

助推加工贸易产品“全球行”

——2014中国加工贸易产品博览会综述

本报记者 庞彩霞 郑杨

6月18日，国内唯一直接服务于加工贸易转型升级的国家级博览会——2014中国加工贸易博览会在广东东莞市开幕。

在经济形势复杂多变的当下，今年的加博会成为全国加工贸易产品内外销市场对接的一场盛宴，共吸引了1210家知名企业和过万种国际品质的产品参展，6300多家国内外采购商、1.6万多名专业买手赴会采购。

被誉为加工贸易企业转型升级“良师益友”的加博会，今年在展会功能上也力求实现“转型升级”，通过对一系列新模式的探索，希望能助推“中国制造”产品“全国行、全球行、网上行”。

转型升级，拓展会经济

重仅2.8千克的儿童推车，能实现“傻瓜式”加粉的环保硒鼓打印机……在加博会展馆中的“精品馆”，来自158家企业的286件特色精品，以新颖的设计、创新的技术、独特的功能成为采购商们追逐的目标。

而在整个展馆，家电电子、服装鞋帽、食品饮品等展区的2500多个展位中，数万件加工贸易产品，更是让人目不暇接。“为了让展会进一步向专业化发展，今年我们的展区设置更加完善，除了产品展区，还有电商展区、工业设计服务区、采购洽谈区等综合服务区。”加博会组委会有关负责人介绍。

近几年，我国加工贸易企业经历了漫长的“严冬”。为了尽快形成竞争新优势，广大加工贸易企业开始了艰难的转型升级历程。

创办于2009年、前身为广东外商投资企业产品博览会的加博会，及时扮演了加工贸易转型升级“助推器”的角色，并于2012年升格为国家级展会，由商务部、人力资源和社会保障部、环境保护部、海关总署、质检总局、知识产权局和广东省政府共同主办。

“在各方的共同努力下，前两届加博会取得圆满成功，累计达成商贸项目13000多个，意向成交金额1450多亿元，充分展示了我国加工贸易发展的最新成果，有力推动了加工贸易稳定发展和转型升级。”广东省副省长招玉芳在开幕式上总结。

今年，加工贸易发展的道路依然不平坦，面对东南亚国家的竞争、发达国家制造业回归的双重压力，相关企业转型升级的愿望更加强烈。

正是在这种形势下，本届加博会的招商招展实现了“双增长”。一方面，招展成效超过了预期，全国共有1210家企业报名，申请展位2811个，增长12%。另一方面，采购商数量也创新高，到会的采购企业达6300多家，比上届增长14.5%；专业买手16200多名，增长35.5%。在全国连锁100强企业中，有44家到会采购，包括苏宁云商、华润万家等。全国百货50强企业中，有28家到会采购，包括北京王府井、万达百货等。

顺应广大加工贸易企业的新需求，



6月18日，在2014中国加工贸易产品博览会上，参展商向前来采购的商家展示自己的最新产品。

本报记者 庞彩霞摄

2014年加博会在服务上进行了全面“升级”：突出电商平台作用，帮助企业借道电子商务实现“全国行”、“全球行”；为企业提供从内销政策到内销业务的全面辅导，使其内销对接更加便利；举办23场丰富而具实效性的配套活动；设立知识产权保护专门机构，为产品专利保护提供更深入的咨询、诊断服务……

珠海市火车头设计公司已经参加了两届加博会，董事长施美景说：“加博会办展水平明显提升、越来越好。加工贸易今非昔比，企业的实力、素质，产品的质量、档次，都有了跨越式发展，对火车头设计公司来说是一个很好的寻求合作共赢的平台。”

设计辅导，助力“全国行”

在长谷川金属制品有限公司展位，摆放着各式精美的园林用梯、家用踏台等铝制梯子。该公司上海分公司总经理金谷浩之告诉记者，公司年产各类梯子数十万个，约95%用于出口，每年出口额2400万美元。受国外市场萎缩的影响，公司在2010年开始重视中国国内市场，未来2年内希望实现内销3000万元。

如何实现这一目标？金谷浩之说，公司专门设立了针对国内市场的设计研发部门，还从日本总公司请来2位设计师，对产品的样式、颜色进行改进，以迎合中国消费者的爱好，去年展会最后一天的公众开放日，长谷川数百个展品都被消费者抢购一空。今年展会，很多采购商也都是专程为长谷川而来。

本届加博会上记者发现，类似长谷川

这样的企业还有很多。对于刚启动转型不久的加工贸易企业而言，工业设计是一道难以逾越的门槛。

“工业设计对于企业建品牌、转内销太重要了。”香港家私协会主席黄进宝深有体会。他说，过去的消费者对家具的认识很简单，没有太多的要求，但现在产品必须要有很强的原创设计能力才能打开市场。更重要的是，过去企业接外单的时候，设计环节是外商决定的，现在则需要根据国内市场和消费者需求进行专门设计和定制。然而，企业要想实现与高端设计资源的对接，非常不易。

在今年的加博会上，企业对接高端设计资源则变得非常轻松，因为展会特别设立了工业设计服务区，邀请广东华南工业设计院、香港生产力促进局、深圳市设计联合会等20多家境内外优秀设计机构参展，为企业提供工业设计与支援服务。

为了更好地帮助企业提升研发设计能力，拓展内销，实现产品“全国行”，本届加博会还举办了一系列讲座，邀请华南工业设计院院长杨向东教授等知名专家，对企业进行面对面辅导。“讲座很精彩，公司对增加研发设计投入坚定了决心。”一位参展商这样对记者说。

广辟渠道，探路“全球行”

受益于历届加博会，今年展会上，欧洲第一、全球第二的跨国零售企业法国家乐福集团继续前来“寻宝”。

“加博会展示的商品有服装鞋帽、电子产品、日化用品等，与家乐福卖场的品

类基本一致，因此我们高度关注加博会，每年都能在这里发掘到好产品。”一位家乐福采购人员说。

沃尔玛等知名国际采购商也出现在本届加博会上。广东省商务厅副厅长吴军认为，本届展会初步展现了国际化的潮流，这与办展的初衷越来越吻合，即促进加工贸易企业充分利用两个市场、两种资源。

为了在“全国行”的基础上推动加工贸易产品“全球行”，本届加博会增加了境外采购商邀请，目前有巴中贸促会等8个国家、13个境外采购团参展。马来西亚中国总商会会长黄汉良、印尼中华总商会会长熊德龙、香港工业总会主席刘展灏、巴中贸促会会长王奠兴等都出席了本届展会。

但要实现真正意义上的“全球行”，还需开辟更广泛的渠道。跨境电商就是加工贸易产品走向世界的一个最好通道。“电子商务催生了真正的流通变革。‘中国制造’不但通过对外贸易，也正在通过网络渠道在国际市场上展现魅力。可以说，网络零售真正实现了内外贸一体化。”参加此次加博会“中国制造产销对接方式探索论坛”的上海商学院教授顾国建说。

为了利用好跨境电商，加快加工贸易产品“全球行”，本届加博会邀请了亚马逊、ebay、敦煌网、盛世华通等知名电商参会；同时，推动跨境电商依托珠三角制造的优势，结合东莞邮政跨境电商园在电商仓配、第三方代运营服务、品牌孵化、货源采购等方面优势，推动加工贸易产品实现跨境贸易。

本报记者 郑杨

特写

“线上线下互动展电商专区”网店采购商云集——

“加博汇”里学“触电”

6月18日一早，加博会刚刚开幕，本届展会新设的“加博汇线上线下互动展电商专区”就热闹非凡，来自全国各地的淘宝店主、网络卖家、大学生微店长等网络采购商们汇聚在此，参加微商城平台丰富多样的线上线下互动体验活动。

来自广东东莞市轻工学校2012级的学生张婷，刚刚注册了“加博汇”微商城会员，成为一名微店长。她和几位同学认真地在微商城展区挑选商品，准备回校去卖。“我主要想挑一些护肤品、文具、小首饰之类女生喜欢的东西。微商城这个平台很好，为我们提供了一个零成本、零门槛的平台，有机会实现自己的创业梦。”张婷说。

加博会的官方电子商务平台“加博汇”在去年创建，不但使加博会实现了“永不落幕”，也使加博会具有了助推加工贸易企业“网上行”的新功能。自去年上线运营成功后，今年“加博汇”又引入了更多电商元素，新增了微商城平台，以微信推广等新模式，帮助加工贸易企业开拓手机网络终端消费市场。不论是大学生、

白领还是自由创业者，只要在微商城成功注册，大量国际品牌加工企业的创意产品就可以任意挑选，轻松实现创业。据介绍，未来手机微商城希望借助近10万名微店长，直接将优质、时尚的产品推送给亿万手机终端消费者。

事实上，本届加博会早在推介招商阶段，便提出要充分发挥“加博汇”电商平台作用，加强“线上线下”互动联展，实现产品“24小时”全国、全球展示销售的功能。截至目前，“加博汇”已进驻企业517家、网络卖家注册近3万家。记者在“加博汇”电商展区看到，占地达2000多平方米的展区中人流不息，线上线下供销双方首次实现了全方位联动。

据介绍，为了给品牌供货商与采购商打造一场最有实效的对接会，“加博汇”在招展期间便在各大产业带举办了23场招商推介会。同时，通过与广东淘宝等第三方平台的合作，广泛邀请了近万名网络店长，并发送定点微信邀请信息，邀请大学生微店长前往参观、采

观点

“内外兼修”

提升加工贸易

庞彩霞

改革开放以来，中国加工贸易顺应国际分工的发展趋势，从无到有、从小到大，在外贸格局中几乎“三分天下占其一”，在沿海东部的东莞和苏州两个城市中，加工贸易经济几占“半壁江山”。但由于处在国际分工产业链的低端，加工贸易基本上是贴牌生产，技术含量和附加值较低，增长数量与增长质量不平衡。数据显示，今年前5个月，我国加工贸易进出口占我外贸总值的31.6%，较去年同期下滑1个百分点。

面对挑战，各地政府和企业同心协力加快提高创新能力、调整产品结构和市场布局。在加工贸易密集区，同时也是加工贸易转型升级示范基地——苏州和东莞两市，我们看到转型升级成效正逐步显现。

为攻克产品低端的难题，苏州市的企业通过多种举措来提升产品附加值。如提高产品技术含量，把有创新成分的关键部分申请专利和注册商标，使企业拥有更多的自主品牌和自主知识产权。以科沃斯机器人科技(苏州)有限公司为例，该企业从加工贸易起步，依托技术创新和创立自主品牌，现在已占据国内“智能清洁机器人”90%以上的市场份额，并在法国、德国等国家建立了销售网络或分公司。

近年来，加贸企业转内销已渐成趋势，然而在这一转型过程中，加工贸易中小企业大多面临着难以与国内零售企业对接、通道成本过高、配送难和贷款回笼难等问题。针对这一现实，东莞市及时推出《东莞建设加工贸易中小企业内销综合服务体系》，并构建破解企业内销障碍的一揽子政策体系，帮助企业尤其是中小加工贸易企业创品牌扩内销，力争在中小企业拓展内销市场上谋求突破。

按照“使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用”的思路，近年来，东莞市已构建起包括举办加博会、提升“大麦客”特色商贸平台、鼓励企业抱团参加境内展会等多种渠道的内销对接平台，促成中小企业抱团与各类市场销售主体进行产销对接，构建多元内销发展格局。得益于加工贸易转型升级，今年1月至4月，东莞市外贸进出口474.3亿美元，同比增长5.2%。

未来一段时期，要推进我国加工贸易转型升级，从短期看应立足于支持和引导加工企业提升自身技术含量和产品质量，逐步向价值链高端环节拓展和延伸，加快建立国内外市场销售网络，并有序推动向中西部地区转移，为实现加工贸易管理和一般贸易管理相统一创造基础条件。应在现有管理体制框架下将政策的重心放在提升加工贸易企业的国际竞争力上。

从中长期看，相关政策应立足于从资源要素禀赋角度进一步培育和提升我国对外经济合作与竞争的新优势，逐步实现加工贸易管理和一般贸易管理的规范化和统一。

链接

东莞海关：

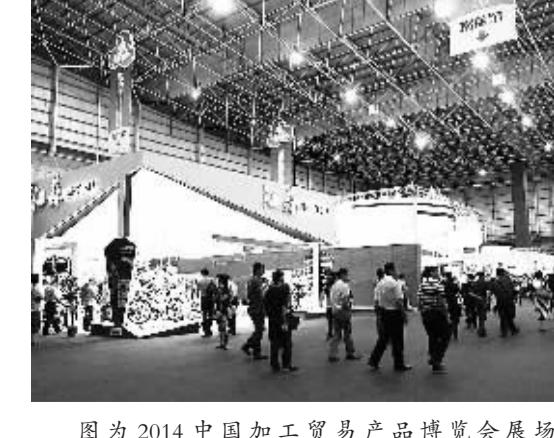
为加工贸易知识产权“保驾护航”

本报记者 郑杨 通讯员 叶芬良

据黄埔海关隶属东莞海关介绍，为服务加博会，该关采取多种手段简化申报和审批手续，为加博会提供严密、快捷、高效的通关服务，而且加强与加工贸易企业的沟通，联手共同打击侵权违法行为，维护企业的知识产权，鼓励加工贸易企业创立自主品牌。

“展会是知识产权保护的窗口。知识产权长期以来在国际贸易中受到高度重视。不仅产品设计者或者知识产权拥有者不能容忍任意侵犯其知识产权的现象，采购商也会要求购买的产品没有侵犯他人的知识产权。”东莞海关副关长陈祖林说。

据了解，加博会期间，东莞海关选派了业务精湛的关员全天候驻会，进行有关知识产权保护、通关等政策咨询，同时与地方知识产权主管部门一起解决参展企业有关知识产权争议，维护知识产权所有人的合法权益，进一步提升加博会的形象。此外，今年加博会期间，东莞海关还向参展企业派发海关知识产权保护宣传的小册子，为企业提供知识产权保护方面政策法规的权威解读。这本宣传册以知识产权权利人和进出口企业为两条主线，采用问答的形式，详细解答了“怎样向海关申请采取保护措施”、“怎样申请知识产权海关保护备案”、“怎样向海关总署申请总担保”和“怎样查询知识产权备案”等企业最关心的问题。



图为2014中国加工贸易产品博览会一角。
本报记者 庞彩霞

