

起势有力看外贸④

□ 本报记者 曾诗阳

民企外贸主力军地位进一步巩固



“鑫福136”轮双燃料集装箱船在拖带轮协助作业下拖带出江。该船是首艘由民营船企建造的24212TEU双燃料集装箱船。 计海新摄(中经视觉)

今年一季度

我国有进出口记录的企业达 **61.8万家**

其中民营企业 **超54万家**

民营企业进出口**6.78万亿元** **增长16.2%**

占我国进出口总值的比重进一步提升至**57.3%**

民营企业对传统市场进出口 **增长12.3%**

同时对 **东盟** **非洲** **中亚**

进出口 **分别增长** **17.8%** **30.2%** **31.2%**

今年一季度,我国民营企业进出口增长16.2%,其中出口、进口分别增长12.7%和23.5%,增速均高于全国整体。增长背后,还有结构变化。民营企业向着加工制造的中高端发展,高技术含量、高附加值产品出口快速增长。

过去,出海对许多民企来说就是“卖货”,靠性价比抢市场。如今,从语音技术到智能装备,从AI大模型到新能源解决方案,一批民营企业正在重新定义出海的内涵。

布局多点开花

思必驰科技股份有限公司董秘、CMO龙梦竹讲了一个有趣的故事:公司自主研发的吸顶麦产品,原本主要用于办公场景,但在一些国家,客户将其应用到其他场景,由此催生出一批新订单。“很多新场景是当地客户挖掘出来的,这让我们重新认识了海外市场的潜力。新兴市场的拓展速度比原计划快得多,泰国、马来西亚、新加坡等共建‘一带一路’国家的需求量超出预期。”龙梦竹告诉记者,今年上半年,思必驰产品已在20多个国家和地区进行销售。

一季度,民营企业对东盟、非洲、中亚进出口分别增长17.8%、30.2%和31.2%,出海的方向变得更多元。多点开花的布局,让企业不必再依赖单一市场,也让他们对全球需求的洞察更加敏锐。当市场版图发生变化,出海的方式也必须跟着变。

西井科技的实践印证了这一趋势:今年1月,与马来西亚西港控股集团签约,提供60台智能网联新能源重卡E-Truck;同月,40台E-Truck在埃及红海集装箱码头正式投入运营。公司副总裁兼自动驾驶事业部COO陈欣表示:“这些地区港口智能化和绿色化需求迫切,中国方案的稳定性和全周期服务能力,正是他们看中的。”

为什么新兴市场热起来了?龙梦竹认为,一方面,这些地区的基础设施和消费升级需求正在释放,中国产品的适配性和性价比优势明显;另一方面,民营企业对市场多元化的理解更加务实——“不能把鸡蛋放在一个篮子里”。

此外,出海较早的企业已经从“单点突破”进入“规模化复制”阶段。商汤科技在东南亚、东北亚、中东区域持续保持客户粘性。同时南美等市场的关注度明显提高,询盘和试点项目都在增加。其财报显示,产品经过多区域验证,市场适配性已经跑通,国际影响力从区域型向全球型扩展。

“我们在新兴市场不仅是做生意,更是

践行全球可持续发展的中国企业责任。”正泰集团轮值总裁栾广富表示,正泰持续布局非洲、拉美等新兴市场,以非洲为例,正泰在乌干达、肯尼亚、尼日利亚等国家成立子公司、工厂、仓库、运维中心,既为当地提供直连离网户用太阳能系统解决方案,满足更多家庭用电需求,也提升了当地制造水平和产业完整度,带动就业与经济发展。

出海模式升级

很长一段时间里,“低价走量”是中国产品出海的标签。如今,越来越多民企靠技术、方案、服务乃至生态的输出,在全球市场站稳脚跟。

陈欣表示,西井科技在出海实践中摸索到,中国企业出海经历了从传统贸易的产品出海,到海外投资、资本出海,再到品牌出海——靠战略引领、生态构建、知识产权先行、全球化的组织和服务。“最核心的底气,还是实打实的技术实力。”陈欣说,企业形成了一套覆盖混行安全、智能调度、极速补能、全周期服务的系统,能够适配港口、园区、空港等各类复杂作业场景,这是西井能在全多地顺利落地的基础。

思必驰今年在三个关键岗位上招聘了海外音视频行业资深专家。“我们招了专门的调音师,靠他们的‘金耳朵’推进产品改进。”除了产品本身优势,龙梦竹认为,思必驰迅速打开海外市场的原因还在于“搭上了中国智能行业发展的快车”。龙梦竹说:“中国智能产品在海外认可度很高,中国智造本身就是一种‘背书’。”

商汤科技亚太业务总裁史军感受到,中国在全球价值链中的定位正从“成本中心”转向“创新源动力”。商汤科技的500家海外B端客户中,超70%长期复购。“我们深耕的AI+智慧城市、AI+医疗、AI+教育、AI+文旅等领域,恰恰是当前各国高度关注且最容易形成共识的方向。”史军说,目前,海外关注的已不再是“中国式低成本”,而是“中国式系统能力”,向中国学习渐成风气。

2025年正泰变压器出口大幅增长,工厂订单排到2027年。“海外市场的增长机会,不只是单一产品出口,而是围绕绿色电力、高可靠供配电和本地化交付形成的系统能力输出。”栾广富举例,在东南亚等地,正泰通过预制式电力模组、定制化箱式变电站等方案,适应高温高湿、强盐雾、台风地震等复杂环境,体现电力装备企业从“产品出海”向“系统出海”的升级。

能力和系统的输出离不开本地化,这也

是破解出海“最后一公里”难题的关键。据了解,西井已经形成“本地人服务本地客户”的项目运营特点,在英国非利士杜港项目中,专门在当地设立本地备件中心,组建本地运维工程师团队。“本地员工的加入,能够更好响应客户需求。客户买的不仅是一台设备,而是一套持续运转的保障系统,能够提升他们的效率。”陈欣认为,本地员工凭借对文化、法规、产业的深入了解,能更好促进中国产品和服务落地,中国企业需要在海外人才团队、售后服务体系、文化融合适配等方面进行提前布局。

筑牢合规底座

从技术输出到服务输出再到生态共建,中国企业在全球价值链向上迈了一步。这一步并不好走,新的挑战接踵而至。

龙梦竹告诉记者:“我们去年针对三四十个国家做知识产权布局,比销售启动得更早。一旦品牌知名度上去,侵权风险就来了,必须提前建护城河。”此外,思必驰在产品阶段就考虑不同国家的法规差异。

海外业务纵深拓展,对企业合规和生态构建能力提出了更高要求。西井科技出海智能驾驶装备完成多项国际质量、安全、环境体系认证,商汤科技则积极参与有关数据安全、隐私保护、人工智能伦理道德和可持续

人工智能的行业、国家及国际标准的制定。

面对欧盟碳边境调节机制等绿色贸易新规,正泰集团加快建立覆盖产品全生命周期的碳足迹管理体系,为客户提供满足国际碳关税要求的清洁能源解决方案。栾广富认为,要构建覆盖市场、研发、制造、供应链、物流等全球区域协同体系,加速财务、税务、法务等全球化能力建设,以支撑业务的本地化高效、合规运营。

在史军看来,当前中国科技企业正迎来重要的全球化发展机遇。进一步加强产业协同与生态联动,推动成熟的B端能力和模式更好走向海外,将有助于提升中国科技企业的全球竞争力与影响力。“现在是中国高科技出海前所未有的历史性窗口,只要形成合力,中国企业完全有机会成为全球智慧与创新的重要参与者和规则制定者。”史军说。

面对挑战,企业心态更自信、打法更成熟。一季度,我国有进出口记录的民营企业超过54万家,外贸主力军的地位进一步巩固。龙梦竹说:“一定要出海,出海一定行。商业不是串联的,是并联的,不能等所有事都做完了再下一步。”从产品走出去到技术立住脚,从单点销售到本土化深耕,从被动适应规则到主动塑造品牌,中国民企的出海路越走越宽。

眼下水果市场涌现出一批新奇名号:芒果凤梨、蓝莓葡萄、草莓芭乐、蜜桃百香果……这些自带“混血”气质的名字,让不少人误以为它们是两种水果杂交而成,能一口品尝双重风味。可不少消费者下单后才发现,芒果凤梨里面并没有芒果、草莓芭乐也跟草莓八竿子打不着,只是文字点缀、徒有虚名而已。

商家靠着花式取名玩起文字游戏,看似巧妙营销,实则是水果命名的“张冠李戴”,既损害了消费者权益,也不利于树立口碑。

采取这类命名方式的网红水果大多并非跨物种杂交新品种。以芒果凤梨为例,其正式品种名为台农23号,由黄金凤梨(台农21号)与蜜宝凤梨(台农19号)杂交培育而来,全程与芒果没有任何基因关联,只因成熟后自带一丝类似芒果的香气,便得到了“芒果凤梨”的别名。生物学上,芒果与凤梨从“目”这一层级便分道扬镳,存在天然生殖隔离,根本无法通过杂交孕育新品种。但别名归别名,在销售环节,商家刻意不标注品种本名,而是放大风味相似点,编造“混血新品”谎言,本质是为了借名字抬高产品身价。

细究一番还会发现,这种噱头式的命名,实际已经违反了相关法规。《农业植物品种命名规定》明确要求,品种名称不得存在易使公众误认为该品种具有某种特性或特征,但该品种不具备该特性或特征;或易使公众误认为该品种来源于另一品种或者与另一品种有关,实际并不具有联系的情形。同时,《新鲜水果包装标识通则》也指出,每个包装需以易读、牢固的方式在其外面的同一侧显示产品特征信息,如“红富士”是品种名称,“苹果”是产品名称。将于2027年3月施行的《食品标识监督管理办法》更是进一步规范食品标识标注,规定预包装食品标签应当标注反映食品真实属性的名称,不得欺骗、误导消费者。

乱象之下,没有赢家。对消费者而言,猎奇心理被商家利用,花费高价买到的只是换了“马甲”的普通水果,不仅多花了冤枉钱,知情权也受到损害。对正规种植户和诚信商家来说,这种命名乱象只会造成劣币驱逐良币,踏实深耕品种培育、专注品质的农户不愿跟风炒作名号,却可能在同质化竞争中陷入价格“内卷”;而靠改名溢价商家无需提升品质,仅凭文案包装就能牟利,扰乱了正常的市场竞争秩序,也透支了整个水果行业的信誉。

整治水果命名乱象,需要多方协同发力、标本兼治。从根本上看,商家应摒弃短视逐利心态,依靠品质立足市场。打造产品差异化,大可如实标注风味特点、种植优势,以实打实的口感和品质赢得口碑,而非靠文字游戏忽悠消费者。同时,监管部门应加大市场巡查与线上平台排查力度,细化农产品命名标注标准,堵住监管漏洞。电商与外卖平台要压实审核责任,完善商品上架规则,要求商家标注水果正式品种名。

消费者也要擦亮双眼,积极维护自己的权益。购物时多留意正式品种名,警惕高价陷阱。若遭遇名不副实、虚假溢价等情况,记得保留订单、宣传页面等证据,及时投诉维权。这样才能安心尝鲜,吃得划算又放心。

李和风

公募REITs产品选择更丰富

本报记者 马春阳

- 过去受限于较高的研究成本等因素,REITs投资门槛相对较高。指数基金的推出有望提供标准化、低成本的底层配置工具,不仅助力各类投资者高效获取REITs市场收益,还将进一步丰富市场参与主体,逐步改善整体流动性。
- REITs指数基金产品具备分散化投资、标准化透明化运作、交易成本低等突出优势,契合长期配置需求,将成为吸引长期资金布局REITs市场的重要渠道。

截至5月20日,全市场公募REITs(不动产投资信托基金)首发上市81只,总市值超2200亿元,底层资产覆盖高速公路、产业园区、仓储物流、消费基础设施等多类业态。近日,中国证监会官网显示,4只公募REITs指数基金产品正式申报,这标志着我国公募REITs向多层次、成熟化迈出具有里程碑意义的关键一步。

去年12月底,中国证监会发布《关于推动不动产投资信托基金(REITs)市场高质量发展有关工作的通知》,明确提出丰富覆盖REITs的指数体系,支持基金管理人开发挂钩相关指数的基金产品,支持符合条件的公募基金将REITs纳入投资范围,探索跟踪REITs指数的交易型开放式指数基金(REITs ETF)等创新产品,进一步丰富投资者资产配置选择。在业内人士看来,此次REITs指数基金产品的申报,有利于为REITs市场引入稳定增量资金,提升市场流动性,同时为投资者提供了从单只产品选择转向一篮子配置的新工具。

指数基金产品是国际成熟REITs市场的重要组成部分。数据显示,美国是全球最大的REITs指数基金市场,目前,美国REITs主题基金规模约2448亿美元,占全球规模的68.6%。共同基金及ETF是美国REITs最主要的投资人,为个人、养老金等长期资金提供了配置工具。

REITs天然适合指数基金形式,华泰证券研报认为原因有以下几点:第一,分散化。REITs底层资产是不动产或基础设施,单只REITs的资产集中度较高,风险相对集中,指数基金可解决分散化需求;第二,低成本。REITs只数多、单只规模小、资产行业多样、交易存在不便性,直接投资个股的分散化成本高、效率较低,也较难形成投资规模,指数基金给投资人提供了低成本、批量投资的渠道;第三,高分红。REITs具备高分红特性,与被动指数基金的持有收益策略高度匹配,不需要主动管理也能获得合理回报;第四,流动性约束。REITs个券流动性差异大,部分小市值REITs日成交额较低,直接买卖价格冲击较大,指数基金通过

批量申购赎回机制降低了个券流动性约束。

指数产品有利于提升市场稳定性。REITs指数基金产品具备分散化投资、标准化透明化运作、交易成本低等突出优势,契合长期配置需求,将成为吸引长期资金布局REITs市场的重要渠道。REITs指数基金产品通过引入长期资金,将有效承接市场供给,有利于提升公募REITs市场交易活跃度,减少非理性交易,平抑市场短期波动,提升市场运行稳定性。

指数产品有望提升市场活跃度。中信证券首席经济学家明明表示,考虑到当前二级市场的流动性,REITs指数化产品起步阶段的规模或相对有限。但伴随着相关指数基金产品的推出,包括情绪层面对于二级交易资金的带动,以及指数建仓和调仓期间带来的实际资金流入,都有望在一定程度上改善当前公募REITs二级市场的流动性问题,为未来REITs指数化投资的进一步发展奠定基础。对公募REITs来说,维持作为指数成分券的重要性或也有望提升,进而驱动基金各参与方提升各方面的运营能力,积极作为。

中金公司研报显示,在低利率环境下,公募

REITs凭借其强制分红属性具备良好的大类资产配置价值。过去受限于较高的研究成本等因素,REITs投资门槛相对较高。指数基金的推出有望提供标准化、低成本的底层配置工具,不仅助力各类投资者高效获取REITs市场的Beta收益,还将进一步丰富市场参与主体,逐步改善整体流动性。

从此次申报的产品设计看,4只产品均跟踪中证REITs全收益指数。中证指数公司官网信息显示,该指数于2022年12月发布,选取沪深市场中满足一定流动性条件和上市时间要求的公开募集基础设施证券投资基金作为样本,并将样本分红计入指数收益,用以反映上市REITs在计入分红收益后的整体表现。

对于投资者而言,指数基金产品为险资、银行理财、个人投资者等提供了低成本、标准化的REITs配置工具,有利于实现投资人的多元化。随着全市场REITs数量持续扩容,个人投资者逐只研究和跟踪的难度正在上升,投资者以前买REITs像“挑个股”,而未来买REITs指数基金,就等于买一篮子REITs,能更好分散风险。



6月2日,江西省宜春市宜丰县棠浦镇棠浦村板材加工厂的工作人员利用晴好天气晾晒板材。近年来,宜丰县积极发展林业经济,综合利用废弃木材、毛竹边角料等进行精深加工,形成制浆、人造板、竹木制品等特色产业,带动村民增收。 周亮摄(中经视觉)