

# 从替人做嫁衣到自主铸品牌

——在2017中国加工贸易产品博览会上看加工贸易新变化

经济日报·中国经济网记者 庞彩霞 郑 杨

说起加工贸易企业，很多人印象中还是传统的“三来一补”的“代工厂”。4月20至23日，广东东莞市举行2017中国加工贸易产品博览会（简称“加博会”）彻底改变了大家的认知——给普京总统制作礼品的罗雅饰品；为“神舟十一号”航天员提供便携式卫生用品的茵茵公司；生产出能上网、听音乐的多功能化妆箱的亚臣泰公司……6万平米展会上名企云集，昔日“代工厂”已悄然蜕变为自主品牌“梦工厂”。

本届加博会由商务部、国家知识产权局和广东省人民政府联合主办，广东省商务厅和东莞市人民政府共同承办，吸引了包括港澳地区在内的15个省区市859家企业参展，集中展示了我国加工贸易创新发展的最新成果。

## “三同”产品成看点

还要去国外抢购“made in China”的马桶盖？那是因为你不知道有“三同”产品——与出口产品“同线、同标、同质”的产品！其实，要找这类产品并不难，今年加博会首次引入“三同”产品概念，一批被重点推介的“三同”认证企业携精品参展，成为本届加博会的最大看点。

享誉欧美的电子教育玩具品牌伟易达作为“三同”明星企业在展会上备受关注，为不同年龄段婴幼儿量身定制的创意新品有趣又益智，留住了众多采购商的脚步。“我们的电教玩具有24种语言，销往全球84个国家，尤其在美国、德国、法国及英国占有龙头地位。”展位负责人介绍。

伴随着“二胎政策”等的市场利好，伟易达希望借加博会开拓国内市场。“我们开发了适合中国宝宝特点的玩具，中国市场上的生产标准及检测标准均与国外标准一致，均通过了最严格的安全标准，让中国妈妈能买到和出口产品一样品质的安全又益智的玩具。”该负责人说。

什么是“三同”产品？2014年9月，李克强总理在视察质检工作时提出要求，质检部门要促进企业出口、内销产品在同一生产线、按相同的标准生产，使内外销产品达到同样的质量水准。

加博会重点推“三同”产品是基于怎样的考虑？加博会秘书处执行秘书长黄庆辉表示，扩大内外销产品“同线、同标、同质”范围已经写入今年的《政府工作报告》，列为政府的重点工作。引入“三同”概念，既是对国家政策的响应，也是加博会职责所在。

黄庆辉认为，长期以来，加工贸易企业基本上都是以外贸出口为主的企业，这些企业具有较高的工艺和制造水平，产品质量可靠。但是，由于缺乏品牌知名度，许多企业转做内销时难以打开市场。加博会最初设立的初衷，就是帮助加工贸易企业打开内销市场。现在希望通过加博会平台，让更多国内消费者了解“三同”产品，鼓励加工贸易企业创建自主品牌，提升品牌知名度。

记者在加博会国际礼品玩具家居饰品展上看到，除了伟易达，美驰图、智乐堡、龙昌、明门等一批蜚声海外的玩具及婴童用品企业也纷纷力推“三同”产品。黄庆辉介绍，今年东莞选取了玩具和婴

**下图 加博会电商和国际物流展以“万物互联，服务弹性之间”为主题，300多个展位采用“街区式特装展”的新兴展馆设计，阿里巴巴、百度、顺丰等行业龙头企业汇聚一堂。**

本报记者 庞彩霞摄



童用品行业作为试点，探索推进“三同”工程。接下来将在更多的行业推开这项工作，推动加工贸易转型发展。

## “一带一路”是热点

如何让加博会真正成为加工贸易企业的“造梦空间”？记者了解到，今年加博会进一步向专业化、市场化、国际化推进，通过办展模式的创新，帮助参展企业迅速打响品牌、实现内外贸一体化发展。

本届加博会继续坚持“1+6”专业化模式运作，包括一个主题展、六大专业展：主题展分为工业设计和梯度转移商机两大板块；六大专业展分别为国际智能手机及移动终端产业展、国际潮流服装服饰展、国际时尚箱包鞋帽展、国际餐厨用品展、国际礼品玩具家居饰品展、电商和国际物流展。

电商和国际物流展成为其中一大创新亮点。记者在该展区看到，阿里巴巴、百度、顺丰、中国邮政速递等行业龙头企业汇聚一堂，向广大加工贸易企业展示最新的电商平台、仓储搬运和分拣系统及各种先进的信息化管理平台。

“多数加贸企业对于电商物流产业的认知和需求越来越迫切，促使我们将电商物流展作为加博会的重头戏之一。”加博会组委会有关负责人说，今年展会充分发挥展览和产业联动的特点，除了全方位展示知名电商物流企业，还积极为其他展区产品搭建与该展区对接的桥梁，为企业搭乘电商物流“快车”提供便利，同时推动新的产业整合发展。

促进加工贸易区域协调发展是加博会的一大使命。加工贸易产业梯度转移商机展显示了转移承接的旺盛需求，新疆建设兵团、福建龙岩等地纷纷设展，推介投



**上图 在加博会玩具与婴童用品区，与出口产品“同线、同标、同质”的“三同”产品备受买家关注。**

本报记者 庞彩霞摄

资合作商机。甘肃、内蒙古和新疆也分别开梯度转移招商推介，吸引产业对口转移。

为推动加工贸易产品“全球行”，今年加博会在保持与国内重点商协会、连锁商超巨头合作的基础上，加大了邀请国际买家的力度。欧美工商会、马来西亚中国总商会等近20个境外机构组团赴会采购，沃尔玛、家乐福等跨国连锁商超巨头也派出专业采购团队入驻，国际买家的数量比上届增加一倍，国际影响力凸显。

值得关注的是，今年国际买家大多数来自“一带一路”新兴市场。加博会组委会有关负责人认为，之所以出现这种情况，因为“一带一路”沿线国家有旺盛的市场需求。以广东为例，2016年广东对“一带一路”国家累计进出口1.3万亿元，同比增长6.5%，占全省进出口的20.7%。

该负责人指出，过去加工贸易企业主要给欧美传统市场生产贴牌产品，而现在这些企业有了自主品牌，通过这些国际买家进入“一带一路”新兴市场，跟过去以代工为主的出口走的是截然不同的道路，对于提升我国加工贸易企业在全球价值链中的地位将产生巨大的促进作用。

## 自主创牌成趋势

本届加博会参展的859家企业中，七成拥有自主品牌。依托加博会平台，许多企业走出了属于自己的创新发展之路，实现了从过去的OEM（贴牌生产）到ODM（原始设计制造）再到OBM（自有品牌生产）的华丽转型。

从最早的塑料五金加工作坊，到为奔驰、保时捷代加工汽车模型，再到今天自主设计出备受玩家追捧的《速7》同款跑车，其矩阵模型制品有限公司的转型之路颇具代表性。“代加工不是长久之道，我们2011年开始自主开发，创立品牌，

并深入车模爱好者圈子，针对主消费人群市场设计开发车模系列，获得了稳定的市场份额，现在年销售额超过8000万元。”该公司业务经理罗振涛说。

记者在加博会上走访多家企业发现，对传统的加工贸易企业来说，通过自主研发、品牌化建设和产品升级走上产业链中上游，是生存发展所必须要迈过的坎。

东莞箱包皮具行业协会会长曾凌灿说，随着箱包皮具行业不断下滑，以外贸为主的代工厂已有不少迁往东南亚地区发展，而留下的由于没有人工成本优势，利润从高峰期的20%下滑到3%。此次展会，该协会组织了东莞厚街镇30多家企业参展，并统一以厚街名箱包的形象对外展示，正是为了抱团取暖。

记者在国际时尚箱包鞋帽展上看到，企业纷纷拿出各自“绝活儿”，不少展品以科技创新和别具匠心的设计颠覆了大家对传统箱包的梦想。

首次参展的亚臣泰箱包制品科技有限公司今年一口气拿下了10个展位，为的是充分展示一款高科技化妆箱。“它能定位，可以连WiFi、连蓝牙、插U盘、看电影、看电视、听音乐，集电脑和平板的功能于一身。此次展会，光是铝镁合金的箱子我们就展出了7个系列。”亚臣泰公司总经理包向前介绍，2009年公司注册了自主品牌Sunrise，如今产品畅销国内外，不仅受到迪拜土豪们的欢迎，国内外一线明星也以拥有一款该品牌化妆箱为荣。

“加博会创办九年来，在推动加工贸易产业升级、拓展企业国际国内市场合作等方面发挥了重要作用。据统计，前八届加博会累计促成成交金额近6000亿元，一大批加工贸易企业依托加博会走上了自主品牌营销的道路。”广东省政协主席王荣在本届加博会开幕仪式上说。

2017中国加工贸易产品博览会众多精彩纷呈的配套活动中，“移动智能，创造美好生活”为主题的2017世界智能手机及移动终端产业大会无疑是重头戏。在工业和信息化部、商务部、中国工程院的大力支持下，4月20日召开的产业大会吸引了200多位业内专家和行业领军人物参加，畅谈国际国内智能手机及移动终端产业发展大势。

记者在本届加博会专业展之一的国际智能手机及移动终端产业展上看到，采用“街区式特装展”设计的301个展位上，聚集了智能终端产业链上下游的实力企业，包括OPPO、vivo、金立、劲胜精密、伯恩光学等。

本报记者

郑 杨

“科技之美”成为参展的智能手机行业企业的最大看点。国产智能手机的明星品牌vivo携其引以为傲的终端产品——vivo Xplay6和vivo X9亮相，四弧面3D玻璃、全金属一体化设计等领先业内的制造工艺，充分展示了新技术的魅力。“公司2011年进军智能手机行业，2014年进驻海外市场开启品牌国际化道路，现已晋级全球第五大、中国第三大手机品牌。”展位负责人自豪地说。另一国产智能手机实力企业OPPO，带来了在最近2017世界移动大会上大放异彩的OPPO5倍变焦并带光学防抖的拍照技术，这项连苹果公司也密切关注的技术，很快吸引了众多采购商的注意。

“为人们创造更高质量的生活，这是移动智能终端产业未来应该坚持的发展方向。”在与展会同时进行的2017世界智能手机及移动终端产业大会上，中国工程院院士邬贺铨说。他表示，随着技术的不断发展，移动智能终端产业也顺势而为，打破手机存在的禁锢，寻求多元创新发展。移动智能终端产品逐步拓展到经济生活的各个领域，赋予教育、医疗、零售、建筑、能源、汽车等诸多行业新的服务手段，在改善人民生活、提供生产便利上发挥了重要作用。智能终端产业的迅速发展，开拓出一片新的领域，也为我国制造业转型升级、创新发展提供了良好的机遇。

大会上，加博会组委会和中国电子信息产业发展研究院联合发布了《世界智能手机及移动终端产业发展报告（2017）》（以下简称《报告》），引起业内广泛关注。

《报告》指出，当前智能手机产业的市场规模已进入缓慢增长期。随着移动互联网技术的进步，智能化和网络化成为了移动终端的鲜明特点，正在引发影响深远的产业变革。2007年第一代苹果手机的问世，向人们展示了移动终端产业广阔的市场前景，标志着移动终端进入智能化时代。经过几年的发展，全球移动终端产业规模迅速扩张。当前，智能手机、平板电脑等移动终端设备得到了快速发展，产品形态基本稳定，市场规模进入缓慢增长期。

与此同时，随着大数据、云计算、移动互联网的发展，无人机、导航设备技术不断突破，应用领域不断扩展。此外，以虚拟现实、可穿戴设备为主的新型移动智能终端开始崭露头角，引领了移动终端产业的发展潮流，有望成为未来的主要增长点。

《报告》显示，当前，全球各大科技巨头纷纷加快布局，从终端芯片、操作系统、整机制造等方面积累竞争优势，力争在激烈的市场竞争中分得一杯羹。三星、苹果等行业龙头延续了其传统移动终端方面的领先优势，在智能手机、平板电脑、可穿戴设备等领域占据主导地位；索尼、HTC等厂商，依托其在电子信息领域的长期积累，在虚拟现实技术方面取得了较大突破。

专家指出，我国移动终端产业起步较晚，面对激烈的竞争环境，应充分发挥后发优势，实现跨越式发展。东莞作为我国智能手机产业重镇的经验做法引起了关注和探讨。据介绍，东莞有着vivo、OPPO、金立等知名手机品牌，加上周边制造业发达的优势，已形成集“研发-生产-销售”一体化的手机生态产业链。2016年，东莞的手机产量达到3.59亿台，占全国手机产量（22.61亿台）的15.9%，出货量超2.55亿台，占全球五分之一。

一个值得关注的新趋势是，东莞智能手机出口单价正持续提高。东莞最新的统计数据显示，今年前两个月该市出口的智能手机单价同比提升超30%。来自海关的统计数据显示，去年前10月，东莞手机出口平均价格为每部622.9元，同比上涨29.6%。有分析认为，这意味着随着高端环节技术创新的突破，国产智能手机制造“量多利少”的状况有望改变。

“对于智能手机制造商来说，单纯靠加工制造难于满足其发展的需求，在科技创新、核心技术研发方面寻求突破是关键。”东莞科技创新企业协会秘书长曾鑫国说。据了解，宇龙通信、华贝电子等一批龙头企业已在东莞设立产品设计及研发中心。根据《东莞市智能手机产业基地发展规划（2015—2020年）》，东莞将力争把智能手机产业基地建成全国智能手机创新研发基地，全国智能手机自主品牌培育孵化中心和全球智能手机整机重要制造基地。



加博会国际智能手机及移动终端产业展聚集了产业链上下游的实力企业，包括OPPO、vivo、金立、劲胜精密等。

本报记者 庞彩霞

顺琦手袋：

## “工匠坊”模式锁定高端人群

历经22年，从一家代工企业做到高端定制品牌，一个定制手袋售价数万元。这是2017中国加工贸易产品博览会参展企业之一——东莞市顺琦手袋实业有限公司的转型之路。加博会上，顺琦手袋携由众多能工巧匠手工制作的高端箱包亮相，吸引了众多采购商的目光。

“低端的包很难做，高端定制虽只面对小众人群，但发展空间更大。”顺琦手袋创始人周祥菊说。基于这样的考虑，顺琦手袋创立品牌Jelly aamos，瞄准高端消费人群，采取“工匠坊”的私人定制模式开展高端定制。

周祥菊向记者讲述了顺琦手袋艰辛的转型历程。1995年，22岁的周祥菊和丈夫拿着结婚用的微薄资金来到广东，开办了第一家工厂。与东莞众多企业一样，顺琦创立后一直在做代工生产，随着成本越来越高，利润不断下滑。

2003年，顺琦第一次尝试做品牌。由于缺乏经验，产品市场定位不准，第一

次自创品牌的努力付之东流。不过，周祥菊坚持做自主品牌的梦想一直没变。

2013年，她的自主品牌计划再次启动，创立品牌Jelly aamos，吸取上一次的教训，这一次，顺琦依托自身的生产能力，融合英伦设计理念，借助高端会所、美容院、银行、酒店等渠道，瞄准高端消费人群进行设计生产。

周祥菊介绍，公司采用“工匠坊”的做法，3至5个工匠师一组，量少质精，开展个性化定制。客人给了图，或者仅有概念性的描述，设计师就能做出图稿让消费者选择，用什么材料或符号元素都能自己选择。每月的订单达上千个，其中单价在万元以上的达几十个，定制产品一般7到15天可以拿货。

“现在我们高端定制产品的定价多在4.99万元，部分产品达10万元。”周祥菊说，随着消费者对品牌的认可，顺琦手袋的发展也步入了新的阶段，营收转亏为盈。

广东东莞：

## 加工贸易向高端跃升

在中国加工贸易产品博览会的举办地东莞，以加工贸易为主体的开放型经济是最突出的特点。过去30多年里，东莞凭借低成本的竞争优势，成功承接了国际的产业份额，成为世界的制造基地。在此过程中，加工贸易业功不可没。但是，由于支撑外贸和加工贸易的基础都发生了变化，加工贸易业必须适应新常态，走创新发展道路。

自2008年起，东莞在全国首创了非法人来料加工企业不停产转型的崭新模式，探索出了拓内销、创品牌、强研发等转型路径。2010年成为全国加工贸易转型升级试点城市，继续在转型升级道路上先行先试。

如今，在“突围”中实现“转身”的东莞，已然成为全国加工贸易转型升级的经典样本。东莞市商务局提供的数据显示，目前该市5517家加工贸易企业中，36%的企业拥有自主品牌，32%的企业设立了研发机构。近年来东莞共

推动1482家加工贸易企业设立了研发中心或内设研发机构，252家申请成为高新技术企业。

专家认为，加工贸易符合中国的国情，过去需要，现在需要，将来仍然需要。当前的加工贸易还需要解决好三个问题：加工贸易留在中国的怎么办？新引进来的怎么办？中国走出去的、向中西部转移的怎么办？

为推动加工贸易创新发展，东莞提出了“十大行动计划”。针对加工贸易“留下来”的部分，该《行动计划》提出，将通过企业研发准备金补助、研发费用加计扣除等措施，鼓励规模以上加工贸易企业加大研发投入，开展核心和关键技术攻关。针对“走出去”方面，《行动计划》提出，将支持大型骨干企业创建有国内外影响力的品牌，鼓励有实力的企业积极收购国外品牌，推动加工贸易产品“全国行”“全球行”，建立国际展会全球合作网络，培育一批国际商品交易平台。