心均实行全天候分拣,24小时不停工。

据国家邮政局市场监管司司长王丰介绍,为保证“双11”期间全网运行不瘫痪、重要节点不爆仓,国家邮政局10月初就成立了旺季保障领导小组,协调上下游企业之间进行充分的信息对接,预测销量,研判能力,确定了“错峰发货,均衡推进”的分流调节原则。

据了解,在京沪穗深等13个邮政、快递企业重点分拨中心所在城市,邮政管理部门将加强与电商平台派驻当地的工作团队建立沟通机制,加强协调,互通信息,有效做好本地区的网络调度处置工作。同时,在22个网发件集中的城市和130个快件进口量集中城市,邮政管理部门通过已延伸到市(地)一级的邮政市场监管信息系统,视频监控主要企业分拨处理现场情况,实时掌握各主要线路的快件流量流向,指导企业做好快件疏通和投递工作,避免出现“上游集中放水,下游快件爆仓”问题。

国家邮政局还在全系统扩容了消费者申诉受理系统,增加了受理人员,畅通申诉渠道,及时妥善处理消费者反映的服务问题,维护消费者合法权益。

看起来方方面面都已未雨绸缪了。“双11”大战即将打响,快递物流到底表现如何?等着看吧。

外贸市场乍暖还寒 企业仍需强筋壮骨

本报记者 亢舒



广交会历来被视为外贸的“晴雨表”和“风向标”。今年以来,国内外经济形势错综复杂,欧美等传统出口市场的回暖迹象仍不明显,新兴市场的外贸增速仍持续放缓,对外贸转型已经迫在眉睫。国家出台一系列促进外贸发展的政策措施,广大外贸企业积极转型升级,为我国外贸企稳回升贡献了力量——



第114届广交会于11月4日落下帷幕。广交会新闻发言人刘建军4日说,第114届广交会采购商与会人数基本保持稳定,境外采购商与会189646人,来自212个国家和地区,与会人数比第113届减少6.5%,比第112届微增0.1%。从成交额来看,累计出口成交1946.1亿元人民币(折合316.9亿美元),与第113届相比下降10.9%(扣除汇率波动因素),与第112届相比下降3%。“环比和同比都下降,表明世界经济的复苏仍是一个不确定和不稳定的过程,这对中国对外贸易的稳定和发展形成严峻挑战。”

外贸形势仍不稳定

对发达国家外贸回暖、对新兴市场国家增速放缓、短单居多长单偏少……预示着外贸形势仍不稳定

“美国、欧盟、日本等发达国家市场虽然有所回暖,但新兴市场国家经济增速明显放缓,并且普遍出现了资本流出、货币贬值、通货膨胀加剧、经济增速下滑等现象。”商务部新闻发言人沈丹阳在上月举行的商务部月度例行新闻发布会上说。这一情形在广交会上得到了印证。数据显示,本届广交会对欧盟、美国、日本成交环比分别下降8.3%、增长1.7%和3.5%,同比分别下降2.4%、增长11.8%和42.8%;对金砖国家成交环比下降17.2%,同比下降12.2%;对中东成交环比下降23.2%,同比下降15.5%;对东盟成交环比下降3.6%,同比下降2.1%。

外贸形势不确定性在广交会上还体现在短单居多而长单偏少。本届广交会的成交订单中,3个月以内的短单占48.9%,3-6个月的中单占34.9%,6个月以上的长单则仅占16.2%。

最近,国际货币基金组织和世界银行都把2013年全球经济增长的预期调低。沈丹阳表示,近期,特别是9月份我们对新兴市场的出口增速下降明显。今后几个月我国外贸仍将面临着新兴市场进口需求明显不足的严峻考验。

同时,因为人民币升值、劳动力成本上升等因素造成的出口综合成本的攀升继续在困扰着企业。

“从商务部最近对全国1900多家重点外贸企业的调查数据来看,企业出口订单

在前期短暂回暖以后,近来再度出现了一些反复。其中,对新兴经济体的出口订单波动特别大,企业信心也同样出现了一些波动。”沈丹阳说。

企业做强自主品牌

越是在外贸形势不好的时候,越应该苦练内功、提升管理效率,促进企业发展的转型升级

外贸形势复杂多变,外贸企业是不是就只能束手无策,坐等形势好转的一天?从记者在广交会采访的情况看,总体而言,重视新技术、新设计、新服务模式的企业,经营情况相对比较乐观。很多企业也积极想办法,应对外贸形势的复杂多变。

一棵黄麻与椰丝热熔合成在一起,制成2厘米厚的床垫材料后,立即身价倍增,仅仅推出半年时间,就有来自世界各地60多家床垫生产厂家争先预订,订单已经排到年底。同一材料,摇身一变即成建材,可作墙纸和地板。江苏紫荆花纺织科技有限公司历经10年,投入2亿元进行研发,终于在去年推出了绿色新材料。正是从技术研发着手,紫荆花公司成功实现了转型突围。

广州番禺明珠钟表有限公司今年的成交量超过历届。这家企业的拳头产品就是钟表的机芯——机芯,每年几百万元投入到研发生产中,拥有多个生产基地和强大的研发团队,旗下拥有多个自主品牌的机芯。展位工作人员自豪地介绍说,广交会参展同行中就有众多企业采用他们的机芯,仅机芯一项每月销量达300多万个。

如今,越来越多的企业注重树立自己的品牌,提升产品价值,而不是一味地做代工、搞贴牌了。卓艺工艺品有限公司主要生产时尚日用陶瓷。前来参展的企业有关负责人告诉记者,2009年,卓艺在伊朗开设了自己的品牌专卖店,在与法国最著名的百货公司老佛爷百货公司的合作中,卓艺的品牌标识也开始出现在产品上,告别了“贴牌时代”。

“越是在外贸形势不太好的时候,越应该苦练内功,从创新研发、品牌建设,以及提高产品质量和提升管理效率入手,

促进企业发展的转型升级。”记者采访发现,这已经成为众多外贸企业的共识。

电子商务分量加重

跨境电子商务等新型的贸易方式为外贸带来了新的增长点,对推动对外贸易转型升级功不可没

今年7月底,国务院办公厅发出《关于促进进出口稳增长、调结构的若干意见》,本届广交会上,众多企业纷纷表示,“国办83号文”给企业带来了不少便利。

“过去,羊绒制品在出口时需要商检,现在只需要抽检,在商检那边报备即可,非常方便,不管是时间还是工作效率都大大提升。”内蒙古维信羊绒集团总经理郝松林说。“一次申报、一次查验、一次放行”,企业的通关速度将大大提升,提高工作效率的同时也降低了企业的成本。”陕西省万安药业有限公司海外业务总监张珣表示。

“从广交会电商平台访问情况来看,第114届广交会期间,平台页面总浏览量达538098次,比上届增长22倍。这表明创新的贸易形式和手段,是应对当前外贸困局的一条重要出路。”刘建军说。

在对外贸易中,跨境电商有望扮演越来越重要的角色,跨境与卖家无需见面,通过互联网便可完成选购产品、下单、付款和收货一系列程序。

基于互联网的创新模式,从在线供应链中获取生命力和利润空间的外贸电商可以成为中国外贸创新的又一重要原动力。今年9月《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》出台,对跨境电商的支持和监督有了明确的指导政策。

上海自贸试验区的成立对当前我国外贸转型升级也是重大利好。这不仅是我国投资贸易体制继续加入WTO之后,在更高水平上与国际规则再次接轨,也能够推动国内国际间产业结构进一步调整、转移和升级以及出口产业和产品结构进一步优化,提升我国企业在全价值链中的地位,从而增强“中国制造”的国际竞争力。

强研发 重设计 树品牌 纺织服装企业奋力突围

本报记者 郑杨

在第114届广交会上,记者采访多家纺织服装企业发现,面对生产成本上升、人民币持续升值、外需不振和同质化竞争加剧等困难,强研发、重设计、树品牌已成为多数企业的共识。

在鲁泰纺织股份有限公司展位,工作人员向记者展示了公司的新成衣产品:雪棉衬衫、立体免烫衬衫和生态无缝线衬衫。“近些年公司主打研发‘科技衬衫’,目前这3个新产品都申请了专利,是我们的独家技术。”

鲁泰公司负责人牛亮介绍,公司非常注重前期的设计研发,不仅在国内拥有20多位设计师组成的设计团队,本月还将在意大利米兰成立自己的设计公司,从当地聘请设计师。鲁泰现在在贴牌代工和做自主品牌“两条腿”走路,但即便是为欧美、日本客户生产贴牌衬衣,鲁泰也不是在拿到客户的样板后直接加工生产,而是加入了自己的设计元素,“产品里融入自己的设计,附加值比普通贴牌企业要高,可以提高客户的忠诚度。”牛亮说。

泉州红瑞兴纺织有限公司主要做户外运动服的出口,“以研发带动品牌建设”是其秉持的理念。“只有新颖的产品才能吸引客人。”红瑞兴外贸部总监陈福彬告诉记者,红瑞兴早在2000年就开始做自主品牌出口,目前自主品牌出口已经占到出口总额的15%至20%。

“出口自主品牌的利润点能够达到30%,而一般贴牌生产的运动衣的利润点则在10%到20%之间。”陈福彬说,两年前公司在俄罗斯还只有20多家专卖店,现在已经近100家。拥有了自主品牌,也使得更多的俄罗斯客户慕名找到红瑞兴寻求合作,陈福彬表示。

“但是做自主品牌也有自己的难处,主要是专卖店的店面装修、后期终端服务等比较难跟上。”陈福彬感觉,企业要想做大做强国外市场的自主品牌,还得接受从生产、销售到后期服务方方面面的更大挑战。

低成本航空准入门槛降低

本报北京11月5日讯 记者冯其予报道:中国民航局副局长夏兴华在今天召开的低成本航空运输研讨会上表示,我国将进一步鼓励设立低成本航空公司。

夏兴华表示,我国将完善相关规章,进一步降低设立门槛,简化审批手续。支持大型骨干航空公司设立低成本航空子公司,拓宽市场资源,满足市场需求。充分利用地方发展民航的积极性,鼓励民间资本和其他社会资金投入低成本航空领域。

夏兴华认为,目前我国民航正实施民航强国战略,其中之一就是实施大众化战略,核心是使民航从提高高端型消费向满足大众经济型消费扩展,让社会大众能够享受到安全、便捷、经济的航空客货运服务,提高民航服务的覆盖能力,实现“县县通、及时达”,使民航成为大众化的出行方式。

夏兴华还表示,民航部门要破除体制机制障碍,明确政府职能定位,继续简政放权,减少行政审批,支持和促进低成本航空的发展。



马年金银生肖产品上市



11月5日,工作人员展示2014年马年贺岁生肖系列产品。当日,由中国印钞造币总公司发行的马年贺岁生肖系列产品在北京菜百上市。 新华社发

如何看待当前经济形势

本版编辑 于泳 美编 夏一

本版邮箱 jrbjrcj@163.com