



泉州深挖“一带一路”市场(杨翠 摄)

外贸是经济增长的重要引擎。今年上半年,受到全球经济疲软和国际形势变化加剧影响,泉州整体进出口下行压力继续加大。整体而言,新形势下泉州正创新外贸思路和发展,让外贸国际市场更加多元,对“一带一路”沿线国家出口占比提升,对外贸进出口的拉动力也大幅提升。而外贸进出口的国别结构、商品结构的提质增效,也让泉州外贸更具韧性,更加安全,更有新的想象空间。

□商报记者 杨翠 综合报道

财经观察泉州外贸创新发展●动态

外贸大军逆风奔跑

今年来,泉州外贸在努力稳规模的基础上,正全力创新发展、优化结构

受全球主要经济体景气度继续回落、外需不振影响,泉州外贸下行压力继续加大。在国际需求放缓的大趋势下,今年来泉州外贸在努力稳规模的基础上,正全力创新发展、优化结构。

寻找新引擎

泉州不断优化出口产品结构,以新能源汽车、光伏产品、锂电池为代表的“新三样”出口保持强劲

泉州外贸进出口在国际需求放缓的大趋势下也难以“独善其身”。据泉州统计局数据显示,泉州1—7月进出口总额1341.42亿元,同比减少14.1%,出口额966.89亿元,同比下降16.3%,进口额374.53亿元,同比下降7.8%,承压前行是当下泉州外贸的客观现实。但泉州在新形势下不断优化出口产品结构,光伏产品、二手汽车等泉州出海的新品类逐渐在国内外市场崭露头角。

在南安,全省最大的太阳能光伏电池生产出口企业阳光中科(福建)能源

股份有限公司的车间内,十几条自动化生产线全天候高速运行,太阳能电池日产量高达80万片。

企业生产负责人卢发树表示,低碳环保高科技产业的潜力巨大,光伏行业无论是技术还是产能都迎来了高速发展的机遇期。阳光中科最近两年的产能增长了六倍,去年出口销售额达14亿元,今年有信心再增长两到三倍。

近年来,随着全球绿色能源转型进一步加快,锂电池出口行业再次获得突破性发展。从全国来看,以新能源汽车、光伏产品、锂电池为代表的“新三样”出口保持强劲,1—7月合计增长了51%。当前以外贸“新三样”为代表的高技术、高附加值、引领绿色转型的“泉州智造”,逐渐成为泉州外贸稳中提质、结构优化的出海新动能。

新政策赋予泉州外贸行业新机遇。6月15日,经泉州海关监管,厦门现代通商汽车服务有限公司申报出口的39辆二手车,搭乘泉州—莫斯科中欧班列前往俄罗斯。据悉,这是泉州口岸首次顺利出口二手车,打通了二手车搭乘中欧班列国际物流新通道。

据了解,二手车出口是落实中央经济工作会议精神,推动外贸高质量发展,激发国内汽车消费升级,加快汽车产业国内国际双循环相互促进,推动我国汽车产业健康发展的创新业务。我国于2019年4月启动二手车出口业务,目前已有三批共44个地区成为二手车出口试点城市,泉州于2022年年底获准开展二手车出口业务。

此次出口的39辆二手车,其中起亚牌轿车26辆,丰田牌轿车13辆,共装载13个集装箱。出口货代福建邦达天原国际货运有限公司负责人吴晓玲表示:“我们看好国际二手车的市场潜力,预计下一阶段将会有更多二手车选择该物流渠道出境。”

截至目前,福建省已有30家企业

获批二手车出口试点资格。获得试点资格的晋江恒豪公司日前与乌兹别克斯坦一汽车贸易公司签订二手车销售合同。

恒豪公司是晋江一家大型汽车销售公司,具有国内外大量销售服务资源。此次恒豪公司有2辆二手车出口乌兹别克斯坦,总价值30万元人民币。恒豪二手车渠道负责人曾展望告诉记者,目前第二批50辆二手车的意向订单也已初步达成,8月底完成出口,销售金额超500万元人民币。

“我们十分看好二手车出口市场,它可以为企业带来更多的增量订单。”曾展望告诉记者,从二手车出口市场来看,“一带一路”沿线市场对中国汽车的认可度极高,“同样一款国产汽车,在东南亚的售价可以达到国内价格的数倍。新车价格之间的巨大差异,也让二手车出口利润十分可观。”

传统外贸革新转型

传统外贸企业瞄准高端化、个性化、时尚化等新方向

“新三样”日益崛起,而作为泉州外贸主力军的传统产业企业寻求新方向,展示出源自实体经济的韧性。

去年年底从慕尼黑参展归来,福建泉州育英服装有限公司羊毛部经理陈金雄就忙着接洽众多海外客户。他们在展会上推出的新型针织羊毛面料,收获不少订单。

“以前这项工艺只掌握在欧洲厂商手里,我们投入大量资源搞研发,工艺突破后,与国外技术差距逐渐缩小,这对今后拿下更多中高端客户更有信心。”陈金雄说,尽管集团内羊毛面料的规模还远小于成衣加工,但保持了稳健增长的势头,这条路会坚持走下去。

同样锚定中高端市场的还有位于晋江的福建莱登克进出口贸易有限公

司。该公司总经理陈晓康向记者展示了一款在海外市场售价为1000美元左右的潮鞋,“这款鞋底尾部有金属豹子的头部造型,整双鞋极富科技感和时尚感”。

瞄准高端化、个性化、时尚化,近年来,莱登克积极研究可降解材料的运用和定制款鞋服,中高端产品在欧美市场越来越受欢迎。上半年,海外订单总体数量较去年同期增长约20%。

在陈晓康看来,越来越多的海外客户对产品需求已经从过去的“多且便宜”转向“个性化”。中国制造业的转型升级和完整高效的产业链供应链优势,有助于中国企业灵活应对国际市场的最新变化。“目前,我们在晋江的配套供应链企业有300多家,涵盖新材料、产品开发、生产加工等各个领域。”

市场需求持续萎靡,不少国际品牌不得不砍掉部分供应商,但晋江市嘉年华婴儿用品有限公司订单不降反升。他们的法宝是将原来多用于鞋子制造的飞织工艺运用到了婴儿背带的制作上,成品无须布料拼接、一体成型,一推出就受到国际品牌商的认可。

嘉年华婴儿用品公司总经理颜呈晓介绍,疫情前,他们已开始布局瑜伽服生产。赶上疫情宅家,国外客户对瑜伽服的需求暴增,公司出口逆势增长3倍。背带腰凳属于出行类,瑜伽服又主要穿在室内,两者之间的消费场景恰好互补。面对危机,企业必须练就各种技能。

面对外贸客户订单转移的问题,外贸生产企业走出去的趋势更加明显。据福建省纺织服装出口基地商会会长陈苍松介绍,部分泉州外贸企业选择到越南、柬埔寨、印尼、缅甸设立分厂,把工艺要求不高、用工量大、工期较长的部分中低端服装、鞋帽、箱包生产订单,放到境外工厂生产加工出货,原材料由国内采购出口供应。