

疫情挡不住参展商的热情

# 第128届广交会云端续展

■ 本报记者 刘国民

第128届中国进出口商品交易会(简称广交会)10月15日再次在云端开幕。尽管新冠肺炎疫情在全球依然肆虐,仍挡不住境内外约200多个国家和地区的客商踊跃参展。据了解,本届广交会旨在通过聚焦双循环、跨境电商等主题活动,助力构建外贸新格局。

鉴于首次在网上举办的第127届广交会在网速和在线平台功能等方面尚不能很好满足中外客商需求,本届广交会在技术服务上又有了较大提升和改善。据商务部官网介绍,本届广交会官网已在用户注册、智能检索、移动端应用、对接洽谈、智能客服等多方面进行了升级完善。《中国贸易报》记者浏览了一些参展企业的展示页面,采访了一些参展企业后获悉,平台增加了虚拟展馆入口、私聊沟通手段、名片管理等功能,以及多项商务服务。无论是主办方还是参展企业都对在线展示、直播推介等新展会元素更加熟悉,网上参展和办展的思路都正在走向成熟。

## 企业和产品分类丰富 供需双方快速“相认”

在广交会官网上记者看到,

主办方对参展企业的分类越来越丰富。有的是按行业进行分类,更有对每个行业的子类别进行细化分类。例如,日用消费品包含餐厨用具等子类别,车辆及配件包含自行车等子类别,医药保健品及医疗器械设置了家庭医药用具子类别,其中就包含疫情期间很流行的各类测温计;也有按国家地区、企业类型(比如是否是AEO企业)、产品类型(比如是否是“可内销产品”)、参展历史(多届参展企业、新企业)和贸易形式(OEM、ODM、OBM)等进行分类,非常便于客商选择。

这些分类体现出本届广交会紧跟餐厨用具、自行车、医疗产品出口走俏等外贸形势,也以实际行动贯彻落实了出口转内销等政策,同时也体现出广交会这一历史悠久的进出口交易会的专业性,更为参展企业、采购商和关心广交会的各界人士通过不同角度、基于不同需求快速搜索到目标企业和目标产品提供了很多便利。例如,随着海关高级认证日益受到国内外采购商重视,一部分采购商在采购中表现出优先和AEO企业合作的倾向,因为他们

认为获得AEO认证的外贸企业可信度更高,合作起来更有保障。线上广交会分类搜索中的一个分类便是“AEO”,这为想优先和AEO认证企业合作的采购商带来不少方便。

## 网上参展效果好坏取决于 “老兵”能否解决新问题

虽然第128届广交会已经是第二届网上广交会,但是记者发现,依然有不少厂商不适应网上参展的方式。

6月参加过第127届广交会的深圳市友瑞德贸易有限公司工作人员告诉记者,虽然花了力气上传产品图片,但公司展示页面人气不旺,效果不理想。不过该工作人员坦承,公司这次主要沿用今年6月参展的做法,没有特别去尝试新模式。

上海思乐得不锈钢制品有限公司此次参加广交会主打咖啡壶产品,其工作人员也反馈说,参展效果一般。

与这些企业不同,广东阳晨厨具有限公司位于佛山市南海区,其产品销往60多个国家和地区。该企业工作人员告诉记者,“考虑到

我公司在地区、行业所处的地位,再加上商务部门的鼓励,我们很乐意积极参加线上广交会,很认真地做了准备。比如为参加6月份举办的第127届广交会,公司花了不少资金录VCR宣介产品。”

这次参展,阳晨集团更加用心,“遇到一些资质很好的客商询盘,我们会认真对待,努力为企业积累更多客户资源。这几天确实有客人进来观看视频,虽然公司传统市场——欧美市场进来的客商较少,但马来西亚、墨西哥等国家的客商比较多。如果客商对我们的产品感兴趣,可以通过对话框发询价消息,我们收到信息后和对方洽谈。如果涉及到复杂繁琐的洽谈则转到线下进行,因为广交会上平台功能毕竟还不多。”阳晨集团工作人员告诉记者,线上广交会的确还存在网速较慢、平台功能较少等问题。

宁波长荣光电科技有限公司也是参加广交会的“老兵”,在参展之前他们就国外的老客户打过招呼,提前为公司展示页面积攒人气和流量。该公司工作人员告诉记者,这次公司通过直播、录播等形式介绍公司产品,几天下来展示

的效果还不错,就是有时网页不太流畅令人遗憾。

“我们了解到广东麦斯卡体育股份有限公司在广交会展出产品后反响不错。这家企业很有电商基础,不仅建设了自己的电子商务平台,并与京东、淘宝、唯品会、亚马逊等国内外电商密切合作发展线上业务,还在尝试直播。参加线上广交会时,以往的电商经验确实更有助于企业获得成功。”广东省电子商务协会常务副秘书长王丹分析说,“非常传统的企业对互联网不熟,电商经验不足,参加线上广交会容易遇到困难。虽然有一些辅助企业熟悉线上业务的培训,但经验技巧毕竟很难速成。”

“据我所知,广交会希望围绕国内国际双循环来努力,在国外主打私域流量的转化利用。因为广交会历史悠久,有这么多年积累的各国采购商数据和流量,而且这些没有对外开放,其他电商平台是拿不到的。”王丹建议广交会把更精准的采购商吸纳进来,这就要解决好如何把原来这么多年的线下客户、数据、流量带到线上平台上来的课题,“毕竟作为一家线上平台,最主要还是要有流量。”



近年来,河北省唐山市芦台经济开发区积极引导当地自行车零部件生产企业提档升级,发挥产业集群优势。目前,芦台经济开发区拥有自行车零部件生产企业40余家,年产值50亿元,产品除供应国内市场外,还远销美国、意大利、日本等国家和地区。图为位于该开发区的唐山金亨通车料有限公司工人在生产线上工作。新华社记者 牟宇 摄

## 广西口岸进出境中欧班列增长2.3倍

“今年受疫情影响,铁路运输因零接触、运量大的优势受到国内外贸易商的青睐。往越南的货运班列开行后,我们的货源还会进一步扩大。”浙江省义乌市天盟实业投资有限公司业务员蒋兴权日前在广西凭祥口岸表示。

从中国义乌驶往越南河内的75178/7次货运班列,当天办结通关手续出境。该趟班列共装载70个标箱中国长三角地区生产的电子配件、彩钢板、塑料制品等出口货物,总重量82.5吨,货值54.6万美元。待货源形成规模,开行模式成熟,该班列计划每周开行1列。

广西凭祥(铁路)口岸是西部陆海新通道、中欧班列进出境的重要节点,今年以来先后获批成为进境水果指定监管场地和泰国水果经第三国输华入境口岸。

据介绍,中欧班列经凭祥口岸到达越南,主要线路有郑州—凭祥—越南安源、江苏海安—凭祥—越南河内、南宁—凭祥—越南河内、武汉—凭祥—越南河内、重庆(成都)—南宁—凭祥—越南河内,是中国与东盟贸易往来的重要物流通道。

数据显示,今年1—9月,凭祥海关共监管经凭祥出入境的中欧班列269列,较去年同期增加187列,增长

2.3倍。班列向越南出口机械设备、电子产品、纺织服装,回程装载热带水果、电子产品、矿产品等,对推进中国与越南及东盟各国之间的资源互补、互联互通具有重要意义。

为保障中国—东盟贸易往来畅通,凭祥海关积极做好中欧班列监管与服务。凭祥海关监管科三级主办薛云程表示,该关推动铁路舱单“无纸化”通关,班列抵站后如果不查验30分钟内就可办结全部通关手续,非常方便快捷。

(黄令妍 唐仁凌)

## 纺织大市绍兴运动产品走俏海外

疫情冲击全球经济,中国提出做好“六稳”任务,稳住经济基本盘。浙江省绍兴市是亚洲最大布匹集散中心所在地,也是纺织外贸大市,在政府、企业聚力“稳外贸”的行动下,虽然外贸整体受到一定影响,但室内外的纺织运动产品却意外走俏海外。

印染、晾干、缝纫……连日来,在绍兴旗王工艺服饰股份有限公司的生产车间,几十位工人正在加紧制作球队、俱乐部、小型户外活动的相关旗子。

“虽然疫情冲击经济,但今年公司外贸不减反增,主要出口东南亚、欧美等国家和地区,其中户外运动旗比较走俏。”该公司致力为200多个国家和地区生产旗帜,其董事长黄国兴介绍,今年以来公司内外贸销售额均上涨,到目前生产总值已经超过2019年全年。

疫情阻碍了一些活动的举行,但同时也加快了人们追求运动、追求健康的脚步。西安工程大学柯桥纺织产业创新研究院理事长沈开方分析,“从外贸看,由于民众大多选择居家为主,瑜伽服、居家服、个性化运动服等室内服装的外贸形势相对较好。”

位于绍兴市华舍街道的绍兴益健机械有限公司专注生产蹦床,并远销美国、欧洲、澳大利亚、新西兰等国家和地区。据了解,蹦床的关键原料之一是一种特殊的纺织布料。

“没有想到,今年的蹦床出口情况比往年还要好,目前产值已经同比去年增加50%。”该公司总经理沈兴法介绍,疫情发生后,外贸订单源源不断,“经常有订单催着我们加紧发货。疫情期间小孩子以居家为主,为了增加小朋友运动量,很多外国人选择购买蹦床。”

其实,逆市增长的成绩单,来的并不容易。今年年初,以“纺织”“外贸”为傲的绍兴市经济深受疫情影响。沈开方坦言,纺织服装行业属于劳动密集型行业,疫情发生后纺织企业“喜忧参半”。

为了稳住外贸基本盘,该市开展了以“保产能、保市场、保订单”为主题的稳外贸十大行动,主要聚焦新一轮外贸主体培育、市场开拓、平台建设、政策扶持等内容。

“复工复产后,我们要求每个业务员与国外客户线上保持紧密联系,同时属地街道还专门派了‘一对一’的政府驻企联络员,帮我们答疑解惑。”黄国兴介绍,不仅收到政府增援的好几批口罩,还享受到了社保减免、企业所得税减免,共计16.5万元的优惠政策。

随着疫情得到有效控制,加上企业自救、政府扶持,绍兴市纺织外贸逐渐回暖。

审视当下,身处全球经济大变局的环境中,深耕纺织服装领域20多年的沈开方仍然对行业发展保持乐观态度,“夕阳之后是朝阳,企业应该敏锐把握国内国际市场变化,不再走‘拼价格’的老路,而是走创新发展的新路,努力增强产品的竞争力。”

# 口罩出口下半场:有意思 有创意 有灵魂

■ 本报记者 张凡

“我是一个没有感情的吃货”“我是一个没有感情的乘客”“我是一个没有感情的酒精容器”……这不是指没感情的人变多了,而是一种印有个性签名的口罩开始在电商平台走俏。不想当没感情的人也没关系,电商平台上也有色彩斑斓的口罩、复古风的口罩供人们选择,艺术气息十分浓厚。

个性化口罩的出现,意味着口罩市场发生了变化。得益于我国在全球率先控制住新冠肺炎疫情,截至三季度,我国外贸进出口增速也已经转正。今年前三季度,我国货物贸易进出口总值23.12万亿元人民币,比去年同期增长0.7%。这其中,包括口罩、防护服、医疗器械等

在内的防疫物资在国际市场持续走俏,包括口罩在内的纺织品出口额达8287.8亿元,增长37.5%。随着一些国家疫情渐渐趋稳,我国口罩出口也将逐步进入下半场。

“国外医用和普通民用防护类口罩目前的需求量在缩减,竞争也越来越激烈。我们生产的口罩若要有销路,必须另辟蹊径。”森拓领企业Happy Masks项目销售副总裁赖凯茹意识到,目前口罩已经进入人们日常生活必需品行列了,像Chanel这样的国际时尚品牌也顺应时势,推出了相关的时尚单品。原本专注于服装的森拓领企业也看到商机,开始设计、生产艺术类口罩,在供应国内市场的同时销往国外。

Happy Masks的出口目前基本上都是海外华人的定制订单,针对的客户群也是筛选了有艺术审美追求的人群。该项目目前已经运营了4个月,出口额达到50万美元左右,目前还在不断上升。

“收到我们口罩的买家基本上首先反应是惊喜。例如我们推出的幻彩系列,一周玩转七种颜色,让买家打开包裹看到它的第一眼就有了好心情。”赖凯茹介绍说,公司萌生做艺术类口罩的想法是在今年5月初的时候,当时国内疫情已经基本控制住了,但国外疫情仍在蔓延,因为疫情防控还需坚持的原因,口罩已经成为了人们日常生活的必需品。然而,大多数人抵触戴口罩,因为其

千篇一律的蓝、白、黑颜色,既让自身特色缺失,也阻碍了交流。

如果制作一些特色和定制化的口罩,是否会提高人们戴口罩的自觉性?这样既照顾到人们的个性,又保证健康安全。赖凯茹身边刚好有几位朋友也谈起了口罩个性化生产的事,于是便一拍即合,Happy Masks项目应运而生。

“这顺应了当代年轻人的审美兴趣,因为单一乏味的口罩对他们来说是缺少灵魂的,我们才因此想要打开这一市场,让大家即使在需要保持安全距离的特殊时期,也能放心做自己。”赖凯茹说,“即使是简单的白色口罩,加上文字就能有自己的风格了。”

围绕着Happy Masks项目,森拓领企业投入了不少精力。Happy Masks的团队由5个创始人组成,各自负责不同方面,例如设计、出资、销售、运营等。设计师崔博是一位从英国留学归国的90后建筑设计师,他对艺术审美和产品设计有独特见解,他与公司在时尚界有着多年丰富经验的设计师进行了思想碰撞,从而将计划变成了一项项产品。

虽然口罩市场竞争越来越激烈,但赖凯茹认为,只要秉承着时尚源于生活的理念,时尚创意类口罩出口的前景还是可观的。因为它不仅具有了防护功能,对一些文艺青年而言也是拍照小道具,从而可增加不少乐趣。

稳外贸畅供应链

保税仓库再添力

■ 刘影 汤琪

“公司进口的铜精矿储存到保税仓库后,可以根据生产需要批量提取出仓,既减轻了库存压力,又缩短了资金占用时间,真是既方便快捷,又有效降低了经营风险。”近日,安徽友进冠华新材料科技股份有限公司商务部部长陈朝国说。

陈朝国所说的保税仓库指的是池州菲力克公用型保税仓库。前不久,安徽友进冠华新材料科技股份有限公司将自墨西哥进口的近万吨铜精矿存储到该保税仓库中,可以更加灵活地进行生产原料采购、配置等。“这批货物一次性申报通关需要缴纳货值的13%,即1310余万元的进口环节增值税,而进入保税仓库后,通过分批报关出库的方式,不需一次性支付进口环节增值税,不仅提高了资金周转率和利用率,也降低了企业财务成本。”陈朝国算了一笔账。当前,在池州市已建有4个保税仓库,分别是池州菲力克公用型保税仓库、安徽铜冠有色金属公用型保税仓库、池州万仓公用型保税仓库等,主要储存进口铜精矿、铅精矿和芝麻等大宗货物。池州海关关长唐述林说,今年以来,海关积极落实各项外贸促进政策,快速受理保税仓库的变更、延期、出入库等业务,推进保税仓库集中申报与汇总征税担保、关税保证保险担保叠加,畅通保税货物流转通道。在今年疫情期间,海关还充分利用远程视频、网上核查等“互联网+保税”监管举措,进一步严密监管优化服务,达到“生产少影响、监管不失位”的效果,最大程度释放改革红利。前三季度,4个保税仓库共计入库货物38.4万吨,货值5.2亿美元,分别同比增长6.5%和16%,已逐步摆脱疫情影响,实现年内累计正增长。

“保税仓库是指由海关批准设立的供进口货物短期内储存且暂免缴纳进口环节税款和相关证件管理的仓库。储存在保税仓库内的进口货物经海关批准可在仓库内进行包装、分级分类、分拆和拼装等简单加工,这些货物如再出口则免缴关税,如进入国内市场则缴纳进口环节税款和相关证件后海关放行。”合肥海关稽查处处长李燕介绍说,目前安徽关区共设立保税仓库21家,较平均地分布在池州、马鞍山等地市。今年前三季度,保税仓库共进口货值5.3亿美元,同比增长14%,保税仓储业务稳定增长,进口货物种类也不断增加,既有高端制造类高新技术设备和零部件,也有铜精矿等矿产品,还有芝麻、红酒、清洁剂等日常用品。

国际商情

## 伊朗70%非油商品 出口至邻国

据伊朗《德黑兰时报》报道,伊贸易促进组织(TPO)主席扎德博姆表示,本财年上半年(2020年3月至9月)伊朗出口的非油商品中有70%目的地为15个周边邻国,而上财年该指标则为60%。他称,伊朗有能力在两年内将向邻国的非油商品出口能力提升一倍,达到1000亿美元左右,特别是巴基斯坦和土耳其,在进口伊朗商品方面都具有较大潜力。伊朗的15个邻国包括阿联酋、伊拉克、土耳其、阿富汗、巴基斯坦、俄罗斯、阿曼、阿塞拜疆、土库曼斯坦、科威特、卡塔尔、哈萨克斯坦、亚美尼亚、巴林、沙特等,上述国家年均进口商品总额超过1万亿美元。

## 东非需加大价值链 投资促进出口

坦桑尼亚主流媒体《每日新闻》报道,东非商业理事会(EABC)和德国国际合作机构(GIZ)近日发布联合报告《支持东非以人为本和以市场为导向的合作》。该报告指出,东非国家因对皮革和园艺产业的价值链投资不足,也未解决阻碍这两部门增长瓶颈问题,导致大量出口损失。东非地区每月工业鞋的需求量约有60万双,但产量只有6万双,东非地区加工的皮革极少转化为成品革和用于本地皮鞋生产。报告建议着手组建区域皮革协会,以确保东非共同体区域皮革和皮革制品战略的有效实施。(本报编辑部综合整理)