

贝发集团：从单项冠军走向产业链链主

■ 本报记者 张凡

在贝发集团创始人邱智铭1993年背着一个包闯荡广交会，并拿下第一笔国际订单的时候，不知道他是否想过，这一次尝试竟给企业未来发展注入了国际化发展基因，打开了开辟国际市场的大门。如今在贝发集团展厅的数据平台上显示着美国、中国、加拿大、德国、英国、法国、俄罗斯、澳大利亚、墨西哥、荷兰等国家已经成为公司的前十大市场，各个市场的动态也在不断更新中。即使在今年国际贸易环境复杂多变、原材料上涨的压力下，贝发集团在2021年一季度取得了出口增长133%的好成绩。

谈起抗压能力这么强，贝发集团董事长邱智铭给出的答案是，近年来，公司提出的“一支笔、一条链、一个平台”的创新发展战略给企业发展提供了保障。一支笔，即做强

做大贝发集团的核心产业——制笔；一条链，即与广大上下游企业合作，并从单一制笔向整个文具产业扩张，形成产业链；一个平台，即搭建数字合作平台，注重数字赋能与科技赋能，带动产业整体发展。

在尝到广交会带来国际市场订单的甜头后，公司开始由商贸型企业向实业制造型企业转变，相继成立一批专业工厂，设立研发技术中心，不断提高产品质量，达到国际先进水平。在2002年时，贝发集团就荣膺“中国制笔王”的称号。在这个过程中，邱智铭深刻体会到，体量大并不能说明企业实力强，还必须有自己的核心技术。贝发集团先后承担国家火炬计划项目、国家科技支撑计划项目、国家重点研发项目等，并于2014年与太原钢铁合作，成功解决圆珠笔头制造问题，实现该技

术的国产化。

“创新是企业国际竞争力的保证。我们生产的产品在引领潮流的同时，也面临着极大的考验，因为有些企业开始不断地仿造我们的产品。对此，我们一方面加大知识产权保护力度，曾成功反诉‘337’知识产权案；另一方面继续加大设计、研发力度，加快产品更新迭代。”邱智铭介绍说，目前，贝发集团平均每三天研发一个新产品，每三天申请一项专利，累计申请专利3000多项。

在人们用笔减少的情况下，贝发集团向文化创意等方面延伸，为笔赋予新的内涵，不仅提高了产品知名度，也给整个文具产业带来新气象。现在，录音笔、人工智能笔、食品级墨水马克笔、高端文创礼品笔等已经成为贝发集团的热销产品。

“与此同时，产品被模仿、抄袭

说明行业规则急需明确，同时也反映出一个问题：广大中小企业资金、技术有限，产品更新迭代成本高。若我们帮助他们进行研发、制造等工作，不仅自己的烦恼少，产业也会发展。”邱智铭说，利他就是利己的最好方式，因而，贝发集团提出了“以大带小、以强扶弱”的理念。

对于加强行业合作，贝发集团早在2003年就开始牵头创办了宁波文具行业协会、亚太文具行业协会联盟等组织，开始团结文具行业企业，拟定行业标准、制定规则。更重要的是，利用多年从事外贸所积累的渠道和获得的国际先进技术，向产业链伙伴企业提供了从研发设计到开模制造、产品检测等一条龙服务。这大幅减少了中小企业产品更新的时间和成本，提升了行业整体的竞争力。

随着数字化浪潮的到来，“互联网+”成为众多企业转型的选择。贝发集团也顺势推出了面向企业用户的“库商城”和面向个人消费者的“文器库”两大互联网云消费平台。这两个平台通过构建人、货、场的互动，实现了打通线上线下、连通国内国际的功能。

“对于企业而言，这个平台不仅可以不同产品门类、环节实现交融，也能更大程度利用自身资源带动整个行业的发展。对于个人而言，庞大的数据可以满足广大消费用户不同的需求，实现个性化、定制化生产。”邱智铭说。

如今，在数字化的赋能下，贝发集团不仅自身产品屡屡成为爆款，也让同行业公司更加紧密地联系在一起，为整个产业提升国际竞争力提供了保障。

越南对中国的蔬果出口逆势增长

本报讯（记者 苏旭辉）据越南媒体报道，尽管受新冠肺炎疫情的影响，今年上半年越南对中国的蔬果出口呈积极增长之势。今年1-6月，越南蔬果出口总额超过20.63亿美元，同比增长17.4%；进口总额达6.8亿美元，同比下降16.6%。由此，越南蔬果实现贸易顺差13亿美元。中国、美国、日本及韩国是越南蔬果的四大出口市场。今年前5个月，越南对中国的蔬果出口总额约达10.5亿美元，同比增长16.2%。越南工贸部进出口局表示，对中国的蔬果出口占越南出口总额的61.7%。对中国市场的出口积极增长有助于促进越南蔬果行业取得良好业绩。

中国—东盟商务理事会执行理事长许宁宁对记者表示，越南作为中国在东盟最大的贸易伙伴，疫情以来经贸合作逆势增长。水果作为检验检疫较为严格的产品，呈现较大幅度增长，说明中越水果贸易发展潜能很大，若疫情结束，越南会释放更大对中国水果出口的潜力。

记者调查发现，中越在检验检疫合作上取得的进展促进了两国的水果贸易。例如今年6月中越相关部门就植物检疫达成的协议，为简化办理流程和缩短出口新鲜水果的通关时间做出了贡献。

相比之下，虽然上半年越南的水产品出口额达8.65亿美元，同比增长20%，但由于中国为遏制新冠疫情对进口冷冻水产品采取严厉措施，越南对中国水产品出口持续下降。越南水产加工出口协会指出，目前很多越南水产品出口商正在向中国出口更多干制和加工类海产品，以适应新的形势。

国际商情

欧佩克8月起或将小幅提高产量

石油输出国组织（欧佩克）及其盟友7月初召开会议商讨最新的产量政策。大多数分析师预计，欧佩克及其盟友将达成一致，从8月起开始提高产量，增长幅度可能为每日50万桶，以满足石油市场需求的上涨，并帮助抑制近期的油价上涨趋势。不过，也有一些观点认为，欧佩克及其盟友可能需要把8月份产量上调更多才能控制住油价并提供足够的供应。去年，在新冠肺炎疫情的冲击下，国际油价一度跌为负值，为帮助应对需求骤降和促进油价回升，欧佩克及其盟友采取了大规模的减产措施。随着疫情得到缓解以及疫苗接种的推进，全球经济加速复苏带动原油需求持续反弹，目前国际油价已经回升至每桶约75美元的水平。最近数月，石油市场需求前景持续改善。国际能源署在其6月中旬发布的最新报告中预测，全球石油需求将在2022年年底超过疫情之前的水平。

中国继续成为巴西出口第一大目的地

巴西经济部近日公布的数据显示，今年5月，巴西外贸实现顺差92.91亿美元，比去年同期增长29.4%。其中，巴西对华出口逆势增长，中国继续成为巴西出口第一大目的地。巴西经济部长保罗·格德斯表示，巴中贸易向好对巴西经济产生了关键作用。农业是巴西经济的主要支柱之一。受中国对大豆和棉花等农产品强劲需求的推动，巴西5月农业综合企业产品出口较去年同期增长33.7%，达到创纪录的139.4亿美元。巴西棉花种植者协会数据显示，今年5月巴西棉花出口量超过11.5万吨，创下月度出口贸易量新纪录，其中2.37万吨发往中国。该协会主席儒利奥·布萨托表示，对华棉花出口量约占巴西2020/2021年度该类商品出口总量的31%。（本报综合整理）

渣打银行专家：全球经济复苏存脆弱性

■ 王恩博

渣打银行大中华及北亚首席经济师丁爽近日在接受记者采访时表示，今年全球经济在继续复苏同时亦显现脆弱性，尤其通胀水平或高于预期。

丁爽介绍，渣打研究团队预计，2021年全球经济在去年出现衰退的基础上有望实现反弹，同比增速或达到5.8%。但这一过程将呈现两大特点：一是经济复苏不同步；二是复苏势头难言稳固。

全球经济复苏不同步，主要体现在发达经济体复苏脚步相对比较快，除亚洲之外的新兴经济体则步伐较慢。丁爽说，这一方面取决于对新冠肺炎疫情的控制情况，特别是发达经济体疫苗接种进度较快，除中国以外的新兴经济体整体滞后；另一方面由政策决定，主要发达经济体实施了超宽松财政政策和货币政策，为其自身复苏提供了支撑。

在此背景下，丁爽表示，今年全球发达经济体经济增长或可达到5.4%，美国、欧洲都有望实现反弹。新兴经济体中，亚洲预计今年经济增长可达7.1%，非洲、中东地区经济增速或在3%至4%左右，南美地区经济增长约为5%。

全球经济复苏势头较为强劲，但眼下还远未到高枕无忧时。丁爽提醒，未来有两大风险需要关注，首先仍是疫情带来的巨大不确定性，特别是近期出现的新冠变异病毒德尔塔毒株传染性非常强，疫苗对其有效性亦待验证，这可能拖累部分国家经济重启脚步，从而

影响全球复苏进程。

另一个风险是通货膨胀。宽松的流动性推动国际大宗商品价格快速上涨，全球通胀预期升温。在最新一次议息会议中，美联储预计今年美国通胀率或升至3.4%，剔除食品和能源价格后的核心通胀率为3%，分别较此前预期上调1个百分点和0.8个百分点，远高于2%通胀目标。

丁爽表示，本轮通胀可能达到的水平会高于预期，延续时间也会稍长，预计通胀指标到今年底、明年初会有所回调。如果通胀上升且持续时间相对较长，会引起货币政策收紧。最近一些美联储官员的发言已使市场对此有所警惕，美国量化宽松政策是否会提前退出，加息路径是否符合市场预期，其中都蕴藏风险。

在全球大宗商品价格上涨背景下，近期中国工业生产者出厂价格指数(PPI)亦上升较快，引起市场关注。丁爽认为，中国PPI或将在四季度出现回调，且其对居民消费价格指数(CPI)的传导相对温和，不会导致CPI大幅上涨。

他分析称，食品和服务业在中国CPI数据中所占比重较大，当前中国CPI涨幅仍受到较低的食品价格特别是猪肉价格抑制，同时服务行业亦未真正恢复到疫情前增长水平，因此虽然年内中国CPI同比涨幅总体将呈上升趋势，但从全年平均水平来看可能在1.5%左右，低于官方设定的“3%左右”的预期目标。



时值年中，河北省邢台市威县清洁能源产品生产企业车间一派忙碌景象，企业开足马力赶制订单。近年来，当地引进中高温真空集热管、槽式光热发电系统等清洁能源产品生产企业，可以满足智慧温室大棚、高温发电、工业用热等多领域分布式清洁能源需求，产品除供应国内市场外，远销海外。图为在威县高新技术产业开发区，一家清洁能源产品生产企业的工作人员在焊接太阳能集热管。新华社记者 骆学峰 摄

海南应做好国际旅游市场“中国分场”的产品供给

■ 王晓斌

新冠肺炎疫情重创跨境旅游业，近日在三亚举行的ITF全球旅游者大会上，与会专家指出，打造海南国际旅游消费中心非一蹴而就，在外部环境不可控的情况下，海南需做好国际旅游市场“中国分场”的产品供给。

海南正在建设自由贸易港，旅游业是主导产业之一。按中国国务院早前印发的《海南省建设国际旅游消费中心的实施方案》，到2025年，海南基本建成国际旅游消费中心；2035年，海南成为具有全球影响力的旅游消费目的地。但是去年暴发的新冠肺炎疫情重创海南的跨境旅游，海口及三亚的机场出入境航线迄今仍未复航。

“（跨境航线未复航）这样的情况，对于海南国际旅游消费中心建

设确实是不小的挑战。”中国商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究所副所长白明认为，海南国际旅游消费中心处在建设起步阶段，与建成还有距离。

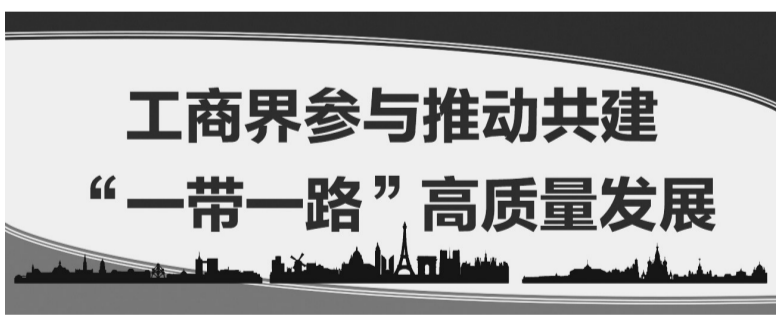
当前，海南旅游复苏势头强劲。海南省旅游和文化广电体育厅总规划师周安伟介绍，海南形成了海洋旅游、康养旅游、文化旅游等十大旅游产品体系。婚庆旅游、游艇旅游等新兴业态不断发展。目前海南有18个精品海湾项目，22家国际知名的酒店管理集团携54个国际酒店品牌进驻海南。

即使出入境航线未复航，海南的民航机场旅客吞吐量却稳步回升。三亚凤凰国际机场本年度旅客吞吐量在7月5日突破1000万人次，这是该机场连续第11年旅客吞

吐量突破千万人次，较2020年提前了87天。

“开发国内旅游也为海南国际旅游消费中心构成重要支撑。”在白明看来，中国的旅游市场是全球旅游市场的中国分场，将中国分场做好也是为国际旅游消费中心作贡献。因此海南需要按照国际高标准，为中国游客提供国际化的高水平的旅游，“这也是海南国际旅游消费中心国际化的一个重要表现”。

“我们不要简单追求入境旅游人数。”中国旅游协会休闲度假分会秘书长曾博伟注意到，在旅游市场上，很多人入境旅游者的消费能力不如中国国内中高端人群，“中国是旅游大国，吸引入境客人固然重要，但最重要的是要为广大游客提供国际化的产品和服务。”



加快发展外贸新业态 培育竞争新优势

扩大跨境电商综合试验区试点范围，积极推动海外仓发展，支持有条件的地方发展离岸贸易……围绕加快发展外贸新业态新模式，日前召开的国务院常务会议确定了一系列措施。相关人士指出，新业态新模式是中国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的新趋势。此次会议提出的政策措施涉及多种新业态新模式，有较强的针对性，有助于进一步推动外贸升级，培育竞争新优势。

跨境电商规模5年增长近10倍

近年来中国外贸新业态新模式快速发展，跨境电商是其中之一。海关总署数据显示，2020年我国跨境电商进出口1.69万亿元，同比增长31.1%。

今年以来，跨境电商继续保持强劲势头。商务部新闻发言人高峰介绍，今年一季度，跨境电商进出口达到4195亿元，同比增长46.5%。主要有以下几个新特点：一是从渠

道看，跨境电商从依托第三方平台为主，逐步开发出独立网站、社交网站、搜索引擎营销等多种新渠道。二是从主体看，由早期的个人和贸易型企业为主转变为贸易型企业与生产企业融合发展，许多生产企业由线下转到线上，数字化水平明显提升。三是从产品看，由单纯注重性价比逐步向注重品牌、质量、标准、服务等转变，定制化、个性化商品快速增长。

“就规模和速度而言，跨境电商发展近年来一直保持两位数增速，总规模5年增长近10倍，在外贸中的占比持续提升，尤其在疫情冲击下为稳外贸发挥了重要作用。”商务部研究院区域经济合作研究中心主任张建平对记者分析，为了进一步推动跨境电商发展，还需继续加大支持力度，如扩大跨境电商综合试验区试点范围、优化跨境电商零售进口商品清单、便利跨境电商进出口退换货管理、制定跨境电商知识产权保护指南等。

提高海外仓数字化智能化水平

在跨境电商发展过程中，海外仓是重要支撑点。数据显示，目前中国跨境电商海外仓数量超过1800个，分布在俄罗斯、日本、韩国、美国等国家和地区，2020年增速达80%，面积超过1200万平方米。

“海外仓已成为支撑跨境电商发展的新型外贸基础设施，是跨境电商发展不可缺少的重要环节和重要平台。通过在目的地国设立海外仓，再把商品以批量的方式运输过去，根据当地市场进行分拣、包装、运输，能够有效提升物流效率并降低综合运营成本。特别是在疫情防控期间，海外仓优势凸显，因为相对比较充足的备货，当地物流能更快进行配送。”张建平说。

国务院常务会议提出，鼓励传统外贸企业、跨境电商和物流企业等参与海外仓建设，提高海外仓数字化、智能化水平，促进中小微企业借船出海，带动国内品牌、双创产品

拓展国际市场空间。

张建平表示，一系列措施既聚焦推动更多市场主体参与到海外仓建设中，又强调新技术的应用，这将为海外仓的发展提供更有力的支撑。“随着各方面支持力度加大，未来海外仓的发展还有很大空间，特别是新一代智能物流体系的构建，将让海外仓运营效率越来越高，起到更加重要的作用，进而推动跨境电商为稳外贸、促进外贸转型升级作出更大贡献。”

积极发展市场采购贸易方式

聚焦新业态新模式，国务院常务会议提出，积极发展市场采购贸易方式。

作为一种为专业市场“多品种、多批次、小批量”外贸交易创设的贸易新模式，市场采购贸易方式近年来在不少地方快速发展。近日，在广东东莞，去年底启动的大朗毛织贸易中心市场采购贸易试点出口规模突破100亿元。截至目前，东莞市场采购

贸易试点经营者备案已达1487家，出口商品涉及家具、日用百货及纺织服装等，出口至141个国家和地区。

“市场采购贸易方式具有通关快、便利化等特点，外贸经营者可在批准的市场集聚区采购商品，并在采购地办理出口通关手续。加快发展市场采购贸易方式有助于提升集货能力和品牌影响力，进一步挖掘贸易潜力。”张建平说。

此外，国务院常务会议提出，引导外贸综合服务企业发展集中代办退税工作效率和风险管控水平，支持综合保税区、自贸试验区内企业开展保税维修，支持有条件的地方发展离岸贸易。

张建平认为：“接下来，加快发展外贸新业态新模式，还应加强知识产权保护，在数字贸易等方面做好相关规则的制定，同时进一步推动国际交流合作。在此过程中，自贸试验区可以发挥更加积极的作用，持续推动外贸高质量发展。”（邱海峰）