

四大外贸行业这一年

传统与新兴结合出口表现出彩 眼前与未来并重积极提质增效



编者按:海关总署数据显示,以人民币计价,2021年1月至11月,我国外贸出口额195763.2亿元,同比增长21.8%。可见今年截至11月,中国外贸出口不仅稳住了,而且增速较高。这份乐观美好的成绩单,包含了千千万万外贸人的坚韧和辛勤,也离不开各行业的共同努力,其中被列入海关总署《出口主要商品量值表》的照明、玩具、集装箱和服装等行业以比较高的出口增速积极发力“稳外贸”。在2021年年末,本报“行业管窥”栏目特别关注并邀请这四大行业的协会领导、业内专家和企业界人士,共同回顾四大行业一年来外贸出口的亮点和特点,展望它们2022年的发展走势,并汇总大家的真知灼见,帮助这些行业更好地提质增效。

全球货主盼货望眼欲穿 集装箱生产火爆一整年

和一些行业今年上半年出口增速非常高,而下半年出口增速大幅回落不同,2021年集装箱出口一直非常火爆且高速增长,堪称出口商品中的耀眼“明星”。海关总署数据显示,以人民币计价,今年11月集装箱出口额163.8092亿元,比去年同期增长160.4%;今年1月至11月集装箱出口额1361.0864亿元,比去年同期增长221.1%。截至今年11月,今年每个月份集装箱出口同比增速都超过100%,其中今年2月集装箱出口同比增速达374.2%,今年7月集装箱出口同比增速达357.4%。

受疫情、国外港口拥堵和作业速度慢等因素影响,集装箱出海后回来得慢,回来的数量不够多,但很多外贸企业订单较多,对集装箱需求量大,国内集装箱生产企业只好加班加点生产集装箱,以满足庞大的市场需求。这一年,也有其他行业的企业看好集装箱生产行情,转产投入集装箱生产行列,广东省佛山市美宗房屋科技有限公司就在2021年6月转型生产标准集装箱。而海关等相关部门,亦为促进集装箱生产和出口积极采取措施。

集装箱业界反馈的情况是,虽然近段时间集装箱供应紧张的情况稍微有所缓和,但并没有彻底解决。其中一家重要的集装箱生产企业今年的订单早在11月就排满,新下订单的客户只能排队等到明年。东方国际集装箱(锦州)有限公司刘经理就提到,“印象中这一年集装箱出口一直高速增长,虽然集装箱供应紧张的情况比前一段时间稍微缓和一点,但还没恢复正常。如果客户现在找我公司下订单,一到两个月后才能交货。”

在集装箱生产、出口高速增长的同时,业界对我国集装箱产业的提质增效有很多话说。中国港口协会集装箱分会秘书长张如星认为,应该发展内贸集装箱和铁路集装箱,大力推动海铁联运发展,重视发展冷链集装箱、特种集装箱等高端集装箱,这是中国集装箱行业的升级方向。在张如星看来,我国西部集装箱运输没有东部发达,集装箱在中西部地区很有发展空间,当前正在推动西部运输的集装箱化,中西部农副产品若能更多地使用集装箱,可以更方便地运出。

展望2022年,东方国际集装箱(锦州)有限公司刘经理认为,明年的行情不太明朗,还得再观察一下。张如星乐见“一带一路”建设和西部地区的开放发展,为集装箱业务发展带来很多机遇。卓创资讯方面则认为,后续如果集装箱运输市场恢复正常,全球码头和集装箱的流转速度加快,可能会出现降价抢单现象。

海外订单回流添底气 服装外销颠簸促创新

2021年对服装行业出口来说,是波动的年份,也是有喜有忧的年份。海关总署数据显示,以人民币计价,今年11月服装及衣着附件出口额988.7488亿元,比去年同期增长17.7%;1月至11月服装及衣着附件出口额9982.3906亿元,比去年同期增长16.1%。服装出口各月同比增速呈现忽高忽低态势,有的月份甚至同比负增长,例如今年2月服装及衣着附件出口同比增长294.5%,但今年7月服装及衣着附件出口同比增长-2.0%。

业内专家刘女士分析说,今年服装业总体形势比较好,出口数据也不错。“国内疫情防控做得好,服装企业能正常生产经营,而国外一些服装企业的生产经营受疫情影响较大,使得一部分服装订单从国外回流到中国。”刘女士介绍说,只是包括海运成本在内的各项成本提高,企业的利润有限。

而业内企业的反馈,也印证了上述观察。有的企业提到,接到从南亚、东南亚回流的订单后心情忐忑,担心海外疫情形势更加恶化后国外客商中途取消订单或者无力支付货款。有的企业提到,虽然一些海外客商把订单转移到中国国内,但想要谈出好价钱还是不容易,对方并不愿意提价,只是销售量提高了。

在这种行情下,面对疫情带来的窗口期,有服装行业观察者认为,服装企业不能再沉浸在实物和数量这类传统粗放型的赢利思路,而是要多去拓展非实物收益,努力提高信息服务、供应链管理、设计等非实物收益的比重。这类收益的非实物型特征意味着,它们无论金额再高也不用订舱装船出海,受到物理层面的限制较少。同时,疫情带来的海外订单风险,为出口信用保险的进一步推广提供了契机,出口信用保险可以更加积极发力,当好企业的后盾,让企业更加敢接外贸订单。

值得一提的是,2021年10月中国服装协会发布《中国服装行业“十四五”发展指导意见和2035年远景目标》,内容涉及东方美学研究重点工程、设计人才建设重点工程、设计产业链云平台创建工程等。其中设计产业链云平台创建工程提到,围绕设计师及品牌运营痛点,集聚财务、贸易、广告、策划、展览、文创等专业服务资源,打造一批服务于设计师创新创业发展的一站式综合平台。重点围绕国家级、省级服装设计中心建设,发展一批设计产业链云平台,为设计师链接市场和供应链,向设计师提供无缝对接服务。

展望2022年,业内专家刘女士说,相信明年服装出口还会维持较高增速,但对疫情、海运物流紧张等难题也要保持清醒的认识,期待新的一年海运物流情况能明显好转。业界人士还认为,从2022年我国服装外贸形势看,一季度乃至上半年海外订单仍较充足;奥密克戎病毒的影响尚难判断,海外产能恢复并挤占中国订单仍需时日;海运瓶颈一时仍难以全面解决,采购商提前下单备货的做法仍将延续;国内产能增加空间有限,成本上涨、劳动力短缺、能源供应、内需增长等因素都可能对我国服装出口产生交叉影响。

外国客商提前采购安心 照明行业细分领域前景好



对照明行业外贸来说,今年是行情较好的一年。海关总署数据显示,以人民币计价,今年11月灯具、照明装置及其零件出口额310.0341亿元,比去年同期增长4.0%;今年1月至11月灯具、照明装置及其零件出口额2888.727亿元,比去年同期增长26.6%。从海关总署数据看,截至今年11月,灯具、照明装置及其零件出口一直维持同比正增长,今年大部分月份有着较高的同比出口增速;其中,今年2月,灯具、照明装置及其零件出口额同比增长463.2%,是该行业今年出口同比增速很高的月份;今年7月,灯具、照明装置及其零件出口额同比增长1.3%,是该行业今年出口同比增速很低的月份。

照明行业人士对2021年行情的正面反馈,也印证了上面的乐观数据。广东省佛山市南海区照明行业协会副秘书长林齐兴的直观印象是,今年照明行业出口增速还不错。广东省中山市是中国照明行业重镇,当地古镇是著名的照明产业集聚地,广东省中山市照明电器行业协会方面表示,今年照明行业整体形势不错。

综合照明行业人士的反馈,今年照明行业呈现利好因素和阻力明显并存的局面。利好因素主要体现在,一是海外疫情形势严峻,新毒株不断出现,国外照明行业企业的正常生产受到较大影响,而国内疫情防控较好,照明行业企业能正常生产经营,使得不

少订单回流到中国;二是国外客商出于对供应链形势的担忧,喜欢提前下单,以便更早更稳妥地拿到货物,令全国照明行业的出口订单更加火爆。不利因素主要体现在,一是照明行业原材料涨价,使得企业生产成本上升;二是海运涨价且订舱难、货物出海难对企业发展出口业务构成阻碍。广东省中山市照明电器行业协会方面也提到,集装箱供应紧张、海运成本上升阻碍了行业企业扩大出口。

展望2022年,照明业界人士认为,疫情带来的海外订单回流这一利好因素有望延续。对明年的行情,广东省中山市照明电器行业协会方面表示喜忧参半,因为全球疫情常态化带来的影响具有不确定性,但一部分有发展潜力的企业对明年应该会比较乐观。

广东省照明电器协会认为,受房地产调控以及经济环境影响,传统照明市场竞争日益激烈,更多的企业会通过新技术、新产品来寻找新发展空间。所以2022年,植物照明、汽车照明、健康照明、教育照明等照明细分领域将会受到大家更多关注,新技术、新应用也将成为产业发展的亮点。

同时,基于5G网络应用的普及,智能家居(智慧家居照明)、智慧城市(智慧路灯杆)将会成为很多企业发展的核心,智能家居照明将从单一控制逐渐走向系统化控制,让智能变得更名副其实。而智慧路灯作为未来智慧城市的网眼以及5G网络的重要基站,在各地的推动下也将逐渐走向普及。

再则,2022年,一些近两年因为疫情被耽搁的照明工程将重新启动,为户外景观亮化工程带来相对利好的发展环境。

借跨境电商东风升级 玩具业出海稳中求变



玩具行业今年的出口形势也是比较火爆的。海关总署数据显示,以人民币计价,今年11月玩具出口额297.147亿元,比去年同期增长13.9%,今年1月至11月玩具出口额2715.0731亿元,比去年同期增长29.7%。截至今年11月,玩具出口每个月都保持同比正增长且大部分月份增速较高。其中,今年2月玩具出口额同比增长306.5%,是该行业今年出口同比增速很高的月份;今年7月玩具出口额同比增长4.0%,是该行业今年出口同比增速很低的月份。

深圳市玩具行业协会秘书长刘艳芳提到,今年玩具出口形势还可以,订单较多。江苏省扬州市毛绒玩具行业协会张女士也

反馈说,今年玩具出口形势不错。

分析玩具出口形势较好的原因,刘艳芳特别提到一点,新冠肺炎疫情暴发后,全球制造业停滞,但中国制造还保持稳定并担当全球的制造大任,不少本来发给东南亚玩具厂的订单又回流到中国工厂。江苏省扬州市毛绒玩具行业协会张女士则补充了熟练工人和成熟工艺方面的细节原因:以扬州为例,扬州玩具产业一开始靠自己摸索工艺和设计,发展到现在则是根据来样来图制造较多,一部分企业有自己的设计和品牌产品,客商来样来图后由扬州的工厂打样和开版,中间涉及到对图纸的落实和修改,开版打样等需要相应的技术功底和工艺积淀,扬州等地有老师傅资源,这是当地玩具产业得以发展壮大的重要基础条件。除此之外,由于疫情防控,人们长期居家,对玩具需求量更大,也是玩具出口较火的原因之一。

今年玩具业另一个亮点是,疫情加速了玩具网上销售的步伐,跨境电商已成为玩具出口的重要渠道。这令疫情之下的玩具外贸企业不仅稳住了生计,稳住了业务,还为本行业和外外贸整体高速增长做出了贡献。

2021年中国玩具业面对的压力也不小。刘艳芳提到,2021年深圳玩具行业受

到疫情、国际贸易战、原材料涨价、海运价格飙升以及芯片短缺等因素的影响,面临一些困难和挑战。玩具业出口利润并不高,如果国外疫情明年还不能得到有效控制,国外订单的不断减少,将直接影响深圳玩具行业的出口。深圳市玩具行业协会会员单位中,在东南亚设厂的一些深圳企业今年订单量增加,但也有企业订单减少一半。

江苏省扬州市毛绒玩具行业协会张女士也反馈说,扬州玩具业今年产量上升,但货出不去,主要原因是集装箱和海运紧张,有的企业选择用包机将产品运出国门,运费成本较高。

展望我国玩具业的2022年,深圳市玩具行业协会会长刘振烈期望,深圳玩具业在稳住外贸基本盘的基础上,积极把握RCEP利好政策,扩大新兴市场出口。同时,抓住国内巨大的消费潜力及用户需求,充分把握“双循环”机遇,加强技术创新,拥抱新兴业态。江苏省扬州市毛绒玩具行业协会张女士分析说,“我对明年比较乐观,相信产量会上去。只不过明年的出口形势和国外疫情形势息息相关,具有不确定性。”此外,“碳中和与可降解材料”“打造原创IP和潮玩衍生品”等未来创新方向,亦受到业界关注。

