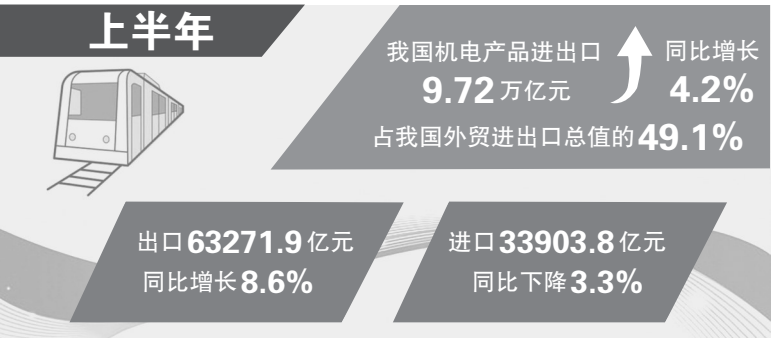


行业管窥

我国机电外贸：稳健增长 质量提高

■ 本报记者 江南



制图:本报融媒体中心 高志霞

机电产品，一直稳坐我国外贸半壁江山。根据海关总署发布的最新数据，上半年，我国机电产品进出口9.72万亿元人民币，同比增长4.2%，占我国外贸进出口总值的49.1%。“新冠肺炎疫情暴发以来，国内有效的疫情防控和疫情导致的国外供应链不畅，强化了我

国机电产业在全球的地位。”中国机电产品进出口商会行业发展部总监高士旺在接受《中国贸易报》记者采访时表示。从出口方面来说，我国机电产品上半年出口63271.9亿元，同比增长8.6%。

具体到机电产品类别来说，计算机、集成电路、手机、汽车等机电重点品类6月出口额同比增长，家用电器出口额持续下降。其中，集成电路6月出口139.4亿美元，同比增长16.8%，连续42个月同比增长；上半年累计出口776.2亿美元，同比增长17.2%，占我国货物出口总额的4.5%，是出口额最高的单一商品。

与中国机电产品出口额同比增长相比，进口额却连续4个月下降。今年上半年，我国机电产品进口33903.8亿元，同比下降3.3%。对此，高士旺分析，机电进口主要集中在汽车、飞机、半导体设备等整机设备和集成电路、汽车零部件、半导体器件、计算机通信零部件等中间品，进口连续下降主要是由于国内汽车需求不振、计算机通信业前景低迷导致下游企业减少中间品库存，集成电路下游相关厂商库存较高并担心供应链问题，深层次的原因还有国内供应链逐步完善后进口需求减弱。高士旺预计，随着企业库存逐步消化，中国机电产品进口降幅将收窄。

“总体来说，我国机电外贸呈现稳健增长、提质增效的趋势性特

征。”高士旺说，我国机电产品自2009年至今均保持全球制造和出口世界第一，近百种主要产品产量出口量稳居全球首位，进一步提升全球份额的空间有限。在产品结构上，传统产品出口增长乏力，但新兴产品增长明显。

高士旺表示，今年，国内部分外贸重点省份疫情导致的供应链受阻和物流不畅，在四五月间增加了供给侧压力，尽管目前正逐步缓解，但产业外迁与订单转移在部分行业仍有所体现。他举例说，电子信息行业是我国融入全球供应链最具代表性的行业，外资企业出口占行业出口总额的三分之二，随着国内成本上升和全球需求增量转向新兴市场，电子信息企业正将加工组装环节向越南、印度等低成本地区转移。

展望全年，高士旺预计，由于计算机、手机、家用电器等传统重点出口商品的国际需求萎缩，上游大宗商品价格回落对部分产品出口额的支撑作用将减弱，叠加高基数影响，机电产品出口增速将边际放缓，进口还将下降。在市场方面，高通胀和高库存对发达经济体消费能力造成影响。伴随RCEP（《区域全面经济伙伴关系协定》）生效，我国与RCEP国家的产业粘性将继续增强。

今年以来，俄乌冲突、全球通胀、美国加息缩表等导致的供应链紊乱、汇率大幅波动、潜在需求不足等问题，在需求、供给和物流侧，都对机电外贸企业造成明显负面影响。斯里兰卡、埃及等部分国家汇率贬值导致当地客户付汇困难，国

内疫情防控导致的物流不畅和人员流动受限使生产交货效率大幅降低，国际商务旅行停滞严重影响企业开拓国际市场。

北京一家机电产品企业相关负责人表示，由于国外市场疲软、客户采购计划延后等因素影响，该公司出口额在疫情后持续下滑。今年原本预计情况会好一些，但一、二季度的出口销量并不理想。

根据中国机电产品进出口商会在今年广交会期间对600余家机电出口企业所做的调研，47.2%的企业在手订单下降并明显低于历史同期水平，且近六成企业排产时间不足两个月。众多宁波中小企业产能下降一半，该情况可能持续至三季度结束。

高士旺表示，鉴于机电企业正以去中心化和供应链本地化相结合的方式对产业进行布局调整，建议相关部门加强中西部地区基础设施投资，尤其是交通网络建设，并给予出口型外贸企业一定的物流补贴，吸引头部企业投资落地，带动产业链配套企业落户。



图为在江苏启东中远海运海工码头拍摄的世界首艘3000吨级自升式风电安装船。该船具有起重能力强、操控性好、空间容量大、能耗及排放低等优点，交付后不仅能够安装下一代风电机组和底座，也可用于石油和天然气行业，以及海上结构的拆除。

许丛军 摄 光明图片

外资便利店需发力精准营销

■ 李盛丹歌

“2021年中国便利店TOP100”榜单近日正式发布。榜单显示，本土品牌易捷、美宜佳、昆仑好客，门店数量均超过2万家，位居前三位。与上年相比，三大日系便利店品牌罗森、全家FamilyMart、7-11依然在“十强”之列，但名次有所下降。本土便利店品牌已迎头赶上，外资便利店面临较为严峻的竞争态势。

便利店的兴起是人们消费习惯改变和消费需求日益提高的反映。作为新零售概念下的重要渠道，便

利店被视为零售和消费者之间的“最后一公里”，一些便利店甚至承载了快递收发、政务服务等功能，有着较大的发展空间。

目前国内连锁便利店基本可以分为以罗森、全家FamilyMart、7-11为代表的日系便利店，以中石化易捷、中石油昆仑好客为代表的加油站便利店，以美宜佳、便利蜂为代表的本土连锁便利店，以及互联网企业涉足的京东便利店、天猫小店等。

近年来，面对本土便利店的攻

势，外资品牌的扩张方向不断下沉，开始瞄准二线及三四线城市。据报道，2021年8月份以来，罗森便利店先后入驻河北唐山、安徽芜湖以及江苏南通等多地，布局近20家门店；7-11则在山东德州、云南昆明等地开店。一线城市的便利店已日趋饱和，店铺租金、人力成本等挤压利润空间，而二三四线城市的便利店拥有更多因地制宜的机会，面向更多的潜在人群发力，培养和开拓新用户群体。

对于外资便利店来说，想要在

越来越激烈的竞争中脱颖而出，比拼的不仅仅是门店数量，而需更多地发力地域精准营销，走差异化竞争路线，不断推出爆款产品，发展便民服务，从而提高品牌认可度和用户黏性。

此外，随着大数据、移动支付等新兴技术的发展，不仅“线上+线下”的购物模式逐步成为新赛道，无人零售便利店的技术也越发成熟。传统便利店也得努力求变，抓住数字化转型进行转型升级，在创新服务中求发展。

商用车海外发展之路：区域化营销+国际化研发

■ 本报记者 刘国民

7月19日，中国汽车工业协会联合中国汽车工程研究院股份有限公司、一汽解放汽车有限公司联合发布《汽车工业蓝皮书：中国商用车产业发展报告(2022)》(以下简称《蓝皮书》)，剖析了中国商用车海外发展思路。

在《蓝皮书》看来，按汽车产业发展水平划分，我国商用车出口市场可分为几类。一类是自身工业化水平较高的市场，如俄罗斯、印度等，或自身工业化水平不高但国外品牌当地化水平较高的市场，如印尼、泰国等。在该类市场，中国品牌面临来自本土品牌的竞争，关税壁垒和非关税壁垒导致中国品牌价格竞争力不足。另一类是自身工业化水平不高，商用车主要依赖进口，本土仅能实现简单组装，如大多数非洲国家。在该类市场，中国品牌主要面临来自欧美、日本二手车的竞争，性价比优势明显。

该类市场正处于工业化阶段，中国品牌车辆选择在当地本土化生产是发展趋势。在欧洲、北美、日本等汽车传统优势市场，中国商用车企业面临的最大障碍是技术与法规壁垒，短期内中国品牌进入较难，而新能源商用车或将是进入该类市场的最佳选择。

我国商用车海外市场发展应采用什么样的思路?《蓝皮书》认为应加强商用车产业国际化布局。统筹利用、整合国际国内两种资源，通过从产品到技术、资本、营销、品牌等的多元化布局，加强国际合作，拓展商用车国际化发展空间，完善商用车产业国际化布局，提升全球竞争力。例如，上汽集团布局了“投资平台+研发中心+生产基地+营销中心”，采用重资产模式建立泰国、印尼、印度等海外整车制造基地，在欧洲、南美、中东、北非、大洋洲和东盟等地设立区域营销服务中心。

在这一过程中，创新营销策略，采用区域化营销模式是重点之一。中国商用车出口企业业务模式基本以简单贸易、营销为主，未来要向国际合作、产业化转型，寻求高质量发展。综观一些高度国际化的汽车企业，均通过本地化生产、技术合作等业务进行模式升级，利用发展中国家人口红利、产业政策等机遇，进入快速增长通道，在降低供应链成本的同时获取品牌美誉度。因此，实施区域化营销模式是创新海外营销模式的基础，根据不同区域、不同国家的市场特征采取不同的营销模式，形成适合区域竞争模式的营销策略。

《蓝皮书》强调提高产品研发的国际化水平。组织技术和质量等业务部门进行调研，精准掌握当地市场竞争环境和客户使用需求及产品质量状态，制定车企海外业务中长期规划，把控产品入市机会，跟踪产

品质量、精准策划适应性产品的研发，实现科学规划、精准设计。高度重视出口产品的国际认证，提升出口产品认证的工作效率和效果。

同时，还应加强海外汽车金融产业建设。深入开展海外金融利率、资金筹集、海外融资、投资相关规则和属地法规的研究。加强金融产业人才的培养与引进，实现海外金融产业的突破和可持续发展。探索属地国汽车市场特征与金融监管政策的关联，按属地国政策和行业环境探索及完善个性化汽车金融服务模式。金融产业要精心调研、精心设计和实施，确保海外汽车金融产业具备业务方案设计能力和风险防范与控制能力。

此外，《蓝皮书》还建议，开拓高端市场，提升中国品牌知名度；推动企业数字化，持续为客户创造价值；积极探索商用车国际化合作模式。

在7月19日举行的山东省政府新闻发布会上，青岛海关、济南海关相关负责人介绍了山东省对RCEP其他成员国进出口快速增长情况。

据了解，为推动RCEP高质量实施，当地海关采取多项措施。青岛海关副关长石勇介绍说，海关成立“服务黄河流域高质量发展原产地技术服务队”，支持开发上线“RCEP鲁贸通”系统，关地共建RCEP原产地证书审签中心，推广原产地证书智能审核和自助打印做法，与贸促会互认原产地调查结果，上半年山东签发RCEP原产地证书居全国首位，实施经核准出口商制度。

海关数据显示，2022年上半年山东省对RCEP其他14个成员国(以下简称RCEP国家)进出口5874.7亿元，比去年同期(下同)增长22.9%，高于山东省外贸整体增速5.9个百分点，占同期山东省外贸进出口总值的37.3%，较去年同期提升1.8个百分点。其中，出口3461.3亿元，增长30.9%；进口2413.4亿元，增长13.1%。今年上半年，济南海关、青岛海关、山东省贸促会共签发RCEP原产地证书5.9万份，出口享惠货物183.9亿元。

济南海关副关长张艺兵介绍说，上半年山东省对RCEP国家进出口中，民营企业进出口占比超7成。上半年，山东省民营企业对RCEP国家进出口4282.2亿元，增长33.8%，对整体进出口增长的贡献率达98.7%；其中，出口、进口增速分别高于整体增速10.4个百分点和10个百分点。

机电产品、劳动密集型产品为主要出口商品。上半年，山东省对RCEP国家出口机电产品1202.1亿元，增长30.6%，占出口值的34.7%，其中，出口汽车零配件、电工器材、电子元件分别增长11%、63.3%和47.5%。同期，出口劳动密集型产品862.2亿元，增长43.5%，二者合计拉动出口增长20.5个百分点。此外，出口农产品350.2亿元，增长9.1%。同时，机电产品为最大进口商品，原油是拉动进口主力。2022年上半年，山东省自RCEP国家进口机电产品586亿元，增长11.9%，占进口总值的24.3%；进口原油449.1亿元，增长173.5%。

张艺兵介绍说，今年以来山东和RCEP其他成员国贸易往来更加密切，中间产品进出口占比进一步提升。RCEP国家间产业结构互补性强，贸易合作基础较好，随着区域内关税税率下调、非关税壁垒逐步减少以及贸易便利化水平逐步提升，RCEP国家间贸易往来更加密切，产业链融合程度加深。上半年，山东省对RCEP国家进出口中间产品3888.4亿元，增长24.1%，占全省对RCEP国家进出口总值的66.2%，其中出口1833.4亿元，增长36.3%，进口2055亿元，增长14.9%。

“海关将进一步加强RCEP政策的宣传和解读，帮助企业享受优惠，助力山东企业加强与RCEP国家的经贸交流与合作。”张艺兵说。

确保惠企政策应享尽享

■ 李芃达

当前，随着疫情防控形势逐渐好转，生产生活秩序逐步恢复，以及一揽子稳增长政策持续发力，经济运行呈企稳回升态势，中小企业开工率稳步回升。

“我们现在生产基本恢复正常，销售情况与去年同期持平。”湖北上大模具材料科技股份有限公司董事长李民华告诉记者，企业能够顺利复工复产离不开一系列惠企纾困政策的支持，“减税降费政策允许企业先缴50%的税，剩下的可以延迟半年缴纳。缓缴一半税相当于让我们多了两三百万元的现金流，不仅帮助企业渡过难关，更让我们有充足资金加大技术研发力度。”

今年以来，国家层面出台各类帮扶政策举措20余项，从实施组合式税收优惠、缓缴养老等3项社保费、促进中小微企业融资、减免国有物业房租等多个方面，加大对中小微企业纾困力度。5月9日，国务院促进中小企业发展工作领导小组办公室印发《加力帮扶中小微企业纾困解难若干措施》，从加大资金支持、缓解融资难回款难、推动降成本扩需求和加强服务保障4方面提出10条具体举措。“5月23日，国务院常务会议决定实施6方面33条稳经济一揽子措施，共有14条24处支持中小微企业。”工业和信息化部副部长徐晓兰表示，这些政策措施针对性强、覆盖面广、协同度高，和前期已出台的政策形成合力，推动解决中小微企业面临的现金流严重不足、还本付息压力较大、市场需求持续不振等实际困难。

帮扶中小企业不仅需要好政策，更需要优质服务。据悉，工信部于5月份在全国开展以“纾困解难，助力发展”为主题的中小企业服务月活动，深入开展“一起益企”中小企业服务行动，汇聚和带动各类优质服务资源，组织服务进企业、进园区、进集群，为中小微企业送政策、送管理、送技术。“我国共有703家国家级、3800多

家省级中小企业公共服务示范平台。”徐晓兰介绍，1月份至4月份，全国各类服务机构组织开展政策宣传服务活动910余万次，促进政策落地。开展防范和化解拖欠中小企业账款专项行动，集中化解存量拖欠，严防新增拖欠，健全防范和化解拖欠中小企业账款长效机制。

“我们还印发了《优质中小企业梯度培育管理暂行办法》，坚持纾困与培优相结合，加快构建涵盖创新型中小企业、‘专精特新’中小企业、专精特新‘小巨人’企业的优质中小企业梯度培育体系，进一步增强中小微企业核心竞争力，提升中小微企业抗风险能力。”徐晓兰说。

上大模具是一家专注高品质模具钢材料生产的企业，于今年4月被湖北省评为省级专精特新“小巨人”企业。“获评对于企业提升品牌形象、产品知名度、开拓市场等方面都有很大帮助。前几天我在广州与一家新能源汽车企业谈合作，对方一听我们是专精特新‘小巨人’企业，立即表示对产品很感兴趣。”李民华说，最实在的好处是银行会适当提高专精特新“小巨人”企业授信额度，让企业相对容易获得更多贷款。

但也要看到，当前国内经济运行仍受疫情影响，需求端恢复仍然偏弱。特别是中小微企业成本上升、账款拖欠、融资困难、用工不足等问题仍然突出。“我们从事的领域对员工专业化程度、技术水平要求较高，现在很难招到这类工人。”李民华希望多组织招聘供需对接会，解决企业招工难题。同时，也建议国家大力开展职业教育培训，储备更多专业化蓝领人才。

“下一步，我们将动员各方力量，加强政策宣传与服务，帮助中小微企业知晓政策、理解政策、享受政策，确保中小微企业不漏户、不漏人地清晰了解和应享尽享政策，帮助中小微企业克服当前困难，实现平稳健康发展。”徐晓兰说。

服務四達 誠信天下

中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com

广告