

1至2月出口额同比大涨且明显高于2019年同期 需求回升带动去库存和优化产能

照明业出口快速增长 原材料涨价或促行业洗牌

■ 本报记者 刘国民

海关总署数据显示,今年1至2月,灯具、照明装置及其零件出口金额510.6亿元,同比增长107.4%。

出口形势大好得到江苏照明业内人士印证。江苏省在中国照明行业扮演重要角色,其中常州市邹区镇是著名的照明产业集聚地。江苏省照明电器协会工作人员告诉《中国贸易报》记者,在出口方面,去年以来的外销情况较好,尤其是在细分领域如农业照明、植物照明、光源产品方面实现较快增长。

高工咨询旗下高工LED专家赵辉在接受《中国贸易报》记者采访时分析说,“我们调研发现,企业确实反映今年1至2月出口行情不错。不过今年1至2月照明行业出口的同比高增长率,和去年1至2月疫情期间的低基数有关。”从海关总署统计数据看,2019年1至2月,灯具、照明装置及其零件出口金额310.2亿元;2020年1至2月,灯具、照明装置及其零件出口金额246.2亿元,可见今年1至2月的出口数据不仅明显高于去年同期,和2019年1至2月出口数据相比也有较大幅度增长。

与此同时,照明行业原材料全面涨价。最近一段时间照明行业企业纷纷发出涨价函:2月25日,欧曼照明发布了产品单价预上涨的商务函;2月25日,广东联浩照明科技有限公司发布涨价通知函,自3月1日开始,高压及低压包胶产品统一在2020年底价格基数上调0.4元。照明行业上中游供应链上的企业也在涨价,如从事封装业务的士兰微电子发布了调价函。

赵辉介绍说,整个产业链都在涨价,从芯片、封装、贵金属、胶水等照明业上中游用到的原材料都涨价,“虽然去年以来就在涨价,但我了解到涨价幅度不如外界说得那么大。”

照明行业原材料涨价对不同省市的影响不同。

“LED业分成上中下游,江苏企业在产业上游并不强,但在中下游是强项。在这一波全面涨价形势面前,本地企业既被涨价,同时自己承受并消化一部分成本上涨压力。”江苏省照明电器协会工作人员说,“根据反馈,企业基本都

能接受涨价,因为这是大行情使然,好在涨价幅度不大,大约在10%以内。而且目前涨价不足以影响国外客户的购买愿望,市场上也没有恐慌情绪。”

广东省中山市是中国照明行业重镇,当地有古镇这一著名的照明产业集聚地。中山市照明电器行业协会工作人员反馈说,本地的照明灯饰产品既内销也出口,涨价带来的影响还不算大。中山市照明灯饰制造业协会工作人员提到,从去年下半年原材料开始涨价,原材料涨价后当地企业一方面控制成本,一方面上调价格,“根据企业反馈,涨价之后新客户更能接受,老客户未必接受,因为老客户过去一直用原来的价格成交,习惯了。”

北京照明电器协会工作人员介绍说,“北京基本没有照明电器制造业企业,本地的业内企业主要从事工程业务,少量有贴牌业务。原材料涨价对本地照明企业的影响有限。”

记者在采访中看到,照明行业这一轮涨价潮对大企业和中小企业的

影响明显不同,涨价主要增加了照明行业出口企业的成本、拉长了购进原材料的等待时间,但这些企业不至于因此买不到原材料。这和2020年自行车出口火爆,业内企业即便出高价也买不到一些原材料、零部件的情况不一样。

首先,小企业涨价时,大企业有能力不涨价,小企业比大企业更易遭到被涨价。江苏省照明电器协会工作人员介绍说,有一部分大企业、行业内大经销商由于之前有可观的库存,现在正好把库存拿出来应急,撑着先不涨价。赵辉介绍说,大企业针对不同客户涨价幅度不同,涨价策略不同,“对大客户可能不涨,对小客户涨幅大一些。”

其次,大企业和中小企业的抗风险能力明显不同。“涨价对大企业影响小,因为大企业议价能力强,在重要材料方面有较多的库存和储备。供应链上的中小企业受涨价影响大,因为中小企业议价能力不强,资金实力也不雄厚。这一波涨价到最后可能就是一次洗牌,一些抗风险能力不足的中小企业就这样退出了。”赵辉分析说。

在赵辉看来,即便原材料涨价,

也不存在供应紧张问题,下游企业不会因此买不到原材料,“因为最近几年这个行业基本触及天花板。国内通用照明市场过去几年是低价竞争态势,价格基本在成本线附近及以下,在目前的时机下价格能稍微向成本线之上回升一点。而且上中游芯片、封装等产能都是过剩状态。以照明所用芯片来说,主要靠自动化生产,机器一开动很快能产生很大的产量。只是涨价后购进原材料的成本提高,或者交货期变长。”

赵辉还补充说,最近几年业内募投资项目主要是在显示领域,很少募投在照明项目上,业内一些企业也想进入毛利润较高的细分市场,如植物照明等领域。他的话也得到业内企业的印证,部分头部企业确实是在细分领域大力深耕。来自照明行业上游一家LED芯片企业方面向记者透露,公司在LED芯片领域是头部企业,目前LED芯片订单量大,只不过公司在LED芯片领域主要是保持现有优势,持盈保泰即可,当下被寄予厚望并主推的反而是集成电路类产品。

从基建、发电、制造业入手 南非谋求经济复苏

■ 田士达

南非总统拉马福萨日前发表2021年度国情咨文。南非将把抗击新冠肺炎疫情作为今年的首要任务,重点落实经济复苏计划,同时推进改革,以缓解疫情对经济的冲击,实现包容性增长。

“南非的经济就像我们的国花——帝王花一样充满韧性。”拉马福萨说,帝王花的地下根茎里有休眠的芽。即便遭遇大火,花朵全部被烧毁,帝王花也能浴火重生。

抗疫为先

目前,南非新冠肺炎感染病例已突破150万例。过去3个月,变异新冠病毒使感染人数激增。在较严格的防疫措施下,南非刚刚渡过了第二波疫情高峰期。

“南非经济复苏的首要任务是抗击疫情。”拉马福萨在发表国情咨文时表示,若不采取及时有效的防控措施,经济将遭到更为严重的破坏。为此,南非将在加强公共卫生系统应对能力的基础上,积极推进新冠肺炎疫苗采购和大规模接种。南非已于2月17日开始为医务人员接种疫苗,并计划年内为67%的人口免费接种。

提振经济

去年10月,南非政府推出经济复苏计划,力争从就业、基建、发电、制造业四方面入手提振经济。今年,这些计划还将持续推进。

在刺激就业方面,南非通过招募学校助教、市政工人等公共部门岗位扩大就业。截至今年1月底,这一计划已创造就业岗位超过43万个,还有18万个岗位正在招聘。

在基础设施建设方面,南非大力推动基建项目建设,部分交通、住房、水利项目已经开工或正在筹资。南非今年还将推动更多校舍和管网建设项目落地,以创造就业机会,带动相关行业发展。

电力供应是困扰南非发展的一个重要难题。为提升发电能力,南非将重组国家电力公司,加快解决其债务问题,提高发电可靠性。同时,从独立发电商处购买电力,并着重发展清洁能源,以减少对煤电的依赖。“南非将提高本地生产能力,降低对进口商品的依赖。”据拉马福萨介绍,南非已确定本地化生产、采购商品的名录,每年有望留住2000亿兰特(1兰特约合人民币0.45元)进口资金。目前,政府已制定多个行业的发展计划,鼓励私营部门加大生产投资力度。

全面改革

“全面改革对于改善营商环境至关重要,将释放经济和就业潜力。”拉马福萨表示,在接下来的日子里,南非将重点就国企、交通、农业、签证、公共服务等进行改革。例如,南非计划推动德班港尽快发展成为南半球的枢纽港口,提升港口、铁路、公路联运效率;简化签证移民制度,向来自中国等10余个国家的公民发放电子签证,并发布急需技能清单,吸引更多游客和人才。

拉马福萨表示:“腐败是国家发展的最大障碍。”南非正在充实执法机构力量,并成立跨部门的反腐败委员会,为全国性反腐行动奠定基础。

据南非财政部预计,随着上述抗击疫情和经济复苏举措的进一步落实,2021年南非GDP有望增长3.3%。



3月伊始,江苏省泰州市靖江工业园区企业产业工人正铆足劲儿,开设设备马力,全力冲刺一季度经销目标。图为在位于该园区内的大明金属科技有限公司,车间工人正忙于为国内某水电站一批工业用板而紧张加工中。

本报通讯员 杨木军 摄

绥芬河自贸片区40项制度创新成果发布

■ 王琳 史轶夫

3月16日晚,黑龙江自贸试验区绥芬河片区发布了2020年度40项制度创新成果。“创新中欧班列运输新模式”“大宗散货铁路运输先换装后报关”等10个“新招”成果突出,在畅通国际贸易通道的领域发力。

绥芬河自贸片区自获批以来,充分发挥互市贸易产业、边境物流节点、中俄区域合作等特色优势,并且发挥全面深化改革、扩大对外开放的试验区作用。2020年,绥芬河自贸片区制度创新成果不断显现。

此次发布的成果中,包括“构建对俄合作平台”领域6项,“提升互市贸易水平”领域9项,“提升金融服务水平”领域4项,“优化政府行

政效能”领域11项。基于黑龙江自贸试验区总体方案对绥芬河自贸片区提出的发展定位:“建设面向国际陆海通道的陆上边境口岸型国家物流枢纽”,该片区仍以10个“新招”力促国际贸易通道畅通。

其中,包括构建中俄车辆联检快放新模式、创建多式联运跨境物流运输模式、创新中欧班列运输新模式、大宗散货铁路运输先换装后报关、创新内贸货物跨境运输查验通关模式以及疫情防控中陆路口岸通关闭环管理制度创新等。

2019年7月,绥芬河被中国铁路总公司批准为中欧班列专用集装箱办理站,成为中欧班列出境通

道中唯一拥有自贸试验区加持的城市。绥芬河自贸片区在口岸开辟中欧班列绿色通道,为企业和客商提供优质服务。中欧班列经绥芬河站开行至今,累计发运班列400余列,开行频次由月均6列增长至月均20余列。

针对2020年形成的40项制度创新成果,绥芬河自贸片区将进一步挖掘和释放创新成果的改革成效,下一步更加突出制度创新的应用性和实效性,跳出贸易便利化的局限,探索创新案例,切实用改革创新、复制推广、风险可控、成果可视的标准,促进创新成果转化为企业发展和产业融合的新动能。

首家本外币一体化资金池业务试点企业落地深圳

■ 朱族英

中国人民银行深圳市中心支行3月16日发布消息称,深圳传音控股股份有限公司成为中国首家开展跨国公司本外币一体化资金池业务试点的企业。

深圳传音控股股份有限公司在全球七十多个国家和地区开展业务。该公司2020年跨境结算量超过400亿元人民币,其中约有四分之一是通过跨境人民币结算。

深圳传音控股股份有限公司财务总监肖永辉介绍,公司本次获批为试点企业,将提高企业资金周转效率,节约财务运行成本。他指出,通过政策和账户整合升级,集团内各家企业无需开设不同的账户,境内资金划转无需通过委托贷款框架,这进一步便利了资金归集和调拨。同时,境外放款系数上调有助于企业进一步整合国内外资源,完善现金管理体系。

肖永辉表示,在结汇便利化基础上推出一定额度意愿购汇,企业还可以根据实际需求和市场情况,自主选择购汇时机,有助于降低汇兑成本。

国家外汇管理局深圳市分局(下称“深圳市外管局”)相关业务负责人称,获得试点资格的大型实体跨国公司可享受更优的跨境资金管理政策组合。接下来,中国人民银行深圳市中心支行和深圳市外管局将推出更多跨境金融创新政策,吸引更多跨国公司在深圳设立全球或区域总部。

国际商情

坦桑尼亚将实施进口车本地检测新举措

据坦桑尼亚《公民报》报道,坦标准局日前表示,从4月初开始对进口车辆实施本地检测。标准局已于2月28日起停止向国外检验机构提供PVoC(装运前合格验证),在该日之后购买的进口车辆均需在坦当地接受检测。进口商将为每辆汽车向标准局支付150美元检测费。

2月韩国汽车内销出口均呈两位数增长

据韩国产业通商资源部数据,2月韩国汽车产量、本土销量、出口量同比分别增长37.9%、24.2%、35%,该三项指标连续两个月均实现两位数增长。在全球汽车市场销售旺盛和SUV、电动汽车等出口强劲的推动下,2月出口量高达16.1886万辆,同比增长35%;出口额为35.3亿美元,增长47%。

越南对阿根廷出口猛增

据越南《海关在线》报道,越海关总局日前公布数据,2月份越南对阿根廷的出口额达7770万美元。其中,电话及配件出口额为5200万美元,计算机、电子产品及配件出口1340万美元。出口最多的产品还是电话及配件,计算机、电子产品及配件。此外,出口增幅较大的商品还有鞋类、机械设备和纺织服装等。

塔吉克斯坦计划扩大电力出口

据塔吉克斯坦阿韦斯塔通讯社报道,以前对中亚—南亚输电项目CASA-1000所做的修改将使塔吉克斯坦能够扩大对巴基斯坦和阿富汗的电力出口,塔计划借助该项目在15年内出口750亿千瓦时电力。按照修改后的方案,在修建桑格图达(塔吉克斯坦)至白沙瓦(巴基斯坦)的500千伏输电线路时,将取消在喀布尔(阿富汗)修建变电站的计划,巴基斯坦将直接获得塔吉克斯坦的更多出口电力。(本报综合整理)

疫情促全球玩具市场重新布局

■ 郭军

新冠肺炎疫情全球大流行,催生了许多新业态、新模式,为传统经济的转型及可持续发展注入新动能。今年全球首个大型玩具专业展览会——“第33届国际玩具及教育产品(深圳)展”将于3月30日至4月1日在深圳国际会展中心举行。届时,1400多家玩具、婴童用品、IP衍生品等类别的参展企业将同台竞技,数十万计新品全球首发亮相,共同展示玩具经济的新趋势、新力量。

中国是世界最大玩具生产和出口国。记者从主办方了解到,受新冠肺炎疫情影响,去年中国玩具产业运行一度备受打击,1至2月产品出口同比急剧下降25.7%。二季度

在国家复工复产政策扶持下,企业生产逐步恢复正常,全年玩具出口2317.3亿元人民币,同比增长7.7%。

与产能恢复相对应的是,全球玩具市场格局悄然发生改变。虽然欧美国家仍是世界最大玩具消费市场,但新兴经济体国家玩具消费正快速增长。广东作为中国最大玩具生产和出口基地,去年疫情下玩具对欧盟27国出口同比下降5.4%、对北美自贸区出口下降0.64%,但对东盟出口增长9.09%,对中东出口增长10.8%,对“一带一路”沿线国家出口全部正增长,其中对西亚、北非16国增长达10.7%,世界玩具消费市场发展更趋多元化。

业界资深专家、广东省玩具协会会长李卓明指出,2021年国际玩具市场机遇与挑战并存:一方面,由于海外疫情仍严重,东南亚国家原本就不完善的产业链受损较大,玩具跨国公司技术要求高的订单不得不投向中国企业,预计加工贸易企业订单仍会继续去年四季度较充裕的情况;另一方面,受疫情影响,海外商家参加专业展会、产地采购等商务活动受阻,中国玩具企业自有品牌产品出口仍不乐观。

因此,李卓明建议企业积极加大产品宣传力度,多方疏通产品流通渠道,特别是要发展线上贸易。他特别指出,防疫、居家隔离措施

的实施,令家长陪伴孩子的时间多了,拼图、积木、智力玩具、游戏机等多类别玩具销量大增,不论是海外市场还是中国国内市场,都有此表现。

李卓明介绍说,去年玩具电商、跨境电商、直播带货等新业态十分活跃,跨境电商更是跳跃式发展,成为玩具出口主力军之一,广东玩具出口约占全国70%,去年广东玩具以“其它贸易”(含跨境电商)方式出口的产品数量同比大增61.7%,体量升至出口金额的25.73%,几乎要与“加工贸易”“一般贸易”三分天下。而在疫情暴发之前的2019年,广东玩具“其它贸易”出口占比只有15.94%。

中国玩具产业向来以出口为导向,新形势下产业如何发展引人注目。据悉,行业对此有几点共识。一是借力IP为产业赋能。随着中国经济发展,生活水平提升,以及新一代消费者习惯等因素,当前中国授权衍生品市场正进入高速增长期,市场规模不断扩大。2020年,名创优品、泡泡玛特先后在美国及香港上市,让业内看到了以IP为基础的衍生品及潮流玩具的巨大商业价值。二是关注各类新兴、跨界渠道发展,包括时尚品牌连锁店、礼品精品店、连锁便利店、影视院线店、书店、儿童乐园等,积极构建各类玩具消费新场景。三是坚持打造知名品牌策略。